

Araştırma Makalesi / Araştırma Article

Muhasebe Meslek Mensuplarının Sundukları Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesi: Burdur İli Örneği*

Evaluation of The Service Quality Offered by Accounting Professionals: The Example of Burdur Province

Ali Apalı¹ 
Gülşah Üzen² 

MAKALE BİLGİSİ

Başvuru: 06.03.2024
Revizyon: 30.04.2024
Kabul: 30.04.2024
Yayın: 30.04.2024

Anahtar Kelimeler

Hizmet Kalitesi
Muhasebe Meslek Mensubu
Burdur
SERVQUAL

Jel Kodları

M40, M49

ÖZ

Hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti açısından tüm işletmelerde öne çıkan kavramlar arasında yer almaktadır. Bu nedenle muhasebe meslek mensuplarının hizmet kalitesi kavramı araştırmanın konusu olarak belirlenmiştir. Araştırmada muhasebe meslek mensuplarının mükelleflere sundukları hizmet kalitesinin farklı boyutlarda incelenmesi amaçlanmıştır. Burdur ilinde faaliyet gösteren muhasebe meslek mensuplarının sunduğu hizmetler, SERVQUAL modeli yardımıyla ortaya konulmuştur. Muhasebe meslek mensuplarının hizmet kalitesinin değerlendirilmesinde fiziki görünüm, güvenilirlik, heveslilik, güvenlik ve empati boyutlarından oluşan ölçekten yararlanılmıştır. Burdur ilinde bağımsız olarak faaliyet gösteren toplam 119 katılımcıya anket uygulanmıştır. Anket 5'li Likert ile ölçümlenmiş on sekiz ifade ve katılımcıları tanımayla yönelik yedi sorudan oluşturulmuştur. Anketten elde edilen verilerin analizinde SPSS 26.0 paket programı kullanılmıştır ve verilerin güvenilirlik testinin sonucu %88,6'lık bir oranla oldukça güvenilir olduğu ortaya çıkmıştır. Araştırma amacı kapsamında oluşturulan beş hipotezin tamamı kabul edilmiştir. Dolayısıyla muhasebe meslek mensuplarının sundukları hizmet kalitesinin fiziki görünüm, güvenilirlik, heveslilik, güvenlik ve empati boyutlarında olumlu bir etkinin olduğu ortaya çıkmıştır.

MANUSCRIPT INFO

Submitted: 06.03.2024
Revised: 30.04.2024
Accepted: 30.04.2024
Published: 30.04.2024

Keywords

Service Quality
Member of Accounting Profession
Burdur
SERVQUAL

Jel Codes

M40, M49

ABSTRACT

Service quality is among the prominent concepts in all activities focused on customer satisfaction. The module focuses on the mathematical structure of service components for professional accountants. The aim of this research is to explore the relationship between the quality of service provided by accounting professionals and various dimensions established for taxpayers. The study revealed the services offered by the members of accounting profession who operated in Burdur with SERVQUAL model. In evaluating the service quality of the members of accounting profession, a scale including physical appearance, reliability, eagerness, safety and empathy subscales was used. A survey was applied to a total of 119 participants who independently operated in Burdur. The survey had 18 statements scaled as five-point Likert and seven questions aimed at knowing the participants. SPSS 26.0 was used to analyze the data. As a result of a reliability test, it was found that the data was highly reliable at the rate of 88.6%. All five hypotheses created within the scope of the study purpose were accepted. Therefore, it was found that the service quality offered by the members of accounting profession had a positive effect on physical appearance, reliability, eagerness, safety and empathy subscales.

Önerilen Atıf

Suggested Citation

Apalı, A., & Üzen, G. (2024). Muhasebe meslek mensuplarının sundukları hizmet kalitesinin değerlendirilmesi: Burdur İli örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29(1), 59-70.

* Bu çalışma için Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Etik Kurulu'ndan 2022670-/2022-05 sayılı ve 11.05.2022 tarihli etik kurul izni alınmıştır.

¹ Doç. Dr., Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Bucak Zeliha Tolunay Uygulamalı Teknoloji ve İşletmecilik Yüksekokulu, Muhasebe ve Finans Yönetimi Bölümü, aapali@mehmetakif.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-3521-0150>

² Yüksek Lisans Öğrencisi, Bucak Zeliha Tolunay Uygulamalı Teknoloji ve İşletmecilik Yüksekokulu, Muhasebe ve Finans Yönetimi Bölümü, gulsahuzenn@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-5716-6077>

EXTENDED SUMMARY

Introduction and Research Purpose

Accounting, as a distinct branch, involves the dissemination of information concerning the procedures and regulations for recording financial transactions, maintaining detailed financial monitoring, and disclosing reported reports. It is a profession that showcases the expertise of professional accountants, delivering services to both private and public entities that constitute the economic structure. Executing their responsibilities impartially, objectively, confidentially, and reliably, accountants adhere to laws, rules, principles, and calculations. Accounting plays a vital role in helping businesses comprehend their assets, capital, liabilities, monetary values, origins, changes undergone, and gains or losses over a given period. Accountants operate in three categories: independent accountant (SM), independent accountant and financial advisor (CPA), and certified public accountant (CPA), each with distinct roles such as book preparation, consultancy, and audits.

The historical significance of service quality traces back to ancient times but gained prominence during the Industrial Revolution, evolving rapidly with global development. This emphasis on service quality is now a societal obligation across all sectors and professional groups. In the realm of accounting, a focus on service quality has become essential, reflecting a shift towards a taxpayer-oriented approach. While evaluating product quality is straightforward due to tangible assets, assessing service quality has become more complex. Professional accountants, operating in the service sector, strive to meet taxpayers' expectations with the utmost quality. Despite various scales available for evaluating service quality, the SERVQUAL scale stands out for its comprehensive assessment of physical elements, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. This research aims to evaluate the service quality of professional accountants in the Burdur province, providing a conceptual framework, differentiating from existing literature, and concluding with the study's practical application.

Methodology

Given the service-oriented nature of the accounting profession in Turkey, this study focused on investigating service quality, specifying limitations related to service quality, taxpayers, and professional accountants. The study's time frame spanned from December 2021 to January 2022, with Burdur province serving as the geographical scope for data collection. Conducted in Burdur province, the research involved 157 professional accountants, encompassing both the provincial center and districts, who were accepted as the study population. A random sample of 132 participants was selected for a voluntary survey, with 119 participants providing their opinions. The study's sample was determined based on the number of participants surveyed. Data, collected through a survey method, originated from independent accountants (SM), independent accountants and financial advisors (CPA), and certified public accountants (CPA) operating in Burdur province. The survey comprised two parts, totaling 25 questions and statements, with the second part utilizing the SERVQUAL scale to address dimensions such as physical appearance, reliability, enthusiasm, security, and empathy.

Findings

Five hypotheses prepared in line with the subject and purpose of the research are listed below.

H1: There is a statistically significant relationship between the physical appearance dimension of the service provided by professional accountants operating independently in Burdur province and the quality of service provided to taxpayers.

H2: There is a statistically significant relationship between the reliability dimension of the service provided by professional accountants operating independently in Burdur province and the quality of service provided to taxpayers.

H3: There is a statistically significant relationship between the dimension of enthusiasm in the service provided by professional accountants operating independently in Burdur province and the quality of service provided to taxpayers.

H4: There is a statistically significant relationship between the security dimension of the service provided by professional accountants operating independently in Burdur province and the quality of service provided to taxpayers.

H5: There is a statistically significant relationship between the empathy dimension in the service provided by professional accountants operating independently in Burdur province and the quality of service provided to taxpayers.

The service quality provided by professional accountants was analyzed in terms of physical appearance, reliability, enthusiasm, security, and empathy, revealing a positive impact across these dimensions.

Conclusion and Discussion

Statistical analyses, including Cronbach's Alpha test, regression, correlation, and percentage/frequency distributions, indicated a medium-level positive correlation. All five hypotheses established for the research purpose were accepted, with the highest Cronbach's Alpha value (90.9%) observed in the security dimension, highlighting its significance.

The SERVQUAL scale, commonly used in the literature for evaluating service quality, found support in this study, aligning with previous research. The results are consistent with studies by Yayla and Cengiz (2006), Ustaahmetoğlu and Sözcü (2011), and Dendeş, Aksu Armağan, and Erincik Dendeş (2021), emphasizing the significance of service quality in accounting.

The study revealed a dimension where professional accountants, closely connected with taxpayers, significantly influence them, aiming to enhance service quality. This research underscores the perceived importance of service quality in the satisfaction levels of provided services. Recognizing the impact of market conditions and bilateral relations on behavioral patterns, future research on professional accountants could further contribute to understanding service quality perceived by taxpayers across various dimensions.

Giriş

Hizmet kalitesinin ilk kayıtları ilkçağlara kadar dayanmaktadır. Sanayi devrimi ile önemi artmış ve küresel gelişme ile birlikte hizmet sektörü hızlı bir şekilde gelişmiştir. Bu durum hizmet kalitesinin toplumda daha fazla vurgulanmasına neden olmuştur. Hizmet kalitesi kavramı her sektörde, her meslek grubunda daha fazla bir tercihten ziyade bir zorunluluk haline gelmiştir. Dolayısıyla her meslek grubu daha kaliteli bir hizmet sunmaya özen göstermeye başlamıştır. Hizmet kalitesinin artması ile müşteri (mükellef) memnuniyetinin de arttığı görülmektedir. Muhasebe meslek mensupları da hizmet kalitesini ön plana çıkaran, mükellef odaklı çalışan bir sektör haline gelmektedir.

Son dönemde, üretilen ürünler somut bir çıktı olduğundan kalitesini değerlendirmek kolay iken hizmet kalitesi soyut bir kavram olduğu için değerlendirmek çok daha zor hale gelmektedir. Muhasebe meslek mensupları hizmet sektöründe bulunduğu için mükelleflerin beklentilerini, ihtiyaçlarını en uygun biçimde ve mükelleflerin en kaliteli şekilde karşılamaya çalışmaktadırlar.

Literatürde hizmet kalitesini değerlendiren farklı ölçekler olsa da en çok tercih edilen SERVQUAL ölçeğidir. Bu ölçek hizmet kalitesini fiziksel unsurlar, güvenilirlik, heveslilik, güvence, empati boyutuyla incelenmesine olanak sağladığı için bu çalışmada tercih edilmiştir. Bu araştırma, Burdur ilindeki muhasebe meslek mensuplarının hizmet kalitesinin değerlendirilmesini amaçlamaktadır. Çalışmada öncelikle konu ile ilgili kavramsal çerçeveye yer verilecek sonrasında literatürde yer alan çalışmalardan örnekler ile bu çalışmanın farklılığı üzerinde durularak, çalışmanın uygulama kısmı ile sonlandırılmıştır.

1. Kavramsal Çerçeve

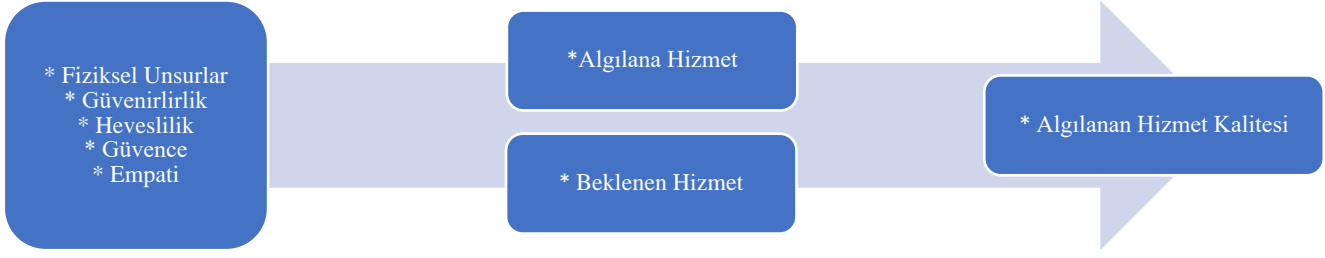
Muhasebe ile işletmelerdeki mali olaylar kaydedilmesinde, raporların hazırlanmasında ve yayınlanan raporların açıklanmasında ilgili taraflara finansal rehberlik sağlanmasında, prosedürler ve kurallar hakkında bilgi paylaşan bir birim daldır (Örten, 2002, s. 4). Muhasebe, muhasebe meslek mensuplarının bilgi ve yeterliliğini gösteren bir meslektir. Muhasebe meslek mensuplarının ekonomik yapılarını oluşturan özel ve kamu işletmelerine yönelik muhasebe hizmetlerini yerine getirmektedir. Kanunlara, kurallara göre, ilke ve yöntemlere dayalı adil, objektif, gizli, güvenilir bir tutum içerisinde görev yapmaktadır (İbiş, 2002, s. 134). Muhasebe, işletme varlıkları, sermaye ve borçlarının ne olduğunu, parasal değerini, nereden geldiklerini, ne gibi değişikliklerden geçtiklerini, dönem sonunda neler kazandıklarını veya kaybettiklerini anlamalarına yardımcı olmaktadır. Varlıkların, sermayenin ve yükümlülüklerin belirlenmesi, diğer bir ifadeyle ekonomik faaliyetin belirlenmesi, sonuçların izlenmesi ve ölçülmesini yerine getirmektedir (Sürmeli, 2006, s. 8). Muhasebeciler, serbest muhasebeci (SM), serbest muhasebeci mali müşavir (SMMM), yeminli mali müşavir (YMM) olarak üçe ayrılarak hizmet sunmaktadırlar. Uygulamada SM ve SMMM en fazla ve öncelikli olarak gerçek ve tüzel kişilerin defterlerini kanunlara uygun şekilde düzenlemektedir. YMM, ise daha çok danışmanlık ve denetimleri yerine getirmektedir.

Muhasebe meslek mensuplarının en güzel şekilde sundukları hizmetler, onların bilgi ve uzmanlıklarının bir göstergesi olarak görülmektedir (Yanık, 2012, s. 596). Bu durumda muhasebe hizmetlerindeki “muhasebe meslek mensuplarının öncelikli görevleri ne olacaktır?” sorusu öne çıkmaktadır. Hizmeti alan işletmenin ihtiyaçları, hizmetin belirlenmesinde temel etkindir. Kanunlara, yönetmeliklere veya diğer geçerli kanunlara bağlı yapılmaktadır. Hizmet soyut bir kavramdır. Somut bir kavram olmadığından hizmet kalitesini değerlendirmede oldukça güçlük çekilmektedir. Hizmet stoklanamadığı için sunulduğu anda tüketilmelidir (Kotler ve Keller, 2011, s. 244-245).

Hizmet kalitesi ve mükelleflerin beklentileri birbirine benzeyen iki kavram olmakla birlikte, aslında aralarında önemli bir farklılıklar bulunmaktadır. Mükelleflerin beklentileri ‘özel davranış’, hizmet kalitesi ise ‘İşletmenin tamamını kapsayan davranış’ olarak bilinmektedir (Yayla ve Cengiz, 2006, s. 178). Yapılan araştırmalarda beklenen hizmet kalitesinin farklı hizmet yöntemleri mükelleflerin beklentileri üzerine pozitif bir etkinin olduğu görülmektedir. En üst seviyedeki hizmet kalitesi mükellef kayıplarının azalmasına ve olumlu tavsiyeleri artırarak mükellefle olan iletişimi güçlendirmektedir. Bunun yanı sıra mükelleflerin uzun dönemde ilişkileri güçlendirmeyi ve bu ilişkilerin sürmesine kolaylık sağlamaktadır (Eroğlu, 2013, s. 31). Hizmet kalitesi, kime kim tarafından ne şekilde sunulduğuna bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Sunulan hizmet kalitesinin anlamı, işletmeler için sabit bir kaliteyi garanti etmekle mümkün olmaktadır (Atrek ve Bayraktaroğlu, 2012, s. 424). Teknoloji artıkça hizmet kalitesi de önem kazanmaktadır. Mükelleflerin beklentileri, mükellef ile olan uyumu gösteren bir denge niteliğinde ortaya çıkmaktadır (Altıntaş, 1997, s. 23-24).

Literatürde hizmet kalitesini ölçmede SERVQUAL Ölçeği’nden yararlanıldığı ortaya çıkmıştır. Hizmetin kendine göre bir özelliğinden hizmet kalitesini ölçmek ve değerlendirmek oldukça zor olmaktadır. Hizmet kalitesine yönelik ilk araştırma Grönross tarafından ele alınmıştır. Sonrasında Parasuraman vd. tarafından SERVQUAL ve Cronin ve Taylor’un SERPERF modeli geliştirilmiş ve her iki ölçekte literatürde kabul görmüş ve kullanılmıştır. Bu ölçekten en çok yararlanan Parasuraman, Zeithaml ve Berry’nin geliştirmesi sonucu SERVQUAL ölçeği son halini almıştır (Çelik, 2011, s. 437). SERVQUAL ölçeği 5’li likert ve 22 sorudan oluşmaktadır. SERVQUAL ölçeği beş farklı hizmet kalitesini ölçmeye yönelik hazırlanmıştır. Bunlar; fiziksel unsurlar, güvenilirlik, heveslilik, güvence, empati boyutudur.

Şekil 1. SERVQUAL Modeli



Kaynak: Brady ve Cronin, 2001, s. 31

Şekil 1’de SERVQUAL modeli gösterilmiştir. Bu modelde yer alan boyutlar ve kavramlar şu şekilde açıklanmaktadır (Brady ve Cronin, 2001, s. 35).

- Fiziksel unsurlar: Muhasebe bürolarının sunduğu hizmet kalitesinin fiziki koşulları, araç gereç malzemeleri, çalışanların tutum ve dış görünüşleri,
- Güvenilirlik: Muhasebe meslek mensuplarının görevlerini zamanında ve doğru bir şekilde gerçekleştirmesi,
- Heveslilik: Muhasebe meslek mensuplarının mükelleflere olan yardımı ve istenilen işin hızlı bir şekilde yapılması,
- Güven: Muhasebe meslek mensuplarının saygı ve bilgi dâhilinde mükelleflere güven ortamını sağlaması,
- Empati: Muhasebe meslek mensuplarının kendisini mükelleflerin yerine koyarak hareket etmesi ve bu şekilde beklentilerini karşılamaıdır.

Ölçeğe göre beklenen hizmet yüksek, alınan hizmet küçük ise tatmin de düşmektedir. Beklenen hizmet ile alınan hizmet eşit ise tatmin edici olmaktadır. Beklenen hizmet düşük, alınan hizmet yüksek ise mükellefin tatmin olma düzeyi en üst düzeydedir (Taysı ve Canbaz, 2018, s. 22).

2. Literatür Özeti

Literatürde hizmet kalitesi kapsamında hem derleme hem de araştırma çalışmalarına ulaşmak mümkündür. Bu çalışmaların tamamını bu kısımda incelemek çalışmanın kapsamını aşacağı için konu ve amaç ile en yakın ilişki içerisinde olan çalışmalardan örnekler tarih sırasına göre aşağıda sunulmuştur.

Yayla ve Cengiz (2006), muhasebe meslek mensuplarından alınan hizmet kalitesi ve tatmin düzeyi görmeyi amaçlamıştır. Yazarlar, Trabzon ilinde, 121 katılımcıya anket uygulamıştır. Araştırma verileri, SPSS 13 ve AMOS 4 paketinden yararlanılarak analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda, alınan hizmetin önemli derecede belirleyici olduğu ortaya konulmuştur.

Erol (2007), muhasebe meslek elemanlarının sunduğu hizmetlerin mükelleflerin tatminin değerlendirilmesini amaçlamıştır. Verilerin toplanması posta yoluyla gerçekleşmiş, 182 kişi geri dönüş yapmıştır. Buradan elde edilen veriler, SPSS 12.0 paket uygulamasından yararlanılarak analize tabi tutulmuştur. Sunulan hizmetin ve tatmin düzeyinin önemli olduğu araştırmanın sonucunda ortaya çıkmıştır.

Ustasüleyman (2009), çalışmasında müşteri memnuniyeti ile hizmet kalitesi arasındaki ilişkinin varlığını araştırmıştır. Bir hizmet pazarlaması işletmesinde anket yöntemi ile verilere ulaşılmıştır. Yazar araştırma sonucunda hizmet kalitesinin tüm boyutları ile müşteri memnuniyeti arasında bir ilişkinin olduğunu tespit etmiştir.

Ustaahmetoğlu ve Savcı (2011) Muhasebe meslek mensuplarının sundukları hizmet kalitesinin hangi boyutta olduğunu belirlemeyi amaçlamıştır. Rize’de faaliyet gösteren muhasebe meslek mensuplarına 205 anket uygulanmıştır. Araştırma sonucunda heveslilik ve empati boyutunda kendilerini daha üstte görürken, diğer boyutlarda sunulan hizmetin eşit olduğunu tespit etmişlerdir.

Şahin ve Şen (2017), araştırmalarında hizmet kalitesi ile müşteri memnuniyeti arasında bir ilişkinin olup, olmadığını araştırmayı amaçlamışlardır. Araştırmada kullanılan veriler, bir hizmet işletmesinden anket yöntemi ile elde edilmiştir. Yazarlar araştırma sonucunda, hizmet kalitesinin belirlenen boyutlarının tamamı ile müşteri memnuniyeti arasında bir ilişkinin olduğunu ve bu ilişkinin de olumlu yönde olduğunu tespit etmişlerdir. Yazarlara göre, müşterinin hizmet kalitesinin fiziksel özellikleri, güvenilirlik ve güven algılarında ortaya çıkan bir algının müşteri memnuniyetinde de bir artışa sebep olmaktadır.

Yanık, Dinçel, Yıldız ve Karacan (2012), ideal hizmet kalitesinin nasıl algılandığını araştırmayı amaçlamışlardır. Kocaeli’deki muhasebe meslek mensuplarından 210 katılımcıya anket uygulanmıştır. Araştırma sonucunda, fiziksel unsurlar, güvenilirlik, heveslilik ve empati boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiş ve hizmet kalitesi ile ideal hizmet algısının farklılığı görülmüştür. Yazarlar bu farkın özellikle fiziksel unsur, güvenilirlik ve empati boyutlarında toplandığını vurgulamışlardır.

Taysı ve Canbaz (2018), muhasebe meslek mensuplarının sunduğu hizmet kalitesi ve alınan hizmet kalitesini değerlendirmeyi amaçlamışlardır. Kırklareli ilinde faaliyet gösteren muhasebe meslek mensuplarına 409 anket uygulanmıştır. Araştırma verileri SPSS 20.0 paketinde analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda alınan hizmetin mükellefler ile çift yönlü bir ilişkisinin olduğu ve bunun da pozitif yönlü olduğu vurgulanmıştır.

Kurnaz ve Güner (2019), çalışmalarında muhasebe meslek mensuplarının müşterilere sunulan hizmet kalitesini analiz etmeyi amaçlamıştır. Erzincan ilinde yapılan araştırmada 232 katılımcıya anket uygulanmış fakat 215 anket formu belirli nedenlerden dolayı araştırma örnekleme dahil edilmiştir. Araştırma sonucunda müşteriler ile ilişkisi belirlenmiş fiziksel özellik, güvenilirlik, güvenlik ve empati olumlu etkisi tespit edilmiş, heveslilik boyutunun ise olumsuz etkilediği tespit edilmiştir.

Dendeş, Aksu ve Erincik (2021), muhasebe bürolarından aldıkları hizmet kalitesini nasıl değerlendirildiğini görmeyi amaçlamışlardır. Bu çalışma Aydın ilinde faaliyet gösteren muhasebe meslek mensupları örnekleminde gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya 275 katılımcı dahil olmuş ve araştırma verilerine anket yöntemi ile ulaşılmıştır. Araştırma sonucunda muhasebe meslek mensuplarının sundukları hizmet kalitesinin boyutlar nazarında pozitif yönde etkilendiği ortaya konulmuştur.

Literatürdeki çalışmaları çoğaltmak mümkündür. Fakat çalışmanın konu amaç ve kapsamı doğrultusunda hazırlanan literatür özetinden de anlaşılacağı üzere muhasebe meslek mensuplarının sunduğu hizmet kalitesinin mükellefler tarafından nasıl algılandığı ve müşteri memnuniyeti üzerindeki etkinin araştırıldığı bir çalışmaya ulaşılamamıştır. Bu nedenle çalışmanın literatüre katkı sağlayacağına düşünülmektedir.

3. Araştırma

Bu kısımda araştırmanın amacı, kapsamı ve sınırlılıkları, evren ve örnekleme, yöntemi, araştırma verilerinin güvenilirliği ile araştırma amacı doğrultusunda elde edilen verilerinin analizinin yapıldığı başlıklar yer almaktadır.

3.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, muhasebe meslek mensuplarının mükelleflere sundukları hizmet kalitesi ile fiziki görünüm, güvenilirlik, heveslilik, güvence ve empati boyutları arasında ilişkinin olup olmadığının araştırılması, ilişki varsa bu ilişkinin yönünün ortaya konulması olarak belirlenmiştir.

3.2. Araştırmanın Kapsamı, Sınırlılıkları ve Sayıtları

Türkiye’de muhasebe mesleği hizmet sektöründe olması nedeniyle özellikle hizmet kalitesinin araştırılması düşünülmüştür. Bu doğrultuda bazı sınırlılıklar belirlenmiştir. Hizmet kalitesi mükellefler ve muhasebe meslek mensupları, çalışmanın konu kapsamını oluşturmaktadır. Çalışma verileri Aralık 2021 ve Ocak 2022’de toplandı için çalışmanın zaman sınırını bu tarihler oluştururken, araştırma verileri Burdur ilinden elde edildiği için Burdur ili araştırmanın yer sınırını oluşturmaktadır. Dolayısı ile araştırma verilerinden elde edilen sonuçlar araştırmanın yer, zaman ve konu kapsamında doğruluğu kabul edilmektedir. Ayrıca araştırma sorularının yer aldığı ölçeğin araştırma amacına uygun olduğu, araştırma katılımcılarının soruları tam olarak anlayarak sorulara samimi bir şekilde yanıtladıkları kabul edilmiştir.

3.3. Araştırmanın Evren ve Örnekleme

Araştırma Burdur ilinde gerçekleştirilmiştir. Burdur ilinde (il merkezi ve ilçelerinde) bağımsız olarak faaliyet gösteren 157 muhasebe meslek mensubu, bu araştırmanın evreni olarak kabul edilmiştir. Burdur ili ve ilçelerinde faaliyet gösteren muhasebe meslek mensuplarından tesadüfi olarak belirlenen 132 katılımcı ziyaret edilmiş ve 119’una gönüllülük esasına göre anket uygulanmış ve görüşleri alınmıştır. 13 muhasebe meslek mensubu çeşitli nedenlerle (genelde zaman kısıtı) çalışmaya katılım sağlamak istememişlerdir. Literatürde örneklem büyüklüğü belirlenmesine yönelik farklı çalışmalar ve tartışmalar bulunmaktadır. Bu çalışmaların bazıları kişi sayısını, bazıları ise değişken kişi sayısını temel almaktadır. Bu çalışma ise kişi sayısı esasında değerlendirilmiştir. Dolayısı ile anket uygulanan katılımcı sayısı araştırmanın örneklemini belirlemiştir.

3.4. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma verileri Burdur ilinde faaliyet gösteren meslek mensupları olan Serbest Muhasebeci (SM), Serbest Muhasebeci ve Mali Müşavir (SMMM) ve Yeminli Mali Müşavirlerden (YMM) elde edilmek istenmiştir. Ancak çalışmaya yeminli mali müşavir olarak hiçbir katılımcı dahil olmamıştır. Araştırmada veriler anket yöntemi ile elde edilmiştir. Anket iki kısımdan oluşmakta ve toplam 25 soru ve ifade bulunmaktadır. Anketin birinci kısmı kişileri tanımaya yönelik sorulardan oluşmakta iken, ikinci kısmı ise 5’li likert ölçeği ile hazırlanmış ifadelerden oluşmaktadır. İkinci kısımda yer alan ifadelerde SERVQUAL ölçeğinden (Ustaahmetoğlu ve Savcı, 2011; Kıracı, 2019; Dendeş, Aksu Armağan ve Erincik Dendeş, 2021) yararlanılarak hazırlanmıştır. Anketin ikinci kısmında yer alan sorular fiziksel görünüm, güvenilirlik, heveslilik, güvenlik ve empati boyutu şeklinde tasarlanmıştır.

Tablo 1. Araştırma Ölçeği

Fiziksel Görünüm	Muhasebe Meslek Mensuplarının Büroları Güncel Donanıma Sahip Olmalıdır.
	Muhasebe Meslek Mensuplarının Büroları Görsel Açından Çekici Olmalıdır.
	Muhasebe Meslek Mensuplarının Bürolarında Çalışan Meslek Elemanları Temiz ve Düzgün Görünüşlü Olmalıdır.
Güvenilirlik	Muhasebe Meslek Mensuplarının Bürolarının Fiziki Görünümü, Verilen Hizmete Uygun Olmalıdır.
	Muhasebe Meslek Mensupları Belli Bir Zamana Kadar Bir Şey Yapmayı Vaat Ettiklerinde Bunu Yapmalıdırlar.
	Muhasebe Meslek Mensupları Mükellefleri ile Sorunları Olduğunda Anlayışlı ve Güven Verici Olmalıdır.
	Muhasebe Meslek Mensuplarının Büroları Güven Verebilmelidir.
	Muhasebe Meslek Mensuplarının Çalışanları, Hizmetlerle İlgili Kayıtlarını Hatasız Tutmalıdır.

Heveslilik	Muhasebe Meslek Mensuplarının Bürolarında Hizmetlerin Tam Ne Zaman Sunulacağını/Tamamlanacağını Söylenmemelidir.
	Muhasebe Meslek Mensuplarının Çalışanları Mükelleflere Hızlı Hizmet Vermeleri Beklenmemelidir.
	Muhasebe Meslek Mensuplarının bürolarında çalışanlar, mükelleflere her zaman yardım etmeye istekli olmamalıdır.
Güvenlik	Mükelleflerle Muhasebe Meslek mensuplarının bürolarındaki çalışanlarla yaptıkları işlemlerde kendilerini güvende hissetmelidir.
	Muhasebe Meslek Mensuplarının çalışanları kibar olmalıdır.
	Muhasebe Meslek Mensuplarının çalışanlarının işlerini verimli ve iyi yapabilmeleri için bürolarından yeterli desteği almaları gerekir.
Empati	Muhasebe Meslek Mensuplarının bürolarında mükelleflere bireysel ilgi göstermeleri beklenmemelidir.
	Muhasebe Meslek Mensuplarının büro çalışanlarının mükelleflerin ihtiyaçlarının ne olduğunu bilmeleri beklenmemelidir.
	Muhasebe Meslek Mensuplarının bürolarından mükelleflerin çıkarlarını en iyi şekilde düşünmelerini beklemek gerçekçi değildir.
	Çalışma saatlerinin tüm mükellefleri için uygun olması beklenmelidir.

Burdur ilindeki muhasebe meslek mensuplarının mükelleflere sundukları hizmet kalitesinin araştırıldığı boyutlar Tablo 1’de gösterilmiştir. Bu çalışmanın Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi’nin 03.11.2021/11 tarihli toplantı no ve GO 2021/385 karar nolu yazısı ile etik kurul izni alınmıştır.

3.5. Araştırma Verilerinin Güvenilirliği

Araştırmada kullanılan ölçeğin boyutlar bazındaki güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 3’te gösterilmektedir.

Tablo 2. Hizmet Kalitesi Ölçeği Güvenilirlik Analizi

	Cronbach’s Alpha	N
Fiziki Görünüm	0,851	4
Güvenilirlik	0,899	4
Heveslilik	0,777	3
Güvenlik	0,909	3
Empati	0,734	4
Hizmet Kalitesi (Genel)	0,886	18

Güvenilirlik analizi sonuçları incelendiğinde, hizmet kalitesinin beş boyutunun katsayılarından; fiziki görünüm boyutunun katsayısının 0,851, güvenilirlik boyutunun katsayısının 0,899, heveslilik boyutunun katsayısının 0,777, güvenlik boyutunun katsayısının 0,909, empati boyutunun katsayısının 0,734, hizmet kalitesi boyutunun katsayısının 0,886 olarak hesaplanmıştır. Tablo 2’de verilen her bir boyut ölçeğinin sonuçları $\alpha > 0,700$ olduğu için (Kalaycı, 2009: 405) ölçeğin yüksek derecede güvenilirliğe sahip olduğunu göstermektedir.

3.6. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın konu ve amacı doğrultusunda hazırlanan beş hipotez aşağıda sıralanmıştır.

H₁: Burdur ilinde bağımsız olarak faaliyet gösteren muhasebe meslek mensuplarının sundukları hizmetteki fiziki görünüm boyutu ile mükelleflere verilen hizmet kalitesi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H₂: Burdur ilinde bağımsız olarak faaliyet gösteren muhasebe meslek mensuplarının sundukları hizmetteki güvenilirlik boyutu ile mükelleflere verilen hizmet kalitesi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H₃: Burdur ilinde bağımsız olarak faaliyet gösteren muhasebe meslek mensuplarının sundukları hizmetteki heveslilik boyutu ile mükelleflere verilen hizmet kalitesi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H₄: Burdur ilinde bağımsız olarak faaliyet gösteren muhasebe meslek mensuplarının sundukları hizmetteki güvenlik boyutu ile mükelleflere verilen hizmet kalitesi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H₅: Burdur ilinde bağımsız olarak faaliyet gösteren muhasebe meslek mensuplarının sundukları hizmetteki empati boyutu ile mükelleflere verilen hizmet kalitesi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

3.7. Araştırma Verilerinin Analizi

Araştırmada elde edilen veriler istatistiksel yöntemlerle SPSS 22.0 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Bu kısımda öncelikle katılımcılar hakkında hazırlanan tanımlayıcı değişkenlerden cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi ile mesleki unvan, mesleki tecrübe, gelir vergisi tutarları ve kurumlar vergisi tutarlarına yönelik frekans dağılımlarına yer verilecektir.

3.7.1. Tanımlayıcı Verilerin Frekans ve Yüzde Dağılımları

Tablo 3. Katılımcıların Tanımlayıcı Verilerinin Frekans ve Yüzde Dağılımları.

Değişken	Kategori	Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Erkek	103	86,60
	Kadın	16	13,40
	Toplam	119	100,00
Yaş	30 Yaş ve Altı	26	21,80
	31-40 Yaş Arası	36	30,30
	41-50 Yaş Arası	35	29,40
	51 Yaş ve Üstü	22	18,50
	Toplam	119	100,00
Eğitim Düzeyi	Lisans	116	89,10
	Lisansüstü (Yüksek Lisans/Doktora)	13	10,90
	Toplam	119	100,00

Katılımcıların tanımlayıcı değişkenlerinden cinsiyet, yaş ve eğitim düzeylerine ait frekans ve yüzde dağılımları Tablo 3'te verilmiştir. Buna göre katılımcıların %86,60'ı erkek, %13,40'ı kadın cinsiyetine sahiptir. Katılımcıların yaşları incelendiğinde %21,80'inin 30 yaş altı, %30,30'unun 31-40 yaş aralığında, %29,40'nun 41-50 yaş aralığında ve %18,50'sinin ise 51 yaş ve üzerinde olduğu bilinmektedir. Katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde ise, 116 katılımcının yani %89,10'unun lisans, 13 katılımcının, yani %10,90'mın ise lisansüstü eğitim seviyesine sahip olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu durumda erkek katılımcıların daha fazla olduğu, genç bir orana sahip olduğu ve çoğunlukla yaşa da bağlı olarak lisans mezuniyet seviyesinde olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 4. Katılımcıların Tanımlayıcı Verilerinin Frekans ve Yüzde Dağılımları.

Değişken	Kategori	Frekans	Yüzde
Mesleki Unvan	Serbest Muhasebeci (SM)	9	7,60
	Serbest Muhasebeci Mali Müşavir (SMMM)	110	92,40
	Toplam	119	100,00
Aylık Gelir	5.000 TL ve Altı	32	26,90
	5.001-10.000 Arası	45	37,80
	10.001-20.000 Arası	27	22,70
	20.001 ve Üzeri	15	12,60
	Toplam	119	100,00
Gelir Vergisi	15 ve Altı İşletme	10	8,40
	16-30 Arası İşletme	31	26,10
	31 ve Üstü İşletme	78	65,50
	Toplam	119	100,00
Kurumlar Vergisi	15 ve Altı İşletme	68	57,10
	16-30 Arası İşletme	32	26,90
	31 ve Üzeri İşletme	16	13,40
	Kurumlar Vergisine Tabi Olmayanlar	3	2,50
	Toplam	119	100,00

Katılımcıların tanımlayıcı değişkenlerinden mesleki unvan, aylık gelir, gelir vergisi ve kurumlar vergisi mükellefiyetlerine ait frekans ve yüzde dağılımları Tablo 4'te gösterilmektedir. Buna göre katılımcıların %7,60'mın, serbest muhasebeci, %92,40'mın serbest muhasebeci mali müşavir, aylık gelir değişkeninde katılımcıların 0-5.000 TL arası %26,90'mın, 5.001-10.000 arası %37,80'inin, 10.001-20.001 arası %22,70'inin, 20.001 ve üzerinin ise %12,60'mın olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların gelir vergisi mükellef sayılarında oranlar sırasıyla, 15 ve altı işletmenin oranı %8,40'mın, 16-30 arası işletmenin oranı %26,10'unun, 31 ve üstü işletmenin oranı ise %65,50'sinin gelir vergisine tabi olduğu çıkmaktadır. Kurumlar vergisine tabi işletme sayılarında ise oranlar, 15 ve altı işletmenin %57,10'unun, 16-30 arası işletmenin oranı %26,90'mın, 31 ve üzeri işletmenin oranı, %13,40 olarak belirlenmiştir. Ayrıca katılımcılardan %2,50'inin ise kurumlar vergisine tabi işletmesinin olmadığını ifade edilmektedir.

Bu durumda tablo 4'e göre katılımcıların ağırlıklı olarak SMMM ünvanlı, daha çok orta gelir seviyesine sahip, 30 gelir vergisine sahip işletmenin işlerini yaptıkları ancak kurumlar vergisi yönünden daha çok 15 işletme mükellefiyetine sahip işletmelerden oluştuğu anlaşılmaktadır.

3.7.2. Hipotezlerin Test Edilmesi

Hipotezler araştırılırken korelasyon ve regresyon analizleri kullanılmıştır. Korelasyon analizinde korelasyon katsayısı "r" harfi ile temsil edilir. Korelasyon katsayısı -1 ve +1 arasında değerler almaktadır. Korelasyon değerinin (-) değerli olması iki değişken arasında negatif yönlü bir ilişki, (+) değerli olması pozitif yönlü bir ilişkinin olduğunu, 0 değeri ise iki değişken arasında ilişki olmadığını göstermektedir. Korelasyon katsayısı $\pm 0,25$ ve altında ise "zayıf", $\pm 0,50$ civarında "orta", $\pm 0,70$ ve üzerinde ise "yüksek", $\pm 0,90$ ve üzerinde ise "çok yüksek" olarak değerlendirilmektedir (Yıldız ve Yıldırım, 2018, s. 115).

Tablo 5. Fiziki Görünüm Boyutu ve Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişki

		Hizmet Kalitesi
Fiziki Görünüm	Pearson r	0,545
	p	0,000
	N	119

Tablo 5'te fiziki görünüm boyutu ile hizmet kalitesi arasındaki ilişki, pearson korelasyon testi yardımıyla incelenmiştir. Muhasebe meslek mensuplarının fiziksel görünüm boyutu ile hizmet kalitesi arasında pozitif yönlü ve orta düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. H1 Hipotezinin araştırılması regresyon analizi ile devam eden kısımda gösterilmiştir.

Tablo 6. Fiziki Görünüm Boyutu ve Hizmet Kalitesi Arasındaki Regresyon Analizi Sonuçları

Regresyon	R Square	0,586
	Durbin Watson	1,827
	B	0,694
	F	165,516
	F-Sig.	0,000
	B-Sig	0,000

Tablo 6'de bağımlı değişkenin hizmet kalitesi olduğu bağımsız değişkenin ise fiziki görünüm boyutu olduğu model sonu verilmiştir. Tablo 7'de modelin $F=165,516$; $\text{sig}=0,000 \leq 0,05$ olması modelin bir bütün olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Ayrıca bağımsız değişkene dair katsayının t (sig) değerinin de $0,000 \leq 0,05$ olması ilgili B katsayısının istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Modelde r^2 değerinin 0,58 olması hizmet kalitesi boyutundaki değişimin, %58,6'lık kısmının, fiziki görünüm boyutundaki değişimle açıklandığını göstermektedir (Kalaycı: 2009, s. 204).

Yapılan test sonucunda katılımcıların fiziki görünümündeki 1 birimlik artışın, hizmet kalitesinde 0.694 birim artmasına neden olmuştur. Regresyon modeli katsayı tahmininde en küçük kareler yöntemini kullanmaktadır. Bu yöntemin önemli varsayımlarından biri de otokorelasyon varsayımdır. Bu varsayım hata terimleri arasında ilişki olmaması prensibine dayanmaktadır. Çalışmada otokorelasyon sorunu Durbin Watson testi yardımıyla incelenmiş olup, bu değer 1,5-2,5 aralığında olması normal (sorunsuz) kabul edilmektedir. Tablo 7 incelendiğinde Durbin Watson=1,827, değeri modelde otokorelasyon olmadığını göstermektedir (Kalaycı: 2009, s. 204). Buna göre, "Burdur ilinde bağımsız olarak faaliyet gösteren muhasebe meslek mensuplarının sundukları hizmetteki fiziki görünüm boyutu ile mükelleflere verilen hizmet kalitesi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır" hipotezi kabul edilmektedir.

Tablo 7. Güvenilirlik Boyutu ile Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişki

		Hizmet Kalitesi
Güvenilirlik	Pearson r	0,571
	P	0,000
	N	119

Tablo 7'de güvenilirlik boyutu ile hizmet kalitesi arasındaki ilişki pearson korelasyon testi yardımıyla araştırılmıştır. Muhasebe meslek mensuplarının güvenilirlik boyutu ile hizmet kalitesi arasında pozitif yönlü ve orta düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. H2 hipotezinin araştırılması regresyon analizi ile devam eden kısımda gösterilmiştir.

Tablo 8. Güvenilirlik ve Hizmet Kalitesinde Regresyon Analizi Sonuçları

Regresyon	R Square	0,602
	Durbin Watson	1,762
	B	0,704
	F	177,257
	F-Sig.	0,000
	B-Sig	0,000

Tablo 8’de modelin $F = 177,257$; $sig = 0,000 \leq 0,05$ olması modelin bir bütün olarak anlamlı olduğu ortaya çıkmaktadır. Ayrıca bağımsız değişkene dair katsayının t (sig) değerinin de $0,000 \leq 0,05$ olması ilgili B katsayısının istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Modelde r^2 değerinin 0,60 olması hizmet kalitesi boyutundaki değişimin, %60,2’lik kısmının, güvenilirlik boyutundaki değişimle açıklanmış olduğunu göstermektedir.

Yapılan test sonucunda katılımcıların güvenilirlik boyutundaki 1 birimlik artışın, hizmet kalitesinde 0.704 birim artmasına neden olmuştur. Regresyon modeli katsayı tahmininde en küçük kareler yöntemini kullanmaktadır. Çalışmada otokorelasyon sorunu Durbin Watson testi yardımıyla incelenmiş, bu değer 1,5-2,5 aralığında olması normal (sorunsuz) kabul edilmektedir. Tablo 8 incelendiğinde Durbin Watson=1,762 değeri modelde otokorelasyon olmadığını göstermektedir. Buna göre, “Burdur ilinde bağımsız olarak faaliyet gösteren muhasebe meslek mensuplarının sundukları hizmetteki güvenilirlik boyutu ile mükelleflere verilen hizmet kalitesi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır” H_2 hipotezi kabul edilmektedir.

Tablo 9. Heveslilik Boyutu ve Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişki

Heveslilik		Hizmet Kalitesi
	Pearson r	0,637
	P	0,000
	N	119

Tablo 9’da heveslilik boyutu ile hizmet kalitesi arasındaki ilişki pearson korelasyon testi yardımıyla incelenmiştir. Muhasebe meslek mensuplarının heveslilik boyutu ile hizmet kalitesi arasında pozitif yönlü ve orta düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. H_3 hipotezinin araştırılması regresyon analizi ile devam eden kısımda gösterilmiştir.

Tablo 10. Heveslilik Boyutu ve Hizmet Kalitesinde Regresyon Analizi Sonuçları

Regresyon	R Square	0,406
	Durbin Watson	1,462
	B	0,361
	F	79,815
	F-Sig.	0,000
	B-Sig	0,000

Tablo 10’de modelin $F = 79,815$; $sig = 0,000 \leq 0,05$ olması modelin bir bütün olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Ayrıca bağımsız değişkene dair katsayının t (sig) değerinin de $0,000 \leq 0,05$ olması ilgili B katsayısının istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Modelde r^2 değerinin 0,40 olması hizmet kalitesi boyutundaki değişimin, %40,6’lık kısmı, heveslilik boyutundaki değişimle açıklanmış olduğunu göstermektedir.

Yapılan test sonucunda katılımcıların heveslilik boyutu 1 birimlik artışın, hizmet kalitesinde 0.361 birim artmasına neden olmuştur. Çalışmada otokorelasyon sorunu Durbin Watson testi yardımıyla incelenmiş, olup bu değer 1,5-2,5 aralığında olması normal (sorunsuz) kabul edilmektedir. Modelde Durbin Watson = 1,462, değeri modelde otokorelasyon olmadığını göstermektedir. Buna göre, “Burdur ilinde bağımsız olarak faaliyet gösteren muhasebe meslek mensuplarının sundukları hizmetteki heveslilik boyutu ile mükelleflere verilen hizmet kalitesi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır” hipotezi kabul edilmektedir.

Tablo 11. Güvenlik Boyutu ve Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişki

Güvenlik		Hizmet Kalitesi
	Pearson r	0,652
	P	0,000
	N	119

Tablo 11’de güvenlik boyutu ile hizmet kalitesi arasındaki ilişki pearson korelasyon testi yardımıyla incelenmiştir. Muhasebe meslek mensuplarının güvenlik boyutu ile hizmet kalitesi arasında pozitif yönlü ve orta düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. H_4 hipotezinin araştırılması regresyon analizi ile Tablo 12’de gösterilmektedir.

Tablo 12. Güvenlik Boyutu ve Hizmet Kalitesi Arasındaki Regresyon Analizi Sonuçları

Regresyon	R Square	0,553
	Durbin Watson	1,959
	B	0,475
	F	144,752
	Sig.	0,000
	b-sig	0,000

Tablo 12’de bağımlı değişkenin hizmet kalitesi olduğu bağımsız değişkenin ise güvenlik boyutu olduğu model sonu verilmiştir. Tablo 13’te modelin $F = 144,752$; $sig = 0,000 \leq 0,05$ olması modelin bir bütün olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Ayrıca bağımsız değişkene dair katsayının t (sig) değerinin de $0,000 \leq 0,05$ olması ilgili B katsayısının istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Modelde r^2 değerinin 0,55 olması hizmet kalitesi boyutundaki değişimin, %55,3’lük kısmı, güvenlik boyutundaki değişimle açıklanmış olduğunu göstermektedir.

Yapılan test sonucunda, “Burdur ilinde bağımsız olarak faaliyet gösteren muhasebe meslek mensuplarının sundukları hizmetteki güvenlik boyutu ile mükelleflere verilen hizmet kalitesi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır” hipotezi kabul edilmektedir.

Tablo 13. Empati Boyutu ve Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişki

		Hizmet Kalitesi
Empati	Pearson r	0,696
	P	0,000
	N	119

Tablo 13’te empati boyutu ile hizmet kalitesi arasındaki ilişki pearson korelasyon testi yardımıyla incelenmiştir. Muhasebe meslek mensuplarının empati boyutu ile hizmet kalitesi arasında pozitif yönlü ve orta düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. H5 hipotezinin araştırılması regresyon analizi ile Tablo 14’te gösterilmektedir.

Tablo 14. Empati Boyutu ve Hizmet Kalitesi Arasındaki Regresyon Analizi Sonuçları

Regresyon	R Square	0,485
	Durbin Watson	1,867
	B	0,448
	F	110,079
	F-Sig.	0,000
	B-Sig	0,000

Tablo 14’te bağımlı değişkenin hizmet kalitesi olduğu bağımsız değişkenin ise empati boyutu olduğu model sonu verilmiştir. Tablo 15’te modelin $F = 110,079$; $sig = 0,000 \leq 0,05$ olması modelin bir bütün olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Ayrıca bağımsız değişkene dair katsayının t (sig) değerinin de $0,000 \leq 0,05$ olması ilgili B katsayısının istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Modelde r^2 değerinin 0,48 olması hizmet kalitesi boyutundaki değişimin, %48,5’lik kısmı, empati boyutundaki değişimle açıklanmış olduğunu göstermektedir.

Yapılan test sonucunda katılımcıların empati boyutundaki 1 birimlik artışın, hizmet kalitesinde 0.448 birim artmasına neden olmuştur. Çalışmada otokorelasyon sorunu Durbin Watson testi yardımıyla incelenmiş olup bu değer 1,5-2,5 aralığında olması normal (sorunsuz) kabul edilmektedir. Tablo 14 incelendiğinde Durbin Watson = 1,867, değeri modelde otokorelasyon olmadığını göstermektedir. Buna göre, “Burdur ilinde bağımsız olarak faaliyet gösteren muhasebe meslek mensuplarının sundukları hizmetteki empati boyutu ile mükelleflere verilen hizmet kalitesi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır” hipotezi kabul edilmektedir.

Sonuç

Muhasebe meslek mensuplarının Burdur il merkezi ve ilçelerinde sunmuş oldukları hizmet kalitesinin fiziki görünüm, güvenilirlik, heveslilik, güvenlik ve empati yönleriyle ele alınmıştır. Sunulan hizmet kalitesinin fiziki görünüm, güvenilirlik, heveslilik, güvenlik ve empati boyutlarında olumlu yönde etkilendiği ortaya çıkmıştır.

Araştırmanın amacına yönelik elde edilen anket verilerine Cronbach’s Alpha testi uygulanmış, yüzde ve frekans dağılımları ile regresyon ve korelasyon analizleri yapılmıştır. Analiz sonucunda korelasyonun pozitif yönlü ilişkili olduğu ve orta düzey olarak olduğu değerlendirilmektedir. Araştırmanın amacı kapsamında beş adet hipotez kurulmuş, uygulanan analizler sonucunda kurulan hipotezlerin tamamı kabul edilmiştir. Cronbach’s Alpha değerinin en yüksek güvenlik boyutunda %90,9 ortaya çıkmıştır. Bu nedenle insanların en çok güvenlik boyutuna önem verdiği anlaşılmaktadır.

Literatürde hizmet kalitesinin değerlendirmesinde en çok SERVQUAL ölçeğinden yararlanılmaktadır. Literatürde buna yönelik çalışmalar bulunmaktadır.

Yayla ve Cengiz (2006) Muhasebe meslek mensuplarından alınan hizmetin önemli derecede belirleyici olduğu ortaya konmuştur. Ustaahmetoğlu ve Savcı (2011) heveslilik ve empati boyutunda kendini daha üstte görürken, diğer boyutlarda sunulan hizmetin eşit olduğu görülmüştür. Dendeş, Aksu Armağan ve Erincik Dendeş (2021) Muhasebe meslek mensuplarının sundukları hizmet kalitesinin pozitif yönde etkilediği ortaya konulmuştur. Bu çalışma da literatürü desteklemekte ve benzer sonuçlara ulaşılmıştır.

Son olarak mükellefler ile sıkı bir ilişki içerisinde olan muhasebe meslek mensuplarının mükelleflerine karşı etki sağlaması ve daha çok hizmetin kalitesini arttırmaya yönelik bir boyutlar ortaya çıkmıştır. Araştırma sonucunda sunulan hizmetlerin tatmin düzeyinde önemli bir algı olduğu görülmektedir.

Beraberinde piyasa koşullarının, ikili ilişkilere dayanan davranış biçimlerinin belirli bir çerçeveye içerisinde kabul edilmiş olması da değişkenler arasındaki ilişkiyi yüksek seviyelere çekmektedir.

Bundan sonraki muhasebe meslek mensuplarına yönelik araştırmalarda mükelleflerin algıladıkları hizmet kalitesi konusu ile ilgili farklı boyutlarda katkı sağlayabileceği de araştırma konusu olabileceği düşünülmektedir.

Ek Bilgiler/Yazar Beyanları

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı	Bu çalışma için Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Etik Kurulu'ndan 2022670-/2022-05 sayılı ve 11.05.2022 tarihli etik kurul izni alınmıştır.
Çıkar Çatışması	Yazar(lar) açısından ya da üçüncü taraflar açısından çalışmadan kaynaklı çıkar çatışması bulunmamaktadır.
Teşekkür veya Destek Beyanı	Bu araştırmayı desteklemek için dış fon kullanılmamıştır.
Yazar Katkıları	Yazar 1'in makaleye katkısı %50; Yazar 2'nin makaleye katkısı %50'dir.

Kaynakça

- Altıntaş, M. H. (1997). *Tüketici davranışları müşteri tatmininden müşteri değerine*. Alfa Basım Yayın.
- Atrek, B., & Bayraktaroğlu, G. (2012). Is there a need to develop a separate service quality scale for every service sector verification of servqual in higher education services. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(1), 423-440.
- Banar, K., & Ekergil, V. (2010). Muhasebe meslek mensuplarının hizmet kalitesi: Sunulan hizmetlerin kalitesi ile müşteri memnuniyeti ilişkisi Eskişehir uygulaması. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 39-60.
- Brady, M. K., & Cronin JR, J. J. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality, a hierarchical approach. *Journal Of Marketing*, 65(3), 34-49.
- Çelik, H. (2011). Alışveriş merkezlerinde hizmet kalitesi algısı ve bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(3), 433-448.
- Çetin, F. A., & Öztürk, S. (2020). Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin eğitim hizmet kalitesi değerlendirmeleri üzerine bir araştırma. *Turkish Studies-Economics, Finance, Politics*, 15(1), 35-52.
- Dendeş, E., Aksu Armağan, E., & Erincik, Dendeş, A. (2021). Muhasebe meslek mensuplarının hizmet kalitesi ile müşteri memnuniyeti ve ağızdan ağıza iletişim ilişkisi. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(1), 1-24.
- Eleren, A., & Kılıç, B. (2007). Turizm sektöründe servqual analizi ile hizmet kalitesinin ölçülmesi ve bir termal otelde uygulama. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(1), 235-263.
- Eroğluer, K. (2013). Hizmet kalitesi algısının kurumsal imaja etkisi üzerine hizmet sektöründe bir araştırma. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(4), 29-46.
- Erol, M. (2007). Muhasebe meslek elemanlarının sundukları hizmetleri tatmin eden özelliklerini belirlemeye yönelik ampirik bir çalışma. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 12, 244-252.
- Ersöz, S., Pınarbaşı, M., Türker, A. K., & Yüzükırmızı, M. (2009). Hizmet kalitesinin servqual metodu ile ölçümü ve sonuçların yapısal eşitlik modelleri ile analizi: Öğretmen evi uygulaması. *International Journal of Research & Development*, 1(1), 19-27.
- İbiş, C. (2002). *Bilgi çağında muhasebecilik mesleğinin geleceği ve yeni muhasebeci kimliği*. XVII. Türkiye Muhasebe Kongresi, TÜRMOB Yayınları.
- İlter, B. (2009). E-perakendecilikte e-hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati ilişkisi: İşletme fakültesi öğrencileri üzerine bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 10(1), 97-117.

- Kalaycı, Ş. (2009). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri* (4. Baskı). Asil Yayın Dağıtım.
- Kılıç, İ., & Pelit, E. (2004). Yerli turistlerin memnuniyet düzeyleri üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 15(2), 113-124.
- Kısakürek, M., & Bayram, F. (2020). Muhasebe meslek mensuplarının sundukları hizmetten mükelleflerin memnuniyet algısı Kahramanmaraş örneği. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(2), 115-134.
- Kotler, P., & Kevin Lane, K. (2011). *Marketing management* (13th Edition). Pearson Education.
- Kurnaz, E., & Güner, M. (2019). Muhasebe meslek mensuplarının sundukları hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisi: Erzincan örneği. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 2019 Özel Sayısı, 581-596.
- Özer, G., Merter, A. K., & Cati, M. F. (2019). Mükelleflerin, muhasebe meslek mensuplarından aldıkları hizmetlere ilişkin memnuniyet ölçümü: Kalite ve beklentilerine yönelik bir çalışma. *Press Academia Procedia*, 9(1), 175-179.
- Öztaş, B. E., Dirican, O., & Tengilimoğlu, D. (2019). Sağlık işletmelerinde hasta şikâyetlerinin değerlendirilmesi. *Al Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(4), 108-119.
- Smith, B. N., & Armstrong, W. E. (1996). The ionic dependence of the histamine-induced depolarization of vasopressin neurones in the rat supraoptic nucleus. *The Journal of Physiology*, 495(2), 465-478.
- Şahin, A., & Şen, S. (2017). Hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerine etkisi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(52), 1175-1189.
- Taşlıyan, M. (2007). Turizm ve seyahat sektöründe çalışanların iş tatmini ile müşterilerin memnuniyeti arasındaki ilişki: Kahramanmaraş'ta bir alan çalışması. *Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 1, 185-195.
- Taysı, K., & Canbaz, S. (2018). Mükelleflerin muhasebecilere yönelik algılanan hizmet kalitesi ile müşteri memnuniyeti ilişkisi üzerine bir araştırma: Kırklareli örneği. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 19-45.
- Ustaahmetoğlu, E., & Savcı, M. (2011). Muhasebe meslek mensuplarının sundukları hizmetin kalitesini değerlendirmesi ve örnek bir uygulama. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22, 168-184.
- Ustasüleyman. (2009). Bankacılık sektöründe hizmet kalitesinin değerlendirilmesi, AHS-TOPSİS Yöntemi. *Bankacılar Dergisi*, 69, 33-43.
- Yanık, A., Dinçel, G., Yıldız, F., & Karacan, S. (2012). Muhasebe meslek mensuplarının ideal hizmet ve mevcut hizmet kalitesi algılarının servqual modeli ile değerlendirilmesi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(20), 593-604.
- Yayla, H. E., & Cengiz, E. (2006). Muhasebe bürolarında algılanan hizmet kalitesi ve mükelleflerin tatmin düzeylerine yönelik yapısal bir model önerisi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 31, 175-183.