

T.C.
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ



**MUHASEBE MESLEK MENSUPLARININ
HİZMET KALİTESİNİN BELİRLENMESİNE
YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
DOÇ. DR. TOLGA ORAL

HAZIRLAYAN
GAZİ KARAAĞAÇ

MALATYA-2023

T.C.
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
MUHASEBE VE FİNANSMAN BİLİM DALI

MUHASEBE MESLEK MENSUPLARININ HİZMET KALİTESİNİN
BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

GAZİ KARAAĞAÇ

DANIŞMAN
DOÇ. DR. TOLGA ORAL

MALATYA 2023

ONUR SÖZÜ

Doç. Dr. Tolga ORAL danışmanlığında yüksek lisans tezi olarak hazırladığım “Muhasebe Meslek Mensuplarının Hizmet Kalitesinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma” isimli çalışmayı etik ilkelere uygun olarak hazırladığımı, yararlandığım kaynakları hem metin içinde hem kaynakçada uygun biçimde gösterdiğimi onurumla beyan ederim.



ÖNSÖZ

Yüksek lisans eğitim hayatım boyunca bana yol gösteren, kıymetli desteklerini benden esirgemeyen ve her zaman değerli bilgileriyle bana ışık tutan danışman hocam Sayın Doç. Dr. Tolga ORAL’a teşekkürlerimi sunarım.

Hayatımın her döneminde varlığı ve desteğiyle yanımda olan sevgili eşim Uzm. Dyt. Rabia Melda KARAAĞAÇ’a ve aileme şükranlarımı sunarım.



ÖZET

MUHASEBE MESLEK MENSUPLARININ HİZMET KALİTESİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Hizmet kalitesi, müşterilerin almış oldukları hizmetlerin sonucu olarak, yapmış oldukları geri dönüşlerle ihtiyaçlarının hangi ölçüde karşılandığını yansıtmaktadır. Son dönemlerde birçok sektörde önem kazanan hizmet kalitesi, muhasebe meslek mensupları açısından da oldukça önemlidir. Hizmet kalitesinin sürekli artırılmaya çalışılması ve müşteri memnuniyetinin geliştirilmesi amacıyla hizmet kalitesinin ölçülmesi ihtiyacı doğmaktadır. Hizmet kalitesini ölçmek için kullanılan birçok araç bulunmaktadır. Bunlardan biri Parasuraman ve arkadaşlarının geliştirmiş oldukları SERVQUAL yöntemidir. Bu yöntem beklenen ve algılanan hizmet kalitesinin bir arada ölçülmesi imkanını sunar. Bu çalışmanın amacı Malatya ve Elazığ illerinde bulunan muhasebe meslek mensuplarının hizmet kalitesinin ve hizmet kalitesini etkileyen faktörlerin belirlenmesi ile hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetine etkisinin incelenmesidir.

Araştırmanın örneklemini, vergi mükellefiyetine sahip 403 iş sahibi/ortağı veya yöneticileri oluşturmaktadır. Katılımcılara sosyodemografik bilgi formu, SERVQUAL ölçeği ve tek sorudan oluşan müşteri memnuniyeti anketi uygulanmıştır.

Araştırma sonuçlarına göre müşterilerin demografik özellikleri ile meslek mensuplarının sundukları hizmet kalitesinin beklenti ve algı bölümleri arasında anlamlı farklılıklar görülmüştür. Ayrıca hizmet kalitesinin beklenti ve algı bölümleri arasında fark bulunduğu, müşterilerin algılarının beklentilerini karşılamadığı, buna karşılık müşteri memnuniyetinin ölçüldüğü soruya müşterilerin genel olarak olumlu görüş bildirdiği saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Serbest Muhasebeci Mali Müşavir, Hizmet Kalitesi, SERVQUAL

ABSTRACT

A RESEARCH ON DETERMINING THE SERVICE QUALITY OF ACCOUNTING PROFESSIONALS

Service quality reflects the extent to which customers' needs are met with the feedback they have given as a result of the services they have received. Service quality, which has come into prominence in many sectors recently, is also very important for accounting professionals. There is a need to measure service quality in order to continuously increase service quality and improve customer satisfaction. There are many tools used to measure service quality. One of them is the SERVQUAL method developed by Parasuraman et al. This method offers the opportunity to measure the expected and perceived service quality together. The aim of this study is to determine the service quality of accounting professionals in Malatya and Elazig provinces and the factors affecting service quality and to examine the effect of service quality on customer satisfaction.

The sample of the research consists of 403 business owners/partners or managers with tax liability. A sociodemographic information form, SERVQUAL scale and a single-question customer satisfaction questionnaire were applied to the participants.

According to the results of the research, significant differences were observed between the demographic characteristics of the customers and the expectations and perception sections of the service quality offered by the professionals. In addition, it has been determined that there is a difference between the expectation and perception sections of the service quality, the perceptions of the customers do not meet their expectations. On the other hand, the customers generally gave a positive opinion on the question in which customer satisfaction is measured.

Keywords: Accountanting Professional, Service Quality, SERVQUAL

İÇİNDEKİLER

ONAY SAYFASI	iii
ONUR SÖZÜ	iv
ÖNSÖZ	v
ÖZET	vi
ABSTRACT.....	vii
İÇİNDEKİLER	viii
TABLolar DİZİNİ	x
KISALTMALAR.....	xi
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM	3
1. MUHASEBE VE MUHASEBE MESLEĞİ.....	3
1.1. Muhasebe Kavramı	3
1.2. Muhasebenin Sınıflandırılması	3
1.2.1 Finansal Muhasebe	4
1.2.2. Maliyet Muhasebesi	4
1.2.3. Yönetim Muhasebesi	4
1.3. Muhasebenin Temel Kavramları	4
1.4. Muhasebenin Tarihsel Gelişimi	7
1.5. Muhasebe Mesleği	8
1.5.1. Meslek Mensupları	9
1.5.1.1. Serbest Muhasebeci Mali Müşavir	11
1.5.1.2. Yeminli Mali Müşavir	11
1.5.2. Meslek Mensubu Olabilmenin Genel ve Özel Şartları	11
1.5.3. Muhasebe Mesleği İle İlgili Kuruluşlar	12
1.5.3.1. Odalar.....	12
1.5.3.2. Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliği (TÜRMOB).....	14
1.5.3.3. Temel Eğitim Staj Merkezi (TESMER)	15
İKİNCİ BÖLÜM.....	16
2. HİZMET KALİTESİ VE LİTERATÜR TARAMASI.....	16
2.1. Hizmet Kavramı.....	16
2.2. Hizmetin Özellikleri	17
2.3. Kalite Kavramı.....	17
2.4. Hizmet Kalitesi	18
2.4.1. Hizmet Kalitesi Boyutları	18

2.4.2. Hizmet Kalitesi Ölçüm Yöntemleri	19
2.4.2.1. SERVQUAL Yöntemi	20
2.4.2.2. SERVPERF Yöntemi.....	22
2.5. Literatür Taraması.....	22
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	25
3. MUHASEBE MESLEK MENSUPLARININ HİZMET KALİTESİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA	25
3.1. Araştırmanın Modeli.....	25
3.2. Araştırmanın Amacı.....	25
3.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi	25
3.4. Veri Toplama Yöntemi ve Araçları	26
3.5. Araştırmanın Hipotezleri	26
3.6. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	27
3.7. Verilerin Değerlendirilmesi	27
3.8. Araştırmanın Bulguları	28
3.8.1. Demografik Verilerin Tanımlayıcı İstatistikleri	28
3.8.2. Güvenilirlik Analizi	31
3.8.3. Normallik Analizi	32
3.8.4. Ölçeklerin Tanımlayıcı İstatistikleri	33
SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER	49
KAYNAKÇA.....	53
EKLER.....	57
EK-1: Sosyodemografik Bilgi Formu	57
EK 2: SERVQUAL Ölçeği	59
EK-3: Müşteri Memnuniyeti Anketi.....	63

TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 1. Araştırmaya Katılan Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı	28
Tablo 2. Katılımcıların Memnuniyet Dağılımları	30
Tablo 3. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenilirlik Analizi Sonuçları	31
Tablo 4. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Normallik Analizi Sonuçları	32
Tablo 5. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Tanımlayıcı İstatistikleri	33
Tablo 6. Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre SERVQUAL Ölçeği Beklenti Bölümü Alt Boyut Puanlarının Karşılaştırılması	34
Tablo 7. Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre SERVQUAL Ölçeği Algı Bölümü Alt Boyut Puanlarının Karşılaştırılması	40
Tablo 8. Memnuniyeti Etkileyen Faktörleri Belirlemek İçin Yapılan Lojistik Regresyon Analizi (Demografik Özellikler)	46
Tablo 9. Memnuniyeti Etkileyen Faktörleri Belirlemek İçin Yapılan Lojistik Regresyon Analizi (Ölçek Puanları)	47

KISALTMALAR

TMS	: Türkiye Muhasebe Standartları
TMSK	: Türkiye Muhasebe Standartları Kurulu
TFRS	: Türkiye Finansal Raporlama Standartları
TESMER	: Temel Eğitim ve Staj Merkezi
TÜRMOB	: Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliği
SERVQUAL	: Service Quality
SERVPERF	: Service Performance
GSM	: Global System for Mobile Communications
SPSS	: Statistical Package for Social Sciences

GİRİŞ

Toplumun, insanların hayatlarını bir arada sürdürmelerinin doğal neticesi olan hizmet kavramı; elle tutulamayan, kolaylıkla tüketilebilen soyut unsurlar ve tüketme ihtiyacı duyanlara sunulan malzemelerin karşılığıdır. Hizmet kavramı, madde hizmeti ve kişi hizmeti olarak iki farklı şekilde incelenebilmektedir. Madde hizmeti, faydalanılan malzemelerden elde edilen sonuçtur. Kişi hizmeti ise, hizmet alınan kişilerin sunmuş olduğu faaliyetlerin sonucudur (Zengin ve Erdal, 2000: 43-56).

Hizmet kalitesi, ihtiyaçların ve gereksinimlerin karşılanmasına ve sunulan hizmetin müşterilerin beklentilerini ne kadar iyi karşıladığına odaklanmak olarak tanımlanmaktadır. Algılanan hizmet kalitesi ise, hizmetle ilgili tüketicinin değerlendirmesi veya tutumu olup, tüketicilerin hizmet beklentileri ile gerçek hizmet performansı algılarının karşılaştırılmasından elde edilen sonuçlardır (Adil vd., 2013). Hizmet kalitesi kavramının öneminin günden güne arttığı bilinmektedir. Birçok sektörde hizmet kalitesinin ölçülmesine yönelik çalışmalar yapılmaktadır ancak, muhasebe alanında yapılan çalışmaların az sayıda olduğu görülmektedir (Banar ve Ekergil, 2010: 39-60).

Hizmet sektöründe artan rekabet ortamından, tüm işletmelerde olduğu gibi muhasebe meslek mensupları da etkilenmektedir. Muhasebe meslek mensuplarının sundukları hizmetlerin daha iyi seviyeye taşınması ve rakipleri ile rekabet edebilecek duruma gelmesi için hizmet kalitesini etkileyen unsurların belirlenmesi, işletmenin başarı hedeflerini gerçekleştirmesi noktasında katkı sağlayacaktır (Ustaahmetoğlu vd., 2013: 239-254).

Hizmet kalitesinin ölçümü amacıyla birtakım ölçekler geliştirilmiştir. Bu ölçeklerden biri Parasuraman ve arkadaşları tarafından geliştirilen ve hizmet kalitesinin ölçülmesinde en sık kullanılan SERVQUAL (Service Quality) ölçeğidir (Akyol, 2013: 46; Parasuraman, 1988: 12-40). SERVQUAL ölçeği hizmet kalitesi kavramını beklenen hizmet ile algılanan hizmet arasındaki fark olarak ele almaktadır. Ölçeğin ilk oluşturulan hali hizmet kalitesini ölçmeye yönelik 44 madde ve 10 alt boyuttan (güvenilirlik, yeterlilik, sorumluluk, ulaşılabilirlik, saygınlık, iletişimlilik, dürüstlük, güven, anlaşılabilirlik, görünüm) oluşmaktadır. Daha sonra yapılan ileri araştırmalar neticesinde 5 boyuta (fiziksel unsurlar, güvenilirlik, heveslilik, güven, empati) düşürülmüştür. 2 bölümden oluşan ölçeğin ilk 22 maddesi beklenen hizmet kalitesini, ikinci 22 maddesi ise algılanan

hizmet kalitesini ölçmektedir (Parasuraman, 1985: 41-50, Parasuraman, 1988: 12-40). Yapılması planlanan araştırmada ise SERVQUAL modeli kullanılarak, muhasebe meslek mensuplarının hizmet kalitesinin ve hizmet kalitesini etkileyen faktörlerin belirlenmesi ve bunun müşteri memnuniyetine etkisinin saptanması amaçlanmaktadır.



BİRİNCİ BÖLÜM

1. MUHASEBE VE MUHASEBE MESLEĞİ

Bu bölümde muhasebe kavramı ve muhasebe mesleği detaylıca incelenmiş, muhasebe meslek mensuplarına ait bilgilere yer verilmiştir.

1.1. Muhasebe Kavramı

Muhasebe, işletmelerin iktisadi faaliyetleri neticesinde ortaya çıkan, varlıkları ve yükümlülükleri üzerinde değişme yaratan mali nitelikli işlemleri (para ile ifade edilebilen) kaydeden, sınıflandıran, özet haline getirerek rapor eden ve bu verilerin sonuçlarını analize tabi tutarak yorumlayan bilgi sistemidir (TDK).

İşletmelerin faaliyetleri sonucunda günlük hayatta ihtiyaç duyduğumuz mal ve hizmetler üretilir. Büyüklükleri ve şekilleri fark etmeksizin, işletmelerdeki faaliyetlerin çoğunluğu kıymet hareketine neden olur. Mali nitelikli bu işlemler, işletmenin varlıkları ile kaynaklarında artışlara ve azalışlara neden olur. Örnek olarak para karşılığı mal alınması nakit varlığı stoka dönüştürür. Bu malın daha sonra kredili olarak satılması stoku alacağına dönüştürür. Devamlı tekrarlanan mali nitelikli işlemlere dayalı verilerin toplanıp işlenerek işletme ile ilgili kişilerin ve grupların faydasına sunulması gerekir. Muhasebe bu görevi üstlenen bilgi sistemidir (“Finansal Muhasebe”, 2019: 3).

Başka bir tanımda ise muhasebe kavramı, bir işletmenin kaynaklarının meydana gelişini, bu kaynakları kullanma biçimini, işletmenin işlemleri neticesinde açıklanan bilgileri üreten ve bunları ilgili kişi ve kuruluşlara ileten bir bilgi sistemidir şeklinde tanımlanmıştır (Sevilengül, 2007: 9).

1.2. Muhasebenin Sınıflandırılması

Muhasebenin temel işlevi, ilgili işletmenin refahı ile ilgilenen farklı taraflar için gerekli bilgileri sağlamaktır. Yönetimin ve dışarıdan gelenlerin ihtiyaçlarına hizmet etmek için çeşitli yeni muhasebe dalları geliştirilmiştir. Muhasebenin ana dalları şunlardır (Kaibel ve Loveday, 2018):

- 1.Finansal Muhasebe
- 2.Maliyet Muhasebesi
- 3.Yönetim Muhasebesi

1.2.1 Finansal Muhasebe

Finansal muhasebe, işletme içinde ve dışında işletme faaliyetleri ile ilgili iş ve işlemleri izler ve bu işlemler neticesinde oluşan borç ve alacakların hesaplara kaydedilmesini sağlayarak işletmelerin mali durumunu gösterir (Gürbüz ve Özdemir, 2016: 137-154).

Varlık, sermaye ve borç değişikliklerini tespit eden ve bir hesap dönemi içindeki başarıyı yani kar ve zararı belirleyen muhasebe türüdür (“Finansal Muhasebe”, 2019: 3). Finansal muhasebenin amacı, işletmenin finansal durumunu etkileyen olay ve işlemlerin para ile ifade edilebilen sonuçlarını işletme dışındaki kişi ve kurumlara aktarabilmektir (Atılğan, 2019).

1.2.2. Maliyet Muhasebesi

İşletmede üretilen mamullerin ve hizmetlerin maliyetinin tespit edilerek rapor edilmesi yolu ile faydalanıcılara bilgi sunan muhasebe dalına maliyet muhasebesi denir. Maliyet muhasebesinin konusunu mamul ve hizmetlerin maliyet fiyatlarının tespit edilmesi, giderlerin kontrol edilmesi ve satış fiyatının belirlenmesi gibi konular oluşturmaktadır (Yürekli, 2017: 137-168).

1.2.3. Yönetim Muhasebesi

İşletme yöneticilerine işletme yönetiminde karar vermelerinde yardımcı olmak için finansal muhasebe ve maliyet muhasebesinden elde edilen verilerden yararlanarak bilgi ve raporları düzenleyen, yorumlayan, yıllık bütçe ve standart uygulamaları ile kontrol olanağı sağlayan muhasebe türüdür. Yönetim muhasebesinin amacı, yöneticilerin sağlıklı karar almada gereksinim duydukları sayısal bilgilerin kendilerine sağlanmasıdır (Köse, 2007: 215-234).

1.3. Muhasebenin Temel Kavramları

Muhasebe, işlem ve olayları kayıt altına alırken belirli kurallara uyar. Bu sayede, muhasebe uygulamaları belli başlı kurallara dayandırılarak uygulamada ortaya çıkabilecek karışıklıkların önlenmesi, faydalanıcılara sağlıklı güvenilir ve karşılaştırılabilir bilgi sunulması sağlanır. Muhasebenin temel kavramları aşağıda belirtilmektedir (Kaibel ve Loveday, 2018).

- **Sosyal Sorumluluk Kavramı:** Bu kavram, muhasebe uygulamaları sonucunda elde edilen çıktıların rapor edilmesinde belirli kişi ve grupların aksine, toplumun tamamının çıkarlarının gözetilmesini gerektirir. Muhasebenin böyle bir sorumluluk üstlenmesi halinde ortaya çıkan bilgiler tarafsız, adil ve gerçeğe uygun olabilir. Ancak bu şekilde elde edilen bilgiler adil, tarafsız ve gereğe uygun olabilir.
- **Kişilik Kavramı:** Kişilik kavramı, işletmenin sahibi olan bireyleri işletmenin kendisinden ayırır. Bir ekonomik birim, hukuki yapı açısından ne olursa olsun muhasebede, işletmenin sahiplerinden ayrı ve farklı bir "kişi" olarak ele alınır. Böylece işlemler, işletme sahibini etkilediği gibi değil, işletmeyi etkilediği şekilde kaydedilir.
- **İşletmenin Sürekliliği Kavramı:** Devamlılık varsayımı olarak da adlandırılan süreklilik kavramı, aksi yönde bir kanıt olmadığı sürece bir ticari girişimin belirsiz bir gelecekte faaliyetlerine devam edeceğini belirten önemli bir kavramdır; yani işletmenin yakın gelecekte tasfiye edilmesi beklenmemektedir. Bir ticari işletmenin yakın gelecekte tasfiye edilmesi bekleniyorsa, bu varsayıma dayalı geleneksel muhasebeye uygun olmayacaktır.
- **Parayla Ölçme Kavramı:** Bu kavram, ticari işlemlerin para cinsinden ifade edildiğini savunur. Muhasebeciler finansal bilgilerle ilgilendikleri için, periyodik olarak ölçülmesi, raporlanması ve karşılaştırılması gereken çeşitli işlem ve faaliyetleri ifade etmede kullanılabilecekleri tek pratik ölçü birimi paradır. Tüm kayıtlar ulusal para birimine çevrildiğinde hesaplar hazırlanır.
- **Dönemsellik Kavramı:** Bu kavram, bir dönem için gelir elde etmek amacıyla yapılan tüm harcamaların aynı dönemde muhasebeleştirilmesi gerektiğini belirtir. Hasılat ileriki bir döneme aktarılacak üzere devredilmiş (ertelenmiş) ise, ilgili giderler de o hasılatın elde edilmesinde katlanıldığı için devredilmeli veya ertelenmelidir. Böylece, bir dönemin kazanılan geliri, dönemin net kârına veya net zararına ulaşmak için aynı dönemin ilgili giderleriyle 'eşleştirilir'. Dönemsellik kavramı, tahakkuk esaslı muhasebeye dayanmaktadır.
- **Maliyet Esası Kavramı:** Para mevcudu, alacaklar ve maliyetinin belirlenmesi mümkün veya uygun olmayan diğer kalemler hariç, işletme tarafından edinilen

varlık ve hizmetlerin muhasebeleştirilmesinde, bunların elde edilme maliyetlerinin esas alınması gereğini ifade eder.

- **Tarafsızlık ve Belgelendirme Kavramı:** Sosyal sorumluluk kavramının yerine getirilebilmesi amacıyla muhasebe kayıtlarının gerçek durumu yansıtan ve usulüne uygun düzenlenen gerçekçi belgelere dayanması gerekir. Buna göre muhasebe kayıtları tahmin gibi sübjektif ögeler yerine, fiş, fatura, makbuz, senet gibi belgelere dayandırılmalıdır.
- **Tutarlılık Kavramı:** Genellikle, bir kalemin muhasebe ilkelerini ihlal etmeden hesaplarda işlem görebileceği birden fazla yol vardır. Bu kavram, raporlayan kuruluş bir yöntem seçtikten sonra, benzer tüm kalemler için yıldan yıla uygulanması gerektiğini belirtir. Örneğin, bir şirket motorlu araçların amortismanında doğrusal amortisman yöntemini seçmişse, karşılaştırılabilirliği sağlamak için tüm araçlar için tutarlı bir şekilde kullanılmalıdır. Bu konseptin uygulanması şunlara yardımcı olur: (i) rapor edilen sonuçların kısa vadeli manipülasyonunu önlemek; (ii) farklı muhasebe dönemleri boyunca firma içinde karşılaştırmaları kolaylaştırmak (firma içi karşılaştırmalar); ve (iii) farklı kuruluşlar arasında karşılaştırmayı kolaylaştırmak (firmalar arası karşılaştırmalar)
- **Tam Açıklama Kavramı:** Bu kavram mali tabloların açık, anlaşılabilir ve yeterli olmasını gerektirir. Bu şekilde bu tablolardan faydalananak kişi ve kurumların doğru kararlar almalarına yardımcı olmaktadır.
- **İhtiyatlılık Kavramı:** İşletmelerin faaliyetleri itibariyle çeşitli risklerle karşılaşabileceği göz önünde tutulmalıdır. Muhasebenin bu olaylar karşısında temkinli davranmasını ifade eder.
- **Önemlilik Kavramı:** Bu kavram önemli finansal olayların ve önemli hesap kalemlerinin mali tablolarda yer alması gerekliliğini açıklamaktadır. Mali bir olayın değeri mali tablolara bakılarak yapılabilecek değerlemeleri, alınacak kararları etkileyebilmelidir.
- **Özün Önceliği Kavramı:** Finansal işlemler ve olaylar muhasebeye yansıtılırken özün biçimden öncelikli tutulması gerekliliğini belirtir. acikders.ankara.edu.tr (25.07.2022).

1.4. Muhasebenin Tarihsel Gelişimi

Muhasebenin ilk hangi tarihte ve ne şekilde ortaya çıktığı tam olarak bilinmemektedir. Ancak muhasebe insanlık tarihi kadar eski kabul edilmektedir. Kazılar sırasında bulunan eserlere göre, eski Mısır, Babil ve Sümer kil tabletleri ve papirüsleri üzerindeki yazıtların ve hesaplama özetlerinin varlığı bu görüşü desteklemektedir (Meriç, S. 2018: 5).

Cumhuriyet öncesi dönemde muhasebe çalışmalarına bakıldığında, devlet muhasebesinin Tanzimat'a kadar muhasebe düşüncesini etkilediği görülmektedir. Osmanlı Devleti, Merdiven Yasası adı verilen ulusal bir muhasebe yasasını kabul etti. Henüz gelişmemiş olan özel sektör, genellikle küçük ve orta ölçekli işletmeler olarak kalmış, basit kayıt ile ödeme kaydı ihtiyacı karşılanmaya çalışılmıştır (Güvemli, O. 2012: 122-149).

Tanzimat'tan sonra muhasebe mesleğini etkileyen en önemli gelişme 1850'de onaylanan Kanunname-i Ticaret olmuştur. 1807'de Fransa'da yürürlüğe giren Code Commerce'in birinci ve üçüncü ciltlerinin çevirilerinden oluşan söz konusu kanun, muhasebe uygulamasını etkileyen ilk kanundur. İlk kez bu kanunda çift yanlı defter tutmaya ilişkin muhasebe kuralları yer almıştır. Ayrıca defter ve demirbaşlarla ilgili ilk düzenlemeler anılan kanunda yer almıştır. Bununla birlikte, o zamanlar Osmanlı Devletinde çift yanlı defter tutmayı bilen muhasebeciler yoktu ve çift yanlı defter tutmayı açıklayan kitaplar yoktu (Yünlü, M. 2020: 180-192).

Cumhuriyet dönemi 1924 Anayasası ve 1925'te kabul edilen Türk Medeni Kanunu'nu izleyen ilk kanun 1926 Ticaret Kanunudur. 1926'da yürürlüğe konulan Türk Ticaret Kanunu, 1850 yılında başlatılan Kanunname-i Ticaret'in zamanın koşullarına göre yenilenmesiyle oluşturulmuştur. Kanun, şirket hesaplarının nasıl tutulduğuna ve kârın nasıl hesaplanacağına vurgu yapmış, envanter kontrolü, bilanço, kâr zarar tablosu gibi konuları hesap dönemlerine göre kabul edilmiştir (Uçma, 2012:145-178). Bu kanun, Cumhuriyet'in defter tutma ve çift yanlı defter tutmaya ilişkin ilk yasal düzenlemesi olmuştur. Osmanlı İmparatorluğu gibi Cumhuriyet döneminde de Türk ticaret hukuku bir muhasebe mesleğinin oluşmasına öncülük etmiştir. Bilançolar ve envanter defterleri, yevmiye defteri ve kopya defteri tutulması zorunlu defterlerdir (Güvemli, O. 2012: 122-149).

1930'lu yıllarda karma ekonomiye geçişle birlikte yeni bir dönem başlamıştır. Bu dönem muhasebe mesleğinin gelişme dönemi olarak adlandırılabilir. Bu dönemde yasal düzenlemeler hızla yürürlüğe girmiştir. Muhasebe eğitiminde yaşanan gelişmeler, vergi temelli muhasebe uygulamaları ve iktisadi devlet teşekkülleri yeni bir muhasebe düşüncesinin oluştuğunu göstermektedir (Yünlü, M. 2020: 180-192).

Alman ticaret hukukuna dayanan 856 sayılı Ticaret Kanunu'nun 1926 yılında yürürlüğe girmesiyle Alman muhasebe literatürü bir dönem Türkiye'de etkili olmuştur. 1950 yılında Genel Vergi Reformu ile çıkarılan Gelir Vergisi ve Vergi Usul Kanunu ile 1956 yılında çıkarılan 6752 sayılı Ticaret Kanunu muhasebe alanında önemli gelişmelere yol açmıştır. 1960 yılından bu yana, 1971 yılında kurulan Tekdüzen Muhasebe Sistemi Uygulama Komisyonu ile Tekdüzen Hesap Planına geçiş hızlandırılmıştır. Bankalar için Tekdüzen Hesap Planı 1986 yılında uygulamaya konulmuştur. 1992 yılında muhasebe kuralları ile muhasebe ilkeleri standartlaşmış, Maliye Bakanlığı Tekdüzen Muhasebe Sistemi Hakkında Yönetmelik çıkarmış ve 1994 yılında Tekdüzen Hesap Planı yürürlüğe girmiştir (Bahadır ve Tolga, 2013: 388-404).

Genel olarak, Türk muhasebe sistemi Kıta Avrupası muhasebe sisteminden Anglo-Sakson muhasebe sistemine geçiş yapmıştır. Günümüzde karma sistemin özellikleri, her iki sistemin özelliklerini yansıtmaktadır. Halihazırda TMS (Türkiye Muhasebe Standartları) kullanılmaktadır. Türkiye Muhasebe Standartları Kurulu (TMSK), ülkemizde 15.12.1999 tarih ve 4487 sayılı Muhasebe Standartlarının (Türkiye Muhasebe Standartları – TMS) Oluşturulmasına Dair Kanun ile kurulmuştur. TMSK, Türk Ticaret Kanunu Tasarısı'nın 88. Maddesi ile Türkiye'de muhasebe standartlarını belirleyen tek kurul olarak akredite edilmiştir. Ülkemizde şirketler, 13 Haziran 2013 tarih ve 28676 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Sermaye Piyasasında Finansal Raporlamaya İlişkin Esaslar Tebliği çerçevesinde Avrupa Birliği tarafından kabul edilen Uluslararası Muhasebe/Finansal Raporlama Standartları'nı uygulamaktadır. Buna dayanarak TMSK'ca yayımlanan TMS/IFRS esas alınır (Atılğan, 2019: 7).

1.5. Muhasebe Mesleği

Muhasebe meslek mensubu, bir şirket hakkında güvenilir bilgilerin toplanması, kaydedilmesi, sınıflandırılması, yorumlanması ve bu bilgilerden yararlanan grubun amaçlarına uygun olarak sunulmasına yönelik işlemleri gerçekleştirmek suretiyle muhasebe biliminde uzman kişidir (Akyüz ve ark., 2018: 298-327).

Muhasebe mesleği ile uğraşanlar Devlete, topluma, meslek kuruluşlarına, müşterilere ve kendilerine hesap vermelerini gerektiren meslekleğe sahiptirler. Muhasebenin ürettiği bilgiler ister işletme içini ister işletme dışını ilgilendirsin sonuç olarak bu taraflar arasında devlet de bulunduğu için bir anlamda toplumu ilgilendirir. Bu mutlak sorumluluk gerektirir. Muhasebe mesleği, ekonomik ve mali yapıların sağlıklı bir şekilde işleminde önemli rol oynamakta, işletme ve devlet ile ilişkisi giderek artan bir önem arz eden bir meslek haline gelmektedir (Sayım ve Usman, 2016: 105-122).

Günümüzde sürekli olarak ekonomik olaylar, ihtiyaçlar ve ekonomideki aktörler, birbirlerini etkileyerek değişmekte, gelişmekte ve çeşitlenmektedir. Bu sebeple muhasebe mesleğinden talep edilen nitelikler artmaya başlamış, geleneksel muhasebe işlemlerinin yanında bazı muhasebe dışı fonksiyonları olan yeni yeterlilikler ortaya çıkmıştır. İşletmelerin daha etkin çalışması, işletme ile ilgili bilgileri faydalanıcılara daha hızlı, sağlıklı ve güvenli biçimde sunabilmesi için muhasebe elemanının tüm bu niteliklere yeterli düzeyde sahip olması gereklidir (Karasioğlu ve ark. 2018: 19-40).

Sonuç olarak, muhasebe mesleği, sunduğu hizmet kalitesi ve beklenti düzeyi yüksek, çalışmalarını kanunlara ve ilkelere uygun, adil, objektif, nesnel ve güvenilir bir tutumla devam ettiren, öğrenmeyi yaşayış tarzı haline getiren, sürekli değişim ve gelişimi benimseyen, kendisine, teknolojiye ve eğitime yatırım yapan kişilere ihtiyaç duymaktadır. Ayrıca iletişim becerileri gelişmiş ve liderlik yapabilen, analitik düşünme becerisi yüksek, müşteri odaklı, işletme içinde elde edilen bilgiyi yönetebilen, teknolojiye hakim, dürüstlük, bağımsızlık, güvenilirlik, sır saklama gibi değerleri de barındıran, yabancı dil konuşabilen ve uluslararası ilişkilerde görev alabilen kişilerin çalıştığı bir iş alanıdır (Alkan, 2011: 72).

1.5.1. Meslek Mensupları

Muhasebe meslek mensubu, çeşitli eğitim, staj ve uygulamalarda edindiği muhasebe ile ilgili bilgi, beceri ve deneyimlerini talep eden müşterilerine, bireylere ve hizmet talep edenlere muhasebecilik mesleği ile ilgili kanunların ve mesleki kuruluşların belirlediği sınırlar içerisinde paylaşarak mesleki hayatını devam ettiren bir profesyoneldir (Civelek ve Durukan, 1997).

Türkiye'de muhasebe meslek mensuplarının çalışma biçimi araştırıldığında, 1989 yılında 3568 sayılı Kanun yürürlüğe girene kadar, ülkenin mali müşavirlik ve muhasebecilik ihtiyacını karşılamak üzere herhangi bir meslek kuruluşunun kurulmadığı

görülmektedir. Bu tarihe kadar muhasebe ve vergi ile uğraşan kişiler mali müşavir, uzman muhasip, vergi uzmanı, serbest hesap uzmanı gibi çeşitli unvanlar altında çalışmalarını sürdürmüşlerdir. 1932'den beri meslekleri düzenlemek için çeşitli taslaklar hazırlandı, ancak bunlar henüz yürürlüğe girmedir. Türkiye muhasebe mesleği köklü bir geçmişe sahip olup, Türkiye'de muhasebe mesleğinin yasal düzenlemesi 1 Haziran 1989 tarihinde kabul edilen ve 13 Haziran 1989 tarihinde Resmi Gazete'de yayımlanan 3568 sayılı Kanun ile gerçekleştirilmiştir. Bu kanun ile muhasebe mesleği ilk defa meslek olarak tanımlanmıştır (TESMER, 2010: 14).

Bu kanunla birlikte muhasebe meslek mensuplarının mesleğin konusu olan alanlar, defter tutma hizmeti (muhasebe kayıtlarının tutulması), müşavirlik hizmeti, denetim ve tasdik hizmeti olarak dört başlık altında toplanmaktadır. Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler defter tutmanın yanında müşavirlik ve denetim hizmeti de verebilirler, fakat tasdik yetkileri bulunmamaktadır. Yeminli Mali Müşavirler ise müşavirlik, denetim ve tasdik hizmetlerini yerine getirirler, Kanun gereğince defter tutmalarına müsaade edilmemiştir (TESMER, 2010: 19).

3568 sayılı Kanun 52 esas ve 8 geçici maddeden oluşur. Muhasebe mesleğinin konusu, iki temel grup altında toplanmaktadır. Birinci grupta muhasebecilik ve mali müşavirlik, ikinci grupta yeminli mali müşavirlik ele alınmıştır (Başer, 1999).

3568 Sayılı Kanun, muhasebecilik mesleğinin kimler tarafından ve nasıl icra edileceğine dair ilk yasal düzenleme olup, bu mesleği icra etmeye hak kazananların üç farklı unvanını belirlemiştir (Türkiye Cumhuriyeti Resmi Gazete (20194) 13.06.1989). Bunlar;

- Serbest Muhasebeci Mali Müşavir
- Yeminli Mali Müşavir
- Serbest Muhasebeci (10/7/2008 tarihli ve 5786 sayılı Kanunun 19 uncu maddesiyle; bu maddede yer alan ""Serbest Muhasebecilik"", ""Serbest Muhasebeci"", ibareleri madde metninden çıkarılmıştır.)

1.5.1.1. Serbest Muhasebeci Mali Müşavir

Serbest muhasebeci mali müşavir, gerçek ve tüzel kişilere ait teşebbüs ve işletmelerin aşağıda sayılan işlerini bir işyerine bağlı olmaksızın yapanlara denir. Bu işler başlıca;

- a) “Genel kabul görmüş muhasebe prensipleri ve ilgili mevzuat hükümleri gereğince, defterlerini tutmak, bilanço kâr-zarar tablosu ve beyannameleri ile diğer belgelerini düzenlemek ve benzeri işleri yapmak.”
- b) “Muhasebe sistemlerini kurmak, geliştirmek, işletmecilik, muhasebe, finans, malî mevzuat ve bunların uygulamaları ile ilgili işlerini düzenlemek veya bu konularda müşavirlik yapmak.”
- c) “Yukarıdaki bentte yazılı konularda, belgelerine dayanılarak, inceleme, tahlil, denetim yapmak, malî tablo ve beyannamelerle ilgili konularda yazılı görüş vermek, rapor ve benzerlerini düzenlemek, tahkim, bilirkişilik ve benzeri işleri yapmaktır (T.C. Resmi Gazete (20194, 13.06.1989).”

1.5.1.2. Yeminli Mali Müşavir

Serbest muhasebeci mali müşavirlere ait yukarıda sayılan (b) ve (c) maddelerinde sayılan görevleri bulunmakla beraber Kanunun 12’nci maddesine göre çıkartılacak yönetmelik çerçevesinde tasdik işlerini yapanlara Yeminli Mali Müşavir denilmektedir (T.C. Resmi Gazete (20194, 13.06.1989).

1.5.2. Meslek Mensubu Olabilmenin Genel ve Özel Şartları

Aşağıdaki bölümde muhasebe meslek mensubu olabilmenin genel ve özel şartları belirtilmiştir.

3568 sayılı serbest muhasebeci mali müşavirlik ve yeminli mali müşavirlik kanunu 4. maddesine göre meslek mensubu olabilmenin genel şartları şunlardır:

- a) “T.C. vatandaşı olmak (yabancı serbest muhasebeci mali müşavirler hakkındaki hüküm saklıdır).”
- b) “Medeni hakları kullanma ehliyetine sahip bulunmak.”
- c) “Kamu haklarından mahrum bulunmamak.”
- d) “Türk Ceza Kanununun 53 üncü maddesinde belirtilen süreler geçmiş olsa bile; kasten işlenen bir suçtan dolayı bir yıl veya daha fazla süreyle hapis cezasına ya da affa uğramış olsa bile devletin güvenliğine karşı suçlar, Anayasal düzene ve bu düzenin işleyişine karşı

suçlar, zimmet, irtikâp, rüşvet, hırsızlık, dolandırıcılık, sahtecilik, güveni kötüye kullanma, hileli iflas, ihaleye fesat karıştırma, edimin ifasına fesat karıştırma, suçtan kaynaklanan malvarlığı değerlerini aklama veya kaçakçılık suçlarından mahkûm olmamak.”

e) “Ceza veya disiplin soruşturması sonucunda memuriyetten çıkarılmış olmamak.”

f) “Meslek şeref ve haysiyetine uymayan durumları bulunmamak.”

3568 sayılı serbest muhasebeci mali müşavirlik ve yeminli mali müşavirlik kanunu 5. maddesine göre serbest muhasebeci mali müşavir olabilmenin özel şartları şunlardır:

a) “Hukuk, iktisat, maliye, işletme, muhasebe, bankacılık, kamu yönetimi ve siyasal bilimler dallarında eğitim veren fakülte ve yüksekokullardan veya denkliği Yükseköğretim Kurumunca tasdik edilmiş yabancı yükseköğretim kurumlarından en az lisans seviyesinde mezun olmak veya diğer öğretim kurumlarından lisans seviyesinde mezun olmakla beraber bu fıkra da belirtilen bilim dallarından lisansüstü seviyesinde diploma almış olmak.”

b) “En az üç yıl staj yapmış olmak.”

c) “Serbest muhasebeci mali müşavirlik sınavını kazanmış olmak. Vergi inceleme yetkisini almış ve mesleki yeterlilik sınavında başarılı olduktan sonra yeminli mali müşavirlik sınavını vermiş olanlarda, serbest muhasebeci mali müşavirlik sınavını kazanmış olma şartı aranmaz.”

d) “Serbest muhasebeci mali müşavirlik ruhsatını almış olmak.”

3568 sayılı serbest muhasebeci mali müşavirlik ve yeminli mali müşavirlik kanunu 9. maddesine göre yeminli mali müşavir olabilmenin özel şartları şunlardır:

a) “En az 10 yıl serbest muhasebeci mali müşavirlik yapmış olmak.”

b) “Yeminli mali müşavirlik sınavını vermiş olmak.”

c) “Yeminli mali müşavir ruhsatını almış olmak.”

1.5.3. Muhasebe Mesleği İle İlgili Kuruluşlar

Aşağıdaki bölümde muhasebe mesleği ile ilgili kuruluşlara yer verilmiştir.

1.5.3.1. Odalar

3568 Sayılı Serbest Muhasebeci Mali müşavir ve yeminli mali müşavir kanunun 14. Maddesine göre; “Serbest muhasebeci mali müşavirler ve yeminli mali müşavirlerin odaları ayrı ayrı kurulur. Serbest muhasebeci mali müşavirler ve yeminli mali müşavirler

odaları, bu Kanunda yazılı esaslar uyarınca meslek mensuplarının ihtiyaçlarını karşılamak, mesleki faaliyetlerini kolaylaştırmak, bu mesleklerin genel menfaatlere uygun olarak gelişmesini sağlamak, meslek mensuplarının birbirleriyle ve iş sahipleri ile olan ilişkilerinde dürüstlüğü ve güveni hakim kılmak üzere meslek disiplini ve ahlakını korumak maksadıyla kurulan, tüzelkişiliğe sahip, kamu kurumu niteliğinde meslek kuruluşlarıdır (T.C. Resmi Gazete (20194, 13.06.1989).”

“Bölgesi içinde kendi mesleği konusunda en az 250 meslek mensubu bulunan il merkezlerinde ve bölgesi içinde 250 meslek mensubu bulunan ilçelerde (Büyükşehir belediyesi sınırları içindeki ilçeler hariç) bir oda kurulur. Aynı ayrı kurulan serbest muhasebeci mali müşavirler ve yeminli mali müşavirler odaları, bulundukları ilin veya ilçenin adıyla anılır. Ancak, ilçelerde oda kurulabilmesi için o ilçedeki en az 100 meslek mensubunun yazılı başvurusu aranır. Yeterli sayıda meslek mensubu bulunmayan ve oda kurulamayan yerlerin en yakın odaya bağlanmasına veya bölge odaları kurulmasına Birlikçe karar verilir. Bu karar Maliye Bakanlığına bildirilir. Odalar, kuruluşlarını Birlik Yönetim Kurulu aracılığıyla Maliye Bakanlığına bildirmekle tüzelkişilik kazanırlar. Odalara üye olmayan meslek mensupları mesleki faaliyette bulunamazlar (T.C. Resmi Gazete (20194, 13.06.1989).”

Odalar, 3568 sayılı kanunun 16. Maddesinde belirtilen gelirlere sahiptir. Bu gelirler;

- a) “Odaya giriş ücreti,”
- b) “Yıllık üye aidatları,”
- c) “Yardım ve bağışlar,”
- d) “Mesleki eğitime yönelik kurs ve staj ücretleri ile diğer çeşitli gelirler.”

Odaların 3568 sayılı kanunun 17. Maddesine göre 4 adet organı bulunmaktadır. Bunlar;

- a) “Genel Kurul,”
- b) “Yönetim Kurulu,”
- c) “Disiplin Kurulu,”
- d) “Denetleme Kurulu’dur.”

1.5.3.2. Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliği (TÜRMOB)

3568 Sayılı Serbest Muhasebeci Mali müşavir ve yeminli mali müşavir kanunun 28. Maddesine göre; “Serbest muhasebeci mali müşavirler ve yeminli mali müşavirlere ait bütün Odaların katılacağı Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliği kurulur. Birlik, tüzelkişiliğe sahip kamu kurumu niteliğinde meslek kuruluşudur. Birliğin merkezi Ankara'dadır.”

Birliğin görevleri 3568 sayılı kanunun 29. Maddesinde gösterilmiştir. Bunlar;

- a) “Mesleğin geliştirilmesi ile ilgili çalışmalar yapmak.”
- b) “Meslek mensuplarının menfaatlerini, mesleki ahlak, düzen ve geleneklerini korumak.”
- c) “Odaları ilgilendiren konularda yetkili mercilere görüş bildirmek.”
- d) “Odalar arasında çıkacak mesleki anlaşmazlıkları kesin olarak çözümlemek, uyulması zorunlu meslek kurallarını belirlemek.”
- e) “Bu Kanuna göre çıkarılacak yönetmelikleri hazırlamak.”
- f) “Milli ve milletlerarası mesleki kuruluşlara üye olmak, milletlerarası mesleki toplantılara katılmak.”
- g) “Maliye Bakanlığınca verilecek görevleri yerine getirmek.”
- h) “Kanunlarla verilen diğer görevleri yapmak ve mesleki konularda resmi makamlarca istenen bilgi ve görüşleri vermektir.”

“Birliğin gelirleri, birliğe dahil odaların gelirlerinden alınacak paylar ile birliğe ait mal varlığından sağlanan gelirler, ruhsatname ücretleri ve genel hükümler çerçevesinde elde edilen bağış ve yardımlardan meydana gelir.”

Birliğin organları aşağıda gösterilen kurullardan meydana gelir.

- a) “Genel Kurul,”
- b) “Yönetim Kurulu,”
- c) “Disiplin Kurulu,”
- d) “Denetleme Kurulu.”

1.5.3.3. Temel Eğitim Staj Merkezi (TESMER)

Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliği TÜRMOB tarafından 1993'te faaliyete geçirilen Temel Eğitim Staj Merkezi TESMER, aday meslek mensuplarına (stajyer) yönelik eğitim ve sınav hizmetlerinin yerine getirildiği bir merkezdir.

TESMER tarafından üretilen projelerin eksiksiz yerine getirilebilmesi düşüncesiyle, pek çok ilde TESMER Şubesi kurulmuştur. Şube bulunmayan illerdeki hizmetler ise Odalar tarafından verilmektedir. İllerdeki TESMER şubeleri ile Odalar, Merkez tarafından hazırlanan projelerin uygulanmasında önemli ve etkin bir rol oynamaktadırlar.

TESMER, ülkemizde bir ilk olan eğitim sistemiyle, aday meslek mensuplarının temel bilgilerindeki eksiklikleri tamamlamalarına ve mesleki gelişimlerine yardımcı olmaktadır. Staja Giriş Sınavında başarılı olarak staja başlayan aday meslek mensupları, staj yerinde bilgi ve deneyimlerini artırırken, bu süre içinde bilgi ve yetkinliklerini güçlendirmek amacıyla uzaktan eğitim programına da katılmaktadırlar <http://www.tesmer.org.tr/> (30.08.2022).

İKİNCİ BÖLÜM

2. HİZMET KALİTESİ VE LİTERATÜR TARAMASI

Bu bölümde hizmet, kalite, hizmet kalitesi kavramlarına yer verilmiş, araştırma konusuyla alakalı literatür incelemesi yapılmıştır.

2.1. Hizmet Kavramı

Hizmet kavramı, insanların ihtiyaçlarını karşılamak için belirli bir fiyattan satılan, mal bulundurmaya gerektirmeyen, fayda ve memnuniyet sağlayan soyut faaliyetler bütünüdür. (Dalgıç, A. 2013: 3) Diğer bir tanım ise hizmetler, tüketicilerin yaşamlarından kaynaklanan çoğunlukla fiziksel olmayan sorunları çözen veya çözümünü kolaylaştıran sistem, faaliyet ve faydaların toplamıdır (İslamoğlu ve ark. 2016: 17-18). Başka bir tanım da, doğrudan pazarlama için sunulan veya ürünlerin satışında sunulan faydalar ve doygunluklardır. Bu tanıma göre hizmetler iki gruba ayrılabilir (Altan ve ark. 2003: 2):

1. Üründen bağımsız olarak satılan avukatlık, sigorta gibi hizmetler ve diğer hizmetler.
2. Mal veya hizmet karşılığında satın alınan hizmetler. Örneğin, krediler, bakım, eğitim vb.

Murdick vd. hizmetlerin tanımlanması ile ilgili belirttiği bazı kriterler aşağıda sıralanmıştır (Murdick, 1990:86-95):

- Hizmetler soyuttur ve alıcının yararınadır.
- Müşteriler de hizmet üretim sürecine dahil olurlar.
- Hizmetler değişken, standart olmayan fayda sağlarlar.
- Hizmet süreci tamamlanana kadar hizmet veren ile müşteri arasında yoğun bir iletişim vardır.
- Hizmetler stoklanamaz ve üretilir üretilmez tüketilen bir yapıya sahiptir.
- Fiyatlandırma seçenekleri daha ayrıntılıdır.
- Hizmet kalitesinin ölçülmesi sübjektiftir.
- Hizmet üretimi emek yoğunudur.
- Hizmetler için kitle üretimi yapılamaz.
- Kalite kontrolü temel olarak süreç kontrolü ile sınırlıdır.
- Hizmet üretimi ve tüketimi eş zamanlı olarak gerçekleşir.

- Hizmetler patentlerle korunamaz.

2.2. Hizmetin Özellikleri

Hizmetler, ürünlerden farklılıklarını yansıtan çeşitli özelliklere sahiptir. Bunları, fiziksel varlığının olmaması, “soyutluk”; üretimle tüketimin birbirinden ayrılmaz olması, “ayrılmazlık”; “heterojenlik” (değişkenlik) ve “dayanıksızlık” tır (Mucuk, 2009: 307).

Hizmetin fiziksel varlığının olmaması, elle tutulamaz oluşudur. Alınmadan önce hizmetler görülmez, değeri hesaplanmaz ve dokunulamaz. Hizmetlerin satın alımı ve tüketilmesi tecrübeye dayalıdır.

Hizmetlerin ayrılmazlık özelliği, üretimin ve tüketimin birbirinden ayrılamamasını ifade eder. Üretim ve tüketim aşamaları aynı anda gerçekleştiği için birbirinden ayrılamazlar.

Hizmetlerin gerçekleştirilmesi üreticiden tüketiciye, tüketiciden tüketiciye ve günden güne değişebileceğinden, hizmet tekliflerinin standartlaştırılması emtialara göre daha zordur. Bu nedenle aynı sağlayıcı tarafından verilen hizmetin kalitesi zaman zaman farklılık gösterebilmektedir. Ayrıca, alıcıların üretim sürecine potansiyel müdahalesi, hizmetlerin heterojenliğini artırabilir.

2.3. Kalite Kavramı

Kalite, kusurların olmaması veya bir dereceye kadar olan mükemmellik olarak tanımlanmaktadır (Shewfelt, 1999: 197–200). Kalite, belirli bir hizmetten faydalanan kişilerin aldıkları hizmet ile ilgili bildirmiş oldukları kanaat şeklinde ifade edilmektedir. Bununla birlikte, bu belirli hizmetten faydalanan kişilerin, ihtiyaçlarının ve beklenen hizmet seviyesinin hangi derecede karşılandığına dair bir sonuçtur (Mergen, 1993: 25-33).

Teknolojik gelişme ve küreselleşmenin etkileri, hepimizin günlük hayatımızda özdeşleştirdiği kalite kavramı konusunda ortak bir anlayış oluşturmayı oldukça zorlaştırmıştır. Bu durumun nedeni kalitenin çok boyutlu bir yapı olarak görülmesidir. Kişisel ve sosyal öncelikler, hem öznel hem de nesnel olmak üzere farklı kalite boyutları gerektirir. Müşterinin ihtiyaç duyduğu özellik ve standartlara uygunluk, kalitenin farklı özellik ve standartlarla ayrı ayrı tanımlanabileceğini göstermektedir (Yatkın, 2004: 1-2).

Hizmet sektörünün gelişmesi ile birlikte kalite kavramı her alanda hissedilir hale gelmiş, müşteri ihtiyaç ve beklentilerinin farklılaşması ve sürekli gelişmesi ile ürün ve

hizmet üretiminde kalite temel amaç olarak kabul edilmiştir. Kalite kavramı, farklı zamanlarda uzmanlar tarafından farklı şekillerde tanımlanmıştır. Bu nedenle kalite, Juran'a göre kullanıma uygunluk, Crosby'ye göre koşullara uygunluk, Taguchi'ye göre sevkiyat sonrası toplumdaki kayıpların en aza indirilmesi ve Feigenbaum'a göre müşteri memnuniyetidir (Martin ve ark,2020:1-14).

2.4. Hizmet Kalitesi

Hizmet kalitesi, ihtiyaçların ve gereksinimlerin karşılanmasına ve sunulan hizmetin müşterilerin beklentilerini ne kadar iyi karşıladığına odaklanmak olarak tanımlanmaktadır. Algılanan hizmet kalitesi ise, hizmetle ilgili tüketicinin değerlendirmesi veya tutumu olup, tüketicilerin hizmet beklentileri ile gerçek hizmet performansı algılarının karşılaştırılmasından elde edilen sonuçlardır (Adil ve ark., 2013: 65-76). Hizmet sektörlerinde kalite bu hizmeti veren kişilerin performans dereceleri ile ilişkilidir (Zengin ve Erdal, 2000: 43-56) . Hizmet kalitesi, kuruluşlar tarafından giderek artmakla birlikte temel stratejik değer olarak kabul edilmektedir. Başarılı hizmet kalitesinden elde edilecek maliyetler ve başlıca faydalar: Memnuniyet duyan müşteri ve çalışanlar, çapraz satış fırsatı elde etme, yeni müşteri çekebilmek, müşteri ilişkilerinin geliştirilmesi, artan satışlar ve pazar payları, geliştirilmiş kurumsal imaj, daha düşük maliyetler, artan kar marjları ve iş performansıdır (Türk, 2009: 399-416).

2.4.1. Hizmet Kalitesi Boyutları

Hizmet kalitesi, hizmetlerin karakteristik özellikleri ve çeşitliliği nedeniyle basit tek bir ölçekle ölçülemeyecek kadar kapsamlı ve karmaşık bir kavramdır. Bu nedenle, bir işletmenin sunduğu hizmetlerin müşteriler tarafından nasıl algılandığını belirlemek için bazı kriterler geliştirilmiştir. Bunlar (Parasuraman vd. 1985: 47):

1-Güvenilirlik: Güvenilirlik kriteri, işletmenin söz verdiği hizmetleri doğru ve güvenilir bir şekilde yerine getirmesi ve tüm çalışanları ile müşterilerine sunduğu hizmetleri eksiksiz yerine getirmesidir. Çalışanların performansında tutarlı olması müşterilerin bakış açısında olumlu etki yapacaktır.

2- İlgililik: Personelin her zaman hizmet vermeye istekli ve hazır olması, şirket çalışanlarının algıladıkları hizmetten duydukları memnuniyeti artırmak için hizmetleri sunma hızları ve isteklilikleri ile ilgilidir.

3- Yetenek: Personel, hizmeti sorunsuz bir şekilde sağlamak ve hizmet sunumunda mümkün olduğunca az hata olmasını sağlamak için yeterli mesleki deneyim ve beceriye sahip olmalıdır.

4- Ulaşılabilirlik (Erişilebilirlik): Personel ve hizmete, kolay ve hızlı bir şekilde ulaşılabilmesi, müşterilerin hizmeti ulaşabilecekleri noktalarda bulabilmeleri ve zamanlamanın doğru olması ile ilişkilidir.

5- Nezaket: Çalışanların müşterilere hizmet verirken, verilen hizmetlere ilişkin olumlu algılarında nazik ve saygılı olmaları çok önemlidir.

6- İletişim: Bu standart, müşterinin isteklerinin kolay anlaşılmasını, müşterinin aldığı hizmetle ilgili bilgilerin kolay anlaşılmasını ve açık bir şekilde anlatılmasını, sorunun anlaşılması için uygun dilin kullanılmasını ve müşterinin iyi bir diyalog kurmasının önemli olduğunu göstermektedir.

7- İnanılrlık (Dürüstlük): Çalışanların ve şirketin müşterilere güvenilir olduğu izlenimini vermesi, şirketin müşterileri nezdinde oluşturduğu imajı da etkiler.

8- Güvenlik: Müşterinin içinde hiçbir şüphe kalmayacak şekilde sunulan hizmete güvenli bir şekilde ulaşmasının sağlanmasıdır.

9- Anlaşılabilirlik: Müşterilerimizin ihtiyaçlarını anlamak ve onları üzmeden bu ihtiyaçları belirlemeye ve karşılamaya çalışmak demektir.

10- Somut Özellikler (Görünüm): Kullanılabilir fiziksel tesislerin, malzemelerin, aletlerin ve ekipmanın mevcudiyeti ve işletme personelinin görünümü ve temizliği ile ilgilidir.

2.4.2. Hizmet Kalitesi Ölçüm Yöntemleri

Günümüzde teknolojik ekonomik ve sosyal gelişmelerle birlikte yaşam standartlarının iyileşmesi insanların hizmet beklentilerini artırmaktadır. Değişen yaşam koşulları ve müşterilerin bilinçlenmesi hizmet sektöründe rekabeti hızlandırmıştır. Kaliteli bir hizmet sunumu ve doğru bir rekabet ortamı için de verilen hizmetin kalitesinin doğru bir şekilde ölçülmesi gerekir. (Hemedoğlu,2010:10). Hizmet kalitesini ölçmek amacıyla çok sayıda model geliştirilmiştir. Bunlardan en önemlileri Parasuraman ve arkadaşları tarafından geliştirilen SERVQUAL ölçeği ve bu ölçekten etkilenecek yola çıkan Cronin ve Taylor tarafından geliştirilen SERVPERF modelidir. SERVQUAL, SERVPERF yöntemleri hizmet kalitesini ölçmede en çok kullanılan yöntemlerdir (Teğin, 2015:35). Bu iki modelin yanı sıra Grönroos tarafından 1984 yılında geliştirilen Teknik

ve Fonksiyonel Kalite Modeli, Haywood ve Farmer tarafından 1988 yılında geliştirilen Boyut/Özellik Hizmet Kalitesi Modeli, Brogowicz, Delene ve Lyth tarafından 1990 yılında geliştirilen Hizmet Kalitesi Sentez Modeli, Mattsson tarafından 1992 yılında geliştirilen Hizmet Kalitesi İdeal Değer Modeli, hizmet kalitesi ölçüm yöntemlerinden bazılarıdır (Kılıç ve Eleren, 2009:91-118).

2.4.2.1. SERVQUAL Yöntemi

Hizmet fiziksel olmadığı için hizmet kalitesini ölçmek zordur. Hizmetlerin bu özelliğinden dolayı literatürde hizmet kalitesini doğru bir şekilde ölçebilen çok az ölçüm aracı bulunmaktadır. En yaygın kullanılan ölçme araçlarından biri de Parasuraman, Zeithaml ve Berry tarafından 1985 yılında geliştirilen SERVQUAL'dir. SERVQUAL, şirketlere bu bağlamda hizmetlerini anlamaları ve geliştirmeleri, müşteri hizmet beklentileri ve algılarını anlamaları için güvenilir ve etkili bir yol sağlayan, geniş bir hizmet alanı yelpazesinde hazırlanmış çok birimli bir ölçektir (Kekeç, 2008: 62).

Parasuraman, Zeithaml ve Berry tarafından geliştirilen bu yöntem, hizmet kalitesini ölçmek için bir araç olarak sunulmuştur. İlk araştırmalarında hizmet kalitesine ait 10 boyutun bulunduğunu Parasuraman ve arkadaşları belirlemişlerdir. Bunlar: ulaşılabilirlik, iletişim, yeterlilik, nezaket, inanılabilirlik, güvenilirlik, heveslilik, emniyet, anlama / anlayış ve somutluktur. Bu liste, hizmet sağlayıcılar ve müşterilerle yapılan odak grup araştırması sonucunda geliştirilmiştir. Sonraki araştırmalar, hizmet kalitesi araştırmasının iyi bilinen ve yaygın olarak kullanılan beş boyutunu belirledi. Hizmet kalitesi, bir hizmet sağlayıcının veya müşterilerine sunduğu hizmetlerin sahip olması gereken özellikler olarak tanımlanabilir. Herhangi bir şirkette bu özellikler temel olarak şu şekilde sıralanabilir (Parasuraman ve ark., 1988: 12-40):

Maddi Değerler: Şirketin kullandığı ekipmanlar, şirketin dış ve iç görünüşünün görseelliği, şirket çalışanlarının giydiği giysiler ve şirket bünyesinde verilen hizmetle ilgili materyaller (katalog, broşür vb.).

Güvenilirlik: Firmanın verdiği sözlerin zamanında yerine getirilmesi, müşteri sorunlarının iyi niyetle çözülmesi, firmanın hizmetleri zamanında yerine getirebilmesi, firmanın verdiği hizmet taahhütlerinin taahhüt edilen zamanda yerine getirilmesi, işletmenin hatasız kayıt tutması olarak sıralanabilir.

Heveslilik: Şirket personeli, müşterilere hizmetin tam olarak ne zaman verileceğini söyleyecektir. Şirket personeli müşterilere hızlı hizmet vermektedir. Şirket personeli

müşterilere hizmet vermeye kendini adanmıştır. Şirket personeli müşterilere yardım etmeye her zaman hazırdır ve şirket çalışanları asla müşterilerine cevap veremeyecek kadar çok meşgul değildir.

Güven: Şirket çalışanları müşterilere güven verir, müşteriler hizmet saatlerinde kendilerini rahat hissederler, şirket çalışanları müşterilere her zaman saygı duyar, şirket çalışanları müşteri sorularına nasıl cevap vereceğini bilir.

Empati: Şirketin müşterileriyle bireysel olarak ilgilenmesini, şirketin müşterileri için uygun çalışma saatlerini, müşterileri için kişisel ilgi gösteren şirketin çalışmalarını, müşterilerinin çıkarlarına şirketin gerçek ilgisini ve müşterilerinin özel ihtiyaçlarını anlamayı içerir.

Mal ve hizmet kalitesine ilişkin olarak yapılan araştırmalarda şu sorulara cevap aranmıştır (Parasuraman vd., 1993: 140-147):

- Hizmet kalitesi müşteriler tarafından ne şekilde değerlendirilmektedir?
- Müşteriler kapsamlı değerlendirmeler yapıyor mu? Yoksa genel sonuçlara ulaşmak için hizmetin belirli yönlerini mi değerlendiriyor?
- Belirli yönleri ele alarak bir sonuca varsaydınız, değerlendirmenizde hangi boyutları kullandınız?
- Bu boyutlar hizmet türüne veya müşteri kesimine göre değişiklik gösteriyor mu?
- Hizmet kalitesinin değerlendirilmesinde müşteri beklentileri rol oynuyorsa, bu beklentileri hangi faktörler oluşturur ve etkiler?

SERVQUAL yöntemi 22 maddeden oluşur. Birinci bölüm hizmet sağlayıcısından beklentilerini, ikinci bölüm ise aynı kelimeler kullanılarak işletmeden alınan hizmeti ayrı ayrı ölçmektedir. “Kesinlikle katılıyorum” ile “kesinlikle katılmıyorum” arasında değişen 7’li Likert ölçeği kullanılmıştır. Parasuraman ve arkadaşları hizmet kalitesini tanımlamış, hizmet kalitesini etkileyen faktörleri bulmaya çalışmış ve tüm hizmet türlerine uygulanabilecek genel bir model geliştirmiştir. Araştırma, müşteriler için hizmet kalitesinin tanımı, hizmet beklentilerini etkileyen faktörler ve hizmet kalitesinin boyutları hakkında önemli bilgiler vermiştir. Bu bilgiler neticesinde kaliteli hizmet sunulabilmesi için müşterilerin hizmet beklentilerinin karşılanması veya bu beklentilerin ötesinde hizmet verilmesi gerektiği düşüncesi pekişmiştir (Altan vd, 2004;4).

2.4.2.2. SERVPERF Yöntemi

Hizmet kalitesini ölçmeye yönelik devam eden araştırmalarda SERVQUAL ölçeğine yönelik bilimsel eleştirilerden elde edilen en önemli ölçek SERVPERF ölçeğidir. Araştırmacılar, müşterilerin satın alma niyeti söz konusu olduğunda müşteri memnuniyetinin hizmet kalitesinden daha etkili olduğunu bulmuşlardır. Bundan nedenle hizmet kalitesini ölçmek için, geliştirdikleri SERVPERF modeli ile müşteri memnuniyeti kavramını da ele almak gerektiğini belirtmişlerdir acikders.ankara.edu.tr (25.07.2022).

Hizmet kalitesinin ölçüm yöntemlerinden birisi olan SERVPERF, Cronin ve Taylor tarafından oluşturulmuştur. Bu yöntemin SERVQUAL'den farkı performansı ölçmeye yönelik bir model olması ve tek taraflı ölçek kullanılmasıdır. Bu model, SERVQUAL modelinde yer alan müşteri beklentilerinin ölçümünü gerekli görmektedir. Bu modelde yer alan tüketici tatmininin, hizmet kalitesine göre, müşterilerin satın alma niyeti üzerindeki olumlu etkisinin daha kuvvetli olduğu ifade edilmektedir. Tüketici tatmini kavramını gündeme getiren bu model, müşterilerin her zaman yüksek kaliteli hizmet alamayacaklarını ancak yüksek tatmin sağlayan hizmeti tercih edeceklerini ifade etmektedir (Günel, 2009: 27).

2.5. Literatür Taraması

Literatür taraması yapılırken SERVQUAL yöntemi ile hizmet kalitesi ölçümü yapılan çalışmalar incelenmiştir. Muhasebe alanında yapılan çalışmalar aşağıda belirtilmiştir.

Atılgan (2019) tarafından yapılan çalışmada, Tokat ilinde faaliyet gösteren muhasebe meslek mensuplarının hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetine olan etkisinin araştırılması amaçlanmıştır. Araştırma kapsamında 378 katılımcıya anket uygulanmıştır. Araştırma sonucunda katılımcıların hizmet kalitesi algılarının ve memnuniyet seviyelerinin yüksek olduğu görülmektedir. Bununla birlikte katılımcıların muhasebecileriyle görüşme sıklığı fazlalaştıkça hizmet kalitesi algısı ve memnuniyet düzeyi artmaktadır. Bir diğer sonuç olarak müşteri memnuniyeti ile hizmet kalitesi arasında kuvvetli bir ilişki olduğu görülmüştür.

Özer (2019) tarafından yapılan çalışmada, mali müşavirlik hizmeti alan kişilerin, aldıkları hizmetle ilgili tespitte bulunarak, bu hizmetten beklentilerinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Ayrıca bu hizmet sunulurken yapılan hataların algılanan hizmet kalitesine

etkilerinin de araştırılması amaçlanmıştır. Çalışma kapsamında ülke genelinde 197 adet katılımcıya anket uygulanmıştır. Bulunan sonuçlara göre hizmet hatalarının katılımcıların hizmet kalitesi algılarını olumsuz yönde etkilediği tespit edilmiştir.

Teğin (2015) tarafından yapılan çalışmada, müşterilerin beklentileri ile algıları arasında fark olup olmadığına bakılarak hizmet kalitesinin ölçülmesi amaçlanmıştır. Çalışma kapsamında Siirt ilinde katılımcılara anket uygulanmıştır. Çalışma sonucunda, katılımcıların demografik özelliklerinin meslek mensuplarının hizmetlerine yönelik beklenti ve algıları üzerinde farklılıklara yol açtığı görülmüştür. Ayrıca katılımcıların öğrenim durumu, gelir düzeyi, yaş ve cinsiyet faktörleri ile bazı değişkenler arasında anlamlı farklılıklar görülmüştür.

Sulaiman ve Zakaria (2009) tarafından yapılan çalışmada, Malezya'da bulunan muhasebe firmaları tarafından verilen hizmet kalitesinin ölçülmesi amaçlanmıştır. Müşterilerin alınan gerçek hizmete ilişkin algı ve beklentileri arasındaki farkın belirlenmesi için SERVQUAL yöntemi kullanılmıştır. Çalışma sonucunda algılanan hizmet kalitesinde farklılıklar bulunduğu görülmüştür. Bu nedenle hizmet kalitesi boyutlarında iyileştirmelerin gerekliliği vurgulanmıştır.

Saxby, Ehlen ve Koski (2004) tarafından yapılan çalışmada, muhasebe firması tarafından sunulan hizmet kalitesinin, hem müşteri memnuniyeti hem de firma müşteri ilişkisi açısından incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada SERVQUAL ölçeği kullanılmıştır. 154 müşteriden oluşan bir örneklem kullanılmıştır. Sonuç olarak muhasebe firmalarından alınan hizmetin kalitesinin müşteri memnuniyeti ile pozitif, firma müşteri ilişkileri ile negatif ilişkili olduğu görülmüştür.

Kazan (2014) tarafından yapılan çalışmada, katılımcıların meslek mensuplarının sundukları hizmetin kalitesini hangi düzeyde algıladıklarının ve mesleki durum, demografik özellik ve mükellef sayıları gibi değişkenlerin sundukları hizmeti nasıl etkilediğinin araştırılması amaçlanmıştır. Çalışma kapsamında Kahramanmaraş ilinde katılımcılara anket uygulanmıştır. Sonuç olarak meslek mensuplarının meslek hayatında yapılacak yeni düzenlemelere katkı vermeleri beklendiği belirtilmektedir.

Banar ve Ekergil (2010) tarafından yapılan çalışmada, muhasebe meslek mensuplarının verdikleri hizmetin kalitesi ile müşteri memnuniyeti arasındaki ilişkinin çözümlenmesi amaçlanmıştır. Bu çerçevede Eskişehir ilinde bulunan ve muhasebe hizmeti satın alan 269 kişiye anket uygulanmıştır. Çalışma sonucunda muhasebe meslek

mensuplarının muhasebe ve müşterilerinin sektörleri hakkında yeterli bilgiye sahip olmadıkları görülmüştür.

Meriç (2018) tarafından yapılan çalışmada, muhasebe meslek mensuplarından hizmet satın alan katılımcıların almış oldukları hizmete ait kalite algılarının tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda Kars ilinde faaliyet gösteren 390 işletmeye SERVPERF ölçeğinin yer aldığı bir anket uygulanmıştır. Çalışma sonucunda katılımcıların özelliklerine bağlı olarak hizmet kalitesi alt boyutlarının algılanmasında anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Ustaahmetoğlu ve arkadaşları (2013) tarafından yapılan çalışmada, muhasebe meslek mensuplarının bürolarında sundukları hizmetin kalitesinin katılımcılar tarafından nasıl algılandığının ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Çalışma kapsamında Rize ilinde bulunan 65 müşteri ile yüz yüze görüşülmüştür. Sonuç olarak müşteriler sunulan hizmetin kalitesini fiziksel boyutta beklentilerin üzerinde algılarken, diğer boyutlarda beklenen hizmet kalitesi ile algılanan hizmet kalitesi arasında anlamlı farklılık olmadığı görülmüştür.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. MUHASEBE MESLEK MENSUPLARININ HİZMET KALİTESİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Bu bölümde muhasebe meslek mensuplarının vermiş oldukları hizmetlerinin kalitesinin belirlenmesine yönelik yapılan çalışmaya ait bilgilere yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Modeli

Yapılacak olan çalışma deneysel olmayan nicel araştırma tasarımıdır.

3.2. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı Elazığ ve Malatya illerindeki muhasebe meslek mensuplarının, mükelleflerine verdiği hizmetin kalitesini etkileyen faktörlerin ve hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetine etkisinin belirlenmesidir.

3.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Gelir İdaresi Başkanlığı 2021 Ocak ayı istatistiklerine göre Elazığ ve Malatya illerinde bulunan 62.191 faal mükellef oluşturmaktadır. Belirlenen evrenden örneklem hacminin hesaplanması için kullanılan formül aşağıdaki gibidir (Büyüköztürk, 2018:1-214).

$$n = \frac{N * t^2 * p * q}{d^2 (N-1) + t^2 * p * q}$$

n = Örneklem büyüklüğü

N= Anakütle (evren) (62.191)

p = Olayın gerçekleşme olasılığı (0,5)

q = Olayın gerçekleşmeme olasılığı (0,5)

t= t test düzeyi (1,96)

d=Hata payı (%5)

Örneklem büyüklüğü için %5 hata payı ile ana kütle temsil edecek minimum büyüklüğün 382 kişi olması gerektiği hesaplanmıştır. Araştırmanın örneklem seçiminde tesadüfi örneklem yöntemlerinden biri olan kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır.

Çalışmanın evreni olarak Malatya ve Elazığ illerinin seçilmesinin sebebi, söz konusu iki ilin sosyokültürel, sosyoekonomik ve coğrafi konum olarak birbirine yakın olmasıdır.

3.4. Veri Toplama Yöntemi ve Araçları

Tüm veriler online anket veri tabanı ile toplanmıştır. Anket gönüllü olmayı kabul eden bireylere uygulanmıştır. Veri toplama kapsamında, katılımcılara 10 sorudan oluşan sosyodemografik bilgi formu (EK-1), 44 sorudan oluşan SERVQUAL ölçeği (EK-2) ve müşteri memnuniyetini ölçme yönelik tek soruluk bir anket (EK-3) uygulanmıştır. Araştırma kapsamında, yalnızca Elazığ ve Malatya illerinde faaliyet gösteren ve bir muhasebe meslek mensubundan hizmet alan iş sahibi/ortağı ve yöneticiler ile sınırlı olarak veri toplanmıştır. Sosyodemografik bilgi formu, yaş, cinsiyet, eğitim durumu, işletmedeki görev vb. 10 sorudan oluşmaktadır. Parasuraman ve arkadaşları tarafından geliştirilen SERVQUAL ölçeği, 44 sorudan ve 5 alt boyuttan (Fiziksel özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güven, empati) oluşmaktadır ve 7’li likert tipindedir (Parasuraman ve ark., 1988:12-40). Anketin 5’li likert hali Teğin (2015:40) tarafından belirlenmiştir ve mevcut çalışmada 5’li likert hali kullanılmıştır. Müşteri memnuniyetini ölçmeye yönelik tek soruluk bir anket kullanılmış olup, bu ankette “Muhasebecinizden aldığınız hizmetten memnun musunuz? sorusu yer almıştır. Katılımcılar bu soruyu “Memnun Değilim”, “Kararsızım” ve “Memnunum” seçeneklerinden birini seçerek cevaplamışlardır.

3.5. Araştırmanın Hipotezleri

H1: Katılımcıların eğitim durumuna göre muhasebe meslek mensubundan aldığı hizmetin kalite algısı farklılık göstermektedir.

H2: Katılımcıların işletmedeki görevine göre muhasebe meslek mensubundan aldığı hizmetin kalite algısı farklılık göstermektedir.

H3: Katılımcıların işletmedeki görev süresine göre muhasebe meslek mensubundan aldığı hizmetin kalite algısı farklılık göstermektedir.

H4: Katılımcıların işletmedeki faaliyeti süresince çalıştığı muhasebe mensubu sayısına göre muhasebe meslek mensubundan aldığı hizmetin kalite algısı farklılık göstermektedir.

H5: Katılımcıların şıandaki muhasebecisiyle çalışma süresine göre muhasebe meslek mensubundan aldığı hizmetin kalite algısı farklılık göstermektedir.

H6: Katılımcıların bulunduğu işletmenin faaliyet alanına göre muhasebe meslek mensubundan aldığı hizmetin kalite algısı farklılık göstermektedir.

H7: Katılımcıların bulunduğu işletmenin hukuki yapı açısından türüne göre muhasebe meslek mensubundan aldığı hizmetin kalite algısı farklılık göstermektedir.

H8: Katılımcıların bulunduğu işletmenin faaliyet süresine göre muhasebe meslek mensubundan aldığı hizmetin kalite algısı farklılık göstermektedir.

H9: Muhasebe meslek mensuplarının verdiği hizmetin kalitesi ile müşteri memnuniyeti arasında fark vardır.

3.6. Araştırmanın Sınırlılıkları

Yapılan araştırma Elazığ ve Malatya illerinde faaliyet gösteren işletmelerin iş ortağı/sahibi veya yöneticileri ile sınırlıdır. Araştırmanın Elazığ ve Malatya illerinde yürütölmesinin sebebi, bu illerin konum olarak birbirine yakın olması ve sosyodemografik yapı olarak birbirine benzer olmasıdır.

3.7. Verilerin Değerlendirilmesi

Araştırmada elde edilen veriler SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for Windows 25.0 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Verileri değerlendirilirken tanımlayıcı istatistiksel metotları (sayı, yüzde, min-maks değerleri, ortalama ve standart sapma) kullanılmıştır. Ölçeklerin güvenilirliğini test etmek amacıyla “Güvenilirlik Analizi” yapılmıştır.

Kullanılan verilerin normal dağılıma uygunluğu Kolmogorov-Smirnov testi ile test edilmiştir. Normal dağılıma sahip olmayan verilerde niceliksel verilerin karşılaştırılmasında iki bağımsız grup arasındaki fark için Mann Whitney U testi, ikiden fazla bağımsız grup karşılaştırılmasında ise Kruskal Wallis H testi uygulanmış ve fark bulunduğu durumda fark yaratan grubu bulmak için düzeltilmiş Bonferroni kullanılmıştır. Katılımcıların müşteri memnuniyetini analiz etmek için lojistik regresyon analizi yöntemi kullanılmıştır.

3.8. Araştırmanın Bulguları

Bu bölümde mevcut araştırmaya ait bulgular incelenmektedir.

3.8.1. Demografik Verilerin Tanımlayıcı İstatistikleri

Tablo 1. Araştırmaya Katılan Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı

Değişkenler		n	%
Cinsiyet	Erkek	303	75,2
	Kadın	100	24,8
Yaş	30 yaş ve altı	86	21,3
	31-35 yaş	72	17,9
	36-40 yaş	79	19,6
	41-45 yaş	75	18,6
	46 yaş ve üzeri	91	22,6
Eğitim	Ortaokul ve altı	38	9,4
	Lise	108	26,8
	Lisans	224	55,6
	Lisansüstü	33	8,2
İşletmedeki Görev	İş sahibi/Ortağı	237	58,8
	Yönetici	166	41,2
İşletmedeki Görev Süresi	1 yıl altı	27	6,7
	1-5 yıl arası	125	31,0
	6-10 yıl arası	94	23,3
	10-15 yıl arası	92	22,8
	15-20 yıl arası	38	9,4
	21 yıl ve üzeri	27	6,7
Çalışılan Muhasebeci Sayısı	1 muhasebe mensubu	196	48,6
	2 muhasebe mensubu	130	32,3
	3 muhasebe mensubu	44	10,9
	4 ve üzeri muhasebe mensubu	33	8,2

Şuandaki Muhasebeci Çalışma Süresi	1 yıl altı	32	7,9
	1-3 yıl arası	128	31,8
	4-7 yıl arası	106	26,3
	8-10 yıl arası	70	17,4
	11 yıl ve üzeri	67	16,6
Faaliyet Alanı	Hizmet	186	46,2
	Ticaret	135	33,5
	Üretim	82	20,3
İşletme Türü	Şahıs İşletmesi	157	39,0
	Limited Şirket	114	28,3
	Anonim Şirket	115	28,5
	Diğer	17	4,2
İşletme Faaliyet Süresi	5 yıl ve altı	90	22,3
	6-10 yıl arası	91	22,6
	11-15 yıl arası	96	23,8
	16-20 yıl arası	60	14,9
	21 yıl ve üzeri	66	16,4
Toplam		403	100,0

Araştırmaya katılan katılımcıların demografik özelliklerine göre dağılımı Tablo 1’de özetlenmiştir. Katılımcıların cinsiyet dağılımları incelendiğinde, %75,2’sinin erkek, %24,8’inin kadın olduğu görülmektedir. Erkek katılımcıların çoğunlukta olduğu görülmektedir.

Katılımcıların yaş dağılımları incelendiğinde, %21,3’ünün 30 yaş ve altı, %17,9’unun 31-35 yaş, %19,6’sının 36-40 yaş, %18,6’sının 41-45 yaş, %22,6’sının 46 yaş ve üzeri olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaş kriterlerinin yaklaşık olarak dağıldığı görülmektedir.

Katılımcıların eğitim düzeyleri dağılımları incelendiğinde, %9,4’ünün ortaokul ve altı, %26,8’inin lise, %55,6’sının lisans, %8,2’sinin lisansüstü olduğu görülmektedir. Katılımcıların çoğunluğunun lisans mezunu olduğu görülmektedir.

Katılımcıların işletmedeki görev dağılımları incelendiğinde, %58,8’inin iş sahibi/ortağı, %41,2’sinin yönetici olduğu görülmektedir.

Katılımcıların çoğunluğunun iş sahibi/ortağı olduğu görülmektedir.

Katılımcıların işletmedeki görev süreleri incelendiğinde, %6,7'sinin 1 yıl altı, %31'inin 1-5 yıl arası, %23,3'ünün 6-10 yıl arası, %22,8'inin 10-15 yıl arası, %9,4'ünün 15-20 yıl arası, %6,7'sinin 21 yıl ve üzeri olduğu görülmektedir.

Katılımcıların çalışılan muhasebeci sayıları incelendiğinde, %48,6'sının 1 muhasebe mensubu, %32,3'ünün 2 muhasebe mensubu, %10,9'unun 3 muhasebe mensubu, %8,2'sinin 4 ve üzeri muhasebe mensubu olduğu görülmektedir.

Katılımcıların şuanadaki muhasebeci çalışma süreleri incelendiğinde, %7,9'unun 1 yıl altı, %31,8'inin 1-3 yıl arası, %26,3'ünün 4-7 yıl arası, %17,4'ünün 8-10 yıl arası, %16,6'sının 11 yıl ve üzeri olduğu görülmektedir.

Katılımcıların faaliyet alanları incelendiğinde, %46,2'sinin hizmet, %33,5'inin ticaret, %20,3'ünün üretim olduğu görülmektedir.

Katılımcıların işletme türleri incelendiğinde, %39'unun şahıs işletmesi, %28,3'ünün limited şirket, %28,5'inin anonim şirket, %4,2'sinin diğer olduğu görülmektedir.

Katılımcıların işletme faaliyet süreleri incelendiğinde, %22,3'ünün 5 yıl ve altı, %22,6'sının 6-10 yıl arası, %23,8'inin 11-15 yıl arası, %14,92'unun 16-20 yıl arası, %16,4'ünün 21 yıl ve üzeri olduğu görülmektedir.

Tablo 2. Katılımcıların Memnuniyet Dağılımları

		n	%
Memnuniyet	Memnun Değilim	13	3,2
	Kararsızım	25	6,2
	Memnunum	365	90,6
Toplam		403	100,0

Araştırmacıların memnuniyet dağılımları Tablo 2'de gösterilmiştir. Katılımcıların memnuniyet durumları incelendiğinde, %3,2'sinin memnun olmadığı, %6,2'sinin kararsız olduğu, %90,6'sının memnun olduğu görülmektedir.

3.8.2. Güvenilirlik Analizi

Tablo 3. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Ölçek ve Boyutları	Cronbach's Alpha
SERVQUAL Ölçeği	0,993
Beklenti Bölümü	0,992
Maddi Değerler	0,952
Güvenilirlik	0,974
Heveslilik	0,968
Güven	0,968
Empati	0,974
Algı Bölümü	0,995
Maddi Değerler	0,976
Güvenilirlik	0,985
Heveslilik	0,975
Güven	0,977
Empati	0,979

Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 3'te verilmiştir. Ölçeklerde yer alan ifadelerin kendi aralarında tutarlı olup olmadığını ve ifadelerin tamamının aynı konuyu ölçüp ölçmediğini test etmek amacıyla Güvenilirlik analizi yapılmaktadır. (Ural ve Kılıç, 2006: 286). Güvenilirlik analizinde, 0-1 arasında değişen Cronbach's Alpha (α) katsayısı değeri; 0.00-0.40 arasında ise ölçeğin güvenilir olmadığı; 0.40 -0.60 arasında ise düşük güvenilirlikte, 0.60-0.80 arasında ise oldukça güvenilir ve 0.80-1.00 arasında ise yüksek derecede güvenilir bir ölçek olduğu şeklinde değerlendirilmektedir (Tavşancıl, 2005: 19). Sonuçlar incelendiğinde, SERVQUAL Ölçeği güvenilirlik katsayısının 0,993 olduğu görülmektedir.

3.8.3. Normallik Analizi

Tablo 4. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Normallik Analizi Sonuçları

Ölçek ve Boyutları	Kolmogorov-Smirnov	p	Durum
Beklenti Bölümü			
Maddi Değerler	0,271	0,000	Non-Parametrik
Güvenilirlik	0,276	0,000	Non-Parametrik
Heveslilik	0,272	0,000	Non-Parametrik
Güven	0,277	0,000	Non-Parametrik
Empati	0,281	0,000	Non-Parametrik
Algı Bölümü			
Maddi Değerler	0,260	0,000	Non-Parametrik
Güvenilirlik	0,240	0,000	Non-Parametrik
Heveslilik	0,243	0,000	Non-Parametrik
Güven	0,242	0,000	Non-Parametrik
Empati	0,245	0,000	Non-Parametrik

Araştırmada kullanılan ölçeklerin normallik analizi sonuçları Tablo 4’te verilmiştir. Sonuçlar incelendiğinde; puanların normal dağılıma sahip olmadığı görülmektedir.

3.8.4. Ölçeklerin Tanımlayıcı İstatistikleri

Tablo 5. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Tanımlayıcı İstatistikleri

Ölçek ve Boyutları	Min	Maks	Ortalama	Standart Sapma
Beklenti Bölümü				
Maddi Değerler	1,00	5,00	4,40	0,85
Güvenilirlik	1,00	5,00	4,47	0,83
Heveslilik	1,00	5,00	4,43	0,85
Güven	1,00	5,00	4,44	0,85
Empati	1,00	5,00	4,40	0,86
Algı Bölümü				
Maddi Değerler	1,00	5,00	4,18	1,01
Güvenilirlik	1,00	5,00	4,23	0,99
Heveslilik	1,00	5,00	4,21	0,99
Güven	1,00	5,00	4,22	0,98
Empati	1,00	5,00	4,21	0,99

Araştırmada kullanılan ölçeklerin tanımlayıcı istatistikleri Tablo 5’te verilmiştir.

Tablo 6. Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre SERVQUAL Ölçeği Beklenti Bölümü Alt Boyut Puanlarının Karşılaştırılması

Değişkenler		Beklenti														
		Maddi Değerler			Güvenilirlik			Heveslilik			Güven			Empati		
		$\bar{X}$	SS	M	$\bar{X}$	SS	M	$\bar{X}$	SS	M	$\bar{X}$	SS	M	$\bar{X}$	SS	M
Cinsiyet	Erkek	4,46	0,82	5,00	4,50	0,82	5,00	4,48	0,83	5,00	4,48	0,83	5,00	4,45	0,84	5,00
	Kadın	4,23	0,92	4,25	4,38	0,88	4,80	4,29	0,90	4,50	4,32	0,89	4,50	4,27	0,91	4,40
	U-testi	8,310			3,955			7,243			5,880			6,282		
	p	0,004*			0,047*			0,007*			0,015*			0,012*		
Yaş	30 yaş ve altı ¹	4,16	0,92	4,13	4,34	0,91	4,80	4,22	0,95	4,25	4,23	0,98	4,50	4,16	0,97	4,10
	31-35 yaş ²	4,26	0,96	4,25	4,36	0,91	4,80	4,30	0,94	4,50	4,32	0,90	4,75	4,27	0,93	4,50
	36-40 yaş ³	4,64	0,67	5,00	4,62	0,68	5,00	4,62	0,71	5,00	4,61	0,69	5,00	4,59	0,73	5,00
	41-45 yaş ⁴	4,50	0,78	5,00	4,54	0,77	5,00	4,52	0,75	5,00	4,54	0,74	5,00	4,52	0,75	5,00
	46 yaş ve üzeri ⁵	4,45	0,81	5,00	4,50	0,84	5,00	4,49	0,83	5,00	4,51	0,85	5,00	4,48	0,85	5,00
	H-testi	20,011			8,527			15,886			14,248			18,661		
	p	0,000*			0,074			0,003*			0,007*			0,001*		
	PostHoc	3>2			-			3>2			3>2			3>2		
Eğitim	Ortaokul ve altı ¹	4,39	0,79	4,50	4,43	0,80	4,70	4,43	0,74	4,50	4,39	0,81	4,63	4,35	0,81	4,50
	Lise ²	4,49	0,78	5,00	4,50	0,81	5,00	4,51	0,80	5,00	4,54	0,81	5,00	4,51	0,82	5,00
	Lisans ³	4,40	0,87	5,00	4,47	0,85	5,00	4,42	0,88	5,00	4,44	0,85	5,00	4,40	0,87	5,00

	Lisansüstü ⁴	4,13	0,97	4,25	4,42	0,89	4,80	4,25	0,93	4,50	4,16	0,95	4,25	4,12	0,98	4,20
	H-testi	5,775			1,344			3,720			8,207			9,731		
	p	0,123			0,719			0,293			0,042*			0,021*		
	PostHoc	-			-			-			2>4			2>4		
İşletmedeki Görev	İş sahibi/Ortağı	4,46	0,81	5,00	4,51	0,79	5,00	4,47	0,83	5,00	4,49	0,81	5,00	4,46	0,83	5,00
	Yönetici	4,32	0,90	4,50	4,41	0,88	4,80	4,37	0,88	4,75	4,37	0,90	4,75	4,33	0,91	4,80
	U-testi	-1,685			-1,374			-1,705			-1,691			-1,942		
	p	0,092			0,169			0,088			0,091			0,052		
İşletmedeki Görev Süresi	1 yıl altı	4,16	0,97	4,25	4,27	0,99	4,60	4,21	0,97	4,00	4,25	1,06	4,75	4,23	1,00	4,20
	1-5 yıl arası	4,39	0,83	4,75	4,49	0,79	5,00	4,43	0,83	5,00	4,44	0,85	5,00	4,39	0,85	5,00
	6-10 yıl arası	4,46	0,85	5,00	4,47	0,84	5,00	4,45	0,85	5,00	4,44	0,85	5,00	4,41	0,89	5,00
	10-15 yıl arası	4,46	0,79	5,00	4,54	0,73	5,00	4,49	0,77	5,00	4,53	0,70	5,00	4,48	0,73	5,00
	15-20 yıl arası	4,32	0,92	4,38	4,35	0,97	4,80	4,38	0,94	4,88	4,36	0,96	4,75	4,34	0,96	4,80
	21 yıl ve üzeri	4,39	0,90	5,00	4,49	0,94	5,00	4,44	1,00	5,00	4,44	0,95	5,00	4,43	0,99	5,00
	H-testi	4,722			2,893			3,640			2,357			2,347		
	p	0,451			0,716			0,602			0,798			0,799		
Çalışılan Muhasebeci Sayısı	1 muhasebe mensubu ¹	4,48	0,81	5,00	4,53	0,77	5,00	4,50	0,81	5,00	4,51	0,79	5,00	4,48	0,80	5,00
	2 muhasebe mensubu ²	4,47	0,70	5,00	4,54	0,69	5,00	4,53	0,71	5,00	4,49	0,73	5,00	4,48	0,75	5,00

	3 muhasebe mensubu ³	4,15	0,95	4,38	4,30	1,00	4,70	4,22	0,93	4,50	4,26	0,95	4,63	4,20	0,91	4,30
	4 ve üzeri muhasebe mensubu ⁴	3,95	1,24	4,00	4,05	1,25	4,40	3,89	1,23	4,00	4,02	1,24	4,50	3,90	1,32	4,00
H-testi		14,793		8,133		15,889		11,269		12,408						
p		0,002*		0,043*		0,001*		0,010*		0,006*						
PostHoc		1>4		1>4		1>4		1>4		1>4						
Şuandaki Muhasebeci Çalışma Süresi	1 yıl altı	4,25	0,93	4,50	4,37	0,93	4,70	4,27	0,94	4,50	4,29	1,02	4,75	4,24	1,03	4,50
	1-3 yıl arası	4,37	0,83	4,63	4,46	0,80	5,00	4,40	0,80	4,88	4,38	0,83	5,00	4,35	0,87	4,90
	4-7 yıl arası	4,40	0,91	5,00	4,45	0,90	5,00	4,42	0,91	5,00	4,47	0,89	5,00	4,42	0,86	5,00
	8-10 yıl arası	4,54	0,73	5,00	4,62	0,69	5,00	4,61	0,71	5,00	4,59	0,71	5,00	4,57	0,75	5,00
	11 yıl ve üzeri	4,38	0,86	5,00	4,42	0,88	5,00	4,39	0,92	5,00	4,41	0,86	5,00	4,38	0,88	5,00
	H-testi	3,744		3,555		7,127		5,437		5,968						
p		0,442		0,470		0,129		0,245		0,202						
Faaliyet Alanı	Hizmet ¹	4,27	0,93	4,38	4,36	0,92	4,80	4,32	0,93	4,63	4,31	0,95	4,75	4,28	0,95	4,60
	Ticaret ²	4,49	0,81	5,00	4,52	0,79	5,00	4,48	0,84	5,00	4,50	0,80	5,00	4,45	0,85	5,00
	Üretim ³	4,57	0,65	5,00	4,63	0,63	5,00	4,60	0,62	5,00	4,63	0,59	5,00	4,61	0,61	5,00
	H-testi	9,839		6,672		6,690		8,538		8,746						
	p	0,007*		0,036*		0,035*		0,014*		0,013*						

		PostHoc			2,3>1			2,3>1			2,3>1			2,3>1			2,3>1		
İşletme Türü	Şahıs İşletmesi ¹	4,28	0,91	4,50	4,35	0,92	4,80	4,28	0,96	4,50	4,30	0,95	4,75	4,25	0,97	4,40			
	Limited Şirket ²	4,53	0,77	5,00	4,57	0,72	5,00	4,57	0,71	5,00	4,56	0,73	5,00	4,54	0,74	5,00			
	Anonim Şirket ³	4,54	0,74	5,00	4,61	0,72	5,00	4,59	0,69	5,00	4,59	0,72	5,00	4,58	0,72	5,00			
	Diğer ³	3,78	1,04	4,25	3,92	1,04	4,20	3,78	1,12	4,25	3,88	1,00	4,00	3,71	0,98	4,00			
	H-testi	21,273			22,010			25,587			24,401			29,151					
	p	0,000*			0,000*			0,000*			0,000*			0,000*					
	PostHoc	2,3>1,4			2,3>1,4			2,3>1,4			2,3>1,4			2,3>1,4					
İşletme Faaliyet Süresi	5 yıl ve altı	4,33	0,81	4,50	4,47	0,76	5,00	4,42	0,78	4,75	4,42	0,79	4,88	4,35	0,84	4,60			
	6-10 yıl arası	4,35	0,98	5,00	4,36	0,98	4,80	4,30	0,98	4,50	4,33	1,00	4,75	4,29	1,00	5,00			
	11-15 yıl arası	4,53	0,75	5,00	4,56	0,75	5,00	4,56	0,74	5,00	4,59	0,69	5,00	4,56	0,70	5,00			
	16-20 yıl arası	4,49	0,76	5,00	4,55	0,74	5,00	4,51	0,77	5,00	4,51	0,78	5,00	4,50	0,77	5,00			
	21 yıl ve üzeri	4,29	0,91	4,50	4,40	0,90	4,60	4,35	0,96	4,75	4,33	0,95	4,63	4,32	0,97	4,70			
	H-testi	5,775			4,384			5,920			4,957			6,810					
	p	0,217			0,356			0,205			0,292			0,146					

Katılımcıların demografik özelliklerine göre SERVQUAL ölçeği beklenti bölümü alt boyut puanlarının karşılaştırılması Tablo 6’da verilmiştir. Katılımcıların cinsiyetlerine göre SERVQUAL Ölçeği Beklenti Bölümü Maddi Değerler, Güvenilirlik, Heveslilik, Güven ve Empati alt boyut puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0,05$). Erkek katılımcıların SERVQUAL Ölçeği Beklenti Bölümü Maddi Değerler, Güvenilirlik, Heveslilik, Güven ve Empati alt boyut puanlarının kadın katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Katılımcıların yaşlarına göre SERVQUAL Ölçeği Beklenti Bölümü Maddi Değerler, Heveslilik, Güven ve Empati alt boyut puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0,05$). Farkın hangi gruptan kaynaklandığını tespit etmek için yapılan ikili karşılaştırma testi sonucunda; yaşı 36-40 yaş olan katılımcıların SERVQUAL Ölçeği Beklenti Bölümü Maddi Değerler, Heveslilik, Güven ve Empati alt boyut puanlarının yaşı 31-35 yaş olan katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Katılımcıların eğitim durumlarına göre SERVQUAL Ölçeği Beklenti Bölümü Güven ve Empati alt boyut puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0,05$). Farkın hangi gruptan kaynaklandığını tespit etmek için yapılan ikili karşılaştırma testi sonucunda; eğitimi lise olan katılımcıların SERVQUAL Ölçeği Beklenti Bölümü Güven ve Empati alt boyut puanlarının eğitimi lisansüstü olan katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Katılımcıların çalışılan muhasebeci sayısına göre SERVQUAL Ölçeği Beklenti Bölümü Maddi Değerler, Güvenilirlik, Heveslilik, Güven ve Empati alt boyut puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0,05$). Farkın hangi gruptan kaynaklandığını tespit etmek için yapılan ikili karşılaştırma testi sonucunda; çalışılan muhasebeci sayısı 1 muhasebe mensubu olan katılımcıların SERVQUAL Ölçeği Beklenti Bölümü Maddi Değerler, Güvenilirlik, Heveslilik, Güven ve Empati alt boyut puanlarının çalışılan muhasebeci sayısı 4 ve üzeri muhasebe mensubu olan katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Katılımcıların faaliyet alanlarına göre SERVQUAL Ölçeği Beklenti Bölümü Maddi Değerler, Güvenilirlik, Heveslilik, Güven ve Empati alt boyut puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0,05$). Farkın hangi gruptan kaynaklandığını tespit etmek için yapılan ikili karşılaştırma testi sonucunda; faaliyet alanı

ticaret ve üretim olan katılımcıların SERVQUAL Ölçeği Beklenti Bölümü Maddi Değerler, Güvenilirlik, Heveslilik, Güven ve Empati alt boyut puanlarının faaliyet alanı hizmet olan katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Katılımcıların işletme türlerine göre SERVQUAL Ölçeği Beklenti Bölümü Maddi Değerler, Güvenilirlik, Heveslilik, Güven ve Empati alt boyut puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0,05$). Farkın hangi gruptan kaynaklandığını tespit etmek için yapılan ikili karşılaştırma testi sonucunda; işletme türü limited şirket ve anonim şirket olan katılımcıların SERVQUAL Ölçeği Beklenti Bölümü Maddi Değerler, Güvenilirlik, Heveslilik, Güven ve Empati alt boyut puanlarının işletme türü şahıs işletmesi ve diğer olan katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmektedir.



Tablo 7. Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre SERVQUAL Ölçeği Algı Bölümü Alt Boyut Puanlarının Karşılaştırılması

Değişkenler		Algı														
		Maddi Değerler			Güvenilirlik			Heveslilik			Güven			Empati		
		$\bar{X}$	SS	M	$\bar{X}$	SS	M	$\bar{X}$	SS	M	$\bar{X}$	SS	M	$\bar{X}$	SS	M
Cinsiyet	Erkek	4,21	1,02	4,50	4,27	1,00	4,60	4,24	0,99	4,50	4,25	0,99	4,50	4,23	1,02	4,60
	Kadın	4,09	0,96	4,00	4,14	0,96	4,00	4,11	0,95	4,00	4,13	0,93	4,00	4,14	0,91	4,10
	U-testi	3,824			4,518			4,204			4,647			3,462		
	p	0,051			0,034*			0,040*			0,031*			0,063		
Yaş	30 yaş ve altı ¹	3,92	1,08	4,00	4,01	1,06	4,00	3,98	1,01	4,00	3,99	1,06	4,00	3,98	1,05	4,00
	31-35 yaş ²	4,09	0,99	4,00	4,10	0,96	4,00	4,06	0,95	4,00	4,11	0,93	4,00	4,07	0,95	4,00
	36-40 yaş ³	4,29	1,04	5,00	4,35	1,01	5,00	4,33	1,05	5,00	4,34	1,01	5,00	4,32	1,03	5,00
	41-45 yaş ⁴	4,28	1,01	5,00	4,33	0,98	5,00	4,31	0,99	5,00	4,30	0,97	5,00	4,31	0,97	5,00
	46 yaş ve üzeri ⁵	4,33	0,89	4,50	4,38	0,90	4,60	4,36	0,88	4,50	4,36	0,89	4,50	4,36	0,91	4,60
	H-testi	16,204			16,968			20,106			15,346			17,117		
	p	0,003*			0,002*			0,000*			0,004*			0,002*		
Eğitim	PostHoc	3,5>1			3,5>1			3,5>1			3,5>1			3,5>1		
	Ortaokul ve altı ¹	4,20	0,86	4,13	4,23	0,92	4,40	4,27	0,89	4,50	4,26	0,88	4,50	4,29	0,90	4,50
	Lise ²	4,32	0,95	4,88	4,35	0,95	5,00	4,33	0,95	4,75	4,32	0,95	4,88	4,31	0,96	4,60
	Lisans ³	4,16	1,03	4,25	4,23	1,00	4,50	4,20	0,99	4,25	4,21	0,99	4,25	4,19	1,00	4,20

	Lisansüstü ⁴	3,86	1,13	4,00	3,90	1,10	4,00	3,80	1,12	4,00	3,91	1,08	4,00	3,89	1,08	4,00
	H-testi	7,618			9,094			9,381			6,118			9,206		
	p	0,055			0,028*			0,025*			0,106			0,027*		
	PostHoc	-			2>4			2>4			-			2>4		
İşletmedeki Görev	İş sahibi/Ortağı	4,26	0,97	4,50	4,34	0,95	5,00	4,31	0,96	4,75	4,32	0,94	4,75	4,32	0,96	4,80
	Yönetici	4,06	1,05	4,00	4,08	1,04	4,00	4,06	1,00	4,00	4,08	1,02	4,00	4,06	1,02	4,00
	U-testi	-2,309			-3,372			-3,314			-2,982			-3,231		
	p	0,021*			0,001*			0,001*			0,003*			0,001*		
İşletmedeki Görev Süresi	1 yıl altı ¹	3,78	1,14	4,00	3,90	1,04	4,00	3,94	1,02	4,00	3,90	1,09	4,00	3,93	1,09	4,00
	1-5 yıl arası ²	4,15	1,02	4,00	4,21	0,99	4,00	4,18	0,97	4,00	4,19	0,99	4,25	4,18	0,97	4,00
	6-10 yıl arası ³	4,23	0,95	4,25	4,23	0,97	4,40	4,20	0,97	4,50	4,24	0,96	4,50	4,20	0,99	4,30
	10-15 yıl arası ⁴	4,40	0,89	5,00	4,48	0,84	5,00	4,43	0,88	5,00	4,45	0,81	5,00	4,44	0,84	5,00
	15-20 yıl arası ⁵	3,94	1,12	4,00	3,99	1,19	4,00	3,99	1,16	4,00	3,97	1,14	4,00	3,98	1,17	4,00
	21 yıl ve üzeri ⁶	4,19	1,09	4,50	4,22	1,07	4,60	4,19	1,06	4,25	4,20	1,07	4,50	4,19	1,09	4,40
	H-testi	14,170			14,479			12,231			10,882			10,756		
	p	0,015*			0,013*			0,032*			0,054			0,056		
	PostHoc	4>1			4>1			4>1			-			-		
	1 muhasebe mensubu ¹	4,41	0,82	5,00	4,46	0,80	5,00	4,45	0,80	5,00	4,45	0,79	5,00	4,45	0,80	5,00

Çalışılan Muhasebeci Sayısı	2	muhasabe	4,31	0,80	4,25	4,34	0,76	4,40	4,31	0,81	4,50	4,33	0,77	4,25	4,33	0,80	4,40
		mensubu ²															
	3	muhasabe	3,66	1,18	4,00	3,82	1,19	4,00	3,74	1,13	4,00	3,73	1,18	4,00	3,74	1,15	4,00
		mensubu ³															
	4	ve üzeri	3,02	1,45	3,00	3,03	1,44	3,00	3,01	1,33	3,00	3,05	1,35	3,00	2,96	1,33	2,60
		muhasabe															
		mensubu ⁴															
	H-testi		44,514			43,447			55,109			50,218			54,688		
	p		0,000*			0,000*			0,000*			0,000*			0,000*		
	PostHoc		1>4			1>4			1>4			1>4			1>4		
Şuandaki Muhasebeci Çalışma Süresi	1 yıl altı ¹		3,41	1,32	4,00	3,49	1,28	4,00	3,48	1,25	4,00	3,51	1,30	4,00	3,50	1,31	4,00
	1-3 yıl arası ²		4,04	1,02	4,00	4,08	1,01	4,00	4,01	1,03	4,00	4,05	0,98	4,00	4,02	1,02	4,00
	4-7 yıl arası ³		4,29	0,95	4,50	4,34	0,95	4,70	4,32	0,91	4,63	4,33	0,94	4,63	4,34	0,90	4,60
	8-10 yıl arası ⁴		4,49	0,76	5,00	4,57	0,70	5,00	4,55	0,72	5,00	4,55	0,71	5,00	4,53	0,74	5,00
	11 yıl ve üzeri ⁵		4,32	0,94	5,00	4,38	0,90	5,00	4,40	0,89	4,75	4,37	0,89	5,00	4,37	0,90	4,80
	H-testi		28,635			32,785			35,941			29,378			30,354		
	p		0,000*			0,000*			0,000*			0,000*			0,000*		
	PostHoc		3,4,5>1			3,4,5>1			3,4,5>1			3,4,5>1			3,4,5>1		
Faaliyet Alanı	Hizmet ¹		4,02	1,10	4,00	4,09	1,06	4,00	4,07	1,04	4,00	4,07	1,06	4,13	4,05	1,06	4,00
	Ticaret ²		4,35	0,86	4,50	4,36	0,89	4,60	4,35	0,88	4,50	4,38	0,86	4,75	4,37	0,88	4,60

	Üretim ³	4,27	0,97	4,38	4,36	0,96	5,00	4,29	0,98	4,50	4,31	0,93	4,63	4,30	0,94	4,60
	H-testi	9,522			8,079			7,544			8,127			10,567		
	p	0,009*			0,018*			0,023*			0,017*			0,005*		
	PostHoc	2,3>1			2,3>1			2,3>1			2,3>1			2,3>1		
İşletme Türü	Şahıs İşletmesi ¹	4,08	1,07	4,00	4,14	1,06	4,20	4,11	1,04	4,00	4,12	1,05	4,00	4,09	1,07	4,20
	Limited Şirket ²	4,29	0,92	4,50	4,32	0,91	4,60	4,28	0,93	4,50	4,31	0,89	4,50	4,30	0,92	4,50
	Anonim Şirket ³	4,27	1,00	5,00	4,34	0,96	5,00	4,32	0,94	5,00	4,32	0,96	5,00	4,31	0,96	5,00
	Diğer ³	3,78	0,92	4,00	3,81	0,94	4,00	3,90	1,00	4,25	3,96	0,84	4,25	4,02	0,83	4,20
	H-testi	10,908			11,530			7,163			7,423			7,571		
	p	0,012*			0,009*			0,067			0,060			0,056		
	PostHoc	2,3>1,4			2,3>1,4			-			-			-		
İşletme Faaliyet Süresi	5 yıl ve altı	4,20	0,85	4,00	4,28	0,85	4,10	4,23	0,85	4,00	4,26	0,85	4,00	4,22	0,89	4,20
	6-10 yıl arası	4,09	1,07	4,00	4,11	1,08	4,20	4,09	1,05	4,00	4,12	1,06	4,25	4,08	1,08	4,00
	11-15 yıl arası	4,32	1,04	5,00	4,38	0,99	5,00	4,35	1,00	5,00	4,38	0,94	5,00	4,37	0,94	5,00
	16-20 yıl arası	4,13	1,04	4,00	4,15	1,04	4,00	4,15	1,04	4,00	4,13	1,04	4,00	4,17	1,04	4,10
	21 yıl ve üzeri	4,13	1,06	4,25	4,20	1,00	4,50	4,20	0,99	4,50	4,17	1,01	4,25	4,18	1,02	4,40
	H-testi	6,253			6,574			6,556			6,240			6,457		
	p	0,181			0,160			0,161			0,182			0,168		
*p<0,05	U-testi: Mann Whitney U testi			H-testi: Kruskal Wallis H testi				X̄: ortalama SS: standart sapma M: medyan								

Katılımcıların demografik özelliklerine göre SERVQUAL ölçeği algı bölümü alt boyut puanlarının karşılaştırılması Tablo 7’de özetlenmiştir. Katılımcıların cinsiyetlerine göre SERVQUAL Ölçeği Algı Bölümü Güvenilirlik, Heveslilik ve Güven alt boyut puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0,05$). Erkek katılımcıların SERVQUAL Ölçeği Algı Bölümü Güvenilirlik, Heveslilik, ve Güven alt boyut puanlarının kadın katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Katılımcıların yaşlarına göre SERVQUAL Ölçeği Algı Bölümü Maddi Değerler, Güvenilirlik, Heveslilik, Güven ve Empati alt boyut puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0,05$). Farkın hangi gruptan kaynaklandığını tespit etmek için yapılan ikili karşılaştırma testi sonucunda; yaşları 36-40 yaş ve 46 yaş ve üzeri olan katılımcıların SERVQUAL Ölçeği Algı Bölümü Maddi Değerler, Güvenilirlik, Heveslilik, Güven ve Empati alt boyut puanlarının yaşları 30 yaş ve altı olan katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Katılımcıların eğitim durumlarına göre SERVQUAL Ölçeği Algı Bölümü Güvenilirlik, Heveslilik ve Empati alt boyut puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0,05$). Farkın hangi gruptan kaynaklandığını tespit etmek için yapılan ikili karşılaştırma testi sonucunda; eğitim durumu lise olan katılımcıların SERVQUAL Ölçeği Algı Bölümü Güvenilirlik, Heveslilik ve Empati alt boyut puanlarının eğitim durumu lisansüstü olan katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Katılımcıların işletmedeki görevlerine göre SERVQUAL Ölçeği Algı Bölümü Maddi Değerler, Güvenilirlik, Heveslilik, Güven ve Empati alt boyut puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0,05$). İşletmedeki görevi iş sahibi/ortağı olan katılımcıların SERVQUAL Ölçeği Algı Bölümü Maddi Değerler, Güvenilirlik, Heveslilik, Güven ve Empati alt boyut puanlarının işletmedeki görevi Yönetici olan katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Katılımcıların işletmedeki görev sürelerine göre SERVQUAL Ölçeği Algı Bölümü Maddi Değerler, Güvenilirlik ve Heveslilik alt boyut puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0,05$). Farkın hangi gruptan kaynaklandığını tespit etmek için yapılan ikili karşılaştırma testi sonucunda; işletmedeki görev süresi 10-15 yıl arası olan katılımcıların SERVQUAL Ölçeği Algı Bölümü Maddi Değerler,

Güvenilirlik ve Heveslilik alt boyut puanlarının işletmedeki görev süresi 1 yıl altı olan katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Katılımcıların çalışılan muhasebeci sayılarına göre SERVQUAL Ölçeği Algı Bölümü Maddi Değerler, Güvenilirlik, Heveslilik, Güven ve Empati alt boyut puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0,05$). Farkın hangi gruptan kaynaklandığını tespit etmek için yapılan ikili karşılaştırma testi sonucunda; çalışılan muhasebeci sayısı 1 muhasebe mensubu olan katılımcıların SERVQUAL Ölçeği Algı Bölümü Maddi Değerler, Güvenilirlik, Heveslilik, Güven ve Empati alt boyut puanlarının çalışan muhasebeci sayısı 4 ve üzeri muhasebe mensubu olan katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Katılımcıların şundaki muhasebeci çalışma sürelerine göre SERVQUAL Ölçeği Algı Bölümü Maddi Değerler, Güvenilirlik, Heveslilik, Güven ve Empati alt boyut puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0,05$). Farkın hangi gruptan kaynaklandığını tespit etmek için yapılan ikili karşılaştırma testi sonucunda; şundaki muhasebeci çalışma süresi 4-7 yıl arası 8-10 yıl arası 11 yıl ve üzeri olan katılımcıların SERVQUAL Ölçeği Algı Bölümü Maddi Değerler, Güvenilirlik, Heveslilik, Güven ve Empati alt boyut puanlarının şundaki muhasebeci çalışma süresi 1 yıl altı olan katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Katılımcıların faaliyet alanlarına göre SERVQUAL Ölçeği Algı Bölümü Maddi Değerler, Güvenilirlik, Heveslilik, Güven ve Empati alt boyut puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0,05$). Farkın hangi gruptan kaynaklandığını tespit etmek için yapılan ikili karşılaştırma testi sonucunda; faaliyet alanı ticaret ve üretim olan katılımcıların SERVQUAL Ölçeği Algı Bölümü Maddi Değerler, Güvenilirlik, Heveslilik, Güven ve Empati alt boyut puanlarının faaliyet alanı hizmet olan katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Katılımcıların işletme türlerine göre SERVQUAL Ölçeği Algı Bölümü Maddi Değerler ve Güvenilirlik alt boyut puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0,05$). Farkın hangi gruptan kaynaklandığını tespit etmek için yapılan ikili karşılaştırma testi sonucunda; işletme türü limited şirket ve anonim şirket olan katılımcıların SERVQUAL Ölçeği Algı Bölümü Maddi Değerler ve Güvenilirlik alt boyut puanlarının işletme türü şahıs işletmesi ve diğer olan katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 8. Memnuniyeti Etkileyen Faktörleri Belirlemek İçin Yapılan Lojistik Regresyon Analizi (Demografik Özellikler)

	B	p
30 yaş ve altı		1,000
31-35 yaş	-3,002	1,000
36-40 yaş	-13,094	0,999
41-45 yaş	-20,085	0,997
46 yaş ve üzeri	-32,911	0,996
Ortaokul ve altı		1,000
Lise	-18,331	0,999
Lisans	45,432	0,994
Lisansüstü	-6,224	0,999
1 yıl altı		1,000
1-5 yıl arası	-25,482	0,999
6-10 yıl arası	-40,579	0,998
10-15 yıl arası	-40,775	0,998
15-20 yıl arası	-57,143	0,997
21 yıl ve üzeri	-77,608	0,996
1 muhasebe mensubu		1,000
2 muhasebe mensubu	62,873	0,993
3 muhasebe mensubu	40,826	0,996
4 ve üzeri muhasebe mensubu	19,470	0,998
1 yıl altı		1,000
1-3 yıl arası	-89,158	0,991
4-7 yıl arası	-65,418	0,990
8-10 yıl arası	-8,057	0,999
11 yıl ve üzeri	15,679	0,999
Hizmet		1,000
Ticaret	20,360	0,996
Üretim	42,467	0,992
Şahıs İşletmesi		1,000

Limited Şirket	-24,600	0,998
Anonim Şirket	-5,027	1,000
Diğer	-4,824	1,000
5 yıl ve altı		1,000
6-10 yıl arası	-2,936	1,000
11-15 yıl arası	3,526	1,000
16-20 yıl arası	-10,745	0,999
21 yıl ve üzeri	-21,869	0,998
Cox-Snell R^2 =0,259		
Nagelkerke R^2 = 1,000		
Hosmer-Lemeshow = 1,000		

Memnuniyet durumunu etkileyen faktörleri belirlemek için oluşturulan lojistik regresyon modeli oluşturulmuştur ve Tablo 8’de özetlenmiştir. Sonuçlar incelendiğinde; bağımsız değişkenlerin (demografik değişkenler) memnuniyet durumunu etkilemediği görülmektedir ($p>0,05$).

Tablo 9. Memnuniyeti Etkileyen Faktörleri Belirlemek İçin Yapılan Lojistik Regresyon Analizi (Ölçek Puanları)

	B	p
Maddi Değerler (Beklenti)	0,632	0,945
Güvenilirlik (Beklenti)	-4,643	0,627
Heveslilik (Beklenti)	3,766	0,781
Güven (Beklenti)	7,654	0,445
Empati (Beklenti)	-10,605	0,509
Maddi Değerler (Algı)	2,969	0,368
Güvenilirlik (Algı)	1,747	0,850
Heveslilik (Algı)	8,514	0,504
Güvence (Algı)	-11,664	0,256
Empati (Algı)	4,387	0,562

Cox-Snell $R^2 = 0,259$

Nagelkerke $R^2 = 1,000$

Hosmer-Lemeshow = 1,000

Memnuniyet durumunu etkileyen faktörleri belirlemek için oluşturulan lojistik regresyon modeli oluşturulmuştur ve Tablo 9’da gösterilmiştir. Sonuçlar incelendiğinde; ölçek alt boyutlarının memnuniyet durumunu etkilemediği görülmektedir ($p > 0,05$).



SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

İşletmeler son dönemlerde küreselleşmenin etkisinde kalarak, hızlı gelişen bilgi teknolojileri ve sürekli güncellenen vergi kanunları çerçevesinde kendilerini yenilemeleri, kamu kurumları ve kanunlar karşısında temsil edilmeleri, faaliyetlerinin kayıt altına alınması ihtiyaçları sebebiyle serbest muhasebeci mali müşavirlerin günümüz ticaret ve sosyal hayatında önemli bir yere sahip olduğu bilinmektedir. Bu nedenle, serbest muhasebeci mali müşavirlerin sundukları hizmet kalitesinin derecesi önem arz etmektedir.

Günümüz rekabet koşullarında muhasebe meslek mensuplarının sundukları hizmetin kalitesinin sonucu olan müşteri memnuniyeti büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle muhasebe meslek mensupları, muhasebe düzenlemeleri konusunda mümkün olduğunca güncel olmaya çalışmalı ve müşterilerinin kendi bilgi düzeylerinin farkında olmalarını sağlamalıdır. Müşterilerine doğru ve güncel tavsiyeler sağladıklarından emin olmak için sürekli eğitime vurgu yapmalıdırlar. Öz olarak muhasebe meslek mensupları müşteri memnuniyetini artırmak amacıyla hizmet kalitesine önem vermelidirler.

Hizmet kalitesinin artırılabilmesi ve eksikliklere farkındalık oluşturmaya amacıyla hizmet kalitesinin ölçülmesi gerekliliği doğmaktadır. Hizmet kalitesinin ölçülebilmesi için Parasuraman ve arkadaşları tarafından geliştirilen SERVQUAL modeli yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu model iki aşamadan oluşmaktadır. Ölçeğin ilk aşamasında katılımcılara alacakları hizmete yönelik ihtiyaçlarını tespit etmek amacıyla beklentileri sorulmaktadır. İkinci aşamada ise katılımcıların aldıkları hizmetten oluşan algıları sorulmaktadır. Buradaki amaç, müşterilerin aldıkları hizmetin beklentilerini karşılayıp karşılamadığının ölçülmesidir.

Bu çalışma, muhasebe meslek mensuplarının sunmuş oldukları hizmetin kalitesinin belirlenmesi, müşterilerinin beklentileriyle, algıladıkları hizmet kalitesinin ortaya konulması ve sonuç olarak müşterilerin memnuniyet durumlarının tespit edilmesi amacıyla Malatya ve Elazığ illerinde gerçekleştirilmiştir. Çalışma kapsamında Malatya ve Elazığ illerinde faaliyet gösteren 403 adet katılımcıya SERVQUAL ölçeği kullanılarak geliştirilen anket formu uygulanmıştır. Ölçeğe ek olarak müşteri memnuniyetinin ölçülmesi amacıyla tek soruluk memnuniyet durumunu belirten soru yöneltilmiştir.

Çalışmaya katılan müşterilerin sonuçları değerlendirilerek demografik özellikleri aşağıda belirtilmiştir;

- Çalışmaya katılan müşterilerin çoğunluğunu %75,2 oranıyla erkekler oluşturmaktadır.
- Yaş kriterlerini çoğunluk olarak %22,6 ile 46 yaş ve üzeri katılımcıların oluşturduğu görülmektedir.
- Eğitim düzeyleri incelendiğinde %55,6 oranıyla katılımcıların çoğunluk olarak lisans mezunu olduğu görülmektedir.
- Katılımcıların işletmedeki görev dağılımlarına bakıldığında %58,8'inin iş sahibi/ortağı olduğu görülmektedir.
- İşletmede görev aldıkları süreler bakıldığında %31 ile 1-5 yıl arası görev alan katılımcıların çoğunlukta olduğu görülmektedir.
- Katılımcıların çalıştıkları muhasebe meslek mensubu sayısına bakıldığında %48,6 oranı ile çoğunluk olarak 1 muhasebe mensubu ile çalıştığı görülmektedir.
- Şuandaki muhasebecileriyle çalışma sürelerine bakıldığında, çoğunluk olarak %31,8'inin 1-3 yıl arası çalışmakta olduğu görülmektedir.
- Katılımcıların faaliyet alanlarına bakıldığında çoğunluk olarak %46,2'sinin hizmet alanında faaliyet gösterdiği görülmektedir.
- Hukuki yapı açısından işletme türlerine bakıldığında çoğunluk olarak %39'unun şahıs işletmesi olduğu görülmektedir.
- İşletme faaliyet sürelerine bakıldığında çoğunluk olarak %23,8'inin 11-15 yıl arası faaliyet gösterdiği görülmektedir.

Ölçeğin tanımlayıcı istatistiklerine bakıldığında, beklenti ile algı bölümleri aritmetik ortalamalarının arasında 0,218 farkın olduğu görülmüş, sonuç olarak algılanan hizmet kalitesinin beklenen hizmet kalitesini karşılamadığı çıkarımı yapılmıştır. Bu sonuç Teğin (2015) tarafından yapılan çalışmayla benzerlik göstermektedir. Buna karşın müşteri memnuniyetinin ölçümüne yönelik iletilen memnuniyet sorusuna katılımcıların %90,6'sı memnuniyetini vererek genel anlamda olumlu görüş bildirdiği anlaşılmaktadır.

Katılımcıların cinsiyetlerine göre hizmet kalitesi alt boyutları arasında erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre Güvenilirlik, Heveslilik ve Güven alt boyutlarında

daha yüksek puan aldığı görülmüştür. Buna karşın Atılgan (2019) tarafından yapılan çalışmada kadınların hizmet kalitesi alt boyutlarına göre erkeklerden daha fazla hizmet kalitesi algısına sahip oldukları görülmektedir.

Katılımcıların yaşlarına göre SERVQUAL Ölçeği Algı Bölümü sonuçlarına bakıldığında; yaşları 36-40 yaş ve 46 yaş ve üzeri olan katılımcıların 30 yaş ve altı olan katılımcılara göre SERVQUAL Ölçeği Algı Bölümü Maddi Değerler, Güvenilirlik, Heveslilik, Güven ve Empati alt boyut puanlarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu sonuç Kazan (2014) tarafından yapılan çalışmayla benzerlik göstermektedir. Çalışmada 49-sonrası yaş aralığında bulunan katılımcılar 44-48 ve 34-38 yaş aralığındaki katılımcılara göre güven ve empati alt boyutlarını daha yüksek algılamaktadırlar.

Katılımcıların eğitim durumlarına bakıldığında; eğitim durumu lise olan katılımcıların SERVQUAL Ölçeği Algı Bölümü Güvenilirlik, Heveslilik ve Empati alt boyut puanlarının eğitim durumu lisansüstü olan katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Teğin (2015) ve Kazan (2014) tarafından yapılan çalışmalarda meslek mensuplarının eğitim durumları bakımından anlamlı farklılık bulunamamıştır.

Katılımcıların çalışılan muhasebeci sayılarına bakıldığında; çalışılan muhasebeci sayısı 1 muhasebe mensubu olan katılımcıların SERVQUAL Ölçeği Algı Bölümü Maddi Değerler, Güvenilirlik, Heveslilik, Güven ve Empati alt boyut puanlarının çalışılan muhasebeci sayısı 4 ve üzeri muhasebe mensubu olan katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Benzer olarak, Atılgan (2019) tarafından yapılan çalışmada fiziksel görünüm açısından dört veya daha fazla muhasebeciyle çalışan katılımcıların algı puanlarının düşük olduğu görülmektedir.

Katılımcıların faaliyet alanlarına bakıldığında; faaliyet alanı ticaret ve üretim olan katılımcıların SERVQUAL Ölçeği Beklenti Bölümü Maddi Değerler, Güvenilirlik, Heveslilik, Güven ve Empati alt boyut puanlarının faaliyet alanı hizmet olan katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Teğin (2015) tarafından yapılan çalışmada sektörlere göre algılanan hizmet kalitesi açısından anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Katılımcıların işletme türlerine bakıldığında; işletme türü limited şirket ve anonim şirket olan katılımcıların SERVQUAL Ölçeği Beklenti Bölümü Maddi Değerler, Güvenilirlik, Heveslilik, Güven ve Empati alt boyut puanlarının işletme türü şahıs işletmesi ve diğer olan katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Atılgan

(2019) tarafından yapılan çalışmada Anonim şirketi temsil eden katılımcıların Güven ve Güvenilirlik algı puanlarının Kollektif şirket temsilcilerine göre yüksek olduğu görülmüştür.

Çalışmanın sonuçlarına bakıldığında ölçeğin beklenti ile algı bölümleri aritmetik ortalamalarının arasında 0,218 puanlık fark göstermektedir ki, muhasebe meslek mensupları hizmet kalitesini artırmak ve müşteri memnuniyetini en üst seviyeye çıkarabilmek için müşterilerinin beklentilerine odaklanmalı ve bu eksiklikleri tamamlamaya yönelik çalışmalarda bulunmalıdır. Müşterinin memnuniyetini sağlamak, müşterinin bağlılığının artmasının yanında olumlu referanslarla hizmet ağının gelişmesine katkı sağlayacağı aşıkardır.

Mevcut çalışma Malatya ve Elazığ illerinde faaliyet gösteren işletmelerin iş ortağı/sahibi veya yöneticileri ile sınırlı olmak üzere yürütülmüştür. Muhasebe meslek mensuplarının sunmuş oldukları hizmet kalitesi anlamında daha genel sonuçlara ulaşabilmek için ülke genelinde daha büyük örnekleme sahip çalışmalar yapılması önem taşımaktadır.

KAYNAKÇA

- Adil, M., Al Ghaswyneh, O. F. M., ve Albkour, A. M. (2013). SERVQUAL and SERVPERF: A review of measures in services marketing research. *Global Journal of Management and Business Research*, 13(E6), 65-76.
- Akyol, F. (2013), *Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesi: Kırşehir İlinde Bir Araştırma*, (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Nevşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akyüz, F., Yeşil, T., & Ay, F. (2018). Muhasebe Mesleği Seçiminde Etkili Olan Faktörlerin İncelenmesi: Uşak Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğrencilerine Yönelik Bir Uygulama. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, 2018, 298–327.
- Alkan, A. (2011). *Türkiye’de Muhasebe Meslek Standartlarının Oluşumunda Meslek Mensupları İle Mükelleflerin Yaklaşımları ve Öneriler*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Altan, S., Atan, M. ve Ediz, A. (2003). SERVQUAL Analizi İle Toplam Hizmet Kalitesinin Ölçümü Ve Yüksek Eğitimde Bir Uygulama. 12. Ulusal Kalite Kongresi. Kal Der-Türkiye Kalite Derneği. Lütfi Kırdar Kongre ve Sergi Sarayı, İstanbul.
- Altan, Ş. ve Atan, M. (2004). Bankacılık Sektöründe Toplam Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Analizi İle Ölçümü. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6 (1) , 17-32.
- Atılgan, M.E. (2019). *Muhasebe Meslek Mensuplarında Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyetine Etkisi: Tokat İli Örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bahadır, O. ve Tolga, B. (2013). Accounting Policy Options under IFRS: Evidence from Turkey. *Journal of Accounting and Management Information Systems*, 12, 388-404.
- Banar, K., ve Ekergil, V. (2010). Muhasebe Meslek Mensuplarının Hizmet Kalitesi: Sunulan Hizmetlerin Kalitesi İle Müşteri Memnuniyeti İlişkisi. *Anadolu University Journal of Social Sciences*, 10(1), 39-60.
- Başer, M. (1999, Mayıs). Muhasebe Mesleğinin Örgütlenmesinde Türkiye. 4. Türkiye Muhasebe Denetimi Sempozyumu, İstanbul Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler Odası.
- Büyüköztürk, Ş. (2018). Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı. Pegem Atıf İndeksi, ss. 1-214.

- Civelek, M. A. ve Durukan, M. B. (1997), Günümüz Koşullarında Muhasebe Mesleği ve Meslek Ahlakı, III. Türkiye Muhasebe Denetimi Sempozyumu, Muhasebe Denetimi Mesleğinde Yetkiler, Sorumluluklar.
- Dalgıç, A. (2013). *Hizmet Sektöründe Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Hizmet Kalitesini Etkileyen Faktörler Antalya’da Hizmet Kalitesi Ölçümüne Yönelik Bir Uygulama*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Eleren, A., Kılıç, B., 2009, Turizm Sektöründe Hizmet Kalitesi Ölçümü Üzerine Bir Literatür Araştırması, Alanya İşletme Fakültesi Dergisi, 1(1), 91-118.
- Finansal Muhasebe, (2019), Deha Yayınları, İstanbul.
- Gökçen, G. & Özdemir, M. (2016). Türkiye’de Muhasebe Uygulamalarından E-Defter ve E-Fatura Uygulaması. Öneri Dergisi, 12 (46) , 137-154.
- Günal, Ö. (2009). *Sağlık Hizmetlerinde Hizmet Kalitesinin Ölçümü: Süleyman Demirel Üniversitesi Araştırma ve Uygulama Hastanesi Örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Niğde Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Güvemli, O. (2012). Türk Muhasebe Düşüncesinde Muhasebe Düzeni, Belgeler ve Defterlerin Adlarında ve Kavramlarında Son İki Yüzyıldaki Değişimler. Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi, (3), 122-149.
- İslamoğlu, A. H., Candan, B., Hacıfendioğlu, Ş. ve Aydın, K. (2006). Hizmet Pazarlaması, İstanbul: Beta Basım Yayım, s.17-18.
- Karasioğlu, F. , Alagöz, A. & Allahverdi, M. (2018). Türkiye’de Muhasebe Meslek Elemanı Niteliklerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, 17. UİK Özel Sayısı , 19-40 .
- Kazan, M. (2014). *Muhasebe meslek mensuplarının mükellef sayıları ile hizmet kaliteleri arasındaki ilişkinin ölçümü; Kahramanmaraş ili örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kekeç, D. (2008). *Hizmet Kalitesi Ölçümünde SERVQUAL Ölçeği ve Otelcilik Sektöründe Bir Uygulama*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kiabel, B. D., & Loveday, A. (2014). Some Basic Concepts of Accounting: A Critical Appraisal. Research Journal of Finance and Accounting, 5(7).

- Köse, T. (2007). Yönetim Muhasebesinde Değişim ve Yönetim Muhasebesi Eğitiminin İncelenmesi. Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 9(1). 215-234.
- Martin, J., Elg, M., & Gremyr, I. (2020). The many meanings of quality: Towards a definition in support of sustainable operations. *Total Quality Management & Business Excellence*, 1–14.
- Mergen, E. (1993). Toplam Kalite Yönetimi. Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 11 (1) , 25-33.
- Meriç, S. (2018). *Serbest Muhasebeci Mali Müşavir Mükelleflerinin Kalite Algısı: Kars İlinde Bir Uygulama*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kafkas Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Mucuk, İ. (2009). Pazarlama İlkeleri. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Murdick, R. G., Render, B. M., ve Russell, R. S. (1990). Service Operations Management. Pearson, 86-95.
- Ozer, G., Merter, A. K. ve Cati, M. F. (2019). Mükelleflerin, Muhasebe Meslek Mensuplarından Aldıkları Hizmetlere İlişkin Memnuniyet Ölçümlemesi; Kalite ve Beklentilerine Yönelik Bir Çalışma . *PressAcademia Procedia*, 9 (1) , 175-179.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). “Servqual: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perc.” *Journal Of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Saxby, C. L., Ehlen, C. R., and Koski, T. R. (2004). Service Quality In Accounting Firms: The Relationship Of Service Quality To Client Satisfaction And Firm/Client Conflict. *Journal of Business ve Economics Research*, 2(11). 75-86.
- Sayım, F. & Usman, Ö. (2016). Muhasebe Mesleği İçin Mesleki Durum Analizi Kriterlerinin Belirlenmesi . *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (12) , 105-122 .
- Sevilengül, O. (2009). Genel Muhasebe, (15. baskı), Gazi Kitabevi, Ankara.
- Shewfelt, R. L. (1999). What is quality? *Postharvest Biology and Technology*, 15(3), 197–200.
- Sulaiman, N. A., ve Zakaria, Z. (2009). Measuring and Meeting Service Quality in Professional Accounting Services. *Journal of Accounting Perspectives*, 2.
- T.C. Resmi Gazete. Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu. 13.06.1989. Sayı: 20194, Başbakanlık Basımevi, Ankara.

- Tavşancıl, E. (2005). Tutumların Ölçülmesi ve SPSS İle Veri Analizi. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- TESMER (2010). Meslek Hukuku, Mesleki Değerler ve Etik. Temel Eğitim ve Staj Merkezi Yayınları: 88, Ankara.
- Türk, D. Z. (2009). Denetim Firmalarının Sunduğu Hizmet Kalitesi Müşteri Tatmini Ve Sadakati: Servperf Ölçeği. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 18 (1) , 399-416.
- Uçma, T. (2012). Türkiye’deki Muhasebe Sisteminin Gelişiminin Kurumsal Teori Çerçevesinde Açıklanması. *Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi*, (2), 145-178
- Ural, A. ve Kılıç, G. (2006). Bilimsel Araştırma Süreci ve Spss İle Veri Analizi (2. baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ustaahmetoğlu, E, Aygün, D ve Savcı, M . (2013). Muhasebe Bürolarında Sunulan Hizmetin Kalitesinin Müşteriler Tarafından Değerlendirilmesine Yönelik Bir Uygulama. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 9 (18) , 239-254.
- Yünlü, M. (2020). Türkiye’deki Muhasebe Uygulamalarının Tarihsel Gelişimi ve Günümüzdeki Durumu. *Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi* , (18) , 180-192.
- Yürekli, E. (2017). KOBİ’lerde Yönetim ve Maliyet Muhasebesinin Stratejik Karar Alma Üzerine Etkisi . *Muhasebe ve Finansman Dergisi* , (73) , 137-168.
- Zengin, E., ve Erdal, A.,(2000). Hizmet Sektöründe Toplam Kalite Yönetimi, *Journal of Qafqaz University*, 3(1): 43-56.

EKLER

EK-1: Sosyodemografik Bilgi Formu

1) Cinsiyetiniz:

() Kadın () Erkek

2) Yaşınız:

3) Eğitim Durumunuz:

() Okuryazar () İlkokul () Ortaokul
() Lise () Lisans () Lisansüstü

4) Bulunduğunuz işletmedeki göreviniz:

() İş Sahibi/Ortağı

() Yönetici

5) İşletmedeki Görev Süreniz:

() 1 yıl altı

() 1-5 yıl arası

() 6-10 yıl arası

() 10-15 yıl arası

() 15-20 yıl arası

() 21 yıl ve üzeri

6) İşletmenizin Faaliyeti Süresince Çalıştığınız Muhasebe Mensubu Sayısı:

() 1 muhasebe mensubu

() 2 muhasebe mensubu

() 3 muhasebe mensubu

() 4 muhasebe mensubu

() 5 ve üzeri muhasebe mensubu

7) Şuandaki Muhasebecinizle Çalışma Süreniz:

() 1 yıl altı

() 1-3 yıl arası

() 4-7 yıl arası

() 8-10 yıl arası

() 11 yıl ve üzeri

8) İşletmenizin Faaliyet Alanı:

☐ Hizmet

☐ Ticaret

☐ Üretim

9) Hukuki Yapı Açısından İşletmenizin Türü:

☐ Şahıs İşletmesi

☐ Adi Şirket

☐ Kolektif şirket

☐ Anonim Şirket

☐ Limited Şirket

☐ Diğer.....

10) İşletmenizin Faaliyet Süresi:

☐ 1 yıl altı

☐ 1-5 yıl arası

☐ 6-10 yıl arası

☐ 11-15 yıl arası

☐ 16-20 yıl arası

☐ 21 yıl ve üzeri

EK 2: SERVQUAL Ölçeği

1. BÖLÜM	İFADELER	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
	Lütfen, aşağıdaki ifadelere ne düzeyde katıldığınızı ifadenin yanında yeralan seçeneklerden size uygun olanı işaretleyerek belirtiniz.					
1	İdeal bir muhasebe meslek mensubu gerekli teknolojik donanıma sahiptir.	1	2	3	4	5
2	İdeal bir muhasebe meslek mensubunun bürosunun genel görünüşü güzeldir.	1	2	3	4	5
3	İdeal bir muhasebe meslek mensubunun çalışanları iyi giyimlidir.	1	2	3	4	5
4	İdeal bir muhasebe meslek mensubunun bürosunun genel görünüşü sunduğu hizmetler için yeterlidir.	1	2	3	4	5
5	İdeal bir muhasebe meslek mensubu belirli bir zamanda bir şeyi yapmak için söz verdiğinde mutlaka yerine getirir.	1	2	3	4	5
6	İdeal bir muhasebe meslek mensubu bir sorun olduğunda cana yakın davranır.	1	2	3	4	5
7	İdeal bir muhasebe meslek mensubuna her zaman güvenilmelidir.	1	2	3	4	5
8	İdeal bir muhasebe meslek mensubu söz verdiği zaman hizmetlerini sunar	1	2	3	4	5
9	İdeal bir muhasebe meslek mensubu muhasebe kayıtlarını doğru bir şekilde tutar.	1	2	3	4	5
10	İdeal bir muhasebe meslek mensubu sunacağı hizmetin zamanını kesin olarak söyler	1	2	3	4	5

11	İdeal bir muhasebe meslek mensubunun çalışanlarından istediğim anda hizmet alırım.	1	2	3	4	5
12	İdeal bir muhasebe meslek mensubunun çalışanlar bana yardım için daima isteklidir.	1	2	3	4	5
13	İdeal bir muhasebe meslek mensubunun çalışanlar isteklerimi anında yerine getirirler.	1	2	3	4	5
14	İdeal bir muhasebe meslek mensubunun çalışanlarına her zaman güvenirim	1	2	3	4	5
15	İdeal bir muhasebe meslek mensubu çalışanları ile olan mali işlemlerimde kendimi her zaman güvende hissederim.	1	2	3	4	5
16	İdeal bir muhasebe meslek mensubu çalışanları çok naziktir.	1	2	3	4	5
17	İdeal bir muhasebe meslek mensubunun çalışanlar sorularımı cevaplamak için gerekli bilgiye sahiptir.	1	2	3	4	5
18	İdeal bir muhasebe meslek mensubu benimle kişisel olarak ilgilenir.	1	2	3	4	5
19	İdeal bir muhasebe meslek mensubunun çalışanları beni her konuda ve her zaman dikkate alır	1	2	3	4	5
20	İdeal bir muhasebe meslek mensubunun çalışanlar benim ihtiyaçlarımın neler olduğunu bilir	1	2	3	4	5
21	İdeal bir muhasebe meslek mensubub benim menfaatlerimi canı gönülden destekler.	1	2	3	4	5
22	İdeal bir muhasebe meslek mensubunun çalışma saatleri benimki ile uyumludur.	1	2	3	4	5

2. BÖLÜM	İFADELER Lütfen,aşağıdaki ifadelere ne düzeyde katıldığınız ifadenin yanında yeralan seçeneklerden size uygun olanı işaretleyerek belirtiniz.	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Muhasebecim gerekli teknolojik donanıma sahiptir.	1	2	3	4	5
2	Muhasebecimin bürosunun genel görünüşü güzeldir.	1	2	3	4	5
3	Muhasebecimin çalışanları iyi giyimlidir.	1	2	3	4	5
4	Muhasebecimin bürosunun genel görünüşü sunduğu hizmetler için yeterlidir.	1	2	3	4	5
5	Muhasebecim belirli bir zamanda bir şeyi yapmak için söz verdiğinde mutlaka yerine getirir.	1	2	3	4	5
6	Bir sorunun olduğunda muhasebecim cana yakın davranır.	1	2	3	4	5
7	Muhasebecime her zaman güvenirim	1	2	3	4	5
8	Muhasebecim söz verdiği zaman hizmetlerini sunar	1	2	3	4	5
9	Muhasebecim muhasebe kayıtlarını doğru bir şekilde tutar.	1	2	3	4	5
10	Muhasebecim sunacağı hizmetin zamanını kesin olarak söyler	1	2	3	4	5
11	Muhasebecimin çalışanlarından istediğim anda hizmete alırım.	1	2	3	4	5
12	Muhasebecimin çalışanları bana yardım için daima isteklidir.	1	2	3	4	5
13	Muhasebecimin çalışanları isteklerimi anında yerine getirirler.	1	2	3	4	5
14	Muhasebecimin çalışanlarına her zaman güvenirim	1	2	3	4	5

15	Muhasebecimin çalışanları ile olan mali işlemlerimde kendimi her zaman güvende hissederim.	1	2	3	4	5
16	Muhasebecimin çalışanları çok naziktir.	1	2	3	4	5
17	Muhasebecimin çalışanları sorularımı cevaplamak için gerekli bilgiye sahiptir.	1	2	3	4	5
18	Muhasebecim benimle kişisel olarak ilgilenir.	1	2	3	4	5
19	Muhasebecimin çalışanları beni her konuda ve her zaman dikkate alır	1	2	3	4	5
20	Muhasebecimin çalışanları benim ihtiyaçlarımın neler olduğunu bilir	1	2	3	4	5
21	Muhasebecim benim menfaatlerimi canı gönülden destekler.	1	2	3	4	5
22	Muhasebecimin çalışma saatleri benimki ile uyumludur.	1	2	3	4	5

EK-3: Müşteri Memnuniyeti Anketi

Muhasebecinizden aldığınız hizmetten memnun musunuz?

☐ Memnun Değilim

☐ Kararsızım

☐ Memnunum

