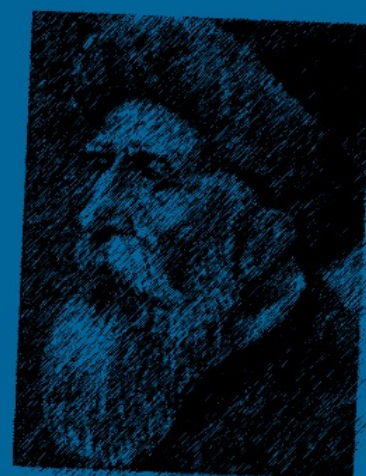




United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization



DEDE KORKUT



KUTBİLGE AKADEMİSYENLER DERNEĞİ
BİLGE ULUSLARARASI SOSYAL ARAŞTIRMALAR DERGİSİ
BILGE INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL RESEARCH

Cilt: 2, Sayı: 2, 2018

Volume: 2, Issue: 2, 2018

e-ISSN: 2602-2303

Sahibi / Owner

Dr. Hamza KANDEMİR

Editör / Editor

Prof. Dr. Kürşat ÖZDAŞLI

Editör Yardımcısı / Co-Editor:

Dr. Hamza KANDEMİR

Teknik Editörler / Technical Editors:

Arş. Gör. Serhat DURANAY

Öğr. Gör: Mustafa Özcan TAŞKESEN

Kapak Tasarımcısı / Cover Designer:

Arş. Gör. Serhat DURANAY

İletişim / Contact:

Kutbilge Akademisyenler Derneği, 32040, Isparta, TÜRKİYE

Web: <http://dergipark.gov.tr/busad>

E-mail: busad@gmail.com

Yayın Kurulu / Editorial Board

Prof. Dr. Nazmi AVCI

Doç. Dr. Özgür Kasım AYDEMİR

Doç. Dr. Mustafa LAMBA

Doç. Dr. Said TAŞ

Doç. Dr. Hasan Hüseyin ÖZKAN

Doç. Dr. Mustafa ÖZTÜRK

Doç. Dr. Kadir PEPE

Yrd. Doç. Dr. Yusuf ŞAHİN

Yrd. Doç. Dr. Esmen ÖZDAŞLI

Yrd. Doç. Dr. Himmet BÜKE

Yrd. Doç. Dr. Tayfun YILMAZ

Yrd. Doç. Dr. Mehmet Ozan CİNEL

Yrd. Doç. Dr. Barbaros Serdar ERDOĞAN

Yrd. Doç. Dr. Musa TÜRKÖĞLU

Yrd. Doç. Dr. Mürşit İŞİK

Yrd. Doç. Dr. Serkan DİRLİK

Yrd. Doç. Dr. Oğuzhan AYTAR

Yrd. Doç. Dr. Ahmet ŞAHİN

Dr. Canan GÖNÜLLÜ TAŞKESEN

Dr. Yusuf ESMER

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

- **Konaklama İşletmelerinin Alternatif Enerji Kaynaklarına İlişkin Tutum ve Davranışları; Ordu ve Giresun Örneği**
Attitude and Behaviors of Alternative Energy Resources for Accommodation Establishment; Example of Ordu and Giresun
Mehmet Ozan CİNEL, Cemile BAHTİYAR KARADENİZ, Güven KARAMAN, Mehmet KABACIK.....48-58
- **Konaklama İşletmelerinde Tam Zamanında Üretim Sistemi: Antalya İlinde Bir Araştırma**
Just In Time Production System in Accommodation Businesses: A Research in Antalya Province
Cihat CİHANGİR, Hasan ŞENOL.....59 – 84
- **Türkiye’de Enflasyon Ve Enflasyon Hedeflemesi**
Inflation And Inflation Targeting in Turkey
Emek Aslı CİNEL.....85 – 98
- **Kültür, Vergi Kültürü ve Vergi Anlayışı**
Culture, Tax Culture and Tax Mentality
Halil İbrahim DEMİR.....99 – 111
- **Otel Yönetiminde Muhasebe Bilgi Sistemi Ve Pazarlama Bilgi Sisteminden Yararlanılarak Stratejik Pazarlama Kararlarının Alınması: X Otel İşletmesinde Bir Uygulama**
Taking Strategic Marketing Decisions By Making Use Of Accounting Information System And Marketing Information System In Hotel Management: An Implementation On X Hotel Management
Abdullah YILDIZ, Yunus CERAN.....112 - 129
- **Kazım Nami Duru’nun Türk Eğitimine Katkıları ve ‘Muallimin Meslek Ahlakı’ Adlı Eserinin İncelenmesi**
Contributions of Kazım Nami Duru’s to the Turkish Education and Analysis His Book ‘Teacher’s Professional Ethics’
İbrahim YÜKSEL.....130 – 141

BİLGE ULUSLARARASI SOSYAL ARAŞTIRMALAR DERGİSİ

e-ISSN: 2602-2303

A peer reviewed journal, published biannually by

Kutbilge Association of Academicians.

Yılda iki sayı olarak yayınlanan hakemli bir dergidir.

Kutbilge Akademisyenler Derneği tarafından yayınlanmaktadır. Year/Yıl: 2018, Volume/Cilt: 2, Issue/Sayı: 2

The journal is indexed in Google Scholar, ASOS Index, CiteFactor and ResearchBib .

Dergimiz Google Scholar, ASOS Index, CiteFactor ve ResearchBib' de taranmaktadır.





Attitude and Behaviors of Alternative Energy Resources for Accommodation Establishment; Example of Ordu and Giresun

Mehmet Ozan CİNEL^{1*}, Cemile BAHTİYAR KARADENİZ², Güven KARAMAN³, Mehmet KABACIK⁴

Abstract: The contribution of the tourism sector to the economy and its multiplier effect are getting more and more important every day. In the tourism sector, it is possible to increase the sustainability of the accommodation enterprises, to advertise the tourist areas, to increase the number of people and days, and to reduce the operating costs. In recent years, Ordu and Giresun have gone on to the tourism sector and have been carrying out various awareness-raising activities to promote tourism areas on one side and to encourage investors on the other, in order to increase the input to the provincial economy. With these studies, the number of accommodation enterprises is increasing day by day. This situation is considered to bring about the problem of maintaining competitiveness and sustainability of the accommodation enterprises which are in the situation of providing services 24/7. This study was conducted to determine the attitudes and behaviors of renewable energy sources in order to contribute to the reduction of the expenses of accommodation enterprises. In this study, which is a semi-structured interview form based on an individual interview model of qualitative research methods, the attitudes and behaviors of alternative accommodation sources of hospitals in Ordu and Giresun are discussed in order to achieve the aim and in the direction of the findings obtained; an opinion map was drawn up on the attitudes and behaviors of the two hostels on renewable energy sources.

Keywords: Tourism, Renewable Energy, Accommodation Establishment

Konaklama İşletmelerinin Alternatif Enerji Kaynaklarına İlişkin Tutum ve Davranışları; Ordu ve Giresun Örneği

Özet: Turizmin ekonomiye katkısı ve oluşturduğu çarpan etkisi her geçen gün daha da önem kazanmaktadır. Turizm sektöründe, özellikle konaklama işletmelerinin sürdürülebilirliğinin sağlanması, Turizm alanlarının tanıtımı, konaklayan kişi ve gün sayısının artmasıyla ve işletme maliyetlerinin azaltılması mümkündür. Son yıllarda, Ordu ve Giresun illeri, turizm sektörüne yönelmiş ve bu sektörden il ekonomisine sağlanan girdiyi artırmak üzere bir taraftan turizm alanlarını tanıtmaya, diğer taraftan ise yatırımcıları teşvik etmek için çeşitli farkındalık çalışmalarını sürdürmektedir. Bu çalışmalarla birlikte konaklama işletmelerinin sayısı her geçen gün artmaktadır. Bu durum yakın gelecek te 7/24 hizmet sunma durumunda olan konaklama işletmelerinin rekabet gücü ve sürdürülebilirliğini koruma sorununu ortaya çıkaracağı düşünülmektedir. Bu çalışma konaklama işletmelerinin giderlerinin azaltmasına katkı sunmak üzere yenilenebilir enerji kaynaklarına ilişkin tutum ve davranışlarını belirlemek amacıyla yapılmıştır. Nitel araştırma yöntemlerinden bireysel

¹Giresun Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Giresun, <https://orcid.org/0000-0003-4606-8097>

²Ordu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Ordu, <https://orcid.org/0000-0002-3902-5251>

³Giresun Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Giresun, <https://orcid.org/0000-0002-1019-0368>

⁴Ordu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Yüksekokulu, Ordu, <https://orcid.org/0000-0002-1019-0368>

*Corresponding author (İletişim yazarı):
ozan.cinel@giresun.edu.tr

Citation (Atf): Cinel, M. O., Bahtiyar Karadeniz, C., Karaman, G. & Kabacık, M. (2018). Konaklama İşletmelerinin Alternatif Enerji Kaynaklarına İlişkin Tutum ve Davranışları; Ordu ve Giresun Örneği, Bilge Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2 (2): 48-58

görüşme modeline dayalı, yarı yapılandırılmış görüşme formu karakterli bir araştırma olan bu çalışmada, amaca ulaşmak için, Ordu ve Giresun illerindeki konaklama işletmelerinin, alternatif enerji kaynaklarına ilişkin tutum ve davranışları ele alınmıştır. Araştırmada elde edilen bulgular doğrultusunda; her iki ildeki konaklama işletmelerinin yenilenebilir enerji kaynakları hakkındaki tutum ve davranışlarına ilişkin fikir haritası ortaya çıkarılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Yenilenebilir Enerji, Konaklama İşletmeleri

1. GİRİŞ

Son yıllarda turizm sektöründe yaşanan gelişmeler değerlendirildiğinde teknolojik gelişmelere bağlı olarak insanların hayatlarının gittikçe kolaylaşması, artan refah seviyesi ve boş zaman insanlarda ulusal ve uluslararası düzeyde turizme katılma isteği yaratmaktadır. Boş zamanlarını değerlendirme yönünde yaşanan bu talep sürekli artarken turizm ile ilgili tutum ve davranışlar da giderek değişmektedir. Uluslararası seyahat hareketleri, kitlesel turizmden ziyade, turistlerin bireysel istek ve ihtiyaçlarını gidermeye yönelmiş, daha önce 3 “S” (Sea, Sand, Sun) olarak ifade edilen deniz, kum, güneş turizminin yerini günümüzde 3 “E” (Education, Entertainment, Environment) olarak ifade edilen eğitim, eğlence ve çevre turizmi almıştır (Atabey ve Gürdoğan, 2015). Turizm sektörünün canlanması ile birlikte bölge ve ülke ekonomisi de önemli girdi sağlamaktadır. Türkiye’de kalkınma açısından bölgeler arasındaki gelişmişlik farkının azaltılması, rekabet gücünün artırılması, bölgeler arası yatırım ve teşvik yasalarının bu hususlar dikkate alınarak uygulanması için kalkınma bölgeleri oluşturulmuştur. Ordu ve Giresun illeri ise TR90 bölgesinde yer almaktadır (Anonim 2018a). TR90 bölgesinde yer alan kalkınma çalışmaları içerisinde turizm ve imalat sanayi gibi sektörlerde yaşanan gelişmeler her geçen gün artmaktadır. Ayrıca bölge içerisinde yer alan tarihi ve turistik alanların tanıtımı ve yapılan farkındalık çalışmaları ile birlikte yerli ve yabancı turist sayıları ve konakladıkları gün sayıları artmaktadır.

Bu bağlamda teşvik yasalarının sağladığı avantajlar ile birlikte konaklama işletmelerinin sayısı da bölge içerisinde her geçen gün artmaktadır. Yakın gelecekte ise konaklama işletmelerinin sayısının giderek artması ile birlikte bu işletmelerin rekabet gücünü koruma ve sürdürülebilirlik sorunu ile karşı karşıya kalacağı düşünülmektedir. Türkiye’nin yıllık elektrik enerjisi tüketimi 2017 yılında 294,9 milyar kwh, elektrik üretimi ise 295,5 milyar kwh olarak gerçekleşmiştir. 2017 yılında, elektrik

üretiminin %37’si doğalgaz, % 33’ü kömür, % 20’si hidrolik, % 6’sı rüzgâr, %2’si jeotermal ve % 2’si ise diğer kaynaklardan (güneş ve biokütle) karşılanmaktadır. Buna verilere göre enerji ihtiyacını karşılamada kullanılan kaynaklar, yenilenemeyen enerjiler (Kömür, petrol, doğalgaz gibi fosil yakıtlar ve nükleer enerji) ve yenilenebilir enerjiler (Su, jeotermal, biyokütle, dalga, hidrojen, rüzgâr ve güneş enerjisi) olmak üzere iki çeşittir (Engin 2014, Karaman 2015). Elektrik enerjisi üretiminde kullanılan kaynakların % 70’i fosil kaynaklı yakıtlara dayandığı görülmektedir. Türkiye’nin 2017 yılında, hem ısınma hem de enerji üretiminde kullandığı doğalgaz tüketimi 53,5 milyar m³, kömür 36,8 milyon ton, ham petrol 28,2 milyon ton, petrol ürünü 26,5 milyon ton tüketim gerçekleşmiştir (Anonim 2018b).

Bu veriler doğrultusunda Türkiye enerji ihtiyacını karşılama da halen dışa bağımlıdır. Türkiye’nin enerjide dışa bağımlılığının azaltılmasına yönelik olarak alternatif enerji olarak ta bilinen yenilenebilir enerji kaynaklarının (rüzgâr, güneş, dalga, biokütle, hidrojen, jeotermal, hidrolik) var olan potansiyelinin ekonomiye kazandırılması önem taşımaktadır (Karaman 2015). Kalkınma planları ve uygulanan teşvik paketleri ile Ordu ve Giresun illerinde yatırım ve işletme sayıları giderek artmaktadır. Yeni yatırımların ve mevcut işletmelerin; ısınma, serinletme, havalandırma, aydınlatma ve temizlik alanlarında kendi enerji ihtiyacını karşılamak üzere alternatif enerji kaynaklarına yönelmesi ve bu hususta farkındalıkların oluşması ve teşvik kolaylıklarının sağlanması ile mümkündür (Gümüş ve Örgen 2018). Bu çalışma; Ordu ve Giresun illerindeki konaklama işletmelerinin alternatif enerji kaynaklarına ilişkin tutum ve davranışlarını belirlemek amacıyla yapılmıştır.

2. KURUMSAL ÇERÇEVE

Genel olarak işletmenin tanımını, insan ihtiyaçlarını doğrudan veya dolaylı karşılamak üzere üretim faktörlerini birleştirerek mal veya hizmet üreten

birimler olarak tanımlanmaktadır (Koçel 2015;75). Sürdürülebilirlik kavramı ise en geniş anlamda daimi olma yeteneği olarak tanımlanabilir. İşletmeler açısından sürdürülebilirlik kavramına bakıldığında, ise sürdürülebilirliğin işletme dünyası ile ilk kez ilişkilendirilmesi 1930'lu yıllarda işletmelerin sosyal sorumluluklarına dair makalelerin ortaya çıkması ile olmuştur. Ancak, firmalar ile sosyal toplum arasındaki var olan ilişki, Howard Bowen tarafından 1953 yılında teorileştirilmiştir (Tutar 2015;168-173).

Alanyazında, konaklama işletmelerin de sürdürülebilirlik, yenilenebilir enerji, çevre duyarlılığı, yeşil yıldız uygulamaları hususlarından yapılan çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Turhan (2010), 'Turizm İşletmelerinde Yeşil Pazarlama; Marmaris Örneği' çalışmasında, Marmaris ilçesinde faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı oteller örneklem alınarak çevreye duyarlı uygulamalar üzerine bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırmada enerji tasarrufu sağlayacak frekans inventörü, ısı geri kazanım sistemi katı ve zararlı atıkların ayrıştırılması, peyzaj ve ağaçlandırma çalışması yapılması uygulamalarında 4 ve 5 yıldızlı oteller arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. 5 yıldızlı otellerde bu uygulamaların 4 yıldızlı otellere göre daha yüksek oranda gerçekleştiği tespit edilmiştir.

Topaloğlu ve Gümüş (2012) Muğla ilindeki 50 adet 4 ve 5 yıldızlı konaklama işletmesi üzerinde yaptığı çalışmada, örneklem alınan tesislerin yenilenebilir enerji kaynaklarını kullanımını araştırmıştır. Çalışmada Muğla ilinin rüzgâr ve güneş kaynaklı yenilenebilir enerji potansiyelinin yeterince var olmasına rağmen bu ildeki turistik alanlarda faaliyet gösteren, 4 ve 5 yıldızlı konaklama işletmesinin, hiçbirinin rüzgâr enerjisini kullanmadığını ve güneş enerjisinden ise % 56'sının faydalandığını belirlemiştir.

Atabey ve Gürdoğan (2015), Doğu Karadeniz Bölümünde Eko-Turizm ve HES Potansiyelini çevreye ve yerel halka etkileri açısından ele almıştır. Araştırmacıların SWOT analizi ile değerlendirme yaptıkları çalışmada, Doğu Karadeniz Bölgesinin hidroelektrik potansiyelinin yüksek olduğu kadar doğal ve tarihi turistik alanların da yüksek potansiyele sahip olduğu belirtilmektedir. Bu yüksek hidroelektrik potansiyelinin HES'ler yolu ile değerlendirilmesi aşamasında doğal ve tarihi turistik mekânlara yönelik çıkabilecek zararların ve sorunların en aza indirilmesi gerektiğine dikkat çekmektedir. İklim

ve bitki örtüsü yönüyle zengin bir yapısının ekonomiye kazandırılması aşamasında hem bu bölgede yaşayanların yaşam kalitelerini yükseltecek hem de bölgenin gelecek nesillere aktarılabilmesi için doğal kaynaklarının yitirilmemesini sağlayacağını belirlemiştir.

Güneş ve Aslan (2015), 'Yenilenebilir Enerji Kaynaklarının Kullanımı ve Sürdürülebilir Turizme Olan Etkileri - Türkiye Örneği' çalışmasında, Türkiye'nin sahip olduğu yenilenebilir enerji kaynakları potansiyelinin etkin ve verimli, aynı zamanda enerji ihtiyacının daha yüksek olduğu bölgelerde kullanılmasını sağlamak üzere stratejiler oluşturulması gerektiğini belirlemiştir.

Gümüş ve Ögeve (2018), konaklama sektöründe yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı ve sürdürülebilirlik açısından turizme üzerindeki ekonomik etkilerini ortaya koyduğu çalışmada incelediği işletmelerin büyük çoğunluğunun enerji ihtiyacının fosil yakıtlardan temin edildiğini belirlemiştir. Konaklama sektörünün enerji maliyetlerinin yüksek olduğunu, sektördeki işletmelerin enerji tüketim giderlerinin, tüm giderler içerisindeki payının ikinci sırada olduğunu belirlemiştir.

Ertaş ve ark.(2018), 'Konaklama İşletmelerinin Yeşil Yıldız Uygulamaları Kapsamında Çevre Duyarlılığının Değerlendirilmesi' ile ilgili yaptıkları çalışmada, büyük ölçekli oteller küçük ölçekli otellere, zincir oteller ise bağımsız otellere göre çevre duyarlılığı, enerji, geri dönüşüm, çevre eğitimi ve atıkların ayrıştırılması gibi konulara daha fazla önem verdiklerini belirlemiştir.

Türkmenoğlu (2016), 'Orta ve Doğu Karadeniz'deki KOBİ'lerde Yenilenebilir Enerji Eğilimi Üzerine yaptığı çalışmada, Samsun, Ordu ve Trabzon Büyük Şehirlerinde Yenilenebilir Enerji eğiliminin haritası çıkarılmıştır.

Alanyazında, Ordu ve Giresun illerinde bulunan konaklama işletmelerinin, alternatif enerji kaynaklarına ilişkin tutum ve davranışlarının değerlendirildiği çalışmalara rastlanılmamıştır.

3. YÖNTEM

Bu çalışma; Ordu ve Giresun illerindeki konaklama işletmelerinin alternatif enerji kaynaklarına ilişkin tutum ve davranışlarını belirlemek amacıyla yapılan nitel bir çalışmadır. Nitel araştırmada, veri toplama yöntemlerinden, bireysel görüşme modeline dayalı, yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak

yapılmıştır. Nitel araştırma esnek yapısı nedeniyle araştırma tasarımının oluşturulması ve araştırmanın gerçekleştirilmesi sürecinde kolaylık sağlayan bir yöntemdir (Karasar, 2011;35-39).

Nitel araştırmada çoğunlukla üç tür veri toplanır;

a) *Çevreyle ilgili veri*; araştırmanın yapıldığı çevrenin psiko-sosyal, kültürel, demografik ve fiziksel özelliklerine ilişkin verilerdir.

b) *Süreçle ilgi veri*; araştırma süresince neler olup bittiği ve bu olanların araştırma grubunu nasıl etkilediğine ilişkin verilerdir.

c) *Algılara ilişkin veriler* ise; araştırma grubuna dâhil olan bireylerin süreç hakkında düşündüklerine ilişkin verileridir. Bu üç tür veriyi toplamak için araştırmacı en yaygın olarak üç tür yöntem kullanır; görüşme, gözlem ve yazılı materyallerin incelenmesidir. Nitel yöntemlerden en sık kullanılanı görüşmedir. Görüşme, insanların bakış açılarını, öznel deneyimlerini, duygularını ve algılarını ortaya koymada kullanılan oldukça güçlü bir yöntemdir (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 256).

Çalışmanın evrenini; Ordu ve Giresun illerinde bulunan Turizm İşletme Belgeli; Ordu ilinde 32 adet, Giresun ilinde ise 20 adet, Belediye İşletme Belgeli; Ordu ilinde 34 adet, Giresun ilinde, ise 23 adet olmak üzere toplam 109 konaklama işletmesi oluşturmaktadır (Anonim 2018c). Araştırma grubunu belirlerken gönüllülük ilkesine önem verilmiştir. Ordu ve Giresun illerinde bulunan konaklama işletmelerinin yöneticilerinden çalışmaya katılmaya istekli olan 22 konaklama işletmesi yöneticisiyle görüşme yapılmıştır. Görüşme de, konaklama işletmelerinin genel özellikleri hakkında bilgi alınmış ve yöneticilerin alternatif enerji kaynaklarına ilişkin algı, tutum ve davranışlarını belirlemeye yönelik 20 adet sorudan oluşan yarı yapılandırılmış görüşme formu alanında uzman beş akademisyenin görüşleri dikkate alınarak hazırlanmıştır. Yöneticiler ile görüşme Haziran-Temmuz 2018 ayları içerisinde, yüz yüze görüşme yöntemiyle yapılmıştır. Ordu ve Giresun illerindeki toplam konaklama işletmesinin yaklaşık %20,19'u ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler betimsel analiz yöntemiyle çözümlenip, excel ortamında sayı, %'de, tablo ve şekillerle yorumlanmıştır. Betimsel analiz yöntemine göre, görüşülen kişinin görüşlerini çarpıcı bir biçimde yansıtmak amacıyla doğrudan alıntılara yer verilir. Elde edilen veriler daha önceden belirlenen temalara göre tasniflenir, özetlenir, neden-sonuç ilişkileri irdelenir, yorumlanır ve birtakım sonuçlara ulaşılır (Yıldırım ve Şimşek 2013:258-265).

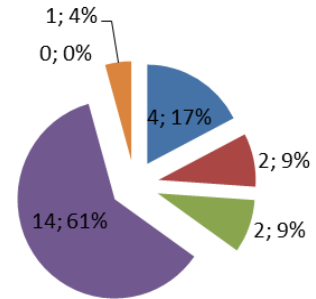
4. BULGULAR

Bu bölümde, Ordu ve Giresun illerinde faaliyet gösteren ve araştırmaya katılan konaklama işletmelerinin yöneticileri ile yapılan yüz yüze görüşme yöntemiyle toplanan verilerin analizi sonucunda elde edilen bulgular ve bu bulgulara dayalı olarak açıklama ve yorumlara yer verilmiştir.

Tablo 1. Araştırmaya Katılan Konaklama İşletmeleri

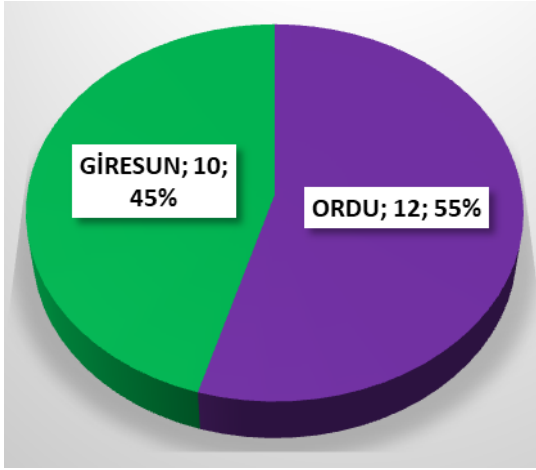
Konaklama İşletmesi Yöneticisi	Yasal Statüsü		Yıldız Durumu		Hizmet Sınıfı		Çalışan Sayıları			Yatak Kapasitesi			Yıllık Ortama Doluluk Oranı (%)		
	Gerçek Kişi.	Tüzel Kişi	Yıldızlı	Yıldızlı Değil	Bakanlık İşletme Belgeli	Belediye İşletme Belgeli	1-20 arası	21-49 arası	50 ve üzeri	1-49 arası	50-99 arası	100 ve üzeri	20-49 arası	50-70 arası	70 ve üzeri
O1		X		X		X	X			X				X	
O2	X		X		X			X				X		X	
O3		X	X		X			X				X	X		
O4		X	X		X			X				X		X	
O5	X		X		X		X				X			X	
O6		X		X		X			X	X				X	
O7	X		X		X			X			X				X
O8		X		X		X	X			X				X	
O9	X		X		X		X				X			X	
O10	X			X		X			X			X		X	
O11		X	X		X				X			X		X	
O12		X	X		X			X				X			X
O Top	5	7	8	4	8	4	4	5	3	3	3	6	1	9	2
G1	X			X		X		X			X			X	
G2		X	X		X				X			X		X	
G3		X		X		X	X				X			X	
G4	X			X		X	X			X				X	
G5		X		X		X		X				X		X	
G6	X		X		X		X			X				X	
G7		X		X		X	X			X				X	
G8		X		X		X		X			X			X	
G9		X		X		X	X			X				X	
G10		X		X		X		X				X		X	
G Top	3	7	2	8	2	8	5	4	1	4	3	3	0	10	0
Top.22	8	14	10	12	10	12	9	9	4	7	6	9	1	19	2

Tablo 1’de her iki ilde görüşme yapılan firma yöneticileri kodlanırken yöneticinin görevli buldukları işletmeye ait genel özellikler de belirtilmiştir. Araştırma kapsamındaki konaklama işletmelerinin çoğunluğunun tüzel kişiliğe ait olduğu, yıldızlı olmadığı, belediye işletme belgeli olduğu, 50 kişinin altında çalışanı olduğu, yatak kapasitesinin ortama 100 dolayında olduğu, %50 ile %70 oranında yıllık doluluk oranına sahip olduğu anlaşılmaktadır. Ordu ilinde görüşülen yönetici sayısı 12 (O harfi ve mor renk ile gösterilmiş) iken Giresun ilinde 10’dur (G harfi ve yeşil renk ile gösterilmiştir).



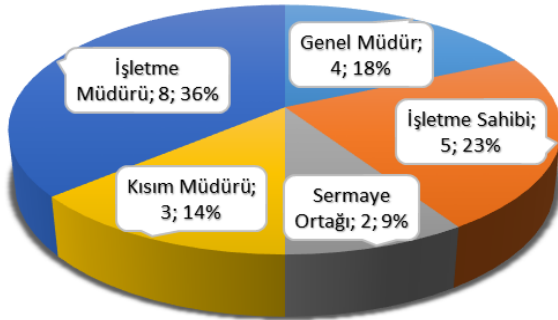
Şekil 1: Konaklama İşletmelerinin Türlerine Göre Dağılımları

Araştırma kapsamındaki konaklama işletmelerinin türüne bakıldığında % 61 oranı ile şehir otelleri olduğu anlaşılmaktadır. İnceleme sahasındaki otellerin genel anlamda büyük çoğunluğu şehir oteli olduğundan bu oran evreni temsil etmektedir. Benzer şekilde diğer kategoride yer alan ve kırsalda bulunan dağ oteli sayısının en az oranda olması inceleme sahasında kırsal alanda bulunan konaklama işletme sayısının kente göre sayıca çok az olmasından kaynaklanmaktadır. Araştırmaya dâhil edilen oteller arasında termal otel bulunmamaktadır (Şekil 1).



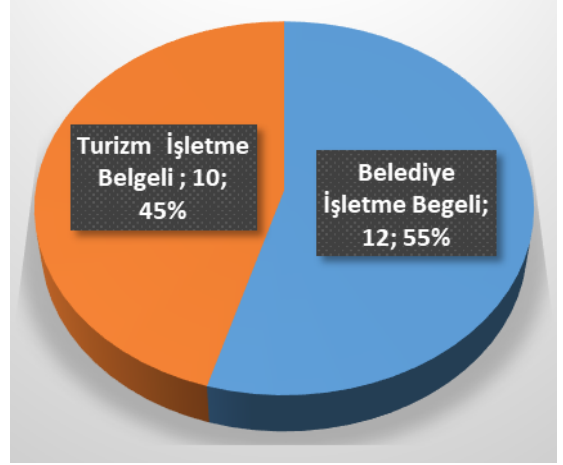
Şekil 2: Konaklama İşletmelerinin Bulunduğu İllere Göre Dağılımları

Kültür ve Turizm Bakanlığı 2018 verilerine göre Turizm konaklama işletme sayısı Ordu ilinde 66 adet, Giresun ilinde ise 43 adet bulunmaktadır. Konaklama işletmelerinin sayısının Giresun iline göre Ordu ilinde daha fazla olmasına bağlı olarak görüşmenin Ordu ilinde % 59 oranında gerçekleştiği görülmektedir (Şekil 2).



Şekil 3: Görüşme Yapılan Kişilerin İşletmede Buldukları Pozisyon

Araştırma kapsamında bulunan konaklama işletmelerinde görüşmelerin % 86 oranı ile üst düzey yönetici grubunda gerçekleştiği ve bu kişilerin işletmeye yön verebilecek görevlerde olduğu görülmektedir (Şekil 3). İşletmenin giderlerini düşürmek ve kar oranını arttırmak bir yöneticinin temel görevleri arasındadır. Bu nedenle yöneticilerin alternatif enerji kaynaklarına yönelik tutum ve davranışları önem arz etmektedir.



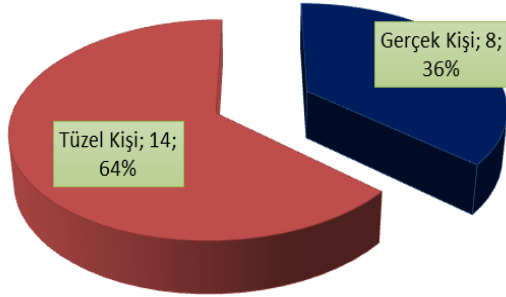
Şekil 4: Konaklama İşletmelerinin İşletme Belgelerine Göre Dağılımı

Kültür ve Turizm Bakanlığı 2018 verilerine göre, Ordu ve Giresun illerinde bulunan 109 konaklama işletmesinin 57 tanesi belediye işletme belgeli 52 tanesinin ise turizm işletme belgelidir. Her iki ildeki tesislerden 22 tanesi ile yapılan görüşmenin % 55 oranı ile belediye işletme belgeli tesislerde ağırlıklı olduğu görülmektedir (Şekil 4).

Tablo 2. Konaklama İşletmelerinin Yıldız Sahibi Olma Durumuna Göre Dağılımı

Yıldızlı/ Yıldızlı değil		Yıldız Grubu				
		Tek yıldızlı	2 yıldızlı	3 yıldızlı	4 yıldızlı	5 yıldızlı
Evet	10	-	1	4	4	1
Hayır	12	-	-	-	-	-

Tablo 2’de konaklama işletmelerinin yıldızlı otel grubunda olup/olmadıkları ve /veya hangi yıldız grubunda yer aldıkları belirtilmiştir. Araştırmada görüşme yapılan 22 konaklama işletmesinden yaklaşık %55’inin yıldızlı işletme olmadığı saptanmıştır. Yıldız otel grubunda ise görüşmenin ağırlıklı olarak 3 ve 4 yıldızlı işletmeler olduğu görülmektedir.



Şekil 5: Konaklama İşletmelerinin Yasal Statülerine Göre Dağılımı

Şekil 5’de konaklama işletmelerinin yasal statülerinin (gerçek veya tüzel) dağılımları belirtilmiştir. Konaklama işletmelerinin yasal statüsü % 64 oranı ile tüzel kişiliğe haiz olan işletmeler öne çıkmaktadır.

Tablo 3. Konaklama İşletmelerinin Çalışan Sayıları, Yatak Kapasitesi Ve Yıllık Ortalama Doluluk Oranlarına Göre Dağılımları

Çalışan Sayıları			Yatak Kapasitesi			Yıllık Ortalama Doluluk Oranları (%)		
1-20 arası	21-49 arası	50 ve üzeri	1-49 arası	50-99 arası	100 ve üzeri	20-49 arası	50-70 arası	70 ve üzeri
9	8	5	7	6	9	1	19	2

Tablo 3’de konaklama işletmelerinin çalışan sayıları, yatak kapasitesi ve yıllık ortalama doluluk oranlarına göre dağılımları belirtilmiştir. Tablo 3’e göre istihdamı 50’nin altında %77, yatak kapasitesi

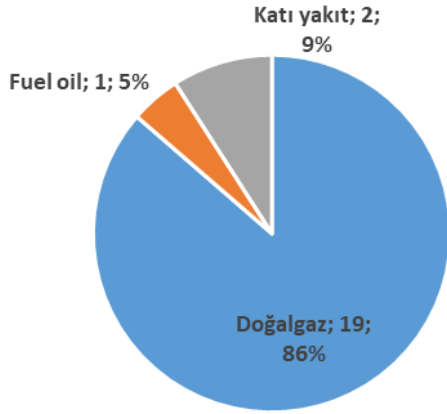
50’nin üzerinde % 68, yıllık ortalama doluluk oranlarının ise yüzde 50-70 aralığında % 86 oranı olan konaklama işletmeleri öne çıkmaktadır.

Tablo 4. Konaklama İşletmelerinin Açık Ve Kapalı Alanlarına Göre Dağılımı

Açık ve Kapalı Alan (m ²)	1000 m ² ye kadar	1000-2000 m ² ye kadar	2000-3000 m ² ye kadar	3000-5000 m ² ye kadar	5000 ve üzeri m ² olan
Açık alan	8	11	2	1	-
Kapalı alan	2	4	7	6	3

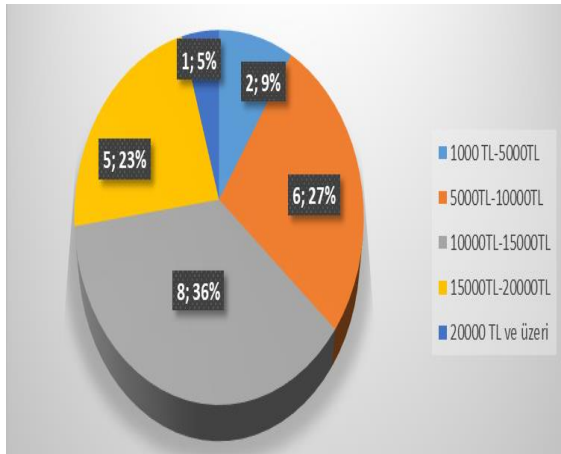
Tablo 4’de açık ve kapalı alanlarına göre m² cinsinden konaklama işletmelerinin sayıları belirtilmiştir. Araştırmaya dahil edilen konaklama işletmelerinin açık alanı 2000 m² ye kadar % 86

kapalı alanı 2000 m² nin üzerinde % 73 olan konaklama işletmeleri sayısı öne çıkmaktadır. Açık alanın m² si arttıkça işletme sayısı düşmekte olduğu görülmektedir.



Şekil 6: Konaklama İşletmelerinin Aylık Ort. Elektrik Enerjisi Tüketim Giderleri (TL)

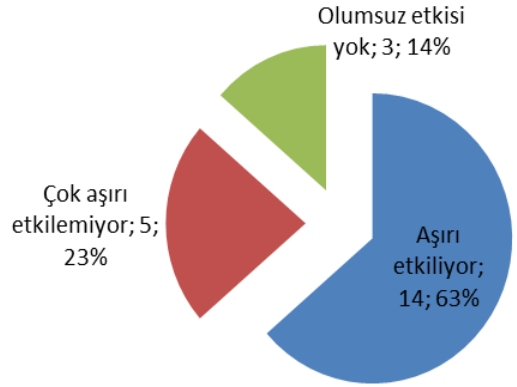
Şekil 6'ya göre 10.000 TL-15.000TL arasındaki aylık ortalama elektrik gideri bulunan işletmelerin sayısı % 36 ile öne çıkmaktadır.



Şekil 7: Konaklama İşletmelerinin Isınmada Kullandıkları Enerji Kaynaklarının Dağılımları

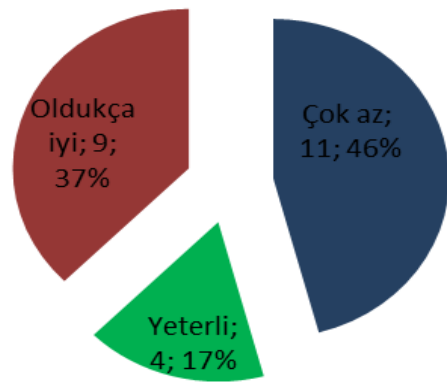
Araştırmaya dahil edilen ve görüşme yapılan konaklama işletmelerinin % 86'sında ısınma amaçlı olarak doğalgaz enerji kaynağı kullanıldığı görülmektedir. Her iki ildeki konaklama işletmelerinde ısınma amaçlı yenilenebilir enerji kaynaklı, enerji kullanılmadığı saptanmıştır.

Bu işletmelerin ısınma amaçlı kullandıkları enerji giderlerinin (TL) aylık ortalama 10.000 TL'nin altındadır.



Şekil 8: Konaklama İşletmelerinin Enerji Tüketim Giderlerinden Etkilenme Durumu

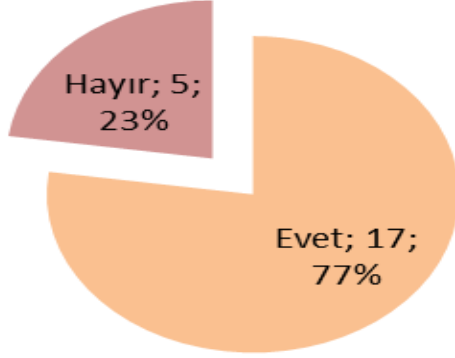
Şekil 8.'de konaklama işletmelerinin aydınlatma, ısınma, serinletme vb. tüketim bedellerinin bütçelerine olan etkileri ile ilgili yöneticilerin tutumları belirtilmiştir. Konaklama işletmeleri yöneticilerinin; ısınma, aydınlatma, serinletme vb. giderlerin işletme bütçesini aşırı etkiliyor tutumu % 63 ile öne çıktığı görülmektedir. Bu işletmelerin rekabet gücünü koruma ve sürdürülebilir bir tesis olarak devam edebilmesi işletme giderlerini azaltılması gerektiği düşünülmektedir.



Şekil 9: İşletme Yöneticilerinin Yenilenebilir Enerji Kaynaklarına İlişkin Bilgi Düzeyi Algıları

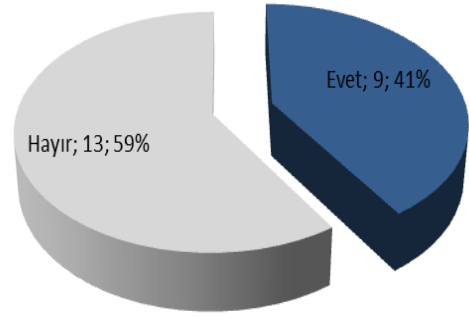
Şekil 9'a göre Konaklama işletmesi yöneticilerinin yenilenebilir enerji kaynakları hakkında genel bilgi düzeylerine ilişkin algıları araştırıldığında, yöneticilerin % 46'sı bu konudaki bilgilerinin "çok az" olduğunu belirtmektedir. Bu algı düşüklüğüne

dikkat çekilerek bu ve benzer işletmelerin yenilenebilir enerji kaynakları hakkında bilgilendirme ve farkındalık çalışmasına ihtiyaç duyduğu düşünülmektedir.



Şekil 10: Yöneticilerin Yenilenebilir Enerji Kaynaklarının Kullanımına Yönelik Tutumları

Şekil 10'da konaklama işletmeleri yöneticilerinin enerji ihtiyaçlarını yenilenebilir enerji kaynaklarından karşılamaya yönelik tutumları belirtilmiştir. Araştırmada "enerji ihtiyaçlarını yenilenebilir enerji kaynaklarından karşılamak ister misiniz?" sorusuna %77 oranında evet çıkması konaklama işletmeleri yöneticilerinin enerji ihtiyacını yenilenebilir enerji kaynaklarından karşılamayı istediklerini göstermektedir. Evet cevabı veren işletme yöneticilerinden O3 kodu ile belirtilen konaklama işletmesi yöneticisi, yenilenebilir enerji kaynaklarından enerji ihtiyacını karşılamaya yönelik davranışlarını: "Binamızın dış alanı, cephe ve çatısı güneş panelleri ve rüzgar gülü için müsait olduğundan enerji danışmanlık firmaları ile görüşmelerimiz sürmektedir." ifadeleriyle belirtmiştir. Bu işletmelerin, Ordu ve Giresun illerindeki yenilenebilir enerji kaynakları ve potansiyelleri ile ilgili enerji danışmanlık firmaları aracılığı ile bu alanda kendi enerji ihtiyacını karşılayabilecek düzeyde yatırımlara yönlendirilmesi gerektiği düşünülmektedir.



Şekil 11: Yenilenebilir Enerji Kaynaklarına Yönelik Fizibilite Çalışması Yapılma Durumları

Konaklama işletmesi yöneticilerine enerji kaynaklarına yönelik fizibilite çalışması yapıp yapmadıklarına yönelik davranışlarını belirlemek için soru yöneltilmiştir. Soruya %59 hayır çıkması, konaklama işletmeleri yöneticilerinin yenilenebilir enerji kaynaklarıyla ilgili herhangi bir fizibilite çalışması yaptırmadıklarını göstermektedir. Bu durumda %41 evet çıkması, bu alanda fizibilite çalışması yapıldığını göstermektedir (Şekil 11).

O4 kodu ile belirtilen konaklama işletmesi yöneticisi yapılan fizibilite çalışması ve yatırım çalışmasını şu ifadelerle: "Ordu ilinde yatırım yapmayı planladığımız aşamada çevre duyarlı konaklama tesisi olmayı hedefledik, bu hedefe ulaşmak üzere biokütle enerji yakıtı (Pelet; odun artığı ve ormansal artıkların işlenmek suretiyle yoğunluğunun artırılmasıyla enerji elde etmede kullanılan küçük parçacıklar) üreten Giresun Organize Sanayi bölgesindeki firma ile görüşerek anlaşma yaptık ve tesisimiz işletmeye girdiğinde biokütle enerji ile faaliyetine başladı. Ancak daha sonra Ordu iline doğalgaz gelmesiyle birlikte enerji giderini azaltmak üzere doğalgaz kullanmaya başladık ve tesisimiz 5 yıldızlı otel grubundan 4 yıldızlı otel grubuna düştü." belirtmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Yapılan çalışmada Ordu ve Giresun İllerinde faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin yenilenebilir enerji kaynakları hakkındaki tutum ve davranışlarına yönelik fikir haritası ortaya çıkarılmıştır. Ordu ilinde 13, Giresun illinde 9 olmak üzere 22 konaklama işletmesi ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Konaklama işletmesi sayısı Ordu ilinde, Giresun iline göre daha fazla; konaklama işletmelerinin türleri her iki ilde şehir otelleri ve belediye işletme belgeli tesisler olduğu, yıldızlı

tesislerin, yıldızı olmayan işletmelere göre sayıca daha az olduğu, yıldızlı tesislerin ise ağırlıklı olarak 3 ve 4 yıldızlı oldukları belirlenmiştir. Görüşme, görüşülen kişilerin buldukları görevler dikkate alındığında üst düzey ve işletmeye yön verebilecek, söz sahibi kişiler ile gerçekleşmiştir. Ordu ve Giresun İllerinde faaliyet gösteren konaklama işletmelerindeki istihdam ağırlıklı olarak 50'nin altında, yatak kapasitelerinin 100'ün üzerinde ve yıllık ortalama doluluk oranının ise 50-70 aralığında olduğu, tesislerin ağırlıklı olarak 1000 m²- 5000 m² aralığında alanda kurulduğu belirlenmiştir. Araştırma da tesislerin aylık ortalama elektrik giderininin 10.000 TL-15.000 TL, ısınma amaçlı doğalgaz kaynaklı enerji kullanımının % 86 olduğu, bu işletmelerin hiç birinin yenilenebilir enerji kaynaklı enerji kullanmadığı, işletmenin enerji giderlerinin bütçeyi aşırı derecede etkilediği, % 63 oranı ile belirlenmiştir. Yenilenebilir enerji kaynakları hakkında çok az fikir sahibi olan yöneticilerin oranı %46 ile kayda değer bulunmuştur. İşletmenin enerji ihtiyacını yenilenebilir enerji kaynaklarından karşılamayı düşünen yöneticilerin oranı % 77 ile dikkat çekici bulunmasına rağmen bu kaynaklara yönelik fizibilite çalışması yaptırmayan işletme sayısının % 59 ile dikkat çekici bulunmuştur.

Bulgularımızdan elde edilen sonuçlara bakıldığında; yerel otoriteler aracılığıyla konaklama işletmelerine yönelik yenilenebilir enerji kaynakları hakkında bilgilendirme ve farkındalık çalışmasının yapılabilir. Her iki ilde yenilenebilir enerji kaynaklarından firmaların kendi ihtiyaçlarını karşılayabilecek düzeyde enerji üretimini sağlayacak ve yatırımları kolaylaştıracak bir veri bankası oluşturulabilir. Her iki ilde biokütle enerji kaynağı olarak fındıkkabuğu üzerin de AR-GE çalışması teşvik edilebilir.

KAYNAKLAR

- Anonim, (2018a). <http://bolgesel.kalkinma.gov.tr/bolge-planlari/>. Erişim Tarihi: 25.07.2018
- Anonim, (2018b). http://www.enerji.gov.tr/File/Tabii%20Kaynaklar/Sayi_15.pdf. Erişim Tarihi: 25.07.2018
- Anonim, (2018c). <http://www.kultur.gov.tr/TR,96695/istatistikler.html>. Erişim Tarihi: 28.07.2018
- Atabey, S. ve Gürdoğan, A. (2015). Doğu Karadeniz Eko-Turizm ve HES Potansiyelinin, Çevreye ve Yerel Halka Etkilerinin SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi, IJSES Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 5 (2):59-61.
- Engin, B., (2014). Türkiye Doğalgaz Arz Güvenliği ve Gelecek Projeksiyonu ile İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Enerji Enstitüsü, Enerji Bilim ve Teknolojisi Anabilim Dalı, İstanbul.
- Ertaş, M., Kırlar Can, B., Yeşilyurt, H., ve Koçak, N. (2018). Konaklama İşletmelerinin Yeşil Yıldız Uygulamaları Kapsamında Çevre Duyarlılığının Değerlendirilmesi, Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 15(1):102-119.
- Gümüş, İ. ve Örgüv, C.(2018). Konaklama Sektöründe Yenilenebilir Enerji Kaynaklarının Kullanımı ve Sürdürülebilirlik Açısından Turizme Olan Ekonomik Etkileri, Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi, 3(1):76-80.
- Güneş, G., ve Aslan, E. (2015-14-15 Kasım), Yenilenebilir Enerji Kaynaklarının Kullanımı ve Sürdürülebilir Turizme Olan Etkileri-Türkiye Örneği, Doğu Karadeniz Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Kongresi, Gümüşhane, 221-234 .
- Karaman, (2015). Enerji İhtiyacının Karşılansında Doğalgaz ve Rüzgâr Kaynaklı Enerji Çevrim Santralleri; Yatırımlar Üzerine Stratejik Bir Analiz, Yüksek Lisans Tezi, Ordu Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yenilenebilir Enerji Anabilim Dalı, Ordu.

- Karasar, N. (2011). Bilimsel Araştırma Yöntemi (1. Basım). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık Dağıtım.
- Koçel, T. (2015). İşletme Yöneticiliği, 16. Baskı, İstanbul, Beta Yayıncılık.
- Yıldırım, A. Ve Şimşek, H. (2013). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Genişletilmiş 9. Baskı, Ankara, Seçkin Yayıncılık
- Topaloğlu, C. ve Gümüş, F. (2012). Yenilenebilir Enerji Kaynaklarının Konaklama İşletmelerinde Kullanımı: Muğla İli'ndeki 4 ve 5 Yıldızlı Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma, Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi, 13. Ulusal Turizm Kongresi, Antalya.
- Turhan, S. (2010). Turizm İşletmelerinde Yeşil Pazarlama Marmaris Örneği, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Tutar, H. (2015). İşletme Yönetimi, 3. Baskı, Ankara, Seçkin Yayıncılık
- Türkmenoğlu, H. (2016). Orta ve Doğu Karadeniz'deki KOBİ'lerde Yenilenebilir Enerji Eğilimi Üzerine Bir Çalışma, Yüksek Lisans Tezi, Ordu Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yenilenebilir Enerji Anabilim Dalı, Ordu



Just In Time Production System in Accommodation Businesses: A Research in Antalya Province*

Cihat CİHANGİR¹, Hasan ŞENOL^{2*}

Abstract: Just in time (JIT) is a system which aim stoprevent waste, provides an efficient production by eliminating unnecessary and non-valuable creations on the production line and making production without storage.The aim of thisstudy is toresearchtheknowledgelevel of 5 star hotels and holiday villages active in Antalya region, about JIT system and determining advantages by applying JIT system or reasons of not using JIT system. Result of thesurveydeterminedthat, accommodation companies are applying JIT or a similar system by being aware of it or not.

Keywords: Just in Time ProductionSystem, Accommodation Businesses, tourismsector.

Konaklama İşletmelerinde Tam Zamanında Üretim Sistemi: Antalya İlinde Bir Araştırma*

Özet: Tam Zamanında Üretim Sistemi (TZÜ), israfın önlenmesini, üretim hattındaki gereksiz ve değer yaratmayan unsurların ortadan kaldırılarak etkin bir üretimin sağlanmasını ve stoklama yapmadan üretim yapılmasını amaçlayan bir yöntemdir. Bu çalışmanın amacı, Antalya bölgesinde faaliyet gösteren 5 yıldızlı oteller ve 5 yıldızlı tatil köylerinin, TZÜ sistemi hakkındaki bilgi düzeylerini tespit etmek, TZÜ uygulayan işletmelerin elde ettikleri avantajlar, TZÜ uygulamayanların da uygulamama sebeplerini ortaya koymaktır. Yapılan araştırma neticesinde, konaklama işletmelerinin farkında olarak veya olmayarak TZÜ sistemini veya TZÜ sistemine benzer bir yöntemi uyguladıkları tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Tam Zamanında Üretim Sistemi, Konaklama İşletmeleri, Turizm sektörü

1. GİRİŞ

Turizm sektörünün, son yıllarda dünyada ve Türkiye’de gerek ekonomik büyüklük gerekse de etkilediği sektörler açısından önemi giderek artmaktadır. Bu nedenle, turizm sektörü ilgi gösterilen sektörlerin başında gelmektedir. Turizm sektörüne gösterilen yoğun ilgi, sektörde rekabet ortamının artmasına, kalite standartlarının yükselmesine ve istihdamın artmasına sebep olmuştur.

Turizm sektörünün 2014 yılındaki gelişimine bakıldığında; dünyada 1.13 milyar insanın turistik seyahat yaptığı ve bu turistlerin 1.5 trilyon dolarlık harcamalarının dünya toplam ihracatının %6’sına karşılık geldiği görülmektedir. 2014 yılında yapılan 1.13 milyar kişilik turistik seyahatlerin, %53’ü tatil ve dinlenme amaçlı, %27’si arkadaş-akraba ziyareti, dini ziyaretler, sağlık turizmi amaçlı, %14’ü iş ve profesyonel sebeplerden dolayı ve

¹Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

²Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Isparta Meslek Yüksekokulu, Isparta.

*Corresponding author (İletişim yazarı):

hasansenol@isparta.edu.tr

* Bu çalışma, Dr. Öğr. Üyesi Hasan ŞENOL’un danışmanlığında Cihat CİHANGİR tarafından hazırlanmış olan “Konaklama İşletmelerinde Tam Zamanında Üretim Sistemi: Antalya İlinde Bir Araştırma” isimli Yüksek Lisans tezinden türetilmiştir.

**Ayrıca bu çalışma 3990-YL1-14 numaralı proje kapsamında Süleyman Demirel Üniversitesi Bilimsel Araştırmalar Projesi (BAP) Koordinasyon Birimi tarafından desteklenmiştir.

Citation (Atf): Cihangir, C. & Şenol, H., (2018). Konaklama İşletmelerinde Tam Zamanında Üretim Sistemi: Antalya İlinde Bir Araştırma, Bilge Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2 (2): 59-84

%6'sı da diğer sebeplerden dolayı gerçekleşmiştir. Türkiye'de de dünyadaki gelişmelere paralel olarak gerek gelen turist sayısında gerekse de turizm gelirleri bağlamında periyodik olarak yıllar itibarıyla artış meydana geldiği görülmüştür.

Türkiye, gerek sahip olduğu kültürel ve tarihi varlıklar bakımından, gerekse dünyanın yaşanabilir en iyi iklim şartlarından birisine sahip olması bakımından, gerekse de tabiat ve doğal varlıklar açısından dünyanın en çok turistik ziyaretçi alan ülkeleri arasındadır. Türkiye; 2014 yılında, 39,8 milyon ziyaretçi ile dünya sıralamasında altıncı ve 29,5 milyar ABD Doları turizm geliriyle dünya sıralamasında onuncu sıradadır (Dünya Turizm Örgütü, 2015).

Araştırmanın yapıldığı Antalya bölgesi; 2014 yılında 11,5 milyon turist tarafından ziyaret edilerek, Türkiye'nin en fazla turist çeken iki bölgesinden birisi olmuştur (Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2015). Ülkeye gelen toplam yabancı turistlerin %29'unun Antalya bölgesini tercih ettikleri görülmektedir (İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2015). Antalya bölgesi, son 30 yılda sadece Türkiye'nin değil, Avrupa'nın da en hızlı büyüyen turistik bölgelerinden birisi olmuştur. Sahip olduğu doğal ve kültürel varlıkların yanında, turistik tesislerin özellikle de konaklama işletmelerinin çokluğu, sunulan hizmet kalitesi ve her şey dâhil sisteminin uygulanması müşterilerin bölgeyi tercih etmelerindeki en önemli unsurlardır. 1980'li yıllarda yılda 5 bin turistin geldiği bölgeye 2014 yılında 11,5 milyon turistin gelmiş olması, bölgede turizm ve konaklama sektörünün ne kadar hızlı büyüdüğünü net bir biçimde ortaya koymaktadır.

Dünyadaki turist sayısının her geçen yıl artması konaklama işletmelerine olan ihtiyacı arttırmıştır. Türkiye'de son yıllarda konaklama işletmeleri sayılarındaki artış dikkat çekmektedir. Bu artış beraberinde rekabeti ve uluslararası standartlarda hizmet sunmayı zorunlu kılmıştır. Konaklama işletmeleri, değişen müşteri istek ve beklentilerine cevap verebilmek, sektörde yaşanan yoğun rekabet ortamında karlılıklarını arttırmak ve maliyetlerini düşürmek amacıyla maliyet yönetimi yaklaşımlarına ilgi duymuşlardır. Bu yaklaşımlardan bir tanesi de Tam Zamanında Üretim (TZÜ) yaklaşımıdır. TZÜ yaklaşımı, üretim esnasında israfın önlenmesini ve üretim kaynaklarının etkin bir biçimde kullanılmasını amaçlayan ve bu yolla maliyetlerin düşürülmesini hedefleyen bir maliyet yönetim yaklaşımıdır.

TZÜ sisteminin, konaklama işletmelerinde uygulama düzeylerini tespit etmek amacıyla Antalya yöresinde faaliyet gösteren 5 yıldızlı oteller ve 5 yıldızlı tatil köylerine yönelik anket çalışması vasıtasıyla bu işletmelerin TZÜ sistemi hakkındaki bilgi düzeyleri araştırılmıştır.

2. KONAKLAMA İŞLETMELERİ

2.1. Konaklama İşletmeleri Tanımı

Konaklama işletmeleri; ülkelerin ekonomik, kültürel, sosyal vb. yapılarına sağladığı katkılardan dolayı turizm faaliyetleri içerisindeki en önemli unsurlardan birisidir (Didin ve Köroğlu, 2008:112). İnsanların kendi ikametleri dışında çeşitli sebeplerle yapmış oldukları seyahatlere ilk önce geçici konaklama daha sonra yeme içme gibi gereksinimlerini karşılaması için mal ve hizmet üreten ticari nitelikteki işletme faaliyetleri konaklama endüstrisi faaliyetlerini oluşturur. (Olalı ve Korzay, 1993:25).

2.2. Konaklama İşletmelerinin Özellikleri

Konaklama işletmeleri, gelen konukların ihtiyaçlarını karşılayan ekonomik ve sosyal işletmeler olması nedeniyle ticaret ve sanayi işletmelerinden farklılık göstermektedir. Bu nedenle konaklama işletmelerinin kendine has özelliklerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Şener, 1997:15-18):

Bir hizmet işletmesi olan konaklama işletmelerini diğer işletmelerden ayırt eden özellikleri bulunmaktadır. Bunlar (Şengel, 2013:7-8):

- Konaklama işletmelerinin insanın insana hizmet ettiği, sunulan mal ve hizmetin genel olarak insan gücüne dayandığı emek yoğun işletmelerdir,
- Konaklama işletmelerinde hizmet eş zamanlı olarak üretilmektedir,
- Konaklama işletmelerinde mevsimsel dalgalanmalar yüksektir,
- Konaklama işletmelerinde üretilen hizmetler stoklanamaz,
- Turizm sektöründe talep, önceden kesin olarak tahmin edilemediğinden ekonomik ve politik koşullara bağlı olduğundan konaklama işletmelerinde risk olasılığı yüksektir,
- Konaklama işletmelerinde hizmet üretimi bir zincirin halkaları gibi birbirine bağlı birçok birimin işbirliği ile gerçekleşir.
- Konaklama işletmelerinde üretilen mal ve hizmetler dayanıksız olup üretildiğinde tüketilecek türdendir,

- Konaklama işletmeleri emek yoğun işletmelerdir,
- Konaklama işletmelerinde üretim ve satım eş zamanlı olarak yapılmaktadır,
- Konaklama işletmeleri günün 24 saati faaliyet gösteren işletmelerdir,
- Konaklama işletmelerinde sermayenin büyük bir kısmı sabit değerlere bağlanmıştır,
- Konaklama işletmelerinde satışlar genel olarak peşin yapılmakta ve yaygın olarak da kredi kartı kullanılmaktadır,
- Konaklama işletmelerinde konuklar kendilerine sunulan hizmeti, servis ücreti ile birlikte ödemektedir.

3. TAM ZAMANINDA ÜRETİM SİSTEMİ

3.1. Tam Zamanında Üretim Sistemi ve İşleyişi

TZÜ sisteminin geliştirilmesi ve dünyaya tanıtılması Toyota Motor tarafından gerçekleştirilmiştir. Petrol krizinin ortaya çıkmasıyla birçok Japon firması tarafından benimsenip uygulanmaya başlanmıştır. Japon şirketlerinin bu sistemi uygulayarak kaynaklarını ihtiyatlı bir şekilde kullanması bu sistemin üstünlüğünü ortaya koymuştur. Özellikle otomotiv sektöründe yaygın uygulanması ve Toyota Motor şirketinin başarısından dolayı Toyota Üretim Sistemi olarak da adlandırılmaktadır. Toyota'nın kendine özgü kalite kontrol süreçleri barındıran üretim anlayışı sektörde çığır açmıştır. Tam Zamanında Tedarik Zinciri Konsepti, yalnızca otomotiv sektörü için değil, birçok sektör için dünya çapında bir model haline gelmiştir. Toyota Üretim Sistemi (TPS), son ürünün tam anlamıyla sistemden çıktığı bir üretim şeklidir. Bu da, montaj veya üretim hattında doğru parçaların, doğru yere, doğru miktarda ve tam zamanında hiçbir fazlalık veya israf olmadan ulaşması demektir. Bu sistem büyük ölçekli stoklara ihtiyaç duyan geleneksel üretim sistemlerinden tamamen farklıdır. Toyota üretim sisteminin temelindeki düşünce ise yalnızca sipariş verilen ürünlerin, talep edilen herhangi bir anda, doğru miktarda üretilmesidir (Otomot, 2007).

TZÜ sistemini birçok farklı şekilde tanımlamak mümkündür;

TZÜ sistemi, tüketicinin istek ve beklentilerini karşılayacak mal veya hizmetin doğru zamanda, doğru yerde ve doğru miktarda üretilmesi yoluyla üretim sürecinde etkinliğin sağlanmasıdır. Bir diğer tanımıyla TZÜ, üretim için gerekli olan tüm üretim faktörlerinin sıfır stokla çalışma felsefesi ile üretim aşamasında temin edilmesidir (Acar, 2003: 10).

TZÜ, işletmenin tüm faaliyetlerine etkisi olan satın alma, mühendislik, pazarlama, personel, kalite-kontrol, müşteri ve satıcı arasındaki ilişkilerin belirlenerek israfın ortadan kaldırılması, etkin kaynak kullanımı, sürekli olarak gelişme ve verimliliğin artırılmasını amaçlayan bir üretim sistemidir (Johnderembse vd., 1991: 477).

Sade ve yalın bir üretim amaçlayan bu sistem, işletmelere rakiplerine göre daha kaliteli, daha düşük maliyetli ve daha hızlı bir yolla üretim imkânı sağlamaktadır (Üreten, 2005: 40).

3.2. Tam Zamanında Üretim Sistemine Yönelik Literatür Taraması

TZÜ sistemi ABD ve Japonya başta olmak üzere dünyanın birçok bölgesinde uzun yıllar kullanılmış ve bu sistem üzerine de birçok akademik çalışma yapılmıştır. TZÜ sistemini Kootanaeev.d.(2013) ve Gupta ve Heragu (1991) teorik olarak incelemişlerdir. Bunun yanında TZÜ sistemini, Abdul-Nourv.d. (1998); Proje Yönetimi, Savsar ve Al-Jawini (1995); Simülasyon, Flynnv.d.(1995); Toplam Kalite Yönetimi, Senguptav.d. (1993); Üretim Planlama ve Kontrol, Cao ve Schniederjans (2000) ve (2004), Fazelv.d. (1998), Min ve Pheng (2006); Stok Kontrol Teknikleri, Villa ve Taurino (2013); Yalın Üretim ve Ho ve Chang (2001), Benton ve Shin (1998), Ming-wei ve Shi-lian (1992), Huq ve Huq (1994); Malzeme İhtiyaç Planlaması gibi bir çok konuyla birlikte uygulama yapmışlardır.

Barlow (2000), İngiltere ve Kenya'da faaliyet gösteren 3 adet konaklama işletmesinde TZÜ uygulanması sonucu ortaya çıkabilecek avantaj ve dezavantajları karşılaştırmak üzere bir çalışma yapmış ve TZÜ sisteminin konaklama işletmelerinde uygulanabilmesi için öncelikli olarak TZÜ destekleyen bir satın alma ve tedarik sisteminin gerekli olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Türkiye'de ise TZÜ sistemi ve maliyetleme çalışmalarına yönelik yapılan çalışmalarda aşağıda detaylı olarak incelenmiştir;

Soyuer (1999), TZÜ sistemlerinin Küçük ve Orta İşletmelerde Uygulanma Koşulları başlıklı çalışmasında, TZÜ sisteminin beklenen başarıya ulaşabilmesi amacıyla makine ve teçhizat yerleşim problemlerine değinmiş ve hücreli yerleşim ile malzeme akışının yönetimi açısından Kanban Sistemini ele almıştır.

Baykoç v.d. (2002), çalışmalarında TZÜ sisteminin servis sistemlerine uygulanabilirliğini araştırmışlardır. Hizmet işletmelerinde TZÜ sisteminin uygulanabilirliğini ölçmek amacıyla Kentucky Fried Chicken (KFC) fast food zincirine ait bir restoranda SIMAN simülasyon sistemi ile mevcut ve önerilen sistemler simule edilmiştir. Çalışmanın sonucunda, mevcut sistem yerine önerilen sistemin, müşterinin kuyrukta ve sistemde bekleme süresi, kuyruktaki müşteri sayısı ve makine kullanım oranı gibi performans ölçütleri üzerinde önemli iyileştirmelere yol açacağı belirlenmiştir.

Savaş (2003), TZÜ sisteminin gerektirdiği maliyet muhasebesinin özneliklerini belirlemeye yönelik bir araştırma yaparak, bu nitelikleri uygulamalı olarak açıklamaya çalışmıştır. Çalışmada TZÜ sisteminin gerektirdiği maliyet muhasebesinin temel nitelikleri olarak; dönüşüm süresinin hesaplanması, süreç etkinliğinin izlenmesi, pratik kapasite-mamul maliyeti ilişkileri, performans ölçüm kriterleri ve muhasebe kayıtları örneklerle uygulamalı olarak açıklanmıştır. Çalışmanın sonucunda, üretim biçiminde yaşanan değişimin geleneksel maliyet muhasebesi anlayış ve uygulamalarında da değişiklik getireceği kanaatine ulaşılmıştır.

Güner ve Karaca (2004), TZÜ sisteminde tedarikçi ilişkileri ve en iyi parti büyüklüğü üzerine bir uygulama adlı çalışmalarında, TZÜ yapısına uygun olarak ev aletleri üreten bir firmanın tedarikçi ilişkilerini incelemişlerdir. Seçilen bir ürün için kullanılan parçalar arasından "Pareto Analizi" yardımıyla incelenecek parçalar belirlenerek bu parçaların tedarikçileri arasından "Boyut Analizi" yardımıyla seçim yapılmıştır. Pareto Analizi yardımıyla, belirlenen ürünü oluşturan 45 alt ürün arasından maliyetin %80'ini oluşturan 19 parça seçilmiş ve bu parçaların 83 olan tedarikçi sayısı Boyut analizi kullanılarak 19'a indirilmiştir. Çalışmanın sonucunda stok devir hızı ve stok tutma maliyetleri açısından iyileşmeler görülmüştür.

Erol (2004), Toplam kalite yönetimi ve TZÜ yaklaşımlarının satın alma işlevi ile ilişkilendirilmesine yönelik çalışmada, stratejik bir satın alma politikası oluşturmuştur. Matematiksel programlama ve çoklu kriter yaklaşımı kullanılarak bütünsel bir yaklaşım demir çelik sektöründe faaliyet gösteren bir işletmeye uygulanmıştır. Uygulama sonucunda stok taşıma maliyetleri, satın alma çevrim süreleri, hatalı

sevkiyat oranları ve kârlılık oranlarında iyileşmelere yol açmıştır.

Firuzan (2004), çalışmada TZÜ sistemini tüm yönleriyle ele almış ve General Motors Türkiye fabrikasında uygulanması ile ortaya çıkan gelişimler aşamalı olarak incelemiştir. Çalışmanın sonucunda TZÜ sistemi ile üretim karmaşıklığının giderildiği, maliyetlerin azaldığı ve kalitede artışlar olduğu gözlenmiştir.

Erdoğan v.d. (2006), TZÜ sisteminin Kütahya ilinde seramik üretimi yapan kobilerde uygulanabilirliğini anket çalışması ile ölçmüştür. Çalışma sonucunda seramik üretimi yapan kobilerin TZÜ sistemini uygulamaları adına olumlu sonuçlar gözlenmiş ve ufak rötuşlarla sisteme ayak durabilecekleri görülmüştür.

Acar v.d. (2006), Denizli, Isparta, Uşak, Afyon ve Bursa bölgelerinde tekstil sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin TZÜ sistemini uygulama boyutlarını ölçmüşlerdir. Söz konusu işletmelerin TZÜ sisteminden beklentileri ve TZÜ sisteminin uygulanması sırasında karşılaşılan işletme içi ve işletme dışı sorunların önem düzeyleri, literatür dikkate alınarak oluşturulan anket formu kullanılarak tespit edilmeye çalışılmıştır. Uygulamaya konu olan 61 işletmenin, TZÜ felsefesinin gereklerini yerine getiremedikleri gözlenmiştir.

Kanat ve Güner (2006), çalışmalarında TZÜ sisteminin felsefesini, amaçlarını ve unsurlarını inceleyerek tekstil ve konfeksiyon sanayine uygulanabilirliğini incelemişlerdir. Yazarların teorik olarak yaptıkları çalışma sonucunda tekstil ve konfeksiyon sektöründe esnek olarak uygulanan TZÜ sisteminin disiplin ile uygulanması istendiğinde uygulamanın hız kazanacağı anlaşılmıştır.

Sönmez (2007), TZÜ ortamında maliyet muhasebesi sisteminin yapısı ve işleyişini araştırmıştır. Teorik olan yapılan çalışmada geleneksel maliyet muhasebesi ile Tam Zamanında Maliyet yönetimi karşılaştırılarak iki yöntemin de avantaj ve dezavantajları üzerinde durulmuştur.

Vargün (2009), endüstri işletmelerinde TZÜ sistemini birçok yönüyle ele alan çalışmada maliyet muhasebesinde meydana gelen etkileri ortaya koymuştur. Çalışmanın sonucunda TZÜ sisteminin uygulanabilmesi için tek düzen hesap

planında değişiklikler yapılması gerektiği gözlenmiştir.

Yıldız ve Atanoğlu (2011), Çorlu bölgesinde faaliyet gösteren 42 firma ile anket çalışması yaparak bu firmaların TZÜ sistemi ile ilgili bilgi düzeylerini ölçmeye çalışmışlardır. Anketler sonucunda firmaların TZÜ sistemini uygulaması sonucunda stok tutma, karlılık, müşteri memnuniyeti gibi konularda iyi yönlü gelişimler sağlayacağı kanısına varılmıştır.

3.3. Tam Zamanında Üretim Felsefesi

Bir Japon otomotiv firması olan Toyota tarafından 1970'li yıllarda rekabet üstünlüğü sağlamak ve üretimde etkinliği artırmak amacıyla uygulanmaya başlanan TZÜ modeli sıfır stokla çalışmayı, üretimde meydana gelen kayıpları azaltmayı, verimlilik ve kalitenin artırılmasını amaçlamaktadır. TZÜ, israfın ortadan kaldırılarak hedeflenen nihai amaca ulaşmak için sistemdeki problemlerin çözülmesini gerekli kılar (Şahin vd., 2001: 252).

Toyota firması daha önce kullandığı geleneksel üretim modelinden vazgeçerek tamamen yeni ve modern bir sistem olan TZÜ sistemini uygulamaya başlamıştır. Bu üretim modeli ile üretilen otomobiller rakip firmaların otomobillerine göre daha ucuz olmasından dolayı bu otomobillere yüksek bir talep oluşmuştur. Önceleri bunun kalıcı olmadığını ve ucuzluğun kalitesizlik olacağını düşünen rakip üreticiler, ilerleyen dönemlerde bu otomobillerin yeterli kalitede olduğunu kabul etmiş ve ucuz olmasının sebebini de üretimle ilişkilendirmişlerdir. Bu üretim sistemini diğer üretim alanlarında da uygulamaya başlayan Japon firmaları TZÜ felsefesi sayesinde küresel alanda rekabet üstünlüğü sağlamışlardır ve bu felsefe batılı ülkeler tarafından da örnek alınmaya başlanmıştır (Yamak, 1999: 297).

TZÜ felsefesine göre birim maliyetleri düşürmek için bir üründen çok miktarda üretmek yerine o ürünü meydana getiren faktör bileşimlerini tespit ederek, üretim süreçlerini iyileştirmek ve kayıpları azaltarak üretimde verimliliği sağlamak esastır. Bu yönüyle TZÜ sistemi geleneksel üretimden farklılık göstermektedir (Yamak, 1999: 293).

Üretimde ihtiyaç duyulan tüm malzemelerin tam ihtiyaç duyulan anda temin edilmesi ile gerek üretim sürecine girmek üzere depolarda bekleyen pahalı malzeme israfını, gerekse de malzemenin geç

temin edilmesi nedeniyle üretim kaynaklarının boş bekleme israfı önlenmiş olur. Sıfır stokla çalışma sistemi; ıskarta, kusurlu üretim, yer israfı, fazla stok bulundurma, atıl kapasite ve benzeri israfların olmasını engeller. Buna göre TZÜ Felsefesinin üç temel esası şöyledir (Şahin vd., 2001: 253);

- İsrafın azaltılması
- Sürekli iyileştirme
- Stok birikiminin önlenmesi.

TZÜ sistemi, kalite kontrol standartları uygun olduğu sürece doğru bir şekilde yerine getirilebilir. Üretim esnasındaki israfların önüne ancak bu yolla geçilebilir. Özellikle çalışanların birbirleriyle iyi iletişimlerinin olması ve eğitilmiş kişilerden oluşması gerekmektedir. TZÜ sisteminin sağlıklı bir biçimde işlemesi aşağıdaki unsurlar sayesinde mümkündür (Monden, 1983: 6):

- Kanban sistemi,
- Talep ile üretimden çıkan miktarın dengelenmesi ile tahmini ve fiili üretim arasındaki sapmanın minimize edilmesi,
- Tedarik örgütlenmesinin etkin bir şekilde kullanımı ile hammadde veya yarı mamullerin üretime tam zamanında sevk edilmesi,
- İşlem ve faaliyetlerin standardize edilmesi,
- U tipi üretim hatlarının kurulması,
- Uyarıcı ve gözlenebilen bir kontrol sistemi geliştirilmesi,
- Çalışanların katılımını artırıcı ve teşvik edici politikaların uygulanması,
- Makine yerleşimi ve tesis düzeninin değişik üretim yapacak şekilde esnek olması.

TZÜ sistemi, her bir hammadde veya yarı mamulün montaj bandı üzerine "tam zamanında" ve yalnız "ihtiyaç duyulan miktarda" gelmesi temeline dayalı bir üretim sistemidir. Her bir parça montaj zincirindeki ilgili alana "doğru zamanda" gelmekte, dolayısıyla stok maliyeti ve depolama ihtiyacı oluşmamaktadır.

İşletmelerin elinde bulunan stoklar bir takım maliyetlere yol açarak işletmelerin rekabet gücünü azaltmaktadır. Katlanılan bu maliyetler hem elde bulundurma maliyeti yaratmakta, hem de üretim hacmine göre aşırı hammadde alımı sonucu israf meydana getirerek verimsizliğe yol açmaktadır. TZÜ, girdi ile çıktı arasındaki sapmaları önleyerek verimliliği artırmayı amaçlar.

Japonlara göre stok bulundurma nedeniyle ortaya çıkan sorunlar aşağıdaki gibidir (Üreten, 1998: 233-234):

- Stoklar üretim sistemindeki tüm hataları gizleyen unsurlardır. Hatalı parça ya da ürünün, bir sonraki üretim sürecine veya müşteriye aktarılmayıp stoklanması hatanın fark edilmesini engeller. Hatalı ürünlerin üretim sisteminde ilerlemesi firelerin yükselmesine neden olur. Hatalı bir ürün üretim sürecinde ilerledikçe düzeltilmesi zorlaşacak ve sisteme daha fazla maliyet yüklenmesine neden olacaktır.
- Depolama alanı işletmenin fonksiyonlarını bölen ve iletişimi zorlaştıran bir alandır. Sistemde, hammadde, yarı mamul ve mamul stoklarının bulunması, bunlar için tesis alanının işgal edilmesi, taşınmaları için ekstra maliyetler ve karmaşaya neden olur.
- Stokların fazla bulunduğu tesislerde denetim ihtiyacı artmaktadır. Ayrıca daha fazla planlamaya ve stokların taşınması için daha büyük sistemlere ihtiyaç duyulur.

3.4. Tam Zamanında Üretim Sisteminin Unsurları

TZÜ sistemi; üretimin tüm safhalarında israfın ortadan kaldırılması hedefine ulaşmayı amaçlar ancak bu hedefe ulaşmak için aşağıda belirtilen ikincil hedeflerin gerçekleştirilmesi gerekir (Acar, 2003: 11):

- Talepteki miktar ve çeşit açısından günlük ve aylık dalgalanmalara sistemin adaptasyonunu sağlayacak bir şekilde kalite kontrol fonksiyonunun geliştirilmesi,
- Her üretim sürecinin kendisinden sonraki üretim sürecine hatasız parçaların gönderilmesini sağlayacak bir kalite güvence sisteminin kurulması,
- İnsan kaynağını kullanarak sistemin maliyet azaltma hedefine ulaşmasını sağlamak için insana saygının esas olduğu bir örgüt kültürünün oluşturulması.

TZÜ sistemi; otomasyon, esnek işgücü ve yaratıcı düşünce unsurlarından oluşmaktadır. Bu unsurlar aşağıda detaylı olarak açıklanmıştır (Acar, 2003: 11):

3.4.1. Jidoka (Otomasyon)

Jidoka, kavramsal olarak otokontrol manasına gelmektedir. Ohno'ya göre ise, "herhangi bir anormallik durumunda devreye girerek, makineyi otomatik durduran bir cihazla donatılmış

makinelere" olarak ifade edilmektedir (Ohno, 1996: 46).

Jidoka, Toyota firmasında insan aklının makineye aktarılması veya akıllı otomasyon anlamında kullanılmaktadır. Buradaki temel amaç en ince ayrıntının ve kontrol edebilme özelliğinin makine üzerinde sağlanmasıdır. Üretimde meydana gelen hatalı parçaların tespit edilerek sistem dışına çıkarılması da Jidoka'nın bir parçasıdır. Böylelikle sistem içerisinde kusurlu parçaların üretiminin diğer süreçlerindeki maliyeti artırıcı etkileri ortadan kaldırılmış olur. Değer katmayan her şey işgücü ve enerji kaybına yol açarak kaynak israfını artırır. Jidoka uygulamaları üç temel prensibe dayanır. Bunlar (Akyol, 2008):

- Hatanın tespiti anında üretimin durdurulması,
- Geri bildirimde bulunmak ve acil olarak gerekli tedbirlerin alınması,
- Makine ve insan çalışmasını birbirinden ayırmak.

JIDOKA uygulamasının işletmelere sağladığı katkılar aşağıdaki gibidir (Akyol, 2008);

- Çalışanlarda firenin önlenmesine yönelik bir düşünce yapısı oluşur.
- Otomasyon için maliyeti düşük, herkes tarafından anlaşılabilir uygulamalar gelişir.
- Kusurlu ürünlerin üretimde diğer aşamalara geçişi önlenerek, tek parça akışı, çekme sistemli üretim ve TZÜ'nün uygulanması kolaylaşır.
- Hatalı ürünlerin seri halde üretilmesi engellenerek fireler azaltılır.
- Problemlerin daha kolay anlaşılmasını ve çalışanların olayları daha iyi anlamasını sağlar.
- Ürün miktarında meydana gelen değişikliklere daha kolay uyum sağlanır.
- İnsana saygıyı artırır.
- Verimlilik artışı sağlanır.

3.4.2. Shujinka (Esnek İşgücü)

Geleneksel üretim anlayışı, üretim sürecinde işgücü verimliliğini arttırmak için işgörenlerin tüm mesai boyunca çalıştırılmasını esas alır. Ancak TZÜ sisteminin amacı işgörenlerin ve tezgâhların sürekli meşgul tutulması değil fazla üretimin neden olacağı israfları önlemek için iş merkezleri ve iş süreçleri arasında eleman transferinin kolayca yapılabileceği esnek işgücünün oluşturulmasını gerektirir (Demir, 2006: 82).

TZÜ sistemine göre üretim düzeyi tüketici talebine göre şekillendirilmelidir. Pazarı yeni ürünlerin sunulduğu bir ortamda, hızla gelişen bir tüketici

talebine paralel olarak işgücü sayısı da değiştirilmelidir. Bu durum işçilik maliyetlerinin kontrol altında tutulması ve TZÜ'nün başarıyla uygulanabilmesi için oldukça önemlidir. TZÜ sisteminin başarılı olması şu prensibe bağlıdır; bir ürünün üretilmesi için gerekli olan işgücü birim üretim başına sabit kalmalıdır. Buna göre bir ürünün satış süresi (Takt Time), ürünün üretim süresinin o ürüne olan talebe bölünmesiyle bulunur (Dal, 2008).

3.4.3. Soikufu (Yaratıcı Düşünce)

Japon tarzıyla yönetilen işletmelerde gelecekle ilgili kararlar yalnızca üst yönetimler tarafından değil, daha çok katılımcı bir yaklaşım uygulanması ile alınmaktadır. Bu işletmelerde bir karar alınacağı zaman bu karardan etkileneceklerin görüşleri alınır. Bir diğer karar uygulama yöntemi ise alttan üste doğru iletilen öneri belgesidir. Kararın alınması sürecinde "Ringi Sistemi" olarak isimlendirilen bir sistem uygulanır. Bu sistem, "Ringi Formu" olarak adlandırılan formların işletme çalışanları tarafından imzalanarak kararların alınmasına katılımı sağlar ve herkesin belirtilen kurallar çerçevesinde çalışmasına yön verir (Zerenler vd., 2006: 762).

TZÜ sisteminin başarıya ulaşabilmesi için işletme yöneticileri ile çalışanlar arasında iletişimin sağlanması ve çalışanların karar alma süreçlerine katılımlarının sağlanması gereklidir. Çalışanların sadece kendi sorumluluk alanlarıyla ilgili değil işletmenin bütün alanlarıyla ilgili yaratıcı fikirleri gündeme getirmesi için motive edici unsurlarında göz önünde bulundurulması başarı şansına katkı sağlayacaktır.

3.5. Tam Zamanında Üretim Sisteminin İlkeleri

TZÜ sisteminin üretim süreçlerinin esnekliği, toplam kalite kontrolü, talep çekmeli sistem, sürekli iyileştirme ve verimsizliğin yok edilmesi gibi temel ilkeleri bulunmaktadır (Brinkervd., 1996: 33). Bu ilkelere kısaca aşağıda değinilecektir:

3.5.1. Üretim Süreçlerinin Esnekliği

Teknolojideki hızlı değişimler ve yeni sistemler, üretim süreçlerinde köklü değişimler yapılmasını gerektirebilmektedir. Esnek üretim bu durumda oldukça önem kazanmaktadır. Esnek üretim sayesinde üretim sistemleri, teknoloji değişimleri karşısında yeniden uyarlanmakta ve bu sayede hedeflenen üretime göre üretim yapılması amaçlanmaktadır. Aynı zamanda alternatif üretim

sistemlerine uygun üretim süreçlerinin uygulanması ve otomasyona önem veren iş metotlarının esnek bir şekilde planlanması gereği ortaya çıkmaktadır. Esnek üretim sistemi kitle üretimin aksine daha çok mevcut pazar koşullarına göre değişimleri sağlayarak üretim yapmaya yoğunlaşır. Rekabetin artmasıyla birlikte pazara daha fazla hâkim olmak isteyen işletmeler üretim süreçlerini yeniden gözden geçireceklerdir. Bu durum yeni ihtiyaçları görerek stratejilerin bu ihtiyaçlara göre belirlenmesine olanak sağlayacaktır. Üretim süreçlerinin esnekliği, genel olarak aşağıdaki değişkenlere bağlıdır (Zerenler, 2004):

- Parça sayısı ile ölçülen esneklik,
- Farklı parçaların farklı makinelerde üretilmesi ile ilgili malzeme taşıma esnekliği,
- Değişen fonksiyonların uyarlanabilirliği ile ilgili bilgisayar sistemi esnekliği,
- Üretim süreci esnekliği.

3.5.2. Toplam Kalite Kontrolü

Japon firmaları tarafından dünyaya, kalitenin sürekli bir şekilde iyileştirilerek maliyetlerin düşürülebileceği gösterilerek, kalitenin beraberinde ek maliyet getireceği inancı çürütülmüştür. Bu ise üretim süreçlerinin etkin planlanması sonucu ıskarta ve atık miktarların azaltılması ve stoksuz bir üretim gerçekleştirilerek hatasız bir üretim yapılmasını sağlar. Dolayısıyla üretimin bütün aşamalarında ürünlere yapılan değerler artmakta ve sonuçta toplam kalite ortaya çıkmaktadır (Üreten, 1998: 237).

3.5.3. Talep Çekmeli Sistem

TZÜ sistemi senkronize bir üretim yapmayı hedefler. Üretim süresince tüm işler ve iş istasyonları, ana üretimle uyumlu ve eş zamanlı olarak çalışır (Shingo, 1985: 210).

Üretim sistemleri İtme (push) ve Çekme (pull) sistemler olmak üzere ikiye ayrılırlar. Geleneksel üretim sistemlerinde kullanılan itme sistemleri pazarda bulunan tüketiciye uygun ürünlerin üretildiği ve bu ürünlerin istenilen düzeyde talep göreceği anlayışını benimser. Talepte görülen ani değişimler karşısında sistemin bütünüyle değiştirilmesi gerektiği için itme üretim sistemleri çok fazla tercih edilmemektedir. Bunun yerine daha az zamanda istenilen satış düzeyine uygun ürün üretecek pazardaki talebe göre üretim stratejileri geliştirilen çekme tipi üretim sistemleri tercih edilmektedir. Bu sistem tüketicilerin talep ettikleri

kadar ürünün üretilmesini üreticiye bildirir ve bu siparişe göre üretim yapılır. Üretim sürecinde gerekli olan hammadde, işgücü sayısı ve kullanılacak olan makine ve teçhizatın uygun bileşimi sonrasında istenilen üretim süreci başlamış olur (Üreten, 1998: 211-222).

Çekme sistemi, son istasyondan geriye dönük olarak ihtiyaç duyulan ürünlerin bir önceki istasyondan çekilmesi şeklinde uygulanır. Bir başka deyişle, her iş istasyonu, kendisinden sonraki istasyonun taleplerini karşılayacak kadar, tam zamanlı üretim yapar. Bu sistemde üretimin yapılması talebin oluşmasına bağlıdır ve talep olmadan üretim yapılması kaynakların israfı olarak değerlendirilmektedir (Üreten, 1998: 222).

3.5.4. Sürekli İyileştirme (Kaizen)

Japonların sürekli iyileştirme sistemi olan “Kaizen”, üç önemli etkene dayanır. Birincisi; üretimdeki tüm işçilerin Kaizen kavramını iyi anlaması ve Kaizen faaliyetlerinin uygulanması konusunda hevesli olmaları gerekir. İkincisi; yöneticilerin, Kaizen çalışmalarının sonuçlarını doğru analiz edebilmeleri ve bu çalışmaları personele iyi bir şekilde anlatmaları ve teşvik etmeleri gerekir. Üçüncü olarak da; Kaizen çalışmasına katılan herkesin sadece Kaizen tekniklerini günlük planda anlayıp uygulaması değil, bu çalışmaların altında yatan felsefeyi de iyi bir şekilde anlamaları gerekir.

Toyota üretim sisteminin temel hedefi tüm üretim süreçlerinde israfın ve verimsizliğin önlenmesidir.

Ancak bu sistemin benzer diğer sistemlerden farkı, sistemin hedefe ulaşmaya çalışırken bir takım insani değerleri göz ardı etmemesidir. Oysa diğer üretim sistemlerinde verimlilik artışları genelde işgücü üzerine yoğunlaşan talepler ile mümkün olmuştur. Verimlilik artışından söz edilebilmesi için, aynı üretim miktarına daha az işgücü kullanarak ulaşılabilmesi veya aynı işgücü ile daha fazla üretim yapılması gerekmektedir. Toyota uygulamasında ise verimlilik ve işgücü arasındaki fonksiyon, “kalite kontrol çemberleri” olarak adlandırılan küçük düzenlemeler sayesinde olumlu iyileştirmelerin yapılması şeklinde ortaya çıkmıştır. Burada bahsedilen küçük düzenlemeler üç ana başlık altında toplanabilir (Acar, 2003: 95):

- Gereksiz hareketlerin kaldırılması için el işçiliklerinin rafine edilmesi,
- İşgücünün ekonomik kullanılması için yeni veya gelişmiş üretim tezgâhlarının kurulması
- Malzemelerin kullanımında ekonomikliğin artırılması.

Kaizen (Sürekli iyileştirme) felsefesinin birçok yönden yeniliklere açık olma anlamı taşıdığı da bir gerçektir. Kaizen felsefesi, işletme standartlarının küçük ve kademeli iyileştirmelerle sürekli geliştirilip sürdürülmesini amaçlar. Yenilik ise teknoloji ve ekipmana yönelik olarak büyük yatırımların yapılarak radikal ilerlemelerin sağlanmasını amaçlar. Nitekim Kaizen felsefesi ile yenilikçi felsefe arasında birçok farklılıklar bulunmaktadır. Bu farklılıklar aşağıdaki tabloda belirtilmiştir.

Tablo 1. Kaizen Felsefesi ile Yenilikçilik Arasındaki Unsurlar Açısından Farklılıklar

	KAİZEN	YENİLİK
1.Etki	Uzun vadeli, uzun süreli fakat heyecan verici değil	Kısa vadeli, Heyecan verici
2.İlerleme	Küçük adımlarla	Büyük adımlarla
3.Tempo	Sürekli ve düzenli gelişerek	Aralıklarla ve gelişimi düzensiz
4.Değişim	Kademeli ve Sürekli	Birdenbire ve geçici
5.Katılım	Herkes	Sınırlı Sayıda
6.Yaklaşım	Çoğulcu; grup çabaları, sistemsel yaklaşım	Katı bireysellik, bireysel fikir ve çabalar
7.Tarz	Koruma ve iyileştirme	Hurdalama ve yeniden kurma
8.Kıvılcım	Konvansiyonel bilgi, çağdaş	Teknolojik atılımlar, yeni keşifler, yeni teoriler
9.Uygulama Gereksinimi	Küçük yatırım, korumaya dönük yoğun çaba	Büyük yatırım ve koruma yönünde az çaba
10.Çaba Yönelimi	İnsan	Teknoloji
11.Değerlendirme Kriterleri	Daha iyi sonuca yönelik yöntem ve çabalar	Kar amacına yönelik sonuçlar
12.Avantaj	Yavaş gelişen ekonomilerde iyi işler	Hızlı gelişen ekonomilere daha uygun

Kaynak: Masaaki IMAI, <http://sistempatent.com/portals/0/kaizen.pdf> , 26/03/2015

3.5.5. Verimsizliklerin Yok Edilmesi

TZÜ sistemi, üretim sürecindeki tüm israfların minimize edilerek, sürekli olarak bir gelişmeyi öngörmektedir. Dolayısıyla işletmelerin verimli bir üretim yapabilmesi için aşağıdaki kayıplara son derece dikkat etmesi gerekmektedir. Hall tarafından belirtilen ve birçok kaynakta “Yedi Büyük İsrâf” olarak bahsedilen yedi adet kayıp mevcuttur. Bunlar (Hall, 1987: 26):

- Fazla Üretim Kaybı,
- Bekleme Kaybı,
- Taşıma Kaybı,
- İşlem Kaybı,
- Stok Kaybı,
- Hareket Kaybı,
- Hatalı Ürün Kaybı.

3.6. Tam Zamanında Üretim Ortamında Maliyet Yönetimi

Maliyet muhasebesi sistemleri, işletmelerin ürün niteliğine, kullanılacak olan üretim sistemlerine ve kullanılan teknolojilerin özelliğine göre işletmeden işletmeye değişmektedir. Her işletme kendi özelliklerine göre en uygun olan maliyet yönetimi sistemini uygulamalıdır. Uygulamalarda dikkat edilmesi gereken en önemli unsur uygulanan sistemin gelişmelere açık olmasıdır. Sistem değişen şartlara uygun hale getirilemediği halde en modern sistem dahi olsa etkin ve doğru sonuç alınamaz (Altuğ, 1996: 12).

Maliyet muhasebesi, üretilen mamul ve hizmetlerin maliyetini oluşturan maliyet gider türlerinin oluş yerlerini ve ilgili oldukları mamul ve hizmet türleri bakımından belirlenip izlenmesine olanak sağlayan bir hesaplama ve kayıtlama sistemi olup belirli bazı faaliyetler veya faaliyet kolları için değil, her tür üretim faaliyeti için maliyet hesaplanmasına olanak sağlamaktadır (Altuğ, 1996: 12).

İşletmelerde uygulanan maliyet muhasebesi sistemleri işletme türüne göre değişiklik göstermektedir. Sipariş maliyeti sistemi, genellikle sipariş üzerine üretim yapan işletmelerde, her bir ürünün maliyetlerinin ayrı ayrı izlendiği maliyetleme sistemidir. Bu yöntemin esası, direk ilk madde ve malzeme ile direk üretim giderlerinin doğrudan üretim partileri üzerinden saptanıp izlenmesi; genel üretim giderlerinin ise uygun ölçülerin kullanılarak üretim partileri arasında dağıtılmasıdır (Büyükmirza, 2008: 243).

Safha maliyeti sistemi tek tip ürün üreten firmalar tarafından uygulanmaktadır. Bu sistemin esası, belirli bir dönemde katlanılan üretim giderlerinin üretim aşamasında toplanması ve her bir aşamanın giderlerinin o aşamanın üretim miktarına bölünmesiyle aşamanın birim maliyetinin hesaplanmasıdır. Bir aşamada tamamlanıp bir sonraki aşamaya devredilen mamuller, tamamlandıkları aşamanın birikimli birim maliyeti ile maliyetlendirilerek, bir sonraki aşamaya aktarılacak toplam maliyet belirlenir (Büyükmirza, 2008: 251).

Tam zamanında maliyet muhasebesinin yapısal oluşumunda sipariş ve safha maliyeti sistemlerinin özelliklerinden yola çıkmıştır. Dolayısıyla tam zamanında maliyet muhasebesi sistemi, TZÜ uygulanan işletmelerde safha ve sipariş maliyet sistemlerinin birlikte uygulanmasından oluşan bir maliyet sistemidir (Hornsgren vd., 1987: 583).

Sipariş ve safha maliyeti sistemlerinin ortak kullanılması ile ortaya çıkan tam zamanında maliyet muhasebesi sistemi etkinliğini ve verimliliğini sürdürebilmek için aşağıdaki amaçlara sahip olmalıdır (Keegan vd., 1998: 37):

- En önemli maliyet kararlarının verildiği tasarım aşamasında ürünün yaşam süresiyle ilgili maliyetler hakkında ayrıntılı bilgi vermek,
- Dönemler arasında maliyet uygunluğunu sağlamak amacıyla ürün maliyetlerine etki eden faktörler üzerine yoğunlaşmak,
- Maliyetlerin azaltılabilmesi için ürünün yaşam süresi ile ilgili maliyetleri izleyebilmek,
- Üretime destek hizmetleri maliyetlerinin daha etkin bir biçimde kontrolünü sağlamak,
- Geçmişteki maliyetlerden ziyade gelecekte oluşması muhtemel maliyetlere önem vermek,
- Planlama ve fark analizlerinin yapılmasına istenilen düzeyde yardımcı olmak,
- Zaman ve kaynak israfını ortadan kaldırmak için planlamada yönetimin ihtiyaç duyduğu maliyet ayrıntılarının seviyesi ile bütçeleme, maliyet hesaplama, raporlama ve kontrol için ihtiyaç duyulan maliyetleri birbirinden ayırmak,
- Yönetimin tüm aşamalarında faaliyetleri teşvik edici raporları sağlamak,
- İş istasyonlarında denetçilerin toplamış oldukları verileri, aynı zamanda üretim sürecinden elde edilmiş bir yan ürün gibi maliyet yönetim verisi olarak kullanmak,
- Yatırım stratejilerinin başarısını ölçmek için gerekli olan tüm bilgileri izlemek ve raporlamak.

TZÜ sisteminin geleneksel maliyet muhasebesi sistemleri ile karşılaştırıldığında ortaya çıkan birçok üstünlükleri vardır. Bu üstünlükler üretimin daha planlı bir şekilde gerçekleştirilmesi, muhasebe yönünden kolaylık sağlaması, üretim süreçlerinin basitleştirilerek etkinliğin artırılması ve kaynakların daha verimli kullanılması şeklinde sıralanabilir.

TZÜ sisteminde kullanılan unsurlar, Tam Zamanında Maliyet Yönetimine bir takım üstünlükler kazandırmaktadır. Bu unsurların Tam Zamanında Maliyet yönetimine sağladığı üstünlükler aşağıdaki tabloda gösterilmiştir

Tablo 2. TZÜ Sistemi Unsurlarının Tam Zamanında Maliyet Yönetimine Sağladığı Üstünlükler

TZÜ Unsurları	Tam Zamanında Maliyet Muhasebesi Sistemine Sağladığı Üstünlükler
Üretimin hücrelerde yapılması	1. Dağıtımlar büyük ölçüde ortadan kalkar 2. Daha basit veri toplanması sağlanır.
Basit, esnek teçhizat kullanımı	1. Amortisman süresi ve metodların daha etkin kullanımı
Üretilebilir ürün dizaynı	1. Daha düşük garanti maliyetleri 2. Dizayn ve ürün mühendisliği arasında daha sıkı bir işbirliği 3. Daha az artık ve tekrar işleme maliyeti
Çok fonksiyonlu işgücü ve karar alma	1. İşçilik raporlarının basitleştirilmesi 2. Grup raporlama 3. Uygun davranışları teşvik etmek ve gruba yönelik kararları kolaylaştırmak için zamanında maliyet ve performans raporlarının gerekli olması
Kaynakların en yüksek kalitede olması	1. Çok az sayıda değer yaratmayan bölüm olması 2. Tekrar çalışma, artık ve garanti maliyetlerinin izlenmesine daha az önem verilmesi 3. Kalite maliyetlerinin doğrudan mamulle ilişkilendirilmesi
Üretim ve transferlerde küçük kafiye miktarları	1. Yarı mamul stoklarının azalmasından dolayı üretimin her aşamasında bu stokların izlenmesine gerek duyulması 2. Malzeme nakli maliyetlerinin mamullerle direkt olarak ilişkilendirilmesi

Kaynak: Jack C. BAILES, ve Ilene K. KLEİNSORFE, **CuttingWaste With Jit**, Management Accounting, 1992, s.31.

TZÜ sisteminin ürün maliyetlerini daha doğru olarak belirlemesi ve daha etkin olarak kontrol etmesi de geleneksel maliyet sistemlerine göre bir diğer üstünlüğüdür. Geleneksel maliyet muhasebesi sistemleri standart ve fiili maliyetlerin karşılaştırılarak farkların saptanması ile maliyet kontrollerini gerçekleştirmektedir. Bu yöntemin sonucu olarak geleneksel maliyet sistemini uygulayan işletmeler karlıklarını artırabilmek için maliyetlerini minimuma indirmeye çalışmaktadırlar. Bu durum kalitenin azalmasına neden olmaktadır. TZÜ sistemi yapısı gereği gereksiz olan her türlü maliyetleri üretim sürecinden çıkardığı için işletmelerin daha kaliteli ama daha az maliyetli ürünler üretmesine olanak sağlamıştır (Karcioğlu, 1997: 7).

TZÜ maliyet yönetimi yaklaşımı, maliyet muhasebesini özellikle (Altunay, 2007: 15);

- Bazı maliyet unsurlarının direkt izlenebilirliğinin artması,
- Endirekt faaliyetler için maliyet havuzlarının ortadan kaldırılması veya azaltılması,
- İşçilik ve genel yönetim maliyet saptamalarına verilen önemin azalması,
- Üretimle ilgili detaylı bilgi kayıtlarının azaltılması anlamında etkilemektedir.

Belirtilen tüm özellikler dikkate alındığında TZÜ sistemi için gerekli olan maliyet muhasebesi sistemi, geleneksel maliyetleme yöntemlerine göre daha yenilikçi, daha modern ve yönetim kararları için daha etkin ve doğru sonuçlar üreten bir sistemdir.

4. ARAŞTIRMA

Araştırmanın yapıldığı Antalya bölgesine gelen turistlerin konaklama ihtiyaçlarını karşıladığı en önemli işletmeler şüphesiz ki 5 yıldızlı oteller ve tatil köyleridir. Bölgede, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü verilerine göre, belgeli 314 adet 5 yıldızlı otel ve tatil köyü bulunmaktadır (Turizm Yazarları ve Gazetecileri Derneği, 2015).

Konaklama işletmelerinde TZÜ sisteminin uygulama düzeylerinin araştırıldığı bu çalışmada, Antalya bölgesinde faaliyet gösteren 5 yıldızlı otel işletmeleri ve 5 yıldızlı tatil köylerinde anket çalışması yapılmıştır. Anket sonuçlarından elde edilen bulgular bu bölümde detaylı olarak incelenecektir.

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın amacı Antalya bölgesinde faaliyet gösteren 5 yıldızlı otel işletmeleri ve tatil köylerinde TZÜ sisteminin uygulanıp-uygulanmadığının belirlenmesi suretiyle TZÜ sisteminin uygulanma düzeyinin tespit edilmesidir. Böylelikle TZÜ uygulayan ve uygulamayan işletmelerin, elde ettikleri avantajlar ve dezavantajların tespit edilmesi amaçlanmaktadır. TZÜ uygulayan ve uygulamayan işletmelerin karşılaştırılması suretiyle, özellikle maliyet gibi konularda ortaya çıkabilecek olumlu etkilerin işletmelere sağlayabileceği faydaların veya olumsuz etkilerin tespit edilerek ortadan kaldırılması yönüyle önem taşımaktadır.

4.2. Araştırmanın Kapsamı

Kasım 2015'te Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğünden alınan verilere göre Antalya'da Manavgat (107), Alanya (59), Serik (59), Kemer

(55), Antalya-Merkez (32), Kumluca (1) ve Finike (1) 5 yıldızlı otel işletmeleri ve tatil köyleri faaliyet göstermektedir. İl Kültür ve Turizm Müdürlüğünden işletme belgesi olmasına rağmen bazı nedenlerden (Yeni inşa, tadilat, işletme devri, İflas vb.) dolayı faaliyette bulunmayan işletmeler bu listeye dâhildir. Söz konusu işletmeler faaliyette bulunmadıklarından dolayı anket için kendilerine ulaşılmamıştır.

Anket çalışması katılımın fazla olması için düşük sezon olarak tabir edilen Nisan-Mayıs ve Ekim-Kasım dönemlerinde yüz yüze görüşme yöntemiyle yapılmıştır. Ayrıca ulaşılmaması zor olan veya yoğunluğu fazla olan işletmelerin yetkililerine telefon, mail yoluyla ulaşılarak veya internet üzerinden hazırlanmış olduğumuz anket formu gönderilerek katılımı sağlanmıştır.

Araştırmaya katılan 5 yıldızlı otel işletmeleri ve tatil köylerinin faaliyet gösterdikleri bölgeye göre sayıları aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 3. Ankete Katılan İşletmelerin Faaliyet Bölgelerine Göre Dağılımı

Kon.İşl. Türü	5 Yıldızlı Otel	5 Yıldızlı Tatil Köyü	Toplam	Cevaplayanlar İçindeki Pay (%)	Yörede Bulunan İşletmeler İçindeki Pay (%)
Turizm Bölgesi					
Antalya-Merkez	8	-	8	7.84	32
Kundu	5	-	5	4.90	71.42
Belek	13	4	17	16.66	28.81
Manavgat	14	3	17	16.66	15.88
Alanya	19	5	24	23.52	40.67
Kemer	23	7	30	29.41	55.77
Kumluca	-	1	1	1.0	100
Toplam	82	20	102	100.00	32.48

Yapılan anket çalışmasına katılan işletmelerin faaliyet bölgelerine bakıldığında ise en fazla katılımın sırasıyla Kemer (%29.41), Alanya (%23.52), Belek (%16.66) ve Manavgat (%16.66), Antalya-Merkez (%7.84), Kundu (%4.90) ve Kumluca (%1) şeklinde olduğu görülmüştür. Ankete katılan işletmelerin kendi yörelerinde faaliyet gösteren işletme sayılarındaki yüzde sıralaması ise Kumluca (%100), Kundu (%71.42), Kemer (%55.77), Alanya (%40.67), Belek (%28.81) ve Manavgat (%15.88) şeklindedir.

4.3. Araştırmanın Metodolojisi

Araştırma, Antalya İli genelinde faaliyet gösteren 5 yıldızlı tatil köyleri ve otel işletmelerinde anket

uygulanması yapılmak suretiyle gerçekleştirilmiştir. 17 sorudan oluşan anketin birinci bölümünde işletmeler hakkında genel bilgiler, ikinci bölümde işletmelere TZÜ uygulayıp-uygulamadıkları ve TZÜ'den sağlanan faydalar ve TZÜ uygulanmaması sebebine yönelik sorular sorulmuştur. Anketin üçüncü ve son bölümünde ise işletmelere ilk madde ve malzeme satın alma yöntemleri ve tedarikçileri ile olan ilişki düzeyleri hakkında sorular sorulmuştur. Anket çalışmasında kullanılan bazı sorular, Durmuş Acar, Nuri Ömürbek ve A.Hüsrev Eroğlu tarafından hazırlanan, "Tam zamanında üretim sisteminin tekstil sektöründeki uygulama boyutları" adlı makaleden alınmıştır. Anket verilerine öncelikle güvenilirlik testi yapılmıştır. Güvenilirlik test sonuçlarına göre Cronbach's Alfa

değeri ,682 düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Bu sonuca göre ölçek güvenilirdir. Araştırma anakütlesi olan 314 adet otel işletmesinden 200 tanesine anket formu ulaştırılmış ve 102 tane işletmeden (%51) geri dönüş alınmıştır. Anketi cevaplayan işletmelerin anakütleye olan oranı ise %32.48 olarak gerçekleşmiştir.

4.4. Araştırmanın Hipotezleri

HA1: İşletmelerin İlk madde ve malzeme satın alma şeklini belirleme noktasında TZÜ uygulayan işletmelerle TZÜ uygulamayan işletmeler arasında anlamlı bir farklılık vardır.

HA2: İşletmelerin İlk madde ve malzemeyi sipariş etme zamanı bakımından TZÜ uygulayan işletmelerle TZÜ uygulamayan işletmeler arasında anlamlı bir farklılık vardır.

HA3: İşletmelerin hizmet ve süreçlerin tasarımında tedarikçilerle sürekli koordinasyon halinde olmaları bakımından TZÜ uygulayan işletmelerle TZÜ uygulamayan işletmeler arasında anlamlı bir farklılık vardır.

HA4: İşletmelerin hizmet tasarımına rutin olarak önemli tedarikçileri dahil ederek tasarıma ilişkin maliyet dahil her türlü bilgiyi paylaşmaları bakımından TZÜ uygulayan işletmelerle TZÜ uygulamayan işletmeler arasında anlamlı bir farklılık vardır.

HA5: İşletmelerin önemli tedarikçilerini iş için kendilerine bağımlı görmeleri bakımından TZÜ uygulayan işletmelerle TZÜ uygulamayan işletmeler arasında anlamlı bir farklılık vardır.

4.5.1. Genel Bilgiler

HA6: İşletmelerin yiyecek ve içeceklerin malzeme kalitesindeki olumsuzluklardan tedarikçileri sorumlu görmeleri bakımından TZÜ uygulayan işletmelerle TZÜ uygulamayan işletmeler arasında anlamlı bir farklılık vardır.

4.5. Araştırmanın Bulguları ve Analizi

Yapılan araştırma sonucu elde edilen bulgular üç bölüm halinde incelenmiştir. Birinci bölümde araştırmaya katılan işletmelere ve anketi cevaplayan işletme yöneticisine ait genel bilgiler, ikinci bölümde TZÜ sisteminin uygulanıp-uygulanmadığı, uygulanıyorsa sağlanan faydalar ve karşılaşılan sorunlar, uygulanmıyorsa uygulanmama nedenleri incelenmiştir. Üçüncü bölümde ise araştırmaya katılan işletmelerin İlk madde ve malzemeyi satın alma şekli ve satın alma zamanları ile işletmelerin tedarikçileri ile olan ilişki düzeyleri sunulmuştur.

Araştırma sonuçlarının analiz edilmesinde parametrik-non parametrik testler kullanılmaktadır. Örneklem büyüklüğünün 30'dan fazla olması, verilerin normal dağılması ve homojen olması durumlarının hepsinin olduğu çalışmalarda parametrik testler, bu şartlardan bir tanesinin dahi karşılanmaması durumunda non-parametrik testler kullanılmaktadır (Eymen, 2007:88). Çalışmamızda örneklem büyüklüğü 102 olduğu için ilk şart sağlanmasına rağmen verilerin dağılımlarını belirlemek için yapılan kolmogorov-simironov testi yapılmış olup p değerleri 0,05'ten küçük olduğu için veriler normal dağılım sergilememektedir. Bu nedenle TZÜ uygulayan-uygulamayan konaklama işletmeleri arasında anlamlı bir farklılık olup-olmadığına yönelik yazılan hipotezlere Mann-Whitney U testi uygulanmıştır.

Tablo 4. Tanımlayıcı İstatistik Bilgiler

		Frekans	%			Frekans	%
İşletmedeki Pozisyonlar	Muhasebe-Finansman	77	75,5	Faaliyet Bölgesi	Antalya-Merkez	8	7,8
	Maliyet Kontrol	17	16,7		Alanya	24	23,5
	Yiyecek- İçecek	1	1,0		Kemer	30	29,4
	Diğer	7	6,9		Kundu	5	4,9
Konaklama İşletmelerinin Faaliyet Süreleri	1-3 Yıl	26	25,5		Manavgat	17	16,7
	4-6 Yıl	8	7,8		Serik-Belek	17	16,7
	7-10 Yıl	25	24,5		Kumluca	1	1,0
	11-15 Yıl	20	19,6		Personel Sayıları	50-149 kişi	1
16 Yıl ve Üzeri	23	22,5	150-249 kişi			16	15,7
Konaklama İşletmeleri Türleri	5 Yıldızlı tatil Köyü	20	19,6			250-499 kişi	64
	5 Yıldızlı Otel	82	80,4	500 ve üzeri		21	20,6

Anketi cevaplayan işletme yöneticilerinin %75,5'inin Muhasebe-Finansman departmanında, %16,7'sinin maliyet kontrol departmanında, %1'inin yiyecek-içecek departmanında ve %7'sininde diğer departmanlarda çalıştığı görülmektedir.

Araştırmaya katılan konaklama işletmelerinin %25,5'i 1-3 yıl, %7,8'i 4-6 yıl, %24,5'i 7-10 yıl, %19,6'sı 11-15 yıl ve %22,5'i 16 yıldan fazla süredir faaliyet göstermektedir.

Anketi cevaplayan konaklama işletmelerinin %19,6'sı 5 yıldızlı tatil köyü ve %80,4'ü 5 yıldızlı otel işletmesidir. Bu işletmelerin %7,8'i Antalya Merkez'de, %23,5'i Alanya Bölgesinde, %29,4'ü Kemer Bölgesinde, %4,9'u Kundu'da, %16,7'si Manavgat Bölgesinde, %16,7'si Serik-Belek Bölgesinde ve %1'i Kumluca'da faaliyet göstermektedir.

Ankete katılan otel işletmelerinin %62,7'sinde 250-499 arasında, %20,6'sında 500 ve üzerinde, %15,7'sinde 150-249 arasında ve %1'inde 50-149 arasında personel çalışmaktadır.

Tablo 5. İşletmelerin Hammadde Alımlarında Tedarikçilerle Sözleşme Yapılma Durumu ve Sözleşme Sürelerine Göre Dağılımı

Sözleşme Yapılma Durumu	Frekans	Yüzde
Evet	102	100
Hayır	0	0,0
Toplam	102	100,0
Sözleşme Süresi	Frekans	Yüzde
6 ay	1	1,0
1 yıl	97	95,1
1 yıldan daha fazla	4	3,9
Toplam	102	100,0

Ankete katılan işletmelerin tamamının hammadde alımlarında tedarikçileri ile sözleşme yaptıkları, işletmelerin hammadde alımlarında tedarikçileri ile sözleşme sürelerine bakıldığında %95,1'inin 1 yıl, %3,9'unun 1 yıldan daha fazla ve %1'inin ise 6 aylık dönem için sözleşme yaptıkları görülmüştür.

İşletme yetkilileri ile yapılan görüşmelerde, işletmelerin sektörde uzun vadeli tahmin yürütmenin zor olduğu için işletmelerin sözleşmelerini genellikle bir yıllık bir süre için sabit bir fiyattan yaptıkları görülmüştür.

Tablo 6. İşletmelerin Depo Görevlisi Çalıştırma Durumlarına Göre Dağılımı

Depolama	Frekans	Yüzde
Evet	102	100
Hayır	0	0,0
Toplam	102	100,0
Personel Sayısı	Frekans	Yüzde
1-3	84	82,4
4-6	17	16,6
7-10	1	1,0
11 ve üzeri	0	0,0
Toplam	102	100,0

Ankete katılan işletmelerin tamamının depolama için personel çalıştırdıkları, işletmelerin, depolama bölümünde, %82,4'ünün 1-3 personel, %16,6'sının 4-6 personel ve %1'inin ise 7-10 personel çalıştırdığı tespit edilmiştir.

Tablo 7. İşletmelerin TZÜ Sistemi Uygulama Düzeylerine Göre Dağılımı TZÜ Uygulaması

	Frekans	Yüzde
Evet, TZÜ veya farklı bir isimle TZÜ benzeri bir süreç uyguluyoruz.	47	46,1
Hayır	55	53,9
Toplam	102	100,0

Ankete katılan konaklama işletmelerinin %46,1'i TZÜ sistemini veya bu sisteme benzer bir süreç uyguladıklarını, %53,9'u TZÜ sistemini uygulamadıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 8. TZÜ Sisteminin Uygulandığı Departmanlar

Departman	Frekans	Yüzde
Yiyecek-İçecek	44	93,6
Oda Malzemeleri	0	0,0
Hepsi	3	6,4
Toplam	47	100,0

TZÜ sistemi uygulayan işletmelerin %93,6'sı yiyecek ve içecek departmanlarında ve %6,4'ü ise yiyecek, içecek ve oda malzemelerinde söz konusu yöntemleri uyguladıklarını belirtmişlerdir.

4.5.2. TZÜ Sistemi Uygulama Düzeylerinin Tespiti

Beş yıldızlı tatil köyleri ve beş yıldızlı otel işletmelerinde yapılan anket çalışmasında, işletmelerin TZÜ sisteminin uygulama düzeylerinin

tespitine yönelik sorulara alınan cevaplar frekans analizi, aritmetik ortalama ve standart sapma şeklinde sunulmuştur.

4.5.2.1. TZÜ Sistemi Uygulamasından Sağlanan Faydalar ve Karşılaşılan Sorunlar

TZÜ sistemi uygulayan işletmelerin sağladıkları faydaları tespit etmeye yönelik olarak sorulara verdikleri cevapların frekansları, aritmetik ortalamaları ve standart sapmaları tablo 15’de verilmiştir

Tablo 9. TZÜ Sistemi Uygulayan İşletmelerin TZÜ Uygulamasından Sağladığı Faydalar

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Toplam	*Ortalama (X)	Standart Sapma
Sunulacak hizmetin maliyetinde azalma sağlanmaktadır.	n	-	-	1	28	18	47	4,36	0,53
	%	-	-	2,1	59,6	38,3	100		
Müşterilerin istediği hizmet özellikleri ve fonksiyonlarının sağlanması kolaylaşmaktadır.	n	-	2	2	30	13	47	4,15	0,69
	%	-	4,3	4,3	63,8	27,6	100		
Tedarikçilerden sağlanan hammadde ve malzeme ile üretilecek hizmet parça ve bileşenlerinin maliyeti azalmaktadır.	n	-	2	4	30	11	47	4,06	0,70
	%	-	4,3	8,5	63,8	23,4	100		
İsraf önlenmektedir.	n	-	-	1	20	26	47	4,53	0,54
	%	-	-	2,1	42,6	55,3	100		
Stoklara daha az sermaye bağlanmaktadır.	n	-	-	3	21	23	47	4,43	0,62
	%	-	-	6,4	44,7	48,9	100		
Stoklar minimum düzeyde tutularak stok bulundurma maliyeti ve stok yerine olan ihtiyaçta azalma sağlanmaktadır.	n	-	-	1	23	23	47	4,47	0,55
	%	-	-	2,2	48,9	48,9	100		

*1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Fikrim Yok, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum

TZÜ sistemi uygulayan işletmelerin, bu sistemi uygulamalarından sağladıkları faydalar açısından incelendiğinde sırasıyla; “İsraf önlenmektedir.” (4,53), “Stoklar minimum düzeyde tutularak stok bulundurma maliyeti ve stok yerine olan ihtiyaçta azalma sağlanmaktadır.” (4,47), “Sunulacak hizmetin maliyetinde azalma sağlanmaktadır.” (4,36), “Stoklara daha az sermaye bağlanmaktadır.” (4,34), “Müşterilerin istediği hizmet özellikleri ve

fonksiyonlarının sağlanması kolaylaşmaktadır.” (4,15) görüşleri ön plana çıkmıştır. Standart sapması en büyük olan (0,70) ve aynı zamanda ortalaması en düşük olan (4,06) “Tedarikçilerden sağlanan hammadde ve malzeme ile üretilecek hizmet bileşenlerinin maliyeti azalmaktadır.” maddesi işletmelerin TZÜ sisteminden sağladıkları faydalar arasında en düşük öneme sahiptir.

Tablo 10. TZÜ Sisteminin Uygulanması Sırasında Ortaya Çıkan Sorunların Önem Derecelerinin Tespiti

		1.derece	2. derece	3. derece	4. derece	5. derece	Toplam	*Ortalama (X)
		önemli	önemli	önemli	önemli	önemli		
Enflasyon	n	7	-	-	9	31	47	4,21
	%	14,9	-	-	19,1	66	100	
Ekonomideki istikrarsız yapı	n	1	15	12	15	4	47	3,13
	%	2,1	31,9	25,6	31,9	8,5	100	
Kalifiye işgücü yetersizliği	n	3	3	14	15	4	47	3,49
	%	6,4	6,4	29,8	31,9	8,5	100	
Tedarikçi ile yeterli ilişki kurulamaması	n	9	21	9	1	7	47	2,49
	%	19,1	44,8	19,1	2,1	14,9	100	
Talepteki ani değişimler karşısında ihtiyaca cevap verilememesi	n	27	8	12	-	-	47	1,68
	%	57,5	17,0	25,5	-	-	100	

*1.derece=en önemli ,5.derece=en az önemli

TZÜ sisteminin uygulanması sırasında karşılan sorunların önem derecelerinin tespit etmeye yönelik sorulan bu soruda 1 değeri en önemli sorun ve 5 değeri en az önemli sorun olarak ölçeklendirilmiştir. Talepteki ani değişimler karşısında ihtiyaca cevap verilememesi maddesi 1,68 ortalama değeri ile en önemli sorun olarak tespit edilmiştir. İkinci önemli sorun 2,49 ortalama değerine sahip olan tedarikçi ile yeterli ilişki kurulamaması maddesi olarak ortaya çıkmıştır. Ekonomideki istikrarsız yapı 3,13 ortalama değeri ile üçüncü önemli sorun olarak belirlenmiştir.

Kalifiye işgücü yetersizliği 3,49 ortalama değeri ile dördüncü ve enflasyon 4,21 ortalama değeri ile beşinci önemli sorun olarak ortaya çıkmıştır.

4.5.2.2. TZÜ Sisteminin Uygulanmama Nedenlerinin Tespiti

Araştırmaya katılan işletmelerin, TZÜ sistemini uygulamama nedenlerinin tespitine yönelik sorulan sorulara verdikleri cevapların frekansları, aritmetik ortalamaları ve standart sapmaları aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 11. TZÜ Sisteminin Uygulanmama Nedenleri

		Kesinlikle	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Kesinlikle	Toplam	*Ortalama (X)	Standart Sapma
		Katılmıyorum	Katılmıyorum	Katılmıyorum	Katılmıyorum	Katılmıyorum			
Tam Zamanında Üretim sisteminin yeterince iyi bilinmemesi	n	6	34	3	8	4	55	2,45	1,10
	%	10,9	61,8	5,5	14,5	7,3	100		
Üst yönetimin yeterince desteğini alamamak	n	4	24	25	2	-	55	2,45	0,68
	%	7,3	43,6	45,5	3,6	-	100		
Tam Zamanında Üretim sisteminin işletme yapımıza uygun olmaması	n	-	8	2	44	1	55	3,69	0,74
	%	-	14,5	3,6	80,1	1,8	100		
Çalışanların yeniliklere açık olmaması	n	18	20	-	15	2	55	2,33	1,29
	%	32,7	36,4	-	27,3	3,6	100		
Muhasebe bilgi sisteminin Tam Zamanında Üretimi desteklememesi	n	12	20	8	10	5	55	2,56	1,27
	%	21,8	36,4	14,5	18,2	9,1	100		
TZÜ kullanımından herhangi bir yarar veya olumlu sonuç sağlanamayacağı düşüncesinin olması	n	2	-	26	20	7	55	3,55	0,85
	%	3,6	-	47,3	36,4	12,7	100		

*1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılıyorum, 3=Fikrim Yok, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum

TZÜ sistemini uygulamayan işletmelere neden TZÜ uygulamadıkları sorulduğunda TZÜ sisteminin işletme yapısına uygun olmaması (3,69),

TZÜ kullanımından herhangi bir yarar veya olumlu sonuç sağlanamayacağı düşüncesinin olması (3,55) ve bölümler arası işbirliği sağlamanın zorluğu (3,15) yanıtları ön plana çıkmıştır. TZÜ sistemini

uygulamayan işletmeler, TZÜ sisteminin yeterince iyi bilinmesine (%72,7), çalışanların yeniliklere açık olmasına (%69,1), muhasebe bilgi sistemi TZÜ'yü desteklemesine (%58,2) rağmen TZÜ kullanımından herhangi bir yarar veya olumlu sonuç sağlanamayacağı düşüncesinin olması (%96,4), TZÜ sisteminin işletme yapısına uygun olmaması (%85,5) ve bölümler arası işbirliği sağlamanın zorluğu (%65,4) düşüncelerinden dolayı işletmelerinde TZÜ sistemini uygulamadıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 12. İşletmelerin İlk madde Ve Malzeme Satın Almada Kullanılan Yönteme Göre Dağılımları

İ.M.M. Satın Alma Şekli	Frekans	Yüzde
İhtiyaca Göre alınmaktadır.	14	13,7
Önceden anlaşmış olduğum tedarikçiden ihtiyaç durumunda stoklama yapmadan malzemeyi işletmeye getirtirim.	33	32,4
Malzemeyi satın alır, kendi imkanlarımla depolarım	55	53,9
Toplam	102	100,0

Ankete katılan işletmelerin %55,9'u İlk madde ve malzemeyi satın alıp kendi imkânları ile depoladıklarını, %32,4'ü önceden anlaşmış oldukları tedarikçiden ihtiyaç durumunda stoklama yapmadan malzemeyi işletmeye getirttiklerini ve %13,7'si ise İlk madde ve malzemeyi ihtiyaca göre aldıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 13. İşletmelerin İlk madde ve Malzemeyi Sipariş Etme Zamanında Kullandıkları Yönteme Göre Dağılımı

İ.M.M. Sipariş zamanı	Frekans	Yüzde
Hizmet üretim bölümünün isteği doğrultusunda	25	24,5
Üretim bölümünün isteği doğrultusunda, Satıcıların yapmış olduğu miktar iskontoları düşünülerek ve Sipariş ve stok bulundurma giderlerine göre Ekonomik Sipariş Miktarı (ESM) yöntemiyle	24	23,5
Üretim bölümünün isteği doğrultusunda ve Sipariş ve stok bulundurma giderlerine göre Ekonomik Sipariş Miktarı (ESM) yöntemiyle	42	41,2
Bir önceki dönem hazırlanan bütçede belirtilen miktara göre ve Üretim bölümünün isteği doğrultusunda	11	10,8
Toplam	102	100,0

İşletmelere ilk madde ve malzemeyi ne zaman sipariş ettikleri sorulduğunda ise, üretim bölümünün isteği doğrultusunda ve sipariş ve stok bulundurma giderlerine göre Ekonomik Sipariş Miktarı (ESM) yöntemiyle (%41,2), hizmet üretim bölümünün isteği doğrultusunda (%24,5) ve Üretim bölümünün isteği doğrultusunda, satıcıların yapmış olduğu miktar iskontoları düşünülerek ve sipariş ve stok bulundurma giderlerine göre ESM yöntemiyle

4.5.3. İşletmelerin İlk Madde Ve Malzemeyi Satın Alma Şekilleri, Sipariş Etme Zamanları Ve Tedarikçileri İle Olan İlişki Düzeylerinin Tespit Edilmesi

4.5.3.1. İşletmelerin İlk madde ve Malzemeyi Satın Alma Şekilleri

İşletmelerin İlk madde ve malzemeyi satın alma şekillerine yönelik olarak kullandıkları yöntemi belirlemek amacıyla sorulan soruya vermiş oldukları yanıtlar aşağıda belirtilmiştir.

4.5.3.2 İşletmelerin İlk madde ve Malzemeyi Sipariş Etme Zamanı

Araştırmaya katılan işletmelere ilk madde ve malzemenin sipariş edilme zamanı bakımından hangi yöntemi kullandıkları sorulmuş ve verilen yanıtların frekansları ve yüzdeleri aşağıda gösterilmiştir.

(%22,5) siparişlerini verdikleri görüşü ön plana çıkmıştır.

4.5.3.3 İşletmelerin Tedarikçilerle Olan İlişki Düzeylerinin Tespiti

Ankete katılan işletmelerin tedarikçileri ile olan ilişki düzeylerine yönelik sorulara verdikleri yanıtların istatistiki değerleri aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 14. İşletmelerin Tedarikçileri İle Olan İlişki Düzeyleri

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Toplam	Ortalama (X)	Standart Sapma
Hizmet ve süreçlerin tasarımında tedarikçilerle sürekli koordinasyon halindeyiz.	n	3	5	-	61	33	102	4,14	0,87
	%	2,9	4,9	-	59,8	32,4	100		
Hizmet tasarımına rutin olarak önemli tedarikçileri dâhil ederek tasarıma ilişkin maliyet dâhil her türlü bilgiyi paylaşıyoruz.	n	22	44	15	17	4	102	2,38	1,11
	%	21,6	43,1	14,7	16,7	3,9	100		
Önemli tedarikçilerimiz iş için bize bağımlıdır.	n	1	26	16	43	16	102	3,46	1,06
	%	1,0	25,5	15,7	42,2	15,7	100		
Yiyecek ve İçeceklerin malzeme kalitesindeki olumsuzluklardan tedarikçi sorumludur.	n	-	-	17	29	56	102	4,38	0,75
	%	-	-	16,7	28,4	54,9	100		

*1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılıyorum, 3=Fikrim Yok, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum

TZÜ sisteminin önemli bir paydaşı olan tedarikçiler ile olan ilişki düzeylerine bakıldığında, yiyecek içecek malzeme kalitesindeki olumsuzluklardan tedarikçi sorumlu olduğu (4,38), hizmet ve süreçlerin tasarımında tedarikçilerle sürekli koordinasyon halinde bulunduğu (4,14) ve önemli tedarikçilerin iş için işletmeye bağlı oldukları (3,46) sonucuna ulaşılmıştır. İşletmelerin, hizmet tasarım sürecinde tedarikçiler ile koordinasyon sağlamalarına rağmen maliyet bilgilerini

paylaşmaya sıcak bakmadıkları görülmektedir (2,38).

4.6. ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİNİN TEST EDİLMESİ

HA1: İşletmelerin İlk madde ve malzeme satın alma şeklini belirleme noktasında TZÜ uygulayan işletmelerle TZÜ uygulamayan işletmeler arasında anlamlı bir farklılık vardır

Tablo 15. TZÜ Sistemi veya Benzeri Bir Süreç Uygulayan İşletmelerle TZÜ Uygulamayan İşletmelerin İlk Madde ve Malzeme Satın Alma Şekli

İlk madde ve malzeme satın alma şekli	Konaklama İşletmenizde Tam Zamanında Üretim Sistemi (TZÜ) Uyguluyor musunuz?	Sayı	Ort. Uzaklık
Önceden anlaşmış olduğum tedarikçiden ihtiyaç durumunda stoklama yapmadan malzemeyi işletmeye getirtirim.	Evet	47	63,21
	Hayır	55	41,49
	Toplam	102	
Malzemeyi satın alır, kendi imkanlarımla depolarım.	Evet	47	42,45
	Hayır	55	59,24
	Toplam	102	
	Önceden anlaşmış olduğum tedarikçiden ihtiyaç durumunda stoklama yapmadan malzemeyi işletmeye getirtirim.	Malzemeyi satın alır, kendi imkanlarımla depolarım.	
Mann-Whitney U	742,000	867,000	
P anlamlılık düzeyi	,000	,001	

Araştırmaya katılan işletmelerin “Önceden anlaşmış olduğum tedarikçiden ihtiyaç durumunda stoklama yapmadan malzemeyi işletmeye getiririm.” Maddesine verdikleri yanıtlara uygulanan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre $\alpha=0.05$ anlamlılık düzeyinde ($p=0,000$ ve $p<\alpha$) TZÜ uygulayan işletmelerle, uygulamayan işletmeler arasında ilk madde ve malzemenin satın alınma şekli bakımından anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. TZÜ felsefesini benimsemiş olan bir işletmenin, ilk madde ve malzeme alımlarında, ilk madde ve malzemeyi önceden anlaşmış olan tedarikçiden, ihtiyaç duyulan anda stoklama yapmadan işletmeye getirtmesi gerekmektedir. Dolayısıyla TZÜ uygulayan işletmelerin, uygulamada TZÜ felsefesinin gerekliliği olan durumu yerine getirdikleri gözlemlenmiştir.

“Malzemeyi satın alır, kendi imkânlarımla depolarım” maddesine verilen yanıtlara uygulanan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre; $\alpha=0.05$

anlamlılık düzeyinde ($p=0,001$ ve $p<\alpha$) TZÜ uygulamayan işletmelerle, TZÜ uygulayan işletmeler arasında ilk madde ve malzemenin satın alınma şekli bakımından anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. TZÜ uygulamayan bir işletmede, ilk madde ve malzemenin satın alınıp depolanması ve ihtiyaç duyulan anda depodan çıkarılarak üretimde kullanılması gerekmektedir. Dolayısıyla TZÜ uygulamayan işletmelerin vermiş oldukları yanıtların uygulamakta oldukları sistemle uyumlu olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Her iki maddeye verilen yanıtlara göre; TZÜ sistemi uygulayan işletmelerle TZÜ uygulamayan işletmeler arasında, ilk madde ve malzemenin satın alma şekli açısından anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilerek HA1 hipotezi kabul edilmiştir.

HA2: İşletmelerin İlk madde ve malzemeyi sipariş etme zamanı bakımından TZÜ uygulayan işletmelerle TZÜ uygulamayan işletmeler arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 16. TZÜ Sistemi Uygulayan İşletmelerle TZÜ Uygulamayan İşletmelerin İlk Madde Ve Malzeme Sipariş Etme Zamanları

İlk madde ve malzeme sipariş etme zamanı	Konaklama İşletmenizde Tam Zamanında Üretim Sistemi (TZÜ) Uyguluyor musunuz?	Sayı	Ort. Uzaklık
Üretim bölümünün isteği doğrultusunda, Satıcıların yapmış olduğu miktar iskontoları düşünülerek ve Sipariş ve stok bulundurma giderlerine göre Ekonomik Sipariş Miktarı (ESM) yöntemiyle	Evet, TZÜ veya farklı bir isimle TZÜ'ye benzer bir süreç uyguluyoruz.	47	56,28
	Hayır	55	47,42
	Toplam	102	
Bir önceki dönem hazırlanan bütçede belirtilen miktara göre ve Üretim bölümünün isteği doğrultusunda	Evet, TZÜ veya farklı bir isimle TZÜ'ye benzer bir süreç uyguluyoruz.	47	47,00
	Hayır	55	55,35
	Toplam	102	
Tablo.16 Devamı			
	Üretim bölümünün isteği doğrultusunda, Satıcıların yapmış olduğu miktar iskontoları düşünülerek ve Sipariş ve stok bulundurma giderlerine göre Ekonomik Sipariş Miktarı (ESM) yöntemiyle	Bir önceki dönem hazırlanan bütçede belirtilen miktara göre ve Üretim bölümünün isteği doğrultusunda.	
Mann-Whitney U	1068,000	1081,000	
P anlamlılık düzeyi	,037	,004	

Her iki maddeye de uygulanan Mann-Whitney U testi sonucunda, ($p=0,037$ ve $p=0,004$) anlamlı farklılıklar bulunduğu tespit edildiği için HA2 hipotezi kabul edilmiştir.

TZÜ sistemini benimsemiş olan bir işletmenin ilk madde ve malzeme siparişlerini, TZÜ felsefesinin önemli bir unsuru olan talep çekmeli sisteme uygun olarak, üretim bölümünün isteği doğrultusunda vermesi gerekir. Öte yandan sipariş esnasında satıcıların yapmış oldukları iskontolar ve stok bulundurma maliyetlerinin de dikkate alınması gerekir. Bu açıdan incelediğinde, araştırmaya katılan işletmelerin, “*Üretim bölümünün isteği doğrultusunda, Satıcıların yapmış olduğu miktar iskontoları düşünülerek ve Sipariş ve stok bulundurma giderlerine göre Ekonomik Sipariş Miktarı (ESM) yöntemiyle*” maddesine verdikleri yanıtlara uygulanan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre, $\alpha=0.05$ anlamlılık düzeyinde ($p=0,037$ ve $p<\alpha$) TZÜ uygulayan işletmelerle TZÜ uygulamayan işletmeler arasında anlamlı bir farklılık bulunduğu görülmüştür. Dolayısıyla TZÜ uygulayan işletmelerin uygulamada TZÜ felsefesinin gerekliliği olan bu durumu uyguladıkları görülmüştür.

İşletmelerin, ilk madde ve malzemeyi “*Bir önceki dönem hazırlanan bütçede belirtilen miktara göre ve Üretim bölümünün isteği doğrultusunda*” sipariş edeceği maddesine vermiş oldukları yanıtlara uygulanan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre, $\alpha=0.05$ anlamlılık düzeyinde ($p=0,004$ ve $p<\alpha$) TZÜ uygulayan işletmelerle TZÜ uygulamayan işletmeler arasında anlamlı bir farklılık bulunduğu görülmüştür. TZÜ sistemini uygulamayan bir işletmenin, daha çok geleneksel yollarla ilk madde ve malzeme sipariş edeceği, siparişleri verirken geçmiş dönem bütçelerinin de dikkate alınacağı görüşü araştırmanın uygulanması esnasında araştırmaya katılan işletme yöneticileri tarafından beyan edilmiştir. Dolayısıyla TZÜ uygulamayan işletmelerinde geleneksel yöntemle uyumlu bir sistem uyguladıkları görülmüştür.

HA3: İşletmelerin hizmet ve süreçlerin tasarımında tedarikçilerle sürekli koordinasyon halinde olmaları bakımından TZÜ uygulayan işletmelerle TZÜ uygulamayan işletmeler arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 17. Hizmet Ve Süreçlerin Tasarımında Tedarikçilerle Sürekli Koordinasyon Halinde Olunması İle TZÜ Uygulanıp-Uygulanmaması Arasındaki Farklılıkların Tespiti Ve Mann-Whitney U Testi Sonuçları

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Toplam
TZÜ veya benzeri bir süreç uygulamaktayız.	0	1	0	26	20	47
TZÜ uygulamıyoruz.	3	4	0	35	13	55
Toplam	3	5	0	61	33	102
	Sayı			Ort. Uzaklık		
TZÜ veya benzeri bir süreç uygulamaktayız.	47			58,30		
TZÜ uygulamıyoruz.	55			45,69		
Toplam	102					
Mann-Whitney U	Anlamlılık Düzeyi (p)					
	0,013					

*1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılıyorum, 3=Fikrim Yok, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum

Hizmet ve süreçlerin tasarımında tedarikçilerle sürekli koordinasyon halinde olunması açısından TZÜ uygulayan işletmelerle, uygulamayan işletmeler arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığının tespiti amacıyla verilen yanıtlara

Mann-Whitney U testi uygulanmış ve $\alpha=0.05$ anlamlılık düzeyinde, anlamlı bir farklılık olduğu anlaşılabilir ($p=0,013$ ve $p<\alpha$) HA3 hipotezi kabul edilmiştir.

Bu sonuca göre TZÜ sistemi uyguladığını belirten 46 işletme, hizmet ve süreçlerin tasarımında tedarikçileri ile sürekli koordinasyon halinde olduklarını belirtmişlerdir. TZÜ sisteminin sağlıklı bir biçimde işlemesi için gerekli olan, “*Tedarik örgütlenmesinin etkin bir şekilde kullanımı ile hammadde veya yarı mamullerin üretime tam zamanında sevk edilmesi*” unsurunun araştırmaya katılan ve TZÜ sistemi uyguladığını belirten

işletmeler tarafından sağlanmış olduğu görülmektedir.

HA4: İşletmelerin hizmet tasarımına rutin olarak önemli tedarikçileri dâhil ederek tasarıma ilişkin maliyet dâhil her türlü bilgiyi paylaşmaları bakımından TZÜ uygulayan işletmelerle TZÜ uygulamayan işletmeler arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 18. Hizmet Tasarımına Rutin Olarak Önemli Tedarikçileri Dâhil Ederek Tasarıma İlişkin Maliyet Dahil Her Türlü Bilginin Paylaşılması İle TZÜ Uygulanıp-Uygulanmaması Arasındaki Farklılıkların Tespiti ve Mann Whitney U Testi Sonuçları

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Toplam
TZÜ veya benzeri bir süreç uygulamaktayız.	17	11	1	16	2	47
TZÜ uygulamıyoruz.	5	33	14	1	2	55
Toplam	22	44	15	17	4	102
	Sayı			Ort. Uzaklık		
TZÜ veya benzeri bir süreç uygulamaktayız.	47			51,06		
TZÜ uygulamıyoruz.	55			51,87		
Toplam	102					
Mann-Whitney U	Anlamlılık Düzeyi (p)					
	0,885					

Hizmet tasarımına rutin olarak önemli tedarikçileri dâhil ederek tasarıma ilişkin maliyet dahil her türlü bilginin paylaşılmasının, TZÜ veya benzeri bir süreç uygulayan ve TZÜ uygulamayan işletmeler açısından anlamlı bir fark olup olmadığının ortaya konulması için Mann-Whitney U Testi uygulanmış ve $\alpha=0.05$ anlamlılık düzeyinde, anlamlı bir farklılık olmadığı anlaşılarak ($p=0,885$ ve $p>\alpha$), HA4 hipotezi reddedilmiştir.

TZÜ sistemi veya TZÜ benzeri bir süreç uygulayan ve TZÜ uygulamayan işletmeler arasında, hizmet

tasarımına tedarikçileri dâhil ederek maliyet dâhil her türlü bilginin paylaşılması açısından anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Bir başka ifade ile işletmeler maliyet paylaşımı konusunda tutucu bir tutum izlemekte ve maliyetlerini paylaşmaya sıcak bakmamaktadırlar.

HA5: İşletmelerin önemli tedarikçilerini iş için kendilerine bağımlı görmeleri bakımından TZÜ uygulayan işletmelerle TZÜ uygulamayan işletmeler arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 19. İşletmelerin Önemli Tedarikçilerini İş İçin Kendilerine Bağımlı Görmeleri İle TZÜ Uygulanıp-Uygulanmaması Arasındaki Farklılıkların Tespiti ve Mann Whitney U Testi Sonuçları

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Toplam
TZÜ veya benzeri bir süreç uygulamaktayız.	0	4	9	27	7	47
TZÜ uygulamıyoruz.	1	22	7	16	9	55
Toplam	1	26	16	43	16	102
	Sayı			Ort. Uzaklık		
TZÜ veya benzeri bir süreç uygulamaktayız.	47			59,45		
TZÜ uygulamıyoruz.	55			44,71		
Toplam	102					
Mann-Whitney U	Anlamlılık Düzeyi (p)					
	0,008					

İşletmelerin önemli tedarikçilerini iş için kendilerine bağımlı görmeleri bakımından, TZÜ veya benzeri bir süreç uygulayan ve TZÜ uygulamayan işletmeler arasında anlamlı bir fark olup olmadığının ortaya konulması için Mann-Whitney U Testi uygulanmış ve $\alpha=0.05$ anlamlılık düzeyinde, anlamlı bir farklılık olduğu anlaşılarak ($p=0,008$ ve $p<\alpha$), HA5 hipotezi kabul edilmiştir.

TZÜ sistemi veya TZÜ benzeri bir süreç uygulayan

işletmelerin önemli tedarikçilerini iş için kendilerine bağımlı gördükleri sonucuna ulaşılmıştır.

HA6: İşletmelerin yiyecek ve içeceklerin malzeme kalitesindeki olumsuzluklardan tedarikçileri sorumlu görmeleri bakımından TZÜ uygulayan işletmelerle TZÜ uygulamayan işletmeler arasında anlamlı bir farklılık vardır

Tablo 20. İşletmelerin Yiyecek-İçecek Kalitesindeki Olumsuzluklardan Tedarikçileri Sorumlu Görmeleri İle TZÜ Uygulanıp-Uygulanmaması Arasındaki Farklılıkların Tespiti ve Mann Whitney U Testi Sonuçları

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Toplam
TZÜ veya benzeri bir süreç uygulamaktayız.	0	0	4	11	32	47
TZÜ uygulamıyoruz.	0	0	13	18	24	55
Toplam	0	0	17	29	56	102
	Sayı			Ort. Uzaklık		
TZÜ veya benzeri bir süreç uygulamaktayız.	47			58,98		
TZÜ uygulamıyoruz.	55			45,11		
Toplam	102					
Mann-Whitney U	Anlamlılık Düzeyi (p)					
	0,009					

İşletmelerin yiyecek-içecek kalitesindeki olumsuzluklardan tedarikçilerini sorumlu görmeleri bakımından, TZÜ veya benzeri bir süreç uygulayan ve TZÜ uygulamayan işletmeler arasında anlamlı bir fark olup olmadığının ortaya konulması için

Mann-Whitney U Testi uygulanmış ve $\alpha=0.05$ anlamlılık düzeyinde, anlamlı bir farklılık olduğu anlaşılarak ($p=0,009$ ve $p<\alpha$), HA6 hipotezi kabul edilmiştir.

TZÜ sistemi veya TZÜ benzeri bir süreç uygulayan

işletmelerin, TZÜ uygulamayan işletmelere göre tedarikçilerini yiyecek-içecek kalitesindeki olumsuzluklardan daha çok sorumlu gördükleri sonucuna ulaşmıştır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde küreselleşmenin artması, ulaşım imkânlarının kolaylaşması ve insanların sosyal istek ve imkânlarının artması, kültürel ve turistik faaliyetlere olan talebin tüm dünyada çoğalmasına yol açmıştır. Turistik faaliyetlere olan talebin çoğalması, bu alanda hizmet sunan işletmelerin artmasına dolayısıyla insanların temel sosyal ihtiyaçlarından olan tatil ve eğlence isteklerinin daha kolay elde etmesine yol açmıştır. Turizm ve konaklama sektörleri özellikle son çeyrek asırda küreselleşmenin etkisi ile en hızlı büyüyen sektörlerden birisi haline gelmişlerdir.

Araştırmanın yapıldığı Antalya bölgesine yılda 11,5 milyon turistin gelmesi, bunun yanında yüzlerce alternatif tesisin bulunması, bölgedeki işletmeler açısından önemli bir rekabet ortamının oluşmasına yol açmıştır. Yapılan bu çalışmada, 5 yıldızlı tesislerde işletme için büyük önem arz eden maliyetlerin düşürülerek rekabet edilebilirliğin artırılmasına ve bu fonksiyonun yerine getirilmesi sürecinde de kalitenin düşmemesini sağlayacağı varsayılan TZÜ sisteminin uygulanma düzeyleri tespit edilmeye çalışılmıştır. İşletmelerin TZÜ hakkındaki bilgi düzeyleri, işletme yapılarına uygunluğu ve TZÜ uygulamaları sonucunda elde edecekleri avantajlar, uygulamıyorlarsa da katlanmak zorunda oldukları dezavantajlar ortaya konmaya çalışılmıştır.

TZÜ sisteminin uygulanabilmesi, bu sistemi destekleyici etkin bir tedarik ağı ve yönetim anlayışı ile mümkündür. Konaklama işletmeleri açısından bakıldığında, işletmelerin hizmetlerin sunumunda en büyük işbirlikçileri olan tedarikçileri ile tamamen uyum sağlamış olması, TZÜ sisteminin başarıyla uygulanabilmesi için en önemli unsurdur. Tedarikçileri ile yeterli düzeyde koordinasyonu sağlayamadan TZÜ sistemi uygulayan bir konaklama işletmesinin, talep edilen hizmeti zamanında sunarak müşteri memnuniyetini sağlaması oldukça zor olacaktır. TZÜ sisteminin konaklama işletmelerinin yiyecek-içecek ve oda malzemeleri gibi departmanlarında uygulanması halinde, gerekli olan hammaddelerin ve ilk madde ve malzemelerin tam ihtiyaç duyulan anda tedarik edilebilmesine yönelik bir tedarik zinciri kurulması gerekmektedir. Nitekim tedarikçilerin, bölgede çok

sayıda işletmenin mevcut olmasından dolayı her bir işletmeye TZÜ destekleyen bir tedarik hizmeti sunması imkânsızdır. Araştırma esnasında işletme yöneticileri ile yapılan görüşmelerde, işletmelerin ihtiyaç duyulan ilk madde ve malzemeleri kapsayan belirli bir sipariş miktarını tedarikçilerden talep ettikleri, tedarikçilerinde belirli bir teslimat programları olduğu ve genellikle haftalık olarak siparişleri belirli bir plan içerisinde işletmelere ulaştırdıkları görülmüştür.

Yapılan araştırma neticesinde aşağıdaki hususlar tespit edilmiştir;

- Araştırma esnasında işletme departman yöneticileri ile yüz yüze yapılan görüşmelerde, işletme yetkililerinin TZÜ sistemi hakkında yeterli düzeyde bilgiye sahip olmadıkları görülmüştür.
- TZÜ sistemi ile ilgili açıklayıcı bilgilerin sunulmasının ardından yöneticilerin bir kısmı genel olarak TZÜ sistemini veya farklı bir isim altında da olsa TZÜ'ye benzer bir sistemi uyguladıklarını, yöneticilerin bir kısmı da TZÜ sistemini uygulamadıklarını ifade etmişlerdir.
- Araştırmaya katılan işletmelerin 102 adet işletmenin 47'si TZÜ veya benzeri bir yöntemi uyguladıklarını belirtirken, 55'i ise TZÜ uygulamadıklarını belirtmişlerdir.
- TZÜ veya benzeri bir yöntemi uyguladıklarını belirten işletmelerin % 87,2'sinin yiyecek-içecek departmanında TZÜ'yü uyguladıkları görülmüştür.
- TZÜ veya benzeri bir yöntemi uyguladıklarını belirten işletmeler, özellikle israfın önlenmesi, stokların minimum düzeyde tutularak stok bulundurma maliyetini azaltması ve stoklara daha az sermaye bağlanmasını TZÜ'nün uygulanmasından sağlanan en önemli faydalar olarak belirtmişlerdir.
- Araştırmaya katılan işletmeler, TZÜ veya benzeri bir yöntemi uygulanması sırasında talepteki ani değişimler karşısında ihtiyaca cevap verilememesini ve tedarikçi ile yeterli ilişki kurulmamasını TZÜ'nün uygulanması sırasındaki karşılaşılan sorun olarak görmekteyler.
- TZÜ uygulamayan işletmeler, TZÜ'nün yeterince iyi bilinmemesi ve çalışanların yeniliklere açık olmamasından dolayı TZÜ'yü uygulamadıklarını belirtmişlerdir.
- Araştırmaya katılan işletmelerden, TZÜ uygulayanlar önceden anlaşmış oldukları

tedarikçiden ihtiyaç halinde ilk madde ve malzemeyi işletmeye getirttiklerini belirtirken, TZÜ uygulamayan işletmeler ise malzemeyi satın alıp kendi imkânları ile depoladıklarını belirtmişlerdir.

- Ankete katılan işletmelerin çoğunluğu ekonomik sipariş miktarı yöntemiyle ilk madde ve malzeme sipariş etme zamanını belirlediklerini ifade etmişlerdir.
- Ankete katılan işletmelerin tedarikçilerle olan ilişki düzeylerine bakıldığında, hizmet ve süreç tasarımı tedarikçilerle sürekli koordinasyon halinde olmalarına rağmen maliyet bilgisi paylaşımına sıcak bakmadıkları görülmüştür.
- Ankete katılan işletmelerin tamamı tedarikçileri ile genellikle bir yıllık dönem için sözleşme yaptıklarını belirtmişlerdir.
- Ankete katılan işletmelerin tamamı depo görevlisi çalıştırdıklarını belirtmişlerdir.

Araştırma kapsamında TZÜ uygulayan işletmeler ile TZÜ uygulamayan işletmelerin bakış açılarını tespit etmek ve farklılıkları ortaya koymak amacıyla hipotezler yazılmıştır. Bu hipotezler test edilerek aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır;

- İşletmelerin ilk madde ve malzeme sipariş etme şekilleri bakımından, TZÜ uygulayan ve uygulamayan işletmeler arasında anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
- Araştırmaya katılan işletmelerin ilk madde ve malzeme sipariş etme zamanları açısından TZÜ uygulayan ve uygulamayan işletmeler arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir.
- İşletmelerin hizmet ve süreçlerin tasarımı tedarikçilerle sürekli koordinasyon halinde olmaları bakımından TZÜ uygulayan ve uygulamayan işletmeler arasında anlamlı bir farklılık olduğu anlaşılmıştır.
- Araştırmaya katılan işletmelerin, hizmet tasarımı rutin olarak önemli tedarikçileri dâhil ederek maliyetleri de içeren her türlü bilgiyi paylaşmaları açısından TZÜ uygulayan ve uygulamayan işletmeler arasında istatistikî açıdan anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.
- TZÜ uygulayan ve uygulamayan işletmeler arasında, önemli tedarikçilerini iş için kendilerine bağımlı görmeleri

açısından anlamlı bir farklılık bulunduğu görülmüştür.

- Yiyecek ve içeceklerin kalitesindeki olumsuzluklardan tedarikçileri sorumlu görmeleri açısından TZÜ uygulayan ve uygulamayan işletmeler arasında anlamlı bir farklılık bulunduğu tespit edilmiştir.

Antalya bölgesinde faaliyet gösteren 5 yıldızlı konaklama işletmelerinin TZÜ uygulama düzeylerinin araştırıldığı bu çalışma ile araştırmaya katılan işletmelerin TZÜ veya benzeri bir süreç uyguladıkları görülmüştür. TZÜ uygulamadığını belirten işletmelerde dahi TZÜ benzeri bir süreç bulunduğu, özellikle yiyecek departmanında çabuk bozulma riski olan ve hızlı tüketilen yaş meyve ve sebze gibi ürünlerin TZÜ ile benzerlik gösteren bir yöntemle tedarik edildiği yüz yüze yapılan görüşmelerde işletme yetkililerince belirtilmiştir. İşletmelerin bilerek veya bilmeyerek TZÜ veya benzeri bir süreç uyguladıklarından söz edilebilir.

Yapılan araştırma neticesinde, işletmelerin mevcut tedarik yöntemlerinin TZÜ'ye benzer olduğu ancak işletme yöneticilerinin TZÜ hakkında yeterli bilgiye sahip olmadıkları anlaşılmıştır. TZÜ'nün işletmelerde daha yaygın ve etkin olarak kullanılması ile işletmelerin birçok fayda sağlayacağı şüphesizdir. Bu nedenle özellikle personel eğitimi konularına önem verilerek, işletme çalışanlarının TZÜ hakkındaki bilgi düzeylerini arttırmaya yönelik çalışmalar yapılmalıdır. Öte yandan sektörde faaliyet gösteren tedarikçilerinde işletmelere TZÜ uygulamasını kolaylaştırmaya yönelik tedarik planlaması yapmalarının hem kendileri hem de konaklama işletmeleri açısından faydalı sonuçları olacağı anlatılmalıdır. TZÜ uygulamayan işletmelere, özellikle TZÜ uyguladığı takdirde ilk madde ve malzemeye ilişkin israfın önleyeceği yada azaltacağı, stoklama maliyetlerini azaltacağı, kaynakları daha etkin ve verimli kullanacağı ve değişen müşteri istek ve beklentilerine daha iyi cevap vereceği konularında bilgi verilmelidir.

KAYNAKLAR

- Abdul-nour, G., Lambert, S. and Drolet, J. (1998). Adaptation Of JIT Phylosophy And KanbanTechniqueto A Small-Sized Manufacturing Firm; A Project Management Approach, Computers Industrial Engineering, 35(3-4): 419-422.
- Acar, N. (2003). Tam Zamanında Üretim, MPM Yayınları, Ankara.
- Acar, D., Ömürbek, N. ve Eroğlu, A.H. (2006). Tam Zamanında Üretim Sisteminin Tekstil Sektöründeki Uygulama Boyutları, C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 7(1): 21-40.
- Akyol, B. (2008). Jidoka-Sıfır Fireli Üretim, http://groups.google.bg/group/batudan/browse_thread/thread/c751d4d88d51e207 20.03.2015.
- Altuğ, O. (1996). Maliyet Muhasebesi, Evrim Yayınevi, İstanbul.
- Altunay, A. (2007). Çağdaş Maliyetleme Sistemlerinden Faaliyet Tabanlı Maliyet Sistemi ve Bir Tekstil İşletmesinde Uygulanması, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2015). Antalya ili 2014 yılı turizm istatistikleri. http://www.antalyakulturturizm.gov.tr/TR_88282/2014-yili.html 15.09.2015
- Barlow, Gerald L. (2000). Just-in-Time: Implementation within the Hotel Industry: A case Study, First World Conference on Production and Operations Management, Sevilla.
- Baykoç, Ö.F., Ege, Y. Ve Shahla, R.A. (2002). Kanban Sayısı Ve İşlem Zamanı Dağılımlarının Hücreyel İmalat Ortamındaki Bir JIT Sisteminin Performansı Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi, DEÜ Mühendislik Fakültesi Fen Ve Mühendislik Dergisi, 4(2): 17-27.
- Benton, W.C. and Shin, H. (1998). Manufacturing planning and control: The evolution of MRP and JIT integration, European Journal of Operational Research, 110(3): 411-440.
- Brinker, B. (1996). Handbook of Cost Management, Warren Gorham & Lamont, New York.
- Büyükmirza, K. (2008). Maliyet ve Yönetim Muhasebesi (Tekdüzene Uygun Bir Sistem Yaklaşımı), Gazi Kitabevi, Ankara.
- Cao, Q. and Schniederjans, M.J. (2004). A revised EMQ/JIT production-run model: An examination of inventory and production costs, International Journal of Production Economics, 87(1): 83-95.
- Dal, C. (2008). Shojinka-İş Gücü Dengeleme. <http://www.leanacademy.com.tr/shojinka/4-9-shojinka.html> , 25.03.2015.
- Demir, C. (2006). Tam Zamanında Üretim ve Otomotiv Sektöründe Kanban Uygulaması, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Didin, S. ve Köroğlu, Ç. (2008). Konaklama İşletmelerinin Satışlar- Maliyetler Bakımından Rekabet Edebilme Durumu ve Gelecekte Beklentileri, ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 4, Sayı 7: 111-125.
- Dünya Turizm Örgütü. (2015). 2014 Yılı Dünya Turizm İstatistikleri. <http://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/978928416899> , 10.09.2015.
- Erdoğan, B.Z., Haşit, G. ve Taşer, A. (2006). Tam Zamanlı Üretim Sisteminin Kütahya İlinde Seramik Üretimi Yapan KOBİLER’de Uygulanabilirliği Üzerine Bir Araştırma, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (16): 191-212.
- Erol, İ. (2004). Toplam Kalite Yönetimi Ve Tam Zamanında Üretim Yaklaşımlarının Satın alma İşlevi İle İlişkilendirilmesi, Bütünsel Bir Yaklaşım Önerisi, Makina Mühendisleri Odası Endüstri Mühendisliği Dergisi, 15(4): 2-18.
- Eymen, U.E. (2007). SPSS 15.0 Veri Analiz Yöntemleri, http://yunus.hacettepe.edu.tr/~tonta/courses/spring2009/bby606/SPSS_15.0_ile_Veri_Analizi.pdf , 20.05.2016.
- Fazel, F., Fischer, K.P. and Gilbert, E.W. (1998). JIT purchasing vs. EOQ with a price discount: An analytical comparison of inventory costs, International Journal of Production Economics, 54(1): 101-109.

- Firuzan, E. (2004). Tam Zamanında Üretim Sisteminin Bir İşletmede Uygulanması, Yönetim ve Ekonomi, 11(2): 41-51.
- Flynn, B.B., Sakakibara, S. and Schroeder, R.G. (1995). Relationship Between JIT and TQM Practices and Performance, Academy of Management Journal, 38(5): 1325-1360.
- Gupta, Yash P. And Heragu, Sunderesh S. (1991). Implications of Implementing Just in Time Systems, Technovation, 11(3): 143-162.
- Güner, E. ve Karaca, M. E. (2004). Tam Zamanında Üretim Sisteminde Tedarikçi İlişkileri Ve En İyi Parti Büyüklüğü Üzerine Bir Uygulama, Gazi Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Dergisi, 19(4): 443-454.
- Hall, R. (1987). Attaining Manufacturing Excellence: Just-in-Time, Total Quality, Total People Involment, Dow-Jones Irwin, Illinois.
- Ho, J.C. and Chang, Y.L. (2001). An Integrated MRP and JIT Framework, Computers & Industrial Engineering, 41(2): 173-185.
- Horngren, C., and Foster, G. (1987). Cost Accounting: A Managerial Emphasis, Prentice Hall, New Jersey.
- Huq, Z. and Huq, F. (1994). Embedding JIT in MRP: The Case of Job Shops, Journal of Manufacturing Systems, 13(3): 153-164.
- İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2015). 2014 Yılı İstatistikleri. <http://www.istanbulkulturturizm.gov.tr/tr/turizm-istatistik/2014-y%C4%B1%C4%B1-turizm-istatistikleri> , 15.09.2015.
- Johnderembse, M. A., and White, G. P. (1991). Operations Management, (Çev.Özkan & Esmeray), West Publishing Company, New York.
- Kanat, S. ve Güner, M. (2006). Tam Zamanında Üretim Sisteminin Tekstil Ve Konfeksiyon Sanayine Uygulanabilirliği, Tekstil ve Konfeksiyon, 16(4): 274-278.
- Karacıoğlu, R. (1997). Yeni Bir Yönetim Aracı Olarak Hedef Fiyata Göre Maliyetleme Yönetimi, Pazarlama Dünyası.
- Keegan, D., Eiler, R. and Avania, J. (1998). An Advanced Cost Management System For The Factory Of The Future, Management Accounting.
- Kootanaee, Akbar J., Kootanaee, Shahab G., Solehboni, Zahra A. and Kootanaee, Abdolreza J. (2013). Just-in-Time manufacturing system, Revolution in Management Accounting From Concept to Implement, International Review of Management and Business Research, 2(1) : 149-154.
- Min, W. and Pheng, L.S. (2006). EOQ, JIT and fixed costs in theready-mixed concrete industry, International Journal of Production Economics, 102(1): 167-180.
- Ming-Wei, J. and Shi-Lian, L. (1992). A hybrid system of manufacturing resource planning and just-in-time manufacturing, Computers in Industry, 19(1): 151-155.
- Monden, Y. (1983). Toyota Production System, Industrial Engineering and Management Press, Georgia.
- Ohno, T. (1996). Toyota Ruhu, (Çev. C. Feyyat), Scala Yayıncılık, İstanbul.
- Olal, H. ve Korzay, M. (1993). Otel İşletmeciliği, 2. Basım, Beta Basın Yayın Dağıtım A.Ş., İstanbul, 1993.
- Otomot. (2007). Toyota Tarihi, <http://otomot.net/2007/06/12/toyota-tarihi/> , 15.03.2015.
- Savaş, O. (2003). Tam Zamanında Üretim Sisteminin Gerekirdiği Maliyet Muhasebesinin Temel Nitelikleri, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, (20):203-218.
- Savsar, M. and Al-Jawini, A. (1995). Simulation Analysis Of Just-In-Time Production Systems, International Journal of Production Economics, 42(1): 67-78.
- Sengupta, S., Davis, R.P. and Ferrell, W.G. (1993). Production Planning and Control in a JIT Environment, Applied Mathematical Modelling. 17(1): 41-46.
- Shingo, S. (1985). A Revolution in Manufacturing: The SMED System, Productivity Press , Cambridge.
- Soyuer, H. (1999). Tam Zamanında Üretim Sistemlerinin Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde Uygulanma Koşulları,

- Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi. 1(2): 155-166.
- Sönmez, E. (2007). Tam Zamanında Üretim Sisteminde Maliyet Muhasebesi Sisteminin Yapısı ve İşleyişi, Eskişehir Orhangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 8(2): 69-90.
- Şahin, M. vd. (2001). Genel İşletme, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- Şener, B. (1997). Modern Otel İşletmelerinde Yönetim ve Organizasyon, Gazi Kitabevi, Ankara.
- Şengel, S. (2013). Konaklama İşletmeleri Muhasebesi, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Turizm Yazarları ve Gazetecileri Derneği. (2015). <http://www.tuyed.org.tr/?s=ispanya>, 20.09.2015.
- Üreten, S. (1998). Üretim/İşlemler Yönetimi Planlama-Denetim Karar Modelleri ve İyileştirme Yaklaşımları, THK Matbaası, Ankara.
- Üreten, S. (2005). Üretim/İşlemler Yönetimi Stratejik Kararlar ve Karar Modelleri, Gazi Kitabevi, Ankara.
- Vargün, H. (2009). Tam Zamanında Üretim Modeline Göre Maliyetlerin İzlenebilirliği, Muhasebe ve Finansman Dergisi, (44): 251-263.
- Villa, A. and Taurino, T. (2013). From JIT to Seru, for a production as lean as possible, Procedia Engineering, 63: 956-965.
- Yamak, O. (1999). Üretim Yönetimi: Sistemsel Bir Yaklaşım, Alfa Yayınları, İstanbul.
- Yıldız, F. ve Atanoğlu, S. (2011). Çorlu Bölgesinde Faaliyette Bulunan Üretim İşletmelerinde Tam Zamanında Üretim Sisteminde Maliyet Muhasebesinin Uygulanması, Muhasebe ve Finansman Dergisi, (49): 55-65.
- Zerenler, M. (2004). Kriz Dönemlerinde Üretim Süreci Esnekliğinin İşletme Performansına Etkileri, İş, Güç-Endüstri İlişkiler ve İnsan Kaynakları Dergisi, 6(1), <http://www.isgucdergi.org/?p=article&id=185&cilt=6&sayi=1&yil=2004>, 25.03.2015.
- Zerenler, M., ve İraz, R. (2006). Japon Yönetim Anlayışı ve Şirket Ağları (Keiretsu) Analizi,



Inflation And Inflation Targeting in Turkey

Emek Ash CİNEL¹

Abstract: In the aftermath of the global economic crisis, central banking has become a necessity worldwide. Central banks are trying to achieve price stability, which is their main task, as well as to maintain financial and economic stability. In this context, the inflation targeting regime applied by New Zealand for the first time in the world is implemented as an alternative monetary policy strategy. With this regime, general variables and data of the economy are taken into consideration and a suitable inflation rate is determined for a given period. This rate is shared with the public and monetary policies are carried out in a way to reach the determined rate. Transparency and independence are the most important factors to consider in order to achieve inflation targeting. The central bank should be able to use monetary policy instruments independently and should not depend on any authority in this sense. The aim of this study is to evaluate whether the inflation targeting regime was successful in Turkey during the period of 2002-2017.

Keywords: Inflation Targeting, Central Bank, Global Crisis, Monetary Policy, Price Stability.

Türkiye’de Enflasyon Ve Enflasyon Hedeflemesi

Özet: Küresel ekonomik kriz sonrasında merkez bankacılığında dünya genelinde zorunlu bir dönüşüm sözu konusu olmuştur. Merkez bankaları esas görevleri olan fiyat istikrarını gerçekleştirmenin yanında, finansal ve ekonomik istikrarı da sağlamaya çalışmaktadırlar. Bu çerçevede dünyada ilk defa Yeni Zelanda tarafından uygulanan enflasyon hedeflemesi rejimi, alternatif bir para politikası stratejisi olarak uygulanmaktadır. Bu rejimle birlikte, ekonominin genel değişkenleri ve verileri dikkate alınmakta, belirli bir dönem için uygun bir enflasyon oranı tespit edilmekte, bu oran kamuoyu ile paylaşılmakta ve para politikaları tespit edilen orana ulaşacak biçimde yürütülmektedir. Şeffaflık ve bağımsızlık enflasyon hedeflemesinin başarılı olabilmesi için dikkat edilmesi gereken en önemli unsurlardır. Merkez bankası para politikası araçlarını bağımsızca kullanabilmeli bu anlamda hiçbir otoriteye bağımlı olmamalıdır. Bu çalışmada amaç, enflasyon hedeflemesi rejiminin 2002-2017 döneminde Türkiye’de başarılı olup olmadığını değerlendirmektir.

Anahtar Kelimeler: Enflasyon Hedeflemesi, Merkez Bankası, Küresel Kriz, Para Politikası, Fiyat İstikrarı.

1. GİRİŞ

Küresel ekonomik kriz sonrası ortaya çıkan dönem genel olarak uygulanmakta olan ekonomi politikalarının, özel olarak da yürürlükte olan para politikalarının verimliliklerinin sorgulanmalarına yol açmıştır. Bu bağlamda enflasyon hedeflemesi rejimi, dünya genelinde ilk olarak Yeni Zelanda merkez bankası tarafından 1990 yılında uygulanarak, enflasyon seviyesini aşağıya çekmede son derece başarılı olması nedeniyle de birçok

gelişmiş ve gelişmekte olan ülkenin merkez bankası enflasyon hedeflemesi rejimini uygulamaya başlamıştır.

Türkiye’de 1990-1998 döneminde uygulanan parasal hedefleme ve 2000 yılında yürürlükte olan döviz kuru hedeflemesi politikalarının ekonomi üzerinde başarısız olmaları nedeniyle farklı bir rejim gereksinimi zorunlu olmuştur. Bu koşullar altında 2001 yılında merkez bankasına fiyat istikrarını sağlama yetkisi verilmiş ve enflasyon

¹Giresun Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, Giresun.

*Corresponding author (İletişim yazarı):
emekasli@yahoo.com

Citation (Atf): Cinel, E. A. (2018). Türkiye’de Enflasyon ve Enflasyon Hedeflemesi, Bilge Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2 (2): 85-98

hedeflemesine geçişin ilk hazırlıkları oluşmuştur. Ülkemizde ilk defa 2002 yılında enflasyon hedeflemesi rejimi uygulanmıştır. Merkez bankasının temel amacı olan fiyat istikrarını sağlarken, ekonomi genelindeki dalgalanmaları minimum düzeye indirmeyi amaçlayan enflasyon hedeflemesi stratejisi beraberinde birçok soruyu da gündeme getirmiştir. Bunlardan ilki, enflasyon hedeflemesinin ekonomide istikrarı sağlamada yeterli para politikası uygulaması olup olmadığı sorusudur. İkincisi de, merkez bankasının enflasyon hedeflemesini uygulayabilmesi için zorunlu olan iki temel şartı sağlayıp sağlayamayacağı sorusudur. Koşullardan birincisi, merkez bankasının faiz oranlarını bağımsız bir biçimde belirleyebilmesi için mali sistemin yeterli olması, ikinci koşul ise, ekonominin genel dengesinin ve mali yapısının döviz kurlarındaki dalgalanmalara cevap verebilecek kadar güçlü olması koşuludur.

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülke ekonomilerinin büyüme oranları arasındaki farkın arttığı küresel konjonktür döneminde enflasyon hedeflemesinin başarılı olabilmesi için söz konusu iki koşulun gerçekleşmesi zorunlu hale gelmiştir. Yüksek seviyede borçluluk gelişmiş ülke merkez bankalarını para politikası faizlerini düşük tutmaya iterken, sermaye girişlerinin artması sonucunda paralarının değer kazanması, faiz oranlarını yükseltmemeye ve faizin dışındaki araçlarla para politikalarını devam ettirmeye sürüklemektedir. Diğer taraftan ülkemiz gibi gelişmekte olan ülkelere bu durumun tam tersi bir görüntü ortaya çıkmakta, yüksek faiz politikası uygulanmaktadır.

Çalışmada amaç enflasyon ülkemizde hedeflemesi rejiminin 2002-2017 döneminde başarılı olup olmadığını nedenleriyle birlikte ortaya koymaktır. Bu bağlamda, Türkiye'deki enflasyon oranı G20 ülkelerindeki ve seçilmiş ülke ekonomilerindeki enflasyon oranlarıyla karşılaştırılmaktadır. Son bölümde elde edilen sonuçlar, tespitler ve öneriler sunulmaktadır.

2. ENFLASYON HEDEFLEMESİ, ENFLASYON HEDEFLEMESİNİN AVANTAJ VE DEZAVANTAJLARI

Fiyat istikrarı bütün iktisadi birimlerin iktisadi faaliyetlerini devam ettirirken ya da geleceğe ait kararlar alırken fiyat seviyesindeki farklılıklardan etkilenmediği hal şeklinde belirtilebilmektedir (Orhan, 2007: 30). Bir başka ifadeyle, iktisadi birimlerin bütün faaliyetlerini oluştururken göz ardı ettikleri düşük enflasyon oranıdır (Greenspan,

1996: 1). Fiyatlar genel seviyesindeki süreklilik kazanan yükselişler ekonomide enflasyonun var olduğunu göstermektedir (Uğurlu ve Saraçoğlu, 2006: 58). Dolayısıyla, bir ekonomide enflasyonun varlığından söz edebilmek için fiyatlar genel seviyesinin devamlı yükselmesi gerekmektedir (Ünsal, 2007: 13). Diğer bir anlatımla fiyat istikrarı para politikasının uzun dönemli temel hedefleri olan büyüme ve istihdama yönelik, ekonomik birimlerin karar alma aşamalarında etkili olmayacak ölçüde düşük ve istikrarlı bir enflasyon oranını anlatmaktadır.

Türkiye'de merkez bankasının esas hedefi, fiyat istikrarını sağlamaktır. Fiyatların istikrarlı olması; fiyatların hiç değişmemesi değil, genel seviyesindeki uzun süreli yükseliş ya da azalış eğiliminin önlenmesini ifade etmektedir. Bu şekilde, Türk lirasının satın alma gücü, dolayısıyla bir para birimi olarak güvenilirliği korunmaktadır (TCMB, 2014). Günümüzde merkez bankalarının büyük bir kısmı enflasyonu kontrol altında tutarak istikrarlı bir yapıya dönüştürmeye, yani fiyat istikrarını sağlamaya çalışmaktadır (TCMB, 2013).

Enflasyonun maliyetlerinin önüne geçilebilmesi iktisadi birimlerin etkilenmediği bir oranda fiyatlar genel seviyesinde istikrarın oluşmasıyla olasıdır (Bozkurt, 2010: 168-183). Enflasyonun ülke ekonomilerine getirdiği maliyetler ve belirsizlikler, fiyat istikrarının ülke ekonomilerinde en ciddi iktisadi amaç olarak uygulanmasını kaçınılmaz kılmıştır (Orhan, 2007: 30).

2.1. Enflasyon Hedeflemesi

Enflasyon hedeflemesi, günümüzde merkez bankalarının sıklıkla kabul ettiği bir amaç setidir. Belirli bir zaman zarfında uygun enflasyon oranının belirlenmesi ve o oranın gerçekleştirilmesi için para politikası araçlarının kullanılmasını içine almaktadır. Bu tanımlamayı esas alırsak enflasyon hedeflemesinin uygulanabilmesi için; bir sayısal oranın belirlenmesinin, bu oranın gerçekleşmesinin merkez bankasının temel amacının olmasının, bunun sağlanabilmesi için de merkez bankası bağımsızlığının oluşturulmasının ve şeffaflığının da artırılmasının zorunlu olduğunu belirtmek gerekmektedir (Eğilmez, 2005).

Enflasyon hedeflemesi uygulamasına yönelik olarak yapılan çalışmalar incelendiğinde farklı tanımlar görülmektedir. Mishkin (2000), enflasyon hedeflemesini beş temel faktörü içine alan para politikası uygulaması şeklinde göstermektedir.

Bunlardan ilki, enflasyon için orta vadeli sayısal bir hedefin kamuoyuna duyurulması, ikincisi merkez bankasının temel amacının fiyat istikrarı olmasıdır. Üçüncüsü politik araçların kullanımına karar verilirken yalnızca parasal değerler veya döviz kurunun izlenmesi değil bunların yanı sıra detaylı makroekonomik verilerin de izlenmesi şeklindedir. Dördüncü faktör para otoritesinin planları, hedefleri, politikaları konusunda kamuoyu ve piyasalarla, para politikasının şeffaflığı arasında ilişki kurmasıdır. Beşinci ve son faktörse enflasyon hedefini gerçekleştirmek amacıyla merkez bankası bağımsızlığının ve sorumluluğunun yükseltilmesi şartıdır.

Sherwin'in (2000)'e göre enflasyon hedeflemesi, bir yıl ya da daha uzun zamanı içine alan belirli bir dönem için enflasyon oranının hangi sayısal değer olacağını kamuoyuna resmi olarak duyurulduğu ve para politikasının uzun dönemdeki temel hedefinin düşük ve istikrarlı enflasyon olduğunun net biçimde tanımlandığı para politikasıdır.

Yukarıdaki tanımlardan yola çıkarak enflasyon hedeflemesini kısaca, geleceğe yönelik fiyat istikrarının oluşturulması için, hedeflenen enflasyon oranının kamuoyuna duyurulması biçiminde tanımlayabiliriz.

Genel olarak açık enflasyon, örtük enflasyon ve esnek enflasyon hedeflemesi olarak üç çeşit enflasyon hedeflemesi söz konusudur. Katı enflasyon hedeflemesi de denilen açık enflasyon hedeflemesi, merkez bankasının yalnızca hedeflenen enflasyon oranına ulaşmayı ya da enflasyonu hedeflenen düzeye yaklaştırmayı amaçlaması, bunların haricinde başka bir göstergeye dikkat etmemesi ya da enflasyon haricinde başka bir değişkende istikrarı amaçlamamasıdır. Örtük enflasyon hedeflemesi ise, enflasyon hedeflemesi rejimini resmi olarak ilan etmeksizin sayısal enflasyon hedeflerinin açıklanması ve bu amaçla merkez bankasının politika araçlarını kullanması şeklinde tanımlanmaktadır. Esnek enflasyon hedeflemesi, merkez bankasının enflasyon hedefinin yanı sıra döviz kurları, faiz oranları, üretim, işsizlik, cari açık ve büyüme gibi diğer göstergeleri de dikkate almasıdır (Demirhan, 2002). Esnek enflasyon hedeflemesi para politikası uygulamasında fiyat istikrarının yanı sıra finansal istikrarın da gözetilmesini içermektedir. Bu politikalardan hangisi tercih edilirse edilsin hedeflemenin başarıya ulaşabilmesi bazı temel şartlara bağlıdır. Enflasyon oranı hedeflemesi ya da fiyat seviyesi hedeflemesi,

fiyat endeksinin seçimi, hedeflemenin ne kadar sürede uygulanacağı, ne zaman başlatılacağı, hedefin kamuoyuna kim tarafından ve ne zaman ilan edileceği bu temel şartları oluşturmaktadır (Gül ve Gürbüz, 2015: 3). Diğer taraftan merkez bankasının özerk olması, temel görevinin fiyat istikrarını sağlamak olması, mali piyasaların gelişmiş ve yeterli derinliğe sahip olması, mali piyasalarda devlet baskısının olmaması, kamu finansmanı konusunda herhangi bir problemin olmaması, bankacılık sisteminin güçlü olması, merkez bankasına güven duyulması, esnek döviz kuru sisteminin olması, döviz kuruyla enflasyon arasındaki ilişkinin zayıf olması, enflasyon hedeflemesine başlarken enflasyonun %10 düzeyinin altında olması gibi faktörler de rejimin başarıya ulaşmasında oldukça etkilidirler.

Enflasyon hedeflemesi rejiminde hedefin nokta hedef mi yoksa belirli bir aralık hedefi mi olacağı konusu önem taşımaktadır. Burada amaç, merkez bankasının belirli bir enflasyon hedefini kamuoyuyla paylaşarak makroekonomik birimlerin enflasyona yönelik beklentileri için çıpa oluşturmaktır. Bant hedeflemesinin nokta hedefe göre temel avantajı, hedeflenen değerde görülebilecek olan sapmanın daha düşük olması ve merkez bankasına kısa vadeli şoklara karşı daha esnek bir yapı sunmasıdır.

Enflasyon hedeflemesi rejiminin avantajları ve dezavantajları bulunmaktadır.

2.2. Enflasyon Hedeflemesi Rejiminin Avantajları

Enflasyon hedeflemesinin bir para politikası olarak içinde barındırdığı temel avantajlar söz konusudur. İlk olarak enflasyon hedeflemesi alternatif politikalara kıyasla daha net bir politikadır. Merkez bankalarının belirlenen enflasyon hedefine ulaşmaları için güvenilirliklerini ve hesap verilebilirliklerini artırmaktadır. Para otoritelerinin fiyat istikrarı amacını gerçekleştirmek için gerekli olan bütün bilgiyi kullanmalarını kolaylaştırmaktadır. Para politikasının ülke ekonomisindeki şoklara öncelik vermesini sağlamaktadır. Merkez bankalarının para politikası araçlarını kullanmalarında ve kontrol etmelerinde bağımsız olmalarına imkan tanımaktadır. Para politikasının operasyonel olarak uygulanmasına destek olmaktadır. Politika tartışmalarının merkez bankasının para politikasıyla sağlanabileceği konular üzerinde odaklanmasını gerçekleştirmektedir.

Enflasyon hedefinin doğrudan belirlendiği rejimlerde para politikasının şeffaf olması ve kamuoyuna planlı bir şekilde bilgilendirme yapılması önceliklidir. Bu özellikler gelişmiş ülkelerde bu rejimin başarılı sonuçlanması için oldukça önemlidir. Bu doğrultuda doğrudan enflasyonu hedefleyen merkez bankaları enflasyon ve para politikasının geçmiş ve gelecek performansını net biçimde oluşturmak için “Enflasyon Raporu” yayımlamaktadır (TBB, 2000).

Enflasyon hedeflemesi rejiminde para politikasının temel amacının fiyat istikrarı olduğunun açık biçimde duyurulması ve daha yüksek şeffaflık ve operasyonel esnekliğin var olması sebebiyle, merkez bankalarının itibarının artırılması ve enflasyon beklentilerinin kontrol edilebilmesi konularında daha başarılı ve kalıcı neticelere ulaşılabilmektedir. Bu durumun ortaya çıkmasında amaçların, kararların ve taahhütlerin diğer rejimlere oranla fazlasıyla net olması etkili olmaktadır. Hedeflerin net bir şekilde duyurulması, merkez bankalarının belirttikleri hedefi gerçekleştirmemeleri halinde hesap vermesini sağlayan bir sistemin ortaya çıkmasına olanak verdiğinden, merkez bankalarının taahhütlerine sadık kalmasını sağlama ve zaman tutarsızlığı tuzağına düşmelerini önleme potansiyelini kapsamaktadır (Mishkin, 2000).

Diğer taraftan, enflasyon hedeflemesi rejimi, diğer rejimlere oranla daha esnek bir politika gerektirmektedir. Bunun nedeni hedeflerin ağırlıklı olarak orta vadede belirlenmiş ve kısa vadeli sapmaların önemsenmemiş olmasıdır. Başarılı bir enflasyon hedeflemesi uygulaması, merkez bankalarına, uzun dönemde enflasyonla mücadelede kredibilitelerine zarar vermeden, orta vadeli gelişmelere tepki verme olanağı sunmaktadır (Schaechter vd., 2000). Ayrıca, döviz kuru hedeflemesi rejiminden farklı olarak, enflasyon hedeflemesi rejimi, ülkelerin yerel gelişmelere odaklanabilmelerine ve iç şoklara karşı daha korunaklı olmalarına da imkan vermektedir (Mishkin, 2000). Bütün bu faktörler, iktisadi faaliyetlerdeki oynaklıkların diğer rejimlere oranla daha az gerçekleşmesine katkı sağlamaktadır. Bu anlamda, başarılı bir şekilde ortaya konulan enflasyon hedeflemesi uygulamasında şoklarla mücadelenin ekonomik ve finansal maliyetleri daha az olmaktadır. Örneğin, döviz kuru çapasının sona ermesiyle ciddi rezerv düşüşü, yüksek enflasyon, finansal krizler, dış ticaret açığı, bankacılık krizleri ve kamu borcunun ödenememesi gibi oldukça önemli problemler ortaya çıkabilmektedir.

Enflasyon hedefinden sapmalar yalnızca enflasyonun geçici bir süre hedefin üstünde seyretmesine ve büyümenin azalmasına neden olmaktadır (Batini ve Laxton, 2006).

Enflasyon hedeflemesinde para politikası iç şoklara cevap vermeye odaklanmıştır. Yani, para politikası sadece ülke içerisindeki duruma tepki vermektedir. Bundan dolayı ekonomideki değişimleri izleyebilmek ve fiyat istikrarı hedefini tam anlamıyla sağlayabilmek amacıyla ihtiyaç duyulan bütün göstergeler gözlemlenmektedir (Akyazı, 2004: 28).

2.3. Enflasyon Hedeflemesi Rejiminin Dezavantajları

Hemen her alanda olduğu gibi enflasyon hedeflemesi rejimi konusunda da iktisatçılar ikiye ayrılmaktadırlar. Bir kısım iktisatçı, enflasyon hedeflemesi rejiminin katı biçimde uygulanması halinde politika yapıcılara çok düşük düzeyde takdir yetkisi bıraktığını ve para politikasının şoklara karşı istenilen esneklikte tepki vermesini önlediğini savunmaktadır (Blanchard, 2003).

Bu düşüncenin tam tersi olarak, iktisatçıların diğer bir kısmı enflasyon hedeflemesi rejiminin politika yapıcıya oldukça yüksek düzeyde takdir yetkisi bıraktığını ve bu durumun politika yapıcıların aşırı genişletici politikalar uygulamasına yol açabileceğini, enflasyon öngörülerinin kontrolünün olanaksız olacağını belirtmektedir. Mishkin (2000) ve Bernanke vd. (1999), bu düşünceye cevap olarak ülkenin içinde bulunduğu şartları temel alarak hazırlanmış enflasyon hedeflemesi rejiminin söz konusu sorunları bünyesinde barındırmayacağını ve başarılı olacağını ifade etmektedirler.

Enflasyon hedeflemesi rejimi, çok sert ve tavizsiz biçimde uygulanması gereken bir politikadır. Diğer para politikası rejimleriyle kıyaslandığında verimsiz bir üretim dengesine sebep olmaktadır. Bu durum özellikle petrol fiyatındaki ya da döviz kurlarındaki ani değişiklikler gibi ciddi arz şoklarında ortaya çıkmaktadır (Doğan, 2005: 138). Enflasyon hedeflemesi uygulaması, mali baskınlığı tam anlamıyla engelleyememektedir. Mali baskınlık, parasal otoritenin siyasal baskılara maruz kalmasına ve genişletici maliye politikaları sebebiyle enflasyonun kontrol altına alınamamasına neden olabilmektedir (Akyazı, 2004: 32).

Enflasyon hedeflemesi politikası bakımından, yüksek düzeyli veya kısmi dolarizasyon potansiyel

problemlere neden olabilmektedir (Doğan, 2005: 138). Çoğu gelişmekte olan piyasa ekonomisi ülkelerindeki firmaların, hane halklarının ve bankaların bilançoları büyük ölçüde dolarize olmuştur. Uzun vadeli borçların büyük bir kısmı dolar cinsinden tanımlanmıştır. Enflasyon hedeflemesi, nominal döviz kurunda esnekliği gerektirdiğinden kurda dalgalanmalar ortaya çıkmaktadır. Ancak, ulusal paranın değerinde ortaya çıkan yüksek ve hızlı azalmalar dolar cinsinden yaratılan borçların maliyetini yükseltebilmekte, bilançolarda önemli derecede bozulmalar oluşturabilmekte ve bu da finansal krizlerin riskini yükseltmektedir (Öztürk, 2003: 106–107).

3. DÜNYADA ENFLASYON HEDEFLEMESİ UYGULAMASI

Dünyada enflasyon hedeflemesinin giderek daha çok ilgi görmesi, enflasyon hedeflemesi rejiminin makroekonomik göstergeler üzerinde olumlu etkilerinin mevcut olduğuna yönelik inancın varlığından doğmaktadır. Çalışmanın bu bölümünde gelişmiş ve gelişmekte olan farklı ülkelerin enflasyon oranlarıyla temel makro ekonomik göstergelerine yer verilmiş olup, G20 ülkelerine ait enflasyon rakamları ile Türkiye karşılaştırması yapılmıştır.

3.1. Farklı Ülkelerde Makro Ekonomik Göstergeler ve Enflasyon Hedeflemesi

Dünya genelindeki farklı ülke ekonomilerine yönelik temel makroekonomik veriler Tablo 1’de yer almaktadır. Ülke seçimi yapılırken enflasyon oranının oldukça düşük düzeyde olduğu gelişmiş ülkelerle, enflasyon oranı oldukça yüksek düzeyde olan gelişmekte olan ülkelere ilişkin göstergeler tercih edilmiş ve Türkiye ekonomisiyle karşılaştırma yapılmıştır.

Tablo 1: Farklı Ülke Ekonomilerinde Enflasyon Oranları ve Temel Makroekonomik Göstergeler (2017)

Ülkeler	Enflasyon Oranı (%)	Büyüme Oranı (%)	İşsizlik Oranı (%)	Bütçe Dengesi/GSYH	Cari Denge/GSYH
Japonya	1	2,1	2,8	-4,4	1,3
İtalya	1	1,7	11,1	-2,3	2,6
Fransa	1,2	2,2	9,4	-2,9	-1,5
Kanada	1,9	3	5,9	-1,7	-2,9
Euro Bölgesi	1,5	2,6	8,8	-1,3	3,1
İspanya	1,7	3,1	16,7	-3	1,4
Almanya	1,6	2,8	3,6	0,6	7,9
Çin	1,8	6,8	4	-4,3	1,4
ABD	2,2	2,3	4,1	-3,5	-2,5
Rusya	2,5	1,8	5,1	-2,1	2,4
Brezilya	2,9	1,4	12,2	-8	-1
İngiltere	3	1,5	4,3	-3	-4
Endonezya	3,6	5,1	5,5	-2,8	-1,6
Hindistan	4	6,3	5	-3,1	-1,4
Malezya	3,7	6,2	3,4	-3	2,5
Güney Afrika	4,5	1,1	27,7	-3,9	-0,5
Meksika	6,8	1,5	3,4	-1,9	-1,9
Türkiye	11,9	7,4	10,9	-2,1	-4,7
Arjantin	24,8	2,7	8,3	-6,3	-3,7

Kaynak: The Economist, TÜİK

Tablo 1’e bakıldığında enflasyonu oldukça düşük düzeyde tutmayı başaran ülkelerin sırasıyla Japonya, İtalya, Fransa, Euro Bölgesi, Almanya, İspanya ve Çin olduğu tespit edilmektedir. Enflasyonun en yüksek olduğu ülke ağır bir kriz atlatan Arjantin olup onu Türkiye, Meksika, Güney Afrika ve Hindistan takip etmektedir. 2017 yıl sonu itibarıyla büyüme oranı en yüksek olan ülkenin Türkiye olduğu görülmektedir. Ancak yüksek büyüme oranına rağmen ülkemizde, tabloda yer alan diğer makroekonomik göstergelerde olumlu yönde bir ilerlemenin olmadığı gözlenmektedir. Bunun temel nedeni büyümenin dışa bağımlı bir yapıda olup, sürdürülebilir yapıda olmamasıdır.

Türkiye’de enflasyonda direnç %5’in altında oluşmaktadır. Birçok ülkede enflasyon bu düzeyin altında olmasına rağmen Türkiye’de enflasyon %5 düzeyinin altına hiçbir zaman indirilememiştir. Yüksek oranda büyüme gerçekleştiren bir diğer ülke Çin’dir. Gittikçe daha çok kendi iç pazarına yönelen Çin ekonomisinin hızlı ve istikrarlı büyümesinin sonucunda ekonomik göstergelerinin hemen hepsinin olumlu olduğu belirlenmektedir. Çin’den sonra sırasıyla Hindistan ve Malezya ekonomilerinde de yüksek büyüme hızının yakalandığı ve tıpkı Çin gibi bu ülkelerde de bu durumun diğer makroekonomik verilere yansıdığı görülmektedir. Tablodan cari açık oranı en yüksek olan ülkelere bakıldığında ilk sırayı enflasyon oranlarıyla orantılı olarak Türkiye ve Arjantin ekonomilerinin aldığı gözlenmektedir.

Türkiye’de enflasyonun yüksek seyretmesine neden olan temel faktörlerin birincisi kur artışlarıdır. Kurlar üzerindeki baskının azalması da günümüz şartlarında olası görünmemektedir. Kurdaki artış cari açık ve dış açığı da tetiklemektedir. Diğer taraftan petrol fiyatlarında ortaya çıkan yükseliş ulaştırma harcamalarını ve buna bağlı olarak da karayolu ile taşınan tüm malların fiyat düzeylerini etkilemektedir. Büyümeye bağlı olarak ortaya çıkan kapasite kullanım oranlarındaki yükselme de enflasyonu tetikleyen bir diğer unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü kapasite kullanımları belirli bir eşiği geçtiğinde fiyat artışlarını da beraberinde getirmektedir.

3.2. G20 Ülkelerinde Enflasyon Oranları

Bilindiği gibi, G20 (Group of 20) ülkeleri dünyanın gayrisafi hasılasının beşte dördünü temsil eden 19 ülke ile Avrupa Birliği’nden oluşmaktadır. Türkiye’yi üyesi olduğu G20 ülkeleriyle karşılaştırmak amacıyla, Tablo 2’de G20 ülkelerinin 2017 yılına ait enflasyon rakamları yer almaktadır.

Tablo 2: G20 Ülkelerinde Enflasyon Rakamları (2017)

Ülkeler	Enflasyon Oranı (%)
AB	1,8
ABD	2,2
Almanya	1,6
Arjantin	24,8

Avustralya	1,9
Brezilya	2,9
Çin	1,8
Endonezya	3,6
Fransa	1,2
Güney Afrika	4,5
Güney Kore	1,5
Hindistan	4,0
İngiltere	3,0
İtalya	1,0
Japonya	1,0
Kanada	1,9
Meksika	6,8
Rusya	2,5
Suudi Arabistan	0,4
Türkiye	11,9

Kaynak:OECD

(https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=G20_P_RICES)

Küresel ekonomilerin büyüklüğe göre ilk yirmisini ifade eden G20 ülkelerinin 2017 yıllık enflasyon değerleri Tablo 2’de gösterilmektedir. Tablodan G20 ülkelerinin içinde en yüksek enflasyon oranına son dönemde yaşadığı ekonomik bunalım ve krizin neticesi olarak, %24,8 ile Arjantin’in sahip olduğu görülmektedir. Arjantin’i sırasıyla Türkiye, Meksika, Güney Afrika ve Endonezya takip etmektedir. Tablo 2’ye göre Arjantin, Türkiye, Meksika, Güney Afrika ve Endonezya haricindeki G20 ülkeleri 2017 yılı için enflasyonla mücadelede oldukça başarılı görünmektedir.

4. TÜRKİYE’DE ENFLASYON HEDEFLEMESİ REJİMİ VE MEVCUT ENFLASYON ORANLARI

4.1. Türkiye’de Enflasyon Hedeflemesi Rejimi

Enflasyon hedeflemesi rejimi ilk defa 1990 yılında Yeni Zelanda’da uygulanmaya başlanmış ve zamanla birçok ülke tarafından uygulanan bir para politikası stratejisi olmuştur. 1990’dan günümüze enflasyon hedeflemesi rejimi uygulayan ülkelerin sayısı 39’a ulaşmıştır (Central Bank Inflation Targeting Report, 2012).

Enflasyon hedeflemesi rejimi gündeme geldiği andan itibaren çok sayıda olumlu ve olumsuz eleştiri almış, uygulanabilirliği, etkinliği, başarısı, uyumu gibi konular sürekli olarak sorgulanmıştır. Özellikle bir ülkenin bu rejimi uygulamasından önceki zaman zarfında, söz konusu ülke için bu rejimin uygulanabilir olup olmadığı, ülkenin bu politikayı uygulayabilmek için gerekli ön koşulları sağlayıp sağlamadığı ve bu politikanın yürürlüğe girmesinin ülke ekonomisi için faydalı olup olmayacağı gibi konular tartışılmıştır. Enflasyon hedeflemesinin uygulanmasından sonraysa rejimin ülke ekonomisi için istenilen sonuçları verip vermediği, yani başarılı olup olmadığı konusu ön plana çıkmıştır (Ermişoğlu, 2013: 32).

Enflasyon hedeflemesi ülkeye özgü politikaları kapsamaktadır. Türkiye’de rejimin başarılı olması için ülkemiz şartlarıyla uyumlu bir enflasyon hedeflemesinin uygulanması zorunlu olmaktadır. Enflasyon hedeflemesi politikasının verimli olması için merkez bankasının bağımsızlığı, mali baskınlık düzeyi, piyasa derinliği, şeffaflık, hesap verebilirlik, hedeflemeye geçebilmek için uygun enflasyon düzeyi, kur rejimi, ekonomik yapı, sağlıklı bir finansal sistem gibi konular değer taşımaktadır. Türkiye’de 2001 yılı sonrasında enflasyon hedeflemesi stratejisine başlanması uygun görülmüştür. Ancak, ülkemizde bu stratejiyi uygulayacak ekonomik ortamın var olmaması sebebiyle aşama aşama uygulanması gerekli olmuştur. Sabit döviz kuru rejiminin son bulmasıyla birlikte Türk Lirası değer kaybetmiş ve beklentilerin olumsuz olması sebebiyle 2001 yılı sonunda yıllık enflasyon %68 düzeyine gelmiştir. Başlangıç aşamasında enflasyon değerinin bu ölçüde yüksek olması ve kronik hal almış yüksek enflasyon yapısından dolayı, para politikasının enflasyon beklentilerini kontrol edebilmek anlamında risk faktörü yarattığı görülmektedir (Şanlı, 2006: 38-56).

1990’lı yıllarda ilk defa uygulanan bu rejimin başarısını araştıran çalışmalar ağırlıklı olarak 2000’li yıllarda görülmeye başlanmıştır. 1990’lı yılların başlarında enflasyona karşı uygulanan başarısız para politikaları, Türkiye’yi farklı arayışlara yöneltmiştir. Bu amaçla merkez bankasının 2001 yılında bağımsızlığı sağlanmış, 2006 yılına kadarsa enflasyon hedeflemesi rejimine geçiş için hazırlık politikaları yürütülmüştür (Peker, 2011: 495).

2001’in sonunda, merkez bankası istikrar hedefli ve orta vadeli bir planın yürürlüğe gireceğini

belirtmiştir. Ekonominin yüksek büyüme hızı ve düşük enflasyonda istikrara kavuşturulması amaçlanmıştır. Ancak, ülkemiz gibi uzun vadeli enflasyonla mücadele eden ve buna bağlı olarak da güvenilirliği ve saygınlığı yetersiz olan ülkelerde, bu tür geçişler yavaş olabilmektedir. Enflasyonla mücadeleye yönelik gelişmeler görülsede, enflasyon ve faiz oranının gelişmiş ülke ekonomilerindeki seviyelere gelmeleri zaman almaktadır (Airaud, 2004: 22).

Tablo 3’te Türkiye’de hedeflenen ve gerçekleşen enflasyon rakamları görülmektedir. Bu tablonun üç numaralı sütunu merkez bankasının yıllık enflasyon hedeflerini göstermektedir. Dört numaralı sütun yıl sonunda gerçekleşen enflasyon rakamlarını belirtmektedir. Beş numaralı sütun ise merkez bankasının yıllık enflasyon hedefinin yıl sonunda gerçekleşen enflasyondan ne kadar saptığını göstermektedir. Genel olarak bakıldığında merkez bankasının hedeflerinin yıl sonu gerçekleştirmelerinden çok ciddi oranda uzak kaldığı gözlenmektedir.

Türkiye 2002 yılından itibaren enflasyonu azaltmak amacıyla enflasyon hedeflemesi rejimini uygulamaktadır. 2001 yılında ortaya çıkan krizden sonra merkez bankasının esas amacı fiyat istikrarı olarak belirlenmiştir. Bu şekilde enflasyonla mücadelede daha fazla başarılı olunabileceği düşünülmüştür. Bu anlamda merkez bankasına bağımsızlık verilmiştir. Sözü edilen bağımsızlık merkez bankasının araç bağımsızlığıdır. Yani merkez bankası, fiyat istikrarını sağlayıp sürdürebilmek için kullanacağı araçları kendisi belirlemektedir. Merkez bankası, bunu gerçekleştirebilmek için yürürlüğe koyacağı politikayı enflasyon hedeflemesi ile birlikte ortaya koymaktadır. Böylece merkez bankası para politikasının temel araçları olan faiz, karşılıklar politikası ve açık piyasa işlemleri ile farklı diğer kurumlara birlikte kullanacağı araçlar olan makro ihtiyatı politika araçlarını bu amaç çerçevesinde kullanabilme hakkına sahip olmaktadır (Eğilmez, 2015). 2001 yılındaki kriz enflasyon hedeflemesi rejiminin yürürlüğe girmesini geciktirmiş, geçiş için gerekli olan ön koşullar sağlanamamıştır.

Türkiye’de 2002 yılında gerçekleşen enflasyon düzeyinin hedeflenen enflasyon düzeyinden çok uzakta olmadığı Tablo 3’te görülmektedir. Bu sonucun ortaya çıkmasında rejimin ilk defa uygulanıyor olması nedeniyle enflasyonun düşeceğine yönelik inanç ve güven ortamı etkili olmuştur. Yani ekonomik birimler enflasyon

beklentilerinde geçmişte ortaya çıkan enflasyonu esas almak yerine enflasyon hedeflerini dikkate almaya başlamış, enflasyonun sürekliliği olgusu ortadan kalkmıştır (Ermişoğlu, 2013: 32). Buna bağlı olarak, açık enflasyon hedeflemesi rejiminin şartlarının gerçekleşmesinin ardından 2006 yılında

bu uygulamaya geçildiği ilan edilmiştir. 2006 yılında Türkiye ekonomisi, küresel kriz ve şoklardan etkilenecek, enflasyonun azalmasını önleyen gelişmeler yaşamıştır. Bu durum açık enflasyon hedeflemesi politikalarının başarılı olamamasına neden olmuştur.

Tablo 3: Türkiye’de Hedeflenen ve Gerçekleşen Enflasyon Rakamları

Hedef Türü	Yıllar	Hedef Enflasyon (%) (TÜFE)	Gerçekleşen Enflasyon(%) (TÜFE)	Sapma
Örtük Enflasyon Hedeflemesi	2002	35	29,7	5,3
Örtük Enflasyon Hedeflemesi	2003	20	18,4	1,6
Örtük Enflasyon Hedeflemesi	2004	12	9,3	2,7
Örtük Enflasyon Hedeflemesi	2005	8	7,7	0,3
Açık Enflasyon Hedeflemesi	2006	5	9,7	-4,7
Açık Enflasyon Hedeflemesi	2007	4	8,4	-4,4
Açık Enflasyon Hedeflemesi	2008	4	10,1	-6,1
Açık Enflasyon Hedeflemesi	2009	7,5	6,5	1
Açık Enflasyon Hedeflemesi	2010	6,5	6,4	0,1
Esnek Enflasyon Hedeflemesi	2011	5,5	10,4	-4,9
Esnek Enflasyon Hedeflemesi	2012	5	6,2	-1,2
Esnek Enflasyon Hedeflemesi	2013	5	7,4	-2,4
Esnek Enflasyon Hedeflemesi	2014	5	8,2	-3,2
Esnek Enflasyon Hedeflemesi	2015	5	8,8	-3,8
Esnek Enflasyon Hedeflemesi	2016	5	8,5	-3,5
Esnek Enflasyon Hedeflemesi	2017	5	11,9	-6,9

Kaynak: TÜİK, TCMB

Türkiye’nin enflasyon hedeflemesi rejimindeki performansının doğru bir şekilde değerlendirilebilmesi için uygulama süresi uzun vadeli olarak incelenmelidir. 17 Ağustos 1999 yılında görülen deprem zaten kötü durumda olan ekonomiyi daha fazla bozmuş ve 2000’li yıllara çok kötü şartlar altında girilmesine yol açmıştır. Buna bağlı olarak 2000 yılı başında ülkemizde enflasyonu düşürme programı yürürlüğe girmiştir. Bu süreçte enflasyona yönelik olumsuz beklentilerin oldukça yüksek olması, yabancı para birimlerine dayalı fiyatlandırma, sözleşme, borç alma gibi faaliyetlerin sıklaşması gibi nedenlerle döviz

kurundaki artış enflasyonun temel belirleyicilerinden biri olmuştur (TCMB, 2002).

Merkez bankası, 2002 yılından itibaren dört yıllık bir zaman zarfı için kısa vadeli faiz oranlarının para politikası aracı olarak kullanıldığı bir örtük enflasyon hedeflemesi rejimini uygulamış ve açık enflasyon hedeflemesi rejimi için hazırlıklara başlamıştır. Bu dönemde, enflasyon hedefleri gerçekleştirilmiş, hatta hedeflerin çok daha altına inilmiş, bu sayede de enflasyon beklentileri kontrol altına alınarak merkez bankasının yönlendirmesine girmiştir. Kamu borçları geçmişteki gibi çok büyük bir sorun değildir. Yani mali disiplin enflasyon

hedeflemesi rejimine uyum sağlayacak biçimde oluşturulmuştur. Finansal piyasalarda ve bankacılık sektöründe yapılan reformlar ile finansal kesim sıkı kontrol altına alınmış, böylece güçlenip derinleşmiş, kırılabilirliği düşmüştür. Hazırlık dönemi olarak nitelendirilebileceğimiz örtük enflasyon hedeflemesi süreci, enflasyonun düşürülüp kontrol altına alınmasında ciddi ölçüde başarı sağlamıştır (Peker, 2011: 496).

Arjantin’de ortaya çıkan ekonomik problemlerin de etkisiyle uluslararası sermayenin gelişmekte olan piyasalara daha temkinli yaklaşması ve ülkemizde yaşanan siyasi belirsizlikler, 2000’li yılların ortalarında ülkemize yabancı sermaye girişinin düşmesine neden olmuştur. Bu dönemde uygulanmakta olan kur çapasına bağlı para politikası azalan sermaye girişi nedeniyle likidite sıkışıklığının da oluşmasına yol açmıştır. 2001 yılı Şubat ayında merkez bankası artan döviz talebini karşılayamaz duruma gelmiş, likiditenin yetersiz oluşu nedeniyle ödemeler sistemindeki dengesizlikler artmıştır. Bu durum karşısında yürürlükte olan döviz kuru politikası bırakılıp ulusal para dalgalanmaya bırakılmıştır (TCMB, 2001).

Kasım 2000 ve Şubat 2001 krizleri sonrasında bankacılık sektörünün sorunları artış göstermiş, faiz ve kur riskleri oluşmuştur. 2002-2005 döneminde örtük enflasyon hedeflemesi amaçlanmıştır. Yapısal reformların yanı sıra iç ve dış şartların da olumlu oluşunun etkisiyle ekonomi de canlanmış, faiz oranları düşmüş, büyüme artmıştır. 2001 yılında merkez bankasının ana hedefi yukarıda söz edildiği gibi fiyat istikrarı olarak belirlenmiştir. Tablo 3’ten de görüldüğü gibi 2002 yılında yılsonu enflasyon hedefi %35 olarak belirlenirken, 2005 yılı enflasyon hedefi %8’e inmiştir. 2002-2005 dönemi boyunca gerçekleşen enflasyon rakamlarının hedeflenen enflasyon rakamlarından düşük olması nedeniyle merkez bankasına ve uygulanmakta olan para politikasına güven artmış, gelecek döneme ilişkin enflasyon beklentileri olumlu bir hal almıştır. Türkiye’de 1969 yılından bugüne ilk kez enflasyon %10 düzeyinin altına inmiş ve bu durum 2002-2005 dönemi enflasyon hedeflemesinin başarılı oluşunun göstergesi olarak kabul edilmiştir.

2003 yılında enflasyon hedefi %20 olarak belirtilmiş olup %18 olarak gerçekleşmiştir. 2003 yılında hedeflenen enflasyon düzeyine yakın seviyede bir enflasyon ile karşılaşıldığı gözlenmektedir. 2004 yılına bakıldığında enflasyon %12 olarak hedeflenirken gerçekleşen enflasyon

%9 olarak tespit edilmiştir. 2005 yılında ülkemizde hedeflenen enflasyon ile gerçekleşen enflasyon arasındaki farkın ya da sapmanın azaldığı göze çarpmakta olup %8 düzeyine yakın bir oranda enflasyon gerçekleşmiştir. Enflasyon hedeflemesi rejiminin başlangıcından itibaren Türkiye ekonomisi birçok farklı dışsal şokla karşı karşıya kalmıştır. Ağırlıklı olarak para politikasının kontrolü haricinde oluşan ve birçoğu uzun süre kalıcı olan bu şoklar, enflasyon hedeflerinin gerçekleştirilememesinin esas sebebinin oluşturmuştur.

2002-2005 dönemi enflasyon rakamlarında ortaya çıkan düşüşün ardından 2006 yılında açık enflasyon hedeflemesi rejimine başlanmıştır. Bu dönem dünya konjonktüründeki değişimler nedeniyle ülkemiz gibi birçok gelişmekte olan ülkede sermaye çıkışının olduğu bir dönemdir. Ulusal para hızla değer kaybetmiş, enflasyon yükselmeye başlamış ve güvensizlik baş göstermiştir (TCMB, 2008). 2006 yılı için belirlenen enflasyon hedefi %5 iken gerçekleşen enflasyon oranı %9,7 olmuştur. 2007 yılı içinse hedeflenen enflasyon rakamı %4 iken gerçekleşen rakam %8,4 olmuştur. 2006 yılında enflasyonun artmasına, uluslararası petrol ve altın fiyatlarındaki yükselişin yanında, tütünle işlenmemiş gıda ürünleri fiyatlarındaki hızlı yükselme ve küresel likidite şartlarındaki bozulmadan ortaya çıkan sermaye çıkışları gibi arz şokları yol açmıştır.

2007 yılı ve sonrası dönemde hızla yükselen petrol fiyatları ile diğer emtia fiyatlarında ortaya çıkan artışlar enflasyonun azalmasını önlemiştir. Diğer gelişmekte olan ülkeler gibi ülkemizde de gıda fiyatlarının TÜFE içindeki yüzdesinin fazla oluşu, enflasyondaki dalgalanmayı yükseltmiştir (TCMB, 2008). 2008 yılı enflasyonun gidişatını belirleyen temel faktör küresel ekonomik kriz olmuştur. 2008 yılında enflasyonun %4 gerçekleşmesi beklenirken %10,1 olarak gerçekleşmiştir. Enflasyon hedeflemesinin başarısı incelendiğinde, enflasyonun uzun dönem için yüksek seyredip hedeflerin çok üzerinde gerçekleştiği gözlenmektedir. Ülkemizin üç haneli enflasyon oranlarına ulaştığı dönemlerle kıyaslandığında, iç ve dış şokların ortaya çıktığı dönemde beklentilerin oldukça yüksek seviyede kontrol altına alınabilmiş olması, enflasyon hedeflemesi rejiminin en ciddi kazanımlarından birisi olarak kabul edilebilir (TCMB, 2008).

2008 küresel ekonomik krizin ekonomik ve finansal etkileri 2009 yılında da ortaya çıkmıştır. Dış

talepteki azalma, rijitleşen finansal şartlar enflasyonun azalmasına neden olmuştur. Enerji, işlenmiş gıda, talebe dayalı temel mal ve hizmet fiyatlarında düşüş görülmüştür (TCMB, 2009). Tüm bu gelişmelere bağlı olarak 2009 yılı enflasyon oranı %6,5 olarak gerçekleşmiştir.

2010 yılında küresel ekonomik krizin olumsuz etkileri azalmaya başlamıştır. Üretim krizden önceki döneme oranla artış göstermiştir (TCMB, 2010). Merkez bankasının piyasadaki likiditeyi düşürmesi ile zorunlu karşılık oranlarını yükseltmesi sonucunda enflasyon oranı hedeflenen enflasyon rakamından %0,1 sapma göstererek %6,4 olarak gerçekleşmiştir.

2006 yılı ve sonraki dönemler incelendiğinde, enflasyonu yönlendiren temel etkenlerin uygulanmakta olan para politikasının haricinde ortaya çıktığı gözlenmektedir. Çekirdek enflasyonun 2006 yılı öncesinde genel enflasyon rakamından yüksek olmasına karşın, 2006 yılı sonrası dönemde genel enflasyon rakamına oranla düşük düzeyde gerçekleştiği belirlenmektedir (Ermışoğlu, 2011: 26).

2011 yılından günümüze kadar olan süreçte yani yedi dönem üst üste enflasyon hedeflerinin gerçekleşen enflasyon rakamlarının gerisinde kaldığı göze çarpmaktadır. 2011 yılı sonrasında Türkiye ekonomisinde ciddi bir durgunluk ortaya çıkmıştır. Büyüme yavaşlamıştır. Bu durumun ortaya çıkmasının temel nedenleri içerideki siyasi ortam, jeopolitik riskler, dünya ekonomisindeki duraklamaya bağlı tüketim ve talebin azalmasıdır. Özel sektöre olan güven azalmasıyla birlikte özel yatırım harcamaları önemli ölçüde düşmüştür. Tüm bu gelişmelere bağlı olarak Türkiye 2016 yılında en riskli kabul edilen ülkeler sıralamasında ilk sıralarda yer almıştır. Ülkemize olan itibarın azalmasına bağlı olarak yüksek faizler, ulusal parada değer azalışı ve yüksek enflasyon rakamları görülmüştür. 2011 yılında çift haneye ulaşan ve %10,4 olarak gerçekleşen enflasyon 2012-2016 döneminde tekrar tek haneli rakamlara düşse de beklenen enflasyon değerlerinin oldukça üzerinde seyretmiştir. Yukarıda söz edilen siyasi gelişmeler, dış politika ve dünya ekonomisine bağlı olarak 2017

yılı sonunda enflasyon tekrar çift haneli rakama ulaşarak %11,9 gibi beklentinin oldukça üzerinde bir değerle ekonominin en önemli sorunlardan biri olmayı sürdürmüştür.

4.2. Türkiye’de Tüketici Fiyat Endeksi ve Değişim Oranları

Bilindiği üzere tüketici fiyat endeksi (TÜFE) herhangi bir tüketicinin satın aldığı belirli bir ürün ve hizmet grubunun fiyatlarındaki ortalama değişimleri gösteren bir ölçüt olup, yıllık enflasyon değerindeki değişimi ölçmek için kullanılmaktadır. 2017 yılında enflasyon yeniden çift haneli rakamlara ulaştığı için çalışmanın bu kısmında 2017 yılına ait TÜFE verileri dikkate alınmış ve enflasyondaki yükselişin TÜFE kaynaklı nedenlerini araştırmanın uygun olacağı düşünülmüştür.

Ana harcama gruplarına göre 2017 yılı tüketici fiyat endeksi ve değişim oranlarına ait veriler Tablo 4’te yer almaktadır. Tablodan ana harcama grupları içerisinde ağırlığın gıda ve alkolsüz içecekler, ulaştırma ve konut alanlarında olduğu görülmektedir. Dolayısıyla özellikle gıda ve alkolsüz içecekler grubunda görülecek olan yükselişler TÜFE’yi en çok etkileyen artışlar olmaktadır. Her üç harcama grubunda da tüketici fiyat endeksindeki değişim oranlarının bir önceki yılın Aralık ayına göre yükseldiği gözlenmektedir. Gıda ve alkolsüz içecekler başta olmak üzere, ulaştırma ve konut harcamaları enflasyon üzerinde oldukça etkilidirler. Diğer taraftan Tablo 3’e göre, ana harcama gruplarının tamamında fiyatların bir önceki yıla oranla arttığı ortaya çıkmaktadır. Tüketici fiyat endeksinin en yüksek olduğu harcama grubu alkollü içeceklerle tütün olup bunu sırasıyla lokanta ve oteller, çeşitli mal ve hizmetler, gıda ve alkolsüz içeceklerle, konut harcamaları takip etmektedir. Açıkça görüldüğü üzere temel mal ve hizmet gruplarında genele yayılan fiyat artışları söz konusudur. Bu durumun temel nedenleri arasında enerji fiyatlarındaki yükseliş eğilimini, maliyet artışlarını, beyaz eşya ve mobilya sektöründeki vergi indirimlerinin geri alınmasını sıralayabiliriz.

Tablo 4: Ana Harcama Gruplarına Göre Tüketici Fiyat Endeksi ve Değişim Oranları
(Aralık 2017, 2003=100)

Ana Harcama Grupları	Harcama Grubu Ağırlıkları	Bir Önceki Aya Göre Değişim Oranı (%)	Bir Önceki Yılın Aralık Ayına Göre Değişim Oranı (%)	Bir Önceki Yılın Aynı Ayına Göre Değişim Oranı (%)	On iki Aylık Ortalamalara Göre Değişim Oranı (%)	Endeks
Türkiye	100	0,69	11,92	11,92	11,14	327,41
Gıda ve Alkolsüz İçecekler	21,77	1,52	13,79	13,79	12,7	363,38
Alkollü İçecekler ve Tütün	5,87	-0,01	2,86	2,86	15,44	591,36
Giyim ve Ayakkabı	7,33	-2,39	11,48	11,48	7,05	221,1
Konut	14,85	0,77	9,62	9,62	8,04	358,47
Ev Eşyası	7,72	1,18	12,74	12,74	8,17	258,65
Sağlık	2,63	0,23	11,9	11,9	12,42	195,46
Ulaştırma	16,31	1,69	18,24	18,24	16,8	326,65
Haberleşme	4,12	-0,17	1,41	1,41	2,74	134,77
Eğlence ve Kültür	3,62	0,02	8,38	8,38	9,79	223,11
Eğitim	2,69	0,03	10,48	10,48	9,98	324,39
Lokanta ve Oteller	8,05	0,47	11,47	11,47	10,27	482,5
Çeşitli Mal ve Hizmetler	5,04	0,05	12,77	12,77	12,29	393,72

Kaynak: TÜİK (2017)

Eğilmez (2015)'e göre merkez bankasının enflasyon hedefini tutturamamasının esas nedeni hedef olarak belirlenen göstergenin yanlış seçilmesidir. Merkez bankası, hedefi TÜFE olarak belirlemektedir. Halbuki TÜFE'nin içinde para politikası araçlarıyla değiştirilemeyecek büyüklükler bulunmaktadır. Enerji fiyatları buna verilebilecek en güzel örnektir. Enerji fiyatları tamamen dışarıda belirlenmektedir. Diğer taraftan ana harcama grupları arasında yer alan alkol ve tütün fiyatları kamu otoritelerince belirlenmektedir. Merkez bankasının veri olarak kabul ettiğimiz bu değerleri hiçbir şekilde etkileme gücü bulunmamaktadır. Bu şekilde merkez bankası TÜFE dahilinde bulunan birçok kalemi veri kabul etmekte ve bu yönde bir politika uygulayıcı pozisyonunda bulunmaktadır. Oysa merkez bankasının para politikası araçlarını kullanarak değiştirebileceği gösterge çekirdek enflasyondur. Doğru ve başarılı bir enflasyon hedeflemesi ancak bu gösterge üzerine hedef konularak gerçekleştirilebilir. Bilindiği üzere çekirdek

enflasyon, enflasyonun geçici ya da bir defaya mahsus etkilerden arındırılmış kalıcı kısmıdır. Bu amaçla, dışsal etkilere karşı oldukça açık olan yukarıda söz edilen enerji fiyatları, mevsimsel şartlar, maliye politikaları vb. ile geçici özellikler içerebilen, temel gıda maddeleri fiyatları ve dolaylı vergiler enflasyon tahminlerinde dışlanan temel faktörler olmaktadır. Çekirdek enflasyon kullanımındaki esas neden, fiyatlar genel düzeyindeki değişime süreklilik kazandıran unsurları belirlemektir. Daha gerçekçi politika kararlarının uygulanabilmesi için çekirdek enflasyon göstergelerinin takip edilmesi gerekmektedir.

SONUÇ

Finansal liberalizasyon programları gerçekleştiren farklı ülkelerin çoğunda paranın dolanım hızındaki istikrarın ortadan kalkması, çağa uygun yeni finansal araçların doğması ve finans sektöründeki hızlı ilerlemeler neticesinde para talebindeki istikrar

gerilemiş ve bu sonuçlar da parasal büyüklüklerin ara hedef olarak ortaya konulmasını zorlaştırmıştır. Bu koşullar içerisinde, bir takım ülkeler doğrudan bir ara hedef kullanmadan enflasyon hedeflenmesini tercih etmişlerdir. Ülkemizde enflasyon hedeflemesi rejimi dünya genelindeki uygulamadan 12 yıl sonra uygulanmaya başlanmış olup, 16 yıldır devam etmektedir.

Enflasyon hedeflemesi genellikle enflasyon tahmini hedeflemesidir. Bunun nedeni, para politikasının etkilerinin hemen ortaya çıkmaması, bunun zaman almasıdır. Para politikasında bugün alınan kararların ekonomi üzerindeki etkileri gelecek dönemde ortaya çıkmaktadır. Enflasyon hedeflemesi rejimi, dünyanın neresinde uygulanıyor olursa olsun, işlerliği yargılara bağlı olan bir uygulamadır. Bu nedenle yürütülmesi oldukça önemlidir. Enflasyon hedeflemesi aslında, en verimli şekilde, enflasyonun beklenen ya da hedeflenen seviyede olduğu şartlarda başarılı olmaktadır. Bu şartlar altında yapılması gereken, uzun dönem dengelerinden başlayarak mevcut pozisyonun gözetilmesi şeklindedir.

Türkiye’de tam anlamıyla 2002 yılında uygulanmaya başlayan enflasyon hedeflemesi rejimi her ne kadar 2002-2005 döneminde başarılı olmuş yani enflasyonu hedeflenen değerin altında gerçekleştirmiş görünse de takip eden dönemlerde gerçekleşen enflasyon, hedeflenen enflasyon rakamlarının oldukça üzerinde seyretmiştir. 2006 yılından günümüze kadar olan süreçte sadece iki dönem enflasyon hedefiyle gerçekleşen enflasyon aynı olmuş ya da beklenen enflasyonun bir puan altında enflasyon ortaya çıkmıştır. Bu çerçevede ülkemizde merkez bankasının enflasyon hedefini tutturma konusunda genel itibarıyla başarılı olamadığı görülmektedir.

Ülkemizde hedeflenen enflasyon değeriyle gerçekleşen enflasyon değeri arasındaki farkın oldukça yüksek olmasının çeşitli sebepleri bulunmaktadır. İlk olarak, enflasyon hedeflemesi rejimi uygulanmadan önce özellikle ülkemiz gibi gelişmekte olan ülkelere kurumsal ve teknik alt yapı hazır olmalıdır. Bunun yanı sıra yapısal reformlarla (cari açığın düşürülmesi, vergi sisteminde iyileştirme, enerji tasarrufu vb.), teknolojik ilerlemelerle, üretim ve verimlilik artırılarak, büyümeyi dışa bağımlı olan yapıdan kurtararak enflasyonun düşürülmesi mümkün olmaktadır. Aksi takdirde enflasyonun düşürülmesi ve uzun dönemde bu düzeyin korunması olası görülmemektedir. Gelişmekte olan ülkelerin bir

kısmi enflasyon hedeflemesine geçmeden önce, öncelikli olarak makro ekonomik koşullarını iyileştirmiş, enflasyonun azalmasını sağlamış (%10’un altında bir enflasyon düzeyi ile enflasyon hedeflemesine geçiş yapmış), yukarıda sözü edilen yapısal reformları gerçekleştirmiş ve bunun sonucunda ortaya çıkan güçlü denetim mekanizmasıyla başarıya ulaşan geçiş sürecini uygulamıştır. Geçiş sürecinin hemen ardından da doğrudan enflasyon hedeflemesi stratejisini uygulamışlardır. Diğer taraftan, enflasyon hedeflemesi rejiminin başarılı biçimde yürütülmesi için merkez bankasının bağımsızlığının yasalarla desteklenmesi, şeffaflığının artırılması, kamu bütçesinde dengenin sağlanması, yeterli seviyede derinliğe ulaşmış gelişmiş para ve sermaye piyasalarının varlığı zorunludur. Ülkemiz gibi mali baskınlık oranı yüksek, yeterli derinliği olmayan para ve sermaye piyasalarının var olduğu ekonomilerde yürürlükte olan para politikaları şüphesiz verimliliği düşürücü yönde etkide bulunmaktadır. Çünkü bu şartlar içerisinde ekonomi sorunu yaşama eğilimindedir ve fiyat istikrarına odaklanamamaktadır. Bu nedenle enflasyon hedeflemesi rejimleri, gelişmiş ülkelere gelişmekte olan ülkelere göre daha iyi sonuçlar vermektedir. Burada dikkat edilmesi gereken nokta merkez bankasının bağımsızlığının araç bağımsızlığı olduğudur. Merkez bankası fiyat istikrarını sağlamak amacıyla hangi araçları (faiz politikası, karşılıklar politikası, açık piyasa işlemleri, makro ihtiyati politika araçları) kullanacağını kendisi tespit etmektedir. Merkez bankasının daha gerçekçi ve başarılı politika kararları alıp, uygulayabilmesi için hedef göstergesi olarak TÜFE yerine çekirdek enflasyon kullanılmalıdır. Aksi takdirde merkez bankası TÜFE dahilinde bulunan birçok kalemi veri kabul etmekte ve bu yönde bir politika uygulayıcı pozisyonunda bulunmaktadır. Bu durum enflasyon hedefinin tutmamasına yol açan önemli bir başka neden olmaktadır. Özellikle, enflasyon hedeflemesi rejimini uygulayan gelişmiş ülkelere tek bir çekirdek enflasyon göstergesi yerine, tüm hesaplama yöntemlerinin avantaj ve dezavantajları dikkate alınarak farklı şekillerde hesaplanmış türev endeksler dikkate alınmaktadır.

Enflasyon hedeflemesi rejiminin başarılı olabilmesi için ayrıca beklentilerin iyi yönetilmesi ve etkin iletişim politikalarının kullanılması gerekmektedir. Bunun yanında kurda ortaya çıkabilecek olan değişimler (maliyetler üzerine ciddi derecede etkilidir), jeopolitik ve siyasal gelişmeler ve her dönemin kendine özgü taşıdığı nitelikler enflasyon

tahminlerini etkileyebilecektir. Bu anlamda, ülkemizde yüksek oranlı cari açığın sebep olduğu döviz kuru dalgalanmaları azaltılmalıdır. Bunun için uluslararası alanda rekabetçi ürün ve firmalar ortaya çıkarılmalı, rekabet şansımızın en yüksek olduğu en iyi ürünler üretilmeli, ithalata bağımlı olan kalıplaşmış yapıya zaman kaybetmeden son verilmelidir.

KAYNAKLAR

- Airaudo, M. (2004). Can Turkey Move to Explicit Inflation Targeting? Some Lessons from a Simple Model of Policy Design with Imperfect Credibility. Lab on European Economics, Rome.
- Akyazı, H. (2004). Enflasyon Hedeflemesi Ülke Deneyimleri ve Türkiye’de Uygulanabilirliği. (1.Baskı). Seçkin Kitabevi. Ankara.
- Batini, N. and Laxton, D. (2006). Under What Conditions Can Inflation Targeting Be Adopted? The Experience of Emerging Markets. Central Bank of Chile Working Papers No. 406.
- Bernanke, B. S., Laubach, T., Mishkin, F. S. and Posen, A. S. (1999). Inflation Targeting: Lessons from the International Experience. Princeton, N. J., Princeton University Press.
- Blanchard, O. (2003). Comment on Inflation Targeting in Transition Economies: Experience and Prospects by Jiri Jonas and Frederic Mishkin. NBER Conference on Inflation Targeting, Florida.
- Bozkurt, C. (2010). Enflasyonun Ekonomik ve Sosyal Maliyetleri. Bütçe Dünyası Dergisi, 34(2), 168-183.
- Central Bank Inflation Targeting Report (2012). Central Bank News Website. <http://www.centralbanknews.info/2012/01/central-bank-inflation-targetingreport.html>
- Demirhan, E. (2002). Para Politikasının Değişen Yüzü: Enflasyon Hedeflemesi. İstanbul: TBB Yayınları.
- Doğan, Ç. (2005). Fiyat İstikrarı Sorunsalı, Merkez Bankası Eksenli Çözüm Stratejileri (1. Baskı). Nobel Yayınevi, Ankara.
- Eğilmez, M. (2015). Kendime Yazılar. Erişim Adresi <http://www.mahfiegilmez.com/2015/>
- Ermişoğlu, E. (2011). Enflasyon Hedeflemesi Rejiminin Türkiye’deki Başarısının Değerlendirilmesi. Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası Uzmanlık Yeterlilik Tezi. Ankara.
- Ermişoğlu, E. (2013). Türkiye’de Enflasyon Hedeflemesi Bir Başarı Hikayesi mi? BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar Dergisi,7(1), 32.

- Greenspan, A. (1996). Opening Remarks To the 1996 Jackson Hole Symposium: Achieving Price Stability. Federal Reserve Bank of Kansas City.
- Gül, E. ve Gürbüz, A. (2015). Enflasyon Hedeflemesi ve Türkiye’de Uygulanabilirliği. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 14, 3.
- Mishkin, F. (2000). Inflation Targeting in Emerging Market Countries. The American Economic Review, <http://www2.gsb.columbia.edu/faculty/fmis/kin/research.html>
- OECD (2017). Küresel Ekonomik Görünüm Raporu, Haziran.
- Orhan, A. (2007). Para Politikası Stratejisi Olarak Enflasyon Hedeflemesi ve Türkiye Uygulaması. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.
- Öztürk, S. (2003). Enflasyon Hedeflemesi. Derin Yayınları, İstanbul.
- Peker, H. (2011). Türkiye’de Enflasyon ve Enflasyon Hedeflemesi Uygulamasının Değerlendirilmesi. Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 11(22), 495-496.
- Schaechter, A., Stone, M. R. and Zelmer, M. (2000). Adopting Inflation Targeting: Practical Issues for Emerging Market Countries. IMF Occasional Paper, No. 202.
- Sherwin, M. (2000). Institutional Frameworks for Inflation Targeting. <http://www.rbnz.govt.nz/speeches/0097459.html>
- Şanlı, B. (2006). Enflasyon Hedeflemesi Uygulamaları ve Türkiye Açısından Değerlendirilmesi. Sosyal Bilimler Dergisi, 16, 38-56.
- TCMB (2001). Yıllık Rapor 2001, <http://www.tcmb.gov.tr>.
- TCMB (2002). Fiyat İstikrarı, <http://www.tcmb.gov.tr>.
- TCMB (2008). Enflasyon Hedeflemesi Rejimi.
- TCMB (2009). Yıllık Rapor 2009, <http://www.tcmb.gov.tr>.
- TCMB (2010). Yıllık Rapor 2010, <http://www.tcmb.gov.tr>.
- TCMB (2013). Yıllık Rapor 2013, <http://www.tcmb.gov.tr>.
- TCMB (2014). Yıllık Rapor 2014, <http://www.tcmb.gov.tr>.
- TCMB (2017). Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Elektronik Veri Dağıtım Sistemi, Erişim Adresi <http://evds.tcmb.gov.tr/cbt.html>
- TÜİK (2017). Türkiye İstatistik Kurumu, www.tuik.gov.tr
- TBB (2000). Enflasyon Hedeflemesi, Aralık, Bankacılık ve Araştırma Grubu.
- Uğurlu, E. ve Saraçoğlu, B. (2010). Türkiye’de Enflasyon Hedeflemesi ve Enflasyonun Öngörüsü. Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 25 (2), 57-72.
- Ünsal, E. M. (2007). Makro İktisat. İmaj Yayınevi, Genişletilmiş 7. Baskı. Ankara.



Culture, Tax Culture and Tax Mentality

Halil İbrahim DEMİR¹

Abstract: The need to live together by people who are social beings as a result of creation has led to the birth of two main institutions, states and cultures. When referred to as the state, the tax, which is the first concept that comes to mind, has a vital prospect because it is the basic indicator of sovereignty power as well as constituting the first - basic income source with 80 - 90% share in the public revenues, regardless of the governance forms of the states. For this reason, the success levels of state tax applications are not only important in ensuring continuity in public services, but also in maintaining the existence and legitimacy of the tax collecting state. States use the forces of sovereignty in accordance with their cultural structures, under the influence of society (nations), both within and between societies, and the environments in which they live. Therefore, tax practices, which have an important place in state practices, are influenced by the changes occurring in social life over time and differences among societies, and they form tax cultures under the national culture that they are a part of. Tax cultures are an institution that has a great influence on the attitudes and behaviors that the taxpayers will exhibit in the face of taxation. Common mental programming, which separates a group of people from other groups, and culture, which is always a social phenomenon and a phenomenon that emerges at national or institutional level, has great effects on the attitudes and behaviors of individuals, as well as being a common product of their constituent communities and therefore of individuals. For this reason, understanding and anticipating the responses to taxpayers' taxpayers has great importance in reducing tax compliance costs and achieving success in tax applications.

Keywords: Tax culture, tax mentality, tax psychology, fiscal sociology,

Kültür, Vergi Kültürü ve Vergi Anlayışı

Özet: Yaratılış itibarıyla sosyal bir varlık olan insanların bir araya gelerek yaşama ihtiyacı, iki temel kurum olan devletlerin ve kültürlerin doğmalarına neden olmuştur. Devlet denildiğinde ise akla ilk gelen kavram olan vergi, devletlerin yönetim biçimlerinden bağımsız olarak kamu gelirleri içerisindeki % 80 – 90 payla birinci – temel gelir kaynağını oluşturmakla birlikte egemenlik gücünün de temel göstergesi olması nedeniyle hayati öneme sahiptir. Bu nedenle devletlerin vergi uygulamalarında ki başarı seviyeleri sadece kamu hizmetlerinde devamlılığın sağlanmasının değil aynı zamanda vergi toplayan devletin varlığını ve meşruiyetini sürdürmesi açısından da önemlidir. Devletler ise egemenlik güçlerini, topluluğun(milletin) gerek toplum içi ve gerekse toplumlar arası ilişkilerinin ve yaşadıkları çevrelerinin etkisi altında, kültürel yapılarına uygun olarak kullanmaktadırlar. Dolayısıyla devlet uygulamaları içerisinde önemli bir yere sahip olan vergi uygulamaları da toplumsal yaşamda zaman içerisinde ortaya çıkan değişimlerden ve toplumlar arası farklılıklardan etkilenerek, kendisinin de bir parçasını oluşturduğu milli kültürün altında vergi kültürlerini oluşturmaktadır. Vergi kültürleri ise mükelleflerin vergilendirme karşısında sergileyecekleri tutum ve davranışlar üzerinde büyük etkilere sahip olan bir kurumdur. Bir insan grubunu diğer guruplardan ayıran ortak zihinsel programlama ve her zaman toplumsal bir fenomen ve milli veya kurumsal düzeyde ortaya çıkan bir olgu olan kültür, kendilerini oluşturan toplumların, dolayısıyla bireylerin ortak ürünü

¹ Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Bucak Hikmet Tolunay Meslek Yüksekokulu, Burdur.

<https://orcid.org/0000-0002-1479-5073>

*Corresponding author (İletişim yazarı):

hidemir@mehmetakif.edu.tr

* Bu makale "Kültürün Vergi Mükelleflerinin Tutumları Üzerindeki Etkisi: Batı Akdeniz Örneği" isimli doktora tez çalışmasından türetilmiştir.

** Ayrıca bu çalışma 4708-D1-16 numaralı proje kapsamında Süleyman Demirel Üniversitesi Bilimsel Araştırmalar Projesi (BAP) Koordinasyon Birimi tarafından desteklenmiştir.

Citation (Atıf): Demir, H. İ. (2018). Kültür, Vergi Kültürü ve Vergi Anlayışı, Bilge Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2 (2): 99-111

olmakla birlikte bireylerin tutum ve davranışları üzerlerinde büyük etkilere sahiptir. Bu nedenle vergi uygulamalarına karşı mükelleflerce sergilenecek tepkilerin anlaşılması ve önceden öngörülebilmesi vergi uyum maliyetlerinin düşürülmesi ve vergi uygulamalarında başarıya ulaşılması açısından büyük öneme sahip olmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Vergi kültürü, vergi anlayışı, mali sosyoloji, vergi psikolojisi

1. GİRİŞ

Sosyal bir varlık olan insan topluma karşılıklı etkileşim altındadır. Bireylerin bir araya gelerek oluşturdukları toplum, bireylerin iradeleri ile genel çoğunluk tarafından uygulanı gelen, kabul görmüş eylemler ile genelin beğenisini kazanan güncel/yeni eylemlerden oluşmaktadır. Söz konusu eylemler, bireylerin iradesi dışında uymak zorunda kaldıkları, örf olarak adlandırılan bir takım toplumsal kurallarla oluşturulmaktadır. Toplumsal kurallar (örfler), bireysel iradenin bir ürünü olmakla birlikte bireysel iradenin üstünde bir yer edinerek toplumsal baskı yoluyla toplumsal bir ruh olarak toplumca kabul görmektedir (Gökalp, 1981: 30 – 31). Bireyin topluma uyum ve kabulü açısından sosyalleşme, bir toplum için istenmeğe değer davranışların, değerlerin bireye benimsetilmesi, istenmeyen davranışların baskı altına alınması yoluyla bireyin sadece biyolojik bir varlık olmaktan çıkarılarak toplumla bütünleştirilmesi, içinde yaşadığı toplumun maddi ve manevi değerlerinin öğretilmesi ve koşullandırılması sürecidir. Bu süreç hem bireyin toplumsal bir varlık olması, toplumun yapı ve kültürünü öğrenmesi ve bireysel benliğin şekillenmesi açısından hem de toplumun sürekliliği açısından büyük öneme sahiptir (Sarkınç ve Cura, 2012: 34 – 35). Dolayısıyla sosyalleşme toplum içerisinde yaşayan bireyin toplumu tanıma, toplumdaki kurumları anlamlandırma ve bunlara karşı duruşunun belirlenmesini kapsayan ve genelde bireyin tüm tutum ve davranışlarını, özelden ise ekonomik ve mali tutum ve davranışlarının yönünü de etkilemektedir.

İktisat biliminin kuralları insan davranışları üzerine oturtulmaktadır. Adam Smith’ den bugüne, kapitalizmle birlikte ortaya çıkıp gelişen “rasyonel davranış” biçimi bireysel davranış şekli olarak varsayılmaktadır. Ancak insanlar toplum içerisinde yaşamakta ve bireysel düşünme kalıpları, toplumun kullandığı dil, düşünce ve değerler ile mantık sisteminden etkilenmektedir. Toplum, bireyin yaşadığı olayların bilinç düzeyinde algılanmasına etki eden ve psikolojisini koşullandırılan bir süzgeç oluşturmaktadır. Bireyin algılaması, toplumsal

süzgecin etkisi altında tutulabildiği ölçüde toplumsal süzgecin oluşturulup denetlenmesi yoluyla bireyler de kontrol edilebilmektedir. Bireyin de toplumdaki etkilendiği ölçüde güçlü olmamakla toplumu etkilemesi söz konusu olabilmektedir. Bireyin, diğer bireylerle veya toplumla olan ilişkilerinde etkin olan davranış kalıpları ve uygulamalar sadece iktisat bilimi ile açıklanamamakta, psikoloji ve sosyoloji bilimlerinin işbirliğini gerektirmektedir (Önder, 1991: 180 – 181).

İktisadi psikoloji temelde üç tür ekonomik gerçeklik ile ilgilenmektedir;

- Birincisi, tüketici ve hane davranışlarına odaklanan tüketici davranışları,
- İkincisi, girişimcilik ve iş davranışları odaklı üretici davranışları,
- Üçüncüsü ise kamu ekonomisi, sosyal yardımlar, vergiler ve mükelleflere odaklanan birey-toplum ve devlet ilişkileridir.

Vergi psikolojisi yada daha genel olarak mali psikoloji iktisadi psikolojinin ilgilendiği üçüncü temel alan içerisinde yer almaktadır (Warneyrd, 1988: 12).

Bireysel davranışlar, bireyler tarafından çevrelerinde gelişen nesnel durumların birey tarafından algılanması ve öznel olarak geliştirdikleri tutumlar ile bu nesnel durumların etkileşiminin bir sonucu olarak ortaya çıkan sosyal rollerinin bir ürünüdür. Aynı şekilde bireylerin ekonomik ve mali davranışları da karşılaştıkları ekonomik ve mali nesnel gerçeklikleri algılama ve kendileri açısından önemli görülen amaçlara ulaşmaya yönelik gerek içsel (kişiliklerinin ürünü) ve gerekse dışsal (nesnel gerçekliklerin ürünü) etkenlerin etkileşimi altında sergiledikleri sosyal rollerden ibarettir (Çetin, 2010: 44). Dolayısıyla, devletlerin temel gelir kaynağı olan vergi, devlet ile mükellefin karşılıklı etkileşiminin en yoğun örneği olması nedeniyle anlaşılabilirliği ilişkideki nesnel gerçekliklerin yanında mükelleflerin psikolojik ve bireysel açılarından da ne gibi etkenlerle tutumlarını

belirlediklerinin araştırılması önemli bir konu olmaktadır.

2. MALİ SOSYOLOJİ, VERGİLENDİRMEİN SOSYO-PSİKOLOJİK YÖNÜ VE VERGİ ANLAYIŞI

2.1. Mali Sosyoloji Kavramı

Toplum bilimi (sosyoloji), toplum içerisinde bireyi, bireylerin oluşturdukları grup ve kurumları ve tüm bunlar arasındaki ilişkileri inceleyen bilim dalıdır. Mali sosyoloji ise toplumda ekonomik refahın yeniden dağılımını gerçekleştiren devletin, mali alandaki faaliyetlerinin toplum ve bireyler üzerindeki etkilerini yöneten sınıf ve yönetilen kitleler arasındaki ilişkileri de içerecek şekilde incelenmesini konu edinmektedir. Mali sosyolojinin tarihsel temelleri, toplumun gelişimi ve medenileşmesi amaçları ile devlet ve hükümdarca takip edilmesi gereken önerileri, zaman zaman liberal ve zaman zaman Keynesyen özellikleri ile dikkat çeken İbni Haldun'a kadar gitmekle birlikte 20. Yüzyılın başında Goldschied ve Schumpeter'in mali sorunları sosyolojik temelli analizlerine kadar ihmal edilmiş bir alandır. Goldschied ve Schumpeter'in vergi ve kamu harcamalarının topluma olan etkilerinin tarihi dönüşümünü de dikkate alan analizleri döneminin hakim maliye anlayışının toplumsal gerçeklikten uzaklaşmasını engellemek ve yoksun olduğu tarihsel ve sosyolojik temelleri kazandırmak açılarından mevcut maliye anlayışına eleştirel yaklaşım sergilemeleri mali sosyoloji açısından olumlu bir gelişme olmakla birlikte mali sosyoloji hak ettiği konuma hala ulaşamamıştır. Çünkü Goldschied ve Schumpeter'in ardından mali sosyolojinin tekrar ön plana çıkması 1970'li yıllarda yaşanan ekonomik krizin etkileri ile mali kriz odaklı, O'Connor'ın "The Fiscal Crises Of The State(1973)" ve Musgrave'in Theories of Fiscal Crisis: An Essay in Fiscal Sociology (1980)" çalışmalarına kadar gözardı edilmiş fakat günümüzde, kendine ait araştırma gündemi ve entelektüel kimliği ile hızla gelişen bir alan özelliği gösteren mali sosyoloji daha çok kültürel, ahlaki ve tarihsel çalışmalar ile dikkat çekmektedir (Çelebi, 2011:7-9). Mali sosyolojinin kurucusu olarak kabul edilen Goldschied, ülkesinde yaşanan mali krizin nedenlerini açıklama ve çözüm bulma amacıyla kamu maliyesi disiplinine sosyolojinin dahil edilmesi ihtiyacını vurgulamış, sosyoloji, tarih ve mali istatistiği kamu maliyesinin üç temel sütunu olarak görmüştür. Mali sosyolojiyi, "belirli bir tarihsel kurulumda (historical setting) devletin

doğası ile birlikte devletin finansmanı ve toplumsal gelişme arasındaki fonksiyonel karşılıklı bağımlılık" olarak tanımlayan Goldschied, gelir ve harcama arasındaki karşılıklı bağımlılık mekanizmasını "kamu maliyesi biliminin birincil meselesi" olarak görmekte ve bu bileşimi gerek ulusal gerekse toplumsal evrimin belirleyici etkeni olarak kabul etmektedir (Sert, 2011: 6).

Goldschied ile birlikte mali sosyolojinin kurucusu kabul edilen Schumpeter, mali tarihin ulusların tarihi üzerinde muazzam etkilere sahip olduğunu, ekonomik kanamalar olarak isimlendirdiği devletlerin ihtiyaç duydukları mali önlemlerin toplumsal dönüşümlerin dönüm noktasını oluşturduğunu, ekonomik kriz ve bozulmaların ardındaki asıl sebebin toplumsal değişim olduğunu belirtmektedir. Schumpeter'e göre, Demokratik devletlerin doğumu ile birlikte devlet ve özel alanlar daha da keskinleşmiş ancak önceleri prenslerce karşılanan toplumsal maliyetler, karşılıklı – ortak gereklilik haline gelmiştir. Devletin toplumsal bir kurum olarak ortaya çıkması faaliyet ve işlevlerinin çeşitlenmesine neden olmuş ve "vergi devleti" ortaya çıkmıştır. Ancak devletlerin mali sınırları özel ekonomilerin vergilendirilme kapasitesi ile çizilmektedir. Bu nedenle savaş, yönetim maliyetleri ve toplumun kamu mallarına olan talep artışları neticesinde devletlerin artan gelir ihtiyaçları özel ekonomi üzerinde olumsuz etkilere neden olmaktadır. Ekonomi üzerine bu etkiler sadece mali bakış açısıyla anlaşılamayacağından mali sosyoloji doğmaktadır. Schumpeter bu durumu, "tarihsel mali olaylar modern devleti yaratmış ve biçimlendirmiş, devlette de parçası olduğu toplumu etkileyip biçimlendirmektedir" tespiti ile ifade etmektedir. Bu karşılıklı etkileşim mali sosyolojinin ilgi alanını oluşturmaktadır (Musgrave, 1992: 90 – 93).

Padgett'e göre mali sosyoloji eğer ortaya çıkacaksa öncelikle devlet ile millet arasındaki eklemlenme ile ilgilenmeli ve operasyon hedefi örgütsel karar verme olan tarih açısından üç temel görevi yerine getirmelidir. Mali sosyolojinin birincil temel görevi, hükümet harcamaları ve vergi politikalarının yapısal analizinin yanı sıra tarihsel tarihinin gerçekleştirilmesidir. İkincil temel görevi, mali sistemlerdeki dış grup veya sınıf çıkarlarının analizi ve üçüncül temel görevi, kamu harcama ve vergi politikalarının ekonomik büyüme, gelir dağılımı, siyasi ve ekonomik ilişkilerin düzenlenmesi ile değişimlerin takibinin birlikte nedensellik analizlerinin yapılmasıdır (Padgett, 1981: 76).

Mali sosyalleşme, bireylerin toplumda yaşanan mali olay ve dönüşümlere karşı göstermesi gereken tutum ve davranışların içselleştirilmesi, içinde yaşadıkları toplumda egemen olan mali kültürün unsurlarına ve gereklerine uygun davranış ve hareket kalıplarını öğrenerek benimsemesi ve gelecek nesillere aktarması şeklinde tanımlanmaktadır. Mali sosyalleşmenin amaçları ise; bireylere mali yapı içerisindeki yerinin öğretilmesi ve mali yapıya katılımının sağlanarak iyi vatandaş olma özlemi ile vergi ahlakının kazandırılmasıdır. Amacına uygun bir mali sosyalleşmenin sağlanması sadece kanuni düzenlemeler yapılarak gerçekleştirilememektedir. Çünkü bireyler, eğitimlerinin, toplumdaki yerlerinin, dini inançlarının, örflerinin, çevrelerinin ve içinde buldukları grupların kısacası kültürlerinin etkisi altındadırlar. Sağlıklı bir mali sosyalleşme ancak bireyin mensup olduğu kültürün bireye kazandırılmaya çalışılan vergi kültürüne uyumunun bir sonucu olacaktır (Sarkinç ve Cura, 2012: 36 – 38). Bu nedenle mali sosyoloji çalışmaları ile ulaşılmaya çalışılan temel amaç, vergi uyum maliyetlerini minimize etmek olmakla birlikte araştırmaların iki yönlü fayda sağlanması beklenmektedir. Bu faydalardan birincisi, normatif iktisat ve maliye kuramlarının dayandırıldığı varsayımların sosyal yapıya ne derece uygun olduğunun test edilmesi ve ihtiyaç duyulması halinde varsayımların düzeltilmesine olanak sağlamalarıdır. İkinci fayda ise vergi mükelleflerinin eğilim ve davranışları ile vergilerin neden olduğu sosyo-psikolojik etkilerin tespiti sayesinde kanun koyuculara ve maliye çalışanlarına sosyal yapıya uygun yasa ve uygulamaların geliştirilmesinde yol haritası sunulmasıdır (Baloğlu ve Baloğlu, 2010: 16).

2.1.1. Kültür ve Kültürün Bireyler Üzerine Etkileri

Kültür ve Medeniyet kavramlarını Türkiye’de ilk kez kullanan ve yorumlayan düşünür Ziya Gökalp olmuştur. Ziya Gökalp, kültürle medeniyetin farklı kavramlar olduğunu işaret ederek kültüre hars demiştir. Ona göre halkın ananelerinden, örflerinden, yazılı ve sözlü edebiyatlarından, iktisadi ve estetik ürünlerinden oluşan hars, millidir. Medeniyet ise beynelmilel - uluslararası bir kavramdır. Başlangıçta her kavmin harsı vardır. Hars yükseldikçe medeniyet doğmaya başlar, medeniyet yükselen harsların ortak ürünüdür (Gökalp,1972: 1). Gökalp’ e göre insan tarafından gerçekleştirilen hareketler bir takım tarz – tahassüsler(duygulanma – duygulanım), tarz – 1

idrakler (anlama) ve tarz – hareketlerdir(algı – tutum – davranış) ki bireyin kendi uzviyetinden kaynaklanan ferd-i ruhi hadiseler ve mensup oldukları toplum tarafında telkin olunan içtima-i ruhi hadiseler olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Bireylere mensup oldukları toplum tarafından telkin edilen tarz-ı idrak ve amellere Anane denilmektedir. Ananeler, dini, ahlaki, hukuki, iktisadi, lisani, bedii(estetik)... olabilmenin yanında birden fazla millet açısından geçmişteki kökeni itibarıyla birbirine bağlılık gösterebilmektedir. Bu tarz ananeler medeniyetleri oluştururken yalnızca bir millet tarafından ortaya çıkartılması durumunda örf olarak kabul edilmelidir. Örf, milletçe kabul edilmiş, kendine has kıymet hükümlerine yani toplumsal vicdana verilen isimdir. Yani Anane beynelmilel, örf ise millidir. Bir milletin ananeleri ile örfleri arasında çatışma ortaya çıktığında anane milletin örfüne uygun olması durumunda kurumsallaşacak(müessese) ve diğer müesseselerle birlikte milletin harsını meydana getirecektir (Gökalp, 1981: 110 – 111).

Erol Güngör’e göre kültür: "Kültür, bir inançlar, bilgiler, hisler ve heyecanlar bütünüdür". Yani maddî değil, manevidir. Fakat kültür manevi olmakla birlikte uygulama esnasında maddî formlara bürünür. Örneğin, dinî inançlar cami, namazdaki beden hareketleri ve dinî kıyafetler... gibi maddî şekillerde görünmektedir (Güngör,1986: 15).

Hilmi Ziya Ülken' e göre kültür, “milletin içinde bulunduğu medeniyet şartlarına göre yarattığı bütün dil, ilim, sanat, felsefe, örf ve âdetler ile bunların toplamıdır”(Ülken,1948: 7).

Topses ise kültür’ü “Bir halkın yada toplumun maddi ve manevi alanlarda oluşturduğu ürünlerin tümü; yiyecek, içecek, korunak, barınak gibi temel gereksinimlerin elde edilmesi için kullanılan her türlü araç-gereç, uygulanan teknik, düşünceler, bilgiler, inançlar; dinsel, toplumsal, politik düzen ve kurumlar; düşünce, duyuş, tutum, davranış ve yaşam biçimleri” şeklinde tanımlamaktadır (Topses,2010: 12).

Tylor ise Kültür’ün “Bilgi, inanç, sanat, hukuk, ahlak, gelenek ve görenekler ile toplumun üyesi olarak insanoğlunca kazanılmış olan alışkanlık ve yetenekleri kapsayan bir bütün” olduğunu belirtmektedir (Tylor,1924: 1).

Huntington kültürü, bilim adamlarının kendi çalışma alanlarına uygun olacak şekilde farklı

tanımladıklarını belirtmekle birlikte genel tanımlamaların yüksek kültür' e karşılık gelecek şekilde, toplumun sahip olduğu, sanatsal, musiki, edebi ve entelektüel ürünleri ifade ettiğini belirtmektedir. Ancak, kültür tanımının her şeyi kapsayan bir şekilde yapıldığında hiçbir şeyi açıklayamayacağını vurgulamaktadır. Bu nedenle Huntington, kültürün toplumsal gelişmeyi nasıl etkilediğini açıklayabilmek için daha fonksiyonel bir şekilde tanımlanması gerektiğini belirtmektedir. Huntington' a göre kültür, subjektif bir yaklaşımla, toplumdaki insanlar arasında yaygın olan inançlar, değerler, davranışlar, varsayımlar ve yönlendirmeler şeklinde değerlendirilebilmektedir (Huntington, 2000: xv).

Schein'a göre kültür, makrokültür, örgütsel kültür, alt kültür ve mikrokültür olmak üzere 4 (dört) farklı kültür düzeyinden oluşmaktadır. Makrokültürler, milletlerin, etnik veya dini grupların yada küresel olarak yayılmış olan mesleklerin sahip olduğu kültürlerdir. Örgütsel kültür, kamu veya özel sektör örgütlerin de hakim olan kültürü ifade etmektedir. Alt kültürler, kuruluşların içerisindeki hukuk, tıp, mühendislik gibi mesleklere ait kültürlerdir. Mikro kültürler ise, gerek örgüt içi ve gerekse örgüt dışı mikro sistemlerdir. Örneğin, cerrahi ekipler ve/veya görev timleri gibi (Lamba – Özdaşlı, 2015: 343).

Görüldüğü üzere kültürle ilgili birçok tanım yapılmış olup yapılan bu tanımlamalarda bazı yazarlar kültürün maddi taraflarıyla ilgilenmişlerdir. Örneğin Malinowski kültürü, nesnelere, eylemler ve zihniyetler sistemi ve sistem içerisindeki her parçasının bir amaca hizmet eden, unsurları karşılıklı olarak birbirlerine bağlı olan ve insanın ihtiyaçlarını giderme sürecinde karşılaştığı problemleri çözümlendiği bir araç olarak tanımlamaktadır (Malinowski, 1992: 21).

Yapılan tanımlardan anlaşıldığı gibi kültür, geçmişten günümüze kadar oluşturulan maddi ve manevi değerler ile insanın doğaya egemenliğini sağlayan tüm araçları kapsayacak şekilde geniş çerçevede kullanılan bir kavramdır. Kültürün bu yönüne dikkat çeken Bostancı, değerlerin maddi – manevi ayırımının maddi kültür ve moral kültür ayırımına yol açtığını ve maddi kültürün görünür alanlarla ilgili, toplumda insanlar tarafından üretilen teknoloji, üretim araçları ile diğer kullanılan araçlar ve gereçleri kapsayan tüm ürünleri ifade ettiğini belirtmektedir. Moral kültür ise, o toplumdaki davranış gerisinde egemen veya muhalif her türlü düşünce ve algılamaları etkileyen, dini inançları, ahlaki değerleri, hukuk sistemini,

insan ilişkilerini düzenleyen yazılı veya yazılı olmayan kuralları ifade etmektedir (Bostancı, 2003: 111).

Kültüre ilişkin yapılan tanımlarda farklı oranlarda vurgulanmakla birlikte ortak olan bir takım özellikler dikkat çekmektedir. Kültürün insan davranışları üzerindeki etkileri nedeniyle bilinmesi önemli olan özellikleri şunlardır (Erdoğan,1999:101);

- Kültür, öğrenilmiş davranışlar topluluğudur.
- Kültür, tarihi ve süreklidir.
- Kültür, toplumca benimsenmiştir ve toplumun yaşam biçimidir.
- Kültür, toplum üyelerince paylaşılmıştır.
- Kültür, ideal ya da idealleştirilmiş kurallar sistemidir.
- Kültür, insanın biyolojik ve psikolojik ihtiyaçlarını giderici bir yapıdadır.
- Kültür, bütünleştirici bir eğilime sahiptir.

Kültür, durgun olduğu kadar devamlıdır ve değişebilir. Değişimden, teknolojik ve ekonomik faktörler, fiziki çevre faktörleri, başka kültürlerle temas, kültürün kendi içindeki değişim ve gelişmeler anlaşılmalıdır. Kültür, örf, adet, gelenek ve görenekler gibi kökleşmiş içerikleri ile toplumsal yapının sürekliliğini sağlamakla birlikte bir yandan toplum değerlerinden, diğer yandan da bu doğrultuda ortaya konulan davranış kalıplarından oluşan dinamik bir yapıdır. İnsanların biyolojik niteliği kültür sürecinin işlenmesi ve varlığı yönünden zorunlu olmakla birlikte kültürel değişim ve değişiklikleri açıklama yönünden zorunlu değildir. İnsanlar, bir takım davranışları sürekli tekrarlaması ve grubun diğer üyeleri tarafından paylaşılarak, kabul görmesi zamanla belirli davranış kalıplarını meydana getirir. Aile yaşamından hukuk ve devlet yaşamına, arkadaşlık ilişkilerinden yolculuk davranışlarına varıncaya kadar her alanda görülebilen bu davranış kalıpları toplumsal değerler doğrultusunda oluşur ve bireyler üzerinde kültürel etkilere sebep olur. Topluma katılan her birey, kültürün değerleri yanında bu davranış kalıplarını da öğrenir, benimser ve bu kalıplara uygun davranışlar sergiler. Bu yolla kültür, grup yaşamını düzenler, grup yaşamında ve toplumsal ilişkilerde yerleşmiş davranış kalıpları sunarak o topluma diğer toplumlardan farklılaştırır. Kültürün temel işlevleri denilen bu sürecin etkileri şöyle sıralanabilir (Dönmezer, 1999:104 - 106):

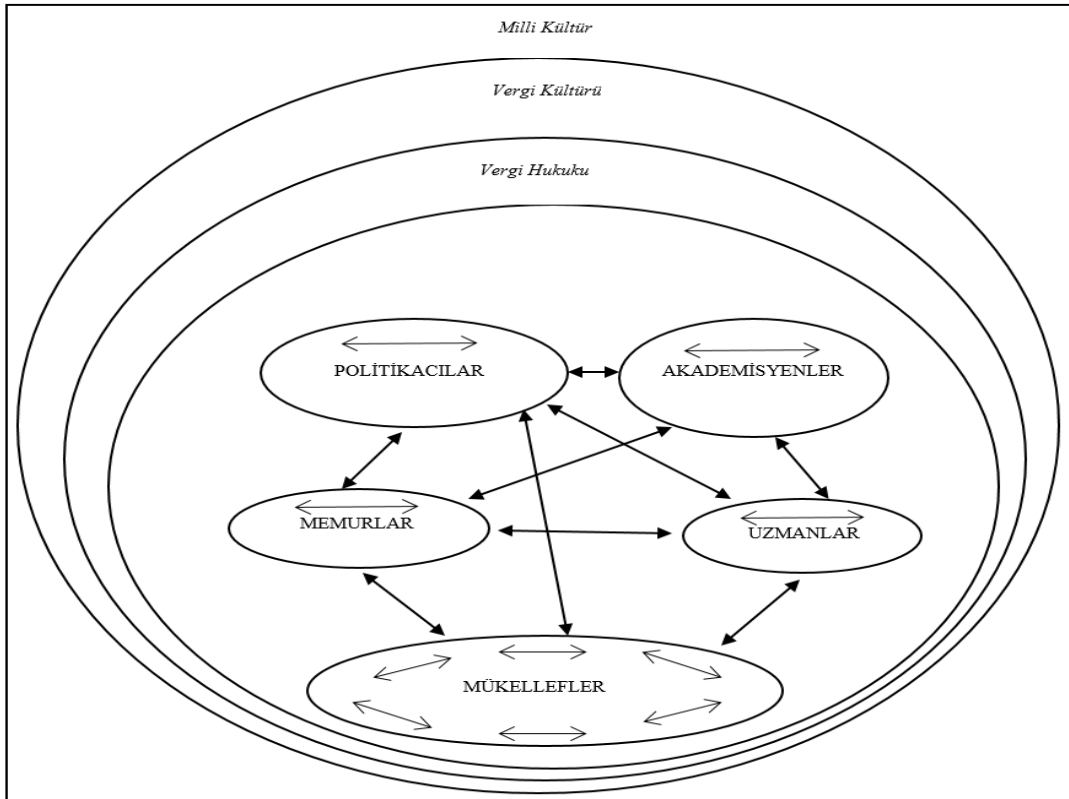
- Birey davranışlarını yönlendirerek toplumsal düzeni sağlamaktadır.

- Topluma kimlik kazandırmakta ve toplumu diğer toplumlardan farklı kılmaktadır.
- Toplumsal dayanışma ve birlik duygusu, yani “biz bilinci” vermektedir.
- Toplumsal kişiliğin oluşmasını ve “sosyalleşmeyi” sağlamaktadır.

2.1.2. Vergi Kültürü

Vergi kültürü, ekonomi, tarih ve sosyolojinin kesişmesi ile açıklanabilecek, milletlerin geçmişten bugüne uygulaya geldikleri vergi eylemlerine verilen bir isimdir (Nerré, 2008: 155). Vergi kültürünün, vergi uyumunun içsel ve dışsal faktörlerini birleştirici özelliklere sahip bir kavram olarak kabulü kavramın tarihsel dönüşümünden

kaynaklanmaktadır. Şöyle ki; vergi kültürü kavramının klasik yorumunda sadece vergi sisteminin kurucularına yer verilirken, zaman içerisinde vergi mükellefleri de, vergi kültürü kavramına dahil edilmişlerdir (Nerré, 2006: 189). Böylece mükelleflerle ilişkilendirilen vergi kültürü, vergiye uyum literatüründe yer edinmeye başlamıştır. Vergi mükellefi ile vergi idaresi arasındaki karşılıklı bağımlılıklar, bağlar ve iletişimin tarihsel süreç içerisinde ortaya çıkardığı birikimsel uygulama ve ulusal vergi sistemlerinin bağlantılı olduğu resmi ve gayri resmi kurumların bütünü o ülkenin vergi kültürünü oluşturmaktadır. Vergileme ve vergi ödemenin daha fazlasını ifade eden vergi kültürü, kültürel norm ve geleneklerden oluşan vergi kodlamaları olarak da tanımlanmaktadır (Işık, 2009, 852).



Kaynak: Nerré, B. (2008), s. 156

Şeki 1: Milli Kültürün Bir Unsuru Olarak Vergi Kültürü

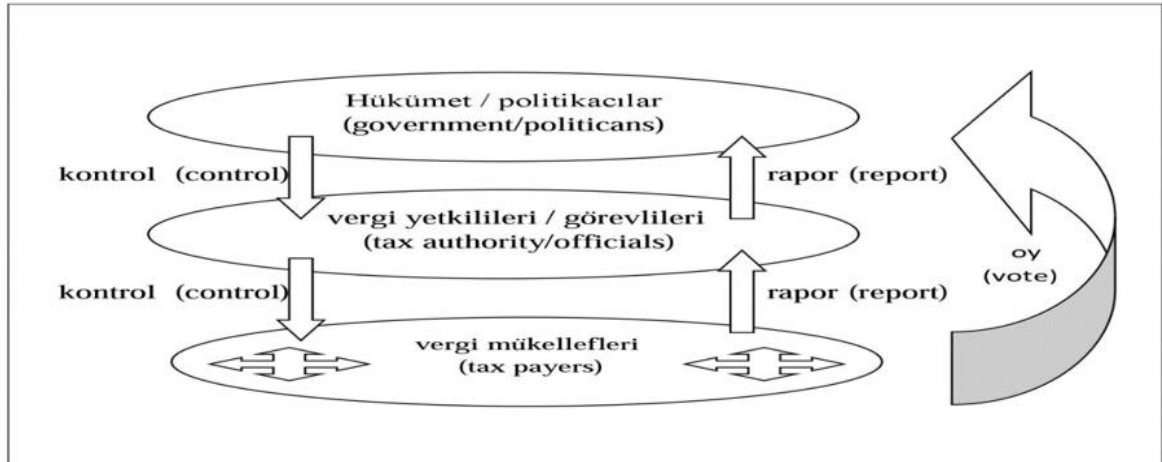
Vergi kültürünün bileşenleri Şekil 1.1'de gösterilmiştir. Şekilde de görüldüğü gibi, milli kültürün içine gömülmüş olan (*embeddedness*) vergi kültürü, vergi hukukunun (vergisel kuralların) oluşumunda belirleyici olmaktadır. Gömülü Vergi Kültürü ile vergi kodunun birincil olarak kültürel normlar ve tarihsel olarak gelişmiş olan kurumların sağladığı, ikincil olarak da çevre, kısıtlamalar ve

vergi oyunun kuralları vs. faktörlerce belirlendiği varsayılmaktadır. Nerre çalışmasında (2001) Scheer' in (1996: 156), “vergi talimatlarının zamandan ve mekandan bağımsız olmasını kesinlikle bekleyemezsiniz” sözüne “bir doğru” olarak doğrudan atıf yaparak nesnel ve evrensel iyi bir vergi sisteminin oluşturulmasının imkansızlığını vurgulamakta ve Schumpeter' in (1929: 383), “her

vergi ideali tarihsel, ekonomik ve sosyolojik sınırlara sahiptir” tespitini kabul ve tekrar etmektedir. Nerre’ nin Gömülü Vergi Kültürü Modelinde, vergi uygulamalarının aktörleri olan politikacılar, akademisyenler, vergi memurları, vergi uzmanları ve vergi mükelleflerinin birbirleriyle olan etkileşimleri, zamanla sosyal bağ ve bağımlılıklara yol açmakta böylece vergi uyumunun da çerçevesini belirlemektedir. Kültür kavramını, Hofstede’ e (1983) atıfla “zihinlerin ortak programlaması”, Denzau ve North’ a (1994) atıfla, “bireysel bilişsel sistemlerin çevrenin yorumlanması için oluşturduğu ortak akıl modeli” ve Granovetter’ e (1985) atıfla “sürekliliği olan, devam eden bir süreç” şeklinde algılanması gerektiğini vurgulayan Nerre, vergi ve kültür kavramlarının ikisinin de ulusal tarihi olaylarla geliştiğini ifade etmektedir. Bu düşüncenin neticesinde vergi kültürü, ulusal kültür içerisinde gömülü ve onun bir alt kümesi olarak ortaya çıkmaktadır (Nerre, 2001: 288 – 289). Milli kültürün, vergi kültürünü belirleme gücü, onun bireyin davranış kalıpları üzerindeki etkisinden gelmektedir, kültür, bireysel davranışları içermez, ancak bireysel davranışların şekillenmesinde belirleyici olur. Ayrıca kültür, bir grubun veya kolektif davranış sergileyen bir organizasyonun karakteristiğini de yansıtır, bir toplumla diğer bir toplum arasındaki farklı davranış kalıplarını açıklamada önemli bir rol oynar (Hofstede, 1998: 479). Bundan dolayı da bireylerin bir araya gelmesiyle oluşan topluma ait kültürel birikimin,

bireyin tüm faaliyetlerinde olduğu gibi, vergi ödeme motivasyonu üzerinde de belirleyici olacağını söylemek yanlış olmaz. Nerre’ye göre; bir ülkeye özgü vergi kültürü, ülkelerin tarihlerinde kültürel olarak bütünleşmiş olan, sistemdeki resmi ve resmi olmayan tüm kurumların ulusal vergi sistemi ile etkileşimi ve pratik uygulamalarından oluşmaktadır. Bu nedenle bir vergi sisteminin farklı bir vergi kültürüne aktarılma çabası vergi uygulamalarında çatışmalara neden olacaktır. Çünkü vergi kültürü bünyesinde hem vergilendirme kültürü(culture of taxation)’nü hem de vergi ödeme kültürü(tax-paying culture)’nü bulundurmaktadır. Özellikle vergi ödeme kültürü, toplumun değişik katmanlarından oluşan mükellefin vergiye karşı tutum ve davranışlarının somut ifadesi olması nedeniyle vergilendirme kültürüne göre kapsamca daha geniştir. Vergileme kültürü ise, devletin vergileme konusundaki tutum ve uygulamalarından oluşmaktadır. Vergi kültürü, toplumdaki ve kültürel normlardaki değişimin vergi ödeme kültürü ile vergi oyununun kurallarını koyan kurumlardaki değişimden etkilenmesidir. Buchanan’ın (1995:195) dediği gibi “kültürel tarihteki farklılıklar, davranışsal sonuçlar doğurmaktadır (Nerre, 2008: 156).

Şekil 1.2.’ de vergi oyununun oyuncularları arasında ki etkileşim görülmektedir. Şekilde de görüldüğü üzere, kural yapıcı ve yürütücü pozisyonda olan politikacılar, vergi oyununun pasif gibi görünen mükelleflerin oyları ile bu güce ulaşmaktadırlar.



Kaynak: Nerre, (2002): 35

Şekil 2: Basitleştirilmiş Vergi Kültür Modeli (The Simplified Model of Tax Culture)

Kültür ve birey ilişkisi karşılıklı etkileşimin birbirinden ayrılmaz bir örneğidir. Şöyle ki, kültür bireylerin toplumsal yaşam içerisindeki

hareketlerinin bir ürünü olmakla birlikte bireylerin algı, tutum ve davranışları kültürel zihinsel kodlamaların etkisinden bağımsız

değerlendirilmesi mümkün değildir. Vergi kültürünün temel unsurlarından birisi ve somut göstergesi olan bireylerin vergi karşısındaki tutum ve davranışlarını etkileyen faktörler değişik biçimlerde sınıflandırılmaktadır. Bu sınıflandırmalara örnek olarak;

- Sosyal, kültürel ve kurumsal faktörler: Örf ve adetler, vergi bilinci, kültür, sosyal sermaye, sosyal normlar.
- Ekonomik ve mali faktörler: Vergi adaleti, vergi afları, vergi cezaları, ideal vergileme ilkeleri, vergi yönetiminin kalitesi, vergi denetiminin etkinliği, vergi oranları, vergi ödeme gücü.
- Dinsel ve etik faktörler: Dinler ve inançlar, suçluluk duygusu, görev ahlakı, etik/ahlak, sosyal stigma.
- Siyasal ve yönetsel faktörler: Katılımcılık, yerinden yönetim, devlete güven ve iyi yönetim.

Olmak üzere dördü sınıflandırmayı saymak mümkündür (Aktan ve Çoban, 2006:138).

2.2. Vergilendirmenin Sosyo-Psikolojik Yönü ve Vergi Anlayışı

Vergi, kamu hizmetlerinin finansman kaynağı olması yönüyle kamu mallarının fiyatına benzetilmektedir. Ancak, fiyatın doğrudan bir karşılığının olması, mal ve hizmet almak isteyen bireylerin yaptıkları ödeme ile elde ettikleri faydayı birbirlerine eşit görmeleri ile kamu hizmetlerinden faydalanan bireyin özel malın aksine ödeme yapmasa da hizmetten faydalanmasının engellenememesi açılarından fiyat ve vergi benzetmesi çok sağlıklı olmamaktadır. Bireylerin vergi algıları ile fiyat algıları farklıdır. Bu nedenle bireylerin vergi kanunlarına uyma yada vergi kaçırma davranışlarının anlaşılabilmesi için iktisat teorisinin sınırlarını aşmak, vergi psikolojisi ve vergi sosyolojisi alanlarına girmek gerekmektedir. Mükelleflerin vergi karşısındaki tavırlarını vergi zihniyeti belirlemektedir. Vergi zihniyeti ise; bir yandan vergi ödeme gücü diğer taraftan vergi yükü algılamalarının etkisi altında, vergi adaleti, verginin amacı ve vergi ahlakı faktörlerinden oluşmaktadır (Önder, 1992: 50). Ayrıca, mali olayların sadece ekonomik, siyasi ve hukuki yönlerden incelenerek mükellef psikolojisinin göz ardı edilmesi, mali olayların tam anlamıyla çözümlenememe ve açıklanamaması riskine neden olmaktadır. Bu nedenle, maliye biliminin temellerinin genişletilip mükelleflerin vergi ve diğer mali uygulamalara karşı algı ve tutumlarını etkileyen temel psikolojik

etkenlerin dikkate alınması yani kısaca mali psikolojinin kapsam içerisine alınması mükelleflerin karşılaştıkları mali sorunları daha sağlıklı ve kolay bir şekilde çözüme kavuşturulmasına katkı sağlayacaktır (Çiçek, 2006: 29; Demir, 2008: 13).

2.2.1. Vergilendirmenin Psikolojik Yönü

Vergilere karşı mükelleflerin algı, tutum ve davranışlarını irdeleyen vergi psikolojisi ve vergi psikolojisini de içeren, en geniş hali ile mali olayların insan tutum ve davranışları üzerinde etkilerini inceleyen davranışsal kamu maliyesi, kamu maliyesi alt disiplinleri arasında en az gelişim gösteren alan olarak dikkat çekmektedir. Konu üzerine öncü çalışmalar, Alman G. Schmolders'in önderliğinde Köln Vergi Psikolojisi Okulu (Colone School of Tax Psychology) ile İngilizce literatürde vergi uyumu (Tax Compliance) üzerine Allingham & Sandmo, 1972 ve Türkçe literatürde 1995'de Doğan Şenyüz ile 1992 yılında İnci User tarafından gerçekleştirilmiş ve 1970'li yıllardan itibaren giderek artan bir şekilde ilgi çekmeye başlamıştır (Aktan, 2006: 125).

Schmolders'e göre; diğer psikoloji dalları gibi pragmatik(uygulamalı – eylemsel) bir alan olan mali psikoloji milletlerin, tarihleri boyunca uyguladıkları maliye politikalarına ilişkin tecrübeleri ile bu tecrübelerinin psikolojik görüşler açısından tanziminden ibarettir. Ekonomi ve maliye alanındaki bu tecrübeler, maliye politikasının, iktisat ve sosyal siyasetin diğer dallarına nazaran daha fazla psikoloji bilgisine muhtaçtır ve vergi zihniyeti, vergi ahlakı ve vergi direnci... vb. gibi daha bir çok mali fenomenin bireysel psikoloji göz ardı edilerek açıklanması mümkün değildir. Ayrıca maliye politikası alanında önemli olan sonuçların teorik açıklaması değil, sonuçların bizzat kendisidir. Yani mali psikoloji, yeni veya özel bir psikolojik teori yada alan değildir, kaynaklarını bütün ülke ve zamanlarda uygulanan mali politikalarının pratik sonuçları oluşturmaktadır. Örneğin, vergilendirme ilkeleri, bütçe ilkeleri, mali istikrar, vergi direnç ve şokları, meclis tartışma tutanakları, vergi mevzuatları... vb. alanlarda yapılan rapor, çalışma ve istatistiki bilgiler mali psikoloji için önemli bilgiler içerebilmektedir (Schmolders, 1968: 11 – 12; Schmolders, 2006: 156 - 158).

Schmolders, mali psikolojinin özellikle üç konu için büyük öneme sahip olduğunu belirtmektedir. İlk olarak, vergi direnci ve uygulanan vergilerin

verimliliğini içeren, milletler ve bölgeler arası farklılıklara neden olan halkın vergi zihniyetinin oluşumu açısından mali psikoloji önemlidir. Bu açıdan mali psikolojinin tartışma konuları; vergi ahlakı, vergi adaleti, vergi kültürü ile birlikte temel vatandaşlık ve mülkiyet hakkı, vatandaşlık şuuru ve vergi disiplini gibi konulardan oluşmaktadır. Bu konuya ilişkin temel sorulardan bir tanesi vergi direncine nasıl karşı konulacağıdır, vergi direnci kırılmalı mı yoksa vergi direncinden sakınılmalı mıdır? İkinci olarak, devletlerin toplum nazarında sahip oldukları kredilerinin psikolojik esasları açısından mali psikoloji önemlidir. Çünkü devletin mevcut kredibilitesi, devlete ve devletin mali işlemlerine olan güvene bağlıdır. Bu güven ise ancak devletlerin geçmişten bugüne uyguladıkları mali politikaların bir birikimidir. Üçüncü olarak, toplumun paranın değerine ve bu değeri koruyacağına ilişkin tutumları açısından mali psikoloji önemlidir. Çünkü paranın değeri, para sisteminin istikrarına olan güvenin sarsılması ve paraya olan itimadın korkuya dönüşmesi ile birlikte büyük kayıplar yaşayacaktır. Geçmişlerinde yüksek enflasyon şoku yaşayan toplumlarda paranın itibar kaybı diğer toplumlara göre çok daha hızlı ve kolay olacaktır. Yani enflasyonla mücadele de dahil maliye politikalarının başarısı büyük oranda psikolojik ve sosyolojik bir problem olmaktadır ve günümüz demokrasilerinde toplumla iyi bir ilişki kurulması ve toplumsal psikolojinin göz ardı edilmemesi önemli bir konu olmaktadır (Schmölders, 1968: 13 – 17; Schmölders, 2006: 159 – 163; Demir, 2008: 14).

Psikoloji bilimi, bireylerin iç ve dış uyarılar karşısında gösterdiği yada göstermesi muhtemel tepkilerine genellikle iki şekilde yaklaşmaktadırlar. Birincisinde birey toplumdaki bağımsız olarak ele alınmakta, sanki bir boşluktaymiş gibi değerlendirilerek bireysel düşünce ve duyguları üzerinde çevresel faktörlerin etkisi göz ardı edilmekte, yalnızca kişilik yapısı üzerinde durulmaktadır. İkincisinde ise bireyin toplum içerisinde yaşaması gerçeğinden hareketle toplumla karşılıklı etkileşimini dikkate alarak yani kendisinin toplumdaki etkilediği gibi az yada çok toplumu da etkilediği kabul edilerek incelenmektedir. Bireylerin vergi uygulamaları karşısındaki algı ve tutumları incelenirken hem bireysel hem de toplumsal düzeydeki davranışlarının incelenmesi gereği psikolojik ve sosyolojik açıların birlikte değerlendirildiği bir yaklaşımı gerekli kılmaktadır. Bu nedenle mali psikoloji, maliye, psikoloji ve sosyoloji bilimlerinin kesişiminden oluşan bir sentezdir (Çiçek, 2006: 29; Demir, 2008: 14). Mali

psikoloji, tüm mali enstrümanların mükellefler üzerindeki etkilerini araştırmayı konu edinmesine karşın, vergi psikolojisi mali enstrümanlardan sadece vergilerin mükellefler üzerine etkilerini inceleme alanı edinmektedir. Uygulamada mali araçlardan örneğin kamu harcaması ile vergilerin mükellefler üzerine etkilerinin ters yönlü yada en azından farklı olması böyle bir ayrımın yapılması ihtiyacını doğurmaktadır. Ancak literatürde, zaman zaman vergi psikolojisi kavramı yerine mali psikoloji kavramının kullanıldığı görülmekle birlikte vergi psikolojisi sadece vergilerin mükellefler üzerindeki etkilerini inceleme alanı edinmesi nedeni ile mali psikolojiden daha dar kapsamlıdır. Bununla birlikte, mükelleflerin vergilere karşı bireysel tutum ve davranışlarını inceleyen vergi psikolojisi, mükelleflerin vergilerde dahil olmak üzere tüm mali enstrümanlara karşı tutum ve davranışlarını inceleyen mali psikoloji ve vergilemenin toplumsal etkileşimini topluca araştıran mali sosyoloji kamu maliyesinin bir alt dalı olan davranışsal kamu maliyesini oluşturmaktadır (Güngör Göksu ve Saruç, 2012, 3; Demirtaş Aydoğan, 2017:16; Aktan, 2006: 125).

Vergilerin algılanışı ve vergilere karşı oluşan psikolojik tepki (vergi psikolojisi), mükellefin vergiler karşısındaki tutumunda belirleyici olmaktadır. Ödenen vergiyi, kamu hizmetlerinin bir fiyatı gibi algılamak, vergiye karşı olan antipatiyi azaltmakta ve vergiler, mükellefler tarafından daha kabul edilebilir karşılanmaktadır. Çünkü verginin kamusal hizmetlerinin bedeli olarak algılanması, bu zorunlu ödemenin toplum yararına bir durum olduğu ve bunun faydasının hizmet şeklinde topluma (dolayısıyla da vergiyi ödeyen mükellefe de) yansıtacağı hissini uyandırmaktadır. Aksi bir durumda, yani verginin bir yük veya bir ceza gibi algılanması durumunda ise mükellefte vergiye karşı bir tepki oluşmakta ve bunun sonucunda da kayıt dışı ekonominin sınırları büyümektedir (Sağbaşı ve Başoğlu, 2005: 126).

2.2.2. Vergi Anlayışı ve Vergi Kültürü İlişkisi

Bir ülkenin vergi kültürü, o ülkenin *vergi anlayışı* (*tax mentality*) ile de yakından ilişkilidir. Öyle ki; “yurttaşların, vergi ödemeye ilgili tüm davranış ve motivasyonlarını” ifade eden vergi anlayışı, bir boyutuyla da ülkenin vergi kültürünü yansıtır. Böylece gerek milli kültürün ve vergi anlayışının, vergi kültürü üzerindeki etkisi, gerekse kavramın tarihsel süreç içerisinde yaşamış olduğu dönüşümden hareketle vergi kültürünü tanımlamak mümkündür. Buna göre bir ülkenin *vergi kültürü*;

“formal, ya da informal olsun bir ülkedeki tüm vergi aktörlerinin, vergi sistemi ve onun uygulamalarıyla(ki bu uygulamalar tarihsel süreç içerisinde şekillenmiş ve milli kültürün içine gömülü bir hale gelmiştir) olan etkileşimi” şeklinde tanımlanabilir (Nerré, 2001: 288-289). Bu nedenle ülke vergi sistemlerinde bir değişim ihtiyacı olduğunda farklı vergi kültürleri için başarılı olan uygulamaların doğrudan hayata geçirilme çabası *vergisel kültürel şoklara ve vergisel kültürel gecikmelere* neden olabilmektedir. Mevcut kurum ve/veya bireylerin değişime uyum sağlayamaması olarak özetlenebilecek olan *kültürel şok* kavramı, değişimin boyutu ve içeriğine bağlı olarak bireysel ve/veya toplumsal olabilmektedir. Kültürel şok kavramı, ilk defa 1960 yılında antropolog Kalervo Oberg’ in Amerikalı göçmenlerin, Amerika’ya uyum problemlerini açıklama amacıyla kullanılmıştır. Vergisel kültürel şok kavramı ise vergi mükellefi, vergi idaresi çalışanları, akademisyen ve vergi danışmanlarının vergi kanunlarındaki değişime uyum sağlayamamasını ifade edecek şekilde kullanılmaktadır. Amerikalı ekonomist Thorstien Weblen(1899) ve sosyolog William F. Ogburn (1922) tarafından geliştirilen *kültürel gecikme* kavramı, korelasyon gösteren iki kültür parçasından birisinin diğerinden daha önce veya daha büyük ölçüde bir değişim göstermesi neticesinde ortaya çıkan ve daha önce var olan uyumun daha düşük seviyede gerçekleşmesine neden olan durum olarak ifade edilmektedir. Ogburn, sosyal değişimin temelini maddi kültürdeki değişim olduğunu, teknolojik icatların toplumlarda değişimlere neden olduğunu vurgulamaktadır. Ona göre kültürel evrim, 1 buluş, 2 birikim, 3 yayılma ve 4 uyum aşamalarından oluşmaktadır. Toplumların kültürel taban genişlikleri ile icat sayıları arasında fonksiyonel bir ilişki olmakla birlikte birikim ve yayılma aşamaları medeniyetimizin oluşumunu açıklamaktadır. Kültürel uyum aşaması ve dolayısıyla kültürel gecikme toplumsal farklılıkları açıklamakla birlikte toplumsal değişimin sürekliliği ve bir süreç içerisinde gerçekleştiğini ifade etmektedir. Toplumsal değişim, toplumda dengesizliklere neden olanlar buluşlar ve bu buluşların yeni bir denge arayışına neden olması şeklinde gerçekleşmektedir (Ogburn ve Duncan: 1964). Vergisel kültürel gecikme kavramı, ülkelerdeki farklı vergi kültürü unsurlarının kültürel değişim sürelerindeki farklılıklardan kaynaklanan uyum süreci gecikmelerini ifade etmektedir. Vergisel kültürel şok ve vergisel kültürel gecikmeye Japonya KDV uygulaması çabası (ki 1950’lerde tartışılmaya başlanmakla birlikte ancak 1989 yılında

uygulanabilmiştir) ile eski Sovyet bloku ülkelerinin modern vergi uygulamalarına dönüşüm çabaları örnek gösterilebilmektedir. Vergisel kültür şoku ve vergisel kültür gecikmesinin hangi boyutlarda olacağı, birbirleri üzerindeki etkilerin neler olacağının tespiti zor olmakla birlikte yapılacak vergi reformlarının kademeli ve sürece yayılmış bir şekilde yapılması uyumlu bir vergi kültürünün sağlanması için olumlu olacaktır. Ancak, vergi reformu için kademeli bir yaklaşım seçilse dahi dönüşüm sürecinde kültürel gecikmenin ortaya çıkmaması neredeyse imkansızdır (Nerre, 2008: 157- 162).

Vergileme kültürü, genel anlamda devletin, özel anlamda vergi toplama yetkisine sahip kamu kurumlarının, kuruluşlarından bugüne vergileme alanında gerçekleştirdikleri eylemler, politikalar, kurumsal yapıları ile birlikte bünyelerinde çalışan bürokrat ve memurların algı, tutum ve davranışları ve vergi mükellefleri üzerindeki etkilerine ek olarak mükelleflerle sağladıkları iletişimin etkilerinden etkilenerek şekillenmektedir. Demokratik devletlerde yasa yapma gücünü sahip olan parlamentolar da vergi kültürüne etki eden temel kurumlardan bir tanesidir. Milli vergi sistemi, yapısı ve vergi politikaları ve uygulamaların tamamı vergileme kültürünün birer parçasıdır (Canbay ve Çetin, 2007: 59).

Ülkeler, günümüzde küreselleşmenin, sanayileşmeden bilgi toplumuna geçişin ve teknolojiye yaşanan gelişmelerin neticesinde toplumlarda ortaya çıkan değişimlere cevap verecek yani ihtiyaç duyulan hizmetleri yerine getirecek kamu harcamalarını karşılamak amacıyla önemini kaybeden vergi kaynaklarının yerine sürekli yeni vergi kaynakları arayışı içerisinde olduklarıdır. Bu nedenle vergi sistemlerinin zaman zaman reforma tabi tutulması kaçınılmaz olabilmektedir. Ancak vergi sistemlerinde yapılacak değişim, mevcut vergi kültürünü dikkate almaz, mükelleflerin ve vergi idaresi çalışanlarının tepkilerine neden olur ise yada ekonomik ve teknolojik gelişimleri sektöre uğraticı etkilere sahip olursa başarıya ulaşması mümkün olmayacaktır (Gökbunar, 1998: 199). Bu nedenle herhangi bir şekilde yapılacak reformunun vergisel kültür şokuna neden olmaması için uluslararası arenada farklı kültürlerin ortak ürünleri olan ve devletlerce günümüze kadar tatbik edilmeye çalışılarak kendi vergi kültürlerinin bir parçası haline getirilen vergilendirme ilkelerinin dikkate alınması büyük önem taşımaktadır. Çünkü vergilendirme ilkeleri toplumların vergilendirme alanlarında karşılaştıkları tarihsel çatışmaların birer ürünü olarak vergi kültürlerinin toplumdan topluma

farklı düzeylerde olmakla birlikte ortak olan temel vergi kültürü unsurlarıdır.

Kültürel unsurlar harici ve dâhili etkenler tarafından uyarılan ve sürekliliği olan bir etkileşim – değişim özelliği taşımaktadırlar. Vergi kültürü de bir yandan vergilendirme gelenekleri, diğer yandan mükelleflerin “dürüstlük”, “adalet” ve “görev duygusu” gibi sosyal değerlerin etkisi ile vergi idaresi uygulamalarının etkisi altında gelişimini sürdüren dinamik bir olgudur. Vergi kültürü, unsurları olan; vergi idaresi çalışanları, vergi mükellefleri, vergi uzmanları, akademisyenler ve politikacıların etkileşimlerinin bir ürünü olmakla birlikte akademisyenler ve vergi uzmanları süreçte daha çok bilgi verme aşamasında dahil olmaktadır. Bu nedenle modelin basitleştirilmesi açısından vergi kültürü unsurları; vergi oyununun oyuncularını, vergi oyununun kural koyucuları olan politikacılar, kuralların uygulayıcısı ve mükelleflerin muhatabı olan vergi idaresi çalışanları ile kurallara uymak zorunda olan ancak kural yapıcıları da demokrasilerde seçen pozisyonundaki vergi mükellefleri olarak kabul edilmesi mümkündür. Oyun teorisi açısından incelendiğinde mükelleflerin vergi ödemeleri devletlerin gelirlerini oluşturmakla birlikte vergi idaresi çalışanlarının da başarı göstergesi olarak kabul edilmesi mümkündür (Nerre, 2002: 34 – 35).

SONUÇ

İnsanoğlunun bir araya gelerek toplu halde yaşamaya başlaması iki büyük kurum olan kültür ve devletin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Ortaya çıktıkları günden bugüne, kendilerini oluşturan birey ve toplumların etkileşimleri, hayatın ve zamanın şartlarına göre ve birey ve toplumlarda ortaya çıkan gelişimlerin etkisiyle sürekli bir değişim ve gelişim gösteren bu iki kurumun bir birleri üzerinde de etkilerinin olduğu da yadırganamaz bir gerçektir. Yeryüzündeki toplumlar için farklı zamanlarda olduğu kabul edilmekle birlikte tam olarak tarihlendirilemeyeceği devlet denilen mekanizmanın ortaya çıkışı ile birlikte vergi kavramının da doğduğu kabul edilmektedir. Devlet ve toplumların tarihsel süreç içerisinde gerçekleştirdikleri değişim ve gelişimlerin vergilerin de değişmelerine neden olduğu bilinmektedir. Başlangıçta insanların ürettikleri ilk mahsulün, ürünlerini bereketlendirmesi dileği ile tapınaklarda tanrıya sunulması için din adamlarına ve kendilerinin güvenlik ihtiyaçlarını karşılayanlara teşekkür amaçlı verilen hediyelerden oluşan vergiler,

zamanla yönetim gücünü ele geçiren, asker ve din adamlarının hediye beklemektense kendileri için bir hak olarak halktan topladıkları zorunlu ödentilere dönüşmüştür. Devletlerin gelişimi ile birlikte gelişen vergi uygulamaları, toplumlarda ortaya çıkan; ekonomik, siyasi ve kültürel değişimlerle tarihsel süreç içerisinde önemli değişimler yaşayan vergiler, bazen bizzat kendisi toplumların değişim gerekçeleri olmuştur. Örneğin, parasal ekonomiye geçiş vergilerin aynı olmaktan nakdi olmaya dönüşüne neden olmuştur. Bir başka örnek olarak, günümüz çağdaş anayasalarının temelinde vergilendirme yetkisi ve bu yetkiye gösterilen tepkiler yatmaktadır. Aynı şekilde batı toplumlarında yaşanan aydınlanma ve takip eden süreçte gerçekleşen sanayi devrimi ile ekonomilerde ve toplumsal yapılarında gerçekleşen şehirleşme ve ticarete ki dönüşüm, devletlerin üstlendikleri kamusal hizmetlerde değişimlere ve vergilerin yapılarında değişimlere neden olmuştur. Toplumların kültürel değişimleri ve devletten beklenen hizmet şekil ve miktarlarında ki değişim süreç içerisinde vergilerde değişimlere neden olmuştur. 20 yüzyılın başlarına kadar sadece mali amaç doğrultusunda toplanılan vergiler, ekonomik, siyasi ve kültürel gelişmelerle köklü değişimler gerçekleştirmiştir. 20. Yüzyılın başında yaşanan I. Dünya savaşı ile birlikte vergilendirmede temel kaynak toprak, tarım ve servet kriterinden, gelir kriterine yönelmiş, Keynesyen iktisadi devrim ve arkasından II. Dünya savaşını takip eden süreçte sosyal refah devleti olgusu mevcut vergi kaynaklarının daha yüksek vergilendirilmesi ile birlikte yeni vergilendirme yöntemlerine yönelimlere neden olmuş ve harcama vergilerinde devrim olarak nitelendirilebilecek KDV vergisi hayatımıza girmiştir. Ayrıca merkezden salma, ödenecek verginin vergi yönetimlerince belirlenmesi yöntemi bırakılarak günümüz modern, beyana dayalı vergilendirme de 20. Yüzyılın getirdiği yeniliklerdendir.

KAYNAKLAR

- Aktan, C. C. ve Çoban, H. (2006). Vergileme Ekonomisi ve Vergileme Psikolojisi Perspektiflerinde Vergiye Karşı Tutum ve Davranışları Belirleyen Faktörler, İçinde: AKTAN C. C.; vd., Vergileme Ekonomisi ve Psikolojisi, s. 137-157, Seçkin Yayıncılık, Ankara
- Aktan, C. C. (2006). Vergi Psikolojisinin Temelleri ve Vergi Ahlakı, içinde AKTAN C. C.; vd., Vergileme Ekonomisi ve Psikolojisi, s.125 - 136, Seçkin Yayıncılık, Ankara
- Aydoğan Demirtaş, S.(2017). Vergi Psikolojisinin Temelleri ve Vergiye Karşı Davranışları Etkileyen Faktörlerin Değerlendirilmesi, Balkan Ve Yakınoğu Sosyal Bilimler Dergisi, 3: 14 - 22
- Baloğu, B. ve Baloğu, F. (2010). Toplumsal Yapı Ve Verginin Sosyal Bileşenleri Tercihli Vergi, İstanbul: İTO Yayını No: 2010-62.
- Bostancı, N. (2003). Toplum ve Kültür, Martı Yayınevi, Ankara
- Canbay, T. ve Çetin, G.(2007). Vergiye Uyumu Belirleyen Bir Faktör Olarak Vergi Kültürü, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 5(1): 52-64.
- Çelebi, A. K. (2012). Mali Olaylara Sosyolojik Yaklaşımın Önemi. , K. Çelebi, Mali Sosyoloji Üzerine Denemeler(s.1-15), Ankara, T.C. Maliye Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı Yayın No: 2012/418 (Hermes Matbaacılık)
- Çetin, G. (2010). Mükellef Hakları ve Vergiye Gönüllü Uyum, Celal Bayar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Maliye Anabilim Dalı, Doktora Danışman: Ramazan Gökbnar, Manisa.
- Çiçek, H. (2006). Psikolojik Ve Sosyal Yönden Yükümlülerin Vergiye Karşı Tutum Ve Tepkileri, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Maliye Anabilim Dalı, Doktora, Danışman: Elif SONSUZUĞLU, İstanbul.
- Demir, İ. C. (2008). Vergi Ahlakı ve Belirleyenleri, Ege Bölgesi Örneği, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Doktora, Danışman: Mehmet TOSUNER, İzmir
- Dönmezer, S. (1999). Toplum Bilim, İstanbul: Beta Yayınları
- Erdoğan, İ. (1990). İşletmelerde Davranış, Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş.
- Gökbalp, Z. (1972). Hars ve Medeniyet, Ankara: Diyarbakır'ı Tanıtma Derneği Yayınları.
- Gökbalp, Z. (1981). Makaleler VIII. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları: 388
- Gökbnar, A. R. (1998). Vergileme İlkeleri ve Küreselleşme, Celal Bayar Üniversitesi İİBF Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 4(1): 177-201.
- Güngör, E. (1986). Kültür Değişmesi ve Milliyetçilik, İstanbul: Ötüken Yayınevi
- Harrison, L. E. and Huntington, S. P. (2000). Culture Matters: How Values Shape Human Progress, New York: Basic Books
- Hofstede, G. (1998). Attitudes, Values And Organizational Culture: Disentangling The Concepts, Organization studies, 19(3): 477-493.
- Işık, A. (2009). Kültür Ve Kalkınma: Vergi Kültürü Örneği, Ege Academic Review, 9(2): 851 - 865
- Lamba, M. ve Özdaşlı, K. (2015). Influence of Social Culture on Decision-Making Manner: An Analysis with the Structural Equation Model, The Anthropologist, 19(2): 341-353.
- Malinowski, B. (1992). Bilimsel Bir Kültür Teorisi. İstanbul: Kabalcı yayınevi.
- Musgrave, R. A. (1992). Schumpeter's Crisis Of The Tax State: An Essay In Fiscal Sociology, Journal of Evolutionary Economics, 2(2): 89-113.
- Nerré, B. (2001). The Concept Of Tax Culture. Proceedings, Annual Conference on Taxation and Minutes of the Annual Meeting of the National Tax Association, National Tax Association - JSTOR: 288-295.
- Nerré, B. (2002). Modeling Tax Culture - A First Approach Proceedings, Annual Conference on Taxation and Minutes of the Annual Meeting of the National Tax Association, National Tax Association, JSTOR: 34-41.
- Nerré, B. (2006). The Concept Of Tax Culture, Intereconomics, 41(4): 189-194.

Nerré, B. (2008). Tax Culture: A Basic Concept for Tax Politics, Economic Analysis and Policy, 38(1): 153-167.

Ogburn, W. F. and Duncan, O. D. (1964). On Culture And Social Change: Selected papers. University of Chicago Press Chicago.

Önder, İ. (1991). İktisat Psikolojisi, Maliye Araştırma Merkezi Konferansları, Prof.DR. Memduh Yaşa 'ya Armağan(34): 178 – 187

Önder, İ. (1992). Vergiye Psikolojik Direniş, Görüş, Türkiye Sanayicileri ve İşadamları Derneği Yayın Organı, 3: 50-52.

Padgett, J. F. (1981). Hierarchy And Ecological Control In Federal Budgetary Decision Making, American Journal of Sociology, 87(1): 75-129.

Sağbaşı, İ. ve Başoğlu, A. (2005). İlköğretim Çağındaki Öğrencilerin Vergileri Algılaması: Afyonkarahisar İli Örneği, Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi, 7(2): 123 - 144.

Sarkınç, S. ve Cura, S. (2012). Mali Sosyalleşme ve Kültür İlişkisi, K. Çelebi, Mali Sosyoloji Üzerine Denemeler(s.33-61), Ankara, T.C. Maliye Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı Yayın No: 2012/418 (Hermes Matbaacılık).

Sert, M. (2011). “Maliye” Ye Alternatif Bir Yaklaşım Olarak Mali Sosyoloji: Öncüler, Ekonomik Yaklaşım, 22(81): 1 - 16.

Schmölders, G. (1968). Mali Psikoloji, Maliye Araştırma Merkezi Konferansları – 15: 11-18.

Schmölders, G. (2006). The Psychology Of Money And Public Finance, New York: Palgrave Macmillan.

Topses, G. and Topses, M. D. (2010). Toplumsal Olayların Bilimi: Toplum Bilime Giriş, Ankara: Anı Yayınları

Tylor, E. B. (1924 (1871)). Primitive Culture, London: Murray Inc.

Ülken, H. Z. (1948). Millet ve Tarih Şuuru, İstanbul: Pulhan Matbaası.

Wärneryd, K.-E. (1988). Economic Psychology As A Field Of Study, in: W. Fred Van Raaij, Gery M. Van Veldhoven and Karl-Erik Wärneryd, Handbook Of Economic

Psychology, (p.2-41), Kluwer Academic Publishers Springer Science+Business Media Dordrecht, Netherland



Taking Strategic Marketing Decisions By Making Use Of Accounting Information System And Marketing Information System In Hotel Management: An Implementation On X Hotel Management

Abdullah YILDIZ¹, Yunus CERAN²

Abstract: The development of the accounting informationsystem provides opportunities for developing the quality of the marketing decisions taken in the Hotels. Today, technology can produce information that was not possible before. Information, maximizing there sources available to hotel managers, needs to be developed. This research initially seeks to analyze herelation between accounting informationsystem, marketing informationsystem, strategic cost management, marketing informationsystem and accounting informationsystem which are the sub-systems of business informationsystem and marketing accounting concept in terms of strategic marketing accounting in line with the domestic and international literature. We have analyzed the profits and costs items in 2017 and set a strategic price to achieve the targeted profit in the implementation chapter.

Keywords:Accounting Information System, Marketing Information System, Strategic Marketing

Otel Yönetiminde Muhasebe Bilgi Sistemi Ve Pazarlama Bilgi Sisteminden Yararlanılarak Stratejik Pazarlama Kararlarının Alınması: X Otel İşletmesinde Bir Uygulama

Özet: Muhasebe bilgi sisteminin gelişmesi, otel yönetiminde alınan pazarlama kararlarının kalitesinin artırılması için fırsatlar sunmaktadır. Günümüzde teknoloji, daha önce mümkün olmayan bilgileri üretebilmektedir. Otel yöneticilerinin kullanabileceği kaynakları en üst düzeye çıkaran bilginin geliştirilmesi gerekmektedir. Bu çalışmada, öncelikle pazarlama muhasebesi kavramı, işletme bilgi sisteminin alt sistemleri olan muhasebe bilgi sistemi ve pazarlama bilgi sistemi, stratejik maliyet yönetimi, pazarlama bilgi sistemi ile muhasebe bilgi sistemi arasındaki ilişkinin stratejik pazarlama muhasebesi açısından yerli ve yabancı literatür kapsamında inceleme konusu yapılmıştır. Uygulama bölümünde ise bir otel işletmesinin 2017 yılında elde ettiği kâr tutarı ve maliyet kalemleri incelenmiş ve 2018 yılı için hedeflenen kâr tutarına ulaşmak için stratejik bir fiyat belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Muhasebe Bilgi Sistemi, Pazarlama Bilgi Sistemi, Stratejik Pazarlama

1. GİRİŞ

Günümüzde Türkiye'de en hızlı büyüyen sektörlerden biri olan turizm sektöründe stratejik pazarlama kararlarının alınmasında muhasebe bilgi sistemi ve pazarlama bilgi sistemi birbirlerinin mütemmim cüzi olmuşlardır. Küreselleşme,

teknolojik gelişmeler, internetin yaygınlaşması gibi faktörler turizm hizmetini ve pazarlamasını etkilemiştir. Dolayısıyla diğer sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründeki rekabet de uluslararası düzeyden ulusal düzeye inerek yeni fiyat stratejilerinin gelişmesine neden olmuştur.

¹ Necmettin Erbakan Üniversitesi, Seydişehir Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, Konya

² Selçuk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Konya.

*Correspondingauthor (İletişim yazarı): ayildiz@konya.edu.tr

Citation (Atf): Yıldız, A. & Ceran, Y. (2018). Otel Yönetiminde Muhasebe Bilgi Sistemi Ve Pazarlama Bilgi Sisteminden Yararlanılarak Stratejik Pazarlama Kararlarının Alınması; X Otel İşletmesinde Uygulama, Bilge Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2 (2): 112-129

Bugün iş dünyasında neredeyse hiç kimse bilgi edinmeden bir karar veremez. Kararın kalitesi, bilginin kalitesine ve nasıl kullanıldığına bağlıdır. Muhasebe bilgi sistem ve pazarlama bilgi sisteminin işbirliği iş dünyasının ilgisini çekmiş ve otel araştırmaları yapmak isteyenlere bir alan olmuştur (Ceran ve Bezirci 2011: 104-111).

Otellerde pazarlama kararlarının alınmasını desteklemek için muhasebe bilgisinin geliştirilmesi, alınan kararların kalitesini artırmak için fırsatlar sunmaktadır. Mevcut teknolojinin kapasitesi, daha önce mümkün olmayan bilgi üretme kapasitesine sahiptir (Tek ve Dalkılıç, 2011:6). Şimdi ihtiyaç duyulan, otel yöneticilerinin kullanabileceği kaynakları en üst düzeye çıkarmak için bilginin geliştirilmesidir. Bu çalışmanın odak noktası, otellerdeki yöneticilere pazarlama kararları vermede uygun muhasebe bilgisini geliştirmek için bilginin uygulanmasıdır.

2.PAZARLAMA MUHASEBESİ KAVRAMI

Pazarlama, üretim sürecinden önce başlayan ve satış faaliyetinden sonra da devam eden oldukça geniş kapsamlı bir işletme fonksiyonudur. Pazarlama; ilkesel olarak maliyet sistemi, maliyet muhasebesi, detaylı iç ve dış analizler, doğru bilgi, işletme içi ve pazar potansiyeli araştırmaları olmadan başarılı bir biçimde uygulanamaz.

İşletmenin muhasebe departmanı, bir şirketin mali durumunu, düzenli olarak derlenen mali tablolarla dayanılarak izler. Pazarlama departmanı, işletmenin satışlarını yönetmekten ve geliştirmeden sorumludur. Muhasebe departmanı, pazarlama şirketi tarafından başlatılan satış promosyonlarının verimliliğini yönetmenin yanı sıra, iş trendlerini izlemek için pazarlama departmanı ile yakın çalışmalıdır. İşletme, yönetimin pazarlama kampanyalarının başarılı olduğu yerleri görebilmesi için Pazarlama muhasebesine çok önem vermelidir. Pazarlama muhasebesinin bir başka önemi, pazarlama ve reklamcılık alanlarındaki gelecekteki harcamalar için bütçeler hazırlamaktır. Yönetim, geçmiş finansal sonuçlara bakarak pazarlama kampanyaları için gelecekteki harcamaları bütçelendirebilir. Pazarlama departmanlarının bütçe limitlerine bağlılığını ve ayrıca kullanılan bütçelerin verimliliğini ölçen pazarlama muhasebesinin rolü çok büyüktür.

Pazarlama muhasebesi, pazarlamayla ilgili bilgilerin toplanması, çalışanlara iletilmesi,

pazarlama, satış ve dağıtım maliyetlerinin hesaplanmasında kullanılmaktadır ve müşteri yararı, markanın oluşturulması, değerinin artırılması ve korunması, rekabete yönelik fiyatlama gibi konularla ilgilenir (Ceran ve Bezirci 2011: 104-111).

Pazarlama Muhasebesi, ‘malın depoya giriş anından alıcılara ulaştırılıp paraya çevrilinceye kadar geçen zaman süresi içerisinde ortaya çıkan maliyet bilgilerinin nelerden oluştuğunu saptayan, analiz ve yorumunu yaparak maliyetlerin düşürülmesi için yöneticilere önerilerde bulunmayı amaç bilen işlemler bütünü’ olarak tanımlanmaktadır (Akdoğan (1982) aktaran Ceran, 2009: 67).

Günümüz artan rekabet ortamında, piyasa değerini arttırmak ve başarılı olmak isteyen işletmeler, geçmiş dönemlerdeki satışları ile ilgili muhasebe verilerini, gelecek dönemlere ilişkin pazarlama programlarını planlamak için analiz etmektedir. İşletme üst yönetimleri, muhasebe verilerinden yalnızca finansal kararların alınmasında değil; aynı zamanda pazarlama, üretim, insan kaynakları, araştırma geliştirme ve stratejik kararların alınmasında da yararlanmaktadır Aynı zamanda İşletme üst yönetimleri, muhasebe verilerinden satış eğilimlerini izlemek ve pazarlama kampanyalarının etkinliğini yönetmek için birlikte çalışırlar. Böylece satış eğilimleri izlenir, pazarlama kampanyaları akıllıca bütçelenir, kaynaklar verimli bir şekilde tahsis edilir ve iş daha sorunsuz çalışır (Kırlı, Gümüş ve Altıntop, 2012: 4-6).

Her işletmenin, işletmenin finansal refahını izleyen bir takım muhasebe sistemi vardır. Mali tabloları derleyerek, muhasebe departmanı işletmenin kârlılığını belirlemeye yardımcı olur. Pazarlama departmanları, promosyonlar ve reklamlar yoluyla satışları artırmayı amaçlayan satış stratejileri ve programları yaratmaktadır. Pazarlama departmanları, belirli kampanyaların başarısı veya başarısızlığı ve satış stratejileri hakkında bilgi içeren raporların derlenmesinden sorumludur.

İşletmeler, hizmet veya ürünleri hakkında söz sahibi olmalıdır. Bu nedenle, pazarlama ve reklamcılık, herhangi bir işletme için çok önemli harcamalardır. Muhasebe departmanları, işletme yönetimine, reklam maliyetleri ve brüt satışlarla karşılaştırıldığında maliyetlerin görece etkinliği hakkında bilgi sunar. Örneğin, bir satış stratejisi veya pazarlama kampanyası brüt satışlarla ilgili

başarılı bir şekilde ortaya çıkmış olabilir, ancak muhasebe departmanı, kampanyanın maliyetlerine karşı tartışılırken gerçekten başarılı olup olmadığını belirleyebilir.

Pazarlama departmanları muhasebe departmanlarına, kaynakların etkin bir şekilde tahsisinde muhasebeye yardımcı olacak iş tahminlerini verebilirler. Pazarlama ayrıca, en çok satan ürün veya hizmetlerle ilgili bilgileri muhasebeden sağlayabilir. Muhasebe departmanları ve pazarlama departmanları, yönetimin gelecekteki stratejileri oluşturmasına yardımcı olan belirli pazarlama kampanyalarının başarısını bildirir.

Pazarlama ve muhasebe arasındaki ortak noktanın stratejik fiyat politikası olması ve bu fiyatların maliyet muhasebesi ve stratejik yönetim muhasebesinden sağlanan bilgiler temelinde dayalı olarak karşılaştırılması stratejik pazarlama muhasebesi kavramını ortaya çıkarmıştır. Pazarlama muhasebesi, pazarlama ile ilgili bilgilerin toplanması, tüm çalışanlara iletilmesi, pazarlama satış ve dağıtım maliyetlerinin hesaplanmasında kullanılmaktadır ve müşteri yararının artırılması, marka oluşturulması, marka muhasebesi yardımıyla marka değerinin artırılması ve korunması, rekabete yönelik fiyatlandırma gibi araçlarla bilgi temeli oluşturmaktadır.

Pazarlama Muhasebesinin temel fonksiyonları aşağıdaki gibi ifade edilebilir (Ceran ve İnal, 2004: 67):

- i. Maliyetlerin saptanması ve ölçülmesi,
- ii. Maliyetlerin analizi ve kontrolü,
- iii. Pazarlama faaliyetlerinin planlanması ve yönlendirilmesi.

3.İŞLETME BİLGİ SİSTEMİNİN ALT SİSTEMLERİ OLARAK MUHASEBE BİLGİ SİSTEMİ VE PAZARLAMA BİLGİ SİSTEMİ

3.1. Muhasebe Bilgi Sistemi

Muhasebe, işletmenin finansal yapısını gösteren amaçları ile ilgili işlemlerin tanımlanması, sınıflandırılması, özetlenmesi ve raporlanması süreci olarak tanımlanmaktadır (Shim ve Siegel,1999:1). Muhasebe bilgi sistemi (MBS), dahili kullanıcılar tarafından yatırımcılara, alacaklılara ve vergi makamlarına bilgi vermek üzere kullanılan finansal ve muhasebe verilerinin toplanması, depolanması ve işlenmesidir.

Literatürde yazarların ortak tanımı olarak; muhasebe bilgi sistemi, işletme içi ve işletme dışı finansal bilgi kullanıcılarına, işletme faaliyetlerinin sağlıklı bir şekilde devam ettirilmesi, planlanması ve denetlenmesi için gerekli olan bilgileri finansal tablolarla sunan bir bilgi sistemidir.

Muhasebe bilgi sistemi konusunda geniş bir tanımlama ise Büyükmirza (2012)'e göre, işletme yöneticilerine işletme varlık ve kaynaklarının oluşumu, kullanım biçimi tüketilen varlık ve kaynaklar sonucunda meydana gelen ve işletmelerin finansal açıdan durumunu açıklayan bilgileri üreten ve bunlarla ilgili bilgileri finansal bilgi kullanıcılarına kullanılabilir bir biçimde ileten sistem olarak ifade edilmiştir.

Literatürde muhasebe bilgi sisteminin birçok tanımı vardır. Bütün tanımlamaların ortak noktası muhasebe bilgi sisteminin, işletme içi ve işletme dışı finansal bilgi kullanıcılarına, işletme faaliyetlerinin sağlıklı bir şekilde devam ettirilmesi, planlanması ve denetlenmesi için gerekli olan bilgileri sunan bir bilgi sistemi olmasıdır (Civan ve Kara, 2003: 111-117).

Bir muhasebe bilgi sistemi, genellikle, bilgi teknolojisi kaynaklarıyla birlikte muhasebe etkinliğini izlemek için bilgisayara dayalı bir yöntemdir. Bir muhasebe bilgi sistemi gibi geleneksel muhasebe uygulamalarını modern bilgi teknolojisi kaynakları ile birleştirir.

3.2. Muhasebe Bilgi Sisteminin Unsurları

Muhasebe bilgi sisteminin öngörülen unsurları şunlardır:

i. İşletme organizasyonunun yasal raporlama düzeninin gereksinimi olan bilgileri edinmek: Muhasebe bilgi sistemi, işletmenin mali durumu ve faaliyet sonuçları ile ilgilenen kişi ve kurumlara bilgi sağlayan sistemdir. Muhasebe bilgi sisteminin farklı gereksinimleri tatmin etmesi, doğru, güvenilir ve zamanında bilgilerle raporlar hazırlanmasıyla mümkündür. Bütün bunlar için, muhasebenin genel kabul görmüş ilkelerinden yararlanır. Söz konusu ilkelerin esas hedefleri, işletme içi ve işletmeler arası karşılaştırmaya uygun mali tabloların ve raporların elde edilmesine olanak sağlamak muhasebe bilgi sisteminde muhasebe uygulamalarındaki farklılıkları azaltmak olarak sıralanabilir (Sürmeli, 2001: 30-38).

ii. Güvenilir muhasebe bilgilerini gereksinimi olanlara temin etmek: Bilgilerin güvenilir, kolay,

anlaşılabilir olması önem taşımaktadır. Muhasebenin bir sistem anlayışı içerisinde ele alınmasının önemi küresel alanda günden güne artmakta, bilgi kullanıcılarına düzenli ve zamanlı bilgi akışı sağlanmasının gerekliliği sürekli vurgulanmaktadır. Küreselleşen işletmelerle ilgili çıkar grupları, yatırım kararları almak için finansal raporlama karşılaştırmaları yapmak zorundadırlar. Söz konusu raporların karşılaştırmalarını sağlıklı yapabilmek için muhasebe bilgi sisteminin sağlanan hesap verebilir, sorumluluk anlayışına dayalı, şeffaf ve güvenilir finansal raporlara ihtiyaç vardır.

iii. İşletmeleri olası risklerden, muhasebe bilgilerinin işletme içi ya da dışındaki kötüye kullanımlardan korumak (Şaklak ve Buran, 2010:6).

3.3. Muhasebe Bilgi Sisteminin Önemi

Muhasebe bilgi sisteminin, işletme bilgi sisteminin ayrılmaz bir parçası olması sebebiyle, yönetim anlayışının başarılı olabilmesi için muhasebe bilgi sisteminin etkin bir şekilde işlemesi gereklidir. Aynı zamanda yönetim anlayışının başarılı bir şekilde yürütülebilmesi için muhasebe bilgi sistemine önem verilmesi, yönetim anlayışı ile muhasebe bilgi sistemi arasında önemli derecede pozitif yönlü bir ilişkinin olması gereklidir. Kamuyuonun, işletme faaliyetlerini düzenli ve sürekli olarak izleyebilmeleri için işletmeye ilişkin bilgilerin her yönüyle doğru bir biçimde iletiminin sağlanması yönetim anlayışının şeffaflık ilkesi gereğidir. Dönemsel faaliyet raporları, mali tablolar ve dipnotlar mevcut mevzuat hükümleri ve Uluslararası Finansal Raporlama Standartları çerçevesinde işletmelerde muhasebe bilgi sisteminin hazırlanır ve yönetimin uygulama mekanizması olan yöneticiler tarafından bir uygunluk beyanı ile ilgilenen kişi ve kurumlara sunulur (Dinçer ve Dinçer, 2005; 358-359). Kamuya açıklanacak bilgilerin, açıklamadan yararlanacak kişi ve kuruluşların karar vermelerine yardımcı olması için zamanında, doğru, eksiksiz, anlaşılabilir, yorumlanabilir, kolay erişilebilir ve eş zamanlı bir biçimde ilgilenen kişi ve kurumlara sunulmasında, muhasebe bilgi sisteminin önemi büyüktür. Yönetim anlayışı, işletmenin hedeflerinin belirlediği yapıyı ortaya koyarken, muhasebe bilgi sistemi, yönetim mekanizmalarına işletmenin amaçlarına ulaşmasında sağlıklı kararlar alınabilmesi için gerekli bilgilerin en doğru ve hızlı bir şekilde iletiminin sağlandığı bir araç olup uygulamaların performans sonuçlarının

değerlendirmesinde en önemli veri kaynağıdır (Badem ve Fırat, 2011:79-82).

3.4. Muhasebe Bilgi Sistemi

İşletme bilgi sisteminin alt sistemlerinden birini oluşturan muhasebe bilgi sistemi, işletmede oluşan nakit akışı için çok önemlidir. Muhasebe bilgi sistemi; işletmenin varlıkları üzerinde koruyuculuk işlevini yerine getirmek ve varlıklarda zamanla meydana gelen değişimleri belirlemek ile işletmenin finansal durumu ve faaliyet sonuçlarıyla ilgili taraflara bilgi sağlamak üzere iki temel amacı bulunmaktadır.

Muhasebe bilgi sistemi, işletme varlıklarının korunmasını sağlama, bu varlıklardaki değişiklikleri belirleme ve işletmenin finansal durumu ve faaliyet sonuçlarıyla ilgili taraflara gereksinim duydukları bilgileri sağlamak için, kontrolör ya da muhasebe müdürlüğü olarak adlandırılan bir işletme departmanı tarafından yönetilmektedir. İşletmenin bu kontrolör departmanı, muhasebe bilgi sisteminin etkin işlemesinden sorumlu olup, bu sistemin işlemesini denetleme yetkisine de sahiptir (Üstün, 1982: 47-49). Muhasebe bilgi sisteminde girdi, işlem ve çıktı süreçlerinden oluşan bir işleyiş söz konusudur. Muhasebe bilgi sisteminde işletme içinden, işletmenin çevresi ile oluşan faaliyetlerden ve geri beslemelerden gelen finansal nitelikteki işlemlere ilişkin veriler, bilgi işlem faaliyetleri sonucunda çıktılara dönüştürülür. Daha sonra da bu çıktılar raporlar şeklinde ilgili taraflara iletilir. Sistemde oluşan bu işlemler, sistemin elemanları tarafından belirli kurallara, yönergelere ve standartlara göre yapılmaktadır (Sürmeli, 2001: 55). Muhasebe bilgi sistemi, işletme bilgi sisteminin alt yapısı ve önemli bir fonksiyonudur. Bu sebeple finansal olmayan işlemlerde olduğu kadar finansal işlem sürecini doğrudan etkileyen süreç olarak da yorumlanabilir (Xu, 2003: 18).

4. PAZARLAMA BİLGİ SİSTEMİ

4.1. Pazarlama Bilgi Sisteminin Tanımı

Pazarlama bilgi sistemi (PBS), malların ve hizmetlerin üreticiden tüketiciye veya kullanıcıya doğru akışları, satış öncesi ve sonrası hizmetler, pazar araştırması, yeni ürünlerin geliştirilmesi, satış planlaması, reklam ve tanıtım, fiyatlama, satış analizleri, satışlar, satış sonrası hizmetler ve en az maliyetle en fazla müşteri memnuniyeti gibi

işletme faaliyetlerine ilişkin bilgiler sağlamaya yönelik bir bilgi sistemidir.

Pazarlama Bilgi Sistemi (PBS), hem iç hem de dış kaynaklardan pazarlamacılara düzenli, sürekli olarak piyasa bilgilerinin sistematik olarak toplanmasına, analiz edilmesine, yorumlanmasına, depolanmasına ve dağıtılmasına ilişkindir.

Pazarlama faaliyetleriyle ilgili bilgiler, pazarlama bilgi sisteminden sağlanır. Pazarlama bilgi sistemi, sipariş kabulü, faturalama, geribildirim, bütçe, pazar payı, satış gücü performansı, tüketici hizmetleri, reklam ve satış çabaları, fiyat değerlendirmeleri, pazarlama araştırması, satış tahminleri, pazarlama bütçeleri, ürün planlaması, fiyatlandırma, dağıtım kanallarının belirlenmesi, reklam ve diğer satış çabaları, stratejik pazarlama planlamaları, yeni ürün ve pazar geliştirme, tüketici odaklı yapısal planlama, müşteri memnuniyeti, elektronik pazarlama ve ticareti gibi konularda işletmenin ihtiyacı olan bilgileri sunar.

4.2. Pazarlama Bilgi Sisteminin Unsurları

PBS'nin kendi içinde 4 ana unsuru bulunmaktadır. Bunlar iç raporlama sistemi, pazarlama istihbarat sistemi, pazarlama araştırma sistemi ve pazarlama yönetimi bilgi sisteminden oluşmaktadır (Korkmaz vd., 2009: 168; Gegez, 2007: 21-24; İslamoğlu, 2006: 463):

4.2.1. İç Raporlama Sistemi

İç raporlama sisteminde elde edilen bilgiler önemlidir. Kar ve maliyet, kazanç-kayıp durumları hakkında temel bilgiler verir. Bu yüzden gerçek performans açısından bilgilerin temel noktasını oluşturur. Pazarlama araştırması sisteminde tüketici ihtiyaçları, rekabetçi mamuller, reklam reaksiyonları, fiyat ve tutundurma stratejileri hakkında bilgi alınmasını içerir

Pazarlama yöneticisinin yararlandığı en önemli bilgi sistemi elemanlarından biri MBS'dir. Bu sisteme bağlı olarak çalışan birimlerden ilki sipariş işlemi merkezidir. İşletme içi bilgi kaynaklarının ikinci elemanı işlem muhasebesidir. Burada müşterilere sunulan ürünlere ve bunlara ilişkin maliyetlere, satışlara, kârlara ve maliyet muhasebesi dışındaki maliyet ve giderlere ilişkin bilgiler bulunmaktadır. İşletme içi bilgi sisteminin üçüncü elemanı yönetim (maliyet) muhasebesi sistemidir. Bu sistem, üretim maliyetlerine ilişkin bilgileri

işletmektedir. Dolayısıyla ürün ve fiyat kararları için önemli olan birçok bilgi bu sistemden sağlanmaktadır.

4.2.2. Pazarlama İstihbarat Sistemi

Pazarlama istihbaratı, bir şirket tarafından karar vermek için girmek istediği belirli bir piyasa hakkında toplanan harici veriler ve yatırım kararını vermeden önce şirketin analiz ettiği ilk veri topluluğu olarak tanımlanabilir. Pazarlama istihbarat (marketingintelligence) sistemi bazı işletmelerde açık ve yaratıcı düşüncenin bir ifadesi olmaktadır. Genelde Pazarlama istihbarat sistemi tanımsal, raporsal, yorumsal ve değerlendirmeye yöneliktir. Pazarlama istihbarat sistemi, piyasadaki olaylarla ilgili verileri, yani organizasyonun dışındaki pazarlama ortamıyla ilgili verileri sağlar. Değişen pazar eğilimleri, rakibin fiyatlandırma stratejisi, müşterinin beğenileri ve tercihlerindeki değişim, piyasaya sürülen yeni ürünler, rakibin tanıtım stratejisi vs. hakkında bilgi içerir.

4.2.3. Pazarlama Araştırma Sistemi

Pazarlama Araştırması, pazarlama sorunlarına çözüm bulmak için birincil veya ikincil verilerin sistematik olarak toplanması, organizasyonu, analizi ve yorumudur. Birçok şirket pazarlama ortamını, çeşitli istatistiksel araçlar uygulayarak, pazarlama araştırması yaparak müşterilerin tercihlerini ve rakip stratejileri öğrenir. Pazar araştırmalarını yürütmek için, birincil veriler (ilk elden veri) veya ikincil verilerden (ikinci el veriler, kitaplar, dergiler, araştırma raporları, dergiler vb. olabilir) yararlanır. İkincil veriler kamuya açıktır, ancak birincil veriler araştırmacı tarafından anketler, kişisel röportajlar, seminerler vb. gibi belirli yöntemlerle toplanacaktır. Pazarlama Araştırması Sistemi malların ve hizmetlerin pazarlanmasına ilişkin problemlerle ilgili verilerin sistematik olarak toplanmasına, kaydedilmesine ve dikkatle analiz edilmesine ilişkin olup, sistematik bir problem analizidir. Malların ve hizmetlerin pazarlanmasında daha iyi karar verme ve kontrol amacıyla model oluşturur. Muhasebe ve pazarlama haber alma sistemiyle toplanan bilgiler yeterli olmadığı zaman pazar araştırması yoluyla bilgi çeşitli ihtiyacı olan verileri toplayabilir (Ceran ve Bezirci 2011:103-107).

4.2.4. Pazarlama Yönetim Bilgi Sistemi

Yöneticilerin karar almalarına yardımcı olmak için büyük işletmelerin geliştirdikleri başka bir bilgi

sistemidir. Bütün pazarlama sürecinin yönetimidir. Ayrıca bu bilgi sistemiyle personelin, pazarlama çabalarının planlara uygun olup olmadığını belirlerken, satış raporları, harcamalar, siparişler, satış tahminleri gibi faaliyetlerin rapor edilmesini de sağlar.

4.3. Muhasebe Bilgi Sisteminin Önemi

Pazarlama bilgileri, yaşamsal pazarlama kararları almak için gerekli olan gerçekleri, görüşleri, yönergeleri ve politikaları açısından önemlidir. Pazarlama için gerekli veriler, müşteriler, rakipler, işletmenin satış gücü ve diğer personel, devlet kaynakları, uzmanlaşmış ajanslar ve kaynaklardan toplanır.

PBS, hem iç hem de dış ortamlar için iş ortamıyla ilgili, güvenilir ve gerekli bilgileri sağlar. Bu tür bilgiler, başarılı karar vermede hayati öneme sahiptir. Pazarlama bilgi sistemi, pazarlama yönetimi tarafından, pazarlama fırsatlarını tahmin etme ve ayrıca pazar bölümlerini analiz etmede yardımcı olur. Pazarlama bilgi sistemi, ekonomik performansın verimliliğini artırmada önemli bir rol oynamaktadır. Pazarlama sürecinin başarısı, pazarlama bilgilerine büyük ölçüde bağlıdır.

Pazarlama bilgi sistemleri, pazarlama yöneticilerine karar alırken ihtiyaç duydukları doğru, zamanlı ve kullanılabilir bilgileri sağlamayı amaçlar. Her nimet bir külfete bağlıdır sözü uyarınca, kuşkusuz bilgi sistemlerinin sunduğu yararlar hiç zahmetsiz ortaya çıkmaz, sistemlerin belli birer maliyeti de vardır. Asıl olan, sistemin yararlarının maliyetinden ağır basmasının temin edilmesidir (Kaya, 1984). Pazarlama bilgi sistemi, ilgili bilgileri, pazarlama işlemleriyle ilgili etkin kararlar verebilen pazarlamacılara dağıtmaktadır. Fiyatlandırma, ambalajlama, yeni ürün geliştirme, dağıtım, medya, tanıtım vb.

Her pazarlama operasyonu, kurumun hem içinde hem de dışında geçerli olan koşullarla birlikte çalışır ve bu nedenle, piyasa ile ilgili bilgilerin elde edilebileceği çeşitli kaynaklar (örneğin, İç Pazarlama İstihbaratı, Pazarlama Araştırması) vardır.

5. STRATEJİK MALİYET YÖNETİMİ

5.1. Stratejik Maliyet Yönetiminin Tanımı

Küresel rekabet ortamında, en etkin işletmeler harcamalarının tamamını yatırım olarak görürler.

Geleneksel olarak işletmeler, sürdürülebilir büyüme ve genel iş stratejisi ile entegrasyonu düşünmeden kısa vadede maliyetleri düşürmek yönünde baskı altındadır.

Artan küresel rekabet, yeni pazarlar ve değişen demografik özelliklere sahip günümüz iş ortamında başarılı işletmeler çok yönlü bir maliyet sistemi geliştirmelidir. Geleneksel işletmelerin taktik çözümlerinin, önemli miktarda kaynak tüketmesine rağmen, planlanan maliyetlerin düşürülmesini sağlamadığı ve rekabet avantajı sağlamadığı gözlenmiştir.

Çoğu durumda, kısa vadede elde edilen maliyet tasarrufu zamanla eski seviyelerine geri dönmüş ve İşletmenin kurumsal yapı, imaj ve moralde önemli hasar meydana gelmiştir. Dolayısıyla Maliyetin stratejik bir mesele olduğu anlaşılmalıdır. Stratejik Maliyet Yönetimi, sadece maliyeti düşürmekten çok maliyet azaltma ve sürekli gelişme ve değişime odaklanmaktadır.

Kaynakların tüketimiyle ilgili olarak değerlendirilen müşteriye daha doğrusu pazara yönelik ürün ve süreç bilgileriyle birlikte stratejik planlama ve kontrol süreçlerini destekleme olarak da tanımlanabilir (Yüzbaşıoğlu, 2004:388-397).

Stratejik Maliyet Yönetimi, işletme ve rakipleri hakkında iş stratejisinin geliştirilmesi ve izlenmesinde kullanılmak üzere Maliyet ve Yönetim Muhasebe verilerinin hazırlanması ve analizidir.

5.2. Stratejik Maliyet Yönetiminin Önemi

Stratejik maliyet yönetimi günümüzde önemli bir alan haline gelmiştir. Örgütsel genel hedeflerin gerçekleştirilmesi için strateji oluşturulurken, farklı maliyet sürücüleri açıkça tanımlanmalıdır. Anahtar maliyet sürücülerinin belirlenmesi, işletmelerin toplam maliyetlerinin neredeyse% 90'ını oluşturacak kilit faaliyetlere odaklanmasına yardımcı olur.

Bu nedenle, stratejik maliyet yönetiminin önemi küçümsenmemelidir. Bu, bir işletmenin, işletme başarısının esasen bağımlı olduğu kilit alanlarda maliyetlerini azaltmak için uygun bir stratejik maliyet yönetimi çerçevesi kurması gerektiğini ifade eder. Stratejik maliyet yönetimi, literatürde farklı şekillerde anlaşılmaktadır.

Stratejik maliyet yönetimi, "departmanların önündeki engelleri aşmak, tedarikçilerinin işini anlamak ve süreçlerini iyileştirmek için işletmedeki her süreci incelemek" olarak tanımlanabilir. Bazı yazarlara göre stratejik maliyet yönetimi; maliyet yönetim yöntemlerinin uygulanması ve işletmelerin stratejik konumunu iyileştirmek olarak tanımlar (Ceran, 2002: 99-110).

5.3. Stratejik Maliyet Yönetiminin Amaçları

Stratejik Maliyet Yönetiminin temel amacı, organizasyonun maliyetlerinin düşürülmesine yardımcı olmak ve sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmektir.

İyi tasarlanmış bir maliyet düşürme stratejisi, yöneticilerin doğrudan tasarruf şeklinde maksimum değeri elde etmelerini sağlar. Rekabetçi dünyada maliyeti düşürmenin, geliri artırmanın ve hayatta kalmayı kolaylaştırmanın etkili bir yoludur. Bununla birlikte, muhasebe bilgisinin, işletme için en uygun stratejik yönü belirlemede hayati bir rol oynadığından şüphe yoktur. Özellikle maliyet bilgileri, etkin yönetim için kritik bir bilgi türüdür. Kısacası, stratejik maliyet yönetimi, stratejik yönetim amaçlı maliyet yönetimi bilgilerinin geliştirilmesidir. Stratejik maliyet yönetimi, "işletmelerde her süreci incelemek, bölümsel engelleri yıkmak, tedarikçilerin işini anlamak ve süreçlerini iyileştirmek için yardımcı olmak" olarak tanımlanabilir (Bekçi ve Özal, 2010: 84).

5.4. Stratejik Maliyet Yönetiminin Avantajları

Stratejik Maliyet Yönetimi, farklı organizasyonlara çeşitli avantajlar sağlar. İşletme ile kâr kaynaklarının daha iyi anlaşılmasını sağlar (Ceran, 2002:110-119).

Bazı avantajlar aşağıda verilmiştir:

- Temel faaliyetlerde iş dünyasındaki kaynakların stratejik dağılımını gözden geçirir.
- İşletmelerin maliyet girdilerini iyileştirerek, stratejik planlarını maliyet açısından daha iyi ifade etmelerini sağlar.
- İşletmenin, bütçeleme gibi maliyet yönetimi sürecini iyileştirir.
- Kaynakların tecrübeli yöneticiler tarafından dağıtılması sağlar.
- Geleneksel maliyet yönetimi gibi işletme sınırlarına bağlı kalmayıp, işletmenin sınırları dışına çıkarak maliyetleri düşürmek için gerekir

fırsatları arar ve işletmenin stratejik pozisyonunu güçlendirmeyi amaçlar.

(f) Stratejik maliyet yönetiminin performans ölçütleri müşteri tatmini, esneklik ve yenilik gibi finansal olmayan veriler de dikkate alınmaktadır.

6. STRATEJİK MALİYET YÖNETİMİ İLE GELENEKSEL YÖNETİM MUHASEBESİNİN KARŞILAŞTIRILMASI

Stratejik Yönetim Muhasebesinin odak noktasının stratejik yönetimde önemli olduğu tespit edilen özellikleri yansıtması eşartıcı değildir. Yani, daha uzun vadeli bir odaklanma, organizasyonun dışındaki çevre ve tarihsel bir perspektiften çok bir gelecektir. Bu vurgu, yönetim muhasebesinin geleneksel odağıyla ters yöndedir. (bkz. Tablo 1).

Tablo 1: Geleneksel ve Stratejik Yönetim Muhasebesinin karşılaştırılması

Geleneksel Yönetim Muhasebesi	Stratejik Yönetim Muhasebesi
Tarihi	İleriye Yönelik İleriyi Kapsayan
Tek Periyot	Birden Fazla Periyot
İçgözlem İle İlgili	Dışa Bakan
Üretim Odaklanmak	Rekabetçi Odaklanma
Mevcut Faaliyetler	Olasılıklar
Tepkili	Proaktif

Kaynak: Wilson ve Chua (1993, s.530) aktaran Wickramasinghe ve Alawattage (2007, s.245).

Tabloda listelenen bazı kategorilerde; bilgi ve analiz sağlanmasında belirli zorlukları ortaya koymaktadır. Kurumsal kaynak planlama sistemleri, müşterilere ve tedarikçilere ilişkin verilerin daha kolay üretilmesini sağlayan dahili bilginin organizasyona entegrasyonunu kolaylaştırır. Bununla birlikte, gelecekteki fırsatları saptamak, bu tür sistemlerde normal bilgi kayıt ve işlem sistemleri dışında adım atmayı gerektirir. Yönetim muhasebecileri, olanları değil, yapılmayanları belirlemeliler.

Yönetim muhasebesi sisteminin temelini genişletmek için her şeyin parasal açıdan ölçülebileceği inancını terk etmeyi gerektirir. Bhimani ve Bromwich (2010) Stratejik Yönetim Muhasebesi (SYM)'nin finansal bilgileri vurgularken, diğer yazarlar endüstrinin öngörülen birim satışları, pazar payı gibi mali olmayan bilgilerin değerini vurgulamaktadır (Hoque, 2003). İşletmeye doğrudan maliyeti olmayan ancak kamu ya da gelecek kuşaklara maliyetler getiren çevresel etkiler (dışsallıklar), İşletmelerin stratejik düşüncelerine zorlamaktadır.

Yönetim muhasebesine stratejik bir yaklaşım da harici ortamdan veri toplanmasını gerektirir. Bu, kısmen rakiplerin hisse fiyatlarını, muhasebe raporlarını, gazete raporlarını ve sosyal medyayı internet üzerinden izlemek için düzenli bir süreç olabilir. Bununla birlikte, aynı zamanda, daha büyük iletişim ağlarının bir parçası olan organizasyonda bireylerin gayri resmi bilgi toplama unsurlarını da gerektirir. Fırsatların tanımlanmasını tetiklemek için daha geniş ortamdaki olaylar arasında bağlantılar kurmak bir sisteme programlanmamaktadır.

En uygun olacak yönetim muhasebe bilgisi ve araçları organizasyonun içeriğine ve amacına bağlı olacaktır. Örneğin, geniş tabanlı, dışa bakan veriler bir maliyet liderliği stratejisi seçerken önemli olabilir; bunun uygulanması, sıkı denetimlerin ve resmi sistemlerin bir parçası olarak doğru ve zamanında maliyet bilgilerinin olmasını gerektirir. Bu yaklaşım, bütçeleme ve varyans analizinin geleneksel yönetim muhasebe yöntemleriyle uyumludur.

Geleneksel Yönetim Muhasebesi Yaklaşımında; Mamul, müşteri ve fonksiyon maliyetlerinin analizi o andaki şartlara bağlıdır. Güçlü bir içe dönük bakış açısı mevcuttur. Katma değer anahtar bir kavram olarak görülür. Stratejik amaç olmaksızın uygulanan ölçme, yönetme ve problem çözmeye dikkat amaçları bulunmaktadır. Maliyet temelde, çıktı düzeyinin bir fonksiyonudur. Değişken ve sabit maliyetler, maliyet analizinin temel dayanağıdır.

SMY Yaklaşımı ise; Maliyetlerin analizi, işletmenin bir parçası olan genel değerler zincirinin çeşitli aşamalarındaki koşullara bağlıdır. Güçlü bir dışa dönük bakış açısı mevcuttur. Katma değer, dar bir kavram olarak görülür. Geleneksel yönetim muhasebesi yaklaşımındaki amaçlar mevcut olmakla birlikte, maliyet yönetim sistemlerinin tasarımı, işletmenin temel stratejik konumuna bağlı olarak değişir. Maliyet, rekabet şeklinin yapısı hakkındaki stratejik seçimler ile bu stratejik seçimlerin yürütülmesinde yönetim özelliklerinin bir fonksiyonudur.

7. STRATEJİK YÖNETİM MUHASEBESİNİN TAMAMLAYICISI OLARAK STRATEJİK PAZARLAMA MUHASEBESİ

Stratejik Yönetim Muhasebesi girişimcilere, rekabetçi ortamda değerli bilgiler tedarik etmede önemli rol oynar.

Yönetim kontrol sistemleri ve geleneksel yönetim muhasebesi, modern yönetimin gelişimi için bir başlangıç noktası oluşturmaktadır. Muhasebe kavramları ve yöntemleri Stratejik Yönetim Muhasebesi, muhasebe kavram ve yöntemleri vasıtasıyla strateji ve operasyonel etkinlik arasında daha iyi bir ilişki kurmasına sağlar (Ceran ve Bezirci, 2011: 111).

Pazar odaklı stratejik yönetim muhasebesinden sağlanan bilgilerle stratejik hedeflerin ortaya konması sağlanır. Böylece rakiplerin maliyet yapısının bilinmesi, fiyatlama stratejileri ve rakiplerin pazar payları gibi bilgiler, işletmenin rekabet avantajı kazanmasını sağlayacaktır (Demir, 2008: 54). Yönetim muhasebesi ve pazarlama yönetimi arasındaki etkileşim gün geçtikçe arttırmakta ve geleneksel yönetim muhasebesinden farklı olarak işletme dışına odaklanan Stratejik Yönetim tarafından gerçekleştirilen çeşitli analizler sayesinde pazarlama karması ile ilgili verilecek kararlarda yönetime önemli yararlar sağlamaktadır. Pazarlama Muhasebesi, işletmelere rekabet gücü kazandırmada rakip işletmeler hakkında işletmeye pazarlama açısından önemli bilgiler sağlamakta iken, Stratejik Pazarlama Muhasebesi ise, stratejik pazarlama kararları ve kontrolleri için bilgi temelini iyileştirilmesi amacıyla maliyet muhasebesinin kullanımına dayanmakta olup; stratejik pazarlama, stratejik yönetimin bir parçası olduğundan Stratejik Pazarlama Muhasebesi de, Stratejik Yönetim Muhasebesinin ayrılmaz bir parçası ve tamamlayıcısı olarak kabul edilmektedir (Ceran ve Bezirci, 2011: 110). Sağlam stratejik pazarlama kararları için gerekli maliyet bilgilerini sağlayan Stratejik Pazarlama Muhasebesi, stratejik karar sürecinde, Stratejik Yönetim Muhasebesinin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Artan yoğun rekabet ortamında pazarlama stratejilerinin, yönetim stratejileri içerisinde yer alması, Stratejik Yönetim Muhasebesinin tamamlayıcı bir unsuru olan Stratejik Pazarlama Muhasebesi önemini arttırmaktadır.

8. OTEL YÖNETİMİNDE MUHASEBE BİLGİ SİSTEMİ VE PAZARLAMA BİLGİ SİSTEMİNDEN YARARLANILARAK STRATEJİK PAZARLAMA KARARLARININ ALINMASI

8.1. Çalışmanın Amacı ve Araştırma Yöntemleri

Otelerde stratejik pazarlama kararlarının alınmasında muhasebe bilgi sisteminden yararlanmanın önemini vurgulamak çalışmamızın temel amacıdır. Uygulamanın yapılacağı X otel işletmesinde sosyal bilimler alanında çok kullanılan yöntemlerden biri olan vaka/olay çalışması yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntem, maliyet ve yönetim muhasebesi alanlarında araştırma yapanlar için en uygun araştırma yöntemlerinden biri olarak kabul edilmektedir (Tanış, 1997:189). Uygulamada yer alan veriler, 1 Ocak 2017 ile 31 Aralık 2017 arasındaki bir yıllık (mali) dönemi kapsayan gerçek verilerdir. Verilerin toplanması aşamasında çalışanlarla ve üst düzey yöneticilerle karşılıklı görüşmeler ve çeşitli gözlemler yapılmıştır.

8.2. Örnek Otel İşletmesine Ait Bilgiler

Uygulamanın yapıldığı otel Antalya Manavgat, Gündoğdu beldesinde 14.000 metrekarelik alanda denize sıfır konumda olup 2009 yılında hizmete açılmıştır. Side'ye 15, Manavgat'a 15 km, Antalya Havalimanına 45 km, Antalya Kent merkezine 65 km uzaklıktadır ve beş yıldız standardında bir işletmedir. 310 oda yatak kapasitesi vardır. Otel yumuşak ve ince kumdan oluşan doğal plajı, denizi ve spa&wellness deneyimlerini sunmaktadır. Odalarda elektronik kapı kartı, zemin halı, telefon, elektronik kasa, merkezi klima, LCD TV, banyoda küvet, saç kurutma makinası, minibar, balkon, müzik yayını vardır. Otel müşterilerine animasyon, fitnesscenter, çeşitli kurslar, canlı müzik, sinema, su kaydıracağı, bowling, bilardo, plaj voleybolu, internet cafe, su sporları, oyun salonu, playstation, mini club gibi çeşitli aktiviteler sunmaktadır. Otel işletmesi Ultra Herşey Dahil Sistemi (UHDS) konseptinde hizmet vermektedir. UHDS'de müşteriler içinde birden fazla hizmetin bulunduğu bir paket halinde hizmet almakta ve tek bir fiyat ödemektedir.

Söz konusu otelin geleceğe ilişkin kâr planlamasını gerçekleştirmek için bir sonraki yılın fiyatını, içinde bulunduğu dönemde belirlemesi gerekmektedir. Bunun içinde muhasebe bilgi

sistemlerinden yararlanılarak stratejik pazarlama kararları alınacaktır. Çalışmamızda çeşitli maliyet analizleri yapılmıştır. Analizler için ihtiyaç duyulan veriler, tamamen yöneticiler ile yapılan yüz yüze görüşmeler sonucunda elde edilmiştir.

Söz konusu otelde uygulamanın yapılmış olduğu bir yıllık dönemde gerçekleştirilen faaliyetlere ilişkin giderler ve bunların toplam giderler içindeki payı aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 2: Otel İşletmesinde Ortaya Çıkan Giderler (Yıl Olarak)

GİDERİN TÜRÜ	TUTARI (TL)	PAYI (%)
Personel Ücreti	5,610,188.93	37.42%
Yiyecek Gideri	2,217,253.09	14.79%
İçecek Gideri	1,713,789.08	11.43%
Çamaşırhane	23,787.69	0.16%
Pazarlama Gideri	415,244.83	2.77%
Döşeme (Mefruşat) Gideri	0.00	0.00%
Temizlik Gideri	125,813.57	0.84%
Bakım-Onarım Gideri	536,858.74	3.58%
Telefon Gideri	38,888.34	0.26%
Amortisman	2,829,371.04	18.87%
Elektrik-Su-Yakıt Gideri	1,314,146.05	8.77%
Kırtasiye Gideri	33,355.26	0.22%
Sanatçı ve Eğlence Giderleri	73,490.00	0.49%
Ziyafetler Giderleri (F&B)	20,711.98	0.14%
Diğer Giderler	39,327.38	0.26%
Toplam	14,992,225.98	100.00%

Tablo 3: Aylara Göre Satılan Yatak Sayısı

Aylar	Satılan Yatak Sayısı	Payı %
Ocak	0	0.00%
Şubat	0	0.00%
Mart	3.128	3.06%
Nisan	5.808	5.68%
Mayıs	7.367	7.20%
Haziran	14.398	14.07%
Temmuz	19.401	18.96%
Ağustos	19.752	19.30%
Eylül	17.969	17.56%
Ekim	12.621	12.34%
Kasım	1.873	1.83%
Aralık	0	0.00%
TOPLAM	102.317	100.00%

Tablo 4: X Otel İşletmesinin Aylar Bazında Gider Kalemleri ve Tutarları

Gider Kalemleri	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık	Toplam Tutar	Payı (%)
Personel Ücreti	183.389,94	206.088,93	367.568,64	388.009,50	514.009,87	632.243,33	681.931,04	722.267,05	794.722,68	637.863,90	338.779,00	143.315,05	5.610.188,93	37,42%
Yiyecek Giderleri	0,00	0,00	61.726,71	109.782,35	164.934,40	300.180,11	414.134,16	432.182,56	372.720,89	270.328,71	91.263,20	0,00	2.217.253,09	14,79%
İçecek Giderleri	0,00	0,00	49.780,43	85.818,07	125.328,93	246.701,52	239.523,09	274.306,69	405.247,05	241.959,00	45.124,30	0,00	1.713.789,08	11,43%
Çamaşhanane	0,00	0,00	1.138,49	2.073,61	2.193,50	3.389,09	3.240,78	3.868,28	3.421,56	3.209,14	718,95	534,29	23.787,69	0,16%
Pazarlama Gideri	12.839,34	12.168,68	8.636,45	19.179,34	40.403,27	35.789,61	33.796,12	97.338,17	116.516,09	22.561,66	16.021,10	0,00	415.244,83	2,77%
Dişeme (Merfusat) Gideri	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%
Temizlik Gideri	290,85	984,52	8.850,87	9.633,21	11.743,55	15.644,06	22.000,00	20.456,60	16.906,19	12.559,63	6.039,04	705,05	125.813,57	0,84%
Bakım-Onarım Gideri	12.151,33	164.447,30	76.587,57	53.582,51	64.110,24	48.659,52	37.125,93	28.556,58	19.450,89	10.882,27	10.453,00	8.851,60	536.858,74	3,58%
Telefon Gideri	2.440,50	3.890,54	2.399,86	2.471,56	2.495,93	3.270,81	4.061,14	4.225,42	4.453,08	3.723,32	2.922,73	2.533,45	38.888,34	0,26%
Amortisman	254.823,84	254.823,84	254.823,84	254.823,84	254.823,84	254.823,84	260.143,00	260.143,00	260.143,00	173.333,00	173.333,00	173.333,00	2.829.371,04	18,87%
Elektrik-Su-Yakıt Gideri	16.299,65	19.492,03	100.494,42	105.406,94	111.082,17	145.921,12	210.914,63	196.274,28	198.459,34	143.049,90	43.292,45	23.459,12	1.314.146,05	8,77%
Kirataye Gideri	756,43	1.029,63	2.739,26	3.344,81	4.627,56	3.406,98	4.244,36	4.626,02	3.472,23	2.796,54	1.783,09	528,35	33.355,26	0,22%
Sanat ve Eğlence Giderleri	0,00	0,00	0,00	3.150,00	7.450,00	11.400,00	11.400,00	13.700,00	9.090,00	8.650,00	8.650,00	0,00	73.490,00	0,49%
Ziyafetler Giderleri (F&B)	0,00	0,00	1.581,85	2.415,29	3.252,94	2.280,63	2.187,59	2.857,21	3.041,97	2.666,73	487,77	0,00	20.711,98	0,14%
Diğer Giderler	320,21	246,40	1.527,90	2.094,59	4.367,07	4.858,48	7.477,84	7.693,23	5.568,22	3.478,71	1.092,62	602,11	39.327,38	0,26%
TOPLAM	483.312,09	663.166,87	939.856,29	1.044.785,62	1.310.823,27	1.708.569,10	1.993.179,68	2.088.495,09	2.213.213,19	1.537.002,51	739.960,25	353.862,02	14.992.225,98	100,00%

8.3. X Otel İşletmesinde Stratejik Pazarlama Muhasebesi Uygulamasıyla Stratejik Pazarlama Kararlarının Alınması

Söz konusu otelin maliyet ve gelir analizlerinin yapılmasında öncelikle maliyet fonksiyonunun belirlenmesi için maliyet fonksiyonlarının saptanmasında kullanılan yöntemlerden bahsetmek çalışmada yararlı olacaktır. Bunlar mühendislik yöntemi, muhasebe yöntemi, matematiksel ve istatistiksel yöntem olmak üzere, üç başlık altında toplanabilir. Bunlardan matematiksel ve istatistiksel yöntemler en çok kullanılan yöntemlerdendir.

Matematiksel ve istatistiksel yöntemler; iş hacmi ile toplam maliyet arasındaki ilişkilerin incelenmesinde yani toplam maliyet fonksiyonunun hesaplanabilmesinde; ($y = ax + b$), “a” ve “b” parametrelerinin belirlenmesinde kullanılmaktadır. Başlıca matematik ve istatistik yöntemler şunlardır (Büyükmirza, 2012: 348): Grafik Yöntemi, En Küçük Kareler Yöntemi, Yüksek Ve Düşük Hacimler Yöntemi, Yarı Ortalama Yöntemidir. Bunlardan en çok kullanılan ve objektif olan analiz yönteminin literatürde “En Küçük Kareler” olduğu görülmüştür (Akdoğan, 1998: 549).

En küçük kareler yöntemi, dağılım grafiğindeki çeşitli noktaların düşey uzaklıklarının karelerinin toplamının en düşük olduğu doğrunun denkleminin bulunması amacını taşımaktadır. (Büyükmirza,

2012: 355) Bu amaçla çizilen maliyet doğrusunun belirlenen noktalara düşey uzaklıklarının kareleri toplamı, çizilebilecek diğer tüm doğrularından daha düşük olmalıdır. Bulunan bu doğru denklemi, maliyet fonksiyonunu vermektedir. Bu yöntemde “a” ve “b” parametrelerinin bulunması için aşağıdaki denklemler kullanılmaktadır. Toplam maliyet fonksiyonunun oluşturulmasında kullanılacak yöntemde, bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki bağlantı açıklanmaktadır. Regresyon yöntemi, bağımlı değişken (maliyet) ve bir veya birden fazla bağımsız değişken (faaliyet hacmi) arasındaki tahmini bağlantıyı gösterir. Birim değişken maliyet ve toplam sabit maliyet, en küçük kareler yöntemine göre şu formüller ile hesaplanabilir:

$a = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$ formülü ile a değeri,

$b = \frac{\sum Y - a(\sum X)}{n}$ formülü ile b değeri hesaplanır.

$Y = a + bX$ fonksiyonu ile doğru oluşturulur.

$Y = a + bX$ olarak ifade edilen toplam maliyet doğrusunda yer alan değişkenler regresyon denklemi şeklinde ifade edilerek aşağıdaki gibi tanımlanacaktır:

Y = Toplam giderler (Bağımlı değişken)

X = Satılan yatak sayısını (Bağımsız değişken)

Tablo 5: En Küçük Kareler Tekniğine Göre İşletmenin Toplam Maliyet Fonksiyonu Hesaplanması

Aylar (n)	Satılan Yatak Sayısı (X)	Toplam Giderler (Y)	X ²	XY
Ocak	0	483.312,09	0.00	0.00
Şubat	0	663.166,87	0.00	0.00
Mart	3.128	939.856,29	9.784.384,00	2.939.870.475,12
Nisan	5.808	1.041.785,62	33.732.864,00	6.050.690.880,96
Mayıs	7.367	1.310.823,27	54.272.689,00	9.656.835.030,09
Haziran	14.398	1.708.569,10	207.302.404,00	24.599.977.901,80
Temmuz	19.401	1.932.179,68	376.398.801,00	37.486.217.971,68
Ağustos	19.752	2.068.495,09	390.141.504,00	40.856.915.017,68
Eylül	17.969	2.213.213,19	322.884.961,00	39.769.227.811,11
Ekim	12.621	1.537.002,51	159.289.641,00	19.398.508.678,71
Kasım	1.873	739.960,25	3.508.129,00	1.385.945.548,25
Aralık	0	353.862,02	0.00	0.00
n=12	102.317	14.992.225,98	1.557.315.377,00	182.144.189.315,40

$$a = n \sum XY - (\sum X)(\sum Y) / n \sum X^2 - (\sum X)^2$$
$$a = (12 * 182.144.189.315,40) - (102317 * 14.992.225,98) / (12 * 1.557.315.377,00) - (102317)^2$$
$$a = 651770686189,14 / 8219016035$$
$$a = 79,30$$

$$b = \sum Y - a(\sum X) / n$$
$$b = (14.992.225,98) - (79,30 * 102.317) / 12$$
$$b = (14.992.225,98) - (8.113.738,1) / 12$$
$$b = 573.207,32$$

Toplam Maliyet Fonksiyonu (Aylık) = 79.30X + 573.207,32

Toplam Maliyet Fonksiyonu (Yıllık) = 79.30X + (573.207,32 * 12)

Toplam Maliyet Fonksiyonu (Yıllık) = 79.30X + 6.878.487,84

Korelasyon katsayısı, değişkenler arasındaki ilişkiyi göstermek için kullanılan bir değer olup, -1 ile 1 arasında bir değer alır. (-) değer negatif ilişkiyi, (+) değer ise pozitif ilişki olduğunu gösterir. Değerler 0'a yaklaştıklarında değişkenlerin aralarındaki ilişki de azalır.

Korelasyon katsayısı aşağıdaki formül yardımıyla hesaplanır;

$$(r) = \frac{n \sum XY - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Söz konusu otelin korelasyon katsayıları şu şekilde hesaplanmıştır;

$$(r) = \frac{(12 * 182144189315,40) - (102317 * 14992225,98)}{\sqrt{[(12 * 1557315377) - (102317)^2][(12 * 23224933106419,3) - (14992225,98)^2]}}$$
$$r = 0,979$$

Yüksek pozitif ilişki vardır.

Determinasyon Katsayısı (r^2) Regresyon modelinin gerçeği ne denli yansıtabildiğinin bir ölçütü olarak karşımıza çıkmaktadır. Determinasyon katsayısı aslında korelasyon katsayısı'nın karesi olup yine (0 ile 1) arasında bir değere tekabül etmektedir. Determinasyon katsayısı bize modelin başarısını test etmemiz için bir fırsat tanımaktadır.

$$r^2 = 0,958$$

Hesaplanan korelasyon ve determinasyon katsayıları, inceleme döneminde toplam maliyette meydana gelen değişmelerin %95,8'i iş hacmindeki (X) değişmelerden kaynaklandığını göstermektedir. Yani determinasyon katsayısının 1'e çok yakın bir değer çıkması, toplam maliyetlerde meydana gelen değişmelerin tamamına yakın bir kısmının, iş hacmindeki değişmelerden kaynaklandığını belirtmektedir.

t testi, belirlenen maliyet fonksiyonuna güvenilip, güvenilmeyeceğini yani doğruluk derecesini test etmek amacıyla yapılan bir analiz tekniğidir. Önceden belirlenmiş bir değerden farklı olup olmadığını tespit etmek için kullanılır. Aşağıdaki formül yardımıyla t değerini hesaplayabiliriz.

$$t = r * \sqrt{(n-2) / (1-r^2)}$$
$$t = 0,979 * \sqrt{(12-2) / (1-0,958)}$$
$$t = 15,11$$

Literatürde bu konuda kabul edilen standart $n > 5$ ise; $t > 3$ olmalıdır. Yapılan t testinde t değerinin, 3'ten büyük olduğu için yani 15,11 değeri hesaplandığı için, otel işletmesi için bulunmuş olan toplam maliyet fonksiyonun (79.30X + 6.878.487,84) güvenilir olduğu görülmektedir.

Gelir Fonksiyonunun Saptanması; Toplam gelir, ilgili ürünün birim satış fiyatı ile toplam satış miktarının çarpımı ile elde edilmektedir. Adı geçen beş yıldızlı otelin yöneticiler ile yapılan görüşmeler sonucu, işletmenin tur operatörüne satmış olduğu yatak fiyatı birim başına, 295 TL'dir. Buradan, işletmenin gelir fonksiyonu aşağıdaki gibi gösterilebilir;

Satış fiyatı "f" ile satış miktarı da "x" ile gösterildiğinde;

Toplam Gelir (TG) = f (Birim Satış Fiyatı) * x (Satılan Yatak Sayısı) olmaktadır.

Toplam Gelir: 295x

Başabaş Satış Hacmi; Kâra geçiş noktası ya işletmenin elde ettiği tüm hasılatlar yani gelirleriyle tüm giderlerinin birbirine eşit olduğu noktadır. Bu noktada kar ya da zarar yoktur. Kâra geçiş noktası olarak da adlandırılır (Çakıcı, 1975, s:10).

BBSH = toplam sabit giderler / (birim satış fiyatı - birim değişken gider)

$$\text{BBSH} = 6.878.487,84 / (295 - 79,30)$$

$$\text{BBSH} = 6.796.883,88 / 215,7$$

$$\text{BBSH} = 31510 \text{ adet (yıllık)}$$

$$\text{BBSH} = 573.207,32 / 215,7$$

$$\text{BBSH} = 2657 \text{ adet aylık}$$

X otel işletmesi, sezon ortalaması göz önüne alındığında, ayda ortalama 2.657 adet ve yılda 31.510 adet yatak satışı yaparsa toplam maliyeti ile toplam geliri birbirine eşit olmaktadır. Ayrıca, işletmenin zararlı bölgeden ne kadar uzakta olduğunu görebilmek ve yüzdesel bakımdan satış ile zarar arasındaki ilişkiyi ortaya koyabilmek için, güvenlik payı ile güvenlik oranlarının da hesaplanması gerekmektedir. İşletmenin güvenlik payı ve güvenlik oranları, aşağıdaki şekilde hesaplanmıştır.

Güvenlik Payı= Ortalama Satış Hacmi – Başabaş Satış Hacmi = 8.526 – 2.657 = 5.869 adet

Güvenlik oranı= Güvenlik Payı/Ortalama Satış Hacmi = 5.869 / 8.526 = 0.688

İşletme, 2017 yılında gerçekleşen faaliyetleri göz önüne alınırsa zarar noktasından ayda ortalama 5.869 adet yatak satış hacmi kadar uzaktadır. Satışların % 68,8 civarında azalması durumunda işletmenin zarara uğrayacağı anlaşılmaktadır.

Maliyet Hacim Kâr Analizi; Kâr Fonksiyonunun Belirlenmesi,

Toplam Kâr = Toplam Gelir – Toplam Maliyet şeklinde ya da $K = (f-a)x - b$ olur. (Deakin vd, 1984:387)

İşletmenin aylık ve sezonluk kâr fonksiyonları ise, şu şekilde belirlenmiştir:

$$\text{Kar Fonksiyonu} = (295 - 79,30) * X - 573.207,32 = 214,731X - 573.207,32 \text{ (Aylık)}$$

$$\text{Kar Fonksiyonu} = 215,70X - 6.878.487,84 \text{ (yıllık)}$$

X otel işletmesinin 2017 yılı Ocak - Aralık ayları toplam kârı şu şekilde hesaplanmıştır:

$$\text{Kâr} = 215,70 * 102317 - 6.878.487,84$$

$$\text{Kâr} = 15.191.289,06 \text{ TL'dir.}$$

X otel işletmesinin aylık bazda kâr görünümü ise, Tablo 6'daki gibi hesaplanmıştır.

Tablo 6: X Otel İşletmesinin Aylık Ortalama Kârı

Aylar	Kâr/Zarar
Ocak	-573.207,320
Şubat	-573.207,320
Mart	101.502,280
Nisan	679.578,280
Mayıs	1.015.854,580
Haziran	2.532.441,280
Temmuz	3.611.588,380
Ağustos	3.687.299,080
Eylül	3.302.705,980
Ekim	2.149.142,380
Kasım	-169.201,220
Aralık	-573.207,320

Tablo 6'dan de anlaşılacağı üzere, işletme ortalama olarak en fazla Ağustos ayında, kâr elde etmiştir. Aralık, Ocak Şubat aylarında ise otel bakım, temizlik ve yenileme işlemleri olduğu için müşteri kabul etmemiştir. Kasım ayında ise yatak satışları başabaş satış hacminin altında olduğu için zarar görülmektedir.

Arzulanan Kâra Ulaşmada En Uygun Fiyatın Tespit Edilmesi

Muhasebe Bilgi Sistemi ile Pazarlama Bilgi Sistemi arasındaki ilişkinin gösterilmesi aşağıda açıklanmaktadır. Muhasebe Bilgi Sistemi ile Pazarlama Bilgi Sistemlerinden elde edilen 2017 dönemi verilerinden yararlanarak, gelecek (2018) dönemine yönelik fiyat tahminlerinde bulunulacaktır. Çalışmanın önceki uygulama kısımlarında işletmenin 2017 döneminde elde ettiği kâr tutarı, çeşitli analizler yapılarak elde edilmiştir. Söz konusu otel işletmesi, 2017 dönemine ilişkin tüm satışlarını tur acentelerine sezon öncesinde satması sebebiyle, geleceğe yönelik arzu ettiği kârı sağlayacak en uygun fiyatı belirleyecektir.

Yöneticiler ile yapılan görüşmeler sonucunda otel işletmesinin doluluk oranının 2017 yılındaki ile

aynı olacağı varsayımı ile işletmenin 2018 yılı kârlılık hedefi, 2017 yılında elde edilen kârlılık tutarının %25 daha fazlası olarak tespit edilmiştir.

Hedef Kârlılık tutarına işletmenin ulaşabilmesi için en uygun fiyatı belirlemeden önce, maliyetlerinde tahmini tutarlarının belirlenmesi gerekmektedir. İlk olarak 2017 yılının işletmenin faaliyet dönemine giren enflasyon oranlarının dikkate alınarak tahmini maliyetleri tespit edilecektir. Sonra, yeni kâr fonksiyonu oluşturulup, arzu edilen kâr tutarına ulaşmada en uygun fiyat belirlenecektir.

Ülkemizde 2017 yılında aylık enflasyon oranları göz önünde bulundurularak, bu oranlarda 2018 yılında çok fazla değişikliğin olmayacağını varsayarak, işletmenin tahmini maliyetleri oluşturulabilir. Bunun için, 2018 yılı tahmini maliyet tutarlarının belirlenmesinde, 2017 yılının maliyet fonksiyonunun oluşturulmasında kullanılan en küçük kareler yöntemi kullanılacaktır. 2018 yılı için en uygun fiyatın tespit edilmesinde yapılması gereken işlemleri aşağıda açıklanmıştır.

Tablo 7: Enflasyon Oranı Göz Önünde Bulundurularak Tahmini Maliyet Tutarlarının Belirlenmesi

Aylar	Enflasyon oranı(%)	2017YılıMaliyetTutarı	2018YılıTahminiMaliyetTutarı
Ocak	9,22	483.312,09	527.873,46
Şubat	10,13	663.166,87	730.345,67
Mart	11,29	939.856,57	1.045.966,38
Nisan	11,87	1.041.785,62	1.165.445,57
Mayıs	11,72	1.310.823,27	1.464.451,76
Haziran	10,90	1.708.569,10	1.894.803,13
Temmuz	9,79	1.932.179,68	2.121.340,07
Ağustos	10,68	2.109.495,09	2.334.789,17
Eylül	11,20	2.213.213,19	2.461.093,07
Ekim	11,90	1.537.002,51	1.719.905,81
Kasım	12,98	739.960,25	836.007,09
Aralık	11,92	330.402,90	369.786,93
Toplam		15.009.767,14	16.671.808,11

2017 yılının maliyet fonksiyonunu belirlerken en küçük kareler yöntemini kullandığımız için, 2018 yılının tahmini maliyet fonksiyonunun da güvenilir bir biçimde oluşturmak içinde en küçük kareler yöntemini kullanmamız daha uygun olacaktır. En küçük kareler yöntemine göre, toplam maliyet fonksiyonu için gerekli olan birim değişken gider

(a) ve toplam sabit maliyet (b) parametreleri aşağıdaki şekildedir.

$$a = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{\sum Y - a(\sum X)}{n}$$

Tablo 8: En Küçük Kareler Yöntemine Göre, 2018 Yılı İçin İşletmenin Toplam Maliyet Fonksiyonunun Hesaplanması

Aylar (n)	Satılan Yatak Sayısı (X)	Toplam Giderler (Y)	X ²	XY
Ocak	0	527,873.46	0.00	0.00
Şubat	0	730,345.67	0.00	0.00
Mart	3128	1,045,966.07	9,784,384.00	3,271,781,851.76
Nisan	5808	1,165,445.57	33,732,864.00	6,768,907,888.53
Mayıs	7367	1,464,451.76	54,272,689.00	10,788,616,095.62
Haziran	14398	1,894,803.13	207,302,404.00	27,281,375,493.10
Temmuz	19401	2,121,340.07	376,398,801.00	41,156,118,711.11
Ağustos	19752	2,289,410.37	390,141,504.00	45,220,433,541.57
Eylül	17969	2,461,093.07	322,884,961.00	44,223,381,325.95
Ekim	12621	1,719,905.81	159,289,641.00	21,706,931,211.48
Kasım	1873	836,007.09	3,508,129.00	1,565,841,280.41
Aralık	0	396,042.37	0.00	0.00
n=12	102317	16,652,684.44	1,557,315,377.00	201,983,387,399.52

$$a = n \sum XY - (\sum X)(\sum Y) / n \sum X^2 - (\sum X)^2$$

$$a = (12 * 201.983.387.399,52) - (102317 * 16.652.684,44) / (12 * 1.557.315.377,00) - (102317)^2$$

$$a = 719.947.934.946,76 / 8219016035$$

$$a = 87,595$$

$$b = \sum Y - a(\sum X) / n$$

$$b = (16,652,684.44) - (87,595 * 102.317) / 12$$

$$b = (16,652,684.44) - (8,962,457.615) / 12$$

$$b = 640.848,89$$

$$\text{Toplam Maliyet Fonksiyonu (Aylık)} = 87,595X + 640848,89$$

$$\text{Toplam Maliyet Fonksiyonu (Yıllık)} = 87,595X + (640848,89 * 12)$$

$$\text{Toplam Maliyet Fonksiyonu (Yıllık)} = 87,595X + 7690186,68$$

Çalışmanın uygulama kısmının son adımında uygulama yapılan otel işletmesinin 2018 yılı tahmini maliyet fonksiyonu yukarıda hesapladıktan sonra, hedef olarak belirlenen 2017 yılında elde edilen kâr tutarının %25 artması için gerekli olan fiyatın tespiti yapılacaktır. Öncelikle hedeflenen kâr tutarının hesaplanıp, daha sonra kâr fonksiyonunda gerekli verilerin kullanılarak, en uygun fiyat hesaplanacaktır. Bu aşamada yapılacak işlemler şunlardır:

2018 Yılı Hedeflenen Kâr Tutarı:

$$15.191.289,06 + (15.191.289,06 * 0,25) = 18,989,111.325$$

Kâr Fonksiyonu: (f-a)*x-b

$$18.989.111,325 = [(f - 87,595) * 102317] - 7.690.186,68$$

$$f = 248,35 \text{ TL/Yatak}$$

Yukarıda yapılan hesaplamalardan da anlaşılacağı üzere, İşletmenin 2018 yılı beklediği kâr tutarına

ulaşmak için, seyahat acentesinden isteyeceği yatak fiyatının 248,35 TL olması gerekir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

İşletmelerde yöneticiler, pazarlama kararları alırken 1970'li yılların başından itibaren önemi artan Pazarlama muhasebesinden yararlanmaktadır. Pazarlama maliyetlerinin daha sağlıklı hesaplanması, analiz edilmesi, kontrolü, yönetimi ve maliyet düşürme konularında Stratejik Pazarlama Muhasebesi işletme yöneticilerine yol göstermektedir. İşletmelerin küresel rekabet ortamında rekabet edebilmek, pazarda kalıcı olabilmek ve varlığını devam ettirebilmek için maliyet ve stratejik pazarlama kararlarının alınmasında Pazarlama Bilgi Sistemi ve Muhasebe Bilgi Sistemi ilişkisine stratejik bir yaklaşım sonucu ortaya çıkan Stratejik Pazarlama Muhasebesi anlayışını benimsemeleri gereklidir. Özellikle pazar araştırmaları, müşteri tatmin düzeyi ve ihtiyaçlarının belirlenmesi ile gelecek dönem tahminleri için İşlemeler Stratejik Pazarlama Muhasebesinden yararlanırlar. Pazarlama ve muhasebenin temel kesişme alanlarından en önemlisi fiyat politikasıdır. Pazarlamada fiyat politikası, fiyat yönetiminde geniş bir anlayış olarak ortaya çıkar. Fiyatlar, işletmelerde pazarlama sistemi içinde karar vermeye temel oluşturan maliyet muhasebesinden sağlanan bilgilere dayalı olarak özerk bir biçimde kararlaştırılmaktadır.

Otellerde pazarlama kararlarının alınmasını desteklemek için muhasebe bilgi sistemlerinden yararlanılması alınan kararların kalitesini artırır. Antalya Manavgat, Gündoğdu beldesinde bulunan uygulamanın yapıldığı beş yıldızlı bir otel işletmesinde, stratejik pazarlama muhasebesi kapsamında yapılan bu çalışmanın uygulama kısmında ilk önce en küçük kareler tekniğinden yararlanılarak 2017 yılı maliyet fonksiyonu belirlenerek, işletmenin katlandığı maliyetlerin satışlarla bağlantılı olup olmadığı regresyon ve t testi analizleri yardımıyla belirlenmiştir. Analizler sonucunda, işletmenin katlandığı maliyetlerin çoğunun, satışlarla ilgili olduğu ve belirlenen maliyet fonksiyonunun da güvenilir olduğu tespit edilmiştir. Sonra, muhasebe bilgi sistemi ile pazarlama bilgi sistemi arasındaki ilişkinin kesişme noktasını oluşturan arzu edilen kâr tutarına ulaşmada gerekli olan fiyat tespit edilmiştir.

Hizmet sektörlerinden turizm sektörü içinde değerlendirilen otel işletmeleri diğer sektörlerde de olduğu gibi küreselleşme ile meydana gelen değişimler önemli derecede etkilemiştir. Bu rekabet ortamında otel işletmelerinin stratejik bir maliyet yönetimine başvurması şarttır. Bu nedenle, ülke içinde literatürde uygulama konusunda yeterli öneme sahip olmayan stratejik pazarlama muhasebesi anlayışının önemsenmesi; Stratejik Pazarlama Muhasebesi kapsamında stratejik bir maliyet yönetimiyle otel yöneticileri tarafından maliyet, kalite ve fiyat politikalarında değişiklik yapılırken yararlanılması gereklidir. Kasım, Aralık, Ocak ve Şubat aylarında otel işletmesinin zarar ettiği, diğer aylarda kar ettiği görülmektedir. Zarar edilen bu aylarda bakım, tamir süreleri kısaltılarak ve toplantı grubu müşterilerine önem verilerek, Kasım, Aralık, Ocak ve Şubat aylarında kâra geçilebilir veya zarar minimuma indirilebilir.

KAYNAKLAR

- Akdoğan, N. (1982). Pazarlama Maliyetleri Ve Muhasebesi. Ankara: Ankara İktisadi Ve Ticari İlimler Akademisi.
- Akdoğan, N. (1998). Maliyet Muhasebesi Uygulamaları. Ankara: Cem Ofset.
- Badem, C. Ve Fırat D. (2011: 21). Temel Pazarlama Bileşenleri Açısından Muhasebe Verilerinin Kullanılması: Pazarlama Muhasebesi. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (1): 77-101.
- Bekçi, D. Ve Özal, H. (2010). Stratejik Maliyet Yönetiminin Sağlık Sektöründe Uygulanabilirliğine Yönelik Bir Araştırma. Akademik Araştırmalar Ve Çalışmalar Dergisi(3): 78-97.
- Bhimani, A. And Bromwich, M. (2009). Management Accounting: Retrospectand Prospect. London New York: Cıma Publishing.
- Büyükmirza, H.K. (2012). Maliyet ve Yönetim Muhasebesi. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Çakıcı, L. (1975). Sanayi İşletmelerinde Kâra Geçiş Analizleri. Ankara: Ekonomik Ve Sosyal Yayınlar A.Ş.
- Ceran, Y. (2002). Stratejik Maliyet Yönetimi Enstrümanı Olarak Pazara Dayalı Hedef Maliyet Yönetimi-PDHMY. Selçuk Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi: 91-119.
- Ceran, Y. Ve İnal M.E. (2004: 22, Ocak-Haziran,). Maliyet Bilgileri Temeline Dayalı Pazarlama Kararları İçin Pazarlama Muhasebesi. Erciyes Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi :63-83.
- Ceran, Y. (2009). Stratejik Pazarlama Muhasebesi, Konya: Tablet Yayınevi.
- Ceran, Y. Ve Bezirci M. (2011). Pazarlama Bilgi Sistemi-Muhasebe Bilgi Sistemi İlişkisine Stratejik Bir Yaklaşım: Stratejik Pazarlama Muhasebesi. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, S.26: 103-115.
- Civan, M. Ve Kara E. (2003). İşletme Yönetiminde Muhasebe Bilgi Sisteminin Yeri Ve Önemi. Muhasebe Ve Finansman Dergisi, (20): 111-117.
- Demir, V. (2008, Ekim). Yönetim Muhasebesindeki Değişim Ve Değişimi Etkileyen Faktörler. Muhasebe Ve Denetime Bakış Dergisi (8): 51-70. .
- Diñçer, B. Ve Diñçer, C. (2005, Haziran). Otel Yönetiminde Muhasebe Bilgi Sistemleri Ve Pazarlama Kararları. Review Of Social, Economic& Business Studies(Vol.5/6): 353 – 365.
- Gegez, A. (2007). Pazarlama Araştırmaları (2 B.). İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş
- Hoque, Z., Strategic Management Accounting. USA: Sapiropress .
- İslamoğlu, A. (2006). Pazarlama Yönetim. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Kaya, İ. (1984). Pazarlama Bilgi Sistemleri. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayın No: 3226, İşletme Fakültesi İşletme Fakültesi Yayın No:153, Güray Matbaacılık .
- Kırlı, M., Gümüş, H. Ve Altıntop, M. (10-13 Eylül 2012.). Stratejik Yönetim Muhasebesinin Tamamlayıcısı Olarak Stratejik Pazarlama Muhasebesi. K. Makedonya. (Dü.), Balkanlar'da Riskler Ve Fırsatlar - Bildiri Kitabı İçinde (S. 643-652). Kalkandelen – Makedonya: 4. Uluslararası Balkanlarda Sosyal Bilimler Kongresi.
- Korkmaz, S., Eser, Z., Öztürk, S. Ve Işın, F. (2009). Pazarlama. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Şaklak, Ö. Ve Buran, Y. (2010, Temmuz 21-22). Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmelerde (KOBİ) Muhasebe Bilgi Sisteminin Önem. MYO-ÖS 2010- Ulusal Meslek Yüksekokulları Öğrenci Sempozyumunda Sunulan Bildiri, 2.
- Shim, J. K.,Siegel, J. G. (1999). The Oryandproblems Of Financial Accounting 2.B.), New York: Mcgraw-Hillcompaniesinc.
- Sürmeli, F. (2001). Muhasebe Bilgi Sistemi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Açık Öğretim Fakültesi Yayınları.
- Tanış, V. (1997). Theoreticalbackground Of Some Research Methods Applicable in Cost And Management Accounting. Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 12(2): 184-196. .

- Tek, N. Ve Dalkılıç, A. (2011, Ocak). Pazarlama-Satış Ve Muhasebe İşlevlerinin Etkileşiminde Muhasebe Eğitiminden Beklentiler. Muhasebe Ve Denetime Bakış: 2-13.
- Üstün, R. (1982). Muhasebe Bilgilerinin Finansal Kontrol Amacıyla Bölüm Yöneticilerine İletilmesi Ve Bir Anket Uygulaması. Eskişehir İktisadi Ve Ticari İlimler Akademisi Yayınları: 242/162.
- Wickramasinghe, D. And Alawattage, C. (2007). Management Accounting Change: Approaches and Perspectives. London ; New York: Routledge.
- Wilson, R. And Chua, W. (1993). Managerialaccounting: Method and Meaning. (E. B. Wilson, Dü.) London: Chapman&Hall.
- Xu, H. (2003). Critical Success Factors For Accountinginformationsystems Data Quality. Faculty Of Business Queensland Division University Of Southern Queensland.
- Yüzbaşıoğlu, N. (2004 Sayı 12). İşletmelerde Stratejik Yönetim Ve Planlama Açısından Stratejik Maliyet Yönetimi Ve Enstrümanları. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi: 388-406.



Contributions of Kazım Nami Duru's to the Turkish Education and Analysis His Book 'Teacher's Professional Ethics'

İbrahim YÜKSEL¹

Abstract: As he was involved in the construction of a new nation-state during the founding of the Republican Era, Kazım Nami Duru considered teachers to be one of the most important elements in delivering the revolutions to the remotest corners of the country and ethically followed a positivist and secular course. In this study, using the document analysis methodology, firstly, based on Kazım Nami's opinions and comments about teaching professional ethics mentioned on his work –Teachers' Professional Ethics- are given and in this context. It is mentioned about Nami's teaching profession ethics, what are the principles of professional ethics that teachers are expected to follow when performing their profession

Keywords: Kazım Nami Duru, Morality, Teaching Profession's Ethics

Kazım Nami Duru'nun Türk Eğitimine Katkıları ve 'Muallimin Meslek Ahlakı' Adlı Eserinin İncelenmesi*

Özet: Cumhuriyet Döneminin kuruluş yıllarında yeni bir ulus devletin inşa edilmesi sürecinde görev aldığı için Kazım Nami Duru, öğretmenleri devrimlerin en ücra köşelere ulaştırılmasında önemli unsurlardan biri olarak görmüş ve ahlaki açıdan seküler ve pozitivist bir çizgi takip etmiştir. Doküman analizi yönteminin kullanıldığı bu araştırmada, öncelikle "Muallimin Meslek Ahlakı" adlı eserinden yola çıkılarak Kazım Nami'nin öğretmenlik meslek ahlakı ile ilgili görüşlerine ve yorumlarına yer verilmiştir. Bu bağlamda Nami'ye göre öğretmenlik meslek ahlakının ne olduğundan, öğretmenlerin mesleklerini icra ederken uymaları beklenen, istenen meslek ahlakı ilkelerinin neler olduğundan bahsedilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kazım Nami Duru, Ahlak, Öğretmenlik Meslek Ahlakı

1. GİRİŞ

Kişinin zihinsel, bedensel, duygusal, toplumsal yeteneklerinin, davranışlarının en uygun şekilde ya da istenilen doğrultuda geliştirilmesi, ona birtakım amaçlara dönük yeni yetenekler, davranışlar, bilgiler kazandırılması yolundaki çalışmaların tümüdür. Eğitim hayat boyu sürer, planlı ya da tesadüfi olabilir (Akyüz, 2016:2). Eğitim toplumdaki yeni kuşaklara değerleri ve ideolojisi

asılayarak onları siyasi düzene bağlı, uyumlu vatandaşlar haline getirme işlevine de sahiptir. Toplumsal ve kültürel değerlerin yanı sıra devletin dayandığı temel felsefe, ideoloji ve ilkelerin çeşitli ders ve etkinliklerle aktarılması görevi resmi olarak okullara ve dolayısıyla da öğretmenlere verilmiştir.

Eğitim, bireyin hem bireysel olarak yetiştirilmesinde hem de kültürün, bilgi birikiminin yeni kuşaklara aktarılmasında, bireylerin

¹ Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji, Anabilim Dalı

*Corresponding author (İletişim yazarı):
iyukse156@hotmail.com

* Bu makale Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı Doktora öğrencisi İbrahim YÜKSEL tarafından hazırlanan "Meslek Ahlakı Tartışmalarına Öğretmenlik Mesleği Açısından Bir Bakış" adlı doktora tezinden türetilmiştir

Citation (Atıf): Yüksel, İ. (2018). Kazım Nami Duru'nun Türk Eğitimine Katkıları ve 'Muallimin Meslek Ahlakı' Adlı Eserinin İncelenmesi, Bilge Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2 (2): 130-141

toplumsallaştırılmasında son derece önemli bir role sahiptir. Eğitim, tanımı itibariyle insanı doğumdan ölüme kadar etkileyen ve onu belli bir şekle sokmaya çalışan bir süreçtir. Etik ise insanın “Ne yapmalıyım?”, “Nasıl yaşamalıyım?” sorularına vermeye çalıştığı yanıtlardır. Bu açıdan eğitim ve etik arasında zorunlu bir ilişki vardır. Eğitimsiz bir yaşam ne kadar anlamsız ise etik olmadan yapılan eğitim de bir o kadar amaçsız kalacaktır. Çünkü eğitimle öğrencilere sadece bilgi verilmesi değil, bilgiyle beraber etik çerçevede olumlu davranış kalıplarının kazandırılması da hedeflenmektedir (Karataş, 2013:305). Eğitimin içeriğinin ve müfredatın belirlenmesinde değerler, inançlar vs. etkili olduğu için etik, doğal olarak eğitimle kaçınılmaz bir ilişkiye girmektedir.

Meslek ahlâkı, bir mesleğin mensuplarının uyması gereken ahlâkî ilkelerle işaret etmektedir. Meslek ahlâkı, belirli bir meslek grubunun meslek üyelerine emreden, onları belli kurallara uygun davranmaya zorlayan, kişisel eğilimlerini sınırlayan, yetersiz ve ilkesiz üyeleri meslekten dışlayan veya yaptırım uygulayan mesleki rekabeti düzenleyen ve hizmet ideallerini korumaya çalışan mesleki ilkeler bütünüdür. Çalışma ahlâkı veya işletmecilik ahlâkı, toplumların yapılarına göre bazı farklılıklar gösterebilir. Ancak meslek ahlâkı ilkeleri dünyanın, hemen hemen her yerinde aynıdır. Örneğin, doktorlar dünyanın her yerinde Hipokrat yemini ederek işe başlarlar (Arslan, 2001:188).

Gelişen teknolojiye rağmen öğretmen faktörünün eğitimde niteliği belirleyen en önemli faktör olmaya devam etmesi, öğretmenlerin belli davranış, ilke ve standartlara sahip olmalarının önemini ortaya koymaktadır. Bu ilkelerin yokluğu ise eğitimde niteliğin olumsuz yönde etkilenmesine neden olacaktır.

Toplumun kalkınması ve gelişmesi için beşeri unsur dediğimiz insana yatırım yapılması; Türk kültürüyle donanmış, cumhuriyetin felsefesi ve idealine uygun özelliklerle donatılması önem arz etmektedir. Bireyleri bu özelliklerle donatma ve onların ortak bir ülküye doğru yürümelerini sağlama görevi ise hiç şüphesiz eğitim kurumlarına düşmektedir. Eğitim kurumlarının en önemli unsurunun öğretmen olduğu tartışma götürmez bir gerçektir. Bu noktada öğretmenlerin mesleklerini yerine getirirken öğrenciyle, veliyle, okul yönetimi ve toplumla ilişkilerinde dikkat edeceği etik ilkelerin neler olacağı, görev ve sorumluluklarının nerede başlayıp nerede biteceği konuları gündeme gelmektedir.

2. CUMHURİYETİN KURULUŞ YILLARI VE TOPLUMSAL ORTAM

Cumhuriyet kurulduğunda Osmanlı İmparatorluğundan çok parlak bir miras devralınmamıştır. Her şeyden önce uzun yıllar süren savaşlar nedeniyle genç, eğitilmiş nüfusun büyük oranda şehit olduğunu ya da gazi olduğunu görmekteyiz. Kurtuluş Savaşı yıllarında Kayseri Lisesi gibi bazı liselerin mezun dahi veremeyerek bütün öğrencilerini şehit verdiği bilinmektedir.

Uzun savaşlar sonucu (Balkan Savaşları, I.Dünya Savaşı gibi) ülke harap olmuş, üç milyona yakın iyi eğitilmiş genç savaşlarda kaybedilmiş, ülkede öğretmen, doktor, eczacı, mühendis, yükseköğretimde sahip yetişmiş eleman yok denecek kadar azalmıştı. Mevcut nüfus ise sorunluydu ve hastalıklar da yaygındı. Dahası ülkenin ihtiyaçlarını karşılayabilecek esnaf ve sanatkârlar da yeterli değildi. Okul, hastane, fabrika, yol vb. ülkenin altyapısı savaşlar nedeniyle oldukça zarar görmüştü (Uluköse, 2008: 53). Bu olumsuz demografik yapı ve savaş koşullarının etkisi ve yeni savaşların her an başlama ihtimali Cumhuriyet rejiminin karşılaştığı zorlukları daha da artırmıştır.

3. CUMHURİYET DÖNEMİNDE EĞİTİM

Cumhuriyet döneminde eğitime ve eğitimcilere çok büyük önem verilmiş olup Gazi unvanıyla beraber Atatürk'e Başöğretmen unvanının da verilmesi bu önemi göstermesi açısından oldukça önemlidir. Başöğretmen Gazi Mustafa Kemal Atatürk, öğretmenlere büyük değer vermiş, onların yetiştireceği nesillerin ülkenin geleceğini şekillendireceğine işaret etmiştir. Atatürk, dünyanın en saygıdeğer unsurlarından biri olarak işaret ettiği öğretmenlerin, halkla iç içe olmalarını ve yetiştirecekleri öğrencilerin fikren, imlen ve bedenen üstün meziyette olacak şekilde eğitilmesinin gerekliliğini birçok yerde vurgulamıştır.

Cumhuriyet döneminin ilk yılları, yapısal değişikliklerin yoğun bir şekilde yapıldığı ve bu değişiklikleri ortaya koyabilecek entelektüellere yoğun bir şekilde ihtiyaç duyulan yıllardır. Kazım Nami Duru da fikirleri ile eğitim tarihimize yön veren aydınlardan biri olarak birçok yeniliğin mimarı olmuş önemli şahsiyetlerdendir (Temizyürek ve Dinçer, 2014:179).

Ülkemizde eğitim; modern, dinamik bir toplum yaratmak için başvurulmuş bir araç olmanın ötesinde politik, ekonomik ve kültürel bağımsızlığın da gereklerinden birisi olarak kabul edilmiştir. Eğitim bu amaçlarının yanında üst yapısal devrimlerin yerleştirilmesi ve kalıcı hale getirilmesinde ayrıca topluma yeni bir kimlik kazandırılmasında nevi şahsına münhasır bir öneme haiz olmuştur (Tülay, 2010:29). Devrimlerin halka ulaştırılmasında eğitime ve eğitimcilere çok önemli görevler yüklenmiştir.

Cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren üzerinde Atatürk'ün de hassasiyetle durduğu bir modernleşme hamlesi halinde tasavvur edilmiştir. Cumhuriyet döneminde eğitimin başlıca amacı, her düzeydeki okullarda Cumhuriyet rejiminin gerektirdiği ve yeni Türkiye'nin ihtiyaç duyduğu nesiller yetiştirmek, ülkeyi çağdaş uygarlık düzeyinin üstüne çıkarmak olmuştur. Toplumların yetişen nesillerini, ülkelerine bağlı, bilgili, becerikli, üretken kişiler olarak yetiştirebilmek için öğretmenlerin nicel ve nitel yeterliliği ile toplumsal saygınlıklarının yükseltilmesi de önemlidir. Bu nedenle Cumhuriyet döneminde öğretmen yetiştirmeye, öğretmenlerin niteliklerinin artırmaya yönelik çalışmalara imkânlar ölçüsünde gayret edilmiştir (Akyüz, 2016:331; Kalaycı, 2004:119).

Söz konusu olan dönem Tek Parti Dönemi olduğu için, yaygın görüş, devlet kontrolü altındaki öğretmenler kendileri için kurgulanan öncü rolü büyük oranda benimsemişler ve ona uygun davranmaya çalışmışlardır. Erken Cumhuriyetin siyasi iktidarlarının söylemsel düzeyde "halkçı", "köycü" ve "devletçi" olarak nitelenmesine karşın, devletin gerek idari gerekse ideolojik kültürel aygıtlarının ve olanaklarının oldukça sınırlı kaldığı görülmektedir (Özden, 2017: 8). Bu durum eğitim istatistikleri ve diğer çıktılarla da desteklenebilir.

3. CUMHURİYET DÖNEMİ EĞİTİM PARADİGMASININ KAYNAĞI OLARAK ATATÜRK VE ATATÜRK'ÜN EĞİTİME İLİŞKİN FİKİRLERİ

Atatürk; yeni bir ulus yaratmada, onları bir milli kimlik etrafında kenetlenmede eğitimin son derece önemli olduğunun farkındaydı. Bu nedenle eğitim-öğretim faaliyetlerine, öğretmenlik mesleğinin geliştirilmesine imkânlar ölçüsünde önem vermiştir.

Atatürk'ün eğitime verdiği önemi göstermesi açısından 1921 yılında yapılan Heyeti İlmîye (Milli

Eğitim Şurası) toplantısına cepheden gelerek katılması son derece anlamlıdır. Bu toplantıda acilen Milli bir Maarif Teşkilatının kurulmasının gerekli olduğu devletin en önemli görevinin halkı eğitmek, köylülerin eğitimi için köy öğretmenlerinin yetiştirilmesi karara bağlanmış bu kararlar zamanla imkânlar ölçüsünde uygulamaya çalışılmıştır (Çetin ve Gülseren, 2017).

Mustafa Kemal Atatürk, eğitimi bir "muasır medeniyet seviyesine" ulaşmada aracı olarak düzenlemek istemiş, eğitimin çağdaşlaşma sürecindeki önemini kavramış, cehaleti yenmenin gelişmenin ilk basamağı olduğuna inanmıştır. Atatürk'ün Türkiye'yi kurtarma hareketinin başlı başına bir bilimsel problemin çözümü aşamalarıyla benzerlik taşıdığını olduğunu Nutuk'ta görebiliriz (Şengör, 2017:112).

Atatürk, Kurtuluş Savaşı zaferinin ülkeyi bağımsız kılmaya ve güçlü kılmaya yetmeyeceğini bildiği için öğretmenlere, gerçek mücadelenin hedefini çağdaş uygarlık düzeyini yakalamak olarak gösteriyordu. Cumhuriyetin kurulduğu sıralarda Atatürk "Türk ordusu askeri mücadeleyi zaferle kazandı ama gerçek kurtuluş savaşı öğretmenlerle kazanılacaktır" (Akarsu, 2017:3) diyerek eğitime verdiği önemi, öğretmenlere yüklediği misyonu ifade etmiştir.

Mustafa Kemal Atatürk, Büyük Taarruz sonrası Bursa'da öğretmenlere seslenerek; milletimizi yetiştirmek için asıl olan eğitimde ilim ve fennin kendimize düstur yapmamız gerektiğini, eğitim programlarında akla, mantığa uymayan ananeleri terk etmemiz gerektiğini, milletçe ilerlememizin önündeki cehalet engelini ortadan kaldırmak için en mühim işin eğitim işleri olduğunu ve eğitimde bilimsel ilkelere uyulmasının önemini özellikle vurgulamıştır (Şengör, 2017:113). Atatürk özetle, bütün alanlarda olduğu gibi eğitimde de bilimin tek rehber edinilmesinin şart olduğunu vurgulamıştır.

Atatürk her fırsatta öğretmenlere vazifelerinin çok hayati olduğunu, onlardan yeni nesillere Cumhuriyet ilkelerini aşılama, aklın ve bilimin yol göstericiliğinde fikri hür vicdanı hür kuşaklar yetiştirmelerinin temel görevleri olduğunu sürekli hatırlatmıştır.

Atatürk, Türk halkının boş inançlardan ve akli olmayan geleneklerden kurtulması gerektiği, halkın çağdaş dünyayı tanıması için bu görevin öğretmenlere düştüğünü bu görevin de öğretmenlerce fedakâr bir şekilde yerine

getirildiğini 1922’de Bursa’da öğretmenlerle bir toplantısında şöyle ifade etmektedir: “Dünyanın her tarafında öğretmenler insan topluluğunun en özverili ve saygıdeğer unsurlarıdır” (Uluköse, 2008:47). Yine aynı toplantıda okulun, gençlere insanlığa saygıyı, millet ve memleket sevgisini, istiklalin onurunu öğretmesi gerektiğini, çocuklarımıza ve gençlerimize verilecek eğitimle milletine ve devletine düşman olan unsurlarla mücadele ruhu vermek olduğunu vurgulayarak eğitimden ve öğretmenlerden öncelikle vatan ve millet sevgisini öğretmelerini istemiştir.

Atatürk öğretmenleri bir milleti millet yapan en önemli unsur olarak niteler ve onları milletin kurtarıcısı olarak görür ve şöyle der:

“Milletleri kurtaranlar yalnız ve ancak muallimlerdir. Muallimden, mürebbiden mahrum bir millet henüz millet namını almak istidadını kesbetmemiştir. Ona al-elâde bir kütle denir, millet denemez. Bir kütle millet olabilmek için mutlaka mürebbilere, muallimlere muhtaçtır. Onlardır ki, bir heyeti içtimaiyeyi hakikî millet haline koyarlar. Bizim milletimiz elbette dünyanın takdiratına liyakat kesbetmiş bir heyeti içtimaiyedir. Fakat onu lââyık olduğu mertebeye şerefe isal edecek sizlersiniz. Millet, memleket, Cumhuriyet sizden yüksek hizmet intizarındadır. Siz faaliyete geçtikten sonradır ki âzami istidadı fiiliyata kalbedilmiş olacaktır” (Atatürk’ün Söylev ve Demeçleri, 2006: 363).

Atatürk eğitimdeki ikiliğin zararlarını görmüş eğitim-öğretimde birliğin sağlanması için Tevhid-i Tedrisat Kanunu ile tüm eğitim kurumlarının bakanlığa bağlanmasını sağlamıştır. Cumhuriyet döneminde Osmanlı İmparatorluğu’ndan gelen ahlak anlayışını temele alarak yola devam etmek yerine, seküler değer algısının etkili olduğu yeni bir anlayışla yeni bir sürece girildiği görülmektedir. Bu anlayış eğitim, ticaret, hukuk vb. kısaca hayatın her alanında etkili olmuştur (Çoban, 2014:31).

Atatürk’ün eğitimle ilgili direktifleri şöyle sıralanabilir:

-Gelecek nesiller Türkiye’nin bağımsızlığını koruyacak, Cumhuriyeti koruyup yükseltecek biçimde yetiştirmelidir. 1924 de Atatürk Muallimler Kongresi’nde “Arkadaşlar, yeni Türkiye’nin birkaç seneye sığdırdığı askerî, siyasî, idarî, inkılâbat sizin, muhterem muallimler, sizin içtimai ve fikrî inkılâptaki muvaffakiyetinizle teyit olunacaktır. Hiçbir zaman hatırlarınızdan çıkmasını ki Cumhuriyet sizden fikri hür, vicdanı hür, irfanı hür

nesiller ister!” diyerek eğitimden ve öğretmenlerden beklentilerini sıralamıştır (Atatürk’ün Söylev ve Demeçleri, 2006: 330).

-Eğitim milli olmalıdır. Milletın gelişmesine mani olacak dogmalar ve yabancı etkiler eğitimden temizlenmelidir. Eğitimin dili, yöntemi, araçları da milli olmalıdır. (Uluköse, 2008:61). Eğitimde zaman zaman yabancı uzmanlardan ve yabancı ülkelere gönderilen yerli uzmanlardan yararlanılsa da eğitimin dilinin, yönteminin milli olması gerektiği anlayışı genel olarak hâkimdir.

-Eğitim bilime dayanmalı ve laik olmalıdır. Atatürk’ün özellikle eğitim alanında en yakın çalışma arkadaşlarından İsmail Hakkı Baltacıoğlu laik eğitimle ilgili olarak “*Din sosyal bir kurumdur ve yaşamaktadır. Fakat devlet onu okullarda öğretmeye mecbur değildir. Devlet terbiyesinin karakteri ancak milli olabilir. İnkılâp, milli eğitim kurumlarını laikleştirmelidir. Softalık ve bağınazlık ağacının kökleri sökülüp atılmalıdır”*. (Tülay, 2010:21; Uluköse, 2008:49) diyerek hem dini sosyal bir kurum olarak gördüğünü ifade etmekte hem de devletin din eğitimini okullarda vermemesi gerektiğini savunmaktadır. Bu anlayış yıllarca dini eğitim ihtiyacının sağlıklı ve devlet kontrolü altında karşılanmasını engellemiş, dini cemaatlerin yer altına inmelerine ve bu cemaatlerin fırsat bulduklarında daha güçlü ve kontrolsüz bir şekilde ortaya çıkmalarına neden olmuştur.

-Eğitim yararlı, üretici ve başarılı insanlar yetiştirmelidir. Osmanlı’nın duraklama ve gerileme devirlerinde Türk gençlerinin en çok rağbet ettikleri meslekler memuriyet ve din görevliliği olmuştur. Bu durumda ticaret, sanayi ve iş dünyası Rum, Ermeni, Yahudi vb. yabancıların eline geçiyordu. İşte Atatürk ülkemizin gerilemesine neden olan memurluğa aşırı düşkünlüğü ortadan kaldırmaya çalışmış, yeni ve aktif insan tipinin yetiştirilmesini hedef göstermiştir. Ona göre bilgi bir süs, zevk ya da baskı aracı değil, hayatta başarıyı sağlayan, kullanılabilir bir araç olmalı, her öğretim düzeyinde, iktisadi hayatta etkili olacak uygulamalı bilgiler kazandırılmalıdır (Akyüz 2016:338-340).

4. KAZIM NAMİ (DURU) VE ‘MUALLİMİN MESLEK AHLAKI’ ADLI ESERİNİN İNCELENMESİ

Cumhuriyet döneminin eğitim alanındaki önemli aktörlerinden Kazım Nami, 1876 yılında İstanbul’da doğmuş olup aslen asker kökenli olmakla beraber hem Osmanlı hem Cumhuriyet

Dönemi önemli eğitimcileridir (Temizyürek ve Dinçer, 2014:174). Osmanlı Devletinde ilk ana sınıfını açan ve okul öncesi eğitim çalışmaları ve uygulamalarıyla öncü bir isim olan Nami; okul açmak, öğretmen yetiştirmek, program geliştirmek, öğretmenler için kılavuz kitap hazırlamak gibi okul öncesi eğitimi bütün yönleriyle kapsayıcı çalışmalara imza atmıştır (Gurbetoğlu ve Atlı, 2014:225). Fransız eğitimcilerden etkilenen Nami, eğitim ve öğretimin birbirinden ayrılmaması gerektiğini belirterek, okulların çocukları hayata hazırlayacak nitelikte olması gerektiğini söylemiştir. Nami; çeşitli okullarda öğretmenlik, yöneticilik, müfettişlik ve bakanlık teşkilatında genel müdürlük görevlerinde bulunmuştur. Talim Terbiye Kurulu üyeliği ve 5. ve 6. dönem TBMM’de milletvekilliği görevini yürüten, ömrünün büyük kısmını eğitime vakfetmiş olan Nami 1967 yılında İstanbul’da vefat etmiştir (Özbay, 2012:147).

I.Dünya savaşı sürecinde endüstriyel ilişkilerin ortaya çıkardığı göç dalgası ve ahlaki zafiyete yol açan değişim ruhu sonucunda ortaya çıkan bu asrın büyük değişim ruhu gibi etkenlerin toplumlarda ahlaki zafiyete yol açması ve bunun sonucunda, sosyal alandaki istikrarsızlaştırmalarla beraber değer kavramının önemini artırmıştır (Nami, 1925:3). Değer eğitiminde okullar ve dolayısıyla öğretmenler önemli bir yer tutmaktadır. Değer eğitiminde aile, akran grupları gibi mikro çevre kurumlarının ve medya, siyaset vb. gibi makro etkenler gibi toplumun tüm kesimlerinin etkisi vardır. Değer eğitiminde toplumda herkesin üzerinde uzlaştığı tek tip bir değer anlayışı olması mümkün olmadığı için bu konularda farklı bakış açıları ve hatta çatışmalar yaşanmaktadır (Özmen ve Ünal, 2018:131). İşte bu tartışmalar nedeniyle öğrencilere hangi değerlerin aktarılacağı hangilerinin aktarılmayacağı bunların aktarılmasında kullanılacak yol ve yöntemler önemli olmakla birlikte esas görev bu değerleri aktaracak olan öğretmenlerin bilgi ve becerilerine kalmaktadır.

Nami, özellikle ilkokulun temel amacının ahlaki insan yetiştirmek olduğunu şöyle ifade etmektedir. “Eski muharrirlerimiz, ‘Mektep bir meksep edeptir’ derlerdi, bugünkü Türkçe ile bu ‘Mektep içinde edep kazanılan yerdir’ demek olur. Edep kelimesinin ahlak demek olduğunu söylemeye lüzum var mı? Bizde edep, haya kelimeleri hemen hemen ahlak manasına gelir” (Nami, 1925:82) diyerek okulların, dolayısıyla öğretmenlerin esas

görevlerinin ahlaklı bireyler yetiştirmek olduğunu vurgulamıştır.

Kazım Nami Cumhuriyetin kurucu kadroları gibi öğretmene yeni bir ulus yaratmada çok önemli görevler yüklemiştir. O, öğretmenin önemini anlatırken şöyle der; “*Muallim bir tacir değildir; bir işçi değildir; bir bakıma memur bile değildir. Muallim bir soy yaratıcısıdır; bundan ötürü vazifesi çok ağır, mesuliyeti çok geniştir. Bu vazife, bu mesuliyet, ardi arkası kesilmi(e)yen, ömrünün sonuna kadar varan bir çalışma bir didinme ister*” (1934:2). Nami bu ifadeleriyle öğretmenin yeni nesillerin yaratılmasında çok ama çok önemli bir rolünün olduğunu ve bu mesuliyetin ömür boyu devam eden bir görev olduğunu savunmaktadır.

Nami, medeni ülkelerde ahlak eğitimine çok önem verildiğini ancak özellikle I. Dünya Savaşı sonrası ortaya çıkan korkunç neticelerin bu konuda daha ciddi çalışmalar yapılması gerekliliğini ortaya koyduğunu ifade eder (1925:3). Bu ahlak eğitiminin en önemli aktörleri olarak öğretmenleri işaret eden yazar, öğretmenlerin mesleklerini icra etmeleri sırasında dikkat edecekleri meslek ahlakı ilkelerinin belirlenmesini ve öğretmenlerin bunlara uyması gerektiğini her fırsatta vurgulamaktadır.

Kazım Nami, “Muallimin Meslek Ahlakı” (1934:3) eserini yazma gerekçesini anlatırken her mesleğin olduğu gibi öğretmenliğin de bir ahlakı olduğunu belirtir. Bir öğretmen “Ben vaktinde okula geliyorum, dersimi veriyorum, aldığım para yaptığım işin karşılığı bile değil, bundan dolayı daha fazlasını yapamam” derse O, öğretmenliği sevmemiş, benimsememiş, anlamamış demektir. Onda öğretmenlik şuuru, vicdanı yoktur. Öğretmen, mesleğini bir geçim yolu olarak gören kişi değildir. Eğer böyle düşünüyorsa ona öğretmen değil asalak demek daha doğru olur. Elbette öğretmen de geçinecektir. Ancak onun aldığı maaş yaptığı işin karşılığı değil sadece geçiminin bir aracıdır. Çünkü öğretmenin işi o kadar değerlidir ki hiçbir ücretle ölçülemez, hiçbir menfaatle, çıkarla karşılaştırılmaz. İşte, öğretmenin ahlakının bu açıdan ele alınırsa ancak doğru yerlere varılabileceğini ifade eder.

Kazım Nami, bir öğretmende mutlaka bulunması gereken hasletler olarak; hasbilik, sabır, neşe, hassasiyet, vukuf ve nefsenden bile feragat etmek olarak sıralar. Ona göre eğitim ve öğretim için ilgi ve sevgi şarttır. Öğretmen işini, bilgi edinmeyi, çocuğu sevmelidir. Bunlar olmazsa öğretmenlik çekilmez olacaktır. Öğretmen sadece öğretim yapan

kişi değildir. Aynı zamanda eğiten kişidir, onun asıl işi terbiye eğitimidir. Öğretmen çocuğun ruhuna ve okuttuğu derslerin içeriğine son derece vakıf olmalıdır (Özbay, 2017:153).

Kazım Nami'nin öğretmenlik meslek ahlakı ile ilgili ifade ettiği ilkeleri dört ana başlıkta sıralayabiliriz: (1934:10-160)

4.1. Eğitim Mesleğine, Okul Yönetimine ve Toplumla Yönelik İlkeler

-Öğretmen, mesleki bilgisinin yanında genel kültürünü sürekli artırmaya çalışmalı, sürekli okumalı, kendini geliştirmelidir. Günlük en az bir gazete okumalı, edebi, toplumsal içerikli bir dergiyi ve alanıyla ilgili kitapları, dergileri sürekli takip etmelidir.

-Öğretmen mesleki vicdana sahip olmalıdır. Mesleki vicdanın temelleri; varılacak gayeyi, bu yolda kullanılacak araçları dosdoğru görmek, elinden geldiğince işini yapmakta gayret göstermek, bıkkınlığa karşı koymak, mesleğini nefisinden üstün tutmak, bütün gücüyle kendini mesleğini vermek, menfaatlerini düşünmeyerek mesleğini sevmektir. Kendisine yetiştirilmek üzere verilen çocukların geleceğin büyükleri olacağı şuuruyla onları vatana, millete faydalı bireyler olarak yetiştirmesi gerektiğinin bilincinde olmalıdır.

-Çocuk üzerindeki kötü izlerin kaldırılması, yanlış, eksik, bilgilerin, davranışların değiştirilmesi yeni bir şeyler öğretmekten çok daha zordur. Bu kötü ve yanlış bilgilerini hiçbir zaman düzeltme fırsatı bulamayan bir çocuk yetişkin olacak ve bir ömür boyu topluma yeni sorunlar yaratacak bireylerin yetişmesine de neden olacaktır. Buna da öğretmenliği sadece geçim için yapanlar sebep olmaktadır. Bu nedenle öğretmen işini sevmeli ve çocuklara iyi örnek olmalıdır.

-Öğretmen vaktini çok iyi planlamalı, zamanını çok etkin ve verimli kullanmalıdır. Vicdanlı bir öğretmen hastalık ve diğer nedenlerle kendine verilen izin haklarını istismar etmemelidir. Öğretmen ne olursa olsun vazifesini düzenli olarak yapabilmek için uydurma mazeretlere başvurma yoluna asla başvurmamalıdır.

-Öğretmen, tertipli düzenli, temiz olmalıdır. Öğretmen işini metanetle, kendinden emin bir şekilde yapmalıdır. Öğretmen ayrıca gittiği yerin gelenek ve göreneklerine saygılı olmalı, halkın

inançlarına uygun bir şekilde davranmalı, halkla çatışmadan, zıtlasmadan uyum içerisinde görevini yerine getirmelidir (Nami, 1934:10-25).

-Öğretmenlerin sorumlulukları sadece okulda öğrencilere eğitim vermekle bitmiş olamaz. Öğretmenler halkın eğitilmesinde de sorumluluklarını yerine getirmelidirler. Halkın eğitimi için de açılan Millet Mekteplerinde öğretmenlerin canla başla görev yaptığını birçok zorluğa rağmen bu konuda istekli olduklarını ve bunun ne kadar manevi haz vereceğini ifade eden Nami şöyle der; "Bütün gün mektepte talebe ile uğraştıktan sonra okuma yazma bilmeyenleri yetiştirmeye çalışmanın güçlüğünü itiraf ederiz; fakat vazifenin bu güçlüğünden daha yüksek, insanı bir değeri bir zevki vardır. Bir körün gözünü açmak ne ise, bir ümmiyi okutmak da odur, belki ondan daha şerefli bir şeydir. Bilmi(e)yenlere bilgi vermek kadar iyilik olamaz. İnsanların (fikirlerini) açmak, batıldan korumak, onlara yurdunu sevdirmek, insanlığı öğretmek, en büyük iyiliktir. Bu en büyük müriüvet eseridir" (1934:126).

-Millet Mekteplerinde okuma yazmanın yanı sıra vatandaşlık görevleri, yurtseverlik, millet sevgisi gibi bilgiler de verilmesi gerektiğini ifade eder. Esrarın, kumarın sıhate ve aile hayatına ne tür zararlar vereceğinin, kaçakçılığın memleket ve devlet hazinesine ne tür zararlar vereceğinin milletin anlayacağı şekilde anlatılmasının faydalı olacağını ifade eden Nami (1934:128) eğitimden ve öğretmenlerden ekonomik alanda da toplumun gelişimine katkıda bulunmalarını istemektedir.

-Öğretmenler, çocukların velileriyle okul arasındaki iletişimi kuvvetlendirmek için okulda bir Okul Aile Birliği kurmalı, bu heyet okulun araç gereç vb ihtiyaçlarının yanında yardıma ihtiyacı olan çocuklara yardım etme vb. görevleri yerine getirmelidir. Öğretmenler, ayrıca Kızılay'a üye olmalı ve çocukları da gönüllü olarak bu tür kurumlarda çalışmaya teşvik etmelidir (Nami, 1934:133).

-Öğretmenler yaz kamplarında şefkatle çocukların ahlaken yetişmelerini sağlamalı, tabiatla baş başa ortamda derslerde verilemeyecek şeylerin verilmesi için bir fırsat olarak görmelidir. Bu kamplar çocukların birbirleriyle kaynaşmanın yanı sıra toplu yaşamın kurallarını benimsemeleri, topluluk bilincine sahip olmaları ve askeri hayata da bir hazırlanmaları açısından önemlidir (Nami, 1934:142). O, izcilik faaliyetlerinin çocukların ahlaken yetişmelerinde çok önemli olduğunu

söylemekte ve her fırsatta bundan yararlanılmasını tavsiye etmektedir.

-Erkek öğretmenler; şapka, ceket, pantolon, yelek, yakalı ve kravatlı gömlek, bayan öğretmenler de temiz kibar bir bluz, iyi ve sade biçilmiş bir etekle görevlerini yerine getirmelidir. Düğmesi kopmuş, bir tarafı sökülmiş, yırtık pırtık bir elbise öğretmene yakışmaz. Öğrenciler öğretmenlerini örnek alacağı için öğretmenlerin kılık kıyafetine, temizliğine çok dikkat etmelidir. “Kadın muallimlerin kıyafeti temiz ve sade olmalı, şık olacağı diye köylülere gülünç olmamalı, onların dedikodusuna ve kıskançlığına meydan vermemelidir. Belli olmayacak hafif bir pudra olabilir, amma yanaklarını, dudaklarını allıkla boyayan, tırnaklarını boyalı manikürleyen, gözlerinin sürmesini eksik etmeyen, giyinişinde hoppalık gösteren bir muallime hanım vazifesine karşı liyakatsızlık etmiş olur” (Nami, 1934:147). Kılık kıyafette ne lakayt ve laubali olunması ne de ciddiyeti aşan aşırı derecede süslü ve gösterişli kıyafetler giyilmemesi gerektiğini ifade eder. Öğretmenin vakarına yakışır, yanlış anlamalara meydan vermeyen, temiz, sade bir kıyafetle görevini ifa etmesi tavsiye edilmektedir.

-Öğretmenlerin sokakta ıslık çalması, uluorta bağıra bağıra şarkı, türkü söylemesi, bayan bir öğretmenin sınıfta ayaklarını uzatarak iskemlede oturması vs. terbiye sınırlarının dışına çıkan davranışlardır. Yapmacık, ifrata varan bir şiveyle konuşmak bir öğretmene asla yakışan bir davranış değildir. Öğretmenler konuşurken yabancı, anlaşılmaz, süslü kelimeler yerine karşısındakinin anlayacağı şekilde açık, anlaşılır bir dil kullanılmalıdır. Halkın anlayacağı şekilde konuşacağı diye argo ve küfürlü kelimeler kullanmamalıdır. Böylece hem öğrenciler için hem veliler için iyi bir örnek olunmuş olacaktır. Öğretmen ne çok kendini beğenen, kibirli bir davranışta olmalı ne de laubali olmalıdır. Öğretmen sakın, mutedil, kabalıktan uzak, fakat ciddi bir tavırla hareket etmelidir (Nami, 1934:147).

-Öğretmenler ben istediğimi yapmakta özgürüm dememeli, kendisini bağlayan kanuni ve özellikle ahlaki ilkelere uygun davranmalıdır. Öğretmenin en önemli görevlerinden biri hiç şüphesiz öğrenciye ve topluma karşı ahlak eğitimi vermek olduğu için “ele verir talkını, kendi yutar salkımı” durumuna düşmemeli, yaptıkları ile söyledikleri çelişmemelidir. Örnek “İçki yasak değildir. Fakat muallim içki içmeyeğe, sarhoşluğu bırakınız, halk arasında çakırkeyif bile görünmemeğe mecburdur.

Genç muallim yalnızlık hayatında kendini içkiye kaptırmak muhatarasındadır. Bazı gençlerle arkadaş oldu mu, onlarla eğlenelere, düğünlere gitmeğe, orada içmeye alışır, kendini bilmiyecek (bilmeyecek) hale geldi mi vakarını ve şerefini kaybeder” (Nami, 1934:151)

-Öğretmen için tehlikelerden biri de iskambil, tavla, domino gibi kumar oyunlarıdır. Tavla başından kalkamadığı için dersini kaçırın öğretmenler olmuştur. Hele bir de bu oyunlar kazanç amacıyla oynanırsa iş o zaman daha tehlikeli bir boyut olur. Çünkü kumar insanın elinden yiyeceğini, içeceğini almakla kalmaz, sonunda namusuna ve canına bile mal olabilir. Bu nedenle öğretmen, vakarına uymayan içki kumar gibi alışkanlıklardan uzak durmalıdır.

-Erkek öğretmenler genç kızlara, kadınlara kötü gözle bakmamalı, onlara sarkıntılık etmemelidir. Bayan öğretmenlerde gençlere karşı şuh davranmamalı, ahlakına ve mesleğine söz getirebilecek her türlü davranıştan uzak durmalıdır. Bekâr erkek öğretmenin evine kadın, kadın bekâr öğretmenin evine erkek misafir kabul etmesi pek uygun değildir. Öğretmenlerin evleri şereflerine uygun olmalı, evlerinde içkili, danslı, kumarlı eğlenceler yapmaktan kaçınmalıdır. Öğretmen için evlenme çok önemlidir. Bu konuda ince eleyip sık dokumalı, kendine, mesleğine yakışır kişilerle evlenmelidir (Nami, 1934:152).

-Öğretmenler okulun hademesini şahsi işlerinde kullanmamalıdır. Eğer kullanacaksa makul bir ücretle ancak kullanılabilir. Öğretmen bir şeye inanmak veya inanmamak hakkına sahiptir. Ama laik bir tavırla işine ve halkla ilişkilerine inançlarını asla karıştırmamalıdır. Öğretmen halkla iletişimde bulunurken onun inançlarına, değerlerine, gelenek ve göreneklerine dikkat etmeli, onlarla alay etmemelidir. Batıl inançlarına ve yanlış davranışları karşısında ağıktan müdahale yerine yavaş yavaş anlayacağı şekilde anlatmalıdır. Vatandaşların sorunları arasında hakemlik gibi rollere soyunmamalı, kendisinden yardım talep edilmedikçe olaylara müdahale etmemelidir (Nami, 1994:153).

-Öğretmenler, peşin para ile alışveriş yapmalıdır. Veresiye alışveriş etmek, borçlanmak, haysiyetini, şerefini düşünen bir adam için çok tehlikelidir. Çok borçlanan öğretmen yavaş yavaş şerefinden, haysiyetinden kaybeder, sırası gelince vazifesini bile suistimal etmek zorunda kalabilir/kalır. Mevcut görev yerinde bile kalamaz hale gelebilir. Öğretmen

borçlanmak yerine para biriktirerek peşin para ile alışveriş yapması daha doğru olur. Borçlanmak bir iradesizlik eseridir. Öğretmen maaşının karşılayamayacağı alışverişlerden, borçlardan kaçınılmalıdır (Nami, 1934:156).

-Öğretmenler bütün zamanını, enerjisini okula ve öğrenciye ayırmak zorunda olduğu için ticaret yapamaz, zanaatçılık edemezler. Parası olan bir öğretmen onu emin bir vasıta ile ticaretle vs. kullanabilir, fakat kendisi doğrudan ticaretle uğraşamaz. Bakkallık, terzi vs. yapamaz. Hem öğretmenlik sadece okulla sınırlı değildir. Ders dışında hazırlanacak dersler, bilgisini artırmak için okunacak kitaplar, çocukların bakılacak vazifeleri, ailelerle temas, köy kâtipliği vs. vardır. Tabii biraz dinlenmek için kendine de zaman ayırmalıdır. Bunları bırakıp okuldan çıkar çıkmaz dükkânına koşan bir öğretmen okuldaki görevlerini ihmal etmiş, öğretmenliğini suistimal etmiş olur. Ticaretle uğraşan bir öğretmen nüfuz ve vakarını da kaybeder. Çünkü müşteriye malı beğendirmek için dil dökmek, bin dereden su getirmek gerekir. Öğretmen buna kalkıştı mı öğrencisi ve velisi üzerindeki nüfuzunu ve saygınlığını kaybeder. Öğretmenin yine okulda çocuklara kitap, defter veya başka şeyler satması dedikodulara neden olacağı için uygun değildir. Öğretmen hiçbir kazanç için haysiyetini, şerefini kaybetmeyi göze almamalıdır. (Nami, 1934:158).

-Öğretmen, elbette düşüncelerinde özgürdür. Ancak öğretmen Cumhuriyet rejiminin direği olduğu için Türk Cumhuriyetinin dayandığı esaslara bağlı olmalı bunların aksi fikirler içine asla girmemelidir. Öğretmen beklenen siyasi faaliyet, yurdunun, milletin ebedi varlığına temel olan bu esasları vece ile, heyecanla telkin etmek olmalıdır. Özellikle M. Kemal'in Nutuk eserinden öğretmen yararlanarak memleketin ne tür badireler atlattığını, bağımsızlığını kazanmak için nasıl mücadele ettiğini öğrencilere ve tüm topluma anlatmalıdır (Nami, 1934:161).

-Öğretmenlerin siyasetle uğraşmaları mesleklerinin gereği olarak yasak edilmiştir. Ama bu yasaklanan siyaset, günlük siyasettir. Yoksa ülkenin yüksek menfaatine olan, anayasa ve yasalarda belirtilen milli siyaset, tasarruf, yerli malının kullanılması, milliyetçi bir gençliğin yetiştirilmesinde öğretmen elbette görevini yerine getirmelidir. Bunun dışında siyaset, sınıf, zümre, menfaat siyaseti öğretmen için kesinlikle yasaktır (Nami, 1934:163). Öğretmenlere günlük siyaset yasak olmakla birlikte Türkiye Cumhuriyetinin

temel ilkeleri olan altı ilkeyi öğrencilere ve velilere kazandırmak ülkenin ekonomik kalkınmasında tasarruf bilinci ve yerli malının kullanılmasını teşvik gibi görevler verilmiştir.

-Öğretmen, görevinin çokluğu ve zorluğu nedeniyle başka bir memuriyet yapamaz. Ancak Kızılay (Hilal-i Ahmer), Halkevi, Çocuk Esirgeme Kurumu (Himaye-i Etfal), hayvanları ve çevreyi koruma gibi cemiyetlere okullarındaki asli işlerini aksatmamak şartıyla üye olabilirler, başkan seçilebilirler. Özellikle Halkevlerinde öğretmenlerin görev almaları teşvik edilmiştir (Nami, 1934:164).

-Öğretmen, öğrenciyi vatani ve milli amaçlara sahip, dürüst ve faziletli bir vatandaş olarak yetiştirmek gayesiyle kıymetli ve faydalı eserlere teşvik etmek için kendisi de temiz ve faydalı eserleri okumalı öğrencilere doğru örnek olmalı, onların ilgisini çekmelidir. Özellikle her sınıfa, okula bu tür faydalı eserlerin olduğu kütüphanelerin kurulması için gayret edilmelidir. Öğrenciler için uygun olmayan ahlaki hisleri zayıflatacak, milli ve vatani hislere zarar verecek eserlerden uzak tutulmalı, öğrencilerin okuduğu eserler incelenmeli, zararlı eserlerden uzak tutulmalı, bu tür eserlerin neden zararlı olduğu anlayacakları şekilde hem kendilerine hem ailelerine anlatılmalıdır.

-Halka sadece okuma yazma öğretmek yeterli değildir. Halkın zihnini açmak, onu aydınlatmak gerekir. Ülkemizde her Türk, ne kadar asil ve yüksek bir millete mensup olduğunu, milletin dünya tarihinde nasıl yüksek bir yeri olduğunu, bugün nasıl bir idareyle yönetildiğini, bunun önceki yönetim şekillerinden ne kadar üstün olduğunu, bu günlere gelmek için ne ıstıraplar çektiğini, ne kadar fedakârlıklar yapıldığını, Cumhuriyeti korumanın ne kadar hayati bir öneme sahip olduğu hem öğrencilere hem halka öğretilmelidir. (Nami, 1934:187) O, Ülkemizin refah ve saadeti için her vatandaşa düşen görevlerin anlayacakları bir dille anlatılmasını ve bu sorumluluğun da öncelikle öğretmenlere ve aydınlara düştüğünü vurgulamaktadır.

-Geleceğin mimarı olacak çocuklarımız ne kadar iyi yetiştirilirse memleketin mukadderatı o kadar güçlü, bilgili, sıhhatli elemanlara bırakılmış olacaktır. Bu kadar okul, öğretmen okulu açmaktaki amaç elbette Türkün milli varlığını sonsuza kadar koruyacak vatandaşlar yetiştirmektir. Ayrıca sadece korumak da yetmeyecek onun yükseltilmesi ve en medeni denilen milletlerden

daha öne geçirilmesi de öğretmenlerin vazifelerinden biridir (Nami, 1934:194-198).

4.2. Öğrencilerle İlişkilerde İlkeler

-Öğretmen dersini her çocuğun bireysel olarak farklılıkları olabileceği düşüncesiyle her çocuğun anlayabileceği şekilde ve değişik yöntemlerle anlatmalıdır.

-Öğretmen çocuklara karşı adil ve eşit davranmalıdır. Çocuklar arasında hiçbir gerekçeyle ayırım yapmamalıdır.

-Öğretmen kılık-kiyafet ve davranışlarıyla hem öğrencilerine hem topluma karşı iyi bir örnek olmalıdır. Öğretmen kişiliğiyle iyi bir ahlaka sahip olmalı ve sonra da çocuklara ve topluma iyi ahlaki telkin etmelidir. Öğretmenler, çocukların ailelerinden kötü terbiyeyle geldiklerini söyleyerek sorumluluklarından kurtulamazlar (Nami, 1925:47).

-Öğretmen siyasi ve dini görüşlerini asla işine yansıtılmamalı, bu konuda taraflı davranışlar sergilemekten kesinlikle kaçınılmalıdır. Öğretmen din, mezhep, ideolojik görüş vb. inançlarını, fikirlerini kesinlikle eğitime özellikle de ahlaki eğitime karıştırmamalı ve laik bir ahlaki anlayışına sahip olmalıdır.

-Öğretmen öğrencilere karşı koşulsuz sevgi ile yaklaşmalı, onlara değer vermelidir. Öğretmen nasıl kendi çocuklarını seviyorsa kendisine emanet edilen çocukları da öyle sevmeli ve korumalıdır.

-Öğrenciler korkutularak değil sevgiyle, saygıyla eğitilmelidir. Çocuk öğretmenin önce ilmini sonra da hakperestliğini, adaletli oluşunu öfkesine hakim oluşunu görür ve sevdiğini hissederse o da öğretmenin sever. Bu sevgi çocuğu asla şımartmaz. İyi bir öğretmen sevmeye ile şımartma arasındaki çizgiyi ayırt etmelidir. Öğretmen ciddiyetini muhafaza ederek çocukları sevebilir. Zaten çocuk sevmeyen kişi öğretmen olamaz hatta okulda hizmetli olmasına bile kesinlikle izin verilmemelidir.

-İyi bir öğretmen çocuğun onurunu kırmaktan, kişiliğini zedelemekten kaçınılmalıdır. Dalga geçme, alay etme, küçük düşürme, lakap takma gibi davranışlardan kaçınılmalıdır. Öğretmen çocukları sevmeli ama bu sevgi disiplinli olmasına mani olmamalıdır.

-Öğrencilere hastalık ve engel durumlarına göre davranılmalı, hastalık durumlarında ev ziyaretleri, hastane ziyaretleri yapılmalıdır (Nami 1925:47-49).

-Çocuklara baskı ve şiddette dayalı bir eğitim anlayışının hiçbir fayda getirmez tam tersine böyle bir eğitim çocuklarda yalancılığa, duygularını saklamaya, kin gütme ve ikiyüzlülük gibi ahlaki noksanlıklara neden olur. Nami, sevgi ve şefkatle biraz serbestliğin ve kişiliklerine saygı duyulmasının çocukların ahlaki gelişimlerinde daha etkili olacağını ifade etmektedir (Özmen ve Ünal 2017:138).

-Öğretmenler, çocukları içki gibi zararlı alışkanlıklardan korumaya çalışmalı, bu tür zararlı alışkanlıklarla mücadele eden derneklerle, kurumlarla işbirliği içinde olmalı, kendileri de bu anlamda doğru örnek olmalıdırlar.

4.3. Eğitimcilerle İlişkilerde İlkeler

-Öğretmen meslektaşlarına karşı nazik olmalıdır. Diğer öğretmenler, veliler, öğrenciler ve meslektaşları hakkında olumsuz ifadeler kullanmaktan kaçınılmalıdır. Okulda ve çevrede okulla, öğretmenle ilgili bir dedikodu çarkının işlemesine asla izin verilmemelidir.

-Öğretmen meslektaşlarına karşı saygılı olmalı, doğru sözlü olmalı okula, eğitime ve öğretmenlik mesleğine zarar verebilecek şeyler bir öğretmenin hatası bile olsa dışarıya yansıtılmadan içerde çözülmelidir.

-İdareciler ve öğretmenler, hatalı olan meslektaşlarını onun izzeti nefsinin kırmadan uygun bir şekilde uyarmalı düzeltmesi için ona yardımcı olunmalıdır. Buna rağmen ilgili öğretilerde bir düzelme olmuyorsa, yasal yollara başvurulmalıdır (Nami, 1934:25-160).

4.4. Velilerle İlişkilerde İlkeler

-Öğretmen velilerinin özel hallerini, gizli hallerini öğrenmeye çalışmamalı, öğrendiği bilgileri uluorta açıklamamalıdır. Velilerle ilişkilerde vakarını korumalı, laubali olmamalıdır.

-Öğretmen yaşadığı yerin koşullarını, değerlerini, inançlarını bilmeli ve bunlara uygun davranmalıdır. Öğretmenin bir köşeye çekilip halkla kaynaşmaması çeşitli söylentilere neden olabilir. Öğretmen bu nedenle yanlış anlamalara

fırsat vermeyecek şekilde toplumla iletişim halinde olmalıdır.

-Velilere karşı eşit davranmalı, samimi olacağımla diye kendini küçük düşürecek davranışlardan kaçınmalıdır.

-Veliler okula gelmeye çekinebilirler, zamanları müsait olmayabilir onun için öğretmen onlara gitmeli, onlarla güvene dayalı bir iletişim kurulmalıdır.

-Öğretmenin aileyle konuşmasında amaç çocuğun iyiliği olmalı, çocukla ilgili doğru bilgiler verilmelidir. Bunlar; öğrencinin ders durumu, kabiliyetleri, ahlaki durumu hakkında kısa, açık ve net bilgiler olmalı, yanlış anlaşılacak ifadelerden sakınılmalıdır.

-Velilerin okul ve kendisiyle ilgili eleştirileri olduğunda nazikçe cevaplanmalı asla karşılıklı tartışmalara girilmemelidir.

-Veliye öğrencisi hakkında olumsuz bir durum iletecekse önce olumlu özellikleri iletmeli, sonra olumsuz davranışına geçilmelidir. Çocuk, ailesinin ve diğer öğrencilerin yanında azarlanmamalıdır.

-Öğretmenler, öğrencilerden ve velilerden hiçbir hediye kabul etmemelidir. Çünkü bu durum diğer öğrenci ve veliler arasında ayrımcılık yapıyor zannına neden olabilir. Bu da öğretmenin itibarına zarar verir. Velilerden gelen davetler zorunluluklar dışında reddedilmelidir (Nami, 1925:10-160).

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Nami, eğitim kademelerinin neredeyse tamamında aktif rol almasının bir sonucu olarak hademelerden öğrencilere, velilerden öğretmenlere kadar eğitim hayatında aktif olarak rol alan kimseler ve kurumlar ile ilişki kurmuş olması ve ahlaki olarak dikkate alınması gereken kapsamlı bir mesleki ideal profil çıkarmasına imkan sağlayacak tecrübeye, gözlemlere sahip olması nedeniyle tespitleri ve önerileri oldukça önemlidir.

Sonuç olarak Kazım Nami'nin eğitimle ilgili fikirlerinin Cumhuriyet dönemi bilim adamları, aydınları vs. gibi kurucu kadroların fikirleriyle benzer olduğu görülmektedir. Nami öğretmenlerin sadece okuma yazmayı öğretmekle görevlerinin bitmiş olamayacağını, okul dışında da halkın yetişmesinde, Cumhuriyet rejiminin altı temel ilkesinin vatandaşlara kazandırılmasında önemli

rolleri olduğunu düşünmektedir. Ayrıca O, ülkenin ekonomik olarak gelişmesi için üretici olmanın, yerli malı kullanmanın önemi gibi hemen hemen her konuda öğretmene görevler yüklemektedir. Öğretmenin bu görevleri aşkla, şevkle yapmasının gerekliliği üzerinde dururken, öğretmenlik mesleğinin çok şerefli bir meslek olduğunu her fırsatta özellikle vurgulamıştır. Bu fikirleriyle hayat ile bütünleşmiş eğitim anlayışını savunarak İsmail hakkı Tonguç ve Hasan Ali Yücel'in hayata geçirdiği Köy Enstitülerinin temellerini atan fikirler ile özdeş düşüncelere sahip olduğu görülmektedir.

Görüldüğü üzere çok detaylı bir şekilde öğretmenin kılık kıyafetinden, hal ve hareketlerine, konuşma üslubuna varıncaya kadar en ince detaylara kadar belirlenmeye çalışıldığı ve bunların talimatnamelere (yönetmeliklere) vs. girdiği görülmektedir. Eğitimin sadece okulla sınırlanmamasının gerekliliğinin yanında özellikle yaz kamplarıyla çocukların askeri nizamaya uygun yetiştirilmesine yönelik faaliyetlerin de düzenlenmesinin tavsiye edilmesi, eğitime ve öğretmenlere ülke savunması anlamında da (dönemin koşulları gereği) önemli görevler verildiğini göstermesi açısından önemlidir. Yine öğretmenlerin görevlerinin sadece okulla sınırlanmadığı, halkın eğitiminde, ekonomik kalkınma ile ilgili konularda vs. birçok alanda kendilerinden görevler beklendiği görülmektedir.

Cumhuriyetin kuruluş yıllarının etkisi ve yeni bir ulus devlet inşa etme çabalarıyla ilgili olsa gerek Nami, öğretmenlerin kılık-kıyafetinden hal ve hareketlerine varana kadar çok detaylı bir şekilde belirlemeye çalıştığı görülmektedir. Öğretmenlerin kendilerini sürekli gazete, dergi, alanıyla ilgili kitapları vb. okuyarak geliştirmeleri, borçlanmamaları, sürekli temiz, şık, düzenli vs. olmaları beklenmektedir. Oysa dönemin ekonomik koşulları gereği öğretmenlerin ekonomik gelirlerinin bu istenen, beklenen davranışları yerine getirmelerini pek mümkün kılmıyordu.

Nami'nin ve elbette dönemin yönetici kadrolarının genel anlayışının laik bir eğitim sistemi ortaya koymaya çalışması, öğretmenlerin de bu anlayışa uyum sağlamasını istememesi, beklemesi ve bu konuda yer yer katı uygulamalara gidilmesi de çeşitli sıkıntılara neden olmuştur. Yüzyılların birikimi olan inanç ve değerler sisteminden insanların birden köklü bir şekilde koparılmaya çalışılması yer yer dirençle karşılanmış bu durum doğal olarak eğitim camiasını da çeşitli şekillerde olumsuz etkilemiştir.

Öğretmenlerin mesleklerini icra etmeleri sırasında uymaları istenen, beklenen ifadelere baktığımızda ise; Öğrencilerle ilişkiler boyutunda ifade edilen ilkelerin günümüzde de geçerliliklerini korudukları görülmektedir. Öğrencilere iyi örnek olunması, adil davranılması, hiçbir nedenle ayrımcılık yapılmaması, her türlü şiddetten uzak durulması, sevgi ile yaklaşılması vb. ilkeler öğretmenlik meslek ahlakı ilkelerinin temellerini oluşturmaktadır. Öğretmenlerin meslektaşlarıyla ilişkilerinde dikkat etmeleri gereken ilkelerin de günümüzde halen geçerliliğini devam ettirdiğini görmekteyiz.

Öğretmenlerin velilerle ilişkilerinde özellikle hediye almama, ayrımcılık yapmama, veliler hakkında edinilen gizli bilgilerin muhafaza edilmesi, velilerin evlerinde ziyaret edilmesi, velilerle ilişkilerde üslubun korunması gibi konularda bahsedilen ilkelerin de neredeyse tamamının geçerliliklerini koruduklarına hatta bunların yasal düzenlemelere girmeye başladığını görmekteyiz.

Nami, Osmanlı'dan Cumhuriyet'e devam eden tarih sürecinde ortaya koyduğu fikirleriyle, özellikle Cumhuriyetin ilk yıllarında devletin resmi politikalarının oluşturulmasında oldukça önemli katkıları olan aydınlardan biridir. Nami'nin eseri özelinde eğitim anlayışı incelendiğinde sonuç olarak, Tanzimatla başlayan ve değişik süreçlerden geçerek Cumhuriyete ulaşan modernleşme çalışmalarında Batı tarzı eğitim anlayışının ağırlığını eserinde görmek mümkündür. Nami, Türk kültürünün yerleşmesi için Batı değerlerinden farklı kültürümüze uygun önerilerle bir eğitim anlayışı ortaya koymuştur. Aynı zamanda çağdaş batı toplumlarının eğitim değerlerine de yer vererek eklektik bir eğitim sistemi öngörmüştür.

KAYNAKLAR

- Akarsu, F. (2017). Cumhuriyet Dönemi Eğitim Uygulamaları: Bir Özet Değerlendirme, <http://www.egitimvebilim.ted.org.tr/index.php/EB/article/download/5271/1434>
Erişim Tarihi: (12/10/2017).
- Akyüz, Y. (2016). Türk Eğitim Tarihi 29.Baskı, Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Arslan, M. (2001). İş ve Meslek Ahlakı, Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Çetin, K.ve Gülseren, Ö. (2017). Cumhuriyet Dönemi Eğitim Stratejileri, <http://dhgm.meb.gov.tr/yayinlar/dergiler/MilliEgitimDergisi/160/cetin-gulseren.htm>
E.T.:(18/10/2017).
- Çoban, M. (2014). Cumhuriyetin İlk Yılları, Ahlak Algısı ve Eğitimi (Kazım Nami'nin "Ahlakı Nasıl Telkin Etmeli" Kitabı Özelinde, KSÜ İlahiyat Dergisi, Sayı 24: 31-69.
- Erendil, M. (2017). Atatürk'ün Güvendiği Gençlik ve Eğitim, <http://www.atam.gov.tr/dergi/sayi-08/ataturkun-guvenligi-genclik-ve-egitim>
Erişim Tarihi: (12/10/2017).
- Gurbetoğlu, A. ve Atlı, S. (2014). Kazım Nami Duru'nun Okul Öncesi Eğitime Katkıları ve "Çocuk Bahçesi Rehberi" Adlı Eserinin İncelenmesi Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD) Cilt 15, Sayı 1: 225-243.
- Hesapçıoğlu, M. (2009). Türkiye'de Cumhuriyet Döneminde Eğitim Politikası ve Felsefesi, Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi, Sayı:29: 121-138.
- Kalaycı, N. (2004). Cumhuriyet Döneminde İlköğretim, İstanbul: Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları.
- Karataş, A. (2013). İlköğretim Öğretmen Adayları İçin Meslek Etiğinin Önemi, Marmara Üniversitesi Coğrafya Dergisi, Sayı:28: 304-318.
- Nami, K. (1925). Mekteplerde Ahlak Nasıl Telkin Edilmeli, İstanbul: Kanaat Kitabevi.
- Nami, K. (1934). Muallimin Meslek Ahlakı, İstanbul: Devlet Matbaası.

Özbay, M. (2012) Kazım Nami Duru'nun Tiran ve Berat'taki Eğitim Hizmetleri, Dil ve Edebiyat Sempozyumu:Türk ve Arnavut Kültüründe Ortak Yönler, Beder Üniversitesi, Tiran - Arnavutluk, Yayınlanmış Sempozyum Kitabı: 147-154.

Özden, B. A. (2017). Erken Cumhuriyet Döneminde Öğretmenlik Mesleği ve Öğretmen Kimliği,

www.kebikcedergi.org/kebikcec-dergisi-sayi-40.shtml

Erişim Tarihi: (18/10/2017).

Özmen, C. ve Ünal, F.(2017). Osmanlı İmparatorluğu ve Cumhuriyet Dönemi Eğitimcilerinden Kazım Nami'ye Göre Ahlak Eğitimi, Kastamonu Eğitim Dergisi, Cilt:25 No.1: 129-146.

Şengör, C. (2017). Hasan Ali Yücel ve Türk Aydınlanması III. Baskı, İstanbul: İş Bankası Yayınları.

Temizyürek, F. ve Dinçer, F.(2014). Cumhuriyet Dönemi Eğitim Tarihinde Önemli Bir İsim: Kazım Nami Duru Cumhuriyet Tarihi Araştırmaları Dergisi, Yıl 10, Sayı 19: 173-193.

Tuğluolu, F. ve Tunç, T. (2017). 1926 İlkmeçtep Müfredatı ve Cumhuriyet Dönemi Eğitiminin Hedefleri,

<http://atam.gov.tr/sayi/-76-ilkmeçtep-mufredati-ve-cumhuriyet-donemi-egitiminin-ekonomik-hedefleri>

Erişim Tarihi: (12/10/2017).

Tülay, A. B.(2010). Atatürk'ün Eğitim Düşüncesi Cumhuriyet Dönemi Eğitim Politikaları Sempozyumu, Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Atatürk Araştırma Merkezi Yayını (Hazırlayan Murat Alper Parlak), Ankara: 19-33.

Türkdoğan, O. (1998). Ziya Gökalp Sosyolojisinin Temel İlkeleri, İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Yayınları.

Uçan, A. (2017). Türkiye'de Öğretmenlik Mesleğinin Tarihçesi, http://www.ogretmen.info/ogretmenlik_tarihce_.asp

Erişim Tarihi: (11/12/2017).

Uluköse, G., Hasan Ali Yücel, İstanbul: Kastaş Yayınevi.

-----, Atatürk'ün Söylev ve Demeçleri, (2006) Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Atatürk Araştırma Merkezi Yayını, Divan Yayıncılık.