

**T.C.
GEBZE TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**MÜKELLEFLERİN, MUHASEBE MESLEK
MENSUPLARINDAN ALDIKLARI HİZMETLERE İLİŞKİN
MEMNUNİYET ÖLÇÜMLEMESİ;
KALİTE VE BEKLENTİLERİNE
YÖNELİK BİR ÇALIŞMA**

**Mehmet Fetih ÇATI
YÜKSEK LİSANS TEZİ
İŞLETME ANABİLİM DALI**

**GEBZE
2019**

T.C.
GEBZE TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

MÜKELLEFLERİN, MUHASEBE MESLEK
MENSUPLARINDAN ALDIKLARI HİZMETLERE İLİŞKİN
MEMNUNİYET ÖLÇÜMLEMESİ;
KALİTE VE BEKLENTİLERİNE
YÖNELİK BİR ÇALIŞMA

Mehmet Fetih ÇATI
YÜKSEK LİSANS TEZİ
İŞLETME ANABİLİM DALI

Tez Danışmanı
Prof. Dr. Gökhan ÖZER

GEBZE
2019

Gebze Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun/...../..... tarih ve/..... sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından **13.../06.../2015** tarihinde tez savunma sınavı yapılan MEHMET FETİH ÇATI' nın tez çalışması İşletme Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS tezi olarak kabul edilmiştir.

JÜRİ

ÜYE

(TEZ DANIŞMANI)

: Prof. Dr. Gökhan ÖZER

ÜYE

: Dr. Öğr. Üyesi Serhat ERAT

ÜYE

: Dr. Öğr. Üyesi Murat ÖZCAN

ONAY

Gebze Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun/...../..... tarih ve/..... sayılı kararı.

ÖZET

Küreselleşmenin bizlere sunduğu, önce üretim ve daha sonra hizmet sektörlerindeki kalite kavramının gün geçtikçe önem kazanması, rekabetçi piyasalarda müşteri memnuniyetinin de artırılmasını zorunlu kılmıştır. Bu çalışmada, mali müşavirlik hizmetinden yararlanan kişilerin, aldıkları hizmete ilişkin tespitlerde bulunularak, bu hizmetten beklentilerinin ne olduğu ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Bu amaçla; mali müşavirlerin, mükellefleri için önemli olan hizmet kalitesine önem vererek fark oluşturmaları gerekmektedir. Buradan hareketle çalışmada, mali müşavirlik hizmeti sunulurken yapılan hizmet hatalarının algılanan hizmet kalitesine etkili olup olmadığının belirlenmesi amaçlanmıştır. Uygulama kapsamında oluşturulan modeli test aşamasında kullanılacak veri anket yöntemiyle elde edilmiştir. Yapılan anket ülke genelinde 197 adet mali müşavirlik hizmeti alan kişiye uygulanmıştır. Toplanan veriler istatistik paket programları vasıtasıyla analiz edilmiş olup hipotezlerin testi kapsamında yapısal eşitlik modeli kullanılmıştır. Araştırmada iki ana sorunun cevabı aranmıştır. 1. Mali müşavirlik hizmeti sunulurken yapılacak hizmet hataları mükellefler nezdinde algılanan hizmet kalitesini düşürür mü? 2. Mükellef nezdinde hizmet hataları daha çok hangi algılanan kalite boyutunu negatif yönde etkiler?

Elde edilen analiz sonuçlarına göre; hizmet hatalarının mükelleflerin hizmet kalitesi algılarını negatif yönde etkilediği tespit edilmiştir.

Konuya ilişkin elde edilen bulgular Mali Müşavirlik meslek odalarının değerlendirilerek; odaya kayıtlı tüm meslek mensuplarına, sunmuş oldukları hizmetin sadece yasal zorunluluk kapsamında olmadığı, mükelleflerinin yapılan hatalara karşı duyarlılık seviyelerini de dikkate almaları ve bunu bertaraf etmek üzere hataları azaltıcı önlemler almaları yönünde, bilinçlendirme, eğitim vb. çalışmalarda bulunmaları, mükellefler tarafından algılanan hizmet kalitesinin artması yönünde pozitif etki oluşturacaktır. Böylece müşavirlik hizmeti sunulurken oluşacak hatalar minimuma indirgenerek, hizmet sektöründe en önemli olgu olan algılanan hizmet kalitesinin de düşmesi önlenecek ve mükellef memnuniyeti arttırılabilecektir.

Anahtar Kelimeler: Hizmet Hatası, Hizmet Kalitesi, Mali Müşavirlik, Algılanan Hizmet Kalitesi.

SUMMARY

The importance of the concept of quality in the production and then service sectors, which globalization presents to us, necessitated increasing customer satisfaction in competitive markets. In this study, it has been tried to determine the expectations of the people who have benefited from the financial consultancy service by making the determinations regarding the service they receive. For this purpose; financial advisors need to create a difference by paying attention to the service quality that is important for their taxpayers. In this study, it is aimed to determine whether the service errors made while providing the financial advisory service have an effect on the perceived service quality. The model which was created within the scope of the application was obtained by the data survey method to be used during the testing phase. The questionnaire was applied to 197 financial advisors. The collected data were analyzed by statistical package programs and structural equation model was used within the scope of the hypothesis testing. The answer to the two main questions was searched. 1. Will service errors in providing financial consultancy service reduce the perceived service quality in the taxpayers? 2. What is the perceived quality of the service negatively affected by the taxpayer negatively?

According to the results of the analysis; It has been determined that service errors affect negatively the perceptions of service quality of taxpayers.

The findings of the study were evaluated by the financial chambers; to inform all registered professionals of the room, not only within the scope of the legal obligation of the service they offer, the taxpayers to take into account the sensitivity levels of mistakes and to eliminate errors in order to take measures to raise awareness, education and so on. they will have a positive effect on the quality of service perceived by taxpayers. Thus, while providing consultancy services, the errors will be minimized and the perceived service quality, which is the most important factor in the service sector, will be prevented and taxpayer satisfaction will be increased.

Keywords: Service Failure, Service Quality, Financial Consultancy, Perceived Service Quality.

TEŞEKKÜR

Yüksek Lisans sürecimde, desteklerini esirgemeyen, ilgi ve anlayışından dolayı Sayın Hocam Prof. Dr. Gökhan Özer'e ve çalışmalarımnda beni yönlendirme ve yardımları için müteőekkür olduğum yine Sayın Hocam Arő. Gör. Abdullah Kürőat Merter' e teőekkürlerimi bir borç bilirim.



İÇİNDEKİLER DİZİNİ

	<u>SAYFA</u>
ÖZET	I
SUMMARY	II
TEŞEKKÜR	III
İÇİNDEKİLER DİZİNİ	IV
KISALTMALAR DİZİNİ	VIII
ŞEKİLLER DİZİNİ	IX
TABLolar DİZİNİ	X
1. GİRİŞ	1
1.1. Araştırmanın Amacı	3
1.2. Araştırmanın Önemi	3
1.3. Araştırmanın Soruları	4
2. ANA KAVRAMLAR	4
2.1. HİZMETİN TANIMLANMASI VE BOYUTLARI	4
2.1.1. Hizmet ve Özellikleri	4
2.1.2. Kalite Olgusu	5
2.1.3. Hizmetin Kalitesi	5
2.1.4. Hizmetin Kalite Boyutları	6
2.2. ALGILANAN HİZMET KALİTESİ VE BOYUTLARI	6
2.2.1. Hizmetin Kalitesinin Ölçülmesi	6
2.2.1.1. Grönroos Hizmet Kalitesi Ölçümü Modeli	7
2.2.1.2. SERVPERF Hizmet Kalitesi Ölçümü Modeli	9
2.2.1.3. Wyckoff, Sasser & Olsen' un Kalite Modeli	9
2.2.1.4. Lehtinen & Lehtinen Kalite Modeli	10
2.2.1.5. Normann' ın Kalite Modeli	10
2.2.1.6. Servqual Hizmet Kalitesi Ölçümü Modeli	11
2.3. HİZMET HATALARI VE BOYUTLARI	14

2.3.1. Hizmet Hatası	14
2.3.2. Hizmet Hatasının Türleri	15
2.4. MUHASEBE VE MESLEK MENSUPLARI	20
2.4.1. Muhasebe Ve Bir Meslek olarak Ehemmiyeti	20
2.4.2. Muhasebe Meslek Mensubu	21
2.4.2.1. Serbest Muhasebeci ve Mali Müşavirlik	22
2.4.3. Mesleğin İlke Ve Kural Esasları	24
2.4.3.1. Mesleki Yeterlilik ve Unvan	24
2.4.3.2. Dürüstlük, Güvenilirlik ve Tarafsızlık İlkesi	24
2.4.3.3. Sır Saklama İlkesi	25
2.4.3.4. Meslek Mensuplarının Sorumlulukları	25
2.4.3.5. Bağımsızlık İlkesi	27
2.4.3.6. Büro Edinme Zorunluluğu	27
2.4.3.7. Tabela Asma	28
2.4.3.8. Bildirim Mecburiyeti	28
2.4.3.9. Ticarete İlişkin Çalışma Yapamama	28
2.4.3.10. Hizmet Sözleşmesiyle Faaliyette Bulunamama	29
2.4.3.11. Reklamasyon Engeli	29
2.4.3.12. Kaşe Kullanma Zorunluluğu	29
2.4.3.13. Meslek Mensuplarının İş Kabulleri	30
2.4.3.14. Sözleşme Yapma Zorunluluğu	30
2.4.3.15. Ücret Belirleme	30
2.4.3.16. Sözleşmeyi Feshetme	30
2.4.3.17. Evrakların ve defterlerin muhafaza ve iadesi	31
2.4.3.18. Çalışanlar Listesinden Silinmeye Sebep Olan Durumlar	31

2.4.3.19. Meslek Şerefine Uymayan Durumlar	32
2.4.3.20. Muhasene Mesleğine Uyan Durumlar	32
2.4.3.21. Meslek Mensuplarının Uyması Gereken Kurallarla İlgili Disiplin Cezaları	33
2.4.3.22. Disiplin Cezaları ile İlgili Yasaklara Uymama	38
3. ARAŞTIRMANIN MODELİ VE HİPOTEZLER	38
3.1. Kavramsal Model	38
3.2. Hipotezler	40
4. ANALİZ VE BULGULAR	41
4.1. Araştırmada Örneklem Seçimi	41
4.1.1. Araştırmanın Yöntemi	41
4.2. Ölçek Geliştirme	43
4.3. Verilerin Analizi ve Bulgular	44
4.3.1. Demografik Özellikler	44
4.3.2. Modelin Güvenilirlik ve Geçerlilik Ölçümü	46
4.3.3. Yapısal Eşitlik Analiz Sonuçları	50
5. ANALİZİN DEĞERLENDİRİLMESİ	53
5.1. Mali Müşavirlerin Hizmeti Sunarken Gerçekleştirdiği Majör Nitelikli Hatalar İle Mükelleflerin Algıladığı Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişkiler	54
5.2. Mali Müşavirlerin Hizmeti Sunarken Gerçekleştirdiği Minör Nitelikli Hatalar İle Mükelleflerin Algıladığı Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişkiler	55
5.3. Araştırmaya İlişkin Sınırlamalar	55

6. ARAŞTIRMANIN SONUÇLARI	56
KAYNAKLAR	59
ÖZGEÇMİŞ	70
EKLER	71
Ek-1 Anket Formu	71



KISALTMALAR DİZİNİ

Kısaltmalar

Açıklamalar

SMMM

: Serbest Muhasebeci Mali Müşavir

TÜRMOB

: Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve
Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliği

TTK

: Türk Ticaret Kanunu



ŞEKİLLER DİZİNİ

<u>Sekil No:</u>	<u>Sayfa</u>
2.2.1.1.: Grönroos' un Hizmet Kalitesi Modeli	8
3.1. : Araştırmanın Modeli	39
4.3.3.1.: Yapısal Eşitlik Modeli	51



TABLolar DİZİNİ

<u>Tablo No:</u>	<u>Sayfa</u>
4.1.1. PLS-SEM ve CB-SEM Arasındaki Farklara İlişkin Karşılaştırma Ölçütleri	42
4.3.1.1. Demografik Özelliklere Ait Frekans Dağılımları	44
4.3.2.1. Çapraz ve Kombine Yüklemeler	47
4.3.2.2. Bileşik Güvenilirlik, Cronbach Alpha ve AVE	48
4.3.2.3. Gizli Değişken Korelasyonları	49
4.3.2.4. Ayrıştırıcı Geçerlilik Tablosu	50
4.3.3.1. Yol Katsayıları ve P Değerleri	52

1. GİRİŞ

Ülkemizde faaliyette olan işletmelerin neredeyse tamamı, muhasebe meslek mensuplarının yetkileri çerçevesinde hizmet talep etmektedir. Bundan dolayı firmalara düzenli ve tam zamanlı veri aktarması umulan mali müşavirlerin sunmuş oldukları hizmetin kalite seviyesinin ve mükellef memnuniyetinin ölçülmesi oldukça önemiyet arz etmektedir (Banar ve Ekergil, 2010:40).

Hizmet sektöründe yaşanan rekabet, muhasebe hizmeti veren işletmeleri de müşteri memnuniyetini ileri taşımaya sevk etmiştir. Mali müşavirlerin sundukları hizmetin kalitesinin artırılması dolayısıyla müşteri memnuniyetinin rakiplerine göre daha üstün bir halde gerçekleşmesi için, hizmetin kalitesi ve müşteri memnuniyeti ile ilgili stratejik başarı verilerinin tespit edilmesi, işletme hedeflerine ulaşmada katkı sağlayabilir. (Ustaahmetoğlu Savcı, 2011 / 2 s.169)

Hizmet hatasına ilişkin çok sayıda tanıma rastlanmakla birlikte, kişinin deneyimlediği hizmetin, beklentisini karşılayamaması durumunda kişideki memnuniyetsizliğe neden olan durum olarak ifade edilebilmektedir (Türkoğlu,2007: 4). Barlow ve Moller (1998)'a göre yaşanan memnuniyetsizlik neticesinde müşteri, tepkisiz kalma, aldığı hizmetle ilgili olumsuz söylemde bulunma veya şikayet eyleminde bulunarak hizmeti veren firmaya olan tepkisini göstermek isteyebilir. Bu manada şikayet, kişinin ürün veya hizmetle ilgili beklentilerinin karşılanamaması ve bu durumun ilgili kişi veya kuruma iletilmesi durumudur (Ok, 2011:5). Hizmet hatası işletmeler açısından sıkıntılı bir durum olsa bile, hizmet hatalarına karşılık verilen tepkiler, işletmelerin verdiği hizmetin kalitesini değerlendirmenin bir boyutu sayılabilir (Kozub, 2008: 73).

Hizmet sektörünün içerisinde yer alan Mali müşavirlik hizmeti sunulurken, hizmetin özelliği gereği işin merkezinde yine insan faktörü yer almaktadır. Bu kapsamda mali müşavirler her ne kadar hatasız ve başarılı hizmet sunmayı amaç edinse de hataların yaşanması olasılık dahilindedir. Bu sebeple hizmet hatası olasılığını minimuma indirmek, hizmet kalitesini artırılabilir. Hizmet hatası

sebebiyle meydana gelen şikayetlere ehemmiyet verilip başarılı bir şikayet yönetimi gerçekleştirilebilir. Böylelikle bu durum pozitif müşteri memnuniyeti sağlayabilecektir.

Çalışmada, anketi mükelleflere uygulayarak hizmeti alanlar açısından kalitenin ölçülmesi amaçlanmaktadır. Araştırmada 2 sorunun cevabına ulaşılmaya çalışılmıştır:

1. Mali müşavirlik hizmeti sunulurken yapılacak hizmet hataları mükellefler nezdinde algılanan hizmet kalitesini düşürür mü?

2. Çalışmada majör ve minör olarak ayrılan hizmet hatalarının, mükellefin algıladığı hizmet boyutlarından hangisini daha fazla etkilemektedir? Ayrıca bu sorudan yola çıkarak özel olarak cevabı aranan soru ise aşağıdaki gibidir:

Mali müşavirlerin hizmeti sunarken yaptıkları, çalışmada majör ve minör olarak ayrılan hizmet hatalarının, mükellefin algıladığı hizmet boyutlarından (Somut Özellikler, Güvenilirlik, Heveslilik, Güven, Empati) hangisini veya hangilerini negatif yönde etkiler?

Bu sorular kavramsal modelin incelenmesinde kılavuzluk etmesi amacıyla kullanılmıştır. Kavramsal modelde Mali müşavirlerin, hizmeti sunarken ortaya çıkabilecek hatalarının, mükellefin memnuniyetini etkileyeceğini, bu kavramlar arasında ilişki olduğu öne sürülmektedir. Araştırmanın hipotezleri de bu çerçevede geliştirilmiştir.

Araştırmamızın evrenini, Türkiye genelinde Muhasebe Meslek mensuplarından hizmet alan mükellefler oluşturmaktadır. Ülke genelinde faaliyet gösteren tüm mükelleflere ulaşmak olanaklı olmadığından örneklem kapsamında Kasım 2018-Nisan 2019 tarihleri arasında toplam 197 adet anket mükelleflere mail yoluyla ulaştırılmıştır.

Araştırmamızda veri toplama yöntemi olarak anket tekniği kullanılmıştır. Anket formu toplam üç bölüm halinde tasarlanmış olup toplam kırk altı sorudan oluşmaktadır. Verilerin analizinde ise Smart PLS istatistik programı kullanılmıştır.

Bu çalışmanın mali müşavirlere rehberlik etmesi beklenmektedir. Çalışma altı bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, araştırmanın amacı, önemi ve soruları; İkinci bölümde, hizmet, kalite, hizmet kalitesi, hizmet hatası, servqual ölçeği kavramları ve mali müşavirlik mesleği hakkında bilgilere yer verilmiştir. Üçüncü ve dördüncü bölümlerinde çalışmanın uygulama kısmı hakkında ve çalışmanın beş ve altıncı son bölümünde ise elde edilen verilere göre ulaşılan sonuç ve değerlendirmelere yer verilmiştir.

1.1. Araştırmanın Amacı

Bu tezde, mali müşavirlik hizmetinden yararlanan kişilerin, aldıkları hizmete ilişkin tespitlerde bulunularak, bu hizmetten beklentilerinin ne olduğu ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Tezde yer alan mükellef memnuniyetinin ölçülmesi, literatürdeki memnuniyet ölçümleme tanım ve yöntemlerinden yararlanılarak incelenmiştir. Çalışmada, mali müşavirlik hizmeti sunulurken yapılan hataların mükelleflerin hizmet kalitesi algısına etkisini belirlemek amaçlanmıştır.

1.2. Araştırmanın Önemi

Kalite ve müşteri memnuniyeti kavramları, hemen hemen bütün sektörler için önemli bir rekabet aracı haline gelmiş olup özellikle de hizmet sunan firma veya kişiler açısından dikkat edilmesi gerekli hususlardır. Hizmet sektörünün içerisinde yer alan Mali müşavirlik için de durum aynıdır. Mali müşavirlik hizmetinin, her ne kadar altyapısı yasal olan ve standart hizmet fonksiyonlu bir sunuluş biçimi olsa da, hizmetin verilme aşamasında farklı farklı mükellef portföyleri ile muhatap olunmaktadır. Bu nedenle her mükellefin de beklenti ve isteklerinin birbirinden değişik olduğu söylenebilir. Bu durum, mali müşavirlik hizmetinde bulunanların, hizmeti hatasız sunması ve hizmet kalitesini de üstlere çıkarabilmeleri için mühim bir gayrete katlanmalarının gerekliliğini ortaya koymaktadır. Ancak her ne kadar gayret gösterilse de bir takım hizmet hataları ortaya çıkabilmektedir. Öncelikli olarak, hizmeti verirken ortaya çıkabilecek hatalar için önlem alınması gereklidir.

Buradan hareketle çalışmada, mali müşavirlik hizmetinin sunumunda ortaya çıkan hizmet hatalarının mükellefin memnuniyetine, kalite ve beklentilerine olan etkisinin belirlenmesi amaçlanmaktadır.

1.3. Araştırmanın Soruları

Bu çalışmada ana olarak şu soruların cevaplarına ulaşılmaya çalışacaktır:

A) Mali müşavirlerin hizmeti sunarken yaptığı hataların, mükellefin algıladığı hizmet kalitesine olumsuz bir etkisi var mıdır?

B) Mükellef nezdinde hizmet hataları daha çok hangi algılanan kalite boyutunu negatif yönde etkiler?

2. ANA KAVRAMLAR

2.1. HİZMETİN TANIMLANMASI VE BOYUTLARI

2.1.1. Hizmet ve Özellikleri

Literatürde hizmetin birden fazla tanımına yer verilmiştir. Hizmet, ‘bir tarafın diğerine arz ettiği somut olmayan faaliyet yada harekettir (Kotler, 1997; Ok, 2011: 26). Hizmet, Bitner ve Zeithaml (2003)’e göre; süreçler, eylemler ve performanslar şeklinde tanımlanabilir. Mucuk (2001)’un hizmet tanımı ise; üretildiği yerde tüketilen, soyut, depolanma ve taşınma niteliği taşımayan mal yada fayda şeklindedir. Aşağıda hizmetin özellikleri başlıklar halinde sıralanmıştır. Bunlar; heterojen, dayanıksızlık, dokunulmazlık, ayrılmazlık ve sahiplik özellikleridir. (Parasuraman vd.,1985).

-Dokunulmazlık: Zeithaml vd., (1988) mal ve hizmetin birbirlerinden ayrılan başlıca özelliğinin, hizmetin soyut (dokunulmazlık) olması şeklinde ifade etmiştir (Kozub, 2008: 16). Hizmetin soyut olma özelliği; hizmetin beş duyu organıyla hissedilemez olması manasına gelmektedir.

-Dayanıksızlık ve Ayrılmazlık: Mallar satılmadığı zaman depolanabilirken, hizmette bu olanaklı değildir. Hizmetin bu özelliği Zeithaml vd., (1988) tarafından depolanamazlık kavramı şeklinde ifade edilmiştir.

-Mülkiyetsizlik (Sahip Olamama): Ticari mallar için düşünüldüğünde, malı satın alan şahıs onun sahipliğini de almışken, hizmeti alan kişi onun sahipliğini değil faydasını satın almıştır. Hizmet, alındığı tarihte üretilir ve tüketilir. Bu nedenle hizmette sahiplik sınırlıdır ve süreklilik göstermez (Kılıç ve Eleren, 2010: 121).

-**Heterojenlik:** Hizmet değişkendir (Heterojendir). Yani kişilerin algı ve beklentileri değişiktir ve hizmet kalitesini değerlendirmeleri de kişi ve zamana göre değişiklik gösterebilmektedir (Kılıç ve Eleren, 2010: 120; Ok, 2011: 26).

2.1.2. Kalite Olgusu

Zeithaml (1988)'a göre kalite kavramı, ürünün mükemmelliği yada üstünlüğü olarak belirtilmiştir (Koç vd, 2014: 26). Barutçugil (1989)'e göre ise kalite, müşterinin ihtiyaçlarını belirli bir zaman içerisinde karşılayıp, onu en iyi biçimde hoşnut eden ürün özellikleridir (Ok, 2011: 31).

Kavramı; Deming 'hedefe uygunluk'; Ishiwaka, rn yada hizmetin tüketicisi tatmini için içerisinde barındırdığı zellikler; Juran, 'kullanıma uygun olma'; Feigenbaum ise 'minimum maliyetle müşteriyi tatmin etmek' olarak tanımlamaktadır (Akdu, 2014: 48).

2.1.3. Hizmetin Kalitesi

Literatürde, hizmet kalitesine ilişkin farklı farklı tanımlamalara rastlamak mümkündür. Kavram kısaca Parasuraman vd. (1985)'nin belirttiği gibi beklenti ve algılar arasındaki fark biçiminde ifade edilebilir (Eroğluer, 2013: 31). Bu manada beklenen ile algılanan kalite arasındaki negatif farkın, olumsuz; pozitif farkın ise olumlu kalite algısını oluşturduğu söylenebilir (Kılıç vd., 2013: 822). Sivakumar vd., (2014)'ne göre hizmet kalitesi, müşterinin ürünü kullanım öncesi beklentisi ve sonrasındaki deneyimi karşılaştırması ile ilgili bir kavramdır.

Hizmet soyut bir kavram olduğundan, hizmet kalitesi de soyut özelliktedir. Kalite algısı kişiye göre farklılık gösterebileceğinden dolayı nesnel kalite standartlarının belirlenmesinin önünde engeller bulunmaktadır (Nart, 2006: 190). Bundan dolayı hizmet kalitesi kavramı yerine 'algılanan hizmet kalitesi' ifadesi de kullanılmaktadır (Zeithaml vd., 1988, 1988'den aktaran Canoğlu, 2008: 28). Parasuraman vd.,(1988)'ne göre algılanan kalite, müşterinin bireysel değerlendirmesi neticesinde ürüne ilişkin değerlendirmeleri biçiminde de ifade edilebilir (Mutlu, 2011: 7).

2.1.4. Hizmetin Kalite Boyutları

Literatürde Parasuraman vd., (1988); McDougall ve Levesque (1999); Grönroos (1984); vb. tarafından yapılan çalışmalarda görüldüğü üzere, hizmet kalitesinin birden fazla boyutlu oluşu hususu genel kabul görmektedir (Eroğluer, 2013: 34).

Hizmet kalitesi Tavmergan (2002)'a göre; uygunluk kalitesi, tasarım kalitesi, alan hizmeti ve ulaşılabilirlik boyutlarından oluşmaktadır (Canoğlu, 2008: 28). Grönroos (1984)'a göre ise hizmet kalitesi, işlevsel ve teknik boyut olmak üzere iki boyuttan oluşur (Avcı ve Sayılır, 2006: 124)

Hizmet kalitesinin çok boyutlu yapısı gereği hizmet kalitesinin belirlenmesi zorlaşmaktadır. Bu nedenle işletmeler bütün boyutları teker teker ele alarak her bir boyuttaki kaliteyi ayrı ayrı iyileştirmelidir (Akdu, 2014; 52).

Hizmet kalitesinin boyutlarına ilişkin literatürde en çok kabul gören ve ölçüğü temel alınan çalışma Parasuraman vd., (1985) tarafından yapılan çalışma olmuştur (Eroğluer, 2013: 33).

2.2. ALGILANAN HİZMET KALİTESİ VE BOYUTLARI

2.2.1. Hizmetin Kalitesinin Ölçülmesi

Hizmet kalitesi kavramı, performansı ifade etmekte olup tanımlanması ve ölçümü son derece kompleks bir yapıdadır (Miozzo ve Yamin, 2012: 20). Hizmetin soyut olma özelliği, fiziksel olarak işletmenin hizmet kalitesini değerlendirmesini olanaksız kılmaktadır (Kozub, 2008: 16; Eroğluer, 2013: 31). Hizmette çalışan davranışları gibi duygusal etkenler de hizmet kalitesinin ölçülmesinde kullanılmaktadır (Canoğlu, 2008: 28). Ayrıca Parasuraman (1985)'a göre hizmet kalitesi, yalnızca sonuca ilişkin olmayıp hizmet süreciyle de ilgilidir (Eroğluer, 2013: 30).

Günümüzde hizmet kalitesi ölçümü hususuna müşteri odaklı yaklaşıldığı görülmektedir (Kılıç ve Eleren, 2010: 122).

Literatürde hizmet kalitesini ölçen birçok modelin geliştirildiği görülmektedir. Bu çalışma dahilinde bu modeller arasından en fazla kullanılan Grönroos Modeli, SERVPERF Modeli (Performansa Dayalı Model), Wyckoff, Sasser & Olsen' nin Kalite Modeli, Normann' ın Kalite Modeli, Lehtinen & Lehtinen Kalite Modeli ve SERVQUAL Hizmet Kalitesi Ölçümü Modeli ele alınmış olup aşağıda detaylarıyla açıklanmıştır.

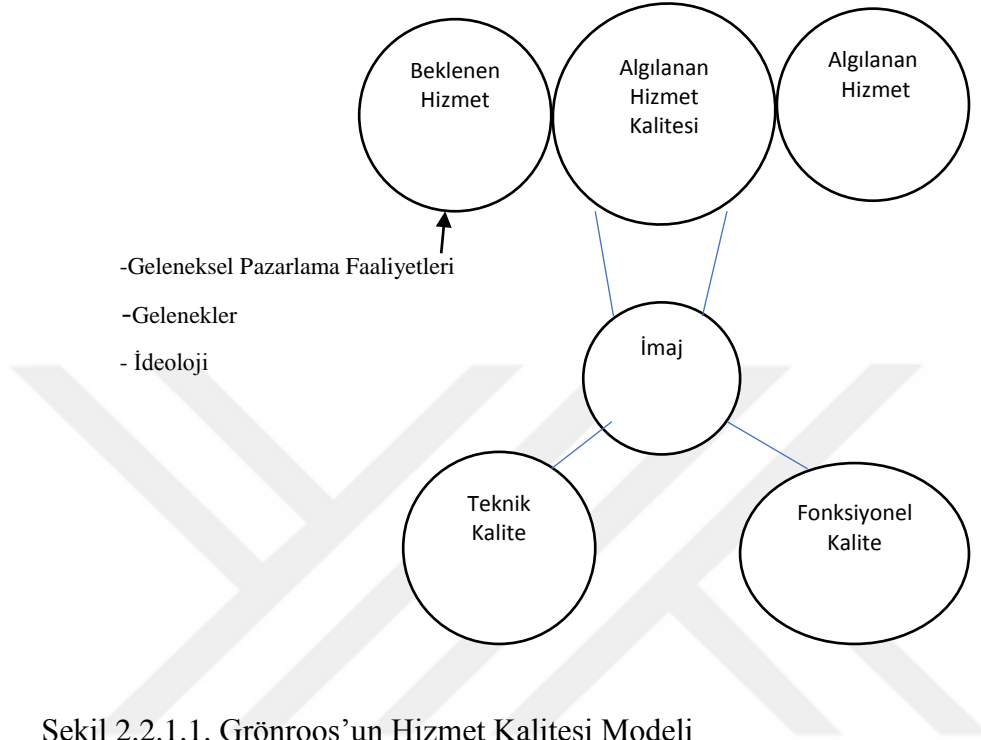
2.2.1.1. Grönroos Hizmet Kalitesi Ölçümü Modeli

Hizmet kalitesinin yükseltilmesinin gerekliliği dolayısıyla hizmet kalitesinin ölçümü oldukça fazla önemlidir. Günümüzde hizmet kalitesine ilişkin yapılan çalışmaların temelini, önermiş olduğu hizmet kalitesi modeliyle Grönroos (1984)'un çalışması oluşturmaktadır. Grönroos (1984)'un algılanan hizmet kalitesi modeline göre; müşterinin kaliteyi değerlendirmeye tabi tutmasının, kalite algılayışına bağlı olarak ortaya çıktığını, merkeze müşteri algısını koyarak tüketicinin hizmetten beklentileri ile deneyimleri (algıladıkları) arasında pozitif bir ilişki olduğunu varsayılmaktadır. (Gürsoy, 2013: 36). Grönroos'a göre hizmet kalitesi; fonksiyonel kalite, teknik kalite ve imaj olmak üzere üç bileşenden oluşmaktadır. Teknik kalite, müşterinin işletme ile olan etkileşiminden gerçekte ne aldığıyla alakalıyken, fonksiyonel kalite ise teknik kalitenin müşteriye sunulma şekline verilen addır. Teknik ve fonksiyonel kalitenin birleşimi ise işletmenin imajını oluşturmaktadır. Teknik kalite, fonksiyonel kalite ve imajdan oluşan üç öge algılanan kaliteyi oluşturmaktadır. Hizmet kalitesi modeline göre imaj doğrudan, teknik ve fonksiyonel kalite ise dolaylı olarak müşteriye etkilemektedir (Kozub, 2008: 36-37).

- ✓ Teknik Kalite: Müşterinin sunulan hizmetten elde ettiği çıktıdır.
- ✓ İmaj: Hizmet kalitesi kapsamında bir hayli fazla önemli olup, teknik kalite ve fonksiyonel kalite haricinde kalan unsurları kapsamaktadır.
- ✓ Fonksiyonel Kalite: Müşterinin hizmeti alırken yaşamış olduğu süreçtir.

Dotchin ve Oakland (1994)'a göre teknik kalite yüksek olsa bile fonksiyonel kalitedeki problemler, müşteriler tarafından göz ardı edilmez. Bu sonuçta toplam kalitede azalmaya sebep olur ve firma imajı etkilenir. Grönroos, müşteri

beklentilerinin başlıca faktörlerini; gelenekler, ideoloji, pazarlama faaliyetleri, diğer tüketiciler ile iletişim ve ilgili hizmetin daha önceki deneyimleri olarak belirlemiştir ve aşağıda şekil 2.2.1.1.'de yer alan hizmet kalitesi modelini sunmuştur (Akdu, 2014: 55).



Şekil 2.2.1.1. Grönroos'un Hizmet Kalitesi Modeli

Kaynak: Dotchin ve Oakland (1994).

Modelin temel taşı, toplam algılanmış kalite oluşturmaktadır. Teknik kalite, yani hizmetin çıktısı ve fonksiyonel kalite yani hizmetin nasıl üretildiği, müşterinin zihnindeki işletme imajı ile birleşerek müşterinin algıladığı kaliteyi oluşturur. Algılanan hizmet kalitesi, müşterinin beklentisi ve hizmeti deneyimledikten sonra yaşadığı kalitenin karşılaştırılması manasına gelmektedir. İlgili süreçte müşterinin beklentisi, gelenekler, ideoloji, geleneksel pazarlama faaliyetleri gibi unsurlardan etkilenmektedir. Beklenen kalite algılanan kaliteden düşükse kalite seviyesi yüksek, beklenen kalite algılanan kaliteden yüksekse düşük kaliteli bir hizmet sunumu olduğu manası çıkmaktadır (Gürsoy, 2013: 36).

2.2.1.2. SERVPERF Hizmet Kalitesi Ölçümü Modeli

Cronin ve Taylor (1992) aşağıda ayrıntıları açıklanan Parasuraman ve arkadaşlarının geliştirmiş olduğu servqual modelini, hizmet kalitesinin kavramsallaştırılmasına ve ölçümüne yönelik olarak incelemişlerdir. Cronin ve Taylor (1992) yalnız başına algıların, hizmet kalitesinin belirlenmesinde çok daha belirleyici olduğunu savunarak yalnızca hizmet kalitesinin performansını ölçen SERVPERF (service+performance) (hizmet+performans) isimli bir model öne sürmüşlerdir (Kozub, 2008: 40).

Geliştirmiş oldukları bu modele göre, algılanan performans ne kadar çok yüksekse sunulan hizmet de o derecede kalitelidir. Cronin ve Taylor (1992)'a göre, hizmet ile birlikte somut bir ürünün de aynı anda sunulduğu durumlarda servperf ölçeği daha geçerli bir ölçek olarak kabul edilmektedir (Akdu, 2014: 54).

$$HK_i = \sum_{j=1}^k P_{ij}$$

HK_i: Birey "i" için algılanan hizmet kalitesi

k: Özellikler / unsur sayısı

P: "j" özelliği için hizmet işletmesinin performansı ile ilgili "i" bireyinin algısıdır.

Kaynak: Adil vd., (2013).

Servperf ölçeği Türk (2009)'e göre, Servqual ölçeğinden daha değişik bir yaklaşımı göz önünde bulundurmak suretiyle beklenen/algılanan problemlerini yok etmeye çalışmıştır. Bu model, performansa dayalı bir prototip olup müşterilerin hizmeti alma isteklerinin kalitesinden değil de müşteri memnuniyetinden müteessir olduğunu öne sürmektedir. SERVPERF modelinde, bir hayli kolay bir yöntem kullanılarak hizmetin kalitesi, performansa eşitlenmektedir.

2.2.1.3. Wyckoff, Sasser & Olsen' un Kalite Modeli

1978 yılında, Wyckoff, Sasser ve Olsen'in bu modeli; hizmet olgusu, hizmetin seviyesi ve hizmetin sunuluş şekli kavramlarının birbirleriyle bağlantılarını, ürettikleri bir prototip vasıtasıyla ortaya koymaktadırlar. Modelde, hizmetin sunuluş

sistemi (gereçlerin kaliteleri, hizmet platformu ve işgörenin davranışları) hizmet mefhumunu (duygusal, psikolojik, fiziksel ve maddesel faydalar) tayin etmektedir. Sonrasında idare, hizmet mefhumu ve hizmetin sunulmuş sisteminden faydalanarak, malzeme, kuruluş ve işgörenin başarımları seviyeleri şeklinde 3 değişik formattan meydana gelen hizmetin seviyesini meydana getirmektedir (Uyguç, 1998, s. 53).

2.2.1.4. Lehtinen & Lehtinen Kalite Modeli

1982 yılında, hizmet kalitesinin takdiri hususunda Lehtinen ve Lehtinen'in geliştirdiği bu prototipte, bir hizmet kuruluşundaki müşteriler ve varolan etmenler arasındaki etkileşim neticesinde kalite değerinin sağlandığı düşünülmekte ve öncelikle hizmetin bina, ekipman vb. gibi maddesel pasajlardan oluşan maddesel nitelik, firma görünümü ve imajını içinde barındıran şirketin kalitesiyle hizmeti alan ile işgören arasında ve bununla beraber hizmet alanlar ile diğer hizmet alanlar arasındaki sinerjiden meydana gelen etkileşim kalitesi olmak suretiyle kalitenin 3 formatı değerlendirilmektedir. Sonraki araştırmalarda da, hizmetin verilmesi prosesi ile hizmetin çıktısı ve kalite bağlantısı kavramlarının birbirleriyle etkileşimlerinin farklılıkları gözlemlenmiştir (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985, s. 43).

2.2.1.5. Normann'ın Kalite Modeli

1984 yılında Normann'ın ortaya çıkardığı bu model, birbirleriyle örtüşen kalite metodları, hizmet paketi, işgören ile müşteri arasındaki sinerji, hizmetin sunulmuş prosesi ve hizmetin idare sistemlerinin değişir ve değişmez taraflarının içeriği şeklinde biçimlendirilmiştir. Bir hizmet dalının hangi hizmeti ne zaman sunacağını açık olduğu başka bir ifadeyle kalitenin açık, net, ölçülebilir ve hizmet alanlara doğrudan tesir eden "değişmez" hususiyetlerden olup, hizmet görenlerin hizmet alanlarla gerçekleştirdikleri dialogları da diğer "değişmez" hususiyetlerinden bir tanesidir. Normann "değişir ve değişmez özellikleri olan kalitenin birbiri ile etkileşimde olduğunu ve hizmet kalitesinin bundan etkilendiğini" öne sürmektedir (Harput, 2014, s. 35).

2.2.1.6. Servqual Hizmet Kalitesi Ölçümü Modeli

Parasuraman vd., (1985) tarafından geliştirilen ve hizmet kalitesi boyutlarını içeren model, işletmelerin hizmet kalitelerinin müşteri ihtiyaçlarına yönelik analizi metoduyla ölçümüne yöneliktir.

Parasuraman vd., (1988)'ne göre modelin temelini, algılanan hizmet kalitesi ile müşteri beklentileri arasındaki fark oluşturmaktadır. Modelin, müşterinin hizmet kalitesi algısını ölçtüğüne inanılmaktadır. Ayrıca müşterinin beklenti ve algıları arasındaki ilişkiyi gösterdiği belirtilmiştir (Kozub, 2008: 38).

Parasuraman vd., (1985)'a göre kaliteli hizmet sunumu için, müşteriye ya beklentilerini karşılayacak yada beklentilerinden çok daha fazla düzeyde hizmet sunulması gerekmektedir (Kılıç ve Eleren, 2010: 126).

Hizmet kalitesinin ölçülmesi kapsamında ilk etapta on ölçüt belirlenmiştir. Bunlar; fiziksel varlıklar, ulaşılabilirlik, güvenilirlik, yeterlilik, duyarlılık, güvence, nezaket, inanılabilirlik, iletişim ve müşteriye anlamaktır (Resnick ve Griffiths, 2011: 150-151; Öztürk vd., 2005: 172; Erogluer, 2013: 31). Fiziksel Varlıklar, kullanılan iletişim malzemelerinin, tehzizatın, hizmet verilen yerin ve personelin fiziki görünümüdür. Ulaşılabilirlik, kolaylıkla ilişki kurulmasını ifade eder. Güvenilirlik, söz verilen hizmetin doğru ve güvenilir şekilde yerine getirebilme kabiliyetidir. Yeterlilik, hizmetin sunumuna yönelik gerekli beceri ve bilgiye sahip olunmayı içermektedir. Duyarlılık, müşteri istek ve şikayetlerine yardımcı olma hususunda işletme çalışanlarının istekliliği ile ilgilidir. Güvence, müşterinin finansal vb. bilgilerinin gizliliği hususları gibi emniyeti temin etme durumlarını içermektedir. Nezaket, hizmet sunan personelin anlayışlı, nazik ve saygılı yaklaşım olmasını kavramını karşılar. İnanılabilirlik, dürüstlük kavramını temsil etmektedir. İletişim, müşteriye dinlemek ve anlayabileceği dil ile iletişime geçme anlamına gelmektedir. Müşteriye anlamak kavramı ise müşterinin beklentilerini anlayarak bireysel ilişki kurma durumlarını içermektedir.

Algılanan hizmet kalitesi, müşterilerin hizmeti almadan daha önceki beklentileri ile faydalandığı gerçek hizmet deneyimini kıyaslamasının bir neticesi olup, müşterilerin beklentileri ile algılanan performans arasındaki farklılığın yönü ve derecesi şeklinde

değerlendirilmektedir. Bu farklar, araştırmacıların firmanın yöneticileri ile yaptıkları mülakatlarla elde ettikleri bulgular sonucunda “Boşluk Modeli” olarak ifade edilmiştir. Model, hizmet kalitesini; hizmet veren ve hizmetten faydalanan tarafları dikkate alarak, hizmeti sunan işletmelerin kalite anlayışları ile müşterilerin hizmetten beklentileri ile aldıkları hizmet arasındaki boşlukları, bu boşlukların algılanan hizmet kalitesini ne şekilde etkilediğini açıklamaktadır (Zeithaml vd. 2002: 368). Bu bağlamda belirlemiş oldukları beş yönetsel boşluk aşağıda yer almaktadır (Parasuraman vd., 1991: 37; Gürsoy, 2013: 48-50).

Yönetsel Boşluk 1: Yönetimin müşterilerin kalite beklentilerini tam ve doğru olarak algılayamamasından kaynaklanan, müşterilerin beklentileriyle yönetimin müşteri beklentilerini algılamaları arasındaki boşluktur.

Yönetsel Boşluk 2: Müşteri beklentilerinin yönetim cephesinden algılanması ve hizmet kalitesinin özellikleri arasındaki boşluktur. Sunulan hizmet kaliteli olsa bile müşteri beklentilerini karşılamayabilir.

Yönetsel Boşluk 3: Hizmetin arz edilişi ile hizmet kalitesi özellikleri arasındaki boşluktur. Hizmeti sunan firma müşteri beklentilerini algılamış, buna ilişkin standartları belirlemiş ama hizmet sunumunu bu doğrultuda gerçekleştirmemektedir.

Yönetsel Boşluk 4: İşletmenin müşterilerine sunmayı taahhüt ettiği hizmet ile sunmuş olduğu hizmet arasındaki boşluktur. Bu boşluğun az olması veya hiç oluşmaması için müşteri ile iletişim sırasında vaat edilenlerin gerçek hizmette sunulması gerekmektedir.

Yönetsel Boşluk 5: Beklenen hizmet ile algılanan hizmet arasındaki boşluktur. Algılanan hizmet kalitesinin müşteriye tatmin etmesi için, sunulan hizmetin müşterilerin beklentilerini karşılamış olması gerekmektedir.

Parasuraman vd., (1985) tarafından yapılan çalışmada, kaliteli bir hizmet sunumu için müşteri hizmet beklentilerinin karşılanması veya beklentilerinden çok daha fazla hizmet sunulması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır (Kılıç ve Eleren, 2010: 126). Hizmet kalitesinin ölçülmesi kapsamında ilk olarak on ölçüt belirlemişlerdir. Bu ölçütler; fiziksel varlıklar, güvenilirlik, yeterlilik (yetkinlik-yetenek), duyarlılık

(heveslilik), erişilirlik/ulaşılabilirlik, nezaket, itibar, güvence (emniyet-güvenlik), iletişim ve müşteriye anlamaktır (Resnick ve Griffiths, 2011: 150-151; Öztürk, 2005: 172; Eroğlu, 2013: 31).

Literatürde birbirleriyle bağlantıları olması sebebiyle bu on faktör, beş formatta toplanarak somut özellikler, heveslilik, güvenilirlik, empati ve güven şeklinde yeniden düzenlenmiştir (Kozub, 2008: 38).

1-Fiziksel (Somut) Özellikler: İşletmenin sahip olduğu araç, gereç ve donanımlarını, ayrıca çalışanlarının görünüş ve temizliğini ifade etmektedir.

2-Güvenilirlik: Müşterilere vaat edilmiş olan hizmetin tam ve doğru biçimde sunulmasını ifade etmektedir.

3-Heveslilik: İşletmenin, hizmeti hızlı sunma ve müşteriye yardımcı olma hususunda istekli olmasını ifade etmektedir.

4-Güven: İşletme çalışanlarının donanımlı olmalarını, müşteriye karşı nezaketli davranmalarını ve müşterinin güvenini sağlayabilme kabiliyetini ifade etmektedir.

5-Empati: İşletmenin müşteriye kişisel ilgi gösterebilme, iyi iletişim kurma ve anlama becerisini ifade etmektedir (Öztürk vd., 2005: 172; Kılıç ve Eleren, 2010: 126).

Algılanan ile beklenen hizmet arasındaki fark olarak ifade edilen hizmet kalitesi, literatürde aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir:

$$\text{Algılanan Hizmet Kalitesi (Q)} = \text{Algılanan Hizmet (P)} - \text{Beklenen Hizmet (E)}$$

Yukarıdaki formülle her bir soru önermesine verilen algı cevaplarının ve beklenti cevaplarının puanlarının farkının alınmasıyla her bir soru önermesi için servqual skorlarını hesaplamışlardır. Kısaca servqual skoru aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır.

$$\text{Servqual Skoru} = \text{Algılama Skoru} - \text{Beklenti Skoru}$$

Parasuraman vd., (1991)'a göre ölçekteki beş boyut temel nitelikte olup bu boyutların birçok sektöre uygulanabilirliği bulunmaktadır. Bu kapsamda ölçek, literatürdeki hizmet kalitesinin ölçümüne ilişkin çalışmalarında sık sık kullanılmaktadır (Nart, 2006: 191). Bu ölçeğin tercih sebebi olmasına önemli bir etken de; müşterilerin beklentileri ve hizmet alımı sonrası hizmete ilişkin algısı arasında karşılaştırma yapabilme kolaylığı sağlamasıdır (Kozub, 2008: 39).

2.3. HİZMET HATALARI VE BOYUTLARI

Hizmetin, merkezinde insanın olduğu bir üretim ve tüketim süreci olması, hataların yaşanmasını da kaçınılmaz kılmaktadır. Hizmetin, üretildiği anda ve üretildiği yerde tüketilmesinin lüzumu sebebiyle, hatasız bir hizmet sunumundan söz etmek her zaman mümkün olmayabilmektedir (Park, 2012: 1). Herhangi bir hizmet sunulurken yaşanan bir hata, doğal olarak müşteride memnuniyetsizliğe bu da nihayetinde şikayete neden olmaktadır.

Mattila ve Patterson (2004)'a göre hizmet işletmeleri, 'iş ilk defasında doğru yapma' düşüncesiyle, hizmeti sıfır hatalı ve ilk defasında başarıyla arz etmek arzusundadırlar. Hizmet hatası, firmaların karşılaşmaktan memnun olmadığı ancak süreç kusursuz yönetilse dahi yaşanılması olası bir durumdur (Bozkaya, 2012: 47).

2.3.1. Hizmet Hatası

Schoefer ve Ennew (2005)'e göre müşterilerin beklentileriyle sunulan hizmet kimi zaman uyumlu olmayabilir. Hess vd., (2007)'e göre hizmet hatası, kişinin deneyimlediği hizmetin beklentisini tam olarak karşılayamaması durumunda kişide memnuniyetsizliğe sebep olan durumdur. Başka bir anlatımla hizmet hatası, kişinin hizmet performansına ilişkin yaşadığı beklenti ve deneyimlemelerin uyumsuzluğudur (Türkoğlu, 2007: 5).

Berry ve Parasuraman (1991)'a göre hata, işlerin öngörüldüğü gibi gitmemesi neticesinde meydana çıkan aksaklıklardır. Hizmet hatası en genel manasıyla, hizmetin sunumu esnasında gerçekleşebilen aksaklıklar olarak ifade edilebilir (Koç vd., 2014: 26). Bell ve Zemke (1987)'e göre hizmet hatası, müşterinin hizmete ilişkin beklentilerinin yeterli miktarda karşılanamaması halinde ortaya çıkmaktadır.

Hizmet hatasına ilişkin yapılan tanımların birbirine benzerliği hizmet kalitesi tanımını akla getirebilmektedir. Hizmet kalitesi, Parasuraman vd., (1985)'ne göre, işletmenin performansı ile beklentileri arasındaki farktır ve ikisinin arasındaki uyumsuzluk halinde hizmet hatasından söz edilebilmektedir.

Benzer hizmet hatası tanımlarında görüldüğü gibi hizmet kalitesi, memnuniyetsizlik ve hizmet hatası kavramları kendi aralarında oldukça ilişkili üç kavramdır. Literatürdeki bazı tanımlarda memnuniyetsizlik ile hizmet hatasının aynı olarak değerlendirildiği, birbirinden farklı isimlendirilse dahi benzer tanımlama yapıldığı görülmektedir. Halbuki üçü de birbiriyle ilişkili ama farklı kavramlardır. Hizmet kalitesi, kişinin beklenti ve algı değerlendirmeleridir. Kişinin yaptığı değerlendirme olumlu olursa memnuniyet, olumsuzluk halinde ise memnuniyetsizlik yaşanmaktadır. İşte hizmet hatası da memnuniyetsizliğin yaşanmasına sebep olan problem durumu olarak süreçte yer almaktadır. Bu manada hizmet hatası, kişinin hizmet deneyiminin neticesinde, hizmete ilişkin olumsuz beklenti ve algı değerlendirmesi sonucundaki memnuniyetsizliğin yaşamasına sebep olan problem halidir.

2.3.2. Hizmet Hatasının Türleri

Kelly ve Davis (1994) e göre hizmet hataları, temel ve hizmetin sunumundan kaynaklanan hatalar olarak iki türe ayrılmaktadır. Temel hizmet hataları, hizmetin temelindeki unsurlarda problem yaşanması halini ifade ederken, hizmet sunumuna ilişkin hatalar ise daha çok çalışanların davranışlarıyla alakalı hataları ifade etmektedir.

Hizmetin sunum hızına ilişkin aksaklıklardan, çalışanların davranışlarından veya tüketicinin beklentilerine uygun olmayan ürün sunumu vb. nedenlerden hizmet hataları oluşabilmektedir (Koç, 2014: 27).

Nguyen ve McColl-Kenedy (2003); Smith vd., (1999) in yaptığı başka bir sınıflandırmaya göre hizmet hataları süreç ve sonuç şeklinde iki grupta ele alınmaktadır. Bu kapsamda hizmetin tüketim sürecinde meydana gelen hatalar süreç hatası; hizmetin tüketiminden sonra kişinin memnuniyetsizliğe sebep olan hatalar da sonuç hatası olarak tanımlanabilir. Süreç hatası hizmetin nasıl verildiğiyle alakalıyken, sonuç hatası ne hizmet verildiğiyle ilgilidir. Birbirinden farklı

isimlendirilse dahi sonuç hatalarının, temel hizmete ilişkin hata türünü ifade ettiği; süreç hatalarının ise etkileşimsel hatalarla benzer olduğu söylenebilir. Hata büyüklüğü esas alınarak Nguyen ve McColl-Kenedy (2003) tarafından yapılan hata sınıflandırmasına göre, hatanın büyüklüğü ilgili hususun müşteri için olan önemine göre değişmektedir. Müşteri için hatanın önemi ne kadar büyükse o kadar fazla büyük hata olarak kabul edilmektedir.

Yang ve Mattila (2012) restoranlardaki müşteri şikayetleriyle ilgili yaptıkları bir çalışmada hataları, çekirdek ve etkileşimsel hizmet hataları olarak ele almışlardır. Çekirdek hatalar; örneğin bir otelde yaşanabilecek oda, restoranında yemek gibi temel hizmetleriyle ilgili hatalarken; etkileşimsel hatalar hizmet işletmesinin tutumu, çalışanlarının davranışları gibi daha çok sebebi maddi olmayan hatalar olarak ifade edilmektedir (Yang ve Mattila, 2012: 400).

Hizmet hatası türlerine ilişkin ilgili literatürde farklı sınıflandırmalara rastlanmaktadır. Bitner vd., (1990)'e göre hizmet hataları; hizmet sunumuna ilişkin hatalar, çalışan davranışlarına ilişkin hatalar ve özel müşteri isteklerinin karşılanmaması nedeni hatalar biçiminde sınıflandırılmaktadır (Lin, 2006: 20). Bu sınıflandırmaya göre hizmet sunumuna ilişkin hatalar; rezervasyon kaydının kaybedilmesi sebebiyle rezerve odanın ya da masanın müşteriye sunulmaması, yavaş hizmet sunumu, uçakta yaşanan ya da uçuşa ilişkin problemler biçiminde diğer işletmelerden kaynaklanan, kontrol edilemeyen hizmet hatalarını içermektedir. Çalışan davranışlarına ilişkin hatalar; müşteriye yapılan kaba ve uygunsuz davranışları içerir iken, özel müşteri isteklerinin karşılanmaması sebebiyle yaşanan hizmet hataları ise vejeteryan menü isteği gibi, özel müşteri isteklerinin karşılanmaması nedeniyle yaşanan hataları içermektedir (Türkoğlu, 2007: 8).

Hava yolu taşımacılığı, restoran, otel veya perakendecilik sektörlerinde yapılan farklı çalışmalara göre hizmet hataları; çalışan tepkilerinin sebep olduğu hizmet hataları, özel ihtiyaçlara yönelik olarak çalışan tepkilerinin sebep olduğu hatalar ve bilinçli bir biçimde sergilenen çalışan davranışlarından kaynaklanan hatalar şeklinde üç başlıkta sınıflandırılmaktadır (Bolkan, 2007: 11)

Firma açısından hizmet hatalarına ilişkin Bitner vd., (1990) tarafından yapılmış bir diğer sınıflandırmaya göre hizmet hataları, kontrol edilemeyen ve kontrol edilebilen hizmet hataları biçiminde iki grupta ele alınmaktadır. Kontrol edilebilen hizmet hataları, işletmenin bizzat kendisinden kaynaklı hatalar olurken kontrol edilemeyen hizmet hataları ise işletme dışı sebeplerden kaynaklanan hizmet hatalardır. Bunu bir misal ile ifade etmek gerekirse, bir otel işletmesi için rezervasyon yada oda ile ilgili yaşanan hatalar otel kaynaklı olup kontrol edilebilir hatalardır. Müşterinin uçağa ilişkin yaşadığı hatalar ise otel için kontrol edilemeyen hatalar şeklinde kabul edilebilir.

Lee vd., (2011) tarafından otelllerde en fazla karşılaşılan hata çeşitlerini belirlemeye yönelik olarak yapılan çalışmaya göre misafir giriş çıkışlarıyla ilgili (bekletilme, geç giriş çıkış), oda donanımları ile ilgili (yatak, internet vb.), yemek hizmetleriyle ilgili (servis hızı, yemek sıcaklıkları vb.), tercih seçenekleriyle ilgili (menü arama seçenekleri vb.), hizmet çalışanlarıyla ilgili, banket (ziyafet) hizmetleriyle ilgili, genel yiyecek içecek hizmetleriyle ilgili hatalar ve iletişim hataları şeklinde sekiz başlık şeklinde karşılaşma sıklığına göre hata türleri sınıflandırılmıştır. Görüldüğü üzere, daha çok otel odası ve yiyecek içecek hizmetleri gibi temel hizmetlerle ilgili hataların yaşandığı ve otel ve müşteri arasındaki iletişim problemlerinin de önemli hata türlerinden biri olduğu görülmektedir (Lee vd., 2011: 205).

Ngai vd., (2007)'nin otellerde yaşanan şikayet hususları ile ilgili değerlendirmesine göre; rezervasyon ile alakalı aksaklıklar, müşterilerin bilgilendirilmesiyle alakalı aksaklıklar, ücretlendirme ile alakalı aksaklıklar ve işletme şikayet politika ve prosedürleri ile alakalı aksaklık en fazla yaşanan hata türleri arasında sıralanmaktadır.

Güzel (2014) tarafından Tripadvisor.com adlı elektronik şikayet sitesinde Antalya'daki 5 yıldızlı bir otel ile alakalı yapılan şikayet değerlendirmeleri çalışmasında, oteldeki diğer müşterilerin davranışları/eylemleri (gürültülü, kaba ve saygısız müşteri davranışları vb.), çalışanların dil hususunda yaşadıkları sıkıntılar (personelde yabancı dil eksikliği, personelin belirli milliyetlerin dilini konuşabilmesi, belirli milletlere yönelik pozitif tutum sergilenmesi ve yavaş giriş kaydı vb.), fiziksel çevreye yönelik olarak temanın (Küçük balkon, rahatsız yatak ve yastık, odanın

fiziksel yetersizliği, boş zaman faaliyetlerine yönelik alanlarının olmaması, kötü dekor, sahilde atıkların olması, otelin etrafında sineklerin varlığı, kullanılan bazı alanların ve malzemelerin yıpranmışlığı, gece aydınlatmalarının kötü olması ve banyoda sadece sıvı sabunun var olması vb.) en fazla şikâyet edilen konular olarak belirlenmiştir. Çalışmada bu şikâyetlere ek olarak yeme içme kalitesine yönelik , aktivitelere yönelik, güvenliğe yönelik ve diğer şikâyetler (fotoğrafların müşteriden izin alınmadan çekilmesi, otel içi mağazalarda satılan ürünlerin sahte ve pahalı olması, yabancı yayınların eksikliği, spa hizmetlerinin pahalı olması ve vb.) olduğu tespit edilmiştir.

Bitner, vd. (1990) ise, kritik olay yöntemini uygulayarak hataları klase etmişlerdir. Binaenaleyh , hatalar değişik çeşitlerde gruplandırılabilir (Bitner, vd., 1990):

Hizmetin sunumundan kaynaklanan hatalar:

Hizmetin sunumundaki hata türleri; firma idaresinin denetleyebildiği, “var olmayan hizmet” ile “yersiz/nedensiz yavaş hizmet” ve firma idaresinin denetleyemediği “diğer öz hizmet hataları” şeklinde 3 türdür. Var olmayan hizmetteki özen, esasta varolan hizmetteki ihtimamın tam anlamıyla arz edilememesidir. Çalışanlar eliyle kayıp olan daha önce ayrılmış odanın kayıt bilgileri ve dolayısıyla otelde odanın hizmeti alan tarafa takdim edilememesi, restoranda daha önce ayrılmış cam köşesindeki masanın diğer bir müşteriye sunulması, uçuşta boş yer bulunmaması bu hallere misal gösterilebilir. Yersiz/nedensiz yavaş hizmet, görevini yapmada çok fazla ağırlaşmış hizmetin sunumuna ilişkin sistem yada çalışanlarıdır. (misal, istenen siparişin restoranda hızlı olmayan bir şekilde sunulması gibi). Hizmetin sunumundan kaynaklanan son tür olan diğer öz hizmet hataları da, şirket idarelerinin denetleyemediği, hizmetin arzı maksadıyla lüzümluluk taşıyan ve başka sanayi ve şirketlerin sağlamış olduğu hizmet hatalarından doğmaktadır (misal; uçağın temizlenmesi, uçakta verilen yemek). Hizmeti sunarken yapılan hatalara çalışanların verecekleri tepkiler, hizmeti alan tarafın memnuniyet boyutuna etki edebilecektir. Örnek olarak, yolcuya verilecek ücretsiz uçak bileti, çok daha lüks bir konaklama odasının sağlanması veya ücretsiz verilecek bir akşam yemeği, hizmeti alan tarafta doyunluk hissini sağlayabilecektir. Tam tersine; çalışanların ve müşteride oluşan tatminsizliği giderici bir eylemde bulunmadan, özür dilemeden ve

hiçbir açıklama yapmadan gerçekleştirecekleri davranışlar hizmet alan taraftaki doyunluk hissini sağlamayacaktır.

Müşterinin gereksinim ve dileklerini yerine getirmede yapılan hatalar: Müşterilerin istek ve gereksinimleri açık bir şekilde veya kapalı bir biçimde gerçekleşebilmektedir. Kapalı bir biçimde gerçekleştirilen ihtiyaçlar istenmemektedirler. Örnek olarak, havayolundaki yolcu hastalanır veya baygınlık geçirirse, ihtiyacı alenidir fakat, bu ihtiyacını dile getirecek halde değildir. Bu durumun aksi bir biçimde, açık isteklerde de, istekte bulunmaktadır. Bu istekler, (1) Hususi gereksinimler, (2) Müşteri seçimleri, (3) Müşteri yanılmaları, (4) Diğerlerini tedirgin, huzursuz edenleri uyarma biçiminde 4 çeşittir. Hususi gereksinimleri karşılamak demek; hizmeti alan tarafın diyetetik, psikolojik, hususi tıbbi, lisan ve bunlardan başka sosyal hallerine uyabilmektir (misal, vegan birine yemek hazırlamak). Müşteri seçimlerini yanıtlamak, çalışanın hizmetin sunulmuş biçimini müşterinin seçimlerine uygun hale getirmesidir (örnek olarak, yemek müşterisinin menünün bir başkası ile yenilenmesini talep etmesi gibi). Müşteri yanılmaları ise, kendisinden doğan hatalardan kaynaklı hizmet verenin yanıt beklemesidir (misal, otelde kaybedilmiş odanın anahtarı). Diğer kişileri huzursuz edenleri uyarma biçiminde de, yersiz ve istenilmeyen biçimde tavır alan müşterileri ikaz etmeyi açıklamaktadır (misalen, sinemada yüksek ses çıkaranları ikaz etme).

Beklenilmeyen ve talep edilmeyen hizmet veren hareket biçimleri: Hizmet alanlar açısından bütünüyle beklenilmeyen negatif hizmet gören tavırlarıdır. Bu tavırlar 3 türde açıklanabilir: (1) Müşteriye hizmetteki ilgi ve ehemmiyet (müşteri ile alakalı olmamak, müşteriyi kabul etmemek, müşteri rahatına ehemmiyet göstermemek, talep ettiği malumatı müşteriye sunmamak). (2) Olağan hizmet sağlayan tavrına aksi tavırlar (müşterinin kutsalına saygı duymama, müşteriye karşı sesini yükseltme, uygun olmayan temas, incelik göstermemek gibi). (3) Kültürel kuralların aksine tavırlar (farklı müşteri ırkları arasında ayrımcılık yapmak, yalana yeltenmek, hırsızlığa yönelmek gibi).

2.4. MUHASEBE VE MESLEK MENSUPLARI

2.4.1. Muhasebe ve Bir Meslek Olarak Ehemmiyeti

İlk zamanlar sadece defter tutmak olarak nitelendirilen muhasebecilik; günümüzde artık kontrol, planlama ve karar verme aşamalarında etkili rol oynayarak, mali işlemleri yorumlayan ve işletmenin geleceğine ait bilgilendirme görevini üstlenmiş profesyonel bir meslek şeklini almıştır (Taner vd., 2001: 169).

Muhasebe, veri oluşturan bir sistemdir (Kısakürek ve Pekcan, 2005: 107). Üretilen bu bilgi ise işletmeler için hayati bir öneme sahiptir. Çünkü işletmenin geleceğine ilişkin kararlar alındığında, söz konusu bu bilgilerin kullanıldığı görülür. (Kısakürek ve Pekcan, 2005: 108). Muhasebenin, bilgi ekonomisinin kullanımı kapsamında olan bugünkü fonksiyonunda; tarafsız, güvenilir, kıyaslanabilir ve kaliteli bir biçimde oluşturulmuş (Kısakürek ve Pekcan, 2005: 119) ve raporlanmış bir muhasebe bilgisi, işletme ve tüm bilgi edinecek gruplar açısından önemli bir veriyi içermektedir (Daştan, 2011: 183).

Meslek, sadece çıkar gruplarına değil, aynı şekilde devlete karşı da bir sorumluluk yüklenmiştir (Güçlü, 2007: 6). Bu durum meslek mensuplarının yasalarla birlikte genel kabul görmüş ilkelere de uyma zorunluluğunu ortaya çıkarmıştır. Bütün bu nedenlerden dolayı meslek mensuplarından, bilgi edincilere; özerk, özü sözü bir, nesnel ve sosyal sorumluluk bilincinde verileri arz etmeleri talep edilmektedir (Kısakürek ve Alpan, 2010: 214, Çukacı, 2006: 90, Çiftçi ve Çiftçi, 2003: 80).

Mali müşavirin mesuliyetindeki tarafların beklentilerinin birbirinden değişik ve farklılıklarının yanında, muhasebe mesleğinin yapısının gerekliliği olarak teknik ve toplumsal niteliğine de özen gösterilmesi gerekecektir (Çukacı, 2006: 94).

Bu çerçevede muhasebenin nevi şahsına münhasır hususiyetleri aşağıdaki şekilde belirtilebilir (Kaya ve Yanık, 2011: 295; Kutlu, 2008: 75-76;):

- ❖ **Muhasebe (işi) ehemmiyetlidir:** İşletmelerin verimli çalışmaları, düzenli işleyen bir muhasebe sistemine bağlıdır.
- ❖ **Muhasebe (mesleği) nitelikli bilgi ister:** Meslek, kendisindekiler haricinde ekonomi, hukuk, işletme, iktisat ve teknoloji vb. dallarda da malumatlı olmayı lüzümlü kılar.
- ❖ **Muhasebe (işi) deneyimi lüzumlu kılar:** Muhasebenin layıkıyla yapılabilmesi, uzun bir zaman içerisinde elde edilen tecrübeyi gerektirir. Muhasebe sadece teoride kalan değil, çok geniş bir tatbikat sahasını içerisinde barındıran bir meslek dalıdır.
- ❖ **Muhasebe mesuliyet sahibi olmayı lüzumlu kılar:** Muhasebenin meydana getirdiği bilgileri tüketen tarafların içerisinde hem işletmelerin, hem işletme dışı tarafların hem de devletin bulunması dolayısıyla bir anlamda tüm toplumu ilgilendiren tarafı mevcuttur ve bu da mutlak bir sorumluluğu beraberinde getirir.
- ❖ **Muhasebe (mesleği) mahremiyeti gerektirir:** Meslek mensupları işletmelerin önemli ve gizli kalması gerekli bilgilerine sahip olurlar. Ve bu bilgileri yasal bir zorunluluk olmadığı takdirde kimseye söyleyemez, kendisinin yada bir başkalarının menfaatine kullanamaz.
- ❖ **Muhasebe mesleği yorucudur:** Muhasebe, zihni efor sarfetmeyi gerekli kılan, hata kabul etmeyen, emek verenleri hızlı yoran bir meslektir.

2.4.2. Muhasebe Meslek Mensubu

Meslek mensubu kavramı, geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır. Bu kapsam içerisine; Serbest Muhasebeci Mali Müşavir (SMMM), herhangi bir kuruluşta çalışan muhasebe elemanları, Yeminli Mali Müşavir, akademisyenler, vergi denetmenleri, Sayıştay denetçileri, hesap uzmanları ve kontrolörleri dahil olmaktadır (Karasioğlu ve Altan, 2004: 53-54).

Meslek üyelerinin geniş bir tanımı ise şu şekilde yapılabilir: “işletmelerde faaliyetlerin düzenli ve güvenilir bir şekilde işleyişini sağlamak ve kaydetmek, faaliyet sonuçlarını denetlemek, gerçek durumu ilgili kişilere tarafsız olarak sunmak görevlerini yerine getiren, topluma yönelik sorumluluk duygusuyla hareket eden,

üstün mesleki standartlara sahip ve bu bağlamda 3568 sayılı Kanunun 2/A ve 2/B maddelerinde yazılı işlemleri yapan ve yine aynı kanunun 4, 5 ve 9. maddelerindeki özel ve genel şartları taşıyan kişilere denir.” (Ayboğa, 2003: 331)

2.4.2.1. Serbest Muhasebeci ve Mali Müşavirlik

13.06.1989 tarihli 20194 sayılı Resmi Gazetede (Web 5) yayınlanan 3568 sayılı Serbest Muhasebeci, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu (Web 1) bu işin usul ve esaslarını oluşturmaktadır. Bu kanuna göre meslek mensubu olmak için umumi koşullar aşağıdaki gibidir;

- ❖ T.C. vatandaşlığı,
- ❖ Medeni hakları kullanabilme yeterliliği,
- ❖ Kamu haklarından yoksun olmamak,
- ❖ Taksirli suçların dışında; affa uğranmış olsa bile ağır hapis yada beş seneden çok fazla hapis cezası veya yolsuzluk, hırsızlık, yiyicilik, rüşvet, aşırma, sahtekarlık, hileli iflas, itimatı kötüye kullanma vb. yüz kızartıcı suçlar, istihlak kaçakçılığı ve istimal dışında kalan suçları resmi ihale ve alış satışlara fesatlık karıştırma yada vergi kaçakçılığına teşebbüs, devlet sırlarını açığa vurma suçlarından yada vergi kaçakçılığında hüküm giymemek,
- ❖ Disiplin ya da ceza tahkikatı neticesinde memurluktan atılmamış olmak,
- ❖ Muhasebe mesleğinin onuruna uygun olmayan hallerde olmamaktır.

Bu genel şartlar SMMM ve YMM’ler için uygulanır. Ancak bu şartlar dışında birde birtakım hususi şartlar bulunmaktadır. Yine ilgili kanuna göre meslek mensubu olabilmenin özel şartları aşağıdaki gibidir;

- ❖ Muhasebe, hukuk, iktisat, maliye, işletme, kamu yönetimi, siyasal bilimler ve bankacılık dallarında eğitim veren yüksekokullardan ve fakültelerden veya denkliği Yükseköğretim Kurumunca tasdikli yabancı yükseköğretim kurumlarından asgari lisans seviyesinde mezun olmak yada diğer öğretim kurumlarından lisans derecesinde mezun olmakla birlikte bu fıkradaki bilim dallarından lisansüstü düzeyinde diploma almış olmak,

- ❖ Asgari üç sene staj yapmış olmak,
- ❖ SMMM imtihanını başarıyla geçmek,
- ❖ SMMM ruhsatnamesini almak.

SMMM mesleğinin mevzusu ise (Ustaahmetoğlu ve Savcı, 2011: 174; Uysal ve Şenlik, 2009: 19-20); ilgili mevzuat hükümleri ve genel kabul görmüş muhasebe ilkeleri gereğince tüzel ve gerçek kişilerin sahip olduğu girişim ve firmaların defterini tutmak, gelir tablosu ve bilançosu ile beyan ve diğer evraklarını tanzim etmek vb., muhasebe tertibatlarını oluşturmak, iletirmek, finans, muhasebe, işletmecilik, mali mevzuat ile uygulamalarına ilişkin konuları tanzim etmek ve bu hususlarda danışmanlık icra etmek, mali tablo ve beyannameler ile ilgili inceleme, tahlil, denetim yapmak, ilgili konularda görüş vermek, rapor düzenlemek, bilirkişilik vb. işleri yapmaktır. Buradan hareketle meslek mensuplarının işletmelerin sadece faaliyetlerini deftere kaydeden kişiler olmadığı sonucuna varılabilir. Muhasebeciler işletmenin çeşitli karar süreçlerinde verileri kullanılabilir hale getiren meslek sahipleridir (Altan, 2004: 30). Eş zamanlı olarak işletmecilik ve finansal mevzuatlara ilişkin alanlarda danışmanlık hizmeti de alabileceğimiz kişilerdir.

Muhasebe meslek mensubu, aynı zamanda müşterilerine (mükelleflere), çalışanlarına, devlete, topluma, meslek örgütüne ve kendine karşı çok yönlü mesuliyetleri olan kişidir. Buna göre meslek mensubunun yüzleştiği mesuliyetler şu şekilde ifade edilebilir (Civelek ve Durukan, 1997: 134-135):

- 1. Devlete karşı sorumluluk:** Devlet çıkarlarını gözetmek, yasaların belirttiği doğruları yapmak ve gerçekleri çarpıtmamaktır.
- 2. Topluma karşı:** Toplumun genel çıkarları hususunda duyarlı olmak, toplumu yanıltıcı finansal mesajlar vermekten kaçınmaktır.
- 3. Mesleki teşkilatlara yönelik:** Meslek teşkilatlarının, mesleğin izlenimini, ve itibarını temin etme gayesiyle belirlemiş olduğu standartlara uyan davranış ve faaliyetlerde bulunmaktır.
- 4. Müşterilere karşı:** Müşteriye profesyonelce hizmet vermektir ki o da: Müşteriye yol gösterici olmak, çıkarlarını gözetmek, onunla alakalı elde edilmiş verileri gizli saklamada itimatlı olabilmektir. Bunun yanında

kamu kapsamında müşterilerine ilişkin lazım olan ekonomik verileri bükmeden, eğriltmeden ifade etmektir.

5. **Kendisine karşı:** Mesleki konularda sürekli bir biçimde kendini geliştirmek, disiplin sahibi olmak, yasalara uygun düşmek suretiyle toplumun faydasına yararlı bir tutum şeklini sergilemektir. Ahlaki bir yapıya sahip olmak, bunu zedeleyici çıkar ilişkilerinden kendini uzak tutmaktır.

2.4.3. Mesleğin İlke Ve Kural Esasları

2.4.3.1. Mesleki Yeterlilik ve Ünvan

Muhasebe meslek unvanları (SMMM, YMM) almak suretiyle, yasanın işaret ettiği mesleki yeterliliğin gereklerini yerine getirmiş olan meslek üyeleri unvanlarının lüzumlu kıldığı hürmet ve itimata yakışan bir biçimde faaliyet göstermelidirler. Haiz oldukları unvanların dışındaki sanların kullanılmaması icap etmektedir (Arıkan, 2000). Örnek olarak doktora yapmış bir meslek mensubu tabelasına “Dr.” Unvanını yazdırabilir ama bunun dışında sahip olduğu herhangi bir unvan, isim, beceriyi yazamaz. Bu meslek mensubunun, bir özelliği, vasfı veya unvanı olmasına rağmen meslek unvanı haricindeki bir unvanın kullanılması yasaktır (Web 1, madde 3).

2.4.3.2. Dürüstlük, Güvenilirlik ve Tarafsızlık İlkesi

Muhasebecilik mesleği için, güvenilirlik, dürüstlük ve tarafsız olma şartları mesleğin esasını oluşturan şartlardır (Arıkan, 2000). Zira meslek mensuplarının mesleki başarıları bir manada bu ilkelere uymaları ile olanaklıdır. Meslek üyeleri faaliyetlerini gerçekleştirirken menfaat kavgalarından irak olmalı ve vazifelerini devam ettirirken gerekli mesleki itina ve titizlik içerisinde olmalıdırlar. (Web 2 Madde 6)

2.4.3.3. Sır Saklama İlkesi

Meslek mensupları ve çalıştırdıkları personeller meslek faaliyetleri neticesinde edindikleri bilgi ve sırları mesleki faaliyetlerini bitirseler bile ifşa edemezler, bazı kanunlarda yer verilen ihbarcılara sağlanan hak ve çıkarlardan faydalanamazlar, fakat adli yargı kapsamında suç ögesi kabul edilen durumların salahiyyetli makamlara yayımlanması mecburidir. Bütün bunlarla birlikte yasal tanıklık sırrın ifşası olarak kabul edilmez (Web 1, madde 43).

2.4.3.4. Meslek Mensuplarının Sorumlulukları

Meslek mensuplarının sorumlulukları aşağıdaki şekilde ifade edilebilir:

a) Toplumsal Mesuliyet:

Muhasebeciler; mesleki icralarını sürdürürlerken hem topluma hem de devlete ait mesuliyet üstlenirler ve bu sorumluluğun bilincinde faaliyetlerini yürütmelidirler.

b) Firma malik ve idarecilerine ilişkin mesuliyet:

Muhasebeciler, işletmenin sahiplerine ve idarecilerine, yerinde hüküm vermelerine yardımcı olabilmek kapsamında gerçek ve itimatlı veriler sunarlar.

c) Meslektaşlarına ilişkin Mesuliyet:

Muhasebeciler, ilgisi bulunan yasa ve yönetmelikler kapsamında ve mesleğe ilişkin tedrisatta birbirlerine her çeşit veriyi vermek ve nakletmek mesuliyetindedirler. Mesleğin ilerlemesi ve dayanıklı bir tabana oturtulması kapsamında birbirlerinde lüzümlü olan işbirliği ve birlikteliği sağlarlar. Meslek mensuplarının, rakiplerine ilişkin gerçekdışı bildirim yada şikayette bulunmaması lazımdır.

d) Meslek odasına ilişkin Mesuliyet

Meslek üyeleri senelik sabit (Her yıl ocak ay'ı sonuna kadar ödenen, muhasebe bürosu olsun veya olmasın tüm üyelerin ödemekle yükümlü olduğu bir aidat 2019 yılı maktu aidatı İSMMMO için 480 TL'dir ve bu tutar şehirden şehre değişebilir.) ve nispi (Bu aidat ise her yıl Mayıs ve ekim aylarında 2 taksit halinde ödenir. Bir önceki yılın serbest meslek kazancının %1'idir. Bu tutar yılın maktu miktarından az, maktu aidatın 20 katından fazla olamaz, bürosu olan üyeler ödemekle yükümlüdürler) aidatlarını zamanında ve bağlı bulunulan odaya ifa etmesi lazım gelmektedir. Meslek mensuplarının, adres güncellemelerini de yasal süre sınırı içinde bağlı buldukları odaya bildirim yapmaları lazımdır.

e) Kanunlara İlişkin Mesuliyet

Meslek mensuplarının 3568 numaralı meslek kanununa, muhasebecilik mesleğine ilişkin haksız rekabet ve reklam yasağı yönetmeliği ve ilgili tüm yönetmelik ve meslek kararlarına uymaları gerekmektedir.

f) Hukuki Sorumluluk

Meslek mensupları faaliyetlerini ifa ederken vergi usul kanunu'nda yer alan iştirak, teşvik ve yardım hükümlerine uyan fiilleri nedeniyle sorumludurlar. Kanun ve yönetmeliklerde belirtilmiş olan ceza hükümleri ayrıca uygulanır. Meslek mensuplarının, beyanname imzalarken, denetim yaparken, ilgili yasal düzenlemelere, ilan olunmuş norm ve standartlara uygun olarak hizmet vermeleri gerekir. Hizmet sunulan iş sahiplerinin sahte ya da yanıltıcı belge düzenlediği, resmi kurum ya da kuruluşlarca tespit edilmesi durumunda, bu durumlar odalar birliği tarafından ilan edilir ve meslek mensuplarının bu kişi ya da kuruluşların defterlerini tutmaması ve işlemlerini yapmaması gerekir. Muhasebeciler, mesleki birliktelik mesuliyetinin şuurunda bir biçimde haksız rekabete sebep olabilecek hal ve tutumlardan uzak dururlar. Doğrudan haksız rekabet davranışı kabul edilen bir davranış da, meslek mensuplarının bir başka meslek mensubu ile mesleki sözleşmesi devam eden gerçek ve tüzel kişilere mesleki hizmet vermeye girişmemesi veya teklifte

bulunamamasıdır. Yine, ücret ve personel sağlama gibi hususlarda meslek üyeleri birbirlerini zedeleyecek tavırlarda olamazlar (Arıkan, 2000).

2.4.3.5. Bağımsızlık İlkesi

Muhasebecilik mesleğinin vazgeçilmez bir ögesi olan temelini oluşturan bağımsızlık, meslek mensuplarının bütün faaliyetlerini kendi sorumlulukları altında yürütmesi, hiçbir baskı yada müdahaleye maruz kalmadan işlemlerini devam ettirebilmesi demektir (Arıkan, 2000). Meslek mensuplarının bağımsızlıklarına gölge düşürecek tüm olay, ilişki ve davranışlardan kaçınması gerekir. (Web 2, Madde 9)

2.4.3.6. Büro Edinme Zorunluluğu

Bütün muhasebe meslek mensupları görevine start vermeden daha öncesinde bağlı bulunduğu odanın malumatı dahilinde bir iş yeri tahsis etmek mecburiyetindedir. (Web 2, Madde 14) Ortaklık ofisi yada şirket kurulması durumunda da işyeri tahsis edilmesi zorunludur. İş yerleri için şube açmak isteyen ortaklık şeklindeki ofisler, meslek mensubu olarak bir araya gelmiş olan kişilerin sayısını aşmayacak şekilde şube açabilirler. Mesleki faaliyette bulunabilmek için odaların çalışanlar listesine kayıtlı olmak gerekmektedir (Arıkan, 2000). Birden daha fazla beyanname imzalayabilmek için çalışanlar kütüğüne kayıtlı olmak gerekir. Meslek mensupları yeterliliklerini yerine getirerek elde ettikleri mesleki ruhsatlarını kiraya veremezler. Muhasebe bürosu açmak ve muhasebe bürosuna ortak olmak yeminli mali müşavirler için yasaktır. Mesleki olarak çalışmayan meslek üyeleri oturdukları yerin yre aldığı nahiyenin odasına kayıt olurlar. İşyerini ya da oturdukları yerin adresini güncelleyen meslek üyeleri veya kurmuş oldukları ortaklık ofisleri ve firmalar 15 gün zarfında yeni ikametgahını bağlı buldukları odalara bildirim yapmak mecburiyetindedirler.

2.4.3.7. Tabela Asma

Meslek mensuplarının; firmanın bulunduğu yapının herkes tarafından kolayca görülebileceği şekilde bir tarafına, yalnızca isim ve soyismiyle meslek sanını taşıyan bir tabela asması ihtiyaridir (Web 2, Madde 15). Bu bilgiler dışında herhangi bir bilgi ya da unvan tabelaya yazılamaz. Birden fazla meslek üyesi çalışmalarını ortaklık ofisi yada şirket biçiminde birleştirmeleri durumunda, tabelaya bunların dışında ortaklık ofisi ya da firma unvanı yazılır. Hatta ortaklar isim ve soyisimleri ile sanlarını da tabelaya yazdırabilirler (Arıkan, 2000).

2.4.3.8. Bildirim Mecburiyeti

Meslek mensupları, kayıtlı buldukları odalara hizmet verdikleri müşterilerini ek belge ile bilgi vermek mecburiyetindedirler. 3568 Sayılı yasanın 2. Maddesinde yer verilen işleri kendi ofislerinde ifa edebilecekleri gibi firma maliklerinin işyerlerinde de ifa edebilirler. SMMM'ler tutmuş oldukları defter ve bunlarla alakalı belgeleri özenli biçimde korumaya almak mecburiyetindedirler (Web 2, Madde 20).

2.4.3.9. Ticarete İlişkin Çalışma Yapamama

Muhasebeciler TTK kapsamında, tüccar yada esnaf kabul edilmelerini gerektirebilecek bir çalışmada bulunamazlar. Meslek üyeleri mesleki çalışmaları haricinde serbest meslek çalışmaları yapamazlar. Ticari vekillik, ticari acentelik veya mümessillik yapamazlar (Arıkan, 2000). Komandit şirketlerde komandite ortak ya da adi ve kolektif şirketlerde ortak olamazlar. Anonim ve limited şirketlerin yönetim kurulu başkanlığı ve üyeliği görevlerini yapamazlar (Web 2, Madde 43).

2.4.3.10. Hizmet Sözleşmesiyle Faaliyette Bulunamama

Meslek mensupları gerçek ve tüzel kişilere bağımlı ve onların şirket ve işyerlerine bağlı şekilde hizmet sözleşmesiyle çalışamazlar (Web 2, Madde 44).

2.4.3.11. Reklamasyon Engeli

Muhasebeciler; iş almak için, açık veya dolaylı metodlarla reklamasyonlarını gerçekleştiremezler. Meslek üyelerinin; kartvizitlerine, tabelalarına ve benzer yazışma belgelerine; meslek sanlarını, iletişim numaralarını, akademik namlarını, e-mail adreslerini yazıyor olmaları reklam kabul edilmez. Meslek üyeleri, sanlarıyla mesleki hususlarda sürekli olmamak şartıyla bilimsel nitelikte, gazete ve dergilerde yazı yazabilirler. Yalnızca iş teklif sunumlarında kullanılmak üzere ve görüntülü yazılı yayınlarda olmamak üzere kendilerinin ve ortaklıkta bulunduğu meslektaşlarının özgeçmişlerini tanıtıcı el broşürü basımını sağlayabilirler. Basımlarda önceden ve halihazırdaki mükellefler açığa vurulamaz. Meslek mensupları şahıslarına veya ortaklık yada firmalar adına personel arama ilanı yapabilirler. İş ilişkisinde bulunduğu şirketler namına bu ilanları yapamazlar (Web 2, Madde 45).

2.4.3.12. Kaşe Kullanma Zorunluluğu

Çalışanlar çizelgesine kaydı olan meslek üyeleri ile çalışanlar çizelgesine kayıtlı olmamakla birlikte, çalıştıkları mükelleflerin muhasebesinin sevk ve yönetiminden mesul olan ve beyannamelerini imzalayan meslek üyeleri, düzenledikleri resmi ve mesleki evraklarda özel kaşe kullanırlar (Web 3, Madde 2).

2.4.3.13. Meslek Mensuplarının İş Kabulleri

Meslek mensupları, kendilerine yapılan herhangi bir iş önerisini neden göstermeksizin reddedebilir, bu durumda kabul etmeme kararı iş malikine gecikmeden iletilir. İki meslek üyesi tarafından kabul edilmeyen bir iş maliki bağlı bulunduğu odaya başvurabilir. Bu durumda Oda kendisine bir muhasebeci tayin eder. Bir diğer meslek üyesiyle akdi süren mükelleflere, bu hali bile bile iş teklif edilemez ve bir başka meslek üyesine ilişkin negatif yorum ya da ithamlarda bulunulamaz (Arıkan, 2000).

2.4.3.14. Sözleşme Yapma Zorunluluğu

Taraflar, mesleki hususlarda ifa edilecek işler kapsamında akit gerçekleştirebilirler. Aşağıdaki iş hususlarında akit yapılması mecburidir (Web 1)

- Mükellefin yasal defterlerini tutmak,
- Devamlı sunulan mali danışmanlık,
- Tahlil, denetim ve inceleme yapmak ve rapor tanzim etmek
- YMM'lerin onay işlemleri.

2.4.3.15. Ücret Belirleme

Meslek mensupları asgari ücretin altında iş kabul edemezler (Web 2, Madde 46). Ücret yönetmeliğine aykırı davranan ve bu davranışı tespit edilen iş sahiplerinin oda ve birlikçe ismi belirlenir ve bu kişilerin işleri kabul edilmez.

2.4.3.16. Sözleşmeyi Feshetme

Taraflar aralarındaki sözleşmeyi haklı gerekçelerle ya da müteakbil istekleriyle, diledikleri sürede bozabilirler. Bu durumda alınan defter, kayıt ve tüm evraklar maliklerine iade edilir. Her iki tarafın tazmin hakları umumi hukuk kaidelerine tabidir.

2.4.3.17. Evrakların ve defterlerin muhafaza ve iadesi

Meslek üyeleri zatlarına teslim edilen defter ve evrakları işlerinin lazım olduğu zaman içinde iyi maksatla saklamak ve iş sona erdiğinde iade etmek mecburiyetindedirler. Şöyle ki, defter ve evrakların iadesi, malikine yazı ile ifade edilmiş durumlarda muhafaza mükellefiyeti bildirme zamanından itibaren bir ay içerisinde biter. İşin sona ermesinden itibaren bir ay içinde malikleri tarafından alınmayan defter ve evraklar bir yazı ile ilgililerin bağlı bulunduğu vergi dairesine verilir (Web 2, Madde 27).

2.4.3.18. Çalışanlar Listesinden Silinmeye Sebep Olan Durumlar

Aşağıdaki durumlarda meslek üyesinin ismi çalışanlar cetvelinden idare kurulu hükmüyle silinir (Web 2 , Madde 35) :

- a) Meslek üyesinin, meslekî çalışma yapmayacağını yazılı olarak iletmesi ya da çalışma ofisini kapatması ve ya bu halin oda tarafından belirlenmiş olması,
- b) Çalışma ofisini oda bölgesinin dışına taşıması,
- c) Yasaya göre meslekten men edilmeye neden olan cezalara uğraması,
- d) Meslek üyesi olmak için yasanın istediği koşulların daha sonradan kaybedilmesi,
- e) Ruhsatnamenin teslim edildiği tarihte, teslim edilmemesini zaruri kılan nedenlerin varlığının sonradan belirlenmiş olması.

Meslekî şirketlerin, tasfiyesine hüküm verildiği durumda tasfiye işlemlerinin 3 senede bitirilememesi ya da firmanın 3 sene faal olmayan halde olduğunun belirlenmesi durumunda, bu şfirmalara ilişkin kayıtlar idare kurulu hükmüyle çalışanlar çizelgesinin firmalar kısmından silinir. Mensup olmanın hukukî sorumluluklarını ifa eden firmalar gayri faal kabul edilmez.

2.4.3.19. Meslek Şerefine Uymayan Durumlar

Meslek üyelerinin aşağıda gösterilen tavır ve tutumlarda olmaları mesleğin şerefiyle uymayan durumlardan kabul edilir. (Web 2, Madde 42) :

- a) Firmasında / ofisinde çalıştırdığı personele uygun olmayan tavır ve tutumlarda bulunmak,
- b) Çok fazla kumar ve içki tutkunluğu ile ünlenmek,
- c) İlgili mevzuata göre meslektaşlarına, mükelleflerine ve yasalara göre malumat vermek mecburiyetindeki kişi ve kurumlara malumat vermemek ya da kasıtlı ve aldatıcı bilgi vermek,
- d) Yasalara göre yapılmasından men edilmiş işlerin birini ifa etmek,
- e) Meslekî ahlak ve meslek ile ilgili bağımsızlık kaidelerine uymamak,

2.4.3.20. Muhasebe Mesleğine Uyan Durumlar

Aşağıda ifade edilen işler meslek ile uyumlu işlerden olup ifasında bir mahsur bulunmamaktadır (Web 2 , Madde 47):

- a) Hayır ve ilmi kurumların yönetim kurulu üyeliği, tasfiye memurluğu ve bilirkişilik vazifelerinde bulunmak,
- b) Komandit şirketlerde komanditer ortaklık ya da denetçilik, anonim veya limited şirketlerde ortak olmak,
- c) Muhasebecilerin, mensup oldukları, kurumlar vergisinden muafiyetli yardım sandıkları ile tüketim, yapı ve kalkınma kooperatiflerinin idare ve denetleme kurulları mensubiyeti vazifelerinde bulunmak,
- d) Kadrosuz şartla, eğitim, öğretim gayesiyle ile ders vermek,

e) Sürekli olmamak şartıyla dergi ve gazetelerde makale ve yazı yazmak,

f) Konferans ve seminerlere katılım,

g) Her çeşit görsel ve yazılı sanat ve edebi çalışmalar yapmak.

2.4.3.21. Meslek Mensuplarının Uyması Gereken Kurallarla İlgili Disiplin Cezaları

Mesleğin vakar ve onuruna aykırı fiil ve hareketlerde bulunanlarla, görevlerini yapmayan veya kusurlu olarak yapan yahut da görevinin gerektirdiği güveni sarsıcı hareketlerde bulunan meslek mensupları hakkında, muhasebe ve müşavirlik hizmetlerinin gereği gibi yürütülmesi maksadı ile durumun niteliğine ve ağırlık derecesine göre aşağıdaki disiplin cezaları verilir (Web 1 , Madde 48)

Uyarma cezası aşağıdaki durumlarda uygulanır (Web 4 , Madde 5) :

a) Müşterilerin işlerine karşı, kayıtsız ve ilgisiz kalınması, müşterilerle mesleki konularda yapılacak sözleşme hükümlerine aykırı davranılması, sözleşmenin taraflarca fesh edilmesi hâlinde, iş sahibinin defter ve belgelerinin otuz gün içinde devir ve teslim tutanağı düzenleyerek teslim edilmemesi (Devir ve teslim işleminin gerçekleşemediğinin meslek mensubu tarafından Odaya bildirilmesi durumu hariç.),

b) Birlik tarafından yayımlanmış, yönerge ve genelge hükümlerinin aksine, meslek disiplinini bozucu davranışları yapmak,

c) Aday meslek üyesinin, mesleğin şerefine uymayan işler ifa etmesine sebebiyet verilmesi ya da kasten müsaade edilmesi ya da bu fiillerin görmezden gelinmesi,

d) Yasalara uymayan tabela kullanımı,

f) Müşteri ihbar çizelgelerinin bütün ve eksiksiz biçimde Odaya zamanında iletilmemesi,

g) Yasalarda belirlenmiş sosyal mesuliyet kararlarına göre davranmamak,

- h) Asgari 2 kere yazı ile talep edilmesine karşın, odanın aidat borçlarını geçerli neden olmaksızın ödememek,
- i) İkamet güncellemelerinin, SMMM ve YMM'lerin Çalışma Usul ve Esasları Hakkındaki Yönetmelik kararlarına münasip olarak zamanında bildirimde bulunmamak,
- j) Mesleğin ifası sırasında; iş ile alakasız hususlarda; menfaat kavgalarına taraf olmak,
- k) Mensuplarınca, oda denetim, idare ve denetim kurulu aracılığıyla faaliyet ve işleriyle alakalı talep edilen evrak ve malumatın verilmemesi,
- l) Bir başka meslek üyesinin personeline her çeşit yolla meslektaşın ya da mükelleflerinin iş sırlarına sahip olmaya ya da izaha zorlaması,
- m) Yukarıda ifade edilenler haricinde, mesleğin şerefine aksine tutumlarla, işin gerektirdiği itimatı sarsıcı davranışların yapılması.

Kınama cezası aşağıdaki hallerde tatbiik edilir (Web 4, Madde 6) :

- a) Meslek üyelerince, maliki olunmayan unvanları kullanmak,
- b) YMM'lerce, zatının, hayat arkadaşının (sonradan boşanmış olsalar da) usul ve fürundan birinin 3. mertebeye kadar (bu mertebeyi de içeren) kan ve sıhri akrabalarının ya da bu sayılanların tümünün ortak ya da idaresinde buldukları şirketlerin işlerinin alınmasıya da bu yakınlıktaki akrabalarından olan SMMM'lerin tuttuğu işleri, onaylamak,
- c) Meslek üyelerince, SMMM ve YMM'lerin Çalışma Usul ve Esaslarına ilişkin Yönetmelikte belirtilen yazılı hizmet akdi olmadan iş almak.
- ç) 3 senelik bir dönem içerisinde uyarma cezasına sebebiyet veren bir fiilin tekrarlanması,
- d) Meslek üyelerince, asıl olmayan ya da muhteviyat itibariyle aldatıcı / yanıltıcı evrak tanzim ettiği resmi müessese ve kurumlarca tespit edilen iş maliklerinin (mecburi şekilde oda aracılığıyla görevlendirmeler haricinde), odalar ve Birlik aracılığıyla ilanını akabinde defterlerini tutmak ve işlerini görmek.

- e) Meslek üyelerince reklamasyon yasağına uymamak,
- f) Meslek üyelerince, asgari ücret çizelgesindeki ücretlerin altında iş alınması, ücret yönetmeliğinin aksine, ücretini tahsil edemediği durumda dahi ileriki senelerde işin devam ettirilmesi,
- g) Ücret Yönetmeliğinin aksine tavırda olduğu için işi iade edilmiş ve oda ve Birlikçe adı tespit edilmiş iş maliklerinin (mecburi şekilde oda tarafından görevlendirmeler dışında) işlerini almak.
- h) Çalışanlar çizelgesine kayıt yapılmadan mesleği sanı kullanarak faaliyette bulunmak,
- i) YMM'lerce, kendi defterleri haricinde, defter tutulması, muhasebe ofisi açılması ya da muhasebe ofisine ortak olmak,
- j) Diğer bir meslek üyesi ile akdi olan mükelleflere, kasten iş teklif edilmesi ve başka bir meslek üyesine ilişkin negatif yorumlarda bulunmak,
- k) Aynı sana sahip meslek üyesinin mesuliyetindeki işlerle alakalı, görev ve mesuliyet almadan, diğer bir meslek üyesinin görüş belirtmesi, uygulamalarına ilişkin iş maliklerine karşı negatif olumsuz eleştiriler yapmak,
- l) Mesleğin gereğine uygun şekilde; şubenin bağlı olduğu odanın çalışanlar listesine kayıtlı mesul ortak görevlendirmeden ve bu ortak sayısından daha çok şube açmak,
- m) Meslek üyelerince, bilmeyerek gerekli itina ve titizlik gösterilmeden; kanuni düzenlemelere ve ilan edilmiş genel kural ve standartların aksine beyan ve bildirimleri imzalamak, denetlemek ve onaylamak,
- n) Oda ve birlik kurulları mensuplarının ve başkanın; bu vazifeleri sebebiyle yasa ve yönetmeliklerin aksine tutumda bulduklarının belirlenmesi,
- o) SMMM'lerce; çalışanlar listesine kayıt yapmadan birden çok beyan imza edilmesi,
- p) Büro tescil evrağının temin edilmemesi, zamanında vizesinin yaptırılmaması,

s) Birlik umumi heyetince oluşturulan "büro standartları"na riayet edilmemesi, açılmış işyerlerinin müstakil ofis biçiminde bulunmaması, başka bir serbest meslek faaliyeti ya da ticarete ilişkin faaliyetiyle bir arada olması, ev şeklinde kullanılan adreslerden aynı anda ofis şeklinde yararlanılması, bir mali müşavirin (ortaklık hali dışında) çok sayıda ofise sahip olması,

ş) Mesleğe ilişkin ofislerde çalışmaktayken bu vazifelerinden uzaklaşan meslek üyelerinin işten ayrılış gününden başlayarak, stajerliğini bitirerek işi uygulamayı hak eden mali müşavirlerinse ruhsatnamelerini temin ettikleri günden başlayarak iki sene tamamlanmadıkça, çıktıkları veya beraberlerinde staj gördükleri mali müşavirin izinleri olmaksızın onun mükelleflerine hizmet vermeleri,

t) Meslek üyesinin, kendisi, hizmetleri ve işlerine ilişkin asılsız ya da aldatıcı beyanlarda bulunması,

u) Üçüncü kişilere ücret veya herhangi bir menfaat sağlanması ya da söz verilmesi şeklinde iş kabulü,

ü) Yasaların emredici kaidelerinin aksine tavır ve tutum almak şeklinde rekabette üstünlük meydana getirilmesi,

v) Başka bir meslek üyesine ilişkin, ilgili kurumlara gerçek dışı bildirimde bulunulması,

y) Başka bir muhasebecinin personeline ve aracılara, işlerini ifa ederken sorumluluklarına ters bir şekilde tavır ve tutumlarda bulunmaya yöneltebilecek menfaatler sağlayarak ya da teklif ederek doğrudan ya da imaeen çıkar sağlaması.

z) Meslek kanununa aykırı fiillerde bulunulması ve Birlikçe yayımlanmış diğer yönetmelik hükümlerine ve mecburi mesleki hükümlerine uyulmaması.

Geçici Şekilde Mesleki Faaliyetten Alıkoyma Cezası, her bir fiil için 6 aydan az, 1 seneden fazla olmamak şartıyla aşağıdaki durumlarda tatbik edilir (Web 4, Madde 7):

- a) 3 senelik bir dönemde kınama cezası gerektiren bir durum ve fiilin tekrarlanması.
- b) Çalışanlar çizelgesinde kayıtlı bulunan meslek üyelerince sahip olunan sanla Yasanın 2. maddesindeki işlerin yürütülmesi maksadıyla gerçek ya da tüzel kişilere bağımlı ve onların işyerlerine bağımlı şekilde açık ya da gizli hizmet akdi ile faaliyet gösterilmesi.
- c) Meslek üyelerince; meslek üyesi olmayan ya da mesleği ifa etmelerimen edilmiş kişilerle yasa ve yönetmelik hükümlerinin aksine işbirliği yapılması.
- d) Mükelleflerden makbuz tanzim etmek ya da her çeşit methodla topladıkları para ya da para hükmündeki değerleri kendisine ya da bir birine mal edilmesi ya da emanetin inkar edilmesi.
- e) Ticari faaliyet yasağı hükmüne riayet edilmemesi.
- f) Meslek üyelerince, beyan ve bildirimlerin imzalanması ve denetimi ile alakalı kanuni düzenlemelerdeki ilke ve kaidelerle, ilan olunmuş norm ve standartlara kasıtlı şekilde aksine tutum sergilenmesi ya da beyanname imzalama ve denetim yetkisinin kasıtlı şekilde gerçeğin aksine bir biçimde kullanılması
- g) YMM'lerce, tasdiğe ilişkin kanuni düzenlemelerdeki ilke ve kaidelerle, ilan olunmuş norm ve standartlara kasıtlı şekilde aksine tutum sergilenmesi ya da tasdik yetkisinin kasıtlı şekilde gerçeğin aksine bir biçimde kullanılması.

Meslekten Cıkarma cezası aşağıdaki durumlarda uygulanır (Web 4, Madde 9) :

- a) 5 senelik dönem içerisinde 2 kez mesleki faaliyetten alıkoyma cezasına maruz kalmasından sonra bu cezayı sağlayacı fiilin tekrar edilmesi,
- b) Meslek üyelerinin kasıtlı vergi zıyana neden olduklarının mahkeme kararı ile kesinleşmesi,
- c) Meslek ruhsatının bir başkasına kiralanması, herhangi bir biçimde başkasına kullanılması ya da meslek üyesinin mesleki hususlardaki yetkilerini umumi vekâletname ya da düzenleme biçiminde vekâletname ile ya da muvazaa yoluyla veyahut diğer yasalardaki düzenlemeleri kötüye kullanarak, mesleğini kendisi ifa etmeyip, yetkilerini sürekli veya geçici biçimde meslek üyesiğinden yoksun şahıslara kullanması, şahsına mükellef almasına, resmî evraklarda kaşe ya da mühründen faydalanılmasına müsaade edilmesi.

d) Diğer muhasebecilerin isim ile sanlarından faydalanılarak, beyan tertibi ve imzalarının yapılması.

2.4.3.22. Disiplin Cezaları ile İlgili Yasaklara Uymama

Meslekten çıkarılanlar, yeminli sıfatı kaldırılanlar ve geçici olarak mesleki faaliyetten alıkonulanlar; bu yasakların gereklerini derhal yerine getirirler. Bu gerekleri yerine getirmeyenler hakkında odalar veya Birlik tarafından Cumhuriyet Savcılığına suç duyurusunda bulunulur. (Web 4, Madde 13)

3. ARAŞTIRMANIN MODELİ VE HİPOTEZLER

3.1. Kavramsal Model

Bu tezde, mali müşavirlik hizmetinden yararlanan kişilerin, aldıkları hizmete ilişkin tespitlerde bulunularak, bu hizmetten beklentilerinin ne olduğu ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Tezde yer alan mükellef memnuniyetinin ölçümlemesi, literatürdeki memnuniyet ölçümleme tanım ve yöntemlerinden yararlanılarak incelenmiştir. Çalışmada, mali müşavirlik hizmeti sunulurken yapılan hataların, mükelleflerin hizmet kalitesi algısına etkisini belirlemek amaçlanmıştır.

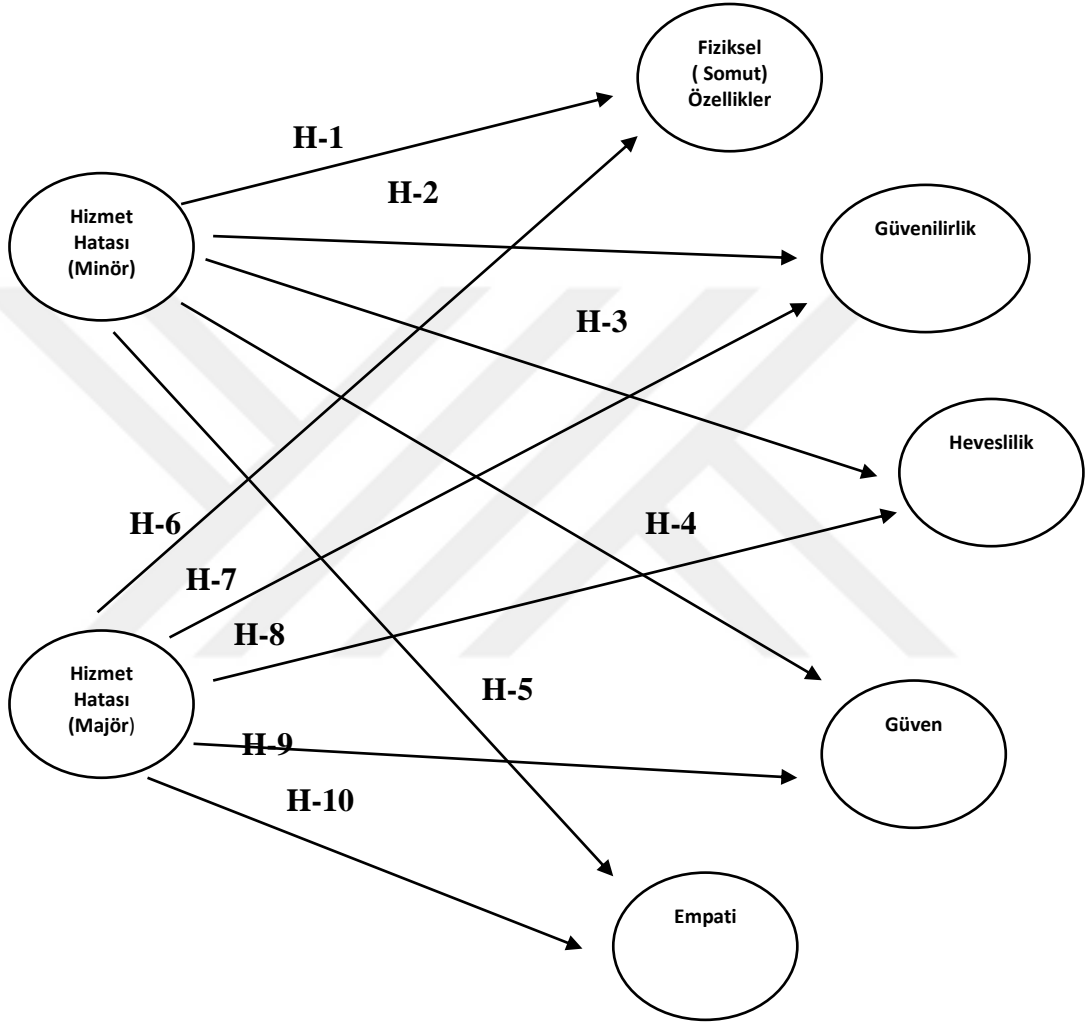
Bu çalışmada ana olarak iki sorunun cevabına ulaşılmaya çalışacaktır:

1. Mali müşavirlik hizmeti sunulurken yapılacak hizmet hataları mükellefler nezdinde algılanan hizmet kalitesini düşürür mü?

2. Çalışmada majör ve minör olarak ayrılan hizmet hatalarının, mükellefin algıladığı hizmet boyutlarından hangisini daha fazla etkilemektedir? Ayrıca bu sorudan yola çıkarak özel olarak cevabı aranan soru ise aşağıdaki gibidir:

Mali müşavirlerin hizmeti sunarken yaptıkları, çalışmada majör ve minör olarak ayrılan hizmet hatalarının, mükellefin algıladığı hizmet boyutlarından (Somut Özellikler, Güvenilirlik, Heveslilik, Güven, Empati) hangisini veya hangilerini negatif yönde etkiler?

Bu sorular kavramsal modelin incelenmesinde kılavuzluk etmesi amacıyla kullanılmıştır. Teorik çerçeveye dayanarak araştırmada kullanılacak değişkenlerin ilişkisini test etmek için geliştirilen kavramsal model, şekil 3.1 de gösterilmiştir.



Şekil 3.1.: Araştırmanın Modeli

3.2. Hipotezler

Kavramsal modelde Mali müşavirlerin, hizmeti sunarken ortaya çıkabilecek hatalarının, mükellefin memnuniyetini etkileyeceğini, bu kavramlar arasında ilişki olduğu öne sürülmektedir. Bu çerçevede aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

H-1. Mali müşavirlik hizmeti sunulurken yapılacak minör hizmet hataları mükellefler nezdinde algılanan hizmet kalitesinini bir boyutu olan Fiziksel (Somut) Özellikler boyutunu negatif etkiler.

H-2. Mali müşavirlik hizmeti sunulurken yapılacak minör hizmet hataları mükellefler nezdinde algılanan hizmet kalitesinini bir boyutu olan Güvenilirlik boyutunu negatif etkiler.

H-3. Mali müşavirlik hizmeti sunulurken yapılacak minör hizmet hataları mükellefler nezdinde algılanan hizmet kalitesinini bir boyutu olan Heveslilik boyutunu negatif etkiler.

H-4. Mali müşavirlik hizmeti sunulurken yapılacak minör hizmet hataları mükellefler nezdinde algılanan hizmet kalitesinini bir boyutu olan Güven boyutunu negatif etkiler.

H-5. Mali müşavirlik hizmeti sunulurken yapılacak minör hizmet hataları mükellefler nezdinde algılanan hizmet kalitesinini bir boyutu olan Empati boyutunu negatif etkiler.

H-6. Mali müşavirlik hizmeti sunulurken yapılacak majör hizmet hataları mükellefler nezdinde algılanan hizmet kalitesinini bir boyutu olan Fiziksel (Somut) Özellikler boyutunu negatif etkiler.

H-7. Mali müşavirlik hizmeti sunulurken yapılacak majör hizmet hataları mükellefler nezdinde algılanan hizmet kalitesinini bir boyutu olan Güvenilirlik boyutunu negatif etkiler.

H-8. Mali müşavirlik hizmeti sunulurken yapılacak majör hizmet hataları mükellefler nezdinde algılanan hizmet kalitesinini bir boyutu olan Heveslilik boyutunu negatif etkiler.

H-9. Mali müşavirlik hizmeti sunulurken yapılacak majör hizmet hataları mükellefler nezdinde algılanan hizmet kalitesinini bir boyutu olan Güven boyutunu negatif etkiler.

H-10. Mali müşavirlik hizmeti sunulurken yapılacak majör hizmet hataları mükellefler nezdinde algılanan hizmet kalitesinini bir boyutu olan Empati boyutunu negatif etkiler.

4. ANALİZ VE BULGULAR

4.1. Araştırmada Örneklem Seçimi

Araştırmamızın evrenini, Türkiye genelinde Muhasebe Meslek mensuplarından hizmet alan mükellefler oluşturmaktadır. Ülke genelinde faaliyet gösteren tüm mükelleflere ulaşmak olanaklı olmadığından örneklem kapsamında Kasım 2018-Nisan 2019 tarihleri arasında toplam 197 adet anket mükelleflere mail yoluyla ulaştırılmıştır.

4.1.1. Araştırmanın Yöntemi

İstatiksel bir yöntem olarak SEM (Yapısal Eşitlik Modeli), teoriye dayanan ve değişkenler arasındaki nedensel ilişkileri tahmin etmeye yarayan bir metodur. Ekonomi, yönetim, siyaset bilimi, pazarlama, psikoloji, eğitim ve sağlık ve sosyoloji gibi alanlardaki teorileri doğrulamak amacıyla kullanılmaktadır. Kısmi en küçük kareler ve maksimum olabilirlik yapısal eşitlik modellemesinde en fazla bilinen yöntemlerdir (Alkış, 2016). Buna göre kısmi küçük kareler yol analizi (PLS-SEM) yaklaşımı, temel bileşen analizi ve çoklu regresyon analizlerinin sonuçlarını genelleştiren ve birleştiren bir yol analizi tekniği şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Özellikle bir bağımlı değişkenler kümesini büyük bir bağımsız değişkenler

kümesinden, tahmin etmemiz gerekli olduğunda oldukça kullanışlı bir yöntemdir (Abdi, 2003).

Kısmi en küçük kareler (PLS-SEM) ile maksimum olabilirlik (CB-SEM) yol analizi yöntemleri gerçekte oldukça benzer nitelikte özellikler taşımaktadırlar fakat PLS-SEM araştırma modeli üzerinde varyans temelli bir sınama gerçekleştirirken CB-SEM kovaryans temelli bir sınama gerçekleştirmektedir. Başka bir ifadeyle PLS, ölçülen modelin psikometrik özellikleri (her bir değişkenin ölçümünde kullanılan ölçüğün güvenilirlik ve geçerliliği) ile yapısal modelin parametrelerini (modeldeki değişkenler arasındaki ilişkinin derecesi ve anlamlılık düzeyi) eş anlamlı olarak değerlendirmektedir (Bal, Ada ve Çelik, 2012; Yılmaz, Çelik ve Ulukapı, 2015). Her iki yol analizi yönteminin aralarındaki temel farklara ilişkin özetleyici bilgileri içeren bilgiler Tablo 4.1.1’de verilmiştir.

Tablo 4.1.1. PLS-SEM ve CB-SEM Arasındaki Farklara İlişkin Karşılaştırma Ölçütleri (Olya H, 2017).

Ölçütler	PLS-SEM	CB-SEM
Amaç	Tahmin Odaklı	Parametre Odaklı
Dağılım Varsayımı	Parametrik Olmayan	Parametrik
Gereken Örneklem Büyüklüğü	Küçük (Minimum 30-100)	Büyük (Minimum 100 – 800)
Model Karmaşıklığı	Büyük Modeller	Büyük Modeller (50 ve üstü değişken)
Parametre Tahminleri	Potansiyel Önyargı	Kararlı (Varsayımların karşılanması durumunda)
Yapı Başına Göstergeler	İkili ya da Çok Sayıda	Minimum 3-4 Tanımlama Şartlarını Karşılama
Parametre Göstergeleri için İstatistiksel Testler	Jackknifing veya Bootstrapping	Varsayımlar Karşılama
Ölçüm Modeli	Biçimlendirici ve Yansıtıcı	Sadece Yansıtıcı
Uyum İyiliği Değerleri	Gerekmiyor	Fazla Sayıda
Kullanılan Yazılımlar	SmartPLS, PLS Graph, vb.	LISREL, AMOS, vb.

Tablo 4.1.1. incelendiğinde; PLS-SEM ile CB-SEM yaklaşımları arasındaki en belirgin farkların başında PLS-SEM yaklaşımının parametrik olmayan veri setleriyle kullanılabilir oluşunun geldiği görülmektedir. PLS-SEM yaklaşımı için bu, araştırma verilerinin normal dağılım göstermesi şartı da bulunmadığı anlamına gelmektedir. Ayrıca PLS-SEM yaklaşımının CB-SEM yaklaşımına göre çok daha küçük örneklem gruplarıyla çalışmaya olanak verdiği anlaşılmaktadır. Yani amacı araştırdığı değişkenler hakkında bir tahmin modelini sınamak olan herhangi bir araştırmacı için PLS-SEM yaklaşımı epeyli uygundur. Çünkü örneklemin küçük olma durumu ilgili alanyazında araştırmacıların PLS-SEM yaklaşımını tercih nedenleri arasında ilk sırada yer almakta, sonrasında sırasıyla normal dağılımın ön

koşul olmaması ve biçimlendirici yapıların test edilebilmesi gelmektedir (Ringle, Sarstedt ve Straub, 2012). Diğer önemli bir fark da PLS-SEM yaklaşımından elde edilen bulguların yorumlanmasında Ki-kare, RMSA, NFI, vb uyum iyiliği değerlerine ihtiyaç duyulmuyor olmasıdır. Bunun yanı sıra iki yaklaşım arasında kullanılan yazılım programları açısından da farklar olduğu görülmektedir. Örneğin PLS-SEM yaklaşımı için daha çok Smart PLS programı tercih edilirken CB-SEM yaklaşımı için sıklıkla LISREL programından yararlanıldığı ifade edilebilir.

Bütün bu faydalardan ötürü çalışmamızda da Smart PLS programı kullanılmış olup analizler bu program vasıtasıyla anlamlandırılmıştır.

4.2. Ölçek Geliştirme

Araştırmamızda veri toplama metodu olarak anket tekniği kullanılmıştır. Anket formu toplam üç bölüm halinde tasarlanmış olup toplam kırk altı sorudan oluşmaktadır.

Anketin ilk bölümünde, mükelleflerin (Cinsiyet, Yaş, Medeni Hal, Eğitim Durumu, Aylık Gelir Düzeyi, İşletmenin Faaliyet Gösterdiği Sektör, İşletmenin Faaliyette Bulunduğu Süre, İşletmedeki Pozisyonunuz Gibi) demografik yönlerinin tespitine yönelik sorular yöneltilerek değerlendirilmiştir.

Anketin ikinci bölümünde, mükelleflerin satın aldıkları hizmette ortaya çıkan hizmet hatalarını belirlemeye yönelik on altı sorudan oluşmuştur. Bu ölçekler de 7'li likert kullanılarak değerlendirilmiştir. (1-Kesinlikle Katılmıyorum, 7-Kesinlikle Katılıyorum)

Anketin üçüncü bölümünde, literatürde çokça kullanılan ve hizmet kalitesini ölçen, Parasuraman vd., (1988) tarafından geliştirilen servqual (service quality) hizmet kalitesi ölçüm modelinden yararlanılmıştır. Bu bölüm, algılanan hizmet kalitesini belirlemeye yönelik yirmi iki ifadeden oluşturulmuştur. Bu ölçekler de 5'li likert kullanılarak değerlendirilmiştir. (1- Katılmıyorum, 5- Katılıyorum)

4.3. Verilerin Analizi ve Bulgular

Bu çalışmada Mali müşavirlik hizmeti alan kişiler üzerinde anket uygulanmıştır. 197 kişi üzerinde değerlendirme yapılmıştır. Verilerin analizinde, Smart PLS istatistik programı kullanılmıştır. Analizler sırasıyla anketi cevaplayanların demografik özellikleri, faktör analizleri, güvenilirlik ve geçerlilik testleri, değişkenler arasındaki ilişkileri test etmek amacıyla değişkenlerin ortalamaları ve standart sapmaları, korelasyon analizi, regresyon analizi ve modelin test edilmesi ile ilgili analizler şeklindedir.

4.3.1. Demografik Özellikler

Anket formunu dolduran kişilerin demografik özelliklerine ilişkin frekans dağılımları Tablo 4.3.1.1’de özet halinde sunulmuştur.

Tablo 4.3.1.1 Demografik Özelliklere Ait Frekans Dağılımları

Cinsiyet	Frekans	Yüzde %
Erkek	128	65,0
Kadın	69	35,0
Yaş	Frekans	Yüzde %
20-30 yaş arası	41	20,8
30-40 yaş arası	74	37,6
40-50 yaş arası	54	27,4
50-60 yaş arası	21	10,7
60 yaş ve üzeri	7	3,6
Medeni Durum	Frekans	Yüzde %
Evli	149	75,6
Bekar	48	24,4
Eğitim Seviyeleri	Frekans	Yüzde %
İlköğrenim	2	1,0
Ortaöğrenim	37	18,8
Lisans	110	55,8
Y.Lisans/ Doktora	48	24,4
Gelir Seviyesi	Frekans	Yüzde %
1000-5000 TL arası	73	37,1
5000-10000 TL arası	65	33,0
10000 TL ve üzeri	59	29,9
Katılımcıların Çalıştığı Sektör	Frekans	Yüzde %
Bilişim	7	3,6

Enerji	2	1,0
Gemi	2	1,0
Gıda	5	2,5
Hizmet	75	38,1
İlaç	2	1,0
İnşaat	12	6,1
Kozmetik	1	0,5
Otomotiv	5	2,5
Teknoloji	11	5,6
Tekstil	8	4,1
Turizm	1	0,5
Üretim	65	33,0
Finans	1	0,5
İşletmenin Faaliyette Bulunduğu Süre	Frekans	Yüzde %
5-10 Yıl arası	42	21,3
10-20 Yıl arası	71	36,0
20-40 Yıl arası	74	37,6
40 yıl ve yukarı	10	5,1
İşletmedeki Pozisyonları	Frekans	Yüzde %
Düşük Düzey	6	3,0
Orta Düzey	107	54,3
Üst Düzey	84	42,6

Araştırmaya katılan kişilerin cinsiyetleri için frekans durumlarına bakılmış ve aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir.. Buna göre katılımcıların %65 ini erkekler, %35'ini kadınlar oluşturmaktadır. Ankete katılımında erkeklerin kadınlara oranla daha fazla olduğu görülmektedir.

Yapılan araştırmada katılımcıların yaşları 23 ile 68 arasında değişmektedir. 20-30 yaş arası %20,8, 30-40 yaş arası %37,6, 40-50 yaş arası %27,4, 50-60 yaş arası %10,7 ve 60 yaş ve üstü %3,6 olmak üzere beş grup olarak sınıflandırılmıştır. Tablo ya bakıldığında 30- 40 yaş arası anketi cevaplayanların daha fazla olduğu, cevaplayanların da yarısından fazlasının ise 30 yaş üzerinde olduğu görülmektedir.

Araştırmaya katılanların medeni durumu evli ve bekâr olmak üzere iki gruba ayrılarak sorulmuştur. Buna göre katılımcıların 75,6'sı evli, 24,4'ü ise bekâr olarak analiz edilmiştir.

Araştırmaya katılanların eğitim seviyesi ilköğretim, ortaöğretim, lisans, yüksek lisans / doktora dereceleri arasında değişmektedir. Analiz sonucuna göre katılımcıların %1'i ilköğretim, %18,8'si ortaöğretim, %55,8'si lisans ve %24,8'i yüksek lisans/ doktora derecesine sahiptir. Oranlara bakıldığında katılımcılar büyük çoğunluğunun lisans mezunu olduğu görülmektedir.

Yapılan araştırmada katılımcıların gelir düzeyleri belli aralıklarda sınıflandırıldığında: 1000-5000 TL arası gelire sahip katılımcıların % 37,1, 5000-10000 TL arası % 33 ve 10000 ve üzeri ise %29,9 oranında olduğu görülmektedir.

Yapılan araştırmada katılımcıların çalıştıkları sektörler sınıflandırıldığında: %38,1'nin en fazla hizmet sektöründe olduğu ve onu sıra ile % 33 ile üretim sektörünün takip ettiği görülmektedir.

Yapılan araştırmada katılımcıların bağlı oldukları firmaların sektörde faaliyette bulunduğu süreler sınıflandırıldığında: %37,6 ile en fazla 20 ila 40 yıl arasında sektörde buldukları görülmektedir.

Yapılan araştırmada katılımcıların bağlı buldukları şirketteki pozisyonlar belli aralıklarda sınıflandırıldığında: düşük düzey katılımcıların % 3, orta düzey katılımcıların %54,3 ve üst düzey katılımcıların ise %42,6 oranında olduğu görülmektedir.

4.3.2. Modelin Güvenilirlik ve Geçerlilik Ölçümü

Çalışmada, araştırma modeli verisinin uyumluluğunu test etmek için doğrulayıcı faktör analizleri de yapılmıştır. Analiz sonuçları, bir araya getirilen tüm faktör yükleri, 0.5'ten daha büyük; ve bu faktör yüklerinin her bir p değeri 0.01'den daha küçük olduğunu göstermektedir. Bulunan bu sonuçlara göre, araştırma modelinin yakınsak geçerliliği kabul edilebilir (Hair vd., 2009). Fredriksson(2010) ve Jewell (2011) e göre, ayırt edici geçerlilikten bahsetmek için, her bir unsurun kendi gizli değişken yükü, onun diğer değişkenlerinin yükünden daha büyük olmalıdır. Çalışmada yer alan tüm yükler, kriterlerin ayırt edici geçerliliği

kanıtlamadaki kullanışlılığını kanıtlamaktadır. Tablo 4.3.2.1. de çapraz ve kombine yüklemeler gösterilmiştir.

Tablo 4.3.2.1. Çapraz ve Kombine Yüklemeler

	hatamaj	hatamin	Empati	güven	güvenilirlik	heveslilik	somut ö.	P value
ALGILANAN1	-0,403	-0,424	0,468	0,390	0,533	0,535	0,808	<0.01
ALGILANAN2	-0,320	-0,447	0,407	0,430	0,559	0,527	0,781	<0.01
ALGILANAN3	-0,496	-0,470	0,463	0,580	0,612	0,627	0,785	<0.01
ALGILANAN4	-0,246	-0,385	0,496	0,495	0,566	0,548	0,740	<0.01
ALGILANAN6	-0,509	-0,556	0,590	0,618	0,791	0,664	0,605	<0.01
ALGILANAN7	-0,445	-0,523	0,544	0,593	0,792	0,586	0,554	<0.01
ALGILANAN8	-0,517	-0,574	0,541	0,642	0,814	0,656	0,597	<0.01
ALGILANAN9	-0,421	-0,486	0,518	0,595	0,722	0,511	0,517	<0.01
ALGILANAN10	-0,547	-0,572	0,645	0,555	0,629	0,790	0,524	<0.01
ALGILANAN11	-0,514	-0,633	0,577	0,613	0,659	0,802	0,588	<0.01
ALGILANAN12	-0,550	-0,605	0,539	0,564	0,624	0,790	0,603	<0.01
ALGILANAN13	-0,534	-0,553	0,549	0,480	0,534	0,764	0,554	<0.01
ALGILANAN15	-0,438	-0,483	0,522	0,798	0,670	0,533	0,531	<0.01
ALGILANAN16	-0,515	-0,573	0,535	0,863	0,654	0,616	0,466	<0.01
ALGILANAN17	-0,518	-0,544	0,604	0,854	0,656	0,617	0,548	<0.01
ALGILANAN18	-0,520	-0,528	0,801	0,566	0,607	0,603	0,450	<0.01
ALGILANAN19	-0,556	-0,535	0,798	0,583	0,596	0,606	0,504	<0.01
ALGILANAN20	-0,390	-0,402	0,731	0,488	0,555	0,524	0,493	<0.01
ALGILANAN21	-0,499	-0,476	0,839	0,533	0,517	0,577	0,481	<0.01
ALGILANAN22	-0,457	-0,487	0,781	0,426	0,500	0,586	0,393	<0.01
MAJÖR HATA 2	0,832	0,685	-0,494	-0,492	-0,536	-0,587	-0,403	<0.01
MİNÖR HATA 3	0,609	0,747	-0,450	-0,516	-0,534	-0,564	-0,451	<0.01
MİNÖR HATA 5	0,630	0,761	-0,476	-0,557	-0,522	-0,556	-0,366	<0.01
MİNÖR HATA 7	0,590	0,735	-0,540	-0,400	-0,471	-0,601	-0,466	<0.01
MAJÖR HATA 8	0,804	0,620	-0,527	-0,443	-0,462	-0,531	-0,369	<0.01
MİNÖR HATA 9	0,584	0,793	-0,437	-0,413	-0,507	-0,528	-0,385	<0.01
MİNÖR HATA 11	0,642	0,794	-0,449	-0,515	-0,557	-0,576	-0,421	<0.01
MAJÖR HATA 12	0,793	0,628	-0,483	-0,489	-0,477	-0,537	-0,409	<0.01
MİNÖR HATA 13	0,659	0,839	-0,516	-0,544	-0,609	-0,661	-0,489	<0.01
MİNÖR HATA 15	0,629	0,788	-0,504	-0,525	-0,539	-0,605	-0,457	<0.01

Faktör analizi sonucunda hizmet hatası sorularından altı, algılanan hizmet kalitesi sorulardan ise iki adet soru analiz dışı bırakılmıştır.

İlk olarak geçerlilik analizi, ölçek maddelerinin benzer davranışlara sahip katılımcılar tarafından anlaşılıp anlaşılmadığını (Kock, 2012) ve buna benzer

gösterilmeyen değişken ölçeklerinin, aralarındaki korelasyonun yeterli olup olmadığını test etmek için yapılmıştır (Resenthal ve Rasnow, 1991)

Ölçeğin güvenilirliğini ölçmek için, Composite Reliability (CR) katsayısı ve Cronbach Alpha katsayısı hesaplanır (Bagozzi ve Yi, 1988). Bagozzi ve Yi (1988) CR katsayısının 0.6 dan büyük olması gerektiğini belirtmiş ve buna ilaveten Nunally (1978) CR katsayısı için limiti 0.7'ye çıkarmış ve yapılacak çalışmalarda değerin 0.7 den büyük olması gerekliliğini önermiştir. İkinci güvenilirlik göstergesi olarak da Cronbach Alpha katsayısı hesaplanmaktadır. Anderson(1988) ise sonuçlara göre Cronbach Alpha katsayısının 0.6 dan daha büyük olması gerektiğini önermiştir.

Tablo 4.3.2.2. Bileşik Güvenilirlik, Cronbach Alpha ve AVE

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
hatamaj	0,738	0,851	0,656
hatamin	0,892	0,916	0,609
empati	0,850	0,893	0,626
güven	0,790	0,877	0,704
güvenilirlik	0,840	0,887	0,611
heveslilik	0,795	0,866	0,619
somut	0,786	0,860	0,606

Yakınsak ve ayırt edici geçerliliği ölçmek için, her bir gizli değişken için, Average Variances Extracted (AVE) hesaplanır (Kock, 2012). Fornell ve Larcker (1981) AVE değerinin 0.5'ten daha büyük olması gerektiğini önermişlerdir. Bu çalışmadaki tüm AVE değerleri 0.5'ten büyüktür. Başka bir ifadeyle ölçekler yakınsak geçerliliğe sahiptir.

Tablodaki koyu renklerle çaprazlama gösterilen gizli değişken korelasyonları, Average Variances Extracted (AVE) değerleriyle birlikte dikkate alınır. Gösterilen bu korelasyonların aynı satır ve sütundaki diğer değerlerden daha büyük olması gerektiği, ancak bu durumda anlamlı bir sonuç elde edildiği kabul edilmektedir. Bu değerler biçimlendirici gizli değişkenler için yumuşak bir etkiyi temsil eder (Fornell ve Larcker, 1981; Kock, 2012). Elde edilen sonuçlar istenen kriterleri karşılamış ve anlamlı sonuçlar elde edilmiştir.

Tablo 4.3.2.3. Gizli Değişken Korelasyonları

	hatamaj	hatamin	empati	güven	güvenilirlik	heveslilik	Somut ö.
hatamaj	1						
hatamin	0,796	1					
empati	-0,618	-0,619	1				
güven	-0,586	-0,638	0,66	1			
güvenilirlik	-0,609	-0,687	0,703	0,784	1		
heveslilik	-0,682	-0,752	0,734	0,704	0,778	1	
Somut ö.	-0,486	-0,558	0,586	0,612	0,73	0,722	1

Buradan hareketle, Tablo 4.3.2.3. de yer alan değişkenlerin arasında $P < 0,01$ ve $P < 0,05$ seviyesinde anlamlı olduğu görülen pozitif veya negatif yönde ilişkiler olduğu söylenebilir. Değişkenler arasındaki korelasyonlara ait analiz sonuçları özetlenmiştir. Yapılan korelasyon analizinin sonuçlarına göre değişkenler arasında istatistiksel değerlerin anlamlılığı ve ilişkileri ortaya konmuştur.

Görüldüğü gibi;

Majör hata ile algılanan hizmet kalitesi boyutlarından empati arasındaki ($r = -0.618$, $p < 0,01$) negatif yönlü anlamlı korelasyon, majör hata ile algılanan hizmet kalitesi boyutlarından güven arasındaki ($r = -0,586$, $p < 0,01$) negatif yönlü anlamlı korelasyon, majör hata ile algılanan hizmet kalitesi boyutlarından güvenilirlik arasındaki ($r = -0,609$, $p < 0,01$) negatif yönlü anlamlı korelasyon, majör hata ile algılanan hizmet kalitesi boyutlarından heveslilik arasındaki ($r = -0,682$, $p < 0,01$) negatif yönlü anlamlı korelasyon, majör hata ile algılanan hizmet kalitesi boyutlarından Somut (fiziksel Özellikler) arasındaki ($r = -0,486$, $p < 0,01$) negatif yönlü anlamlı korelasyon, minör hata ile algılanan hizmet kalitesi boyutlarından empati arasındaki ($r = -0,619$, $p < 0,01$) negatif yönlü anlamlı korelasyon, minör hata ile algılanan hizmet kalitesi boyutlarından güven arasındaki ($r = -0,638$, $p < 0,01$) negatif yönlü anlamlı korelasyon, minör hata ile algılanan hizmet kalitesi boyutlarından güvenilirlik arasındaki ($r = -0,687$, $p < 0,01$) negatif yönlü anlamlı korelasyon, minör hata ile algılanan hizmet kalitesi boyutlarından heveslilik arasındaki ($r = -0,752$, $p < 0,01$) negatif yönlü anlamlı korelasyon, minör hata ile algılanan hizmet kalitesi boyutlarından Somut (fiziksel Özellikler) arasındaki ($r = -0,558$, $p < 0,01$) negatif yönlü anlamlı korelasyon, dikkat çekmektedir.

Tabloda da görüldüğü gibi değişkenlerin arasında istatistiksel olarak anlamlı ve beklenen işareti taşıyan korelasyon değerleri tespit edilmiştir.

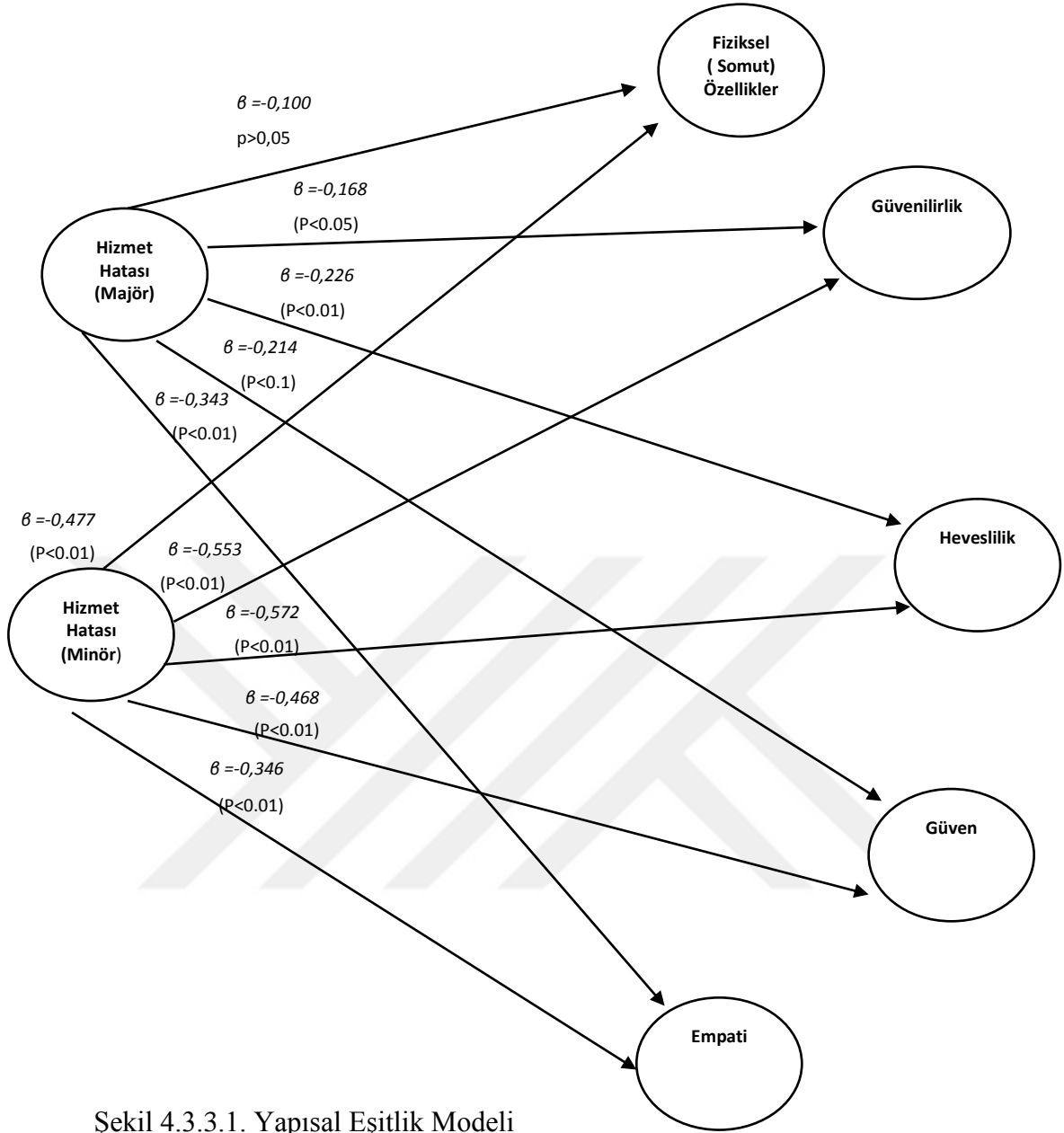
Tablo 4.3.2.4. Ayrıştırıcı Geçerlilik Tablosu

	empati	güven	güvenilirlik	hatamaj	hatamin	heveslilik	somut ö.
Empati	0,791						
Güven	0,66	0,839					
Güvenilirlik	0,702	0,797	0,782				
Hatamaj	-0,618	-0,586	-0,628	0,81			
Hatamin	-0,619	-0,638	-0,712	0,796	0,78		
Heveslilik	0,734	0,704	0,81	-0,682	-0,751	0,787	
Somut ö.	0,586	0,612	0,721	-0,486	-0,558	0,722	0,779

Yakınsak geçerliliğin geleneksel metodolojik tamamlayıcısı olan ayrıştırıcı geçerlilik; belirli bir yapının ölçeğinin, aynı modeldeki diğer yapıların ölçeklerinden ne kadar farklı olduğunu gösterir. PLS programında , yeterli ayrıştırıcı geçerlilik için gerekli olan kriter, bir yapının, belirli bir modeldeki diğer yapılarla paylaştığından daha fazla farkı paylaşmasıdır. Modeldeki ayrıştırıcı geçerliliği değerlendirilebilmesi için, ortalama topluluk ölçeği; yapı ile modeldeki diğer yapılar arasındaki varyanstan daha büyük olmalıdır (Hulland, 1999). Tablo 4.3.2.4.'de görülen köşegen unsurlar; yapılar ile ölçütleri arasında paylaşılan varyansın karekökü (ortalama topluluk) iken, köşegen dışı elemanlar ise yapılar arasındaki korelasyonlardır. Blokların ortalama topluluk ölçüleri, diğer bloklarla paylaşılan varyanstan daha büyüktür. Sonuç olarak tablodaki yedi yansıtıcı yapının tümü hem kavramsal hem de ampirik olarak birbirinden farklıdır.

4.3.3. Yapısal Eşitlik Analiz Sonuçları

Yapısal eşitlik (SEM) analizi, çalışmamızda yer alan unsurların: Majör ve Minör hizmet hatalarının, algılanan hizmet kalitesi boyutlarından somut (fiziksel) özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güven, ve empati arasındaki ilişkileri araştırmaktadır. SEM analizi sonuçlarına göre etkenler arasındaki ilişkinin değerlendirmesi Şekil 4.3.3.1 de gösterilmiştir.



Şekil 4.3.3.1. Yapısal Eşitlik Modeli

Şekil 4.3.3.1’den hareketle analiz sonuçlarına göre; majör hizmet hatası ile algılanan hizmet kalitesi boyutlarından sırasıyla fiziksel (somut) özellikler arasında ($\beta = -0,100$ $p > 0,05$), güvenilirlik arasında ($\beta = -0,168$ $p < 0,05$), heveslilik arasında ($\beta = -0,226$ $p < 0,01$), güven arasında ($\beta = -0,214$ $p < 0,1$), empati arasında ($\beta = -0,343$ $p < 0,01$) negatif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

Minör hizmet hatası ile algılanan hizmet kalitesi boyutlarından sırasıyla fiziksel (somut) özellikler arasında ($\beta = -0,447$ $p < 0,01$), güvenilirlik arasında ($\beta = -0,553$ $p < 0,01$), heveslilik arasında ($\beta = -0,572$ $p < 0,01$), güven arasında ($\beta = -0,468$

($p < 0.01$), empati arasında ($\beta = -0,346$ ($p < 0.01$)) ise negatif yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

Buna göre meslek Mensuplarının hizmeti sunarken yaptıkları hizmet hataları arttıkça mükellefler tarafından algılanan hizmet kalitesi azalmaktadır. Görüldüğü gibi değişkenlerin tümü arasında istatistiksel olarak anlamlı ve beklenen durumu gösteren sonuçlar tespit edilmiştir.

Tablo 4.3.3.1 Yol Katsayıları ve P Değerleri

	Yol	Yol Katsayısı	P değeri	Q ² (=1-SSE/SSO)	Geçerlilik
Hipotez 1	hatamin>>>fiziksel ö.	$\beta = -0,477$	0,000	0,171	Desteklenmiştir
Hipotez 2	hatamin>>>güvenilirlik	$\beta = -0,553$	0,000	0,293	Desteklenmiştir
Hipotez 3	hatamin>>>heveslilik	$\beta = -0,572$	0,000	0,341	Desteklenmiştir
Hipotez 4	hatamin>>>güven	$\beta = -0,468$	0,000	0,278	Desteklenmiştir
Hipotez 5	hatamin>>>empati	$\beta = -0,346$	0,000	0,241	Desteklenmiştir
Hipotez 6	hatamaj>>>fiziksel ö.	$\beta = -0,100$	0,323	0,171	Desteklenmemiştir
Hipotez 7	hatamaj>>>güvenilirlik	$\beta = -0,168$	0,043	0,293	Desteklenmiştir
Hipotez 8	hatamaj>>>heveslilik	$\beta = -0,226$	0,001	0,341	Desteklenmiştir
Hipotez 9	hatamaj>>>güven	$\beta = -0,214$	0,083	0,278	Desteklenmemiştir
Hipotez 10	hatamaj>>>empati	$\beta = -0,343$	0,000	0,241	Desteklenmiştir

Yapısal modelin uygunluğu kapsamında Q² kriteri modelin tahmin etme gücünü gösterir. Yapısal uygunluğu kabul edilebilir modeller, modelin endojen yapıları ile ilgili endeksleri tahmin etme kabiliyetine sahip olmaları gerekmektedir. Q² değeri, modelin bütün endojen yapıları için hesaplanmalıdır. Modelin tüm endojen değişkenleri için Q² değerleri Tablo 4.3.3.1. 'de gösterilmektedir. tahmin etme gücünü belirten Q² için 0.02, 0.15 ve 0.30 değerleri sırayla zayıf, orta ve güçlü değerler olarak tanımlanmıştır. Q² için elde edilmiş değerlere göre, modelin endojen değişkenleri için tahmin etme gücü kabul edilebilir ve yapısal modelin iyi uygunluğu onaylanabilir.

Tabloyu incelediğimizde, mali müşavirlerin hizmeti sunarken yapmış oldukları hizmet hataları, mükelleflerin algıladığı hizmet kalitesini negatif yönde anlamlı yönde etkilenmektedir. Bu sonuçlar, H1, H2, H3, H4, H5, H7, H8 ve H10 hipotezlerinin desteklendiğini göstermektedir.

5. ANALİZİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Çalışmanın bu bölümünde, yapılan analizler sonucunda ortaya çıkan hipotez sonuçları değerlendirilecektir. Daha sonra çıkan sonuçlar ele alınarak ileride yapılacak buna benzer çalışmalar kapsamında araştırmacılara öneriler sunulacaktır.

Bu tezde, mali müşavirlik hizmetinden yararlanan kişilerin, aldıkları hizmete ilişkin tespitlerde bulunularak, bu hizmetten beklentilerinin ne olduğu ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Tezde yer alan mükellef memnuniyetinin ölçümlemesi, literatürdeki memnuniyet ölçümleme tanım ve yöntemlerinden yararlanılarak incelenmiştir. Çalışmada, mali müşavirlik hizmeti sunulurken yapılan hataların mükelleflerin hizmet kalitesi algısına etkisini belirlemek amaçlanmıştır.

Araştırmada, mali müşavirlerin, hizmeti sunarken ortaya çıkabilecek hatalarının mükellefin memnuniyetini etkileyeceğinin ve bu kavramlar arasında ilişki olduğuna yönelik hipotezler araştırılmıştır. Hipotezlerin araştırılması kapsamında oluşturulan anketin uygulanması sonucunda 197 mali müşavirlik hizmeti alan kişiden veri toplanmış, analizler bu veriler ile gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulguların, öne sürülen hipotezlerin ikisi haricinde tümünü doğrulamıştır. Bu kapsamda araştırma sonuçlarına uyumlu bulgular ortaya konularak mali müşavirler için önemli bilgilere ulaşılmıştır.

Yapılan araştırma kapsamında mali müşavirlerin, hizmeti sunarken ortaya çıkabilecek hatalarının mükellefin memnuniyetini etkileyeceğine yönelik hipotezler geliştirilmiş ve sonuçlar üzerinde yapılan analizler neticesinde faktörlere ait güvenilirlik katsayılarının kritik değer olan 0,70'in üzerinde olduğu, korelasyon analizi sonucunda değişkenler arasında istatistiksel olarak 0,01 düzeyinde anlamlı ilişkilerin bulunduğu ortaya konmuştur.

5.1. Mali Müşavirlerin Hizmeti Sunarken Gerçekleştirdiği Majör Nitelikli Hatalar İle Mükelleflerin Algıladığı Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişkiler

Hizmet sektörünün içerisinde yer alan Mali müşavirlik hizmeti sunulurken, hizmetin özelliği gereği işin merkezinde yine insan faktörü yer almaktadır. Bu kapsamda mali müşavirler her ne kadar hatasız ve başarılı hizmet sunmayı amaç edinse de hataların yaşanması olasılık dahilindedir. Bu sebeple hizmet hatası olasılığını minimuma indirmek, hizmet kalitesini artırılabilir. Hizmet hatası sebebiyle meydana gelen şikayetlere önem verilip başarılı bir şikayet yönetimi gerçekleştirilebilir. Böylelikle bu durum pozitif mükellef memnuniyeti sağlayabilecektir. Çalışmamızda mali müşavirlerin hizmeti sunarken yapabilecekleri hataların, mükellefin kalite algısında nasıl bir etkiye sahip olduğu araştırılmıştır.

Ortaya konulan araştırma sonucunda, mali müşavirlerin hizmeti sunarken gerçekleştirdiği majör nitelikli hizmet hataları ile mükellefin algıladığı hizmet kalitesi arasında olumsuz bir ilişki olduğu görülmektedir. Bir başka ifadeyle mükellefler, hizmeti alırken mali müşavirleri nezdinde şahit olduğu etkisi büyük denebilecek yapıdaki hataları olumsuz şekilde algılamaktadırlar.

Yaptığımız analiz sonucunda majör hizmet hatası ile algılanan hizmet kalitesi boyutlarından sırasıyla fiziksel (somut) özellikler arasında ($\beta=-0,100$ $p>0,01$), güvenilirlik arasında ($\beta=-0,168$ $p<0,05$), heveslilik arasında ($\beta=-0,226$ $p<0,01$), güven arasında ($\beta=-0,214$ $p<0,1$), empati arasında ($\beta=-0,343$ $p<0,01$) negatif yönlü anlamlı bir ilişkinin olduğu, majör hizmet hatalarının algılanan hizmet kalitesini negatif yönde etkilediği sonucuna varılmıştır. Başka bir ifade ile mali müşavirlerin hizmeti sunarken yapmış oldukları majör hatalar, mükellefin algılamış olduğu hizmet kalitesinin azalması manasına gelmektedir. Sonuç olarak, ortaya koyduğumuz hipotezler, algılanan hizmet kalite boyutlarından fiziksel özellikler ve güven boyutu haricinde (H6, H9) desteklemektedir.

5.2. Mali Müşavirlerin Hizmeti Sunarken Gerçekleştirdiği Minör Nitelikli Hatalar İle Mükelleflerin Algıladığı Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişkiler

Gerçekleştirilen araştırma sonucunda, mali müşavirlerin hizmeti sunarken gerçekleştirdiği minör nitelikli hizmet hataları ile mükellefin algıladığı hizmet kalitesi arasında da olumsuz bir ilişki olduğu görülmektedir. Bir başka ifadeyle mükellefler, hizmeti alırlarken mali müşavirleri nezdinde şahit olduğu etkisi küçük denebilecek yapıdaki hataları da olumsuz şekilde algılamaktadırlar.

Yapmış olduğumuz analiz sonucunda minör hizmet hatası ile algılanan hizmet kalitesi boyutlarından sırasıyla fiziksel (somut) özellikler arasında ($\beta = -0,477$ ($p < 0,01$), güvenilirlik arasında ($\beta = -0,553$ ($p < 0,01$), heveslilik arasında ($\beta = -0,572$ ($p < 0,01$), güven arasında ($\beta = -0,468$ ($p < 0,01$), empati arasında ($\beta = -0,346$ ($p < 0,01$) negatif yönlü anlamlı bir ilişkinin olduğu, minör hizmet hatalarının algılanan hizmet kalitesini negatif yönde etkilediği sonucuna varılmıştır. Başka bir ifade ile mali müşavirlerin hizmeti sunarken yapmış oldukları aynı majör hatalar gibi minör hatalar da mükellefin algılamış olduğu hizmet kalitesinin azalması manasına gelmektedir. Buradan ulaştığımız sonuç, ortaya koyduğumuz hipotezlerin tümünü desteklemektedir.

5.3. Araştırmaya İlişkin Sınırlamalar

Yapılan tüm alan araştırmalarında olduğu gibi bu araştırmada da birtakım sınırlamalar mevcuttur. Öncelikle araştırmamız, Türkiye'deki mali müşavirlik hizmeti alan işyeri sahibi ya da herhangi bir kurumda çalışan 197 kişi üzerinde yapılmış ve çalışmanın tasarımı, yapılan analizler, elde edilen sonuçlar ve sonuçların yorumlanması, analizleri bu 197 hizmet alan taraf dikkate alınarak yapılmıştır. Araştırma sonucunda ulaşılan bulgular muhasebe meslek mensupları üzerinde yapılacak olan çalışmalar için yol gösterici olabilir. Elde edilen bulguların diğer çalışmalarda da geçerli olup olmadığı, söz konusu çalışmalarda yapılacak olan araştırmalar sonucu elde edilebilir.

Araştırmamızın analiz kısmında kullanılan veriler Türkiye’de mali müşavirlik hizmeti alan kişilerden anket yolu ile toplanmıştır. Analize giren (197 adet) veri sayısı ile ulaşılan sonuçları tüm mükellefleri kapsayacak şekilde genellemek mümkün değildir. Çalışma sonuçlarını Türkiye için genellemek mümkün olmadığı gibi birçok açıdan var olan farklılıklardan dolayı farklı ülkelerdeki mali müşavirler ve muhasebe hizmeti alan kişiler için de genellenemez. Ayrıca çalışmada kullanılan veriler belli bir zaman aralığında toplanmıştır; zaman içinde meydana gelmiş olan sosyal, ekonomik ve kültürel değişimler çalışmanın sonuçlarında değişikliğe sebep olabilir.

Araştırmanın analiz kısmı için toplanan verilerin internet ortamında yapılan anket ile elde edilmesi de çalışmanın kısıtlarındandır. Her ne kadar internet kullanımının yaygınlaşması ile ortaya çıkan, daha hızlı ve daha fazla katılımlı olabilen sonuçlara ulaşılabilir gibi görünse de, zihin olarak okumayı zor ve üşenilesi bir iş olarak gören anlayışlar ile anket çalışması yapmak oldukça zor gerçekleşmektedir. Ayrıca anket dolduran kişilerin, araştırma hassasiyetini kavrayamayışı ve ankete erişim problemleri (ankete ulaşamama, online anket mailinin spam kutusuna düşmesi vb.) de araştırmanın kısıtları arasında yer almaktadır.

6. ARAŞTIRMANIN SONUÇLARI

Muhasebe meslek mensuplarının (mali müşavirlerin) kendi kurumlarında ve iş yerlerinde sunmuş oldukları hizmete ilişkin majör veya minör nitelikli hizmet hatalarını azaltacak bazı çalışma ve faaliyetlerin yürütülmesi, mükellef memnuniyetinin artırılması için büyük öneme sahiptir.

Çalışmamızda da bu temelden hareketle, -araştırmada majör ve minör olarak ayrılan- hizmet hatalarının, mükellefin algıladığı hizmet kalitesini (memnuniyetini) ne şekilde etkilediği araştırılmıştır. Bu amaçla Türkiye genelinde 197 mali müşavirlik hizmeti alan kişiye uygulanan anket ile elde edilen veriye, uygulanan analizler sonucunda ulaşılan bulgularla; Mali müşavirlik hizmeti verilmesi esnasında yapılan hizmet hatalarının, mükellefin algılanan hizmet kalitesini düşürerek memnuniyetini negatif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Mali müşavirlerin en fazla arzu ettiği, mükellef ile sürdürülebilir bir ilişki halinde bulunma isteği, hizmette ortaya çıkabilecek bu tür hatalar nedeniyle sekteye uğrayabilmektedir. Hizmet sunulurken gerçekleşen hatalar her ne kadar az olsa bile artarak devam etmesi, meslek mensupları ile mükellef arasındaki ilişkilerinin git gide zedelenmesine ve kopma noktasına gelmesine sebebiyet verebilmektedir.

Mali müşavirler, ülke şartlarında özellikle başta emeğinin karşılığı olan tahsilat olmak üzere, mükellef ile yaşadığı, bilgi eksikliği veya iyi niyetli olmayan zorlamalar, her daim yaşadığı bürokratik sıkıntılar ve gün geçtikçe artan iş yükü gibi problemler ile piyasada var olmaya çalışırken, bir de çalışmamızın da konusunu oluşturan kendisi veya çalışanın hizmeti sunarken yaptığı hataların -eğer ki önlemini alamazsa – mükellefte oluşturduğu kalitesizlik algısı ile de baş etmek zorunda kalabilecektir.

Mali müşavirlerin hem kendi hem de çalışanlarına ilişkin hatalarının azaltılmasında ve bunun mükellef memnuniyetine etkisinin içselleştirilmesi yönünde eğitimlerin çok ciddi bir etkisi bulunmaktadır. Eğitimle birlikte bu hassasiyeti sağlayacak kurum içi düzenlemeler, iş yükünün programlanması, motive edici çalışmalarda bulunulması vb. çalışmalar, hizmeti sunarken doğabilecek insani hataların da azaltılmasında yardımcı olacaktır.

Bu hususta özellikle TÜRMÖB'a da, meslek mensuplarının adaylık süreci başta olmak üzere, meslek mensuplarına meslek yaşamları boyunca vereceği eğitimlerle büyük görevler düşmektedir. Verilecek eğitimlerin zorunlu olması ve süreklilik arz etmesi de gerekli bir durumdur. Meslek mensuplarına yönelik gerçekleştirilecek eğitimlerde, öncelikle hizmet sektöründeki müşteri / mükellef memnuniyet esasları nasıl olmalı sorularına vurgular yapılmalı, hataları en aza indirmenin başlıca esaslarının hem mevzuatsal hem psikolojik hem de sosyal temelli olması dolayısıyla eğitimlerin bu konularda gerçekleşmesi ve belki de ilgili meslek odaları vasıtasıyla mali müşavirlerin çeşitli periyodlar dahilinde değerlendirmelere tabi tutularak mükellefler nezdinde her daim dikkat ve özenin canlı kalması sağlanması amaçlanmalıdır.

Son olarak belirtmelidir ki; tezin konusu olan ilgili araştırma, ülke sınırları dahilinde daha önce yapılan hiçbir çalışmada yer verilmeyen şekilde, hizmet hataları ile mükellef memnuniyetinin ilişkisini incelemiştir. Özellikle çalışmada hataların majör ve minör olarak ayrıştırılarak analiz yöntemine gidilmesi, araştırmayı özgün bir hale getirerek literatüre önemli bir katkı sağlamıştır.



KAYNAKLAR

Abdi, H. (2003). Partial Least Squares (PLS) regression Lewis-Beck M., Bryman, A., Futing T. (Eds.) Encyclopedia of social sciences research methods. Thousand Oaks (CA): Sage.

Adil M., Dr. Ghaswyneh Odai Falah Mohammad Al, Albkour, Alaa Musallam; (2013), "SERVQUAL and SERVPERF: A Review of Measures in Services Marketing Research", Global Journal of Management and Business Research Marketing, 13;6.

Akdu Uğur; (2014), Medikal Turizmde Hizmet Kalitesi, Müşteri Memnuniyeti ve Müşteri Sadakatının Değerlendirilmesi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Antalya.

Alkış, N. (2016). Bayes yapısal eşitlik modellemesi: Kavramlar ve genel bakış. Gazi İktisat ve İşletme Dergisi, 2(3), 105-116.

Altan, Mikail (2004), "Muhasebecilik Mesleğinin Toplumda Algılanma Biçimi Üzerine Bir Araştırma", Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı: 11, s.29-54.

Anderson R., Tatham R., Hair J., Babin B., Black B., (1998), Multivariate data analysis London, Prentice Hall.

Arıkan Y., (2000), "Gelin Haksız Rekabete Dur Diyelim", Mali Çözüm, Sayı 50, Ocak-Şubat-Mart.)

Arıkan Y., (2000), "Haksız Rekabet Meslek Yaşantımızın Birinci ve Çözümlemesi Gereken En Temel Sorunumuzdur" Mali Çözüm, sayı 52.

Arıkan Y., (2000), "Kamuoyunda Mesleki İtibarımızı Yok Eden Haksız Rekabete Gelin Birlikte Son Verelim", Mali Çözüm, Sayı 52, Temmuz-Ağustos-Eylül.

Avcı U. ve Sayılır A. (2006), “Hizmet Kalitesi Çerçevesinde Çalışanların Rolüne İlişkin Karşılaştırmalı Bir İnceleme”, Journal of Commerce And Tourism Education Faculty, S.1, ss. 121-136.

Ayboğa, Hanifi (2003), “Globalleşme Sürecinde Ülkemizde Muhasebe Mesleği ve Meslek Mensuplarının Eğitimi”, T.C. Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi, Cilt 18, Sayı: 1, s.327-359.

Bagozzi R.P., Yi Y., (1988), On the evaluation of structural equation models, Journal of the Academy of Marketing Science, 16(1), 74-79.

BaL, C. G., Ada, S. ve Çelik, A. (2012). Bilişim sistemleri başarı modeli ve aile hekimliği bilişim sistemleri. Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 9(1), 35-46.

Barlow, Janelle ve Moller Claus; (1998), Her Şikayet Bir Armağandır, Çev: Günhan Günay, Rota Yayınları, İstanbul.

Barutçugil, İ.; (1989), Turizm İşletmeciliği, İstanbul Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yayınları, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.

Banar Kerim ,Ekergil Vedat, Muhasebe Meslek Mensuplarının Hizmet Kalitesi: Sunulan Hizmetlerin Kalitesi İle Müşteri Memnuniyeti İlişkisi Eskişehir Uygulaması, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Cilt/Vol.:10-Sayı/No:1:39–60(2010), s.40

Bitner, Mary. Jo., Booms, Bernard. H., Tetreault, Mary Standfield (1990), “The Service Encounter: Diagnosing Favorable and Unfavorable Incidents”, Journal of Marketing, 54(1), 71-84.

Bell C. R., and Zemke R. E.; (1987), “Service Breakdown: The Road To Recovery”, Management Review, vol. 10, pp. 32-C5.

Berry L.L., Parasuraman A.; (1991), Marketing Services, The Free Press, New York.

Bolkan San Steven; (2007), *Organizational Responses to Consumer Complaints: An Approach to Understanding the Effectiveness of Remedial Accounts*, The Faculty of the Graduate School of The University of Texas at Austin, Dissertation of Doctor of Philosophy.

Bozkaya Tuğça Akgöz; (2012), *Bankacılık Sektöründe Hizmet Hatası Ve Hizmet Telafisi*, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir.

Canoğlu Meltem; (2008), *Otel Müşterilerinin İmaj Ve Hizmet Kalitesi Algıları İle Tekrar Satın Alma Davranışları Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi*, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Adana.

Civelek, Mehmet A.; Durukan, M. Banu (1997), “Günümüz Koşullarında Muhasebe Mesleği ve Meslek Ahlakı”, III. Türkiye Muhasebe Denetim Sempozyumu Bildiri Kitabı (30 Nisan-4 Mayıs, Alanya), İSMMMO Yayınları, No: 20, s.133-142.

Cronin J. J., and Taylor S.A.; (1992), “Measuring Service Quality: A Reexamination And Extension”, *Journal of Marketing*, 56(7), pp. 55-68.

Çiftçi, Yavuz; Çiftçi, Birgül (2003), “Muhasebe Mesleğinde Meslek Etiği: Türkiye’deki Düzenlemeler ve Uluslararası Düzenlemelerle Karşılaştırılması”, *Muhasebe ve Denetime Bakış Dergisi*, Sayı: 10, Eylül 2003, s.79-95.

Çukacı, Yusuf C., (2006), “Kamuyu Aydınlatmada Muhasebe Meslek Elemanının Etik Anlayışı ve izmir ilinde Bir Uygulama”, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 8, Sayı: 1, s.89-111.

Daştan, Abdulkerim (2011), “Muhasebe Meslek Mensuplarının Vergi Kayıp ve Kaçaklarının Önlenmesindeki Rolü: Doğu Karadeniz Bölgesine Yönelik Bir Araştırma”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt: 25, Sayı: 2, s.181-206.

Dotchin John A. and Oakland John S.; (1994), “Total Quality Management in Services, Part 2: Service Quality”, *International Journal of Quality & Reliability Management*, 11:3, pp. 27-42.

Ekiz Erdoğan Haktan, Araslı Hüseyin, Farivarsadri Guita, Bavik Ali; (2008), “Algılanan Adalet Kavramı Perspektifinde Etkin Şikayet Yönetimi: Kktc Üniversiteleri Üzerine Bir Araştırma”, *Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı 19, ss. 43-57.

Eroğluer Kemal; (2013), “Hizmet Kalitesi Algısının Kurumsal İmaja Etkisi Üzerine Hizmet Sektöründe Bir Araştırma”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 13, Sayı 4, ss. 29-46.

Fredriksson A., (2010) Soft and Hard Information in Bank-firm Relationships, The Effects of Relationship Intensity and Reporting Conservatism on Loan Pricing and Relationship Value, *Turku School of Economics*.

Fornell C., AND Lorcker D., (1981) Evaluation Structural Equation Models With unobservable variables and measurement error, *Academy of Management Journal*, 28(1) SS. 50-56.

Gronroos C.; (1984), “A Service Quality Model And Its Marketing Implications”, *European Journal of Marketing*, 18(4), pp. 36-44.

Güçlü, Adnan Dede (2007), “Türkiye’de Muhasebe Mesleğinin Sorunları ve Çözüm Yolları”, Yüksek Lisans Projesi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Kahramanmaraş.

Gürsoy Ayşe; (2013), “Sağlık Sektöründe Hizmet Kalitesinin Servqual Ölçeği İle Değerlendirilmesi: Bir Kamu Hastanesi Uygulaması”, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Güzel F. Özlem; (2014),”Marka İtibarını Korumada Şikâyet Takibi: Çevrimiçi Seyahat 2.0 Bilgi Kanallarında Bir Uygulama”, *İnternet Uygulamaları Ve İnternet Dergisi*, 5(1), ss.5-19.

Hair J., Black W.C., Babin B.J., Anderson R.E.,(2009) *Multivariate Data Analysis*

Harput, S. (2014), “Yeditepe Üniversitesi Hastanesinde Yatan Hastalarda Beklenen ve Algılanan Hizmet Kalitesinin Servqual Ölçeği İle Değerlendirilmesi”, Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Hess R. L., Ganesan S. and Klein N. M.; (2007), “Interactional Service Failures In A Pseudorelationship: The Role of Organizational Attributions”, *Journal of Retailing*, Volume 83, Issue 1, pp. 79-95.

Hulland, J. (1999). Use of partial least squares (PLS) in strategic management research: A review of four recent studies. *Strategic Management Journal*, 20, 195-204.

Jewell D. V., (2011), *Guide to Evidenced-Based Physical Therapist Practice*(2. Edition), Jones and Bartlett Publishers, Ontario, 721.

Karasioğlu, Fehmi; Altan, Mikail (2004), “Ülkemiz Muhasebe Meslek Mensuplarının Toplumun Çeşitli Katmanları Tarafından Algılanma Biçimi Üzerine Bir Araştırma”, 6. Türkiye Muhasebe Denetimi Sempozyumu, Belek/Antalya, 16-20 Nisan 2003, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, Sayı: 21, s.53-64.

Kaya, Nurullah; Yanık, Ramazan (2011), “ Muhasebe Meslek Ahlâkı, Etik ve Müşteri Tatmini ilişkisi”, *Ekev Akademi Dergisi*, Yıl: 15, Sayı: 49, s.293- 306.

Kılıç Burhan ve Eleren Ali; (2010), “Termal Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi”, *Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C.15, S.3, ss.119-142.

Kılıç Burhan, OK Serap, SOP Serhat Adem; (2013), “Otel İşletmelerinde Müşteri Şikayetlerinin Değerlendirilmesi ve Hizmet Kalitesi Algısının Müşteri Sadakati Üzerine Etkisi”, *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 12(4), ss. 817-836.

Kısakürek, Mustafa; Alpan, Nesrin (2010), “Muhasebe Meslek Etiği ve Sivas ilinde Bir Uygulama”, Muhasebe ve Finansman Dergisi, Sayı: 47, s.213- 228.

Kısakürek, Mustafa; Pekcan, Ahmet (2005), “Muhasebenin Ürettiği Bilgiye Farklı Açılardan Bakışlar”, C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt: 6, Sayı: 2, s. 107-125.

Kock N., (2012) WarpPLS 3.0 User Manual. Laredo, Texas: ScriptWarp Systems.

Koç Fatih, ŞAHİN Nisa K. ve Özbek Volkan; (2014), “Hizmet Hataları Ve Algılanan Kalite Arasındaki İlişki Üzerinde Değişirme Maliyetinin Düzenleyici Etkisi: Küçük İşletmeler Ve Hizmet Satın Aldıkları Muhasebecilere Yönelik Bir Uygulama”, Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, Sayı: 14, Temmuz, ss. 21-46.

Kotler P.; (1997), Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control, Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Kozub Kristen A. Riscinto; (2008), “The Effects Of Service Recovery Satisfaction On Customer Loyalty And Future Behavioral Intentions: An Exploratory Study In The Luxury Hotel Industry”, Auburn University, Auburn, Dissertation of Doctor of Philosophy, Alabama.

Kutlu, Hüseyin Ali (2008), “Muhasebe Meslek Ahlakı”, Nobel Yayınları, 1. Basım, şubat 2008, Ankara.

Lee M.J., Sing N., Chan E.S.W.; (2011), “Service Failures And Recovery Actions İn The Hotel İndustry: A Text-Mining Approach”, J. Vacation Mark, 17 (3), pp. 197-207.

Lin Wen-Bao; (2006), “Correlation Between Personality Characteristics, Situations of Service Failure, Customer Relation Strength and Remedial Recovery Strategy”, Services Marketing Quarterly, 28:1, pp. 55-88.

Mackinnon D.P., Krull J.L., & Lockwood C.M. (2000). Equivalence of the mediation, confounding and suppression effect. *Prevention Science*, 1(4), 173-181.

Mattila A. S., and Patterson P. G.; (2004), "Service Recovery And Fairness Perceptions In Collectivists And Individual Contexts", *Journal of Service Research*, 6(4), pp.336-346.

Mcdougall H. G. G. And Levesque J. T.; (1999), "Waiting for Service: Effectiveness of Recovery Strategies", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Volume 11, No 1, pp. 6-15.

Miozzo M., Yamin M.; (2012), "Institutional and Sectoral Determinants of Headquarterssubsidiary Relationships: A Study of UK Service Multinationals in China, Korea, Brazil and Argentina", *Long Range Planning*, Vol.45, pp. 16-40. 163

Mucuk İ.; (2001), *Pazarlama İlkeleri*, Türkmen Kitabevi Yayınları, İstanbul.

Mutlu Özge; (2011), *Şikayet Yönetiminin Kurum İmajı Üzerindeki Etkisi*, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.

Nart Sima; (2006), "Algılanan Hizmet Kalitesinin Müşteri Değerlendirme Sürecine Yansımaları Ve Sadakat Üzerindeki Etkisi: Havayolu Endüstrisinden Bulgular", *Uludağ Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt XXV, Sayı 2, ss. 185-216.

Ngai W.T. Eric, Heung C.S. Vincent, Wong Y.H., Chan K.Y. Fanny; (2007), "Consumer Complaint Behaviour of Asians and Non-Asians About Hotel Services: An Empirical Analysis", *European Journal of Marketing*, 41(11/12), pp. 1375-1391.

Nguyen D. T., and Mccoll-Kennedy J. R.; (2003), "Diffusing Customer Anger in Service Recovery: A Conceptual Framework", *Australian Marketing Journal*, 11-2, pp. 46-55.

Nunnally J. C., (1978) *Psychometric Theory*. New York. NY: McGraw-Hill

Ok, Serap; (2011), Otel İşletmelerinde Müşteri Şikayetlerinin Değerlendirilmesi, Hizmet Kalitesi Algısı Ve Müşteri Sadakati Üzerine Etkisi, Muğla Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Muğla.

Olya, H. (2017). Partial Least Squares Based Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Global Conference on Services Management, 3-7 October, Volterra, Italy.

Öztürk Yüksel, Seyhan Kadir; (2005), “Konaklama İşletmelerinde Sunulan Hizmet Kalitesinin Servqual Yöntemi İle Ölçülmesi”, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 16, Sayı 2, Güz: ss. 170-182.

Parasuraman A., Zeithaml V.A. And Berry L. L.; (1985), “A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research”, *Journal of Marketing*, Volume 49, pp. 41-50

Parasuraman A., Zeithaml V. And Berry L.; (1988), “SERVQUAL: A Multiple İtem Scale For Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality”, *Journal of Retailing*, 64(1), pp. 12-40.

Parasuraman A, ZeithamLValerie A., Berry Leonard L.; (1991), “Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale”, *Journal of Retailing*, Vol.67, No:4, pp.420-450.

Park E.J.; (2012), A Study on the Effects of Service Recovery Performances on the Service Recovery Satisfaction, Brand Image, and Loyalty: Focusing on Mobile Communication and Family Restaurants, Soong-sil University, Master's Dissertation.

Pearl J., (2009), *Causality: Models, reasoning, and inference*, Cambridge, England, Cambridge University Press

Resnick S. M. And Griffiths M. D.; (2011), “Service Quality in Alcohol Treatment. A Research Note”, *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 24(2), pp. 149-163.

Ringle, C. M., Sarstedt M. And Straub, D. W. (2012). A critical look at the use of PLS-SEM in MIS Quarterly. MIS Quarterly, 36(1), iii-xiv.

Rosenthal R. O. S. N. O. W. AND Rosnow, R., (1991) Essential of Behavioural Research, McGraw-Hill.

Schoefer Klaus and Ennew Christine; (2005), "The Impact Of Perceived Justice On Consumers' Emotional Responses To Service Complaint Experience", Journal of Services Marketing. Vol.19, Number 5, pp. 261-270.

Sivakumar K., Li, M. And Dong B.; (2014), "Service Quality: The Impact of Frequency, Timing, Proximity, and Sequence of Failures and Delights", Journal of Marketing, Vol. 78, (January), pp. 41-58. 168

Amy K., Bolton Ruth N. and Wagner Janet; (1999), "A Model of Customer Satisfaction with Service Encounters Involving Failure and Recovery", Journal of Marketing Research, 36 (August), pp. 356-372.

Tavmergan İge P.; (2002), Turizm Sektöründe Kalite Yönetimi, Ankara: Seçkin Yayıncılık San. ve Tic. A.Ş.

Taner, Berna; Susmuş, Türker; Korukoğlu, Ayşen (2001), "Muhasebe Mesleğinin Müşterileri Durumunda Bulunan Kesimlerin Muhasebe Mesleğinden Beklentileri: İzmir İli Uygulaması", 5. Türkiye Muhasebe Denetimi Sempozyumu, „21. Yüzyılda Türk Muhasebe Mesleğinin Vizyonu ve Misyonu“, (Ed. Recep Pekdemir), iSMMMO Yayınları: 32, Türmob Yayınları: 172, s.169-182.

Türk Z.; (2009), "Denetim Firmalarının Sunduğu Hizmet Kalitesi, Müşteri Tatmini Ve Sadakati: Servperf Ölçeği", Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 18, Sayı 1, ss. 399-416.

Türkoglu Ahmet; (2007), Hizmet Hatasının Telafisi Ve Müşteri Tatmini Üzerindeki Etkileri: Kktc'deki Dört Ve Beş Yıldızlı Otel Ve Tatil Köylerinde Yapılan Bir Uygulama, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Turizm İşletmeciliği Bilim Dalı, Ankara.

Ustaahmetoğlu, Erol; Savcı, Mustafa (2011), “Muhasebe Meslek Mensuplarının Sundukları Hizmetin Kalitesini Değerlendirmesi ve Örnek Bir Uygulama”, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı: 22, s.168-184.

Uyguç, N. (1998), “Hizmet Sektöründe Kalite Yönetimi: Stratejik Bir Yaklaşım”, Dokuz Eylül Yayınları, İzmir.

Uysal, Tolga; Şenlik, Mehmet (2009), “Genel Muhasebe”, Seçkin Yayıncılık, 2. Baskı, Ekim 2009, Ankara.

Yang Wan, and Mattila Anna S.; (2012), “The Role Of Tie Strength On Consumer Dissatisfaction Responses”, International Journal of Hospitality Management, Vol. 31, pp. 399-404.

Yılmaz, A., Çelik, A. ve Ulukapı, H. (2015). Çalışanların tinsel değerlere ilişkin algılarının iş stresi üzerindeki etkisinde birey-örgüt uyumunun aracılık rolü: Selçuk üniversitesi örneği. 23. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, 14-16 Mayıs 2015, Muğla.

Zeithaml V. A., (1988), “Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence”, Journal of Marketing, Vol.52 (July), pp. 2-22.

Zeithaml V. A. and Bitner M. J.; (2003), Services Marketing, (Third Edition) McGraw-Hill, pp. 185-215.

Zeithaml V.A., Parasuraman A. and Malhotra A.; (2002), “Service Quality Delivery Through Web Sites: A Critical Review of Extant Knowledge”, Journal of the Academy of Marketing Science, Volume 30, No. 4, pp. 358-371.

Web 1, <https://www.ismmmo.org.tr/Mevzuat/Kanun-Metni--142>

Web 2, <https://www.ismmmo.org.tr/Mevzuat/Yonetmelikler--148>

Web 3, <https://www.ismmmo.org.tr/Mevzuat/Yonetmelikler--148>

Web 4, <https://www.ismmmo.org.tr/Mevzuat/Yonetmelikler--148>

Web 5, <http://www.resmigazete.gov.tr/>



ÖZGEÇMİŞ

Mehmet Fetih Çatı 1986 İstanbul doğumludur. 2008 yılında İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Maliye, sonrasında da 2009 yılında İktisat (Çift Anadal Programı) bölümlerinden mezun olmuştur. Özel sektörde yaklaşık 7 yıla yakın bir süre vergi denetim süreci görevininin ardından şunda yine özel bir üretim firmasında 4 yılı aşkın süredir Muhasebe Müdürü görevine devam etmektedir.

Serbest Muhasebeci Mali Müşavir ünvanını 2012 yılında almıştır.



EKLER

EK 1. Anket Formu

Sayın Katılımcı,

Bu anket ile; Muhasebe Meslek Mensuplarından (Mali Müşavirinizden) almış olduğunuz hizmet sürecindeki beklentileriniz ve kalite algılarımızın hangi etkenlere bağlı olduğu belirlenerek, mükelleflerin almış oldukları hizmet kalitesi ölçümlenmek istenilmektedir. Bu anket vasıtasıyla sağlanacak bulgular, Gebze Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yüksek Lisans Programı kapsamındaki “Mükelleflerin, Muhasebe Meslek Mensuplarından Aldıkları Hizmetlere İlişkin Memnuniyet Ölçümlemesi; Kalite ve Beklentilerine Yönelik Bir Çalışma” adlı tezin araştırma kısmında değerlendirilecek ve toplanan veriler saklı tutularak, araştırmanın gayesi haricinde kullanılmayacaktır.

İlginiz ve yardımlarınız için şimdiden teşekkürlerimizi sunarız. Mehmet Fetih ÇATI

Cinsiyetiniz : () Kadın () Erkek

Yaşınız :

Medeni Haliniz : () Evli () Bekar

Eğitim Durumunuz : () İlk Öğrenim () Orta Öğrenim
() Lisans () Y. Lisans/Doktora

Aylık Geliriniz : () 1000-5000 TL () 5000-10000 TL
TL () 10000 TL ve üzeri

İşletmenizin Faaliyet Gösterdiği Sektör : ()

İşletmenizin Faaliyette Bulunduğu Süre : ()

İşletmedeki Pozisyonunuz :

Lütfen almış olduğunuz Müşavirlik hizmeti ile ilgili (daha önceki yaşananlar dahil) yaşadığımız ve şikâyet etmenize neden olan hizmet hatasını içeren aşağıdaki ifadelere katılıp katılmadığınızı 1 (Kesinlikle Katılmıyorum) ile 7 (Kesinlikle Katılıyorum) arası verilen ölçekte işaretleyerek belirtiniz.	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Biraz Katılmıyorum	Kararsızım	Biraz Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
Mali müşavirim, söz verdiği şekilde toplantıya gelmedi							
Mali müşavirim, benim/ firmamın vergi inceleme sürecimde destek olmadı							
Mali müşavirim, söz verdiği şekilde düzenli olarak firma ziyaretlerini gerçekleştirmedi							
Mali müşavirim veya kendi personeli bana /firmamıza karşı saygısız davranışlar vb. davranışsal bozukluklar sergiledi							
Mali müşavirim, şirket hesaplarında usulsüzlük cezasına sebebiyet verecek şekilde Tek Düzen Hesap Planına aykırı şekilde kayıtlar oluşturdu.							
Mali müşavirim, incelemede risk oluşturacak şekilde defter kayıtlarımı düzgün tutmadı							
Mali müşavirim, şirketimize fayda sağlayacak teşvikleri bildirimde eksik veya hiç tavsiyede bulunmadı							
Mali müşavirim, iş ile ilgili olmayan (örn: gider veya gelir yazılmaması gereken) bir harcamamı kayıtlara aldı							
Mali müşavirim, ona gönderdiğim maillerime cevap vermedi							
Mali müşavirim, yaptığı mevzuata aykırı kayıt neticesinde vergi matrahımı doğru göstermediği dolayısıyla hatalı vergi ödememe sebep oldu							
Mali müşavirim, aradığımda telefonuma geri dönüş yapmadı							
Mali müşavirim, bana veya personelime ilişkin sigorta primlerimi eksik veya hiç bildirmediği oldu							
Mali müşavirim, vergisel hesaplamalar ile ilgili soruma cevap vermedi							
Mali müşavirim, BA-BS formu, KDV vb. beyanlarımı süresinde vermediği oldu							
Mali müşavirim, bana ona ihtiyacım olduğu vakitte zamanında dönüş yapmadı.							
Mali müşavirim, vergisel yükümlülükler konusunda doğru bir biçimde bilgilendirme ve yönlendirme yapmadı							
Mali müşavirinizin, yapmış olduğu hizmetler ile ilgili aşağıdaki ifadelere katılıp katılmadığınızı 1 (Katılmıyorum) ile 5 (Katılıyorum) arası verilen ölçekte işaretleyerek belirtiniz.							
Mali Müşavirim son teknolojiye uyan teçhizatlar maliktir.							

Mali Müşavirim ofisi göze hoş görünür.									
Mali Müşavirim düzgün görünüşlüdür.									
Mali Müşavirim verdiği hizmetin yanısıra hizmet verirken kullandığı araç ve gereçler hizmet için yeterlidir.									
Mali Müşavirim söz verdiği hizmeti yerine getirir.									
Mali Müşavirim mükelleflerinin bir problemi olması halinde çözmeye yönelik gereken alakayı gösterir.									
Mali Müşavirim vermiş olduğu hizmetlerini ilk seferde hatasız ve doğru bir biçimde ifa eder.									
Mali Müşavirim hizmetlerini söz verdiği sürede ifa eder.									
Mali Müşavirim hatasız kayıt sürdürür.									
Mali Müşavirim vereceği hizmetlerin tam olarak ne zaman yapacağını mükellefine söyler.									
Mali Müşavirim mükellefine hızlı hizmet verir.									
Mali Müşavirim her zaman mükellefine hizmet vermeye isteklidir.									
Mali Müşavirim asla mükellefinin ricalarına yanıt veremeyecek kadar meşgul değildir.									
Mali Müşavirim davranışları mükellefinde güven duygusu uyandırır.									
Mali Müşavirim mükellefleri verilen hizmete ilişkin işlemlerde güven hissederler.									
Mali Müşavirim mükellefine karşı her zaman saygılıdır.									
Mali Müşavirim mükellefinin sorularına yanıt verecek bilgiye sahiptir.									
Mali Müşavirim mükellefine bireysel ilgi gösterir.									
Mali Müşavirim tüm mükellefleri için uygun çalışma saatleri vardır.									
Mali Müşavirim mükelleflere özel ilgi gösteren çalışanları vardır.									
Mali Müşavirim mükellefinin çıkarları için candan ilgilenir.									
Mali Müşavirim mükellefinin özel ihtiyaçlarını anlar.									