

Muhasebe Meslek Mensuplarının Hizmet Kalitesinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma *

(A Research on Determining The Service Quality of Accounting Professionals)

Gazi KARAAĞAÇ^a, Tolga ORAL^b

^a Uzman, İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Muhasebe ve Finansman Bilim Dalı, gazi.karaagac@hotmail.com

^b İnönü Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, tolga.oral@inonu.edu.tr

Öz

Hizmet kalitesi, müşterilerin almış oldukları hizmetlerin sonucu olarak, yapmış oldukları geri dönüşlerle ihtiyaçlarının hangi ölçüde karşılandığını yansıtmaktadır. Son dönemlerde birçok sektörde önem kazanan hizmet kalitesi, muhasebe meslek mensupları açısından da oldukça önemlidir. Hizmet kalitesinin sürekli artırılmaya çalışılması ve müşteri memnuniyetinin geliştirilmesi amacıyla hizmet kalitesinin ölçülmesi ihtiyacı doğmaktadır. Bu çalışmanın amacı, Malatya ve Elazığ illerinde bulunan muhasebe meslek mensuplarının hizmet kalitesini etkileyen faktörlerin belirlenmesi ile hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetine etkisinin incelenmesidir. Araştırmanın örneklemini, vergi mükellefiyetine sahip 403 iş sahibi/ortağı veya yöneticileri oluşturmaktadır. Katılımcılara sosyodemografik bilgi formu, SERVQUAL ölçeği ve tek sorudan oluşan müşteri memnuniyeti anketi uygulanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre müşterilerin demografik özellikleri ile meslek mensuplarının sundukları hizmet kalitesinin beklenti ve algı bölümleri arasında anlamlı farklılıklar görülmüştür. Ayrıca hizmet kalitesinin beklenti ve algı bölümleri arasında fark bulunduğu, müşterilerin algılarının beklentilerini karşılamadığı, buna karşılık müşteri memnuniyetinin ölçüldüğü soruya müşterilerin genel olarak olumlu görüş bildirdiği saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler:

Serbest Muhasebeci
Mali Müşavir,
Hizmet Kalitesi,
SERVQUAL

Makale türü:

Araştırma

Abstract

Service quality reflects the extent to which customers' needs are met with their feedbacks as a result of the services they receive. Service quality, which has recently gained importance in many sectors, is also very important for accounting professionals. There is a need to measure service quality in order to continuously improve service quality and to improve customer satisfaction. The aim of this study is to determine the factors affecting the service quality of accounting professionals in Malatya and Elazığ provinces and to examine the effect of service quality on customer satisfaction. The sample of the study consists of 403 business owners/partners or managers with tax liability. Sociodemographic information form, SERVQUAL scale and customer satisfaction questionnaire consisting of a single question were applied to the participants. According to the results of the research, significant differences were observed between the demographic characteristics of the customers and the expectation and perception sections of the service quality provided by the professional staff. In addition, it was determined that there was a difference between the expectation and perception sections of the service quality, the perceptions of the customers did not meet their expectations, whereas the customers generally expressed a positive opinion on the question measuring customer satisfaction.

Keywords:

Accountanting
Professional, Service
Quality,
SERVQUAL

Paper type:

Research

Başvuru/Received: 22.08.2024 | Kabul/Accepted: 16.09.2024, iThenticate benzerlik oranı/similarity report: %10

Atıf/Citation: Karaağaç, G. ve Oral, T. (2024). Muhasebe meslek mensuplarının hizmet kalitesinin belirlenmesine yönelik bir araştırma, *İşletme*, 5(2), 213-232.

* Bu çalışma, "Muhasebe Meslek Mensuplarının Hizmet Kalitesinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma" başlıklı Yüksek Lisans Tezinden üretilmiştir.

Giriş

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

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

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

Hizmet kalitesinin ölçümü amacıyla birtakım ölçekler geliştirilmiştir. Bu ölçeklerden biri Parasuraman ve arkadaşları tarafından geliştirilen ve hizmet kalitesinin ölçülmesinde en sık kullanılan SERVQUAL (Service Quality) ölçeğidir (Akyol, 2013: 46; Parasuraman, 1988: 12-40). SERVQUAL ölçeği hizmet kalitesi kavramını beklenen hizmet ile algılanan hizmet arasındaki fark olarak ele almaktadır. Ölçeğin ilk oluşturulan hali hizmet kalitesini ölçmeye yönelik 44 madde ve 10 alt boyuttan (güvenilirlik, yeterlilik, sorumluluk, ulaşılabilirlik, saygınlık, iletişimlilik, dürüstlük, güven, anlaşılabilirlik, görünüm) oluşmaktadır. Daha sonra yapılan ileri araştırmalar neticesinde 5 boyuta (fiziksel unsurlar, güvenilirlik, heveslilik, güven, empati) düşürülmüştür. 2 bölümden oluşan ölçeğin ilk 22 maddesi beklenen hizmet kalitesini, ikinci 22 maddesi ise algılanan hizmet kalitesini ölçmektedir (Parasuraman, 1985: 41-50, Parasuraman, 1988: 12-40). Yapılması planlanan araştırmada ise SERVQUAL modeli kullanılarak, muhasebe meslek mensuplarının hizmet kalitesinin ve hizmet kalitesini etkileyen faktörlerin belirlenmesi ve bunun müşteri memnuniyetine etkisinin saptanması amaçlanmaktadır.

1. Literatür Taraması

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

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

Özer (2019) tarafından yapılan çalışmada, mali müşavirlik hizmeti alan kişilerin, aldıkları hizmetle ilgili tespitte bulunarak, bu hizmetten beklentilerinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Ayrıca bu hizmet sunulurken yapılan hataların algılanan hizmet kalitesine etkilerinin de araştırılması amaçlanmıştır. Çalışma kapsamında ülke genelinde 197 adet katılımcıya anket uygulanmıştır. Bulunan sonuçlara göre hizmet hatalarının katılımcıların hizmet kalitesi algılarını olumsuz yönde etkilediği tespit edilmiştir.

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

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

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

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

Banar ve Ekergil (2010) tarafından yapılan çalışmada, muhasebe meslek mensuplarının verdikleri hizmetin kalitesi ile müşteri memnuniyeti arasındaki ilişkinin çözümlenmesi amaçlanmıştır. Bu çerçevede Eskişehir ilinde bulunan ve

muhasebe hizmeti satın alan 269 kişiye anket uygulanmıştır. Çalışma sonucunda muhasebe meslek mensuplarının muhasebe ve müşterilerinin sektörleri hakkında yeterli bilgiye sahip olmadıkları görülmüştür.

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

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

2. Yöntem

2.1. Araştırma Modeli, Amacı ve Örnekleme

Yapılacak olan çalışma deneysel olmayan nicel araştırma tasarımıdır. Bu araştırmanın amacı Elazığ ve Malatya illerindeki muhasebe meslek mensuplarının, mükelleflerine verdiği hizmetin kalitesini etkileyen faktörlerin ve hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetine etkisinin belirlenmesidir. Araştırmanın evrenini Gelir İdaresi Başkanlığı 2021 Ocak ayı istatistiklerine göre Elazığ ve Malatya illerinde bulunan 62.191 faal mükellef oluşturmaktadır. Belirlenen evrenden örneklem hacminin hesaplanması için kullanılan formül aşağıdaki gibidir (Büyüköztürk, 2018:1-214):

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

"n" = Örneklem büyüklüğü

"N" = Anakütle (evren) (62.191)

"p" = Olayın gerçekleşme olasılığı (0,5)

"q" = Olayın gerçekleşmeme olasılığı (0,5)

"t" = t test düzeyi (1,96)

"d" = Hata payı (%5)

Örneklem büyüklüğü için %5 hata payı ile ana kütle temsil edecek minimum büyüklüğün 382 kişi olması gerektiği hesaplanmıştır. Araştırmanın örneklem seçiminde tesadüfi örneklem yöntemlerinden biri olan kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Çalışmanın evreni olarak Malatya ve Elazığ illerinin seçilmesinin sebebi, söz konusu iki ilin sosyokültürel, sosyoekonomik ve coğrafi konum olarak birbirine yakın olmasıdır.

2.2. Veri Toplama Yöntemi ve Araçları

Tüm veriler online anket¹ veri tabanı ile toplanmıştır. Anket gönüllü olmayı kabul eden bireylere uygulanmıştır. Veri toplama kapsamında, katılımcılara 10 sorudan oluşan sosyodemografik bilgi formu, 44 sorudan oluşan SERVQUAL ölçeği ve müşteri memnuniyetini ölçme yönelik tek soruluk bir anket uygulanmıştır. Araştırma kapsamında, yalnızca Elazığ ve Malatya illerinde faaliyet gösteren ve bir muhasebe meslek mensubundan hizmet alan iş sahibi/ortağı ve yöneticiler ile sınırlı olarak veri toplanmıştır. Sosyodemografik bilgi formu, yaş, cinsiyet, eğitim durumu, işletmedeki görev vb. 10 sorudan oluşmaktadır. Parasuraman ve arkadaşları tarafından geliştirilen SERVQUAL ölçeği, 44 sorudan ve 5 alt boyuttan (Fiziksel özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güven, empati) oluşmaktadır ve 7'li likert tipindedir (Parasuraman ve ark., 1988:12-40). Anketin 5'li likert hali Teğin (2015:40) tarafından belirlenmiştir ve mevcut çalışmada 5'li likert hali kullanılmıştır. Müşteri memnuniyetini ölçmeye yönelik tek soruluk bir anket kullanılmış olup, bu ankette "Muhasebecinizden aldığınız hizmetten memnun musunuz?" sorusu yer almıştır. Katılımcılar bu soruyu "Memnun Değilim", "Kararsızım" ve "Memnunum" seçeneklerinden birini seçerek cevaplamışlardır.

2.3. Verilerin Değerlendirilmesi

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

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

3. Bulgular

3.1. Demografik Verilerin Tanımlayıcı İstatistikleri

Tablo 1. Araştırmaya Katılan Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı

Değişkenler		n	%
Cinsiyet	Erkek	303	75,2
	Kadın	100	24,8
Yaş	30 yaş ve altı	86	21,3
	31-35 yaş	72	17,9
	36-40 yaş	79	19,6

¹ Araştırmanın etik kurul izni 06.05.2021 tarihinde İnönü Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'ndan 9 numaralı oturum sayısı ve 2 no'lu karar ile alınmıştır.

	41-45 yaş	75	18,6
	46 yaş ve üzeri	91	22,6
Eğitim	Ortaokul ve altı	38	9,4
	Lise	108	26,8
	Lisans	224	55,6
	Lisansüstü	33	8,2
İşletmedeki Görev	İş sahibi/Ortağı	237	58,8
	Yönetici	166	41,2
İşletmedeki Görev Süresi	1 yıl altı	27	6,7
	1-5 yıl arası	125	31,0
	6-10 yıl arası	94	23,3
	10-15 yıl arası	92	22,8
	15-20 yıl arası	38	9,4
	21 yıl ve üzeri	27	6,7
Çalışılan Muhasebeci Sayısı	1 muhasebe mensubu	196	48,6
	2 muhasebe mensubu	130	32,3
	3 muhasebe mensubu	44	10,9
	4 ve üzeri muhasebe mensubu	33	8,2
Şuandaki Muhasebeci Çalışma Süresi	1 yıl altı	32	7,9
	1-3 yıl arası	128	31,8
	4-7 yıl arası	106	26,3
	8-10 yıl arası	70	17,4
	11 yıl ve üzeri	67	16,6
Faaliyet Alanı	Hizmet	186	46,2
	Ticaret	135	33,5
	Üretim	82	20,3
İşletme Türü	Şahıs İşletmesi	157	39,0
	Limited Şirket	114	28,3
	Anonim Şirket	115	28,5
	Diğer	17	4,2
İşletme Faaliyet Süresi	5 yıl ve altı	90	22,3
	6-10 yıl arası	91	22,6
	11-15 yıl arası	96	23,8
	16-20 yıl arası	60	14,9
	21 yıl ve üzeri	66	16,4
Toplam		403	100,0

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

Katılımcıların yaş dağılımları incelendiğinde, %21,3’ünün 30 yaş ve altı, %17,9’unun 31-35 yaş, %19,6’sının 36-40 yaş, %18,6’sının 41-45 yaş, %22,6’sının 46 yaş ve üzeri olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaş kriterlerinin yaklaşık olarak dağıldığı görülmektedir. Katılımcıların eğitim düzeyleri dağılımları incelendiğinde, %9,4’ünün ortaokul ve altı, %26,8’inin lise, %55,6’sının lisans, %8,2’sinin lisansüstü olduğu görülmektedir. Katılımcıların çoğunluğunun lisans mezunu olduğu görülmektedir.

Katılımcıların işletmedeki görev dağılımları incelendiğinde, %58,8’inin iş sahibi/ortağı, %41,2’sinin yönetici olduğu görülmektedir. Katılımcıların çoğunluğunun iş sahibi/ortağı olduğu görülmektedir. Katılımcıların işletmedeki görev süreleri incelendiğinde, %6,7’sinin 1 yıl altı, %31’inin 1-5 yıl arası, %23,3’ünün 6-10 yıl

arası, %22,8'inin 10-15 yıl arası, %9,4'ünün 15-20 yıl arası, %6,7'sinin 21 yıl ve üzeri olduğu görülmektedir.

Katılımcıların çalışılan muhasebeci sayıları incelendiğinde, %48,6'sının 1 muhasebe mensubu, %32,3'ünün 2 muhasebe mensubu, %10,9'unun 3 muhasebe mensubu, %8,2'sinin 4 ve üzeri muhasebe mensubu olduğu görülmektedir. Katılımcıların şuanadaki muhasebeci çalışma süreleri incelendiğinde, %7,9'unun 1 yıl altı, %31,8'inin 1-3 yıl arası, %26,3'ünün 4-7 yıl arası, %17,4'ünün 8-10 yıl arası, %16,6'sının 11 yıl ve üzeri olduğu görülmektedir.

Katılımcıların faaliyet alanları incelendiğinde, %46,2'sinin hizmet, %33,5'inin ticaret, %20,3'ünün üretim olduğu görülmektedir. Katılımcıların işletme türleri incelendiğinde, %39'unun şahıs işletmesi, %28,3'ünün limited şirket, %28,5'inin anonim şirket, %4,2'sinin diğer olduğu görülmektedir. Katılımcıların işletme faaliyet süreleri incelendiğinde, %22,3'ünün 5 yıl ve altı, %22,6'sının 6-10 yıl arası, %23,8'inin 11-15 yıl arası, %14,92'unun 16-20 yıl arası, %16,4'ünün 21 yıl ve üzeri olduğu görülmektedir.

Tablo 2. Katılımcıların Memnuniyet Dağılımları

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

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

3.2. Güvenilirlik Analizi

Tablo 3. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

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

Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 3'te verilmiştir. Ölçeklerde yer alan ifadelerin kendi aralarında tutarlı olup olmadığını ve ifadelerin tamamının aynı konuyu ölçüp ölçmediğini test etmek amacıyla Güvenilirlik analizi yapılmaktadır. (Ural ve Kılıç, 2006: 286). Güvenilirlik analizinde, 0-1 arasında değişen

Cronbach's Alpha (α) katsayısı değeri; 0.00-0.40 arasında ise ölçeğin güvenilir olmadığı; 0.40 -0.60 arasında ise düşük güvenilirlikte, 0.60-0.80 arasında ise oldukça güvenilir ve 0.80-1.00 arasında ise yüksek derecede güvenilir bir ölçek olduğu şeklinde değerlendirilmektedir (Tavşancıl, 2005: 19). Sonuçlar incelendiğinde, SERVQUAL Ölçeği güvenilirlik katsayısının 0,993 olduğu görülmektedir.

3.3. Normallik Analizi

Tablo 4. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Normallik Analizi Sonuçları

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

Araştırmada kullanılan ölçeklerin normallik analizi sonuçları Tablo 4'te verilmiştir. Sonuçlar incelendiğinde; puanların normal dağılıma sahip olmadığı görülmektedir. Araştırmada kullanılan ölçeklerin tanımlayıcı istatistikleri Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Tanımlayıcı İstatistikleri

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

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

Değişkenler		Beklenti														
		Maddi Değerler			Güvenilirlik			Heveslilik			Güven			Empati		
		\bar{X}	SS	M	\bar{X}	SS	M	\bar{X}	SS	M	\bar{X}	SS	M	\bar{X}	SS	M
Cinsiyet	Erkek	4,46	0,82	5,00	4,50	0,82	5,00	4,48	0,83	5,00	4,48	0,83	5,00	4,45	0,84	5,00
	Kadın	4,23	0,92	4,25	4,38	0,88	4,80	4,29	0,90	4,50	4,32	0,89	4,50	4,27	0,91	4,40
	U-testi	8,310			3,955			7,243			5,880			6,282		
	p	0,004*			0,047*			0,007*			0,015*			0,012*		
Yaş	30 yaş ve altı ¹	4,16	0,92	4,13	4,34	0,91	4,80	4,22	0,95	4,25	4,23	0,98	4,50	4,16	0,97	4,10
	31-35 yaş ²	4,26	0,96	4,25	4,36	0,91	4,80	4,30	0,94	4,50	4,32	0,90	4,75	4,27	0,93	4,50
	36-40 yaş ³	4,64	0,67	5,00	4,62	0,68	5,00	4,62	0,71	5,00	4,61	0,69	5,00	4,59	0,73	5,00
	41-45 yaş ⁴	4,50	0,78	5,00	4,54	0,77	5,00	4,52	0,75	5,00	4,54	0,74	5,00	4,52	0,75	5,00
	46 yaş ve üzeri ⁵	4,45	0,81	5,00	4,50	0,84	5,00	4,49	0,83	5,00	4,51	0,85	5,00	4,48	0,85	5,00
	H-testi	20,011			8,527			15,886			14,248			18,661		
	p	0,000*			0,074			0,003*			0,007*			0,001*		
	PostHoc	3>2			-			3>2			3>2			3>2		
Eğitim	Ortaokul ve altı ¹	4,39	0,79	4,50	4,43	0,80	4,70	4,43	0,74	4,50	4,39	0,81	4,63	4,35	0,81	4,50
	Lise ²	4,49	0,78	5,00	4,50	0,81	5,00	4,51	0,80	5,00	4,54	0,81	5,00	4,51	0,82	5,00
	Lisans ³	4,40	0,87	5,00	4,47	0,85	5,00	4,42	0,88	5,00	4,44	0,85	5,00	4,40	0,87	5,00
	Lisansüstü ⁴	4,13	0,97	4,25	4,42	0,89	4,80	4,25	0,93	4,50	4,16	0,95	4,25	4,12	0,98	4,20
	H-testi	5,775			1,344			3,720			8,207			9,731		
	p	0,123			0,719			0,293			0,042*			0,021*		
	PostHoc	-			-			-			2>4			2>4		
İşletmedeki Görev	İş sahibi/Ortağı	4,46	0,81	5,00	4,51	0,79	5,00	4,47	0,83	5,00	4,49	0,81	5,00	4,46	0,83	5,00
	Yönetici	4,32	0,90	4,50	4,41	0,88	4,80	4,37	0,88	4,75	4,37	0,90	4,75	4,33	0,91	4,80
	U-testi	-1,685			-1,374			-1,705			-1,691			-1,942		
	p	0,092			0,169			0,088			0,091			0,052		
İşletmedeki Görev Süresi	1 yıl altı	4,16	0,97	4,25	4,27	0,99	4,60	4,21	0,97	4,00	4,25	1,06	4,75	4,23	1,00	4,20
	1-5 yıl arası	4,39	0,83	4,75	4,49	0,79	5,00	4,43	0,83	5,00	4,44	0,85	5,00	4,39	0,85	5,00
	6-10 yıl arası	4,46	0,85	5,00	4,47	0,84	5,00	4,45	0,85	5,00	4,44	0,85	5,00	4,41	0,89	5,00
	10-15 yıl arası	4,46	0,79	5,00	4,54	0,73	5,00	4,49	0,77	5,00	4,53	0,70	5,00	4,48	0,73	5,00
	15-20 yıl arası	4,32	0,92	4,38	4,35	0,97	4,80	4,38	0,94	4,88	4,36	0,96	4,75	4,34	0,96	4,80
	21 yıl ve üzeri	4,39	0,90	5,00	4,49	0,94	5,00	4,44	1,00	5,00	4,44	0,95	5,00	4,43	0,99	5,00
	H-testi	4,722			2,893			3,640			2,357			2,347		
	p	0,451			0,716			0,602			0,798			0,799		
Çalışılan Muhasebeci Sayısı	1 muhasebe mensubu ¹	4,48	0,81	5,00	4,53	0,77	5,00	4,50	0,81	5,00	4,51	0,79	5,00	4,48	0,80	5,00
	2 muhasebe mensubu ²	4,47	0,70	5,00	4,54	0,69	5,00	4,53	0,71	5,00	4,49	0,73	5,00	4,48	0,75	5,00
	3 muhasebe mensubu ³	4,15	0,95	4,38	4,30	1,00	4,70	4,22	0,93	4,50	4,26	0,95	4,63	4,20	0,91	4,30
	4 ve üzeri muhasebe mensubu ⁴	3,95	1,24	4,00	4,05	1,25	4,40	3,89	1,23	4,00	4,02	1,24	4,50	3,90	1,32	4,00

Karaağaç ve Oral | Muhasebe Meslek Mensuplarının Hizmet Kalitesinin Belirlenmesine Yönelik Bir..

	H-testi	14,793			8,133			15,889			11,269			12,408		
	p	0,002*			0,043*			0,001*			0,010*			0,006*		
	PostHoc	1>4			1>4			1>4			1>4			1>4		
Şuandaki Muhasebeci Çalışma Süresi	1 yıl altı	4,25	0,93	4,50	4,37	0,93	4,70	4,27	0,94	4,50	4,29	1,02	4,75	4,24	1,03	4,50
	1-3 yıl arası	4,37	0,83	4,63	4,46	0,80	5,00	4,40	0,80	4,88	4,38	0,83	5,00	4,35	0,87	4,90
	4-7 yıl arası	4,40	0,91	5,00	4,45	0,90	5,00	4,42	0,91	5,00	4,47	0,89	5,00	4,42	0,86	5,00
	8-10 yıl arası	4,54	0,73	5,00	4,62	0,69	5,00	4,61	0,71	5,00	4,59	0,71	5,00	4,57	0,75	5,00
	11 yıl ve üzeri	4,38	0,86	5,00	4,42	0,88	5,00	4,39	0,92	5,00	4,41	0,86	5,00	4,38	0,88	5,00
	H-testi	3,744			3,555			7,127			5,437			5,968		
	p	0,442			0,470			0,129			0,245			0,202		
Faaliyet Alanı	Hizmet ¹	4,27	0,93	4,38	4,36	0,92	4,80	4,32	0,93	4,63	4,31	0,95	4,75	4,28	0,95	4,60
	Ticaret ²	4,49	0,81	5,00	4,52	0,79	5,00	4,48	0,84	5,00	4,50	0,80	5,00	4,45	0,85	5,00
	Üretim ³	4,57	0,65	5,00	4,63	0,63	5,00	4,60	0,62	5,00	4,63	0,59	5,00	4,61	0,61	5,00
	H-testi	9,839			6,672			6,690			8,538			8,746		
	p	0,007*			0,036*			0,035*			0,014*			0,013*		
	PostHoc	2,3>1			2,3>1			2,3>1			2,3>1			2,3>1		
İşletme Türü	Şahıs İşletmesi ¹	4,28	0,91	4,50	4,35	0,92	4,80	4,28	0,96	4,50	4,30	0,95	4,75	4,25	0,97	4,40
	Limited Şirket ²	4,53	0,77	5,00	4,57	0,72	5,00	4,57	0,71	5,00	4,56	0,73	5,00	4,54	0,74	5,00
	Anonim Şirket ³	4,54	0,74	5,00	4,61	0,72	5,00	4,59	0,69	5,00	4,59	0,72	5,00	4,58	0,72	5,00
	Diğer ³	3,78	1,04	4,25	3,92	1,04	4,20	3,78	1,12	4,25	3,88	1,00	4,00	3,71	0,98	4,00
	H-testi	21,273			22,010			25,587			24,401			29,151		
	p	0,000*			0,000*			0,000*			0,000*			0,000*		
	PostHoc	2,3>1,4			2,3>1,4			2,3>1,4			2,3>1,4			2,3>1,4		
İşletme Faaliyet Süresi	5 yıl ve altı	4,33	0,81	4,50	4,47	0,76	5,00	4,42	0,78	4,75	4,42	0,79	4,88	4,35	0,84	4,60
	6-10 yıl arası	4,35	0,98	5,00	4,36	0,98	4,80	4,30	0,98	4,50	4,33	1,00	4,75	4,29	1,00	5,00
	11-15 yıl arası	4,53	0,75	5,00	4,56	0,75	5,00	4,56	0,74	5,00	4,59	0,69	5,00	4,56	0,70	5,00
	16-20 yıl arası	4,49	0,76	5,00	4,55	0,74	5,00	4,51	0,77	5,00	4,51	0,78	5,00	4,50	0,77	5,00
	21 yıl ve üzeri	4,29	0,91	4,50	4,40	0,90	4,60	4,35	0,96	4,75	4,33	0,95	4,63	4,32	0,97	4,70
	H-testi	5,775			4,384			5,920			4,957			6,810		
	p	0,217			0,356			0,205			0,292			0,146		

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

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

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

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

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

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

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

Değişkenler		Algı														
		Maddi Değerler			Güvenilirlik			Heveslilik			Güven			Empati		
		\bar{X}	SS	M	\bar{X}	SS	M	\bar{X}	SS	M	\bar{X}	SS	M	\bar{X}	SS	M
Cinsiyet	Erkek	4,21	1,02	4,50	4,27	1,00	4,60	4,24	0,99	4,50	4,25	0,99	4,50	4,23	1,02	4,60
	Kadın	4,09	0,96	4,00	4,14	0,96	4,00	4,11	0,95	4,00	4,13	0,93	4,00	4,14	0,91	4,10
	U-testi	3,824			4,518			4,204			4,647			3,462		
	p	0,051			0,034*			0,040*			0,031*			0,063		
Yaş	30 yaş ve altı ¹	3,92	1,08	4,00	4,01	1,06	4,00	3,98	1,01	4,00	3,99	1,06	4,00	3,98	1,05	4,00
	31-35 yaş ²	4,09	0,99	4,00	4,10	0,96	4,00	4,06	0,95	4,00	4,11	0,93	4,00	4,07	0,95	4,00
	36-40 yaş ³	4,29	1,04	5,00	4,35	1,01	5,00	4,33	1,05	5,00	4,34	1,01	5,00	4,32	1,03	5,00
	41-45 yaş ⁴	4,28	1,01	5,00	4,33	0,98	5,00	4,31	0,99	5,00	4,30	0,97	5,00	4,31	0,97	5,00
	46 yaş ve üzeri ⁵	4,33	0,89	4,50	4,38	0,90	4,60	4,36	0,88	4,50	4,36	0,89	4,50	4,36	0,91	4,60
	H-testi	16,204			16,968			20,106			15,346			17,117		
	p	0,003*			0,002*			0,000*			0,004*			0,002*		
	PostHoc	3,5>1			3,5>1			3,5>1			3,5>1			3,5>1		
Eğitim	Ortaokul ve altı ¹	4,20	0,86	4,13	4,23	0,92	4,40	4,27	0,89	4,50	4,26	0,88	4,50	4,29	0,90	4,50
	Lise ²	4,32	0,95	4,88	4,35	0,95	5,00	4,33	0,95	4,75	4,32	0,95	4,88	4,31	0,96	4,60
	Lisans ³	4,16	1,03	4,25	4,23	1,00	4,50	4,20	0,99	4,25	4,21	0,99	4,25	4,19	1,00	4,20
	Lisansüstü ⁴	3,86	1,13	4,00	3,90	1,10	4,00	3,80	1,12	4,00	3,91	1,08	4,00	3,89	1,08	4,00
	H-testi	7,618			9,094			9,381			6,118			9,206		
	p	0,055			0,028*			0,025*			0,106			0,027*		
	PostHoc	-			2>4			2>4			-			2>4		
İşletmedeki Görev	İş sahibi/Ortağı	4,26	0,97	4,50	4,34	0,95	5,00	4,31	0,96	4,75	4,32	0,94	4,75	4,32	0,96	4,80
	Yönetici	4,06	1,05	4,00	4,08	1,04	4,00	4,06	1,00	4,00	4,08	1,02	4,00	4,06	1,02	4,00
	U-testi	-2,309			-3,372			-3,314			-2,982			-3,231		
	p	0,021*			0,001*			0,001*			0,003*			0,001*		
İşletmedeki Görev Süresi	1 yıl altı ¹	3,78	1,14	4,00	3,90	1,04	4,00	3,94	1,02	4,00	3,90	1,09	4,00	3,93	1,09	4,00
	1-5 yıl arası ²	4,15	1,02	4,00	4,21	0,99	4,00	4,18	0,97	4,00	4,19	0,99	4,25	4,18	0,97	4,00
	6-10 yıl arası ³	4,23	0,95	4,25	4,23	0,97	4,40	4,20	0,97	4,50	4,24	0,96	4,50	4,20	0,99	4,30
	10-15 yıl arası ⁴	4,40	0,89	5,00	4,48	0,84	5,00	4,43	0,88	5,00	4,45	0,81	5,00	4,44	0,84	5,00
	15-20 yıl arası ⁵	3,94	1,12	4,00	3,99	1,19	4,00	3,99	1,16	4,00	3,97	1,14	4,00	3,98	1,17	4,00
	21 yıl ve üzeri ⁶	4,19	1,09	4,50	4,22	1,07	4,60	4,19	1,06	4,25	4,20	1,07	4,50	4,19	1,09	4,40
	H-testi	14,170			14,479			12,231			10,882			10,756		
	p	0,015*			0,013*			0,032*			0,054			0,056		
PostHoc	4>1			4>1			4>1			-			-			
Çalışılan Muhasebeci Sayısı	1 muhasebe mensubu ¹	4,41	0,82	5,00	4,46	0,80	5,00	4,45	0,80	5,00	4,45	0,79	5,00	4,45	0,80	5,00
	2 muhasebe mensubu ²	4,31	0,80	4,25	4,34	0,76	4,40	4,31	0,81	4,50	4,33	0,77	4,25	4,33	0,80	4,40
	3 muhasebe mensubu ³	3,66	1,18	4,00	3,82	1,19	4,00	3,74	1,13	4,00	3,73	1,18	4,00	3,74	1,15	4,00

	4 ve üzeri muhasebe mensubu ⁴	3,02	1,45	3,00	3,03	1,44	3,00	3,01	1,33	3,00	3,05	1,35	3,00	2,96	1,33	2,60
	H-testi	44,514			43,447			55,109			50,218			54,688		
	p	0,000*			0,000*			0,000*			0,000*			0,000*		
	PostHoc	1>4			1>4			1>4			1>4			1>4		
Şuandaki Çalışma Süresi	1 yıl altı ¹	3,41	1,32	4,00	3,49	1,28	4,00	3,48	1,25	4,00	3,51	1,30	4,00	3,50	1,31	4,00
	1-3 yıl arası ²	4,04	1,02	4,00	4,08	1,01	4,00	4,01	1,03	4,00	4,05	0,98	4,00	4,02	1,02	4,00
	4-7 yıl arası ³	4,29	0,95	4,50	4,34	0,95	4,70	4,32	0,91	4,63	4,33	0,94	4,63	4,34	0,90	4,60
	8-10 yıl arası ⁴	4,49	0,76	5,00	4,57	0,70	5,00	4,55	0,72	5,00	4,55	0,71	5,00	4,53	0,74	5,00
	11 yıl ve üzeri ⁵	4,32	0,94	5,00	4,38	0,90	5,00	4,40	0,89	4,75	4,37	0,89	5,00	4,37	0,90	4,80
	H-testi	28,635			32,785			35,941			29,378			30,354		
	p	0,000*			0,000*			0,000*			0,000*			0,000*		
PostHoc	3,4,5>1			3,4,5>1			3,4,5>1			3,4,5>1			3,4,5>1			
Faaliyet Alanı	Hizmet ¹	4,02	1,10	4,00	4,09	1,06	4,00	4,07	1,04	4,00	4,07	1,06	4,13	4,05	1,06	4,00
	Ticaret ²	4,35	0,86	4,50	4,36	0,89	4,60	4,35	0,88	4,50	4,38	0,86	4,75	4,37	0,88	4,60
	Üretim ³	4,27	0,97	4,38	4,36	0,96	5,00	4,29	0,98	4,50	4,31	0,93	4,63	4,30	0,94	4,60
	H-testi	9,522			8,079			7,544			8,127			10,567		
	p	0,009*			0,018*			0,023*			0,017*			0,005*		
	PostHoc	2,3>1			2,3>1			2,3>1			2,3>1			2,3>1		
İşletme Türü	Şahıs İşletmesi ¹	4,08	1,07	4,00	4,14	1,06	4,20	4,11	1,04	4,00	4,12	1,05	4,00	4,09	1,07	4,20
	Limited Şirket ²	4,29	0,92	4,50	4,32	0,91	4,60	4,28	0,93	4,50	4,31	0,89	4,50	4,30	0,92	4,50
	Anonim Şirket ³	4,27	1,00	5,00	4,34	0,96	5,00	4,32	0,94	5,00	4,32	0,96	5,00	4,31	0,96	5,00
	Diğer ³	3,78	0,92	4,00	3,81	0,94	4,00	3,90	1,00	4,25	3,96	0,84	4,25	4,02	0,83	4,20
	H-testi	10,908			11,530			7,163			7,423			7,571		
	p	0,012*			0,009*			0,067			0,060			0,056		
PostHoc	2,3>1,4			2,3>1,4			-			-			-			
İşletme Faaliyet Süresi	5 yıl ve altı	4,20	0,85	4,00	4,28	0,85	4,10	4,23	0,85	4,00	4,26	0,85	4,00	4,22	0,89	4,20
	6-10 yıl arası	4,09	1,07	4,00	4,11	1,08	4,20	4,09	1,05	4,00	4,12	1,06	4,25	4,08	1,08	4,00
	11-15 yıl arası	4,32	1,04	5,00	4,38	0,99	5,00	4,35	1,00	5,00	4,38	0,94	5,00	4,37	0,94	5,00
	16-20 yıl arası	4,13	1,04	4,00	4,15	1,04	4,00	4,15	1,04	4,00	4,13	1,04	4,00	4,17	1,04	4,10
	21 yıl ve üzeri	4,13	1,06	4,25	4,20	1,00	4,50	4,20	0,99	4,50	4,17	1,01	4,25	4,18	1,02	4,40
	H-testi	6,253			6,574			6,556			6,240			6,457		
	p	0,181			0,160			0,161			0,182			0,168		

*p<0,05 U-testi: Mann Whitney U testi H-testi: Kruskal Wallis H testi \bar{x} : ortalama SS: standart sapma M: medyan

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

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

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

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

Katılımcıların işletmedeki görev sürelerine göre SERVQUAL Ölçeği Algı Bölümü Maddi Değerler, Güvenilirlik ve Heveslilik alt boyut puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0,05$). Farkın hangi gruptan kaynaklandığını tespit etmek için yapılan ikili karşılaştırma testi sonucunda; işletmedeki görev süresi 10-15 yıl arası olan katılımcıların SERVQUAL Ölçeği Algı Bölümü Maddi Değerler, Güvenilirlik ve Heveslilik alt boyut puanlarının işletmedeki görev süresi 1 yıl altı olan katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

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

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

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

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

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

	B	P
30 yaş ve altı		1,000
31-35 yaş	-3,002	1,000
36-40 yaş	-13,094	0,999
41-45 yaş	-20,085	0,997
46 yaş ve üzeri	-32,911	0,996
Ortaokul ve altı		1,000
Lise	-18,331	0,999
Lisans	45,432	0,994
Lisansüstü	-6,224	0,999
1 yıl altı		1,000
1-5 yıl arası	-25,482	0,999
6-10 yıl arası	-40,579	0,998
10-15 yıl arası	-40,775	0,998
15-20 yıl arası	-57,143	0,997
21 yıl ve üzeri	-77,608	0,996
1 muhasebe mensubu		1,000
2 muhasebe mensubu	62,873	0,993
3 muhasebe mensubu	40,826	0,996
4 ve üzeri muhasebe mensubu	19,470	0,998
1 yıl altı		1,000

1-3 yıl arası	-89,158	0,991
4-7 yıl arası	-65,418	0,990
8-10 yıl arası	-8,057	0,999
11 yıl ve üzeri	15,679	0,999
Hizmet		1,000
Ticaret	20,360	0,996
Üretim	42,467	0,992
Şahıs İşletmesi		1,000
Limited Şirket	-24,600	0,998
Anonim Şirket	-5,027	1,000
Diğer	-4,824	1,000
5 yıl ve altı		1,000
6-10 yıl arası	-2,936	1,000
11-15 yıl arası	3,526	1,000
16-20 yıl arası	-10,745	0,999
21 yıl ve üzeri	-21,869	0,998
Cox-Snell R ² =0,259 Nagelkerke R ² = 1,000 Hosmer-Lemeshow = 1,000		

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

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

	B	P
Maddi Değerler (Beklenti)	0,632	0,945
Güvenilirlik (Beklenti)	-4,643	0,627
Heveslilik (Beklenti)	3,766	0,781
Güven (Beklenti)	7,654	0,445
Empati (Beklenti)	-10,605	0,509
Maddi Değerler (Algı)	2,969	0,368
Güvenilirlik (Algı)	1,747	0,850
Heveslilik (Algı)	8,514	0,504
Güvence (Algı)	-11,664	0,256
Empati (Algı)	4,387	0,562
Cox-Snell R ² =0,259 Nagelkerke R ² = 1,000 Hosmer-Lemeshow = 1,000		

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

4. Sonuç

İşletmeler son dönemlerde küreselleşmenin etkisinde kalarak, hızlı gelişen bilgi teknolojileri ve sürekli güncellenen vergi kanunları çerçevesinde kendilerini yenilemeleri, kamu kurumları ve kanunlar karşısında temsil edilmeleri, faaliyetlerinin

kayıt altına alınması ihtiyaçları sebebiyle serbest muhasebeci mali müşavirlerin günümüz ticaret ve sosyal hayatında önemli bir yere sahip olduğu bilinmektedir. Bu nedenle, serbest muhasebeci mali müşavirlerin sundukları hizmet kalitesinin derecesi önem arz etmektedir.

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

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

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

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

Katılımcıların cinsiyetlerine göre hizmet kalitesi alt boyutları arasında erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre Güvenilirlik, Heveslilik ve Güven alt boyutlarında daha yüksek puan aldığı görülmüştür. Buna karşın Atılğan (2019) tarafından yapılan çalışmada kadınların hizmet kalitesi alt boyutlarına göre erkeklerden daha fazla hizmet kalitesi algısına sahip oldukları görülmektedir.

Katılımcıların yaşlarına göre SERVQUAL Ölçeği Algı Bölümü sonuçlarına bakıldığında; yaşları 36-40 yaş ve 46 yaş ve üzeri olan katılımcıların 30 yaş ve altı olan katılımcılara göre SERVQUAL Ölçeği Algı Bölümü Maddi Değerler, Güvenilirlik,

Heveslilik, Güven ve Empati alt boyut puanlarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu sonuç Kazan (2014) tarafından yapılan çalışmayla benzerlik göstermektedir. Çalışmada 49-sonrası yaş aralığında bulunan katılımcılar 44-48 ve 34-38 yaş aralığındaki katılımcılara göre güven ve empati alt boyutlarını daha yüksek algılamaktadırlar.

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

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

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

Katılımcıların işletme türlerine bakıldığında; işletme türü limited şirket ve anonim şirket olan katılımcıların SERVQUAL Ölçeği Beklenti Bölümü Maddi Değerler, Güvenilirlik, Heveslilik, Güven ve Empati alt boyut puanlarının işletme türü şahıs işletmesi ve diğer olan katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Atılgan (2019) tarafından yapılan çalışmada Anonim şirketi temsil eden katılımcıların Güven ve Güvenilirlik algı puanlarının Kollektif şirket temsilcilerine göre yüksek olduğu görülmüştür.

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

Mevcut çalışma Malatya ve Elazığ illerinde faaliyet gösteren işletmelerin iş ortağı/sahibi veya yöneticileri ile sınırlı olmak üzere yürütülmüştür. Muhasebe meslek mensuplarının sunmuş oldukları hizmet kalitesi anlamında daha genel sonuçlara

ulaşabilmek için ülke genelinde daha büyük örnekleme sahip çalışmalar yapılması önem taşımaktadır.

Katkı Oranı ve Çıkar Çatışması Beyanı

Çalışmanın tüm aşamaları yazar(lar) tarafından tasarlanmış ve eşit oranda katkı sunulmuştur. Makalede, herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Etik Beyanı ve Finansal Destek

Makalede, akademik ve bilimsel etik kurallarına uyulmuştur. Araştırmanın etik kurul izni 06.05.2021 tarihinde İnönü Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'ndan 9 numaralı oturum sayısı ve 2 no'lu karar ile alınmıştır. Makalede herhangi bir finansal kaynaktan yararlanılmamıştır.

Kaynaklar

- Adil, M., Al Ghaswyneh, O. F. M., & Albkour, A. M. (2013). SERVQUAL and SERVPERF: A review of measures in services marketing research. *Global Journal of Management and Business Research*, 13(E6), 65-76.
- Akyol, F. (2013). *Otel işletmelerinde hizmet kalitesi: Kırşehir ilinde bir araştırma*, (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Nevşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Atılğan, M.E. (2019). *Muhasebe meslek mensuplarında hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetine etkisi: Tokat ili örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Banar, K., & Ekerkil, V. (2010). Muhasebe meslek mensuplarının hizmet kalitesi: sunulan hizmetlerin kalitesi ile müşteri memnuniyeti ilişkisi. *Anadolu University Journal of Social Sciences*, 10(1), 39-60.
- Büyüköztürk, Ş. (2018). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. Pegem Atıf İndeksi, 1-214.
- Kazan, M. (2014). *Muhasebe meslek mensuplarının mükellef sayıları ile hizmet kaliteleri arasındaki ilişkinin ölçümü; Kahramanmaraş ili örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Meriç, S. (2018). *Serbest Muhasebeci Mali Müşavir Mükelleflerinin Kalite Algısı: Kars İlinde Bir Uygulama*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kafkas Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ozer, G., Merter, A. K. & Cati, M. F. (2019). Mükelleflerin, muhasebe meslek mensuplarından aldıkları hizmetlere ilişkin memnuniyet ölçümlemesi; kalite ve beklentilerine yönelik bir çalışma. *PressAcademia Procedia*, 9 (1), 175-179.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perc. *Journal Of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, & Leonard L.L. Berry (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research, *Journal of Marketing*, 49 (October), 41-50.
- Saxby, C. L., Ehlen, C. R., and Koski, T. R. (2004). Service quality in accounting firms: the relationship of service quality to client satisfaction and firm/client conflict. *Journal of Business ve Economics Research*, 2(11). 75-86.
- Sulaiman, N. A., & Zakaria, Z. (2009). Measuring and meeting service quality in professional accounting services. *Journal of Accounting Perspectives*, 2.
- Tavşancıl, E. (2005). *Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Teğin, S. (2015). *Muhasebe meslek mensuplarının vermiş oldukları hizmet kalitesi: Siirt'te bir uygulama*, Yüzcüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ural, A. & Kılıç, G. (2006). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi* (2. baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.

- Ustaahmetoğlu, E, Aygün, D & Savcı, M. (2013). Muhasebe bürolarında sunulan hizmetin kalitesinin müşteriler tarafından değerlendirilmesine yönelik bir uygulama. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 9 (18) , 239-254.
- Zengin, E., & Erdal, A.,(2000). Hizmet sektöründe toplam kalite yönetimi, *Journal of Qafqaz University*, 3(1): 43-56.