

MÜKELLEFLERİN MALİ MÜŞAVİR ALGISI: GİRESUN ÖLÇEĞİNDE BİR ARAŞTIRMA*

Dr. Öğr. Üyesi Murat ÖZDEMİR^a
Menduh HAYTA^b

Ampirik Araştırma
(Empirical Research)

*Muhasebe ve Vergi
Uygulamaları Dergisi*
Kasım 2020; 13 (3): 829-849

ÖZ

Vergi mükelleflerinin mali müşavirleri hakkındaki düşüncelerinin tespit edilmesi iki taraf arasındaki ilişkinin geliştirilmesine yönelik algının ortaya konulması açısından oldukça önemlidir. Bu doğrultuda yapılan çalışmada, vergi mükelleflerinin mali müşavirlerine yönelik algıları sorgulanmıştır. Giresun ilinde çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren iki yüz mükellefe uygulanan anket sonucu elde edilen veriler SPSS paket programına aktararak faktör analizi yapılmıştır. Daha sonra oluşturulan çeşitli hipotezlere non-parametrik testlerden Kruskal-Wallis ve Mann-Whitney U testi uygulanmıştır. Çalışmanın sonucunda, mükelleflerin mali müşavir algılarının genel anlamda olumlu olduğu, mükellefin algısında işletmedeki pozisyonu, cinsiyeti, eğitim durumu, işletmenin sektörü ve işletmenin faaliyet süresi değişkenleri açısından anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Muhasebe, Mali Müşavir, Vergi Mükellefi Algısı.

JEL Kodları: M40, M41, M49.

APA Stili Kaynak Gösterimi:

Özdemir, M. Hayta, M. (2020). Mükelleflerin Mali Müşavir Algısı: Giresun Ölçeğinde Bir Araştırma. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*. 13 (3), 829-849.

* Makalenin gönderim tarihi: 18.02.2020; Kabul tarihi: 02.09.2020, iThenticate benzerlik oranı%16

^a Giresun Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, murat.ozdemir@giresun.edu.tr
ORCID: [0000-0001-6608-6511](https://orcid.org/0000-0001-6608-6511)

^b Giresun Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, menduhhayta@gmail.com
ORCID: [0000-0002-0494-2412](https://orcid.org/0000-0002-0494-2412)

TAXPAYERS' PERCEPTION OF CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANT: A RESEARCH ON SCALE OF GİRESUN

ABSTRACT

In the terms of improving relations, it is very important to question the opinions of taxpayers about their certified public accountants and to determine the negative perception. Accordingly in this study, perceptions of taxpayer on their financial advisors were questioned. The data obtained as a result of the questionnaire applied to 200 (two hundred) taxpayers operating in various sectors in Giresun province were transferred to the SPSS packaged software and factor analysis was performed to it. Later, Kruskal-Wallis and Mann-Whitney U tests, which are among the non-parametric tests, were applied to various hypotheses. At the end of the study, it was determined that the taxpayers' perceptions of financial advisors were generally positive and there were significant differences in terms of the position, gender, educational status, business sector and operating period variables of the business.

Keywords: Accounting, Certified Public Accountant, Taxpayer's Perception.

JEL Codes: M40, M41, M49.

1. GİRİŞ

İşletmelerin finansal bilgilerinin doğru, güvenilir ve yasal mevzuatlara uygun bir biçimde ilgili kişi ve kuruluşlara sunulması hem ticari başarı için hem de kanuni yükümlülüklerin yerine getirilmesi açısından oldukça önemlidir. Bu önem teknolojik değişimlerle gelişen ve karmaşık hale gelen muhasebesel iş ve işlemler nedeniyle daha da artmış, günümüz muhasebe anlayışında devletin, vergi idaresinin, mükellefin ve diğer muhasebe bilgi kullanıcılarının mali müşavirlerden beklentilerini yükseltmiştir. Artık mükelleflerin muhasebe kayıtlarının tutulması ve finansal raporlarının sunulması mesleğin yalnızca bir boyutunu oluşturmaktadır. Bunun yanında mükellefe sağlanan indirim, muafiyet, istisna ve teşviklerin takip edilmesi, danışmanlık ve denetim gibi hizmetlerin verilmesi, işletme kararlarında etkili olabilecek verilerin üretilmesi, üçüncü kişilerce istenen belge ve bilgilerin temin edilmesi gibi daha birçok hizmet mali müşavirler tarafından verilmektedir.

Mali Müşavirlerin söz konusu hizmetlerden kaynaklanan yoğun çalışma temposu nedeniyle mükellef ilişkileri geri plana atılmakta, ilişkiler yeterli düzeyde geliştirilememektedir. Mevlana'nın "Sen ne söylersen söyle, söylediğin, karşındakinin anladığı kadardır" sözünde olduğu gibi verilen hizmetin kıymetinin bilinmesi, yapılan işin karşı tarafça bilinmesiyle mümkündür. Yürekli ve Özdemir (2017) tarafından yapılan çalışma bu sözü destekler niteliktedir. Söz konusu çalışmada, mükellefler ile muhasebe meslek mensupları arasında yaşanan sorunlardan en önemlisinin mükelleflerin temel muhasebe bilgisinin olmayışından kaynaklandığı ifade edilmiştir. Sorunun çözümünün ise mükelleflerin muhasebe bilgi eksikliğinin giderilmesi olacağı, bunun da meslek mensupları, meslek

odaları ve ilgili kurumlarca yapılması gerektiği vurgulanmıştır. Bu doğrultuda, mali müşavirlerce sunulan hizmetlerin mükellefler tarafından nasıl algılandığı ve bu algının olumlu yönde nasıl geliştirileceği konularının ele alınması gerekmektedir. Daha açık bir ifadeyle mali müşavirlerin sundukları hizmetlerin mükellefler tarafından nasıl algılandığı ölçülmeli, ortaya çıkan sonuçlara göre iyileştirmelerin yapılması gerekmektedir.

Bu bağlamda çalışmada, Giresun ilinde çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren mükelleflerin mali müşavir algısı ve bu algının demografik değişkenlerle ilişkisi ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu doğrultuda ilk önce konu ile ilgili literatür özetine daha sonra çalışmanın amacı, önemi, yöntemi ve bulgularına yer verilmiştir.

2. LİTERATÜR ÖZETİ

Literatürde, mali müşavir algısını ölçen ulusal ve uluslararası çalışmalara rastlamak mümkündür. Bu çalışmalardan bazıları aşağıda verilmiştir.

Bryne ve Willis (2005) çalışmalarında, İrlanda orta öğretim öğrencilerinin muhasebe mesleği ve muhasebe meslek mensupları hakkındaki algılarını tespit etmeyi amaçlamışlardır. Bu bağlamda Saemann ve Crooker (1999) tarafından geliştirilen ölçekten yararlanılarak toplanan verilere faktör analizi uygulanmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre öğrenciler muhasebe mesleğini sıkıcı, kesin ve uyum odaklı olarak algıarken aynı zamanda saygın bir meslek olarak da görmektedirler. Öğrencilerin algılarını etkileyen temel faktörler ise okul deneyimi, muhasebe alanındaki ilk ders ve medya olarak belirlenmiştir.

Sakurai ve Braithwaite (2003) anket yoluyla yaptıkları çalışmalarında, Avustralyalı vergi mükelleflerinin vergi danışmanlarına ilişkin algılarını incelemişlerdir. Çalışmanın sonucuna göre mükelleflerin vergi acentesi ve danışman seçiminde en önemli önceliklerinin güven ve dürüstlük olduğu belirlenmiştir.

Schmidt (2001) tarafından yapılan çalışmada, belirsiz bir vergi durumunu içeren senaryoda vergi mükelleflerinin sertifikalı muhasebecilerin tavsiyelerine ne ölçüde uyum sağladıkları araştırılmıştır. Amerika Birleşik Devletlerinde rastgele seçilen 2040 vergi mükellefine anket yoluyla ulaşılmış, elde edilen verilere regresyon analizi uygulanmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre vergi mükelleflerinin genel olarak sertifikalı muhasebecilerin tavsiyelerine güvenmeye eğilimli oldukları tespit edilmiştir.

Orçanlı, Oktay ve Küçük (2019), Erzurum Büyükşehir Belediyesi sınırları içindeki 15 işletmenin yönetici ve çalışanlarının mali müşavir algılarını ölçmek ve memnuniyet düzeylerinde etkili olan faktörleri belirlemek amacıyla anket uygulamışlardır. Sıralı lojistik regresyon modeliyle yapılan

çalışmanın sonuçlarına göre hem işletme yöneticilerinin hem de çalışanların büyük çoğunluğunun mali müşavirlerinden memnun oldukları görülmüştür. Bununla birlikte memnuniyet oluşumunda işletme yöneticileri bakımından önemli değişkenlerin; eğitim seviyesi, kamuoyunu aydınlatma, denetim azlığı, defter tutma, işlem, mükellef çıkarı, bağımsızlık, güncellenen ve değişen mevzuat olduğu tespit edilmiştir.

Karasioğlu ve Samancı (2018), Karaman ili sınırları içinde faaliyet gösteren mali müşavir ve mükelleflerin karşılıklı beklentilerini, sorumluluklarını ve yükümlülüklerini belirlemeye çalışmışlardır. 73 mali müşavir ve 914 mükelleften iki farklı anketle elde edilen verilere frekans ve açıklayıcı analiz yöntemi uygulanmıştır. Çalışma sonucunda, mükelleflerin beklentilerinin karşılandığı ve mevcut mali müşavirlerinden memnun oldukları, mali müşavirlerin ise bazı mükelleflerden memnun olmadıkları tespit edilmiştir.

Yürekli, Durmuş ve Solak (2017), mükelleflerin mali müşavirlerden aldıkları hizmetlerin ve beklentilerinin tespit edilmesi için Denizli ili sınırları içinde faaliyet gösteren 99 üretim ve hizmet işletmesine anket çalışması yapmışlardır. Elde edilen verilerin analiz ve yorumlanmasında frekans analizi, Ki-Kare ve ölçeklendirme kullanmışlardır. Çalışmanın sonuçlarına göre mükelleflerin aldıkları hizmetlerde mali müşavirlerin sosyal sorumluluk kavramına uygun davranışlar sergiledikleri, iş gereklerini önemli ölçüde yerine getirdikleri ve işletmenin faaliyet sürecine katkı sağladıklarını düşündüklerini belirlemiştir.

Güney ve Dızman (2015), Erzinan'da faaliyet gösteren işletmelerin mali müşavirlerinden beklentilerini karşılama düzeylerini araştırmışlardır. 61 işletme yöneticisine anket yöntemi uygulanan çalışmada, sonuçlar sayısal ve oransal olarak değerlendirilmiştir. Bu değerlendirmelerin sonucunda, mali müşavirlerin genel olarak beklentileri karşılama düzeylerinin düşük olduğu belirlenmiştir. Yine işletme yöneticilerinin mali müşavirlerin mesleki konularda yeterli düzeyde eğitim almadıklarına inandıkları tespit edilmiştir.

Kaya ve Özdemir (2014) çalışmalarında, muhasebe hizmeti satın alan mükelleflerin tercihlerinde etkili olan faktörleri belirlemeyi ve bu faktörlerin ilişkisel pazarlama ile bağlantısını ortaya koymayı amaçlamışlardır. Bu bağlamda Denizli ilinde faaliyet gösteren 755 işletmenin yöneticisine anket uygulamışlardır. Elde edilen veriler faktör analizine tabi tutulmuş ve dokuz faktöre ulaşılmıştır. Çalışmada bulunan sonuçlara göre mali müşavirlerin mükellefler tarafından tercih edilmesinde ilişkisel pazarlamanın önemli bir etken olduğu, mükelleflerin muhasebe hizmeti dışında sıcak ilgi ve güvene dayalı bir ilişki beklentisi içinde oldukları ifade edilmiştir.

Ustaahmetoğlu, Aygün ve Savcı (2013) tarafından yapılan çalışmanın amacı, Rize'de faaliyet gösteren muhasebe bürolarından hizmet alan mükelleflerin, aldıkları hizmetlerin kalitesine yönelik algularının ve beklentilerinin tespit edilmesidir. Bu amaçla 65 mükellef ile yüz yüze

görülmüş ve SERVQUAL ölçeğine uygun olarak fiziksel, güvenilirlik, heveslilik, güven ve empati boyutlarında değerlendirmeleri istenmiştir. Çalışmada, mükellefler kendilerine sunulan muhasebe hizmetinin kalitesini, fiziksel boyutta beklentilerinin üstünde algılamakta, diğer boyutlarda beklenen hizmet kalitesi ile algılanan hizmet kalitesi arasında anlamlı farklılık olmadığı saptanmıştır.

Uşul ve Uyar (2012) Antalya vergi dairesine bağlı 120 mükellefe yüz yüze anket yöntemi uyguladıkları araştırmalarında, muhasebe meslek mensuplarının sundukları hizmetlerin mükellefler tarafından nasıl algılandığı ve bu algının meslek mensubu seçimine etkisinin olup olmadığını araştırmışlardır. T testi ve Friedman Çift Yönlü Anova testi uygulanan çalışmada, muhasebe hizmeti talep eden mükelleflerin belleklerinde oluşan muhasebeci kavramına göre hareket ettikleri, mesleğin temel işlevinin etkisinin olmadığı belirlenmiştir.

Banar ve Ekergil (2010) Eskişehir ilinde yaptıkları araştırmalarında, mali müşavirleri tarafından sunulan hizmetlerin kalitesiyle müşteri memnuniyeti arasında bir ilişki saptamaya çalışmışlardır. Bu bağlamda hizmet kalitesinin “güvenlik” ve “heveslilik” boyutlarında mükellef memnuniyetini yeterince sağlayamadığını belirlemişlerdir. Mali müşavirlerin mükellef memnuniyetini arttırabilmesi için sektörel uzmanlaşma, nitelikli ve sürekli eğitim, iletişim yeteneklerinin ve araçlarının arttırılması ve mesleği kanuni zorunlulukları yerine getiren bir kurum imajından çıkarıp finansal danışmanlığa da yönlendirilmesi gerektiğini saptamışlardır.

Erol (2007), Çanakkale'nin Biga ilçesinde SMMM'lerin sundukları hizmetlerin mükellefleri tatmin eden özelliklerini belirlemeye çalışmıştır. Bu amaçla 180 anketten topladığı verilere faktör analizi uygulamıştır. Araştırmanın sonucuna göre mükelleflerin tatmin düzeyini arttıran en önemli özellikler; iletişim, sorumluluk, bilgi ve olumlu davranış olarak tespit edilmiştir.

Yayla ve Cengiz (2006) araştırmalarında, Trabzon'da küçük ve orta ölçekli 121 işletmeye anket uygulamışlardır. Yapısal Eşitlik Modeli kullanarak yaptıkları çalışmada, algılanan kaliteyi en çok güvence boyutunun sonra da fiziki görünümün, hevesliliğin, güvenliliğin ve empati boyutlarının etkilediğini tespit etmişlerdir. Ayrıca algılanan kalitenin mükelleflerin tatminini önemli oranda belirlediğini değerlendirmişlerdir.

3. ARAŞTIRMANIN AMACI, EVRENİ VE YÖNTEMİ

Araştırmanın amacı ve önemi, evreni, kısıtları, yöntemi hakkında bilgiler bu başlık altında verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmada, mükelleflerin mali müşavirleri hakkındaki algılarının tespit edilmesi, tespit edilen algının üzerinde etkili olan demografik değişkenlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Literatürde farklı illerde benzer araştırmalar olsa da Doğu Karadeniz Bölgesini temsil etmesi bakımından Giresun İlinde yapılması çalışmanın farkını ve önemini ortaya koymaktadır.

3.2. Araştırmanın Evreni, Örneklemi ve Kısıtları

Araştırmanın evrenini, Giresun ilinde çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren mükellefler (işletmeler) oluşturmaktadır. Evrenden “tesadüfî örnekleme yöntemine” göre mükelleflerden 300’ü ile görüşülmüş, bu mükelleflerden 208’i anket çalışmasına katılmayı kabul etmiştir. Mükelleflerin işlerinin yoğunluğundan dolayı anket doldurmaya zaman ayırmak istememeleri, yetkililerin işletmede bulunmamaları veya işletme çalışanlarının yetkililerle görüştürmek istememeleri nedeniyle işletme yöneticilerine ulaşamaması ve araştırmanın Doğu Karadeniz Bölgesinde diğer illeri de kapsamaması çalışmanın kısıtlarını oluşturmaktadır.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Mükelleflerin mali müşavir algılarının tespitine yönelik olarak gerçekleştirilen bu araştırma verilerin toplanması ve değerlendirilmesi olarak iki aşamada gerçekleştirilmiştir. Anket formu, Banar ve Ekergil (2010) tarafından yapılan çalışma başta olmak üzere kaynakçada verilen diğer çalışmalardan hareketle hazırlanmıştır. Anket katılımcılara 2019 yılında uygulandığından Etik Kurul İzin Belgesi gerekmemektedir.

Anket formunun ilk bölümü demografik sorulardan, ikinci bölümü ise mükelleflerin mali müşavirleri hakkında düşüncelerini sorgulayan ifadelerden oluşmaktadır. İfadeler “1 Kesinlikle Katılmıyorum”, “2 Katılmıyorum”, “3 Kararsızım”, “4 Katılıyorum” ve “5 Kesinlikle Katılıyorum” şeklinde 5’li likert ölçeğindedir. Toplanan 208 adet anketten 8’i eksik bilgiler nedeniyle değerlendirme dışı bırakılmış olup, kalan 200’ünden elde edilen veriler SPSS paket programıyla analize tabi tutulmuştur. Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda anket formundaki 12. ve 31. ifadeler çıkartılmış kalan 33 ifade değerlendirmeye alınmıştır.

Araştırmanın verilerinin normal dağılıma uygun olup olmadığının belirlenmesi için Kolmogrov-Simironov testi kullanılmıştır. Araştırmalarda gözlem sayısı 29 ve üzerinde olduğunda Kolmogrov-Simironov testi kullanılabilir (Serçemeli ve Orhan, 2016: 43). Kolmogrov-Simironov testi sonucunda araştırma verilerinin normal dağılıma uymadığı ($P < .005$) anlaşılmıştır. Verilerin normal dağılıma uymaması nedeniyle Anova’nın parametrik olmayan alternatifi Kruskal-Wallis testine başvurulmuştur. Kruskal-Wallis testi; iki ya da daha fazla örneklem ortalamasının birbirinden anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğinin test edilmesinde

kullanılmaktadır (<https://acikders.ankara.edu.tr>). Ankette defter türü, işletmedeki pozisyon ve cinsiyet gibi sorulara verilen iki şıklı cevaplardaki farklılıkların belirlenebilmesi için Mann-Whitney U testi kullanılmıştır. Ayrıca çok sayıda değişkenin birkaç temel değişkenle ifade edilebilmesi için faktör analizinden yararlanılmıştır.

4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Demografik özelliklerin dağılımı, ölçeğin güvenilirlik katsayıları, örneklem yeterlilik test sonuçları, faktör analiz sonuçları, hipotez ve hipotez testi sonuçları bu ana başlık altında verilmiştir.

4.1. Demografik Özelliklerin Dağılımı

Araştırmaya katılan mükelleflerin demografik özelliklerine göre sayıları ve yüzdeleri Tablo 1’de verilmiştir. Tablo 1’de görüldüğü üzere ankete katılan mükelleflerin yüzde 41’i işletme hesabı defterine tabi iken, yüzde 59’u bilanço usulüne tabidir. Yine katılımcıların yüzde 57’si işletmenin sahibi veya ortağı, yüzde 43’ü işletmede çalışan profesyonel yöneticidir. Katılımcıların cinsiyetine bakıldığında 155’i erkek, 45’i ise kadınlardan oluşmaktadır. Yaş dağılımında en fazla katılımcı 31-40 yaş aralığında, en az katılımcı, 24 ve altı yaş aralığında bulunmaktadır. Eğitim durumları itibarıyla değerlendirildiğinde yüzde 40 ile en fazla lise, yüzde 2,5 ile en az lisansüstü mezunlarının olduğu görülecektir.

Tablo 1: Mükelleflerin Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı

	n	%		n	%
İşletmenin Defter Türü	200	100	İşletmenin Sektörü	200	100
İşletme Defteri	82	41,0	Gıda-Market	19	9,5
Bilanço Usulü	118	59,0	Üretim	6	3,0
İşletmedeki Pozisyonu	200	100	İnşaat-Hırdavat	18	9,0
İşletme Sahibi (Ortak)	114	57,0	Temizlik	8	4,0
Profesyonel Yönetici	86	43,0	Eğitim-Kırtasiye	4	2,0
Cinsiyet	200	100	Beyaz Eşya-Mobilya	15	7,5
Erkek	155	77,5	Sağlık- Kişisel Bakım	11	5,5
Kadın	45	22,5	Elektronik-Bilişim-İletişim	16	8,0
Yaş	200	100	Otomotiv-Ulaşım-Lojistik	25	12,5
24 ve altı	5	2,5	Eğlence-Kafe-Restoran	21	10,5
25-30	48	24,0	Giyim-Ayakkabı	23	11,5
31-40	59	29,5	Diğer	34	17,0
41-50	47	23,5	İşletmenin Faaliyet Süresi	200	100
51-60	35	17,5	1 yıl altı	8	4,0
61 ve üstü	6	3,0	1-5 yıl	46	23,0
Eğitim Durumu	200	100	6-10 yıl	37	18,5
İlkokul	12	6,0	11-15 yıl	18	9,0
Ortaokul	14	7,0	16-20 yıl	30	15,0
Lise	80	40,0	21 yıl ve üzeri	61	30,5
Ön lisans	36	18,0	İşletmenin Aylık Geliri	200	100
Lisans	53	26,5	5.000 TL ve altı	35	17,5
Lisansüstü	5	2,5	5.001 TL-10.000 TL	31	15,5
Mali Müşavir ile Çalışma	200	100	10.001 TL-20.000 TL	45	22,5
1-10 yıl	188	94,0	20.001 TL-50.000 TL	39	19,5
11-20 yıl	2	1,0	50.001 TL-250.000 TL	34	17,0
21 yıl ve üzeri	10	5,0	250.001 TL ve üzeri	16	8,0

İşletmelerin sektörel dağılımlarına bakıldığında kuyumcu, demirci, tamirci ve çilingir gibi diğer sektörleri oluşturan işletmelerin yüzde 17 oranı ile en fazla katılıma sahip oldukları görülmektedir. En az katılım sağlayan sektör ise eğitim-kırtasiyedir. İşletmeler faaliyet süreleri bakımından incelendiğinde yüzde 30,5'lik oran ile 21 yıl ve üzerinde olan işletmeler en fazla katılıma sahipken, yüzde 4 ile 1 yıl ve altı faaliyette olan işletmeler en az katılıma sahiptir. İşletmelerin aylık gelirleri baz alındığında en fazla

katılımın yüzde 22,5 ile 10.001-20.000 TL gelire sahip olan işletmelerden, en az katılımın ise yüzde 8'lik oran ile 250.000 TL ve üzeri gelir elde eden işletmelerden oluştuğu görülmektedir.

4.2. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenilirlik Katsayıları

Güvenilirlik analizi, bir anketin sorularının birbirleri ile olan tutarlılığını ve kullanılan ölçeğin ilgilenilen sorunu ne derece yansıttığını ifade etmektedir. Ölçeğin iç tutarlılık katsayılarının değer aralığına bağlı olarak belirlenen güvenilirlikleri; $0,40 \leq \alpha < 0,60$ ise düşük, $0,60 \leq \alpha < 0,80$ ise oldukça yüksek, $0,80 \leq \alpha < 1,00$ arasında ise yüksektir (İslamoğlu, 2009: 135). Çalışmanın güvenilirlik test sonuçları Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2: Güvenilirlik Test Sonuçları

Alfa Katsayısı (Cronbach Alpha)	Madde Sayısı
,92	33

Tablo 2'den görüldüğü üzere alfa (α) katsayısı 0,92'dir. Bu değer anket verilerinin oldukça yüksek bir güvenilirlik derecesine sahip olduğunu göstermektedir.

4.3. Araştırmada Kullanılan Örneklem Yeterlilik Test Sonuçları

Örneklemden elde edilen veriler Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Barlett testi ile açıklanabilmektedir. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği ölçütü, gözlenen korelasyon katsayılarının büyüklüğünü ve kısmi korelasyon katsayılarının büyüklüğünü karşılaştıran bir endekstir. KMO oranının 0,5'in üzerinde olması gerekir. Oran ne kadar yüksek olursa, veri seti faktör analizi yapmak için o kadar uygundur (Çoklu, Şekercioğlu, ve Büyüköztürk, 2012). Araştırmanın örneklem yeterlilik test sonuçları Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3: Örneklem Yeterlilik Test Sonuçları

KMO ve Bartlett Testi		
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterlilik Testi	,790	
Bartlett Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare	4589,186
	Df	528
	Sig.	,000

Tablo 3'ten de anlaşılacağı üzere KMO değeri 0,790'dır. Bu değer ile örneklem büyüklüğünün faktör analizi için "iyi" olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

4.4. Araştırmanın Faktör Analizi Sonuçları

Anket sorularına uygulanan faktör analizi sonucunda oluşan alt boyutlar ve alt boyutlara ait faktör yükleri Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4: Faktör Dağılımları ve Faktör Yükleri

Faktör 1	Faktör Yükü
11. Mali müşavirim saygındır.	0,802
13. Mali müşavirim sunacağı hizmetin zamanını kesin olarak söyler.	0,756
14. Mali müşavirim söz verdiği zaman sözünde durur.	0,755
09. Mali müşavirim naziktir.	0,715
10. Mali müşavirim kültürlüdür.	0,680
15. Mali müşavirim belirli bir iş için söz verdiğinde zamanında yapar.	0,617
Faktör 2	Faktör Yükü
28. Mali müşavirimden istediğim anda hizmet alırım.	0,836
29. Mali müşavirim işlerimi yerine getirmek için daima isteklidir.	0,806
30. Mali müşavirim beni her konuda ve her zaman dikkate alır.	0,711
33. Mali müşavirim anlayışlıdır.	0,567
27. Mali müşavirim görevini tarafsız olarak yerine getirir.	0,539
Faktör 3	Faktör Yükü
7. Bir sorunum olduğunda Mali müşavirim yaklaşımı güven vericidir.	0,839
5. Sorunum olduğunda Mali müşavirim cana yakın davranır	0,777
6. Mali müşavirim yasal menfaatlerimi canı gönülden destekler.	0,742
8. Mali müşavirim benimle kişisel olarak ilgilenir.	0,478
Faktör 4	Faktör Yükü
2. Mali müşavirim bürosu tertipli ve düzenlidir.	0,841
3. Mali müşavirim güzel giyimlidir	0,839
1. Mali müşavirim bürosu sunduğu hizmetler için yeterlidir.	0,755
4. Mali müşavirim işlerinde son teknolojiye uygun araç ve gereç kullanır.	0,656
Faktör 5	Faktör Yükü
20. Mali müşavirim muhasebe kayıtlarımı doğru şekilde tutar.	0,792
21. Mali müşavirim hatasız çalışır.	0,755
19. Mali müşavirim kanuni ödevlerimi zamanında yapmamı sağlar	0,573
22. Mali müşavirim çalışma saatleri çalışma saatlerime uygundur.	0,565
23. Mali müşavirim işinin ehlidir.	0,451
Faktör 6	Faktör Yükü
17. Mali müşavirim vergisel konularda bilgilidir.	0,925
16. Mali müşavirime vergisel konularda güvenirim	0,805
18. Mali müşavirimle uyum içinde çalışabilmekteyim.	0,626
Faktör 7	Faktör Yükü
34. Mali müşavirim çalışanlarına işlerimin yapılmasında güvenirim	0,791
32. Mali müşavirim çalışanları gerekli bilgi ve tecrübeye sahiptir.	0,668
35. Mali müşavirim çalışanlarıyla iletişimim iyidir.	0,644
Faktör 8	Faktör Yükü
25. Mali müşavirim aldığım parayı hak ettiğini düşünüyorum.	0,783
24. Mali müşavirim ücretlerinin yeterli olmadığını düşünüyorum.	0,731
26. Mali müşavirimi değiştirmeyi düşünmüyorum	0,504

Tablo 4'te görüldüğü üzere uygulanan faktör analizi sonucunda 8 faktör elde edilmiştir. Bir araştırmada faktör yükünün 0,40'ın üstünde bir değere sahip olması gerekmektedir (Kalaycı, 2014). Faktör yük değerleri, ifadelerin faktörlerle olan ilişkisini açıklayan katsayılar olduğundan faktördeki yük değerlerinin yüksek olması beklenmektedir (Büyüköztürk, 2002: 473). Araştırmanın faktör yükleri incelendiğinde 0,40'ın üzerinde olduğu görülmektedir. Dolayısıyla ifadelerle faktörler arasındaki ilişkinin yeterli olduğu anlaşılmaktadır.

4.5. Araştırmanın Hipotezleri ve Hipotezlerin Test Edilmesi

Araştırmanın hipotezleri, hipotezlerin test edilmesinde kullanılan analizler ve analiz sonuçları bu başlık altında verilmiştir.

4.5.1. İşletmenin Defter Türü Değişkeni Bakımından Analiz Sonuçları

H₁: İşletmenin tabi olduğu defter türü ile mali müşavir algısının alt boyutları arasında anlamlı farklılık vardır.

İşletmenin tabi olduğu defter türü değişkenine ilişkin analizin sonuçları Tablo 5'te sunulmuştur.

Tablo 5: İşletmenin Defter Türüne İlişkin Analiz Sonuçları

İşletmenin Defter Türü								
	Fak.1	Fak.2	Fak.3	Fak.4	Fak.5	Fak.6	Fak.7	Fak.8
Mann-Whitney U	4437,5	4558,5	4735,0	4817,0	4722,5	4657,5	4563,5	4553,5
Wilcoxon W	11458,5	7961,5	8138,0	8220,0	8125,5	8060,5	11584,5	11574,5
Z	-1,009	-,707	-,260	-,055	-,291	-,482	-,697	-,715
P	,313	,479	,795	,956	,771	,630	,486	,475

Tablo 5'ten anlaşılacağı üzere yapılan test sonucu, işletmenin tabi olduğu defter türü değişkeni ile mükellefin mali müşavir algısının alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir ($P > 0,05$). Dolayısıyla **H₁ hipotezi reddedilmiştir.**

4.5.2. İşletmedeki Pozisyonu Bakımından Analiz Sonuçları

H₂: İşletmedeki pozisyonu ile mali müşavir algısının alt boyutları arasında anlamlı farklılık vardır.

İşletmedeki pozisyon değişkenine ilişkin analizin sonuçları Tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo 6: İşletmedeki Pozisyonuna İlişkin Analiz Sonuçları

İşletmedeki Pozisyonu								
	Fak.1	Fak.2	Fak.3	Fak.4	Fak.5	Fak.6	Fak.7	Fak.8
Mann-W. II	4303,5	4366,5	4381,0	4550,0	3745,5	4075,0	4777,5	4618,50
Wilcoxon XXV	8044,5	10921,5	10936,0	11105,0	10300,5	10630,0	11332,5	11173,5
Z	-1,498	-1,347	-1,306	-,911	-2,895	-2,193	-,314	-,708
P	,134	,178	,192	,362	,004	,028	,754	,479

Tablo 6'dan anlaşılacağı üzere işletmedeki pozisyon değişkeni ile faktör 5 ve faktör 6 arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir ($P < 0,05$). Dolayısıyla **H₂ hipotezi kısmen kabul edilmiştir.**

Bu farklılığın anlaşılabilmesi için faktör 5 ve faktör 6'nın rank değerleri hesaplanmış ve Tablo 7'de sunulmuştur.

Tablo 7: İşletmedeki Pozisyonu Rank Değerleri

	İşletmedeki Pozisyon	N	Rank Değerleri	
			Mean Rank	Sum of Ranks
Fak.5	İş Sahibi - Ortağı	114	90,36	10300,50
	Yönetici	86	113,95	9799,50
	Total	200		
Fak.6	İş Sahibi - Ortağı	114	93,25	10630,00
	Yönetici	86	110,12	9470,00
	Total	200		

Tablo 7'den işletme sahibi-ortağı katılımcıların yönetici olan katılımcılara nazaran düşük ortalamaya sahip oldukları görülmektedir. Başka bir ifadeyle yöneticiler işletme sahip-ortaklara nazaran daha olumlu görüşe sahiptirler.

4.5.3. Cinsiyet Değişkeni Bakımından Analiz Sonuçları

H₃: Cinsiyet değişkeni ile mali müşavir algısının alt boyutları arasında anlamlı farklılık vardır.

Cinsiyet değişkenine ilişkin yapılan analizin sonuçları Tablo 8'de sunulmuştur.

Tablo 8: Cinsiyete İlişkin Analiz Sonuçları

Cinsiyet								
	Fak.1	Fak.2	Fak.3	Fak.4	Fak.5	Fak.6	Fak.7	Fak.8
Mann-Whitney U	3144,0	2816,0	3193,5	3369,0	2933,0	3364,5	3293,0	3055,5
Wilcoxon W	4179,0	14906,0	15283,5	15459,0	15023,0	15454,5	4328,0	15145,5
Z	-1,019	-2,002	-,874	-,364	-1,646	-,387	-,582	-1,278
P	,308	,045	,382	,716	,100	,699	,561	,201

Tablo 8’den görüldüğü üzere cinsiyet değişkeni ile faktör 2 arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir ($P < 0,05$). Dolayısıyla **H₃ hipotezi kısmen kabul edilmiştir.**

Bu farklılığın anlaşılabilmesi için faktör 2’ye ilişkin rank değerleri Tablo 9’da verilmiştir.

Tablo 9: Cinsiyet Rank Değerleri

Fak.2	Mükellefin Cinsiyeti	N		
			Mean Rank	Sum of Ranks
Fak.2	Erkek	155	96,17	14906,00
	Kadın	45	115,42	5194,00
	Toplam	200		

Tablo 9’dan anlaşılacağı üzere kadınların ortalaması erkeklerin ortalamasından daha yüksek çıkmıştır. Bu nedenle kadınların erkeklere nazaran daha olumlu algıya sahip oldukları söylenebilir.

4.5.4. Yaş Değişkeni Bakımından Analiz Sonuçları

H₄: Yaş değişkeni ile mali müşavir algısının alt boyutları arasında anlamlı farklılık vardır.

Yaş değişkenine ilişkin yapılan analizin sonuçları Tablo 10’da sunulmuştur.

Tablo 10: Yaşa İlişkin Analiz Sonuçları

Yaş								
	Fak.1	Fak.2	Fak.3	Fak.4	Fak.5	Fak.6	Fak.7	Fak.8
Chi-Square	6,661	1,247	2,407	1,691	1,201	3,110	2,090	1,268
df	5	5	5	5	5	5	5	5
P	,247	,940	,790	,890	,945	,683	,837	,938

Tablo 10'dan anlaşılacağı üzere yaş değişkeni ile alt boyutlar arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir ($P>0,05$). Dolayısıyla **H₄ hipotezi reddedilmiştir.**

4.5.5. Eğitim Durumu Değişkeni Bakımından Analiz Sonuçları

H₅: Eğitim durumu değişkeni ile mali müşavir algısının alt boyutları arasında anlamlı farklılık vardır.

Eğitim durumu değişkenine ilişkin yapılan analizin sonuçları Tablo 11'de sunulmuştur.

Tablo 11: Eğitim Durumuna İlişkin Analiz Sonuçları

Eğitim Durumu								
	Fak.1	Fak.2	Fak.3	Fak.4	Fak.5	Fak.6	Fak.7	Fak.8
Chi-Square	10,547	9,615	13,118	10,995	6,505	10,053	7,034	15,253
df	5	5	5	5	5	5	5	5
P	,061	,087	,022	,051	,260	,074	,218	,009

Tablo 11'den anlaşılacağı üzere eğitim durumu değişkeni ile faktör 3 ve faktör 8 arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir ($P<0,05$). Dolayısıyla **H₅ hipotezi kısmen kabul edilmiştir.**

Bu farklılıkların hangi gruplar arasında olduğunun tespit edilebilmesi için yapılan Tamhane test sonuçları Tablo 12'de sunulmuştur.

Tablo 12: Eğitim Durumu Tamhane Test Sonuçları

Multiple Comparisons							
Tamhane							
Dependent Variable	(I) Eğitim Durumu	(J) Eğitim Durumu	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Fak.8	Ortaokul	İlkokul	-,35714	,33338	,995	-1,4794	,7651
		Lise	-,70298*	,18375	,018	-1,3223	-,0836
		Önlisans	-,37566	,22902	,826	-1,0955	,3442
		Lisans	-,50180	,20844	,294	-1,1685	,1649
		Lisansüstü	,37619	,40796	,999	-1,5744	2,3268
	Lise	İlkokul	,34583	,29598	,990	-,7223	1,4139
		Ortaokul	,70298*	,18375	,018	,0836	1,3223
		Önlisans	,32731	,17004	,604	-,1951	,8498
		Lisans	,20118	,14111	,924	-,2236	,6259
		Lisansüstü	1,07917	,37801	,478	-1,1273	3,2856

Yapılan test sonucunda faktör 3'te ilişkin hangi gruplar arasında olduğu tespit edilememiştir. Diğer yandan Tablo 12'den de anlaşılacağı üzere faktör 8'de ortaokul ve lise mezunları arasında anlamlı farklılık vardır. Başka bir ifadeyle ortaokul mezunlarının ortalamaları lise mezunlarına göre daha yüksek çıkmıştır.

4.5.6. İşletmenin Sektörü Bakımından Analiz Sonuçları

H₆: İşletmenin sektörü değişkeni ile mali müşavir algısının alt boyutları arasında anlamlı farklılık vardır.

İşletmenin sektörü değişkenine ilişkin analizin sonuçları Tablo 13'te sunulmuştur.

Tablo 13: İşletmenin Sektörüne İlişkin Analiz Sonuçları

İşletmenin Sektörü								
	Fak.1	Fak.2	Fak.3	Fak.4	Fak.5	Fak.6	Fak.7	Fak.8
Chi-Square	17,722	19,169	7,077	10,281	13,165	10,240	11,332	5,450
df	9	9	9	9	9	9	9	9
P	,039	,024	,629	,328	,155	,331	,254	,793

Tablo 13'te görüldüğü üzere işletmenin sektörü değişkeni ile faktör 1 ve faktör 2 arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir ($P < 0,05$). Dolayısıyla **H₆ hipotezi kısmen kabul edilmiştir.**

Bu farklılıkların hangi gruplar arasında olduğunun tespit edilmesi için yapılan Tamhane testinde faktör 2'de farklılığın hangi gruplar arasında olduğu tespit edilememiştir. Dolayısıyla faktör 2'ye ait Tamhane test sonuçlarını gösteren tablo verilmemiştir. Diğer yandan faktör 1'e ait Tamhane test sonuçları ise Tablo 14'te sunulmuştur.

Tablo 14: İşletmenin Faaliyet Süresine İlişkin Analiz Sonuçları

Multiple Comparisons							
Tamhane							
Dependent Variable	(I) İşletmenin Faaliyette Bulunduğu Sektör	(J) İşletmenin Faaliyette Bulunduğu Sektör	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Fak.1	İnşaat Hırdavat	Elektronik Bilişim İletişim	,48611*	0,11724	0,016	0,0490	0,9232
	Elektronik Bilişim İletişim	İnşaat Hırdavat	-,48611*	0,11724	0,016	-0,9232	-0,0490

Tablo 14'ten anlaşılacağı üzere elektronik-bilişim-iletişim sektöründe faaliyet gösterenlerin ortalamaları inşaat-hırdavat sektöründe faaliyet gösterenlerin ortalamalarından daha yüksek çıkmıştır.

4.5.7. İşletmenin Faaliyet Süresi Bakımından Sonuçları

H₇: İşletmenin faaliyet süresi değişkeni ile mali müşavir algısının alt boyutları arasında anlamlı farklılık vardır.

İşletmenin faaliyet süresi değişkenine ilişkin analizin sonuçları Tablo 15'te sunulmuştur.

Tablo 15: İşletmenin Faaliyet Süresine İlişkin Analiz Sonuçları

İşletmenin Faaliyet Süresi								
	Fak.1	Fak.2	Fak.3	Fak.4	Fak.5	Fak.6	Fak.7	Fak.8
Chi-Square	1,848	3,858	12,578	5,835	1,249	,996	2,215	5,377
df	5	5	5	5	5	5	5	5
P	,870	,570	,028	,323	,940	,963	,819	,372

Tablo 15'te görüldüğü üzere işletmenin faaliyet süresi değişkeni ile faktör 3 arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir ($P < 0,05$). Dolayısıyla **H₇ hipotezi kısmen kabul edilmiştir.**

Bulunan bu farklılığın anlaşılması için Tamhane testi uygulanmıştır. Test sonucuna göre ilişkinin hangi gruplar arasında olduğu tespit edilememiştir. Dolayısıyla Tamhane test sonuçlarını gösteren tablo verilmemiştir.

4.5.8. İşletmenin Aylık Geliri Bakımından Analiz Sonuçları

H₈: İşletmenin aylık geliri değişkeni ile mali müşavir algısının alt boyutları arasında anlamlı farklılık vardır.

İşletmenin aylık geliri değişkenine ilişkin analizin sonuçları Tablo 16’da sunulmuştur.

Tablo 16: İşletmenin Aylık Gelirine İlişkin Analiz Sonuçları

İşletmenin Aylık Geliri								
	Fak.1	Fak.2	Fak.3	Fak.4	Fak.5	Fak.6	Fak.7	Fak.8
Chi-Square	8,564	8,004	4,215	4,574	11,030	8,344	6,160	9,078
df	5	5	5	5	5	5	5	5
Asymp. Sig.	,128	,156	,519	,470	,051	,138	,291	,106

Tablo 16’den anlaşılacağı üzere işletmenin aylık geliri değişkeni ile mükellefin mali müşavir algısının alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir ($P>0,05$). Dolayısıyla **H₈ hipotezi reddedilmiştir**.

4.5.9. Mali Müşaviri ile Çalışma Süresi Bakımından Analiz Sonuçları

H₉: İşletmenin mali müşaviri ile çalışma süresi değişkeni ile mali müşavir algısının alt boyutları arasında anlamlı farklılık vardır.

İşletmenin mevcut mali müşaviriyle çalışma süresi değişkenine ilişkin analizin sonuçları Tablo 17’de sunulmuştur.

Tablo 17: Mali Müşaviri ile Çalışma Süresine İlişkin Analiz Sonuçları

İşletmenin En Son Çalıştığı Mali Müşavirle Çalışma Süresi								
	Fak.1	Fak.2	Fak.3	Fak.4	Fak.5	Fak.6	Fak.7	Fak.8
Chi-Square	,056	1,411	,188	,484	1,712	1,740	11,376	3,864
df	2	2	2	2	2	2	2	2
Asymp. Sig.	,972	,494	,910	,785	,425	,419	,003	,145

Tablo 17’den anlaşılacağı üzere işletmenin mevcut mali müşaviriyle çalışma süresi değişkeni ile faktör 7 arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir ($P<0,05$). Dolayısıyla **H₉ hipotezi kısmen kabul edilmiştir**.

Bu farklılığın anlaşılabilmesi için Tamhane testi yapılmış, test sonucu Tablo 18’de sunulmuştur.

Tablo 18: Mali Müşaviri ile Çalışma Süresi Tamhane Test Sonuçları

Multiple Comparisons							
Tamhane							
Dependent Variable	(I) Mali Müşaviri ile Çalışma Süresi	(J) En Son Mali Müşaviri ile Çalışma Süresi	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Fak.7	1-10 yıl	11-20 yıl	,04787	,04293	,605	-,0556	,1513
		21 ve üzeri	,44787*	,07929	,000	,2391	,6567
	11-20 yıl	1-10 yıl	-,04787	,04293	,605	-,1513	,0556
		21 ve üzeri	,40000*	,06667	,001	,2051	,5949
	21 ve üzeri	1-10 yıl	-,44787*	,07929	,000	-,6567	-,2391
		11-20 yıl	-,40000*	,06667	,001	-,5949	-,2051

Tablo 18'den de anlaşılacağı üzere faktör 7'de mali müşaviriyle 21 yıl ve üzeri çalışma süresine sahip olanlarla 11-20 yıl çalışma süresine sahip olanlar arasında ve yine 21 yıl ve üzeri çalışma süresine sahip olanlarla 1-10 yıl çalışma süresine sahip olanlar arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Ortalamalara bakıldığında; 21 yıl ve üzeri çalışma süresine sahip olanların ortalaması her ikisine göre daha yüksek çıkmıştır.

5. SONUÇ

Mükelleflerin mali müşavirleri algıları ve bu algı üzerinde etkili olan faktörlerin belirlenmesi amaçlanan araştırmada elde edilen sonuçlar aşağıdaki gibi özetlenebilir.

- İşletmenin tabi olduğu defter türü değişkeni ile mali müşavir algısı alt boyutları arasında herhangi bir anlamlı farklılık tespit edilememiştir. Dolayısıyla H₁ hipotezi reddedilmiştir.
- İşletmedeki pozisyonu değişkeni ile alt boyutlar arasında faktör 5 ve faktör 6'da anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Dolayısıyla H₂ hipotezi kısmen kabul edilmiştir. Bulunan anlamlı farklılık değerlendirildiğinde; faktör 5 ve faktör 6'daki ifadelerde yöneticilerin, işletme sahiplerine nazaran mali müşavirleri hakkında daha olumlu düşündükleri anlaşılmaktadır. Faktör 5 ve faktör 6'da mali müşavirlerinin bilgili, güvenilir, uyumlu muhasebe kayıtlarını doğru, hatasız, zamanında tuttuğu ve işinin ehli olduğuyla ilgili ifadeler yer almaktadır.

- Cinsiyet değişkeni bakımından yapılan analizde ise faktör 2’de anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Dolayısıyla H_3 hipotezi kısmen kabul edilmiştir. Bulunan farklılıkların nedeninin kadın katılımcıların erkek katılımcılara nazaran mali müşavirlerini daha anlayışlı, istekli ve işlerinde tarafsız olarak gördüklerinden ileri geldiği söylenebilir.
- Yaş değişkeni açısından yapılan analizde katılımcıların yaşları ile mali müşavir algısı alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Dolayısıyla H_4 hipotezi reddedilmiştir.
- Eğitim durumu itibariyle mali müşavir algısı alt boyutları arasında faktör 3 ve faktör 8’de anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Dolayısıyla H_5 hipotezi kısmen kabul edilmiştir. Faktör 3’teki anlamlı farklılık saptanamamış olup faktör 8’de ortaokul mezunlarının lise mezunlarına oranla daha olumlu düşündükleri tespit edilmiştir. Hatırlanacağı üzere faktör 8’de mali müşavir ücretleri ve mevcut mali müşaviri ile çalışma isteğini sorgulayan ifadeler yer almaktadır.
- İşletmenin sektörü değişkeninde ise faktör 1 ve faktör 2’de anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Dolayısıyla H_6 hipotezi kısmen kabul edilmiştir. Faktör 2’deki farklılık tespit edilemezken, faktör 1’de elektronik-bilişim-iletişim sektöründe faaliyet gösterenlerin inşaat-hırdavat sektöründe faaliyet gösterenlerden daha olumlu düşündükleri tespit edilmiştir. Bu farklılığın nedeni; elektronik-bilişim-iletişim sektöründeki ticari işlemlerde devlet kontrolünün inşaat-hırdavat sektöründen daha fazla olmasına bağlanabilir.
- İşletmenin faaliyet süresine göre faktör 3’de anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Dolayısıyla H_7 hipotezi kısmen kabul edilmiştir. Ancak bulunan farklılığın nedeni tespit edilememiştir.
- İşletmenin aylık geliri değişkenine ilişkin analiz sonuçlarında ise anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Dolayısıyla H_8 hipotezi reddedilmiştir.
- İşletmenin mevcut mali müşaviri ile çalışma süresine ilişkin analiz sonuçlarında ise faktör 7’de anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Dolayısıyla H_9 hipotezi kısmen kabul edilmiştir. Bulunan bu farklılığın nedeninin, mali müşaviriyle 21 yıl ve üzeri çalışan işletmelerin 1-10 yıl ve 11-20 yıl çalışan işletmelerden daha olumlu düşündüklerinden kaynaklandığı söylenebilir. Daha açık bir ifadeyle işletmenin aynı mali müşavirle çalışma süresi uzadıkça olumlu algı da artmaktadır.

Genel anlamda mükelleflerin mali müşavirleri ve onlardan aldıkları hizmetler hakkındaki düşüncelerinin olumlu olduğu söylenebilir. Bu yönü

ile Yürekli, Durmuş ve Solak (2017), Orçanlı, Oktay ve Küçük (2019) tarafından yapılan araştırmalarla tutarlılık gösterdiği ifade edilebilir. Bununla birlikte araştırmada bilgi, güven, mükellefe sunulan hizmetin zamanında verilmesi, mükellefin menfaatlerinin korunması ve işinin ehli olunması gibi mesleki yeterlilikle ilgili özelliklerin yanında anlayış, cana yakınlık, uyum, nezaket gibi kişisel özelliklerin de mükellef memnuniyetinde ön plana çıktığı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla mükellef ilişkilerinin geliştirilmesinde bu özelliklerin mali müşavirler tarafından dikkate alınması gerekir.

İleride yapılacak çalışmalarda mali müşavirlerin mükellefler üzerine düşünceleri, sorunları ve beklentileri sorgulanabilir. Yine vergi idaresi ile meslek mensubu, vergi idaresi ile mükellef bağlamında çalışmalar ele alınabilir.

KAYNAKÇA

Banar, K. ve Ekergil, V. (2010). Muhasebe Meslek Mensuplarının Hizmet Kalitesi: Sunulan Hizmetlerin Kalitesi İle Müşteri Memnuniyeti İlişkisi Eskişehir Uygulaması, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (1): 39-60.

Bryne, M. And Willis, P. (2005). Irish Secondary Students' Perception of The Work of an Accountant and The Accounting Profession, *Accounting, An International Journal*, 14 (4): 367-381.

Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör Analizi: Temel Kavramlar ve Ölçek Geliştirmede Kullanımı, *Eğitim Yönetimi Dergisi*, 32, 470-483.

Erol, M. (2007). Muhasebe Meslek Elemanlarının Sundukları Hizmetlerin Mükellefleri Tatmin Eden Özelliklerini Belirlemeye Yönelik Ampirik Bir Çalışma, *Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F. Dergisi*, 9 (12): 244-252.

Güney, S. ve Dizman, Ş. (2015). Muhasebe Meslek mensuplarının İşletmelerin Beklentilerini Karşılama Düzeyi – Erzincan İli Uygulaması-, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19 (3): 315-336.

https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/54780/mod_resource/content/0/Kruskal_Wallis.pdf

İslamoğlu, A. H (2009). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Teknikleri (SPSS Uygulamalı)*, İzmit: Beta Basın Yayım.

Kalaycı, Ş. (2014). *SPSS Uygulamaları Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Ankara: Asil Yayıncılık.

Karasioğlu, F. ve Samancı T. H. (2018). Mali Müşavir – Mükellef İlişkileri Bağlamında Beklentiler, Sorumluluklar ve Yükümlülükler; Karaman İli

- Özelinde Bir Anket Çalışması, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6 (67): 432-451.
- Serçemeli, M. ve Orhan, M. S. (2016). Sürekli Denetim ve Denetimin Geleceğine Bakış Üzerine Bist-100 Şirketlerinde Bir Araştırma, *Sayıştay Dergisi*, 101: 31-50.
- Kaya, Y. ve Özdemir, S. (2014). Muhasebe Meslek Mensuplarının Sundukları Hizmetin Müşteri Tarafından İlişkisel Pazarlama Anlayışı Doğrultusunda Değerlendirilmesine Yönelik Ampirik Bir Çalışma, *İşletme Araştırmaları Dergisi (iad)*, 6 (4): 157-171.
- Orçanlı, K., Oktay, E. Ve Küçük, Z. (2019). İşletmelerde Mali Müşavir Hizmetlerindeki Memnuniyette Etkili Faktörlerin Belirlenmesi: Erzurum İli Örneği, *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 20 (1): 193-213.
- Saemann, G. P. And Crooker, K. J. (1999). Student Perceptions of The Profession and its Effect on Decisions to Major in Accounting, *Journal of Accounting Education*, 17 (1), 1-22.
- Sakurai, Y. And Braithwaite, V. (2003). Taxpayers' Perceptions of Practitioners: Finding One Who is Effective and Does The Right Thing, *Journal of Business Ethics*, 46: 375-387.
- Schmidt, D. R: (2001). The Prospects of Taxpayer Agreement With Aggressive Tax Advice, *Journal of Economic Psychology*, 22 (2): 157-172.
- Ustaahmetoğlu, E., Aygün, D. ve Savcı, M. (2013). Muhasebe Bürolarında Sunulan Hizmetin Kalitesinin Müşteriler Tarafından Değerlendirilmesine Yönelik Bir Uygulama, *Uluslar arası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 9 (18): 239-254.
- Usul, H. ve Uyar, G.F. (2012). Algılanan Hizmet Kavramının Muhasebeci Seçimine Etkisi, *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 4 (7): 65-72.
- Yayla, H. E. ve Cengiz, E. (2006). Muhasebe Bürolarında Algılanan Hizmet Kalitesi ve Mükelleflerin Tatmin Düzeylerine Yönelik Yapısal Bir Model önerisi-II, *Muhasebe Finansman Dergisi*, (31): 175-183.
- Yürekli, E., Durmuş, F. A. ve Solak, B. (2017). Mükelleflerin (İşletmelerin) Muhasebe Meslek mensuplarından Aldıkları Hizmetler ve Beklentilerinin İncelenmesi: Denizli İli Örneği, *International Journal of Academic Value Studies (Javstudies)* 3 (10): 97-105
- Yürekli, E. ve Özdemir, S. (2017). Muhasebe Yetkinliği Özelinde Meslek Mensupları İle Mükellefler Arasında Yaşanan Sorunlar ve Çözüm Önerileri: Denizli İli Örneği, *Social Sciences Studies Journal*, 3 (6): 1008-1019.

