

## İŞLETMELERİN MUHASEBE MESLEĞİNE VE MESLEK MENSUPLARINA BAKIŞ AÇILARININ DEĞERLENDİRİLMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

**Dr. Kadir Gökoğlan\***

Diyarbakır Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu

kadir.gokoglan@dicle.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6397-8477

**Prof. Dr. Abdulkadir BİLEN**

Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

abilen@dicle.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2619-9391

**Uz. Engin KÖSEER**

Diyarbakır Çalışma ve İş Kurumu İl Müdürlüğü

enginkoseer2121@gmail.com, ORCID: 0000-0003-3869-9999

### Öz

Muhasebe mesleği, ortak bir amaç, iş birliğine dayalı ve mesleki kural ve ilkeler doğrultusunda faaliyetlerini sürdüren ve temelinde insan unsuru olan bir meslektir. Fakat toplumda muhasebe mesleğine yönelik olarak yanlış bir algısı söz konusudur. Genel olarak muhasebe meslek mensubunu devlet adına vergi hesaplayan ve tahsili için aracılık yapan kişiler olarak görmektedir. Dolayısıyla bu yanlış algıyı düzeltmek ve muhasebe mesleğinin itibarını korumak muhasebe meslek mensupları açısından önem arz etmektedir.

Bu çalışma Diyarbakır'da faaliyet gösteren işletmelerin muhasebe mesleğine ve muhasebe meslek mensubuna bakış açısı ve algısının belirlenmesi amacını taşımaktadır. Bu amaçla işletmelere yüz yüze anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucunda işletmelerin büyük bir çoğunluğunun 10 yılın altında muhasebe meslek mensubu değişimine gittiği tespit edilmiştir. İşletmeler muhasebe meslek mensuplarından hemen her konuda faydalandıkları görülmektedir. Özellikle finansal konularda muhasebe meslek mensuplarını finansal bir danışman olarak görmektedir. Mükellefler, muhasebe bilgilerinin yetersiz olduğunu ve bilgilendirilmek istedikleri belirtilmiştir. Ayrıca işletmelerin muhasebe meslek mensuplarına ödediği ücretin yeterli düzeyde olduğunu düşünmektedir. İşletmeler muhasebe meslek mensuplarından genellikle vergi ve finansal konular hakkında destek aldıkları görülmektedir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğunun muhasebe bilgisinin

genellikle finansal konularda ihtiyacı karşıladığı, fakat üretim konularında çok fazla ihtiyaç olmadığı düşünülmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun ayda bir kez muhasebe meslek mensubu ile görüştüğü tespit edilmiştir. Genellikle bu görüşmeler telefon aracılığıyla olduğu tespit edilmiştir. Kısaca muhasebe bilgilerinin işletmelerin hemen hemen her alanında kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Muhasebe, İşletme, Muhasebe Mesleği, Muhasebe Meslek Mensupları.

## **A RESEARCH ON THE EVALUATION OF THE PERSPECTIVES OF ENTERPRISES ON ACCOUNTING PROFESSION AND PROFESSIONAL MEMBERS**

### **Abstract**

The accounting profession is a profession that carries out its activities based on a common purpose, cooperation and in line with professional rules and principles and has a human element at its foundation. However, there is a wrong perception in society towards the accounting profession. In general, the accounting professional is considered as the person who calculates taxes on behalf of the state and acts as an intermediary for its collection. Therefore, it is important for the accounting professionals to correct this misperception and protect the reputation of the accounting profession.

This study aims to determine the perspective and perception of the enterprises operating in Diyarbakır on the accounting profession and the accounting profession. For this purpose, face-to-face surveys were conducted for enterprises. As a result of the study, it was determined that the majority of enterprises went to change accounting professionals under 10 years. It is seen that businesses benefit from accounting professionals in almost every subject. Especially in financial matters, accounting considers professionals as financial advisors. Taxpayers are informed that their accounting information is inadequate and they want to be informed. In addition, it considers that the remuneration paid by the enterprises to the accounting professionals is at an adequate level. It is seen that businesses usually receive support from accounting professionals on tax and financial issues. The vast majority of respondents think that accounting knowledge usually meets the need in financial matters, but there is not much need in production matters. It was determined that the majority of the participants met with the accounting professional once a month. It has often been established that these interviews are via phone. In short, it has been determined that accounting information is used in almost every field of enterprises.

**Keywords:** Accounting, Business, Accounting Profession, Profession Members.

### **1. Giriş**

Muhasebe mesleği diğer mesleklerle rekabet halindedir, bu nedenle toplumda nasıl algılandığını, karşılaştığı zorlukları ve gelecekteki eğilimleri ve beklentileri analiz etmek önemlidir. Muhasebe mesleği, işletmelerin sayısının artması, şirket birleşmeleri veya ayrılık durumlarında yeni zorluklarla karşı karşıya kalmaktadır. Mesleğin imajı, sosyal konumu, mesleğin çekiciliği ve bu mesleğin üyelerinin toplumdaki rolü üzerinde etkisi olduğu için çok

önemlidir. Bu alanda pazarlama stratejilerinin ve eğitim stratejilerinin belirlenmesinde bir bakış açısı oluşturmak için günümüz toplumunda muhasebeci imajı olan araştırmaların yapılması önemlidir.

İşletmeler gelişen ekonomik olaylar ve bilgi teknolojilerine ayak uydurmak için yaptıkları faaliyetlerin çeşitlendirilmesi ve daha karmaşık faaliyetlerde rol almaları önemli bir konudur. Dolayısıyla işletmelerin öncelikle kendi çıkar ilişkileri daha sonra da toplumun çıkar ilişkileri doğrultusunda faaliyetlerini yapmaları gerekmektedir. Kendi çıkar ilişkileri için bilgi teknolojilerinden mümkün olduğunca faydalanmalı ve finansal kararlarda daha dikkatli davranmaları önem arz etmektedir. Toplumsal çıkar için ise gerçeğe uygun ve zamanında vergi ödemelerini yapmaları zorunluluktur. Dolayısıyla her iki durumda da işletmeler ve toplum muhasebe mesleğine olan ihtiyacı ortaya çıkmaktadır. Muhasebe mesleği hem işletmeler açısından hem de toplumun refahı açısından önemli bir rol oynamaktadır.

## **2. Kavramsal Çerçeve ve Literatür Taraması**

Muhasebe ve muhasebecilerin görünümünün doğru olarak anlaşılması, muhasebenin daha geniş bir toplumsal bağlamdaki rollerinin takdiri için önemlidir. Muhasebe mesleği, işletmelerde alanında en başarılı meslek mensuplarını bünyesinde tutmak, elde etmek amacıyla güven ve saygınlık imajını yansıtmayı ve ayrıca karşılaşılabilecek olan zorluklar, elde edilecek olan başarılar ve gelecek için umut vaat etme gibi faaliyetleri sunmak zorundadır (Buffini & Cornell, 2005). Benzer şekilde, muhasebe mesleğinin genellikle zor kazanılan ayrıcalıkları da dahil olmak üzere iş üzerindeki yargı yetkisini korumak ve geliştirmek, profesyonel muhasebecilerin eğitim, uzmanlık ve etik alanlarındaki geniş topluluk içindeki algılara bağlıdır. Halkın güvenini korumak sadece saygınlığı korumak için değil, aynı zamanda muhasebenin bir meslek olarak statüsünün devamını sağlamak için de gereklidir.

İşletmeler, halkın gereksinimlerini karşılamak amacıyla üretim faktörlerini bir araya getirerek mal veya hizmet üretme fonksiyonuna sahiptir. İşletmeler faaliyetlerini sürdürürken doğal kaynakları sürekli tüketmektedir. Faaliyetleri sırasında ve ürünlerinin tüketimi sırasında hava, toprak ve su gibi çevresel faktörler katı, sıvı ve gaz halinde atıklar tarafından kirlenmektedir. Günümüzde tüketiciler çevre sorunları konusunda daha dikkatli hale gelmiştir. Kaynakların tüketimi, kaynak kıtlığı ve çevresel bozulma giderek arttığı için işletmeler çevresel kaygıları göz önünde bulundurmakla yükümlüdür. Muhasebe açık bir sistem olduğu için her zaman çevre ile etkileşim halindedir. Muhasebede, sadece belirli kişi veya grupların çıkarlarını değil aynı zamanda sosyal sorumluluk kavramına uygun olarak tüm toplumun çıkarlarını gözetme sorumluluğuna sahiptir.

Günümüzde, işletmelerin içinde yaşadığı dinamik, ekonomik ve sosyal koşullar altında muhasebe, ilgili kişilere yorum yapmak, ileriye dönük planlarında yardımcı olmak ve sorumlu oldukları sistem ve faaliyetleri denetleme olanaklarını sağlayan bir yönetim aracı düzeyine ulaşmaktadır. Ekonomik ve bilgi teknolojilerinin gelişimi işletmeler açısından yeni ve geniş pazarlara girme imkanını sağlamakla birlikte bu pazarlardaki güçlü rakipler ile başa çıkma yollarını araştırmaya sevk etmektedir. İşletmeler büyüme stratejileri, kurumsallaşmayı yönetme veya denetim faaliyetlerinin revize edilmesi durumunda pazarlardaki yeni rakipler ile başa çıkmayı başarmalarına yardımcı olacaktır. Bu ve benzeri faaliyetlerin temelinde daima muhasebe mesleği yer almaktadır. Dolayısıyla işletme faaliyetlerinin etkin ve verimliliğın sağlanması, geliştirilmesi dolaylı yollardan muhasebe meslek mensuplarına bağılıdır (Çelik, 2008).

Muhasebe mesleği genel bir kanı olarak işletmelerle ilgili olduğu düşünülse de dolaylı yollardan toplum yararına faaliyetlerin gerçekleştirilmesine özen gösterilmektedir. Öncelikle işletme faaliyetlerinin etkin ve verimliliğının sağlanması nedeniyle dolaylı yollardan toplumun büyük bir kısmını etkilemektedir. Bu etki genellikle ekonomik veya toplumsal kalkınma şeklinde görülmektedir. Muhasebe mesleği temel olarak finansal işlemlerin işleyişinde büyük role sahiptir. Örneğın ülkenin en önemli gelir kaynağını oluşturan vergilerin işletme bazında hesaplanması, devlet kurumlarına aktarılması ve tahsil işlemlerinin yapılmasına yardımcı olmaktadır. Dolayısıyla toplumun kalkınmasına dolaylı yollardan etki etmektedir.

Toplum genelinde muhasebe mesleğinden genellikle şu konularda beklentilerin ön planda olduğu söylenebilir; ilk olarak işletmeler açısından yönetimde önemli bir araç olarak görülmesidir. İşletmelerin yönetimi ne kadar etkin ve verimli kararlar alırsa sürdürülebilirlik o derece yüksek olacaktır. Dolayısıyla muhasebe departmanlar bu konuda yönetime stratejik plan veya kararlarda yardımcı olmaktadır. İkinci olarak devlet açısından muhasebe mesleğinden beklenen mükellefler ile devlet arasında aracılık faaliyetlerini yapmak ve mükellefin öncelikle verginin doğru hesaplanması ve ödenmesinde etkin rol oynamasıdır.

Carnegie & Edwards (2001), profesyonelleşmeyi, mesleki derneklerin oluşumundan önceki ve sonraki dönemlerde ortaya çıkan mesleki yükselişe yönelik çeşitlilik içeren dinamik bir süreç olarak tasvir etmişlerdir (Lee, 2006). Çalışmada, muhasebe ve muhasebecilerin Enron sonrası algılarının sunulacak kanıtları, meslek gruplarının dinamikleri, özellikle muhasebenin profesyonelleşme literatüründeki perspektifler ile ilgili teori ile daha fazla bilgilendirilmeyi amaçlamıştır. Özellikle sonuçlardan çok muhasebe süreçleri üzerine odaklanmayı öngörmüşlerdir.

Son yıllarda muhasebecinin ve muhasebenin popüler algılarının incelenmesine bilimsel olarak daha fazla önem verilmiştir. Çalışmalar, filmlerdeki muhasebecilerin temsillerini incelemiştir (Felton vd., 2008), medya (Friedman & Lyne, 2001), sanat, mizah ve hiciv (Bougen, 1994), romanlar (West, 2001), iş basını, iş ilanları ve büyük işletmelerin işe alım süreçlerini (Jeacle, 2008) gibi muhasebenin popüler algılarını ve toplumdaki yerini araştırmışlardır. Friedman ve Lyne (2001), pratikte muhasebecilerin özelliklerinin toplumda algılanması konusunda yaptığı çalışmada tipik olarak erkek olarak görülen geleneksel muhasebeci, toplumca hem olumlu hem de olumsuz özelliklere sahiptir. Olumlu olarak, geleneksel muhasebeci dürüst ve güvenilir, paraya dikkat, özenli, güvenilir, kibar ve iyi konuşulan kişiler olarak adlandırılır. Olumsuz olarak, geleneksel muhasebeci donuk, sıkıcı ve renksiz, paraya aşırı derecede sabitlenmiş, ticari olmayan ve perişan bir halde bulunan kişiler olarak tabir edilmiştir. Bu çalışma doğrultusunda muhasebecinin toplum nezdinde genellikle tekdüze işler yapan sıkıcı kişiler olarak adlandırıldığı görülmektedir. Fakat günümüzde belirtilen bu özellikler yerini farklı kavramlara bırakmıştır.

Gerçekten de, son yıllarda, muhasebecilerin geleneksel temsilinin yanı sıra rutin ve teknik muhasebenin önemli ölçüde ötesine geçen daha dinamik, yönetsel görevlere vurgu yapılan, muhasebecilerin yeni rolleri ve işlevleri hakkında birçok araştırmacı çalışmalarıyla bu farklılığı ortaya koymuştur (Scapens & Jazayeri, 2003, Caglio, 2003, Arquero vd., 2007, Guo, 2015 ve Richins vd., 2016). Jeacle (2008), muhasebe firmaları tarafından daha aktif, sosyal ve çekici bir profesyonelin teşvik edilmesi için özel girişimlerde bulunulmuştur. Aynı zamanda, renkli muhasebecinin temsilinin mesleki dürüstlük ve hesap verebilirlik fikrini tehlikeye atarak kamuoyunda itibarsız bir imaja yol açabileceği gözlemlenmiştir. Bu nedenle, çalışmasında muhasebeci imajının altında yatan gerilimden hareket etmektedir. Bir yandan, en yetenekli üyeleri cezbetmek ve elde tutmak için muhasebe mesleğinin alışılmamış zorluklar ve beklentiler sunması gereklidir. Öte yandan, özellikle iyi bilinen muhasebe skandallarından sonra, halkın güvenini sürdürmek için kamuoyunda bir güven ve dürüstlük imajı tasarlamak amacıyla mesleğin itibarını zedelemeyen faaliyetlere devam etmesi gerektiğini savunmaktadır (Rogers vd., 2005, Carnegie & Napier, 2010). Friedman & Lyne, (2001), toplumdaki çeşitli çıkar grupları muhasebecilerle kişisel etkileşim gibi sosyalleşme kanallarının farklı insanların muhasebecilerin algılarını etkilediği fikrine dayanarak, muhasebecilerin profesyonel imajı hakkında iki önemli kriter dikkat çekmektedir. Bunlardan ilki insanların muhasebecilerle olan ilişkilerinin doğası, ikinci olarak özellikle gözlemcinin meslekten uzaklığı ve gözlemcilerin toplumun geneline sunduğu bilgi veya etki durumudur. Klibi ve Oussii (2013), Yu vd., (2013)

gibi çalışmacılar muhasebecide olması gereken beceriler üzerine çalışmalar yapmıştır. Bu çalışmalardan muhasebecinin teknik becerinin yanında iletişimsel becerilerinde önemi vurgulanmıştır.

Muhasebe literatürü ayrıca, farklı grupların muhasebeci algılarında bir farklılığı desteklemektedir, özellikle muhasebecinin çekici olmayan çağrışımlarının mesleğe yakınlığının kaybolduğu ve mesleğin kaybolma eğiliminde olduğunu öne sürmektedir. Richins vd., (2017) Muhasebe mesleğinin yok olma tehlikesiyle karşı karşıya olduğu düşüncelerine rağmen, muhasebecilerin büyük veri analitiği dünyasında hala değer yaratabileceğini savunmaktadır. Smith & Briggs (1999), mesleğe olan mesafenin, insanların muhasebecilere ilişkin algılarını açıklamada önemli bir faktör olduğunu ve bu da farklı grupların muhasebeci imajını etkilediğini göstermektedir. Aslında, meslek seçme kararı alan kişiler için muhasebeci imajının önemli bir düşünce olduğu fikrine paralel olarak mesleğe yeni başlayanlar en olumlu görüşlere sahiptir. Dolayısıyla muhasebeci olmanın ne anlama geldiğine dair bir algı geliştirmede işe alım ve erken eğitim döneminin son derece önemli olabileceğini düşünmektedirler. Caglio (2018), mesleğe olan mesafe arttıkça, muhasebecilerin imajı ne kadar az çekiciyse ve farklı etki kaynaklarının muhasebecilerin algılarını etkilediği o kadar azdır. Özellikle, bir muhasebecinin kamuoyu algısı, medya kaynaklarından oluşturulduğunda daha az olumlu olduğunu belirtmiştir.

Yapılan birçok çalışmada bir muhasebeciyle ilişkilendirilen özelliklerin kadınlarda erkeklere göre daha elverişli olduğunu göstermektedir. Hunt vd. (2009) tarafından yürütölen ve kadınların erkeklere göre olumsuz kalıp yargılardan daha az etkilendiklerini gösteren araştırma ile uyumlu olarak yorumlanabilir. Lips (1992), muhasebecilerin imajlarına ilişkin algılara ilişkin cinsiyet farklılıkları ve mesleklerin imaj yönetimi açısından etkileri üzerine ampirik araştırmalara öncülük etmiştir. Bu çalışmalardan Caglio (2019), muhasebenin toplumsal cinsiyete dayalı kalıplaşmış bir meslek olduğu ve görsel bir imajla ilişkili olduğu belirtilmiştir. Ayrıca muhasebecilerin asık suratlı ve büyük olasılıkla bir bilgisayarın verileri önünde harcanan uzun saatler nedeniyle yoğun çalışılanlarından kaynaklı olduğunu belirtmiştir. Son dönemdeki çalışmalar muhasebeci imajının oluşmasında ve sürdürölmesinde medyanın etkisinin oldukça büyük olduğunu kanıtlamaktadır (Friedman & Lyne 2001; Smith & Jacobs, 2011; Caglio, 2018).

### **3. Araştırmanın Metodolojisi**

Çalışmanın amacı; Diyarbakır'da faaliyet gösteren işletmelerin muhasebe mesleğine ve meslek mensuplarına bakış açısı ve algısının ölçölmesi ve muhasebenin işletmedeki rolünün

önemi doğrultusunda muhasebe ve meslek mensuplarının mevcut durumu hakkında bir farkındalık oluşturmaktır. Diyarbakır'da faaliyet gösteren mükellef işletmelerin muhasebe mesleğine ve meslek mensuplarına bakış açısı ve algısının önemini vurgulamak adına bir alan araştırması yapılmıştır.

Çalışma iki kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısım çalışmaya katılımcıların demografik özellikleri ve araştırma kapsamına uygun mükelleflerin muhasebe mesleği hakkında belirlenmiş olan sorulardan oluşmaktadır. İkinci kısım ise muhasebe mesleğinin toplum ve işletmeye olan yararlarını belirlemek amacıyla oluşturulmuş ifadeler yer almaktadır. Çalışmanın evrenini Diyarbakır'daki mükellefler oluşturmaktadır. Araştırmaya rast gele seçilmiş 250 mükellef üzerinde yüz yüze anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. 250 anket geri dönüşüm sağlanmış fakat 48 anketin yanlış veya eksik bilgilerinden dolayı çalışma kapsamı dışında bırakılarak 212 anket çalışma kapsamına alınmıştır.

Çalışmanın anket sorularının değerlendirilmesinde SPSS 22 istatistik programından faydalanılmıştır. Elde edilen veriler analiz edilerek sonuçlar tablolar halinde sunulmuştur. Anket formu Dicle Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulu Başkanlığı kararı ile Üniversitemiz Rektörlük Makamının 01.05.2022 tarih ve 277711 sayılı Olur'u ile uygun görülmüştür.

#### 4. Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi

Çalışmanın bu bölümünde ilk olarak demografik özelliklere ilişkin tanımlayıcı istatistikler tablolar halinde sunulmuş ve yorumlanmıştır. İkinci bölümde ise mükelleflerin muhasebeci ve muhasebe mesleğine ilişkin algılarının belirlendiği ifadeler verilen cevaplar ve yorumlara yer verilmiştir.

##### 4.1. Demografik Özelliklere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Bu bölümde araştırmaya katılım gösteren mükelleflerin demografik özelliklerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler tablolar halinde sunulmuş ve yorumlar yapılmıştır.

**Tablo 1:** Katılımcıların Demografik Tanımlayıcı İstatistikleri

Cinsiyet	Frekans	Oran %	Öğrenim Durumu	Frekans	Oran %
Kadın	49	23.1	İlköğretim	15	7.1
Erkek	163	76.9	Lise	60	28.3
<b>Toplam</b>	<b>212</b>	<b>100</b>	Ön Lisans	99	46.7
Yaş	Frekans	Oran %	Lisans	24	11.3
30 yaş altı	76	35.8	Lisansüstü	14	6.6
31-44 yaş	104	49.1	<b>Toplam</b>	<b>212</b>	<b>100</b>
45 yaş ve üzeri	32	15.1	<b>Çalışan Sayısı</b>	<b>Frekans</b>	<b>Oran %</b>

<b>Toplam</b>	<b>212</b>	<b>100</b>	10 ve aşağı	73	34.4
<b>Faaliyet Alanı</b>	<b>Frekans</b>	<b>Oran %</b>	11-29 kişi	75	35.4
Ticaret	96	45.3	30-49 kişi	31	14.6
Üretim	77	36.3	50 kişi ve üzeri	33	15.5
Hizmet	39	18.4	<b>Toplam</b>	<b>212</b>	<b>100</b>
<b>Toplam</b>	<b>212</b>	<b>100</b>			
<b>Faaliyet Süresi</b>	<b>Frekans</b>	<b>Oran %</b>	<b>Kaç Muhasebeci ile Çalıştınız?</b>	<b>Frekans</b>	<b>Oran %</b>
1-4 yıl	56	26.4	1 kişi	76	35.8
5-10 yıl	64	30.2	2 kişi	61	28.8
11-15 yıl	45	21.2	3 kişi	29	13.7
16-20 yıl	27	12.7	4 kişi	19	9.0
21 yıl ve üzeri	20	9.4	5 kişi ve üzeri	27	12.7
<b>Toplam</b>	<b>212</b>	<b>100</b>	<b>Toplam</b>	<b>212</b>	<b>100</b>
<b>Hangi Muhasebe Program/Yazılım Kullanıyorsunuz?</b>	<b>Frekans</b>	<b>Oran %</b>	<b>Kaç Yıldır Aynı Muhasebeci ile Çalışıyorsunuz?</b>	<b>Frekans</b>	<b>Oran %</b>
Bilgim Yok	36	17.0	1-4 yıl	107	50.5
Diğer	26	12.3	5-10 yıl	67	31.6
Luca	7	3.3	11-15 yıl	18	8.5
Logo	45	21.2	16-20 yıl	15	7.1
Zirve	98	46.2	21 yıl ve üzeri	5	2.4
<b>Toplam</b>	<b>212</b>	<b>100</b>	<b>Toplam</b>	<b>212</b>	<b>100</b>

Tablo 1'e göre araştırmaya katılanların büyük çoğunluğunu erkekler oluşturmaktadır. Katılımcıların yarısı 33-41 yaş aralığında orta yaş sınıfından olduğu tespit edilmiştir. En yüksek katılımın ticaret faaliyet alanından olduğu görülmektedir. Ayrıca katılımcıların yarısının 5 yıl ile 15 yıl aralığında faaliyetlerine devam ettiği görülmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun lisans derecesinden daha düşük eğitime sahip olduğu görülmektedir. Genellikle araştırmaya katılan mükellef işletmelerde maksimum 29 personelin çalıştığı tespit edilmiştir. Katılımcılar genellikle tek bir muhasebe meslek mensubu ile çalıştığı belirlenmiştir. Ayrıca mükelleflerin aynı muhasebe meslek mensubu ile çok uzun süre çalışmadığı tespit edilmiştir. Bunla birlikte en fazla ZİRVE paket programının kullanıldığı tespit edilmiştir.

#### 4.2. Katılımcıların Muhasebe mesleğine ve Muhasebe Meslek Mensubu Algularına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Bu kısımda öncelikle araştırmaya katılan mükellef işletmelerin muhasebeye ilişkin bakış açılarının belirlenmesine yönelik ifadeler verdikleri cevaplar ve yorumlar yer almaktadır. Bununla birlikte mükelleflerin muhasebe meslek mensuplarına ilişkin algılarının belirlendiği ifadelerle ilişkin verilen cevaplar ve yorumlamalar yer almaktadır.



**Tablo 2:** Mükelleflerin Muhasebe İşlemlerine İlişkin Algılarının Belirlenmesine Yönelik İstatistik Veriler

<i>İfadeler</i>	<i>Kesinlikle Katılmıyorum</i>	<i>Katılmıyorum</i>	<i>Kararsızım</i>	<i>Katılıyorum</i>	<i>Kesinlikle Katılıyorum</i>
Muhasebe departmanı oluşturmak için yaptığımız harcamalar gereklidir.	%5.7 (12)	%4.2 (9)	%14.6 (31)	%44.3 (94)	%31.1 (66)
Muhasebe işletmenin en önemli departmanlarından biridir.	%6.1 (13)	%3.8 (8)	%5.2 (11)	%41.0 (87)	%43.9 (93)
Muhasebe bilgisi işletme için gereklidir.	%4.7 (10)	%1.9 (4)	%1.4 (3)	%51.4 (109)	%40.6 (86)
İşletmede karar almada muhasebe verileri kullanılmalıdır.	%4.2 (9)	%5.7 (12)	%4.2 (9)	%45.8(97)	%40.1 (85)
İşletmede büyüme stratejileri uygularken muhasebe verileri kullanılmalıdır.	%3.8 (8)	%4.2 (9)	%2.8 (6)	%46.2 (98)	%42.9 (91)
Dönem sonunda mali tablo analizlerine gerek vardır.	%4,2(9)	%5,2(11)	%2,8(6)	%44,3(94)	%43,4(92)
Muhasebe işlemleri yasal zorunluluk olmasa da kullanılmalıdır.	%5,2(11)	%5,7(12)	%5,2(11)	%45,8(97)	%38,2(81)

Tablo 2’ye göre mükellef işletmeler genel olarak çalışma kapsamında belirlenmiş olan ifadelere olumlu anlamda katılım sağladıkları görülmektedir. Özellikle muhasebe departmanının ve muhasebe bilgisinin önemini vurgulanmaktadır.

**Tablo 3:** Katılımcıların Muhasebe Algılarına Yönelik İstatistik Veriler

<i>İfadeler (Muhasebe)</i>	<i>Kesinlikle Katılmıyorum</i>	<i>Katılmıyorum</i>	<i>Kararsızım</i>	<i>Katılıyorum</i>	<i>Kesinlikle Katılıyorum</i>
Yatırım ve sermayenin kontrolü sağlar.	%19,3 (41)	%15,1 (32)	%3,8 (8)	%42,5 (90)	%19,3 (41)
Zaman ve kaynak tasarrufu sağlar.	%17,9 (38)	%17,0 (36)	%7,5 (16)	%38,2 (81)	%19,3 (41)
Finansal kaynakların belirlenmesi ve değerlendirilmesini sağlar.	%19,3 (41)	%15,1 (32)	%3,3 (7)	%36,8(78)	%25,5(54)
Kar planlamasının yapılmasını sağlar.	%17,9(38)	%15,6(33)	%5,7(12)	%36,3(77)	%24,5(52)
Maliyetlerin yönetimini sağlar.	%17,9(38)	%15,1(32)	%4,2(9)	%36,8(78)	%25,9(55)
Bütçe kontrolü sağlar.	%19,3(41)	%12,3(26)	%5,7(12)	%37,7(80)	%25,0(53)
Kalite kontrolü sağlar.	%17,5(37)	%25,5(54)	%16,0(34)	%27,4(58)	%13,7(29)
Nakit yönetimin sağlar.	%18,9(40)	%15,1(32)	%5,2(11)	%36,3(77)	%24,5(52)
Stok takibini sağlar.	%17,9(38)	%18,4(39)	%8,5(18)	%32,5(69)	%22,6(48)
Üretim aşamalarının takip ve kontrolünü sağlar.	%17,5(37)	%23,6(50)	%12,7(27)	%27,4(58)	%18,9(40)
Kapasite planlamasını sağlar.	%18,4(39)	%20,3(43)	%12,7(27)	%30,7(65)	%17,9(38)
Malzeme yönetiminde etkinlik sağlar.	%19,8(42)	%19,8(42)	%10,8(23)	%30,2(64)	%19,3(41)

Tablo 3’e göre, katılımcıların araştırma kapsamında belirlenmiş olan ifadelere olumlu anlamda katılım sağladıkları görülmektedir. Mükellef işletmeler muhasebenin işletme faaliyetlerinin sürdürülebilirliğinin sağlanması noktasında önemli bir araç olduğunu belirtmiştir. Bununla birlikte muhasebe verilerinin hem finansal anlamda hem de stratejik yönetim kararlarına etkisinin olduğu görülmektedir. Mükellef işletmeler özellikle üretime yönelik faaliyetlerde muhasebe verilerinin çok fazla kullanılmadığını belirtmektedir. Daha çok finansal faaliyetlerde muhasebe verilerinin kullanıldığı belirtilmiştir.

**Tablo 4:** Mükelleflerin Muhasebe Meslek Mensuplarına Yönelik Faaliyetlerine İlişkin İstatistiki Veriler

<i>İfadeler</i>	<i>Evet</i>	<i>Hayır</i>
Muhasebecinizden mali danışmanlık alıyor musunuz?	%67,9(144)	%32,1(68)
Muhasebe mesleğini bir danışmanlık mesleği olarak görüyor musunuz?	%81,6(173)	18,4(39)
Muhasebecinizin ücretini fazla buluyor musunuz?	%82,1(174)	%17,9(38)
Muhasebecinizin bilgi düzeyini yeterli buluyor musunuz?	%82,5(175)	%17,5(37)
Muhasebe bilgi düzeyinizi yeterli görüyor musunuz?	%34,0(72)	%66,0(140)
Muhasebe alanında kendinizi geliştirmek ister misiniz?	%12,7(27)	%87,3(185)

Tablo 4'e göre, mükellef işletmeler muhasebe meslek mensuplarından mümkün olduğunca hemen hemen her konuda faydalandıkları görülmektedir. Özellikle muhasebe meslek mensuplarını finansal bir danışman olarak görmektedir. Mükelleflerin muhasebe bilgilerinin yetersiz olduğu ve bu alanda gelişmek istedikleri belirtilmiştir. Ayrıca günümüzde pek çok muhasebe meslek mensubunun kanayan yarası olan ücret konusunda mükelleflerin verdikleri ücretin yeterli düzeyde olduğunu belirtmiştir. Ayrıca muhasebe meslek mensuplarının mesleki bilgilerini yeterli bulmuşlardır.

**Tablo 5:** Mükellef Muhasebeci İlişkilerine İlişkin İstatistiki Veriler

	Vergi	Gelir- Gider	Sgk İşlemleri	Teşvik	Mali Konular	Finansal Durum	Her şey
Mali müşavirinizden en çok hangi bilgiyi alıyorsunuz?	%20,8 (44)	%4,2 (9)	%17,0 (36)	%12,7 (27)	%23,1 (49)	%14,6 (31)	%7,5 (16)
Mali müşaviriniz ile ne sıklıkla görüşüyorsunuz?				<b>Hergün</b> %17,9 (38)	<b>Ayda 1</b> %52,4 (111)	<b>Yılda 1</b> %29,4 (63)	
Muhasebeciniz ile hangi yöntemle görüşme sağlıyorsunuz?				<b>Yüzyüze</b> %11,4 (24)	<b>Telefon</b> %53,3 (113)	<b>Mail</b> %35,4 (75)	
Muhasebeciniz ile hangi konularda fikir ayrılığına düşüyorsunuz?				<b>Vergi</b> %12,3 (26)	<b>Ücret</b> %82,5 (175)	<b>Diğer</b> %5,2 (11)	

Tablo 5'e göre, mükellefler muhasebe meslek mensuplarından genellikle vergi ve finansal konular hakkında destek aldıkları görülmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun ayda 1 kez muhasebe meslek mensubu ile görüştüğü tespit edilmiştir. Genellikle bu görüşmelerin telefon aracılığıyla olduğu tespit edilmiştir. Son olarak mükellefler ile meslek mensupları ücret konusunda fikir ayrılığı yaşadıklarını belirtmiştir.

## 5. Sonuç ve Öneriler

Bu çalışma Diyarbakır'da faaliyet gösteren işletmelerin muhasebe meslek mensuplarına bakış açıları ve beklentilerinin belirlenmesine yönelik gerçekleştirilmiştir. Çalışma kapsamında elde edilen veriler analiz edilerek şu sonuçlara ulaşılmıştır;

Öncelikle işletmelerin kısa süreli olarak muhasebe meslek mensupları ile çalıştığı tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan işletmelerin büyük bir çoğunluğunun 10 yılın altında muhasebe meslek mensubu değişimine gittiği tespit edilmiştir. Bu denli değişimin nedeni olarak muhasebe meslek mensubuna olan güvensizlik veya ücret konusundaki genel sıkıntılar olduğu düşünülmektedir. İşletmeler faaliyetlerinin sürdürülebilirliği için muhasebe departmanlarına ve muhasebe bilgilerine muhtaç olduğu bir kere daha bu çalışma ile vurgulanmaktadır. İşletmeler muhasebe bilgileri doğrultusunda karar almalıdır (özellikle stratejik kararlarda). Dolayısıyla işletmeler muhasebe departmanlarını ve personelini güçlendirmeli, personele gereken önemi vermeli ve personelin mesleki teknik ve becerilerini artırması için fırsatlar sunmalıdır. Katılımcıların büyük bir çoğunluğunun muhasebe bilgisinin genellikle finansal konularda ihtiyacı karşıladığı, fakat üretim konularında çok fazla ihtiyaç olmadığı düşünülmektedir. Bu görüşün aksine muhasebe verileri işletmelerin hemen her alanında ihtiyaç duyulan bir durumdadır. Üretim konularında özellikle maliyet muhasebesinden yararlanılmadan üretilen mal veya hizmetin maliyetini, satış fiyatını veya rekabet edilen piyasa durumunun kontrolü yetersiz kalacaktır.

İşletmeler muhasebe meslek mensuplarından mümkün olduğunca hemen hemen her konuda faydalandıkları görülmektedir. Özellikle muhasebe meslek mensuplarını finansal bir danışman olarak görmektedir. Mükelleflerin muhasebe bilgilerinin yetersiz olduğu ve bu alanda gelişmek istedikleri belirtilmiştir. Ayrıca işletmelerin muhasebe meslek mensuplarına ödediği ücretin yeterli düzeyde olduğunu düşünmektedir.

Mükellefler muhasebe meslek mensuplarından genellikle vergi ve finansal konular hakkında destek aldıkları görülmektedir. Tablo 4'deki veriler doğrultusunda finansal kararlarda danışmanlık hizmeti aldıkları belirtilmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun ayda 1 kez muhasebe meslek mensubu ile görüştüğü tespit edilmiştir. Genellikle bu görüşmeler telefon aracılığıyla olduğu tespit edilmiştir. Mükellefler ile muhasebe meslek mensuplarının mümkün olduğunca iletişim ağlarının daha sıkı olması gerekmektedir. Çünkü sadece finansal konularda destek sağlamaktan ziyade işletmelerin hemen hemen her alanında danışmanlık hizmeti verdikleri bilinmektedir. Dolayısıyla günlük iletişim için olunması önemli ve gereklidir. Ayrıca telefon vb iletişim araçlarından ziyade yüz yüze görüşmek daha sağlıklı olacaktır. Son olarak mükellefler ile meslek mensupları ücret konusunda fikir ayrılığı yaşadıklarını belirtmiştir. Muhasebe meslek mensupları açısından ödenen ücretlerin yetersiz olduğu, aksine aldıkları ücrete göre çok fazla sorumluluk sahibi oldukları ve emek saf ettiklerini belirtmektedir. Bu konu özellikle ülkemizin kanayan yarası olarak gündemde olmaya devam etmektedir.

Dolayısıyla muhasebe meslek mensuplarının iş yükünün ve sorumluluğunun azaltılması veya ücretlerde iyileştirilmeye gidilmesi büyük önem arz etmektedir. Sorumluluk ve iş yükü anlamında pek çok meslek grubuna göre ağır olduğu bilinen bir gerçektir.

Kısaca muhasebe bilgilerinin işletmelerin hemen hemen her alanında kullanıldığı tespit edilmiştir. Ayrıca mükellefler muhasebe meslek mensuplarını bir finansal danışman olarak görmektedir.

### **Araştırmanın etik yönü**

Yapılan bu çalışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması belirtilen tüm kurallara uyulmuştur. Yönergenin ikinci bölümü olan “Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiğine Aykırı Eylemler” başlığı altında belirtilen eylemlerden hiçbiri gerçekleştirilmemiştir.

Bu araştırma Dicle Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu Başkanlığı kararı ile Üniversitemiz Rektörlük Makamının 01.05.2022 tarih ve 277711 sayılı Olur’u ile uygun görülmüştür.

### **Çıkar çatışması beyanı**

Bu çalışmada, sonuçları veya yorumları etkileyebilecek herhangi bir maddi veya diğer asli çıkar çatışması olmadığını beyan ederim.

### **Yazar katkı oranı**

Çalışmanın tüm aşamalarına yazarlar ortak katkı sunmuştur.

### **Kaynakça**

- Ariela Caglio, Mara Cameran & Jane Klobas (2019). What is an Accountant? An investigation of images, *European Accounting Review*, 28:5, 849-871.
- Arquero, J. L., Hassall, T., Joyce, J., & Donoso, J. A. (2007). Accounting students and communication apprehension: A study of Spanish and UK students. *European Accounting Review*, 16(2), 299–322. doi:10.1080/09638180701391337.
- Bougen, P. D. (1994). Joking apart: The serious side to the accountant stereotype. *Accounting, Organizations and Society*, 19, 319–335.
- Buffini, F., & Cornell, A. (2005). Top talent deserts the professions. *Australian Financial Review*, January 8–9, pp. 13–15.

- Caglio, A. (2003). Enterprise Resource Planning systems and accountants: Towards hybridization? *European Accounting Review*, 12(1), 123-153. doi:10.1080/09638180310000 87853.
- Carnegie, D.G. ve Edwards, J.R. (2001). The construction of the professional accountant: the case of the Incorporated Institute of Accountants, Victoria (1886). *Accounting, Organizations and Society*. 26(4-5): 301-325.
- Carnegie, G. D., & Napier, C. D. (2010). Traditional accountants and business professionals: Portraying the accounting profession after Enron. *Accounting, Organizations and Society*, 35(3), 360-376. doi:10.1016/j.aos.2009.09.002.
- Çelik, M. (2008). *21. Yüzyılda Muhasebe Mesleği'nin Vizyonu*. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İşletme Anabilim Dalı, Muhasebe Finansman Bilim Dalı. Denizli.
- Felton, S., Dimnik, T., & Bay, D. (2008). Perceptions of accountants' ethics: Evidence from their portrayal in cinema. *Journal of Business Ethics*, 83, 217-232.
- Friedman, A. L., & Lyne, S. R. (2001). The beancounter stereotype: Towards a general model of stereotype generation. *Critical Perspectives on Accounting*, 12, 423-451.
- Guo, K. H. (2015). The institutionalization of commercialism in the accounting profession: An identity experimentation perspective. *Auditing: A Journal of Practice and Theory*, 35(3), 99-117. doi:10.2308/ajpt-51337.
- Hunt, S. C., Falgiani, A. A., Intrieri, R. C., & Papini, M. T. (2009). The effect of gender and knowledge on students' impressions of accountants in the post-Enron era. *Journal of Business and Economics Research*, 7(5), 1-13. doi:10.19030/jber.v7i5.2285.
- Jeacle, I. (2008). Beyond the boring grey: The construction of the colourful accountant. *Critical Perspectives on Accounting*, 19, 1296-1320
- Klibi, M. F., Oussii, A. A. (2013). Skills and attributes needed for success in accounting career: Do employers' expectations fit with students' perceptions? Evidence from Tunisia. *International Journal of Business and management*, Vol. 8. No. 8. p. 118-132
- Lee, T. A. (2006). The professional journal as a signal of movement to occupational ascendancy and as legitimation of a professional project: The early history of The Accountant's Magazine 1897-1951. *Accounting History*, 11, 7-40.

- Lips, H. M. (1992). Gender and science-related attitudes as predictors of college students' academic choices. *Journal of Vocational Behavior*, 40(1), 62–81. doi:10.1016/0001-8791(92)90047-4.
- Richins, G., Stapleton, A. Stratopoulos, T.C. & Wong, C. (2017). Big data analytics: Opportunity or threat for the accounting profession?, *Journal of Information Systems* 31(3): 63–79. <https://doi.org/10.2308/isys-51805>
- Rogers, R. K., Dillard, J., & Yuthas, K. (2005). The accounting profession: Substantive change and/or image management. *Journal of Business Ethics*, 58(1-3), 159–176. doi:10.1007/s10551-005-1401-z.
- Scapens, R. W., & Jazayeri, M. (2003). ERP systems and management accounting change: Opportunities or impacts? A research note. *European Accounting Review*, 12(1), 201–233. doi:10.1080/0963818031000087907.
- Smith, M., & Briggs, S. (1999). From bean-counter to action hero: Changing the image of the accountant. *Management Accounting*, 77(1), 28–30.
- West, B.P. (2001). On the social history of accounting: The bank audit by Bruce Marshall. *Accounting History*, 6, 11–30.
- Yu, S., Churyk, N. T. & Chang, A. (2013). Are students ready for their future accounting careers? Insights from observed perception GAPS among Employers, Interns and Alumni. *Global Perspectives on Accounting Education*, Volume 10, p. 1-15.