

Vergi Bilincinin Oluşumunda Bilişim Teknolojilerinin Rolü: İzmir İli İçin Bir Uygulama

Haluk EGELİ
haluk.egeli@deu.edu.tr

Funda DİRİL
funda.diril@deu.edu.tr

The Role of Information Technologies on the Tax Awareness Formation: An Application for Izmir Province

Abstract

Today, it is necessary to establish and give effect to the mechanisms which increase the tax awareness to ensure the maximum benefit from taxation. Information technologies, which plays a very important role for the country's economy by increasing the tax awareness. In this study, firstly, tax awareness concept and the importance of information technologies in creation of tax awareness are introduced and the point how the use of social media tools affects the tax awareness is emphasized. Then, a survey is conducted for the Certified Public Accountant for the province of Izmir .The answers to the survey questions in the questionnaire are firstly subjected to the analysis of the frequency and reliability and then eight of them are subjected to the ANOVA test within the framework of one-way analysis of variance and the findings are evaluated.

Keywords : Tax Awareness, Information Technologies, Social Media.

JEL Classification Codes : H20, L86.

Özet

Günümüzde vergilemeden maksimum fayda sağlanabilmesi için vergi bilincini arttıran mekanizmaların oluşturulması ve işlevsel kılınması gerekmektedir. Bilişim teknolojileri, vergi bilincini artırarak ülke ekonomisinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu çalışmada öncelikle vergi bilinci kavramı ve vergi bilincinin oluşturulmasında bilişim teknolojilerinin yeri ana hatlarıyla ortaya konulmuş ve sosyal medya araçlarının kullanımının vergi bilincini ne yönde artırdığı hususuna vurgu yapılmıştır. Daha sonra İzmir ili için serbest muhasebeci mali müşavir mali müşavirlere yönelik bir anket uygulaması yapılmıştır. Ankete verilen yanıtlar önce frekans ve güvenilirlik analizlerine tabi tutularak anket sorularından anlamlı bulunan sekizine ANOVA testi çerçevesinde tek yönlü varyans analizi yapılmış ve elde edilen bulgular değerlendirilmiştir.

Anahtar Sözcükler : Vergi Bilinci, Bilişim Teknolojileri, Sosyal Medya.

1. Giriş

Günümüzde bilgi ve iletişim teknolojilerinin kamu yönetiminde verimlilik, etkinlik, şeffaflık ve güvenilirliğin artırılması amacıyla kullanımına hız verilmiştir. Vergi bilincinin oluşturulması bakımından özellikle sosyal medya araçlarının vergi idaresi-mükellef ilişkilerinin geliştirilmesinde ve mükelleflerin vergilendirme süreçlerine yönelik davranışlarının şekillendirilmesinde önemli bir rol oynadığı söylenebilir. Nitekim pek çok gelişmiş ülkede vergi idareleri bilişim teknolojileri uygulamalarını daha da geliştirmek suretiyle vergilendirme tekniğine ilişkin konularda etkinliğe ulaşmak için yoğun çalışmalar yürütmektedir. Ülkemizde ise başta Gelir İdaresi Başkanlığı olmak üzere çeşitli kamu kuruluşlarında gerek otomasyon sistemine bağlı olarak kuruluşlar arası bilgi ağının giderek artması gerekse mükelleflerle iletişime yönelik bilişim teknolojilerine dayalı yeni uygulamaların etkisiyle vergi bilincinin artırılmasına yönelik çalışmalar yapılmaktadır. Esasen bu çalışmalar kamunun yeniden yapılandırılması kapsamında 2000’li yılların başarılarından itibaren başlatılmış olup kamuda başta şeffaflığı ve hesap verebilirliği sağlamak yönünden verimli ve etkin bir hizmet anlayışının oluşturulması amacıyla hizmet etmektedir. Ülkemizde ücretsiz vergi danışmanlığı hizmeti olmadığından, mevzuatın karmaşık olduğunu düşünerek, bilhassa zaman alan ve uğraştırıcı işlemlerin fazla olduğu vergi işlemlerinde mükellef, vergi ödevini geciktirebilmektedir. Bu nedenle idari ve yargısal anlamda yasal sürenin kaçırıldığı gözlenmektedir. Nitekim meslek mensupları da mükelleflerden zamanında belge ve bilgi kendilerine ulaşmadığı için şikâyetçi olmaktadır. Bu anlamda, vergi bilincinin toplumun tüm kesiminde yaygınlaşması ve bilişim teknolojilerinin kullanımının, vergi ödevlerinin doğru zamanda ve tutarda yerine getirileceğine önemli katkıda bulunacağı söylenebilir.

Bu çalışmada öncelikle vergi bilinci kavramı üzerinde durularak vergi bilincinin oluşturulmasında ülkemizde ve dünyada bilişim teknolojileri kullanımının rolü, önemi ve eksikliğinde ortaya çıkan sorunlar hakkında bilgi verilerek bilişim teknolojilerinin en önemli unsurlarından biri olan sosyal medya araçlarının vergi bilincinin oluşturulmasına olan etkisi hakkında bilgi verilmiştir. Daha sonra vergi tahsilatı sürecinde mükellefler adına vergi sorumluluğu taşıyan mali müşavirlerin söz konusu süreçte bilişim teknolojileri kullanımı konusundaki farkındalığını ölçmek ve önerilerini değerlendirmek için İzmir ili ölçeğinde bir anket uygulaması yapılmıştır. Ankette kullanılan sorular ile serbest muhasebeci mali müşavirlerin vergi bilincini geliştirme noktasında bilişim teknolojilerinin kullanımı hakkındaki görüşleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Anket verileri doğrultusunda önce güvenilirlik ve frekans analizleri yapılmıştır. Daha sonra anket soruları üzerinden anlamlı bulunan sekiz hipotez seçilerek yapılan ANOVA testi sonuçlarına göre tek yönlü varyans analizi üzerinden elde edilen bulgular değerlendirilmiştir.

2. Vergi Bilinci Kavramı

Literatürde vergi bilinci kavramı üzerinde uzlaşmış bir tanıma rastlanılmamaktadır. Bir tanıma göre vergi bilinci “verginin farkında olunması” (Dornstein, 1987: 59) şeklinde tanımlanırken diğer bir tanımda ise “mükellefin ödediği vergi ile aldığı kamusal mal ve hizmetlerin ilişkilendirilmesi” şeklinde ifade edilmektedir (Savaşan ve Odabaş, 2005: 8). Kavram daha geniş açıdan ele alındığında, “kamu hizmetlerinin gerçekleştirilmesi bakımından verginin önemini bilen toplum bireylerinin, vergi ile ilgili ödevlerini yerine getirmedeki istekliliklerinin düzeyi” (Akdoğan, 2005: 180) şeklinde bir tanım yapılabilir. Vergi bilincinin tanımı üzerinde bir uzlaşma sağlanamamış olmasına rağmen genel olarak bakıldığında, tanımların ana noktasını bireylerin vergiyi algılamaları ve bunu davranışlarına olumlu şekilde yansıtmaları oluşturmaktadır. Bu çerçevede vergi bilinci ifade edilirken, bireylerde

oluşan vergi algısından ve verginin neden ödendiğine ya da alındığına vurgu yapılmış olması vergi bilincinin doğru bir tanımının yapılması için gereklidir. Vergi bilincinin diğer bir ifadesi olan vergi farkındalığı, bireylerin vergi mevzuatı, mevzuatta yapılan değişikliklerin takibi ve vergi uygulamaları konusunda bilgi sahibi olması anlamına gelmektedir. Verginin neden ödendiğinin farkındalığı ise, vergilerin yararlanılan kamu hizmetlerinin finansman kaynağı olarak görülmesini ifade etmektedir (Taytak, 2010: 498).

Vergi bilincinin önemi devletin otoritesi ve sürekliliği hususunda ön plana çıkmaktadır. Bu doğrultuda, vergi idaresi ile mükellefler arasındaki ilişkinin güçlendirilmesi yanında mükellefiyet ile vatandaşlık arasında bir bağ kurularak vergi bilincinin artırılmalıdır. Bunun için temel vatandaşlık ödevlerinden biri olan vergilendirilmeye yönelik eğitim anlayışının benimsenmesi gerekmektedir. Aksi takdirde vergiden kaçınma ve vergi kaçakçılığı gibi olumsuzlukların kayıt dışı ekonominin boyutlarının genişlemesine neden olması mümkün olabilecektir (Aydemir, 1993: 45).

3. Vergi Bilincinin Oluşumunda Bilişim Teknolojilerinin Önemi

Bilişim, bilgi ve iletişim kavramlarının birlikte ifade edilen şekli olarak genellikle bilginin elde edilmesi, iletilmesi, işlenmesi ve herkesin kullanımına sunulması olarak tanımlanmaktadır. Akademik literatürde İngilizce karşılığı “INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES (ICT)” olan bu kavram bilgi ve iletişim teknolojileri (BIT) olarak ifade edilmektedir (Özdemir ve Öksüzler, 2006: 45). Bilişim teknolojileri, bilginin toplanması, saklanması, işlenmesi, ulaştırılması ve dağıtılmasına hizmet eden teknolojiler (bilgisayar, veri depolama araçları, ağ ve iletişim araçları, yazılım geliştirme araçları) uygulama ve hizmetlerin (bilgi-işlem, uygulama yazılımı geliştirme, bilgi bankaları ve bilgi erişim hizmetleri vb.) bütünü ve sistem üzerindeki bilgilerin tümü olarak ifade edilmektedir (Yıldız, 2008: 216). Bilişim teknolojilerinin kullanılması yoluyla daha şeffaf, vatandaşa daha yakın, daha ucuz ve daha iyi çalışan bir idari yapı kurularak gerçekleştirilen bilgi paylaşımı sayesinde vergi sistemi de güçlenmektedir. Vergi dairelerinin otomasyonu konusunda bilişim teknolojilerindeki gelişmelerin çok etkili olduğu bilinmektedir (Allahverdi, 2012: 163).

Kamu yönetiminin yeniden yapılandırmasına yönelik çalışmalar birçok alanda yapılan reform çalışmalarını da beraberinde getirmiştir. Kamu kesimine yönelik ele alınan çalışmalarda iş ve piyasa merkezli olan özel sektör yönetimi teori ve tekniklerine yer verilmektedir. Ancak, İnternet Bilgisayar Teknolojilerinin (İBT) devlet ve ekonomi alanında kullanılması ile ilgili ilk girişimlerin, genellikle kamu sektöründen geldiği ve yenilikçi stratejilerin devletin öncülüğünde yürütüldüğü görülmektedir. İBT'nin devlet açısından önemini ortaya koyan en temel alanlardan biri de vergileme olup, İBT yardımıyla sunulan kamu hizmetleri arasında vergilendirme hizmetleri ilk sıralarda yer almaktadır (Özgen, 2008). Ayrıca İBT, organizasyon düzeyinde öğrenmeyi sürekli ve daha hızlı hale getirerek, firmaların rekabet gücünü artırmakta ve kamu kurumlarının daha etkin bir şekilde kamu hizmeti sunmasını sağlamaktadır.

Küreselleşen dünyada ülkelerin çoğu, bilişim teknolojilerinin sağlamış olduğu olanakları karmaşık süreçleri basitleştirmekte ve verimliliği artırmaktadırlar. Ayrıca, harcamalarda tasarruf, kağıt üzerindeki bilginin bilgisayar ortamına aktarılması, yönetimde şeffaflık, hizmet kalitesinde artış, kamu hizmetlerinin sürekliliği, devlet kurumlarına hızlı ve rahat bir erişim elde edilmektedir (Ay vd., 2010: 276-277).

Bilişim teknolojilerindeki gelişme ile birlikte, belge yönetimini elektronik ortamda gerçekleştirmeyi amaçlayan sistemler geliştirilmiştir. Bu sistemler sayesinde, zaman ve mekândan bağımsız olarak, ağa (internet, intranet, extranet) bağlanmak suretiyle, fiziksel ortamdaki dosyalara bağlı kalınmadan, kâğıtsız bir ofis ortamında işlemlerin gerçekleştirilebilmesi mümkün olabilmektedir. Tüm bu unsurlar, organizasyonları sadece kurum içi yeniden yapılandırma çalışmalarına zorlamamakta, aynı zamanda uluslararası uygulamalar ve standartlara yönelişi de gerektirmektedir (Önaçan vd., 2012).

Yeni iletişim teknolojileri kullanımına ağırlık verilen günümüz uygulamaları ile kıyaslandığında, vergi idaresi ve mükellef ilişkilerinde geleneksel yöntemlerin kullanılması mükellef üzerinde gereksiz bir vergi yüküne, mükellefler arasında karmaşaya ve başarılması istenilen sonuçların oluşmamasına yol açmaktadır. Müşteri odaklı ve kar amaçlı hareket eden özel kesim daha kaliteli hizmet olgusu için yenileşme çabası gösterirken bu duruma paralel kamu sektörü de rasyonel davranış içinde hizmet kalitesini güçlendirmek zorunluluğunda kalmıştır. Bu anlamda vergilendirmeye taraf olan mükellefe bakış açısı da ciddi anlamda değişmeye başlamıştır. Devletin egemenlik hakkını kullanması ile birlikte vergilendirme ve hesap sorma arasındaki rasyonel bağ kurulduğu bir yapı doğmuştur. Dolayısıyla, vatandaş odaklı bu yaklaşımda; vatandaşlar vergisini ödediği ölçüde hesabını soran, kendilerine sunulan kamu hizmetinin devletin varlık nedeninin gereği olduğunu bilen, verginin kararlaştırılması ve kamu yönetimi uygulamaları ile ilgili süreçlere katılmalarının bir vatandaşlık hakkı ve ödevi olduğunu bilincine varmaya başlamışlardır. Bu noktada vergi bilincinin oluşumunu destekleyen ve gelişimini hızlandıran araçların kullanımı önem taşımaktadır. Buna göre, Mükellef-vergi idaresi ilişkisini güçlendirmeye yönelik araçların başında bilişim teknolojilerinin kullanımı gelmektedir (Ateşoğlu, 2010: 129-135).

Bilgi teknolojilerinin kullanımı ile birlikte aynı oranda önemli diğer bir husus ise iletişim teknolojilerindeki gelişim ve kullanımının sıklığıdır. Her alanda ihtiyaç duyulan iletişim için bireyler ve şirketler yeni yöntemler geliştirmektedir. Bu konuda çok kanallı iletişim araçları olan web sayfaları, e-posta, kısa mesaj servisi, sosyal medya servisleri gibi örnekler verilebilir. Toplumda vergi bilincinin sağlanmasına yönelik olarak söz konusu araçlara başvurulmasının gerekliliği ortadadır. Çünkü vergi mükelleflerinin vergiye yönelik uyumlarının ve farkındalıklarının geliştirilmesi açısından bu tür iletişim kanallarının kullanılması son derece önemlidir. Nitekim iletişim teknolojisinin kullanımı, vergi idarelerinin geleneksel fonksiyonlarına ek olarak mükelleflerin ihtiyaçlarına daha hızlı yanıt verilmesini sağlamaktadır. Vergi idareleri mükelleflere hakları ve yükümlülükleri hakkında güncel bilgiler vermek ve böylece vergi kanunları ile uygulamalar arasındaki uyumu sağlamaktır. Uygun bir iletişim yönetim sistemi, veri kalitesine dair sorunları ortadan kaldırarak vergi uyumuna yönelik kapsamlı analizlerin yapılmasına imkân sağlamaktadır. Sistem aynı zamanda vergi tahsil maliyetlerinin önemli ölçüde azaltılmasına katkıda bulunmaktadır (Bozeman, 2002: 29).

3.1. Vergi İdaresinin Yeniden Yapılandırılma Çalışmalarında Bilişim Teknolojilerinin Rolü

Mükelleflerle iletişimde çağdaş interaktif yöntemler kullanılması vergi idarelerinin kurumsal yapılarının güçlendirilmesi yanında vergiye yönelik toplumsal bilincin geliştirilmesine katkıda bulunmaktadır. Bu çerçevede vergi idareleri kapsamlı bir iletişim planı geliştirerek güncel teknolojiler yoluyla toplumsal açıdan vergi bilincini artırıcı faaliyetlerde bulunmalıdır. Mükelleflerle iletişimin sağlanacağı bir web sitesinin hizmete sunulması ve vergi idarelerinin sosyal medyayı takip

eden mükelleflere ulaşabilmesi bakımından gerekli altyapının sağlanması amacıyla (CIAT; Patterson, 2011):

- Vergi idaresinin iletişim stratejisine ilişkin bir değerlendirme yapılarak stratejik hedeflerin ve kurumsal ihtiyaçların belirlenmesi,
- İletişim teknolojileri alanındaki gelişmelere uyum sağlamaya yönelik çalışmalar yapılarak interaktif multimedia araçlarının geliştirilmesi ve kullanılması,
- Vergi idarelerinin sosyal medyada etkin bir rol üstlenmesini sağlamak için bir strateji belirlenmesi,
- Vergi idarelerinin bilişim teknolojilerini kullanma konusunda belirleyeceği stratejilerin genel stratejileriyle uyumlu olması,
- Vergi idarelerinin başka ülkelerdeki vergi idareleriyle bilgi paylaşımında bulunarak bu alandaki deneyimlerini birbirlerine aktarması,
- Sosyal medyadaki teknik risklere ve güvenlik sorunlarına karşı önlemler alınarak bilgi kirliliğine imkân verilmemesi,
- Vergi idarelerinin bilişim teknolojilerini kullanarak mükelleflere daha hızlı bir şekilde ulaşmak suretiyle hizmet etkinliğini sağlaması gibi çalışmaların yapılması gerekmektedir.

3.2. Vergi İdaresi ve Mükellef İlişkisinin Geliştirilmesinde Bilişim Teknolojileri

Mükellefe vatandaş odaklı hizmet kalitesi sunmayı hedefleyen bir vergi idaresinin, bilişim teknolojilerindeki gelişmelere açık olması kaçınılmazdır. Ancak mükellef yönünden memnuniyet sağlanırken aynı zamanda vergi gelirlerini güvence altına alacak düzenlemelerin yapılması, vergi kayıp ve kaçaklarının önlenmesi, kamu hizmet kalitesinin yükseltilmesi ve mükelleflerin işlem yapma hızının artırılması konularında bilgi ve iletişim teknolojilerine duyulan ihtiyaç gibi hususların yerine getirilmesi zorunluluğu, bu alanda ortaya çıkan eksiklikleri, sorunları ve tercihleri de araştırmayı gerekli kılmaktadır (Öz ve Bozdoğan, 2012: 67-92). Bu bağlamda gelişmiş ülke uygulamaları doğrultusunda yenileşme çalışmaları takip edilmektedir. Özellikle mükellef-vergi idaresi ilişkilerinde vergi bilincini artırmaya yönelik farklı yöntemlerle hizmet sunulabilmektedir. Bunun için vergileme sürecine daha uyumlu bir mükellef profili için bilişim teknolojilerine daha yoğun ölçekte başvurulmalıdır.

Bilişim teknolojilerindeki yeniliklerin yoğun olarak hissedildiği ve detaylı uygulanmaya çalışıldığı alanlardan biri de maliyedir. Maliye alanında özellikle E-vergi uygulaması, devletlere sağladığı vergi geliri düzeni ve mükellef takibi, mükelleflere sağladığı ödeme ve beyanname verme kolaylıkları açısından büyük öneme sahiptir (Öz ve Bozdoğan, 2012: 67-92).

Günümüzde, devletlerin tüzel ve gerçek kişilerden elde ettiği vergi gelirlerinin toplama şekli değişmektedir. Geleneksel olarak verginin kabulü vergi daireleri tarafından yapılırken, elektronik devlete geçişi başarabilen ülkelerde vergiler elektronik ortamda toplanmaya başlanmıştır. Devletteki bu değişim işletmelerin vergi beyanında değişikliklere gitmesine neden olmuştur. Nitekim birçok ülkede vergi tahsilatını tek elden gerçekleştirmeyi sağlayacak bütünleşik bir vergi sistemi için çalışmalar yapılmaktadır. En bilinen örneği TRİPS (Toplam Gelirler İşlem Sistemi) İngiltere’de, Finlandiya’da “iade-ücretsiz” sistem, ABD’de ise eyalet düzeyinde girişimler bulunmaktadır (North

Dakota, New Mexico, Minnesota, Maryland, North Carolina, Idaho). Bireyler ve firmalar devlet idarecilerine göre yeni iletişim araçlarını çok daha hızlı şekilde benimserler. Medya kullanımı artmakta, kısımlara ayrılmakta ve her alanda kullanım artmaktadır. En çok kullanılan kanallar; web, e-posta, kısa mesaj servisi (SMS), acil mesajlar şeklindeki hizmetlerdir (Communications management in integrated tax-Pitney Bowe Business Insight, 2009).

Geleneksel devlet anlayışında verginin tahsili sadece vergi dairelerinde mümkün olmaktadır. Bilişim teknolojileri sayesinde hesaplanan ve elektronik ortamda beyan edilen vergiler yine elektronik ortamda ödenme şansına sahip olmuştur. İnternet teknolojisinin getirdiği yeniliklerden olan internet bankacılığı ve özel bankalarla devlet arasındaki anlaşma sayesinde işletmeler vergilerini internet ortamında ödeyebilmektedirler (Allahverdi, 2012: 163). Ancak bunun için işletmeler gerekli fiziki alt yapıyı oluşturarak nitelikli eleman istihdam etmelidir.

4. Vergi Bilincinin Oluşumunda Ortaya Çıkan Sorunların Giderilmesinde Bilişim Teknolojileri Kullanımı

Vergi mükellefleri sadece vergi ödemekle kalmamakta ayrıca bu vergileri ödemek için çeşitli masraflara katlanmakta, defter tutmakta, bu iş için personel istihdam etmekte ve zaman harcamaktadırlar (Korkmaz, 1998: 22). Günümüzde bu tür işlemler çok hızlı hareket etmeyi gerektirdiğinden mükelleflere idare tarafından bir takım kolaylıklar sağlanmalıdır. Ancak, bunu gerçekleştirebilmek için mevcut sorunların tespit edilerek ve bunlara birtakım çözümler getirilmesi gerekmektedir.

4.1. İdare - Mükellef İlişkilerinin Güçlendirilmesi

Kamu kurum ve kuruluşlarının sunmuş oldukları hizmetleri elektronik ortama aktararak devam ettirmesi gerek vergi güvenlik sisteminin gerek mükellef memnuniyetinin sağlaması bakımından önemlidir. Elektronik donanım ile ilgili sorunlardan biri de bankalara yapılan ödemelerde ortaya çıkmaktadır. Bu çerçevede tahsilâtların bilgisayar ortamında alınarak kayıtlara geçirilmesi vergi dairelerine hem hız hem de güvenilirlik kazandırması bakımından önem kazanmaktadır. Tebliğ ve iç genelge gibi vergiye yönelik açıklayıcı ve yön verici bilgilerin vergi dairelerine geç ulaşması veya kanunen belirlenen sürelerin bitimine az bir süre kala gelmesi nedeniyle yapılan işlemlerde zorluk yaşanmakta ve mükelleflere tatmin edici bir cevap verilememektedir. Öte yandan, mükellef açısından vergi yükünün azalması sorunların daha hızlı çözümünü sağlamakta ve faiz ile ceza ödemelerinde azalmayla birlikte mükellef memnuniyetinde artışa yol açmaktadır. Ayrıca, idari işleyiş açısından bakıldığında vergi davalarının ve sorunlarının daha hızlı çözümü, mükellef uyumunun artışı, posta ve baskı maliyetlerinin düşmesi, telefon trafiğinin azalması gibi olumlu sonuçlar doğurmaktadır (OECD, 2011). Çeşitli gelir düzeyleri arasındaki farklılıklar mükelleflerce hissedilen vergi yükünün değişik boyutlarda algılanmasına yol açmaktadır. Bu durumda, bir vergisel düzenleme aynı toplumdaki farklı gruplar arasında değişik düşüncelere neden olabilmekte ve vergi özellikle düşük gelir grupları tarafından büyük bir tepki ile karşılanabilmektedir. Kanunlaşmadan önce bir verginin bireyler tarafından nasıl algılanacağını bilmesi, Vergileme sonrası bireylerin içinde buldukları durumların izlenmesi, vergiden beklenen başarının gerçekleşmesi bakımından önemlidir. Mükellefi müşteri olarak algılayan yaklaşım çerçevesinde idare- mükellef ilişkileri incelendiğinde vergi bilincinin oluşumuna hizmet etmesi bakımından (OECD, 2008):

- Büyük mükellefler için önemli müşteri yöneticileri seçilmesi ve belirli mükellef grupları için danışma birimleri oluşturulması,

- Belirli müşteri ve büyük mükellefler gruplarına hitap eden özel organizasyonel birimlerin kurulması,
- Farklı vergi türleri için farklı tescil zorunluluğunun getirilmesi,
- Mükellefin tüm vergi hesaplarını bütünleştiren tek bir mükellef vergi hesabının oluşturulması (Mükellefin her bir işlemi ayrı izlendiğinde nihai durumun eksik ve yanlışsız olarak hemen görülmesi zaman alabilmektedir. Bu anlamda, Avustralya ve İsveç gibi az sayıda ülkede bütün yükümlülüklerle ilişkin tek bir beyan ve ödeme tipi uygulama örneği görülmektedir.),
- Mükelleflere yükümlülüklerini yerine getirebilmeleri için gerekli bilgilere erişim imkânının verilmesi,
- Müşteri odaklı danışma birimlerinin oluşturulması,
- Bütünleştirilmiş mükellefiyet dönemleri ve bütünleştirilmiş beyanname ve ödeme planlarının yapılması,
- Personelin ve teknolojik altyapının vergi süreçlerini hızlandıracak şekilde yapılandırılması gibi hususlarda elektronik ortamda hizmetlerin tamamlanması gereği görülmektedir. Örneğin, ABD’de mali alandaki teknolojik yapılanma ve personelin işlemlerin hızlı bir şekilde tamamlanmasının sağlaması mükellefin idareye karşı güvenini artırarak vergiye karşı direncini zayıflatmaktadır (Demir, 2008: 294-295).

4.2. Eğitim Desteği

Bir ülkede vergi bilincini sağlamak açısından mükelleflerin daha eğitilmiş bir düzeye ulaştırılması son derece önem taşımaktadır. Nitekim birçok ülkede olduğu gibi ülkemizde de kamu kurumları tarafından farklı eğitim kademelerinde vergi bilincine yönelik çeşitli çalışmalar yürütülmektedir. Eğitici faaliyetler, vergi bilincinin oluşmasını, yükselmesini, vergi bilinci doğru yerleşmiş, vergi uyumuna hazır ve istekli potansiyel vergi mükelleflerinin yetişmesini sağlayacaktır. Ülkemizde Milli Eğitim Bakanlığı ve Gelir İdaresi Başkanlığı işbirliğiyle ilköğretim okullarında vergi bilincini artırmaya yönelik çalışmalar 2008 yılından itibaren müfredata dâhil edilmiştir. Bu kapsamda çalışmaların ilköğretim öğrencilerinden başlayarak toplumun bütününe yayılacak şekilde vergi bilincinin gelişmesine katkıda bulunması beklenmektedir. Ayrıca, vergi bilincini düzeylerinin yüksek olmasında Gelir İdaresi Başkanlığının yazılı ve görsel medyada vergi bilincine yönelik etkinliklerinin de etkili olduğu ifade edilebilir (Zorlu, 2013: 169-177).

4.3. Vergi Yükünün Yanlış Algılanması

Mükelleflerde vergi bilincinin sağlıklı bir şekilde yerleşmesi bakımından vergi yükünün doğru algılanması önemli bir faktördür. Teknoloji çağının yaşandığı günümüzde bilişim teknolojilerinin kullanımı sonucunda mükellefler aleyhine haksız ve mükerrer vergileme nedeniyle doğabilecek vergi yükü artışının önüne geçmek mümkün olabilecektir. Böylece vergi yükünün yaşam standardını düşürecek ölçüde yüksek olmaması da sağlanacaktır (Özdemir ve Öksüzler, 2006: 45).

Vergi sistemlerinin bütünlük bir bilişim altyapısına dayandırıldığı ülkelerde halkın yanlış bilgilerle yanıltılarak aşırı vergilendirilmesi idarenin alacağı çeşitli tedbirlerle önlenilecektir. Bu konuya ilişkin ABD’de yapılan bir çalışmada yeni iletişim teknolojileri ile klasik yöntem olan mektupların mükellef davranışlarını ne ölçüde etkilediği yönelik ayrıntılı ve kapsamlı olarak

karşılaştırılmıştır. Buna göre vergi mükellefi açısından vergi yükünde azalma, sorunların daha hızlı çözümüne yönelik faiz ve ceza ödemelerinin azalması, mükellef memnuniyetinin artırılması gibi faydalar sağlanmıştır. Vergi idaresi açısından ise vergi mükelleflerinin problemlerinin hızlı bir şekilde çözümü, mükellef uyumunun geliştirilmesi, maliyetlerin azaltılması (posta ve çıktı, telefon trafiği maliyetleri) gibi faydaların sağlandığı gözlemlenmiştir (Patterson, 2011).

5. Türkiye’de Vergi Bilincinin Oluşturulmasında Bilişim Teknolojilerinin Kullanımı

Bilgi ve iletişim ihtiyacını belirlemede en çok sıkıntı duyulan hususlardan biri maliye ve sigorta gibi konularda özel sektör ve devletle ilişkilerinde karşılaşılan durumlardır. Bu çerçevede Kamu kurumları tarafından Kayıtlı Elektronik Posta (KEP) Sistemi kullanılarak bir takım hizmetler sağlanabilmektedir. Bunlar:

- Kamu kurum ve kuruluşları ile gerçek veya tüzel kişiler arasında elektronik ortamda yazışabilmesi,
- Kamu kurum ve kuruluşlarının kendi aralarında elektronik ortamda yazışabilmesi,
- Gerçek veya tüzel kişiler elektronik ortamdaki her türlü bilgi ve belgelerini güvenli olarak paylaşabilmesi,
- Kamu kurum ve kuruluşları ile gerçek veya tüzel kişilerin; e-beyanname, e-bildirge, e-fatura, e-sözleşme, e-tebligat gibi işlemleri yapabilmesi gibi işlemler belirtilebilir.

Buna göre zorunluluk olmadıkça rutin vergilendirme işlemleri için vergi dairesi ile yüz yüze gelinmesine gerek kalmadığı görülmektedir.

Ülkemizde kamu idarelerinde başta Gelir İdaresi olmak üzere, vatandaş ile devlet arasında bilgi ve iletişim kopukluğunu gidermek konusunda birçok çalışma yapılmaktadır. Böylece, mümkün olduğunca mükellef ile idarenin yüz yüze gelmemesini sağlamak üzere teknolojiyen azami yararlanma gayretine girilmiş olup bunda da büyük ölçüde başarı sağlanmaktadır (Aroğlu, 2013). Bu çerçevede Maliye Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımını gerekli kılan aşağıdaki hizmetleri uygulamayı planlamıştır. Buna göre (Kesik, 2009: 21-24):

- Ekonomide kayıt dışılığın azaltılması,
- Vergilendirmede mükellef hizmetlerinin etkinleştirilmesi,
- Bankacılık sistemiyle bütünleşik bir elektronik fatura modeli oluşturulması,
- Defter ve muhasebe kayıtlarının elektronik ortamda tutulmasına ilişkin standartlar belirlenmesi,
- Mali süreçlerin etkinleştirilmesi ve karar verme süreçlerinin desteklenmesi amacıyla elektronik sistemlerin yeniden düzenlenmesi ve geliştirilmesi,
- Denetime tabi tutulacak mükelleflerin seçiminde merkezi risk analizi modelinin uygulanması,

gibi çalışmalarla yapılarak hukuki ve teknik altyapı oluşturularak alınan önlemlerin sonuçlarının ölçülmesi ve raporlanması sağlanacaktır.

Gelir İdaresi Başkanlığı, mükelleflerine daha kaliteli hizmet sunmak için VEDOP-I ve VEDOP-II uygulamalarını başlatmıştır. Türkiye’de uygulamaya konulan e-devlet çalışmalarından en büyüğü olan Vergi Daireleri Otomasyon Projesi (VEDOP) , Vergi idarelerinin modernizasyonu kapsamında, Vergi Dairesi Otomasyon Projesi (VEDOP) ile internet vergi dairesi kapsamında mükellefler ve diğer kurumlara çeşitli hizmetler sunulmaktadır (Ay vd., 2010: 276-277). Öte yandan, e-devlet uygulamaları kapsamında devlet muhasebesine yönelik bir otomasyon sistemi olarak geliştirilen say2000i, Gümrük Bilgi Sistemi (BİLGE) ve e-bütçe projelerinin birbirleriyle doğrudan bilgi alışverişinde bulunabilecek bir duruma getirilmiş olmalarının yanı sıra 2004 yılı ve sonrasında düzenlenen özel fatura bilgilerinin Gümrük Müsteşarlığında web servis aracılığıyla alınarak vergi dairesi sorgulamasına açılması gibi düzenlemeler mali hizmetlerin otomasyonu açısından önemli katkılar sağlamaktadır (Hepaksaz, 2012: 45).

Vergi mükelleflerinin beyannamelerini elektronik ortamda verebilmeleri, beyannamelere yönelik tahsil ve tahakkuk işlemlerini bilgisayar yardımı ile yapabilmeleri, vergi mükelleflerinin gelir ve servet harcamaları ile ilgili bilgileri elektronik ortamda toplayabilmesi, vergi denetiminin bilgisayar destekli olması sağlanmıştır. Böylelikle, e-beyanname, BTRANS, e-posta, kısa mesaj, e-imza, e-haciz ve Vergi İletişim Merkezi uygulamalarına yer verilmiştir (Öz ve Bozdoğan, 2012: 75). Ayrıca elektronik ortamda uygulanan “Mükellef Geri Bildirim Sistemi” ile de bilişim teknolojilerinin kullanımı yoluyla kayıt dışı ekonomi ile mücadeleye katkı sağlanması hedeflenmiştir. Buna göre mükellefin vergi yükümlülüğüne ilişkin verileri sisteme yüklenerek ayrıntılı bir analize tabi tutulmaktadır. Böylece mükelleflerin vergi idaresi ile uyumsuzluklarında sorunun neden kaynaklandığını görebilmelerine ve eğer varsa kendi kayıtlarında gerekli düzeltmeleri yapabilmelerine imkân verilmektedir (Yılmazsoy, 2011: 94).

6. Vergi Bilincinin Oluşumunda Sosyal Medya Araçlarının Önemi

Vergi idarelerinin mükelleflerle etkili iletişim konusunda sosyal medya araçları yeni fırsatlar sunmaları itibariyle önem kazanmaya başlamıştır. Bu nedenle vergi idareleri mümkün olduğunca hızlı bir şekilde bu araçların kullanımına yönelmektedir. Ancak istenen sonuçlara ulaşılabilmesi açısından öncelikle küçük ölçekli izleme ve değerlendirmeye yönelik uygulamaların geliştirilmesi gerekmektedir. Böylece vergi idarelerine mükelleflerin bakışı yakından gözlenebilecek, açıklik ve kurumsal iletişim yönetimi gibi konularda ilerleme kaydedilebilecektir (OECD, 2011).

Vergi idaresi mükellef ilişkilerinin güçlenmesinde görsel işitsel medya araçlarının kullanımı büyük önem kazanmaktadır. Mükellefin ödüllendirilmesi, yıkıcı cezaların gözden geçirilerek vergisel düzenlemelerin yapılması ve bunların sosyal medyada paylaşımı sağlanabilir. Bu sayede mükellef açısından zamanın iyi yönetildiği ve tahsilât aşamasında da rahatlığa yol açan bir vergilendirmeye ulaşılabilir. Sosyal ağlar, vergilendirme işlemleri ve tahsilâtı için katkı sağlaması mümkün alanlardır. Bunlardan biri olan Twitter, firmaların, bürokratların, politikacıların ve kamu kurumlarının mesajlarını iletme için kullandıkları bir araçtır. Vergi idareleri, Twitter’i vergilerle ilgili bildirim ve hatırlatmalarda kullanarak gerekli açıklamalarda bulunmaktadır. Örneğin, Amerikan Vergi İdaresi (IRS), mükellef hizmetleri geliştirme müdürlüğü aracılığıyla mükelleflerin taleplerini almakta ve bu taleplerin sonuçlarını takip ederek mükelleflere söz konusu iletişim ağından hizmet sunmaktadır (IRS, 2013).

Öte yandan OECD ve OECD dışında seçilmiş ülkelerde gelir idaresi ve yetkilileri vergi idaresine yönelik ortak bir forum oluşturmak için çalışmalar yapmışlardır. Bu kapsamda 2009 yılında

katılımcı ülkeler tarafından bir vergi idaresi vizyonu geliştirilmiştir. Bu vizyon vergi idarelerinin global kimliğini ortaya koyan bir yapıdan oluşmakta; gelir etkisi, global trendler, tüm dünyada vergi idaresini iyileştirmek için yeni fikirler içermektedir. Katılımcı ülkelere kabul edilen çalışma programına göre mükellef hizmetleri servisi ile vergi uyumu desteklenmektedir. Mükellef hizmetleri servisi çerçevesinde forum üyeleri özellikle modern teknolojinin kullanımı doğrultusunda bilgiye yönelik yaklaşımlarını ortaya koymakta ve deneyimlerini diğer üye ülkelerle paylaşmaktadır (OECD, 2011).

6.1. Vergi İdareleri Açısından Sosyal Medya Kanallarının Kullanımı

Sosyal medyada vergi idareleri tarafından sıklıkla kullanılan genel iletişim kanalları şu şekilde belirtilebilir (OECD, 2011):

- Gelir idaresi web sayfası,
- Mükelleflere gönderilen bilgilendirme mailleri,
- Basın açıklamaları, bültenler ve broşürler,
- Kurumların resmi twitter ve youtube hesaplarından gönderilen takip davetleri,
- Bir sosyal medya kanalı yoluyla diğer sosyal medya kanalını kullanmaya davet youtube ve facebook yoluyla twitter'da takip etmeye çağrı (örneğin, yeni Zelanda),
- Politika geliştirme forumları(basın kuruluşları, sanayiciler, ticari kuruluşlar, kamu ve özel sektör temsilcilerinin katılımıyla mobil uygulamalar; ABD'de uygulanan IRS2GO gibi).

Bazı ülke vergi idarelerinin mükelleflerin sosyal medya kullanımına dair geri bildirimlerine ilişkin yaptıkları değerlendirmeler aşağıda kısaca verilmiştir.

Avustralya: Ülkede vergi idaresi sosyal medya üzerinden yapılan geri bildirim ve gönderilerin (örneğin Twitter) vergi uygulama ve politikalarına yönelik toplumsal bakışının değerlendirilmesi açısından faydalı olduğunu belirtmiştir.

Danimarka: Vergi idaresi Twitter kullanıcıları vergi mükelleflerinin eğilimlerini ölçmek için vergi sorunları ile ilgili tartışmaları takip ederek mükelleflerle diyaloga geçmiştir.

Estonya: Vergi dairesi kullanıcıları takip etme ve mesaj gönderme yoluna gitmiştir. Ayrıca kendi kurduğu forumlar üzerinden öneri ve şikâyetleri değerlendirmeye almıştır.

Meksika: Ülkede vergi idaresi sosyal medyayı iki şekilde kullanmaktadır. Birincisi hangi vergisel sorunların mükellefler üzerinde daha fazla etkide bulunduğunu ölçmek üzere bir gösterge hazırlamıştır. İkincisi ise interaktif yardım sistemi ve videolar, demolar ve vergi hizmetlerine dair broşürler yoluyla geri bildirim almaya yoluna gitmiştir.

Yeni Zelanda: Vergi idaresi kendi kurumsal web sitesinde iki adet çevrimiçi forum üzerinden vergi politikalarının geliştirilmesine halkın katılımını hedeflemiş ve geri bildirimlerin değerlendirilmesi yoluyla kararlar almıştır.

Singapur: Kurumsal İletişim Birimi, Vergi İdaresinin resmi twitter hesabı üzerinden tweetleri izleyerek yanıtları ve doğrudan mesajları izlemektedir. Bu yolla sorunlar ve çözüm önerilerine ilişkin hususlar vergi idaresi birimleriyle paylaşılmaktadır.

Görüldüğü gibi ülke vergi idarelerinde sosyal medya kanallarının kullanımı ve bu kanallar yoluyla mükellefler ile olan ilişkilerin yüksek düzeyde olmasına rağmen, çoğu ülkenin bu konuda başlangıçta sosyal medya kanallarının geliştirme ve uygulama sürecinde vergi idaresi katılımının düşük olduğu belirtilmektedir.

6.2. Vergi İdareleri Açısından Sosyal Medya Kullanımının Faydaları

Sosyal medya bir iletişim aracı olmasının yanı sıra aynı zamanda bir uzaktan eğitim aracı işlevine sahiptir. Günümüzde birçok ülkede gelir idareleri beyannamelerin nasıl doldurulacağını “YouTube” üzerinden mükelleflerine anlatmaktadır. Kayıt dışı ekonomi ile mücadele noktasında özellikle gençler sosyal medya üzerinden bilinçlendirilmektedir. Gelir idareleri “Twitter”dan beyanname dönemlerinde tweet atarak; beyannamelerin doldurulması ile ilgili mükelleflere tavsiyelerde bulunmaktadır. Mükellef hakları ile ilgili kimi hatırlatmalar sosyal medya üzerinden yapılmakta ve mükellefler “Facebook” üzerinden idareye karşı haklarını birbirleriyle paylaşmaktadır. Meslek mensupları “blog”larda vergisel konularla ilgili düşüncelerini yazıp çözüm önerilerini tartışmaktadır (Doğan, 2012).

Vergi idareleri yeni kitlelere ulaşmak, mükelleflerle iletişimi güçlendirmek, kurumsal hesaplar oluşturarak işlemleri hızlandırmak, kitleler arasında tanınırlığı artırmak gibi birçok amaca hizmet edecek şekilde sosyal medyadan faydalanabilmektedir. Bu çerçevede anlaşılabilir, kabul edilebilir, kolektif bir sistem uygulanmasına ihtiyaç bulunmaktadır. Ayrıca gelir idareleri sosyal medya araçları sayesinde güncel bilgileri takip ederek diğer vergi idarelerinin tecrübelerinden faydalanmalıdır (OECD, 2011).

Ülkemizde vergi idarelerinin sosyal medya kullanımı ele alındığında öncelikle Gelir İdaresi Başkanlığı'nın Twitter ve Youtube yoluyla sosyal medya iletişim kanalları kullanımına başladığı görülmektedir. Böylece mükelleflerin vergisel konularda gelir idaresi ile internet üzerinden doğrudan iletişim kurarak gerekli bilgileri sağlaması mümkün olabilmektedir. Öte yandan bu tür çalışmaların geliştirilmesinde facebook grubu kurulması veya online forum oluşturulması gibi yeni iletişim kanallarının kullanılması, vergi idaresi ile mükellef ilişkilerinin güçlendirilerek bu yolla vergi bilincinin daha da geliştirilmesine katkı sağlayacaktır.

7. Vergi Bilincinin Oluşumuna Yönelik Bir Alan Araştırması: İzmir İli Örneği

7.1. Araştırmanın Amacı ve önemi

Bu çalışmanın amacı, vergi bilincinin artırılmasına yönelik bilişim teknolojilerinden yararlanma noktasında, mükellefler adına vergi sorumluluğu taşıyan mali müşavirlerin farkındalığını ölçmek ve önerilerini değerlendirmektir. Bu doğrultuda, gerek vergi idaresi gerek meslek mensuplarının vergi bilincini geliştirecek bilgi teknolojilerinden ne ölçüde yararlanabildikleri ölçülmeye çalışılmıştır. Araştırmada Vergi bilincinin oluşturulmasında önemli bir rol oynaması ve mükellefler üzerindeki etkileri dikkate alınarak vergi sorumluları olan mali müşavirler örneklem kitlesi olarak seçilmiştir.

7.2. Araştırmanın Kapsamı

Araştırmanın kapsamına İzmir ili ve çevresinde bulunan, SMMM odasına kayıtlı, farklı kıdem yılına sahip toplam 322 serbest muhasebeci mali müşavir dâhil edilmiştir. SMMM'lerin

örneklem kütleli olarak seçilmesinin sebebi, mükelleflerin vergi bilincine ulaşmasında bu kişilerin birinci derecede mali işlerden sorumlu meslek mensubu olmalarıdır. Mali müşavirlerin mali konulardaki donanımı ve mükelleflerinden daha fazla vergi bilincine sahip olduğu dikkate alınarak örneklem kütleli araştırmadaki anket sorularına duyarlı ve doğru cevap verdikleri varsayılmıştır. Ayrıca, meslek mensuplarının bu çalışmaya katılımlarında dış etmenlerden etkilenmediği kabul edilmiştir.

7.3. Yöntem

Araştırmanın amacı ve çalışmada seçilen örneklem büyüklüğü düşünülerek bir anket uygulaması yapılmış ve bu çerçevede veriler toplanmıştır. Uygulama öncesi, anketin örnek kütleli uygunluğu (geçerlilik ve güvenilirliği) bir ön çalışma ile test edilmiştir. Araştırmaya yönelik olarak anketin verileri toplandıktan sonra, verilerin işlenmesi ve çalışmaya ilişkin hipotezlerin analizinde “SPSS for Windows” (20.0) programından yararlanılmış, Güvenilirlik analizi, Frekans Analizi ve Anova testi yapılmıştır. Anketteki 30 sorudan 24’ü 5’li likert ölçeği tipi sorulardan oluşmaktadır. 3’ü için katılımcıların birden fazla işaretleme yapabilecekleri şekilde tercihlerine bırakılarak ve derecelendirme yapacakları şekilde sorulmuştur. 3’ü için de demografik özellikte sorular seçilmiştir.

7.4. Güvenilirlik Analizi

Güvenilirlik, çalışmaların tutarlılığını ve etkinliğini bazı güvenilirlik testlerinin sonuçlarına göre değerlendirmektir. Bu amaçla en çok kullanılan testlerden biri Cronbach’s Alpha testidir. Cronbach Alpha değerinin %60’ı geçmesi anketin başarılı olduğunun göstergesidir (Acı VE Sezgin, 2007). Çalışma kapsamında uygulanan ankette bulunan 24 adet likert ölçekli soruya verilen yanıtların güvenilirlik analizi sonucunda elde edilen Cronbach’s Alpha istatistiğinin değeri 0,941 çıkmış olup bu değer 0,9 değerinden büyük olduğu için ankette kullanılan ölçeğin oldukça güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo: 1
Değişkenlerin Demografik Özelliklere Göre Frekans Analizi

Demografik Özellikler		Frekans	Yüzde
Eğitim Durumu	Lisans	280	87,0
	Lisansüstü	42	13,0
	Toplam	322	100,0
Gelir	800 TL ve altı	7	2,2
	801-1600 TL	61	19,0
	1601-2400 TL	75	23,4
	2400 TL ve üstü	178	55,5
	Toplam	321	100,0
İş Tecrübesi	5 yıl ve altı	43	13,4
	6-15	121	37,6
	16-25	132	41,0
	26 ve üstü	26	8,1
	Toplam	322	100,0

7.5. Frekans Analizi

Ankete dâhil edilen katılımcıların %87'si lisans mezunu iken %13'lük kısmı lisansüstü eğitim mezunudur. Katılımcıların %55,5'inin aylık gelirinin 2.400 TL ve üzeri olduğu görülmektedir. Analizde belirleyici kriterlerden biri olan kıdem yılı (iş tecrübesi) açısından bir değerlendirme yapıldığında; ankete yanıt verenlerin %41'inin 16-25 yıl,%37,6'lık bir kısmının ise 6-15 yıl arasında kıdem yılına sahip olduğu görülmektedir. Buna göre ankete katılanların çoğunluğu 6-25 yıl arasında iş tecrübesine sahip olup bu da %78,6'lık bir orana karşılık gelmektedir.

Çalışmada, katılımcılar arasında vergi bilincini artırmada önemli unsur olarak görülen bilişim teknolojilerinin kullanımı ve farkındalığını ölçmeye yönelik sorulara (bkz. Ek Tablo: 1) ilişkin verilen yanıtların frekans analizi sonuçları aşağıda verilmiştir. Yüzde değerler ilk iki sütunda verilen değerlerin toplamının alınıp katılımcı sayısına bölünmesi ile oluşturulmuştur.

- Katılımcıların %53,21'i, teknolojik gelişmelerin yeterince kullanılmamasının vergi işlemlerini uzattığını düşünmektedir.
- Katılımcıların %81,04'üne göre, Vergi İdaresinin vergi sisteminde yapacağı değişiklikleri önceden sosyal medyada (Facebook, Twitter vb) mükellef ile paylaşması, mükellefin vergi bilinci artıracaktır.
- Katılımcıların %91,44'ü, elektronik vergilemedeki gelişmelerin vergi daireleri arasındaki uygulama farklılıklarını azaltacağı görüşündedir.
- Katılımcıların %79,20'si, mükelleflerin yapacakları işlemleri teknoloji aracılığıyla önceden bildirmesinin vergilerin zamanında hazineye ulaşmasını kolaylaştırıcı etkide bulunacağını ifade etmiştir.
- Katılımcıların %66,05'i, vergilemenin reklam araçları kullanılarak mükellefe sunumunun mükellefin vergilemeye katılımını güçlendireceği fikrindedir.
- Katılımcıların %83,18'ine göre, Maliye mükellef ile iletişimini güçlendirmek için mükellef gruplarına göre farklı bilgi teknolojilerini (SMS, Facebook, TV, Reklam araçları vb) kullanması gerektiği görüşündedir.
- Katılımcıların %74,31'i, vergileme işlemlerinde devletin görevlendirdiği mükellefin de haklarını koruyan bir vergi avukatının olmasının, vergi kaybını azaltacağı görüşü taşımaktadır.
- Katılımcıların %90,21'i, vergi işlemlerinin elektronik ortamda yapılmasının mükellefin vergi işlemleri sırasında yaşadığı sıkıntıları (kuyrukla, mesai kısıtı, vergi idaresinde fiziksel yapı vb.) azaltacağı görüşündedir.
- Katılımcıların %70,95'i, vergilerini bankamatikler gibi otomatik ödeyebilecekleri *VERGİ MATİKLERİN* olması görüşüne katıldıklarını belirtmiştir.
- Katılımcıların, %64,83'ü, vergilerin ne zaman, ne kadar ödeneceğini gösteren bir *VERGİ KARTI* ile işlem yapılması halinde, vergi sisteminin daha basitleşeceği düşüncesini taşımaktadır.
- Katılımcıların, %59,33'ü, devletin mükellefe ücretsiz vergi danışmanı atmasının mükellefin vergi bilincini artıracığı görüşündedir.
- Katılımcıların %55,35'i göre, vergilerin tümü otomatik ödemeye göre düzenlenirse mükellefin vergi ödemede yaşadığı psikolojik tepkilerin azalacağı fikrine sahiptir.

- Katılımcıların, %72,47'sine göre, vergi borcunu mükellefe otomatik sunan bir sistemin olması vergi tahsilâtını olumlu etkileyecektir.
- Katılımcıların %74,62'si, elektronik ortamda yapılan işlem ve ödemelerin mükellefin kendini daha rahat hissetmesini sağlayacağı fikrine sahiptir.
- Katılımcıların %75,85'i, işitsel, görsel araçlar ile vergi reklamının yapılmasının mükellefin vergi bilincini arttıracağını düşünmektedir.
- Katılımcıların %72,48'i mükellefin ödeyeceği vergilerin ödenme zamanının devlet tarafından mükellefe bildirilmesinin vergi ödevini kolaylaştıracağı görüşündedir.
- Katılımcıların %89,29'u, vergi tahsilâtıyla ilgili kurum ve kuruluşlar arasında otomasyonun artmasının vergi tahsilâtını olumlu etkileyeceği görüşündedir.
- Katılımcıların %70,95'i, vergilerle ilgili Facebook ve benzeri sosyal ağlarda devletin mükellef ile buluşmasının vergi sistemini öğrenmeyi hızlandıracağı fikrine katılmaktadır.
- Katılımcıların %64,53'üne göre, vergi ile ilgili her sorunu Twitter'da danışabileceği bir birim olması mükellefin vergi bilincini arttıracaktır.
- Katılımcıların %82,57'si, vergilemede güncel değişimleri mükellefe ileten ve ücretsiz hizmet veren birimlerin olmasının mükellef bilincini arttıracağı fikrine katılmaktadır.
- Katılımcıların %64,22'sine göre, mükellefler ücret ödemek zorunda kaldığı için vergi sorunlarını danışmayı erteleyebilmektedir.
- Katılımcıların %77,67'sine göre, vergi cezaları hakkında hatırlatmalar, vergi ödemeyi daha fazla motive etmektedir.
- Katılımcıların %86,55'i, erken vergi ödemenin ödüllendirilmesinin vergi ödeme isteğini arttıracağını ifade etmiştir.
- Katılımcıların %76,45'ine göre, vergi idaresinin vergi sistemindeki değişiklikleri mükelleflerle sosyal medyada paylaşması maliye-mükellef ilişkisini güçlendireceği görüşündedir.
- Tablo: 2'den görüleceği gibi verilen yanıtlar “kesinlikle katılıyorum” ve “katılıyorum” yönünde yüzde ağırlığa sahiptir. Bu sonuç, serbest muhasebeci mali müşavirlerin çoğunluğunun vergi bilincinin artmasında bilişim teknolojilerinin kullanımının gerekli olduğu hususuna olumlu yaklaştıklarını göstermektedir.

Tablo: 2
Vergi Bilincini Artırmada Teknoloji Kullanımına Yönelik Frekans Dağılım Yüzde Değerleri*

	N	Ortalama	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
S1	322	3,3075	51	123	45	80	23
S2	322	3,9689	93	172	21	26	10
S3	322	4,2205	117	182	8	7	8
S4	322	3,941	90	169	27	26	10
S5	322	3,6863	66	150	56	39	11
S6	322	4,0435	92	180	27	18	5
S7	322	3,7981	76	167	32	32	15
S8	321	4,2928	143	152	11	7	8
S9	322	3,9006	105	127	52	29	9
S10	321	3,6894	79	133	54	43	13
S11	322	3,5452	82	112	50	53	24
S12	322	3,4658	59	122	64	64	13
S13	322	3,8137	73	164	46	30	9
S14	322	3,854	69	175	45	28	5
S15	321	3,8287	68	180	35	26	12
S16	322	3,7826	68	169	40	37	8
S17	322	4,1553	97	195	17	9	4
S18	322	3,7547	69	163	41	40	9
S19	322	3,6056	60	151	48	50	13
S20	322	3,9565	81	189	19	23	10
S21	322	3,5714	73	137	39	47	26
S22	322	3,8882	76	178	32	28	8
S23	322	4,2609	153	130	15	18	6
S24	322	3,882	79	171	40	19	13

* Likert Ölçeği kullanılan yanıtlar için 1=kesinlikle katılıyorum, 2=katılıyorum, 3=kararsızım, 4=katılmıyorum, 5=hiç katılmıyorum biçiminde kodlanmıştır.

Tablo: 3
Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

	HİPOTEZLER	F DEĞERİ	OLASILIK
1	H0: Maliye mükellef ile iletişimini güçlendirmek için mükellef gruplarına göre farklı bilgi teknolojileri (SMS, Facebook, TV, Reklam araçları vb) kullanmalıdır düşüncesi iş tecrübesine göre farklılık göstermez.	1,843	0,139
2	H0: Vergi cezaları hakkında hatırlatmalar, vergi ödemeyi daha fazla motive ediyor düşüncesi iş tecrübesine göre farklılık göstermez.	0,772	0,374
3	H0: Vergileme işlemlerinde devletin görevlendirdiği mükellefin de haklarını koruyan bir vergi avukatının olması, vergi kaybını azaltır düşüncesi iş tecrübesine göre farklılık göstermez.	0,324	0,808
4	H0: Vergilerin ne zaman, ne kadar ödeneceğini gösteren bir VERGİ KARTI ile işlemler yapılırsa vergi sistemi basitleşir düşüncesi iş tecrübesine göre farklılık göstermez.	3,656	0,013
5	H0: Devlet mükellefe ücretsiz vergi danışmanı atarsa, mükellefin vergi bilinci artar düşüncesi iş tecrübesine göre farklılık göstermez.	0,583	0,627
6	H0: Vergilerin tümü otomatik ödemeye göre düzenlenirse mükellefin vergi ödeme yaşadığı psikolojik tepkiler azalır düşüncesi iş tecrübesine göre farklılık göstermez.	1,775	0,152
7	H0: İşitsel, görsel araçlar ile vergi reklamının yapılması mükellefin vergi bilincini artırır düşüncesi iş tecrübesine göre farklılık göstermez.	1,089	0,354
8	H0: Ücret ödemek zorunda kaldığı için mükellef vergi sorunlarını danışmayı erteleyebilmektedir düşüncesi iş tecrübesine göre farklılık göstermez.	5,290	0,001

Araştırmanın bu kısmında, 24 anket sorusu içinden Anova testi kapsamında daha anlamlı bulunan sekiz hipotez seçilerek tek yönlü varyans analizi uygulanmıştır. Tablo: 3'te verilen tek yönlü varyans analizi sonuçları değerlendirildiğinde ele alınan hipotezlere yönelik olarak şu sonuçlara varılmıştır:

I Maliye mükellef ile iletişimini güçlendirmek için mükellef gruplarına göre farklı bilgi teknolojileri (SMS, Facebook,TV, Reklam araçları vb) kullanmalıdır.

H₀: Maliye mükellef ile iletişimini güçlendirmek için mükellef gruplarına göre farklı bilgi teknolojileri (SMS, Facebook,TV, Reklam araçları vb) kullanmalıdır düşüncesi iş tecrübesine göre farklılık göstermez.

H₁: Maliye mükellef ile iletişimini güçlendirmek için mükellef gruplarına göre farklı bilgi teknolojileri (SMS, Facebook,TV, Reklam araçları vb) kullanmalıdır düşüncesi iş tecrübesine göre farklılık gösterir.

İlgili hipotezler tek yönlü varyans analizi ile test edilmiş ve test sonucuna göre olasılık değeri 0,139 çıkmıştır. Bu olasılık değeri kritik değer olan (hata payı) 0,05'ten büyük olduğu için H₀ red edilememiştir. Buna göre %5 hata payı ile Maliye mükellef ile iletişimini güçlendirmek için mükellef gruplarına göre farklı bilgi teknolojileri (SMS, Facebook,TV, Reklam araçları vb) kullanmalıdır düşüncesinin iş tecrübesine göre farklılık göstermediği ifade edilebilir.

II Vergi cezaları hakkında hatırlatmalar, vergi ödemeyi daha fazla motive ediyor.

H₀: Vergi cezaları hakkında hatırlatmalar, vergi ödemeyi daha fazla motive ediyor düşüncesi iş tecrübesine göre farklılık göstermez.

H₁: Vergi cezaları hakkında hatırlatmalar, vergi ödemeyi daha fazla motive ediyor düşüncesi iş tecrübesine göre farklılık gösterir.

İlgili hipotezler tek yönlü varyans analizi ile test edilmiş ve test sonucuna göre olasılık değeri 0,772 çıkmıştır. Bu olasılık değeri kritik değer olan (hata payı) 0,05'ten büyük olduğu için H₀ red edilememiştir. Buna göre %5 hata payı ile vergi cezaları hakkındaki hatırlatmaların vergi ödemeyi daha fazla motive ettiği düşüncesinin iş tecrübesine göre farklılık göstermediği ifade edilebilir.

III Vergileme işlemlerinde devletin görevlendirdiği mükellefin de haklarını koruyan bir vergi avukatının olması, vergi kaybını azaltır.

H₀: Vergileme işlemlerinde devletin görevlendirdiği mükellefin de haklarını koruyan bir vergi avukatının olması, vergi kaybını azaltır düşüncesi iş tecrübesine göre farklılık göstermez.

H₁: Vergileme işlemlerinde devletin görevlendirdiği mükellefin de haklarını koruyan bir vergi avukatının olması, vergi kaybını azaltır düşüncesi iş tecrübesine göre farklılık gösterir.

İlgili hipotezler tek yönlü varyans analizi ile test edilmiş ve test sonucuna göre olasılık değeri 0,808 çıkmıştır. Bu olasılık değeri kritik değer olan (hata payı) 0,05'ten büyük olduğu için H₀ red edilememiştir. Buna göre %5 hata payı ile işitsel, görsel araçlar ile vergi reklamının yapılması mükellefin vergi bilincini artırır düşüncesinin iş tecrübesine göre farklılık göstermediği ifade edilebilir.

IV Vergilerin ne zaman, ne kadar ödeneceğini gösteren bir vergi kartı ile işlemler yapılırsa vergi sistemi basitleşir.

H₀: Vergilerin ne zaman, ne kadar ödeneceğini gösteren bir vergi kartı ile işlemler yapılırsa vergi sistemi basitleşir düşüncesi iş tecrübesine göre farklılık göstermez.

H₁: Vergilerin ne zaman, ne kadar ödeneceğini gösteren bir vergi kartı ile işlemler yapılırsa vergi sistemi basitleşir düşüncesi iş tecrübesine göre farklılık gösterir.

İlgili hipotezler tek yönlü varyans analizi ile test edilmiş ve test sonucuna göre olasılık değeri 0,013 çıkmıştır. Bu olasılık değeri kritik değer olan (hata payı) 0,05'ten küçük olduğu için H₀ reddedilmiştir. Buna göre %5 hata payı ile vergilerin ne zaman ne kadar ödeneceğini gösteren bir vergi kartı ile işlemler yapılırsa vergi sisteminin basitleşeceği düşüncesinin iş tecrübesine göre farklılık gösterdiği ifade edilebilir.

V Devlet mükellefe ücretsiz vergi danışmanı atarsa, mükellefin vergi bilinci artar.

H₀: Devlet mükellefe ücretsiz vergi danışmanı atarsa, mükellefin vergi bilinci artar düşüncesi iş tecrübesine göre farklılık göstermez.

H₁: Devlet mükellefe ücretsiz vergi danışmanı atarsa, mükellefin vergi bilinci artar düşüncesi iş tecrübesine göre farklılık gösterir.

İlgili hipotezler tek yönlü varyans analizi ile test edilmiş ve test sonucuna göre olasılık değeri 0,627 çıkmıştır. Bu olasılık değeri kritik değer olan (hata payı) 0,05'ten büyük olduğu için H₀

reddedilememiştir. Buna göre %5 hata payı ile Devlet mükellefe ücretsiz vergi danışmanı atarsa, mükellefin vergi bilinci artar düşüncesinin iş tecrübesine göre farklılık göstermediği söylenebilir.

VI Vergilerin tümü otomatik ödemeye göre düzenlenirse mükellefin vergi ödemede yaşadığı psikolojik tepkiler azalır.

H₀: Vergilerin tümü otomatik ödemeye göre düzenlenirse mükellefin vergi ödemede yaşadığı psikolojik tepkiler azalır düşüncesi iş tecrübesine göre farklılık göstermez.

H₁: Vergilerin tümü otomatik ödemeye göre düzenlenirse mükellefin vergi ödemede yaşadığı psikolojik tepkiler azalır düşüncesi iş tecrübesine göre farklılık gösterir.

İlgili hipotezler tek yönlü varyans analizi ile test edilmiş ve test sonucuna göre olasılık değeri 0,152 çıkmıştır. Bu olasılık değeri kritik değer olan (hata payı) 0,05'ten büyük olduğu için H₀ reddedilememiştir. Buna göre %5 hata payı ile Vergilerin tümü otomatik ödemeye göre düzenlenirse mükellefin vergi ödemede yaşadığı psikolojik tepkiler azalır düşüncesi iş tecrübesine göre farklılık göstermediği söylenebilir.

VII İşitsel, görsel araçlar ile vergi reklamının yapılması mükellefin vergi bilincini artırır.

H₀: İşitsel, görsel araçlar ile vergi reklamının yapılması mükellefin vergi bilincini artırır düşüncesi iş tecrübesine göre farklılık göstermez.

H₁: İşitsel, görsel araçlar ile vergi reklamının yapılması mükellefin vergi bilincini artırır düşüncesi iş tecrübesine göre farklılık gösterir.

İlgili hipotezler tek yönlü varyans analizi ile test edilmiş ve test sonucuna göre olasılık değeri 0,354 çıkmıştır. Bu olasılık değeri kritik değer olan (hata payı) 0,05'ten büyük olduğu için H₀ reddedilememiştir. Buna göre %5 hata payı ile işitsel, görsel araçlar ile vergi reklamının yapılması mükellefin vergi bilincini artırır düşüncesinin iş tecrübesine göre farklılık göstermediği ifade edilebilir.

VIII Ücret ödemek zorunda kaldığı için mükellef vergi sorunlarını danışmayı erteleyebilmektedir.

H₀: Ücret ödemek zorunda kaldığı için mükellef vergi sorunlarını danışmayı erteleyebilmektedir düşüncesi iş tecrübesine göre farklılık göstermez.

H₁: Ücret ödemek zorunda kaldığı için mükellef vergi sorunlarını danışmayı erteleyebilmektedir düşüncesi iş tecrübesine göre farklılık gösterir.

İlgili hipotezler tek yönlü varyans analizi ile test edilmiş ve test sonucuna göre olasılık değeri 0,001 çıkmıştır. Bu olasılık değeri kritik değer olan (hata payı) 0,05'ten küçük olduğu için H₀ reddedilmiştir. Buna göre %5 hata payı ile mükelleflerin ücret ödemek zorunda kaldığı için vergi sorunlarını danışmayı erteleyebildiği düşüncesinin iş tecrübesine göre farklılık gösterdiği ifade edilebilir.

Seçilen sekiz hipotezin ANOVA testi kapsamında yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçlarına göre, altı hipotez kabul edilmiş, 6 ve 8 numaralı hipotezler ise reddedilmiştir. Analizden elde edilen bulgular doğrultusunda, işitsel-görsel teknolojilerin kullanımı, mükellefleri vergilendirme sürecinde bilgilendirmek üzere vergi danışmanlığı ve vergi avukatlığı, vergi kartı sistemleri, mükelleflere vergi yükümlülüklerine dair hatırlatmaların yapılması, mükellef-idare ilişkilerinde sosyal

medya teknolojilerinin kullanımı gibi yeni uygulama ve düzenlemeler ile vergi bilincinin artması, vergileme sürecinin hızlanması ve kolaylaşması açısından olumlu katkı sağlayacağı sonucuna varılmıştır.

8. Sonuç

Günümüzde sıklıkla kullanılan kitle iletişim araçlarının temel özelliklerine ve başlıca işlevlerine bakıldığında; kitle iletişim araçlarının bireylerin tutum ve davranışlarının şekillenmesinde, verecekleri kararların oluşmasında önemli roller üstlendikleri görülmektedir. Kitle iletişim araçlarının, haber ve bilgi verme fonksiyonlarının dışında toplumsal işlevleri de bulunmaktadır. Söz konusu kitle iletişim araçlarının toplumsal işlevleri arasında vergi bilincinin oluşturulması da sayılabilir. Bu çerçevede mükellefler, vergileme sürecindeki uygulamaları takip edebilmekte ve vergi sorunlarını çözüme başvuracağı hizmet merkezlerinin ne olduğunu bilerek sisteme daha fazla katılımcı davranış gösterebilmektedir. Böylece vergilemeden beklenen fayda yükselerek mükelleflerin vergiye uyumu daha da güçlenmektedir. Bilişim teknolojilerinin kullanımında vergisel düzenlemelerin herkesin anlayabileceği açıklıkta ve şeffaflıkta olması gerekmektedir. Buna göre, bilişim teknolojilerinin kullanımı yoluyla mükelleflerin vergileme sürecinde vergi idaresi ile etkileşimi gelişmekte ve bu yolla vergi tahsilâtındaki olası gecikmelerin önüne geçilebilmektedir.

Ülkemizde vergi bilincinin geliştirilmesi doğrultusunda gelir idaresinin yeniden yapılandırılmasına yönelik çalışmalar büyük önem arz etmektedir. Yeniden yapılandırma çalışmaları kapsamındaki otomasyon projelerine ek olarak mükellef ile iletişim konusunda hizmet veren Mükellef Hizmetleri Merkezi de mükellef-vergi idaresi ilişkilerinin gelişimine katkıda bulunmaktadır. Yine bu bağlamda sosyal medya araçlarının etkin kullanımı amacıyla Gelir İdaresi Başkanlığı Youtube, Twitter, Facebook gibi sosyal medya kanalları üzerinden açtığı kurumsal hesaplar yoluyla mükelleflerin vergisel konularda, çeşitli sorularını, görüş ve önerilerini almakta ve yanıtlamaktadır. Ancak, ülkemizdeki uygulamaların da gelişmiş ülke uygulamaları seviyesine çıkarılabilmesi için vergi idaresinin bu konudaki yenilikleri sürekli takip ederek çalışmalarına yoğunluk kazandırılmalıdır.

Bu çalışmada vergileme sürecinde vergi sorumlusu olarak vergi dairesi ile sürekli irtibat halinde bulunan serbest muhasebeci mali müşavirlerin bilişim teknolojileri kullanımına yönelik görüşleri bir anket yapılarak analiz edilmiştir. Bu amaçla İzmir’de faaliyet gösteren 322 serbest muhasebeci mali müşavirin görüşü alınmıştır. Anket sonucunda elde edilen bulgular doğrultusunda mali müşavirlerin verdiği cevaplara göre, vergi bilincinin geliştirilmesi açısından vergi danışmanlığı ve vergi avukatlığı, vergi kartı sistemleri, mükellef-idare ilişkilerinde sosyal medya araçlarının kullanımı gibi yeni uygulama ve düzenlemelerin vergi bilincinin artmasına olumlu katkı sağlayacağı sonucuna varılmıştır.

Anket çerçevesinde ve genel anlamda vergi bilincinin geliştirilmesine yönelik tespitlerimiz ve başlıca öneriler şu şekilde sıralanabilir. Kamu kurum ve kuruluşları arasında vergileme alanında öncelikle bankalar olmak üzere nüfus, tapu daireleri, gümrük idareleri gibi kurumlarla bağlantılı işlemlerin takibini kolaylaştıran bir bilgi ağı alt yapısının kurulması, görsel-işitsel yayın araçları (televizyon, radyo, toplu taşıma araçları) yoluyla vatandaşların vergileme süreci hakkında bilgilendirilmesi, elektronik tabanlı vergilemeye hazırlık ve vergileme süreci hakkında bilgi vermek amacıyla mükelleflere ve vergi idaresi çalışanlarına yönelik eğitim seminerlerinin verilmesi, ilköğretim müfredatından başlamak üzere eğitim programlarına vergi bilincinin oluşturulmasına yönelik konuların dâhil edilmesi, mobil iletişim araçları (sms, e-posta) yoluyla mükellefler ile vergi

daireleri arasında birebir iletişim kurulması, elektronik ortamda ödeme yapamayan ve vergi dairesindeki yoğunluktan rahatsız olan mükelleflerin alternatif ödeme merkezleri oluşturularak rahatlatılması, vergilemenin mükellef odaklı şekilde planlanması, ödemenin belli günlerde yapılmasından kaynaklı birikmelerin neden olduğu karışıklığı önlemek amacıyla mükelleflerin kodlama sistemiyle birbirinden ayrılarak ödeme günlerinin tayin edilmesi, vergi sisteminde ceza alan ve ödüllendirilen mükelleflerin geniş kitlelere duyurulması amacıyla bilişim teknolojilerinden yararlanılması, semtlerde kurulacak vergi danışmanlık büroları ile emekli ve yaşlı mükellefler için danışmanlık hizmetleri sunulması gibi çalışmaların yapılması vergi bilincini arttıracak gibi vergiye gönüllü katılımının sağlanması noktasında katkı sağlayabilecektir.

Sonuç olarak, bilişim teknolojilerinin kullanılması yukarıda sayılan önerilerin hayata geçirilmesi bakımından vergi bilincinin oluşumuna önemli ölçüde katkı sağlayacak ve ortaya çıkan vergisel sorunların en aza indirgenmesine yardımcı olacaktır.

Kaynakça

- Acı, E. & F. Sezgin (2007), “İnsani Yoksullukla Mücadelede Bir Sivil Toplum Örneği: İnsanca Yaşam Projesi”, *4. Küresel Yoksulluk Kongresi*, On Sekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale.
- Akdoğan, A. (2005), *Kamu Maliyesi*, Gazi Kitabevi, 9. Baskı, Ankara.
- Allahverdi, M. (2012), “Bilişim Teknolojilerinin Vergilendirme Üzerinde Etkisi, *Mali Çözüm*, İSMMMO, İstanbul.
- Aroğlu, O. (2013), “Maliye’den Mükellef Odaklı Önemli Adım”, (06.04.2013), <http://www.muhasabetr.com/ulusalbasin/haber_oku.php?haber_id=12068>, 08.04.2013.
- Ateşoğlu, N. (2010), “Doğru Vergi Algısı, Otoriter Yönetim Anlayışından Vatandaş Odaklı Anlayışa Geçişi Sağlayabilir mi?”, *Vergi Dünyası*, Sayı: 347, 129-135.
- Ay, H.M. & Ü. Şahin & H. Soylu (2010), “Mükellef ile Vergi Dairesi İlişkilerinde Yönetişimin Rolü: Karaman Örneği” *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 11(1).
- Aydemir, Ş. (1995), “Kayıt Dışı Ekonomi Üzerine (II)”, *Vergi Dünyası Dergisi*, Sayı: 162, İstanbul.
- Bozeman, (2002), “Barry, Risk Reform And Organizational Culture: The Case Of IRS Tax Systems Modernization”, *International Public Management Network Conference on “The Impact of Managerial Reform on Informal Relationships in the Public Sector”*, Certosa di Pontignano Siena, Italy 26-28 June.
- Bulut, M. & M.S. Çalışkan (2009), “Yönetimsel Yükler Bağlamında Gelir İdaresinde Otomasyon ve Elektronik Uygulamalar”, *Vergi Dünyası*, Sayı: 336, <www.vergidunyasi.com.tr>, 07.04.2013.
- CIAT, Inter-American Center of Tax Administrations, *Digital Communication Strategy*, <<http://www.ciat.org/index.php/en/products-and-services/technical-assistance/specific-programs/comunicacion-digital.html>>, 10.05.2013.
- Demir, İ.C. (2008), “ABD Vergi Sistemi ve Gelir İdaresi”, Afyon Kocatepe Üniversitesi, *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, (C.X,SI), 294-295, <http://www.iibfdergi.aku.edu.tr/pdf/10_1/16.pdf>, 11.06.2013.
- Doğan, U. (2012), “Sosyal Medyanın Vergisel Uyuma Etkisi”, *Vergi Sorunları Dergisi*, <<http://www.vergisorunlari.com.tr/yazi.aspx?yazino=8>>, 14.05.2012.
- Dornstein, M. (1987), “Taxes: Attitudes and Perceptions and Their Social Bases”, *Journal of Economic Psychology*, 8, nr: 1, 55-76.

- Hepaksaz, E. (2012), “Türkiye’de Vergi Sisteminin Yeniden Yapılandırılmasında Muhtemel Fayda ve Maliyetleriyle VEDOP Projesi ve e-Mali Uygulamalar”, *Vergi Sistemlerinin Yeniden Yapılandırılması Gereği ve Alternatif Finansman Arayışları*, 27.Maliye Sempozyumu, 2012 Mayıs, Antalya 2012, IRS, <<http://www.irs.gov>>, 18.05.2013.
- IRS, Internal Revenue Service,< <http://www.irs.gov>>
- Kesik, A. (2009), *Defterdarlar ve Vergi Dairesi Başkanları Toplantısı*, Sapanca,11 Aralık, 21-24, <[http://www.maliye.gov.tr/DestekSunumlar/Defterdarlar ve Vergi Dairesi Başkanları Toplantısı](http://www.maliye.gov.tr/DestekSunumlar/Defterdarlar%20ve%20Vergi%20Dairesi%20Ba%C5%9Fkanlar%C4%B1%20Toplantısı)>, 05.04.2013.
- Korkmaz, E. (1998), *İktisadi Gelişme ve Mali Sistem*, Filiz Kitabevi, İstanbul.
- OECD (2008), *Programs to Reduce the Administrative Burden of Tax Regulations in Selected Countries*, <<http://www.oecd.org/tax/administration/39947998.pdf>>, 02.05.2013.
- OECD (2011), *Forum on Tax Administration: Taxpayer Services Sub-group*, Social Media Technologies and Tax Administration, Centre For Tax Policy and Administration, October, <<http://www.oecd.org/tax/administration/48870427.pdf>>, 12.05.2013.
- Önaçan, M.B.K. & T.D. Medeni & Ö. Özkanlı (2012), “Elektronik Belge Yönetim Sistemi (EBYS)’nin Faydaları ve Kurum Bünyesinde EBYS Yapılandırmaya Yönelik Bir Yol Haritası”, *Sayıştay Dergisi*, Sayı: 85, Nisan-Haziran, <<http://dergi.sayistay.gov.tr/icerik/der85m1.pdf>>, 17.05.2013.
- Öz, Ersan & D. Bozdoğan (2012), “Türk Vergi Sisteminde e-Maliye Uygulamaları”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C. 17, 2.
- Özdemir, A.R. & O. Öksüzler (2006), “Bilişim Teknolojileri Kamu Sektöründeki Hantallaşmayı Önler mi? Bir Panel Analizi”, *Maliye Dergisi*, Sayı: 151, Temmuz-Aralık, 48-49.
- Özgen, F.B. (2008), “İnternet Bilgisayar Teknolojilerinin Önemi ve Türkiye’de e-Vergilendirme Sistemi”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı: 21, Çukurova Üniversitesi Türkojoloji Araştırmaları Merkezi, <http://turkoloji.cu.edu.tr/GENEL/fbo_internet_e_vergi/fbo_internet_e_vergi.htm>, 02.03.2013.
- Patterson, Jodi (2011), “Making a Noticeable Difference”, *Presentation to the Monthly Plain Meeting*, Office of Taxpayer Correspondence Internal Revenue Service, <http://www.plainlanguage.gov/news/files/IRS_PLAINpresentation.ppt>,10.4.2013.
- Savaşan, F. & H. Odabaş (2005), “Türkiye’de Vergi Kayıp ve Kaçaklarının Nedenleri Üzerine Ampirik Bir Çalışma”, *Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 5.
- Taytak, M. (2010), “İlköğretim II. Kademe Öğrencilerinde Vergi Bilincinin Tespiti: Ampirik Bir Araştırma”, *Maliye Dergisi*, Sayı: 158, Ocak-Haziran.
- Yıldız, M.S. (2008), “Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde (KOBİ) Bilgi Teknolojilerinin Kullanım Düzeyi ve Bilgi Teknolojilerinin Firmalar Üzerindeki Etkileri”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı: 25.
- Yılmazsoy, M. (2011), “Ba-Bs Uygulamasında Mükellef Geri Bildirim Sistemi ve Ba-Bs’lerin Büyülü Dünyası”, *Vergi Dünyası Dergisi*, Sayı: 355, 94.
- Zorlu, Ö. (2013), “İlköğretim Çağındaki Öğrencilerin Vergi Bilinci Düzeyi ve Vergi Bilinci Düzeyi ile İlgili Örnek Uygulama (Ankara İli Örneği)”, *Vergi Dünyası Dergisi*, Sayı: 378, <<http://muhasibeturk.org/ecopedia/394-k/33782-kayitli-elektronik-posta-sistemi-nedir-kep-nedir-ne-demek-nedemek-teblig.html>>, 07.05.2013.

Ek Tablo: 1
Vergi Bilincinin Artmasında Bilişim Teknolojilerinin Kullanımı Anket Soruları

	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
Teknolojik gelişmeler yeterince kullanılmadığı için mükellef uzayan vergi işlemlerine tepki duymaktadır.					
Maliye vergi sisteminde yapacağı değişiklikleri önceden sosyal medya da (facebook,twetter vb) mükellef ile paylaşırsa, mükellefin vergi bilinci artar.					
Elektronik vergilemedeki gelişmeler vergi daireleri arasındaki uygulama farklılıklarını azaltır.					
Mükelleflere yapacakları işlemleri, teknoloji aracılığıyla önceden bildirmek vergilerin zamanında hazineye ulaşmasını kolaylaştırır.					
Vergilemenin reklam araçları kullanılarak mükellefe sunumu mükellefin vergilemeye katılımını güçlendirir.					
Maliye mükellef ile iletişimini güçlendirmek için mükellef gruplarına göre farklı bilgi teknolojileri (SMS, Facebook,TV, Reklam araçları vb) kullanmalıdır.					
Vergileme işlemlerinde devletin görevlendirdiği mükellefin de haklarını koruyan bir vergi avukatının olması, vergi kaybını azaltır.					
Vergi işlemlerinin elektronik ortamda yapılması mükellefin vergi işlemleri sırasında yaşadığı sıkıntıları(kuyrukla, mesai kısıtı, vergi idaresinde fiziksel yapı vb.) oldukça azaltır.					
Bankamatikler gibi vergimi otomatik ödediğim VERGİ MATIKLERİN olmasını isterim.					
Vergilerin ne zaman, ne kadar ödeneceğini gösteren bir VERGİ KARTI ile işlemler yapılırsa vergi sistemi basitleşir.					
Devlet mükellefe ücretsiz vergi danışmanı atarsa, mükellefin vergi bilinci artar.					
Vergilerin tümü otomatik ödemeye göre düzenlenirse mükellefin vergi ödemede yaşadığı psikolojik tepkiler azalır.					
Vergi borcunu mükellefe otomatik sunan bir sistemin olması vergi tahsilatını olumlu etkiler.					
Elektronik ortamda yapılan işlem ve ödemeler mükellefin kendini daha rahat hissetmesini sağlar.					
İşitsel, görsel araçlar ile vergi reklamının yapılması mükellefin vergi bilincini artırır.					
Hangi vergimin ne zaman ödeneceğinin bana devlet tarafından bildirilmesi vergi ödevini daha da kolaylaştırır.					
Vergi ödemede ilgili kurum ve kuruluşlar arasında otomasyonun artması vergi tahsilatını olumlu etkiler.					
Vergilerle ilgili facebook ve benzeri sosyal ağlarda devletin mükellef ile buluşması vergi sistemini öğrenmeyi hızlandırır.					
Vergi ile ilgili her sorunu Twitter da danışabileceği bir birim olması mükellefin vergi bilincini artırır.					
Vergilemede güncel değişimleri mükellefe ileten ücretsiz hizmet veren birimlerin olması mükellef bilincini artırır.					
Ücret ödemek zorunda kaldığı için mükellef vergi sorunlarını danışmayı erteleyebilmektedir.					
Vergi cezaları hakkında hatırlatmalar, vergi ödemeyi daha fazla motive ediyor.					
Vergimi erken ödemenin ödüllendirilmesi beni vergi ödemede daha istekli kılar.					
Maliye vergi sistemindeki değişiklikleri mükelleflerle sosyal medyada paylaşması maliye- mükellef ilişkisini güçlendirir.					

