



KAVRAMSAL MAKALE

Turizm Endüstrisinde Stratejik Maliyet Yönetimi: Hedef Maliyetleme ve Faaliyet Tabanlı Maliyetleme Yöntemlerinin Uygulama Alanları

Dr. Öğr. Üyesi İsmail ÇELİK, Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Keçiborlu Meslek Yüksekokulu, Isparta, e-posta: ismailcelik@isparta.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1639-5276>

Ömer Faruk TERZİOĞLU, Yüksek Lisans Öğrencisi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sakarya, e-posta: 24501605012@subu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-6938-2786>

Prof. Dr. Orhan BATMAN, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Sakarya, e-posta: obatman@subu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7186-7064>

Öz

Turizm endüstrisi, ekonomik büyüme, istihdam meydana getirme ve kültürel etkileşimin artırılması açısından küresel ölçekte önemli bir rol üstlenmektedir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde döviz girdisi sağlama ve yerel ekonomileri canlandırması bakımından stratejik bir öneme sahiptir. Ancak endüstride yer alan sektörler; yüksek sabit maliyetler, düşük kâr marjları, yoğun rekabet ve sezonluk dalgalanmalar gibi çeşitli zorluklarla karşı karşıyadır. Bu nedenle işletmelerin sürdürülebilir başarı elde edebilmesi için yalnızca gelir artırmaya değil, aynı zamanda etkin maliyet yönetimine de odaklanması gerekmektedir. Bu çalışma, stratejik maliyet yönetimi kapsamında hedef maliyetleme ve faaliyet tabanlı maliyetleme yöntemlerinin turizm endüstrisindeki uygulanabilirliğini incelemektedir. Hedef maliyetleme, fiyatlandırma ve maliyet kontrolünde özellikle küçük ölçekli işletmeler için etkili bir araç sunarken; faaliyet tabanlı maliyetleme yöntemi, büyük ölçekli işletmelerde faaliyet bazlı maliyet analizi ile daha doğru karar alma süreçlerini desteklemektedir. Çalışma, her iki yöntemin birlikte kullanımının maliyet optimizasyonu ve kârlılık artışı sağladığını ortaya koymakta ve literatürdeki uygulama eksikliklerine dikkat çekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Stratejik Maliyet Yönetimi, Hedef Maliyetleme, Faaliyet Tabanlı Maliyetleme, Turizm Endüstrisi, Maliyet Optimizasyonu.

Makale Gönderme Tarihi: 29.04.2026

Makale Kabul Tarihi: 03.09.2026

Önerilen Atıf:

Çelik, İ., Terzioğlu, Ö. F. ve Batman, O. (2026). Turizm Endüstrisinde Stratejik Maliyet Yönetimi: Hedef Maliyetleme ve Faaliyet Tabanlı Maliyetleme Yöntemlerinin Uygulama Alanları, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 9(9): 597-609.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2026, 9(9): 597-609. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2026.1681>

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



CONCEPTUAL PAPER

Strategic Cost Management in Tourism Industry: Application Areas of Target Costing and Activity-Based Costing Methods

Assistant Prof. Dr. İsmail ÇELİK, Isparta University of Applied Sciences, Keçiborlu Vocational School, Isparta, e-mail: ismailcelik@isparta.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1639-5276>

Ömer Faruk TERZİOĞLU, MSc. Student, Sakarya University of Applied Sciences, Institute of Graduate Programs, Sakarya, e-mail: 24501605012@subu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-6938-2786>

Prof. Dr. Orhan BATMAN, Sakarya University of Applied Sciences, Faculty of Tourism, Sakarya, e-mail: obatman@subu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7186-7064>

Abstract

The tourism industry plays a significant role globally in promoting economic growth, generating employment, and enhancing cultural interaction. It is particularly strategic for developing countries, as it provides foreign currency inflows and stimulates local economies. However, the sectors within this industry faces several challenges, including high fixed costs, low profit margins, intense competition, and seasonal fluctuations. Therefore, achieving sustainable success requires businesses to focus not only on increasing revenues but also on effective cost management. This study examines the applicability of target costing and activity-based costing within the framework of strategic cost management in the tourism industry. Target costing offers an effective tool for pricing and cost control, especially for small-scale enterprises, while activity-based costing supports more accurate decision-making processes through activity-based cost analysis in large-scale organizations. The study reveals that the combined use of these methods enhances cost optimization and profitability, while also highlighting gaps in existing literature.

Keywords: Strategic Cost Management, Target Costing, Activity-Based Costing, Tourism Industry, Cost Optimization.

Received: 29.04.2026

Accepted: 03.09.2026

Suggested Citation:

Çelik, İ., Terzioğlu, Ö. F. and Batman, O. (2026). Strategic Cost Management in Tourism Industry: Application Areas of Target Costing and Activity-Based Costing Methods, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 9(9): 597-609.

GİRİŞ

Turizm endüstrisi, küresel ekonomi içinde önemli bir paya sahip olup, pek çok ülkede ekonomik büyüme, istihdam oluşturma ve kültürel etkileşim sağlama açısından kritik bir role sahiptir. Her yıl milyonlarca turist gezip gördüğü, tatil yaptığı ve kültürel etkileşimde bulunduğu bu endüstri, aynı zamanda dünyanın dört bir yanındaki işletmeler için önemli bir gelir kaynağı oluşturur. Ancak, turizm işletmeleri bu büyük potansiyeli en verimli şekilde kullanabilmek için karşılaştıkları bir dizi zorlukla başa çıkmak zorundadırlar. Bu zorluklar arasında; yüksek sabit maliyetler, dar kâr payları, artan rekabet ve mevsimsel dalgalanmalar yer almaktadır (Yalçın, 2006). İşte bu noktada, turizm endüstrisinde faaliyet gösteren işletmelerin sürdürülebilir başarıyı sağlamaları için sadece gelir artırma çabalarına odaklanmak değil, aynı zamanda maliyetlerini etkin bir şekilde yönetmeleri gerekmektedir.

Stratejik maliyet yönetimi, işletmelere yalnızca maliyetleri kontrol etme fırsatı tanımakla kalmaz, aynı zamanda bu maliyetlerin, işletmenin uzun vadeli hedefleri doğrultusunda optimize edilmesini sağlar (Basık ve Türker, 2005). Stratejik maliyet yönetiminin, geleneksel maliyet yönetimi sistemlerinden farkı, işletmelerin maliyetlerini sadece izlemekle kalmayıp, daha proaktif bir şekilde bu maliyetleri kontrol etmeleri ve iş stratejileriyle uyumlu hâle getirmeleridir. Bu yaklaşım, özellikle rekabetin yoğun olduğu turizm endüstrisi gibi hizmet odaklı endüstrilerde işletmelere büyük avantajlar sağlamaktadır. Hedef maliyetleme ve faaliyet tabanlı maliyetleme (Activity-Based Costing- ABC), stratejik maliyet yönetiminin temel araçları olarak, işletmelere maliyetlerini daha etkin bir şekilde yönetme ve kârlılıklarını artırma imkânı tanımaktadır.

Hedef maliyetleme, belirli bir ürün ya da hizmetin hedeflenen kâr marjına ulaşabilmesi için gerekli maliyetlerin optimize edilmesine yönelik bir yaklaşımdır. Bu yöntem, özellikle turizm endüstrisi gibi fiyat odaklı ve rekabetin yoğun olduğu endüstrilerde kritik bir araçtır. Hedef maliyetleme, işletmelere fiyatlandırma stratejilerinin belirlenmesinde yardımcı olur ve aynı zamanda maliyetlerin daha verimli bir şekilde yönetilmesine olanak tanır (Kutay ve Akkaya, 2000). Hedef maliyetlemenin uygulanması, özellikle konaklama işletmeleri gibi büyük işletmelerde, hizmet kalitesini artırırken maliyetlerin minimize edilmesini sağlar. Hedef maliyetleme, ürün ve hizmetlerin kâr oranını hedefleyerek, bu hedeflere ulaşmak için gerekli maliyetlerin kontrol edilmesini sağlar (Ertaş, 1998).

Faaliyet tabanlı maliyetleme (ABC) ise, maliyetlerin yalnızca üretimle değil, her bir faaliyetle ilişkilendirilerek izlenmesini sağlayan bir yöntemdir. Bu sistem, işletmelerin her faaliyet alanını detaylı bir biçimde analiz etmelerine olanak tanır ve bu sayede her faaliyet için maliyetler daha doğru bir şekilde belirlenir. Faaliyet tabanlı maliyetleme, işletmelere faaliyetlerin her bir aşamasındaki maliyetleri analiz ederek, hangi faaliyetlerin daha fazla kaynak tükettiğini ve hangi faaliyetlerin kârlılığı artırdığını belirlemelerine yardımcı olur (Bekçioğlu ve Köroğlu, 2012). Bu maliyetleme yöntemi özellikle turizm endüstrisinde çoklu hizmet sunan işletmeler için kritik bir öneme sahiptir. Oteller, restoranlar ve tatil köyleri gibi büyük ölçekli işletmelerde, ABC yöntemi sayesinde farklı hizmet alanları arasında kaynaklar daha verimli bir şekilde tahsis edilebilir ve bu sayede işletmelerin maliyet yapıları daha net bir şekilde ortaya konabilir (Unutkan, 2010). Faaliyet tabanlı maliyetleme, işletmelerin her bir faaliyet için kaynak kullanımını daha doğru bir şekilde belirleyerek, daha verimli kararlar almalarına olanak sağlar.

Stratejik maliyet yönetimi, sadece maliyetlerin kontrol edilmesi değil, aynı zamanda bu maliyetlerin işletmenin genel stratejik hedeflerine ulaşmasına nasıl katkı sağladığını değerlendirmeyi de içerir. Bu bağlamda, hedef maliyetleme ve faaliyet tabanlı maliyetleme (ABC) yöntemleri, işletmelere sadece maliyetlerini izlemenin ötesinde, operasyonel verimliliği artırma ve kârlılığı optimize etme fırsatları sunar. Hedef maliyetleme, fiyat odaklı sektörlerde, ürün ve hizmetlerin fiyatlarını belirlerken işletmelere yardımcı olurken, ABC ise her bir faaliyet

düzeyinde maliyetlerin daha doğru bir şekilde tahsis edilmesini sağlayarak, işletmelerin kaynak kullanımını optimize eder (Bengü, 2005). Bu iki yöntem, birlikte kullanıldığında, turizm endüstrisindeki işletmelerin daha etkin bir maliyet yönetimi yapmalarına olanak tanır.

Her iki yöntem de turizm endüstrisindeki işletmelere önemli stratejik avantajlar sağlamaktadır. Ancak, hangi yöntemlerin tercih edileceği, işletmenin büyüklüğüne, sunduğu hizmet çeşitliliğine ve piyasa koşullarına bağlıdır. Hedef maliyetleme, genellikle fiyat odaklı işletmeler için uygunken, faaliyet tabanlı maliyetleme (ABC), daha karmaşık ve çok sayıda hizmet sunan işletmeler için daha uygundur. Bu çalışma, her iki yöntemin turizm endüstrisindeki uygulama alanlarını derinlemesine inceleyerek, bu yöntemlerin avantajlarını ve sınırlamalarını tartışmakta ve endüstrideki işletmeler için daha verimli maliyet yönetim stratejileri geliştirmeyi amaçlamaktadır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Stratejik Maliyetleme

Stratejik maliyetleme, işletmelerin maliyetlerini sadece izlemekle kalmayıp, aynı zamanda maliyet yapılarını stratejik hedeflerle uyumlu hâle getirmeyi amaçlayan bir yaklaşımdır. Bu yaklaşım, geleneksel maliyet yönetimi yöntemlerinin ötesine geçerek, işletmelere uzun vadeli hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olacak bir maliyet yönetimi stratejisi sunar. Stratejik maliyetleme, işletmelerin faaliyetlerini optimize etmelerini, maliyetlerini verimli bir şekilde yönetmelerini ve böylece rekabet avantajı sağlamalarını sağlar (Yüzbaşıoğlu, 2004). Özellikle turizm endüstrisinde stratejik maliyetleme, işletmelerin dinamik pazarlarda rekabetçi olabilmesi için kritik bir öneme sahiptir.

Hedef maliyetleme; stratejik maliyetleme yaklaşımının temel araçlarından biridir. Hedef maliyetleme, işletmelerin pazara sunacakları bir ürün veya hizmetin hedef kâr oranını belirleyerek bu hedefe ulaşmak için gerekli maliyetlerin optimize edilmesini sağlar. Alagöz (2006) hedef maliyetlemenin, işletmelere maliyetleri denetleyerek belirli kâr hedeflerine ulaşmalarını sağladığını belirtmektedir. Bu yöntem, özellikle turizm endüstrisindeki konaklama ve yiyecek içecek hizmetleri gibi hizmet odaklı işletmelerde yaygın olarak kullanılmaktadır. Hedef maliyetleme, işletmelerin fiyatlandırma stratejilerinde büyük rol oynar ve maliyetleri kontrol ederek daha verimli kararlar alınmasını mümkün kılar (Kutay ve Akkaya, 2000). Ancak, hedef maliyetlemenin başarılı olabilmesi için, işletmelerin maliyet hedeflerini belirlerken pazar koşullarını, müşteri taleplerini ve rekabet seviyelerini göz önünde bulundurmaları gerekmektedir.

Faaliyet tabanlı maliyetleme (ABC) ise stratejik maliyetleme sisteminin diğer bir önemli aracıdır. ABC, maliyetleri yalnızca üretimle sınırlı tutmak yerine, her faaliyet alanına göre dağıtarak daha doğru bir maliyet analizi yapmayı amaçlar. Bekçioğlu ve Köroğlu (2012), faaliyet tabanlı maliyetlemenin, işletmelerin her bir faaliyet alanındaki maliyetleri belirlemelerine ve böylece kaynak kullanımını daha etkin hâle getirmelerine yardımcı olduğunu ifade etmektedir. ABC yöntemi, özellikle büyük ölçekli ve çoklu hizmet sunan turizm işletmeleri için son derece etkili bir araçtır. Bu yöntem, işletmelerin tüm faaliyetlerini dikkate alarak, kaynakları daha verimli kullanmalarını ve gereksiz maliyetleri ortadan kaldırmalarını sağlar (Titiz ve Çetin, 2000).

Her iki yöntem de, turizm endüstrisindeki işletmelerin stratejik maliyet yönetimi çerçevesinde kullandığı temel araçlardır. Ancak, her iki yöntemin başarılı bir şekilde uygulanabilmesi için, işletmelerin bu yöntemleri kendi stratejik hedeflerine ve ilgili sektörlerin özel gereksinimlerine göre uyarlamaları gerekmektedir. Haşaşoğlu (2011), hedef maliyetleme yönteminin işletmelerin

kârlılıklarını artırmalarını sağlarken, faaliyet tabanlı maliyetlemenin daha ayrıntılı bir maliyet dağılımı yaparak verimliliği artırdığını vurgulamaktadır.

Stratejik maliyetleme ile ilgili yapılan çalışmalar, bu tür yöntemlerin sadece maliyet kontrolünü sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda işletmenin stratejik kararlarına yön verdiğini de ortaya koymaktadır. Yalçın (2006), stratejik maliyet yönetiminin, işletmelerin rekabet avantajı elde etmeleri için maliyet bilgilerini doğru bir şekilde kullanmalarını sağladığını belirtmektedir.

Ayrıca, Bilici ve Baysal (2019) İstanbul'da faaliyet gösteren beş yıldızlı otel işletmelerinde gerçekleştirdikleri araştırmada, stratejik maliyet yönetiminin işletmelerin rekabet gücünü artırmada önemli bir araç olduğunu ifade etmişlerdir. Bu da stratejik maliyetlemenin sadece maliyetleri optimize etmekle kalmadığını, aynı zamanda işletmenin rekabetçi gücünü artırarak pazarda daha güçlü bir konum elde etmesine yardımcı olduğunu göstermektedir.

Sonuç olarak, stratejik maliyetleme yöntemleri, özellikle turizm endüstrisi gibi yüksek rekabetin yaşandığı endüstrilerde, işletmelerin maliyetlerini optimize etmelerini ve uzun vadeli stratejik hedeflerine ulaşmalarını sağlayan önemli araçlardır. Hedef maliyetleme ve faaliyet tabanlı maliyetleme gibi yöntemler, turizm işletmelerine yalnızca maliyet kontrolü sağlamakla kalmaz, aynı zamanda işletmelerin daha verimli kararlar almasına, kaynakları daha etkin kullanmasına ve pazarda rekabet avantajı elde etmelerine yardımcı olur.

Hedef Maliyetleme Yöntemi

Hedef maliyetleme, işletmelerin maliyetlerini optimize etmek ve belirli bir kâr marjına ulaşmak amacıyla kullanılan önemli bir maliyet yönetim aracıdır. Bu yöntem, ürün ya da hizmetin fiyatını ve hedef kâr marjını belirleyerek, bu hedeflere ulaşabilmek için gerekli maliyetlerin kontrol edilmesini sağlar. Hedef maliyetleme, özellikle fiyat rekabetinin yoğun olduğu sektörlerde, işletmelere maliyetlerini etkin bir şekilde yönetme fırsatı sunar (Kaya, 2010). Bu yaklaşım, işletmelerin yalnızca maliyetlerini izlemelerini değil, aynı zamanda bu maliyetlerin belirlenen hedeflere uygun şekilde optimize edilmesini sağlar.

Hedef maliyetleme uygulaması, genellikle ürün tasarımı aşamasında başlar ve her aşamada ürün maliyetlerinin hedeflenen kâr marjına uygun olup olmadığı değerlendirilir. Bu süreç, işletmelere maliyetleri sürekli izleyerek ve gerektiğinde iyileştirme yaparak ürünlerinin maliyetlerini denetlemeleri için bir fırsat tanır (Alpkan, 2012). Hedef maliyetleme, işletmenin kâr hedeflerine ulaşabilmesi için gereksiz maliyetlerin belirlenmesi ve ortadan kaldırılması gerektiğini savunur. Bu yaklaşım, özellikle turizm endüstrisinde, otel işletmeleri gibi yüksek maliyetli hizmet sektörlerinde kullanıldığında, hem maliyetlerin etkin bir şekilde yönetilmesini sağlar hem de hizmet kalitesinden ödün vermeksizin maliyetleri optimize etme olanağı tanır (Koşan ve Geçgin, 2013).

Hedef maliyetleme sisteminin uygulanabilirliğini anlamak için çeşitli akademik çalışmalar yapılmıştır. Acar (1998), hedef maliyetlemenin yalnızca maliyet kontrolünü sağlamakla kalmadığını, aynı zamanda stratejik kararlar alınırken işletmelere daha fazla esneklik sağladığını ifade etmektedir. Bu esneklik, özellikle turizm gibi mevsimsel dalgalanmaların yoğun olduğu endüstride büyük önem taşır. Hedef maliyetleme, işletmelerin ekonomik koşullara hızla adapte olabilmelerini ve maliyetlerini en uygun seviyeye çekmesini mümkün kılar (Yalçın, 2006).

Hedef maliyetleme, bir ürün ya da hizmetin fiyatlandırılmasında belirli kâr marjlarına ulaşmayı amaçlar ve bu süreçte maliyetlerin sürekli olarak gözden geçirilmesi gereklidir (Aksoylu ve Dursun, 2001). Bu sayede işletmeler, pazara sunulacak ürünlerinin fiyatlarını belirlerken, hedeflenen kâr marjına uygun şekilde hareket ederler. Böylece hedef maliyetleme, işletmelerin

yalnızca maliyetlerini kontrol etmelerini değil, aynı zamanda uzun vadede kârlılıklarını artırmalarını sağlar (Kurtlu ve Dumaner, 2022).

Faaliyet Tabanlı Maliyetleme (ABC) ile karşılaştırıldığında, hedef maliyetleme daha çok ürün ve hizmet düzeyinde uygulama gerektirir. ABC, işletme faaliyetlerini ve her bir faaliyetin maliyetini daha ayrıntılı bir şekilde analiz ederken, hedef maliyetleme, belirli bir ürün ya da hizmetin maliyetlerinin kontrol edilmesine odaklanır (Ertaş, 1998). Hedef maliyetleme, belirli kâr hedeflerine ulaşmayı sağlayacak en düşük maliyetleri hedefleyerek, üretim sürecini optimize etmeye çalışır. Bununla birlikte, işletmelerin pazara sunacağı her yeni ürün için, bu ürünün maliyet hedefi belirlenmeli ve tüm üretim süreçleri buna göre şekillendirilmelidir.

Turizm işletmelerinde hedef maliyetleme uygulamaları, özellikle konaklama işletmeleri ve büyük otellerde daha fazla dikkat çekmektedir. Bu işletmelerde, hedef maliyetleme yönteminin uygulanması, yüksek sabit maliyetlerin bulunduğu ve hizmet kalitesinin yüksek tutulması gereken sektörlerde büyük avantajlar sağlamaktadır. Bu avantajlar; maliyetlerin azaltılmasına yönelik bir araç olmanın ötesinde, müşteri ihtiyaç ve beklentileri doğrultusunda kalite, işlevsellik ve kârlılık unsurlarını eş zamanlı olarak dikkate alan bütüncül bir maliyet ve yönetim yaklaşımı olması olarak ifade edilebilir (Toroslu, 2026). Acar ve Şenol (2014), konaklama işletmelerinde hedef maliyetleme uygulama düzeylerinin, işletmelerin kârlılıklarını artırmalarına ve maliyetleri daha verimli bir şekilde yönetmelerine yardımcı olduğunu ifade etmektedir.

Hedef maliyetlemenin etkin bir şekilde uygulanabilmesi için işletmelerin dışsal faktörlere de dikkat etmeleri gerekir. Örneğin, yüksek sezonlar ve düşük sezonlar arasında maliyet farklarını izlemek ve buna göre fiyatlandırma yapmak, hedef maliyetlemenin başarısı için kritik öneme sahiptir. Gönen (2018), Türkiye'deki lisansüstü tezlerin analizinde, hedef maliyetlemenin turizm endüstrisi için önemli bir yönetim aracı olduğunu, ancak uygulamada çeşitli zorluklarla karşılaşıldığını belirtmiştir. Hizmetlerin soyut olma karakteristiği, fiyatlandırmanın dinamik olması, müşteri taleplerinin gereğinden fazla dikkate alınması, ilgili sektörlerin alt bileşen departmanlar arasındaki eşgüdümün korunması gibi hususları bu zorluklara örnek olarak verilebilir.

Sonuç olarak, hedef maliyetleme, turizm endüstrisindeki işletmelerin maliyetlerini optimize etmeleri, kârlılıklarını artırmaları ve pazarda rekabet avantajı elde etmeleri için güçlü bir araçtır. Ancak bu yöntemin başarılı bir şekilde uygulanabilmesi için işletmelerin hedef kâr oranlarını gerçekçi bir şekilde belirlemeleri, dışsal piyasa koşullarını dikkate almaları ve sürekli maliyet izleme yapmaları gerekmektedir. Hedef maliyetleme, yalnızca maliyetlerin kontrol edilmesini sağlamaz, aynı zamanda turizm endüstrisindeki işletmelerin daha verimli çalışarak sektörlerindeki rekabet güçlerini artırmalarına olanak tanır.

Faaliyet Tabanlı Maliyetleme Yöntemi (ABC)

Faaliyet tabanlı maliyetleme (ABC), maliyetlerin sadece üretim süreçlerine dayalı olarak değil, tüm işletme faaliyetlerinin her birinin maliyetini ayrıntılı bir biçimde belirlemeyi amaçlayan bir yönetim aracıdır. Bu yöntem, özellikle büyük ölçekli işletmeler ile çoklu hizmet sunan ve karmaşık operasyonel süreçleri bulunan işletmelerde büyük fayda sağlar. Faaliyet tabanlı maliyetleme, işletmenin her faaliyetini analiz ederek, her bir faaliyet için gerekli kaynakları belirler ve böylece her faaliyetin maliyetini doğru bir şekilde hesaplayarak kaynak kullanımını optimize eder (Unutkan, 2010). Faaliyet tabanlı maliyetleme, kaynak tüketiminin faaliyetler aracılığıyla gerçekleştiği ve faaliyet maliyetlerinin uygun maliyet etkenleri kullanılarak mamullere, hizmetlere veya müşterilere dağıtıldığı varsayımına dayanan stratejik bir maliyetleme yöntemidir (Max, 2005).

ABC yöntemi, geleneksel maliyetleme sistemlerinin ötesine geçerek, faaliyetlerin her biri için ayrı maliyet hesaplamaları yapar. Bu yaklaşım, her bir faaliyet alanının, ürün ya da hizmetin nihai maliyetine nasıl etki ettiğini belirlemeye yardımcı olur. Bu sayede işletmeler, maliyetlerin hangi faaliyetlerden kaynaklandığını daha doğru bir şekilde tespit edebilir ve bu faaliyetleri iyileştirecek stratejiler geliştirebilir. Sadece üretimle ilgili değil, aynı zamanda hizmet sunumu, lojistik, pazarlama ve satış gibi tüm operasyonel süreçler ABC yöntemiyle daha verimli bir şekilde yönetilebilir (Bengü, 2005).

ABC yöntemi, özellikle turizm endüstrisi gibi çok çeşitli hizmetlerin sunulduğu alanlarda büyük önem taşır. Örneğin, bir otel işletmesinde odaların temizliği, restoran hizmetleri, etkinlik organizasyonları ve müşteri hizmetleri gibi faaliyetler her biri farklı maliyetler oluşturur. ABC, bu faaliyetlerin her birinin maliyetlerini doğru bir şekilde hesaplayarak, hangi faaliyetlerin daha fazla maliyet oluşturduğunu belirler ve işletmelerin gereksiz maliyetlerden kaçınmalarına yardımcı olur. Bekçioğlu ve Köroğlu (2012), faaliyet tabanlı maliyetlemenin otel işletmelerinde etkin bir şekilde kullanıldığında, maliyetlerin doğru bir şekilde dağıtılmasına ve kaynakların daha verimli kullanılmasına olanak tanıdığını belirtmektedir.

Faaliyet tabanlı maliyetleme yöntemi, işletmelerin sadece maliyetlerini izlemeleriyle sınırlı kalmaz, aynı zamanda bu maliyetlerin analizini yaparak hangi faaliyetlerin değer yaratmadığını ve hangi faaliyetlerin daha fazla kaynak tükettiğini ortaya çıkarır. Bu veriler, işletmelerin daha verimli kararlar almasını ve faaliyetlerini optimize etmesini sağlar (Çabuk, 2003). Bununla birlikte, ABC'nin en büyük avantajlarından biri, işletmelere daha doğru maliyet tahminleri yapma olanağı tanımasıdır. Bu doğruluk, özellikle çok sayıda hizmet sunan işletmelerde, hangi hizmetlerin daha kârlı olduğunu belirleyerek, stratejik kararlar alınmasına yardımcı olur (Köroğlu, 2013).

ABC yöntemi, faaliyetlerin her birini izlerken, bu faaliyetlerin kaynaklarını belirler ve her kaynağın ilgili faaliyetlere nasıl tahsis edileceğini netleştirir. Atmaca ve Terzi (2007), zaman etkenli faaliyet tabanlı maliyetlemenin özellikle turizm endüstrisinde otellerin etkinliğini artırmaya yönelik önemli bir strateji olduğunu ifade etmektedir. Zaman faktörlerinin maliyetlere etkisini dikkate alarak, işletmelerin hizmetlerini nasıl daha hızlı ve verimli hâle getirebileceğini gösterir.

Ancak, faaliyet tabanlı maliyetleme yönteminin bazı zorlukları da bulunmaktadır. Öncelikle, bu yöntem veri toplama ve analiz açısından oldukça zaman alıcı olabilir. Ayrıca, çok sayıda faaliyet ve farklı hizmet türleri bulunan işletmelerde, her faaliyet için detaylı veri toplamak karmaşık ve maliyetli olabilir (Saban ve İrak, 2009). Bu nedenle, küçük ölçekli işletmeler için ABC uygulaması bazı pratik zorluklar yaratabilir. Karğın (2013) ise, ABC'nin yükselişi ve düşüşünü tartışarak, bu yöntemin büyük işletmeler için çok faydalı olduğunu, ancak küçük işletmelerde uygulanabilirliğinin sınırlı olduğunu belirtmektedir.

ABC'nin turizm endüstrisinde uygulanabilirliği, özellikle konaklama işletmelerinde daha fazla dikkat çekmektedir. Özer ve Bilici (2017), konaklama işletmelerinde ABC'nin uygulandığı araştırmalar yaparak, bu yöntemin maliyetleri daha doğru bir şekilde tahsis ettiğini ve işletmelere büyük ölçüde kâr marjlarını artırma imkânı sunduğunu ifade etmektedir. Ayrıca ABC sistemi, müşteri memnuniyetine odaklanan otel işletmelerinde hizmet kalitesinin artırılması için de önemli bir araç olabilir. Bu yöntemin sunduğu detaylı analizler, işletmelere hangi hizmetlerin daha çok kaynak tükettiğini ve hangi hizmetlerin kâr marjını daha fazla artırabileceğini net bir şekilde gösterebilir (Akpınar ve Güleç, 2021).

Sonuç olarak, faaliyet tabanlı maliyetleme (ABC), işletmelere maliyetlerini daha doğru bir şekilde hesaplama, kaynakları daha verimli kullanma ve karar alma süreçlerinde daha etkili olma imkânı tanır. Özellikle turizm endüstrisinde, çok sayıda hizmetin sunulduğu işletmeler için, ABC'nin

avantajları büyüktür. Bu yöntem, işletmelere operasyonel verimliliği artırmanın yanı sıra, maliyetleri kontrol altına almayı ve kâr marjlarını iyileştirmeyi sağlar. Bununla birlikte, küçük ölçekli işletmeler için uygulama zorlukları olabileceği unutulmamalıdır. Ancak büyük işletmelerde doğru uygulandığında, ABC, işletme stratejilerinin başarısını artırarak sektördeki rekabetçi avantajı pekiştirebilir.

YÖNTEM

Bu çalışma, literatür taraması yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Literatür taraması var olan akademik çalışmaların, makalelerin, kitapların ve diğer bilimsel kaynakların sistematik bir şekilde incelenmesini içerir. Çalışmanın amacı, turizm endüstrisi bağlamında kullanılan hedef maliyetleme ve faaliyet tabanlı maliyetleme (ABC) yöntemlerinin uygulama alanları ve etkinliği üzerine mevcut literatürü derinlemesine incelemektir. Bu yöntem, daha önce yapılmış araştırmaların analiz edilmesi ve bu araştırmaların sonuçlarından hareketle turizm endüstrisindeki işletmelere yönelik öneriler geliştirilmesi için faydalıdır.

Literatür taraması süreci, akademik veri tabanları, dergiler ve yüksek lisans/doktora tezlerinden elde edilen kaynaklarla sınırlıdır. Toplanan kaynaklar, belirli kriterlere göre incelenmiştir. Literatür taramasında yer alan çalışmalar, yalnızca geçerli ve güvenilir akademik yayınlar olmasına özen gösterilmiştir. Her bir kaynağın doğruluğu, güvenilirliği ve çalışmanın kapsamı dikkate alınarak değerlendirilmiştir. Bu süreçte, kullanılan kaynakların tarihsel olarak güncel olması, çalışma yöntemlerinin açık bir şekilde tanımlanmış olması ve sektörel uygulamalara dair sağlam veriler sunması önemli kriterler olmuştur.

Literatür taraması sırasında, özellikle hedef maliyetleme ve faaliyet tabanlı maliyetleme (ABC) yöntemlerinin turizm endüstrisi üzerine etkileri, her iki yöntemin avantajları ve sınırlamaları, endüstrideki farklı işletmelerin bu yöntemleri nasıl uyguladığı gibi konular detaylı bir şekilde ele alınmıştır. Ayrıca bu yöntemlerin turizm endüstrisi içerisindeki etkinliğine dair yapılan araştırmaların sonuçları karşılaştırılmış ve literatürdeki boşluklar tespit edilmiştir.

Sonuç olarak bu çalışma, hedef maliyetleme ve faaliyet tabanlı maliyetleme yöntemlerinin turizm endüstrisi üzerindeki etkilerini kapsamlı bir şekilde incelemek için literatür taraması yöntemini kullanmıştır. Literatür taraması, turizm endüstrisindeki mevcut uygulamalar hakkında derinlemesine bir anlayış kazandırmayı ve turizm işletmeleri için en uygun maliyet yönetim stratejilerini belirlemeyi hedeflemiştir. Bu süreç, daha önce yapılmış akademik çalışmalara dayalı olarak, turizm endüstrisindeki işletmelere yönelik uygulamalı öneriler sunma fırsatı sağlamıştır.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Bu çalışmada, hedef maliyetleme ve faaliyet tabanlı maliyetleme (ABC) yöntemlerinin turizm endüstrisi üzerindeki etkileri yazın temellinde incelenmiş ve her iki yöntemin uygulama alanları tartışılmıştır. Sonuçlar, her iki yöntemin de, özellikle maliyetlerin kontrol altına alınması, verimliliğin artırılması ve kârlılığın optimize edilmesi açısından turizm işletmelerine büyük faydalar sunduğunu göstermektedir. Ancak hangi yöntemin tercih edileceği, işletmenin büyüklüğüne, sunduğu hizmet çeşitliliğine ve turizm endüstrisindeki rekabet koşullarına göre değişiklik göstermektedir.

Hedef maliyetleme, özellikle turizm endüstrisinde fiyat odaklı işletmeler için önemli bir araçtır. Bu yöntemin temel prensibi, belirlenen bir hedef kâr marjına ulaşabilmek için, ürün ya da hizmetin maliyetlerinin optimize edilmesidir. Hedef maliyetleme, işletmelere fiyatlandırma stratejilerinin belirlenmesinde yardımcı olurken, aynı zamanda maliyetlerin kontrol edilmesine

olanak tanır. Yapılan çalışmalara göre, hedef maliyetleme genellikle kısa vadeli fiyatlandırma stratejileriyle uyumlu bir yaklaşım sunmaktadır ve bu, özellikle küçük ölçekli turizm işletmeleri için önemlidir. Küçük oteller ve restoranlar gibi işletmeler, hedef maliyetleme yöntemini kullanarak kâr marjlarını artırabilir ve maliyetlerini daha verimli bir şekilde yönetebilir (Kaya, 2010; Doğan, 1998).

Ancak, faaliyet tabanlı maliyetleme (ABC), büyük ölçekli ve çok sayıda hizmet sunan işletmelerde daha etkili bir yöntem olarak öne çıkmaktadır. Bu yöntemde, maliyetler sadece üretimle sınırlı kalmaz, her bir faaliyetle ilişkilendirilerek izlenir. ABC, işletmelere her bir faaliyet düzeyindeki maliyetleri analiz etme ve kaynakları daha verimli kullanma imkânı sağlar. Bu yaklaşım, özellikle büyük ölçekli otel işletmelerinde, her bir hizmetin maliyetini doğru bir şekilde belirlemeye yardımcı olur. ABC yöntemi, otel işletmelerinin farklı hizmet alanları arasında kaynak kullanımını daha etkin bir şekilde tahsis etmelerini sağlar ve maliyetlerin doğru bir şekilde dağıtılmasına olanak tanır (Bengü, 2005; Unutkan, 2010).

Faaliyet tabanlı maliyetleme, aynı zamanda işletmelere rekabet avantajı sağlamak için kritik bir rol oynar. Özellikle, turizm endüstrisindeki büyük ölçekli işletmeler için bu yöntem, sadece üretim süreçlerini değil, aynı zamanda hizmet ve destek süreçlerini de analiz etmeye olanak tanır. ABC, işletmelere her faaliyet düzeyindeki maliyetlerin tam olarak nerede oluştuğunu gösterdiği için, karar alma süreçlerini iyileştirebilir ve daha verimli bir işletme modeli oluşturulmasına yardımcı olabilir (Saban ve İrak, 2009; Çabuk, 2003). Ayrıca faaliyet tabanlı maliyetleme, işletmelerin faaliyetlerinin kârlılıklarını değerlendirmelerine yardımcı olur ve işletmelerin hangi faaliyetlere daha fazla yatırım yapmaları gerektiğini belirlemelerini sağlar (Köroğlu, 2013).

Hedef maliyetleme ve faaliyet tabanlı maliyetleme yöntemlerinin her ikisi de, turizm endüstrisinde önemli stratejik avantajlar sunmaktadır. Ancak her iki yöntem de turizm endüstrisindeki sektörler için belirli koşullar altında daha etkin olabilmektedir. Hedef maliyetleme, genellikle daha net bir fiyatlandırma stratejisi gerektiren sektörlerde etkili iken, faaliyet tabanlı maliyetleme (ABC), daha karmaşık ve çok sayıda hizmet sunan işletmeler için daha uygun bir maliyet yönetim aracıdır. Turizm işletmeleri için, her iki yöntemin de birlikte kullanılması, maliyetlerin daha doğru bir şekilde tahsis edilmesini, faaliyetlerin verimli bir şekilde yönetilmesini ve işletmenin kârlılığının artırılmasını sağlayacaktır (Ertaş, 1998; Yüzbaşıoğlu, 2004).

Ancak literatürde yapılan incelemeler sırasında bazı önemli boşluklar tespit edilmiştir. Öncelikle, hedef maliyetleme ve faaliyet tabanlı maliyetleme (ABC) yöntemlerinin birleşik bir şekilde nasıl daha verimli kullanılacağına dair çok az sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu iki yöntemin entegrasyonu, turizm endüstrisinde daha derinlemesine incelenmesi gereken bir konu olarak kalmaktadır. Ayrıca literatürdeki çoğu çalışma, hedef maliyetleme ve ABC yöntemlerini genel teorik çerçeveler üzerinden incelemiş olup spesifik turizm işletmeleri üzerinde yapılan vaka çalışmalarına çok az yer verilmiştir. Özellikle, turizm endüstrisindeki büyük oteller ve çoklu hizmet sunan işletmelerde bu yöntemlerin entegrasyonu ve etkinliği üzerine daha fazla araştırma yapılması gerekmektedir (Alpkan, 2012; Gönen, 2018).

Bir diğer önemli boşluk ise hedef maliyetleme ve ABC yöntemlerinin turizm endüstrisindeki çeşitli işletmelerin farklı büyüklüklerine ve hizmet çeşitliliğine göre nasıl uygulandığı konusunda eksik kalan bilgilerle ilgilidir. Çoğu literatür, bu yöntemlerin etkinliğini sadece genel teorilerle tartışırken, belirli bir tür turizm işletmesinde uygulama örnekleri sunmamaktadır. Bu da, bu yöntemlerin pratikte nasıl hayata geçirilebileceğine dair önemli bir boşluk oluşturur (Acar ve Şenol, 2014; Koşan ve Geçgin, 2013).

Sonuç olarak, hedef maliyetleme ve faaliyet tabanlı maliyetleme yöntemlerinin turizm endüstrisi üzerindeki etkileri üzerine daha fazla ampirik çalışma yapılması gerektiği söylenebilir. Özellikle,

bu iki yöntemin birleşik bir biçimde uygulanması ve turizm endüstrisine özgü vaka çalışmaları yapılması, gelecekteki araştırmalar için önemli bir yön olacaktır. Bu çalışma, bu boşlukları tespit etmekte ve turizm endüstrisindeki işletmelere yönelik daha etkili maliyet yönetim stratejileri geliştirmede bir temel sunmaktadır.

SONUÇ

Bu çalışmada, turizm endüstrisinde stratejik maliyet yönetimi kapsamında hedef maliyetleme ile faaliyet tabanlı maliyetleme yöntemleri kavramsal ve uygulama boyutlarıyla ele alınmış, her iki yöntemin turizm endüstrisinde yer alan işletmelerinin maliyet yönetimine sağlayabileceği katkılar değerlendirilmiştir. Elde edilen değerlendirmeler, turizm endüstrisinin yoğun rekabet koşulları, değişken talep yapısı ve hizmet üretiminin çok boyutlu niteliği dikkate alındığında, geleneksel maliyetleme yaklaşımlarının tek başına yeterli olmadığını; stratejik bakış açısıyla geliştirilen çağdaş maliyet yönetimi yöntemlerinin işletmelere önemli avantajlar sağlayabileceğini göstermektedir.

Hedef maliyetleme yaklaşımı, müşteri beklentileri doğrultusunda belirlenen satış fiyatı ve hedeflenen kâr düzeyini esas alarak maliyetlerin ürün veya hizmet tasarım aşamasında kontrol altına alınmasını mümkün kılmaktadır. Bu yönüyle yöntem, işletmelerin rekabetçi fiyat politikaları geliştirmelerine, maliyet disiplini güçlendirmelerine ve sürdürülebilir kârlılık elde etmelerine katkı sağlamaktadır. Özellikle fiyat rekabetinin yoğun yaşandığı turizm endüstrisinde hedef maliyetleme, maliyetlerin daha oluşmadan yönetilmesini sağlayan proaktif bir yaklaşım olarak stratejik önem taşımaktadır.

Buna karşılık faaliyet tabanlı maliyetleme yöntemi, genel üretim ve hizmet maliyetlerini faaliyetler üzerinden analiz ederek kaynak tüketimini daha doğru biçimde belirlemeye imkân vermektedir. Turizm işletmelerinde sunulan hizmetlerin çeşitliliği ve faaliyet süreçlerinin karmaşıklığı göz önünde bulundurulduğunda, maliyetlerin faaliyet bazında izlenmesi yönetim kararlarının doğruluğunu artıracak nitelikte olabilecektir. Özellikle konaklama işletmeleri gibi farklı hizmet süreçlerini eş zamanlı yürüten işletmeler açısından faaliyet tabanlı maliyetleme, kaynakların etkin kullanımını desteklemekte, katma değer oluşturmaya faaliyetlerin belirlenmesine yardımcı olmakta ve maliyetlerin daha sağlıklı dağıtılmasını mümkün kılacaktır.

Çalışma kapsamında yapılan değerlendirmeler, söz konusu iki yöntemin birbirinin alternatifi olmaktan ziyade birbirini tamamlayan stratejik maliyet yönetimi araçları olarak ele alınmasının daha uygun olduğunu ortaya koymaktadır. Hedef maliyetleme, pazara ve müşteriye odaklı maliyet planlaması gerçekleştirirken; faaliyet tabanlı maliyetleme, işletme içerisinde oluşan maliyetlerin faaliyetlere dayalı olarak ayrıntılı biçimde analiz edilmesini sağlamaktadır. Dolayısıyla her iki yöntemin birlikte uygulanması, hem maliyetlerin planlanması hem de gerçekleşen maliyetlerin etkin biçimde izlenmesi açısından turizm endüstrisinde bulunan işletmelere önemli katkılar sunması beklenmektedir.

Bununla birlikte, bu yöntemlerin başarılı biçimde uygulanabilmesi yalnızca uygun maliyetleme sistemlerinin kurulmasına değil; aynı zamanda güvenilir veri altyapısının oluşturulmasına, faaliyet süreçlerinin doğru tanımlanmasına, bilgi teknolojilerinin etkin kullanılmasına ve yönetsel desteğin sağlanmasına bağlıdır. Özellikle faaliyet tabanlı maliyetleme sisteminin etkinliği, faaliyetlerin doğru belirlenmesi ve maliyet etkenlerinin gerçekçi biçimde tespit edilmesi ile doğrudan ilişkilidir. Benzer şekilde hedef maliyetleme yaklaşımının başarıya ulaşabilmesi için pazar araştırmalarının doğru yapılması, müşteri beklentilerinin sağlıklı analiz edilmesi ve

işletmenin stratejik hedefleriyle uyumlu bir maliyet planlamasının gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

Sonuç olarak, turizm endüstrisinde faaliyet gösteren işletmeler açısından hedef maliyetleme ve faaliyet tabanlı maliyetleme yöntemlerinin birlikte değerlendirilmesi, maliyet yönetiminin etkinliğini artırmanın yanı sıra işletmelerin rekabet güçlerinin geliştirilmesine ve sürdürülebilir kârlılık hedeflerine ulaşmalarına önemli katkılar sağlayacaktır. Günümüz turizm endüstrisinde artan rekabet baskısı, değişen müşteri beklentileri ve yükselen hizmet kalitesi standartları dikkate alındığında, stratejik maliyet yönetimi anlayışını benimseyen işletmelerin uzun dönemli başarı elde etme olasılıklarının daha yüksek olduğu değerlendirilmektedir. Bu nedenle turizm işletmelerinin maliyet yönetimi süreçlerinde yalnızca maliyetleri azaltmaya odaklanmak yerine, müşteri değeri, hizmet kalitesi, süreç verimliliği ve sürdürülebilir rekabet avantajını birlikte gözeten bütüncül maliyet yönetimi yaklaşımlarını benimsemeleri önem arz etmektedir.

Bununla birlikte gelecekte yapılacak araştırmalarda hedef maliyetleme ve faaliyet tabanlı maliyetleme yöntemlerinin farklı turizm işletmelerinin verdikleri hizmetler üzerindeki uygulamalarının ampirik verilerle karşılaştırmalı olarak incelenmesi, bu yöntemlerin sektörel etkinliğinin daha kapsamlı biçimde ortaya konulmasına katkı sağlayacaktır. Ayrıca dijitalleşme, büyük veri analitiği ve yapay zekâ destekli maliyet yönetimi uygulamalarının bu yöntemlerle entegrasyonunun araştırılması, stratejik maliyet yönetimi literatürüne önemli katkılar sunabilecek yeni çalışma alanları olarak değerlendirilmektedir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Destek Bilgisi: Herhangi bir kurum ve/veya kuruluşan destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

Etik Kurul Onayı: Çalışma kamuya açık ikincil verilerin kullanılmasıyla oluşturulmuştur.

Araştırmacıların Katkı Oranı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

KAYNAKÇA

- Acar, D. (1998). İleri Maliyet Yönetim Yaklaşımı Olarak Hedef Maliyetleme. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(3), 1-15.
- Acar, D. ve Şenol, H. (2014). Konaklama İşletmelerinde Hedef Maliyetleme Uygulama Düzeylerinin Tespitine Yönelik Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20, 1-25.
- Akpınar, A. ve Güleç, U. T. (2021). Faaliyet Tabanlı Maliyetleme Sistemi: Bir Otel İşletmesinde Uygulama. *İşletme Akademisi Dergisi*, 2(3), 254-283.
- Aksoylu, S. ve Dursun, Y. (2001). Pazarda Rekabetçi Üstünlük Aracı Olarak Hedef Maliyetleme. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11, 357-371.
- Alagöz, A. (2006). Stratejik Maliyet ve Kâr Planlama Aracı Olarak Hedef Maliyet Yönetimi: Target Cost Management. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15, 61-83.
- Alpkan, S. (2012). Turizm İşletmelerinde Stratejik Maliyet Yönetim Aracı Olarak Hedef Maliyetleme ve Uygulama Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Karabük Üniversitesi, Karabük.

- Atmaca, M. ve Terzi, S. (2007). Zaman Etkenli Faaliyet Tabanlı Maliyetleme. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2007(2), 367-384.
- Basık, F.O. ve Türker. İ. (2005). Stratejik Maliyet Yönetimi ve Analizi. V. Ulusal Üretim Araştırmaları Sempozyumu, İstanbul Ticaret Üniversitesi, 53-58.
- Bekçioğlu, S. ve Köroğlu, Ç. (2012). Stratejik Maliyet Yönetimi Kapsamında Süreç Dayalı Faaliyet Tabanlı Maliyetleme Yönteminin Analizi ve Bir Otel İşletmesinde Uygulama. *Muhasebe ve Denetime Bakış*, 37, 1-24.
- Bengü, H. (2005). Faaliyet Tabanlı Maliyetleme Sisteminde Faaliyet Seviyelerinde Maliyet Uygulaması. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 25, 186-194.
- Bilici, N. ve Baysal, D. (2019). Konaklama İşletmelerinde Rekabet Gücü Açısından Stratejik Maliyet Yönetimi: İstanbul'da Faaliyet Gösteren Beş Yıldızlı Oteller Üzerine Bir Araştırma. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, 5, 211-222.
- Çabuk, Y. (2003). Geleneksel Maliyet Sistemlerine Alternatif Bir Yaklaşım: Faaliyet Tabanlı Maliyetleme. *Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, 5(5), 1-12.
- Doğan, Z. (1998). Maliyet Yönetiminde Yeni Bir Yaklaşım: Hedef Maliyetleme. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 12(1-2), 35-45.
- Ertaş, F. C. (1998). Yeni ve Dinamik Bir Maliyet Yönetimi Aracı Olarak Hedef Maliyetleme Yöntemi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 12(1-2), 51-62.
- Gönen, S. (2018). Hedef Maliyetleme ile İlgili 1999-2017 Yılları Arasında Türkiye'de Yayınlanmış Lisansüstü Tezlerin İçerik Analizi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 7(4), 2378-2390.
- Haşaoğlu, U. (2011). Stratejik maliyet yönetim aracı: Hedef maliyetleme [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi] Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi.
- Karğın, S. (2013). Faaliyet Tabanlı Maliyetleme Yönteminin Yükselişi ve Düşüşü. *Muhasebe Finansman Dergisi*, 58, 21-40.
- Kaya, G. A. (2010). Hedef Maliyetleme. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(1), 101-115.
- Koşan, L. ve Geçgin, E. (2013). Hedef Maliyetleme Sisteminin Menü Analizinde Kullanılması: Bir Yiyecek İçecek İşletmesinde Yapılan Uygulama ve Sonuçları. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(2), 391-410.
- Köroğlu, Ç. (2013). Otel İşletmelerinde Rekabet Üstünlüğü Elde Etmek İçin Bir İleri Yönetim Muhasebesi Yöntemi Olarak Faaliyet Tabanlı Maliyetleme Yönteminin Analizi. *Muhasebe Finansman Dergisi*, 57, 39-55.
- Kurtlu, A. ve Dumaner, A. (2022). Konaklama İşletmelerinde Hedef Maliyetleme Yöntemi Üzerine Bir Araştırma. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 24(4), 745-770.
- Kutay, N. ve Akkaya, G. C. (2000). Stratejik Maliyet Yönetimi Aracı Olarak Hedef Maliyetleme. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(2), 33-49.
- Max, M. (2005). Sox + ABC = VALUE!. The Performance Group White Paper, 1-8.
- Özer, S. ve Bilici, N. (2017). Konaklama İşletmelerinde Faaliyet Tabanlı Maliyetleme Yönteminin Uygulanabilirliğinin Araştırılması: Van İl Merkezindeki Otel İşletmelerinde Bir Uygulama. *AÇÜ Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 1-22.
- Saban, M. ve İrak, G. G. (2009). Çağdaş Maliyet Yönetimi Sistemlerinden Sürece Dayalı Faaliyet Tabanlı Maliyetleme. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 5(10), 97-108.

Titiz, İ. ve Çetin, C. (2000). Karar Almada Geleneksel Maliyet Yönetimi Yaklaşımında Yaşanan Gelişmeler ve Stratejik Maliyet Yönetimi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(2), 17-29.

Toroslu, M.F. (2026). <https://satinalmadergisi.com/hedef-maliyetleme-yontemi/> (E.T: 30.06.2026)

Unutkan, Ö. (2010). Faaliyet Tabanlı Maliyet Sistemi ve Bir Uygulama. *Financial Analysis/Mali Çözüm Dergisi*, 97, 5-14.

Yalçın, S. (2006). Rekabet Avantajı Sağlamada Stratejik Maliyet Yönetiminin Muhasebe Uygulamalarıyla İlişkileri. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15, 120-132.

Yüzbaşıoğlu, N. (2004). İşletmelerde Stratejik Yönetim ve Planlama Açısından Stratejik Maliyet Yönetimi ve Enstrümanları. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12, 387-410.