

## PAPER DETAILS

TITLE: MUHASEBE BILGI SISTEMI KULLANIMININ ÖRGÜTSEL PERFORMANSA ETKİSİ

AUTHORS: Ahmet KARAHAN

PAGES: 61-80

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/678297>

## MUHASEBE BİLGİ SİSTEMİ KULLANIMININ ÖRGÜTSEL PERFORMANSA ETKİSİ<sup>1</sup>

Öğr. Grv. Dr. Ahmet KARAHAN<sup>2</sup>

### ÖZET

Muhasebe bilgi sistemi, bir örgütün mali işlemleri ile ilgili verilerini toplayan, depolayan ve bu verileri işleyerek yöneticilerin ve diğer ilgili tarafların kararlarında kullanabilecekleri raporları üreten bir sistemdir. Günümüzde işletmelerin rekabette üstünlüğü ele geçirebilmeleri doğru ve güvenilir bilgiyi zamanında elde etmelerine ve kullanmalarına bağlıdır. Muhasebe bilgi sistemi, işletme yönetimi için en önemli bilgi sistemlerinden biridir. Çünkü örgütlerde departmanlar arası koordinasyonun sağlanmasında ve bilgi paylaşımında önemli katkıları olan bu sistem örgütlerin performansını artırmaktadır. İşletme yöneticileri, işletme faaliyetlerini belirlenen amaçlar doğrultusunda gerçekleştirebilmek için muhasebe bilgi sisteminde üretilen bilgilere ihtiyaç duyarlar. Günümüz rekabet koşullarında işletmelerin temel amaçları kâr elde etmek ve sürekliliktir. İşletmelerin bu temel amaçlarını yerine getirebilmeleri ve başarılı olabilmeleri için bilgi teknolojilerini ve bilgi sistemlerini etkin ve verimli kullanmaları gerekmektedir. Örgütsel performans, belirli bir zaman dilimi içerisinde belirli kriterleri karşılayacak şekilde belirlenen hedeflere ulaşmadaki nitel ve nicel sonuçlar olarak tanımlanmaktadır. Bu çalışmada muhasebe bilgi sistemi kullanımının örgütsel performansa olan etkisi araştırılmıştır. Bu amaçla İstanbul'da faaliyet gösteren hazır giyim işletmelerinden anket yöntemi ile veri toplanmış ve toplanan veriler SPSS istatistik programıyla analiz edilmiştir. Çalışma sonuçları muhasebe bilgi sistemi kullanımının örgütsel performans üzerinde pozitif etkilerinin olduğunu göstermiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Muhasebe Bilgi Sistemi, Örgüt, Performans

## THE EFFECT OF USING ACCOUNTING INFORMATION SYSTEM ON ORGANIZATIONAL PERFORMANCE

### ABSTRACT

Accounting information system is a system that collects, stores and processes data related to an organization's financial transactions and produces reports that managers and other interested parties can use in their decisions. Nowadays, enterprises can take advantage of the superiority of the competition depends on the timely acquisition and use of accurate and reliable information. Accounting information system is one of the most important information systems for business management. This is because this system, which has important contributions in the organization of interdepartmental coordination in organizations and contributes to the information sharing, increases the performance of the organizations. Business managers need information generated in the accounting information system in order to realize their business activities in line with the determined purposes. In today's competitive conditions, the main objectives of enterprises are profit making and continuity. Businesses should use information technologies and information systems effectively and efficiently in order to fulfill these basic objectives and to be successful. Organizational performance is defined as qualitative and quantitative results in achieving the goals set to meet specific criteria in a given time period. In this study, the effect of the use of accounting information system on organizational performance was investigated. For this purpose, data were collected from the garment enterprises operating in Istanbul and the collected data were analyzed with SPSS statistical program. The results of the study showed that the use of accounting information system has positive effects on organizational performance.

**Keywords:** Accounting Information System, Organization, Performance

<sup>1</sup> Bu makale 11-14 Mayıs /2017 tarihleri arasında Gaziantep'te düzenlenen Al Farabi 1.Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresinde özet bildirisi olarak sunulmuştur.

<sup>2</sup> Adıyaman Üniversitesi SBMYO, akarahan@adiyaman.edu.tr

## GİRİŞ

Günümüzde bilişim teknolojilerinin gelişmesine paralel olarak bilginin önemi artmış ve işletmelerin karşılaştıkları pek çok sorunun çözümünde bilgi stratejik öneme sahip hale gelmiştir. İktisadi faaliyetlerin artması, işletmelerdeki finansal nitelikteki işlemleri de artırmış ve bu işlemler daha karmaşık hale gelmiştir. Bu nedenle yöneticiler işletmeleri daha verimli yönetebilmek için her zamankinden daha fazla bilimsel bilgiye ihtiyaç duymaya başlamışlardır (Dalğar vd., 2014: 50).

Üretim süreçlerinde yaşanan hızlı değişimler, şiddetli pazar rekabeti, tüketicilerin farkındalıklarının artması ve küresel ekonomik gelişmelerin neticesinde ortaya çıkan karmaşık ve öngörülemeyen işletme dinamikleri muhasebe bilgi sistemlerinin ekonomik ve ticari alandaki, özellikle de yönetimin etkinliği üzerindeki kritik rolünü ön plana çıkarmıştır. İşletmelerin örgütsel performanslarını artırabilmek amacıyla değişen pazar koşullarına uyum sağlayarak rekabette üstünlük kurabilmeleri, maliyetlerini düşürebilmeleri, pazar paylarını büyütürken satışlarını artırabilmeleri ve bunlara bağlı olarak da karlılıklarını artırabilmeleri bilginin doğru, güvenilir ve zamanlı bir şekilde elde edilmesine bağlıdır. Söz konusu bilgilerden finansal nitelikli olanlar ise muhasebe bilgi sistemi (MBS) tarafından sağlanmaktadır. Bir örgütün karlılık ve süreklilik gibi stratejik hedeflerini gerçekleştirebilmesi örgütsel performansının artırılmasına bağlıdır. Bu nedenle muhasebe bilgi sistemi kullanımının örgütsel performans üzerindeki pozitif etkilerinin belirlenmesi işletmeler açısından oldukça önemlidir.

Çalışmanın amacı, İstanbul ilinde faaliyet gösteren hazır giyim işletmelerinde, MBS kullanımı ile örgütsel performans arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Bu amaçla, öncelikle kavramsal tanımlamalara yer verilmiştir. Çalışma, İstanbul'da faaliyet gösteren hazır giyim işletmeleri üzerinde yapılan anket çalışması sonucunda elde edilen verilerin analiz edilerek değerlendirilmesi ile tamamlanmıştır.

## 1. MUHASEBE BİLGİ SİSTEMİ

İşletmeler, amaçlarını gerçekleştirebilmek için işletmeye tahsis edilen fonları kullanmak zorundadırlar. Bu nedenle etkin ve verimli bir mali yapı, işletmeleri amaçlarına ulaştıran araçların en önemlisidir. Mali yapı işletmelerdeki parasal faaliyetlerle ilgilidir. İşletmelerde meydana gelen parasal faaliyetleri kaydeden, sınıflandıran, özetleyen ve elde edilen sonuçları yorumlayan sistem ise muhasebedir (Gökçen, 2007: 292).

Muhasebe bilgi sistemi, işletme hakkında karar verecek olan taraflar için, işletmenin ekonomik faaliyetleri ile ilgili verileri toplayan, işleyen, depolayan ve ilgililere sunan bir bilgi sistemidir (Varıcı, 2007: 53). Muhasebe bilgi sistemi; teknoloji, bilgi ve yönetimsel yaklaşımlarla muhasebenin bütünleşmesi olarak da tanımlanabilir (Gökdeniz, 2005: 89). Muhasebe bilgi sistemi, herhangi bir organizasyonun en önemli sistemlerinden biri olarak kabul edilir ve yöneticilere farklı seviyelerde gerekli bilgileri sağlar. Bu bilgiler, planlama, kaynak kontrolü, performans değerlendirme ve karar verme alanlarında yöneticilerin sorumluluklarının etkin ve verimli bir şekilde yerine getirilmesine yardımcı olur (Saeidi, 2014: 412).

Muhasebe bilgi sistemi; üretim, finans, araştırma-geliştirme, pazarlama, halkla ilişkiler ve insan kaynakları gibi diğer bilgi sistemlerinden bilgi temininde temel bilgi kaynağını oluşturmakta ve elde ettiği verileri işleyerek yöneticilerin karar almada kullanacakları bilgiye dönüştürmektedir. Amaçların belirlenmesinde, kararların verilmesinde, gerçekleşen faaliyetler ile tahminlerin karşılaştırılmasında ve varsa sapmaların analizinde kullanılan

muhasabe bilgileri yönetim bilgi sistemleri içerisinde en eski, en önemli ve kapsamı en geniş olan MBS tarafından üretilmekte ve üretilen bu bilgiler, menfaat gruplarınca kullanılmaktadır (Ceran ve Bezirci, 2011: 107). Menfaat grupları, kendilerine sağlanan bu bilgileri ortaklığın devamı, yeni yatırım, kredi verme ve yeni stratejilerin uygulanması gibi çeşitli kararlarında kullanılmaktadırlar. Kararlara temel oluşturacak olan analiz sonuçlarının ve buna bağlı olarak yapılacak yorumların doğruluğu ise ancak analiz konusu olan bilginin doğru ve güvenilir olmasına bağlıdır (Tekşen vd., 2011: 101).

Yönetim bilgi sisteminin alt sistemlerinden biri olan muhasabe bilgi sistemi, genellikle işletme içi işlemlerle yani işletmede oluşan nakit akışı ile ilgilenmektedir. Muhasebe bilgi sisteminin; işletme varlıkları üzerinde koruyuculuk işlevini yerine getirmek ve varlıklarda zamanla meydana gelen değişimleri belirleyerek işletmenin finansal durumu ve faaliyet sonucuyla ilgili taraflara bilgi sağlamak olmak üzere iki temel amacı bulunmaktadır (Akgün ve Kılıç, 2013: 23). Muhasebe bilgi sistemi yatırımcılar, müşteriler, banka vb. finans kuruluşları ve vergi kurumları gibi dış kullanıcılara ve işletme yönetimi ve ortaklar gibi iç kullanıcılara finansal bilgilerin toplanması, işlenmesi, analiz edilmesi ve iletilmesi görevlerini üstlenmiştir. Bugün, muhasabe bilgi sistemi finansal bilgilerin yanı sıra finansal olmayan bilgiler ile de ilgilidir (Patel, 2015: 73).

Muhasebe bilgi sistemi, yönetimin işletme varlıkları üzerindeki sorumluluğunu yerine getirmek, işletme faaliyetlerinin denetimini gerçekleştirmek ve işletme faaliyetlerini planlamak için gereken finansal bilgileri sağlamaya yönelik bir sistemdir. Dolayısıyla muhasabe bilgi sistemi, tarihi verilerle olduğu gibi gelecekteki verilerle de ilgilenmektedir. Bir işletmede muhasabe bilgi sisteminin kullanılmasının; kaliteli mamullerin geliştirilmesi, kaliteli hizmet sunulması, maliyetlerin düşürülmesi, verimliliğin artırılması, rekabette avantaj sağlanması ve iletişim kanallarının etkinleştirilmesi gibi yararları bulunmaktadır (Sevim ve Bülbül, 2016: 864-865).

Muhasebe bilgi sistemi teknik alt sistem ve sosyal alt sistem olmak üzere iki alt sisteme ayrılmıştır. Teknik alt sistem, teknolojiye ve süreçlerden oluşan yani bilgi sisteminin insan unsurlarını içermeyen kısmını ifade ederken, sosyal alt sistem ise bilgi sisteminin insan unsurunu ifade etmektedir (Francis ve Olayemi, 2016: 2).

## 2. ÖRGÜTSEL PERFORMANS KAVRAMI

Genel anlamda performans, amaçlı ve planlanmış birçok etkinlik sonucunda elde edilen sonuçların nitel veya nicel olarak ifade edilmesidir (Williams, 1998:35). Performans kavramını oluşturan temel öge ölçümdür ve bu kavram bireysel ve örgütsel bazda değerlendirilebilmektedir. Bireysel ve örgütsel performansın değerlendirilebilmesi ise bu performansları etkileyen kriterlerin belirlenmesine ve ölçülmesine bağlıdır (Turunç, 2015: 19).

Örgütsel performans ise bir iş yapan bireyin ya da işletmenin o işle amaçlanan hedefe yönelik olarak nereye varabildiği, yani neyi sağlayabildiğinin nicel (miktar) ve nitel (kalite) olarak ifadesidir. Örgütsel performans, beşeri kaynakların, fiziksel kaynakların ve sermayenin ortak bir çıktıya ulaşmak için etkin bir şekilde birleştirilmesidir (İpçioğlu ve Kahya, 2016: 184).

Örgütsel amaçlara ne ölçüde ulaşıldığının tespiti amacıyla ölçülen örgütsel performans işletmelere, problemlerin kaynaklarını ve başarı veya başarısızlıklarının altında yatan temel nedenleri saptamaya yönelik yararlı bilgiler de sunmaktadır (Eren ve Kaplan, 2014: 177).

Örgütsel performans, belirli bir süre sonunda oluşan çıktı veya faaliyet sonuçlarına göre işletme amaçlarının yerine getirilme derecesi olarak ifade edilmektedir. Örgütsel performansın ölçümü, kaynakların bulunup korunması, bu kaynakların varlıklara tahsis edilmesi yolu ile varlıkların etkin ve verimli çalıştırılması gibi finansal aktivitelerin değerlendirilmesi bakımından büyük önem taşımaktadır (Böyükaslan vd., 2017: 367).

## **2.1. Örgütsel Performansın Boyutları**

### **2.1.1. Yenilik Performansı**

Yenilik, yeni bir teknolojinin kullanılması ya da var olan bir teknolojinin yeni koşullara uyarlanması ve etkinliğin artırılmasıdır. Teknoloji ise, belirli bir stratejik amaç için bir ürün veya üretim süreci hakkındaki tüm bilgilerin, yöntemlerin, temel kuralların, yönetim metodlarının ve enformasyon sistemlerinin uygulamaya konulması sanatıdır (Karahan, 2011: 56). Yenilik kavramı yeni fikirler, ürünler, deneyler ve yaratıcı süreçler sonucunda yeni ürünlerin, hizmetlerin ve teknolojik süreçlerin ortaya çıkması şeklinde tanımlanmaktadır (Özşahin vd., 2017: 751).

Bir fikrin ortaya çıkmasından, icat olarak pazarda sunulmasına kadar ki süreci kapsayan yenilik performansı, nihayetinde Ar-Ge'den patentlemeye ve yeni ürün veya hizmetlerin tanıtılmasına kadar uzanır. Yenilik performansı, hem inovasyonun teknik özelliklerine hem de pazarda tanıtılmasına odaklanmaktadır. Böylece yenilik performansının, bir bütün olarak yenilikçi süreçleri başından sonuna değin kapsadığını söylemek mümkündür (Yavuz, 2010: 148).

Yenilik performansı, günümüzde örgütlere rekabet üstünlüğü sağlayan en önemli etkidir ve bu nedenle bu performansı artırmak isteyen işletmelerin, çevrelerinde meydana gelen değişim ve gelişmeleri sistematik şekilde takip ederek bilgi edinmesi, enformasyon üretmesi ve kendisini çevrenin beklentisi yönünde davranmaya zorlaması gerekir. Yenilikçi uygulamaların başarılmasında liderlerin katkısının ve etkisinin yanında, işletme kültürünün ve yapısının da önemli etkisi vardır (Şahin ve Özdoğan, 2015: 6).

### **2.1.2. Finansal Performans**

Son yıllarda işletmelerde finans fonksiyonu büyük bir değişim göstermiştir. Bunda en önemli etken, teknolojik gelişmelerin yanı sıra dünyada küreselleşme eğilimlerinin hız kazanması olmuştur. Bir yanda işletmelerin faaliyetleri ülke sınırları dışına çıkıp uluslararası platforma taşınırken, piyasalarda serbestleşme eğilimleri güçlenmiş ve piyasaların entegrasyonuna doğru önemli adımlar atılmıştır. İşletme içerisinde yeni finansal altyapılar ve araçlar geliştirilmiş, dünyadaki küreselleşmeye bağlı olarak gelişim eğilimine finansal anlamda uyulmaya çalışılmıştır (Karahan, 2011: 57-58).

Finansal performans, menfaat gruplarına işletmenin mali durumuna ilişkin bilgi vermektedir. Bu paralelde yöneticilerin gelecekle ilgili kararları, devlet kurumlarının kararları, kredi ve finans kurumlarının kredi sağlama kararları ve potansiyel yatırımcıların da yatırım kararları işletmelerin finansal performanslarından etkilenmektedir. Finansal performansları yetersiz olan işletmelerin faaliyetlerinden elde ettikleri nakit akışı cari yükümlülüklerini karşılayamamakta ve menfaat gruplarınca düzeltici önlemler alınması yönünde işletmelere baskı uygulanabilmektedir. Finansal performansın ölçümü ve bu performansın yetersiz olması durumunda gereken önlemlerin alınması işletmeleri borç ödeyememe, temerrüt, iflas-icra takibi ve tasfiye gibi işletme başarısızlıklardan korumaktadır (Yükçü ve Kaplanoğlu, 2015: 588).

Finansal performansın ölçümünde işletmelerin bilançolarından, gelir tablolarından ve diğer finansal raporlarından elde edilen verilerin analizi yapılmaktadır. Bu analiz işlet-

me yönetimine, geçmişini değerlendirmede, gelecek için yatırım ve finanslama kararlarını almada ve planlamada yardımcı olmaktadır. Analiz sonuçları ayrıca kaynak tahsis kararlarını değerlendirmek için kullanıldığı gibi, yöneticilerin kendi performanslarını değerlendirebilmeleri için de kullanılmaktadır (Özgülbaş, 2005: 127-128). Finansal performans ölçümü, işletmelerin ekonomik amaçlarının gerçekleştirilme derecesini ifade eder. Finansal performans ile işletmelerin performansına bütünsel bir bakış açısı sağlanabilmektedir (Özçelik ve Kandemir, 2015: 98).

### **2.1.3. Pazarlama Performansı**

Pazarlama performansı, bir organizasyonun; karlılık, büyüme ve pazar payı gibi pazarla ilgili hedeflerinin etkinliği ve verimliliğidir (Gao, 2010: 9). Pazarlama etkinliğinin sağlanabilmesi pazarlama amaçlarını ve genelde işletme amaçlarını gerçekleştirme düzeyine göre farklılaşmaktadır. Pazarlama etkinliğinin artması, pazarlama çabalarının etkin bir şekilde kontrolü ile mümkündür. Pazarlama kontrolü için ise bazı değerlendirme kriterlerine ve bir ölçme işlemine gerek duyulmaktadır. Yani, performans standartları olarak adlandırılan ölçme ve değerlendirme kriterleri baz alınarak pazarlama performansının ölçülmesi gerekmektedir. Pazarlamanın işletme performansına etkisinin belirlenmesinde genellikle finansal ölçütler ilk sırada yer almaktadır. Karlılık, satışlar ve nakit akışı pazarlama performansının değerlendirilmesinde uzun zamandır sıklıkla kullanılan finansal ölçütlerdendir. Pazar payı da hem akademisyenler hem uygulamacılar tarafından en çok kullanılan ölçütlerden biridir (Günay ve Ayyıldız, 2017: 116-118).

## **3. Araştırma**

### **3.1. Araştırmanın Amacı**

Bu araştırmanın amacı; muhasebe bilgi sistemi kullanımının örgütsel performansa olan etkisinin İstanbul'da faaliyet gösteren hazır giyim işletmeleri açısından tespit edilmesidir. Böylece ilgili literatüre katkıda bulunulacaktır.

### **3.2. Evren ve Örneklem**

Araştırma, İstanbul ilinin Avrupa yakasında faaliyet gösteren hazır giyim işletmelerini kapsamaktadır. Araştırmanın yapıldığı 2017 yılı Ocak ayında İstanbul Sanayi Odası'ndan alınan bilgilere göre, Avrupa yakasında hazır giyim alanında üretim yapan 1833 adet işletme bulunduğu tespit edilmiş ve böylece araştırmanın evrenini 1833 adet işletme oluşturmuştur. Anket ise toplam 350 işletmeye uygulanmıştır. Bu işletmelerden 12'si anket formunu yanıtlamadığı için araştırmanın örneklemini 338 adet hazır giyim işletmesi oluşturmuştur. Büyüklüğü 1833 olan bir evreni temsil eden örneklem sayısının %5 hata ile 318 olduğu tespit edilmiştir. Böylece 338 olarak belirlenen örneklem sayısının yeterli olduğu anlaşılmaktadır.

### **3.3. Araştırmanın Veri Toplama Metodu**

Bu çalışmada anket tekniği kullanılmıştır. Anket, literatürde geçerliliği ve güvenilirliği test edilmiş ölçeklerden yararlanılarak hazırlanmıştır. Anket formu üç ana bölümden meydana gelmektedir. Birinci bölümde katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin sorular yer almaktadır. İkinci bölümde muhasebe bilgi sistemi kullanımını tespit etmeye yönelik 18 adet soru yer almaktadır. Bu sorular Kaderli ve Köroğlu'nun (2014) çalışmasından esinlenerek hazırlanmıştır. Üçüncü bölümde ise örgütsel performansı tespit etmeye yönelik 9 adet soru bulunmaktadır. Bu sorular Karahan'ın (2011) çalışmasından esinlenerek oluşturulmuştur. Anket verileri sosyal bilimler için istatistik programı (SPSS) kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma kapsamında elde edilen verilere frekans analizi, faktör analizi, korelasyon analizi ve regresyon analizi uygulanmıştır.

### 3.4.Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın amaçları doğrultusunda aşağıda yer alan hipotezler belirlenmiş ve bu hipotezler istatistiksel analizler sonucunda test edilmiştir.

H<sub>1</sub>: Muhasebe bilgi sistemi kullanımı ile örgütsel performans arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

H<sub>11</sub>: Uygun maliyet ilkesi ile finansal performans arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

H<sub>12</sub>: Uygun maliyet ilkesi ile yenilik performansı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

H<sub>13</sub>: Uygun maliyet ilkesi ile pazarlama performansı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

H<sub>14</sub>: Raporlama ilkesi ile finansal performans arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

H<sub>15</sub>: Raporlama ilkesi ile yenilik performansı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

H<sub>16</sub>: Raporlama ilkesi ile pazarlama performansı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

H<sub>17</sub>: İnsan faktörü ilkesi ile finansal performans arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

H<sub>18</sub>: İnsan faktörü ilkesi ile yenilik performansı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

H<sub>19</sub>: İnsan faktörü ilkesi ile pazarlama performansı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

H<sub>110</sub>: Örgüt yapısı ilkesi ile finansal performans arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

H<sub>111</sub>: Örgüt yapısı ilkesi ile yenilik performansı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

H<sub>112</sub>: Örgüt yapısı ilkesi ile pazarlama performansı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

H<sub>113</sub>: Açık ve anlaşılabilir olma ilkesi ile finansal performans arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

H<sub>114</sub>: Açık ve anlaşılabilir olma ilkesi ile yenilik performansı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

H<sub>115</sub>: Açık ve anlaşılabilir olma ilkesi ile pazarlama performansı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

H<sub>116</sub>: Veri biriktirme ve işleme ilkesi ile finansal performans arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

H<sub>117</sub>: Veri biriktirme ve işleme ilkesi ile yenilik performansı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

H<sub>118</sub>: Veri biriktirme ve işleme ilkesi ile pazarlama performansı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

### 3.5.Araştırmanın Bulguları ve Analizi

Çalışmanın bu bölümünde yapılan araştırmadan elde edilen sonuçlar analiz edilmiştir.

#### 3.5.1. Örneklem Özelliklerine Ait Frekans Tabloları

Tablo 1: Ankete Katılanların Cinsiyeti

| Cinsiyeti | Frekans | Yüzde | Kümülatif Yüzde |
|-----------|---------|-------|-----------------|
| Erkek     | 226     | 66,9  | 66,9            |
| Kadın     | 112     | 33,1  | 100,0           |
| Toplam    | 338     | 100,0 |                 |

Tablo 1’de görüldüğü üzere ankete katılanların yüzde 66,9’u erkek, yüzde 33,1’i ise kadındır.

Tablo 2: Ankete Katılanların Pozisyonları

| Pozisyon         | Frekans | Yüzde | Kümülatif Yüzde |
|------------------|---------|-------|-----------------|
| İşletme Sahibi   | 26      | 7,7   | 7,7             |
| Genel Müdür Yrd. | 2       | ,6    | 8,3             |
| Bölüm Müdürü     | 231     | 68,3  | 76,6            |
| Diğer            | 79      | 23,4  | 100,0           |
| Toplam           | 338     | 100,0 |                 |

Tablo 2’de ankete katılanların pozisyonları görülmektedir. Buna göre katılımcıların yüzde 7,7’si işletme sahibi, yüzde 0,6’sı genel müdür yardımcısı, yüzde 68,3’ü bölüm müdürü ve yüzde 23,4’ü ise diğer pozisyonlarda çalışmaktadır.

Tablo 3: Ankete Katılanların Eğitim Seviyesi

| Eğitim Seviyesi | Frekans | Yüzde | Kümülatif Yüzde |
|-----------------|---------|-------|-----------------|
| Ön Lisans       | 57      | 16,9  | 16,9            |
| Lisans          | 177     | 52,4  | 69,2            |
| Yüksek Lisans   | 93      | 27,5  | 96,7            |
| Doktora         | 11      | 3,3   | 100,0           |
| Toplam          | 338     | 100,0 |                 |

Tablo 3 incelendiğinde katılımcıların yüzde 16,9’unun ön lisans mezunu, yüzde 52,4’ünün lisans mezunu, yüzde 27,5’i yüksek lisans mezunu ve yüzde 3,3’ünün ise doktora mezunu olduğu görülmektedir.



Tablo 4: Ankete Katılanların Yaşı

| Yaş               | Frekans | Yüzde | Kümülatif Yüzde |
|-------------------|---------|-------|-----------------|
| 20-29 Yaş Aralığı | 51      | 15,1  | 15,1            |
| 30-39 Yaş Aralığı | 187     | 55,3  | 70,4            |
| 40-49 Yaş Aralığı | 92      | 27,2  | 97,6            |
| 50-59 Yaş Aralığı | 8       | 2,4   | 100,0           |
| Toplam            | 338     | 100,0 |                 |

Tablo 4’de görüldüğü gibi katılımcıların yaş dağılımlarını belirlemek için 4’lü bir sınıflandırma yapılmıştır. 20 ile 29 yaş arasındaki kişilerin oranı yüzde 15,1, 30 ile 39 yaş arasındaki kişilerin oranı yüzde 55,3, 40 ile 49 yaş arasındaki kişilerin oranı yüzde 27,2, 50 ile 59 yaş arasındaki kişilerin oranı ise yüzde 2,4’tür.

### 3.5.2. Ölçeklerin Geçerlik ve Güvenilirliği

Geçerlik, bir ölçme aracının ölçmeyi amaçladığı özelliği, başka herhangi bir özellik ile karıştırmadan, doğru ölçebilme derecesi olarak tanımlanmaktadır. Bir ölçme aracının geçerliği, standart koşullarda o ölçme aracı ile elde edilecek ölçümlerdeki değişkenliğin ne kadarının, incelenen bireylerin ölçülen özelliğe sahip oluş dereceleri arasındaki gerçek farklardan kaynaklandığını gösterir. Bir ölçeğin geçerliği, bir derece problemidir, yani ölçeğin geçerliği vardır veya yoktur şeklinde değerlendirilemez. Bu nedenle ölçeğin geçerliğini özel bir amaç dışında yüksek, orta ve düşük olarak da ifade etmemek gerekir. Geçerlik, bir ölçme aracının kullanıldığı amaca hizmet etme derecesi olduğundan, ölçme araçlarından elde edilecek ölçümler hangi amaçla kullanılacaksa ölçme geçerliği de o amaca bağlı olarak değişecektir. Bir ölçeğin geçerliği sadece kendisiyle de belirlenemez. Geçerlik ölçeğin, kullanım amacına, uygulandığı gruba, uygulama ve puanlama biçimine de bağlıdır (Ercan ve Kan, 2004: 214).

Ölçme sonuçlarının ölçülmek istenen kavramı tutarlı bir şekilde ölçebilmesi; ölçüm aracının farklı yerlerde, farklı zamanlarda ve aynı evrenden seçilen farklı örnekleme uygulandığında benzer sonuçlar vermesi güvenilirlik olarak tanımlanmaktadır. Bu bir anlamda, aynı ölçme aracıyla farklı zamanlarda yapılan ölçüm sonuçları arasındaki tutarlılığı ifade etmektedir (Gülbüz ve Şahin, 2016: 159).

Güvenilirlik analizinde en yaygın kullanılan model olan Alfa ( $\alpha$ ) modeli, ölçekte yer alan k sorunun homojen bir yapı gösteren bir bütünü ifade edip etmediğini araştırır. Alfa ( $\alpha$ ), ağırlıklı standart değişim ortalamasıdır ve bir ölçekteki k sorunun varyansları toplamının genel varyansa oranlanması ile elde edilir. 0 ile 1 arasında değer alan bu katsayı (Cronbach) Alfa katsayısı olarak adlandırılır. Alfa ( $\alpha$ ) katsayısına bağlı olarak ölçeğin güvenilirliği aşağıdaki gibi yorumlanır (Kalaycı, 2017: 405):

- $0.00 \leq \alpha < 0.40$  ise ölçek güvenilir değildir,
- $0.40 \leq \alpha < 0,60$  ise ölçeğin güvenilirliği düşük,
- $0.60 \leq \alpha < 0.80$  ise ölçek oldukça güvenilir ve
- $0.80 \leq \alpha 1.00$  ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

#### 3.5.2.1. Muhasebe Bilgi Sistemi Kullanımı Ölçeğinin Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizleri

Araştırmada kullanılan muhasebe bilgi sistemi kullanımı ölçeği altı faktörden oluşmaktadır. Buna göre, ölçeğin içsel tutarlılığına ilişkin Cronbach's Alpha güvenilirlik

katsayısı önce her bir faktör için ayrı ayrı hesaplanmış, daha sonra ise toplam olarak hesaplanmıştır.

Tablo 5: Muhasebe Bilgi Sistemi Kullanımı Ölçeğinin Güvenilirlik Katsayıları

| Faktörler                         | İfade Sayısı | Cronbach's Alpha ( $\alpha$ ) |
|-----------------------------------|--------------|-------------------------------|
| Uygun Maliyet İlkesi              | 3            | ,932                          |
| Raporlama İlkesi                  | 3            | ,883                          |
| İnsan Faktörü İlkesi              | 3            | ,815                          |
| Örgüt Yapısı İlkesi               | 3            | ,888                          |
| Açık ve Anlaşılabilir Olma İlkesi | 3            | ,805                          |
| Veri Biriktirme ve İşleme İlkesi  | 3            | ,937                          |
| <b>İfadelerin Tamamı</b>          | <b>18</b>    | <b>,922</b>                   |

Tablo 5’de muhasebe bilgi sistemi kullanımı ölçeğinin Cronbach’s Alpha katsayısı yer almaktadır. Buna göre uygun maliyet ilkesi faktörünün Cronbach’s Alpha güvenilirlik katsayısı 0,932, raporlama ilkesi faktörünün 0,883, insan etmeni ilkesi faktörünün 0,815, örgüt yapısı ilkesi faktörünün 0,888, açık ve anlaşılabilir olma ilkesi faktörünün 0,805 ve veri biriktirme ve işleme ilkesi faktörünün 0,937’dir. Muhasebe bilgi sistemi kullanımı ölçeğinin toplam Cronbach’s Alpha güvenilirlik katsayısı ise 0,922 olarak tespit edilmiştir. Elde edilen değerlere göre ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

Verilerin açımlayıcı faktör analizine uygun olup olmadığını tespit etmek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Barlett testi yapılmıştır.

Tablo 6: Muhasebe Bilgi Sistemi Kullanımı Ölçeği KMO ve Barlett’s Testi

|                                                           |         |          |
|-----------------------------------------------------------|---------|----------|
| Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) Örneklem Ölçüm Değer Yeterliliği |         | ,830     |
| Barlett Testi                                             | Ki-Kare | 5647,276 |
|                                                           | Sd      | 153      |
|                                                           | Sig.    | ,000     |

Tabloda 6’da görüldüğü gibi KMO değeri 0,830 olarak tespit edilmiştir. Bu değer örneklem büyüklüğünün faktör analizi için uygun olduğunu ifade etmektedir. Tablo 6’daki Bartlett’s Küresellik Testi sonucunun (Sig.=0,000), anlamlı olması değişkenler arası ilişkilerin oluşturduğu matrisin faktör analizi için anlamlı olduğunu ve faktör analizi yapılabilirliğini ifade etmektedir.

Muhasebe bilgi sistemi kullanımı ölçeğine ait açımlayıcı faktör analizi sonuçları Tablo 7’de verilmiştir. Uygun maliyet ilkesi değişkenini ölçmek için 3 soru, raporlama ilkesi değişkenini ölçmek için 3 soru, insan faktörü ilkesi değişkenini ölçmek için 3 soru, örgüt yapısı ilkesi değişkenini ölçmek için 3 soru, açık ve anlaşılabilir olma değişkenini ölçmek için 3 soru ve veri biriktirme ve işleme ilkesi değişkenini ölçmek 3 soru sorulmuş ve bu sorular faktör analizinde ilgili faktörlere yüklenmiştir. Altı değişkenin açıkladığı toplam varyans yüzde 84,451 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 7: Muhasebe Bilgi Sistemi Kullanımı Ölçeği Açımlayıcı Faktör Analizi Sonuçları

| Faktörler ve Maddeler                                                      | Faktör Yük-leri | Özdeğerler (Eigenvalues) | Açıklanan Varyans % |
|----------------------------------------------------------------------------|-----------------|--------------------------|---------------------|
| <b>Uygun Maliyet İlkesi</b>                                                |                 | 8,071                    | 18,389              |
| Gelir gider analizleri yapılmaktadır.                                      | ,729            |                          |                     |
| İsrafi önleyici tedbirler alınmaktadır.                                    | ,829            |                          |                     |
| Malzeme çalınmasını önleyici tedbirler alınmaktadır.                       | ,860            |                          |                     |
| <b>Raporlama İlkesi</b>                                                    |                 | 2,351                    | 15,962              |
| Düzenli mali tablo ve raporlama sistemi mevcuttur.                         | ,773            |                          |                     |
| Finansal tablolar düzenli olarak hazırlanmaktadır.                         | ,752            |                          |                     |
| İşletme bütçeleri düzenli olarak hazırlanmaktadır.                         | ,696            |                          |                     |
| <b>İnsan Faktörü İlkesi</b>                                                |                 | 1,416                    | 14,948              |
| Çalışanların bilgi ve tecrübeleri yeterlidir.                              | ,833            |                          |                     |
| Çalışanların fikirlerini açık bir biçimde ifade etmesi önemlidir.          | ,795            |                          |                     |
| Takım çalışmasına önem verilmektedir.                                      | ,903            |                          |                     |
| <b>Örgüt Yapısı İlkesi</b>                                                 |                 | 1,321                    | 13,708              |
| Görevler yerine getirilirken görev tanımlarına uygun hareket edilmektedir. | ,881            |                          |                     |
| Yetki devri mevcuttur.                                                     | ,884            |                          |                     |
| İç kontrol sistemi mevcuttur ve etkin bir şekilde çalışmaktadır.           | ,771            |                          |                     |
| <b>Açık ve Anlaşılabilir Olma İlkesi</b>                                   |                 | 1,259                    | 11,368              |
| Denetim faaliyetlerine önem verilmektedir.                                 | ,637            |                          |                     |
| Muhasebe standartlarına önem verilmektedir.                                | ,677            |                          |                     |
| Denetim standartlarına önem verilmektedir.                                 | ,754            |                          |                     |
| <b>Veri Biriktirme ve İşleme İlkesi</b>                                    |                 | 1,137                    | 10,076              |
| İşlemler günü gününe kayıt edilmektedir.                                   | ,793            |                          |                     |
| İşlemler anında belgelendirilmektedir.                                     | ,840            |                          |                     |
| Hesap planı sürekli geliştirilmektedir.                                    | ,863            |                          |                     |
| <b>Toplam Açıklanan Varyans %</b>                                          |                 |                          | 84,451              |

### 3.5.2.2. Örgütsel Performans Ölçeğinin Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizleri

Araştırmada kullanılan örgütsel performans ölçeği üç faktörden oluşmaktadır. Buna göre, ölçeğin içsel tutarlılığına ilişkin Cronbach's Alpha güvenilirlik katsayısı önce her bir faktör için ayrı ayrı hesaplanmış, daha sonra ise toplam olarak hesaplanmıştır.

Tablo 8: Örgütsel Performans Ölçeğinin Güvenilirlik Katsayıları

| Faktörler                | İfade Sayısı | Cronbach's Alpha ( $\alpha$ ) |
|--------------------------|--------------|-------------------------------|
| Finansal Performans      | 3            | ,906                          |
| Yenilik Performansı      | 3            | ,850                          |
| Pazarlama Performansı    | 3            | ,942                          |
| <b>İfadelerin Tamamı</b> | <b>9</b>     | <b>,923</b>                   |

Tablo 8’de örgütsel performans ölçeğinin Cronbach’s Alpha katsayıları yer almaktadır. Buna göre finansal performans faktörünün Cronbach’s Alpha güvenilirlik katsayısı 0,906, yenilik performansı faktörünün 0,850 ve pazarlama performansı faktörünün 0,942’dir. Örgütsel performans ölçeğinin toplam Cronbach’s Alpha güvenilirlik katsayısı ise 0,923 olarak tespit edilmiştir. Elde edilen değerlere göre ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

Verilerin açımlayıcı faktör analizine uygun olup olmadığını tespit etmek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Barlett testi yapılmıştır.

Tablo 9: Örgütsel Performans Ölçeği KMO ve Barlett’s Testi

|                                                           |         |          |
|-----------------------------------------------------------|---------|----------|
| Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) Örneklem Ölçüm Değer Yeterliliği |         | ,838     |
| Barlett Testi                                             | Ki-Kare | 3504,300 |
|                                                           | Sd      | 36       |
|                                                           | Sig.    | ,000     |

Tabloda 9’da görüldüğü gibi KMO değeri 0,838 olarak tespit edilmiştir. Bu değer örneklem büyüklüğünün faktör analizi için uygun olduğunu ifade etmektedir. Tablo 9’daki Bartlett’s Küresellik Testi sonucunun (Sig.=0,000), anlamlı olması değişkenler arası ilişkilerin oluşturduğu matrisin faktör analizi için anlamlı olduğunu ve faktör analizi yapılabilirliğini ifade etmektedir.

Örgütsel performans ölçeğine ait açımlayıcı faktör analizi sonuçları Tablo 10’da verilmiştir. Finansal performans değişkenini ölçmek için 3 soru, yenilik performansı değişkenini ölçmek için 3 soru ve pazarlama performansı değişkenini ölçmek için 3 soru sorulmuş ve bu sorular faktör analizinde ilgili faktörlere yüklenmiştir. Üç değişkenin açıkladığı toplam varyans yüzde 86,542 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 10: Örgütsel Performans Ölçeği Açımlayıcı Faktör Analizi Sonuçları

| Faktörler ve Maddeler                                      | Faktör Yük-leri | Özdeğerler (Eigenvalues) | Açıklanan Varyans % |
|------------------------------------------------------------|-----------------|--------------------------|---------------------|
| <b>Finansal Performans</b>                                 |                 | 4,851                    | 30,620              |
| Karlılığımız rakiplerimize göre sürekli artmaktadır.       | ,918            |                          |                     |
| Firma değerimiz sürekli artmaktadır.                       | ,916            |                          |                     |
| Yatırımlarımızın geri dönme oranı yüksektir.               | ,901            |                          |                     |
| <b>Yenilik Performansı</b>                                 |                 | 1,621                    | 30,617              |
| Yeni ürün geliştirme konusunda rakiplerden daha hızlıyız.  | ,931            |                          |                     |
| Yeni ürünleri rakiplerimizden önce pazara sunabilmekteyiz. | ,912            |                          |                     |
| Örgütümüzü değişen şartlara göre yenileyebilmekteyiz.      | ,838            |                          |                     |
| <b>Pazarlama Performansı</b>                               |                 | 1,317                    | 25,305              |
| Satışlarımız sürekli artmaktadır.                          | ,917            |                          |                     |
| Pazar payımız sürekli artmaktadır.                         | ,901            |                          |                     |
| Satış sonrası hizmetlere önem verilmektedir.               | ,681            |                          |                     |
| <b>Toplam Açıklanan Varyans %</b>                          |                 |                          | 86,542              |

### 3.5.3. Değişkenlere Ait Korelasyon Değerleri

Değişkenlerin bağımlı veya bağımsız olması dikkate alınmadan bu değişkenler arasındaki ilişkinin derecesini ve yönünü belirlemek amacıyla kullanılan istatistik yöntemi korelasyon olarak adlandırılır.

Değişkenler arasındaki ilişkiler çoklu korelasyon analizi ile araştırılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 11’de yer almaktadır.

Tablo 11: Korelasyon Analizi Sonuçları

|                                     | 1      | 2      | 3      | 4      | 5      | 6      | 7      |
|-------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 1.Uygun Maliyet İlkesi              | 1      | ,765** | ,581** | ,415** | ,521** | ,303** | ,794** |
| 2.Raporlama İlkesi                  | ,765** | 1      | ,803** | ,550** | ,569** | ,382** | ,891** |
| 3.İnsan Faktörü İlkesi              | ,581** | ,803** | 1      | ,628** | ,539** | ,335** | ,847** |
| 4.Örgüt Yapısı İlkesi               | ,415** | ,550** | ,628** | 1      | ,417** | ,496** | ,737** |
| 5.Açık ve Anlaşılabilir Olma İlkesi | ,521** | ,569** | ,539** | ,417** | 1      | ,226*  | ,758** |
| 6.Verı Biriktirme ve İşleme İlkesi  | ,303** | ,382** | ,335** | ,496** | ,226*  | 1      | ,548** |
| 7.Muhasebe Bilgi Sistemi Kullanımı  | ,794** | ,891** | ,847** | ,737** | ,758** | ,548** | 1      |
| 7.Finansal Performans               | ,829** | ,725** | ,602** | ,483** | ,511** | ,332** | ,766** |
| 8.Yenilik Performansı               | ,365** | ,375** | ,294** | ,168   | ,410** | ,107   | ,393** |
| 9.Pazarlama Performansı             | ,591** | ,570** | ,367** | ,175   | ,425** | ,188   | ,521** |
| Örgütsel Performans                 | ,704** | ,657** | ,500** | ,331** | ,527** | ,250*  | ,663** |

\*\* .Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* .Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Elde edilen bulgulara göre uygun maliyet ilkesi ile örgütsel performans alt değişkenlerinden finansal performans, yenilik performansı ve pazarlama performansı arasında %1 anlamlılık seviyesinde pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır. Uygun maliyet ilkesi ile örgütsel performans arasında %1 anlamlılık seviyesinde pozitif yönde kuvvetli düzeyde anlamlı bir ilişki vardır ( $r=0,704$ ,  $p<0,01$ ). Uygun maliyet ilkesideğişkeni ile örgütsel performans birlikte artmakta veya azalmaktadır.

Raporlama ilkesi ile örgütsel performans alt değişkenlerinden finansal performans, yenilik performansı ve pazarlama performansı arasında %1 anlamlılık seviyesinde pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır. Raporlama ilkesi ile örgütsel performans arasında %1 anlamlılık seviyesinde pozitif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki vardır ( $r=0,657$ ,  $p<0,01$ ). Raporlama ilkesi değişkeni ile örgütsel performans birlikte artmakta veya azalmaktadır.

İnsan faktörü ilkesi ile örgütsel performans alt değişkenlerinden finansal performans, yenilik performansı ve pazarlama performansı arasında %1 anlamlılık seviyesinde pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır. İnsan faktörü ilkesi ile örgütsel performans arasında %1 anlamlılık seviyesinde pozitif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki vardır ( $r=0,500$ ,  $p<0,01$ ). İnsan faktörü ilkesi değişkeni ile örgütsel performans birlikte artmakta veya azalmaktadır.

Örgüt yapısı ilkesi ile örgütsel performans alt değişkenlerinden finansal performans arasında %1 anlamlılık seviyesinde pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır. Örgüt yapısı ilkesi ile örgütsel performans alt değişkenlerinden yenilik performansı ve pazarlama performansı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Örgüt yapısı ilkesi ile örgütsel performans arasında %1 anlamlılık seviyesinde pozitif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki vardır ( $r=0,331$ ,  $p<0,01$ ). Örgüt yapısı ilkesi değişkeni ile örgütsel performans birlikte artmakta veya azalmaktadır.

Açık ve anlaşılabilir olma ilkesi ile örgütsel performans alt değişkenlerinden finansal performans, yenilik performansı ve pazarlama performansı arasında %1 anlamlılık seviyesinde pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır. Açık ve anlaşılabilir olma ilkesi ile örgütsel performans arasında %1 anlamlılık seviyesinde pozitif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki vardır ( $r=0,527$ ,  $p<0,01$ ). Açık ve anlaşılabilir olma ilkesi değişkeni ile örgütsel performans birlikte artmakta veya azalmaktadır.

Veri biriktirme ve işleme ilkesi ile örgütsel performans alt değişkenlerinden finansal performans arasında %1 anlamlılık seviyesinde pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır. Veri biriktirme ve işleme ilkesi ile örgütsel performans alt değişkenlerinden yenilik performansı ve pazarlama performansı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Veri biriktirme ve işleme ilkesi ile örgütsel performans arasında %1 anlamlılık seviyesinde pozitif yönde zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki vardır ( $r=0,250$ ,  $p<0,05$ ). Veri biriktirme ve işleme ilkesi değişkeni ile örgütsel performans birlikte artmakta veya azalmaktadır.

Muhasebe bilgi sistemi kullanımı ile örgütsel performans alt değişkenlerinden finansal performans, yenilik performansı ve pazarlama performansı arasında %1 anlamlılık seviyesinde pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır. Muhasebe bilgi sistemi kullanımı ile örgütsel performans arasında %1 anlamlılık seviyesinde pozitif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki vardır ( $r=0,663$ ,  $p<0,01$ ). Muhasebe bilgi sistemi kullanımı ile örgütsel performans birlikte artmakta veya azalmaktadır.

### 3.5.4. Regresyon Analizi

Regresyon analizi, bağımlı bir değişken ile bu bağımlı değişken üzerinde etkisi olduğu düşünülen bağımsız değişken veya değişkenler arasındaki ilişkinin bir model ile açıklanmasıdır. Başka bir ifadeyle, değişkenler arasındaki neden-sonuç ilişkisinin araştırılmasıdır. Bir bağımlı değişken üzerinde bir bağımsız değişkenin etkisi araştırılıyorsa basit regresyon analizi, bağımlı

değişken üzerinde iki veya daha fazla değişkenin etkisi araştırılıyorsa çoklu regresyon analizi uygulanır (Gürbüz ve Şahin, 2016: 271).

Tablo 12’de örgütsel performans alt değişkenlerinden finansal performans için regresyon analizi sonuçları verilmiştir.  $R^2$  değeri (belirlilik veya tanımlayıcılık katsayısı) 0,721 olarak bulunmuştur. Buna göre finansal performanstaki %72’lik değişimin bağımsız değişkenlere bağlı olduğu söylenebilir. Uygun maliyet ilkesi ile finansal performans arasında ( $p=0,000<0,01$ ) %1 anlamlılık seviyesinde anlamlı ilişki vardır. Diğer bağımsız değişkenler ile finansal performans arasında anlamlı ilişki bulunamamıştır. Buna göre finansal performansı açıklamada sadece uygun maliyet ilkesi değişkeninin anlamlı katkısı vardır.

Tablo 12: Finansal Performans Değişkeni İçin Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

| Bağımsız Değişkenler              | Standardize Edilmemiş Katsayılar |          | Standart Beta Katsayısı | Anlamlılık (p) |
|-----------------------------------|----------------------------------|----------|-------------------------|----------------|
|                                   | B                                | Std.Hata |                         |                |
| Sabit                             | ,133                             | ,392     |                         | ,734           |
| Uygun Maliyet İlkesi              | ,662                             | ,094     | ,658                    | ,000**         |
| Raporlama İlkesi                  | ,098                             | ,136     | ,092                    | ,474           |
| İnsan Faktörü İlkesi              | ,061                             | ,116     | ,057                    | ,601           |
| Örgüt Yapısı İlkesi               | ,117                             | ,102     | ,096                    | ,252           |
| Açık ve Anlaşılabilir Olma İlkesi | ,032                             | ,060     | ,040                    | ,590           |
| Veri Biriktirme ve İşleme İlkesi  | ,030                             | ,094     | ,022                    | ,752           |

$R^2=0,721$ ; Düz.  $R^2=0,700$ ;  $F=34,419$ ,  $p:0,00$

Tablo 13’de yenilik performansı için regresyon analizi sonuçları verilmiştir.  $R^2$  değeri (belirlilik veya tanımlayıcılık katsayısı) 0,211 olarak bulunmuştur. Buna göre yenilik performansındaki %21’lik değişimin bağımsız değişkenlere bağlı olduğu söylenebilir. Yenilik performansı ile açık ve anlaşılabilir olma ilkesi ( $p=0,023<0,05$ ) arasında %5 anlamlılık seviyesinde anlamlı ilişki vardır. Diğer bağımsız değişkenler ile yenilik performansı arasında anlamlı ilişki bulunamamıştır. Tablo 13’de görüldüğü üzere modeldeki bağımsız değişkenler yenilik performansını çok az açıklamaktadır. Buna göre yenilik performansını açıklamada sadece açık ve anlaşılabilir olma değişkeninin anlamlı katkısı vardır.

Tablo 13: Yenilik Performansı Değişkeni İçin Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

| Bağımsız Değişkenler              | Standardize Edilmemiş Katsayılar |           | Standart Beta Katsayısı | Anlamlılık (p) |
|-----------------------------------|----------------------------------|-----------|-------------------------|----------------|
|                                   | B                                | Std. Hata |                         |                |
| Sabit                             | 2,702                            | ,595      |                         | ,000           |
| Uygun Maliyet İlkesi              | ,115                             | ,143      | ,126                    | ,425           |
| Raporlama İlkesi                  | ,181                             | ,206      | ,189                    | ,383           |
| İnsan Faktörü İlkesi              | -,029                            | ,177      | -,030                   | ,870           |
| Örgüt Yapısı İlkesi               | -,091                            | ,155      | -,082                   | ,557           |
| Açık ve Anlaşılabilir Olma İlkesi | ,211                             | ,091      | ,291                    | ,023*          |
| Veri Biriktirme ve İşleme İlkesi  | -,022                            | ,143      | -,018                   | ,878           |

$R^2=0,211$ ; Düz.  $R^2=0,152$ ;  $F=3,575$ ,  $p:0,05$

Tablo 14’de örgütsel performans alt değişkenlerinden pazarlama performansı için regresyon analizi sonuçları verilmiştir.  $R^2$  değeri (belirlilik veya tanımlayıcılık katsayısı) 0,431 olarak bulunmuştur. Buna göre pazarlama performansındaki %43’lük değişimin bağımsız değişkenlere bağlı olduğu söylenebilir. Uygun maliyet ilkesi ile pazarlama performansı arasında



( $p=0,017<0,05$ ) %5 anlamlılık seviyesinde yine raporlama ilkesi ile pazarlama performansı arasında ( $p=0,014<0,05$ ) %5 anlamlılık seviyesinde anlamlı ilişki vardır. Diğer bağımsız değişkenler ile pazarlama performansı arasında anlamlı ilişki bulunamamıştır. Buna göre pazarlama performansını açıklamada uygun maliyet ilkesi ile raporlama ilkesi değişkenlerinin anlamlı katkısı vardır.

Tablo 14: Pazarlama Performansı Değişkeni İçin Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

| Bağımsız Değişkenler              | Standardize Edilmiş Katsayılar |           | Standart Beta Katsayısı | Anlamlılık (p) |
|-----------------------------------|--------------------------------|-----------|-------------------------|----------------|
|                                   | B                              | Std. Hata |                         |                |
| Sabit                             | 2,169                          | ,494      |                         | ,000           |
| Uygun Maliyet İlkesi              | ,288                           | ,119      | ,324                    | ,017*          |
| Raporlama İlkesi                  | ,430                           | ,171      | ,458                    | ,014*          |
| İnsan Faktörü İlkesi              | -,155                          | ,146      | -,165                   | ,293           |
| Örgüt Yapısı İlkesi               | -,203                          | ,128      | -,187                   | ,118           |
| Açık ve Anlaşılabilir Olma İlkesi | ,110                           | ,075      | ,156                    | ,147           |
| Veri Biriktirme ve İşleme İlkesi  | ,034                           | ,119      | ,028                    | ,778           |

$R^2=0,431$ ; Düz.  $R^2=0,388$ ;  $F=10,098$ ,  $p:0,00$

Muhasebe bilgi sistemi kullanımının örgütsel performansı ne kadar belirlediğini incelemek üzere basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Sonuçlar Tablo 4.15’de yer almaktadır. Basit regresyon analizi sonuçları istatistiksel olarak anlamlıdır ( $p=0,000<0,01$ ).  $R^2$  değeri 0,439’dur. Bu değere göre, örgütsel performanstaki %43’lük varyansın muhasebe bilgi sistemi kullanımına bağlı olduğu görülmektedir.

Tablo 15: Örgütsel Performans İçin Basit Regresyon Analizi Sonuçları

| Bağımsız Değişkenler             | Standardize Edilmemiş Katsayılar |           | Standart Beta Katsayısı | Anlamlılık (p) |
|----------------------------------|----------------------------------|-----------|-------------------------|----------------|
|                                  | B                                | Std. Hata |                         |                |
| Sabit                            | 1,333                            | ,381      |                         | ,001           |
| Muhasebe Bilgi Sistemi Kullanımı | ,724                             | ,089      | ,663                    | ,000**         |

$R^2=0,439$ ; Düz.  $R^2=0,433$ ;  $F=66,642$ ,  $p:0,00$

Araştırma hipotezlerine ilişkin sonuçlar, Tablo 16’da toplu olarak verilmiştir. Buna göre; muhasebe bilgi sistemi kullanımı ile örgütsel performans arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır şeklindeki araştırmanın temel hipotezi kabul edilmiştir. Muhasebe bilgi sistemi kullanımı ile örgütsel performans alt değişkenleri kullanılarak oluşturulan alt hipotezlerin 4 âdeti kabul edilmiş, 14 alt hipotez ise reddedilmiştir.

Tablo 16: Araştırma Hipotezlerinin Sonuçları

|                 | HİPOTEZLER                                                                                                 | $\beta$ | p      | Sonuç |
|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|--------|-------|
| H1              | Muhasebe bilgi sistemi kullanımı ile örgütsel performans arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır. | ,663    | ,000** | Kabul |
| H1 <sub>1</sub> | Uygun maliyet ilkesi ile finansal performans arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.             | ,658    | ,000** | Kabul |
| H1 <sub>2</sub> | Uygun maliyet ilkesi ile yenilik performansı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.             | ,126    | ,425   | Red   |
| H1 <sub>3</sub> | Uygun maliyet ilkesi ile pazarlama performansı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.           | ,324    | ,017*  | Kabul |
| H1 <sub>4</sub> | Raporlama ilkesi ile finansal performans arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.                 | ,092    | ,474   | Red   |

|                  |                                                                                                               |       |       |       |
|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|
| H1 <sub>5</sub>  | Raporlama ilkesi ile yenilik performansı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.                    | ,189  | ,383  | Red   |
| H1 <sub>6</sub>  | Raporlama ilkesi ile pazarlama performansı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.                  | ,458  | ,014* | Kabul |
| H1 <sub>7</sub>  | İnsan faktörü ilkesi ile finansal performans arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.                | ,057  | ,601  | Red   |
| H1 <sub>8</sub>  | İnsan faktörü ilkesi ile yenilik performansı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.                | -,030 | ,870  | Red   |
| H1 <sub>9</sub>  | İnsan faktörü ilkesi ile pazarlama performansı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.              | -,165 | ,293  | Red   |
| H1 <sub>10</sub> | Örgüt yapısı ilkesi ile finansal performans arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.                 | ,096  | ,252  | Red   |
| H1 <sub>11</sub> | Örgüt yapısı ilkesi ile yenilik performansı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.                 | -,082 | ,557  | Red   |
| H1 <sub>12</sub> | Örgüt yapısı ilkesi ile pazarlama performansı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.               | -,187 | ,118  | Red   |
| H1 <sub>13</sub> | Açık ve anlaşılabilir olma ilkesi ile finansal performans arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.   | ,040  | ,590  | Red   |
| H1 <sub>14</sub> | Açık ve anlaşılabilir olma ilkesi ile yenilik performansı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.   | ,291  | ,023* | Kabul |
| H1 <sub>15</sub> | Açık ve anlaşılabilir olma ilkesi ile pazarlama performansı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır. | ,156  | ,147  | Red   |
| H1 <sub>16</sub> | Veri biriktirme ve işleme ilkesi ile finansal performans arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.    | ,022  | ,752  | Red   |
| H1 <sub>17</sub> | Veri biriktirme ve işleme ilkesi ile yenilik performansı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.    | -,018 | ,878  | Red   |
| H1 <sub>18</sub> | Veri biriktirme ve işleme ilkesi ile pazarlama performansı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.  | ,028  | ,778  | Red   |

## SONUÇ

Bu araştırmanın amacı; muhasebe bilgi sistemi kullanımının örgütsel performansa olan etkisinin İstanbul'da faaliyet gösteren hazır giyim işletmeleri açısından tespit edilmesidir. Örgütsel performansı ölçmek için sadece finansal verilerin dikkate alınması yeterli değildir. Bu nedenle araştırma kapsamında yer alan işletmelerin örgütsel performansları ölçülürken finansal performanslarının yanında yenilik performansları ve pazarlama performansları da dikkate alınmıştır. Araştırma, İstanbul ilinin Avrupa yakasında faaliyet gösteren hazır giyim işletmelerini kapsamaktadır. İstanbul sanayi odasından alınan bilgilere göre, Avrupa yakasında hazır giyim alanında üretim yapan 1833 adet işletme bulunduğu tespit edilmiş ve böylece araştırmanın evrenini 1833 adet işletme oluşturmuştur. Anket ise toplam 350 işletmeye uygulanmıştır. Bu işletmelerden 12'si anket formunu yanıtlamadığı için araştırmanın örneklemini 338 adet hazır giyim işletmesi oluşturmuştur.

Muhasebe bilgi sistemi kullanımı ölçeğine açımlayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Uygun maliyet ilkesi değişkenini ölçmek için 3 soru, raporlama ilkesi değişkenini ölçmek için 3 soru, insan faktörü ilkesi değişkenini ölçmek için 3 soru, örgüt yapısı ilkesi değişkenini ölçmek için 3 soru, açık ve anlaşılabilir olma değişkenini ölçmek için 3 soru ve veri biriktirme ve işleme ilkesi değişkenini ölçmek 3 soru sorulmuş ve bu sorular faktör analizinde ilgili faktörlere yüklenmiştir. Altı değişkenin açıkladığı toplam varyans yüzde 84,451 olarak gerçekleşmiştir.

Örgütsel performans ölçeğine açımlayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Finansal performans değişkenini ölçmek için 3 soru, yenilik performansı değişkenini ölçmek için 3 soru ve pazarlama performansı değişkenini ölçmek için 3 soru sorulmuş ve bu sorular faktör analizinde

ilgili faktörlere yüklenmiştir. Üç değişkenin açıkladığı toplam varyans yüzde 86,542 olarak gerçekleşmiştir.

Değişkenler arasındaki ilişkiyi ortaya koyabilmek, ilişkinin yönünü ve gücünü tespit edebilmek amacıyla pearson korelasyon analizi yapılmıştır. Korelasyon analizi sonuçlarına göre değişkenler arasındaki tüm ilişkiler pozitif yönlüdür. Muhasebe bilgi sistemi kullanımı ile örgütsel performans arasında %1 anlamlılık seviyesinde pozitif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki vardır ( $r=0,663$ ,  $p<0,01$ ). Muhasebe bilgi sistemi kullanımı ile örgütsel performans birlikte artmakta veya azalmaktadır.

Araştırma kapsamında oluşturulan hipotezleri test etmek için çoklu regresyon analizi kullanılmıştır. Hipotezlerden elde edilen sonuçlar aşağıdaki gibidir. Araştırmanın temel hipotezi olan “H<sub>1</sub>: Muhasebe bilgi sistemi kullanımı ile örgütsel performans arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.” şeklindeki hipotez kabul edilmiştir. Muhasebe bilgi sistemi kullanımı ile örgütsel performans alt değişkenleri kullanılarak oluşturulan alt hipotezlerin 4 âdeti kabul edilmiş, 14 alt hipotez ise reddedilmiştir. “Uygun maliyet ilkesi ile finansal performans arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır” ve “uygun maliyet ilkesi ile pazarlama performansı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır” şeklinde oluşturulan alt hipotezler kabul edilmiştir. İşletmelerin finansal performansları ile pazarlama performanslarını artırabilmeleri için muhasebe bilgi sisteminin kurulmasında ve sistemin devamlılığının sağlanmasında en yüksek faydayı en düşük maliyetle elde edecek şekilde hareket etmeleri gerekmektedir. “Raporlama ilkesi ile pazarlama performansı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır” şeklinde oluşturulan alt hipotez kabul edilmiştir. Muhasebe bilgi sisteminde üretilen ve işletmenin mali yapısı ile faaliyet sonuçlarına ilişkin bilgilerin yer aldığı raporların gerçeğe uygun ve doğru bir şekilde hazırlanması işletmeye olan güveni ve dolayısıyla işletmenin satışlarını artıracaktır. “Açık ve anlaşılabilir olma ilkesi ile yenilik performansı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır” şeklinde oluşturulan alt hipotez de kabul edilmiştir. Araştırmadan elde edilen bu sonuca göre muhasebe bilgi sisteminin şeffaf ve anlaşılabilir olması, işletmelerin yenilik performanslarını artırmaktadır.

Araştırma kapsamında elde edilen sonuçlar literatürde yer alan çalışmalardan elde edilen sonuçlarla benzerlik göstermektedir. İpçioğlu ve Kahya (2016), çalışmasında otomotiv sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin bilgi yönetimi sürecinin örgütsel performansa etkisini araştırmışlardır. Yazarlar örgütsel performans finansal performans ölçütleri ve finansal olmayan performans ölçütleri olarak iki grupta incelemişlerdir. Araştırma sonuçları bilgi yönetimi süreçlerinin finansal ve finansal olmayan performans üzerinde kısmen pozitif bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir. Bu çalışmada İpçioğlu ve Kahya’dan farklı olarak örgütsel performans; finansal performans, yenilik performansı ve pazarlama performansı olmak üzere üç kategoride irdelenmiştir. Onaolapo ve Odetayo (2012), çalışmalarında Nijerya Ibadan’da faaliyet gösteren inşaat şirketlerinde muhasebe bilgi sistemlerinin örgütsel etkinlik üzerine etkisini araştırmışlar ve örgütsel etkinliği bir örgütün hedeflerine ulaşma derecesi olarak tanımlamışlardır. Elde edilen bulgular muhasebe bilgi sistemlerinin araştırma kapsamında yer alan inşaat şirketlerinin örgütsel etkinlikleri üzerinde önemli bir etkisi olduğunu göstermiştir. Çalışmadan elde edilen diğer bulgular ise, doğru muhasebe bilgilerinin yönetimin etkinliğini arttırdığı ve muhasebe bilgi sisteminin güvenilir finansal raporlar hazırlanmasına yol açtığı yönündedir. Menfaat grupları söz konusu raporlara dayanarak daha sağlıklı kararlar alabilecektir.

Sonuç olarak muhasebe bilgi sisteminin kullanılması işletmelerde örgütsel performans artırmaktadır. Bu nedenle işletmelerde muhasebe bilgi sistemlerinin etkinliğinin ve bu sistemde üretilen bilgilerin kalitesinin artırılması gerekmektedir.

## KAYNAKÇA

- Akgün, A.İ., S., Kılıç, “Muhasebe Bilgi Sisteminin İşletme Yönetiminin Etkinliği Üzerindeki Etkisi”, *Yönetim ve Ekonomi*, 20/2013, (2), ss.21-36.
- Böyükaslan, A., H.R. Aşıkoğlu, B. Özkara, “İşletme Kültürünün Finansal Performansa Etkisi: Eleştirel Bir Literatür Taraması”, *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 15/2017, (30), ss.353-391.
- Ceran, Y., M., Bezirci, “Pazarlama Bilgi Sistemi-Muhasebe Bilgi Sistemi İlişkisine Stratejik Bir Yaklaşım: Stratejik Pazarlama Muhasebesi”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2011, (26), ss.103-115.
- Dalğar, H., Ö. Tekşen, O. Tuğay, “Üretim İşletmelerinde Muhasebe Bilgi Sistemi Kullanımının İncelenmesi”, *Muhasebe ve Denetim Bakış*, 13/2014, (41), ss.49-67.
- Ercan, İ., İ., Kan, “Ölçeklerde Güvenirlilik ve Geçerlik”, *Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 30/2004, (3), ss. 211-216.
- Eren, M. Ş., M., Kaplan, “Kurumsal Yetkinliklerin Örgütsel Performans Üzerindeki Etkileri: Üretim Firmaları Üzerine Bir Araştırma”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Nisan/2014, (40), ss.175-192.
- Francis, U., A., Olayemi, “Accounting Information System as AıdstoManagerialPerformances”, *ScientificResearchJournal*, 4/2016, (10), ss.1-7.
- Gao, Y., “Measuring Marketing Performance: A Reviewand A Framework ”, *Marketing Review*, 10/2010, (1), ss.25-40.
- Gökçen, G., (2007), Genel Muhasebe, (1. Baskı), Beta Yayınevi, İstanbul.
- Gökdeniz, Ü., “İşletmelerde Muhasebe Bilgi Sistemine Yaklaşım”, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, Temmuz/2005, (27), ss.86-94.
- Günay, B., H., Ayyıldız, “Firmaların Pazarlama Faaliyet Performans Düzeylerinin Çok Kriterli Karar Verme Teknikleri İle Karşılaştırmalı Analizi”, *International Journal of Economics and Administrative Studies*, 2017, (18), ss. 113-136
- Gürbüz, S., Şahin, F., (2016), Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, (3. Baskı), Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- İpçioğlu, İ., D., Kahya, “Bilgi Yönetimi Sürecinin Örgütsel Performansa Etkisi ve Otomotiv Sektöründe Bir Araştırma”, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3/2016, (25), ss.179-204.
- Kaderli, Y., Ç., Köroğlu, “İşletmelerde Muhasebe Bilgi Sistemi İle Kurumsal Yönetim Anlayışı Arasındaki ilişki”, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, Temmuz/2014, (63), ss. 21-38.
- Kalaycı, Ş., (2017), SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, (8. Baskı), Dinamik Akademi, Ankara.
- Karahan, A., (2011) Üretim, Lojistik ve Pazarlama Departmanları Arasındaki Koordinasyonun İşletme Performansına Etkisi, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gaziantep Üniversitesi, İşletme Anabilim Dalı/İşletme, Gaziantep (Türkiye).
- Onalapo, A.A., ve T.A. Odetayo, “Effect of Accounting Information System on Organizational Effectiveness: A Case Study of Selected Construction Companies in Ibadan, Nigeria”, *American Journal of Business and Management*, 1/2012, (4), ss. 183-189.
- Özçelik, H., B., Kandemir, “Bist’de İşlem Gören Turizm İşletmelerinin Topsis Yöntemi İle Finansal Performanslarının Değerlendirilmesi”, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18/2015, (33), ss. 97-114.

Özgülbaş, N., “Sağlık Kurumlarında Finansal Performans Ölçümü ve Finansal Performansı Artırmak İçin Kullanılacak Stratejiler”, *Verimlilik Dergisi*, 2005, (3), ss.125-144.

Özşahin, M., E.B. Bayarçelik, B. Yıldız, “Strateji Tipleri İle Yenilik Performansı İlişkisinde Stratejik Karar Verme Hızının Şartlı Değişken (Moderatör) Etkisi”, *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 2017, (16), ss.749-766

Patel, B.P., “Effects of Accounting Information System on Organizational Profitability”, *International Journal of Research and Analytical Reviews*, 2/2015, (1), ss.72-76.

Saeidi, H., “The Impact of Accounting Information Systems on Financial Performance-A Case Study of TCS-India”, *Indian Journal of Fundamental and Applied Life Sciences*, 4/2014, (4), ss.412-417.

Sevim, A., S., Bülbül, “Tam Zamanında Üretim Sisteminin Muhasebe Bilgi Sistemi İle Bütünleştirilmesi ve Bir Model Önerisi”, *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 18/2016, (4), ss.855-879.

Şahin, Ö., O. N. Özdoğan, (2015), “Yetenek Yönetimi ve Yenilik Performansı İlişkisi: Bodrum Örneği”, *1. Avrasya Uluslararası Turizm Kongresi*, Konya, 28-30 Mayıs 2015.

Tekşen, Ö., A. Coşkun, H. Dalğar, “Muhasebe Bilgi Sisteminde Bilgi Güvenilirliğinin İncelenmesi: Göller Bölgesinde Faaliyette Bulunan Muhasebe Meslek Mensupları Üzerine Bir Araştırma”, *Muhasebe ve Denetim Bakışı*, 2011, (33), ss.99-117.

Turunç, Ö., “Stratejik Yönetim Örgütsel Performans İlişkisinde Kişi-Örgüt Uyumunun Rolü”, *Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 1/2015, (1), ss.16-30.

Varıcı, İ., (2007) Muhasebe Bilgi Sisteminin Kurumsallaşma Üzerine Etkisi: Orta ve Doğu Karadeniz’deki Kobiler Üzerine Bir Uygulama, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Karadeniz Teknik Üniversitesi, İşletme Anabilim Dalı/İşletme, Trabzon (Türkiye).

Yavuz, C., “İşletmelerde İnovasyon-Performans İlişkisinin İncelenmesine Dönük Bir Çalışma”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 5/2010, (2), ss.148-150.

Yükçü, S., E., Kaplanoğlu, “Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleriyle Gözaltı Pazarı Şirketlerinin Finansal Performanslarının Belirlenmesi”, *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 17/2015, (3), ss.587-616.

Williams, R.S. (1998). Performance Management: Perspectives on Employee Performance. International Thomson Business Press, London.