

PAPER DETAILS

TITLE: MUHASEBE MESLEK MENSUPLARININ IDEAL HIZMET VE MEVCUT HIZMET KALITESI
ALGILARININ SERVQUAL MODELİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ

AUTHORS: Ferah YILDIZ,Ahmet YANIK,Güler DİNÇEL,Sami KARACAN

PAGES: 593-604

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/182865>

MUHASEBE MESLEK MENSUPLARININ İDEAL HİZMET VE MEVCUT HİZMET KALİTESİ ALGILARININ SERVQUAL MODELİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ

Dr. Ahmet Yanık

Kocaeli Üniversitesi, ayanik@gmail.com

Dr. Güler Dinçel

Kocaeli Üniversitesi, gulerdincel@gmail.com

Yrd. Doç. Dr. Ferah Yıldız

Adıyaman Üniversitesi, fer_yil@yahoo.com

Doç. Dr. Sami Karacan

Kocaeli Üniversitesi, samikaracan@hotmail.com

Özet

Küreselleşme ve bilgi teknolojilerinin hızla gelişmesiyle birlikte ticaret sınırlarının ortadan kalkması ve muhasebe standartlarının birçok ülke tarafından benimsenmesi ve uygulanması sonucunda muhasebe mesleğinde hizmet kalitesinin önemi artmıştır. Bu araştırmanın amacı muhasebe meslek çalışanlarının ideal hizmet kalitesini nasıl algıladıklarını incelemek ve algıladıkları hizmet kalitesi ile vermiş oldukları mevcut hizmet kalitesi arasında bir farklılık olup olmadığını ortaya koymaktır. Bu amaçla Kocaeli ilinde çalışan muhasebe meslek mensuplarının ideal hizmet kalitesi ve mevcut hizmet kalitesi algıları SERVQUAL ölçeği ile araştırılmıştır. SERVQUAL hizmet kalitesi ölçeği fiziksel unsurlar, güvenilirlik, heveslilik, güven ve empati boyutlarından oluşmaktadır. Çalışma sonucuna göre, muhasebe meslek çalışanlarının ideal fiziksel, güvenilirlik ve empati algılayışları ile mevcut fiziksel, güvenilirlik ve empati algılayışları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Bulgularımız, muhasebe meslek mensuplarının vermiş oldukları hizmet kalitesi algıları ile ideal hizmet kalitesi algıları arasında farklılık olduğunu; bu farklılıkların özellikle fiziksel unsurlar, güvenilirlik ve empati boyutlarında toplandığını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Hizmet kalitesi, muhasebe mesleği, muhasebe hizmeti kalitesi

EVALUATION OF PERCEPTIONS OF IDEAL AND EXISTING SERVICE QUALITIES AMONG PROFESSIONAL ACCOUNTANTS BY USING SERVQUAL MODEL

Abstract

The importance of the quality of service in accounting profession is increased as a result of adaptation and implementation of accounting standards by many countries and elimination of trade barriers due to globalization and rapid development of information technology. The aim of this study is to investigate how the accounting profession members perceived the ideal service quality and to determine whether there is a difference between perceived and existing service qualities. For this purpose, perceptions of ideal and existing service qualities of professional accountants working in the province of Kocaeli were investigated by using SERVQUAL scale. Current SERVQUAL quality of service scale consisted of physical factors, reliability, responsiveness, trust and empathy dimensions. The present study showed that there is a significant difference between ideal and existing physical, reliability and empathy perceptions. Our results suggested that the existing service quality perception and ideal service quality perception can be different among professional accountants and this difference can especially observed in physical factors, reliability and empathy dimensions.

Key words: Quality of service, the accounting profession, accounting quality of service

GİRİŞ

Küreselleşme, bilişim teknolojilerinin hızlı bir şekilde gelişimi, serbest piyasa ekonomisinin şartları; işletmelerin pazar paylarını korumalarını ve bu pazar paylarını artırmalarını, müşteri memnuniyeti sağlamalarını ve rekabet güçlerini artırmalarını zorlaştırmaktadır. İşletmelerin amaçlarını gerçekleştirebilmeleri ve rekabet ortamında başarı yakalayabilmeleri verdikleri hizmetin kalitesi ile ilişkilendirilmektedir. *Hizmet, sektör olarak kendi içinde sürekli gelişme gösterirken, imalat sektörü içinde de rekabet avantajı elde edebilmek için önemli bir faktör olarak ortaya çıkmaktadır.*

Hizmet, tüketici ihtiyaçlarının tatmin edilmesi amacıyla üretilen maddi niteliği olmayan bir üründür(Kuriloff et al, 1993: 247). Hizmet, başka birisi için iş icra etmektir (Goetsch, 1998:104). Hizmet, her zaman olmasa da normal olarak az ya da çok dokunulmaz bir yapısı olan, müşteri ve hizmet personeli ve/veya hizmet sağlayanın fiziksel kaynakları veya malları ve/veya sistemleri arasındaki etkileşim anında oluşan ve müşteri problemlerine çözüm olarak sağlanan süreçler bütünüdür (Christian, 2000:46). Hizmet, fiziki boyutu olmayan, kişilerin eylemleri ile ortaya konulabilen bir faaliyet olup (Zeithaml at al, 1985) hizmetin bu özelliği ile ilgili olarak hizmet talebi saatlik, günlük ve mevsimlik olarak değişebildiğinden dolayı arz ve talebi dengelemek kolay değildir(Yapraklı ve Sağlık, 2010).

Hizmeti fiziksel mallardan farklı kılan en belirgin özelliği dokunulamaz olmasıdır. Bunun yanında soyutluk, ayrılmazlık, dayanıksızlık ve sahiplik hizmetin özellikleri arasında sayılabilir. Temelde hizmetler için üç özellik tanımlanmaktadır(Charlene, 2000:9).

- Hizmetler daha çok bir eylem ya da bir dizi eylemler içeren süreçlerdir.
- Hizmetler genellikle, eş zamanlı olarak üretilir ve tüketilir.
- Hizmetler de, müşteri hizmet üretim sürecinin içinde yer almaktadır.

Hizmetin hem bir sektör olması hem de diğer sektörlerde önemli bir faktör haline gelmesi, müşteri beklentilerine cevap verebilme yeteneğini gündeme getirmiş buna bağlı olarak da kalite olgusunu ortaya çıkarmıştır.

Kalite, anlaşılması zor, kolaylıkla birbirinden ayırt edilemeyen boyutları olan, oldukça karışık bir kavramdır (Parasuraman, Berry ve Zeithalm, 1985). Kalite olgusu sanayi devrimi ile gündeme gelmiş olsa da insanlığın üretim sürecine başlamasıyla ortaya çıkmıştır. Kalite ile ilgili ilk kayıtlar M.Ö. 2150 yılına kadar uzanmaktadır. Hammurabi (M.Ö. 1795-1750) Kanunlarında (230) “Bir inşaat ustasının yaptığı ev, ustanın yetersizliği ya da işini gereği gibi yapmaması nedeniyle yıkılır ve ev sahibi ölürse, evi yapan usta öldürülecektir” şeklinde yer almaktadır. Kalite şartlarının yerine getirilmediği ürün için üreticisine verilen ceza, kalite olgusuna verilmesi gereken önemi açıkça ortaya koymaktadır. Kalitenin bir kavram olarak ortaya çıkması 19. Yüzyıla rastlamaktadır(Karaca, 2008: 62). Pirsig (1974) kaliteyi “... ne olduğunu biliyorsunuz; fakat ne olduğunu bilmiyorsunuz” olarak ifade etmiştir

(Prisig, 1974: 45). Reeves ve Bednar (1994)'a göre kalite, “uluslararası piyasada işletmelerin ekonomik büyümesine yön veren en önemli tek güç”; Juren'e göre, “kullanıma uygunluk”; Crosby'e göre, “gerekliliklere uygunluk” olarak tanımlanmaktadır (Tan ve Peşkircioğlu, 1991). Amerikan Ulusal Standartlar Enstitüsü'ne (American National Standards Institute - ANSI) göre kalite, bir mal ya da hizmetin belirlenen ihtiyaçları karşılayabilmesini sağlayan niteliklerin tümüdür. Kalite, müşteriler tarafından açık bir şekilde belirtilememekte; birtakım şikâyetlerle kalite sorunları ifade edilmektedir.

Kalite belki de işletme stratejisinin karışık ve en önemli bileşenidir. Kalite ülkelerin ekonomik olarak büyümesi, işletmelerin karlılığı ve müşterileri memnun etmede yol gösteren önemli bir güçtür (Rust at al, 1995; Kennedy and Paul, 1987). Buradan hareketle kalite, müşteri araştırmaları, işletme stratejileri, üretim süreci, mühendislik, ekonomi ve pazarlamayı içeren işletme uygulamalarının her alanında alanda önemli bir faktördür (Golder at al, 2012).

1. Muhasebe ve Muhasebe Hizmetleri

Muhasebe hizmetlerini yerine getiren meslek mensupları, 1989 yılında yürürlüğe giren 3568 sayılı Yasa ile Serbest Muhasebeci (SM), Serbest Muhasebeci Mali Müşavir (SMMM) ve Yeminli Mali Müşavir (YMM) olarak tanımlanmışlardır. Yasanın birinci maddesinde, muhasebe mesleğinin amacı “işletmelerde faaliyetlerin ve işlemlerin sağlıklı ve güvenilir bir şekilde işleyişini sağlamak, faaliyet sonuçlarını ilgili mevzuat çerçevesinde denetlemeye, değerlendirmeye tabi tutarak gerçek durumu ilgililerin ve resmî mercilerin istifadesine tarafsız bir şekilde sunmak ve yüksek meslekî standartları gerçekleştirmek” şeklinde belirtilmiştir (3568 Sayılı Yasa). Yasanın 2. maddesinde Muhasebecilik ve malî müşavirlik mesleğinin konusu “Gerçek ve tüzel kişilere ait teşebbüs ve işletmelerin (Kaya ve Daştan, 2005:391);

a) Genel kabul görmüş muhasebe prensipleri ve ilgili mevzuat hükümleri gereğince, defterlerini tutmak, bilanço, kâr-zarar tablosu ve beyannameleri ile diğer belgelerini düzenlemek ve benzeri işleri yapmak,

b) Muhasebe sistemlerini kurmak, geliştirmek, işletmecilik, muhasebe, finans, malî mevzuat ve bunların uygulamaları ile ilgili işlerini düzenlemek veya bu konularda müşavirlik yapmak,

c) Yukarıdaki bentte yazılı konularda, belgelere dayanılarak, inceleme, tahlil, denetim yapmak, malî tablo ve beyannamelerle ilgili konularda yazılı görüş vermek, rapor ve benzerlerini düzenlemek, tahkim, bilirkişilik ve benzeri işleri yapmak ” şeklinde açıklanmıştır. “YMM’ler ise planlama, danışmanlık, denetim ve tasdik faaliyetlerini icra edebileceklerdir.

3568 sayılı yasada, 26.07.2008 tarih, 26648 sayılı resmi gazetede yayınlanan 5786 sayılı yasa ile değişiklik yapılarak yasanın adı “Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Yasası” olarak düzenlenmiştir. Yapılan düzenleme ile meslek mensupları Serbest Muhasebeci Mali Müşavir (SMMM) ve Yeminli Mali Müşavir (YMM) olarak tanımlanmışlardır (3568 Sayılı Yasa).

Türkiye’de faaliyet gösteren işletmelerin hemen hemen tamamı, serbest muhasebeci mali müşavirlerin yetki sınırları içindedir. İşletmelere doğru, tarafsız ve zamanlı bilgi sunmak amacıyla hizmet veren muhasebe meslek mensuplarının hizmet kalitesinin ölçülmesi, müşteri memnuniyeti ve sadakatının belirlenmesi açısından son derece önem arz etmektedir (Banar ve Ekeril, a.g.e).

1.1.Muhasebe Hizmetinin Özellikleri

Muhasebe hizmetinin yerine getirilmesinde, diğer hizmet konularına göre farklı olan pek çok husus olmakla birlikte, öne çıkan farklı hususlara aşağıdaki durumlar örnek olarak verilebilir:

- Her şeyden önce muhasebe hizmetlerinde hizmetin ne şekilde sunulacağını belirleyen temel faktör hizmeti alan işletmelerin talebi değil, yasa, yönetmelik ya da tabi olunan diğer hukuki yaptırımlardır.
- Muhasebe hizmetlerinin büyük bir bölümü ertelenemez ve stoklanamaz.
- Muhasebe hizmetlerinin en iyi şekilde sunumunda, hizmeti sunanın mesleki bilgi, deneyim ve uzmanlığı etkilidir.
- Muhasebe hizmetlerinde bir aksaklık, genellikle maddi bir yaptırımla sonuçlanır.
- Muhasebe hizmetlerinde temel kaynak, genellikle geçmiş verilerden hareketle elde edilen güvenilir bilgi ve belgelerdir. Muhasebe hizmetlerinin sunulmasına dayanak oluşturan bu bilgi ve belgeler soyut olmaktan çok, somut olma niteliği taşır.
- Muhasebe hizmetleri yerine getirilirken, muhasebe hizmetlerinin birçok çalışma disiplini etkilemesi nedeniyle, emek yoğun çalışma ortamıyla birlikte daha çok teknoloji yoğun bir çalışma ortamı gündeme gelir.
- Muhasebe hizmetleri yerine getirilirken, hizmeti alan adına yasa, yönetmelik ya da kanunlar gereği rutin olarak yapılması gereken birçok hizmet vardır.
- Muhasebe hizmetlerinde süreklilik esastır. Birçok hizmet belli bir süre sonra sona ermeyip, sürekli yerine getirilmesi gereken bir özellik taşır.
- Muhasebe hizmetlerinin kalitesi, ancak hizmet verildikten sonra ortaya çıkar. Hizmetin verilme sürecinde kaliteden bahsetmek genellikle mümkün olmaz.

2.Literatür Taraması

Hizmet kalitesinin önemi gün geçtikçe artmaktadır. Bu durum hizmet kalitesinin etkin şekilde ölçülmesi gerekliliğini ortaya koymuştur. Bu yüzden, bu

alanda yapılan çalışmaların da buna paralel olarak arttığı gözlemlenmektedir (Bulgan ve Gürdal, 240, <http://kaynak.unak.org.tr/bildiri/unak05/u05-22.pdf>) (Erişim Tarihi :10.06.2012)

Parasuraman, Zeithalm ve Berry'nin 1985 yılında yaptıkları bir araştırmada sunulan hizmetlerin kalitesini 10 boyutta inceleyen SERVQUAL adını verdikleri bir ölçek geliştirmişlerdir. Bu boyutlar; erişim, iletişim, yeterlilik, nezaket, inanılabilirlik, güvenilirlik, heveslilik, güvenlik, fiziksel özellikler ve müşterileri anlama-bilme olarak sıralanmaktadır. Yine Parasuraman ve arkadaşları 1988'de "müşterilerin hizmet kalitesi beklentilerini ölçmede kullanılan çoklu faktör ölçeği: Servqual" adlı çalışmada söz konusu ölçeğin geçerliliğini test etmişler ve istatistiksel analizler neticesinde 22 sorudan oluşan 7'li likert ile bir anket geliştirmişler, bunun yanı sıra çalışmada hem algılanan hizmet hem de beklenen hizmetin aynı anket üzerinde ölçüldüğü SERVQUAL ölçeğini beş boyuta indirmişlerdir. Fiziksel özellikler, güvenilirlik ve heveslilik aynı kalırken, diğer yedi boyut güven verme ve empati (müşteriyi anlama) olmak üzere iki başlık altında ele alınmıştır (Parasuraman et al, 1988).

Algılanan hizmet kalitesi müşterilerin hizmeti almadan önceki beklentileri (beklenti) ile yararlandığı mevcut hizmet deneyimini (performans) kıyaslamasının bir sonucudur. Buna göre algılanan hizmet kalitesi müşterilerin beklentileri ile algılanan performans arasındaki farklılığın yönü ve derecesi olarak ele alınmaktadır. Hizmet kalitesi yazınında "beklentiler" ise müşterilerin hizmete ilişkin istek ya da arzularını ifade etmektedir (Parasuraman, et al, 1988)

Hizmet kalitesi, bilgi sistemleri (Watson at al, 1993; Bharati and Berg, 2005), kamu yönetimi (Callahan at al, 2005), sağlık sektörü (Ward at al, 2005), taşımacılık (Bonsall at al, 2005) gibi bir çok sektörde yaygın bir şekilde araştırılan bir alandır. Bu alanlardaki çalışmalar 1980'li yıllarda başlarken, muhasebe hizmetlerinin pazarlanmasına yönelik akademik çalışmalar ise 1990'lı yıllarda başlamıştır. Hizmet kalitesinin ölçülmesi ile ilgili bu çalışmaların yanında muhasebe bürolarına yönelik akademik çalışmaların oldukça azınlıkta olduğu görülmektedir (Banar ve Ekergil, 2010).

Parasuraman ve arkadaşlarının geliştirdiği (1985, 1988), SERVQUAL ölçeğine alternatif olarak, Cronin ve Taylor (1992, 1994) SERVPERF ölçeğini geliştirmişlerdir. Cronin ve Taylor, SERVPERF ile hizmet kalitesinin sadece algılanan hizmeti kullanarak ölçülmesi gerektiğini ileri sürerek; bu ölçekle, hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti ve satın alma niyeti arasındaki ilişkiyi açıklamaya çalışmışlardır. Bilimsel çalışmalarda hizmet kalitesinin farklı yönlerine odaklanılması nedeniyle, SERVQUAL ve SERVPERF dışında; toplam kalite endeksi, kritik olay yöntemi, hizmet barometresi (linjefly) ve istatistiksel yöntemler gibi birçok yöntem geliştirilmiştir. Ancak hizmet kalitesinin ölçümünde bu yöntemlerden en yaygın olarak kullanılanı SERVQUAL ölçeğidir (Cronin et al, 1992, Cronin et al, 1994).

Walker ve arkadaşları (2011) Yönetim muhasebesi hizmetleri ile işletmelerin müşteri memnuniyeti ve karar alma süreçlerini iyileştirmeleri konularında kaygılar

varsa yönetim muhasebesi hizmet kalitesinin tanımlanmaya ihtiyacı olduğunu ileri sürmüşlerdir.

Ustaahmetoğlu ve Savcı (2011) muhasebe bürolarında çalışan muhasebe meslek mensuplarının algıladığı ideal ve mevcut hizmet kalitesi arasındaki farklılıkları ortaya koymak amacıyla bir çalışma yapmışlardır. Bu çalışmada yazarlar, muhasebe meslek mensuplarının sundukları muhasebe hizmetinde heveslilik ve empati boyutlarına ilişkin anlamlı istatistiksel sonuçlara ulaşmışlar, muhasebe meslek mensuplarının heveslilik ve empati boyutlarında beklentileri karşılamanın ötesine geçtikleri kanısına varmışlardır. (Ustaahmetoğlu ve Savcı, 2012).

Yöntem

Araştırma, metodoloji kapsamında; amaç evren ve örneklem ve veri toplama başlıkları altında incelenecektir.

3.1.Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı muhasebe meslek çalışanlarının ideal hizmet kalitesini nasıl algıladıklarını incelemek ve algıladıkları hizmet kalitesi ile vermiş oldukları mevcut hizmet kalitesi arasında bir farklılık olup olmadığını ortaya koymaktır.

3.2.Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Kocaeli Serbest Muhasebeci ve Mali Müşavirler Odası'na kayıtlı muhasebeciler oluşturmaktadır. Örnek seçimi Kocaeli Serbest Muhasebeci ve Mali Müşavirler Odası'na kayıtlı aktif olarak muhasebecilik yapan 600 muhasebe çalışanı arasında rastgele seçilerek yapılmıştır. Bu doğrultuda Kocaeli ilinde tesadüfî örneklem yöntemi ile 250 muhasebe çalışanına anket uygulanarak araştırma gerçekleştirilmiştir.

3.3.Veritoplama Aracı

Anket iki bölümden oluşmuş ilk bölümde demografik özelliklere ilişkin sorulara ikinci bölümde ise Parasuraman, Zeithaml ve Berry(1998) tarafından geliştirilen SERVQUAL ölçeği sorularına yer verilmiştir. 5 boyut ve 22 sorudan oluşan SERVQUAL ölçeğinde hizmet kalitesi fiziksel unsurlar, güvenilirlik, heveslilik, güven ve empati olmak üzere 5 boyutta ölçülmektedir. Araştırmada kesinlikle katılıyorum'dan kesinlikle katılmıyorum'a kadar derecelendirilmiş 5'li likert ölçeği kullanılmıştır.

Araştırmada 250 muhasebe çalışanına anket dağıtılmış 231 geri dönüş olmuş, geri dönen formlardan 21 tanesi hatalı doldurulduğu ya da boş bırakılan soru sayısının fazla olduğu dikkate alınarak değerlendirilmemiş, geriye kalan 210 veri SPSS 16.0 programı ile değerlendirilmeye tabi tutulmuştur. Verilerin analizinde tanımlayıcı istatistik, iki ortalama arasındaki farkın önemlilik testi ve eşleştirilmiş t testi kullanılmıştır.

Bulgular

Araştırmada elde edilen bulgular; demografik ve hizmet kalitesine ilişkin bulgular bağlamında sunulmuştur.

4.1. Demografik Bulgular

Araştırmaya katılan 210 muhasebe meslek mensubu çalışanın demografik özelliklerine göre dağılımı Tablo 1’de özetlenmiştir.

Tablo 1: Muhasebe Çalışanlarının Demografik Özelliklere Göre Dağılımı

Cinsiyet	Frekans(n)	Yüzde(%)	Deneyim	Frekans(n)	Yüzde(%)
Erkek	144	68,6	1-5 yıl	19	9
Kadın	66	31,4	6-10 yıl	47	22,4
Toplam	210	100,0	11-15 yıl	48	22,9
Çalışma Şekli	Frekans(n)	Yüzde(%)	16-20 yıl	37	17,6
Bağımsız	153	72,9	21-25 yıl	28	13,3
Bağlı	57	27,1	26 yıl ve üzeri	31	14,8
Toplam	210	100,0	Toplam	210	100,0
Gelir	Frekans(n)	Yüzde(%)	Eğitim	Frekans(n)	Yüzde(%)
1000 TL’den az	10	4,8	İlköğretim	3	1,4
1000-1499 TL	16	7,6	Ortaöğretim	16	7,6
1500-1999 TL	23	11	Önlisans	3	1,4
2000-2499 TL	24	11,4	Lisans	181	86,2
2500-2999 TL	40	19,0	Yüksek Lisans	7	3,3
3000 TL ve üzeri	97	46,2	Toplam	210	100,0
Toplam	210	100,0			

Tablo 1’e göre araştırmaya katılan muhasebe çalışanlarının %68,6’sı erkek %31,4’ü kadındır. Katılımcıların %45,3’ünün 6 ile 15 yıl arasında değişen deneyime sahip olduğu; %72,9’unun bağımsız çalıştığı, %46,2’sinin 3000 TL ve üzeri gelire sahip olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan muhasebe çalışanlarının %89,5 lisans ve üzeri eğitime sahip olduğu saptanmıştır.

Demografik özellikler incelendiğinde ankete tabi tutulan muhasebe meslek çalışanlarının %68,6’sının 10 yılı aşkın bir süredir mesleklerini icra ettikleri görülmüştür. Bu da cevaplayıcıların mesleklerinde tecrübeli oldukları kanısını uyandırmaktadır. Ayrıca ankete katılan muhasebe meslek çalışanlarının %89,5’nin lisans ve lisansüstü eğitime sahip oldukları saptanmıştır.

4.2.Hizmet Kalitesine ilişkin Bulgular

4.2.1. Güvenilirlik Analizi

Güvenilirlik, bir hatadan bağımsız kalma düzeyini ifade etmektedir. Bir ölçeğin güvenilirliği; tutarlı, dengeli ve tekrar eden sonuçlar vermesiyle belirlenmektedir. Araştırmada, ölçeklerin güvenilirliğinin saptanmasında Cronbach Alfa değeri kullanılmıştır(Keser, 2006:109).

Çalışmada kullanılan Hizmet kalitesi ölçeği boyutları bazında güvenilirlik testine tabi tutulmuş sonuçlar Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2: Hizmet Kalitesi Ölçeği Güvenilirlik Analizi

Boyutlar	İdeal*	Mevcut**
Fiziksel unsurlar	0,845	0,857
Güvenilirlik	0,848	0,856
Heveslilik	0,732	0,744
Güven	0,781	0,865
Empati	0,770	0,771
Hizmet Kalitesi	0,889	0,941

*İdeal Hizmet Kalitesi Algısı

**Mevcut Hizmet Kalitesi Algısı

Güvenilirlik analizi sonuçlarına bakıldığında hizmet kalitesinin 5 boyuta ait güvenilirlik katsayıları yeterli ve kabul edilebilir düzeyde bulunmuştur. Muhasebe çalışanının ideal hizmet kalitesi algısına ilişkin güvenilirlik katsayısı 0,889, vermiş olduğu mevcut hizmet kalitesi algısına ilişkin güvenilirlik katsayısı ise 0,941 olarak hesaplanmıştır. Tablo 2’de verilen her bir boyut ölçeğine ve toplamda hizmet kalitesi ölçeğine ait sonuçların $\alpha > 0,7$ ’den olması ölçeklerin yüksek derecede güvenilirliğe ve homojen bir bütünlüğe sahip olduğunu göstermektedir(Nunnally, 1970).

4.2.3. Değişkenlere İlişkin Eşleştirilmiş T Testi Analizi

Muhasebe çalışanlarının ideal hizmet ve vermiş oldukları mevcut hizmet algısına ilişkin veriler değerlendirilirken her bir boyut içinde yer alan ifadelerin ortalamaları alınmış, ideal ve mevcut hizmet algısı farkları olup olmadığına bakılmıştır. Muhasebe çalışanlarının ideal hizmet kalitesi algısı ile vermiş olduğu hizmet kalite algısına ilişkin ortalamalar ve bu ortalamalara ilişkin toplam fark Tablo 3’te verilmiştir.

Tablo 3: İdeal ve mevcut hizmet kalitesi boyutları farkları

	İdeal	Algılanan	Toplam Fark
Fiziksel	4,32	4,07	4,18-4,1 =0,08
Güvenilirlik	4,56	4,31	
Heveslilik	4,21	4,20	
Güven	4,43	4,33	
Empati	3,48	3,65	

Tablo 3’teki özet istatistik bulgularına göre hizmet kalitesi ölçümünde, ideal ile algılanmalar arasındaki boyut farkına bakıldığında farkın sıfırdan farklı olduğu görülmektedir. Farkın sıfıra eşit olduğu durum algılanan hizmet kalitesi ile ideal hizmet kalitesinin birbirine eşit olduğunu göstermektedir. İdeal hizmet kalitesi

algısının mevcut hizmet kalitesi algısından büyük olduğu durumlarda hizmet kalitesinin düşük olduğu, tam tersi durumlarda ise hizmet kalitesinin yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Tablo 3'te mevcut hizmet kalitesi algısının ideal hizmet kalitesi algısından nispeten düşük olduğu görülmektedir.

Ortaya çıkan farkın istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığı eşleştirilmiş örneklem t testi ile test edilmiştir. Hizmet kalitesinin her bir boyutu, mevcut hizmet kalitesi ile ideal hizmet kalitesi algılayışı açısından 22 soruluk hizmet kalitesi algılama ölçeği ile ölçülmüş, bu ölçüm sonucunda hizmet kalitesi ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olup olmadığına bakılmıştır. Bu bağlamda hipotezler ve sonuçları aşağıda verilmiştir.

H₁=Muhasebe çalışanlarının ideal hizmet kalitesi fiziksel boyut algılaması ile vermiş olduğu hizmet kalitesi fiziksel boyut algılaması arasında farklılık vardır.

Eşleştirilmiş örneklem t testi hesaplamasına göre meslek çalışanlarının ideal fiziksel boyut algılaması ile algıladıkları mevcut fiziksel boyut arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur. Algıladıkları ideal fiziksel boyut ortalaması $\bar{x}=4,32$ standart sapması $s=0,68$ olarak hesaplanmıştır. Algılanan fiziksel boyut ortalaması $\bar{x}=4,07$, standart sapması $s=0,72$ olarak hesaplanmıştır. $t(209)=5,148$ $p<0,001$. İki değişken arasındaki korelasyon $c=0,483$ $p<0,001$ olarak hesaplanmıştır.

H₂= Muhasebe çalışanlarının ideal hizmet kalitesi güvenilirlik boyut algılayışı ile vermiş olduğu hizmet kalitesi güvenilirlik boyut algılaması arasında farklılık vardır.

Muhasebe çalışanlarının ideal güvenilirlik boyut algılayışları ile algıladıkları mevcut güvenilirlik boyut arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmiştir. İdeal güvenilirlik boyut ortalaması $\bar{x}=4,56$, standart sapması $s=0,515$ olarak hesaplanmıştır. Algılanan güvenilirlik boyut ortalaması $\bar{x}=4,31$ $s=0,553$ olarak hesaplanmıştır. $t(209)=6,706$ $p<0,001$. İki değişken arasındaki korelasyon $c=0,500$ $p<0,001$ olarak hesaplanmıştır.

H₃= Muhasebe çalışanlarının ideal hizmet kalitesi heveslilik boyut algılayışı ile vermiş olduğu hizmet kalitesi heveslilik boyut algılaması arasında farklılık vardır.

Muhasebe çalışanlarının ideal heveslilik boyut ile algıladıkları heveslilik boyut arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır. İdeal heveslilik boyut ortalaması $\bar{x}=4,21$, standart sapması $s=0,630$ olarak hesaplanmıştır. Algılanan heveslilik boyut ortalaması $\bar{x}=4,20$ $s=0,567$ olarak hesaplanmıştır. $t(209)=0,338$, $p=0,736$. İki değişken arasındaki korelasyon $c=0,564$ $p<0,001$ olarak hesaplanmıştır.

H₄= Muhasebe çalışanlarının ideal hizmet kalitesi güven boyut algılayışı ile vermiş olduğu hizmet kalitesi güven boyut algılaması arasında farklılık vardır.

Muhasebe çalışanlarının ideal güven boyutu algılayışı ile algıladıkları mevcut güven boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır. İdeal

güven boyut ortalaması $\bar{x}=4,43$ standart sapması $s=0,595$ olarak hesaplanmıştır. Algılanan güven boyutu ortalaması $\bar{x}=4,33$ $s=0,615$ olarak hesaplanmıştır. $t(209)=2,238$ $p=0,026$. İki değişken arasındaki korelasyon $c=0,427$ $p<0,001$ olarak hesaplanmıştır.

H₅= Muhasebe çalışanlarının ideal hizmet kalitesi empati boyut algılayışı ile vermiş olduğu hizmet kalitesi empati boyut algılaması arasında farklılık vardır.

Muhasebe çalışanlarının ideal empati boyut algılayışları ile algıladıkları mevcut empati boyut arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık ortaya çıkmıştır. İdeal empati boyut ortalaması $\bar{x}=3,48$, standart sapması $s=0,857$ olarak hesaplanmıştır. Algılanan empati boyut ortalaması $\bar{x}=3,65$ $s=0,803$ olarak hesaplanmıştır. $t(209)=-3,787$, $p<0,001$. İki değişken arasındaki korelasyon $c=0,696$ $p<0,001$ olarak hesaplanmıştır.

H₆= Muhasebe çalışanlarının ideal hizmet kalitesi algılayışı ile vermiş olduğu hizmet kalitesi algılaması arasında farklılık vardır.

Muhasebe çalışanlarının ideal hizmet kalitesi algısı ile algıladıkları mevcut hizmet kalitesi arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık ortaya çıkmıştır. İdeal hizmet kalite ortalaması $\bar{x}=4,18$, standart sapması $s=0,484$ olarak hesaplanmıştır. Algılanan mevcut hizmet kalitesi boyut ortalaması $\bar{x}=4,10$ $s=0,508$ olarak hesaplanmıştır. $t(209)=3,011$. İki değişken arasındaki korelasyon $c=0,667$, $p<0,001$ olarak hesaplanmıştır.

Tartışma

Muhasebe meslek mensuplarının vermiş oldukları mevcut hizmet kalitesini algılamaları ile idealize ettikleri hizmet kalitesi algıları karşılaştırılmıştır. Karşılaştırma sonucu elde edilen bulgulardan hareketle muhasebe meslek mensuplarının kendilerine dair algıladıkları hizmet kalitesi ile bekledikleri hizmet kalitesi arasında farklılık ortaya çıkmıştır. Ortaya çıkan farklılıklar muhasebe meslek çalışanlarının hem lehine hem de aleyhine yorumlanabilir. Ancak genel bakışta sundukları hizmetin kalitesinin idealize ettikleri hizmet anlayışını karşıladığı söylenebilir.

Muhasebe meslek çalışanlarının hizmet kalitesi algılama ve beklentilerinin fiziksel, güvenilirlik ve empati boyutlarında farklılık gösterdiği buna karşın heveslilik ve güven boyutlarında bir farklılık göstermediği sonucuna varılmıştır.

Heveslilik boyutlarında farklılık algılanmamasının nedeni muhasebe meslek mensuplarının verdikleri muhasebe hizmetinde işi tam zamanında ve hızlı yapma gereği yasal düzenlemelerle de belirlenmiştir. Heveslilik boyutunda bir farkın ortaya çıkmamasının diğer bir nedeni, muhasebe meslek mensubu çalışanlarının heveslilik boyutunu bir zorunluluk olarak görmelerinden ileri gelebilir.

Güven boyutunda farklılık algılanmamasının nedeni muhasebe meslek mensuplarının müşterileri ile birebir -yüz yüze- ilişki içinde olmaları ile açıklanabilir. Bunun nedeni, muhasebe çalışanlarının müşterilerine karşı bilgili olmalarını, nezaketli davranmalarını ve onlarda itimat duygusu uyandırmalarıdır. Muhasebe hizmeti; müşteri ile muhasebe meslek çalışanı arasında güveni gerektirmektedir. Bu doğal kabul, güven boyutunun muhasebe meslek çalışanı ile müşteri arasındaki ilişkinin temel taşıını oluşturmaktadır.

Günümüzde en önemli sektör haline gelen hizmet sektöründe yer alan muhasebe meslek çalışanları kendilerini daha üstün hizmet için hazırlıklı hale getirmelidir. Bu bağlamda, hizmet kalitesinin beş boyutta değerlendirildiği ölçeğe göre muhasebe meslek çalışanlarının fiziksel görünüm, güvenilirlik ve empatiye önem vermeleri gerekmektedir.

Kaynaklar

- Banar K. ve Ekergil V., (2010), "Muhasebe Meslek Mensuplarının Hizmet Kalitesi: Sunulan Hizmetlerin Kalitesi ile Müşteri Memnuniyeti İlişkisi, Eskişehir Uygulaması". *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10,(1), 39-60.
- Bharati, P, and Berg, D. (2005). "Service quality from the other side: information systems management at Duquesne light." *International Journal of Information Management*, 25, 367-380.
- Bonsall, P, Beale, J. Paulley, N., and Pedler, A. (2005). "The differing perspectives of road users and service providers." *Transport Policy*, 12, 334-344.
- Callahan, R.F. and Gilbert, G.R. (2005). "End-user satisfaction and design features of public agencies." *American Review of Public Administration*, 35, 57-73.
- Charlene P. B., (2000), "Service Intangibility and Its Impact on Consumer Expectations of Service Quality, *Journal of Service Marketing*", No: 1.
- Christian G., (2000), *Service Management and Marketing*, John Wiley&Sons Ltd, UK.
- Cronin, J. Joseph ve Taylor, Steven A., (1992). "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension". *Journal of Marketing*, 56, ss. 55-68.
- Cronin, J. ve Taylor, S. A., (1994). "SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality". *Journal of Marketing* 58(1), 125-131.
- Deming, W. E. (1982), *Quality, Productivity, and Competitive Position*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Goetsch D. L., Stanley B. D., (1998), *Undersatanding and Implementing ISO 9000 and ISO Standards*, Prentice – Hall, USA.
- Golder N. P., Mitra D., Moorman C., (2012), "What is quality? An Integrative Framework of Processes and States", *Journal of Marketing*, Vol 76, 1-23.
- Karaca E., (2008), "Eğitimde Kalite Arayışları Ve Eğitim Fakültelerinin Yeniden Yapılandırılması". *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21, 61-81.

- Kaya U. ve Daşdan A., (2005), "Toplam Kalite Yönetiminin Muhasebe Mesleğinde Uygulanabilirliği Üzerine Bir Araştırma", Atatürk Üniversitesi İİBF Dergisi, 1-2, 385-400.
- Keser, A."Çağrı Merkezi Çalışanlarında İş Yükü Düzeyi ve İş Doyumu Araştırılması" Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 11 (1), 100-119.
- Kennedy, P. (1987), *The Rise and Decline of Great Powers:Economic Change and Military Conflict from 1500-2000*. New York: Random House.
- Kuriloff A., Hemphill Hohn M, Douglas C., (1993), *Starting and Managing The Small Business*, Singapore: Mc Graw-Hill Edition.
- Nunnally J.C.,(1970), *Introduction to psychological measurement*. New York:McGraw-Hill.
- Parasuraman, A.; Zeithalm, Valerie A. ve Berry, Leonard L. (1985). "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research". *Journal of Marketing* 49, 41-50.
- Parasuraman, A.; Zeithalm, Valerie A. ve Berry, Leonard L. (1988). "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality", *Journal of Retailing* 64(1), 12-40.
- Prisig Robert M., (1974), *Zen and the art of motorcycle maintenance*, William Morrow & Company.
- Roland T. R., Zahorik J., Keiningham T. L. (1995), "Return on Quality (ROQ): Making Service Quality Financially Accountable," *Journal of Marketing*, 59, 58-70.
- Yapraklı Ş., Sağlık E., (2010), "Hizmet işletmelerinde rekabet aracı olarak hizmet kalitesi ve ilişki kalitesi: konaklama işletmelerinde bir uygulama, Öneri", 9 (34), 71-85.
- Tan S., Peşkircioğlu N.(1998). *Kalitesizliğin Maliyeti*. Milli Prodüktivite Merkezi Yay.
- Ustaahmetoğlu E., Savcı M., (2011), "Muhasebe Meslek Mensuplarının Sundukları Hizmetin Kalitesini Değerlendirmesi Ve Örnek Bir Uygulama", Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (22), 168-184.
- Walker B. Kenton, Gary M. Fleischman, Eric N. Jhonson, (2011), "Perceptions of Management Accounting Services", *Global Journal of Business Research*, 5 (1), 111-115.
- Ward, K.F, Rolland, E., and Patterson, R.A. (2005). "Improving outpatient health care quality: understanding the quality dimensions." *Health Care Management Review*, 30, 361-371.
- Watson, R. T., Pitt, L. F., Cunningham, C. J., and Nel, D. (1993). "User satisfaction and service quality of the IS department: Closing the gaps." *Journal of Information Technology*, Vol. 8 No. 4, 257-265.
- Zeithaml, V.; Parasuraman, A. & Leonard, B.L. (1985), "Problem and Strategies in Service Marketing", *Journal of Marketing*, 49(2), 41-50.
- 3568 Sayılı Kanun, "3568 sayılı Serbest Muhasebecilik, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Yasası" Resmi Gazete Sayısı, 20194.Kabul tarihi, 13.6.1989.