

MPRA

Munich Personal RePEc Archive

A Factor Analysis to Investigate the Life Value Directions of Certified Public Accountants

Ercan Bayazitli and Hilmi Erdogan Yayla and Eymen Gurel

1. October 2006

Online at <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/3662/>

MPRA Paper No. 3662, posted 21. June 2007

SERBEST MUHASEBECİ MALİ MÜŞAVİRLERİN YAŞAM DEĞERİ YÖNELİMLERİNİ OLUŞTURAN FAKTÖRLERİN BELİRLENMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Prof. Dr. Ercan BAYAZITLI*
Arş.Gör. Hilmi Erdoğan YAYLA**
Arş.Gör. Eymen GÜREL ***

ÖZET

Bu çalışmanın amacı Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlerin yaşam değeri yönelimlerini tespit etmektir. Çalışma kuramsal olarak, Schwartz (1992) tarafından ortaya koyulan ve temel olarak 10 yaşam değerinden oluşan değerler teorisine dayanmaktadır. Çalışmanın amacını gerçekleştirmek için Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odalar Birliği'ne (TÜRMOB) bağlı 31 ilin Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler odalarına kayıtlı 448 Serbest Muhasebeci Mali Müşavire literatürde geliştirilmiş bulunan ölçeklere dayanarak hazırlanmış bir anket formu yöneltilmiştir. Sonuçlar SPSS 13 paket programı aracılığı ile faktör analizine (Temel Bileşenler Analizi, Equamax Rotasyonu) tabi tutulmuştur. Sonuç olarak Türkiye'de faaliyet gösteren Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlerin; Uyum, Güç, Evrensellik, Dürtü, Gelenek, Ait Olma, Yardımseverlik ve Hazcılık, olmak üzere 8 yaşam değeri yöneliminin olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Yaşam değerleri, muhasebe mesleği, muhasebecilerin yaşam değeri.

Abstract

A Factor Analysis to Investigate the Life Value Directions of Certified Public Accountants

This study uses the theory of values which bases on Schwartz (1992)'s 10 core life values to explore the life value directions of 448 Certified Public Accountants from Union of Chambers of Certified Public Accountants of Türkiye (TÜRMOB) registered 31 different chambers. A questionnaire is applied to the sample and SPSS 13 packaged software is respectively used in data entrance-analyze and factor analysis (Principle Components Analysis, Equamax Rotation) processes. We find that certified public accountants in Türkiye have 8 life value directions as Conformity, Power, Universalism, Stimulation, Tradition, Belonging, Benevolence and Hedonism.

Key words: Life values, accounting profession, certified public accountant's life values in Türkiye.

* Ankara Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi İşletme Bölümü

** Giresun Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü. e-posta: h_yayla@hotmail.com

***Ankara Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi İşletme Bölümü e-posta: gurel@politics.ankara.edu.tr

1. GİRİŞ

Değerler teorisine bağlı olarak gelişen yaşam değeri kavramı, kişilik ve sosyal psikoloji alanlarındaki bilimsel yazında çeşitli evreler geçirerek kuramsallaşmıştır (Rokeach, 1968; Rokeach 1973; Schwartz ve Bilsky, 1987; Schwartz, 1992; Schwartz ve Boehnke, 2004). Değerler teorisi yaklaşımına göre değerler; insanlara durumları, kişileri ve nesnelere değerlemede rehberlik yapan kriterlerdir. Değerler, içerik ve yapılarına göre bütün bireylerde doğuştan varolan üç temel gereksinimden ortaya çıkmıştır Bu gereksinimler; biyolojik ihtiyaçlar, kişiler ile uyumun sağlanması için sosyal etkileşim gereksinimleri ve üyesi olunan grubun sosyal refahı ve devamlılığı için toplumsal talep olarak sıralandırılabilir (Brunso v.d.,2004:195). Schwartz (1992 ve 2004) ise temeli bu üç temel gereksinim olan 10 güdüsel değer alanı oluşturmuş ve bu 10 güdüsel değerler arasındaki dinamik ilişkinin ayrıntılı bir şekilde açıklanması üzerinde çalışmıştır Bu noktada Schwartz'ın temel varsayımı anlamlı olan her değer, kendisini takip eden diğer değerlerle psikoloji uygulamaları ve sosyal sonuçlar bakımından birbiri ile çelişmeyeceğidir (Schwartz ve Boehnke,2004:231). Güç, Elde etme, Hazcılık, Dürtü, Öz yönelim, Evrensellik, Yardımseverlik, Gelenek, Uyum, Güvenlik olarak sınıflandırılmış bu on değer Brunso v.d. (2004) tarafından aşağıda şekilde kısaca özetlenmiştir.

Güç: Sosyal statü ve prestij, insanlar ve kaynaklar üzerinde kontrol ve hakimiyet.

Elde Etme: Yeterliliği kanıtlamakta sosyal koşullara uygun olarak kişisel başarı göstermek.

Hazcılık: Kişisel olarak keyif ve duygulara hitap eden haz.

Dürtü: Heyecan, yenilik ve hayata meydan okumak.

Öz Yönelim: Bağımsız düşünce ve eylem seçimi, yaratıcılık, keşfedicilik.

Evrensellik: Anlayışlı olmak, toleranslı davranmak, değerbilirlilik ve bütün insanların refahı ile doğayı korumak.

Yardımseverlik: Sürekli ilişkili olunan insanların refah ve huzurunu korumak ve arttırmak.

Gelenek: Geleneksel kültürün töre ve fikirlerine saygı göstermek ve/veya katılmak veya dini kuralları kabullenmek.

Uyum: Bireyin başkalarına zarar verecek ve/veya sosyal kuralları ihlal edecek davranışlardan kaçınması.

Güvenlik: Bireyin kendisinin, ilişkilerinin ve toplumunun güvenliği, uyumu ve istikrarı.

Diğer yandan muhasebecilerin ve muhasebe denetçilerinin kişilik yapılarına yönelik araştırmalar, özellikle A.B.D. ve Avrupa ülkelerinin bazı halka açık şirketlerinde olmak üzere ortaya çıkan muhasebe skandallarının ardından, hızla önem kazanmaya başlamıştır. Muhasebecilerin mesleki etik kurallarını algılamalarını ve uygulamaya yansıtma şekillerini sağlayan kişilik özelliklerinin bilinmesi işletme ve ekonomi çevreleri tarafından yaşanan bu ve benzeri muhasebe skandalları ile dikkat çekici boyuta ulaşmıştır.

Muhasebecilerin kişilik özelliklerine yönelik yapılan araştırmalar 1990'lı yılların başında itibaren özellikle Granleese ve Barrett'ın yaptığı çalışmalarla gündeme gelmiştir. Granleese ve Barrett (1990) tarafından İrlanda Yeminli Muhasebeciler Enstitüsüne (Institute of Chartered Accountants in Ireland) üye 100 kişi üzerinde yaptığı sosyal ve kişilik özellikleri hakkındaki araştırmasında Eysenck Kişilik Anketi kullanmıştır. Sonuçta muhasebecilerin biyografik ve demografik nedenlerle muhasebe mesleğini seçtikleri sonucuna ulaşmışlardır. Granleese ve Barrett (1993) bir diğer çalışmalarında üç ayrı uzman

kuruma üye erkek Yeminli Muhasebecilerin üzerinde karşılaştırmalı olarak kişilik özellikleri araştırmasında bulunmuşlardır. Araştırmayı gerçekleştirmek için İngiltere ve Galler Yeminli Muhasebeciler Enstitüsünden (The Institute of Chartered Accountants in England & Wales - ICAEW) 111, İskoçya Yeminli Muhasebeciler Enstitüsünden (The Institute of Chartered Accountants of Scotland - ICAS) 97 ve İrlanda Yeminli Muhasebeciler Enstitüsünden (The Institute of Chartered Accountants in Ireland – ICAI) 92 denek kullanmışlardır. Sonuç olarak araştırma kapsamındaki Yeminli Muhasebecilerin hassas duygulu, sosyal güveni olan ve içe dönük birey olduklarını ortaya koymuşlardır. Ayrıca uygulanan ankete cevap veren 300 kişinin genel olarak iş tatminine sahip olduklarını saptamışlardır. Daha sonra Davidson ve Etherington (1995) tarafından yapılan çalışmada muhasebe öğrencilerinin ve muhasebecilerin kişilik özelliklerinin muhasebe eğitimi ve uzmanlığına etkileri ölçülmüş, Glover v.d. (2000) Afro-Amerikan muhasebeciler üzerinde yaptıkları kişilik araştırması araştırma ise iş tatminin ölçümünden ileriye gitmemiştir.

Bu çalışma içerik olarak dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm çalışmanın giriş bölümünü oluşturup genel kapsam hakkında teorik ve bilgilendirici nitelik taşımaktadır. İkinci bölüm çalışmanın araştırma kısmı ile ilgilidir. Bu bölümde Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odalar Birliği'ne (TÜRMOB) kayıtlı Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlerin yaşam değeri yönelimlerini tespit etmek amacıyla yapılmış araştırmaya detaylı olarak yer verilmiştir. Üçüncü bölümde araştırmanın bulguları ve araştırma ile elde edilen sonuçların yorumlanması yer almaktadır. Araştırma, sonucun yer aldığı dördüncü bölümden sonra kaynakça ile son bulmaktadır.

2. Araştırma

2.1. Araştırmanın Amacı

Özellikle 1990'lı ve 2000'li yıllarda Lucent Technologies, Parmalat Microstrategy, Xerox, Lemout & Hauspie, Anicom, Mercury Finance, Enron v.b. şirketlerin bünyelerinde ortaya çıkan muhasebe skandallarının ardından muhasebe ve muhasebe denetimi mesleği ile ilgili çevrelerde etik kavramı sıkça tartışılır hale gelmiştir. Muhasebe ve denetim şirketlerinin yöneticileri ve çalışanlarının evrensel etik değerlerine sahip olmaları gerekliliği bu tartışmaların ortak bir sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır. Diğer yandan bireylerin evrensel anlamdaki etik kriterlerine uygun kişilik özelliklerine sahip bulunmaları yaşam değerleri yönelimleri ile doğrudan ilgilidir. Yaşam değeri, bireylerin kişisel ve sosyal seçimlerini belirlediği gibi etik değerlerini de şekillendirmektedir. Bu nedenle muhasebe ve muhasebe denetimi çevreleri üzerinde yapılacak etik ile araştırmalarından önce yaşam değeri yönelimleri de belirlenmelidir.

Bu bağlamda araştırmanın amacı, Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odalar Birliği'ne kayıtlı Serbest Muhasebeci ve Mali Müşavirlerin yaşam değeri yönelimlerini belirlemektir. Kuşkusuz ki Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler Türkiye'deki muhasebe ve muhasebe denetimi ile ilgili faaliyetlerde her düzeyde çalışan ve etkin karar unsuru durumunda bulunan mesleki çevredir.

2.2. Literatür Araştırması

Değerler teorisine yönelik ilk parametrik olmayan çalışma Schwartz (1992) tarafından yapılmıştır. Bu çalışmada Schwartz bütün toplumsal yapılara uyarlı olduğu sonucuna vardığı 10 temel değeri ortaya koymuştur. Schwartz'ın çalış-

masında 60 ülkeden örneklem oluşturmuş olmasında sonuçlarının güvenilirliğini sağlamıştır. Daha sonraki çalışmasında Schwartz (2004), 27 ülkeden oluşturduğu örneklem çerçevesinde doğrulayıcı faktör analizi sonuçlarına bağlı olarak daha önce belirlemiş olduğu (1992) 10 yaşam değerinin birbirinden bağımsız bölümlenmiş bir yapıdan ziyade bütüncül motivasyonel bir yapıyı arz ettiği sonucunu elde etmiştir. Schwartz'a göre yaşam değerleri birbirleriyle ilişkilidir ve etkileşimli olarak bir üst değer yaratmaktadır. Plutchik ve Conte (1997) her bir yaşam değerini bir çemberin içindeki noktalara benzetmişler ve aralarında ilişkinin azalması durumunda çember içindeki noktalar arasındaki uzaklığın artacağını ilişkinin artması durumunda noktalar arasındaki mesafenin azalacağı ve birbirine yaklaşan değerlerin birlikte yeni ifadeler yaratacağını ortaya koymuşlardır Brunso v.d. (2004), Schwartz'ın sadece psikoloji alanına yönelik yaptığı genel kişilik çalışmasını psikoloji alanına dışına taşımışlardır Brunso v.d. yaşam değerleri ve yiyecek ilişkili yaşam tarzı arasında bir ilişki aramışlar ve çalışmalarının sonucunda anlamlı bir ilişki bulmuşlardır. Türkiye'de de yaşam değeri yönelimlerine yönelik yapılmış çalışmalar bulunmaktadır. Schwartz'ın çalışmalarına bağlı olarak Kapu (2001), Güneydoğu Anadolu Bölgesinde yaşayan girişimcilerin yaşam değeri yönelimlerini belirlemeye yönelik bir çalışma yapmıştır. Yıldız (2004) ise Kafkas üniversitesinde görevli bulunan öğretim elemanı kadrosunun yaşam değeri yönelimlerini belirlemiştir.

2.3. Araştırma'nın Metodolojisi

2.3.1. Araştırma'nın Ön Çalışması ve Örneklem Oluşturulması

Araştırma'nın amacını gerçekleştirebilmek için Serbest Muhasebeci ve Mali Müşavirlere Kapu (2001) ile Schwartz ve Boehnke (2004)'nin çalışmalarına dayanarak geliştirilmiş anket uygulanmıştır. Anketin örnek kütleye uygunluğu (ge-

çerlilik ve güvenilirliği) bir ön çalışma ile test edilmiştir. Ön çalışma amacıyla Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi İşletme bölümü öğrencilerinden elde edilen örneklem çerçevesinden basit tesadüfi örnekleme yöntemi ile 45 öğrenci belirlenmiş ve bunlara oluşturulan anket uygulanmıştır. İçerik geçerliliğini sağlamak amacıyla bu konuda uzman olan akademisyenler ile görüşülmüştür. Elde edilen neticede anketteki bazı soruların yanlış anlaşılmaya sebep olabileceği veya birden fazla anlamı çağrıştırmaya muhtemel olduğundan bazı eklemeler ve değişiklikler yapılarak anket düzeltilmiştir. İç tutarlılığı ölçmek amacıyla "Cronbach Alpha" testi kullanılmıştır. Bu testin sonucunda ölçeğin alpha değeri %81,892 çıkmıştır. Anket sorularına daha önce seçilen öğrenciler tarafından alınmasının olumsuz etkisinin giderilmesi amacıyla tekrar basit tesadüfi örnekleme yöntemiyle ve bu sefer Karadeniz Teknik Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme bölümü öğrencilerinden 40 kişi belirlenmiştir. Aynı olguyu ölçen farklı soru cümlelerine verilen cevapların uyumları incelenmiş ve sonuç tutarlı çıkmıştır.

Araştırma'nın evreni Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliği'ne (TÜRMOB) kayıtlı Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlerdir. Örnekleme çerçevesi gayeli örnekleme yöntemine göre belirlenmiştir ve örnekleme çerçevesi toplam 448 Serbest Muhasebeci Mali Müşavirden oluşmaktadır.

2.3.2. Veri ve Bilgi Toplama Yöntem ve Aracı

Araştırmanın amacına ulaşabilmek için Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlere hazırlanan anket uygulanmıştır. Ankette sorulan sorulara 5'li likert ölçeği (5; Kesinlikle katılıyorum,.....,1; Kesinlikle katılmıyorum) ile cevap verilmesi istenmiştir. Araştırma'nın anketi iki bölüme ayrılmıştır. Birinci bölümde ankete katılanların cinsiyetini, yaşını, büyüme ortamını, medeni

halini belirlemeye yönelik demografik değişkenleri içeren sorular, ikinci bölümde ise anket katılanların yaşam değerlerini belirlemeye yönelik 35 soru yer almaktadır. Anket verilerinin analizinde SPSS 13 paket programları kullanılmıştır

Anketörlerin anket sorularını yanıtlarken kendilerini rahat hissedemeyeceği ve araştırma'nın sonuçlarının olumsuz olarak etkileneceği düşünülerek cevaplamanın kendi kendine yapılması uygun bulunmuştur. Bu nedenle anket sorularının cevaplanmasında araç etkisi bulunmamaktadır. Cevaplamada oluşabilecek olumsuz etkinin önüne geçebilmek için anket soruları arasında kişilerin kimliklerini ortaya çıkarıcı herhangi bir soruya yer verilmemiştir. Anket önlü-arkalı olarak tek sayfa halinde sunulmuştur.

2.3.3. Araştırma'nın Kısıtları

Yapılan bu araştırmada zaman ve maliyet kısıtları

rı mevcut olduğu gibi anketin ulaştırıldığı ilgili kişilerden beklenen ilgi elde edilmemiştir. Anket Türkiye'nin bütün illerinde uygulanarak tamamına yakın bir Türkiye örneğine ulaşılmak istenmesine rağmen sözü edilen kısıtlardan dolayı amaç tam anlamıyla gerçekleştirilememiştir. Araştırma 11.07.2005 ile 30.09.2005 tarihleri arasında elektronik posta, mektup, doğrudan iletişim aracılığı ile gerçekleştirilmiş ve 17-26 Eylül 2005 tarihleri arasında Ankara'da TÜRMOB tarafından yapılan 2005 yılı 2. dönem Yeminli Mali Müşavirlik sınavında uygulanmıştır

3. Bulgular ve Yorum

3.1. Demografik Değişkenler

Anket'e cevap veren Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlerin kayıtlı oldukları odalar ve odalardan cevap verenlerin sayısı aşağıdaki Tablo-1 aracılığı ile verilmiştir

Tablo-1: Ankete Katılanların Bağlı Oldukları Odalar

İl	Sayı	İl	Sayı
Hatay	93	İstanbul	74
İzmir	53	Balıkesir	39
Ankara	30	Aydın	29
Bilinmeyen	27	Denizli	24
Bursa	15	Trabzon	8
Giresun	6	Kayseri	5
Adana	4	Muğla, Ordu, Rize, Samsun, Van, Konya, Gaziantep.	3'er
Antalya, Erzincan, Karabük, Tekirdağ, Tokat.	2'şer	Kahramanmaraş, Düzce, Çanakkale, Çorum, Bolu, Erzurum, Kütahya.	1'er

Tablo-1'e göre Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odalar Birliği'ne (TÜRMOB) bağlı Serbest Muhasebeci ve Mali Müşavirler Odalarından 31 ilde bulunanlara kayıtlı toplam 448 Serbest Muhasebeci ve Mali Müşavir üzerinde anket uygulanmıştır. Bunun yanında anketi cevaplayanlardan 27 kişi kayıtlı oldukları odanın hangi ilde bulunduğunu belirtmemiştir.

Ankete cevap veren Serbest Muhasebeci ve Mali Müşavirlere bazı demografik özelliklerinin belirlenmesine yönelik sorular aşağıda bulunan Tablo-2 aracılığı ile yansıtılmıştır. Buna göre, Serbest Muhasebeci ve Mali Müşavirlere medeni hal, cinsiyet, büyüme ortamı, yaş, yaşanılan yer özelliği, meslekte çalışma süresi ve meslek kuruluşlarında görevli olup olmadıklarına dair yedi adet soru sorulmuştur.

Tablo-2: Ankete Katılanların Demografik Özellikleri

Medeni Hal	N	%	Cinsiyet	N	%
Evli	354	79,0			
Bekar	77	17,2	Bayan	74	16,5
Dul	17	3,8	Erkek	374	83,5
Büyüme Ortamı	N	%	Yaş	N	%
Köy	60	13,4	24-35	117	26,1
İlçe	108	24,1	36-45	210	46,9
İl	205	45,8	46-55	105	24,3
Metropol	75	16,7	56 ve üstü	16	3,6
Yaşanılan Yer	N	%	Meslekte Çalışma Süresi	N	%
İlçe	90	20,1	0-5	57	12,7
İl	201	44,9	6-10	71	15,8
Metropol	157	35,0	11-20	159	35,5
Meslek Kuruluşlarında Görev	N	%	21-25	110	24,6
Var	97	21,7	26 ve üstü	51	11,4
Yok	351	78,3			

Demografik özelliklere yönelik sorulara verilen cevaplara göre anketi cevaplayanların çoğunluklu kısmı evli (%79) olup büyük bir kısmı erkektir (%83,5). Dikkat çeken ağırlıklı bir başka konu ise anketi cevaplayanların %78,3'lük bölümünün mesleki kuruluşlarda idari görevlerinin olmamasıdır. Ayrıca anket formunu cevaplayanların %71,5'lik bölümü belirli olarak meslekte 10 yıldan uzun bir süredir çalışmakta olup Yeminli Mali Müşavirlik sıfatına aday konumdadır.

3.2. Faktör Analizi

Yaşam Değeri anketindeki 35 soruya verilen cevapların genel ortalaması 3,60 ve standart sap-

ması ise 0,822'dir. Verilen cevapların altında yatan faktörleri bulmak amacıyla, faktör analizi uygulanmıştır (Temel bileşenler analizi, Equamax rotasyonu). Faktör analizinden önce, örnek alınan kütlelin yeterliliğini test etmek için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve verilerin uygunluğunu test etmek için de Barlett's Test of Sphericity uygulanmıştır (KMO: 0,708, Barlett's Test of Sphericity: 2023.430 $p < 0,000$). Tüm anket sorularının güvenilirliğini ölçen Cronbach $\alpha = 0,690$ 'dır. Bu testler sonucu verilerin faktör analizinin uygulanmasına uygun olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Faktör analizi sonuçları aşağıda bulunan Tablo-3'de görülmektedir.

Tablo 3. Faktör Analizi Sonuçları

Değişkenler	Değişken Ortalama	Faktör Ortak Varyansı	Faktör Yükleri							
			1	2	3	4	5	6	7	8
1	4.00	.474	.420	.237	-.106	.337	-.050	-.166	.029	-.169
2	4.52	.641	.767	.015	.019	-.039	-.030	.099	.155	.022
3	4.37	.481	.451	-.194	.052	.131	.041	.024	-.245	.108
4	4.22	.610	.226	-.109	.459	.059	-.087	-.222	-.164	-.027
5	4.59	.516	.610	-.003	.181	.016	.065	-.044	.141	-.107
6	4.12	.609	-.009	-.057	.031	.009	-.015	.102	.047	-.046
7	3.98	.528	-.092	-.091	.401	.226	.139	-.132	.499	.059
8	4.41	.643	.106	-.074	.704	.011	.122	.173	-.140	-.086
9	1.95	.487	-.237	.105	.111	-.126	.512	.107	.191	.062
10	2.35	.601	.023	.277	-.036	.004	.123	-.330	-.080	.446
11	4.01	.549	.057	.110	.161	.104	-.173	.228	.072	-.023
12	3.24	.506	.057	.013	-.125	.056	.156	.130	.183	.578
13	3.91	.469	.060	.411	.041	.408	-.025	.158	.133	-.203
14	3.35	.458	.003	.459	-.036	.265	.193	.069	-.051	.207
15	4.08	.636	.091	.040	.037	.087	.023	.015	.080	.096

16	4.08	.557	.186	-.007	.035	.019	.110	.093	.703	.026
17	3.25	.634	.506	.113	-.373	-.170	.113	.052	-.073	.362
18	4.05	.493	.155	-.088	-.109	.282	.166	.354	.111	.286
19	4.22	.559	.227	-.047	-.093	.078	.635	.171	-.036	-.043
20	3.29	.506	-.052	.643	-.085	.146	.106	-.100	-.152	-.018
21	4.34	.679	-.072	.092	-.063	.033	.120	.188	.071	.044
22	3.41	.525	-.082	.472	-.026	-.102	.381	-.011	.056	.074
23	2.95	.468	-.017	.037	.125	.234	.505	.034	.024	.259
24	4.16	.428	.121	.080	.080	.500	-.049	-.229	.051	.061
25	4.13	.482	.163	-.009	.179	.178	.297	.338	.122	.134
26	4.28	.558	.075	.142	-.156	.215	-.245	-.099	.505	.090
27	3.07	.559	-.061	.190	.062	.068	.002	.641	-.095	.077
28	3.25	.686	.196	.076	-.012	.070	-.178	.183	.048	-.027
29	3.54	.492	.071	-.111	.085	-.073	.276	.588	.064	.051
30	3.76	.627	-.097	-.002	-.004	.720	.144	.139	.086	.121
31	3.42	.589	-.143	.083	.320	.294	-.032	.198	-.076	.535
32	4.12	.453	.051	.103	.127	.300	-.027	.097	.211	.217
33	2.82	.571	-.016	.089	.656	-.043	-.034	.067	.277	.091
34	3.67	.534	.125	.672	.037	-.047	-.150	.089	.106	.056
35	3.04	.511	-.134	.425	.098	-.189	-.270	-.067	.206	.350
Faktör Ortalaması			0,497	0,541	0,606	0,482	0,509	0,528	0,604	0,520
Faktör Özdeğeri			2.028	2.011	1.798	1.742	1.680	1.630	1.532	1.507
Faktör % Varyansı			5.794	5.747	5.136	4.977	4.801	4.657	4.377	4.306
Faktör Cronbach Alfa			0,979	0,973	0,949	0,913	0,907	0,897	0,891	0,882

Faktör analizinde özdeğeri 1'in üzerinde olan ve en az iki soru ile cevaplanan faktörler dikkate alınmıştır Ölçeği belirleyen değişkenlerin temelinde, değişkenliğin büyük kısmını açıklayan 8 adet faktör bulunmuştur.

Faktör 1. Uyum

Birinci faktör olan "Uyum"; anket soruları içinde yer alan 1., 2., 3., 5., 17. ve 19. değişkenlerini içermekte olup, faktör ortalaması 0,497, faktör özdeğeri 2.028'dir. Birinci faktör toplam varyansın % 5.794'sını açıklamakta, güvenilirlik katsayısı Cronbach $\alpha = 0,979$ 'dir. Faktörü oluşturan değişkenlerin faktördeki yüklerine bakıldığında, en önemli değişken 2.sidir. Faktör içinde toplanan değişkenler sırasıyla; "İnsanların davranışları beni rahatsız etse de onların psikolojik durumlarını kavramaya çalışırım", "İhtiyaçlı olan insanlarla dayanışma içinde olunmalıdır", "Toplumsal kurallara uygun yaşam tarzına sahip olmak gerekir", "Toplumsal düzenin korunması için bireyler iş birliği yapmalıdır", "Çevremdeki düzene sonuçları ne olursa olsun ayak uydururum", "Milli ve dini bayramlar geleneklerimizi yaşatmak için bir fırsattır" şeklindedir. Bir bütün olarak faktörde toplanan değişkenler bireylerin çevresindeki toplumsal ve kültürel düzenle uyumlu yaşama arzusunda olduğunu göstermektedir.

Faktör 2. Güç

İkinci faktör olan "Güç"; anket soruları içinde yer alan 14., 20., 22., 34. ve 35. değişkenleri içermekte olup, faktör ortalaması 0,541, faktör özdeğeri 2.011'dir. Birinci faktör toplam varyansın % 5.747'sini açıklamakta, güvenilirlik katsayısı Cronbach $\alpha = 0,973$ 'dir. Faktörü oluşturan değişkenlerin faktördeki yüklerine bakıldığında, en önemli değişken 34.südür. Faktör içinde toplanan değişkenler sırasıyla; "İş ilişkilerimde gücü elinde bulunduran taraf her zaman ben olmuşumdur", "Nasıl davranacağıma kendim karar veririm ve toplumsal baskıları umur-

samam", "Uzmanları yönetmeyi uzman olmaya tercih ederim", "Problemlerimi kendi başıma çözerim", "Hayatımda şans veya kadere yer yoktur" şeklindedir. Güç faktörünü belirleyen değişkenler, bireyin sosyal yaşamda kişiler, sosyal gruplar ve kaynaklar üzerindeki egemen olma arzusunu ön plana çıkarmaktadır Güç yaşam değerini benimseyen kişiler olgulara karşı değişken olmaksızın belirleyici olmayı yeğlerler.

Faktör 3. Evrensellik

Üçüncü faktör olan "Evrensellik"; anket soruları içinde yer alan 4., 8. ve 33. değişkenleri içermekte olup, faktör ortalaması 0,606, faktör özdeğeri 1.798'dir. Birinci faktör toplam varyansın % 5.136'sını açıklamakta, güvenilirlik katsayısı Cronbach $\alpha = 0,949$ 'dir. Faktörü oluşturan değişkenlerin faktördeki yüklerine bakıldığında, en önemli değişken 8.sidir. Faktör içinde toplanan değişkenler sırasıyla; "Günümüze ulaşan tarihi ve kültürel eserleri inşa edenlere karşı hayranlık duyarım", "Doğa insan ihtiyaçları için tahrip edilmemelidir", "Düzenli olarak derneklere maddi yardımda bulunurum" şeklindedir. Evrensellik yaşam değeri, bireylerin doğa ve/veya insan etmeni ile oluşan soyut veya somut eserlere karşı koruyucu tutum sergilemeleri ile oluşmaktadır.

Faktör 4. Dürtü

Dördüncü faktör olan Dürtü; anket soruları içinde yer alan 13., 24., 30. ve 32. değişkenleri içermekte olup, faktör ortalaması 0,482, faktör özdeğeri 1.742'dir. Birinci faktör toplam varyansın % 4.977'sini açıklamakta, güvenilirlik katsayısı Cronbach $\alpha = 0,913$ 'dir. Faktörü oluşturan değişkenlerin faktördeki yüklerine bakıldığında, en önemli değişken 30.südür. Faktör içinde toplanan değişkenler sırasıyla; "Zorluklara karşı meydan okumak benim için olağandır", "Yaşamın farklı alanlarında yeni deneyimler edinmek beni oldukça heyecanlandırır", "Yeni bir şey sa-

tın almak çocukluğumda olduğu gibi beni hala heyecandırır”, “Mesleğimin en başarılı men-subu olmak için çalışırım” şeklindedir. Faktörü açıklayan değişkenlerden de anlaşılacağı üzere, Dürtü, bireylerin sürekli değişim içinde yeni deneyimlere yönelik hareketli bir yaşam değeridir. Ayrıca Dürtü, bireylerin gerektiği zaman meydan okumaktan çekinmediği dinamik bir değerdir.

Faktör 5. Gelenek

Beşinci faktör olan “Gelenek”; anket soruları içinde yer alan 9. ve 23. değişkenleri içermekte olup, faktör ortalaması 0,509, faktör özdeğeri 1.680’dir. Birinci faktör toplam varyansın % 4.801’sını açıklamakta, güvenilirlik katsayısı Cronbach $\alpha = 0,907$ ’dir. Faktörü oluşturan değişkenlerin faktördeki yüklerine bakıldığında, en önemli değişken 9.sudur. Faktör içinde toplanan değişkenler sırasıyla; “İnsanlar görücü vasıtasıyla tanıştığı kişilerle evlenmelidirler” ve “Yeniliklere karşı temkinli olmak gerekir” şeklindedir. Gelenek faktörünü oluşturan değişkenler, bireylerin kendilerine toplum tarafından sunulan örf ve adetler ile genel kabul görmüş geleneklere bağlılığını ifade etmektedir. Gelenek yaşam değerini benimsemiş bireylerin yenilikleri kısa vadede kabul edemediği ve değişime temkinli yaklaştığı ortadadır.

Faktör 6. Ait Olma

Altıncı faktör olan Ait olma; anket soruları içinde yer alan 18., 27. ve 29. değişkenleri içermekte olup, faktör ortalaması 0,528, faktör özdeğeri 1.630’dir. Birinci faktör toplam varyansın % 4.657’sını açıklamakta, güvenilirlik katsayısı Cronbach $\alpha = 0,897$ ’dir. Faktörü oluşturan değişkenlerin faktördeki yüklerine bakıldığında, en önemli değişken 27.sidir. Faktör içinde toplanan değişkenler sırasıyla; “İnsanlar için en önemli olan şey güvenlik duygusudur”, “Çevre-me kendimi ispatlamak için elimden geleni yaparım”, “Önemli kararlar alınmadan önce aile

büyüklerine danışmak gerekir” şeklindedir. Ait olma yaşam değerini oluşturan değişkenler birlikte ele alındığında bireylerin davranış ve düşünce temalarında genel olarak ait oldukları sosyal grup bulunmaktadır. Bireyler, kişisel güvenliklerinin bile ait oldukları sosyal grup tarafından karşılandığını düşünmekte ve eylemlerinin ait oldukları toplum tarafından benimsenmesini ve beğeni kazanmasını arzulamaktadırlar.

Faktör 7. Yardımseverlik

Birinci faktör olan “Yardımseverlik”; anket soruları içinde yer alan 16. ve 26. değişkenleri içermekte olup, faktör ortalaması 0,604, faktör özdeğeri 1.532’dir. Birinci faktör toplam varyansın % 4.377’sini açıklamakta, güvenilirlik katsayısı Cronbach $\alpha = 0,891$ ’dir. Faktörü oluşturan değişkenlerin faktördeki yüklerine bakıldığında, en önemli değişken 16.sıdır. Faktör içinde toplanan değişkenler sırasıyla; “Cömertlik önemli bir insani değerdir”, “İnsan bağımsız düşündüğü sürece kendini var edebilir” şeklindedir. Yardımseverlik yaşam değerini oluşturan değişkenler, bireylerin insan odaklılığını ön planda tutmaktadır. Bu yaşam değerine göre cömertlik en yaşamsal değerdir.

Faktör 8. Hazcılık

Sekizinci faktör olan “Hazcılık”; anket soruları içinde yer alan 10., 12. ve 31. değişkenleri içermekte olup, faktör ortalaması 0,520, faktör özdeğeri 1.507’dir. Birinci faktör toplam varyansın % 4.306’sını açıklamakta, güvenilirlik katsayısı Cronbach $\alpha = 0,882$ ’dir. Faktörü oluşturan değişkenlerin faktördeki yüklerine bakıldığında, en önemli değişken 12.sidir. Faktör içinde toplanan değişkenler sırasıyla; “Karar alırken başkalarının fikrine danışmama gerek yoktur”, “Benim için haz veren şey iyi, acı veren şey kötüdür”, “Statümün güçlü olmadığı bir işte asla çalışmam” şeklindedir. Faktörü oluşturan değişkenler göz önüne alındığı takdirde Hazcılık yaşam değerini benimsemiş bireyler sosyal yaşa-

mın odağına kendilerini koymaktadırlar ve haz aldıkları taktirde olguları benimsemektedirler Yaşam değerleri arasında felsefe olarak doğuşu en eski çağlara kadar dayan Hazcılığın Kyrene Okulunun kurucusu olan Aristippos tarafından ilk olarak ortaya koyulduğu düşünülmektedir. Aristippos'a göre haz veren şey iyidir. Haz ve iyi aynı anlama gelmektedir (Akarsu,1975).

4. Sonuç

Araştırmanın sonucunda Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odalar Birliği'ne kayıtlı Serbest Muhasebeci ve Mali Müşavirlerin Uyum, Güç, Evrensellik, Dürtü, Gelenek, Ait Olma, Yardımseverlik ve Hazcılık olmak üzere sekiz adet yaşam değeri yönelimi olduğu tespit edilmiştir. Faktör analizi sonucuna göre bu sekiz yaşam değeri arasından Uyum'un, gerek faktör özdeğeri (2.028) ile gerekse de faktör varyansı (%5.794) ile diğer yedi adet yaşam değeri yönelimine göre daha baskın olduğu görülmektedir.

Araştırmamız, Schwartz'ın (1992;1994) geliştirmiş olduğu yaşam değeri yönelimlerinden farklı olarak Türkiye'de faaliyet gösteren Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlerin "Ait Olma" yaşam değerine sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlerin, kendilerine yöneltilen anket formuna verdikleri cevaplar doğrultusunda, sosyal kişilik tavırlarının diğer yedi yaşam değeri ile birlikte içinde buldukları sosyal gruba ait olma ihtiyacı içinde geliştiği saptanmıştır. Bu noktada, sosyal davranışlarının toplum tarafından benimsenmesi ve sosyal grup tarafından kabullenme Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler açısından önemlidir. Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde üçüncü safhada bulunan ait olma ihtiyacı, kişinin hayatındaki önemli kişiler tarafından anlaşılma ve kabul edilme biçiminde bir istediği içermektedir (Bilgin,2001:45). Diğer yandan araştırmamızın Schwartz ölçeğinden bir diğer farklılaşması olarak Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlerin yaşam değerleri yönelimleri arasında Elde etme, Öz Yönelim ve Güvenlik bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

- Akarsu, B. (1975). Felsefe Terimleri Sözlüğü, Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara.
- Bilgin, A. (2001). Kadınların Varolma Yolları, Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, Cilt:XIV, Sayı:1, ss:43-48.
- Brunso, K., Scholderer, J. Ve Grunert, K.G. (2004). Testing Relationships Between Values and Food-Related Lifestyle: Results from two European Countries, , Research Report, Aarhus School of Business, Denmark.
- Davidson R.A. ve Etherington L.D. (1995). Personalities of Accounting Students and Public Accountants: Implications for Accounting Educators and the Profession, Journal of Accounting Education, Volume 13, Issue 4, ss. 425-444.
- Glover, H.D., Mynatt, P.G. ve Schroeder R.G. (2000). The Personality, Job Satisfaction and Turnover Intentions Of African-American Male And Female Accountants: An Examination of The Human Capital And Structural/Class Theories, Critical Perspectives on Accounting, Volume: 11, Issue 2, ss.173-192.
- Granleese J. ve Barrett T.F. (1990). The Social and Personality Characteristics of the Irish Chartered Accountant, Personality and Individual Differences, Volume 11, Issue 9, ss. 957-964.
- Granleese J. ve Barrett T.F. (1993). Job Satisfaction, And The Social, Occupational And Personality Characteristics Of Male Chartered Accountants From Three Professional Bodies, The British Accounting Review, Volume 25, Issue 2, ss. 177-200.
- Kapu, H. (2001) "Orta ve Güneydoğu Anadolu'da Yaşayan Girişimci/Yöneticilerin Yaşam ve Girişim Değerleri" Yayınlanmamış Doktora tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Rokeach, M. (1968). Beliefs, Attitudes and Values, Jossey-Bass, San Francisco.
- Rokeach, M. (1973). The Nature of Human Values, Free Pres, New York.
- Schwartz, S.H. (1992). Universals in the content and structure of values: theoretical advances and empirical tests in 20 countries.. M.P. Zanna (Ed.), Vol.25, ss.1-65, Advances in experimental social psychology, San Diego, CA: Academic Pres.
- Schwartz, S.H. ve Bilsky, W. (1987). Toward a universal psychological structure of human values. Journal of personality and social psychology, 53, ss.550-562.
- Schwartz, S.H. ve Boehnke, K. (2004). Evaluating the Structure of Human values with confirmatory factor analysis, Journal of research in personality, 38, ss.230-255
- Plutchik, R., ve Conte, H.R. (1997). Circumplex Models of Personality and Emotions, American Psychological Association (APA) Boks, Washington.
- Yıldız, S. (2004). "Öğüt Kültürü ve Kafkas Üniversitesi Akademik Personeli Arasında Paylaşılan Değerler" Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Trabzon.