

# MUHASEBE YÜKSEK ÖĞRENİMİ GÖREN ÖĞRENCİLERİN KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ VE MESLEĞE YÖNELİK DÜŞÜNCELERİ ÜZERİNE BİR ALAN ARAŞTIRMASI

**Prof. Dr. Reşat KARCIOĞLU\***

**Yrd. Doç. Dr. Bilsen BİLGİLİ \*\***

**Arş. Gör. Hakan YAZARKAN \*\*\***

## ÖZET

Muhasebecilik tüm toplumların hayatında önemli rolü olan bir meslektir. Dünya çapında gerçekleşen piyasa ekonomisine geçiş, yatırımların artması ve faaliyetlerin daha büyük boyutlara ulaşarak ulusal sınırları aşması nedeniyle artık muhasebecilerin geniş ufuklu, küresel bir dünya görüşüne sahip olmaları gerekmektedir. Günümüzde muhasebecilerin sadece kendi kuruluşlarının ve yatırımcıların değil, aynı zamanda diğer çıkar gruplarının da finansal ve finansal olmayan bilgi ihtiyaçlarına cevap vermeleri beklenmektedir. Muhasebecilerin sürekli değişime ayak uydurabilmesi, önemli ölçüde mesleki bilgi, mesleki beceri ve mesleki değerler, etik ve niteliklere bağlıdır. Bu nedenle muhasebeci olmak isteyenlerin yenilikleri öğrenme ve uygulama konusunda sürekli istekli olması gerekir.

Bireylerin davranışlarını etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Bunlar sosyal, psikolojik, kişisel ve kültürel faktörlerden oluşmaktadır. Bu çalışmada, muhasebe yüksek öğrenimi gören öğrencilerin kişilik özellikleri ile mezuniyet sonrası mesleklerini ne şekilde yürütecekleri konusunda düşünceleri arasındaki ilişkiler araştırılmıştır. Öğrencilerin kişilik özellikleri ile muhasebecilik mesleğine yönelik tutumları arasında ilişkiler olduğu bulunmuştur. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda, muhasebe eğitimi yürüten yüksek öğrenim kurumlarının rehberlik ve danışmanlık hizmetlerini veren birimlerine öğrencilerin mesleğe yönlendirilmesi ile ilgili çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Muhasebecilik Mesleği, Kişilik Özellikleri, Meslek Pazarlaması.

## ABSTRACT

### A DEPARTMENT STUDY ON PERSONALITY FEATURES OF STUDENTS IN ACCOUNTING HIGH EDUCATION AND THEIR THOUGHTS ABOUT OCCUPATION

Accounting is an occupation having important role in all societies' life. Accountants must have broad-horizon, global world idea because of transition of market economy around the world, increase of investment, pass of national border by reaching bigger dimensions. In present, it is expects that accountants do not only inform their associations and investors but also other groups who need financial and non-financial knowledge. Vocational knowledge, skills, values, ethic and qualities are important for accountants' keep pace with continuous change. Fort his reason, people who want to be an accountant must want to learn innovations and practice continually. There are many factors which affect the individuals' behaviors. These are social, psychological, personal and cultural factors. In this study, the relations between personality features of students study in university about accounting and their thoughts about occupation after graduation were studied. It has been found that there are relations between personality features of students and thoughts to accountancy occupation. According to results, various suggestions were given to leading and consultancy services in universities (accounting department) for vocational guidance.

**Key Words:** Accountancy, Personality Features, Carrier Marketing

\* Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, rkarci@atauni.edu.tr

\*\* Kocaeli Üniversitesi, Derbent Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu, bilsenbilgili@hotmail.com

\*\*\* Atatürk Üniversitesi, Oltu MYO, hyazarkan@atauni.edu.tr

## 1. GİRİŞ

G ünümüz rekabet koşullarında işletmeler amaçlarına ulaşabilmek, piyasada tutunabilmek için birtakım bilgilere ihtiyaç duymaktadırlar. Bu bilgilere ulaşabilmenin yolu, iyi bir muhasebe sistemine ve bu sistemi ayakta tutacak nitelikli muhasebe elemanlarına sahip olmaktan geçmektedir. Nitelikli muhasebe elemanları ise ülkemizde üniversitelerin fakülte ve meslek yüksekokulları ile meslek liselerinde yetiştirilmektedir. Ülkemizde 1932 yılında muhasebe mesleği ile ilgili ilk düzenleme getirilmiş, ancak hayata geçirilememiştir. Dönemin meslek mensupları tarafından 1942’de “Türkiye Eksper Muhasıpler ve İşletme Organizatörleri Derneği” kurularak Türkiye’de muhasebe mesleğinin gelişmesi için çok önemli bir adım atılmıştır. 1932 yılında başlayan muhasebe mesleğini yasal olarak düzenleme girişimleri 1989 yılına kadar sonuç vermemiştir. 1.6.1989 tarihinde TBMM’de kabul edilen ve 13.6.1989 tarihli resmi gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren 3568 sayılı Serbest Muhasebecilik, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu ile meslek yasal statüsüne kavuşabilmiştir. Kanunda meslek mensupları; Serbest muhasebeci, Serbest Muhasebeci Mali Müşavir ve Yeminli Mali Müşavir olmak üzere üç grupta ele alınmıştır. Muhasebe eğitiminin küresel düzeyde yapılması; bilgiye en kısa sürede ulaşabilen, ulaştığı bilgiyi üretime yansıtabilen ve değişimin gerçekleşmesinde kullanabilen, riske girebilen, karar verdiğinde kararına sahip çıkabilen, sorun değil çözüm üreten, dinleme becerisi gelişmiş insan gücünün yetiştirilmesine bağlıdır. Bu bağlamda muhase-

be programı öğrencilerinin, bu programı tercih etme sebepleri, muhasebe mesleğine bakış açıları, bu meslekte çalışmaya karşı tutumları ve aldıkları eğitimin mesleki hedeflerine katkıda yerliliği konularında araştırmalar yapılmıştır.<sup>1</sup>

Muhasebe eğitimi; işletme kararlarına yararlı bilgilerin saptanması, toplanması, ölçülmesi, işlenmesi, doğruluğunun denetlenmesi, raporlar halinde özetlenmesi ve raporlanan bilgilerin karar alma aşamalarında nasıl kullanılacağı konusunda öğrencilerin bilgilendirilmesi ve bu bilgilerin uygulanması konusunda öğrenci yeteneğinin geliştirilmesi süreci olarak tanımlanabilir.<sup>2</sup> Muhasebe eğitimi konusuna güncel anlamda baktığımızda muhasebe mesleğine girmek isteyenlerin sadece mesleki bilgi değil, aynı zamanda mesleki beceri, mesleki değerler ve etik, teknolojik gelişmelerden yararlanma konularında da temel bilgilerle donanması gerektiği görülmektedir. Hiç şüphesiz bu donanım meslek mensuplarının yaşam boyu öğrenme sürecine temel teşkil etmektedir.<sup>3</sup>

Dünyadaki önemli mesleklerden biri olması nedeniyle muhasebe mesleği üzerine birçok çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalardan Demir ve Su başı’nın (2008) yapmış oldukları araştırmada, meslek yüksekokulları (MYO)’nın muhasebe bölümlerine sınavsız geçiş hakkı olan öğrencilerin profilleri ve muhasebe mesleğine bakışları incelenmiştir. Buna göre, öğrencilerin büyük çoğunluğu muhasebecilerin sözlü ve yazılı iletişim becerilerine sahip olmaları, kendilerini sürekli geliştirmeleri, yasal düzenlemeleri ve ekonomiyle ilgili güncel gelişmeleri takip etmeleri gerektiğini düşünmektedirler. Öğrencilerin ço-

<sup>1</sup> Özcan, İ., Ünal, G. F., ve Helhel, Y., “Muhasebe Programı Öğrencilerinin Cinsiyet ve Öğrenim Durumunun Muhasebe Mesleğine Yönelik Tutumları İle İlişkilendirilmesi”, **Muhasebe ve Finansman Dergisi**, 2009, (41), s. 170-173.

<sup>2</sup> Daştan, A., “Karadeniz Teknik Üniversitesi İ.İ.B.F. Ölçeğinde Akademik Görünüm ve Muhasebe Eğitiminin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma”, **Muhasebe Finansman Dergisi**, 2009, (42), s. 144

<sup>3</sup> Özbirecikli, M., ve Pastacıgil, A., “Türkiye’de Muhasebe Eğitiminin Gelişim Süreci: IFAC Standartları İle Mukayeseli Bir İnceleme”, **Muhasebe Finansman Dergisi**, 2009, (41), s. 83

ğu muhasebecilerin geniş iş olanaklarına sahip olduklarını, mesleğin prestijli bir meslek olduğunu ve ruhsatlı muhasebecilerin bir işyerine bağlı olarak çalışanlara göre daha çok kazandıklarını ifade etmelerine rağmen, kendilerinin muhasebeci olmaları konusunda kararsız kalmışlardır.

Bir diğer çalışmada Altan (2009), muhasebecilik mesleğinin toplumda nasıl ve ne kadar tanındığını ölçmek için yaptığı çalışmasında toplumun çeşitli katmanlarından oluşan 353 deneğe anket uygulamıştır. Bunun sonucunda toplum katmanlarının tamamı muhasebecilerin yetki ve sorumluluklarını yerine getirmeleri konusunda olumlu düşünmekte olup, muhasebecileri güvenilir ve toplumsal sorumluluk sahibi olarak görmektedirler. Yaptıkları işin niteliği açısından da olumlu yönde algılanmaktadır. Ancak yapılan istatistik testler ve ortalamalardan da görülmüştür ki, muhasebecilerin toplumun bütün katmanları tarafından ortak bir algılanma düzeyi yoktur.

Ömürbek ve Usul (2008) yaptıkları bir çalışmada, muhasebe meslek elemanlarının, muhasebe mesleğinin seçiminde etkin olan etkenler ile bu etkenlerin belli bir format izleyip izlemediklerini faktör analiziyle tespit etmeye çalışmışlardır. Yapılan analiz sonucunda muhasebe meslek mensubunun muhasebecilik mesleğini seçerken bilinçli ve isteklerine göre karar verdiği görülmüştür. Bağımsız çalışma imkanı, işten ayrılma durumunda iş bulabilme imkanı, mesleğin prestij sağlayacağı düşüncesi, ofis ortamında çalışılması, ve muhasebe mesleğinin gelecekte yeni fırsatlar yaratacağı düşüncesi mesleğin seçiminde etkili faktörlerdir.

Saemann ve Crooker (1999) muhasebe eğitimi alan öğrenciler üzerinde iki aşamalı olarak gerçekleştirdikleri çalışmada, öğrencilere eğitimin 2. ve 15. haftalarında aynı testi uygulamışlardır. İlk testte öğrenciler muhasebe hakkında kararsız görüş bildirmelerine karşın ikinci testte muha-

sebenin gerektirdiği çalışma yükü nedeniyle öğrencilerin muhasebeyi tercih etmelerindeki cesaretlerinin kırıldığı tespit edilmiştir.

Özcan, Ünal ve Helhel (2009) meslek yükseköğretiminde yetişen muhasebe bölümü elemanlarının muhasebecilik mesleğine bakış açılarını ve bağlı buldukları MYO'nun bu mesleğe olan katkısından ne derece memnun olduklarını incelemiştir. MYO'da yetişen muhasebe programı öğrencilerinin cinsiyet ve öğrenim durumlarıyla bağlantılı olarak yapmış oldukları çalışmada bayan öğrencilerin erkek öğrencilere oranla öğrenim gördükleri programdan daha çok memnun oldukları, muhasebe mesleğini dürüstlük esasında kayıt tutma olarak nitelendirdikleri ve toplumun muhasebecilik mesleğine olumlu baktığı düşünceleri ortaya çıkmıştır. Ayrıca birinci eğitim öğrencilerinin ikinci eğitim öğrencilerine oranla mesleğin geleceğine daha olumlu baktıkları görülmüştür.

Gençtürk (2008) MYO öğrencilerinin muhasebe-finans eğitimine bakış açılarını incelediği çalışmasında, birinci sınıf öğrencilerinin çoğunluğunun programa istemeyerek geldikleri, fakat kazandıkları programın çalışma hayatlarında belirleyici olacağını düşündükleri sonucuna ulaşmıştır. Bu öğrenciler muhasebe eğitimini çok önemli bulmakta ve okudukları bölümün mesleki kariyerleri açısından önemli olduğunu düşünmektedirler. Öğrencilerin ikinci sınıfa gelmesiyle birlikte alınan muhasebe-finans derslerine ilişkin pratik yapma imkanının sınırlı olması mesleki hayatları açısından bu öğrencileri endişelendirmektedir. Öğrenciler bu programa isteksiz gelmiş olmalarına rağmen düşüncelerinin değişmiş olduğunu belirtirken, mezun olduklarında yeterli bilgi donanımına sahip olacaklarını düşünmediklerini vurgulamışlardır.

Mauldin, Crain ve Maunce (2000) yaptıkları çalışmada, kariyer fırsatı, konuya ilgi, öğretmen, para ve ailenin muhasebeyi meslek olarak tercih

edenler üzerinde etkili olduğunu tespit etmişlerdir.

Yardımcıoğlu ve Büyükşalvarcı (2007) MYO'nda muhasebe eğitimi alan öğrencilerin bu mesleğin eğitiminde MYO'nu seçme sebeplerini incelemiş, ayrıca bu okulların muhasebe eğitimindeki yeterliliğini araştırmışlardır. Öğrencilerin %48,4'ü buldukları programı seçme nedenlerinin ÖSS düzenlemesi olduğunu söylemiştir. Mesleği sevdiğim için ifadesinin oranı ise %32,2'dir. Meslek sahibi olmak için bu bölümü seçenlerin oranı ise %9,4'tür. Bu sonuçlara göre MYO muhasebe programı öğrencilerinin yarısından fazlasının buldukları bölümü sevmemesine karşın, çeşitli nedenlerden dolayı bu bölümde eğitim gördükleri anlaşılmıştır.

İşletme ile ilgili finansal nitelikteki bilgilerin tam, doğru, tarafsız ve kaliteli bir şekilde sunulmasını sağlayabilecek muhasebe elemanlarına duyulan ihtiyacın gün geçtikçe arttığı bir ortamda muhasebe öğrencilerinin mesleki bilgi ve yeteneklerinin geliştirilmesi önemli hale gelmektedir. Kuşkusuz bu noktada öğrencilerin aldığı muhasebe eğitimi, temel belirleyici konumdadır. Bu çerçevede kaliteli eğitim, kaliteli muhasebeci, kaliteli muhasebe bilgisi ve etkin işletme kararı muhasebe eğitiminin önemi olarak ortaya çıkmaktadır.<sup>4</sup> Diğer yandan, kaliteli bir eğitim mesleki başarı için yeterli olmamaktadır. Kaliteli muhasebe bilgisiyle donatılmış birçok öğrenci mezun olduktan sonra bu mesleği sürdürmemekte ya da ilk fırsatta meslekten ayrılmaktadır.

Meslek seçimi, çok yönlü olması nedeniyle akademisyenler ve profesyoneller başta olmak üzere tüm toplumun ilgisini çeken bir alandır ve bir

mesleğin geleceği açısından bu mesleğin tercih edilmesinde etkili olan faktörlerin tespit edilmesi son derece önemlidir. Ekonomik ve sosyal yaşam açısından muhasebenin ve muhasebe mesleğinin taşıdığı önem dikkate alındığında bu mesleğin kendisinden beklenen işlevi hakkıyla yerine getirebilmesi ve devamlılığı için en iyiler tarafından tercih edilmesi gerekir. Bu nedenle, mesleğin tercih edilmesinde rol oynayan faktörlerin tespit edilmesiyle, profesyonellerin meslekten beklentilerinin karşılanabilmesi ve toplumsal çıkarlara daha fazla hizmet edilebilmesi mümkün olur. Bununla birlikte son yıllarda ortaya çıkan muhasebe yolsuzlukları toplumsal ve ekonomik etkileriyle göz önüne alındığında, mesleğin ve meslek mensuplarının rolü daha fazla ön plana çıkmış ve muhasebe mesleğinin tercih edilmesinde rol oynayan faktörlerin tespit edilmesi daha da önem kazanmıştır.<sup>5</sup>

Meslek, bireylerin hayatlarını kazanmak için yaptığı ve belli bir eğitimle kazandığı bilgi ve becerilere dayalı faaliyetlerin tümüdür. Diğer bir ifadeyle meslek bireyin kendini ve yeteneklerini geliştirme yoludur ve bu yol bireyin kişilik özelliklerini, hayallerini hayat görüşünü ve değerlerini belirler. Bireyler, seçmiş oldukları meslekle de aynı zamanda kendine belli bir çalışma ortamı ile belli bir yaşam biçimi belirlemiş olur. Bireyin istek ve hayalleri, cinsiyeti ve fiziksel özellikleri, meslek hakkında bilgi düzeyleri, çevrenin etkisi ve düşünceleri, ailenin sosyoekonomik durumu, ailenin beklentisi ve kendisi hakkındaki düşünceleri, kişinin okul başarısı ve öğretmenlerinin düşüncesi, mesleğin toplumdaki yeri, getirisi ve mesleğe olan talep, ülkenin ekonomik durumu ve teknolojik gelişmeler, çalışma alışkanlıkları, mesleki olgunluk

<sup>4</sup> Daştan, A., a.g.m., s.144

<sup>5</sup> Durer, S., Çalışkan, A. Ö., Akbaş, H. E., ve Gündoğdu, C. E., "İşletme Bölümü Öğrencilerinin Muhasebe Alanında Kariyer Tercihlerini Etkileyen Faktörlerin İncelenmesi", **Muhasebe Finansman Dergisi**, 2009, (43), s. 70

düzeyi, benlik kavramı, özel yetenek ve zekası gibi etkenler kişinin meslek seçiminde oldukça etkin olacaktır.<sup>6</sup> Görüldüğü üzere, yapılan çalışmalarda muhasebe eğitimi ve muhasebecilik mesleğinin seçilmesinde etkili olan faktörler ortaya konulmaya çalışılmıştır. Günümüzde her alanda olduğu gibi meslek seçiminde de hedef bireylerin mesleği tercih etmelerinde ya da mesleği sürdürmelerinde mesleklerle ilgili sivil teşkilatların (meslek odaları, birlikler gibi) büyük çaba gösterdiği görülmektedir. Dolayısıyla, meslek seçiminde bireylerin davranışlarını etkileyen tüm faktörler etkili olabilecektir. Bu faktörlerden biri de bireylerin kişilik özellikleridir. Kişilik özellikleri öğrenci/tüketicilerin tüm satın alma davranışlarında etkili olan faktörlerdendir. Yapılan literatür araştırmasında öğrencilerin kişilik özellikleri ve muhasebecilik mesleğine yönelik düşünceleri arasındaki ilişkileri inceleyen herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır.

Meslek seçimi meslek ve kariyer pazarlaması kapsamında ele alınan bir pazarlama faaliyetidir. Bir ürün ya da hizmet gibi mesleklerin de tercih edilmesinde çeşitli pazarlama stratejileri uygulanabilmektedir. Bir ürün ya da hizmetin tercihinde kişilik özellikleri önemlidir. Tüketicilerin kişilik özellikleri ve satın alma davranışları üzerine birçok çalışma yapılmıştır. Bu konuda ilk çalışmayı Franklin B.Evans 1961 yılında yapmıştır. Araştırmacı, kişilik özellikleri ve marka seçimi arasındaki ilişkiyi ele almıştır. Kassarijan 1971 yılında, kişilik ve tüketici davranışı ile ilgili yapılan çalışmaların genel bir değerlendirmesini yapmış ve kişiliğin davranışın %5-10'luk bir kısmını açıkladığını, ancak araştırmacıların çoğunun bu değişkeni göz ardı ettiğini

belirlemiştir. Ackoff ve Emshoff 1975 yılında kişilik özelliklerine dayalı pazar bölümlenmesi yapmak amacıyla bir araştırma yapmışlardır. Yapılan bu çalışmada bira tüketicilerinin demografik ve kişilik özellikleri ile bira içme tarzları tespit edilmiş; içiciler dört kişilik yapısına göre bölümlenmiştir. Bu bölümler; sosyal içici, ara-sıra içici, aşırı içici ve bağımlı içici şeklindedir. Linda Alwitt 1991 yılında yaptığı çalışmada insanların kişiliklerine dayalı olarak ürün seçimi ve kullanım durumu ile ilgili kararlar aldıklarını tespit etmiştir. İslamoğlu 1993 yılında farklı otomobil markalarına sahip olan tüketici gruplarını birbirinden ayıran kişilik özelliklerini belirlemeye yönelik bir araştırma yapmıştır. Chang 2001 yılında kişiliğin ürün değerlendirmeleri üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla bir çalışma yapmıştır. Kişiliğin tüketicilerin ürünle ilgili değerlendirmelerini etkilediğini, dışa dönük kişilerin ürünleri içe dönük kişilerden daha pozitif değerlendirdiklerini tespit etmiştir. Fraj ve Martinez 2006 yılında yaptıkları çalışmada ekolojik tüketici davranışı ve kişilik özellikleri arasındaki ilişkiyi analiz etmiş ve sonuçta kişiliğin ekolojik tüketici davranışını olumlu yönde etkilediğini tespit etmişlerdir. Huang da 2006 yılında Kassarijan'a benzer şekilde tüketici davranışı ve kişilik ile ilgili yapılan çalışmalarını incelemiştir. Ve son zamanlarda Paunonen ve Aston (2001), Paunonen (2003) gibi araştırmacılar da yapmış oldukları çalışmalarda kişilik özelliklerinin insan davranışlarının tahminçileri olarak kullanılabileceğini ileri sürmüşlerdir.<sup>7</sup>

Kişilik kavramı geçmişten günümüze davranış bilimleri, psikoloji, pazarlama gibi değişik bilim dallarında farklı şekillerde ele alınmıştır. Ki-

<sup>6</sup> Ömürbek, V., ve Usul, H., "Muhasebe Mesleğinin Seçilmesinde Etkin Olan Etkenlerin Faktör Analizi İle İncelenmesi", *Muhasebe Finansman Dergisi*, 2008, (37), s.172

<sup>7</sup> Deniz, A., *Kişilik Özellikleri İle Algılanan Risk Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2007, s.49

şilik çok yönlü ve karmaşık bir kavram olduğu için kişiliğin tanımı konusunda fikir birliğine varılamamıştır.<sup>8</sup> Kişilik, davranış bilimi, psikoloji gibi birçok bilim dalında ele alınan önemli bir kavramdır. Kişilik kavramı pazarlama alanında da önemli yeri olan bir kavramdır. Çünkü her bireyin satın alımını etkileyen farklı bir kişiliği bulunmaktadır.<sup>9</sup> Tüketicilerin kişilik özellikleri onların algılarını ve satın alma davranışlarını etkilemektedir. Yapılan çalışmalarda, kişiliğin çeşitli ürün ve hizmetlerin satın alınmasında rol oynadığı saptanmıştır.<sup>10</sup> Ayrıca kişiliğin bir reklâmı sevmeye, satın almaya karar vermek için toplanacak bilgilerin türleri ve toplama yöntemleri, toplanan bilgiyi işleme ve ikna olunabilirlik üzerinde etkili olduğu görülmüştür.<sup>11</sup>

Kişiliğin boyutları birkaç şekilde tanımlanmaya çalışılmıştır. Yaygın olarak kişilik “5 Faktör Modeli” olarak adlandırılan modelde 5 boyutta ele alınmaktadır.<sup>12</sup> Modelin boyutları; dışadönüklük, uyumluluk, sorumluluk, duygusal denge, yeniliklere açık olma şeklindedir.<sup>13</sup>

Dışadönüklükler cana yakın, neşeli, heyecan

arayan, baskın / mesafeli, sakin iken; içedönükler; yalnızlığı tercih eden kişilerdir. Uyumlu kişiler alçak gönüllü, işbirliğine inanan,

samimi, anlayışlı iken; saldırgan kişiler şüpheli, dik başlı, inatçı ve ihtiyatlı özellik gösterirler. Sorumluluk sistemli, azimli, hırslı, titiz kişilerin boyutu olup, amaçsızlık plansız,

düzensiz, erteleyen, dikkati kolay dağılan kişilerin boyutudur. Duygusal dengeli kişiler; rahat, özgüvenli, sabırlı, eleştiriye açık özellik gösterirken nevroitikler endişeli, gergin, çekingen ve hassastırlar. Yeniliklere açık olan kişiler yaratıcı, analitik düşünen, yeniliğe açık, duyarlı özellik sergilerken gelenekseller, tutucu, gerçekleri savunan, ilgisiz kişilerdir.<sup>14</sup>

Bu araştırmada, muhasebe öğrenimi alan öğrencilerin kişilik özellikleri ile mesleğe yönelik bakış açıları arasındaki ilişkiler belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmanın uygulama bölümünde, öğrenciler üzerine yapılan alan çalışmasının bulguları yer almaktadır.

- 8 Şimşek, Ö., **İnsan Dinamiği Kişilik Özelliklerinin İncelenmesine Yönelik Ölçek Geliştirme Çalışması**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakaya Üniversitesi, 2006, s.18  
- Arkoñaç, S. A., **Psikoloji-Zihin Süreçleri Bilimi**, ALFA Basım Yayın Dağıtım, İstanbul 2005, s.377
- 9 Zikmund, W. G., ve d’Amico, M., **Marketing**, Fifth Edition, West Publishing Company, 1996, s.189
- 10 Pride, W. M. ve Ferrell, O. C., **Marketing**, Houshton Mifflin Company Boston New York, 2000, s.206  
- Kotler, P., Armstrong, G., Sounders, J., ve Wang, V., **Principles of Marketing**, Second European Edition, Prentice Hall Europe, 1999, s.243
- 11 Odabaşı, Y., ve Barış, G., **Tüketici Davranışı**, 4.Baskı, Mediacat, İstanbul, 2002, s.189
- 12 Goldberg, L. R., “An Alternative Description of Personality, The Big Five Factor Structure”, **Journal of Personality and Social Psychology**, 1990, V59, N6, s. 1216  
-Kokkonen, M., ve Pulkkinen, L., “Examination of The Paths Between Personality Current Mood, It’s Evaluation and Emotion Regulation”, **Journal of Personality**, 2001, (15), s. 85  
- Tichon, M. A., **Personnel Selection İn The Transportation Sector: An Investigation of Personality Traits in Relation To Job Performance of Delivery Drivers**, The University of Tennessee, PhD Dissertation, Knoxville, UMI, 2005, s.11  
- Demirkan, S., **Özel Sektördeki Yöneticilerin ve Çalışanların Bağlanma Stilleri, Kontrol Odağı, İş Doyumu ve Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin Araştırılması**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, 2006, s.58
- 13 Somer, O., Korkmaz, M., ve Tatar, A., “Beş Faktör Kişilik Envanterinin Geliştirilmesi-I: Ölçek ve Alt Ölçeklerin Oluşturulması”, **Türk Psikoloji Dergisi**, 2002, 17 (49) , s. 23
- 14 Morgan, C. T., **Psikolojiye Giriş**, 13. Baskı, Hacettepe Üniversitesi Psikoloji Bölümü Yayınları, Yayın no:1, 1999, s. 313

## 2. MUHASEBE YÜKSEK ÖĞRENİMİ GÖREN ÖĞRENCİLERİN KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ VE MESLEĞE YÖNELİK DÜŞÜNCELERİ ÜZERİNE BİR ALAN ARAŞTIRMASI

### 2.1. Araştırmanın Önemi ve Amacı

Meslek seçimini bir öğrenci/tüketici davranışı olarak ele aldığımızda, öğrenci/tüketicilerin satın alma davranışlarını etkileyen bütün faktörler bireylerin meslek seçimlerinde de etkili olabilecektir. Günümüzde yürütülen ekonomik faaliyetlerden yatırım ve operasyon faaliyetlerinin şimdiye kadar görülmemiş bir şekilde ülkeler arası sınırları aştığı bir dünyada muhasebe mesleği mensupları tüm toplumlarda çok önemli bir role sahiptir. Ancak muhasebe meslek mensuplarına ekonomi dünyasından gelen talebin artmasına karşın ABD, İngiltere, Yeni Zelanda, Avustralya ve Kanada'da yapılan bazı çalışmalar muhasebe eğitiminin öğrenciler tarafından daha az tercih edilir bir alan haline geldiğini göstermektedir. Diğer yandan, muhasebe eğitimi alan birçok öğrenci ise mezun olduktan sonra bu mesleği sürdürmeme eğilimi göstermektedir. Söz konusu olumsuz tutumun bireylerin mesleklerini yürütecekleri uygun alanları belirleme sorunundan da kaynaklanabileceği düşünülmektedir. Dünyadaki vazgeçilmez mesleklerden olan muhasebeciliğe yönelik dünyanın birçok yerinde azalan öğrenci talebinin artırılması ve muhasebecilik mesleğinin öneminin anlaşılması oldukça önemlidir. Buradan hareketle, araştırmada öğrenci/tüketicilerin satın alma davranışlarında etkili olan faktörlerden kişilik özellikleri ile muhasebe mesleğine yönelik düşünceleri arasındaki ilişkilerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Böylece, muhasebe eğitimi veren kurumların danışmanlık birimlerine, öğrencilerin kişilik özelliklerine göre yönlendirilerek mesleklerini daha verimli ve etkin sürdürmelerine, mesleki tatmin sağlamalarına yardımcı olabilecek öneriler sunulması hedeflenmiştir.

### 2.2. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırları

Araştırmanın ana kütesini, Atatürk Üniversitesi, Niğde Üniversitesi ve Pamukkale Üniversitesinde muhasebe meslek eğitimi alan öğrenciler oluşturmaktadır. Bu öğrencilerden gönüllü olarak anket yapmayı kabul edenler örneğe alınmış ve kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu nedenle, araştırma sonuçları diğer öğrencilere ve Türkiye'ye genellemez.

### 2.3. Araştırmanın Metodolojisi

#### 2.3.1. Örnekleme Süreci

Araştırmada kolayda örnekleme yöntemi kullanılmış, gönüllülük ilkesi esas alınmıştır. Toplam 400 anket uygulamaya gönderilmiş, bunlardan araştırmanın kapsamına ve örneğine uygun olan 372 adedi analiz edilmiştir.

#### 2.3.2. Ön Çalışma

Araştırma için kesin anket formu hazırlanıp veri toplanmasına geçilmeden önce Atatürk Üniversitesi Oltu Meslek Yüksek Okulu Muhasebe Programından 10 öğrenci ile görüşülmüş ve anket soruları hazırlanmıştır. Sorular 5'li likert ölçeğinde (5= kesinlikle katılıyorum... 1= kesinlikle katılmıyorum) sorulmuştur. Daha sonra hazırlanan anketler önceki gruptan farklı 10 öğrenci üzerinde test edilmiştir. Anket formunda anlaşılmayan ve açık olmayan kısımlar tekrar düzenlenmiş ve forma son şekli verilmiştir.

#### 2.3.3. Veri Toplama Yöntem ve Aracı

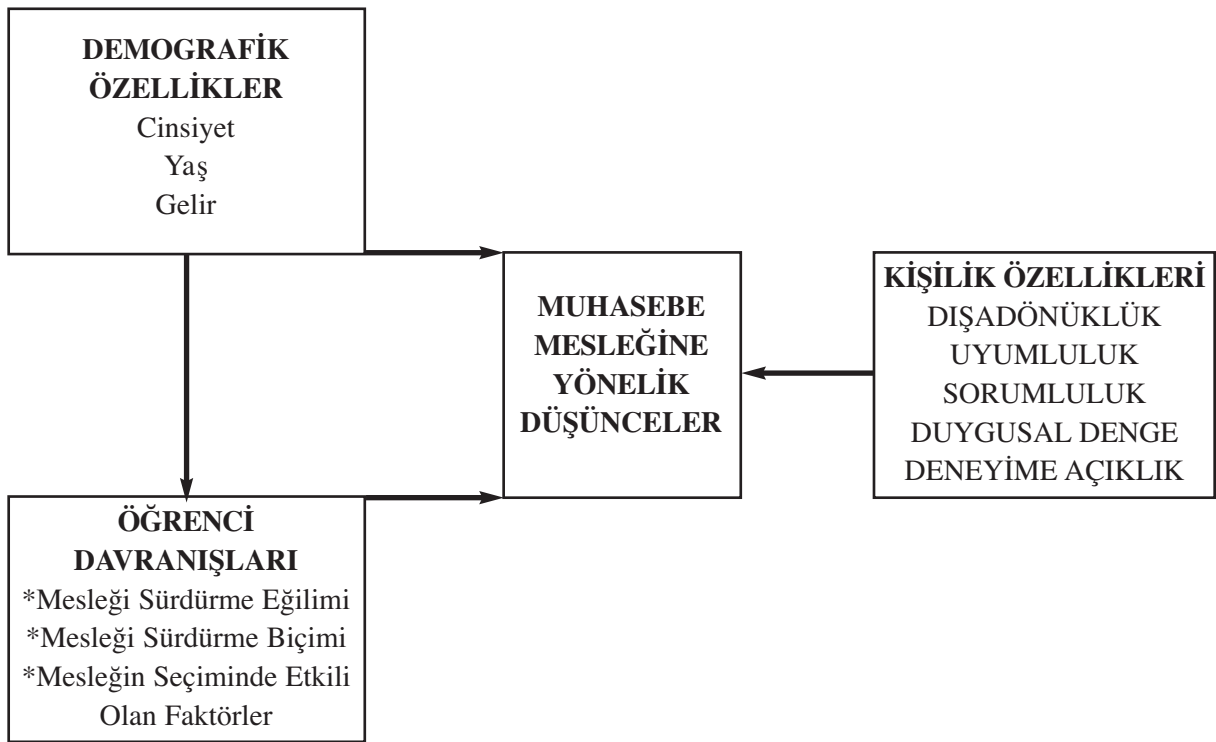
Araştırmada veriler anket yöntemi kullanılarak toplanmıştır. Anketler Atatürk Üniversitesi Oltu Meslek Yüksek Okulunda, Niğde Üniversitesi Meslek Yüksek Okulunda ve Pamukkale Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde öğretim üyeleri tarafından 2009-Mayıs ayının son haftasında öğrencilere yüz yüze uygulanmıştır.

Anket formunda üç grup soru bulunmaktadır. Birinci gruptaki sorular öğrenci/tüketicilerin demografik özellikleri ve satın alma davranışlarından oluşmaktadır. İkinci grupta öğrencilerin muhasebe mesleğine yönelik düşüncelerini belirlemeye yönelik sorular, üçüncü grupta ise öğrencilerin kişilik özelliklerine yönelik sorular yer almaktadır.

Veriler SPSS 13.0 istatistik programı yardımıyla analiz edilmiştir. Verilerin analizinde frekans dağılımları, Z testi ve korelasyon testi kullanılmıştır.

#### 2.4. Araştırmanın Modeli

Araştırma modeli Şekil 1’de gösterilmiştir.



Şekil 1: Araştırma Modeli

Araştırma modeline uygun olarak aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

H1: Öğrencilerin kişilik özellikleri ile muhasebe mesleğine yönelik davranışları arasında ilişki vardır.

#### 2.5. Verilerin Analizi

##### 2.5.1. Cevaplayıcıların Demografik Özellikleri

Tablo.1’de ankete katılan cevaplayıcıların demografik özellikleri gösterilmiştir.



Tablo 1: Cevaplayıcıların Demografik Özellikleri

Demografik Özellikler	Sayı, Oran	Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyete Göre Dağılım	Kadın	187	50.3
	Erkek	185	49.7
Yaşa Göre Dağılım	17-20	153	41.1
	21-24	202	54.3
	24 üstü	17	4.6
Eğitim Düzeylerine Göre Dağılım	Ticaret Meslek Lisesi	75	20.2
	Anadolu Ticaret Meslek Lisesi	13	3.5
	Lise	262	70.4
	Diğer	22	5.9
Okuduğu Okula Göre Dağılım	Atatürk Üniv.Oltu M.Y.O.	92	24.7
	Niğde Üniv.M.Y.O.	135	36.3
	Pamukkale Üniv. İkt.İd.Bil.Fak.	145	39.0
Bulunduğu Sınıfa Göre Dağılım	1. Sınıf	145	39.0
	2.Sınıf	157	42.2
	3. Sınıf	19	5.1
	4. Sınıf	51	13.7
Ailenin Aylık Ort. Gelir Düzeyi	0-500	47	12.6
	501-1000	130	34.9
	1001-1500	134	36.0
	1501-2000	32	8.6
	2001-2500	11	3.0
	2501 ve Üzeri	18	4.8
Aile Reisinin Mesleği	Kamu Çalışanı	92	24.7
	Özel Sektör Çalışanı	68	18.3
	Serbest Meslek	212	57.0
Babanın Eğitim Düzeyi	İlköğretim	154	41.4
	Ortaöğretim	168	54.2
	Yükseköğrenim	50	13.4
Annenin Eğitim Düzeyi	İlköğretim	246	66.1
	Ortaöğretim	109	29.3
	Yükseköğrenim	17	4.6
<b>Toplam</b>		<b>400</b>	<b>100</b>

Tablo.1'den görüldüğü üzere araştırmaya katılan cevaplayıcıların %50.3'ü kadın, %49.7'si erkek öğrencilerden oluşmaktadır. %41.1'i 17-20 yaş grubunda, %54.3'ü 21-24, %4.6'sı ise 24 ve üzeri yaş grubunda yer almaktadır. Cevaplayıcıların %20.2 si Ticaret Meslek Lisesi mezunu, %3.5'u Anadolu Ticaret Meslek Lisesi mezunu, %70.4'ü düz lise mezunu %5.9'u ise diğer liselerden mezundur. Ankete katılanların %24.7'si Atatürk Üniversitesi Oltu Meslek Yüksek Okulu, %36.3'ü Niğde Üniversitesi Meslek Yüksek Okulu ve %39.0'u ise Pamukkale Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencisidir. Cevaplayıcıların ailelerinin aylık ortalama gelir dağılımı ise, %12.6'sı 0-500 TL, %34.9'u 501-1000 TL, %36.0'sı 1001-1500 TL, %8.6'sı 1501-2000 TL, %3.0'ü 2001-1500 TL, %4.8'i 2501 TL ve üzeri gelir grubu şeklindedir. Cevaplayıcıların aile reisinin mesleği incelendiğinde %24.7'sinin kamu çalışanı, %18.3'ünün özel sektör çalışanı ve %57.0'sinin ise serbest meslek sahibi olduğu görülmüştür.

### 2.5.2. Cevaplayıcıların Muhasebecilik Mesleğini Tercihlerine Yönelik Davranışları

Cevaplayıcılara çevrelerinde muhasebecilik mesleğini sürdüren yakınlarının olup olmadığı sorulmuş, sonuçlar Tablo.2'de gösterilmiştir.

**Tablo 2: Cevaplayıcıların Yakınlarının Muhasebecilik Mesleğine Sahip Olma Durumu**

Sayı, Oran		Frekans	Yüzde (%)
Yakınlar Arasında Muh. Mesleğinin Sürdürülmesi	Sürdürülüyor	139	37.4
	Sürdürülüyor	233	62.6

Tablo.2.'den görüldüğü üzere cevaplayıcıların %37.4'ünün yakınlarının muhasebe mesleğini sürdürdüğü, %62.6'sının ise yakınlarından muhasebe mesleğini sürdüren bireylerin olmadığı görülmektedir.

Ankete katılanlara üniversiteye gelmeden önce muhasebecilik mesleği hakkında bilgi sahibi olup olmadıkları sorulmuş ve sonuçlar Tablo.3'te gösterilmiştir.

**Tablo 3: Cevaplayıcıların Üniversiteye Gelmeden Önce Muhasebecilik Mesleğini Tanıma Durumu**

Sayı, Oran		Frekans	Yüzde (%)
Üniversiteye Gelmeden Önce Muh. Mesleğinin Tanınması	Tanıyor	188	50.5
	Tanımıyor	184	49.5

Tablo.3'ten görüldüğü üzere, cevaplayıcıların %50.5'i üniversiteye gelmeden önce muhasebecilik mesleği hakkında bilgi sahibi iken, %49.5'i daha önce herhangi bir bilgiye sahip değillerdir.

Cevaplayıcılara üniversiteden mezun olduktan sonra muhasebecilik mesleğini sürdürüp sürdürmeyecekleri sorulmuş, sonuçlar Tablo.4'te gösterilmiştir.

**Tablo 4: Cevaplayıcıların Muhasebecilik Mesleğini Sürdürme Düşüncesi**

Sayı, Oran		Frekans	Yüzde (%)
Değişkenler			
	Muhasebe Mesleğini Sürdürme Tutumu		
	Evet	244	65.6
	Hayır	128	34.4

Cevaplayıcıların %65.6'sı mezuniyet sonrası muhasebe mesleğini sürdürmeyi düşünürken, %34.4'ü sürdürmeyi düşünmemektedir.

Cevaplayıcılara eğer mesleği sürdürmek zorunda kalırsanız ne şekilde sürdürmek istersiniz şeklinde soru yöneltilmiş ve sonuçlar Tablo.5'te gösterilmiştir.

**Tablo 5: Cevaplayıcıların Muhasebecilik Mesleğini Sürdürmeyi Düşündükleri Alan**

Sayı, Oran		Frekans	Yüzde (%)
Değişkenler			
	Muhasebe Mesleğini Sürdürme Şekli		
	Bir Kurum veya Kuruluşta	105	43.2
	Başka Bir Mali Müşavir Yanında	40	16.5
	Serbest Muhasebeci-Mali Müşavir Olarak	98	40.3

Tablo.5'te görüldüğü üzere, soruya cevap veren cevaplayıcıların %43.2'si bir kurum veya kuruluşta, %16.5'i başka bir mali müşavir yanında, %40.3'ü ise serbest muhasebeci veya mali müşavir olarak muhasebe mesleğini sürdürmek istemektedirler.

Muhasebecilik mesleğini sürdürmeyi düşünmeyen cevaplayıcılara nedenlerini sıralamaları istenmiş ve sonuçlar Tablo.6'da gösterilmiştir.

**Tablo 6: Cevaplayıcıların Muhasebecilik Mesleğini Sürdürmek İstememe Nedenleri**

İfadeler	Ortalama ve Sıralama	Ortalama	Önem Sırası
Muhasebe Mesleğini Sevmemek		2.7287	1
Üniversite Mezunu Olmak İçin Okumak		3.4341	2
Muhasebe Mesleğinin Tatmin Etmemesi		3.7520	3
Dikey Geçiş Yapıp Farklı Bir Meslek Yapmak		3.9457	4
Aile İstedığı İçin Okumak		4.3953	5
Polislik, Astsubaylık vb. İçin Okumak		4.7231	6
Kendi Aile Mesleğini Yapmak		4.9845	7

Tablo.6'dan görüldüğü üzere, cevaplayıcılardan mesleği sürdürmeyi düşünmeyenlerin en önemli nedeni 2.7287 ortalama ile muhasebe mesleğini sevmemelerindedir. İkinci sırada yalnızca üniversite mezunu olmak için okumaları, üçüncü sırada muhasebe mesleğinin kendilerini tatmin etmemesi, dördüncü sırada dikey geçiş yaparak farklı bir meslek yapmak isteği, beşinci sırada ailelerinin isteği ile okumaları, altıncı sırada polislik, astsubaylık v.b. için okuyor olmak, son olarak kendi aile mesleğini yapacak olmaları nedeniyle muhasebecilik mesleğini sürdürmek istemedikleri görülmüştür.

Muhasebe mesleğini bir kurum veya kuruluşta sürdürmek isteyen cevaplayıcılara nedenleri sorulmuş ve sonuçlar Tablo.7'de gösterilmiştir.

**Tablo 7: Muhasebe Mesleğini Bir Kurum Veya Kuruluşta Sürdürmek İsteyenlerin Nedenleri**

İfadeler	Ortalama ve Sıralama	Ortalama	Önem Sırası
İş Güvencesi		1.9725	1
Sigorta İmkânı		2.7818	2
Kendi İşi İçin Ekonomik İmkansızlıklar		3.2182	3
Standart Çalışma Saatleri		3.4954	4
Aile İsteddiği		4.6789	5
Kalifiye Eleman Sıkıntısı		4.8532	6

Bir kurum ya da kuruluşta çalışmak isteyen cevaplayıcıların en önemli nedeni 1.9725 ortalama ile iş güvencesidir. Bunu sırasıyla sigorta imkanı, bağımsız iş kurabilmek için ekonomik imkansızlıklar, standart çalışma saatleri, ailesinin isteği ve kalifiye eleman sıkıntısı nedeniyle kolaylıkla iş bulabilme ümidi takip etmektedir.

Mali müşavir ya da muhasebeci yanında mesleğini sürdürmek isteyen cevaplayıcılara bu tercihinin nedeni sorulmuş ve sonuçlar Tablo.8'de gösterilmiştir.

**Tablo 8: Muhasebe Mesleğini Bir Mali Müşavir Yanında Sürdürmek İsteyenlerin Nedenleri**

İfadeler	Ortalama ve Sıralama	Ortalama	Önem Sırası
Müşteri Bulamama Riskinin Az Olması		1.7852	1
Tek Başına Başaramama Düşüncesi		1.9762	2
Sorumluluğun Az Olması		2.2381	3

Tablo.8'den görüldüğü üzere, müşteri bulama riskinin az olması nedeni birinci sırada yer almıştır. İkinci sırada tek başına başaramama düşüncesi, son sırada sorumluluğun az olması nedeni yer almaktadır.

Muhasebe mesleğini serbest muhasebeci ya da mali müşavir olarak sürdürmek isteyen cevaplayıcılara tercihlerinin nedenleri sorulmuş, sonuçlar Tablo.9'da gösterilmiştir.

**Tablo 9: Muhasebe Mesleğini Serbest Muhasebeci Mali Müşavir Olarak Sürdürmek İsteyenlerin Nedenleri**

İfadeler	Ortalama ve Sıralama	Ortalama	Önem Sırası
Bağımsız İş Yapma Duygusu		2.5714	1
Kendini Geliştirme İsteği		2.6224	2
Yeteneklere Uygunluk		3.4490	3
Daha Çok Kazanç		3.6224	4
Mesleğin Prestijli Olması		3.8265	5
Aile Mesleği		4.9592	6

Tablo.9'dan görüldüğü üzere, cevaplayıcıların serbest muhasebeci ya da mali müşavir olarak mesleklerini sürdürme isteğinin en önemli nedeni bağımsız iş yapma arzusundan kaynaklanmaktadır. Diğer nedenler sırasıyla, kendini geliştirme isteği, yeteneklere uygunluk, daha çok kazanç, mesleğin prestijli olması ve aile mesleği olmasıdır.

### 2.5.3. Cevaplayıcıların Muhasebe Mesleğine Yönelik Düşünceleri

Cevaplayıcıların muhasebe mesleğine yönelik düşüncelerini belirlemek üzere mesleğe yönelik ifadeler yöneltmiş ve 1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Ne Katılıyorum Ne de Katılmıyorum, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum şeklinde 5'li likert ölçeğine göre değerlendirmeleri istenmiştir. Sonuçlar Tablo.10'da gösterilmiştir.

**Tablo 10: Cevaplayıcıların Muhasebe Mesleğine Yönelik Düşüncelerinin Ortalamaları ve Standart Sapma Değerleri**

Değişkenler	Ortalama	St.Sapma
İş Bulma İmkanının Yüksek Oluşunun Etkisi	3.3710	1.14077
Yüksek Kazanç Beklentisinin Etkisi	3.4731	1.08249
Bireysel Çalışma İmkanının Etkisi	3.7177	1.10300
İş Hayatına Erken Başlama İmkanının Etkisi	3.1694	1.12833
Zevkli Bir Meslek Oluşu	2.9543	1.24626
Sevilen Bir Meslek Olması	3.1344	1.22999
Zor Gibi Görünse de Temelini Kavramanın Yeterli Olması	3.4597	1.12841
Toplumda İtibarlı Bir Meslek Olması	3.3226	1.08069
Başarıyı İspatlama Fırsatları Sunması	3.1371	1.14925
Kişisel Yapıyla Uyumlu Bir Meslek Oluşu	2.9301	1.24622
Kariyer Yapma İmkani Vermesi	3.1935	1.19304
Kamu Kurumlarında Çalışma İmkani Sunması	3.5860	1.03085
Özel Kurumlarda Çalışma İmkani Sunması	3.5968	1.04031
Her Sektörün İhtiyaç Duyduğu Önemli Bir Meslek Olması	3.8118	1.13369
İş İmkani Dolayısıyla Kendini Güvende Hissetmenin Etkisi	3.2957	1.12491
Muhasebeyi Öğrenmeden Önceki Önyargıların Etkisi	3.1962	1.25751
Muhasebenin Zorluğu Nedeniyle Bıkkınlığa Yol Açması	2.9866	1.29579
Muhasebecilik Kariyerinin Önünde Engellerin Olması	3.3360	1.22529
Başka Bir Mesleğe Atılma Şansının Etkisi	2.8333	1.29030

İlk Zamanlardaki Düşük Ücretlerin Olumsuz Etkisi	2.8011	1.22560
İş İmkanlarının Büyük Şehirlerde Olmasının Etkisi	2.9839	1.26523
Bağımsız Çalışma Riskinin Etkisi	3.0753	1.16078
Staj Süresinin Uzun Olması	2.7661	1.25963
Çevredeki Muhasebe Mesleği Mensuplarının Etkisi	3.1828	1.13219
Piyasada Yeterince Muhasebe Elemanı Olmamasının Etkisi	2.8817	1.15951
AB Uyum Sürecinin Mesleğin Önemini Artırması	3.2876	1.10649
Çalışma Saatlerinin Yoğun Olmasının Etkisi	2.8414	1.20382

Cevaplayıcıların muhasebe mesleğine yönelik düşüncelerinin, genel ortalamalarından istatistiksel bakımdan farklı olup olmadığını tespit etmek için Z testi yapılmıştır. Cevaplayıcıların muhasebe mesleğine yönelik düşüncelerinin grup ortalamasından (3.1972) farklı olup olmadığı incelenmiş, 0.05 önem düzeyinde, 27 ifadeden 15'inin istatistiksel bakımdan farklı olduğu görülmüştür. Bunlardan 6'sı grup ortalamasının üstünde, 9'u ise altında yer almıştır. Sonuçlara göre, cevaplayıcıların muhasebe mesleğine yönelik düşüncelerinden, yüksek kazanç beklentisi, bireysel çalışma imkanı, zor gibi görünse de temelini kavramanın yeterli olması, kamu kurumlarında çalışma imkanı sunması, özel kurumlarda çalışma imkanı sunması, her sektörün ihtiyaç duyduğu önemli bir meslek olması konularında genel tutum ortalamasının üzerinde, yani olumlu tutum sergiledikleri belirlenmiştir. Zevkli bir meslek oluşu, kişisel yapıyla uyumlu bir meslek oluşu, muhasebenin zorluğu nedeniyle bıkkınlı-

ğa yol açması, başka bir mesleğe atılma şansı, ilk zamanlardaki düşük ücretlerin olumsuzluğu, iş imkanlarının büyük şehirlerde olması, staj süresinin uzun olması, çalışma saatlerinin yoğun olması, piyasada yeterince muhasebe elemanı olmaması konularında cevaplayıcıların genel tutum ortalamasının altında, yani olumsuz tutum sergiledikleri görülmüştür. Cevaplayıcıların diğer değişkenlere yönelik düşüncelerinin kararsızlık gösterdiği belirlenmiştir.

#### 2.5.4. Cevaplayıcıların Kişilik Özelliklerine İlişkin Ortalamalar

Cevaplayıcıların kişilik özelliklerini belirlemek üzere araştırmada kullanılan 5 kişilik boyutuna yönelik sorular sorulmuş ve 1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Ne Katılıyorum Ne de Katılmıyorum, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum şeklinde 5'li likert ölçeğine göre değerlendirmeleri istenmiştir. Sonuçlar Tablo.11'de gösterilmiştir.

Tablo 11: Cevaplayıcıların Kişilik Özelliklerine İlişkin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Değişkenler	Ortalama	St.Sapma
<b>Yeniliklere Açık Olanlar</b>	<b>3.2669</b>	
İdealistim	3.5565	1.03029
Zeki olduğumu düşünüyorum	3.7554	0.84474
Zengin bir kelime haznem var	3.3898	0.89395
Güçlü bir hayal dünyam var	3.8280	1.02659
Fikirlerimin mükemmel olduğunu düşünüyorum	3.4435	0.92555
Düşüncelerimi gerçekleştirmek için zaman harcarım	3.8598	0.94827
Çok çeşitli kelimeler kullanırım	3.3145	0.92902
Pratik zekaya sahip değilim	2.5430	1.07947
İyi bir hayal dünyam yok	2.2151	1.03938
Ana fikirleri anlamakta zorlanırım	2.2473	1.08562
<b>Sorumluluk Duyanlar (Bilinçliler, Vicdan Sahibi Olanlar)</b>	<b>3.0617</b>	
Her zaman her şeye hazırım	3.4570	1.07447
İşimde titizim	3.9005	1.03747
Planlı ve programlı çalışırım	3.6774	1.04261
Bugünün işini yarına bırakmam	3.5565	1.05101
Kurallardan hoşlanırım	3.4543	1.14245
Detayları dikkate alırım	3.6631	1.07664
Dağınık çalışırım	2.5242	1.25333
Düzensiz çalışırım	2.2392	1.10586
Her şeyi yerli yerine koymayı unuturum	2.1935	1.11358
İşlerim hilelidir	1.9704	1.12635
<b>Dışa Dönükler</b>	<b>3.1326</b>	
Eğlence benim yaşam tarzımdır	3.0726	1.28964
Tüm dikkatlerin üzerimde olmasını isterim	3.1317	1.13335
Toplum içerisinde rahatım	3.4301	1.08554
Çok fazla konuşurum	3.0887	1.20430

Farklı yerlerde farklı insanlarla tanışmaktan hoşlanırım	3.4973	1.17819
Tuhaf biri olduğumu düşünüyorum	3.1183	1.24688
Dikkat çekmekten hoşlanmam	2.9758	1.15949
Çok konuşmam	2.9704	1.18921
Çok az konuşurum	2.9086	1.23613
<b>Uyumlular</b>	<b>3.3376</b>	
İnsanlarla ilgilenirim	3.7366	1.13054
Diğer insanların hislerini anlayabilirim	3.8925	0.99554
Yumuşak kalpliyim	3.9113	1.02801
İnsanların duygularını kolaylıkla hissedebilirim	3.8038	0.98599
Başkalarının duygularına önem veririm	3.8952	0.97532
Diğer insanlar için zaman harcarım	3.7554	1.03150
Diğer insanların problemleri beni ilgilendirir	3.5269	1.17789
Diğer insanların problemleri beni ilgilendirmez	2.4731	1.26399
Diğer insanlarla çok az ilgilenirim	2.3145	1.12818
Diğer insanlara kötü davranırım	2.0672	1.14374
<b>Duygusal Denge (Nevrotikler)</b>	<b>2.9567</b>	
Kolaylıkla dağılırım	2.6640	1.27277
Ruh halim çok sık değişir	2.9919	1.26211
Çabuk sinirlenirim	3.0403	1.28058
Kolay strese girerim	3.1640	1.24493
Çok çabuk üzülürüm	3.1774	1.28886
Çok çabuk sarsılırım	2.9677	1.30685
Karamsarım	2.6022	1.21216
Her şey için endişelenirim	2.8387	1.20904
Çok sakinim	3.0941	1.15824
Nadiren karamsar olurum	3.0269	1.09610



Tablo.11'den görüldüğü üzere, araştırmaya katılan cevaplayıcıların kişilik özelliklerinde en yüksek ortalama uyumlu kişilikte gerçekleşmiştir. Bunu sırasıyla yeniliklere açık olma, dışa dönüklük, sorumluluk ve nevroitik kişilik takip etmiştir.

### 2.5.5. Kişilik Özellikleri ve Muhasebe Mesleğine Yönelik Düşünceler Arasındaki İlişkiler

Araştırmaya katılan cevaplayıcıların kişilik özellikleri ve muhasebe mesleğine yönelik düşünceleri arasındaki ilişkileri belirlemek üzere Kendall-tau-b korelasyon analizi yapılmış, sonuçlar Tablo.12'de gösterilmiştir.

**Tablo 12: Cevaplayıcıların Kişilik Özellikleri ve Muhasebe Mesleğine Yönelik Düşünceleri Arasındaki İlişkiler**

Kişilik Özellikleri		Muhasebe Mesleğine Yönelik Düşüncelerin Ortalaması
Yeniliklere Açık Olanlar	Korelasyon Katsayısı	0.766**
	Anlamlılık	0.000
Sorumluluk Duyanlar (Bilinçliler, Vicdan Sahibi Olanlar)	Korelasyon Katsayısı	0.167**
	Anlamlılık	0.000
Dışa Dönükler	Korelasyon Katsayısı	0.099**
	Anlamlılık	0.007
Uyumlular	Korelasyon Katsayısı	0.088*
	Anlamlılık	0.015
Duygusal Denge (Nevrotikler)	Korelasyon Katsayısı	-0.149**
	Anlamlılık	0.000

\*\* :  $p < 0.01$

\* :  $p < 0.05$

Tablo.12'den görüldüğü üzere, cevaplayıcıların yeniliklere açık kişilik özellikleri ile muhasebe mesleğine yönelik düşünceleri arasında 0.01 anlamlılık düzeyinde pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Diğer bir ifade ile, cevaplayıcıların yeniliklere açık kişilik özelliği gösterme eğilimi arttıkça muhasebe mesleğine yönelik düşünceleri de olumlu yönde artmaktadır.

Cevaplayıcıların sorumluluk duyma vicdan sahibi olma yönündeki kişilik özellikleri ile muhasebe mesleğine yönelik düşünceleri arasında 0.01 anlamlılık düzeyinde pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Başka bir ifade ile cevaplayıcıların sorumluluk duyma yönündeki kişilik özellikleri eğilimi arttıkça muhasebe mesleğine yönelik düşünceleri de olumlu yönde artmaktadır.

Cevaplayıcıların dışa dönüklük yönündeki kişilik özellikleri ile muhasebe mesleğine yönelik düşünceleri arasında 0.01 anlamlılık düzeyinde pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Diğer bir ifade ile, cevaplayıcıların dışa dönüklük yönündeki kişilik özellikleri eğilimi arttıkça muhasebe mesleğine yönelik düşünceleri de olumlu yönde artmaktadır.

Cevaplayıcıların uyumluluk yönündeki kişilik özellikleri ile muhasebe mesleğine yönelik düşünceleri arasında 0.05 anlamlılık düzeyinde pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Diğer bir ifade ile, cevaplayıcıların uyumluluk yönündeki kişilik özellikleri eğilimi arttıkça muhasebe mesleğine yönelik düşünceleri de olumlu yönde artmaktadır.

Cevaplayıcıların nevroitiklik yönündeki kişilik özellikleri ile muhasebe mesleğine yönelik düşünceleri arasında 0.01 anlamlılık düzeyinde negatif bir ilişki bulunmaktadır. Diğer bir ifade ile, cevaplayıcıların nevroitik yönündeki kişilik özellikleri eğilimi arttıkça muhasebe mesleğine yönelik düşünceleri de olumsuz yönde değişmektedir.

Sonuçlara göre araştırmanın H1 hipotezi kabul edilmiştir. Diğer bir ifadeyle, öğrencilerin kişilik özellikleri ile muhasebe mesleğine yönelik düşünceleri arasında ilişki vardır.

### 3. SONUÇ VE ÖNERİLER

Muhasebe mesleği öğrenimi gören öğrencilerin kişilik özellikleri ile muhasebecilik mesleğine yönelik düşünceleri arasındaki ilişkileri belirlemek üzere Atatürk Üniversitesi Oltu Meslek Yüksek Okulu Muhasebe Programı öğrencileri, Niğde Üniversitesi Meslek Yüksek Okulu Muhasebe Programı öğrencileri ve Pamukkale Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencileri üzerine yapılan çalışmadan elde edilen sonuçlar şu şekildedir;

- Öğrencilerin büyük çoğunluğu mesleğini sürdürmek istemektedir. Bunların %43.2'si öncelikli olarak bir kurum ya da kuruluşta çalışmayı düşündüklerini ifade etmişlerdir. %40.3'lük kısmı ise serbest muhasebeci ya da mali müşavir olarak bağımsız işyeri kurma düşüncesindedirler. Kurum ya da kuruluşlarda çalışmak isteyen öğrencilerin en önemli gerekçesi iş güvencesidir. Sigorta imkanı, bağımsız iş kurmak için yeterli ekonomik güçlerinin olmaması da önemli nedenler arasında yer almaktadır. Bir muhasebeci ya da mali müşavir yanında çalışmayı isteyenler ise, müşteri bulamama riski, tek başına başarısız olmaktan endişe duymakta ve sorumluluktan kaçma eğilimi göstermektedirler. Serbest muhasebeci ya da mali müşavir olarak kendi işini kurmayı isteyen öğrenciler ise bağımsız iş yapma arzusu, kendini geliştirme isteği, yeteneklerinin uygun olduğu, kendilerine prestij getireceği düşüncesini taşımaktadırlar.

- Muhasebecilik mesleğini sürdürmek isteyen kişilerin en büyük nedeni, mesleği sevme-melerinden kaynaklanmaktadır. Üniversite mezunu olmak ve sağlayacağı avantajları kullanmak için bir araç olarak görmektedirler.

- Öğrencilerin muhasebecilik mesleğine yönelik düşünceleri incelendiğinde; yüksek kazanç beklentisi, bireysel çalışma imkanı, zor gibi görünse de temelini kavramanın yeterli olması, kamu kurumlarında çalışma imkanı sunması, özel kurumlarda çalışma imkanı sunması, her sektörün ihtiyaç duyduğu önemli bir meslek olması konularında olumlu tutum sergiledikleri belirlenmiştir. Zevkli bir meslek oluşu, kişisel yapıyla uyumlu bir meslek oluşu, muhasebenin zorluğu nedeniyle bıkkınlığa yol açması, başka bir mesleğe atılma şansı, ilk zamanlardaki düşük ücretlerin olumsuzluğu, iş imkanlarının büyük şehirlerde olması, staj süresinin uzun olması, çalışma saatlerinin yoğun olması, piyasada yeterince muhasebe elemanı olması konularında olumsuz tutum sergiledikleri görülmüştür.

- Öğrencilerin kişilik özellikleri ile muhasebe mesleğine yönelik düşünceleri arasında ilişkiler bulunmuştur. Öğrencilerin yeniliklere açık, sorumluluk duyma, vicdan sahibi olma, dışa dönüklük ve uyumluluk kişilik özelliği gösterme eğilimi arttıkça muhasebe mesleğine yönelik düşünceleri de olumlu yönde artmaktadır. Ancak, öğrencilerin nevroitik kişilik eğilimleri arttıkça muhasebe mesleğine yönelik tutumları olumsuz yönde artmaktadır.

Araştırmadan elde edilen sonuçlar ışığında şu öneriler geliştirilmiştir;

- Öğrencilerin mezuniyet sonrası muhasebe mesleğini sürdürme eğilimlerini arttırmak için, mesleği sevdirecek, avantajlarını, sektördeki önemini vurgulayacak çeşitli seminerler düzenlemek, tanıtım faaliyetleri yürütmek faydalı ola-

bilecektir. Bağımsız iş kurabilmelerinde çeşitli girişim projeleri hakkında bilgi verilmesi ve ekonomik destek alabilecekleri yöntemler hakkında bilgilendirilmeleri olumsuz düşüncelerini değiştirebilecektir.

- Öğrencilerin kişilik özellikleri kısa testlerle belirlenerek; dışa dönük, uyumlu, sorumluluk sahibi ve yeniliklere açık kişilik özelliği sergileyenlerin muhasebe mesleğine yönelik olumlu düşüncelerini pekiştirecek, onları cesaretlendirerek motive edecek tanıtım programları düzenlenmelidir. Dışa dönük kişilere muhasebe mesleğinin bağımsız iş yapabilme ve eğlenceli özelliği ön plana çıkarılırken, sorumluluk sahibi kişilere muhasebe mesleğinin insanlık için ne kadar önemli olduğu gibi kişilik özelliklerine uygun çarpıcı noktalar vurgulanarak mesleğe yönelik olumlu tutum geliştirilebilir. Nevrotik özellik gösteren öğrencilerin mesleğe yönelik korku ve endişelerinin giderilebilmesi için çeşitli tanıtıcı, motive edici etkinlikler düzenlenerek, mesleğin güven verici niteliği öne çıkarılarak olumsuz tutum olumlu hale dönüştürülebilir.

Mesleklerin de ürünler ya da hizmetler gibi talebi yükseldiğinde daha prestijli olacağı düşünüldüğünde, mesleği yürüten kişilerin sektörde rekabet edebilmek, mevcut işlerini koruyabilmek için ve kendilerini geliştirmek için çaba gösterecekleri kaçınılmazdır. Bu durum muhasebe mesleğinde çalışacak kişilerin daha kalifiye elemanlar olmalarına yardım edebilecektir.

**KAYNAKÇA**

- Ackoff, R. L. ve Emshoff, J. R., "Advertising Research at Anheuser-Busch", **Sloan Management Review**, 1975, (16), s. 1-15.
- Altan, M., "Muhasebe Mesleğinin Toplumda Algılanma Biçimi Üzerine Bir Araştırma," [http://www.sosyalbil.selcuk.edu.tr/sos\\_mak/makaleler/Mikail%20ALTAN](http://www.sosyalbil.selcuk.edu.tr/sos_mak/makaleler/Mikail%20ALTAN), erişim:24.11.09, s. 29-54.
- Alwitt, L. F., "Consumer Personality Characteristics Can Help Guide Marketing and Creative Strategies", **Journal of Direct Marketing**, 1991, V5, N3, s. 39-47.
- Arkonacı, S. A., **Psikoloji-Zihin Süreçleri Bilimi**, ALFA Basım Yayın Dağıtım, İstanbul 2005.
- Chang, C., "The Impact of Personality Differences on Product Evaluations", **Advances in Consumer Research**, 2001, (28), s. 26-35.
- Daştan, A., "Karadeniz Teknik Üniversitesi İ.İ.B.F. Ölçeğinde Akademik Görünüm ve Muhasebe Eğitiminin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma", **Muhasebe Finansman Dergisi**, 2009, (42), s. 144-156.
- Demir, B., ve Subaşı, Ş., "Muhasebe Programına Sınavsız Geçiş Hakkı Olan Öğrencilerin Profili ve Muhasebe Mesleğine Bakışları", **Muhasebe Finansman Dergisi**, 2008, (37), s. 88-97.
- Demirkan, S., **Özel Sektördeki Yöneticilerin ve Çalışanların Bağlanma Stilleri, Kontrol Odağı, İş Doyumu ve Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin Araştırılması**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, 2006.
- Deniz, A., **Kişilik Özellikleri İle Algılanan Risk Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2007.
- Durer, S., Çalışkan, A. Ö., Akbaş, H. E., ve Gündoğdu, C. E., "İşletme Bölümü Öğrencilerinin Muhasebe Alanında Kariyer Tercihlerini Etkileyen Faktörlerin İncelenmesi", **Muhasebe Finansman Dergisi**, 2009, (43), s. 65-79
- Evans, F., "Reply: You Still Can't Tell A Ford Owner From a Chevrolet Owner", **The Journal of Business**, 1961, 34/1, s. 67-78.
- Fraj, E., ve Martinez, E., "Influence of Personality on Ecological Consumer Behaviour", **Journal of Consumer Behavior**, 2006, (5), s. 167-181.
- Gençtürk, M., Demir, Y., ve Çarıkçı, O. "MYO Öğrencilerinin Muhasebe Finans Eğitimi Bakış Açılı ve Farkındalıkları Üzerine Bir Uygulama", **Süleyman Demirel Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**, 2008, C:13, S:1, s. 209-228.
- Goldberg, L. R., "An Alternative Description of Personality, The Big Five Factor Structure", **Journal of Personality and Social Psychology**, 1990, V59, N6, s. 1216-1229
- Huang, H. H., **Personality and Consumer Behavior**, 15th EDAMBA Summer Academy, France, 2006.
- İslamoğlu, A. H., **Tüketici Davranışları**, Beta A.Ş., İstanbul, 2003.
- Kassarjian, H. H., "Personality and Consumer Behaviour: A Review", **Journal of Marketing Research**, 1971, Vol: 8, No: 4, s. 409-417.
- Kokkonen, M., ve Pulkkinen, L., "Examination of The Paths Between Personality Current Mood, It's Evaluation and Emotion Regulation", **Journal of Personality**, 2001, (15), s. 83-104.
- Kotler, P., Armstrong, G., Sounders, J., ve Wang, V., **Principles of Marketing**, Second European Edition, Prentice Hall Europe, 1999
- Mauldin, S., Crain, J. L., ve Maunce, P. H., "The Accounting Principles Instructor's Influence on Students' Decision to Major in Accounting", **Journal of Education For Business**, 2000, 75(3), s. 142-148.

- Morgan, C. T., **Psikolojiye Giriş**, 13. Baskı, Hacettepe Üniversitesi Psikoloji Bölümü Yayınları, Yayın no:1, 1999.
- Odabaşı, Y., ve Barış, G., **Tüketici Davranışı**, 4.Baskı, Mediacat, İstanbul, 2002.
- Özbirecikli, M., ve Pastacıgil, A., “Türkiye’de Muhasebe Eğitiminin Gelişim Süreci: IFAC Standartları İle Mukayeseli Bir İnceleme”, **Muhasebe Finansman Dergisi**, 2009, (41), s. 82-96.
- Özcan, İ., Ünal, G. F., ve Helhel, Y., “Muhasebe Programı Öğrencilerinin Cinsiyet ve Öğrenim Durumunun Muhasebe Mesleğine Yönelik Tutumları İle İlişkilendirilmesi”, **Muhasebe ve Finansman Dergisi**, 2009, (41), s. 170-181.
- Ömürbek, V., ve Usul, H., “Muhasebe Mesleğinin Seçilmesinde Etkin Olan Etkenlerin Faktör Analizi İle İncelenmesi”, **Muhasebe Finansman Dergisi**, 2008, (37), s. 164-173.
- Paunonen, S. V., “Big Five Factors of Personality and Replicated Predictions of Behaviour”, **Journal of Personality and Social Psychology**, 2003, 84(2), s. 411-424.
- Paunonen, S. V., ve Ashton, M. C. “Big Five Factors and Facets and The Prediction of Behavior”, **Journal of Personality and Social Psychology**, 2001, 81(3), s. 524-539.
- Pride, W. M. ve Ferrell, O. C., **Marketing**, Houshton Mifflin Company Boston New York, 2000.
- Saemann, G., ve Crooker, K. J., “Student Perceptions of the Profession and Its Effect on Decisions to Major in Accounting”, **Journal of Accounting Education**, 1999, 17(1), s. 1-22.
- Somer, O., Korkmaz, M., ve Tatar, A., “Beş Faktör Kişilik Envanterinin Geliştirilmesi-I: Ölçek ve Alt Ölçeklerin Oluşturulması”, **Türk Psikoloji Dergisi**, 2002, 17 (49) , s. 21-33.
- Şimşek, Ö., **İnsan Dinamiği Kişilik Özelliklerinin İncelenmesine Yönelik Ölçek Geliştirme Çalışması**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakaya Üniversitesi, 2006.
- Tichon, M. A., **Personnel Selection İn The Transportation Sector: An Investigation of Personality Traits in Relation To Job Performance of Delivery Drivers**, The University of Tennessee, PhD Dissertation, Knoxville, UMI, 2005.
- Yardımcıoğlu, M., ve Büyüksalvarcı, A., “Muhasebe Eğitiminde MYO’nun Yeterliliği ve Tercih Edilme Sebepleri: Selçuk Üniversitesinde Bir Uygulama”, **Muhasebe Finansman Dergisi**, 2007, (36), s. 173-178.
- Zikmund, W. G., ve d’Amico, M., **Marketing**, Fifth Edition, West Publishing Company, 1996.

