

İşletmelerin Muhasebe Meslek Mensubu Seçimine Etki Eden Faktörlerin AHP Yöntemi Çerçevesinde Değerlendirilmesi: Sivas İlinde Bir Uygulama (Evaluating The Factor Influencing the Accounting Professional Selection of Businesses Within the Scope of AHP Method: An Application in Sivas Province)

Öznur ARSLAN  ^a

^a Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Cumhuriyet Meslek Yüksekokulu, Sivas, Türkiye. oznurkul@cumhuriyet.edu.tr

MAKALE BİLGİSİ	ÖZET
<p>Anahtar Kelimeler: Muhasebe mesleği Müşteri Memnuniyeti AHP Yöntemi İşletmeler</p> <p>Gönderilme Tarihi 2 Aralık 2019 Revizyon Tarihi 5 Şubat 2020 Kabul Tarihi 10 Şubat 2020</p> <p>Makale Kategorisi: Araştırma Makalesi</p>	<p>Amaç – Bu çalışmayla Sivas'ta faaliyette bulunan işletme yöneticilerinin meslek mensubu seçimini etkileyen kriterler ağırlıklandırılarak işletmelerin meslek mensubu seçimini etkileyen en önemli kriterin belirlenmesi amaçlanmıştır.</p> <p>Yöntem – Bu amaca ulaşabilmek için Sivas ilinde faaliyette bulunan işletme yöneticilerine Saaty'nin 1-9 ikili karşılaştırma skalası dikkate alınarak hazırlanan anket formu yöneltilmiş ve bu anket formundan elde edilen verilere Analytical Hierarchy Process (AHP) yöntemi uygulanmıştır.</p> <p>Bulgular ve Tartışma - AHP ile gerçekleştirilen analizde işletmelerin meslek mensubu seçimini etkileyen kriterler içerisinde en yüksek skora sahip kriter %19,94 ağırlığı ile "meslek mensubunun mali mevzuata hâkim olması" kriteri olmuştur. Bu kriteri ikinci olarak %16,71 ağırlığı ile "işletme hakkındaki bilgilerin gizli tutulması", üçüncü olarak %15,62 ağırlığı ile "meslek mensubunun bürokratik işlemlerde yardımcı olması" kriterleri takip etmiştir. İşletmelerin meslek mensubu seçimini etkileyen kriterler içerisinde en düşük skora sahip kriter ise %2,22 ağırlığı ile "meslek mensubunu şık giyimli olması" kriteri olmuştur. Bu kriteri ikinci olarak %2,71 ağırlığı ile "meslek mensubunun bürosunun şehir merkezinde yer alması" kriteri üçüncü olarak 4,17 ağırlığı ile "piyasadaki tanınırlığı" kriteri takip etmiştir. Araştırmada işletme yöneticilerinin tercih ettikleri kriterler dikkate alınarak işletme yöneticilerinin tercihlerinde meslek mensuplarının niteliksel özelliklerine daha çok önem verdikleri dış imajlarına ve niceliksel özelliklerine çok da dikkat etmedikleri tespit edilmiştir.</p>
ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>Keywords: Accounting profession Customer satisfaction AHP method Businesses</p> <p>Received 2 December 2019 Revised 5 February 2020 Accepted 10 February 2020</p> <p>Article Classification: Research Article</p>	<p>Purpose – In this study, it was aimed to weight the criteria influencing the accounting professional selection by the businesses operating in Sivas province and to determine the most important criterion selecting the professional selection of businesses</p> <p>Design/methodology/approach – In order to achieve this objective, a survey form prepared by using the 1-9 pairwise comparison scale of Saaty was applied to the business managers of the companies operating in Sivas and the data obtained were analyzed using AHP method.</p> <p>Findings and Discussion - In the analysis performed using AHP, it was determined that, among the criteria influencing the selection of profession member by the businesses, the criterion with the highest score was "profession member's having a command of financial legislations" with the weight of 19.94%, followed by "keeping the company information confidential" with the weight of 16.71%, "profession member's help in bureaucratic transactions" with the weight of 15.62%. Among the criteria influencing the selection of profession member by the businesses, the criterion with the lowest score was "well-dressedness of profession member" with the weight of 2.22%, followed by "profession member's office located at the cit center" with the weight of 2.71% and "profession member's recognition in the sector" with the weight of 4.17%. In this study, by considering the criteria preferred by the business managers, it was determined that the business managers pay more attention to the qualitative characteristics of the profession members and not much importance to the image and quantitative characteristics.</p>

Önerilen Atf/ Suggested Citation

Arslan, Ö. (2020). İşletmelerin Muhasebe Meslek Mensubu Seçimine Etki Eden Faktörlerin AHP Yöntemi Çerçevesinde Değerlendirilmesi: Sivas İlinde Bir Uygulama, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12 (1), 372-383.

1. GİRİŞ

Küreselleşmenin etkisiyle sosyo-kültürel ve teknolojik olarak gelişme süreci bilgi toplumu olma yönünde önemli adımlar atmıştır. Bilgi çağındaki bu süreçte bilgi güç unsurunu da beraberinde getirmektedir. İşletme faaliyet sonuçlarına ilişkin tüm bilgiler muhasebe tarafından üretilmektedir. Dolayısıyla muhasebe mesleği işletmelerin para ile ifade edilen faaliyetlerini ve muhasebe işlerini yasa ve kurallara uygun ve tarafsız bir şekilde yerine getiren meslektir.

Muhasebe mesleği yüzyıllardır icra edilmesine rağmen, ülkemizde muhasebe alanındaki gereksinimlere cevap verebilecek bir mesleki düzenleme, geçmişteki yoğun çabalar sonucunda ancak 1989 yılında gerçekleştirilmiştir. 1 Haziran 1989 tarihinde kabul edilen 3568 sayılı Serbest Muhasebecilik, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu, Türkiye’de muhasebeciliğin diğer dünya ülkelerinde olduğu gibi yasal, kurumsal ve bilimsel bir yapıya kavuşmasında çok önemli bir dönüm noktasıdır.

3568 sayılı Serbest Muhasebecilik, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu amacı “işletmelerde faaliyetlerin ve işlemlerin sağlıklı ve güvenilir bir şekilde işleyişini sağlamak, faaliyet sonuçlarını ilgili mevzuat çerçevesinde denetlemeye, değerlendirmeye tabi tutarak gerçek durumu ilgililerin ve resmi mercilerin istifadesine tarafsız bir şekilde sunmak...” şeklinde ifade edilmiştir. Bu amaçların yanı sıra 3568 Sayılı Kanun, Serbest Muhasebecilik, Serbest Muhasebecilik Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik odalarının kurulmasını, odalar birliğinin kurulmasını, yönetim ve denetim organlarının oluşturulmasını sağlamaktadır. Bu sistemi oluşturan birlik ise TÜRMOB olmuştur. Bu doğrultuda mesleği icra edenler Serbest Muhasebeci, Serbest Muhasebeci Mali Müşavir ve Yeminli Mali Müşavir olarak tanımlanmıştır (3568 sayılı kanun, madde1).

Her ne kadar bu yasa kapsamında yukarıda da belirtildiği gibi muhasebe meslek mensupları denildiğinde akla Serbest Muhasebeciler (SM), Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler (SMMM) ve Yeminli Mali Müşavirler (YMM) gelse de 26 Temmuz 2008 tarih ve 26948 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan 5786 Sayılı Kanun ile 3568 Sayılı Kanun’un adı “Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Kanunu” olarak değiştirilmiştir. “Yani Serbest Muhasebeci unvanı resmen kaldırılmıştır. Serbest Muhasebeci unvanının kaldırılmasıyla birlikte SMMM mesleğinin konusu; gerçek ve tüzel kişilere ait teşebbüs ve işletmelerin defterlerini tutmak, bilanço, kâr-zarar tablosu ve beyannameleri ile diğer belgeleri düzenlemek, muhasebe sistemlerini kurmak, geliştirmek, işletmecilik, muhasebe, finans, mali mevzuat ve bunların uygulamaları ile ilgili işlerini düzenlemek veya müşavirlik yapmak ve bu konularda denetim yapmak, rapor düzenlemek vb. işleri yapmak şeklinde belirlenmiştir. YMM mesleğinin konusu ise gerçek ve tüzel kişilere ait teşebbüs ve işletmelerin defterlerini tutmak, bilanço, kâr-zarar tablosu ve beyannameleri ile diğer belgeleri düzenlemek dışında kalan işleri yapmanın yanında çıkartılacak yönetmeliklere göre tasdik işlerini yapmak şeklinde düzenlenmiştir. (Organ ve Yegen, 2013: 245-246).

SMMM ve YMM’ler yukarıda bahsedilen işleri kapsamı gereği işletmelere stratejik karar almalarına yardımcı olacak bilgiler sunmaktadırlar. Bu bağlamda ekonominin mihenk taşı olan işletmelerin, arz ettiği önem bakımından muhasebe meslek mensupları seçiminde niteliksel ve niceliksel konularda dikkatli davranmaları gerekmektedir. İşletmeler nitelikli meslek elemanlarının kendilerine çetin rekabet ortamında avantaj sağlayacak katkıyı sağlamalarını beklemektedirler. Bu beklenti doğrultusunda işletmeler kendisi için en uygun meslek mensubunu seçerken çeşitli kriterleri göz önünde bulundurabilmektedir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Bojanic (1991), Freeman ve Dart (1993) ile Turner, Aldhizer III ve Shank (1999) sunulan muhasebe hizmetlerinin kalitesinin, müşterinin memnuniyetini, müşteri sadakati, müşteri/firma çatışmasını nasıl etkilediğini SERVQUAL ölçeği yardımıyla ortaya koyan çalışmalara yer vermişlerdir. SERVQUAL ölçeği kullanılarak yapılan araştırmalarda genellikle, fiziksel özelliklerin, güvenilirlik ve empati boyutlarının müşteri memnuniyetini önemli ölçüde etkilediği yönünde bulgulara ulaşılmıştır (Ishak vd., 2006: 750).

Saxby, Ehlen ve Koski (2004)’nin muhasebeci hizmet kalitesi ölçümüne yönelik yapmış olduğu araştırma sonucunda muhasebe firmalarında hizmet kalitesi ile müşteri tatmini arasında pozitif doğrusal hizmet kalitesi ile çatışma ve memnuniyetsizlik arasında ise negatif bir ilişki ortaya çıkmıştır. Aynı çalışmada elde edilen

önemli sonuçlardan bir diğeri de muhasebe hizmetlerinin zamanında verilmesinden ziyade doğru bir şekilde verilmesi gerektiğidir.

Yayla ve Cengiz (2006), muhasebe hizmetlerinin kalitesini ölçmeye yönelik yapmış oldukları çalışmada güvence boyutunun diğer boyutlara göre algılanan kaliteyi daha fazla etkilediği ve algılanan kalitenin de müşteri memnuniyetini etkilediği sonucuna varılmıştır.

Ishak vd., (2006) çalışmalarında, muhasebe hizmetinin kalitesinin artırılmasında ve müşteri memnuniyetinin sağlanmasında “güvenirliliğin, empatinin ve fiziksel boyutların” önemli olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu boyutlar incelendiğinde ise “muhasebe meslek mensuplarının eksik muhasebe bilgisine sahip oldukları ve müşterilerinin sektörleri hakkında yeterli bilgiye sahip olmadıkları” tespit edilmiştir.

Erol (2007) çalışmasında, muhasebe hizmeti alan müşterilerin muhasebe meslek mensubundan beklentilerini araştırmıştır. Bu amaçla bu araştırmada dört özelliğin ön plana çıktığı görülmektedir: iletişim, sorumluluk, bilgi ve davranış. Bu özellikleri taşıyan muhasebe elemanlarının müşterilerini daha fazla tatmin edecekleri düşünülmektedir.

Francis ve Yu (2009)'nun yapmış olduğu araştırmada, çatışma ve memnuniyetsizliğin azaltılması için heveslilik (responsiveness) ve güven (assurance) boyutlarına odaklanılması gerektiği ve muhasebe hizmetlerinde fiziksel unsurların müşterileri daha az stresli yaptığı sonucuna ulaşılmıştır.

Banar ve Ekergil (2010) Eskişehir bölgesinde muhasebe meslek mensuplarının sundukları hizmetlerin kalitesini ve müşteri memnuniyetini değerlendirmişlerdir. Çalışma sonucunda, Eskişehir'deki işletmelerin muhasebe meslek mensuplarından aldıkları hizmet kalitesinin; güvenilirlik, empati ve fiziksel özellikler boyutlar bakımından müşteri memnuniyetini olumlu yönde etkilediği ve muhasebe meslek mensuplarının muhasebe ve müşterilerinin sektörleri hakkında yeterli bilgiye sahip olmadıkları ve müşterileri ile iletişim kurmada zayıf oldukları bulgularına ulaşılmıştır.

Yalçın (2010) Kütahya ilindeki KOBİ'lerde muhasebeci seçimlerini etkileyen faktörleri araştırmıştır. Bu araştırmada faktör analizi yapılarak dört faktör elde edilmiştir. Bunlar; eğitim, toplumsal konum, kişisel özellikler ve parasal konulardır. Araştırmada, bu faktörlerde toplanan değişkenlerin ortalamaları incelenmiş, işletme yöneticilerinin kişisel özelliklere daha fazla önem verdiklerini ve parasal konuların önceliğinin diğer faktörlere göre daha az olduğu bulgularına ulaşılmıştır.

Constantin ve Anton (2011) tarafından yapılan çalışmada, muhasebe hizmeti sağlayan firmaların müşterileri ile uzun süreli bir ilişki içerisinde olabilmeleri için ilişkisel pazarlamanın gerekçeleri ortaya konulmuştur.

Ustaahmetoğlu vd., (2013), Rize'de faaliyet gösteren muhasebe bürolarından 2011 yılında hizmet almakta olan 65 müşteri ile görüşerek, sunulan hizmetlerin kalitesinin hizmet alanlar tarafından nasıl algılandığı incelemişlerdir. Çalışma sonucunda, muhasebe hizmeti alan müşteriler, kendilerine sunulan hizmetin kalitesini fiziksel boyutta beklentilerinin üstünde algılayarak, diğer boyutlarda beklenen hizmet kalitesi ile algılanan hizmet kalitesi arasında anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir.

Kaya ve Özdemir (2014) çalışmalarında, Denizli ilinde yapmış oldukları çalışmada, muhasebe meslek mensuplarının müşteriler tarafından tercih edilirlirken hangi faktörlerin etkili olduğu üzerine bir incelemede bulunmuşlardır.

Bu çalışmada ise, farklı sektörlerle yönelik araştırmalar ile işletmelerin, muhasebe meslek mensupları veya muhasebe işletmelerinde memnuniyetlerinin belirlenmesi ile ilgili çalışmalardan farklı olarak, işletmelerin, meslek mensubu seçim sürecinde hangi kriterlere önem verdikleri araştırılmaktadır. Bu çalışmanın uygulamasında AHP yönteminin seçilmesinin en önemli nedenlerinin başında seçilen alana ilişkin belirlenen karar alternatifleri ile, seçim kriterlerinin sayısal değerlere sahip olmamaları, gerçekçi ve uygulanabilir bir analiz için bu faktörleri sayısal değerlere dönüştürülebilmesinde yönteminin son derece etkin bir enstrüman olmasıdır.

3. ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Bu çalışmayla Sivas'ta faaliyette bulunan işletme yöneticilerinin meslek mensubu seçimini etkileyen kriterler ağırlıklandırılarak işletmelerin meslek mensubu seçimini etkileyen en önemli kriterin belirlenmesi

amaçlanmıştır. Araştırma çerçevesinde AHP yöntemi kullanılarak tümüyle karar vericilerin kişisel değerlendirme ve yargularına dayanan faktörler için sayısal değerler belirlenmiştir.

Analitik Hiyerarşi Süreci, 1970'lerde Thomas L. Saaty tarafından, karmaşık karar problemlerinin çözümünde kullanılan çok kriterli karar verme tekniklerinden birisidir. Siyasi, teknik, ekonomik ve sosyal gibi birçok alanda kullanılan bu yöntemde birçok seçenek içerisinde en iyi seçeneğin seçilmesi sürecidir. Bu süreçte karar vericilere yine Saaty tarafından geliştirilen kriterler ve alt kriterlerin seçimini yaptıkları ve seçimlerini 1-9 kadar derecelendirilebildikleri anket formunu uygulanmaktadır. Bu anket formu her bir kriter için aşağıdaki gibi oluşturulmaktadır.

Hiyerarşi Sürecinde çok boyutlu bir problemin kriterleri ve bu kriterlerin önem dereceleri belirlenerek tek boyutlu bir yapıya dönüştürülmeye imkân tanınması bu yöntemi en çok kullanılan yöntemlerden biri yapmaktadır (Özbek, 2017: 71).

Analitik Hiyerarşi Yöntemi altı aşamada çözüme ulaşmaktadır ve bu çözüm aşamaları aşağıda verilmiştir. (Aydın vd., 2009: 72-76).

Adım 1: Amaç, Seçim Kriterleri ve Karar Alternatiflerinin Belirlenmesi

Araştırmanın bu aşamasında uzmanlarla birlikte araştırmanın amacı belirlendikten sonra, bu amaca ulaşmak için analiz sürecine dâhil edilecek seçim kriterleri belirlenmiştir. Belirlenen seçim kriterleri arasındaki ilişkileri ve hiyerarşik yapıyı iki boyutlu bir düzlemde gösterebilmek için AHP hiyerarşik modeli oluşturulmuştur. Sonrasında işletme yöneticilerine uygulanmak üzere ikili karşılaştırma anketi oluşturulmuş ve işletme yöneticilerine uygulanmıştır. İkili karşılaştırma anketi Saaty'nin 1-9 ikili karşılaştırma skalası dikkate alınarak hazırlanmıştır. Hazırlanan ankette yöneticiler karşılaştırılan iki kriterden önemli olanı seçmekle birlikte 1-9 kadar puan vermek suretiyle seçilen kriterinde de önem derecesini belirlemişlerdir. Saaty tarafında geliştirilen karşılaştırma anketinin puan skalası Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Önem Skalası

Önem Değerleri	Değer Tanımları
1	Her iki faktörün eşit öneme sahip olması durumu
3	1. Faktörün, 2. faktörden daha önemli olması durumu
5	1. Faktörün, 2. faktörden çok önemli olması durumu
7	1. Faktörün, 2. faktöre nazaran çok güçlü bir öneme sahip olması durumu
9	1. Faktörün, 2. faktöre nazaran mutlak üstün bir öneme sahip olması durumu
2, 4, 6, 8	Ara değerler

Kaynak (Çanakçıoğlu, 2019:173)

Adım 2: İkili Karşılaştırma Matrislerinin Oluşturulması

Bu aşamada karar vericilerin ikili karşılaştırma sorularına verdikleri cevaplar toplanarak, her bir kritere ilişkin verilen yanıtların geometrik ortalaması alınmakta ve ikili karşılaştırma matrisi A oluşturulmaktadır. İki faktör karşılaştırılırken, bir i faktörünün j faktörüne göre önem değerinin tersi j faktörünün i faktörüne göre önem değerini ifade etmektedir. Bu durum aşağıdaki gibi ifade edilir.

$$a_{ji} = \frac{1}{a_{ij}}$$

Ayrıca A matrisinin her bir köşe elemanı bir kriterin kendisi ile karşılaştırılması olduğundan her zaman 1 değerini almaktadır. Bu matris n x n boyutlu bir kare matris olup aşağıdaki gibi oluşturulmaktadır.

$$A = \begin{bmatrix} a_{11} & \cdots & a_{1n} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ a_{n1} & \cdots & ann \end{bmatrix}$$

Adım 3: İkili Karşılaştırma Matrislerinin Normalize Edilmesi

Bu adımda oluşturulan A matrisi $b_{ij} = \frac{a_{ij}}{\sum_{i=1}^n a_{ji}}$ formülü yardımıyla her biri (a_{ij}) değeri o sütun toplamına ($\sum_{i=1}^n a_{ji}$)bölünmesiyle ikili karşılaştırma matrisinin tüm elemanları normalize edilmektedir. Bu işlemin sonucunda normalize B matrisi oluşturulmaktadır.

$$B = \begin{bmatrix} b_{11} & \dots & b_{1n} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ b_{n1} & \dots & b_{nn} \end{bmatrix}$$

Adım 4: Kriterlerin Öz Vektör Ağırlıklarının Hesaplanması

Bu adımda ise oluşturulan B normalize matrisinin her bir satırının aritmetik ortalaması alınmak suretiyle sütun vektörü w'nin değerleri hesaplanmaktadır. Burada hesaplanan değerler her bir kriterin yüzdelik olarak ağırlığını vermektedir.

$$w = \frac{\sum_{i=1}^n b_{ij}}{n}$$

Adım 5: Tutarlılık Analizinin Yapılması

Bu adım, kendi içinde birkaç adımı barındırmakta olup, öncelikle karar matrisi A ile ağırlıklar vektörü w çarpılması sonucunda d vektörü elde edilmektedir.

$$d = \begin{bmatrix} a_{11} & \dots & a_{1n} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ a_{n1} & \dots & a_{nn} \end{bmatrix} \cdot \begin{bmatrix} w_1 \\ \vdots \\ w_n \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} e_1 \\ \vdots \\ e_n \end{bmatrix}$$

Bu aşamadan sonra elde edilen d vektörünün değerleri w vektörünün satır değerlerine bölünerek öz değerleri gösteren e öncelikler vektörü elde edilir.

$$e = \frac{d_i}{w_i}$$

Bu aşamadan sonra e vektörünün toplamı elaman sayısına bölünerek λ_{max} değeri hesaplanmaktadır.

$$\lambda_{max} = \frac{\sum_{i=1}^n e}{n}$$

Sonrasında CI olarak adlandırılan tutarlılık göstergesi değeri hesaplanmaktadır. Bu değer;

$$CI = \frac{\lambda - n}{n - 1}$$

formülü yardımıyla hesaplanır. Bu aşamadan sonra tutarlılık indeksini hesaplamak için Random Index (RI) değerine Tablo 2'den bakılarak belirlenmek suretiyle aşağıdaki formül yardımıyla hesaplanır.

$$CR = \frac{CI}{RI}$$

Tablo 2. Random Index Değeri

n	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
RI	0	0	0,58	0,90	1,12	1,24	1,32	1,41	1,45	1,49	1,51	1,48	1,56	1,57	1,59

Kaynak (Saaty, Thomas (1980), The Analytic Hierarchy Process, McGraw-Hill, New York)

Hesaplama sonucunda $CR \leq 0,10$ olması durumunda değerlendirme tutarlı olarak kabul edilmektedir. Aksi takdirse ise değerlendirmenin tutarsız olduğu söylenmektedir (Saaty, 1980).

Adım 6: Genel Öncelik Sıralamasının Elde Edilmesi

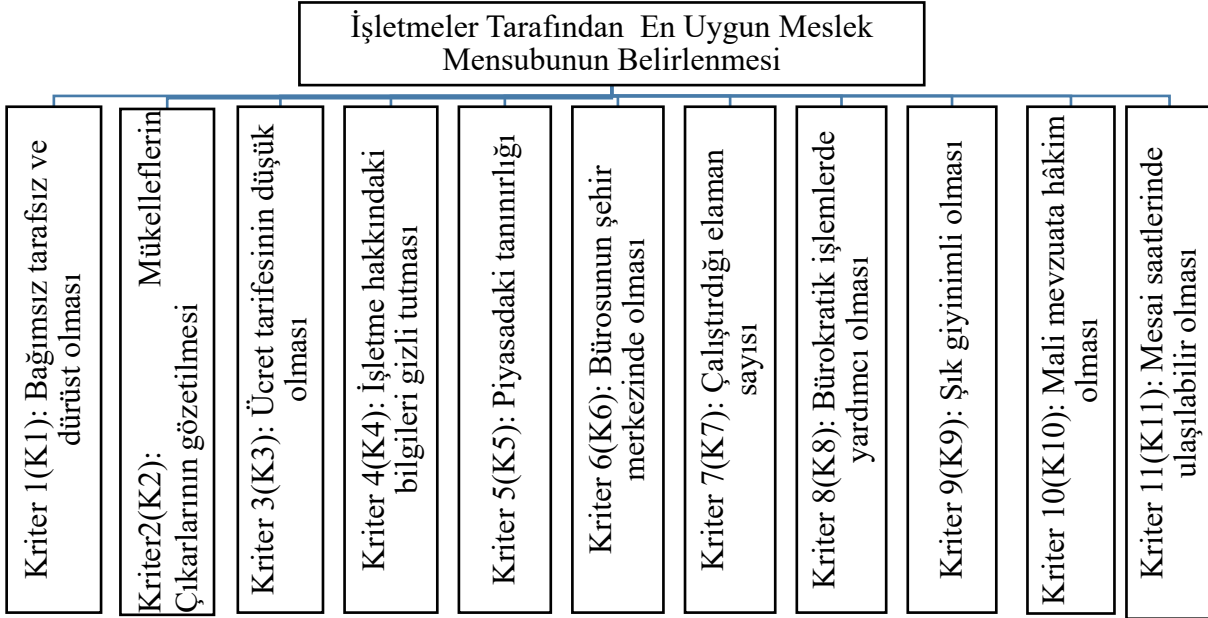
Bu adımda öncelikler vektörü e' de elde edilen ağırlıklar sıralanmak suretiyle kriterlerin ağırlık sıralaması elde edilmektedir.

Bu aşamada teorik olarak açıklanmaya çalışılan bilgiler araştırmanın analiz ve bulgular bölümünde ayrıntılı olarak örneklendirilmeye ve açıklanmaya çalışılmıştır.

4. ANALİZ VE BULGULAR

Yöntem bölümünde bahsedildiği gibi AHP yöntemi altı adımda uygulanmaktadır. Birinci adımdan dördüncü adıma kadar seçim kriterlerinin ağırlıkları hesaplanırken, sonraki adımlarda kriterlerin önem değerleri belirlenmektedir.

Adım 1: Amaç, Seçim kriterleri ve Karar Alternatiflerinin Belirlenmesi: Analitik Hiyerarşi Sürecinde öncelikle amaç sonrasında bu amacı etkileyen kriterler belirlenmelidir. Bu aşamada oluşturulan uzmanlar kurulu (işletme yöneticileri) ile birlikte araştırmanın amacı "Sivas'ta faaliyette bulunan işletme yöneticilerinin meslek mensubu seçimini etkileyen kriterlerin ağırlık andırılarak işletmelerin meslek mensubu seçimini etkileyen en önemli kriterin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaca ulaşmak için analiz sürecine dâhil edilecek karar alternatifleri ile bu kararlara etki eden seçim kriterleri daha önce yapılmış çalışmalardan (Kaya ve Özdemir, 2014: 165; Yalçın, 2010: 8) da yararlanılarak belirlenmiştir. Aynı süreçte bu faktörler arasındaki ilişkileri ve hiyerarşik yapıyı iki boyutlu bir düzlemde gösterebilmek üzere AHP hiyerarşik modeli oluşturulmuştur



Şekil 1. İşletmelerin Muhasebe Meslek Mensubu Seçimlerine İlişkin AHP Hiyerarşik Modeli

AHP Hiyerarşik Modeli oluşturulduktan sonra uzmanlar kurulu ve literatürden yararlanarak belirlenen ikili karşılaştırma soruları oluşturulmuş ve anket formu Sivas Organize Sanayi bölgesinde faaliyette bulunan 36 işletme yöneticisine uygulanmıştır. İşletme yöneticilerine uygulanan anket formundaki sorular, Saaty'nin 1-9 ikili karşılaştırma skalası dikkate alınarak hazırlanmıştır (Saaty, 1977, 235). İşletme yöneticilerine karşılaştırdıkları faktörlerden hangisi daha önemli ise o yönde işaretlemeye bulunmaları istenirken, aynı zamanda 1 ile 9 arasında puanlama yapmaları da talep edilmiştir.

AHP yöntemi çerçevesinde seçilen karar alıcıların ana kütleyi temsil etmesi yerine söz konusu karar alıcıların üzerinde çalışılan alanda tümüyle uzman olmaları aranmaktadır. Dolayısıyla Saaty'nin 1-9 ölçeği çerçevesinde alınacak kararların ve seçim kriterlerinin rasyonel perspektifte belirlenebilmesi için çoğunlukla uzman ve karar alıcı sayısı sınırlı tutulmaktadır. Çünkü yöntemin Likert ve benzeri anket yöntemleri ile karıştırılmaması gerekmektedir. Anket çalışmalarında ana kütleyi yansıtacak büyüklükte bir örneklem oluşturulması gerekirken, AHP uygulamasında karar verilen her alanda kullanılabileceği ve karar vericilerin sınırlı sayıda kişilerden oluşabileceğinden, anket gibi çok sayıda kişiye yapılması bir gereklilik değildir (Tüzmen ve Özdağoğlu, 2007, 218).

Adım 2: İkili Karşılaştırma Matrisinin Oluşturulması: Bu aşamada işletme yöneticilerinin ikili karşılaştırma sorularına verdikleri cevaplar toplanarak, her bir karşılaştırma sorusuna verilen yanıtların geometrik ortalaması alınmakta ve ikili karşılaştırma matrisi A'nın eleman değerleri belirlenmektedir. İkili karşılaştırma A matrisi aşağıdaki gibidir.

Kriterler	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11
K1	1,000	1,569	2,410	0,339	6,608	7,480	7,606	0,500	3,282	0,432	0,385
K2	0,637	1,000	3,637	0,948	2,642	3,600	5,783	0,576	5,450	0,402	0,705
K3	0,415	0,275	1,000	0,237	0,912	1,637	2,270	0,228	2,995	0,278	0,407
K4	2,950	1,055	4,219	1,000	6,640	5,045	6,312	0,841	6,640	0,818	2,060
K5	0,151	0,379	1,096	0,151	1,000	2,246	2,903	0,285	1,886	0,206	0,437
A = K6	0,134	0,278	0,611	0,198	0,445	1,000	0,642	0,162	1,506	0,197	0,464
K7	0,131	0,173	0,411	0,158	0,344	1,558	1,000	0,169	1,251	0,205	0,388
K8	2,000	1,736	4,386	1,189	3,509	6,173	5,917	1,000	6,312	0,608	1,641
K9	0,305	0,183	0,334	0,151	0,530	0,664	0,799	0,158	1,000	0,169	0,257
K10	2,315	2,488	3,597	1,222	4,854	5,076	4,878	1,645	5,917	1,000	4,529
K11	2,597	1,418	2,457	0,485	2,288	2,155	2,577	0,609	3,891	0,221	1,000
Toplam	12,636	10,554	24,188	6,079	29,773	36,634	40,688	6,174	40,130	4,536	12,273

Adım 3: İkili Karşılaştırma Matrisinin Normalize Edilmesi: Adım 2' de oluşturulan karar matrisinin her biri değerinin sütun toplamına bölünmesiyle ikili karşılaştırma matrisinin tüm elemanları normalize edilmektedir. İşlem sonucunda elde edilen normalize B matrisi aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

Kriterler	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	Ortalama
K1	0,079	0,149	0,100	0,056	0,222	0,204	0,187	0,081	0,082	0,095	0,031	0,117
K2	0,050	0,095	0,150	0,156	0,089	0,098	0,142	0,093	0,136	0,089	0,057	0,105
K3	0,033	0,026	0,041	0,039	0,031	0,045	0,056	0,037	0,075	0,061	0,033	0,043
K4	0,233	0,100	0,174	0,165	0,223	0,138	0,155	0,136	0,165	0,180	0,168	0,167
B = K5	0,012	0,036	0,045	0,025	0,034	0,061	0,071	0,046	0,047	0,045	0,036	0,042
K6	0,011	0,026	0,025	0,033	0,015	0,027	0,016	0,026	0,038	0,043	0,038	0,027
K7	0,010	0,016	0,018	0,026	0,012	0,043	0,025	0,027	0,031	0,045	0,032	0,026
K8	0,158	0,165	0,181	0,196	0,118	0,169	0,145	0,162	0,157	0,134	0,134	0,156
K9	0,024	0,017	0,014	0,025	0,018	0,018	0,020	0,026	0,025	0,037	0,021	0,022
K10	0,183	0,236	0,149	0,201	0,163	0,139	0,120	0,266	0,147	0,220	0,369	0,199
K11	0,206	0,134	0,102	0,080	0,077	0,059	0,063	0,099	0,097	0,049	0,081	0,095

Adım 4: Seçim Kriterlerinin Önem Derecelerinin Belirlenmesi: Bu aşamada elde edilmiş olan normalize matrisin satır ortalamaları hesaplanarak kriterlere ilişkin yüzdelik ağırlık değerleri belirlenmekte ve sütun vektörü w'nin değerleri hesaplanmaktadır. Sütun vektörü w aşağıda gösterilmiştir.

K1	0,1169
K2	0,1051
K3	0,0433
K4	0,1671
K5	0,0417
K6	0,0271
K7	0,0259
K8	0,1562
K9	0,0222
K10	0,1994
K11	0,0951
Toplam	1,0000

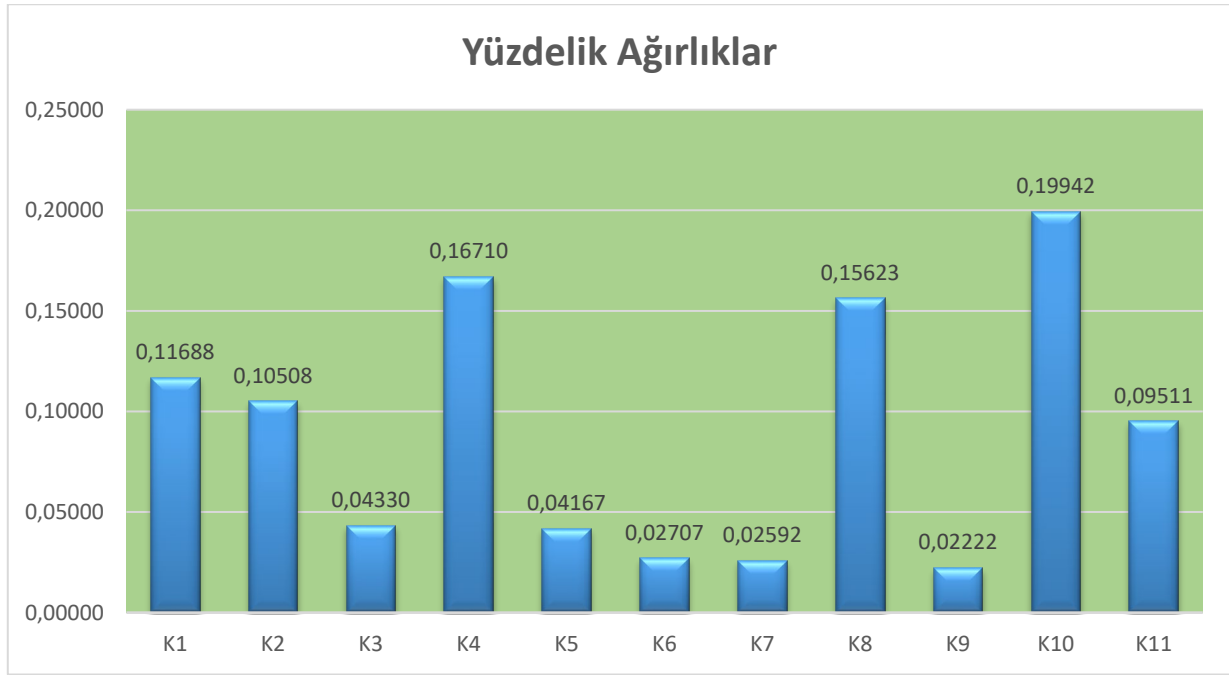
Sütun vektörü w incelendiğinde bütün seçim kriterlerinin yüzdeler ağırlıkları görülmektedir.

Adım 5: Tutarlılık Analizi: Tutarlılığın hesaplanabilmesi için öncelikle, e öncelikler vektörünün hesaplanması gerekir. Öncelikler vektörü normalize matris ile sütun vektörü w ile matris çarpımı yapılarak elde edilmektedir.

K1	11,906
K2	11,527
K3	11,495
K4	12,090
K5	11,445
K6	11,408
K7	11,325
K8	11,812
K9	11,719
K10	11,919
K11	12,421
Toplam	129,067

Sonrasında hesaplanan e değerinin toplam değeri faktör sayısına bölünerek λ_{max} değeri $\lambda_{max} = \frac{\sum_{i=1}^n e}{n} = \frac{129,067}{11} = 11,733$ olarak hesaplanır. Sonrasında $CI = \frac{\lambda - n}{n - 1} = \frac{11,733 - 11}{11 - 1} = 0,0733$ olarak hesaplandıktan sonra kriter sayısına göre Random İndeks (RI) tablo değerine bölünerek tutarlılık değeri olan CR değeri hesaplanmaktadır. 11 kriterimiz olduğu için RI değeri 1,510 olarak alınmış (https://www.researchgate.net/figure/Random-Consistency-Index_tbl1_323114042) ve $CR = \frac{CI}{RI} = \frac{0,0733}{1,510} = 0,0485$ olarak hesaplanır. $CR < 0,10$ olduğu için değerlendirilmelerin tutarlı olduğu söylenebilir.

Adım 6: Genel Öncelik Sıralamasının Elde Edilmesi: Analitik Hiyerarşi sürecine göre hesaplanan kriterlerin yüzdeler ağırlıklarına göre oluşturulan grafik Şekil 2' de yer almaktadır.



Şekil 2. Meslek Mensubu Seçimini Etkileyen Kriterlerin Görel Önem Değeri

Şekil 2'deki grafik incelendiğinde;

- Meslek mensubu seçimini etkileyen birinci öncelikli kriterin %19,94 ağırlığı ile “*meslek mensubunun mali mevzuata hakim olması*” kriteri olmuştur. İşletme yöneticileri, yaptıkları iş ve işlemlerin yasalara uygun olmasını ve mali uygulamalar açısından herhangi bir olumsuzluk yaşanmamasını istemekte ve iş yoğunluğu nedeniyle mali mevzuatı düzenli takip edemedikleri için kendi adlarına bu düzenlemeleri takip edecek ve bu bilgileri de işletme menfaatine kullanabilecek bir meslek mensubuna ihtiyaç duyabilmektedirler. Bu gibi sebeplerden dolayı meslek mensubunun mali mevzuata hakim olması en öncelikli kriter olarak işletme yöneticileri tarafından tercih edilmiş olabilir.
- İkinci öncelikli kriterin %16,71 ağırlığı ile “*işletme hakkındaki bilgilerin gizli tutulması*” kriteri olmuştur. İşletme politikaları ve faaliyetlerine ilişkin bazı bilgilerin gizliliği işletmeler için önem arz etmektedir. İşletme yöneticileri işletme politikaları ve faaliyetlerine ilişkin bu bilgilerin bir kısmını veya tamamını meslek mensupları ile paylaşmak zorunda kalmaktadırlar. Gerek rekabet koşulları gerekse işletme politikaları gereği meslek mensubunun işletme hakkında edindiği bilgileri gizli tutması istendiğinden işletme yöneticilerinin meslek mensubu seçiminde “İşletme hakkındaki bilgilerin gizli tutulması” ikinci önemli kriter olarak tercih edilmiş olabilir.
- Üçüncü öncelikli kriterin %15,62 ağırlığı ile “*meslek mensubunun bürokratik işlemlerde yardımcı olması*” kriteri olmuştur. İşletme yöneticileri, ülkemizdeki bürokratik işlemlerin uzun ve meşakkatli olmasından dolayı seçmiş oldukları meslek mensubunun bu iş ve işlemleri hızlandırması için meslek mensubu tercihinde bu kriteri üçüncü önemli kriter olarak tercih etmiş olabilirler.
- Dördüncü öncelikli kriterin ise %11,69 ağırlığı ile “*meslek mensubunun bağımsız tarafsız ve dürüst olması*” kriteri olmuştur. İşletme yöneticileri işletme faaliyetlerinin muhasebeleştirilmesi sürecinde meslek mensubunun meslek mensubunun bağımsız, tarafsız ve dürüst olmasının arzulamaktadırlar.
- Beşinci öncelikli kriterin ise %10,51 ağırlığı ile “*işletme çıkarlarının gözetilmesi*” kriteri olmuştur. İşletmelerin en önemli amacı kazanç sağlamak olduğu için bu amacı işletme yöneticileri meslek mensubu seçimi yaparken de gözeterek bu kriteri beşinci önemli kriter olarak tercih etmişlerdir.
- Altıncı öncelikli kriterin ise %9,51 ağırlığı ile “*mesai saatleri içerisinde ulaşılabilir olması*” kriteri olmuştur. İşletme yöneticileri istedikleri zaman diliminde veya danışmak istedikleri iş ve işlemlerde meslek mensubunun ulaşılabilir olmasını altıncı önemli kriter olarak tercih etmişlerdir.
- Yedinci kriterin ise %4,33 ağırlığı ile “*ücret tarifesinin düşük olması*” kriteri olmuştur. Ücret tarifesinin düşük olması işletme yöneticileri tarafından meslek mensubu seçiminde yedinci tercihte olması meslek odasının asgari tarifeyi belirliyor olması ve meslek mensuplarının rekabet koşullarında dolayı bu

tarifenin çok üzerinde işlem yapamamaları dolayısıyla meslek mensuplarının ücret tarifeleri arasındaki farklılığın az olması gibi sebeplerden kaynaklanıyor olabilir.

- Sekizinci kriterin ise %4,17 ağırlığı ile “piyasadaki tanınırlığı” kriteri olmuştur. İşletme yöneticileri için meslek mensubunun piyasadaki tanınırlığı çok önemli değildir.
- Dokuzuncu kriterin ise %2,71 ağırlığı ile “meslek mensubunun bürosunun şehir merkezinde yer alması” kriteri olmuştur. İşletme yöneticileri açısından meslek mensubunu bürosunun şehir merkezinde olmasındansa ulaşılabilir olmasını daha çok tercih etmişlerdir. Son dönemlerde gelişen teknolojiler iletişimde mekân sınırını ortadan kaldırmıştır. Ayrıca e-mail, faks gibi iletişim araçlarıyla belge transferlerinin yapılması da bu durumu desteklemektedir.
- Onuncu kriterin ise %2,59 ağırlığı ile “meslek mensubunu bürosunda çalıştırdığı elaman sayısı” kriteri olmuştur. İşletme yöneticileri için meslek mensubunun çalıştırdığı elaman sayısının meslek mensubu seçiminde çokta etkili olmadığı kriter sıralamasında sonlarda yer aldığından da anlaşılabilir.
- On birinci kriterin ise %2,22 ağırlığı ile “şık giyimli olması” kriteri olmuştur. İşletme yöneticileri meslek mensubunun dış görünüşünden ziyade bilgi seviyesi, iş bitiriciliği ve bilgilerinin gizliliğine önem vermektedirler. Onların dış görünüşüyle ilgilenmediklerini bu kriteri on birinci tercih olarak seçtiklerinden de anlaşılabilir.

5. SONUÇ

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

Diğer yandan hizmet sektöründe çalışan muhasebe meslek mensubu mükellefinin istek ve ihtiyaçlarını en yüksek seviyelerde karşılamak ve müşteri memnuniyetini sağlamak mecburiyetindedir. Başka sektörlerde işletmeler müşteri kazanmak adına fiyat indirimleri, reklam, promosyon gibi faaliyetleri gerçekleştirebilirken meslek mensupları için bu faaliyetler söz konusu değildir. Dolayısıyla meslek mensubu hem mevcut müşteriyi elinde tutmak hem de yeni müşteri kazanmak için mükellefinin kendisinde aradığı özellikleri iyi bilerek ona göre kendisini niteliksel ve niceliksel geliştirmek durumundadır.

Bu çalışmayla Sivas'ta faaliyette bulunan işletme yöneticilerinin meslek mensubu seçimini etkileyen kriterlerin ağırlıklandırılması ve en önemli kriterin belirlenmesi amaçlanmıştır. AHP ile gerçekleştirilen analizde işletmelerin meslek mensubu seçimini etkileyen kriterler içerisinde en yüksek skora sahip kriter %19,94 ağırlığı ile K10 kodlu “Meslek mensubunun mali mevzuata hakim olması” kriteri olmuştur. Bu kriteri ikinci olarak %16,71 ağırlığı ile K4 kodlu “İşletme hakkındaki bilgilerin gizli tutulması”, üçüncü olarak %15,62 ağırlığı ile K8 kodlu “Meslek mensubunun bürokratik işlemlerde yardımcı olması” kriterleri takip etmiştir. Diğer kriterler farklı değerler alarak sıralanmıştır. Bu sıralamaya göre, K1 kodlu “Meslek mensubunun bağımsız tarafsız ve dürüst olması” %11,69, K2 kodlu “İşletme çıkarlarının gözetilmesi” %10,51, K11 kodlu “Mesai saatleri içerisinde ulaşılabilir olması” %9,51, K3 kodlu “ücret tarifesinin düşük olması” %4,33, K5 kodlu “piyasadaki tanınırlığı” %4,17, K6 kodlu “meslek mensubunun bürosunun şehir merkezinde yer alması” kriteri %2,71, K7 kodlu “meslek mensubunu bürosunda çalıştırdığı elaman sayısı” kriteri 2,59 ve K9 kodlu “şık giyimli olması” 2,22 skora sahip kriterlerdir.

İşletmelerin meslek mensubu tercihini etkileyen kriter sıralamasına bakılacak olursa işletmeler muhasebe meslek mensubunun mali mevzuata hakim olmasına, işletme bilgilerinin gizli kalmasına ve bürokratik işlemlerde yardımcı olmasına daha çok önem verirken meslek mensubunun şık giyimli olmasına, bürosunda çalıştırdığı eleman sayısına ve bürosunun merkezi bir yerde olmasına daha az önem gösterdikleri görülmektedir. Araştırma sonucu ulusal ve uluslararası bir çok çalışmanın aksine (Bojanic (1991), Freeman ve Dart (1993), Turner, Aldhizer III ve Shank (1999), Ismail, Haron, Ibrahim ve Mohd (2006), Yalçın (2010), Francis ve Yu (2009), Ustaahmetoğlu ve diğerleri (2013), Banar ve Ekerkil (2010)) işletmelerin tercihlerinde meslek mensuplarının niteliksel özelliklerine daha çok önem verildiği dış imajlarına ve niceliksel özelliklerine ise

çokta dikkat edilmediği tespit edilmiştir. Erol (2007)'nin yaptığı çalışmayla ise işletmelerin meslek mensuplarından beklentilerinin sorumluluk duygusu ve bil düzeyinin yüksek olması noktasında örtüşmektedir.

Bu çalışmada, farklı sektörlerle yönelik araştırmalar ile işletmelerin, muhasebe meslek mensupları veya muhasebe işletmelerinde memnuniyetlerinin belirlenmesi ile ilgili çalışmalardan farklı olarak, işletmelerin, meslek mensubu seçim sürecinde hangi kriterlere önem verdikleri araştırılmıştır. Bu çalışmanın uygulamasında AHP yönteminin seçilmesinin en önemli nedenlerinin başında, seçilen alana ilişkin belirlenen karar alternatifleri ile, seçim kriterlerinin sayısal değerlere sahip olmamaları, gerçekçi ve uygulanabilir bir analiz için bu faktörleri sayısal değerlere dönüştürülebilmesinde yönteminin son derece etkin bir enstrüman olması gelmektedir.

Çalışma alanı genişletilerek farklı il ya da bölgelerin meslek mensubu seçimini etkileyen kriterlerin ağırlıkları belirlenebilir.

KAYNAKÇA

- 3568 Sayılı Serbest Muhasebecilik, Serbest Muhasebeci Mali Müsavirlik ve Yeminli Mali Müsavirlik Kanunu, 13. 6 1989 Tarih ve 20194 sayılı Resmi Gazete.
- Aydın, Ö., Öznehir, S. ve Akcalı, E. (2009). Ankara için optimal hastane yeri seçiminin analitik hiyerarşi süreci ile modellenmesi, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(2), 33-52.
- Banar, K. ve Ekerkil, V. (2010). Muhasebe meslek mensuplarının hizmet kalitesi: sunulan hizmetlerin kalitesi ile müşteri memnuniyeti ilişkisi Eskişehir uygulaması, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 39-60.
- Bojanic, D. C. (1991). Quality measurement in professional services firms. *Journal of Professional Services Marketing*, 7(2), 27-36.
- Constantin, C. ve Anton, C. (2011). Implications of relationship marketing on the financial accounting services providers, mathematics and computers in biology, *Business and Acoustics, Romania*, 122-127.
- Çanakçıoğlu, M.(2019). Bağımsız mali müşavirlerin müşteri seçimine etki eden faktörlerin ve karar alternatiflerinin AHP ve MAUT yöntemleri çerçevesinde değerlendirilmesi: İstanbul kentine ilişkin bir uygulama, *Muhasebe ve Denetim Bakış*, (57),165-194.
- Erol, M.(2007). Muhasebe meslek elemanlarının sundukları hizmetlerin mükellefleri tatmin eden özelliklerini belirlemeye yönelik ampirik bir çalışma, *Selçuk Üniversitesi Karaman İİBF Dergisi*, 9(12), 244-252.
- Francis, J. R. and Yu, M. D. (2009). Big 4 office size and audit quality. *The Accounting Review*, 84(5), 1521-1552.
- Freeman, D. and Dart, J. (1993), Measuring the perceived quality of professional business services. *Journal of professional marketing services*, 9(1), 27-47.
- İshak, I., Hasnah, H., Daing N.İ. ve Salmi Mohd, I. (2006). Service quality, client satisfaction and loyalty towards audit firms: perceptions of malaysian public listed companies, *Managerial Auditing Journal Bradford*: 21(7),738-756.
- Kaya, Y. ve Özdemir, S. (2014). Muhasebe meslek mensuplarının sundukları hizmetin müşteri tarafından ilişki pazarlama anlayışı doğrultusunda değerlendirilmesine yönelik ampirik bir çalışma, *İşletme Araştırmalar Dergisi*,4(6), 157-171.
- Organ, İ. ve Yegen, B. (2013), Vergi bilinci ve vergi ahlakı oluşumunda muhasebe meslek mensuplarının rolü: Adana örneği, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 27(4), 241-270.
- Özbek, A. (2017). *Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri ve Excel İle Problem Çözümü*, Ankara, Seçkin Yayıncılık.
- Saaty, L. T. (1977). A Scaling method for priorities in hierarchical structures, *Journal of Mathematical Psychology*, 15(3), 234-281.

- Saaty, T.(1980). *The Analytic Hierarchy Process*, New York, McGraw-Hill.
- Saxby, C. L., Ehlen, C. R., and Koski, T. R. (2004). Service quality in accounting firms: Th relationship of service quality to client satisfaction and firm/client conflict, *Journal of Business & Economics Research*, 2(11), 75-85.
- Turner, L. D., Aldhizer III, G. R. and Shank, M.D. (1999). Client perceptions of MAS quality as measured by a marketing-based service quality, *Accounting Horizons*, 13(1), 17- 36.
- Tüzmen A. ve Özdağoğlu, A. (2007). Doktora öğrencilerinin eş seçiminde önem verdikleri kriterlerin analitik hiyerarşi süreci yöntemi ile belirlenmesi, *Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(1), 243-268.
- Ustaahmetoğlu, E., Aygün, D. ve Savcı, M. (2013). Muhasebe bürolarında sunulan hizmetin kalitesinin müşteriler tarafından değerlendirilmesine yönelik bir uygulama, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 9(18), 239-254.
- Yalçın, S. (2010). Kriz ortamında Kobilerin muhasebeci seçimini etkileyen faktörler: Kütahya araştırması, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (28). 195-211.
- Yayla, H. E. ve Cengiz, E. (2006). Muhasebe bürolarında algılanan hizmet kalitesi ve mükelleflerin tatmin düzeylerine yönelik yapısal bir model önerisi-II, *MUFAD Dergisi*, (31), 175-184.