

# MUHASEBE PROGRAMININ DEĞİŞTİRİLMESİ: PAZARLAMA FONKSİYONU

Fannie L. Malone ve Ladelle M. Hyman, "Changing the Accounting Curriculum: The Function of Marketing", National Public Accountant, October 2000, Vol. 45, Iss. 8, s. 46-49.

**Ceviri : Doç.Dr. Ercan BAYAZITLI\***

Amerikan Mali Müşavirler Enstitüsü (American Institute of Certified Public Accountants, AICPA) muhasebe eğitime yönelik yeni bir yapıyı desteklemekle değişime doğru bir adım daha atmıştır. Söz konusu yapı Vizyon Projesi'nden (Vision Project) geliştirilmiştir. Bu yapı içerik esaslı bir programdan kişisel, işlevsel ve geniş bir iş becerisini vurgulamaya doğru geçişi desteklemektedir. Kişisel beceriler profesyonel davranış, karar vermeyi ve iletişimi de içeren davranış ve tutumlara ait unsurlar olarak tanımlanmaktadır. İşlevsel beceriler tekniktir ve risk analizi, raporlama ve hesaplamayı içermektedir. Geniş iş görüşü muhasebecilerin hizmetlerini gerçekleştirmeleriyle ilgili bir durumdur. Bu beceriler arasında, stratejik ve eleştirci düşünce, kaynak yönetimi ile pazarlama ve müşteri odaklılığı bulunmaktadır.

AICPA Sigorta Hizmetleri Özel Komitesi,

pazarlama ve satışı yüksek fırsat yeteneği olarak sınıflandırmıştır. Muhasebeciler müşterilerin, çalışanların, tüketicilerin ve pazarların değişen ihtiyaçlarını tahmin etme ve karşılama yeteneğini sahiplenmelidir ve rakiplerden daha iyi pazarlamalıdır. Bu beceri kâr potansiyelini yükseltmekte, sabit bir değişimle yaşamayı ve başa çıkmayı gerekli kılmakta, liderliği taahhüt etmekte ve yeni pazarlar geliştirdiği kadar pazarın ihtiyaçların tanıma yeteneğini de artırmaktadır.

Yüksek rekabet daha yüksek bir pazarlama odaklılığı gerektirecektir. Bugünlerde, muhasebe programları geleceğin iş dünyasında rekabet edebilmek için gerekli olan geniş bir ileri görüş yeteneği sağlamıyor olabilir. Çoğu muhasebe programı sadece tek bir pazarlama dersi içermektedir: "Pazarlama İlkeleri". Vizyon Projesi'nin hedeflerine ulaşılabilmesi için muhasebe programlarının içeriklerinin yeniden düzenlenmesi gereklidir.

\* A.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi İşletme Bölümü Muhasebe - Finansman Anabilim Dalı

**Pazarlama Dersleri**

Yeni profesyonel muhasebeci, muhasebe mesleğinin şimdiye kadar hiç deneyimi olmadığı bir durumla karşı karşıya bulunmaktadır. Sadece teknik muhasebe becerisi sağlamak için muhasebecilere olan ihtiyaç muhasebecilerin ve ek hizmetler talep eden müşterilerin karşılaştığı rekabet tarafından güçlü bir şekilde değiştirilmiştir. Geleneksel muhasebe firmaları geleneksel olmayan kaynaklardan olan rekabeti yaşamaktadırlar. Teknoloji ve müşteri ihtiyaçlarındaki değişimle birlikte, geleneksel olmayan kaynaklardan olan rekabet, geleneksel muhasebe firmalarının faaliyetlerini sürdürme şeklini değiştirmiştir. New Accountant'ın 1999 baskısında David Burros, 21. Yüzyıl muhasebecisi hakkında şu yorumu yapmaktadır: 21. Yüzyılda hayatta kalmak ve iyileşmek için geleneksel muhasebeciler kolaylık ve rahatlık ihtiyacı olan yoğun iş hayatına sahip müşterilerin tatminini sağlamak için oldukça yüksek sayıda finansal hizmet ve ürün sunmak zorunda kalacaktır. Bununla beraber, halkı, geleneksel muhasebecilerin sunduğu ek hizmetlerden haberdar edebilmek daha fazla pazarlama becerisinin geliştirilmesini gerektirmektedir. Sadece bir pazarlama dersini zorunlu tutan geleneksel muhasebe programı yeterli olmamaktadır. 21. Yüzyıl muhasebecisinin ihtiyaç duyduğu unsur pazarlama becerisinin farklı yönlerini vurgulayan derslerdir. Böylece, şu an eğitimleri devam eden muhasebe öğrencilerinin, eğer olanaklıysa, aşağıdaki pazarlama derslerini almaları yararlı olacaktır.

**Ürün Yeniliği:** Bu ders işletme kültürünü ve bu kültürün yeni ürün geliştirme, tüketici ihtiyaçlarının belirlenmesi ve, yeni ürün için bir pazarlama planının geliştirilmesi ve değerlendirilmesi üzerindeki etkisini vurgulamalıdır.

**İnternette Pazarlama:** Bu ders internet ve ilişkili teknolojik gelişmelerle, sürdürülebilir

bir rekabet avantajı için internet kullanımına yönelik stratejilerle ve pazarlama karması kararlarında internetin kullanılmasına yönelik stratejilerle ilgili genel açıklamaları sağlamalıdır.

**Hizmet Pazarlaması:** Bu ders, muhasebecilerin karşılaşmayı bekledikleri sorunlara özel önem göstererek finansal ve profesyonel hizmetlerin pazarlanması sürecini incelemelidir.

Bu dersler, geleneksel olarak derleme yaklaşımıyla öğretilmektedir. Derleme yaklaşımı derslerin örnek olay, rol oynama, profesyonel konuşmacılar ve grup etkileşim projeleri gibi öğretmeye yardımcı kaynaklarla öğretilmesidir. Grup etkileşim projeleri gerçek pazarlama sorunlarını içermektedir. Gerçek pazarlama problemlerine yönelik olarak oynanan rollerin kasete alınması, öğrencilerin kendilerini pazarlama ve satış içeren senaryolarda görmeleri olanağını sağlamaktadır. Rol oynamadan sonra, gruplar tartışma ve yorumlar için kasetleri izlemektedir. Ardından gruplar sadece dersin öğretim üyesi tarafından değil, o alandaki uzman bir takım tarafından da değerlendirilmektedir.

Yukarıda söz edilen biçimsel pazarlama dersleri üniversitelerin ayrı dersler açması için gerekli kaynaklara sahip olmaması nedeniyle verilemiyorsa, bu derslerde sağlanan bilgi mevcut derslere eklenmeli veya mevcut derslerle bütünleştirilmelidir ve/veya bir muhasebe hizmetleri dersinin geliştirilmesinde kullanılması gerekmektedir.

**Pazarlama Kavramlarının Muhasebe Dersleriyle Bütünleştirilmesi**

Yukarıdaki derslerde içerilen bilgi becerikli bir şekilde mevcut muhasebe derslerine dahil edilebilir. Pazarlama kavramı konumlandırılırken yeni muhasebeciye pazarlamanın vurgulanması çok önemlidir. Bu konu, muhasebe öğrencileri pazarlamayı çok sık bir şekilde teşvik edilmeyen ve basit bir unsur olarak değerlendir-

diklerinden önem taşımaktadır Muhasebe öğrencileri mesleki gelişimlerinde pazarlamanın önemini muhasebe kariyerlerinin çok erken bir döneminde fark ediyorsa, öğretim üyeleri o noktayı bilgi verici bir şekilde gerçekleştirmek için zaman ve çaba harcamalıdır Muhasebe derslerinde konumlandırılan pazarlama kavramları, ana amacında olduğu gibi, kişiler arası iletişim, satış ve pazarlama becerilerinin geliştirilmesini içeren bilançonun geliştirilmesini de içermelidir. İşletmenin kendi imajı ve satış imajı üzerinde çalışması gereksinim duyulan konulardır Muhasebe mesleğini seçen birçok kişi bir şekilde içe dönük bir kişiliğe sahiptir. Bu bazen bir borç olarak değerlendirilir, ancak bu durum imaj üzerindeki çalışmalarla bir aktife dönüştürülebilir.

Geçmişte muhasebeciler pazarlamayı muhasebecilerin gerçekleştireceği bir konu olarak değil, müşterilerinin gerçekleştireceği bir konu olarak değerlendirmişlerdir. Bu yüzden, tipik bir pazarlama dersi pazardaki ihtiyaçların karşılanabilmesi için işletmenin ürünlerini ve hizmetlerini fiyat, dağıtım ve tutundurma ile nasıl birleştirdiği üzerine odaklanmıştır Vurgu, pazarlama fonksiyonlarıyla genel bir benzerlik sağlanması ve işletme ile ilgili kararlar almak ve sorunları çözmeye yönelik muhasebe bilgisini gerektiren faaliyetlere ilişkin daha belirli bilgi üzerindeydi. Gelecekte, muhasebeciler merkezdeki öz değerleriyle fikirlerini belirlemek durumundadırlar Fiziki ürünler gibi hizmetlerin de ambalajlanması gerekmektedir. Müşterilere nasıl para kazanıldığı gösterilmelidir

İletişim becerileri, yukarıdaki bilanço becerileri için anahtar konumundadır Etkili bir şekilde konuşma ve yazma da oldukça önemlidir. Çoğu muhasebe dersi iletişim becerisinin geliştirilmesi olanağını tanımaktadır İletişim becerisi orta düzey muhasebe dersleri içerisinde geliştirilebilir Öğrencilere belirli bir ticari işlemin nasıl bir şekilde muhasebeleştirilmesi gerektiği

üzerine kısa sunuşlar yaptırılabilir Sunuş yapanlar tercihlerinin zayıf ve güçlü yanlarını açık bir şekilde tanımlamalıdır Ayrıca, gelir ve kurumlar vergisi ile ilgili dersler de iletişim becerilerinin geliştirilmesine yönelik olarak kullanılabilirler Döneme ilişkin projelerini tamamlamak üzere öğrencilere sıradan, karmaşık vergi hesaplamaları vermek yerine, öğrenciler kesinliği olmayan vergi problemleri ve riskli tercihlere yönelik kararlar için gruplar halinde görevlendirilebilirler Her bir grup kendi konusunu sınıfa sunabilir Sunuşlar müşterilere yönelik olarak seçilmiş olan faaliyetin seyri için maliyet ve faydayı bir araya getirecektir Yukarıda söz edilen belirli derslerle birlikte, yönetim muhasebesi de iletişim becerisinin geliştirilebilmesi için kullanılabilir Daha önce söz edilen grup karar verme türlerine yönelik fırsatlar tüm muhasebe derslerinin içine dahil edilebilir.

Misafir konuşmacılar öğrencilere, farklı karar aşamalarında uygun olacak şekilde satış becerileri hakkında güncel bilgiler sağlayabilirler.

### **Muhasebe Hizmetleri Dersi**

Beyan edilen ve edilmeyen hizmetler bu ders içerisinde tartışılmalıdır Verilen beyan edilmeyen hizmetler vergi ile işletmeler ve kişilere yönelik muhasebe, yönetim danışmanlığı ve kişisel finansal planlama olarak ifade edilebilir. Muhasebecilerin öz değerleri olan bağımsızlık, doğruluk ve tarafsızlığı hesaba katmadan beyan edilen ve edilmeyen hizmetlerin verilmesi tartışmanın odak noktası olmalıdır Bu ders muhasebe, finans, pazarlama ve yönetim bilgi sistemlerinden (Management Information Systems - MIS) öğretim üyeleri tarafından verilen, takım halinde öğrenilen bir ders olmalıdır Muhasebe öğretim üyesi diğer disiplinlerin bütünleştirilmesi için şemsiye görevini sağlamalıdır Finans öğretimi üyesinin amacı hem kişisel hem kurumsal düzeyde finansal planlama gibi finansal hiz-

metleri kapsamak olmalıdır. Pazarlama öğretim üyesi yeni ürün geliştirme, içsel pazarlama ve hizmet pazarlaması gibi konulara yönelik olarak bilgi sağlamalıdır. Yönetim bilgi sistemleri öğretim üyesi, öğrencilere elektronik ticaret, internet üzerinden pazarlama, satış ve alım-satıma yönelik bilgi sağlamalıdır. Yönetim bilgi sistemleri yazılım ve donanımına yönelik olarak gelişen teknoloji de kapsama alınmalıdır. Son olarak, muhasebe öğretim üyesi muhasebecinin öz değerleri olan bağımsızlık, doğruluk ve tarafsızlığın vurgulanmasıyla birlikte diğer öğretim üyelerinin sunuşlarını bütünleştirmelidir.

### **Sonuç**

Bugünün muhasebecisi için önemli olan sözcük değişimdir. Muhasebe mesleği bir geçiş dönemindedir. Muhasebe ve denetim hizmetleri, yakın gelecekteki düşme beklentileriyle beraber, son birkaç yıldır dengededir. Düşen gelirlerin yeniden yerine konulabilmesi için işletmeler yeni pazarlar aramaktadırlar. Başarılı bir muhasebeci yenilikçi olmalı ve yeni yöntem ve fikirlerle kolayca uyum sağlayabilmelidir. Böylece, bu yeni davranış daha önce hiç yapılmamış gibi paketlenerek müşterilere götürülmelidir. Bu geçişin gerçekleştirilmesinin anahtarı hem sözel hem de yazılı olarak iletişim becerileridir.