

PAPER DETAILS

TITLE: MUHASEBE MESLEK MENSUBU VE MÜSTERİ İŞLETME ANLAŞMALARINDA GÖZ
ÖNÜNDE TUTULAN UNSURLAR VE ANKARA İLİ MESLEK MENSUPLARI ÜZERİNE BİR
ÇALIŞMA

AUTHORS: Ayse Nilgün ERTUGRUL

PAGES: 37-53

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1359205>



MUHASEBE MESLEK MENSUBU VE MÜŞTERİ İŞLETME ANLAŞMALARINDA GÖZ ÖNÜNDE TUTULAN UNSURLAR VE ANKARA İLİ MESLEK MENSUPLARI ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA

Ayşe Nilgün Ertuğrul¹

ÖZ

Muhasebecilik mesleği, 3568 Sayılı "Serbest Muhasebecilik, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu" ile Türkiye’de mevzuata bağlanarak düzenlenmiştir. Herhangi bir iş türü olmaktan çıkarak nitelikli meslek haline gelen muhasebecilik işletmeler ve kamuoyu gözünde de böylece itibar kazanmıştır. Muhasebe mesleği bir serbest meslek olarak, işletmelere hizmet sunmaktadır. Bu sebeple, muhasebe hizmeti alımında ve verilmesinde dikkat edilmesi gereken konular vardır. Bu çalışmanın amacı, muhasebe meslek mensuplarının müşteri işletme ile anlaşmalarında, karşılıklı olarak göz önünde tuttukları olguların araştırılmasıdır. Bu amaçla, Ankara İli’nde faaliyet gösteren 200 muhasebe meslek mensubuna anket yöntemi ile ve likert ölçeği kullanılarak sorular sorulmuştur. 184 kişiden geri dönüş sağlanmıştır. Bu noktada özellikle, etik kavramını odak alan farklı sorular yöneltilmiştir. Katılımcılara yöneltilen sorulardan bir kısmı işletmelerin muhasebeci seçimine yönelik bakışları ile ilgili, bir kısmı da muhasebecilerin çalışacakları işletmeyi seçmelerine yönelik bakışları ile ilgilidir. Analiz programı olarak SPSS 18 kullanılmıştır. Analiz yöntemleri, frekans, korelasyon ve ANOVA yöntemleridir. Sonuç olarak: Muhasebeci bakışları ile işletme bakışları ile ilgili sorular arasında anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Katılımcıların çalıştıkları işletme sayısı ve mesleki tecrübelerinin muhasebeci ve işletme seçimine etkileri de anlamlı olarak test edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Muhasebe, işletme, muhasebeci, mesleki etik

JEL Kod: M40, M41

Elements Taken Into Consideration In The Agreements Between Accounting Proficiency And Customer Enterprises And A Study On Accounting Proficiency In Ankara

ABSTRACT

Accountancy, through having been consolidated to laws of Public Practice Accounting, Financial Consultancy and Certified Public Accountants as issued by Article 3568, has been regulated. Through this way, accountancy, rather than being a humble job, has gained great significance both in the eye of public and of institutions. Accountancy, as an independent business, provides service for companies. That's why there are issues to consider when giving and receiving such services. The aim of this study is the examination of the events in agreements between accounting proficiency and customer enterprises. With this aim, 184 accounting proficiencies active in business in Ankara are investigated with surveys and Likert Scale. At this point, questions focusing on the concept of ethics are asked. Some of the questions directed to the participants are about their perception on choosing the accountant and the others are about of the accountant’s view regarding their choices of an Enterprise. SPSS 18 is used as the analysis program. The analysis methods are frequency, correlation, and ANOVA. As a result, meaningful relations are found between the questions regarding the perception of accountant and the perception of an enterprise. The effects of the number of the enterprise the accountants are working for and their professional experience are tested to be meaningful.

Key Words: Accounting, Business, Accountant, Professional ethics

JEL Kod: M40, M41

¹ Yrd.Doç.Dr.,Ufuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü, Ankara, anertugrul@gmail.com

1. GİRİŞ

İşletmeler, yalnızca vergi ödemek için değil aynı zamanda birkaç önemli nedenden dolayı da muhasebe bilgisine ihtiyaç duyarlar. Bu nedenler arasında, yönetimin performansını görmesi, işletmenin geleceği ve sürekliliği ile ilgili tahmin ve hesaplamalar yapabilme, gerekli maliyet/fayda analizlerini yapabilme, yatırımcıların bilgi ihtiyacının karşılanması, müşteri ve tedarikçilerin işletmenin finansal durum ve performansı hakkında ihtiyaç duydukları bilgilerin sağlanması sayılabilir. Bu noktada, muhasebe işlemlerinin kayıt ve takibini kimin nasıl yaptığı önem arz edecektir. Diğer bir deyişle, ön muhasebe kayıtlarını tutan eleman ile kayıtların takip denetim ve hesaplamalarını yapan muhasebe meslek mensubu her yönden dikkate alınmalıdır.

İşletmeler, muhasebeci seçiminde niteliksel ve niceliksel konularda dikkatli olmak zorundadır. Bir serbest muhasebeci mali müşavir (SMMM), işletmeye vergi konularında destek verirken, aynı zamanda işletmenin sürdürülebilirliği, finansal açıdan sektördeki konumu, güncel muhasebe mevzuatı konularında da bilgi verebilmelidir. Diğer taraftan SMMM hem kendisini hem işletmeyi riske atmayacak nitelikte olmalı ve bu doğrultuda etik olmayan davranışlardan kaçınmalıdır.

Muhasebe etiğindeki yanlışlar yatırımcılara milyarlarca dolara mal olabilmektedir. Meslek etiği, mesleki alanda yapılan faaliyetlerde doğru ve yanlış ayrımını ortaya koyar. (Selimoğlu, 2001:5) Diğer bir deyişle, meslek etiği, muhasebe meslek mensuplarının mesleğini yapış şeklini ahlaksal normlara göre belirler. Gerek işletmelerin gerek muhasebecilerin iş anlaşması yapmasında etik kriterleri göz önünde bulundurması önemlidir. Muhasebecilik mesleği ve yüksek muhasebe eğitiminde; etik düşüncenin geliştirilmesi ve muhasebecilerin davranışları, anahtar bir rol oynamaktadır.(Sorensen ve Diğerleri,2017:s.175) Geçmişte yaşanan muhasebeci odaklı skandallar ve krizler tekrarına gerek kalmayacak kadar bilinmektedir. Bu tür krizlerde hem tazmin edilmesi mümkün olmayacak maddi sonuçlar hem de cezai yaptırımlarla karşılaşmaktadır. Böyle bir durum hiç bir işletme karşılaşmak istemez ki öyleyse mesleki etik davranış kuralları hem muhasebeciyi hem de müşteri işletmeyi yakından bağlar. Bir muhasebe kuruluşu ya da serbest muhasebeci mali müşavirin şöhreti belki bu noktada önem kazanır. Ancak piyasanın hâkimi olduğu düşüncesiyle önemli nam salmış bir muhasebe kuruluşu ya da kişisi, buna güvenerek etik ilkelerden uzaklaşma yolunu da seçebilir. Elbette muhasebeci seçilirken, işletmeler, kendilerine bu anlaşmanın neye mal olacağını da önemseyeceklerdir.

Müşterinin ve işletmenin olduğu bir ortamda, pazarlama faaliyetlerinin olduğu kaçınılmaz bir gerçektir. Pazarlama, literatürde, üretilen ürünlerin ya da yerine getirilen hizmetlerin müşteriye ulaşması yolunda yapılan faaliyetler olarak ifade edilmektedir. Muhasebe meslek mensubu, bu anlamda müşteriye hizmet sunmakta ve bu hizmeti başından sonuna kadar kendi şöhreti, maddi kazancı ve toplum çıkarları açısından takip etmelidir. Diğer bir deyişle, nitelikli bir hizmet pazarlaması gerçekleştirilmelidir.

Diğer yandan işletmelerin de mahremleri olan finansal nitelikli işlem birimleri ile kayıt ve raporlama bilgi ve belgelerini işlemlerin başından sonuna kadar açacakları kişilerin güvenilir, nitelikli, bilgili ve etik ilkelere uygun hareket eden kişiler olmaları gerekir. Muhasebe meslek mensubu olmak için bireyler, uzun süren bir eğitim sürecinden geçilerek belirli sınavlara tabi tutulmaktadırlar. Bu sınavlar mesleki ve mesleğe destek yan bilgilerin ölçülmesi

yoluyla yerine getirilmektedir. Meslek mensubunun etik niteliklere haiz olup olmadıklarını ölçen bir sınav ya da deneme yolu bulunmamakla birlikte, muhasebe meslek mensubunun söz konusu niteliklere haiz olduğu öngörü ile kabul edilir. Uzun süreçleri geçerek, mesleğe ulaşan muhasebecinin, cezai ve idari yaptırımlara maruz kalmaktan ve mesleğini bir daha yapamamaktan çekinmesi beklenecektir.

2. MUHASEBE MESLEK MENSUBU OLMA KAVRAMI

Muhasebe meslek mensubu olmak diğer mesleklere göre uzun bir sürece tâbidir. Bu yüzden ki, bu mesleği seçmek etik değerlere bağlılık, sabırlı ve uyumlu olma, duyarlı olma, çalışmayı sevmek gibi bazı özelliklere sahip olmayı gerektirmektedir. Diğer taraftan da bu mesleği seçerek, söz konusu hasletler kişide zaman içinde ortaya çıkabilir. Elbette kişisel özelliklerin yanı sıra muhasebecilik mesleği ve meslek mensubu olma, meslek kanununa, diğer kanunlara ve bazı standart, yönetmelik ve tebliğlere bağlı kılınmıştır.

Muhasebe mesleği dünya çapında uzun bir geçmişe dayanmaktadır. Ülkemizde de ticaret ile birlikte muhasebe doğmuş, finansal hesap yapan kişiler ortaya çıkmıştır. Ancak muhasebe mesleği Türkiye’de 3568 Sayılı “Serbest Muhasebecilik, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu” ile 13.6.1989’dan itibaren meslek kanunları arasında yer almaya başlamıştır. Bu Kanun, muhasebe meslek mensubu olmanın ne anlama geldiğini, meslek unvanının kullanımını, muhasebe meslek mensubu olma şartlarını da içeren süreci, tasdik sorumluluğunu, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odalarına dair çerçeveyi, muhasebe odaları birliklerinin çevresini ve niteliklerini, içermektedir.

Muhasebe meslek mensuplarının uyması gereken kurallar ve taşıması gereken özellikler TÜRMOB tarafından sayılmıştır. Bunlar: *“meslek unvanı ile yeterlilik ilkesi, dürüstlük, güvenilirlik ve tarafsızlık ilkesi, sır saklama, sorumluluk, hukuki sorumluluk, bağımsızlık, büro edinme zorunluluğu, haksız rekabet yapmama, tabela asma zorunluluğu, bildirim mecburiyeti, ticari faaliyette bulunamama, hizmet akdi ile çalışmama, reklam yasağı, meslek mensubu müşteri adına para alıp, 3. kişilere ödeme yapamaması, meslek mensuplarının kaşe kullanma zorunluluğu, iş kabulü hakkı, sözleşme yapılması, ücretin belirlenmesi, sözleşmenin feshi hakkı, defter ve belgelerin saklanması ve iadesi yükümlülüğüdür”*. Ayrıca bazı hallerde, meslek mensubu çalışanlar listesinden silinebilir. TÜRMOB’un yayımladığına göre, meslek onuruyla bağdaşmayan işler, *“Yanında çalıştırdığı kişilere karşı uygunsuz davranışlarda bulunmak, Aşırı içki ve kumar düşkünlüğü ile tanınmak, Meslektaşlarına, müşterilerine ve kanunlara göre bilgi vermek zorunda olduğu kişi ve kuruluşlara bilgi vermemek veya kasten yanıltıcı bilgi vermek, Kanunlara göre yapılması yasak olan işlerden herhangi birini yapmak”* olarak sayılmaktadır. Meslekle bağdaşan işler ise, *“bilirkişilik, tasfiye memurluğu, hayri ve ilmi kuruluşların yönetim kurulu üyeliği görevlerinde bulunmak, Limited ve anonim şirketlerde ortak, komandit şirketlerde komanditer ortak olmak veya murakıplık yapmak, Meslek mensuplarının, üyesi oldukları ve kurumlar vergisinden muaf olan yapı, kalkınma ve tüketim kooperatifleri ve yardım sandıklarının yönetim ve denetim kurulları üyelikleri görevlerinde bulunmak Kadrolu olarak çalışmamak şartıyla öğretim ve eğitim amacı ile ders vermek, Devamlılık arz etmemek kaydı ile gazete ve dergilerde yazı ve makale yazmak, Seminer ve konferanslara katılmak.”* olarak sayılmaktadır. (www.turmob.org.tr , 05.04.2017)

3. MUHASEBECİ VE İŞLETMENİN İŞ ANLAŞMASI YAPARKEN DİKKAT ETTİKLERİ UNSURLAR

Muhasebeci, çalıştığı işletmeyi belirlerken kendi mesleki itibarını göz önünde bulundurmalıdır. Elbette mesleki itibarın yanı sıra hileli işlem yapmanın yaptırımlarından kaçınmak da muhasebecinin öncelikleri arasında olmalıdır. Elbette, kendisi de serbest meslek mensubu olan muhasebeci (ve/veya mali müşavir) kazanç koşullarını da göz ardı edemez.

Diğer taraftan muhasebecinin güncel mevzuata hâkim olması çok önemlidir. Özellikle son dönemde pek çok işletmeyi kapsayan ve yakında KOBİ'ler de dâhil tüm işletmeleri ilgilendirecek olan Türkiye Muhasebe Standartları konusundaki bilgilerinin olması gerekliliği açıktır.

Muhasebeciler çeşitli sayı, büyüklük ve nitelikteki işletmelerle iş anlaşması yapabilmektedirler. Elbette ki, muhasebelerini tutarken ve finansal danışmanlık hizmetlerini verirken muhasebeci, büyük ve/veya özellikli bir işletmeye daha fazla gayret sarf edecektir; işini yaparken daha dikkatli olması gerekecektir. İşletmenin büyük olması daha karmaşık işlemlerin daha çok belgenin ve daha çok etkileşimin olduğu anlamına gelir.

Muhasebeci işlerini yaparken, doğru sonuçlara ulaşabilmek ve yeterli gerekli desteği verebilmek için müşteri işletmeyle ilgili, tıpkı bir avukat ya da hukuksal danışman gibi, her türlü bilgiye sahip olabilmeli ve tüm finansal nitelikli belgelere ulaşabilmelidir. Zira muhasebecinin müşteri işletmeye olan sorumluluğu kadar, devlete, hukuka ve tüm topluma karşı da sorumluluğu vardır.

İşletmenin parasal mahremini bilen kişiler olan muhasebecilerin elinde bulundurduğu bilgiler ve belgeler, işletmeler için son derece önemlidir. Dolayısıyla, işletmeler için seçtikleri muhasebeci ya da muhasebe firmasının güvenilirliğinin yüksek olması gereklidir. Ancak işletmelerin beklentilerinin muhasebecinin gerçeği yansıtması mı yoksa az vergi ödetmesi midir konusu toplumda sıkça tartışılan bir konudur. Kanuni açıdan riskli bir işletme, kendisiyle beraber muhasebecisini de büyük risk altına sokacaktır. Nitekim, tüm parasal izlemeler ve kayıtsal onaylar meslek mensubuna devredilmiştir.

İşletmelerin muhasebecilik mesleğine bakış açıları, yani önemli görüp görmemeleri de seçimlerinde önem arz edebilir. Yalnızca, bireysel değerlendirme değil, mesleğin geneline olan yaygın görüşün de önemi göz ardı edilmemelidir.

4. LİTERATÜR TARAMASI

Muhasebeci seçiminde ve muhasebe meslek mensuplarının çalışacakları işletmeleri seçmelerinde etik konuların ne kadar ön planda olduğunu anlamak bakımından, bu alanda yapılmış çalışmalara bir göz atmakta fayda vardır.

1997 yılında Thompson, iyi muhasebeci seçiminde gerekli olan on faktör çalışmasında; bu faktörleri, yetenek, güvenilirlik, mesleki bilgi, itibar, kolaylıkla görüşülebilir olma, uyumluluk, güncellik, maliyet, hukukilik olarak belirlemiştir.

2003 yılında Auditing and Accountability Journal'da yayımlanan bir makalede, 1994 yılı Lee Parker tarafından muhasebeci etiği üzerine geliştirilen "Profesyonel muhasebeci etiğinin

kişisel çıkar gücü modeliyle tanımlanması” na bir eleştiri olarak İrlanda Yeminli Muhasebeciler Kurumu’nda 1994-2001 arasında bir dönem için modelin gelişimi incelenmiştir. (Canning, Mary And Brendan O'dwyer,2003)

2016 yılında Hireche ve Garmilis tarafından yapılan “Muhasebe Meslek Mensuplarının Etik Yargıları ve Kurumsal Disiplin Bağlamı: Fransa ve Birleşik Devletler Kıyaslaması” adlı çalışmada, algılanan resmiyet ve asıl yaptırımlar arasındaki ilişkiye bakılmış ve aynı zamanda Fransa ve ABD’de cinsiyetin ve firma büyüklüğünün etik yargıya olan etkisi araştırılmıştır.

Muhasebe etiğinin Adam Smith’in ahlak felsefesine dayalı olarak incelendiği bir başka çalışmada, etkin bir muhasebe etik eğitimi için, Adam Smith’in ahlak anlayışına dayalı bir çerçeve oluşturularak katkıda bulunmak amaçlanmıştır. Bunun için hipotezler, “1. Ahlaki karar almada, kişisel çıkar faktörlerine göre anlamlı bir azalış yoktur. 2. Ahlaki karar almada, geleneksellik sonrası faktörlere göre anlamlı bir artış yoktur” şeklinde belirlenmiştir. (Sorensen ve diğerleri,2017)

Türkiye’de yapılan çalışmalar, muhasebe meslek mensuplarının görüşlerine ya da profesyonel muhasebecilerle direkt temas halinde olması gereken işletmelerle yapılan görüşme, anket vb. uygulamalar üzerine odaklanmıştır.

2005 yılında “Muhasebe Meslek Mensuplarının Meslek Etiğine Yaklaşımları ve Balıkesir İl Merkezinde Bir Uygulama” isimli makaleye göre, Balıkesir ili meslek mensuplarının yarısından fazlası etik kuralları benimserken büyük bölümün ise etik kuralları göz ardı ettiği sonucuna varılmıştır.(Aymankuy ve Sarioğlu, 2005)

Sivas ilinde, 2010 yılında, muhasebe meslek mensupları üzerinde yapılan bir çalışmada muhasebe meslek mensuplarının neden etik dışı davranabileceğine dair tespit edilen faktörler, bireysel ahlak, etik eğitimin yetersizliği ve daha çok para kazanma isteği olmuştur. Etik kurallara uyma nedenleri olarak belirlenen faktörler ise, yine eğitim ve vicdan, ayrıca çevresel baskı ve denetim olarak sıralanmıştır. (Kısakürek ve Alpan, 2010)

2010 yılında, Banar ve Ekergil tarafından Eskişehir ili merkezli yapılan çalışmada, müşteri işletmeler için muhasebecilerden aldıkları hizmet kalitesini belirleyen faktörler olan güvenilirlik, empati ve fiziksel özelliklerin müşteri memnuniyetini olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca, muhasebe meslek mensuplarının muhasebe ve müşterilerinin sektörleri hakkında bilgilerinin yetersiz olduğu ve müşterileri ile iletişim kurmada zayıf oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

2015 yılında Yalçın tarafından, muhasebeci seçiminde işletmeleri etkileyen faktörlerin tespiti için Kütahya ilindeki işletmelerde bir anket çalışması yapılmıştır. Buna göre, ilgili faktörler 318 işletme üzerinden tespit edilmiştir. Bunlar, eğitim, toplumsal konum, kişisel özellikler ve parasal konular olarak belirlenmiş, işletmelerin kişisel özelliklere daha çok önem verdikleri anlaşılmıştır.

Akçi ve Kılınç (2015), Malatya ilindeki işletmelere uyguladıkları anket ile ağızdan ağza iletişim yolunun muhasebecilerini seçimlerine olan etkisini araştırmışlardır. Buna göre, özellikle hizmet sektörü açısından ağızdan ağza iletişimin önemi ortaya konulmuştur.

Yılmaz ve diğerlerinin, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlerin Mesleki Etik Algısı'na ilişkin yapmış oldukları çalışmada, Samsun ili meslek mensuplarının TÜRMOB etik yönetmeliğini nasıl algıladıklarına ilişkin araştırma yapmışlardır. Sonuç olarak, anket katılımcılarının kıdem durumuna göre, dürüstlük, tarafsızlık, gizlilik, mesleki yeterlilik ve özen, v.b. konularında görüşlerinde farklılık bulunmamıştır. Genel etik algılarında ise, yeni meslek mensuplarına oranla, tecrübeli meslek mensuplarının farkındalıklarının daha fazla olduğu bulunmuştur. (Yılmaz ve Diğerleri, 2015)

2016 yılında “Muhasebe Meslek Mensuplarının Türkiye’deki Kazanç Yönetim Uygulamalarına Yönelik Etik Değerlendirmeleri” adlı makalede, Aydın, İzmir ve Malatya illerinde yaptıkları anketin sonucunda; meslek mensuplarının kazanç yönetim uygulamalarını etik bulmadıkları, muhasebe manipülasyonlarını etik bulmadıkları, kâr azaltıcı kazanç yönetim politikalarını daha az etik buldukları sonuçlarına ulaşmışlardır. (Solak, Erdoğan ve Gönen, 2016)

Gül ve Erol’un (2016) muhasebe meslek mensuplarına ilişkin doktora tezine dayalı olarak yaptıkları çalışmada, Marmara Bölgesi Muhasebe Meslek Mensuplarına anket uygulaması yapmış ve uyguladıkları yapısal eşitlik modeli sonucunda, işe bağlılık ve çalışma ahlakının mesleki etik davranışa aynı yönde etki ettiğini belirlemişlerdir.

2017 yılında Muhasebe Meslek Mensuplarının Etik Dışı Davranışlarının Vergi Ahlakına Etkisi isimli çalışmada, (Yücel, 2017), Vergi Dairesi çalışanlarının görüşlerinden yola çıkılarak, anket sonuçları faktör analizi ile ki-kare bağımsızlık analizi ile değerlendirilmiştir. Bütün analizler sonucunda, katılımcıların büyük bölümünün muhasebe meslek mensuplarının vergi ahlakında önemli etkisi olduğu sonucuna varılmıştır. Diğer taraftan muhasebecilerin vergi ahlakını artırmaya yönelik etkinliğinin düşük olduğu sonucuna varılmıştır.

5. UYGULAMA: MUHASEBECİ-İŞLETME ANLAŞMALARINDA GÖZ ÖNÜNDE TUTULAN ETMENLER: ANKARA İLİ’NDE FAALİYET GÖSTEREN MUHASEBE MESLEK MENSUPLARI ÜZERİNE İNCELEME

Bu bölümde, muhasebeci işletme anlaşmalarında önemli olan unsurların etik bağlamda incelenmesine yönelik Ankara’da muhasebe meslek mensuplarına yapılan anket çalışmasının yöntem ve analizi ile yorumlarına yer verilmektedir.

5.1. Amaç

Bu uygulamanın amacı, muhasebe meslek mensuplarının müşteri işletmeyi seçmelerinde ve müşteri işletmelerin çalışacakları muhasebe meslek mensubunu ya da firmasını seçmelerinde dikkat ettikleri unsurların değerlendirilmesidir. Yan amaç olarak ise, muhasebecilerin Türkiye Muhasebe standartları konusundaki bakış açıları ve bilgi düzeyleri anlaşılmak istenmiştir.

5.2. Ölçüm Yöntemi ve Öncül Değerlendirmeler

Anket formu, rastgele seçilmiş olan 200 muhasebe meslek mensubuna dağıtılmış, bunlardan 184 adet geri dönüş sağlanmıştır. Anket formları yüz yüze görüşme yoluyla dağıtılmıştır. Anket formunun değerlendirilmesinde SPSS 18 İstatistik Programı kullanılmıştır.

Demografik sorular dışında, sorulardan 7 tanesi katılımcıların; müşteri işletmelerin muhasebecilerle yaptığı iş anlaşmalarındaki etik algısını ölçen sorulardan oluşmaktadır. Buna göre;

Katılımcıların, işletmelerin muhasebeci seçimine ilişkin algısını ölçen soruların güvenilirliği (Cronbach's Alpha) 0,643 bulunmuştur. Bu kısmı oluşturan ölçek güvenilir bulunmuştur.

Tablo-1: İşletmelerin bakışlarına yönelik soruların güvenilirliği

Güvenilirlik istatistiği	
Cronbach's Alpha	Soru sayısı
,643	7

Sorulardan 9 tanesi muhasebe katılımcıların; çalışacakları müşteri işletmeyi seçerken muhasebe meslek mensuplarının etik yaklaşımlarına ilişkin algılarını ölçen sorulardan oluşmuştur.

Muhasebe meslek mensuplarının kendileriyle ilgili etik algısını ölçen soruların güvenilirliği (Cronbach's Alpha) 0,507 bulunmuştur. Güvenilirlik düzeyi (0,4-0,60) orta derecede çıkmıştır.

Tablo-2: Muhasebecilerin bakışlarına yönelik soruların güvenilirliği

Güvenilirlik istatistiği	
Cronbach's Alpha	Soru sayısı
,507	9

Çalışmada, analiz yöntemi olarak, frekans analizi, Korelasyon analizi, tek yönlü ANOVA(analysis of variance) analizleri kullanılmıştır. Karşılaştırma analizleri için katılımcıların muhasebeciler için etik düşünceleri ile katılımcıların işletmeciler açısından etik düşüncelerinin ortalamaları alınmıştır. Ortalamaların normal dağılıp dağılmadığına bakılmıştır. Skewness ve Kurtosis değerleri -1,5 ile +1,5 değerleri arasındaysa normallik kabul edilmektedir. Buna göre, İşletmelere yönelik katılımcılara sorulan soruların ortalamasının Skewness değeri -0,702 ve Kurtosis değeri -0,042; muhasebecilere ilişkin katılımcılara sorulan soruların ortalamasının Skewness değeri -0,515 ve Kurtosis değeri 0,467 bulunmuştur.² Buna göre, veriler normal dağılmaktadır.

5.3. Frekans Analizi

184 katılımcının mesleki özellikleri sayısal ve oransal olarak şöyledir: Katılımcıların, yüzde 10,9'u 1-5 yıldır, yüzde 18,5'i 6-10 yıldır, yüzde 21,2'si 7-15 yıldır, yüzde 49,5'i 15

² Tabachnick and Fidell, 2013 B.G. Tabachnick, L.S. Fidell Using Multivariate Statistics (sixth ed.)Pearson, Boston (2013)

yıldan fazla yıldır meslek mensubudur. Katılımcıların, yüzde 9,8'i 10'dan az işletme ile, yüzde 15,2'si 10-30 işletme ile, yüzde 28,8'i 30-50 işletme ile, yüzde 46,2'si 50'den fazla işletme ile çalışmaktadır.

184 katılımcıya, işletmelerin muhasebeci seçimindeki bakış açılarının neler olabileceği ve muhasebecilerin müşteri işletmeyi belirlemedeki bakış açılarının neler olabileceğine dair sorular yöneltilmiştir. Bununla ilgili sonuçlar aşağıdaki tabloda verilmektedir.

Tablo-3: İşletmelerin Muhasebeci Seçimine Bakışları Konusunda Katılımcıların Algıları

	1 Kesinlikle Yanlış	2 Yanlış	3 Belki	3 Doğru	5 Kesinlikle Doğru
i1.İşletmeler muhasebecilik mesleğini önemserler	12 (yüzde 6,5)	17 (yüzde 9,2)	32 (yüzde 17,4)	70 (yüzde 38)	53 (yüzde 28,8)
i2.İşletmeler, muhasebe meslek mensuplarını önemserler	8 (yüzde 4,3)	13 (yüzde 7,1)	31 (yüzde 16,8)	82 (yüzde 44,6)	50 (yüzde 27,2)
i3.İşletmelerde muhasebe meslek mensubundan ilk beklenti az vergi ödetmesidir	3 (yüzde 1,6)	8 (yüzde 4,3)	21 (yüzde 11,4)	68 (yüzde 37)	84 (yüzde 45,7)
i4.İşletmelerde muhasebe meslek mensubundan ilk beklenti gerçeği yansıtmasıdır	11 (yüzde 6)	11 (yüzde 6)	26 (yüzde 14,1)	76 (yüzde 41,3)	60 (yüzde 32,6)
i5.İşletmeler tarafından muhasebe meslek mensubunun etik davranması istenir		8 (yüzde 4,3)	29 (yüzde 15,8)	61 (yüzde 33,2)	86 (yüzde 46,7)
i6.İşletmeler tarafından muhasebe meslek mensubu seçimi bilinçli olarak yapılmaktadır.	10 (yüzde 5,4)	12 (yüzde 6,5)	22 (yüzde 12)	67 (yüzde 36,4)	73 (yüzde 39,7)
i7.İşletmeler tarafından muhasebe meslek mensubu seçilirken kişi ya da müşavir kurumun şöhreti ön plandadır	11 (yüzde 6,0)	26 (yüzde 14,1)	42 (yüzde 22,8)	66 (yüzde 35,9)	39 (yüzde 21,2)

Yukarıdaki göre, katılımcıların (yüzde 38)'i İşletmelerin muhasebecilik mesleğini önemsedikleri konusunu doğrulamışlardır. Bu doğrultuda sorulan diğer bir soruda ise, katılımcıların (yüzde 44,6)'sı yine işletmelerin muhasebe meslek mensuplarını önemsedikleri konusunu doğrulamışlardır. İşletmelerde muhasebe meslek mensubundan ilk beklenti az vergi ödetmesidir fikrine katılımcıların (yüzde 45,7)'si kesinlikle katılmışlardır. Katılımcılar, işletmelerde muhasebe meslek mensubundan ilk beklenti gerçeği yansıtmasıdır fikrine ise (yüzde 41,3) oranında katılmışlardır. İşletmeler tarafından muhasebe meslek mensubunun etik davranması istenir fikrine katılımcıların (yüzde 46,7)'si kesinlikle katılmışlardır. İşletmeler tarafından muhasebe meslek mensubu seçimi bilinçli olarak yapılmaktadır fikrine katılımcıların (yüzde 39,7)'si kesinlikle katılmışlardır. İşletmeler tarafından muhasebe meslek mensubu seçilirken kişi ya da müşavir kurumun şöhreti ön plandadır fikrine katılımcıların (yüzde 35,9)'u katılmışlardır.

Tablo-4: Muhasebecilerin Müşteri İşletmeyi Seçmelerine Yönelik Bakışları Konusunda Katılımcıların Algıları

	1 Kesinlikle Yanlış	2 Yanlış	3 Belki	3 Doğru	5 Kesinlikle Doğru
m1.Muhasebe meslek mensubu müşteri işletmeyi bilinçli olarak kabul eder	10 (yüzde 5,4)	9 (yüzde 4,9)	23 (yüzde 12,5)	61 (yüzde 33,2)	81 (yüzde 44,0)
m2.Muhasebe meslek mensubu müşteri işletmeyi maddi (parasal) açıdan kabul eder	5 (yüzde 2,7)	7 (yüzde 3,8)	38 (yüzde 20,7)	75 (yüzde 40,8)	59 (yüzde 32,1)
m3.Muhasebe meslek mensubu müşteri işletmeyi etik açıdan kabul eder	4 (yüzde 2,2)	5 (yüzde 2,7)	30 (yüzde 16,3)	82 (yüzde 44,6)	63 (yüzde 34,2)
m4.Muhasebe meslek mensubu müşteri işletmeyi tanınmış olduğu için kabul eder	29 (yüzde 15,8)	21 (yüzde 11,4)	43 (yüzde 23,4)	72 (yüzde 39,1)	19 (yüzde 10,3)
m5.Riskli bir işletmeyle iş yapmak benim için sorun olmaz	93 (yüzde 50,5)	31 (yüzde 16,8)	29 (yüzde 15,8)	15 (yüzde 8,2)	16 (yüzde 8,7)
m6.İşletmenin sadece muhasebesiyle ilgilendiğim için iş alanı ile ilgilenmem.	36 (yüzde 19,6)	37 (yüzde 20,1)	24 (yüzde 13,0)	39 (yüzde 21,2)	48 (yüzde 26,1)
m7.Şimdiye kadar hiç riskli bir işletme ile çalışmadım	33 (yüzde 17,9)	40 (yüzde 21,7)	19 (yüzde 10,3)	48 (yüzde 26,1)	44 (yüzde 23,9)
m8.Muhasebe meslek mensubu olmak parasal tatmin sağlar	15 (yüzde 8,2)	11 (yüzde 6,0)	49 (yüzde 26,6)	66 (yüzde 35,9)	43 (yüzde 23,4)
m9.Muhasebe meslek mensubu olmak kariyer tatmini sağlar	8 (yüzde 4,3)	11 (yüzde 6,0)	34 (yüzde 18,5)	75 (yüzde 40,8)	56 (yüzde 30,4)

Yukarıdaki tabloya göre: Muhasebe meslek mensubu müşteri işletmeyi bilinçli olarak kabul eder fikrine katılımcıların (yüzde 44,0)'ü kesinlikle katılmışlardır. Muhasebe meslek mensubu müşteri işletmeyi maddi (parasal) açıdan kabul eder fikrini katılımcıların(yüzde 40,8)'i doğrulamıştır. Muhasebe meslek mensubu müşteri işletmeyi etik açıdan kabul eder fikrini katılımcıların(yüzde 44,6) doğrulamıştır. Muhasebe meslek mensubu müşteri işletmeyi tanınmış olduğu için kabul eder fikrini katılımcıların (yüzde 39,1)'i doğrulamıştır. Riskli bir işletmeyle iş yapmak benim için sorun olmaz fikrini katılımcıların (yüzde 50,5)'i kesinlikle reddetmişlerdir. İşletmenin sadece muhasebesiyle ilgilendiğim için iş alanı ile ilgilenmem diyen katılımcıların oranları birbirine oldukça yakındır. Şimdiye kadar hiç riskli bir işletme ile çalışmadım diyen katılımcıların oranları birbirine oldukça yakındır. Muhasebe meslek mensubu olmak parasal tatmin sağlar fikrini katılımcıların(yüzde 35,9)'u doğrulamıştır. Muhasebe meslek mensubu olmak kariyer tatmini sağlar fikrini katılımcıların(yüzde 40,8)'i doğrulamıştır.

5.4. Korelasyon Testi

Hipotez 1: Katılımcılara göre, işletmelerin muhasebeci seçimine bakışları ile muhasebecilerin müşteri işletmeyi seçme yaklaşımları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 1 için; İşletmelerin çalışacakları muhasebecileri seçmelerindeki etik bakışları konusunda katılımcıların algıları ile, muhasebecilerin çalışacakları işletmeleri seçmedeki etik bakışları konusundaki algıları arasında bir ilişki olup olmadığını ölçmek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır.

Tablo-5: Korelasyonlar (ilişkiler)

		ortalama işletme	ortalama_muhasebeci
ortalama_işletme	Pearson Korelasyon	1	,560**
	Sig. (2-tailed)		,000
	Katılımcı sayısı	184	184
ortalama_muhasebeci	Pearson Korelasyon	,560**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	Katılımcı sayısı	184	184

Yorum: Yukarıdaki analizde korelasyon sonucu Pearson Korelasyon katsayısı ile, “0,560” bulunmuştur. işletmelerin çalışacakları muhasebecileri seçmelerindeki etik bakışları konusunda katılımcıların algıları ile, muhasebecilerin çalışacakları işletmeleri seçmedeki etik bakışları konusundaki algıları arasında orta üstü bir ilişki vardır. Hipotez 1 doğrulanmıştır. Buradan anlaşılmaması gereken katılımcıların (muhasebe meslek mensuplarının) düşüncelerine göre, işletmeler muhasebeci seçerken ve muhasebeciler müşteri işletmeyi seçerken aynı yönlü davranmaktadırlar.

5.5. ANOVA Testi

Hipotez 2: İşletmelerin etik bakışları konusunda katılımcıların algıları ile katılımcıların meslek mensubu olarak tecrübe sürelerine göre anlamlı olarak farklılaşmaktadır.

Hipotez 3: Muhasebecilerin etik bakışları konusunda katılımcıların algıları meslek mensubu olarak tecrübe sürelerine göre anlamlı olarak farklılaşmaktadır.

Hipotez 4: İşletmelerin etik bakışları konusunda katılımcıların algıları, katılımcıların çalıştıkları işletme sayılarına göre anlamlı olarak farklılaşmaktadır.

Hipotez 5: Muhasebecilerin etik bakışları konusunda katılımcıların algıları katılımcıların çalıştıkları işletme sayılarına göre anlamlı olarak farklılaşmaktadır.

ANOVA analizi için hipotezlerin test edilebilmesi için işletmelerin bakış açılarıyla ilgili sorular ile, muhasebecilerin bakışlarıyla ilgili soruların ayrı ayrı ortalamaları alınmıştır.

Hipotez 2 için; İşletmelerin çalışacakları muhasebecileri seçmelerindeki bakışları konusunda katılımcıların algıları ile katılımcıların meslek mensubu olarak tecrübe süreleri arasında anlamlı bir fark olup olmadığını ölçmek amacıyla tek yönlü ANOVA yapılmıştır.

Tablo-6: Varyansların Homojenliği testi

ortalama işletme			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
,830	3	180	,479

Varyansın anlamlılık değeri 0,05 ten büyük (0,479) olduğu için ANOVA testi yapılabilmektedir.

Tablo-7: ANOVA ortalama işletme

	Kareler toplamı	df	Kareler ortalaması	F	Sig. (anlamlılık)
Gruplar arası	4,537	3	1,512	4,456	,005
Grup içi	61,088	180	,339		
Toplam	65,625	183			

Yorum: Yukarıdaki analiz sonucuna göre, $0,005 < 0,05$ ($p < \alpha$) olduğu için katılımcıların, işletmelerin muhasebeci seçimindeki bakış açıları konusundaki algılarının katılımcıların tecrübe sürelerine göre anlamlı olarak farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Diğer bir deyişle tecrübe süreleri yanıtları farklılaştırmıştır.

Hipotez 3 için; Muhasebecilerin çalışacakları işletmeleri seçmedeki bakışları konusundaki algıları ile meslek mensubu olarak tecrübe süreleri arasında anlamlı bir fark olup olmadığını ölçmek amacıyla tek yönlü ANOVA yapılmıştır.

Tablo-8: Varyansların Homojenliği testi

ortalama_muhasebeci			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2,623	3	180	,052

Varyansın anlamlılık değeri 0,05 ten büyük (0,052) olduğu için ANOVA testi yapılabilmektedir.

Tablo- 9: ANOVA ortalama_muhasebeci

	Kareler toplamı	df	Kareler ortalaması	F	Sig. (anlamlılık)
Gruplar arası	4,877	3	1,626	5,979	,001
Grup içi	48,943	180	,272		
Toplam	53,820	183			

Yorum: Yukarıdaki analiz sonucuna göre, $0,001 < 0,05$ ($p < \alpha$) olduğu için katılımcıların, muhasebecilerin müşteri işletme seçimindeki bakış açıları konusundaki

algılarının katılımcıların tecrübe sürelerine göre anlamlı olarak farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Diğer bir deyişle tecrübe süreleri yanıtları farklılaştırmıştır.

Hipotez 4 için; İşletmelerin çalışacakları muhasebecileri seçmelerindeki bakışları konusunda katılımcıların algıları ile katılımcıların çalıştıkları işletme sayıları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığının test edilebilmesi için tek yönlü ANOVA yapılmıştır.

Tablo-10: Varyansların Homojenliği testi

ortalama işletme			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1,261	3	180	,289

Varyansın anlamlılık değeri 0,05 ten büyük (0,289) olduğu için ANOVA testi yapılabilmektedir.

Tablo-11: ANOVA ortalama işletme

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Gruplar arası	5,854	3	1,951	5,876	,001
Grup içi	59,771	180	,332		
Toplam	65,625	183			

Yorum: Yukarıdaki analiz sonucuna göre, $0,001 < 0,05$ ($p < \alpha$) olduğu için işletmelerin çalışacakları muhasebecileri seçmelerindeki bakışları konusunda katılımcıların algıları ile katılımcıların çalıştıkları işletme sayıları arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Diğer bir deyişle çalıştıkları işletme sayısına göre yanıtlar farklılaşmaktadır.

Hipotez 5 için; Muhasebecilerin çalışacakları işletmeleri seçmedeki bakışları konusundaki algıları ile katılımcıların çalıştıkları işletme sayıları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığının test edilebilmesi için tek yönlü ANOVA yapılmıştır.

Tablo 12: Varyansların Homojenliği testi

ortalama_muhasebeci			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2,312	3	180	,078

Varyansın anlamlılık değeri 0,05 ten büyük (0,078) olduğu için ANOVA testi yapılabilmektedir.

Tablo-13: ANOVA ortalama_muhasebeci

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Gruplar arası	1,882	3	,627	2,174	,093
Grup içi	51,938	180	,289		
Toplam	53,820	183			

Yorum: Diğer ANOVA testlerinin aksine bu kez H_0 hipotezi doğrulanmıştır. Yukarıdaki analiz sonucuna göre, $0,093 > 0,05$ ($p > \alpha$) olduğu için, katılımcıların, muhasebecilerin çalışacakları işletmeleri seçmedeki bakışları konusundaki algıları ile katılımcıların çalıştıkları işletme sayıları arasında anlamlı bir farklılık yoktur. Diğer bir deyişle, yanıtlar, çalışılan işletme sayıları ile bağlantısız çıkmıştır.

6. SONUÇ

Muhasebecilik mesleği, 3568 Sayılı "Serbest Muhasebecilik, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu"³ ile Türkiye’de mevzuata bağlanarak düzenlenmiştir. Herhangi bir iş türü olmaktan çıkarak nitelikli meslek haline gelen muhasebecilik işletmeler ve kamuoyu gözünde de böylece itibar kazanmıştır.

Bu çalışmada muhasebecilik mesleğine ilişkin genel bilgilerle beraber, muhasebeci-müşteri işletme anlaşmalarında etigin yerine değinilmiştir. Bu çerçevede, yapılan literatür araştırmasında, iyi bir muhasebeci seçiminde dikkat edilecek unsurlarla birlikte, etik algı, çıkar ilişkileri, muhasebeci tatminlerini inceleyen makaleler ve çalışmalara değinilmiştir.

Çalışmanın uygulama kısmı, muhasebe meslek mensuplarına yöneltilen, işletmeciler ve muhasebeciler açısından muhasebe mesleğine bakış açılarının ve etik algıların ölçümlendiği soruların kendi içinde ve birbiri arasında değerlendirilmesinden oluşmuştur. Uygulama anketi hazırlanırken, muhasebe meslek itibarı, etik değerler, işletmeler açısından mesleğe bakış açısı gibi unsurlar temel alınmıştır.

Değerlendirme, soruların güvenilirlik analizlerinin yapılmasıyla başlatılmış, sonrasında soruların frekans dağılımlarının incelemesi yapılmıştır. Yüzde ve sayısal olarak yapılan tespitlere göre, katılımcılar (muhasebe meslek mensupları) işletmeler tarafından muhasebe meslek mensuplarının ve muhasebecilik mesleğinin önemsendiğini söylemişlerdir. İşletmelerin muhasebeciden beklentilerinin az vergi ödetmesi olduğunu belirten katılımcı sayısının çok olması, ülkemizde gerçeğe uygun ve saydam bilgi üretmekten ziyade haliyle vergi sonrası kârı yüksek tutma amacının daha ön planda olduğunu göstermektedir. Öte yandan katılımcılara göre, muhasebeciden aynı zamanda gerçeği yansıtması da beklenmektedir. İşletmeler, gerçeği yansitmaktan saydamlıktan kaçmadan az vergi ödemeyi beklemektedirler. Bu yalnızca mevzuat çerçevesinde muhasebeleştirmede bir takım vergiden kaçınma yöntemleriyle gerçekleşebilir ki; bu tür teknik çabaların ne denli etik olacağı tartışma konusudur. Tam da bu noktada katılımcılar, işletmelerin kendilerinden beklentilerinin etik davranmak olduğu konusunda yüksek oranda hemfikirdirler. Etik kavramından işletmelerin ne anladığı ya da katılımcıların ne anladığını da irdelemek gerekir ki bu diğer soruların içinde gizli olarak sorulmuştur. Gerçeği doğru bir şekilde yansıtmak etik bir değerdir. İşletmeler açısından belki de etik beklenti işletme sahip ve yöneticilerinin kandırılmaması ve onlara karşı açık olunması şeklinde de algılamış olabilirler. Diğer taraftan mesleki etik; müşteri işletmenin finansal tablo ve raporlarından etkilenebilecek tüm paydaşları (işletme sahipleri, yöneticileri, çalışanları, müşterileri, kamu kurumları ve tüm kamu) göz önüne alarak davranmayı gerektirir. Muhasebeci seçiminin önemi, işletmenin finansal durumunu sürekliliğini itibarını doğrudan etkileyeceğinden, işletmelerin muhasebeci

³ R. G. Tarih: 19.06.1989 ve 20194 sayılı

seçimini bilinçli yaptığı gerçeği, anket sonuçlarıyla doğrulanmıştır. Ancak “kesinlikle doğru”dan ziyade “doğru” cevabının daha fazla olduğu görülmüştür.

Katılımcıların kendileri açısından değerlendirmeleri ise şu şekilde olmuştur: Muhasebecilerin de müşteri işletmeyi bilinçli olarak seçtikleri görülmektedir. Daha önce de belirtildiği gibi işletmenin finansal nitelikli işlemlerinin takibini yapmak ve tablo ve raporların doğruluğunu iddia etmek birebir muhasebe meslek mensubunun sorumluluğundadır. Öyleyse işletmenin toplum içindeki yeri, geçmişten bugüne finansal durumu muhasebeciyi direkt ilgilendirecektir ki bu da bilinçli seçim yapmanın gerekliliğini ortaya koyacaktır. Diğer yandan, muhasebeci için parasal tatmin de elbette ön plandadır. Zira muhasebecilik bir meslektir ve karşılığında maddi kazanç sağlamak için yapılır. Dolayısıyla, muhasebe meslek mensubu, kazancını üste çıkaracak şekilde bir işletme ile anlaşma sağlayabiliyorsa kendisi için daha olumlu olacaktır. İşletmenin bilinen bir işletme olması riskli durumları azaltacaktır. Kendisini finansal skandallarla kötölemek istemeyecek olan bir işletme muhasebeci tarafından tercih edilmektedir. Diğer taraftan büyük finansal skandallar göstermektedir ki şöhretli bir işletme de pekâlâ finansal hilelere başvurabilmekte ve muhasebecilerini bu skandalların içine çekebilmektedirler. Bunu destekler şekilde muhasebeciler, riskli bir işletmeyle çalışmayı sorunlu olarak görmektedir. Zira riskli işletme, riskli işlem ve riskli raporlama anlamına gelecektir. Buna uygun olarak katılımcılar, riskli bir işletme ile çalışmanın sorun oluşturacağı konusunda çoğunlukla hemfikirdirler. Bütün bunlara paralel olarak katılımcılar, etik kurallar dışına da çıkmak istememektedirler. Çoğunluğun hiç riskli bir işletme ile çalışmadım demesiyle birlikte azımsanmayacak sayıda katılımcı çalıştığını belirtmiştir. Mesleki hayatta belki de teoremin dışında bazı koşullar; maddi koşullar gibi, risk analizini müşteri işletmeyi seçerken göz ardı etmeyi gerektiriyor olabilir.

Muhasebe mesleğinin üniversitelerin ilgili fakülte bölümlerinde (işletme, iktisat, ticaret v.b.) özendirilmesi ve meslek yüksek okullarında da bu mesleğin ara elemanı olma konusunda, öğrencilerin teşvik edilmesi gerekmektedir. Nitekim bu anket çalışmasından da çıkan bir sonuç olarak muhasebe mesleği parasal tatmin ve kariyer tatmini sağlayan, nitelikli bir meslektir.

Yüzdelik dağılım analizi yapıldıktan sonra, sorular arasındaki ilişkilerin incelenmesi adına, korelasyon analizi yapılmıştır. İşletmeci bakışına yönelik katılımcı algısının ortalaması ile muhasebeci bakışına yönelik katılımcı algısının ortalaması arasında bir ilişki aranmıştır ve ilişki olduğu sonucuna varılmıştır. Buna göre, aynı doğrultuda yanıtlar verildiği söylenebilir.

Ortalamalar karşılaştırıldıktan sonra, katılımcıların muhasebe meslek mensubu olarak geçirdikleri sürelerle göre yanıtların farklılaşıp farklılaşmadığı ANOVA analizi ile ölçümlenmiştir. Katılımcıların tecrübe süreleri, işletmelerin muhasebeci seçimindeki bakış açıları konusundaki algılarını etkilemektedir. Katılımcıların tecrübe süreleri, muhasebecilerin müşteri işletme seçimindeki bakış açıları konusundaki algılarını etkilemektedir.

Katılımcıların muhasebe meslek mensubu olarak çalıştıkları işletme sayılarına göre yanıtların farklılaşıp farklılaşmadığı ANOVA analizi ile ölçümlenmiştir. Katılımcıların çalıştıkları işletme sayıları, işletmelerin çalışacakları muhasebecileri seçmelerindeki bakışları konusunda katılımcıların algılarını etkilemektedir.

Katılımcıların çalıştıkları işletme sayıları, muhasebecilerin müşteri işletme seçimindeki bakış açıları konusundaki algılarını etkilememektedir.

İşletmeler, muhasebeci seçiminde, meslek mensuplarını önemseme, muhasebecilik mesleğini önemseme gibi öncül değerlerin yanı sıra, muhasebecileri bilinçli olarak seçerek de kendi finansal itibarlarını koruma amacı gütmelidirler. Analizlerin göstergesine dayanılarak, muhasebecilerin muhasebeye ilişkin kanunlar sınırında kalmak kaydıyla en az vergiyi ödeyebilecekleri ve kârlılıklarını artıracabilecekleri şekilde yönlendirmeleri gerektiği düşünülmektedir. Muhasebeciler de bilinçli olarak ve etik ön koşullarını göz ardı etmeden müşteri işletmeleri seçmelerinin yanı sıra maddi tatminlerini de ön planda tutmaktadırlar.

Bundan sonraki çalışmalarda, muhasebecinin iş tatmininin etik olgularla bağlantısı geniş bir bakış açısıyla araştırılabilir.

KAYNAKÇA

Akçi Yavuz ve Kılınç Kazım(2015)İşletme Yöneticilerinin Algıları Açısından Ağızdan Ağıza İletişimin Muhasebe Meslek Mensuplarının Müşteri Portföyüne etkisinin İncelenmesi (Malatya Örneği), Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Güz-2015 Cilt: 14 Sayı: 55 (268-290)

Aymankuy, Yusuf ve Sarioğlu Mehmet (2005), “Muhasebe Meslek Mensuplarının Meslek Etiğine Yaklaşımları ve Balıkesir İl Merkezinde Bir Uygulama”, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 14: 23-45.

Baiada-Hireche Lorea; Garmilis Ghislaine(2016) “Accounting Professional’s Ethical Judgment and the Institutional Disciplinary Context: A French- US Comparison”, Journal of Business Ethics; 139: s. 639-659

Banar, Kerim; Ekergil, Vedat; Muhasebe Meslek Mensuplarının Hizmet Kalitesi: Sunulan Hizmetlerin Kalitesi İle Müşteri Memnuniyeti İlişkisi Eskişehir Uygulaması, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt.10 Sayı.1; s.s. 39-60

Canning, Mary And Brendan O'Dwyer (2003), "A Critique of the Descriptive Power of the Private Interest Model of Professional Accounting Ethics: An Examination Over Time in the Irish Context ", Accounting, Auditing and Accountability Journal, 16(2): 159-185.

Gül Hasan, Erol Mikail (2016) “Muhasebe Meslek Mensuplarında İşe Bağlılık ve Çalışma Ahlakının Mesleki Etik Davranışa Etkisi” Mali Çözüm: Eylül-Ekim, s.s.51-74

Kısakürek, Mustafa ve Nesrin ALPAN (2010), “Muhasebe Meslek Etiği ve Sivas İlinde Bir Uygulama”, Muhasebe ve Finansman Dergisi, Sayı 47: 213-229.

Selimoğlu, Seval (2001), “Muhasebe Eğitiminin Meslek Mensubu Adaylarına Ahlaki Doğruları Kazandırmadaki Rolü”, XX. Türkiye Muhasebe Eğitimi Sempozyumu, Antalya, ss. 3-27.

Solak Bilal, Erdoğan Sedat, Gönen Seçkin (2016), Muhasebe Meslek Mensuplarının Türkiye’deki Kazanç Yönetim Uygulamalarına Yönelik Etik Değerlendirmeleri, Ege Akademik Bakış , 16(4): ss.687-707

Sorensen Daniel, Miller Scott ve Cabe Kevin (2017), Developing and MeasuringtheImpact of Accounting Ethics Course that is Based on the Moral Philosophy of Adam Smith, s.s.175-191

Tabachnick and Fidell, 2013 B.G. Tabachnick, L.S. Fidell Using Multivariate Statistics (sixth ed.)Pearson, Boston (2013)

Thompson, L., S., (1997). “Ten Factors Necessary to the Choice of a Good Accountant.”, The CPA Journal, 67: 15.

Yalçın, Selçuk (2015). Kriz Ortamında KOBİlerin Muhasebeci Seçimini Etkileyen Faktörler: Kütahya Araştırması. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (28), . Retrieved from <http://dergipark.gov.tr/dpusbe/issue/4770/65638>

Yılmaz Erdal, Suat Yıldırım ve Hüseyin Hüsnü Bahar (2015) “Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlerin Mesleki Etik Algısı: Samsun Örneği”, Muhasebe ve Finansman Dergisi, Ocak 2015, 27-41

Yücel, Elif (2017) Muhasebe Meslek Mensuplarının Etik Dışı Davranışlarının Vergi Ahlakına Etkisi, Muhasebe ve Finansman Dergisi, Ocak 2017