

**TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
MALİYE ANA BİLİM DALI**

VERGİ BİLİNCİNİN GELİŞTİRİLMESİNDE VERGİ İDARESİNİN ROLÜ

Ayşe MENTEŞ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ADANA / 2021

**TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
MALİYE ANA BİLİM DALI**

VERGİ BİLİNCİNİN GELİŞTİRİLMESİNDE VERGİ İDARESİNİN ROLÜ

Ayşe MENTEŞ

Danışman: Prof. Dr. Soner YAKAR

Jüri Üyesi: Prof. Dr. İsmail Orçun GÜNDÜZ

Jüri Üyesi: Doç. Dr. Hüseyin GÜLER

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ADANA / 2021

Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne;

Bu çalışma, jürimiz tarafından Maliye Ana Bilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Başkan: Prof. Dr. Soner YAKAR
(Danışman)

Üye: Prof. Dr. İsmail Orçun GÜNDÜZ

Üye: Doç. Dr. Hüseyin GÜLER

ONAY

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim elemanlarına ait olduklarını onaylarım.
.../.../2021

Prof. Dr. Serap ÇABUK
Enstitü Müdürü

NOT: Bu tezde kullanılan ve başka kaynaktan yapılan bildirişlerin, çizelge, şekil ve fotoğrafların kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'ndaki hükümlere tabidir.

ETİK BEYANI

Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde ve ortaya çıkan sonuçlarda herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu,

bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim. / / 2021

Ayşe MENTEŞ

ÖZET

VERGİ BİLİNCİNİN GELİŞTİRİLMESİNDE VERGİ İDARESİNİN ROLÜ

Ayşe MENTEŞ

Yüksek Lisans Tezi, Maliye Ana Bilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Soner YAKAR

Aralık 2021, 205 sayfa

Vergi gelirleri devletlerin kamu harcamalarını finanse edebilmek için başvurdukları sürekli ve en önemli kaynak olmaktadır. Verginin devletler açısından önemi göz önüne alındığında vergi gelirlerinin artırılmasında önemli rol oynayan vergi bilincinin geliştirilmesi için yapılması gereken çalışmaların neler olduğunun doğru tespit edilmesi önemli hale gelmektedir.

Toplumda vergi bilincinin oluşturulmasında büyük role sahip olan vergi idaresinin toplumu oluşturan tüm bireylerin vergi bilincini etkilemeye yönelik çeşitli çalışmalarla farkındalığı artırması, mükellefleri hakları konusunda bilgilendirmesi ve vergi gelirlerinin nerelere harcandığının topluma açık ve net bir şekilde anlatılması oldukça önemlidir. Bununla birlikte vergi idaresinin etkinliğini artırmak için zaman ve maliyet kayıplarını azaltacak şekilde mükelleflere hizmet sunulması da mükelleflerin vergi bilinci üzerinde etkili olabilmektedir. Bu nedenle çalışmamızda vergi bilincinin geliştirilmesinde vergi idaresinin etkinliği, yapılması gereken çalışmalar ve üzerinde durulması gereken konular araştırılacaktır. Ayrıca vergi idaresinin vergi bilincine yönelik çalışmalarının Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerinin vergi bilinç düzeyleri üzerindeki etkileri araştırılarak elde edilen bulgular ile vergi idaresine yön verme açısından önemli katkılar sağlaması amaçlanmaktadır.

Anahtar kelimeler: Vergi Bilinci, Vergi İdaresi, Vergi Bilincinin Geliştirilmesi, Çukurova Üniversitesi

ABSTRACT**THE ROLE OF TAX ADMINISTRATION IN THE DEVELOPMENT OF TAX
CONSCIOUSNESS****Ayşe MENTEŞ****Master Thesis, Department of Public Finance****Supervisor: Prof. Dr. Soner YAKAR****December 2021, 205 pages**

Tax revenues are continuous and the most important resource that states apply to finance their public expenditures. Considering the importance of tax for the states, it becomes important to correctly determine the studies that need to be done in order to develop of tax consciousness, which plays an important role in increasing tax revenues.

It is quite important for tax administration, which has a great role in creating tax consciousness in the society, to increase the awareness with various studies aimed at influencing the tax consciousness of all individuals forming the society, to inform the taxpayers about their rights, to explain evidently and clearly to the society where tax revenues are spent. In addition, providing services to taxpayers in a way that reduces time and cost losses in order to increase the efficiency of the tax administration can also have an effect on the tax consciousness of the taxpayers. For this reason, in our study, the effectiveness of the tax administration, the studies that need to be done and the issues that need to be emphasized in the development of tax consciousness will be investigated. In addition, it is aimed to provide important contributions to the tax administration with the findings obtained by investigating the effects of the tax consciousness studies of the tax administration on the tax consciousness levels of the Cukurova University Faculty of Economics and Administrative Sciences students.

Keywords: Tax Consciousness, Tax Administration, Developing Tax Consciousness, Çukurova University

ÖN SÖZ

Tez çalışmam boyunca hiçbir zaman desteğini esirgemeyen, her türlü bilgi ve deneyimini paylaşarak bana her zaman yol gösteren, her danıştığım da vakit ayırarak elinden gelenin fazlasını sunan ve her zaman iyi ki diyebileceğim çok kıymetli danışman hocam Prof. Dr. Soner YAKAR' a sonsuz teşekkür ederim.

Tez çalışmamın uygulama kısmının tüm aşamalarında bilgi ve deneyimleriyle yol gösteren, çalışmanın verimli bir şekilde oluşması için desteğini esirgemeyen ve tez jürimde yer alan değerli hocam Doç. Dr. Hüseyin GÜLER' e vermiş olduğu destekler ve tezime ayırdığı zaman için teşekkür ederim. Tez jürimde yer alarak tezimin son halini almasında değerlendirmeleriyle katkı sağlayan değerli hocam Prof. Dr. İsmail Orçun GÜNDÜZ' e tezime ayırdığı zaman ve değerli katkıları için teşekkür ederim.

Çukurova Üniversitesi Maliye anabilim dalındaki tüm hocalarıma ve ülke genelinde COVID-19 virüs salgını sebebiyle tezimin anket veri toplama sürecinin verimli tamamlanmasına ve tezimin amacına ulaşmasına büyük katkı sağlayan tüm fakülte hocalarıma teşekkürü bir borç bilirim. Ayrıca fakültemiz Ekonometri bölümü araştırma görevlisi Arş. Gör. Dilek VEYSİKARANİ' ye anket verilerinin analizinde yapmış olduğu katkılardan dolayı teşekkür ederim.

Manevi desteğini her zaman hissettiğim ve beni her konuda cesaretlendiren değerli hocam Abdurrahman KÜTÜK' e teşekkür ederim.

Hayatımın her alanında olduğu gibi eğitim alanında da her zaman yanımda olan maddi ve manevi anlamda desteklerini her zaman yanımda hissettiğim başta annem Sebiha MENTEŞ olmak üzere babam İbrahim MENTEŞ' e ve kardeşlerim Nur Figan ve Mehmet MENTEŞ' e çok teşekkür ederim.

Ayşe MENTEŞ
Adana / 2021

İÇİNDEKİLER

ÖZET	Sayfa iv
ABSTRACT	v
ÖN SÖZ	vi
KISALTMALAR	xiv
TABLolar LİSTESİ.....	xv
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xvi
EKLER LİSTESİ	xvii

BÖLÜM I

GİRİŞ

1.1. Çalışmanın Amacı.....	2
1.2. Çalışmanın Yöntemi	2

BÖLÜM II

VERGİ BİLİNCİ KAVRAMINA TEORİK YAKLAŞIM

2.1. Vergi Bilinci Kavramı	4
2.2. Vergi Bilinci Kavramının Önemi.....	6
2.3. Vergi Bilinci Kavramının Yakın Kavramlardan Ayırt Edilmesi	9
2.3.1. Vergi Ahlakının Vergi Bilincinden Ayırt Edilmesi	9
2.3.2. Vergiye Gönüllü Uyumun Vergi Bilincinden Ayırt Edilmesi.....	11
2.3.3. Vergi Kültürünün Vergi Bilincinden Ayırt Edilmesi.....	12
2.3.4. Vergi Psikolojisinin Vergi Bilincinden Ayırt Edilmesi	14
2.4. Vergi Bilincini Etkileyen Faktörler	15
2.4.1. Mükelleflerin Vergi Algıları	15
2.4.1.1. Mükelleflerin Devlete Bağlılığı ve Güveni	16
2.4.1.2. Mükelleflerin Diğer Mükelleflere Bakış Açısı.....	17
2.4.1.3. Mükelleflerin Kamu Harcamaları Hakkındaki Düşünceleri...19	
2.4.1.4. Mükelleflerin Vergi suçu, Ceza ve Denetime İlişkin	
Algılamaları.....	20
2.4.1.5. Mükelleflerin Vergide Adalet Algılaması ve Subjektif Vergi	

Yükü	22
2.4.2. Sosyo-Demografik Faktörler	24
2.4.3. Vergi Aflarının Etkisi	28
2.4.4. Vergi Kanunlarının Karmaşıklığı ve Mevzuatın Sık Sık Değiştirilmesi.....	30
2.4.5. Muhasebe Meslek Mensuplarının Rolü.....	31
2.4.6. Vergi İdaresinin Etkinliği	33

BÖLÜM III

ÇEŞİTLİ ÜLKELERDE VERGİ BİLİNCİNİN DÜZEYİ VE VERGİ İDARELERİNİN VERGİ BİLİNCİNİ ARTIRMAYA YÖNELİK ÇALIŞMALARI

3.1. Çeşitli Ülkelerde Vergi Bilinç Düzeyine Genel Bir Bakış.....	36
3.1.1. Amerika Birleşik Devletleri'nde Vergi Bilinç Düzeyi.....	37
3.1.2. İngiltere'de Vergi Bilinç Düzeyi.....	39
3.1.3. Avustralya'da Vergi Bilinç Düzeyi.....	40
2.1.4. Japonya'da Vergi Bilinç Düzeyi.....	42
3.2. Çeşitli Ülkelerde Vergi İdareleri ve Vergi Bilincinin Artırılmasına Yönelik Yapılan Çalışmalar	43
3.2.1. ABD İç Gelir İdaresi (Internal Revenue Service- IRS).....	43
3.2.1.1. Toplam Kalite Yönetimi.....	44
3.2.1.2. IRS'nin Mükelleflere Sağladığı Başlıca Hizmetler.....	45
3.2.1.2.1. Mükelleflere yardım (Taxpayer Assistance)	46
3.2.1.2.2. Vergi Form ve Yayınları (Tax Forms and Publications)	47
3.2.1.2.3. Mükellef Eğitimi (Taxpayer Education).....	48
3.2.1.2.4. Vergileri Anlama Programı (Understanding Taxes).....	49
3.2.1.2.5. Elektronik Vergi Yönetimi (Electronic Tax Administration, ETA)	49
3.2.1.2.6. Mükellef Avukatı (Taxpayer Advocate)	50
3.2.1.2.7. Diğer Hizmetler	51
3.2.1.3. Mükellef Hakları Beyannamesi (Taxpayer Bill of Rights)	51
3.2.1.4. Teknolojinin Kullanılması	52

3.2.1.4.1. IRS İnternet Sayfası (IRS.gov).....	53
3.2.1.4.2. IRS Sosyal Medya Kullanımı	53
3.2.2. İngiltere Vergi İdaresi (Her Majesty's Revenue and Customs- HMRC)	54
3.2.2.1. Mükellef Hakları Bildirgesi (Charter for Taxpayers)	55
3.2.2.2. Çocuklarda Vergi Eğitimi (Tax Facts ve Junior Tax Facts Paketi)	56
3.2.2.3. Teknolojinin Kullanılması	58
3.2.2.3.1. Sosyal Medya Kullanımı	58
3.2.2.4. Kanunların Yeniden Yazılması	59
3.2.3. Avustralya Vergi İdaresi (Australian Tax Office-ATO)	60
3.2.3.1. Mükellef Hakları Bildirgesi (Taxpayer's Charter)	60
3.2.3.2. Eğitim Alanı (Education Zone).....	62
3.2.3.3. Teknolojinin Kullanılması	62
3.2.3.3.1. Online Hizmetler	62
3.2.3.3.2. Sosyal Medya Kullanımı	63
3.2.3.4. Kanunların Sadeleştirilmesi	63
3.2.4. Japonya Vergi İdaresi (National Tax Agency-NTA).....	64
3.2.4.1. Halkla İlişkiler Bölümü	64
3.2.4.1.1. Görsel ve Basılı Yayınlardan Yararlanma	65
3.2.4.1.2. Verginizi Biliniz Haftası	66
3.2.4.1.3. Vergi Eğitimi (Tax Education)	66
3.2.4.2. Vergi Danışma Hizmetleri	68
3.2.4.3. Japon Vergi İdaresinde Bilgi ve İletişim Teknolojileri	68
3.2.4.3.1. Beyanname Doldurma Bilgi Sistemi (Kokuzei Sogo Kanri (KSK) Sistemi)	68
3.2.4.3.2. E- Vergi Sistemi (E-Tax System)	69
3.2.4.3.3. Vergi Cevap Sistemi (The TAX ANSER System)...	69
3.2.4.3.4. NTA Websitesi (www.nta.go.jp)	70

BÖLÜM IV

TÜRK VERGİ İDARESİ VE TÜRK VERGİ İDARESİNİN VERGİ BİLİNCİNİN GELİŞTİRİLMESİNDE ROLÜ

4.1. Türk Vergi İdaresinin Genel Yapısı	72
4.1.1. Türk Vergi İdaresi Kuruluş ve Görevleri	72
4.1.2. Türk Vergi İdaresinin Teşkilat Yapısı	75
4.1.3. Türk Vergi İdaresinde Vergi Bilincinin Geliştirilmesine Yönelik Düzenlemeler	78
4.2. Türk Vergi İdaresinde Vergi Bilincinin Artırılmasına Yönelik Yürütülen Hizmetler	79
4.2.1. Mükellef Hizmetleri Birimi.....	79
4.2.2. Mükellef Hakları Bildirgesi.....	81
4.2.3. Türk Vergi İdaresinde Toplam Kalite Yönetimi.....	82
4.2.4. Yeni Teknolojilerin Kullanımı.....	83
4.2.4.1. Türk Vergi İdaresi Web Sitesi (www.gib.gov.tr)	84
4.2.4.2. Vergi Daireleri Otomasyon Projeleri (VEDOP)	85
4.2.4.3. İnternet Vergi Dairesi.....	86
4.2.4.4. E-Fatura, E-Beyanname, E-Tebliğ ve E-Defter Projeleri ...	87
4.2.4.5. Vergi İletişim Merkezi (VİMER-189)	89
4.2.4.6. Kısa Mesaj Bilgilendirme Sistemi (KMBS-1189).....	90
4.2.4.7. Elektronik Posta (E-Posta) Bilgilendirme Sistemi	91
4.2.4.8. Vergi İdaresi Mobil Uygulamaları	91
4.2.4.9. Vergi İdaresi Sosyal Medya Kullanımı.....	92
4.2.4.10. Mükellef Geri Bildirim Sistemi.....	94
4.3. Türk Vergi İdaresinde Mükellefi Bilgilendirme Amaçlı Yürütülen Faaliyetler	94
4.3.1. Rehber, Broşür ve Afişlerin Hazırlanması	95
4.3.2. Vergi Haftası Etkinlikleri	96
4.3.2.1. Vergi Konulu Toplantı, Konferans ve Ziyaretler	97
4.3.2.2. Vergi Konulu Yarışma Organizasyonları	98
4.3.2.3. Üniversitelerde Stantlar Kurulması	99
4.3.3. Kayıt Dışı Ekonomiyle Mücadele Stratejisi Eylem Planı.....	99
4.3.4. Çocuklarda Vergi Bilinci Geliştirme Eğitimi Projesi	

(www.vergibilinci.gov.tr)	100
4.3.5. Vergi İdaresi Personellerinin Eğitimi	102
4.4. Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi (İİBF) Öğrencileri Üzerine Bir Anket Çalışması	103
4.4.1. Vergi Bilinci Konusunda Literatürde Yapılmış Çalışmalar	103
4.4.2. Çukurova Üniversitesi İİBF Öğrencileri Üzerine Bir Anket Çalışması	107
4.4.2.1. Araştırmanın Konusu ve Amacı	107
4.4.2.2. Araştırmanın Kapsamı	107
4.4.2.3. Araştırmanın Yöntemi	108
4.4.2.4. Araştırmanın Sınırlılıkları	109
4.4.2.5. Araştırmanın Bulgularının Değerlendirilmesi	109
4.4.2.5.1. Demografik Özellikler Frekans Analizleri	109
4.4.2.5.2. Türk Vergi İdaresinin Düzenlemiş Olduğu Uygulamaların Frekans Analizleri	111
4.4.2.5.2.1. Web Sayfalarının Frekans Analizleri	111
4.4.2.5.2.2. Sosyal Medya Uygulamalarının Frekans Analizleri	114
4.4.2.5.2.3. Yazılı ve Görsel Yayınlar Frekans Analizleri	118
4.4.2.5.2.4. Vergi Haftası Etkinlikleri Frekans Analizleri	124
4.4.2.5.3. Çapraz Tablolar	131
4.4.2.5.3.1. Cinsiyete Göre Elde Edilen Çapraz Tablo Analizleri	131
4.4.2.5.3.1.1. Cinsiyete Göre Web Sayfaları Hakkındaki Görüşler	131
4.4.2.5.3.1.2. Cinsiyete Göre Sosyal Medya Uygulamaları Hakkındaki Görüşler	133
4.4.2.5.3.1.3. Cinsiyete Göre Yazılı ve Görsel Yayınlar Hakkındaki Görüşler	134

4.4.2.5.3.1.4. Cinsiyete Göre Vergi Haftası	
Etkinlikleri Hakkındaki	
Görüşler	136
4.4.2.5.3.2. Yaşa Göre Elde Edilen Çapraz Tablo	
Analizleri	138
4.4.2.5.3.2.1. Yaşa Göre Web Sayfaları	
Hakkındaki Görüşler	138
4.4.2.5.3.2.2. Yaşa Göre Sosyal Medya	
Uygulamaları Hakkındaki	
Görüşler	140
4.4.2.5.3.2.3. Yaşa Göre Yazılı ve Görsel	
Yayınlar Hakkındaki	
Görüşler	142
4.4.2.5.3.2.4. Yaşa Göre Vergi Haftası	
Etkinlikleri Hakkındaki	
Görüşler	144
4.4.2.5.3.3. Medeni Duruma Göre Elde Edilen	
Çapraz Tablo Analizleri	147
4.4.2.5.3.3.1. Medeni Duruma Göre Web	
Sayfaları Hakkındaki	
Görüşler	147
4.4.2.5.3.3.2. Medeni Duruma Göre Sosyal	
Medya Uygulamaları Hakkındaki	
Görüşler	148
4.4.2.5.3.3.3. Medeni Duruma Göre Yazılı ve	
Görsel Yayınlar Hakkındaki	
Görüşler	150
4.4.2.5.3.3.4. Medeni Duruma Göre Vergi	
Haftası Etkinlikleri Hakkındaki	
Görüşler	152
4.4.2.5.3.4. Okuduğu Bölüme Göre Elde Edilen	
Çapraz Tablo Analizleri	154
4.4.2.5.3.4.1. Okuduğu Bölüme Göre Web	
Sayfaları Hakkındaki	

Görüşler	154
4.4.2.5.3.4.2. Okuduğu Bölüme Göre Sosyal Medya Uygulamaları Hakkındaki Görüşler	156
4.4.2.5.3.4.3. Okuduğu Bölüme Göre Yazılı ve Görsel Yayınlar Hakkındaki Görüşler	159
4.4.2.5.3.4.4. Okuduğu Bölüme Göre Vergi Haftası Etkinlikleri Hakkındaki Görüşler	162
4.4.2.5.3.5. Öğrenim Türüne Göre Elde Edilen Çapraz Tablo Analizleri.....	165
4.4.2.5.3.5.1. Öğrenim Türüne Göre Web Sayfaları Hakkındaki Görüşler	165
4.4.2.5.3.5.2. Öğrenim Türüne Göre Sosyal Medya Uygulamaları Hakkındaki Görüşler	167
4.4.2.5.3.5.3. Öğrenim Türüne Göre Yazılı ve Görsel Yayınlar Hakkındaki Görüşler	169
4.4.2.5.3.5.4. Öğrenim Türüne Göre Vergi Haftası Etkinlikleri Hakkındaki Görüşler	171
4.4.2.5.3.5.5. Ankete Katılan Öğrenciler Tarafından Vergi Bilincini Geliştirmek için Yapılan Öneriler	173

BÖLÜM V

SONUÇLAR VE ÖNERİLER	180
KAYNAKÇA.....	184
EKLER.....	201
ÖZGEÇMİŞ.....	205

KISALTMALAR

ABD	:Amerika Birleşik Devletleri
ATO	:Australian Taxation Office- Avustralya Vergi İdaresi
DPT	:Devlet Planlama Teşkilatı
ETA	:Electronic Tax Administration- Elektronik Vergi Yönetimi
GİB	:Gelir İdaresi Başkanlığı
HMRC	:Her Majesty's Revenue & Customs- İngiltere Gelir ve Gümrük İdaresi Başkanlığı
IRS	:Internal Revenue Service- ABD İç Gelir İdaresi
İİBF	:İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
KMBS	:Kısa Mesaj Bilgilendirme Sistemi
NTA	:National Tax Agency- Japonya Ulusal Vergi İdaresi
OECD	:Organization for Economic Cooperation and Development Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü
Ort	:Ortalama
TKY	:Toplam Kalite Yönetimi
SPSS	:Statistics Package for The Social Sciences- Sosyal Bilimler için İstatistik Paketi
VEDOP	:Vergi Daireleri Tam Otomasyon Projesi
VİMER	:Vergi İletişim Merkezi
WVS	:World Values Survey- Dünya Değerler Araştırması
T.y.	:Tarih Yok

TABLolar LİSTESİ

	Sayfa
Tablo 1: Sosyo Demografik Özellikler	110
Tablo 2: Web Sayfaları Frekans Analizi	112
Tablo 3: Sosyal Medya Uygulamaları Frekans Analizi	115
Tablo 4: Yazılı ve Görsel Yayınlar Frekans Analizi.....	118
Tablo 5: Vergi Haftası Etkinlikleri Frekans Analizi	125
Tablo 6: Cinsiyete Göre Web Sayfaları Hakkındaki Görüşler	132
Tablo 7: Cinsiyete Göre Sosyal Medya Uygulamaları Hakkındaki Görüşler ...	133
Tablo 8: Cinsiyete Göre Yazılı ve Görsel Yayınlar Hakkındaki Görüşler	135
Tablo 9: Cinsiyete Göre Vergi Haftası Etkinlikleri Hakkındaki Görüşler.....	137
Tablo 10: Yaşa Göre Web Sayfaları Hakkındaki Görüşler	139
Tablo 11: Yaşa Göre Sosyal Medya Uygulamaları Hakkındaki Görüşler	140
Tablo 12: Yaşa Göre Yazılı ve Görsel Yayınlar Hakkındaki Görüşler.....	142
Tablo 13: Yaşa Göre Vergi Haftası Etkinlikleri Hakkındaki Görüşler	145
Tablo 14: Medeni Duruma Göre Web Sayfaları Hakkındaki Görüşler	147
Tablo 15: Medeni Duruma Göre Sosyal Medya Uygulamaları Hakkındaki Görüşler	149
Tablo 16: Medeni Duruma Göre Yazılı ve Görsel Yayınlar Hakkındaki Görüşler	150
Tablo 17: Medeni Duruma Göre Vergi Haftası Etkinlikleri Hakkındaki Görüşler	153
Tablo 18: Okuduğu Bölüme Göre Web Sayfaları Hakkındaki Görüşler	155
Tablo 19: Okuduğu Bölüme Göre Sosyal Medya Uygulamaları Hakkındaki Görüşler	157
Tablo 20: Okuduğu Bölüme Göre Yazılı ve Görsel Yayınlar Hakkındaki Görüşler	159
Tablo 21: Okuduğu Bölüme Göre Vergi Haftası Etkinlikleri Hakkındaki Görüşler	163
Tablo 22: Öğrenim Türüne Göre Web Sayfaları Hakkındaki Görüşler.....	166
Tablo 23: Öğrenim Türüne Göre Sosyal Medya Uygulamaları Hakkındaki Görüşler	167
Tablo 24: Öğrenim Türüne Göre Yazılı ve Görsel Yayınlar Hakkındaki Görüşler	169
Tablo 25: Öğrenim Türüne Göre Vergi Haftası Etkinlikleri Hakkındaki Görüşler	172

ŞEKİLLER LİSTESİ**Sayfa**

Şekil 1: Gelir İdaresi Başkanlığı Teşkilat Şeması	77
--	----



EKLER LİSTESİ

	Sayfa
EK 1. Anket Formu.....	201

BÖLÜM I

GİRİŞ

Vergiler devlet bütçelerine gelir sağlanmasında ve kamu hizmetlerinin karşılanmasında büyük rol oynamaktadır. Mükellefler vergilerini zamanında ödemediğinde veya eksik olarak ödediğinde ise devlet üstlenmiş olduğu kamu hizmetleri için yapmış olduğu harcamaların finansmanında sıkıntı yaşamakta ve gerektiği gibi yerine getirememektedir. Dolayısıyla genel olarak beyan usulüne dayalı vergilendirmenin yapıldığı ülkemizde başarılı bir vergilendirmenin yapılmasında, mükelleflerin vergi bilincine sahip olması ve idarenin mükelleflere ait beyanlarının doğruluğunu araştırmada göstereceği başarı büyük öneme sahiptir. Vergi kayıp ve kaçakları nedeniyle devletin en büyük gelir kaynağı olan vergilerin toplanmasında sorunlar yaşanmakta ve devletin kamu hizmetlerini finanse etmesi tamamiyle mümkün olmamaktadır. Vergi bilinci kavramı tam da bu nokta da kendini göstermekte ve vergi bilincinin gelişmesini engelleyen nedenlerin neler olduğunun belirlenmesi ve vergi bilincinin geliştirilmesi için neler yapılması gerektiği problemi ortaya çıkmaktadır.

Vergi bilincinin geliştirilmesinde ise vergi idareleri büyük bir görev üstlenmektedir. Vergi idaresi tarafından yürütülecek etkili iletişim ve eğitim faaliyetleri, toplumda vergi bilincinin oluşmasında büyük önem taşımaktadır. Vergi idaresinin mükellef ile etkili iletişimi, mükellefin vergi idaresini etkin algılamasını sağlayacak ve vergi sistemine olan güvenini artıracaktır. Ayrıca mükelleflerle sağlanan etkili iletişim vergi uyumunu olumlu etkilemekte ve vergi idaresi personelinin gerektiğinde mükellefi uyarması ve mükellefe bilgi vermesi de mükellefin vergi bilincinin gelişmesine önemli katkılar sağlamaktadır. Vergi idaresinde yeni teknolojilerin kullanılması, mükelleflerin vergileme ile ilgili işlem ve sorunlarının hızlı ve etkin bir şekilde çözümlenmesini sağlamaktadır. Türkiye’de ise vergi idaresinin geliştirilmesi için çeşitli adımlar atılmış ve bu adımlar çerçevesinde toplam kalite yönetimi, mükellef hizmetleri birimi, mükellef hakları bildirgesi çalışmaları yapılmış ve yeni teknolojileri kullanma eğilimleri artırılmıştır. Ayrıca vergi idaresi vergi haftalarında yapmış olduğu etkinlikler ile mükelleflerin vergi algılamalarına etki etmekte ve böylelikle vergi uyumunu artırmayı amaçlamaktadır. Vergi idaresi vergi bilincinin küçük yaşta başlayacağı

düşüncesi ile Milli Eğitim Bakanlığı ile işbirliği yaparak çocuklarda vergi bilinci geliştirmeye yönelik eğitim-öğretim materyali ve internet sayfası tasarımı protokolü imzalamış ve bu proje ile de çocukların vergi karşısında olumlu tavır takınmaları ya da olumsuz tavırlarını değiştirmeleri hedeflenmiştir. Dolayısıyla vergi idaresi sağlamış olduğu hizmetler ve mükelleflere yönelik uygulamakta olduğu etkinliklerle onların vergi bilinci üzerine olumlu etkiler oluşturabilmektedir.

1.1. Çalışmanın Amacı

Bu çalışma, vergi gelirlerinin artırılmasında önemli rol oynayan vergi bilinci kavramının geliştirilmesi için yapılması gereken çalışmaların neler olduğunu tartışmak ve vergi idarelerinin rolünü ortaya koymak amacıyla oluşturulmuştur. Bu amaç için geniş bir literatür taraması yapılarak aynı zamanda Çukurova üniversitesi İktisadi ve İdari bilimler Fakültesi (İİBF) öğrencileri üzerine bir anket çalışması düzenlenerek elde edilen bulgular sonucunda toplumda vergi bilincinin oluşturulmasında büyük bir öneme sahip olan vergi idaresinin toplumu oluşturan tüm bireylerin vergi bilincini etkilemeye yönelik çeşitli çalışmalarla farkındalığı artırmasında başarılı olup olmadığı ve vergi bilincini geliştirmek amacıyla vergi idaresini daha etkin bir yapısal zemine nasıl kavuşturulacağı araştırılarak buna ilişkin önerilerde bulunmak amaçlanmaktadır.

1.2. Çalışmanın Yöntemi

Ülkemizde vergi bilincinin geliştirilmesinde vergi idaresinin rolünü araştırmak amacıyla oluşturulan bu tez çalışmasında çalışmanın amacına uygun olarak veri elde edebilmek amacıyla sosyal bilimlerde yaygın olarak kullanılan anket yöntemi tercih edilmiştir.

Çalışmanın birinci bölümünde vergi bilinci kavramının tanımına, önemine ve birlikte sık kullanıldığı kavramlardan ayırt edilmesinin sağlanmasına ve etkileyen faktörler ile ilgili teorik bilgilere yer verilmektedir.

Çalışmanın ikinci bölümünde ilk olarak çeşitli ülkelerde vergi bilinç düzeyi vergi ahlak düzeyi ile ilişkilendirilerek açıklanmaya çalışılmakta bu ülkelerin vergi idarelerinin vergi bilincinin artırılmasına yönelik uygulamakta oldukları çalışmalara değinilmektedir.

Çalışmanın son bölümünde ise Türk Vergi İdaresinin genel yapısı ele alınarak vergi bilincinin geliştirilmesine yönelik düzenlemelere değinilmektedir. Daha sonra Türk Vergi İdaresi'nin mükellef vergi bilincinin arttırılmasına yönelik yürütülen hizmetleri ve mükellefleri bilgilendirmek amacıyla yürütülen faaliyetler ele alınmaktadır. Son olarak, çalışmanın amacına uygun olarak Çukurova Üniversitesi İİBF öğrencileri üzerine gerçekleştirilen anket çalışmasına yer verilmektedir.



BÖLÜM II

VERGİ BİLİNCİ KAVRAMINA TEORİK YAKLAŞIM

2.1. Vergi Bilinci Kavramı

Kelime anlamı “insanın kendisini, çevresini ve olup biteni tanıma, algılama, kavrama ve fark etme yetisi” (Google dictionary, t.y.) olan bilinç kavramı psikolojide, çok farklı zihinsel süreç, işlev ve yapının birlikte oluşturmuş olduğu zihinsel bir durum olarak tanımlanmaktadır. Bu zihinsel durum algı, dikkat, bellek, duygu, motivasyon, benlik, kendini düzenleme, motor duyular, beden sezileri gibi psikolojinin birçok unsuruyla birlikte incelenmekte olup bilinç kavramını belirleyen özellikler arasında en çok öne çıkan özellik de bir farkındalık durumu olduğudur. Yani farkında olunmayan, olunamayan ya da olunamayacak olan bir zihinsel iş veya işlem sonucu, bilinçli bir iş veya işlem olarak kabul edilmemektedir (Sağlam, 2013: 319). Bilinç veya farkındalık gerçeği kavrama, gerçeğe cevap ya da gerçeğe nasıl tepki verileceği konusundaki insani unsurdur (Kamil, 2015: 106).

Vergi bilinci ile ifade edilmek istenen ise vergi mükellefiyetine ait görev ve sorumluluk anlayışına sahip olmaktır. Vergi bilinci, vergi aydınlatması, vergi bilgisi olarak tanımlanmış, bazı yazarlar vergi sorumluluğu terimini önermiş hatta vergi tabanının genişletilmesinden bahsetmişlerdir (Buehler, 1940: 237).

Vergi bilinci konusunda literatürde genel olarak kabul edilmiş bir tanım bulunmamaktadır. Vergi bilinci konusunda literatürde farklı tanımlara yer verilmekte ve bu tanımların ortak noktasının ise mükelleflerin vergiyi algılamaları ve bunu tutum ve davranışlarına olumlu bir şekilde yansıtmaları olduğu görülmektedir (Buyrukoğlu ve Erasa, 2012: 121).

Savaşan ve Odabaş tarafından vergi bilinci, “Mükellefin ödediği vergi ile aldığı kamusal mal ve hizmetleri ilişkilendirmesi” olarak tanımlanmaktadır. Mükellefte vergi bilincinin oluşması için devletin ürettiği mal ve hizmetlerin ancak vergilerle finanse edebileceğini fark etmesi gerektiğini savunmaktadırlar (Savaşan ve Odabaş, 2005: 8).

Dornstein ise vergi bilincini “Bir verginin farkında olmak” olarak tanımlamaktadır (Dornstein, 1987: 59, aktaran: Sağlam, 2013: 320).

Kamil'e göre vergi bilinci, vergi mükelleflerinin vergi tahsilatında dezavantajlı olmadıkları ve zorlama hissetmedikleri için vergi ödemek istemeleridir (Kamil, 2015: 106).

Edizdoğan, Çetinkaya ve Gümüş' e göre vergi bilinci, "devletin yerine getirmekle yükümlü olduğu kamu hizmetlerinin gerçekleştirilmesi için toplum bireylerinin usul, esas ve oranlara göre katkıda bulunmaları gerektiğini fark etme, bilme ve hatırlama yeteneğine sahip olmalarını" ifade etmektedir (Edizdoğan, Çetinkaya ve Gümüş, 2010: 202).

Akdoğan vergi bilincini "kamu hizmetlerinin gerçekleştirilmesi bakımından verginin önemini bilen toplum bireylerinin, vergi ile ilgili ödevlerini yerine getirmedeki isteklerinin düzeyi" olarak tanımlamaktadır (Akdoğan, 2006: 180).

Kintanar "Hem rızaları, dirençleri ve uyumluluk yapıları hem de ekonomik motivasyonlarının bütün kompleksi yönündeki vergi önlemlerinin etkileri üzerinde mükelleflerin verdiği yanıtlar" şeklinde tanımlamaktadır (Kintanar, 1964: 24).

Hastuti, "Vergi mükelleflerinin kendi vergi hesaplamaları, ödemeleri ve raporlarından sorumlu olmaları konusunda kişisel farkındalıkları" olarak tanımlamaktadır (Hastuti, 2014: 85).

OECD de ise "vatandaşların yasal zorunluluklarının dışında vergi ödemek için içsel motivasyonları" olarak ifade edilmektedir (OECD, 2013: 1).

Dünya Bankası "vatandaşların vergi ödeme gönüllülükleri" olarak ifade etmektedir (World Bank, 2009: 23).

Gelir İdaresi Başkanlığı tarafından ise vergi bilinci "kamu hizmetlerinin gerçekleştirilmesi bakımından verginin önemini bilen toplum bireylerinin, vergi ile ilgili ödevlerini yerine getirmedeki isteklilik düzeyi" şeklinde tanımlanmaktadır (Gelir İdaresi Başkanlığı, 2021).

Vergi bilincinin tanımı yapılırken bireylerin vergi farkındalığı ve verginin neden ödendiğinin veya alındığının farkındalığına vurgu yapılmasının doğru bir vergi bilinci tanımının yapılabilmesi için önemli olduğu vurgulanmıştır. Vergi farkındalığı ile bireyin, vergi mevzuatı, vergi mevzuatında yapılan değişiklikleri takip etmesi ve vergi uygulamaları konusunda bilgi sahibi olması ifade edilirken; verginin neden ödendiğinin farkındalığı ile ise verginin yararlanılan kamu hizmetlerinin finansman kaynağı olarak görülmesi ifade edilmektedir (Taytak, 2010: 498; Buyrukoğlu ve Erasa, 2012: 121). Dolayısıyla vergi bilinci kavramı

yalnızca vergiyi ödemek olarak algılanmamalıdır. Vergi bilinci aynı zamanda vergi mükelleflerinin ödemiş oldukları vergilerin nasıl harcandığının denetimini de kapsayan bir kavram olarak da karşımıza çıkmaktadır (Edizdoğan vd., 2010: 202). Çünkü ödediği vergilerin ne amaçlarla ve nerede kullanıldığı mükellefin ödediği vergiye bakış açısını etkileyen bir unsurdur (Ömürbek, Çiçek ve Çiçek, 2007: 104).

Vergi bilinci ilk olarak mükelleflerin vergi ödediklerinin farkında olmaları, daha sonra bu vergileri neden ödediklerini kavramaları ve bu bilgilere sahip olduktan sonra ödedikleri vergi gelirlerinin nerelere harcandığını izlemeleri ve yararlandıkları kamusal mal ve hizmetlerle ilişkilendirmeleri şeklinde ortaya çıkmaktadır. Mükellef bu bilgileri edindikten sonra vergiye karşı olumlu veya olumsuz tutum ya da davranış göstermekte veya verginin ödenmesine karşı olumlu veya olumsuz görüş oluşturmaktadır. Bunun sonucunda vergi bilinci, bireylerin ödediği vergilerin farkında olmaları, bu vergilerin neden ödendiğini bilmeleri, vergi gelirlerinin nasıl harcandığına ilgi göstermeleri ve bunun sonucunda vergi ödenmesinin gerekli olup olmadığı konusunda görüş oluşturmaları olarak tanımlanabilmektedir (Abdieva ve Cumakunova, 2017: 73). Vergi bilinci ile ilgili literatürde her ne kadar olumlu algılama olarak tanımlar yapılsa da vergi bilinci mükelleflerin vergi konusunda sahip olduğu farkındalık düzeyidir (Abdieva ve Cumakunova, 2016: 678).

Vergi bilincini mükelleflerin verginin farkında olmaları, verginin gerekliliğine inanmaları, devletin sunmuş olduğu hizmetlerin sürdürülebilmesi için verginin önemli bir faktör olduğunu anlamaları ve vergi ödeme konusunda olumlu tavır ve davranışlarda bulunmaları şeklinde tanımlayabiliriz.

2.2. Vergi Bilinci Kavramının Önemi

Vergi gelirleri devletlerin kamu harcamalarını karşılamak için başvurdukları en önemli kaynak olmaktadır. Zamanla gelişen dünya ile birlikte devletlerin üstlendikleri görevler artmakta ve devletler artan kamu harcamaları karşısında daha fazla finansman kaynağına ihtiyaç duymaktadır. Bu durum özellikle ülkemiz gibi beyana dayalı vergilendirme sisteminin uygulandığı ülkelerde vergi yükümlülüğünün mükellefler tarafından doğru bir şekilde yerine getirilmesini önemli bir hale getirmektedir. Beyana dayalı vergileme ise, vergi ile ilgili temel

yükümlülüklerin bizzat vergi mükellefinin kendisi tarafından yerine getirilmesini ifade etmektedir. Bu, mükellefin bildirim görevinin yanı sıra kayıt ve belge düzenine uyma, beyanname verme, vergilendirme sürecinde verginin tahakkuk ettirilmesinden ödenmesine kadar mükellefin yükümlülükleri kapsamında olması anlamına gelmektedir (Ömürbek vd, 2007: 103).

Sayıları oldukça fazla olan mükelleflerle vergi idaresinin tek tek ilgilenemeyeceği göz önünde bulundurulduğunda, buradaki en önemli görev mükelleflere düşmekte ve mükelleflerde vergi bilincinin yerleşmiş olması başarılı bir vergilendirme işleminin yapılabilmesi için önemli hale gelmektedir (Korkmaz, 2015: 100). Ülkemizde vergi denetim elemanlarının etkin bir vergi denetimi yapmak için yeterli sayıda olmaması ve vergi denetim oranının düşük olması nedeniyle mükellefin vergi bilincine sahip olması oldukça önemlidir. Çünkü mükellefler vergi bilincine sahip olduğunda denetlenme ihtimali düşük olsa bile üzerine düşen görev ve yükümlülüklerini eksiksiz yerine getirmekte ve vergilendirmenin başarılı bir şekilde yerine getirilmesine katkı sağlamaktadır (Yeğen, 2013: 6).

Toplumda vergi bilincinin yerleşmiş olmasının devletler bakımından ne kadar önemli olduğu tam da bu noktada ortaya çıkmaktadır. Çünkü vergi bilinci bir toplumda vergi tahsilatı üzerinde önemli rol oynamaktadır. Vergi bilincinin yerleşmiş olduğu toplumlarda mükellefler vergiye olumlu davranışlar göstermekte ve vergi borçlarını büyük bir titizlikle yerine getirmektedirler. Ancak vergi bilincinin yerleşmemiş olduğu toplumlarda mükellefler vergiyi bir yük olarak algılamakta ve bulduğu her fırsatta bu yükten kurtulmaya çalışmaktadır. Dolayısıyla bir ülkede vergi bilinç düzeyinin düşük olması o ülkenin toplam vergi gelirlerinin de düşük olmasına neden olmaktadır (Buyrukoğlu ve Erasa, 2012: 121). Vergi bilincinin düşük olduğu ülkelerde vergi oranları artırılarak vergi gelirleri artırılmaya çalışılmaktadır. Ancak vergi kayıp ve kaçakları nedeniyle devletin yapmış olduğu harcamalar her zaman vergilerle de finanse edilmesi mümkün olmamakta ve devlet finansman açığını borçlanma yoluyla kapatma yoluna da başvurabilmektedir. Ancak bu iki durum da ülke ekonomisine uzun ve kısa vade de zarar vermektedir. Ayrıca bu durum vergisini düzenli bir şekilde ödeyenler için haksız rekabetin ortaya çıktığı bir düzene sebep olmaktadır ve buda piyasayı olumsuz bir şekilde etkilemektedir (Yeğen, 2013: 8).

Devletin finansal olarak güçlenmesi noktasında da vergi bilincinin önemi kendini göstermekte ve toplumda oluşan vergi bilinci ve devletin sunacağı hizmetler arasında doğru orantılı bir ilişki ortaya çıkmaktadır. Toplumda vergi bilincinin artırılmasıyla birlikte devletin finansal olarak gücü artmakta dolayısıyla daha iyi eğitim ve daha iyi sağlık hizmetleri gibi devletin sunacağı hizmetler ve sağlayacağı imkânlar da o oranda artmaktadır. Mükellefler tarafından bir yük olarak algılanmış olan vergilerin aslında devletin gelir kaynağını oluşturuyor olması sebebiyle vergi bilincinin toplumda artması vergi hasılatının artmasında büyük etki oluşturmakta ve dolayısıyla devlet ekonomisinin güçlenmesine de katkı sağlamaktadır. M. Kemal Atatürk'ün de söylediği gibi: "Devletin her bir kurumu ancak güçlü bir maliye ile yaşar." Güçlü bir maliyenin oluşturulması için ise toplumda vergi bilincinin oluşturulmuş olmasının önemli ve büyük bir rolü vardır (Taytak, 2010: 499).

Vergi bilinci sadece vergiyi ödeyen kesim için değil, toplum içerisinde yer alan genel tüketici konumundaki en küçük birey de bile oluşturulması gereken bir davranış kalıbıdır (Taytak, 2010: 498). Bugünün çocuklarının yarının büyükleri olacağı bilinciyle ve sloganıyla toplumun en küçük bireyi olan çocuklarda bile vergi bilincinin oluşturulması vergi bilincinin hem geniş alanlara yayılması için önemli olmakta hem de böylelikle vergi bilinci gelecek kuşaklara aktarılmaktadır. Vergi bilinci oluşumunun mükellefiyetin başlamasına bırakılması vergi bilinci oluşum sürecinin uzamasına, vergi ödeme ve almasının gecikmesine ve aksamasına neden olabileceğinden henüz mükellefiyet başlamadan oluşturulması faydalı olabilmektedir (Alkan, 2009: 18).

Bir ülke de vergi bilinci oluştuğunda, kayıt dışı ekonomi önlenmiş, sosyal-ekonomik gelişmeler büyük ölçüde sağlanmış olmaktadır. Vergi idaresinin organizasyonları ve vergi denetimleri ise daha kolay, daha hızlı ve daha etkin sağlanmış olmaktadır. Mükellefler vergisel yükümlülüklerini kendiliğinden yerine getirmiş olacakları için idarenin iş yükü azalmakta, iş yükünün azalması vergi toplama maliyetlerini azaltmakta ve vergilendirme süreci aksamadan ve olabilecek en az sürede tamamlanacağı için idareye de daha verimli çalışma olanağı sunmaktadır (Yeğen, 2013: 7). Bireyler ise ödemiş oldukları vergilerin nasıl ve nerede kullanıldığını denetlemek amacıyla vergi tekniğinin açık, şeffaf ve net olması konusunda otoriteye baskı yapmakta ve dolayısıyla demokrasinin

sağlanmasına katkı sağlamış olmaktadır (Çak, Şeker ve Bingöl, 2010: 76-77). Ayrıca toplumda vergi bilincinin yerleşmesi “*mükellefin mükellefle oto-kontrolü*” nü de sağlamaktadır. Böylelikle mükellefler öncelikle kendilerinin daha sonra da çevresindeki mükelleflerin denetimini sağlayarak aynı zamanda da diğer mükellefler tarafından da denetlendiklerini bilerek hareket edeceklerdir. Böylelikle vergi idaresinin denetim yükü hafifleyecektir (Güner, 2008: 8).

2.3. Vergi Bilinci Kavramının Yakın Kavramlardan Ayırt Edilmesi

Vergi bilinci kavramı literatürde sık sık vergi ahlakı, vergiye gönüllü uyum, vergi psikolojisi ve vergi kültürü kavramlarıyla bir arada kullanılmaktadır. Biz de çalışmamızın bu kısmında belirtilen kavramlara yer vererek anlam bakımından önemli farklılıkları bulunmakla birlikte birbiriyle iç içe geçmiş içerik bakımından birbirine yakın bu kavramları ele alarak vergi bilincinden ayırt edilmesini açıklamaya çalışacağız.

2.3.1. Vergi Ahlakının Vergi Bilincinden Ayırt Edilmesi

Torgler vergi ahlakı kavramını en basit tanımıyla “vergi ödeme konusunda bireylerin içsel motivasyonu” şeklinde tanımlamaktadır (Torgler, 2005: 525).

Erard ve Feinstein’e göre ise “mükellefin vergi yasalarından doğan yükümlülüklerini, gerçeğe uygun olarak yerine getirme konusundaki davranışlarının düzeyine” denilmektedir (Erard ve Feinstein, 1994: 17-18).

Vergi ahlakı, “İnsanlar niçin vergi öderler?” sorusundan yola çıkarak vergilerin yalnızca yasal zorunluluğa dayanarak ödendiği düşüncesinin mükelleflerin tutum ve davranışlarını açıklamakta yetersiz kalması sonucu insanların vergi ödemelerini sağlayan başka faktörlerinde olduğu düşüncesinden yola çıkılarak oluşturulmuştur (Tosuner ve Demir, 2007: 9).

Mükellefler ya vergiyi yakalanma ve cezalandırılma riskini göze alarak ödemezler ya da gönüllü olarak öderler (Aktan, 2012). Ancak bireylerin vergiyi düzenli ödeme nedeni sadece cezai yaptırımlar ya da kuralları çiğnemekten korkma değildir. Yasalar her ne kadar zorlayıcı olsalar da bireyler, motivasyonlarını ve eylemlerini doğruluk ve yanlışlık bakımından yapıp yapılmayacağını düşünerek kendilerini ahlaki bakımdan değerlendirmektedirler (Hastuti, 2014: 84). Dolayısıyla vatandaşların vergilerini düzenli olarak ödemeleri

için içsel bir motivasyona ihtiyaç vardır ve bu içsel motivasyon bireylerin sahip olmuş olduğu değerler tarafından oluşturulmaktadır. Vergi ahlakı ise bu değerlerin en başında gelmektedir. Vergi ahlakına sahip olan bireyler vergiye karşı görev ve sorumluluklarının da bilincinde olmaktadır. Bundan dolayı vergi ahlakı; vergi cezaları ve vergi kaçakçılığı karşısında sergilenen tavır olarak tanımlanabildiği gibi aynı zamanda mükellef olarak vatandaşların devlet ile aralarındaki ilişkileri düzenleyen davranış normları olarak da tanımlanabilmektedir (Tosuner ve Demir, 2007: 9).

Vergi ahlakını bireylerin vergi ödemeye istekliliği veya ahlaki yükümlülüğü ya da topluma katkı sağlama inancı olarak da düşünebiliriz. Aynı zamanda vergi ahlakı vergilerde hile yapmaktan ahlaki pişmanlık ve suçluluk duymayı da içerir. Bir mükellefin pişmanlığı ya da suçluluk duygusu güçlü ise vergi ödemeye daha istekli olmaktadır (Torgler, 2005: 526).

Vergi ahlakı ile ilgili olarak Avustralya’da anlatılan bir fıkra vergi mükellefinin vicdanı ve vergi ödevi arasındaki ilişkiyi açıkça ifade etmektedir (Torgler, 2008: 31);

“Bir adam Avustralya Gelir İdaresine bir mektup yazar ve şu ifadeleri kullanır: Ödemem gereken gelir vergisini ödemediğimden dolayı bir türlü uyuyamıyorum. Anladım ki; gelirimden vergilendirilmesi gereken 1.500 dolar var ve bu miktarı size gönderiyorum. Eğer hala uyuyamazsam geri kalanı da size göndereceğim.”

Bu vicdani duyguya bireylerin ulaşması çok kolay değildir. Çünkü mükelleflerin sosyal normlardan etkilenme derecesi ve kişisel değerleri gibi faktörler mükellef vergi ahlakının oluşmasında önemlidir. Vergi ahlakı kavramı bu noktada vergi bilinci ile iç içe olma özelliği göstermektedir. Vergi bilinci ile mükellefler yararlandıkları kamusal mal ve hizmetlerle ödemiş oldukları vergiler arasında bir mali bağlantı ilişkisi kurarak vergi ödeme gerekliliğini fark edebilmektedirler (Kitapçı, 2017: 444-445). Dolayısıyla vergi bilinci ve vergi ahlakı kavramları birbirini tamamlayan iki kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Vergi bilinci kavramı, vatandaşların vergileme ve vergilemeyle üzerlerine yüklenmiş olan özel yükümlülük karşısında takınmış oldukları genel tavırları ifade etmektedir. Vergi ahlakı ise, vergi bilincinin genel çerçevesinde yer almış olduğu

haliyle vergi ödeme konusundaki içsel motivasyon olarak tanımlanmaktadır (Teyyare ve Kumbaşı, 2016: 4-5). Yani vergi bilincinin iyi kavrandığı bir toplumda mükellefler verginin toplum için yararlı kamu hizmetleri amacıyla kullanılması gerektiğini bilmekte devleti onun için sorgulamakta vergi yükümlülüklerini yerine getirmede zaman vicdan muhasebesi yapabilmektedir (Alkan, 2009: 17). Mükelleflerin vergi bilincinin artması vergi ahlakını artıran bir olgudur (Yıldız, 2019: 138).

2.3.2. Vergiye Gönüllü Uyumun Vergi Bilincinden Ayırt Edilmesi

Vergi uyumu (tax compliance) herhangi bir cebri güce ihtiyaç duyulmadan vergi kanunlarının ve vergi idaresinin öngördüğü yükümlülüklerin eksiksiz ve doğru zamanda yerine getirilmesi olarak tanımlanabilmektedir (James ve Alley, 2004: 32).

Vergi uyumu; “mükellefler tarafından vergiye ilişkin yükümlülüklerin tam olarak yerine getirilmesi ve vergi beyannamelerinin cari vergi kanunları ve ilgili diğer mevzuat çerçevesinde eksiksiz olarak ve zamanında ilgili mercilere verilmesi” şeklinde ifade edilebilmektedir. Başka bir deyişle mükelleflerin vergi kanunları uyarınca doğan vergi borcunu tam olarak beyan etmeleridir (Özpehriz, 2005).

Vergi uyumu genel olarak “gönüllü” ve “zorunlu” vergi uyumu olarak iki kategoride karşımıza çıkmaktadır. Bunlardan ilki mükelleflerin vergiyi ödemeye değer bulmalarını (vergiyi benimseme) diğeri ise mükellefleri caydırıcı bazı unsurlar ile itaate zorlamayı (vergiye itaat) ifade etmektedir (Kitapçı, 2016: 58). Zorunlu vergi uyumunun olduğu durumda mükellefler toplum baskısı, etkin vergi denetimi, caydırıcı vergi cezaları ve savaş, doğal afet gibi olağanüstü durumlar aracılığıyla aslında ödemeye değer bulmadıkları vergileri eksiksiz bir şekilde tam olarak ödemeye zorlanmaktadır. Yani vergi sistemi ve uygulamalarına karşı olumsuz bir algılamaları sebebiyle vergiye uymama tutumu içerisinde olan mükellefler, bu tür zorlayıcı sebeplerle tutumlarının tersi bir davranış sergilemek zorunda bırakılmaktadır. Gönüllü uyumun olduğu durumda mükellefler verginin toplanma amacını bilmekte ve bu amaca inanmakta, ödeyecekleri vergileri adil ve eşit olarak algılayarak vergiyi ödemeye değer bulmakta ve vergiyi benimsemektedir. (Güner, 2008: 13). Dolayısıyla vergi uyumu yalnızca vergi

oranlarının ve yakalanma olasılığının bir işlevi olmamakta, aynı zaman da her bireyin uyma istekliliğinin de bir işlevidir (Torgler, 2007:65). Bu nedenle toplumda vergi bilincinin oluşturulmasıyla gönüllü uyum düzeyinin artırılması mümkün olmaktadır (Çiçek ve Bitlisli, 2017: 261).

Vergiye gönüllü uyum ile vergi bilinci kavramları yakından ilişkilidir. Mükelleflerin vergisel yükümlülükleri konusunda bilinçlendirilmeleri vergiye gönüllü uyum çalışmalarının temelini oluşturmaktadır (GİB, 2007: 41-42). Vergi bilinci mükelleflerin vergi yükümlülüklerini tam ve doğru bir şekilde gönüllü olarak yerine getirmelerini etkileyen önemli faktörlerden biridir (Abdiyeva ve Cumakunova, 2017: 78). Çünkü vergi bilinci yüksek toplumlarda mükellefler ödemiş oldukları vergilerin kendilerine ne şekilde döneceğini dolayısıyla ödemiş oldukları vergilerin nelere ve nasıl harcandıklarını bilmekte ve bunun sonucu olarak da üzerlerine düşen vergi ile ilgili mükellefiyetlerini kendilerinden beklenildiği gibi ve içlerinden gelerek yerine getirmektedirler (Yeğen, 2013: 6).

Vergi bilinci vergi ödeme istekliliğinin düzeyine denilmektedir. Vergi ahlakı ise mükellefin vergi ödeme istekliliğini ifade eden tutumdur. Bu tutumun davranış haline gelmiş olması vergi uyumu olarak ifade edilmektedir. Eğer vergi ödemek bir ahlaki norm olarak yerleşmişse baskı ve zorlama olmaksızın vergi uyumundan söz edilebilir (Saygın, 2013: 25). Toplumu oluşturan bireylerin ahlaki değerlere bağlılığı artırıldıkça, vergi ahlakı ve bu sayede gönüllü vergi uyumu da artırılmış olmaktadır (Gür ve yıldız, 2017: 692).

2.3.3. Vergi Kültürünün Vergi Bilincinden Ayırt Edilmesi

Vergi kültürü kavramı “toplumu oluşturan bireylerin hür vicdanlarında vergi verme gereği duymaları” olarak tanımlanabilmektedir. Mükelleflerin bu kültür düzeyine ulaşabilmeleri için ise ilk olarak ailede başlayarak çeşitli okullarda devam eden, yazılı ve görsel iletişim araçları ile birlikte dinsel kurumlar tarafından da desteklenen bir eğitim almaları gerekmektedir (Faralyalı, 2008: 1).

Tanzi ise, vergi kültürünün vergi mükellefleri tarafından belirli bir vergi bilinci olarak algılanması gerektiğini ileri sürmektedir (Tanzi, 1999:2-4, aktaran: Işık, 2009: 857). Ayrıca mükelleflerin vergi idaresiyle karşılıklı ilişki kuramadığı, insanlardan birçok verginin saklandığı, birçok insanın büyük kısmını dolaylı olarak ödediği vergilerin farkına varamadığı toplumlarda vergi bilinci veya vergi

kültürünün asla gelişemeyeceği görüşünü savunmaktadır (Tanzi ve Tsibouris, 2000: 14).

Bu konuda en kapsamlı tanım ise Nerre tarafından “Bir ülkeye özgü vergi kültürü, onların sürekli etkileşimlerinden kaynaklanan bağlı ve bağımlılıklarını içeren ülke kültürüne tarihsel olarak yerleşen ulusal vergi sistemi ve onun pratik uygulamasıyla bağlantılı tüm ilgili resmi ve resmi olmayan kurumların bütünüdür.” şeklinde tanımlanmaktadır (Nerre, 2001: 289). Bu tanıma göre vergi kültürü; vergileme kültürü (taxation culture), vergi ödeme kültürü (tax paying culture), vergi ahlakı (tax morale) ve vergi bilincinden (tax consciousness, tax awareness) daha fazlasını içeren bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır (Yöney, 2019: 25).

Her toplumun nasıl kendilerine ait bir kültürü bulunmaktaysa aynı şekilde bu durumun ekonomik hayata da yansımalarıyla birlikte toplumların kendilerine ait vergi kültürleri de meydana gelmektedir. Tıpkı kültür kavramının toplumdan topluma farklılık göstermesi gibi vergi kültürü kavramı da toplumlar arasında farklılık göstermektedir (Işık, 2009: 857). Dolayısıyla bu farklılık toplumların vergi ahlak ve vergi bilinci açısından da söz konusu olmakta ve toplumların vergiye bakış açıları da farklılık göstermektedir. Benzer ekonomik düzey ve yapılarla sahip olmalarına rağmen sahip olduğu farklı kültür birikimleri sebebiyle toplumların vergi ahlak ve vergi bilinçleri farklılaşabilmektedir. Hatta aynı ülkenin farklı bölgelerinde dahi bu düzey farklılık gösterebilmektedir (Tosuner ve Demir, 2007: 13; Nadaroğlu, 1996: 280). Vergi kültürü kavramı toplumsal süreçlerle yakın bir ilişki içerisinde ve dinamik bir yapıya sahiptir. Toplumun genel yapısında varolan dürüstlük, adalet ve görev duygusu gibi değerler etkileşimi vergi kültürünün oluşmasında önemli rol oynamaktadır (Nerre, 2002: 34).

Vergi kültürü en yalın haliyle mükelleflerin vergi bilincini belirleyen topluma özgü faktörleri ifade etmektedir (Özdemir, 2015: 175). Vergi ahlakı ise bir bakıma genel kültür seviyesinin bir fonksiyonu olarak görülmektedir. İktisadi olarak gelişen ülkelerde vergi ahlakı, gelişmemiş ülkelere oranla daha yüksek düzeydedir (Nadaroğlu, 1996: 279). Vergi ödeme konusundaki içsel motivasyonun oluşmasında kültürel düşünceler belirleyici bir rol oynamaktadır (Alm ve Gomez, 2008: 75, aktaran: Kitapçı, 2011: 215).

Vergi kültürü, mükelleflerin ve vergileme hakkına sahip olan idarenin davranış ve eylemleri üzerinde etkili olan manevi ve maddi öğelerin bütünüdür.

kapsamaktadır. Etkili ve olumlu bir vergi kültürüne sahip olan devlet, mükellefin vergi ödemesini zorunluluk olmaktan çok istekli bir şekilde ödemesini, vergi idaresine ve devlete güven duymasını, mükellefin ve idare personellerinin beklenti ve davranışlarını şekillendirmesini, vergi toplama ve uyum başarısını artırmaktadır. Dolayısıyla kültür ve bunun sonucunda ortaya çıkan ahlak ile vergi ödeme davranışı arasında güçlü bir ilişki meydana gelmektedir (Aktan, 2012).

Vergi bilinci kavramı, vergi kültürü kavramının ilk aşaması sayılabilmektedir. Yani mükelleflerin vergi ile ilgili yükümlülükleri yerine getirmedeki almış olduğu kararların ve yapmış olduğu davranışların mükellefin vergi algılamaları ve vergi bilincine bağlı olduğu savunulabilmektedir (Abdiyeva ve Cumakunova, 2017: 73). Vergi bilinci ile vergi ahlakının bir ülkede yerleştirilmiş olması o ülkede vergi kültürünün geliştirilmesine önemli katkı sağlamaktadır. Çünkü vergi bilincinin ve vergi ahlakının bir ülkede yerleştirilmiş olması demek o ülkede mükelleflerin vergisel yükümlülüklerini olması gerektiği gibi yerine getirmesi demektir (Taytak, 2016: 1940).

2.3.4. Vergi Psikolojisinin Vergi Bilincinden Ayırt Edilmesi

Vergi psikolojisi bireylerin ve toplulukların vergileri algılayışı, vergilere bakış açısı ve bunlar sonucunda mükelleflerin göstermiş oldukları aktif ve pasif tepkileri ifade etmektedir (Schmölders, 1976:114, aktaran: Güngör Göksu ve Saruç, 2012).

Vergi psikolojisi, kişilerin ve grupların vergi algısını, vergilemeye bakış açısını ve vergilemeye karşı oluşan tepkileri ifade etmek için kullanılmaktadır. Bu kapsamda, vergi uyumu ve vergiye karşı mükellef tepkileri de vergi psikolojisinin alanı içerisinde incelenmektedir (Taşkın, 2010: 69; Aktan, 2012).

Vergi psikolojisi ile anlatılmak istenen mükellef psikolojisidir (Buyrukoğlu ve Erasa, 2012: 122). Vergilerin alınması mükellefleri çeşitli davranışlara itmektir. Bu vergi ile amaçlanan hedeflerden uzaklaşılmasına neden olabileceğinden mükelleflerin vergileme konusunda davranışlarının bilinmesi başarılı bir vergilendirmenin gerçekleştirilebilmesi için önemlidir (Çataloluk, 2008: 215).

Vergi psikolojisi yani vergiyi algılama biçimi ve vergi bilinci vergi uyumunu etkileyen önemli faktörlerdir. Doğal olarak mükelleflerin vergiye karşı gösterecekleri tutum ve davranışlar mükelleflerin vergiyi algılamasına ve nasıl

algıladığına bağlı olmaktadır (Sağlam, 2013: 317). Dolayısıyla vergiyi algılama biçimi mükellefler arasında farklı olabilmekte, bu durum ise vergiye karşı farklı mükellef tepkilerine yol açmaktadır (Taşkın, 2010: 69). Vergi bilinci ile vergi ahlakı gibi kavramlarda mükellefin algıları, tutumları ve davranışlarıyla ilgili kavramlardır (Güner, 2008: 9-10). Vergi konusunda sahip olunan vergi bilinci ve vergi ahlakı mükelleflerin vergiye karşı tutum ve davranışlarını etkilemektedir (Çataloluk, 2008: 215). Vergi ahlakı bakımından bakış açısı farklılıkları vergiyi algılama biçimini etkileyerek, ortaya çıkacak tutum ve davranışları yönlendirmektedir. Vergi ahlakı yüksek olan mükellefler verginin ödenmemesinden rahatsızlık duymakta ve vergi ödendiğinde ise haz duymaktadırlar. Vergi ahlakı düşük olan mükelleflerde ise vergi ödememek için yapılacak her türlü hile normal olarak kabul edilmektedir (Şenyüz, 1995, 32, aktaran: Taşkın, 2010: 73).

Vergi psikolojisi vergi algısını kapsamakta ve mükelleflerin vergiye bakışını yansıtmaktadır. Mükellefler vergiyi toplumun yararına gördüklerinde vergi bilinçleri artacak ve buna bağlı olarak vergi algıları da olumlu olarak değişim gösterecektir. Ancak mükellefler vergiyi bir yük olarak algıladıklarında ise vergi ödeme istekleri azalacak ve kayıtdışı ekonomi, vergi kaçakçılığı ve vergiden kaçınma gibi eğilimleri artacaktır. Mükelleflerin vergiyi doğru bir şekilde algılaması hem vergi bilinçlerini arttıracak hem de vergi gelirlerini artıracaktır (Sağbaş ve Başoğlu, 2005: 126).

2.4. Vergi Bilincini Etkileyen Faktörler

Devletin en önemli gelir kaynaklarını vergiler oluşturmaktadır. Sağlıklı bir vergilendirmenin yapılabilmesi için ise mükelleflerin vergi bilincinin geliştirilmesi ve vergi bilincini etkileyen faktörlerin iyi analiz edilmesi gerekmektedir. Vergi bilincini etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Biz de çalışmamızda bu faktörleri; mükelleflerin vergi algıları, sosyo-demografik faktörler, vergi aflarının etkisi, vergi kanunlarının karmaşıklığı ve mevzuatın sık sık değiştirilmesi, muhasebe meslek mensuplarının rolü ve vergi idaresinin etkinliği ana başlıkları altında ele alacağız.

2.4.1. Mükelleflerin Vergi Algıları

Mükelleflerin vergiye karşı göstermiş oldukları tepki ile vergiyi nasıl algıladıkları arasında yakın bir ilişki söz konusu olmaktadır. Mükellefleri vergiyi

ödemeye yönelten veya ödemekten uzaklaştıran bu etmenlerin çoğunluğu mükelleflerin vergiyi nasıl algıladıklarıyla ilgilidir. Vergi bilincine sahip mükellefler vergi ile kamu hizmetleri arasında bir bağ olduğunu kavrayarak vergiye bakışı olumlu yönde etkilenirken vergi bilinci olmayan ya da zayıf olan mükellefler vergiyi bir yük olarak algılamakta ve vergi karşısında olumsuz bir tutum takınmaktadırlar. Ayrıca mükelleflerin devlete bağlılığı ve güveni, diğer mükelleflere bakış açısı, vergi suçu, ceza ve denetime ilişkin algılamaları, mükellefin vergide adalet algılaması ve sübjektif vergi yükü mükelleflerin vergi algılamalarını etkilemekte ve dolayısıyla mükellefin vergi bilincinin oluşmasında önemli rol oynamaktadır.

2.4.1.1. Mükelleflerin Devlete Bağlılığı ve Güveni

Mükelleflerin vergilere ilişkin davranışlarında farklı faktörlerin etkili olduğu genel kabul görmüş bir gerçektir. Bu faktörlerin bir tanesi de mükelleflerin devlete olan sadakatini ve güvenini ifade eden devlete bağlılıktır (Güler Hazman, 2009: 68).

Vergileme devlet ve mükellef arasındaki ekonomik ilişkiden meydana gelmektedir. Vergilerin haklılığı ise daha çok bireyin devlete olan bağlılığına, devlete duyduğu güvene ve vatandaşlık bilincine bağlı olmaktadır. Mükelleflerin vergiye gönüllü uyum davranışları devletine olan gönüllü bağlılıklarıyla yakından ilgili olmaktadır (Cesur ve Çelikkaya, 2014: 3).

Vergiler mükellefler tarafından bir yük olarak algılanmaktadır. Ancak mükellefler devlete bağlılık duyduklarında ve güvendiklerinde vergilere katlanabilmeleri diğer mükelleflere oranla daha kolay olmaktadır. Başka bir deyişle devlete bağlılık ve güven ne kadar çok olursa, mükelleflerdeki vergi bilinci ile vergi ahlakı da o kadar çok olmaktadır (Yeğen, 2013: 25). Yani kendi ülkesinin vatandaşı olmaktan gurur duyan mükellefler devletine daha bağlı olmakta ve bundan dolayı da diğer mükelleflere oranla daha yüksek bir vergi bilinci ve vergi ahlakı sergilemektedir (Torgler, 2003a: 365).

Mükelleflerin devlete olan bağlılığı vergi bilincinin oluşması ve vergiye uyum sağlama ile paralel bir şekilde ilerlemektedir. Devletin var olması gerektiğine inanan ve devletin faaliyetlerinin pozitif dışsallığı olduğunu düşünen mükelleflerin ağırlıkta olduğu ülkelerde vergi bilincinin ilerlemiş olduğu ve vergiye gönüllü uyumun da var olduğu söylenebilmektedir (Buyrukoğlu ve Erasa, 2012: 123).

Devlete bağıllık devletin olması gereken niteliklerini yerine getirmesiyle de ilgilidir, bunun ölçeği ise sübjektif olarak kişiden kişiye farklılık gösterebilmekle birlikte kamu harcamalarının gereksiz olduğu, şeffaf olmadığı ve mükelleflerin fazla vergi ödediklerini düşünmeleri sonucunda ise devlete olan güvenlerinin sarsılması bağıllığı olumsuz etkilemektedir. Bunun sonucunda birey devleti zorla vergi alan ve kendilerini de sadece vergi ödeyen birey olarak gördüğünü düşünebilmekte ve bu durum da mükellefin vergi bilincini olumsuz etkilemekte ve devletin vergi gelirlerinde azalmasına neden olabilmektedir (Tunçer, 2002: 124). Vergi konusunda devletin etkin olarak var olduğu her alanda mükellefler, devlete sadakatle bağlı olmakta ve vergi ödemede daha istekli davranmaktadırlar. Mükellefler devletin siyasi, hukuki, ekonomik yapısına duydukları güvenle oranlı olarak vergi vermeye istekli olmaktadır (Çataloluk, 2008: 219).

Mükelleflerin vergi yükümlülüklerini yerine getirmenin bir vatandaşlık görevi olduğunu benimsemeleri devlete bağıllığın bir göstergesi olarak görülmektedir (Orvika ve Hudson, 2002: 88). Toplum tarafından benimsenmeyen ve sahiplenmeyen hiçbir şeyin kalıcı olmadığı gibi ilk önce mükellefiyet ve vatandaşlık arasında bağ kurulması ve verginin en temel vatandaşlık görevlerinden biri olduğu bilincinin toplumda benimsenmesi gerekmektedir. Dolayısıyla vatandaşlık bilincinin öneminin kavrandığı ve verginin bir vatandaşlık görevi olduğunun benimsendiği toplumlarda kayıt dışı ekonominin de kayıt altına alınması ve vergiye uyumun arttırılması mümkün olmaktadır (DPT, 2001: 12-13).

2.4.1.2. Mükelleflerin Diğer Mükelleflere Bakış Açısı

Vergi yükümlülüğünü yerine getirmek ile sorumlu olan bazı mükelleflerin vergi ödevlerini yerine getirirken sergilemiş oldukları olumlu ya da olumsuz tutum ve davranışlar, diğer mükelleflerin de tutumlarını ve davranışlarını etkileyebilmektedir (Çataloluk, 2008: 220).

Mükellefin diğer mükelleflerin vergisel durumları hakkında bilgiye sahip olması diğer mükellefler ile kendilerini kıyaslayarak vergi baskısının yüksek olması konusunda bilgi sahibi olmasını sağlamaktadır. Özellikle kendisi ile benzer sosyo-ekonomik grupta olan mükelleflerin daha az vergi ödediklerini öğrenmesi ile vergiyi daha fazla hissetmekte ve bunun sonucu olarak tepkilerini sertleştirmektedirler (Demirtaş Aydoğan, 2017: 19).

“Acaba herkes üzerine düşen vergi borcunu ödüyor mu?” sorusuyla somutlaştırılan ve akran mükellef etkisi olarak da adlandırılan yaklaşıma göre, kamu mallarının finansmanın karşılanması için kullanılan vergilerin toplumun bütün kesimleri tarafından ödenmesi veya ödenmemesi büyük bir önem arz etmektedir. Mükellefler tarafından “bütün herkes kamu mallarının finansmanında üzerine düşen vergi borcu kadar katkı sağlıyor” algısının sağlanmış olması mükelleflerin vergi bilincini yükseltmekte ve vergiye uyumu artırmaktadır (Torgler, 2003b: 188).

Vergileri kaynakta kesilen mükelleflere göre beyana tabi mükellefler daha esnek davranabilmektedir. Vergileri kaynakta kesilen mükellefler tarafından ödenmesi gereken vergi ile ödenen vergi arasında hiç fark olmamasına rağmen, vergilerini beyana tabi olarak ödeyen mükelleflerin ödedikleri vergiler ödemesi gereken vergiden daha düşük olabilmektedir. Bu durum karşısında yasaya uygun hareket eden mükellefler, yasalara aykırı hareket eden mükelleflerin cezai yaptırımlarla karşılaşmayanlara tanık oldukça ödedikleri vergilerin yükünü daha fazla hissetmektedir. Diğer mükellefler hakkında ki olumsuz algılar, vergiye gösterilen tepkileri artırmakta ve bu durumun yaygınlaşması halinde verginin eksik ödenmesi bir alışkanlığa da dönüşebilmektedir. Dürüst mükellefler bu durumdan etkilenmekte ve benzer davranışlar sergilemeye başlayabilmektedir. Mükelleflerin vergi karşısındaki davranışları sadece bireysel tercihlerinin sonucunu yansıtmamakta aynı zaman da sosyal çevrelerinin vergi karşısındaki davranışları da etkili olmaktadır (Çiçek, 2006: 63; Cesur ve Çelikkaya, 2014: 4).

Vergi mükellefi olan kişinin yakın çevresinde ailesi, akrabaları ve diğer mükellefler bulunmakta ve birey bu kişileri aynı zaman da rol model olarak kabul etmektedir. Vergi bilinci yönünden rol model olarak görülen bu kişilerin tutumları oldukça önemlidir (Ömürbek vd., 2007: 105; Demir, 2008: 99-100). Mükellefler içinde bulundukları bu grup tarafından benimsenen düşünce ve davranışlara yönelmekte ve bu grup tarafından hoş karşılanmayan düşünce ve davranışlardan kaçınmaktadır. Eğer bu grubun vergiye bakış açısı olumsuz ise mükellefinde vergiye bakış açısı olumsuz olabilmekte ve bu durumdan rahatsızlık duymamaktadır (Taytak, 2010: 500). Yine vergi bilinci yüksek olan mükellefler vergi bilinci düşük olan mükellefleri vergi ödemeye karşı isteklendirebilmekte ya da içinde bulunduğu grubun vergi kaçırdığını öğrendiğinde mükellefe karşı

alacakları tutum mükellef üzerinde etki oluşturmakta ve mükellefin vergi bilinci düzeyini artırmaktadır (Yeğen, 2013: 24-25).

2.4.1.3. Mükelleflerin Kamu Harcamaları Hakkındaki Düşünceleri

Vergi, vatandaşlardan devletin egemenlik gücüne dayanarak ödeme güçlerine göre karşılıksız olarak aldığı mali bir yükümlülük olarak tanımlanmaktadır. Her ne kadar vergilerin karşılıksız olarak alındığı söylene de mükellefler faydalanmış oldukları kamu hizmetlerini ödedikleri vergilerin karşılığı olarak görmektedir. Bu yüzden devletin vatandaştan tahsil etmiş olduğu vergilerle finanse etmiş olduğu kamu hizmetleri verimli ve ekonomik olarak halka sunup sunmadığı vergilerini ödeyen mükellefler tarafından yakın bir şekilde takip edilmektedir (Tunçer, 2002: 115). Mükellefler, vergi öderken kamunun sunmuş olduğu mal ve hizmetlerin dağılımıyla birlikte bu mal ve hizmetlerin sağlanması sırasındaki etkinliği, israf ve savurganlığı da dikkate almaktadırlar. Mükellefler eğer ödemiş oldukları vergileri devletin israf ettiğini düşünürlerse, mükelleflerin duydukları ya da hissettikleri vergi yükü artmakta ve bu da tutum ve davranışlarına yansımaktadır (Çiçek, 2006: 65). Devletin vergi gelirlerini israf ettiği düşüncesinin toplumda geniş bir şekilde kabul edilmesi vergi ahlakı ve vergi bilincinin gelişmesinin önünde önemli bir engel olmaktadır (Savaşan ve Odabaş, 2005: 7).

Mükellef kamu hizmetinin kendisine ve kamunun yararına olduğuna inanıyorsa ve bundan doğrudan fayda sağlıyorsa vergi ödemenin doğruluğuna inanmakta ve vergi ödeme bilinci içerisinde olmaktadır (Taytak, 2010: 500). Devlet tarafından üretilen kamu hizmetlerinin mükelleflerin tercihleri doğrultusunda üretilmesi ödenen vergilerin mükelleflerin “vergi; yol, su, enerji ve okul olarak yine size dönecektir.” ibaresinde olduğu gibi yine doğrudan halkın yararlanacağı projeler için finansman olarak kullanılacağı görüşünün oluşması mükelleflerin vergi bilincini artırmakta ve vergiye gönüllü uyum oluşmasını sağlamaktadır (Çataloluk, 2008: 220).

Vergiye kamu hizmetinin karşılığı olarak algılayan mükellefler, ödemiş oldukları vergilerin bedeli olarak düşündükleri kamu hizmetlerinden adil bir şekilde ve yeterince faydalanmak istemekte ve yeterince faydalanamadıklarını düşündüklerinde ise vergi bilinci zedelenmekte ve vergi ahlakında bir azalma

meydana gelmektedir. Ve Frey' in şu sözleri bunu desteklemektedir (Frey, ;aktaran: Güner, 2008: 30);

“Vergi ahlakında bir iyileşme; uzun vadede yalnızca, eğer (potansiyel) vergi ödeyicileri, ödeyecekleri vergilerle finanse edilecek devlet harcamalarının, kendilerine gerçekten de bir fayda artışı getireceğine iyice inanmışlarsa doğar.”

Sonuç olarak devletin yaptığı harcamalarının büyüklüğü, nasıl ve nerede yapıldığı gibi sorulara cevap vermesi mükellefin devlete olan güvenini tazelemekte ve ayrıca vergi bilincinin gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Sağlanmış olan hizmetlerin tercihlere uygun bir şekilde ve yerinde olması da vergi bilinci ve verginin gönüllü uyumunu olumlu etkilemektedir (Kirchler vd., 2003: 550; aktaran: Alkan, 2009: 29). Buna karşılık toplumun beklentilerini karşılayacak bir şekilde kamu harcamalarının yapılmaması ile savurganlık vergi mükellefleri üzerinde olumsuz etki oluşturmaktadır. Ekonomik ve sosyal gelişim için gerekli yatırımların yapılmaması ya da adalet, sağlık ve savunma gibi konularda ortaya çıkan sorunlara çözüm oluşturulamaması ve harcamaların toplumun gözünde gereksiz ve lüks olan harcamalara eğilim gösterilmesi mükelleflerin vergi ödeme istekliliğini azaltmaktadır. Bunun sonucunda bireyler vergi vermeyi bir ödev olarak görmemekte, kaynakların kötü kaynaklara aktarılması olarak görmeye başlamaktadır. Bu durum ise kayıtdışı çalışmanın vicdani rahatlığını sağlayan en önemli nedenlerden biri olmaktadır (DPT, 2001: 14).

2.4.1.4. Mükelleflerin Vergi suçu, Ceza ve Denetime İlişkin Algılamaları

Mükellefin vergiye bakış açısını etkileyen ve vergi bilincinin gelişmesini sağlayan önemli faktörlerden biri de mükelleflerin etkin denetimi ve vergi suçu işleyen mükelleflere karşı uygulanmakta olan yasal yaptırımlardır. Vergi cezası, vergi yasalarında düzenlenmiş olan vergi suçlarının işlenmesi halinde yine yasalarda belirlenmiş olan yaptırımların uygulanmasıdır. Vergi yasalarına aykırı davranılması sonucu bir yaptırım olarak uygulanan vergi cezalarının asıl amacı mükellefleri doğru hareket etmeye zorlamak ve bu suretle verginin tam ödenmesini sağlamaktır (Edizdoğan, 1982: 4). Vergi denetimi ise, vergi yönetimi ve vergi mükelleflerinin kanunlara uygun hareket edip etmediklerinin belirlenmesi faaliyeti olarak tanımlanabilmektedir (Tekin ve Çelikkaya, 2009: 48-49). Vergi

denetimlerinin yaygın ve yoğun olması ise mükellefleri vergi ile ilgili ödevleri ile yükümlülüklerini eksiksiz bir şekilde ve zamanında yapmaya daha fazla dikkat etmeye sevk etmektedir (Sugözü, 2010: 41).

Vergi cezalarının ya da yaptırımlarının mükelleflerin vergi uyum davranışları üzerinde önemli bir etkisi vardır. Yapılan bir anket çalışmasında yaptırımların vergileme alanında uygulanmasının mükelleflerin tutum ve davranışlarını değiştirdiği belirlenmiştir. Ceza alan mükelleflerin daha çok kurallara uymaya başladıkları ve daha dikkatli davrandıkları görülmüştür (Şanver, 2017: 104). Mükelleflerde vergi bilincinin oluşmasında ve mükelleflerin vergi kaçırma isteğinin önlenmesinde vergi ceza ve denetimlerinin önemli bir etkisi olmakla birlikte cezalar denetim ile desteklenmediklerinde ise çok önemli bir etki oluşturmamaktadır. Dolayısıyla cezalarla sağlanan uyumun tam anlamıyla bir uyum olduğundan söz edilebilmesi için denetimlerle desteklenmesi gerekmektedir (Tuay ve Güvenç, 2007: 31).

Vergi denetimlerinin sıklığı mükelleflerin vergi kaçırmasını önleyebilmektedir. Dolayısıyla denetim yetersizliği ise vergi kaçırmanın maddi boyutu olan vergi kaybının yanında manevi boyutu olan vergi bilincinin kaybolmasına da sebep olabilmektedir (Buyrukoğlu, 2016: 169; Taşkın, 2010: 72). Vergi denetimlerinin daha sık aralıklarla ve daha çok mükellefi kapsayacak şekilde artırılması mükelleflerin vergi bilincinin artmasına katkı sağlamakta ve mükellefin karşı karşıya olduğu denetlenme ihtimalinin etkin ve yüksek olması vergi suçu işlememesi noktasında mükellefi uyarıcı olmaktadır (Gümüş, 2005: 231). Vergi denetimleriyle hem denetlenen mükelleflerin gelecek yıllarda da vergi ödemeyi sürdürecekleri hem de denetlenmeyen vergi mükelleflerinin denetlenme korkusuyla vergiyi ödemesi sağlanmaktadır (Güler, 2019: 303). Dolayısıyla vergi denetiminin etkinliği ile cezalarının caydırıcılığı gibi etkenler mükellefi vergiyi ödemeye sevk etmektedir (Torgler, 2003b: 84; Aktan, 2012).

Vergi cezaları ve vergi denetiminin mükellefler üzerinde vergi bilincini oluşturmada biraz farklılık gösterebilmektedir. Çünkü cezalar ve denetim unsuru mükellefler üzerinde vergi bilincinin gönüllülüğten ziyade zorunlu bir oluşumuna neden olmaktadır. Mükelleflerin vergilerini ödemedikleri takdirde ceza yükümlülüğü olacağını bilmeleri de vergi vermenin faydasının maliyetinden düşük

olması sebebiyle zorunlu bir vergi bilinci oluşmasını sağlamaktadır (Başoğlu, 2006: 42; aktaran: Sarı, 2016: 34).

Vergi denetiminin vergi kaçak ve kayıplarını bulma ve önleme işlevinin yanı sıra eğitici, düzeltici bir işlevi de vardır. Vergi denetimleri sırasında mükellefler ve denetimi yürüten görevliler çoğu zaman yüzü yüze iletişim halindedir. Özellikle anlık olarak yapılan yoklamalarda, vergi mevzuatı ve mükelleflerin yükümlülüklerinin öğretilmesi bakımından mükelleflerle denetim yapanlar arasında oldukça önemli bir fırsat yer almaktadır. Bu yüzden denetim yalnızca cezayı gerektiren fiillerin araştırılması ve belirlenmesi yönünde olmamakta, mükellef odaklı bir yaklaşım açısıyla mükellefleri uyararak doğru olarak yapması gerekenleri belirterek aydınlatıcı bir işlev de görebilmektedir (Somuncu, 2014: 139).

Denetim ve cezalar vergi ahlak ve bilinci düşük mükellefler üzerinde vergi uyumunu artırmak için etkin olabilirken, vergi bilinci yüksek mükellefler üzerindeyse denetim ile cezaların aşırı olması dışlama etkisine neden olarak vergi uyum düzeyini düşürebilmektedir (Şahin, 2016: 58). Çoğu zaman vergi kaçakçılığını önlemeye yönelik yapılmakta olan daha sıkı denetim ve ağır cezalar açık bir şekilde ya da ima yoluyla vergi otoritelerinin mükellef ve firmaların kendilerinin vergi ahlakına güvenmedikleri şeklinde algılanabilmektedir (Çiçek, 2006: 57). Ayrıca dürüst mükelleflerin vergi ceza ve denetimlerinin yetersiz olduğuna dair düşünceleri, vergi kaçırarak mükelleflerin yakalanmadığı ya da yeterince ceza almadığı şeklinde algılanmalara yol açabilmektedir. Dürüst mükelleflerin diğer mükelleflere karşı bu tür algılamaları vergi bilinci ve vergi ahlakı üzerinde olumsuz etki oluşturabilmektedir (Güner, 2008: 34).

2.4.1.5. Mükelleflerin Vergide Adalet Algılaması ve Subjektif Vergi Yükü

Vergi yükünün eşit bir şekilde dağılması ve adil bir vergi sisteminin var olması mükelleflerin vergi bilincini sağlayan önemli etkenlerdendir. Vergide adaletin sağlanması amacıyla vergilemede eşitlik ilkesi, vergide genellik ilkesi ile ödeme gücü ilkesi önem taşımaktadır. Vergilemede eşitlik ilkesi, mali gücü aynı olanlardan aynı (yatay eşitlik), mali gücü farklı olanlardan farklı (dikey eşitlik) vergi alınmasını ifade etmektedir. Genellik ilkesi, herkesin vergi yüküne ortak olmasını yani bir ülkede yaşayan herkesin vergi vermesini ifade etmektedir. Ödeme

gücüne göre vergilendirme, kamu hizmetleri için belirli karşılık ya da fayda gözetilmeksizin kişilerin kendi serveti ya da geliri ile orantılı olarak vergi yüküne katlanmalarıdır (Öner, 1986: 77-78-79).

T.C. Anayasası'nın "Vergi Ödevi" başlıklı 73. maddesinde, "herkesin mali gücüne göre vergi ödemekle yükümlü olduğu ve vergi yükünün adaletli ve dengeli dağılımının, maliye politikasının sosyal amacı olduğu" ifade edilmektedir (1982 Anayasası mad. 73). Vergi adaleti sağlanmasında ise en önemli unsur mükelleflere vergi yükünün eşit bir şekilde paylaştırılması veya bunun sağlandığı düşüncesinin mükelleflere verilmesidir (Çataloluk, 2008: 223). Dolayısıyla bireylerin vergi adaletinin oluşmasında bilhassa vergilerin ödeme gücü oranında alındığı şeklinde bir algının oluşması mükellefin vergi bilincinin oluşmasında olumlu bir etken olmaktadır (Buyrukoğlu ve Erasa, 2012: 125).

Vergi adaleti ile vergi uyumu arasındaki ilişkiyi incelediğimizde vergi karşısında olumsuz tutumların oluşmasında mükelleflerce adil olmadığı düşünülen vergi algısının büyük bir etkisi olduğu gözlenmektedir. Vergilemede bazı grup ile kişilere istisna ve muafiyetler ya da af gibi uygulamalarla ayrıcalık tanınması toplumsal bakımdan bazı hoşnutsuzluklara ve kendisine haksızlık yapıldığını düşünen bazı mükellefler tarafından vergiye karşı tepki gösterilmesine sebep olmaktadır. Mükelleflerin vergi yükünün adil dağıtılmadığına inanması sonucu psikolojik olarak mükelleflerin makul miktarda vergi kaçırmasına sebep olmakta ve mükellef vergi yasalarının adaletsiz bir şekilde uygulandığına ve vergi yasalarının vergi kaçakçılığı ile ihlal edilebildiğine inanmaktadır (Tuay ve Güvenç, 2007: 28).

Mükellefin vergi bilincini belirleyen önemli faktörlerden birisi de mükelleflerin katlanmak zorunda oldukları vergi yüküdür. Mükellefler tarafından vergi yükümlülüğünün hangi ağırlıkta algılandığını gösteren kavram ise sübjektif vergi yükü (vergi tazyiki ya da vergi baskısı) olarak ifade edilmektedir. Yani mükelleflerin vergi ödemeleri sebebiyle hissettikleri psikolojik etkilerdir. Dolayısıyla sübjektif vergi yükünü, mükelleflerin vergi vermekten dolayı hissetmiş olduğu baskıyı (Uluatam, t.y.: 128) bireylerin zevk ve alışkanlıklarına, gelirlerine, yaradılış ve özel durumlarına göre bireyler arasında değişiklik gösterdiği için hesaplaması oldukça zor olmaktadır (Kalenderoğlu, 2005: 39; Taşkın, 2010: 71).

Vergi öderken mükellefin iktisadi gücünde bir azalma olmakta ve bu nedenle her mükellef üzerinde vergiler bazı psikolojik etkiler oluşturmaktadır. Dolayısıyla mükelleflerde vergilere karşı bir takım tepkiler göstermektedirler. Vergi yükünü üzerinde taşımak istemeyen mükellef ise bazıları kanuni olmakla beraber bir kısmının ise kanuni olmadığı vergi kaçırma, vergiden kaçınma, verginin giderilmesi gibi çeşitli yollara başvurabilmektedir (Uluatam, t.y.: 129-130).

Vergi bilinci olarak ifade ettiğimiz mükellefin vergi yükümlülüklerini yerine getirmedeki istekliliği ve vergi ahlakı olarak ifade ettiğimiz mükellefin vergiye karşı içsel motivasyonu kavramları sübjektif vergi yükünden oldukça fazla etkilenmektedir. Vergiye karşı negatif bir tutum içerisine giren mükellefin vergi bilinci ve vergi ahlakı olumsuz olarak etkilenmekte ve bu da vergi kaybına neden olabilmektedir. Mükellefler ağır vergi yüklerine maruz kaldıklarında buna karşı bir tepki olarak ayaklanma gibi toplu hareketlere de yönelebilmektedirler. Bu şekilde bir tepkiye esnafların maruz kaldığı ağır vergi yükü nedeniyle İkinci Dünya Savaşı sonrasında Fransa'da ortaya çıkan Poujade Hareketi¹ örnek gösterilebilmektedir (Yeğen, 2013: 22-23).

2.4.2. Sosyo-Demografik Faktörler

Vergi mükelleflerinin yaşı, cinsiyeti, medeni hali, ırkı, eğitim düzeyi, dini gibi unsurlar mükellefin vergi karşısındaki tutum ve davranışlarını etkilemektedir (Buyrukoğlu ve Erasa, 2012: 122).

Bireylere olumlu bazı tutum ve davranışların kazandırılması yönündeki çaba ve faaliyet olarak ifade edebileceğimiz eğitim, vergi alanında da toplumda vergi bilincini oluşturmak ve vergi ahlakını geliştirmek hususunda vergi karşısında mükellefin tutum ve davranışlarını etkileyen bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü eğitim, katılımcı olma, iyi vatandaş olma, bireyi sorgulayabilme, bilgiye ulaşabilme gibi birçok yönden geliştirme gücüne sahip olmaktadır (Çataloluk, 2008: 218).

Mükelleflerin sahip olduğu eğitim düzeyi ile vergi bilinç ve ahlakları arasında pozitif ilişki olduğunu açıklayan görüşler olduğu gibi negatif olarak açıklayan görüşler de var olmuştur. Eğitim düzeyi yüksek olan mükelleflerin kanunları daha

¹ Poujade Hareketi, Fransa'da esnafların maruz kaldığı ağır vergi yükü sonrası 1953 yılında belediye meclis üyesi Pierre Poujade tarafından başlatılan harekettir (Bulutoğlu, 1958).

kolay anlayıp kavradıkları, kanuni değişiklikler karşısında daha hızlı adapte oldukları ve vergilendirmeye karşı şekli ödevler konusunda daha bilinçli oldukları ifade edilmektedir (Ömürbek vd., 2007: 105). Eğitimle birlikte mükelleflerdeki vatandaşlık bilinci ve kamu harcamaları ile vergiler arasındaki bağı kavrama düzeyleri artmakta ve böylelikle vergi bilinci ve vergi ahlakının artacağı düşüncesi yaygın olmaktadır (Buyrukoğlu ve Erasa, 2012: 122). Dolayısıyla vergi mükelleflerinin eğitim düzeylerinin yüksek olmasıyla vergilerin ekonomik ve sosyal etkilerinin farkında olması vergi ahlak ve bilinç seviyesinin de yüksek, vergi kaçırma istekliliğinin ise düşük olması gerektiğini göstermektedir. Fakat mükelleflerin eğitim düzeyleri arttıkça vergi hakkında bilinçlenen mükelleflerin, kamu harcamalarında israf yapıldığı düşüncesinin hakim olduğu, vergi oranlarının yüksekliğine olan tepkilerinin artmakta olduğu, verginin yalnızca belirli kesimlerden alındığı düşüncesine sahip olduğu ve vergi konusunda daha bilgili olmaları mükelleflere vergisel avantajlardan daha fazla yararlanma imkanı verdiği, vergi idaresinden daha kaliteli hizmet beklenildiği sonucuna ulaşılmış olan durumlar da ortaya çıkmaktadır (Buyrukoğlu ve Ersa, 2012: 122; Tuay ve Güvenç, 2007: 20).

Yaş unsuru vergi bilinç ve vergi ahlakını etkileyen önemli faktörlerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Yaş ilerledikçe vergi ahlakı ve vergi uyumunun arttığı ve vergi kaçırma ihtimalinin azaldığı gözlenmektedir (Andreoni, Erard ve Feinstein, 1998: 841). Ancak bunun tam tersi yaş ilerledikçe vergi ile ilgili konularda daha fazla deneyim sahibi olunabildiği ve mükellefin vergiye uyumunun azalabildiğini savunan görüşlerde mevcuttur (Torgler, 2004: 12).

Bireyin yaşı ilerledikçe sahip olduğu vergi bilinç ve vergi ahlakının da yükselmesi çoğunlukla bireylerin ihtiyaçlarına, hayata bakış açlarına ve beklentilerine bağlı olmaktadır. Genç bireyler elde ettikleri gelirin büyük bir çoğunluğunu genellikle tüketmekte ya da tüketime yönelik kısa vadeli tasarruflar için ayırma eğiliminde bulunmaktadır. Bu eğilimin başka bir nedeni ise genç bireylerin gelecek kaygısının yaşlı bireylere oranla daha yüksek olmasından kaynaklanmaktadır. Yaşlı insanlar hayat standartlarını gençler kadar yükseltme çabasında ısrarcı olmamakta ve bu durumda yaşlıların vergi ahlakının yüksek çıkmasına neden olmaktadır. Ayrıca genç bireylerin risk alma eğilimleri yaşlılara oranla daha yüksek olmaktadır. Yakalanma ve yakalanma sonucu katlanılacak

ceza önemli bir risk taşımaktadır (Şahin, 2016: 54). Kişilerin yaş ile birlikte toplum içindeki konumları belirginleştiklerinden bu kişiler toplum içindeki konumlarını da dikkate alarak suç özelliği taşımakta olan davranışlara daha az eğilim göstermektedir (Demir, 2008: 116).

Mükelleflerin vergi bilinç ve ahlakları üzerinde etkiye sahip önemli faktörlerin biri de ırksal özellikleridir. Mükelleflerin ırkı hususunda vergiye karşı tutum ve davranışları, toplumdan topluma değiştiği konusuyla da açıklanabilmektedir. İspanya, İtalya ve Fransa gibi Latin kökenli ülkelere göre Nordik ve Anglo-Sakson ülkelerde mükelleflerin vergi karşısındaki tutumu daha gelişmiştir. Bu durum sadece ırki faktörlerle açıklanabilmektedir. Çünkü Latin ırkının, vergiye karşı ne kadar çok tepki duyduğu eskiden bu yana bilinmektedir (Nadaroğlu, 1996: 280). Yine vergi bilinç ve vergi ahlakının Kuzey Avrupa ülkelerinde Güney Avrupa ülkelerinden oldukça fazla olduğu gözlenmektedir. İspanya, İtalya, Fransa, Portekiz'de vergi kaçakçılığına daha ılımlı yaklaşıldığı ve vergi ahlakının Avrupa ülkelerine göre düşük olduğu da ifade edilmektedir (Torgler ve Schneider, 2004).

Mükellefin vergi karşısında tutum ve davranışlarını etkileyen demografik unsurlardan biri de cinsiyettir. Mükelleflerin vergi bilinç ve ahlakı üzerinde cinsiyet önemli bir faktör olarak belirlenmekte ve kadınlarda ahlaki algılamaların erkeklerin ahlaki algılamalarından daha fazla olduğu tespit edilmektedir (Şahin, 2016: 54). Vergi bilinç ve vergi ahlak düzeyi kadınlarda erkeklerden daha fazla olmasının nedenleri ise bir teoriye göre psikolojik, biyolojik ve deneyimsel gerçekler olarak öne sürülmektedir. Sosyo-psikolojik araştırmalara göre erkeklerden yasa dışı faaliyetlerde bulunmaya ve suç işlemeye kadınlar daha az eğilimli olmaktadır (Tuay ve Güvenç, 2007: 22). Erkek mükelleflerin risk alma güdülerinin kadın mükelleflerden daha fazla olduğu, erkek mükelleflerin bu yüzden kadın mükelleflerden daha fazla vergi kaçtırmaya eğilimli olduğu varsayılmaktadır (Şahin, 2016: 54). Çünkü vergilemeye karşı vicdani sorumlulukları kadınlar daha fazla hissetmekte ve erkeklere oranla daha itaatkâr bir yapıya sahip olmaktadır. Bu nedenle de kanunlara uyum düzeyleri erkeklerden daha fazla olmaktadır (Torgler, 2003b: 52; Tuay ve Güvenç, 2007: 22). Diğer teoriye göre ise, kadınlar yaşadıkları topluma bağlı olarak kadınlar sosyal ve ekonomik açıdan erkeklere oranla daha zayıftır ve devleti koruyucu olarak görmektedir. Bu yüzden de vergi konusunda daha uyumlu davranmaktadırlar. Fakat günümüzde erkelere tanınan

koşulların çoğu kadınlara da tanınmakta ve çalışan kadınların sayısı da artmakta ve dolayısıyla kadınların ekonomik güçleri de artmaktadır. Bu açıdan baktığımızda genellikle kadınların vergi bilinç ve vergi ahlakının erkeklere oranla daha yüksek olduğu görüşü her zaman geçerli olmamaktadır. Geçmişe kıyasla günümüzde kadın rolünün değiştiği göz önünde bulundurulduğunda cinsiyetin vergi bilinç ve vergi ahlakı üzerindeki etkisini ölçmek ve kesin çıkarımlarda bulunmak oldukça zor olmaktadır (Yeğen, 2013: 35).

Mükelleflerin vergiye karşı tutum ve davranışlarının üzerinde mükellefin medeni durumu da önemli olmaktadır. Mükellefin medeni durumu (evli ya da bekâr olması) yasal ya da yasal olmayan davranışları etkileyebilmektedir. Evli bireyler bekâr bireylere göre daha sorumluluk sahibi olmakta ve vergi kaçırma olayını hoş karşılamamaktadır. Evli bir bireyin örnek bir ebeveyn olma içgüdüğü, sorumluluk duygusu, vergi kaçırdığı ve yakalandığı takdirde hissedecek olduğu utanma duygusu gibi sosyo-psikolojik birçok etken vergi bilinç ve vergi ahlakının olumlu yönde oluşumu için birey üzerinde önemli baskı unsurlarıdır (Güngör, 2000: 215). Ancak medeni durumu tek başına vergi bilinci ve vergi ahlakı için bir belirleyen olarak değerlendirmek zordur. Medeni durum ile birlikte vergi sisteminin yapısının da dikkate alınması önem taşımaktadır. Çünkü evli bireylerin beyannamelerinin vergi kaçırma bakımından daha fazla açık içermesi ya da daha karmaşık yapıda olması gibi durumlar bu konuda belirleyici olabilmektedir (Torgler, 2003b: 56).

Evli bireylerin her ne kadar vergi bilinci ve vergi ahlakının yüksek olduğu ifade edilse de bunun aksi durumların olduğu görüşü de mevcuttur. Ekonomik bakımdan düşünüldüğünde evli bireylerin ekonomik sorumlulukları bekârlara oranla daha yüksektir ve bu bireyler ekonomik olarak daha fazla güce ihtiyaç duymaktadırlar. Bu durum da gelirden vergilerin meydana getirmiş olduğu azalmadan dolayı gelirlerini arttırma içgüdüleriyle mükellef vergi kaçırma davranışına yönlenebilmektedir. Çünkü evli bireyler ekonomik kaygılar nedeniyle bekâr bireylere göre vergiyi daha negatif algılayabilmektedir (Demir, 2008: 125).

Ayrıca bireyin içinde bulunduğu ailenin büyüklüğü de mükellefin vergiye karşı davranışını etkilemektedir. Çünkü bireylerin hissettikleri vergi yükü aile yapılarına bağlı olarak farklılık göstermektedir. Kalabalık bir ailenin aile reisi ile kalabalık olmayan bir ailenin aile reisinin hissetmiş olduğu vergi yükü farklı

olmaktadır. Aile bireyleriyle doğru orantılı olarak kalabalık ailenin tüketimi de daha az kalabalık olan ailenin tüketimine göre fazla olmakta ve kalabalık olan aile tüketimden kısınamamaktadır. Dolayısıyla bu aile reisi sübjektif vergi yükünü daha çok hissetmekte ve ailenin reisi vergi karşısında olumsuz bir tutum içerisine girebilmektedir (Çataloluk, 2008: 217).

Mükellefin vergi bilinç ve vergi ahlakını etkileyen bir diğer unsur ise mükellefin dini inancıdır. Vergiye karşı mükellefleri uyumlu davranmaları konusunda içsel olarak motive eden dini inançlar da çok önemli bir araç olarak görülmektedir (Güngör, 2000: 115). Örnek verecek olursak, zekat vermek İslam'ın beş şartından biridir. Müslümanlar için zekât verilmesi dini bir emir olduğu için önemlidir. Dini bir referansları olmamakla birlikte devletin almış olduğu vergilerin vergilendirmenin kutsallığına inanmak ve ihmal edilmesinin hoş karşılanmayacağı gibi açıklamalar vergiye karşı davranışları olumlu etkilemekte ve vergi bilincinin yerleşmesini sağlamaktadır (Alkan, 2009: 19-20). Dinen hırsızlık ve kul hakkı kavramlarının bilincinde olan vergi mükellefleri vergiyi ödememe durumunun da bir kul hakkı olduğu kanaatine vararak vergiyi ödeme yolunu tercih edebilmektedir (Sarı, 2016: 33).

2.4.3. Vergi Aflarının Etkisi

Basit bir tanımla vergi affı, devletin kendi yetkisini kullanmak suretiyle çıkardığı yasayla alacak hakkından vazgeçmesidir (Edizdoğan ve Gümüş, 2013: 99-100). Başka bir ifade ile vergi kanunlarına aykırı hareket edenlere uygulanan idari ve hukuki yaptırımların devlet tarafından kaldırılmasıdır (Kargı ve Yüksel, 2010: 30). Ülkemizde ise isminde af kelimesi yer almamakla birlikte neredeyse kurumsal bir nitelik kazanmış bir şekilde “vergi barışı, tahsilatın hızlandırılması, kamu alacaklarının yeniden yapılandırılması” gibi ve kısa denilebilecek aralıklarla çıkartılan birçok kanunun af niteliği taşıdığı bilinmektedir (Şenyüz, 2008: 155).

Hükümetlere acil gelir sağlayabilmesinin yanında vergi aflarının daha sıkı uygulamaları içeren yeni bir vergi rejimine geçilmesini kolaylaştırmak, vergi uyumuna ilişkin daha fazla mükellefin kayıt altına alınması gibi yararları bulunmaktadır (Buyrukoğlu ve Erasa, 2012: 124).

Vergi affı mükelleflerin vergi uyumu üzerinde olumsuz ve olumlu farklı görüşlere sahiptir. Vergi affını bir defaya mahsus çıkarılması eğer daha yüksek

harcamalar ve kaçakçılığı önlemek amacıyla daha etkili cezalarla beraber uygulanırsa vergi uyumunun artabileceği ve aftan önce kayıt dışı sektörde yer alan mükellefleri vergi sistemine kazandıracağı yönünde olumlu görüşler yer almaktadır (Tuay ve Güvenç, 2007: 29). Bu yüzden vergi affının bir defaya mahsus olduğu izleniminin verilmesi, kararlılığının ortaya konulması, uygulanması oldukça önemlidir. Yapılan af sonrasında denetimlerin sıkı bir şekilde yapılması ve sadece denetim değil denetim ile birlikte vergi cezalarının da artması mükellefin vergi bilinci ve vergi ahlakı üzerinde olumlu etkilere sebep olmaktadır (Alkan, 2009: 33).

Vergi hukukunda affı savunan görüşler; çoğunlukla af yoluyla vergi gelirlerinin artırılması, ekonomik ve mali suçların özellikleri ve tahsilatın hızlandırılması imkanı ve idare ile yargı organlarının iş yükünün hafifletilmesi konularında yoğunlaşmaktadır (Dönmez, 1992: 30). Geçmişte vergi kaçırdığı ortaya çıktığında karşılaşacağı yaptırımlardan çekinen mükelleflerin bilerek ve isteyerek vergi kaçırmış olabilecekleri gibi mali zorluk içinde olmalarından dolayı vergi kaçırmış olabileceklerini de göz önünde bulundurmaktadırlar. Bu yüzden bu mükelleflere vergi bilinci ve vergi ahlaklarını arttırmaları amacıyla bir fırsat daha verilmesi gerektiğini savunmakta ve bu kişilerin pişman olarak af ile birlikte dürüst birer mükellef olarak topluma kazandırılabilceğini düşünmektedirler (Edizdoğan ve Gümüş, 2013: 107; Demir, 2008: 43).

Bununla birlikte mükelleflerin vergiye gönüllü uyumu üzerinde vergi affının uzun vadeli sonuçlarının olumsuz etkiye sahip olabileceği yönünde görüşler de vardır (Tuay ve Güvenç, 2007: 29). Vergi aflarının uzun vadede mükelleflerin sorumluluk duygularını zayıflatarak vergi bilinci ve vergi ahlakını olumsuz etkilediği ve vergi uyumunun azalmasına neden olduğu belirtilmektedir (Tekin, Tunçer ve Sağdıç, 2013: 6).

Aflara sık sık gelişigüzel bir şekilde başvurulması ya da mükelleflerin bu beklenti içerisine sokulması, vergilemede adalet ve belirlilik ilkelerine zarar vermekte, yasalara uyma konusundaki çabaları ve dolayısıyla mükellefin vergi bilincini de olumsuz etkilemektedir. Vergi aflarının sık çıkarılması sebebiyle vergisini ödemeyen vergi bilinç düzeyi zayıf bireyler kolaylıkla risk alma eğilimine girebilmektedir. Ayrıca vergi aflarının sık çıkarılması mükellefleri vergi kaçırmaya teşvik edebilmekte ve zamanında vergisini ödemeyen ya da eksik ödeyen

mükellefi “rasyonel” davranır duruma getirebilmektedir. Bu durum vergisini eksiksiz ödeyen mükellef ile vergisini ödemeyen mükellef arasında haksızlığa neden olmaktadır. Özellikle ödevlerini şekli ve maddi anlamda yerine getiren iyi niyetli mükellefler aleyhine bir durum da oluşturmaktadır. Toplumsal yararlar konusunda bireyler her ne kadar bilinçli ve yüksek ahlaka sahip olsalar da başkalarına büyük yararlar sağlarken kendi çıkarlarını zedeleyen uygulamalara karşı tutumlarını değiştirerek olumsuz bir tutum ve davranışlar içerisine girebilmektedirler (Şenyüz, 2008: 155; Sugözü, 2010: 38).

2.4.4. Vergi Kanunlarının Karmaşıklığı ve Mevzuatın Sık Sık Değiştirilmesi

Vergi kanunlarının karmaşık yapısı ve mevzuatta sık sık yapılan değişiklikler mükellefin vergi bilincine olumsuz etkileyen ve mükellef uyum maliyetlerini artıran önemli bir etkidir. Vergi kanunları idarenin toplayacağı ve mükelleflerin ödeyecekleri vergilere ilişkin yapılması gereken temel esasları göstermektedir. Vergi mevzuatının mükellefler için anlaşılır ve sade olması mükelleflerin vergi bilincinin geliştirilmesi için önemli olmaktadır. Kolay ve anlaşılır bir vergi yapısı mükelleflerin vergi yasalarına uygun hareket etmelerini sağlarken vergi yapısının karmaşık olması mükelleflerin bilinçli ya da bilinçsiz bir şekilde vergiye uyumlarını azaltmakta ve yanlış beyanda bulunma ihtimallerini artırmaktadır (Alkan, 2009: 44). Yani vergi yasalarının açık ve anlaşılır olmaması, kavram ve kuralların net olarak anlaşılamaması vergi yasalarının uygulanmasında bazı zorlukları da beraberinde getirmekte ve basit yapıdaki bir vergi sistemi ise uyuşmazlıkların, hataların ve vergiden kaçınmaların azalmasını, vergilerin etkin salınmasını sağlamaktadır. Vergi yasalarının yoruma açık olması ve bu yorumlar sonucu mükellef, idare ve yargı arasındaki tutarsızlıklar yasaların doğru uygulanmasını güçleştirmekte ve mükellefler üzerinde vergi kaçırmaya teşvik unsuru oluşturmaktadır. Ayrıca bazı mükelleflerin farkında olmadan vergi kaçakçısı konumuna düşmesine sebep olmaktadır (Güner, 2008: 37-38).

Vergi mevzuatının sık sık değiştirilmesi zaten karmaşık olan vergi yapısını daha da karmaşık hale getirmekle birlikte hem yönetim maliyetlerini artırmakta hem de uyum maliyetlerini artırmakta ve mükelleflere ödedikleri vergilerle birlikte bir de profesyonel yardıma ihtiyaç duymaları sonucu ek yükler getirmektedir. Bu yüzden de vergi uyum maliyetinin yüksek olduğunu düşünen bir vergi mükellefi

bu maliyetten kurtulabilmek amacıyla vergiye uyumsuzluk davranışları sergileyebilmektedir (Şahin, 2016: 58). Ayrıca vergi mevzuatının sürekliliği vergi psikolojisi bakımından önemli olmakta ve belirli bir vergi tekniği ya da vergi türü ne kadar uzun kalırsa o kadar alışılmaktadır. Yani bir verginin uzun süre kalması ona karşı olası tepkileri azaltmaktadır. Mükellefler bir vergi yapısı değiştiği zaman mevzuattaki yeni düzenlemelerin takibi ve uygulamasıyla ilgili güçlük çekmekte ve uyum sağlamakta zorlanmaktadır (Yeğen, 2013: 44-45). Vergi yasalarının süreklilik kazanması mükelleflerin vergi bilinçlerini dolayısıyla da vergi uyumlarını artırmaktadır. Mükellefler vergiye direnmeden ziyade vergiyi kabullenerek vergi ödemelerini düzenli bir şekilde yapabilmektedir (Pekkaya, Cural ve Albayrak, 2017: 1068). Vergi mevzuatında gerçekten ihtiyaç duyulduğunda düzenlemelerin yapılması keyfi düzenlemelerden uzak durulması hem toplumun vergi ahlakını sağlanmasını kolaylaştırmakta hem de mükellef vergi mevzuatı hakkında anlaşılır bilgilere sahip olmakta ve vergi bilinç düzeyi artmaktadır (Alkan, 2009: 31).

Vergi mevzuatındaki sık sık değişiklikler yapılması vergilemede kesinlik ilkesine ters düşmektedir. Mükellefler vergiyle ilgili yükümlülüklerini yerine getirirken tereddüte düşebilmekte, dolayısıyla istemeden de olsa vergi uyumsuzluğuna neden olabilmektedir (Yeğen, 2013: 45). Yoğun bir şekilde istisna ve muafiyetlerin uygulanması da vergilemede genellik ilkesinden ayrılmasına sebep olmakta ve aşırı istisna ve muafiyetlerin kullanılması vergi sistemini basitlikten uzaklaştırarak daha karmaşık bir duruma getirmekle birlikte vergisel işlemlerde hem vergi idaresinin hem vergi mükellefinin karşılaştıkları yükü artırmaktadır. Aynı zamanda vergiye uyum sürecinde mükelleflerin vergi bilinç ve vergi ahlak seviyesini düşürerek sorunlar oluşturmaktadır (Savaşan ve Odabaş, 2005: 4; Kumbaşlı, 2016: 65). Vergi sisteminin kolay anlaşılabilirlik, basitlik ve açıklık ilkelerinden uzaklaşarak karmaşık bir yapıya dönüşmesi sonucu ise vergi kaçağı artmaktadır. Bu yüzden basitlik ilkesi vergilendirmede büyük önem taşımakta ve vergi sisteminin basit olması hem vergi idaresini hem de mükellefin işini kolaylaştırmaktadır (Sugözü, 2010: 37).

2.4.5. Muhasebe Meslek Mensuplarının Rolü

Vergi bilinci konusu sadece mükellefler açısından ele alınmamalıdır. Çünkü mükellefler her zaman vergi konusundaki yükümlülüklerini tek başına yerine

getirmemektedir. Mükelleflerin büyük bir kısmı vergi yükümlülüklerini yerine getirirken muhasebe meslek mensupları dediğimiz Serbest Muhasebeciler, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirlere ihtiyaç duymaktadır. Vergileme ilişkisi düşünüldüğünde ilk olarak mükellefler ve vergi idaresi arasındaki ilişkiler akla gelmektedir. Ancak çağdaş vergi sisteminde beyan usulüne dayalı vergilendirmenin temel taşlarından biri olan, yasaların karmaşık olması ve sık değişikliğe gidilmesiyle tek başına yükümlülüklerini yerine getirmekte zorlanan mükellefe yardımcı olan muhasebe meslek mensupları da bu süreç içerisinde önemli bir role sahiptir. Vergileme konusunda diğer vergi tarafları kadar önemli bir yere sahip olan muhasebe meslek mensupları toplumun vergi ahlakı ve vergi bilinci seviyesi üzerinde olumsuz veya olumlu birçok etkiye sahip olmaktadır (Yeğen, 2013: 49-50). Muhasebe meslek mensupları mükellefleri hakları ve ödevleri konusunda bilinçlendirerek vergi bilincinin geliştirilmesi konusunda etkili olabilmektedir. Verginin gerekliliğine inanan ve kanunlardan doğan yükümlülüklerinin bilincinde olan ya da bilinçlendirilen mükelleflerin de bu mükellefiyetten doğan yükümlülüklerini zamanında, eksiksiz olarak yerine getirmesi beklenmektedir (Teyyare ve Kumbaşı, 2016: 8).

Muhasebe meslek mensupları mükellefleri hakları ve yükümlülükleri hakkında bilgilendirerek mükellefin vergi bilinç ve vergi ahlak düzeylerini etkileyebilmekte ve vergi idaresi ile mükellefin kuracağı etkili iletişim faaliyetinin bir parçası olabilmektedir (Güner, 2008: 38-39). Vergi idaresi ve vergi mükellefi arasında muhasebe meslek mensupları köprü görevi görerek mükellefler üzerinde etkin bir muhasebe hizmetiyle yönlendirici konumda olabilmekte ve vergi karşısında duyarsızlık veya vergi bilinci eksikliği giderme konusunda yardımcı olabilmektedir (Daştan, 2011: 193).

Muhasebe meslek mensuplarının mükelleflerin vergi bilincinin gelişmesine olumlu katkıları olabilirken olumsuz etkileri de olabilmektedir (Tunçer, 2002: 224). Toplumda “Mükellef nezdinde iyi muhasebeci, en az vergi ödeten muhasebecidir.” görüşü yaygın olmaktadır. Bu görüşe göre muhasebe meslek mensupları mükellefleri olası yapacakları bir vergi hatasından ve vergi kaçakçılığı durumuyla karşılaşmaktan kurtarmaktan ziyade vergi mükelleflerini vergi yasalarındaki boşlukları ve avantajları iyi değerlendirerek ve yasa dışı yollardan mükelleflerin daha az gelir beyanında bulunmalarını sağlamakla başarılı

sayılmaktadır (Demir, 2008: 92-93). Yasal olmayan yollara başvuran muhasebe meslek mensupları toplumun vergi bilinç ve vergi ahlakını olumsuz etkileyebilmekte ve bu nedenle mükellefler kadar onlara yardımcı olan muhasebe meslek mensuplarının da vergi bilinç ve vergi ahlakına sahip olması başarılı bir vergilendirmenin yapılabilmesi için oldukça önemli olmaktadır (Güner, 2008: 39).

2.4.6. Vergi İdaresinin Etkinliği

Vergi mükelleflerinin vergi bilinç düzeylerini etkileyen bir diğer faktör vergi idaresinin etkinliğidir. Vergilendirme süreci, vergiyi doğuran olay ile başlayıp vergi idaresince yapılan tarhiyat ile belirli hale gelen vergi borcunun tebliğ sonrasında tahakkuk ederek ödenecek duruma gelmesi, tahsil aşamasında ödenmesiyle sona ermektedir (Şenyüz, Yüce ve Gerçek, 2018: 175-209). Bu sürecin tüm aşamalarında vergi idaresi yetkili ve görevlidir. Bu nedenle vergi sisteminin etkinliği yalnızca vergi mevzuatının iyi hazırlanmasına bağlı olmamakta vergi idaresinin bütünlüğüne ve etkinliğine de bağlı olmaktadır. Vergi mevzuatının adaletli ve yerinde hazırlanması ile birlikte bunu uygulayacak vergi idaresinin yeterli olması, vergi idaresinin kapsamı ve kaynakları, yapısı, vergi personeli, vergi denetimi gibi faktörler de önemlidir (Yeğen, 2013: 45).

Etkin bir vergi idaresi denilince akla ilk vergi idaresinin devlet için mümkün olduğunca çok vergi toplaması gelmektedir. Ancak vergi idaresinin etkinliğini açıklamak için bu yaklaşım yeterli olmamaktadır. Çünkü vergi idaresinin etkinliğini mükellefler açısından ele almak, hazine bakımından ele almak kadar önemlidir. Yani benzer kaynak maliyeti ile aynı tutarda vergi toplayan iki vergi idaresi düşünüldüğünde vergiye gönüllü uyum ve mükelleflerin memnuniyetini sağlamış olan vergi idaresinin daha etkin olduğu düşünülmektedir (Güner, 2008: 40-41).

Vergi mükellefleri vergi idareleri ile çoğu zaman yüz yüze bulunduğundan mükellef vergi idaresi tarafından kendine takınmış olduğu tutum ve davranışlara büyük önem vermektedir. Mükellefler vergi idaresinde işlemlerini gerçekleştirirken onlardan ilgi ve destek beklemektedirler. Vergi idaresinin mükelleflerle sürekli diyalog halinde olması ve beklentilerini belirlemeye çalışması önemlidir (Ay, Şahin ve Soylu, 2010: 275). Vergi idaresi çalışanlarının mükellef odaklı çalışırken mükelleflere içten davranması, mükellefin işlerini hızlı bir şekilde yapması, mükelleflere tarafsız davranması ve mükellefin sorunlarına

hızlı çözümler bulması da vergi mükellefinin vergiye ve vergi idaresine önyargılı davranışını engellemekte ve vergi bilincinin gelişmesine olumlu katkı sağlamaktadır. Mükellefin vergi idaresini özellikle rahat ilişkiler kurabildikleri bir yer olarak görmesi ve güven duyması da vergi bilincini artırmaktadır. Etkin bir vergi idaresinde vergi idaresi personelinin halkla ilişkiler konusunda yeterli olması da vergi bilincinin geliştirilmesinde önemlidir (Alkan, 2009: 36).

Vergi idaresinin etkin olarak çalışmasında ayrıca vergi mevzuatını uygulayacak olan idari personellerin nicelik ve nitelik vasıfları, mesleki ve genel eğitim birikimi, iyi bir iş bölümü, personelin elde etmiş olduğu gelir ile çalışma koşulları ve personellerin bilgi ve yeteneklerine uygun konumda bulunmaları da önem taşımaktadır (Çataloluk, 2008: 222). Yine vergi denetim elemanının da yalnızca mükellefi cezalandıran ve vergi kaybını ortaya çıkaran değil, vergi denetim elemanı kendisine danışılan, panel ve konferanslar yoluyla mükellefi vergi konusunda bilinçlendiren kişi olması da önemlidir. Bu durum hem vergi denetiminin vergi gelir artış amacını sağlamakta hem de vergi idaresiyle mükellef arasında etkili bir iletişimin kurulmasına katkı sağlamaktadır (Tekin ve Çelikkaya, 2009: 58).

Mükellefi de dikkate alan mükellef odaklı olma bilincinde olan bir vergi idaresi etkinliğinin sağlanması mükellef vergi bilincinin oluşturulması için önemlidir. Vergi alacaklısı olan idare vergi vermenin bir ödev olduğu şuuruyla herkesin kolayca erişemeyeceğini, verginin cebri ve dolayısıyla psikolojik faktörlere aykırı bir yükümlülük olduğunu daima göz önünde bulundurması gerekmektedir. Vergi idaresi, mükellefe kendisini iyi niyetli bir dostu ve yardımcısı olduğunu kabul ettirmeli ve çağımızın etkin hale gelmiş olan yayın imkânlarından yararlanarak devamlı telkin yolu ile vergi ahlak ve bilincini geliştirecek şekilde bunlardan etkin bir şekilde yararlanabilmesi de oldukça önemlidir (Nadaroğlu, 1996: 281).

Vergi idaresinin güçlü fakat adil bir ceza mekanizmasının varlığı, mükelleflere yönelik eğitim ve bilgilendirme faaliyetlerinin düzeyi, vergilere ilişkin kuralların anlaşılabilirliği ve mükellefe yönelik hizmetlerin kalitesi gibi faktörler mükellefin vergi bilincini etkilemektedir (Şahin, 2016: 59). Vergi idaresinin vergi ödevlerini yerine getirmeyen mükellefleri vakit kaybetmeksizin yakalayıp cezalandırması ve vergi uyum düzeyi yüksek mükellefleri devletle barışık tutarak

mükelleflerin vergi bilincine olumlu etki edebilmektedir (Taşkın, 2010: 72). Vergi idaresince yürütülmekte olan mükellefle etkili iletişim ve eğitim faaliyetleri de vergi bilinç ve ahlakının gelişmesini sağlamaktadır. Vergi idaresi ve vergi mükellefi arasında etkili bir iletişimin bulunması mükellefte vergi bilincinin oluşturulmasında büyük önem taşımaktadır. Mükellef vergi ödemek istediğinde vergisini ödemeyi kolaylaştıracak tutum ve davranışlar ile karşılanması ve ödeme sonrasında memnuniyetinin sağlanması önemlidir (Teyyare ve Kumbaşı, 2016: 8). Vergi idaresi ile mükellef arasında sağlanan etkili iletişim vergi mükellefinin yeni bir tutum geliştirmesini, var olan bir tutumun kuvvetini artırmasını ya da var olan bir tutumunu değiştirmesini sağlayabilmektedir. Bu etkin iletişim sayesinde mükellefler vergi idaresini etkin algılamakta ve vergi idaresine olan güvenini artırmakta ve mükellefin vergiye tutumunu olumlu etkilemektedir. Vergi idaresinin kitle iletişim araçlarından (Telefon, televizyon, seminerler, afişler vs.) yararlanması da mükellefin vergi bilincinin geliştirilmesinde büyük öneme sahiptir. Çünkü kitle iletişim araçlarını kullanarak vergi idaresi mükelleflere vergi idaresi tarafından uygulanan faaliyetler, alınan vergilerin kullanıldığı alanlar, mükellefin hakları ve yükümlülükleri gibi birçok konu hakkında bilgi verebilmektedir (Güner, 2008: 42). Teknolojinin gelişmesiyle birlikte teknolojik araç ve gereçleri etkin kullanan ve günümüz internet çağından yararlanabilen vergi idareleri de mükelleflerin vergi bilinci üzerinde olumlu etkiler oluşturabilmektedir. Vergi idarelerinin internet üzerinden mükellefin işlemleri daha kısa sürelerde ve daha az maliyetle yapması sağlanmakta ve mükellefin bilgiye daha kolay ve hızlı erişimi sağlanmaktadır (Egeli ve Diril, 2014: 37).

BÖLÜM III

ÇEŞİTLİ ÜLKELERDE VERGİ BİLİNCİNİN DÜZEYİ VE VERGİ İDARELERİNİN VERGİ BİLİNCİNİ ARTIRMAYA YÖNELİK ÇALIŞMALARI

3.1. Çeşitli Ülkelerde Vergi Bilinç Düzeyine Genel Bir Bakış

Vergi bilinç ve vergi ahlakı kavramları yerli literatürde olduğu kadar yabancı literatürde de giderek önem kazanmakta ve yapılan çalışmalarda artış gözlenmektedir. Yapılan çalışmalarda ampirik çalışmalara ağırlık verilmekle birlikte çalışmalarda vergi bilinci ve vergi ahlakı kavramlarının bir bütün olarak yani birlikte ele alındıkları gözlenmektedir. Özellikle vergi ahlakı üzerine birçok çalışmaları olan Benno Torgler'da vergi bilinci ve vergi ahlakını birlikte ele almış ve Dünya Değerler Anketi (World Values Survey-WVS) verilerini kullanarak birçok ülkenin vergi ahlak düzeyiyle ilgili karşılaştırma yaparak çıkarımlarda bulunmuştur (Yeğen, 2013: 91). Vergi ahlakı üzerine yapılan çalışmalarda Dünya Değerler Anketi verilerinden yararlanılmakta ve bu kapsamda Dünya Değerler Anket verilerinden “Eğer fırsatınız olsa vergilemede hile yapar mısınız?” sorularına verilen yanıtlardan “asla kabul edilemez” yanıtının yüzdesi alınarak belirlenmekte ve vergi ahlak düzeyi tespit edilmektedir (Güner, 2008: 69-70). Dünya Değerler Anketi, İnsanların değer ve inançlarının, sahip oldukları sosyal ve politik etkinin zamanla nasıl değiştiğini araştıran ve 1981 yılından beri çeşitli aralıklarla sürdürülen küresel bir araştırma projesidir (“World Values Survey”, 2021).

Bizde bu çalışmada vergi bilinç seviyesi yüksek toplumların vergi ahlak seviyesinin de yüksek olacağı ve vergi kaçakçılığının asla kabul edilmeyeceği görüşüyle Amerika Birleşik Devletleri, İngiltere, Avustralya ve Japonya'nın vergi bilinç düzeyini yapılmış olan çalışmalar üzerinde ele almaya çalışacağız. Bu ülkelerin vergi ahlak seviyelerinin yüksek olmasının ülkemizce de örnek alınması açısından çalışmamızda ayrı başlık halinde ele alınmasının yararlı olacağı düşüncesindeyiz.

3.1.1. Amerika Birleşik Devletleri'nde Vergi Bilinç Düzeyi

Luitel ve Sobel (2007) 1980-2004 yılları arasında Amerika Birleşik Devletleri'nin 50 eyaleti için vergilendirme verileri ile vergi aflarını incelemişler ve her vergi affında bir önceki aftan vergi gelirinin daha az elde edildiğini ve vergi uyumunun da bu afların ardından azaldığını bulmuşlardır (Luitel ve Sobel, 2007).

Alm ve Torgler (2006) tarafından gerçekleştirilen çalışmada öncelikle Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'ndeki vergi ahlak düzeyi ile İspanya'daki vergi ahlak düzeyi karşılaştırılmaktadır. ABD'de vergi ahlak düzeyinin İspanya'da vergi ahlak düzeyinden daha yüksek olduğu tespit edilmiş olup nedenini ise ABD'deki daha yüksek "sosyal norm" uyumuna bağlamaktadırlar. Daha sonra çalışma genişletilerek 14 Avrupa ülkesi daha çalışmaya dahil edilmiş ABD ve bu Avrupa ülkelerinin vergi ahlak düzeyi karşılaştırılmıştır. ABD'de vergi ahlak düzeyinin karşılaştırılan Avrupa ülkelerinin vergi ahlak düzeyinden daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmada ayrıca kadınların, yaşlıların ve evlilerin daha yüksek vergi ahlakına, en düşük eğitime sahip bireylerin en yüksek vergi ahlakına sahip olduğu sonucuna da ulaşılmıştır (Alm ve Torgler, 2006).

Cummings, MartinezVazquez, McKee ve Torgler (2004) tarafından Güney Afrika ve Amerika Birleşik Devletleri (ABD) karşılaştırılarak yapılan bir çalışmada ABD'li bireylerin Güney Afrika'lı bireylerden çok daha yüksek vergi ahlakına sahip olduğu görülmektedir. Güney Afrika'dan ziyade ABD'li olmak vergi kaçırma olasılığını azaltmaktadır (Cummings, MartinezVazquez, McKee ve Torgler, 2004: 16).

Torgler (2003) tarafından doğrudan demokratik hakların Amerika Birleşik Devletleri'nde vergi ahlakı üzerinde olumlu bir etkisi olup olmadığını analiz etmek amacıyla bir çalışma gerçekleştirmiştir. 1995 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nden alınan veriler Dünya Değerler Anketine dayanarak analiz edilmiştir. Bulgular ise doğrudan demokratik hakların vergi ahlakını arttırdığını göstermektedir. Ayrıca çalışmada elde edilen diğer sonuçlara göre kadınların erkeklerden, evlilerin bekarlardan daha yüksek vergi ahlakına sahip olduğunu ve eğitimin vergi ahlakı üzerinde bir etkisinin olmadığı sonucunu bulmuştur. Yüksek gelir vergi ahlakını olumsuz etkilerken finansal memnuniyetin vergi ahlakı üzerinde olumlu etkisi olduğunu belirtmektedir. Bununla birlikte yarı zamanlı

Çalışanların tam zamanlı çalışanlardan daha düşük bir vergi ahlakına sahip olduğunu belirtmektedir (Torgler, 2003b: 242-254).

Scholz ve Lubell (1998) tarafından Amerika Birleşik Devletleri New York eyaletinde yapılan çalışmada vergi artışının azalması ve mükelleflerin güvenlerinin artırılmasının mükellefin vergi uyumu üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Çalışma sonucunda ise mükelleflerin vergi reformlarına karşı güveninde azalma olduğunda vergi gelirinde bir azalma olduğunu ve güveninin arttığında ise vergi uyumunun arttığı sonucuna ulaşmışlardır (Scholz ve Lubell, 1998, aktaran: Kumbaşlı, 2013: 78).

Grasmick ve Bursik (1990) tarafından Amerika Birleşik Devletleri'nde yapılan bir çalışmada suçların önlenmesinde devlet tarafından uygulanan hapis cezası ve parasal cezalar gibi yaptırımların, sosyal gruplar tarafından oluşturulan başkalarının gözünde saygınlığını yitirme, kınama gibi yaptırımların ve kişinin kendisine uyguladığı utanç ve suçluluk duygusu gibi yaptırımların caydırıcı etkisini analiz etmişlerdir. Çalışma sonucunda en önemli caydırıcı faktörün kişinin kendisine uyguladığı bir yaptırım olan utanç duygusu olduğu bunu yasal yaptırımların takip ettiği sonucuna ulaşılmıştır (Grasmick ve Bursik, 1990, aktaran: Alkan, 2009: 64).

Witte ve Woodbury (1985) alışmalarında, IRS (Internal Revenue Service) veri işleme çabaları sonucunda vergi mükellefi denetimlerinin daha yüksek olasılıklarının ve vergi mükelleflerine gönderilen daha fazla bildirimin vergi mükelleflerinin daha yüksek gönüllü uyumu ile ilişkili olduğunu bulmuşlardır. Sonuçlardan sadece 1970'lerde denetim oranlarındaki düşüş, o dönemde meydana gelen gönüllü uyumdaki düşüşün yüzde 5 ila 50'sini oluşturduğunu göstermektedir. Sonuçlar kesinlikle artan denetim oranlarının gönüllü uyum üzerinde önemli ve yararlı bir etkiye sahip olabileceğini düşündürmektedir. Burada 1967 ve 1968 yılları denetim oranlarının 1969 yılından daha fazla gönüllü uyum ile ilişkili olduğu bulunmuştur. Genel olarak, aynı denetim sınıfındaki vergi mükelleflerinin denetimlerinin diğer denetim sınıflarındaki mükelleflerin denetiminden gönüllü uyum üzerinde daha fazla etkisi olduğu görülmektedir (Witte ve Woodbury, 1985: 8).

3.1.2. İngiltere’de Vergi Bilinç Düzeyi

İngiltere de 2000 ve 2001 yıllarında yapılan rastgele sorgulamalardan elde edilen verileri kullanarak denetimlerin önleyici etkileri üzerine araştırma yapılmıştır. Araştırma, denetimlerin uyumsuz mükellefler için olumlu önleyici etkiler yarattığını, ancak uyumlu olanlar için olumsuz önleyici etkiler yarattığını göstermektedir. Hem bireysel düzeyde hem de genel düzeyde etkiler, denetlenen vergi mükelleflerinin doğru seçimine bağlı görünmektedir. İstekli kişilere (olası) sert muameleyle yüzleşmek ve onları ağır cezalarla tehdit etmek, olumsuz etkilere neden olabilmektedir. HMRC (Her Majesty’s Revenue and Customs), bu noktanın altını çizen, uyumlu ve uyumsuz arasında rastgele denetimlerin önleyici etkileri üzerine araştırma yapmış hali hazırda uyumlu olan vergi mükelleflerinin denetlenmesi, uyum sağlama isteklerini zayıflattığı görüşünü elde etmiştir. Kasıtsız hataları önlemeye yönelik destek ve yardımın, bu tür bir grup arasında uyumu artırma olasılığı daha yüksek olmaktadır. Elbette önceden hangi vergi mükelleflerinin uyumlu ve uyumlu olmadığını bilmek zordur. Seçim stratejilerinin iyileştirilmesi, gelir organlarının denetimlerini kasıtlı uyumlu olmayan vergi mükellefleri üzerinde hedeflemelerine yardımcı olabilmektedir (OECD, 2010: 17).

Lewis (2009), İtalya ve İngiltere’nin vergi uyumu üzerine yapmış olduğu araştırma sonuçlarında İtalya’nın vergi uyumunun İngiltere’den çok daha zayıf olduğu sonucuna ulaşmıştır. İtalyan vergi yükü her ne kadar yaklaşık olarak Avrupa ortalamasına uygun olsa da bu ülkedeki kayıt dışı ekonominin boyutu Avrupa ortalama büyüklüğünü aşmaktadır. İtalya ve İngiltere vergi sistemleri ile çalışmada eşleşen öğrenci örnekleri arasındaki benzerlikler göz önüne alındığında vergi uyumundaki farklılıkların en azından kısmen kültürel faktörlerden kaynaklandığı söylenebilmektedir. Bireysel farklılıklar düzeyinde, her iki kültürden de ekonomistler ve erkekler için daha az vergi beyan etme ve değişen tespit oranlarına daha duyarlı olma eğilimi bulunmaktadır. İtalya’da vergi kaçakçılığı İngiltere’de olduğundan daha kabul edilebilir ve haklı görülmektedir (Lewis, Carrera, Cullis ve Jones, 2009:438-439).

Avrupalı mükellefler arasında vergi ahlakını analiz eden Strümpel (1969), Avrupa da uluslararası karşılaştırmalı bir anket çalışması yürütmüştür. Strümpel hem çeşitli Avrupa ülkelerinin vergi sistemlerini hem de her bir ülkenin vergi mükelleflerinin vergi ahlak seviyelerini karşılaştırmıştır. Strümpel vergi ahlakının

Almanya’da daha düşük İngiltere de ise Almanya’ya göre daha yüksek olduğunu bulmuştur. Strümpel, o dönemde İngiliz ve Alman vergi sistemleri arasındaki en büyük farklılığın, Alman sisteminin zorlayıcı vergi uygulama tekniklerini kullanırken, İngiliz sisteminin vergi mükelleflerine daha az denetim ve daha fazla saygılı davranması olduğunu ileri sürmüştür. Strümpel (1969) ayrıca Almanlar tarafından kullanılan yaptırım stratejilerinin halkı yabancılaştırmaya hizmet ettiğini ve bu yabancılaşmanın vergi ahlakı üzerinde olumsuz bir etkisi olduğunu savunmuştur. Aksine, İngiliz sisteminin vergi ahlakını geliştirmeye yardımcı olduğunu (böyle bir sistemin kaçınma ve kaçırma için kolay fırsatlar sunabileceğini not etmesine rağmen) öne sürmüştür (Strümpel, 1969, aktaran: Alm ve Torgler, 2006: 228).

Torgler (2003) tarafından dini vergi ahlakını etkileyen bir faktör olarak analiz etmek amacıyla bir çalışma yapılmıştır. Dünya Değerler Anketi verilerine dayanarak analizler yaptığı ülkeler arasına İngiltere’yi de dahil etmiştir. Çalışma sonucunda ise dindarlığın vergi ahlakını yükselttiği sonucuna ulaşılmıştır (Torgler, 2003b: 539-561).

Orviska ve Hudson (2002)’un İngiltere yaşlı nüfusunu örnek alarak yaptığı bir anket çalışmasında vergi kaçırma olasılığının yaşlı insanlar arasında daha düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çünkü hem bunun yanlış olduğunu hissetme eğilimindedirler hem de bazı durumlarda yakalanmanın sonuçlarından daha büyük bir korku duymaktadırlar. Ayrıca vatandaşlık görevi duygusunun vergi kaçakçılığının doğru mu yanlış mı olduğu konusundaki algıları ve dolayısıyla bireylerin vergi kaçırma olasılığını etkilediğine dair bulgular bulunmaktadır. Vergi kaçırma konusunda yasalara uyma kavramı da oldukça önemlidir. Hem yasalara uyma hem de vatandaşlık yükümlülüğü öncelikle vergi kaçakçılığına yönelik tutumlar üzerindeki etkileri ve ahlaki olarak doğru veya yanlış olup olmadığı yoluyla vergi kaçakçılığını etkileme eğilimindedir (Orviska ve Hudson, 2002).

3.1.3. Avustralya’da Vergi Bilinç Düzeyi

Avustralya’da Torgler ve Murphy tarafından vergi ahlak düzeyinin araştırıldığı çalışma bu konu üzerine Avustralya’da yapılan ilk çalışma olması sebebiyle önemlidir. 1981 yılı ve 1995 yılı Dünya Değerler anketi verilerine dayanılarak yapılan bu çalışma ile farklı yıllara ait vergi ahlakını etkileyen

değişkenlerin veriler karşılaştırılmıştır (Yeğen, 2013: 96). 1981 yılından elde edilen verilere göre vergi ahlakı üzerinde yasal sisteme olan güven ve parlamentoya duyulan güvenin olumlu bir etkisinin olduğu görülmektedir. Yine 1995 yılında yapılan Dünya Değerler Anketi verileri 1981 yılı verilerini çok yakından yansıtmaktadır. 1981 yılı verilerine bakıldığında burada medeni durum ya da istihdam durumu hakkında herhangi bir bulguya rastlanmamıştır. Ancak 1981 yılı verilerinin aksine 1995 yılı verilerinde medeni durumun vergi ahlakı üzerinde bir etkiye sahip olduğu gözlenmektedir. Evli bireylerin bekar bireylerle karşılaştırıldığında vergi ahlak düzeyleri önemli ölçüde daha yüksektir. 1981 ve 1995 yılları verilerinin her ikisinde de eğitimin vergi ahlakı üzerinde bir etkisi görülmemiştir. 1981-1995 verileri karşılaştırıldığında Avustralya'da vergi ahlakı zaman içinde önemli ölçüde arttığı görülmektedir. 1981 yılı Avustralya vergi ahlak seviyesi OECD ortalamasının önemli ölçüde altında olduğu görülürken 1995 yılı vergi ahlak seviyesi OECD ortalamasının biraz üzerindedir. Ayrıca her iki yılda da daha dindar olanların vergi ahlak düzeylerinin daha yüksek olduğu bulunmuştur. Bir kişinin ekonomik durumuna bakıldığında, bireysel vergi oranlarının vergi ahlakı üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Daha yüksek vergi oranlarına tabi olanlar daha düşük vergi ahlakına sahiptir. Daha fazla gelir elde edenlerin vergi ahlakı düşüktür. Hem 1981 hem 1995 yılı verilerinden yaşın vergi ahlakı üzerinde olumlu bir etkisi olduğu ve yaş ilerledikçe vergi ahlakının arttığı görülmektedir. Ayrıca Avustralyalı kadınların vergi ahlakı Avustralyalı erkeklerden önemli ölçüde daha yüksektir (Torgler ve Murphy, 2004: 330).

Braithwaite ve Ahmed (2005) tarafından yükseköğrenim öğrencileri üzerinde Avustralya'da yaptığı bir araştırmada eğitim ve vergi ahlakı arasında güçlü bir ilişkinin olduğu bulunmuştur. Ancak yükseköğrenim görmüş ya da yükseköğrenimi devam eden bireylerin almış oldukları eğitimden memnuniyet düzeyi vergi ahlakı ve eğitim arasındaki ilişkiyi belirleyen en önemli etkidir. Bireylerin almış oldukları eğitimden sağladıkları tatmin düzeyinin artmasıyla vergi ahlak seviyeleri de artmaktadır. Ayrıca öğrencilerin ödemiş oldukları harçlar ile vergi ahlak seviyeleri arasında ise olumsuz bir ilişkinin olduğu bulunmaktadır. Yani öğrenciler daha yüksek harç ödedikçe vergi ahlak düzeyleri azalma göstermektedir (Braithwaite ve Ahmed, 2005).

Wenzel (2004) tarafından Avustralya üzerine yapılan bir çalışma'da vatandaşlık bilinci ve devlete duyulan güven gibi sosyal normların vergi ahlakıyla olan ilişkisi araştırılmış, vergi ahlakı üzerinde devlete duyulan güvenin ve vatandaşlık bilincinin etkili olduğu bulunmuştur (Wenzel, 2004: 223).

Wallschutzky (1984) ise Avusturalya için gerçekleştirmiş olduğu bir çalışmada yaş ilerledikçe vergi ahlak düzeylerinin daha düşük olduğunu ve vergi kaçırma konusunda daha eğilimli olduklarını bulmuşlardır (Wallschutzky, 1984, aktaran: Doğan B., 2019: 23).

2.1.4. Japonya'da Vergi Bilinç Düzeyi

Hyun (2005) tarafından Kore ve Japonya arasında neden farklı vergi uyum düzeylerine sahip olduklarının araştırıldığı çalışmada Kore'nin Japonya'dan çok daha düşük düzeyde vergi uyumuna sahip olduğu değerlendirilmiştir. Japonya'nın hem vergi denetimi hem vergi ceza yapıları birbirinden farklıdır. Kore'de denetim sonrasında vergi kaçakçılığıyla ilgili bilgiler yayınlanmamaktayken Japonya'da denetimden sonra düzenli olarak vergi kaçakçılığı bilgileri kamuoyuna verilmektedir. Ayrıca gelir seviyesi aşırı yüksek grupların beyannameleri kamuoyuna duyurulmaktadır. Vergi bilgilerinin yayınlanmasının vergi uyum düzeylerini etkilediği düşünülmektedir (Hyun, 2005).

Torgler (2004) tarafından çeşitli Asya ülkesinde vergi ahlakını analiz etmek amacıyla çalışma yapılmıştır. Asya ülkeleri arasında en yüksek vergi ahlakının Japonya ile birlikte Çin ve Bangladeş'te olduğunu bulmuştur. Japonya'nın düşük bir kayıt dışı ekonomi boyutuna sahip olduğunu belirtmektedir. Ayrıca mükellef ve vergi idaresi arasında güvene dayalı yoğun bir etkileşim olmasının vergi uyumu ve yüksek vergi ahlakı üzerinde belirleyici olduğunu ileri sürmektedir. Bununla birlikte çalışmada evlilerin bekarlardan, yüksek yaş grubunun daha küçük yaş grubundan, kadınların erkeklerden daha yüksek vergi ahlakı sergilediği sonucuna ulaşılmıştır (Torgler, 2004).

Torgler (2003) tarafından Dünya Değerler Anketi verileri kullanılarak yapılan çalışmada insanların vergi kaçakçılığına ilişkin değerlerini analiz etmektedir. Çalışma sonucuna göre elde edilen bulgulara yirmi üç OECD ülkesinin içerisinde Japonya 15 yıl boyunca (1981-1997) en yüksek vergi ahlak oranına sahip ülke konumundadır (Torgler, 2003b: 159).

Weck (1983) 1960-1978 yılları arasında ülkeler arası vergi ahlakını tespit etmek için çalışmalar yapmıştır. Bu çalışma da gerçekleştirdiği vergi ahlakı indeksine göre Japonya'nın da aralarında olduğu ABD, Kanada, İrlanda, İskandinav ülkeleri, Hollanda ve İngiltere'nin yüksek vergi ahlakına sahip olduğu ancak Fransa, İtalya ve İspanya'nın ise düşük vergi ahlakına sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır (Weck, 1983, aktaran: Gökbunar, Selim ve Yanıkkaya, t.y.: 74).

3.2. Çeşitli Ülkelerde Vergi İdareleri ve Vergi Bilincinin Artırılmasına Yönelik Yapılan Çalışmalar

Vergi idareleri mükelleflere daha iyi hizmet sunmak ve mükelleflerin vergiye karşı bakış açılarını olumlu yönde geliştirmek için organizasyon yapısında ve çalışma anlayışında değişiklikler yapmaktadırlar. Vergi idareleri mükelleflere kaliteli hizmet sunmak, mükelleflerin sorunlarını anlamak ve çözüm önerileri üretmek, gelişen ve değişen çağa ayak uydurarak vergilendirme hizmetlerini daha hızlı, kolay ve etkin sunmak amacıyla çeşitli dönüşümler geçirmektedirler (Gerçek, 2004). Aşağıda ABD, İngiltere, Avustralya ve Japonya gibi bazı gelişmiş ülkelerin mükellefi temel alarak mükelleflerin vergiye bakış açılarını etkilemek amacıyla yapmış oldukları bu hizmetlere yer vereceğiz.

3.2.1. ABD İç Gelir İdaresi (Internal Revenue Service- IRS)

ABD İç Gelir İdaresi (Internal Revenue Service-IRS) ilk olarak, 1861 yılında Amerikan iç savaş giderlerini karşılamak için getirilen gelir vergisinin tahsili amacıyla 1862 yılında Maliye Bakanlığı içinde "The Bureau of Internal Revenue" adıyla kurulmuştur (Öner, 2005: 136). Kamuoyu tarafından IRS'den, mükellef uyumunu zorla sağlamak yerine mükellefe yönelik hizmetlerin artırılması istenmektedir. IRS bu konuda çeşitli çabalarda bulunmuş (Maliye Bakanlığı Gelirler Genel Müdürlüğü, 2001: 13) ve 1950'ler de ciddi bir reform sürecine giren kurumda en önemli yapısal değişiklikler 1998 yılında "IRS Yeniden Yapılanma ve Reform Kanunu (IRS Restructing and Reform Act of 1998-RR98)" ile gerçekleştirilmiştir (Bilge, 2005: 191).

IRS Yeniden Yapılanma ve Reform Kanunu ile başlatılan yeniden yapılandırılma sürecinde ABD İç Gelir İdaresinin (IRS) yeni misyonu “Vergi mükelleflerinin sorumluluklarını anlamalarına ve yerine getirmelerine yardımcı olarak ve vergi yasalarını herkese tutarlılık ve adalet anlayışı içinde uygulayarak en üst kalitede hizmet sunmak” olarak tanımlanmaktadır. IRS kendisine üç stratejik hedef belirleyerek bu misyonunu gerçekleştirebilmeyi amaçlamaktadır. Bunlar: verimli ve nitelikli hizmet sunmak, tüm mükelleflere en iyi hizmeti sunmak, her mükellefe en iyi hizmeti sunmaktır (IRS, 2001: 5-8). Böylelikle IRS’de “en az maliyetle en fazla geliri toplamak” yaklaşımı yerine “verimli ve nitelikli çalışma” yaklaşımının benimsenmesi amaçlanmaktadır (Gerçek, 2003).

Bu stratejik hedeflerini gerçekleştirebilmek amacıyla IRS ise beş ilke belirlemiştir. Bunlar: problemleri kavrama ve çözmede yöneticiler tarafından mükellefe hesap vermesini beklemek, olaya mükellef açısından bakabilmek, açık ve dürüst besleme kanallarına sahip olmak, performans değerlendirmede daha dengeli ölçüler kullanmak, mükellefe daha adil hizmet sağlanırken bütünlüğü sağlamak ve mükelleflerin idareye olan güvenini sürdürmektir (Maliye Bakanlığı Gelirler Genel Müdürlüğü, 2001: 14).

Bu kapsamda IRS’in günümüze kadar vergi bilincini artırmak için yaptığı çalışmaları, toplam kalite yönetimi, mükellefe sağladığı başlıca hizmetler, mükellef hakları beyannamesi ve teknolojinin kullanılması başlıkları altında toplayabiliriz.

3.2.1.1. Toplam Kalite Yönetimi

Toplam kalite yönetimi “bir kuruluşdaki tüm faaliyetlerin sürekli olarak iyileştirilmesi ve organizasyondaki tüm çalışanların kesin aktif katılımıyla çalışanlar, müşteriler ve toplum memnun edilerek kârlılığa ulaşılması” şeklinde tanımlanmaktadır (Karyağdı, 2001).

Toplam kalite yönetimiyle ilgili çalışmalarına 1990’lı yıllarda başlayan IRS, bu çalışmalar doğrultusunda üç temel hedefini ise, mükelleflerin vergi kanunlarına gönüllü uyumlarının geliştirilmesi, mükellef yüklerinin azaltılması, işlem sürecinde kalite ve verimliliğin güçlendirilmesi şeklinde belirlemiştir (Güner, 2008: 79). Bu hedeflere ulaşabilmek için IRS (Gerçek, 2003);

- Aktif liderlik vasıtasıyla ahlaki davranış ve profesyonel standartlara bağlılığın sağlanması; çeşitli tecrübe, değer, bakış açısı ve işgücü ihtiyaçlarının üstlenilmesi ve yönetilmesi,
- Mükelleflere sunulan hizmet kalitesinin, çalışanların yetkilendirilmesi ve doğru becerilerle donatılması vasıtasıyla artırılması,
- Uyum 2000 (Compliance 2000) projesinin uygulanması gibi kalite geliştirme uygulamalarını ve modernizasyon çalışmalarını gerçekleştirmeyi,
- Vergi Sistemlerinin Modernizasyon (TSM) Projesinin uygulanmasını planlamıştır.

Toplam kalite yönetimiyle beraber müşterilerin ve ihtiyaçlarının tanınması amacıyla müşteri odaklı kalite yönetimini benimseyen IRS yeni pozisyonlar oluşturmaktadır. Oluşturulmuş olan bu pozisyonların görevleri içerisinde çalışanların müşteri bilincini artırmak için kurumun kamuoyundaki imajını geliştirmek ve rastgele anketler düzenlemekte bulunmaktadır (Güner, 2008: 78).

Mükellef odaklı bir anlayışla vergi kanunlarına gönüllü uyumun artırılması ve mükelleflerin yükümlülüklerinin azaltılması amacıyla “Uyum 2000” projesi geliştirilmiş ve böylece mükelleflerin genel beklenti ve ihtiyaçları belirlendiğinden IRS tarafından sağlanan hizmetlerin kalitesinin artırılması hedeflenmiştir. Mükellefin ihtiyaçları olan bilgilerin sağlanması, mükellefin IRS ile arasındaki ilişkilerde stresi azalttığı gibi beyanname verme yükünü ve ödeme sürecini de azaltmaktadır. Dolayısıyla mükellef odaklı anlayışta toplam kalite yönetimi sisteminin ayrılmaz bir parçası olarak sağlanmış olmaktadır (Gerçek, 2003).

Toplam kalite yönetimi (TKY) anlayışını benimseyen IRS bununla birlikte hem mükellef odaklı bir yapılanmayı benimseyerek mükelleflere daha kolay, hızlı ve etkin hizmet sunmayı amaçlamakta hem de vergi idaresi personellerinin eğitilmesini, mükellef-personel ilişkilerinin geliştirilmesini ve etkin bir vergi idaresi oluşturmayı amaçlamaktadır (Karyağdı, 2001).

3.2.1.2. IRS’nin Mükelleflere Sağladığı Başlıca Hizmetler

IRS’nin mükellef hizmetleri programının temel amacı mükelleflere Federal vergi borçlarına uyumuna yardım etmektir. IRS bu hedefi karşılamak için çeşitli yardım programları sağlamaktadır (U.S. Government Printing Office, 1978).

Kongrenin kabul ettiği kanunları mükellefler için yazılı olarak yorumlamakta, her mükellef grubuna ve yaygın olaylara göre rehberler hazırlamakta ve vergi beyanname formları ile birlikte her yıl mükelleflere ulaştırmaktadır. Ayrıca IRS'nin mükelleflere sağladığı hizmetler 7 başlıkta toplanabilmektedir. Bunlar; mükelleflere yardım, vergi form ve yayınları, mükellef eğitimi, vergileri anlama programı, elektronik vergi yönetimi, mükellef avukatı ve diğer hizmetlerdir. Bu hizmetler yardımıyla vergi idaresi mükelleflerin hizmetlerden etkin bir şekilde yararlanmasını öngörmüş, mükellef ihtiyaçlarını göz önünde tutarak iyi hizmet sunma ve mükellefin vergiye karşı tutum ve davranışlarını olumlu etkileme, mükelleflere ait sorunları anlama, önleme ve çözme yoluyla vergi bilincini artırmayı ve mükellefin gönüllü uyumunu sağlamayı hedeflemektedir (Öner, 2005: 228).

3.2.1.2.1. Mükelleflere yardım (Taxpayer Assistance)

Ücretsiz telefon hattı yoluyla (Toll Free Assistance), 1974 yılında IRS, mükelleflere IRS'yi arayarak yardım almak için eşit fırsat sunmak amacıyla ulusal bir ücretsiz telefon sistemi kurmuştur. IRS, telefon hattının mükelleflerin vergi sorunlarına yardımcı olmada en etkili araç olduğunu düşünmektedir ve mükellefleri telefon kullanmaya teşvik etmektedir. IRS Mükellef Yardım Merkezi telefonda yaklaşık 170 dilde tercümanlık hizmeti sağlamakta ve mükellefler hizmete ücretsiz olarak erişebilmektedir (U.S. Government Printing Office, 1978: 3-15). 1-800-829-1040 nolu telefon merkezinden tüm gelir gruplarına giren mükelleflerin soruları telefonla cevaplandırılmaktadır. Ücretsiz Telefon (Toll-free telephone number) sistemi kurulması sonucunda mükellefler telefon ücreti ödemeksizin IRS ile temas edebilmesi sağlanmış ve mükelleflerin teknik sorunlarını cevaplandırmak için uzman kişiler (Taxpayer Assistance Specialists) görevlendirilmiştir (Öner, 2005: 228).

Mahalli vergi bürolarına gidilmek yoluyla (Walk-in Tax Assistance), IRS birimlerine şahsen gelen mükelleflere görevlilerce verilmektedir. IRS'nin mahalli bürolarında bir Mükellef Yardım Merkezi (Taxpayer Assistance Center, TAC) bulunmaktadır (Öner, 2005: 228). Etkin bir vergi idaresi için yüz yüze yardım şarttır. Vergi ödeyen nüfusun belirli bölümleri daima yüz yüze yardım gerektirmektedir. Vergi sorunlarının çevrimiçi veya telefonla ele alınamayacağına

inanan mükellefler için ücretsiz kişisel vergi yardımı sunmaktadır. “www.irs.gov/localcontacts” adresinden mükellefler işlem saatleri ve sağlanan hizmetleri öğrenebilmektedir (www.irs.gov, 2020).

İnternet sitesi yoluyla (Website Access), mükellefler bilgisayar ile IRS'nin internet sitesinden vergi kanunları ve diğer sorulan hususlara ulaşabilmektedir (Öner, 2005: 229).

Faks yoluyla (Tax Fax Service), Mükellef faks makinesine bağlı telefonunu kullanarak 703-368-9694 nolu telefonu arayarak vergi formları ve talimatları temin edebilmektedir (Öner, 2005: 229).

3.2.1.2.2. Vergi Form ve Yayınları (Tax Forms and Publications)

IRS mükelleflerin düzenleyecekleri vergi beyanname ve bildirimlerin boş nüshaları ile her mükellef grubu için hazırladığı rehber niteliğindeki yayınları mükelleflere; bazı formlar bir vergi paketi halinde talebi olmaksızın beyanname veren mükelleflere IRS tarafından posta ile gönderilmekteydi ancak elektronik dosyalamadaki büyümenin devam etmesi, vergi mükelleflerine ücretsiz seçeneklerin sunulması ve maliyetleri azaltma çabaları nedeniyle IRS artık otomatik olarak kağıt vergi paketlerini postalamamaktadır. Gelir vergisi beyannameleri ve ilgili formları IRS büroları ile eyaletlerin vergi bürolarından temin edebilmekte, ABD'deki her kütüphanede vergi formları bulunmakta ve buradaki anaform defterinden form sağlanabilmekte, bankalar ve postanelerden IRS'in göndermiş olduğu vergi beyannameleri temin edilebilmektedir. Muhasebeci, vergi uygulayıcısı ve beyanname düzenleyenlerde IRS' den sipariş ettikleri basılı formlar, CD-ROM formları bulunmakta ve federal vergi formları ile eyalet vergi formları mükellef tarafından bilgisayarları aracılığıyla internet sitesinden edinilebilmektedir (Öner, 2005: 229; IRS Tax Tip, 2011).

Mükellefler ihtiyaçları olabilecek tüm formları, talimatları ve yayınları görüntülemek, indirmek veya yazdırmak için “IRS.gov/Forms” adresini kullanabilmektedir. Popüler yayınlar ve talimatları “IRS.gov/eBooks” adresinden ücretsiz e-Kitap olarak indirilebilmekte veya görüntülenebilmektedir. Veya “IRS.gov/OrderForms” adresinden sipariş verilebilmekte ve 10 iş günü içerisinde gönderilmesini sağlayabilmektedir (IRS Publication 925, 2019: 16).

3.2.1.2.3. Mükellef Eğitimi (Taxpayer Education)

Mevcut ve potansiyel vergi mükelleflerinin eğitimi için (Öner, 2005: 230);

- Vergi eğitim malzemesi tüm orta dereceli okullarda mevcut olmakla birlikte çoklu ortam-multimedia paketleri (CD-ROM, video, matbua vb.) öğrenci ve öğretmenler için kolay öğrenilebilecek malzemeler temin etmektedir,
- Yeni işyeri açanlara talepleri halinde mükellef için lazım olacak vergi formları ve yayınların yer aldığı “*Your Business Tax Kit*” paketleri gönderilmektedir,
- IRS her yıl Kasım-Aralık ayında gönüllü gelir vergisi yardımcısı (Volunteer Income Tax Assistor-VITA) eğitimi düzenlemekte ve vergi gönüllüleri yaşadıkları veya çalıştıkları yerin civarındaki kişilerin basit vergi beyannamelerine yardım etmektedir,
- Beyanname düzenleme mevsiminde yıllık bir profesyonel medya kampanyası ile televizyonlarda yoğun duyuru yapılmaktadır,
- IRS müşteri hizmetleri (Customer Service) elemanları, yeni işe başlayan ve mükellefiyetlerini öğrenmek isteyen ticaret ve meslek erbabına çeşitli merkezlerde dönemsel olarak seminerler düzenlemektedir,
- IRS her yıl o yıl ilgili vergi kanunlarında, formlarda ve usullerde meydana gelen önemli değişiklikleri muhasebeciler ve mükelleflere düzenlediği seminerlerde açıklamaktadır.

Gönüllü Gelir Vergisi Yardımı (Volunteer Income Tax Assistance, VITA) programı ile genellikle 56.000 \$ veya daha az para kazanan kişilere, engelli kişilere ve kendi vergi beyannamelerini hazırlarken yardıma ihtiyacı olan sınırlı İngilizce konuşan vergi mükelleflerine ücretsiz vergi yardımı sunulmaktadır. IRS2Go uygulaması veya 8009069887’u arayarak ücretsiz vergi beyannamesi hazırlamak için VITA alanını bulmaktadır (IRS publication 925, 2019: 15). IRS sertifikalı gönüllüler, nitelikli kişilere elektronik dosyalama ile ücretsiz temel gelir vergisi beyannamesi hazırlığı sağlamaktadır. IRS hizmetlerine tüm mükellefler tarafından erişilebilen VITA, en uygun maliyetli programdır ve en iyi kaliteyi sağlar ve yaşlı mükellefler için en erişilebilir uygulamadır (U.S Government Printing Office, 1978).

Yaşlılara Vergi Danışmanlığı Programı (Tax Counseling for the Elderly Program, TCE) yaşlılar için emekli aylıkları ve emeklilikle ilgili konularda uzmanlaşmış, özellikle 60 yaş ve üstü olanlar için tüm vergi mükelleflerine ücretsiz vergi yardımı sunmaktadır. Vergi danışmanlığı sağlayan IRS sertifikalı gönüllüler, genellikle IRS'den hibe alan kar amacı gütmeyen kuruluşlarla ilişkili emekli kişilerdir. IRS2Go uygulamasını ücretsiz indirerek veya 8882277669'u arayarak ücretsiz vergi beyannamesi hazırlanabilmekte ve en yakın TCE alanı bulunabilmektedir (www.irs.gov,2020, IRS Publication 925, 2019:15).

Mükelleflerin şikayetleri ile ilgili olarak bir Problem Çözme Programı (Problem Resolution Program) başlatılmıştır. 1998 yılı başından itibaren başlatılan uygulama ile mükellefler için "Problem Çözme Günleri" düzenlenmektedir (Maliye Bakanlığı Gelirler Genel Müdürlüğü, 2001: 7).

3.2.1.2.4. Vergileri Anlama Programı (Understanding Taxes)

Öğretmenler ve öğrenciler için online ders planları, etkileşimli etkinlikler, simülasyonlar ve daha birçok şeyin yer aldığı programdır. Ortaokullar, liseler, toplum kolejleri ve genel halk için bilgilendirme amaçlı bir kaynaktır. IRS, vergileri anlamak öğretmen sitesini oluşturmak için eğitim uzmanlarıyla ortaklık kurmaktadır. Eğitimciler, 38 ayrı ayrıntılı ders planı, etkinlik, simülasyon, bilgi formları ve daha çevrimiçi sürümde bulunan daha birçok eğitim içeriğinden yararlanabilmektedir. Öğrenciler için ise, etkinlikler, vergi öğreticileri, kelime bulmaca, simülasyonlar ve vergi ile ilgili sorularla vergilerin gerçek dünyalarını anlamalarına yardımcı olmak için değerlendirmeler sağlamaktadır. Vergi vermenin temelleri konusunda rehberlik etmektedir (IRS Understanding Taxes, 2020).

3.2.1.2.5. Elektronik Vergi Yönetimi (Electronic Tax Administration, ETA)

İnternette faydalanılarak vergiyi yönetme anlamına gelen Elektronik Vergi Yönetimi (Electronic Tax Administration-ETA), bir büyüme stratejisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Elektronik Vergi Yönetimi (ETA) denildiği zaman akla ilk gelen uygulama, mükellefler ya da vergi sorumluları tarafından vergi beyannamelerinin elektronik ortamda doldurularak internet aracılığıyla vergi idaresine iletilmesidir (Akdemir ve Öz, 2004: 107).

İsteyen mükellefler her türlü beyannameyi Elektronik Vergi Yönetimi (ETA) aracılığıyla elektronik olarak doldurabilmektedir. Vergi uygulayıcıları ve mükellefler aynı zamanda ödeme yapmak, yazışma yapmak, yayınlar, formlar ya da diğer bilgileri edinmek için de Elektronik Vergi Yönetimini (ETA) kullanabilmektedir (Öner, 2005: 230).

3.2.1.2.6. Mükellef Avukatı (Taxpayer Advocate)

ABD İç Gelir İdaresi (IRS) içinde bağımsız bir kuruluş olan Mükellef Avukatı Hizmeti (Taxpayer Advocate Service, TAS)' in zor durumdaki mükellefleri idare karşısında korumak temel amacıdır. Her vergi mükellefine adil davranılmasını ve mükelleflerin Vergi Mükellefi Haklar Yasası kapsamındaki haklarını anlamasını ve bilmesini sağlamakla görevlidir. IRS ve mükellef arasında çözülmeyen sorunların çözülmesine yardımcı olur ve ücretsiz hizmet vermektedir. Mükellef yardım almaya hak kazandığında süreç boyunca mükellef ile birlikte çalışacak ve sorunu çözmek için mümkün olan her şeyi yapacak bir avukat atanmaktadır. TAS birçok vergi mükellefini etkileyen büyük ölçekli sorunları çözmek için çalışmaktadır (IRS Publication 925, 2019: 16-17). Normal idari süreç ve IRS ile problemler yaşayan mükelleflere yardım etmek amacıyla mükellef avukatı atanmaktadır. Misyonunu “IRS ile olan problemlerini çözmede mükelleflere yardımcı oluyor ve problemleri önleyici değişiklikler öneriyoruz” şeklinde belirlemektedir (Karyağdı, 2006: 44).

Mükellefin Avukatı yerel ofisleri ABD Gelir İdaresi-IRS ile paralel bir şekilde organize olarak IRS' in Problem Çözme Programını beraber yürütmektedirler. Mükellef avukatına mükelleflerin ailesi ile işletmesini zor duruma düşürebilecek bir uygulaması ortaya çıktığında 30 gün içinde başvurulabilmektedir. Mükellef avukatı, mükellef ile IRS arasında devreye girmektedir. Zor durumdaki mükelleflere mükellef durumunu ve delilleri değerlendirerek yardımcı olmakta, vermiş olduğu kararlar doğrudan uygulamaya konulmaktadır. Böylelikle mükellefin işletmesindeki çalışanların geliri ya da ailesinin geçimi tehlikeye girmeden, birçok defa vergi ihtilafı doğmadan sorun çözümlenmektedir (Eyüpgiller, 2001: 123). İsveç'in Ombudsman programına çok benzeyen bu program mükellef önce IRS içindeki normal idari yollara başvurmuş olmak şartıyla başvurabilmektedir (Öner, 2005: 230).

3.2.1.2.7. Diğer Hizmetler

Tel Tin, Fax Tin, PCTIN, mükellefin telefon, faks veya kişisel bilgisayarları aracılığıyla vergi kimlik numarası alabilmesini sağlayan hizmetlerdir. CAF/Power of Attorney ise faks, telefon ve bilgisayar ile gerçek kişi mükellefler için avukat, muhasebeci ve diğerlerinin yetkili hizmetlerinin kaydına yardımcı olmaktadır (Öner, 2005: 231).

3.2.1.3. Mükellef Hakları Beyannamesi (Taxpayer Bill of Rights)

1996 yılında ABD Kongresi tarafından benimsenen yasa ile “Mükellef Haklar Beyannamesi (Taxpayers Bill of Right)” ilan edilmiştir. ABD İç Gelir İdaresi (IRS) ise, mükellefin haklarının neler olduğunu, mükellef tarafından nasıl kullanılabileceğini kendi web sitesinde açık ve seçik bir şekilde tanımlayarak üstlenmiştir (Eyüpgiller, 2001: 123). Bu yasayla birlikte IRS ile ilişkilerinde mükelleflerin sahip oldukları haklar (IRS Publication 1, 2000:1);

- Gizlilik ve güvenilirlik sağlanması,
- Mükellef haklarının güvence altına alınması,
- Temsilci kullanılabilmesi,
- Sadece doğru hesaplanmış vergileri ödeme,
- Profesyonel, doğru ve nazik muamele edilmesi,
- Uzlaşma ve yardım yoluna başvurma, kesilen ceza ve gecikme zammının azaltılması,
- Çözülenmemiş vergi sorunlarıyla ilgili yardım almadır.

Mükellef Hakları beyannamesi ile IRS, mükellefler ile ilgili yaptığı işlemlerde uyacağı ilkeleri belirtmekte ve hakkında işlem yaptığı mükelleflere de sahip oldukları hakları açıklamaktadır. Böylece hakkında işlem yapılan mükellefin haklarından haberdar olması sağlanmakta yani vergi ödeme süreci içerisinde mükellefin yararlanabileceği durumlar hakkında mükellef bilinçlendirilmektedir. Bunun ayrıca web sitesi üzerinden ve hazırlanan broşürlerle taahhüt edilmesi de mükelleflere erişim konusunda önem kazanmaktadır (Öner, 2005: 227).

3.2.1.4. Teknolojinin Kullanılması

1955 yılında bilgisayar kullanmaya başlayan IRS, bilgisayarı ilk kullanan kuruluşlardan biri olmuştur. 1985 yılında bilgisayar sistemi yenilenerek 1986 yılında ilk defa vergi beyannamelerinin elektronik olarak doldurulmasına başlanmıştır (Öner, 2005: 139-140).

1960 ve 1970'li yıllardan beri oldukça etkin ve yoğun olarak bilgisayar teknolojisinden yararlanan IRS de yeni teknolojilerin kullanımıyla birlikte IRS'in vergi mükellefleri ve işlemleriyle ilgili bilgi edinme imkânları geliştirilmiş ve bilgiye erişim maliyetleri azaltılmıştır. Aynı zamanda vergi idaresinin uygulamaları bilgisayar teknolojisiyle güçlendirilmiş ve bu durum vergi kaçakçılığının önlenmesinde etkin rol oynamıştır (Slemrod, 1990: 175). Beyanname seçimi ile kayıtların gerçek ölçek ve hadlere uygun olup olmadığının kontrolünün bilgisayarla yapılması, vergi denetim ve incelemelerinin tarafsız olarak yapıldığına ve mükelleflere denetçilerin öznel değerlendirmelerine dayanmadığına dair bir güvence sağlamakta ve vergi yasalarına uyumu artırmaktadır (Gerçek, 2003).

Kurmuş olduğu gelişmiş yazılım, programlar ve teknoloji vasıtasıyla IRS, risk odaklı denetimler yapmakta ve vergi denetiminin etkinliğini artırmaya çalışmaktadır. Bu yazılım ile programlar aracılığıyla kazanç ve beyanı arasında uyum bulunmayan riskli mükellefler sistem aracılığıyla belirlenmekte ve incelenmektedir (Rakıcı ve Atak, 2019: 16). Bilgi Raporlama Programı (Information Reporting Program), Ulusal Araştırma Programı (National Research Program-NRP), Mükellef Uyumunu Ölçme Programı (Taxpayer Compliance Measurement Program-TCMP), Beyan Edilmemiş Geliri Ayırt Edici Formül (Unreported Income Discriminant Formula) gibi programlardan incelenmesi gereken ve riskli mükelleflerin seçiminde yararlanılmaktadır. Mükellef seçerken yararlanılan bu tür risk analiz programları mükellef odaklı vergi denetim anlayışının ABD'de var olduğunu göstermekle birlikte mükelleflerin gönüllü vergi uyumunu da etkileyen çalışmalar arasında yer almaktadır (Bakar ve Gerçek, 2016: 172-180).

ABD Vergi İdaresi teknolojinin etkin kullanımı, uygulamış olduğu risk programları ile birlikte vergi kaçırın veya kaçırmaya teşebbüs edebilecek mükelleflerin önüne geçebilmekte diğer mükelleflerin idareye olan güvenlerini

artırmakta ve bu sayede mükelleflerin sorumluluklarından daha fazla haberdar olmasını sağlamaktadır (Karyağdı, 2006).

3.2.1.4.1. IRS İnternet Sayfası (IRS.gov)

IRS web sitesi (IRS.gov), ABD vergi tahsilat kuruluşu İç Gelir Servisi'nin (IRS) resmi web sitesidir. Web sitesi işletmeler ve bireyler tarafından, vergi beyannamelerini dosyalamak, borçları ödemek, geri ödemelerin durumunu kontrol etmek, krediler ve kesintiler hakkında bilgi edinmek ve diğer şeyler arasında form ve yayınlara erişmek için kullanılmaktadır. IRS'in web sitesi, vergi mükelleflerine geri ödeme durumlarını veya ödenecek bakiyelerini kontrol etmek, ödeme yapmak ve planlanan ödemelerde ödenmesi gereken vergi planlarına başvurmak (taksit anlaşmaları) için temel etkileşimli araçlar sağlamaktadır. IRS içeriğinin bir kısmını Çince (geleneksel ve basitleştirilmiş), Haiti Creole, Korece, Rusça, İspanyolca ve Vietnamcaya çevrilmiş web sayfaları aracılığıyla sunmaktadır. IRS verileri 2018 mali yılında 600 milyondan fazla web sitesi ziyareti aldığını göstermektedir (GAO 2019 Dosyalama, 2020: 11).

Web sitesi mükelleflerin internet üzerinden de işlem yapmasını sağlayarak mükellefin vergi idaresine gitmeden de bilgi edinebildiği ve işlemlerini yapabildiği bir araç olmakla birlikte farklı diller aracılığıyla hizmet sunması sayfanın etkinliğini büyük oranda artırmakta ve daha fazla kişinin bilgi edinmesini sağlamaktadır (www.irs.gov, 2021).

3.2.1.4.2. IRS Sosyal Medya Kullanımı

IRS, vergi değişiklikleri, girişimler, ürünler ve hizmetler hakkında en son bilgileri paylaşmak için Twitter'ı kullanmaktadır. IRS Tweetleri, vergiyle ilgili çeşitli duyurular, vergi uzmanları için haberler ve işe alma girişimlerini içermektedir. IRS Twitter hesabı "IRSnews" dir. IRS Youtube kanalları üzerinden İngilizce, Amerikan işaret dili ve İspanyolca dillerinde kısa, bilgilendirici videolar yayınlamaktadır. Bunlar; "Youtube.com/irsvideos, Youtube.com/irsvideosmultilingua, Youtube.com/irsvideosASL" dır. IRS Video portalı (IRSVideos.gov) ise bireyler, küçük şirketler ve vergi uzmanları için video ve işitsel sunumlar içermektedir (IRS Publication 925, 2019: 15).

IRS Facebook sayfalarında İngilizce ve İspanyolca vergi uzmanları halk için yararlı bilgiler yayınlamaktadır. IRS LinkedIn sayfası, IRS'den önemli vergi bilgileri, güncellemeler ve duyurular yayınlamaktadır. IRS instagram hesabı (irsnews), vergi kanunu değişikliklerinde yol göstermek ve vergi dönemine hazırlanan insanlara yardım etmek için çeşitli konular üzerine vergi mükellefi dostu bilgileri paylaşmaktadır. Ayrıca periyodik bir şekilde İspanyolca ve diğer dillerde bilgi paylaşmanın yanı sıra vergi ile ilgili kimlik hırsızlığıyla mücadele için Güvenlik Zirvesi girişimini desteklemeye yardımcı olmak için en son vergi dolandırıcılığı bilgilerini paylaşmaktadır. IRS araştırmalarına göre 18-24 yaş arası genç yetişkinlerin %70'den daha fazlası instagram da aktiftir ve instagram, IRS'nin daha genç vergi mükelleflerine ulaşmasına yardımcı olabilmektedir (Cohn, 2018). IRS Komisyon üyesi Chuck Rettig *"Instagramın eklenmesi IRS'nin bilgileri daha geniş bir şekilde paylaşması ve ek vergi mükelleflerine ulaşması için başka bir adım. Bu platform, insanların farkında olmadığı diğer vergi bilgilerinin yanı sıra onların önümüzdeki dosyalama döneminde önemli seçeneklerin farkında olmasına yardımcı olacaktır."* demiştir (IRS News Releases, 2018).

2011 yılında IRS, vergi mükelleflerine ödeme yapmak veya geri ödeme durumlarını kontrol gibi belirli çevrimiçi hizmetlere mobil erişim sağlayan bir akıllı telefon uygulaması olan IRS2Go'yu başlatmıştır. 2013'de hizmeti İspanyolca olarak da kullanıma sunmuştur (GAO 2019 Dosyalama, 2020: 11, www.irs.gov, 2020).

IRS, Teknoloji Çağı olarak adlandırdığımız günümüz şartlarını vergi idaresine uyumlu şekilde entegre ederek bundan yararlanmayı başarabilmiş daha fazla mükellefe ulaşmış ve yaptığı ya da yapacağı etkinlikler hakkında onları bilgilendirmeyi hedef alan önemli adımlar atmıştır (www.irs.gov, 2021).

3.2.2. İngiltere Vergi İdaresi (Her Majesty's Revenue and Customs- HMRC)

İngiltere Gelir ve Gümrük İdaresi Başkanlığı (Her Majesty's Revenue and Customs-HMRC), İngiltere'nin gümrük ve vergi işlemlerinin uygulanması ve vergi kayıp ve kaçaklarının denetlenmesi ile yetkili ve görevli birimdir. İngiliz Vergi İdaresi-HMRC, 2005 yılında Gümrük ve Tüketim Vergileri İdaresi (HM Customs and Excise) ve Gelir İdaresi (Inland Revenue) olarak iki farklı örgütün

birleştirilmesiyle meydana gelmiş olmakla birlikte kurum Bakanlığa bağlı değildir (HMRC, 2020).

İngiliz Vergi İdaresi 2005 yılında bir kurul gibi yeniden örgütlenmiş ve yeni vizyon ve misyonunda mükellef odaklı bir yönetim anlayışı benimsemiştir. Mükellef odaklı yönetim anlayışının başarılı bir şekilde yerleştirilebilmesi için gelir idaresi-mükellef ilişkilerini hızlı ve etkin bir şekilde kurmaya, mükellefleri anlamaya, onların sorunlarını çözmeye ve mükelleflerin vergiye uyumunu artırmaya yönelik yeni prensipler belirlemiştir (Öz, 2015: 16).

İngiliz Vergi İdaresi sunduğu hizmetlerin kalitesini artırmak için mükellef görüşlerine önem vermekte ulusal, yerel ve bölgesel anketler düzenleyerek anket sonuçlarını dikkatle incelemektedir. İngiliz Vergi İdaresi, mükelleflere daha etkin, verimli ve daha adil vergi hizmeti sunulabilmesi için birçok önemli adım atmaktadır (Gerçek, 2003). Bunlardan yola çıkarak İngiliz Vergi İdaresi'nin mükellef odaklı bir anlayışla geliştirdiği ve mükelleflere sunduğu hizmetleri Mükellef hakları bildirgesi, çocuklarda vergi eğitimi, vergi kanunlarının yeniden yazılması ve yeni teknolojilerin kullanılması şeklinde sıralayabiliriz.

3.2.2.1. Mükellef Hakları Bildirgesi (Charter for Taxpayers)

Dünya'da ilk kez Mükellef Bildirgesi (Taxpayer's Charter) İngiltere'de 1986 yılında yayınlanmış, bu noktada İngiltere mükellef haklarının gelişmesinde ön ayak olmuştur (James, Murphy ve Reinhart, 2005: 5). 1991 ve 2004 yıllarında bu bildirge revize edilerek mükellef haklarının geliştirilmesi amaçlanmıştır. 2005 yılında İngiltere vergi idaresi yeni bir yapılandırmaya gitmiş ve mükelleflerin ihtiyacını daha iyi anlayabilmek amacıyla 2008 yılında farklı mükellef türleriyle çalışma yaparak mükelleflerle ilişkileri iyi olan, mükelleflerin sorunlarına odaklanan, mükelleflerin haklarını dile getiren etkin bir idare olmayı vizyon edinmektedir. Bu yönde İngiltere Vergi İdaresi (HMRC), mükellef bildirgeleri konusunda en iyi olmaya çabalamış ve 2009'da mükellef bildirgesini güncelleyerek "Sizin Bildirgeniz (Your Charter)" adıyla tekrar yayımlamıştır (Bakar, 2011: 48-50).

İngiltere vergi idaresi mükellef ve çalışanların görüşlerini alarak 1 Nisan 1999 tarihinde hazırladığı misyonunu "Mükellef Hakları Bildirgesi (Charter for Taxpayers)" metni şeklinde ilan etmiş ve bununla mükellefleri müşteri olarak

nitelendirmiş; İngiltere vergi idaresinin müşterilerine adil, verimli ve etkin hizmet sunmayı amaçladıkları belirlenmiş, dilek ve şikayetlerini ne şekilde işleme koyabilecekleri, hangi konularda idarenin yardım ve desteğini alabilecekleri, mükellefe sunulacak hizmetin standartları açık olarak belirlenmiştir (Öz, 2015: 4; Eyüpgiller, 2001: 125). Bununla yazılı başvurularda 28 takvim günü içinde mutlaka yazılı cevap verileceği ve nihai cevap bildirilemiyorsa, nihai cevap tarihinin bu cevapta belirtileceği, şahsen başvurularda önceden randevu alınmadan 15 dakika içinde muhatabı ile görüşmesinin sağlanacağı, telefonla müracaatlarda 30 saniye içinde muhatabıyla iletişim kurmasının temin edileceği bildirilmiştir (Gökbunar, Tezcan ve Utkuseven, 2002: 73).

İngiltere Vergi İdaresi, müşterilerin (mükelleflerin) haklarına yer verdiği bildirgeyi güncellemiş ve resmi internet hesabında “Bildirge, bizden ne bekleyeceğinizi ve sizden ne beklediğimizi açıklar.” şeklindeki açıklamayla birlikte “Sizin Bildirgeniz” başlığıyla yayımlamıştır. İngiltere Vergi İdaresi’nin mükellefler için sağladığı temel haklar ise (HMRC Your Charter, 2016);

- Şikayet hakkı,
- Temsilci kullanma hakkı,
- Verimli hizmet isteme hakkı,
- Kuralları ihlal edenlerle mücadele edilmesini isteme hakkı
- Profesyonel hizmet isteme hakkı,
- Saygılı ve dürüst davranılmayı isteme hakkı,
- Bilgilerin korunmasını ve gizliliğe saygı duyulmasını isteme hakkı.

Bununla birlikte mükellefler İngiltere’de bu haklar yanında; özel hayatın gizliliği hakkı, vergi idaresinin işlemlerini gözden geçirmesini isteme hakkı, yargı yolu hakkı ve bilgi alma hakkı olarak belirtilen haklardan da yararlanabilmektedir (Tekin ve Sökmen Gürçam, 2016: 1991).

3.2.2.2. Çocuklarda Vergi Eğitimi (Tax Facts ve Junior Tax Facts Paketi)

HMRC, çocuklara vergilendirme konusunu tanıtmaya yardımcı olmak için Junior Tax Facts adlı bir paket hazırlamıştır. Sekiz ile on bir yaş arasındaki ilköğretim çocukları için tasarlanmıştır. Vergilerin, insanların ve işletmelerin hükümete

ödemek zorunda olduğu para olduğunu açıklayarak vergilemenin konusunu tanıtmaktadır (HMRC Junior Tax Facts, 2020).

HMRC tarafından yayınlanan Tax Facts ve Junior Tax Facts, vatandaşlık eğitim kaynakları için Association for Citizenship Teaching-ACT Kalite İşareti (ACT Quality Mark) ile ödüllendirilmiştir. Ödül paneli, Tax Fact, İngiltere de vergilendirme hakkında vatandaşlık öğretimini desteklemek için faydalı ve giriş niteliğinde bir kaynaktır. Kaynak, bir dizi animasyon kullanarak, İngiltere vergi sisteminin işleyişini, HMRC'nin rolünü ve bunun 14 ila 18 yaş arasındaki gençlerin yaşamlarıyla nasıl ilişkili olduğunu açıklamaktadır. Animasyonlar bir öğretmen paketi tarafından ders planları, temel vergi terimleri sözlüğü, vergi örnekleri, vergi sınavı ve aritmetik genişletme etkinlikleri ile desteklenmektedir. Öğretmenler aracılığıyla İngiltere vergi sistemi hakkında daha iyi bilgi ve anlayış geliştirmelerine yardımcı olunabileceği, öğrencilerin vergilendirmeye ilgili farklı bakış açıları ile etkileşim kurmasını ve anlamasını sağlamak amacıyla İngiltere vergi sisteminin etkileri hakkında daha fazla bakış açıları eklemenin sağlanabileceği belirtilmektedir. Ek animasyonlar ve yeni Junior Tax Facts materyalleri, öğretmenlere vergilendirme konularını ele alan iyi yapılandırılmış, ilgi çekici ve erişilebilir öğretim kaynakları sunmaktadır. Animasyonlar ve görseller özellikle 8-11 yaşındakilere öğretmenlere karmaşık fikirlerin bazılarını açıklamaya yardımcı olmaktadır. Animasyonlar YouTube'da izlenebilmekte veya DVD kopyaları HMRC'ye e-posta gönderilerek ücretsiz olarak sipariş edilebilmektedir. Öğretmen paketi, Times Educational Supplement (TES) web sitesinden ücretsiz olarak indirilebilmektedir (Association for Citizenship Teaching (ACT), 2021).

Junior Tax Fact, ilkökul müfredatının vatandaşların hak ve sorumluluklarını tanımak, paranın insanların yaşamlarında nasıl önemli bir rol oynadığını anlamak, kaynakların farklı şekillerde tahsis edilebileceğini ve bu seçimlerin bireyleri, aileleri, toplulukları ve ülkeye etkilerini takdir etmek gibi çeşitli yönlerini desteklemek için kullanılabilir. Ayrıca, tüm ülkenin güvenlik, sağlık ve refahı için vergi mükellefi olarak gerekli olan şeyleri ödemede oynadığı rolü ve vergi hukukunun önemini açıklayarak İngiliz değerlerinin tanıtımını desteklemektedir (HMRC Tax Education, 2019).

3.2.2.3. Teknolojinin Kullanılması

İngiltere Vergi İdaresi teknolojik gelişmelerden etkin bir şekilde yararlanmakta ve iletişim merkezleri, telefon ve internet vasıtasıyla her türlü bilgi ve yardım mükelleflere ulaştırılarak mükelleflerin eğitime önem verilmektedir. Ayrıca yeni teknoloji kullanımına önem verilerek mükellefler ile İngiltere vergi idaresinin kolay ve hızlı iletişim kurması sağlanmakta ve mükellefler vergi beyannamelerini internet üzerinden doldurarak idareye iletebilmektedir. Yeni teknolojiler tarafından sağlanan imkânlardan yararlanılarak etkin bilgi edinmek, İngiltere vergi idaresinin uygulamalarındaki etkinliğini artırmıştır (Cesur, 2013: 35).

3.2.2.3.1. Sosyal Medya Kullanımı

HMRC'nin resmi ve kurumsal Twitter kanalı “@HMRCgovuk” hesabıdır. Bu hesap üzerinden haberler ve güncellemeler, yardım ve rehberlik tabelaları, HMRC resmi yayınları ve duyuruları, HMRC tanıtım kampanyaları hakkında bilgiler edinilebilmektedir. Ayrıca “@HMRCcustomers” hesabından HMRC ürünleri ve hizmetleri ile ilgili genel sorgular için yardım, tavsiye, destek, rehber ve formlara yönlendirme içinde mükellef desteği sağlanmaktadır. “@HMRCdigital” hesabı üzerinden HMRC dijital ekibinden haberler, güncellemeler ve iş uyarıları, hükümetteki en büyük dijital dönüşüm hakkında bilgi edinilebilmektedir. “@HMRCpressoffice” günün etkinliklerinin, haber bültenleri, en son istatistiklerin ön izlemesi, ayrıca gazetecilerin basit soru ve açıklamalarla basın ofisi ile iletişime geçebilmeleri için bir araç olmaktadır (HMRC Social Media Use, 2010).

HMRC'nin Facebook sayfası üzerinden vergi beyannamesi ve vergi kredisi yenilemeleri, HMRC ve diğer devlet dairelerinden güncellemeler, ipuçları ve ipuçları ile vergi görevlerini kolaylaştırmaya yönelik hatırlatmalar gibi kampanyalar hakkında haberler, HMRC rehberlik ve çevrimiçi hizmetlere bağlantılar ve HMRC hizmetleri ve yayınları hakkında bilgi ve haberlere ulaşılabilir. HMRC Instagram sayfası üzerinden yeni kampanyalar, tavsiyeler ve rehberler hakkında düzenli yayınlar ve hikayeler ile yaptıkları işleri ve insanlar hakkında bilgi verilmektedir. HMRC linkedIn üzerinden ise HMRC işletme vergisi, şirket sahiplerinin şirketlerini yönetmeyle ilgili tavsiyeler, vergi

politikasıyla ilgili haberler ve HMRC işe alımlarıyla ilgili düzenli güncellemeler verilmektedir. HMRC youtube da ise vergi müşterilerinin vergilerini doğru almalarına yardımcı olmak için tasarlanmış “Nasıl Yapılır” kılavuzları ve diğer bilgi videoları yer almaktadır (HMRC Social Media Use, 2020).

3.2.2.4. Kanunların Yeniden Yazılması

Kanunların yeniden yazılması anlaşılabilir olmasını sağlayacağından mükelleflerin vergi bilincinin artırılmasında önemli bir etken olabilmektedir. İngiltere Gelir İdaresi de diğer ülkelerde olduğu gibi önemli mevzuatın mükelleflerce iyi anlaşılmasını sağlamak amacıyla vergi kanunlarının anlaşılabilir yeniden yazımı olan “Tax Law Rewrite Projesi”ni harekete geçirerek kurulan komisyon “Tax Law Review Committee (TLRC)” (James, Sawyer ve Wallschutzky, 1998: 30) eliyle kanunları basitleştirilmiş metinler halinde yayınlamaktadır (Gökbunar vd., 2002: 73). Vergi Kanunu Yeniden Yazma Projesi (TLRP), İngiltere’nin doğrudan vergi mevzuatını daha net ve daha kolay hale getirmek amacıyla 1996 yılında kurulmuştur (HMRC, 2011: 6). HMRC’nin Vergi Yasasını Yeniden Yazma Projesi, İngiltere’nin tüm vergi mevzuatını hem daha tutarlı hem daha anlaşılır bir formatta yeniden yazmak için büyük bir çabası olarak karşımıza çıkmaktadır. Eski dili ve anlaşılmaz terminolojiyi vergi hukukundan çıkarmayı ve onu modern dil ve terminoloji ile değiştirmeyi amaçlamaktadır (Tax Law Rewrite Project, 2020).

“Vergi Kanunlarının Yeniden Yazılması Projesi” kapsamında temel vergi kanunlarının (Kurumlar Vergisi Kanunu, Gelir Vergisi Kanunu, Vergi İdaresi Kanunu, Veraset Vergisi Kanunu, Sermaye Kazançları Vergisi Kanunu ve Damga Vergisi Kanunu) tekrardan yazımının yapılması planlanmıştır. Bu proje kapsamında kanunlar mümkün olduğunca kısa, konuşma dilinde ve aktif yapıda bulunan cümleler ile yeniden yazılmakta ve üstelik hukuki içerikleri ve anlamlarını değiştirmeden daha kolay anlaşılabilmesi amacıyla eski ifadelerden ziyade modern ifadeler içermektedir. Tanımlar ile ilgili kavramları okuyucuların bulmalarını kolaylaştırmak amacıyla kanunlarda yer alan tanımlar uyumlaştırılmakta ve benzer kullanımların aynı yerde gruplandırılması sağlanmakta ve bunlarla ilgili fazla kullanılan maddelerde gönderme yapılmaktadır. Bu projenin amacı yalnızca vergi kanunlarının basit hale

getirilmesi olmamakta, bununla birlikte vergi kanunlarının teknik açıdan doğru ve hatasız olmasını sağlamaktır. Bu yüzden proje üyeleri yeniden yazılan kanunların doğruluğundan sorumlu olmakta ve yeniden yazılan kanun taslaklarının iç ve dış uzmanların değerlendirmesine sunulması ve danışılmasıyla doğruluk sağlanmaktadır (Gerçek, 2003; HMRC, 2011: 6).

3.2.3. Avustralya Vergi İdaresi (Australian Tax Office-ATO)

Avustralya Hükümeti, var olan vergi sisteminin 21. Yüzyılın ihtiyaçlarını karşılayamadığını görmesiyle “Vergi reformu: yeni vergi değil, yeni vergi sistemi” sloganı ile başlatmış olduğu çalışmalar neticesinde yeni vergi sistemini 1 Temmuz 2000 yılında uygulamaya koymuştur. Avustralya vergi idaresinde de yeni vergi sistemiyle beraber yeni bir anlayışın hâkim olması yönünde çalışmalar gerçekleştirilmiş ve bu çalışmalarla Avustralya vergi idaresinin (ATO) stratejileri, öncelikleri ve prensipleri tekrar tanımlanmıştır. Misyonunu “Hükümetle olan kaliteli işbirliği çerçevesinde vergileri toplarken gösterilen profesyonellik ve mükelleflere karşı adil tutumla basit, verimli ve eşit bir vergi sistemine ulaşmak” şeklinde belirlemiştir (Gerçek, 2003). Avustralya Vergi İdaresi’nin bu anlayışla mükelleflere açık ve net bilgiler vermek, güven vermek ve destek vermek amacıyla uygulamakta olduğu hizmetleri mükellef hakları bildirgesi, eğitim alanı, teknolojinin kullanılması ve kanunların yeniden yazılması başlıkları altında ele almaya çalışacağız.

3.2.3.1. Mükellef Hakları Bildirgesi (Taxpayer’s Charter)

Vergi mükellefleri hakları konusunda Avustralya vergi İdaresi (ATO) ileri bir düzeydedir. ATO, “*Mükellef Hakları İmtiyazı*”nı 1997 yılında yayınlamıştır. Mükellef Hakları Bildirgesi, Avustralya’da ilk olarak 1997 yılında vergilendirme komiserliği olarak da bilinen Vergi idaresince bir kitapçık şeklinde yayımlanmış ve bu bildirge 2013 yılında yeniden incelenerek gündeme taşınmıştır (Tekin ve Sökmen Gürçam, 2016: 1993).

Vergi idaresi mükelleflere haklarını açıklamakta ve mükelleflerin vergi idaresi ile ilişkilerinde ondan neler bekleyeceğini özetlemektedir. Vergi İdaresi mükelleflerle olan tüm ilişkilerinde bunu takip etmeyi taahhüt etmektedir.

Mükelleflerin haklarını “*Bizden şunları bekleyebilirsiniz*” başlığıyla birlikte (ATO Taxpayer’s Charter, 2018):

- Mükelleflerin gizliliğine saygı duymak,
- Mükelleflere adil ve mantıklı davranmak,
- Mükelleflere vergi yükümlülüklerini anlayıp yerine getirebilmesi için profesyonel hizmet ve yardım sunmak,
- Vergi işleri hakkında verdiği kararları mükellefe anlatmak,
- Mükellefin ellerinde bulunan bilgilerini yasalara uygun olarak erişimini sağlamak,
- Mükellefin şikayet etme hakkına saygı duymak,
- Yaptığı şeylerin sorumluluğunu taşımak,
- Mükelleflere başka türlü hareket etmediği sürece, vergi işlerinde dürüst olduğu öngörüsü ile yaklaşmak,
- Mükelleflerin yeniden gözden geçirmeyi talep etme hakkına saygı duymak,
- Mükelleflerin güvenebileceği tavsiye ve bilgi sağlamak,
- Mükelleflerin istediği bir kişi tarafından temsil edilebilmesini ve vergi işleri ile ilgili tavsiye alabileceğini kabul etmek,
- Mükellef hakkındaki bilgileri yasalara uygun olarak saklı tutmak,
- Vergi sistemini mükelleflerin kurallara uymak için yapacağı masrafları en aza indirecek şekilde yürütmek.

Mükelleflerden beklentilerini ise “*Sizden şunları yapmanızı bekleriz*” başlığıyla birlikte (ATO Taxpayer’s Charter, 2018):

- Mükelleflerin kayıtları yasalara uygun şekilde tutması
- Mükelleflerin idare ile işlerinde dürüst olması,
- Mükelleflerin vergilerini ve diğer tutarları zamanında ödemesini,
- Mükelleflerin vergi beyannamelerini ve diğer gerekli belge ya da bilgileri zamanında bildirmesini,
- Mükellefin idare ile olan işlerinde işbirliği içinde olmasını,
- Mükellefin vergi beyanname ya da diğer belgeleri hazırlarken ve kayıtları tutarken makul oranda dikkat göstermesini beklemektedirler.

Avustralya Vergi İdaresi (ATO) yayınlamış olduğu “*Mükellef Hakları Bildirgesi*” ile etkinliklerini birlikte çalışma esasına dayalı ve müşteri odaklı olarak devam ettireceğini, mükelleflere karşı adil, objektif, profesyonel ve dürüst bir anlayış benimseyeceğini belirtmektedir. Ayrıca, vergi idaresince mükelleflere sağlanacak hizmet standartları belirlenmekte; mükelleflerin sorumlulukları ve mükelleflere vergileme süreci ile ilgili sağlanacak yardımlar açıklanmakta; mükelleflerin vergi idaresinin işlemlerine karşı şikayet ve itirazlarıyla ilgili hakları belirlenmektedir (Gerçek, 2003).

3.2.3.2. Eğitim Alanı (Education Zone)

Vizyonunu, her çocuğun okuldan ayrıldığında ya da bir işe başladığında vergi sistemlerini bilmesi ve değer vermesi olarak açıklamaktadır. Avustralya vergi sistemlerinin nasıl çalıştığı hakkında öğrenciler veya öğretmenler için ücretsiz web semineri ya da okullara gelerek ortaokul sunumlarını sunmaktadırlar. Eğitim alanı, okullardaki vergi ve emeklilik fonlarını öğretmelerine yardımcı olmak için Avustralyalı öğretmenlere kaynaklar sağlamaktadır. İlkokul kaynakları “Paying It Forward”, vergi hakkında bilgi edinmek için güçlü temeller oluşturmaya yardımcı olacak değerleri ve eylemleri öğretmeye odaklanmaktadır. Ortaokul kaynakları “Tax, Super+You”, tam bir öğrenme yönetim sistemidir ve öğrencilere hitap etmek için tasarlanmış eğlenceli, animasyonlu ve etkileşimli öğeler içermektedir. Öğrencilerin vergi yükümlülüklerini anlamalarına yardımcı olacak bir dizi kendi kendine eğitim videosu bulunmaktadır (ATO Education Zone, 2019).

3.2.3.3. Teknolojinin Kullanılması

3.2.3.3.1. Online Hizmetler

Online hizmetlere kaydolarak mükellefler vergi beyannameleri ve faaliyet beyannamelerini sunabilmekte ve hesaplarını takip etmek de dahil olmak üzere bir dizi vergi ve hizmete tek bir yerden erişebilmektedirler (ATO Online Services, 2020).

ATO uygulaması (ATO app) vergi ve işlemleri hareket halindeyken daha kolay hale getirerek mükellef eline almaktadır. Bireysel vergi mükellefi, küçük

işletme sahibi kişiler ilgili vergi, bilgi ve araçlara tek bir yerden erişebilmektedir (ATO Online Services, 2020).

ATO Online Servisleri kullanarak şahıs işletmecileri ya da bireyler vergilerini tek bir yerden yönetebilmektedir. Bunun için bir myGov hesabı almak suretiyle bunu ATO'ya bağlayarak kullanabilmektedirler. Bu hesap üzerinden mükellefler kişisel bilgilerini yönetebilmek, vergi bilgilerini görüntüleyebilmek vb. işlemlerini yürütebilmektedir (ATO Online Services, 2020).

3.2.3.3.2. Sosyal Medya Kullanımı

Vergi ve sektör değişiklikleri, girişimler, ürünler ve hizmetler hakkında en son bilgileri Twitter, Facebook, LinkedIn aracılığı ile paylaşmaktadır. Media Center üzerinden ise en son makaleler, konuşmalar ve medya bültenleri takip edilebilmektedir. Vergi ile ilgili çeşitli videolar üretmektedirler ve bu videolara ATOTv veya youtube üzerinden ulaşılabilirler. Burada ayrıca vergi uzmanları konuşma web yayınlarının videoları da görüntülenebilmektedir (ATO Services and Sport, 2020).

Twitter Mart 2010'da tanıtımından bu yana şimdi ATO için alışıldık iletişim kanalı olarak kullanılmakta, Facebook ise Temmuz 2009'da tanıtımından bu yana ATO için bir iletişim kanalı olarak kullanılmaktadır. Youtube kanalı 1 Temmuz 2011 tarihinde kullanılmaya başlatılmıştır ve şu anda ATO için bir iletişim kanalı olarak kullanılmaktadır (OECD, 2011: 27).

3.2.3.4. Kanunların Sadeleştirilmesi

Kanunların sadeleştirilmesi ve basitleştirilmesi hem mükelleflerin vergilerin mükellefler tarafından daha kolay anlaşılmasını sağlayacak hem de maliyetlerinde bir azalma meydana getirerek mükelleflerin vergiye uyum düzeyini artıracaktır. Bu bakımdan Avustralya Vergi İdaresi de vergi kanunlarının sadeleştirilmesi çalışmaları yapmıştır. Avustralya'da vergi kanunlarının sadeleştirilme süreci, Kasım 1993'te Vergi Hukukunu Geliştirme Projesi'nin (Tax Law Improvement Project-TLIP) kurulmasını öneren Kamu Hesapları Ortak Komitesi tarafından hazırlanan bir raporla başlamıştır. TLIP' nin amaçlarından biri vergi politikası konularında bilinçli tartışmayı teşvik etmek için vergilendirmeyi basitleştirmektir (James vd., 1998: 32-36).

TLIP' nin belirtilen amacı "yasanın anlaşılmasını, ifadesini ve okunabilirliğini artırmak" tır. Projenin özel sektör vergi mükelleflerine vergi sistemine uyma maliyetlerinde milyonlarca dolar tasarruf sağlayacağı umut edilmiştir. Ayrıca vergi sistemine uyumun iyileşmesi ve bunun çok daha fazla tasarruf sağlaması beklenmiştir (James vd., 1998: 40).

3.2.4. Japonya Vergi İdaresi (National Tax Agency-NTA)

Japonya vergi idaresi olan Ulusal Vergi Ajansı (NTA) misyonunu “mükelleflerin vergisel sorumluluklarını düzgün ve sorunsuz bir şekilde yerine getirmelerine yardım etmek” şeklinde tanımlamıştır. Bu misyonunu insanların desteğini alarak gerçekleştirmek amacıyla halkla ilişkileri, mükelleflerin sorumluluklarını kavramaları ve yerine getirmeleri konusunda yardımcı olacak vergi eğitimini ve diğer etkinlikleri önemsemekte, uygun ve adil bir şekilde vergi konulmasını ve tahsil edilmesini sağlamaktadır (National Tax Agency Report 2020, 2021). Bizde Japonya Ulusal Vergi Ajansı'nın mükelleflerin vergi bilincinin geliştirilmesinde önemli olduğunu düşündüğümüz hizmetlerini halkla ilişkiler bölümü, vergi danışma hizmeti ve Japonya Vergi İdaresinde bilgi ve iletişim teknolojileri başlıkları altında ele almaya çalışacağız.

3.2.4.1. Halkla İlişkiler Bölümü

Ulusal Vergi Ajansı (NTA) halkla ilişkiler alanına özel önem vermektedir. Halkla ilişkiler faaliyetlerinin hedefleri, vergi idaresine duyulan güvenin artırılması, halk ile iyi ilişkiler kurulması ve yalnızca vergi mükellefleri arasında değil bütün vatandaşlarda vergi bilincinin oluşturulmasıdır. Bu hedeflere yönelik halkla ilişkiler faaliyetleri için şu görevler belirlenmiştir. Bunlar; vergilemeyle ilgili bilgilerin halka yayılması ve halkın bu alandaki bilgilerinin artırılması, vergi mükelleflerinin vergi yasalarına uyumunun sağlanması, vergi idaresi ile ilgili vergi mükelleflerinin ihtiyaçlarının tam olarak anlaşılmasıdır. Bunlara ek olarak iki yönlü enformasyon değişiminin teşviki aracılığıyla vergi mükellefleri ve ulusal vergi ajansı arasında iki taraflı güvenin ve anlayışın artırılması ve vergi idaresi için medyanın anlayışı ve işbirliğinin edinilmesi de sayılabilmektedir (NTA, 2004: 99).

3.2.4.1.1. Görsel ve Basılı Yayınlardan Yararlanma

Ulusal Vergi Ajansı vergilemeye ve vergi sistemine, vergi idaresine ilişkin çeşitli verileri, kayıtları, değişiklikleri, yenilikleri vb. basın yoluyla halka duyurmaktadır. Radyo kanalları, televizyonlar, dergi ve gazeteler halkın bilgilendirilmesinde önemli araçlardır. Bu medya kanalları aracılığıyla vergi politikaları, vergi reformu ile getirilen yenilikler, vergi ödeme tarihlerinin bildirilmesi ve beyannamelerin doldurulması konularında bilgiler sunulmaktadır. Bunları yaparken düzenli radyo programları, düzenli TV programları, radyo ve TV spotu, haftalık dergiler ve gazeteleri ve kendine ait web sitesini kullanmaktadır. Ulusal Vergi Dairesi'nin Başbakanlık Halkla İlişkiler Ofisi ve yerel yönetimlerle işbirliği içinde sponsor olduğu televizyon ve radyo programlarına ek olarak, NTA günlük yaşamla yakından ilgili olan vergi konularında çeşitli medya aracılığıyla bilgi vermektedir (National Agency Report 2019, 2020: 11). Vergi mükelleflerini vergi konularından daha fazla haberdar etmek, ulusal vergi makamlarına olan güvenlerini korumak, genel halk arasında vergi bilgisini teşvik etmek ve iade beyannamesi için vade tarihlerini duyurmak için reklamlar yerleştirilmektedir. Ayrıca, vergi idaresinin mevcut durumu hakkında kamuoyunun daha iyi anlaşılması için gazetelere ve televizyonlara bilgi yayınlamaktadır. 1998 yılında, günlük yaşam, NTA'nın operasyonları, istatistiksel bilgiler, basın bültenleri, kararlar, vb. ile ilgili vergi bilgileri sağlayan bir Ulusal vergi ajansı web sitesi (www.nta.go.jp) açılmıştır (Okada, 2002: 24; Kovancılar ve Muter, 2007: 99).

NTA, vergi mükellefleri ile doğrudan alakalı vergi bilgileri ve bir dizi poster veren 'Faydalı Vergi Bilgileri' ve 'Ulusal Vergi Rehberi' başlıklı broşürler yayınlamakta ve dağıtmaktadır (Okada, 2002: 24).

Ulusal Vergi Ajansının bunlara ek olarak internet aracılığıyla sağladığı hizmetler şunlardır (Kovancılar ve Muter, 2007: 99):

- Basın açıklamaları ile ilgili bilgiler,
- “*Hayatınızda Vergi*” içeriğiyle doğrudan vergi mükelleflerine uygun vergi bilgisi,
- Ulusal Vergi Ajansı (NTA) tarafından yayınlanan resmi direktifler,
- Vergiler konusunda her gün güncellenen istatistik ve veriler,
- Ulusal Vergi Ajansı web sitesi,

- Web sitesi içinde izlenebilecek bir WEB-TV,
- Vergilerle ilgili diğer yararlı bilgiler.

3.2.4.1.2. Verginizi Biliniz Haftası

Her yıl 11-17 Kasım tarihleri Ulusal Vergi Ajansı'na (NTA) "*Vergilerinizi Bilin Haftası*" ya da "*Vergi Hakkında Düşünme Haftası*" olarak belirlenmektedir. NTA, vatandaşların vergilerin önemini ve işlevlerini ve vergi idaresinin mevcut durumunu derinlemesine anlamalarına ve vergi sorumluluklarının yükümlülüklerini proaktif ve uygun bir şekilde yerine getirmelerine yardımcı olmak için vergi ödenmesine ilişkin farkındalığın artırılması için düzenli önlemler almaktadır (National Tax Agency Report 2019, 2020: 11).

Ulusal çapta bu haftalarda "*Vergileriniz Yaşamınızı Destekler*" sloganı kullanılarak birçok etkinlik düzenlenmekte, vergi görevlileri bu hafta süresince gazete ve TV'lerde yuvarlak masa konuşmaları yapmaktadır. Vergiler ile ilgili birçok video programlarına ek olarak vergilerin nasıl kullanıldığı ve neden alındığıyla ilgili vergi bilincinin sağlanması ve artırılması yönünde film gösterileri yapılmakta, halka açık sinema ve gösteri salonlarında paneller düzenlenmektedir. Okullarda bu hafta içerisinde vergilerin önemi ve rolü hakkında çocukların eğitilmesine büyük bir önem verilmektedir (NTA, 2004: 101). Ayrıca lise öğrencilerine vergi teması üzerine deneme yarışmaları ve yerel olarak yönlendirilmiş çok sayıda etkinlik yer almaktadır (Okada, 2002: 24). NTA, ağırlıklı olarak bu dönemde çeşitli halkla ilişkiler faaliyetleri yürütmekte ve bu dönemi vergi idaresi için görüş ve talep alma fırsatı olarak görmektedir (National Tax Agency Report 2019, 2020: 11).

3.2.4.1.3. Vergi Eğitimi (Tax Education)

Vergi eğitimi ilk ve orta dereceli okulların öğretim programının bir parçasını oluşturmaktadır. Vergi idaresi, Japonya'nın gelecek nesilleri olan bu öğrencilerin eğitilmesini, kamu hizmetlerinin finansmanında vergilerin önemini kavrayabilmelerini ve vergi beyannamelerini doğru bir şekilde doldurarak vergilerini ödemelerinin bir vatandaşlık görevi olduğunu kavramalarının sağlanmasını kendisine bir öncelik olarak almakta ve bu yönde programlarını oluşturmaktadır (Kovancılar ve Mutur, 2007: 101). Bu destek faaliyetlerinin

yönünün belirlenmesi amacıyla eğitim kurumları, yerel ve ulusal yönetim temsilcileri tarafından “Vergi Eğitiminin Tanıtım Konseyi” oluşturulmuştur. Ayrıca Ulusal Vergi Ajansı “Kamu Maliyesi ve Ekonomi Seminerleri” ve sosyal ve ticari eğitim öğretmenleri için “Vergi ve Muhasebe Seminerleri” konulu seminerler düzenlemektedir (NTA, 2004: 101). NTA, Milli Eğitim Bakanlığı'nın eğitim programına elverişli bir şekilde vergi eğitimi için tamamlayıcı bir metin malzemesi olan "*Hayatımız ve Vergimiz*" gibi broşürler yayınlamakta ve ilkokul, ortaokul ve lise öğrencilerine dağıtılmaktadır. NTA ayrıca öğretim görevlilerine okullardaki vergiler hakkında konuşma yapmalarını sağlamak ve lise öğrencilerine vergi teması üzerine deneme yarışmalarına sponsor olmaktadır. Vergi idaresini etkin bir şekilde yürütmek için, NTA ayrıca çeşitli vergi eğitimi video kasetleri de dahil olmak üzere birçok görsel-işitsel materyal üretmektedir. Bunlar büyük ölçüde ilkokul, ortaokul ve lise seviyelerinde vergi derslerinde kullanılmaktadır (Okada, 2002: 25).

NTA ayrıca vergi eğitimi için vergi dersleri de vermekte ve temel ders kitapları yayınlamakta ve dağıtmaktadır. Vergi Dairesi'ni gezmek ya da uygulamalı bir vergi deneyimi yaşamak isteyen okullar için bazı vergi dairelerinde yalnızca vergi eğitimi için kalıcı tesisler kurmuştur. Örneğin Tokyo-Ueno Vergi Dairesi'ndeki “Vergi Alanı Ueno” öğrencilere kendileri vergi konularını tanımlama, bu konuları öğrenme ve düşünme ve bağımsız olarak yargılama ve çözme becerilerini geliştirme fırsatı vermektedir (National Tax Agency Report 2006, 2007: 13).

Aynı zamanda vergi sistemi ve vergi kanunları değiştiğinde halkı bilgilendirmek için kitapçıklar, posterler, broşürler hazırlamaktadır. Ayrıca vergi daireleri ücretsiz video programları ve CD-ROM'lar şeklinde hazırlanmış materyalleri dağıtarak halkı bilgilendirmektedir. Kendi çalışanlarına yönelik olarak Ulusal Vergi Ajansı haftalık ulusal vergi haber mektupları yayınlamakta ve onların mensubu oldukları kısmının politikalarını anlamalarına ve böylece daha mükemmel bir vergi idaresinin oluşturulmasını amaçlamaktadır (Kovancılar ve Muter, 2007: 101-102).

3.2.4.2. Vergi Danışma Hizmetleri

Ulusal Vergi İdaresi organizasyon yapısı içerisinde vergi danışma ofisleri 1970 yılında bağımsız birimler şeklinde oluşturulduysa da, tarihsel köken olarak 1949 yılına ve bu yılda oluşturulmuş olan şikayet bölümlerine kadar dayanmaktadır. Savaş sonrasında yeniden finansal yapılanma sürecinde bu departmanlar, vergi mükellefleri arasında yaygın bir duruma gelen vergi idaresi memurlarının kurumsal ya da otoriter ahlaka uygun olmayan davranış ve tutumlarına dair şikayetlerinin kabul edilerek incelendiği birimlerdir. Bununla birlikte toplumsal istikrarın sağlanması ve ekonomik iyileşmeyle birlikte vergilerin toplanması ve değerlendirilmesiyle ilgili analizler giderek artış göstermiş ve sistemin yenilenme ihtiyacına yönelik bu şikayet departmanları “Vergi Danışma Departmanları” olarak 1961 yılında tekrar adlandırılmıştır. Telefon danışma hizmetinin 1965 yılında başlatılmasıyla farklı Bölge Vergi Bürolarında yer alan “Yönelim ve Koordinasyon Departmanları” içinde 1970 yılında “Vergi Danışma Ofisleri” olarak tekrar oluşturulmuştur. 1973 yılı sonrasında önemli vergi dairelerinde şube ofislerinin kurulması ve sistemde bazı yeniliklerin yapılmasıyla birlikte mevcut olan danışma sistemi bugünkü şeklini almıştır (Kovancılar ve Mutur, 2007: 102).

Bölgesel Vergilendirme Bürolarındaki Telefon Danışma Merkezleri genel ulusal vergi sorunlarının merkezi olarak ele alınmasını ve vergi mükelleflerinin danışmasını sağlamaktadır. Ayrıca Telefon Danışma Merkezleri Tokyo, Nagoya ve Osaka’daki Bölgesel Vergi Bürolarında İngilizce vergi danışmanlığı sağlamaktadır. Ayrıca NTA web sitesi “vergi cevap” bölümünde sık sorulan sorulara genel cevaplar sağlamaktadır (National Tax Agency Report 2019, 2020: 15).

3.2.4.3. Japon Vergi İdaresinde Bilgi ve İletişim Teknolojileri

3.2.4.3.1. Beyanname Doldurma Bilgi Sistemi (Kokuzei Sogo Kanri (KSK) Sistemi)

Japonya Vergi İdaresinin önemli sistemlerinden biri KSK (Kokuzei Sogo Kanri) sistemidir. KSK sistemi, “vergi idaresi ile ilgili birçok anahtar konumdaki faaliyeti oldukça gelişmiş ve etkin bir şekilde yürüten, bölge ya da vergi sınırlarının ötesinde entegre bilgi yönetimi sağlayan bir bilgisayar sistemi” dir.

Japonya Ulusal Vergi Ajansı (NTA), mükelleflerin vergi verme yüklerini azaltmak ve vergi beyannamesini doldurmaya yardımcı olmak amacıyla bilgi teknolojileri sistemi tarafından sağlanan avantajlardan faydalanmaya çalışmaktadır. Ulusal Vergi Ajansı (NTA), daha çok vergi mükelleflerinin doğru ve gönüllü olarak kendine ait beyannameyi kendisinin doldurmasını hedeflemekte ve bu yönde mükelleflerin vergi beyannamelerini doldurmalarını basitleştirmek için birçok önlem almaktadır. Bu yönde e-vergi uygulamalarına yönelen NTA, kendi web sayfası ve dokunmatik ekranlı bilgisayarlar aracılığıyla mükelleflere beyanname doldurma ve yardım hizmeti sunmaya başlamış ve bunu zamanla geliştirerek devam ettirmektedir (Kovancılar ve Mutur, 2007: 104).

3.2.4.3.2. E- Vergi Sistemi (E-Tax System)

Daha fazla vergi mükellefi dostu hizmetler sağlama açısından, NTA merkezi hükümetin E-devlete ulaşma girişimlerinin bir parçası olarak “Ulusal Vergi Elektronik Dosyalama ve Ödeme Sistemi (e-Vergi)” geliştirilmiştir. NTA, e-Vergi hizmetine Şubat 2004'te Nagoya bölgesel vergi bürosunun yetkisi altındaki alanlarda başlamıştır (NTA, 2020). E-Vergi yardımıyla mükelleflerin iş yerlerinden ya da evlerinden başvurularını ya da vergi beyannamelerini gönderebilmeleri, vergi ödemelerini elektronik olarak yapabilmeleri sağlanmaktadır. E-Vergi Sistemi ile mükelleflerin hak ve ödevleri üzerinde önemli etkiler ortaya çıkarılmış ve sistemin mükelleflerin kişisel bilgilerini ve verilerini içermesinden dolayı NTA sistemin güvenliğinin sağlanmasına ve sisteme güvenin artırılmasına özellikle öncelik vermektedir (Kovancılar ve Mutur, 2007: 104).

“E-Vergi” web sitesinde (<http://www.e-tax.nta.go.jp>), NTA e-verginin nasıl kullanılacağı hakkında bilgi sağlamaktadır. Ağustos 2003'te Ajans, İnternet veya telefon üzerinden e-vergi ile ilgili soruları kabul eden “Yardım Masası” nı (tel. #: 0570-015901) kurmuştur (NTA, 2020).

3.2.4.3.3. Vergi Cevap Sistemi (The TAX ANSER System)

TAX ANSER (Automatic answer Network System for Electronic Request-Elektronik istek için otomatik yanıtlama ağ sistemi) sık sorulan soruları yanıtlayan otomatik bir bilgisayar sistemidir. Cevaplar 24 saat boyunca sesli telefon, faks ve internet aracılığıyla sağlanmaktadır (Okada, 2002: 23).

3.2.4.3.4. NTA Websitesi (www.nta.go.jp)

NTA, websitesini kolayca kullanmasını sağlamak için menü seçimi birleştirilmiş websitesinin basitleştirilmiş düzeni gibi bilgileri anlaşılması kolay bir formatta sunmak için çaba sarf etmekte ve görsel engelliler ve yaşlılar için metin büyütme, sesli okuma işlevleri vb. uygunluğa dikkat etmektedir. Ek olarak, bir akıllı telefon veya tablet ekranındaki optimize edilmiş ekran, ekranı ekranın boyutuna göre otomatik olarak ayarlayan bir işlevle (duyarlı web tasarımı) sağlanmaktadır. NTA'nın ayrıca cep telefonları, vb. için bir web sitesi vardır (National Tax Agency Report 2019, 2020: 11).

NTA Websitesi üzerine ana maddeler, NTA üzerine tanıtım, basın bülteni raporu ve faaliyetler, vergi uygulama prosedürleri rehberi, e-vergi gibi bilgilere mükellefler erişebilmektedir (National Tax Agency Report 2006, 2007: 12).

Web-TV üzerinden vergi mükellefleri kendi durumları ile ilgili programları anında izleyerek ya da vergi uygulamaları ve çeşitleriyle ilgili programlara erişim sağlayarak aydınlatıcı ve derin bilgiye ulaşabilmektedir (Kovancılar ve Mutur, 2007: 100).

BÖLÜM IV

TÜRK VERGİ İDARESİ VE TÜRK VERGİ İDARESİNİN VERGİ BİLİNCİNİN GELİŞTİRİLMESİNDE ROLÜ

Çağdaş vergi sistemleri günümüzde beyan esasına dayanmakta ve başarılı olmaları için ise vergi yasalarının adil, verimli ve basit olmasının yanı sıra güçlü ve etkin bir vergi idaresinin de varlığı önemlidir (Gerçek, 2009: 7). Vergi idaresinin etkinliği doğrultusunda kamu yönetiminde kalite, müşteri odaklılık, saydamlık ve diyalog kavramlarının kendini göstermesiyle birlikte birçok ülkede yeni bakış açısıyla mükellef haklarını ve mükellef-idare ilişkilerini, idarenin yapısını düzenleyen hem yasal hem yönetsel düzenlemeler yapılmaktadır (Ay, 2006: 67). Vergi idaresinde son zamanlarda etkinlik kavramı ön plana çıkmakta ve etkinlik anlayışıyla birlikte klasik hazineci yaklaşımının yerine, performans ölçümü ve mükellef memnuniyetini temel alan performans yönetimi anlayışı benimsenmektedir. Bu değişimlerle vergi idaresinin stratejik öncelikleri, vizyonu ve misyonu belirlenerek bunları gerçekleştirebilmek amacıyla performans ölçüm koşulları belirlenmekte ve hesap verme sorumluluğu temel alınarak sonuçlar dönemsel raporlar aracılığıyla halkın bilgisine sunulmaktadır. Ayrıca vergi idareleri bu çalışmalarını benimserken elektronik bilgi iletişim sistemlerinden ve gelişmiş teknolojilerden de oldukça yoğun yararlanmaktadır (Gerçek, 2003). Vergi idaresinin mükellefi ve mükellefleri temel alarak oluşturmuş olduğu faaliyetler mükellef vergi bilincinin oluşturulması ve geliştirilmesi açısından önemli bir rol oynamaktadır.

Bunlardan yola çıkarak çalışmamızın bu kısmında 2005 yılında mükellef odaklı yaklaşımla yeniden yapılandırılan Gelir İdaresi Başkanlığının öncelikle yapısı hakkında bilgi verilmekte, ardından kaliteli hizmet sunma anlayışından ödün vermeden mükellef memnuniyeti, vergi bilinci ile gönüllü uyumu artırmayı, vergi tahsilatında etkinliği ve kayıtlı ekonomiyi teşvik etmeyi amaçlayarak oluşturduğu hizmet ve mükellefi bilgilendirme amaçlı yürüttüğü faaliyetler ele alınacaktır. En son Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerine yönelik gerçekleştirilen anketin bulguları değerlendirilecektir.

4.1. Türk Vergi İdaresinin Genel Yapısı

Vergi İdaresi, kamu gelirlerini toplamak ve bunlara ilişkin yönetim işlemlerini yürütmekle görevlidir. Vergilerin tarhından tahsiline kadar her türlü vergilendirme hizmeti vergi idaresince gerçekleştirilmektedir. Para cezaları, bağış, yardım, harç, resim, kira vb. gelirler devletin gelirleri arasında yer almasına rağmen gelirlerin önemli bir bölümünü vergi gelirleri oluşturduğu için vergi literatüründe “Gelir İdaresi” kavramı yerine yaygın olarak “Vergi İdaresi” kavramı kullanılmaktadır (Sarılı, 2003: 24; aktaran: Kahrıman, 2016: 234).

5345 Sayılı “Gelir İdaresi Başkanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun” ile ülkemizde vergileme işlemini yürütmek üzere Gelir İdaresi Başkanlığı (GİB) kurulmuştur. Böylece vergi türlerine göre yapılanma yerine mükellef odaklı ve fonksiyonel yapılanmaya geçilerek vergi politika belirleme ve uygulama birimlerinin birbirlerinden ayrılmaları ve vergi idaresinin daha güçlü bir yapıya kavuşturulması amaçlanmaktadır. Maliye Bakanlığı’nın “bağlı kuruluşu” şeklinde kurularak daha güçlü ve özerk bir yapı kazandırılmıştır (Şenyüz vd., 2018: 162). 15 Temmuz 2018 tarihinde Resmi Gazetede yayınlanan 4 sayılı “Bakanlıklara Bağlı, İlgili, İlişkili Kurum ve Kuruluşlar ile Diğer Kurum ve Kuruluşların Teşkilatı Hakkında Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi” kapsamına dahil edilerek amaç ve görevleri açıklanmıştır (Bakanlıklara Bağlı, 2018).

Bu başlık altında Gelir İdaresi Başkanlığının başka bir deyişle Türk Vergi İdaresinin kuruluş ve görevleri, teşkilat yapısı ve vergi idaresinde vergi bilincinin geliştirilmesine yönelik düzenlemeler hakkında bilgi verilecektir.

4.1.1. Türk Vergi İdaresi Kuruluş ve Görevleri

Osmanlı Devleti’nde ilk verginin Osman Gazi’nin “Her kim pazarda satış yapıp para kazanırsa bunun bir akçasını versin, satamazsa hiçbir şey vermesin ve bu kuralı kim bozarsa Tanrı da onun dinini ve dünyasını bozsun.” fermanıyla başlattığı söylenmektedir (Ağar, 2007: 373). Ancak Osmanlı’nın ilk mali teşkilatı I. Murat zamanında kurulmuştur. Bu yapı Osmanlı imparatorluğunun gelirleri ve giderlerinde önemli artışların olduğu Fatih Sultan Mehmet ile Kanuni Sultan Süleyman döneminde geliştirilmiştir. 1838 yılında Maliye Bakanlığı kurulmuştur. Maliye Bakanlığı kurulana kadar mali işler ile ilgili teşkilatın başında “birinci sınıf

muhasip” ya da “Defterdar” adı verilen bir memur yer almaktaydı (GİB 2005 Faaliyet Raporu, 2006: 1).

Kurulan Maliye Bakanlığı herbiri bir “Reis” in başkanlık ettiği dairelerden meydana gelmektedir. Bu daireler içerisinde Haraç Dairesi ya da Baş Vergisi Dairesi ile “Avarız” ve “Bedeli Nuzil” adı verilen ve kentlerden mahallelerden başlayarak alınan resimler ile ilgili dairesidir. Bugün var olan vergi idaresinin görevleri bu daire eliyle yürütülmüştür. Maliye Bakanlığı 1881 yılında “Heyet-i Merkeziye” ve “Heyet-i Mülhaka” şeklinde iki farklı kuruluşa dönüştürülmüştür. Bu ise Heyet-i Merkeziyede (Merkez Teşkilatı) ilk kez Gelirler Genel Müdürlüğü nüvesine yer verilmesi bakımından önemlidir. Maliye Bakanlığında 1908 yılında teşkilat ve görev değişiklikleri yapılmıştır. Bakanlık, Gelirler Umum Müdürlüğü’nün de aralarında olduğu sekiz müdürlükten meydana gelen bir yapının üzerine oturtulmuştur (Arpacı, 2005).

“Avarız” ve “Bedel-i Nuzil” olarak 1838’de kurulan vergi idaresi, 1936 yılında “Varidat Umum Müdürlüğü”ne dönüştürülmüştür. 1942’de yapılan değişiklikle Varidat Umum Müdürlüğü kaldırılarak “Vasıtasız Vergiler ve Vasıtalı Vergiler Umum Müdürlükleri” oluşturulmuştur. 1946’da “Vasıtalı ve Vasıtasız Umum Müdürlükleri” de kaldırılarak “Gelirler Genel Müdürlükleri” kurulmuştur (Tezcan, 2003: 133).

2005 yılında ise 5345 Sayılı kanunla uygulanan yapılanmanın sonucu olarak “Gelirler Genel Müdürlüğü” yerine, Maliye Bakanlığı’na bağlı “Gelir İdaresi Başkanlığı” kurulmuştur. Gelir İdaresi Başkanlığının bağlı olduğu “Maliye Bakanlığı” ise 2017 yılında Türkiye Cumhuriyeti Anayasasında gerçekleştirilen değişiklik sonucunda “Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemine” geçilmesiyle birlikte 2018 yılında gerçekleştirilen düzenlemeyle “Hazine ve Maliye Bakanlığı” olarak değiştirilmiştir (GİB 2019 Faaliyet Raporu, 2020: 14).

4 sayılı “Bakanlıklara Bağlı, İlgili, İlişkili Kurum ve Kuruluşlar ile Diğer Kurum ve Kuruluşların Teşkilatı Hakkında Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi”nin 134. maddesinde Gelir İdaresi Başkanlığının amacı: “Devlet gelirleri politikasının belirlenmesi ile gelir tahminlerine ilişkin çalışmaları yapmak ve gelir politikasını adalet ve tarafsızlık içinde uygulamak; vergi ve diğer gelirleri en az maliyetle toplamak; mükelleflerin vergiye gönüllü uyumunu sağlamak; mükellef haklarını gözeterek yüksek kalitede hizmet sunmak suretiyle yükümlülüklerini kolayca

yerine getirmeleri için gerekli tedbirleri almak; saydamlık, hesap verebilirlik, katılımcılık, verimlilik, etkililik ve mükellef odaklılık temel ilkelerine göre görev yapmak.” şeklinde ifade edilmiştir (Bakanlıklara Bağlı, 2018).

4 sayılı “Bakanlıklara Bağlı, İlgili, İlişkili Kurum ve Kuruluşlar ile Diğer Kurum ve Kuruluşların Teşkilatı Hakkında Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi”nin 137. maddesinde Gelir İdaresi Başkanlığının görevleri şu şekilde sıralanmıştır (Bakanlıklara Bağlı, 2018):

- Mükelleflerin vergiye uyumunu kolaylaştırmak ve hizmetlerini yerine getirmek,
- Devlet gelirleri politikasının plan, program, genel ekonomik politika ve stratejiler çerçevesinde oluşturulmasına ilişkin çalışmalar yapmak ve Devlet gelirlerinin maliye politikalarıyla uyumlu şekilde tatbikini sağlamak,
- Nitelikli insan kaynağının kazandırılması, yetkinliklerin geliştirilmesi, kariyer planlarının yapılması ve performanslarının ölçülmesini sağlamak,
- Faaliyet sonuçlarını, düzenli aralıklarla kamuoyuna duyurmak ve yıllık faaliyet raporunu izleyen yıl kamuoyuna açıklamak,
- Uluslararası vergi ilişkileri ile ikili ve çok taraflı anlaşmalara ilişkin çalışmaları, gerekli koordinasyonu sağlayarak yürütmek, görev alanına giren konularda, uluslararası gelişmeleri izlemek ve Avrupa Birliği, uluslararası kuruluşlar ve diğer devletlerle işbirliği yapmak,
- Gelirleri etkileyen her türlü mevzuat tekliflerini, vergi tekniği ve uygulamaları açısından inceleyerek görüş bildirmek,
- Mükellef haklarının korunması ve mükellef ile Başkanlık ilişkilerinin karşılıklı güven esasına dayanması konusunda gerekli tedbirleri almak,
- Terkini gereken vergiler ile tahsili zamanaşımına uğrayan Hazine alacaklarının kanunlar gereğince terkin edilmesiyle ilgili işlemlerin yerine getirilmesini sağlamak,
- Mükellefleri vergi mevzuatından doğan hakları ve ödevleri konusunda bilgilendirmek,
- Gelir mevzuatının uygulanmasına ilişkin olarak diğer kurum ve kuruluşlarla işbirliği yapmak, bu amaçla veri alışverişini gerçekleştirmek,

- Devlet gelirlerine ilişkin mevzuatı hazırlamak ve gerekli koordinasyonu sağlamak, Devlet gelirlerine etkisi olan mevzuatı Devlet gelirleri, vergi tekniği ve uygulamaları açısından inceleyerek görüş bildirmek,
- Devlet alacaklarının tahsilini sağlamak ve bu konuda gerekli tedbirleri almak,
- İşlem ve eylemlerinden dolayı idarî yargı mercilerinde yaratılan ihtilaflarla ilgili olarak bu merciler nezdinde talep ve savunmalarda bulunmak, gerektiğinde itiraz, temyiz ve tashihi karar yoluna gitmek; temyiz yoluna gidilip gidilmeyeceği hususunda taşra teşkilâtına muvafakat vermek; şikâyet başvurularını karara bağlamak; uygulamada ortaya çıkan ihtilafların en aza indirilmesine ve uygulama birliğinin sağlanmasına yönelik tedbirleri almak,
- Vergilendirmeye ilgili bilgileri toplamak ve bilgi işlem faaliyetlerini yürütmek,
- Devlet gelirleri ile ilgili istatistikleri toplamak ve değerlendirmek, vergi yükü ile gelir tahminlerine yönelik genel ve sektörel analizler yapmak, vergi kanunlarında veya diğer mali kanunlarda yer alan her türlü istisna, muaflik ve indirimlerin maliyetlerini ölçmek, ekonomik ve sosyal etkilerini analiz etmek,
- Kurumsal etik kurallar düzenleyerek personele ve mükelleflere duyurmak,
- Vergi kayıp ve kaçığının önlenmesi konusunda gerekli tedbirleri almak,
- Mahallî idare gelirleri politikası ile Devlet gelirleri politikasının uygulanmasında uyumu sağlayıcı çalışmaları yapmak ve gerekli tedbirleri almak,
- Kanunlarla, Cumhurbaşkanlığı kararnameleriyle ve ilgili mevzuat ile Bakan tarafından verilen diğer görevleri yapmak.

4.1.2. Türk Vergi İdaresinin Teşkilat Yapısı

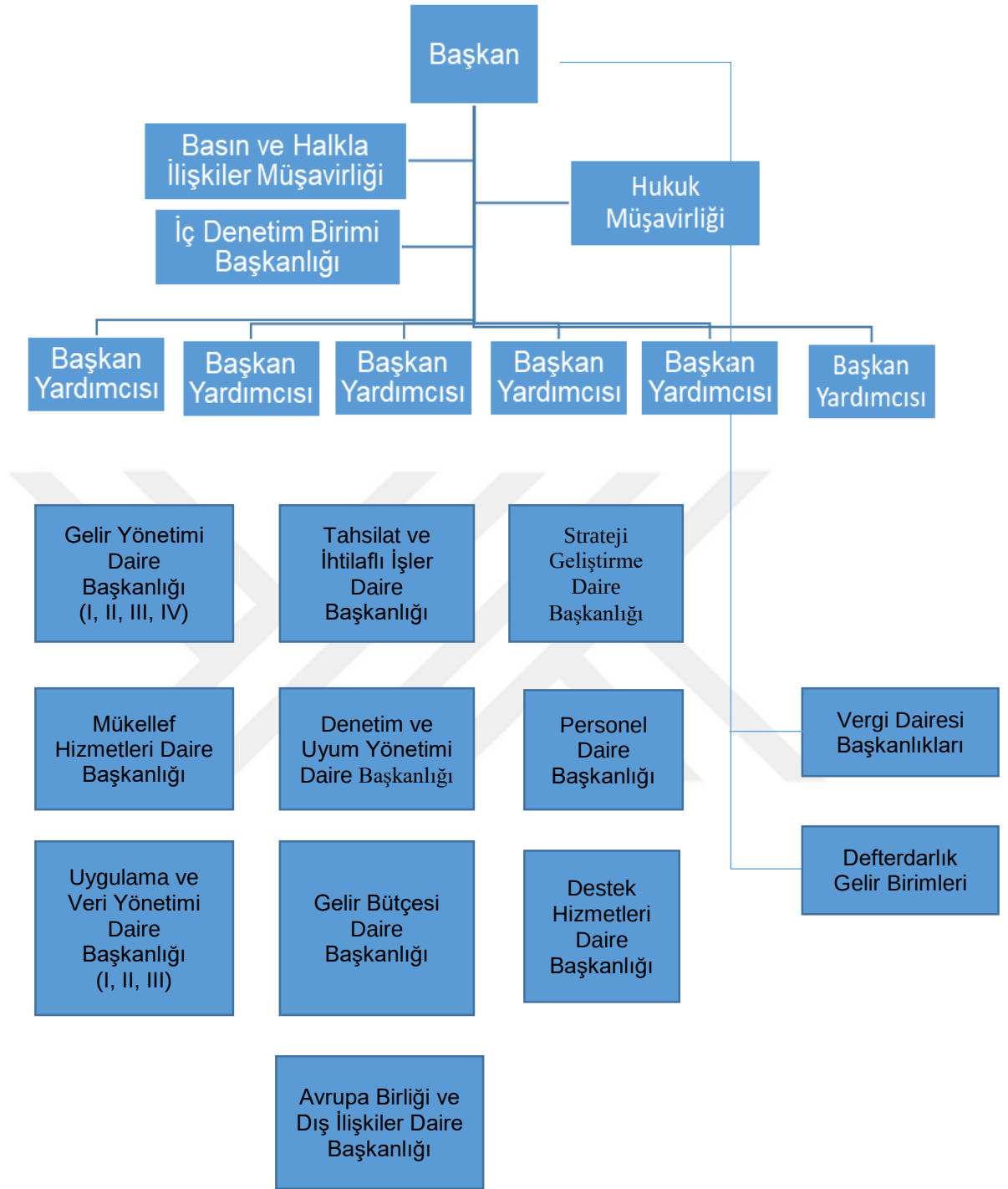
Genel bütçeli idare kapsamında bulunan ve Hazine ve Maliye Bakanlığının bağlı kuruluşu olan Gelir İdaresi Başkanlığı, merkez teşkilatı ve doğrudan merkeze bağlı taşra teşkilatı şeklinde örgütlenmektedir (GİB 2019 Faaliyet Raporu, 2020: 15).

Merkez teşkilatı oniki hizmet biriminden meydana gelmektedir. 4 Sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararnamesinin 140. maddesinin 2 nolu fıkrasında, “Başkanlığın hizmet birimlerine verilen görevler gerektiğinde birden fazla daire

başkanlığı tarafından yürütülebilir” ibaresi yer almaktadır. Hizmet Birimleri; Mükellef Hizmetleri Daire Başkanlığı, Gelir Yönetimi Daire Başkanlığı (I, II, III, IV), Strateji Geliştirme Daire Başkanlığı, Denetim ve Uyum Yönetimi Daire Başkanlığı, Uygulama ve Veri Yönetimi Daire Başkanlığı (I, II, III), Tahsilat ve İhtilafli İşler Daire Başkanlığı, Avrupa Birliği ve Dış İlişkiler Daire Başkanlığı, Gelir Bütçesi Daire Başkanlığı, Hukuk Müşavirliği, Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği, Personel Daire Başkanlığı, Destek Hizmetleri Daire Başkanlığıdır (GİB 2020 Faaliyet Raporu, 2021: 19).

Taşra teşkilatı ise, 4 Sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararnamesinin 152. maddesi 1 nolu fıkrasında “doğrudan merkeze bağlı vergi dairesi başkanlıkları ile vergi dairesi başkanlığı kurulmayan yerlerde bu Bölümde Vergi Dairesi Başkanlığı ve Vergi Dairesi Başkanına verilen görev ve yetkileri haiz vergi dairesi müdürlüklerinden oluşur.” ibaresi yer almaktadır. Mükellef sayısının az olduğu yerleşim yerleri bakımından defterdarlıklara bağlı vergi dairesi müdürlükleri ve mal müdürlükleri vergileme ile ilgili görevlerini de sürdürmektedir (Şenyüz vd., 2018: 163).

2020 yılı sonunda Vergi İdaresi taşra teşkilatı içerisinde 465 Vergi Dairesi, 29 ilde 30 Vergi Dairesi Başkanlığı, 405 Müdürlük, 173 Grup Müdürlüğü, 52 Gelir Müdürlüğü, 57 Daimi Takdir Komisyonu Başkanlığı, 575 Mal Müdürlüğü bünyesinde bulunan Bağlı Vergi Dairesi ve Eskişehir Vergi Dairesi Başkanlığı bünyesinde bulunan 5 şube yer almaktadır (GİB 2020 Faaliyet Raporu, 2021: 19).



Şekil 1: Gelir İdaresi Başkanlığı Teşkilat Şeması

Kaynak: www.gib.gov.tr, Erişim Tarihi: 01.12.2021

4.1.3. Türk Vergi İdaresinde Vergi Bilincinin Geliştirilmesine Yönelik Düzenlemeler

Toplumların gelişmeye başlamasıyla beraber ihtiyaçlar, idealler ve isteklerde değişmiş ve artışlar meydana gelmiştir. Bunun sonucunda yeni gelir kaynaklarına ihtiyaç duyulmuş ayrıca düzenli, devamlı bir gelir kaynağı da söz konusu olmuştur. İlk zamanlarda kamu ihtiyaçları için, yardımlar, ganimetler ve kralın veya derebeyinin kendi malvarlığı kullanılmakta iken, zamanla, ihtiyaçların artmasıyla birlikte, halktan gönüllü yardım adı altında vergiler alınmaya başlanmıştır. Zamanla birlikte, kamu harcamalarında yaşanan büyük artışlar, yardımlar, ganimetler ve kralın malvarlığı ile karşılanamaz hale geldiğinden, halktan gönüllü olarak alınan vergiler, yerini zorunlu olarak alınan vergilere bırakmıştır. Böylece gönüllü, rica ve yardım şeklinde verilmekte olan değer; bir sorumluluk ve görev durumuna gelmiştir. Yaşanmış olan bu siyasi gelişmelerin sonucunda vergilere yüklenen anlam değişmiştir. Vergi gönüllü olarak verilmekte olan bir değerken zorunlu bir değer haline dönüşmüştür. Tarih boyunca verginin gücünü kavrayan birçok yönetici vergi ile ilgili halktan birçok talepte bulunmuştur. Halk ise yöneticilerin keyfi uygulamalarına ve artan vergi oranlarına belirli bir dönem sessiz kalmayı tercih etse de baskıların ve huzursuzluğun ilerlemesi sonrasında ayaklanma başlatmıştır. Yaşanan bütün bu gelişmeler hem demokrasinin gelişmesine ön ayak olmuş hem de vergiye karşı insanların daha bir sistemli, güvenli bakmasını sağlayarak vergi bilincinin gelişmesine katkı sağlamıştır. Buradan da anlaşılacağı üzere başta hediye olarak verilmekte olan vergi zamanla zorunlu ödeme olarak değişse bile yöneticilerin keyfi uygulamalarına bırakılmayarak zaman içerisinde şekillenmiş ve böylece mükelleflerin vergi bilinci de bu yönde ilerleme göstermiştir (Çelebi, 2016: 25).

Mükellefler tarafından vergiye bakış açısı, birçok bilim dalı tarafından incelenmiş ve vergi bilinci ile mükelleflerin vergiye bakış açısı arasında ilişkinin var olduğu düşüncesi oluşturulmuştur. Bu bilim dallarının başında ise psikoloji, ekonomi, hukuk ve sosyoloji gelmektedir. En başta ekonomi alanında incelenme fırsatı bulunan vergi bilinci ve mükellefin vergiye bakış açısı konularına, 1970'li yılların sonrasında hukuk, sosyoloji ve psikoloji alanlarında da incelenme fırsatı bulunmuştur (Sağlam, 2013: 320). Çalışmaların birçoğunda, vergilemede eşitlik ve adaletin nasıl sağlanacağı yönünde vergi mükelleflerinin düşüncelerinin

incelenmesiyle vergi ceza oranlarına, vergi denetimi ve vergi oranları gibi konularda davranışlarının ne olduğu belirlenmeye çalışılmaktadır (Cansız, 2006: 118).

Vergi bilincinin gelişimi, uygulanan siyasi ve ekonomik sisteme bağlı bir ilerleme izlemekte ve devletin geliştirmiş olduğu maliye politikalarıyla mükellefin bir nevi inandırmak olayından oluştuğu çıkarımı yapılmaktadır. Mükelleflerin kamu hizmetlerinden yeterince faydalandığı, daha dürüst ve şeffaf yönetim anlayışının hakim olduğu ve toplanmış olan vergilerin daha adil harcandığını düşündüğü dönemlerde vergi bilincinin arttığı görülmektedir (Uyanık, 2019: 359).

Bir ülkede vergi idaresine güvenilebilir bir kurum olarak bakılmaması vergi bilincini ve vergi ahlakını olumsuz etkilemektedir (Kaynar Bilgin, 2011: 273). Dolayısıyla Türk Vergi İdaresi’de mükellefi dikkate alan ve adil, şeffaf ve hesap verebilir bir vergi idare yapısı oluşturmaya çalışarak mükellef-idare ilişkilerinin sağlam bir yapıya kavuşturulmasına önem vermektedir.

4.2. Türk Vergi İdaresinde Vergi Bilincinin Artırılmasına Yönelik Yürütülen Hizmetler

Mükelleflerin vergi bilinçlerinin oluşturulmasında vergi idaresinin sunduğu hizmetlerin rolü önemlidir. Vergi bilinci artan mükellefler yükümlülüklerini zamanında ve gönüllü yerine getirmekte ve bu durum vergi gelirlerini artırarak kamu hizmetlerinin finansmanının daha yeterli ve sağlam kaynaklar tarafından finanse edilmesini sağlamaktadır (GİB, 2007, 34).

Bu kapsamda ülkemiz vergi idaresinde vergi bilincini artırmak adına Mükellef Hizmetleri Birimi kurulmuş ve gelişen teknolojiyle birlikte birçok çalışma yapılmış ve yapılmaya devam edilmektedir. Burada yapılan bu hizmetleri mükellef hizmetleri birimi, mükellef hakları bildirgesi, Türk vergi idaresinde toplam kalite yönetimi, yeni teknolojilerin kullanımı başlıkları altında inceleyeceğiz.

4.2.1. Mükellef Hizmetleri Birimi

Vergi idaresinin yeniden yapılanmasıyla birlikte kamu hizmetlerinin kalitesini artırmak ve vergi bilinci ile ahlakını geliştirmek için mükellef odaklı bir yapıya geçilmiştir. Bu kapsamda daha kaliteli, hızlı, etkin ve kapsamlı faaliyetler yürütmek üzere Gelir İdaresi Başkanlığı yapısında “Mükellef Hizmetleri Birimi”

kurulmuştur. Gelir İdaresi Başkanlığı'nın merkez teşkilatı içerisinde "Mükellef Hizmetleri Daire Başkanlığı", taşra teşkilatı başkanlığında Vergi Dairesi Başkanlıkları yapısı içerisinde "Mükellef Hizmetleri Grup Müdürlüğü" olarak örgütlenmektedir (Kılıç R., 2011: 373). Mükellef Hizmetleri Birimi'nin kurulması hizmetlerin koordinasyonsuz ve dağınık sunulmasını engellemekte kaliteli ve etkin hizmet sağlanmasına yardımcı olmaktadır (GİB 2005 Faaliyet Raporu, 2006: 169).

4 sayılı "Bakanlıklara Bağlı, İlgili, İlişkili Kurum ve Kuruluşlar ile Diğer Kurum ve Kuruluşların Teşkilatı Hakkında Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi"nin 142. maddesinde Mükellef Hizmetleri Daire Başkanlığı'nın görevleri (Bakanlıklara Bağlı, 2018):

- Mükellefleri vergi mevzuatından doğan hakları ve ödevleri konusunda bilgilendirmek,
- Mükellef memnuniyetini ölçmek ve değerlendirmek,
- Başkanlıkça verilecek diğer görevleri yapmak
- Vergi mevzuatının adil uygulanmasını sağlamak için gerekli tedbirleri almak,
- Vergi bilincinin artırılması için gerekli çalışmaları yapmak,
- Mükellef şikayetlerini değerlendirmek ve bu konuda gerekli tedbirleri almak,
- Mükellef haklarının korunmasını sağlamak ve buna ilişkin gerekli alt yapıyı hazırlamak,
- Mükelleflere yönelik hizmetlerin ve her türlü iletişimin, hızlı ve etkin bir şekilde yürütülmesi için gerekli tedbirleri almak, şeklinde belirtilmiştir.

Mükellef Hizmetleri Birimi kurulmasıyla birlikte mükelleflerin vergi mevzuatı konusunda bilgilendirilmeleri, vergiyle ilgili hakları ve yükümlülükleri hakkında bilgilendirilmeleri, mükelleflerin yükümlülüklerini gerçekleştirirken işlem sürecinin kolaylaştırılması çalışmaları verginin bir vatandaşlık görevi olduğunun benimsenmesini sağlayarak mükelleflerde vergi bilincinin oluşturulmasını sağlayabilecektir (Cesur ve Çelikkaya, 2014:9).

4.2.2. Mükellef Hakları Bildirgesi

Avusturya, ABD ve İngiltere gibi gelişmiş ülkelerin yeni eğilimler çerçevesinde vergi idarelerini yeniden yapılandırması sonucunda vergi yönetimlerinin saydamlık ve adalet özelliklerini güçlendirmek ve bu konu hakkındaki iyi niyetlerini mükelleflere göstermek amacıyla kamuoyuna mükellef hakları bildirelerini duyurmuşlardır. Ülkemizde de hem mükellefleri bilgilendirmek hem de bir iyi niyet gösterisi olarak Şubat 2006 tarihinde Gelir İdaresi Başkanlığı “Mükellef Hakları Bildirgesi” ni kamuoyuna açıklamıştır (GİB 2006 Faaliyet Raporu, 2007: 123). Çoğunlukla idari bir düzenleme niteliği taşıyan bu bildiriler, çoğunlukla mükelleflere yeni bir hak tanımamakla birlikte zaten yasalarda var olan yükümlülük ve haklar konusunda mükellefleri bilgilendirmekte ve vergi idarelerinin mükelleflere sunduğu hizmetlerde uymayı üstlendiği esaslarla mükelleflerden beklentilerinin neler olduğunu belirtmektedir (Güner, 2008: 133). Mükellef Hakları Bildirgesi'nin yayımlanmasındaki temel amaç mükelleflerin zaten var olan haklarının gündeme getirilip dikkat çekilmek istenmesi ve daha etkin bir mükellef hizmetlerini sağlama konusunda vergi idaresinin kararlılığını göstermektir (GİB, 2007: 50). Mükellef hakları bildirgesine Gelir İdaresi Başkanlığının internet sayfasında yer verilmektedir. Yasa ile düzenlenmemiştir (www.gib.gov.tr, 2021).

Türk Vergi İdaresi bu bildirgeyle kaliteli hizmet sunma anlayışı içerisinde, mükellef odaklı, saygılı ve dürüst olma temel ilkesiyle çalışmaya, vergi ödemenin yalnızca bir yükümlülük olmadığı, vatandaş olma ve sorgulama hakkı olduğu bilinciyle kendisinden hizmet alan herkesi sorunları çözmeye ve memnun etmeye olan bağlılığını onaylamaktadır. Bu sebeple (<https://gib.gov.tr/mukellef-hizmetleri/mukellef-haklari>, 2021);

- Şahsi ve gizli bilgilerinize saygılı olacağını, bu bilgileri Vergi Usul Kanunu'nun öngördüğü haller dışında açıklamayacağını ve kullanmayacağını,
- Açık, güvenilir, zamanında ve yeterli hizmet vereceğini,
- Şikayetlerinizi gerçek kimlik ve iletişim bilgilerinizle iletmeniz halinde, en kısa sürede sonuç ile beraber size döneceğini,

- Bilgi Edinme Hakkı Kanunu çerçevesinde öğrenmek istediğiniz her bilgi için doğru insanlarla temasa geçmeniz konusunda sizleri yönlendireceğini,
- Vergi incelemelerinde kanunları doğru, tarafsız ve tutarlı bir şekilde uygulayacağını ve incelemenin her aşamasında sizi bilgilendireceğini,
- Vergi konusundaki gelişmeleri sürekli güncellenen internet sayfasıyla ve basılı yayınlarla sizlere en kısa zamanda duyuracağını,
- Sürekli olarak kendini yenileyecek, daha iyi hizmet sunmanın arayışı içinde olacağını
- Ücretsiz e-posta sistemine kaydolmanız durumunda vergisel gelişmeleri kaynağından ve anında öğrenmiş olacaklarını,
- Yaptığı işlemlerde ve gerçekleştirdiği düzenlemelerde vergi kanunlarının adil, hukuksal, tarafsız ve rekabeti koruyucu bir şekilde uygulanmasını esas alacağını
- Vergi ile ilgili yükümlülüklerinizin yerine getirilmesinde sizlere her türlü kolaylığı sağlayacağını taahhüt etmektedir.

Mükellef Hakları Bildirgesiyle de mükelleflerin kendine tanınan hakların farkında olmaları sağlanmaktadır (Cesur ve Çelikkaya, 2014: 9). Vergi mükelleflerinin hakları açıkça ortaya konulabildiği ve korunabildiği ölçüde vergi idareleri ve vergi mükellefleri arasında karşılıklı güven tesis edilebilmekte ve aralarındaki ilişki iyileşebilmektedir. Böylece mükelleflerin kendi temel haklarının sağlandığını ve korunduğunu düşünmesiyle sistemin doğru işlediğini düşünmesi vergi bilincinin oluşmasını sağlamaktadır (Ay ve Koşar, 2009: 146).

4.2.3. Türk Vergi İdaresinde Toplam Kalite Yönetimi

Maliye Bakanlığının merkez ve taşra birimlerinde; hizmetlerin güvenilir, etkili, hızlı, güler yüzle ve doğru sunulması; bakanlığın bütün birimlerinin hem çalışanlarının hem hizmet sağladığı kuruluş ve kişilerin öneri ve beklentilerini dikkate alarak "sürekli iyileşmeyi" amaçlayan birer kamu birimi olarak hizmet sunması amacıyla yedi pilot ilde belirlenen vergi dairelerinde 2001 yılından itibaren "TKY" anlayışına geçilmesi yönünde çalışmalar başlatılmıştır (Gerçek, 2003).

Maliye Bakanlığı 01.01.2007 tarihinde yürürlüğe koymuş olduğu “Toplam Kalite Yönetimi Uygulama ve Ödül Yönergesi” ile TKY anlayışının hem bakanlıkta hem de bakanlığa bağlı kuruluş olan Gelir İdaresi Başkanlığı’nda yerleşmesi için gerekli usul ve esasları düzenlemiştir (Güner, 2008: 116).

Toplam Kalite Yönetimini benimseyen Vergi İdaresi mükellefe daha iyi hizmet sunarak, mükellefin vergiye uyumunu olumlu etkileyecek bir personel ve idare yapısı oluşturmaya çalışmaktadır. Daha donanımlı bir personel yapısı ve daha etkin ve çağa uyum sağlayan vergi idaresi mükellefin vergiye gönüllü uyumunu artırmakta ve mükellef-idare iletişimini artırarak mükellefin vergi bilincinin artmasına katkı sağlamaktadır (GİB, 2007:24-27).

4.2.4. Yeni Teknolojilerin Kullanımı

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin vergi bilincinin geliştirilmesi açısından özellikle mükellef- vergi idaresi arasındaki ilişkilerin geliştirilmesi bakımından ve vergilendirme süreçlerine yönelik mükelleflerin davranışlarının şekillendirilmesi bakımından önemli bir rolü vardır. Toplumun bütün kesiminde vergi bilincinin yaygınlaşmasının ve bilişim teknolojileri kullanımının sağlanmasının mükelleflerin vergi yükümlülüklerini zamanında ve tam olarak gerçekleştirmesine önemli katkıları olmaktadır (Egeli ve Diril, 2014: 35). Aynı zamanda vergilemede vergi idaresine mükellef direncini azaltmakta ve vergi uyumunu artırmaktadır (Çetin Gerger, Bakar ve Gerçek, 2016: 53). Türk Vergi İdaresi de kurum çalışmalarında etkinlik ve verimliliği artırmak, yönetim maliyetlerini azaltmak üzere bilgisayar teknolojilerini birer araç olarak kullanarak güçlü bir yönetim bilgi sistemi ve destek sağlamayı hedeflemektedir (Cenikli ve Şahin, 2013: 37). Bu yüzden de vergi bilincini artırmak, gönüllü vergi uyumunu sağlamak, mükelleflerin vergisel yükümlülüklerini daha kolay, en az maliyetle ve hızlı yerine getirebilmelerini sağlamak amacıyla, hizmetlerin neredeyse tamamını otomasyon altyapısını kullanarak sağlamak ve teknolojik gelişmelere bağlı olarak yenileşim ve bilişim kapasitesini artırarak yeni hizmet olanakları sunmaktadır. Vergi idaresi mükelleflerine kaliteli hizmet sunmak amacıyla etkin ve güçlü bir iletişim ağı meydana getirmek amacıyla çağın gereklerine uygun olarak bilgi ve teknolojik kaynaklarını sürekli geliştirmektedir (GİB 2017 Faaliyet Raporu, 2018: 25; Ay vd., 2010: 277). Özellikle bireylerin tutum ve davranışlarının şekillenmesinde ve

verecekleri kararların oluşmasında kitle iletişim araçlarının önemli rolleri vardır. Dolayısıyla kitle iletişim araçlarıyla mükelleflerin vergi bilinci artırılabilir. Ayrıca mükellefler vergileme sürecindeki uygulamaların kitle iletişim araçlarıyla takibini yapabilmekte ve vergi sorunlarının çözümünde başvuracağı hizmet merkezlerinin neler olduğunu bilerek sisteme daha fazla katılımcı davranış gösterebilmektedir. Yine kurumsal sosyal medya araçlarının (Twitter, youtube, facebook, instagram vb.) etkin kullanımıyla mükelleflerin vergi ile ilgili konularda sorularının yanıtlanması ve görüş ve önerilerinin alınması mükellef vergi bilincini olumlu etkilemektedir (Egeli ve Diril, 2014: 52).

Aşağıda Vergi İdaresinin geliştirdiği bazı elektronik uygulamalara ve sağladığı mükellef hizmetlerine değineceğiz. Bunlar: İnternet web sitesi, otomasyon projeleri (VEDOP I, II, III), internet vergi dairesi, e-beyanname, e-fatura, e-tebliğ ve e-defter projeleri, elektronik posta bilgilendirme, kısa mesaj bilgilendirme merkezi (KMBS), vergi iletişim merkezi (VİMER), vergi idaresi mobil uygulamaları, sosyal medya hesapları ve mükellef geri bildirim sistemidir.

4.2.4.1. Türk Vergi İdaresi Web Sitesi (www.gib.gov.tr)

Türk Vergi İdaresi internet sayfası Mart 1999 yılında erişime açılmıştır. Gelir İdaresi Başkanlığı internet sayfası aracılığıyla Gelir İdaresi Başkanlığının faaliyetleri hakkında mükelleflerin ve diğer ilgili kişilerin bilgilendirilmesi ve daha hızlı bir şekilde duyurulması amaçlanmış ve daha şeffaf bir vergi idaresinin temelleri atılmıştır (Ay, 2006: 70). 2015 yılında yenilenerek kullanımı kolay, hızlı ve sade tasarımıyla hizmete sunulmuştur (GİB 2015 Faaliyet Raporu: 2016: 16). Gelir İdaresi Başkanlığı için ilk önce Gelirler Genel Müdürlüğü'nün internet hesabı olarak "www.gelirler.gov.tr" kurulmuş daha sonra Gelir İdaresi Başkanlığı kurulmasıyla birlikte "www.gib.gov.tr" internet hesabı kurulmuştur.

Mükellefler; vergi mevzuatı ve uygulamaları, mükellef hakları bildirgesi, bilgilendirme rehberleri, interaktif vergi danışmanı, güncel değişiklikler ve yenilikler, internet vergi dairesi hizmetleri, borç sorgulama ve ödeme, e-defter, e-fatura, e-beyanname gibi elektronik olarak yapılan işlemlerle talep ve önerilerini iletebilecekleri mükellef geri bildirim sistemi gibi daha pek çok bilgiye bu internet sayfası aracılığıyla ulaşabilmektedir (GİB 2018 Faaliyet Raporu, 2019: 25). "www.gib.gov.tr" adresi aracılığıyla hizmet sunan vergi idaresi internet sayfasıyla

mükelleflere yükümlülüklerini gerçekleştirirken işlemlerini kısa sürede ve kolayca yapabilmelerine olanak sağlayan uygulama ve bilgiler farklı dillerde (Türkçe, İngilizce, Almanca, İspanyolca) sunulmaktadır (GİB 2019 Faaliyet Raporu, 2020: 22).

Vergi İdaresi internet sayfası 2018 yılında 20.295.494 kişi tarafından ziyaret edilirken 2019 yılında 20.797.081 ve 2020 yılında 20.230.233 kişi tarafından ziyaret edilmiştir (GİB 2018 Faaliyet Raporu, 2019: 25; 2019 Faaliyet Raporu, 2020: 22; 2020 Faaliyet Raporu, 2021: 23). İnternet sayfasının tasarımı, kullanım kolaylığı, içeriğine ve internet sayfası üzerinden sunulan hizmetlere yönelik internet sayfası üzerinden gerçekleştirilen anket sonucunda memnuniyet oranı %80,18 oranında gerçekleşmiştir (GİB 2020 Faaliyet Raporu, 2021: 23).

4.2.4.2. Vergi Daireleri Otomasyon Projeleri (VEDOP)

Vergi idaresinin bütün işlemlerini bilgisayarla yaparak iş yükünü azaltma, vergi idaresi çalışmalarında verimlilik ve etkinliği artırma, mükellef işlemlerini kolaylaştırma, takip ve denetim fonksiyonlarını güçlendirme, bilgisayar ortamında toplanan bilgilerden sağlıklı bir yönetim, destek ve karar bilgi sisteminin oluşturulması hedeflenmektedir (GİB 2019 Performans Programı, 2019: 18; Gerçek, 2003). Kısa adı VEDOP olan “Vergi Daireleri Tam Otomasyon Projesi” vergi idaresinin en önemli teknolojik altyapısını oluşturan ilk projedir (Cenikli ve Şahin, 2013: 39; Kibar Bilginli, 2011: 175). VEDOP, “bilgisayar teknolojisinin yeni olanaklarıyla vergi dairesi fonksiyonlarının tümünü içine alan bir bilgi işlem uygulamasının vergi dairelerine yaygınlaştırılması ile bölge ve merkez network yapısının kurulması” şeklinde tanımlanabilmektedir (GİB 2019 Performans Programı, 2019: 18; Yiğit Şakar, 2011: 71). VEDOP Türkiye’nin e-devlet kapsamında uyguladığı projelerin en büyüklerinden biridir. Bu proje ile birlikte vergi idaresi, teknolojik olanakları mükelleflere sunan, mükelleflerini daha iyi tanıyan bununla birlikte vergi idaresi ödevlerini yerine getirmeyen mükellefleri daha etkili bir şekilde izleyerek yaptırım uygulayan bir yapıya kavuşturulmuştur. İnternet ortamında beyannamelerin gönderilmesiyle mükelleflerin ulaşım, posta ve arşivleme maliyetleri ortadan kaldırılarak mükelleflerin vergi idarelerine gelme ihtiyacı en aza indirilmek suretiyle vergiye uyumlarının kolaylaştırılması sağlanmıştır (Allahverdi, 2012: 179-180). Proje VEDOP I, II, III şeklinde

aşamalandırarak ve kapsamı her aşamada daha da genişletilerek kullanıma sunulmuştur (Kibar Bilginli, 2011: 175).

Proje “*Cebit-Eurasia 2002 – Bilişim*” etkinlikleri kapsamında TÜSİAD tarafından dağıtılmakta olan “e-Türkiye için e-devlet ödülleri” içinde yeni girişim alanları oluşturan kamu sektöründeki yönetimler tarafından sağlanan ve rekabet gücünü artıran, internet tabanlı toplumsal uygulamalardaki iyileştirmeyi teşvik etmeyi amaçlayan, yeni kitlelere hitap eden, “*Devletten Bireye*” kategorisinde büyük ödülü almıştır (GİB 2019 Performans Programı, 2019: 18).

Mükelleflere yönelik bilgilendirme hizmetleri ve müşteri memnuniyeti anlayışıyla mükelleflerde vergi bilincini sağlayarak vergiye gönüllü uyumun artırılması, kırtasiye ve bürokrasiden kaynaklanan maliyetleri önleyerek işgücü, zaman ve kağıt tasarrufunun ve vergi istihbaratının sağlanması, işlemlerde standardizasyonun sağlanması, inceleme ve denetim faaliyetlerindeki hızlanma ile vergi kayıp ve kaçaklarının önlenmesi, bilgi kanalları oluşturarak şeffaflığın temin edilmesi, kamu alacağının hızla tahsili ve sağlanan verilerden yararlanan etkin bir karar mekanizması oluşturulması bu projelerin hedefleri arasında sayılabilmektedir (Cenikli ve Şahin, 2013: 49).

4.2.4.3. İnternet Vergi Dairesi

İnternet vergi dairesi uygulamalarına 1999 yılında başlanmış ve Türkiye’de kamu idarelerinin şeffaflığı ve e-Devlet uygulamalarına dair atılan ilk ve en önemli adımlardan biri olmuştur (GİB 2019 Faaliyet Raporu, 2020: 20).

Mükelleflere bu uygulamayla, vergi dairesine gitmeden işlemlerini internet vergi dairesi aracılığıyla çok daha kolay ve hızlı yapma olanağı tanınmakta ve bununla birlikte vergi daireleri ve mükellefler açısından hem kaynak hem de zaman tasarrufu sağlanmaktadır. Mükellefler, bağlı oldukları vergi dairelerinden şifre, kullanıcı kodu ve parola alarak internet vergi dairesi tarafından sunulmakta olan talep, sorgulama, beyan, hesaplama, ödeme ve sonuç izleme gibi birçok işlemini vergi idaresine gitmeden yapabilmektedir (Cenikli ve Şahin, 2013: 45-46). Bununla birlikte mükelleflere T.C. kimlik numarasıyla giriş olanağı getirilerek, mükellefiyet gerektirmeyen hizmetlerden de yararlanmaları sağlanmaktadır (GİB 2018 Faaliyet Raporu, 2019: 23).

Bu kapsamda internet vergi dairesinden yararlanılacak hizmetlere birkaç örnek verecek olursak; “*Borcu Yoktur Yazısı*” ve “*Mükellefiyet Yazısı*” için istekte bulunulabilmekte ve işlemlerin basamakları ekrandan izlenebilmekte, Yeminli Mali Müşavirler (YMM), devamlı bilgi verme yükümlülükleriyle ilgili bilgi girişleri ve tasdik sözleşmeleriyle ilgili bildirimlerine dair işlemleri gerçekleştirebilmektedir. Mükellefler, e-beyanname uygulaması aracılığıyla gönderilmiş ve onaylanmış beyannamelerini sorgulayabilmekte; mükellefler, sistemden vergi levhası alabilmekte ve sorgulayabilmekte; vergi kimlik numarası sorgulaması yapabilmektedir (GİB 2018 Faaliyet Raporu, 2019: 24). 2016 yılında yaklaşık 3,1 milyon olan İnternet Vergi Dairesi kullanıcı sayısı her geçen gün hızla artarak 2020 yılında 5,3 milyon kişiye ulaşmıştır (GİB 2020 Faaliyet Raporu, 2021: 21).

4.2.4.4. E-Fatura, E-Beyanname, E-Tebliğ ve E-Defter Projeleri

Türkiye’de kayıtlı ekonomiye geçişi hızlandırmaya yönelik çalışmalar kapsamında 397 Sıra No.lu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği ile hayata geçirilen ve 5 Mart 2010 tarihinden bu yana uygulamaya konulan (<https://ebelge.gib.gov.tr/efaturahakkinda.html>, 2020) Elektronik Fatura (E-Fatura) uygulaması, VUK’a göre düzenlenmesi zorunlu olan faturaların elektronik ortamda düzenlenerek arşivlenmesine olanak sağlayan bir sistemdir. Sistemdeki bütün faturalama süreçleri (fatura oluşturulması, gönderilmesi, muhafazası ve istenildiğinde ibraz edilebilmesi) elektronik ortamda ve kağıt kullanılmaksızın gerçekleştirilmektedir. İstenilen koşulları taşıyan mükellefler e-fatura portalı (e-fatura.gov.tr) aracılığı ile veya bilgi işlem sistemlerini birleştirerek sistemi kullanabilmektedirler (Cenikli ve Şahin, 2013: 48). Yeni bir belge türü olmayan e-fatura, kağıt fatura ile aynı hukuki özelliklere sahip olmaktadır. Kağıt ortamdaki bir belge dijitalleştirilerek e- fatura ile elektronik ortama taşınmakla kalmamakta; bununla birlikte bir firmaya ait tüm işlem süreçlerinin de tam bir otomasyona geçmesi artık çok daha mümkün bir hal almaktadır. Bir mal veya hizmetin sipariş aşamasından ödeme veya tahsilat aşamasına kadar her safhasının e-fatura ile entegre edilmesi, e-faturadan beklenen zaman, emek ve maliyet tasarruflarını artırmaktadır. Zira işletmelerin en temel verilerine erişim e-fatura ile çok daha hızlı ve kolay bir hale gelmektedir (Doğan U., 2013: 85-92).

E-beyanname uygulamalarının amacı 30 Eylül 2004 Tarihli Resmi Gazete’de yayınlanan 340 No.lu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği ile birlikte “mükelleflerin vergilendirmeye ilişkin ödevlerini yerine getirmede, gelişen bilgi işlem teknolojilerinden yararlanmak, vergi beyannameleri ile bildirim ve eklerinin kolay, hızlı, ekonomik ve güvenilir bir şekilde idareye intikalini sağlamak, vergi beyannamelerinin doldurulmasındaki hataları en aza indirerek mükellef mağduriyetini önlemek, vergi dairesinin beyanname kabul, tarh, tahakkuk ve tahsilat işlemlerini azaltarak iş ve işlemlerini kolaylaştırmak ve diğer alanlarda mükellefe daha iyi hizmet vermesini sağlamaktır.” şeklinde belirtilmiştir (Kibar Bilginli, 2011: 177). Ayrıca mükellefler “444 0 435” nolu Çağrı Merkezi aracılığıyla yardım alabilmekte veya “ebeyanname@gelirler.gov.tr” adresine e-posta gönderebilmektedir (<https://ebeyanname.gib.gov.tr/ssss.html>, 2020). “444 0 435” nolu telefon hattından saat 08:00-24:00 arası hizmet veren Çağrı Merkezi, konusunda uzman personel ile mükelleflerin E-Beyanname göndermelerinde yaşadıkları tüm sorunlara çözüm üretmektedir (Türkay, 2013: 152).

1 Nisan 2016 tarihinde uygulamaya başlanan ve fiziki olarak yapılan tebligatla benzer sonuçları doğuran Elektronik Tebligat (E-Tebligat), “tebligatı yapan birim tarafından düzenlenen ve 213 sayılı Kanun hükümlerine göre tebliği gereken belgelerin, 456 ve 511 Sıra No.lu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliğlerinde yer alan açıklamalar doğrultusunda E-Tebligat sistemi ile mükelleflerin elektronik adreslerine tebliğ edilmesi” olarak tanımlanmaktadır. E-Tebligat, kişisel verilerin korunması ve bilgi güvenliğini sağlamakta, hizmetin kalitesini artırmakta, fiziki ortamda haftalarca süren tebligat işlemi elektronik tebligat sistemi ile saniyeler içinde gerçekleştirilmekte, E-Tebligat sistemiyle yapılan tebligatlar, kâğıt, zaman ve enerji tasarrufu sağlamakta, belgenin içeriğinin başkalarınınca değiştirilemeyeceğini garanti etmekte, fiziki ortamda yapılan tebligatlardan ücret alınırken E-Tebligat ile yapılan tebligatlarda ücret alınmamakta, elektronik tebligat sisteminde, tebligatın ne zaman yapıldığı, gönderen kurumun ve alıcının kim olduğu, gönderilen tebligatın ve eklerinin ne olduğu gibi bilgiler elektronik ortamda güvenilir bir şekilde saklandığı ve istenildiğinde görüntülenebildiği için herhangi bir uyuşmazlığa yer bırakmamakta ve mükellefin bilgilere hızlı ve kolay ulaşmasını sağlamaktadır (<https://gib.gov.tr/e-Tebligat>, 2020).

6102 Sayılı Türk Ticaret Kanunu kapsamında tutulan defter-i kebir ve yevmiye defterinin elektronik ortamda tutulması, kaynağının, bütünlüğünün ve değişmezliğinin doğruluğunun garanti altına alınması, bastırılmaksızın kaydedilmesi ve ilgililer yanında bir ispat aracı olarak kullanılabilmesine olanak tanıyan E-defter projesiyle hem mükellefler hem de vergi idaresi için büyük kolaylıklar sağlanmaktadır (Cenikli ve Şahin, 2013: 48).

2020 yıl sonunda e-fatura uygulamasını kullanmak için uygulamanın başından bu güne e-fatura düzenlemekte olan mükellef sayısı 332.400'e ulaşmış bulunmakla birlikte e-Fatura uygulaması üzerinden fatura sayısı 336.655.334 adettir. 2020 yılı sonunda alınan elektronik beyanname oranı %99,92 olmuştur (GİB 2020 Faaliyet Raporu, 2021: 88). 2020 yılı e-tebligat sistemi ile gönderilen tebligat sayısı 8.779.021 adettir. 2020 yıl sonunda uygulamanın başladığı günden bugüne e-defter uygulaması kapsamında bulunan mükellef sayısı ise 203.410 adettir (GİB 2020 Faaliyet Raporu, 2021: 93-95).

4.2.4.5. Vergi İletişim Merkezi (VİMER-189)

Vergi İletişim Merkezinin temeli, 22.11.2006 tarihinde atılmış olup; yenilik ve ilerleme hedefleri kapsamında Ankara ili pilot il seçilerek 25.12.2007 tarihinde hizmete başlamıştır. 1 Mart 2008 tarihinden bu yana ise tüm illeri ve yurt dışından alınan çağrılar da hizmet kapsamına dâhil ederek faaliyetlerini sürdürmüştür (GİB 2019 Faaliyet Raporu, 2020: 64). Vergi iletişim merkezinin (VİMER) hizmet saatleri hafta içi 09:00-19:00 saatleri arası olarak belirlenmekte, resmi tatil günlerinde hizmet verilmemekte ve telefon görüşmeleri ise şehir içi tarife görüşmeleri üzerinden ücretlendirilmektedir. Hizmet sağlamada devamlı gelişim ilkesini benimseyen, kalite ve teknoloji bakımından mükelleflere en yüksek yararı olacak hizmetleri sunmak ve mükellefin memnuniyetinin sağlaması amacı taşıyan Vergi İletişim Merkezi (VİMER); kendi uzman personelinden yararlanarak hizmet sağlayan kamunun profesyonel anlamda ilk çağrı merkezidir (Türkay, 2013: 151).

Vergi İletişim Merkezi, Türk Vergi Mevzuatına ilişkin konular hakkında sorulan soruları yanıtlayarak kuruluşundan bu yana etkin bir bilgi danışma hizmeti sunmaktadır. Mükelleflerin bazı özel durumlarıyla ilgili soruları ise Vergi İletişim Merkezince kayıt altına alınmakta ve ilgili soru kaydına yönelik gereken araştırmaların yapılmasından sonra mükellefler bilgilendirme amaçlı cevabın

iletilmesi için Vergi İletişim Merkezi tarafından aranmaktadır (Türkay, 2013: 152). Ayrıca Vergi İletişim Merkezi (VİMER) tarafından danışmanlık hizmetinden ziyade borç sorgulama, ihbar bildirimlerinin alınması, mükellef geri bildirim sistemi gibi çeşitli hizmetlerde sunulmaktadır (GİB 2018 Faaliyet Raporu, 2019: 83; Cenikli ve Şahin, 2013: 47).

VİMER'in vergi bilincinin geliştirilmesi ve vergi gönüllü uyum kapsamında mükelleflere sunduğu bir diğer hizmeti ise; yaşlı, engelli ve hastalığı sebebiyle vergi dairesine gidemeyecek durumda olan vergi mükelleflerinin, gayrimenkul sermaye iradı gelirlerine ait vergi beyannamelerinin doldurulması konusunda yardım alabilme hizmetinin oluşturulmuş olmasıdır. Bu konudaki randevu talebinin VİMER'e iletilmesi gerekmektedir (Başaran Yavaşlar, 2017: 73).

Vergi İdaresi vergi borçlarının zamanında ödenmesi için bir bilinç oluşturmak amacıyla amme alacaklarının tahsilatı için cebri takibata başvurmadan önce telefon ile bilgilendirme mekanizmasından etkin olarak yararlanılmasını sağlamak için VİMER tarafından borçlu mükellefler aranmakta hak ve yükümlülükleri ile borç miktarı hakkında bilgilendirilmektedir (GİB 2019 Faaliyet Raporu, 2020: 66).

VİMER (Vergi İletişim Merkezi)'de 2020 yılı içerisinde cevaplanan çağrı sayısı 890.743'dür. 31 Aralık 2020 tarihine kadar toplam çağrı sayısı 8.025.105'tir. 2020 yılı için mükelleflerin ilk aramasında doğrudan cevaplanan çağrı ortalaması ise % 97,48'dir (GİB 2020 Faaliyet Raporu, 2021: 83).

4.2.4.6. Kısa Mesaj Bilgilendirme Sistemi (KMBS-1189)

Kısa Mesaj Bilgilendirme Sistemi (KMBS) vergi idaresince sistem kullanıcıları tarafından sorgulama yapılarak yanıt alınmasına ya da mükelleflere ait verilerin otomatik bildirimle iletilmesine hizmet eden servistir (GİB 2019 Faaliyet Raporu, 2020: 65). Bu sistem ile Trafik Para Cezası Borcu Sorgulama, Motorlu Taşıtlar Vergisi Miktarı Hesaplama, Haber Bildirim Aboneliği, Motorlu Taşıt Vergisi Borç Sorgulama hizmetleri de sağlanmaktadır (Cenikli ve Şahin, 2013: 47-48).

Vergi borcu olan mükellefler GSM operatörleri aracılığıyla 1189 kısa mesaj bilgilendirme servisini kullanarak vergi dairelerine olan borçlarıyla ilgili bilgileri edinebilmektedirler (GİB 2019 Faaliyet Raporu, 2020: 65). Ayrıca Vergi idaresi

tarafından belirlenen sürekli ve süreksiz yükümlülüklerden dolayı vadesi geçmiş vergi borcu olan mükelleflerle ilgili cebri tahsilat aşamasına geçilmeden önce son kez bilgilendirme yapılması, mükelleflerin vergi mevzuatından doğan hak ve ödevleri hakkında doğru, zamanında ve tam olarak bilgilendirilmesi, e-tebligat sisteminden gönderilen belgelerle ilgili bilgilendirme yapılması için mükelleflere SMS gönderilmektedir (GİB 2018 Faaliyet Raporu, 2019: 84).

2020 yılında sanal pos, Kurumsal Elektronik Tebligat Sistemleri Projesi (KETSİS), e-tebligat, Kamu Alacakları Tahsil Projesi (KATP), e-sınav, iş takip, interaktif, bilgilendirme kapsamında toplamda 55.866.331 adet SMS gönderilmiştir (GİB 2020 Faaliyet Raporu, 2021: 84).

4.2.4.7. Elektronik Posta (E-Posta) Bilgilendirme Sistemi

Mükellef odaklı hizmet anlayışının bir parçası olarak vergi idaresi tarafından hizmete sunulan 31 Aralık 2020 tarihi itibarıyla abone sayısı 671.514 olarak gerçekleştirilen e-Posta bilgilendirme hizmeti aracılığıyla vergi mevzuat ve uygulamalarına dair internet sitesi üzerindeki her yenilik ve her türlü güncel bilgi sisteme abone olan kullanıcılara ücretsiz ve anında gönderilmektedir (GİB 2020 Faaliyet Raporu, 2021: 24). Vergi Kanunları, Genel Tebliğler, Yönetmelikler, Sirküler, Genelgeler, Gelir İdaresi'nden haberlerin yanında hedef ve faaliyet sonuçları, vergi istatistikleri de üyelere ücretsiz gönderilmektedir. Mükellefler "abone@gelirler.gov.tr" adresine e-postalarını ileterek bu uygulamadan yararlanabilmektedirler (www.gib.gov.tr, 2021).

Mükelleflerin kendilerine ulaştırılmış olan güncel bilgiler yardımıyla hata yapma olasılıklarının azalması ve bu durumun vergiye karşı tutumlarına olumlu yönde yansmasıyla birlikte vergi bilincinin artırılabilmesi sağlanmaktadır (Cesur ve Çelikkaya, 2014: 9).

4.2.4.8. Vergi İdaresi Mobil Uygulamaları

GİB İnteraktif Vergi Dairesi Mobil Uygulaması, Vergi İdaresi tarafından sunulan hizmetlerden bazılarını mobil cihazlardan erişilebilirliği sağlamak amacıyla 2015 yılında uygulamaya başlanan GİB Mobil, 2018 yılında İnteraktif Vergi Dairesinin Mobil uygulamasına dahil edilmiştir (GİB 2018 Faaliyet Raporu, 2019: 25).

Vergi İdaresi internet sayfasında bulunan hizmetlerden bazılarını mobil cihazlar aracılığıyla erişilebilirliği sağlayan GİB İnteraktif Vergi Dairesi (İVD) Mobil uygulaması yardımıyla kullanıcılara; vergi mevzuatı, vergi takvimi, vergi haberleri, rehberler ve broşürler, yararlı bilgiler, sıkça sorulan soru ve cevaplar, istenilen vergi dairesi için yol tarifi ve tüm vergi dairelerinin listesine ulaşabilmeleri, en yakın vergi dairelerini harita üzerinde görüntülemesini sağlayan hizmetler sunulmaktadır. 31 Aralık 2020 tarihine kadar GİB İnteraktif Vergi Dairesi Mobil uygulaması kullanıcı sayısı 1.667.745 olarak gerçekleşmiştir (GİB 2020 Faaliyet Raporu, 2021: 24).

GİB BUİS (Bandrollü Ürün İzleme Sistemi) Uygulaması, Vergi İdaresi başkanlığınca ithalatçı firmaların takibine yönelik hizmet veren Bandrollü Ürün izleme Sistemi ya da tütün mamulleriyle alkollü içki ürünleri sektöründe faaliyet gösteren üretici kapsamında geliştirilen, “GİB BUİS” uygulaması aracılığıyla denetim süreçlerine tüketicilerin aktif katılımı sağlanarak, almış oldukları ürünün üstünde bulunan bandrolü kontrol edebilme olanağı getirilmiştir. Bu ürünlerin kontrolü aynı zamanda internet sitesi (www.buis.com.tr) ve SMS aracılığıyla da yapılabilmektedir (GİB 2019 Faaliyet Raporu, 2020: 23).

4.2.4.9. Vergi İdaresi Sosyal Medya Kullanımı

Mükellefler ile vergi idaresi arasındaki ilişkilerin güçlenmesinde görsel işitsel medya araçlarının kullanımı büyük bir öneme sahiptir. Mükelleflerin ödüllendirilmeleri ve cezalandırılmaları değerlendirilerek vergisel düzenlemeler yapılması ve yapılan düzenlemelerin sosyal medya üzerinden paylaşımı sağlanabilmektedir. Bu nedenden dolayı mükellef bakımından zamanın iyi yönetildiği ve tahsilât aşamasında da rahatlık sağlayan bir vergilendirmeye ulaşılabilmektedir. Vergi tahsilatı ve vergilendirme işlemleri için sosyal ağlar katkı sağlaması mümkün alanlardır. Sosyal medya bir iletişim aracı olmakla beraber aynı zamanda bir uzaktan eğitim aracı işlevi de görmektedir. Bu gün birçok vergisel duyuru (yayımlanan tebliğler, taslak tebliğler, bildirim/beyanname süre uzatmaları vb.) sosyal medya üzerinden de yapılmaktadır (Doğan U., 2015: 24). Twitter aracılığıyla vergi idareleri vergilerle ilgili bildirim ve hatırlatmalarda bulunarak gerekli açıklamalar yapmaktadır. “YouTube” üzerinden mükelleflerine beyannamelerin nasıl doldurulacağını anlatmaktadır. Özellikle gençler sosyal

medya üzerinden bilinçlendirilerek kayıt dışı ekonomi ile mücadele edilmektedir. “Twitter” üzerinden beyanname dönemlerinde vergi idareleri tweet atarak; beyannamelerin doldurulmasına ilişkin mükelleflere tavsiyeler vermektedir. Yine sosyal medya üzerinden mükellef haklarına ilişkin bazı hatırlatmalar yapılmakta ve “Facebook” üzerinden mükellefler idare karşısındaki hakları hakkında birbirleriyle paylaşımda bulunmaktadır. Meslek mensupları da “blog”larda vergisel konular hakkındaki düşüncelerini yazarak çözüm önerilerini tartışmaktadır (Egeli ve Diril, 2014: 42-44).

Vergi idareleri sosyal medyadan mükelleflerle iletişimi güçlendirmek, yeni kitlelere ulaşmak, kitleler arasında tanınırlığı artırmak, kurumsal hesaplar oluşturarak işlemleri hızlandırmak gibi birçok amacı gerçekleştirmek için yararlanabilmektedir. Bu çerçevede kabul edilebilir, anlaşılabilir, kolektif bir sistem uygulanmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Ayrıca sosyal medya araçlarının yardımıyla vergi idareleri de güncel bilgileri takip ederek diğer vergi idarelerinin tecrübelerinden de faydalanabilmektedir (OECD, 2011).

Ülkemiz Vergi İdaresi de günümüzde gerektirdiği şekilde her türlü doküman, güncel haber, video ve resim paylaşımlarıyla kamuoyu ve mükellefleri sosyal medyada (Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn, Youtube) aktif bir şekilde bilgilendirmektedir (GİB 2018 Faaliyet Raporu, 2019: 26). Özellikle en çok tanınan sosyal medya araçları vergisel yükümlülüklerin hatırlatılması ve vergi alanındaki gelişmelerin duyurulması amacıyla kullanılmaktadır. Doğru bilgiye hızlı ulaşma, vergi bilincini ve gönüllü vergi uyumunu artıran bir faktördür ve bu amaçla yararlanılabilecek en önemli alan sosyal medya olarak görülmektedir (Teknoloji ve vergi, 2017).

Vergi İdaresi kurumsal sosyal medya hesapları ise onaylanmış (mavi tikli) sosyal medya hesaplarıdır. Bu sosyal medya hesaplarına facebook “Facebook/gib.sosyalmedya”, instagram “Instagram/gib.sosyalmedya”, Twitter “Twitter/gibsosyalmedya”, youtube “Youtube/gibsosyalmedya”, LinkedIn “LinkedIn/company/gibsosyalmedya” hesapları üzerinden erişim sağlanabilmektedir (www.gib.gov.tr, 2021). Sosyal Medya Birimi ise Gelir İdaresi Başkanlığı’nın Mükellef Hizmetleri Daire Başkanlığı’nın altında örgütlenmiştir.

31 Aralık 2020 tarihi itibarıyla Facebook takipçi sayısı 104.493, Instagram takipçi sayısı 79.903, LinkedIn takipçi sayısı 4.009, Twitter takipçi sayısı 83.925,

Youtube takipçi sayısı 3.160, Youtube izlenme sayısı 2.478.898'dir (GİB 2020 Faaliyet Raporu, 2021: 25).

4.2.4.10. Mükellef Geri Bildirim Sistemi

Bu sistem vergi mevzuatı ve uygulamalarına ilişkin olarak vatandaşların görüşleri ve önerilerinin alınması amacıyla Vergi İdaresi tarafından oluşturulan bir sistemdir. Vatandaşlar vergi mevzuatı ile ilgili aksaklık ya da geliştirilmesi olanaklı alanlarla ilgili olarak sisteme girebilmekte ve önerileri ile görüşlerini Vergi İdaresi'ne aktarma olanağı bulmaktadırlar (GİB Mükellef Geri Bildirim Sistemi, 2019). Tüzel kişi ve gerçek mükellefler vergi idaresinin hizmetlerine ilişkin görüşlerini, internet sitesinde (www.gib.gov.tr) bulunan "Mükellef Geri Bildirim Sistemi" link aracılığıyla veya adres çubuğuna "<http://intvd.gib.gov.tr/>" yazarak ve erişim sağlayarak iletebilmektedirler (Türkay, 2013).

Vergi İdaresince sağlanan hizmetlerin daha verimli, etkin ve kaliteli olarak gerçekleştirilmesini sağlayarak mükelleflerin gönüllü vergi uyumlarının artırılması amacıyla 2016 yılında hizmete açılmış olan bu sistem (GİB, 2019) ile birlikte gerçek ve tüzel kişi mükelleflerden teşekkür, öneri, şikayet ve soru olarak dört kategori üzerinden geri bildirim alınabilmektedir. Mükelleflerce bildirilen memnuniyet, öneri, talep ve sorunlar değerlendirilmekte, ilgili birimlere aktararak sonuçlar izlenmektedir. Bu sistem vergi mükelleflerinin iyileştirme süreçlerine katılımı için önemli bir araç sayılmakta ve gelen geri bildirimler ile önerilerin etkin bir şekilde değerlendirilmesinin, hizmetlerde kalitenin, verimliliğin ve etkinliğin iyileştirilmesine büyük katkıları olmaktadır (GİB 2019 Faaliyet Raporu, 2020: 66; Türkay, 2013). Vergi İdaresince etkili iletişim faaliyetlerinin yürütülmesi toplumda vergi bilincinin ve vergi ahlakının oluşmasına büyük katkı sağlayacaktır (Güner, 2008: 42).

4.3. Türk Vergi İdaresinde Mükellefi Bilgilendirme Amaçlı Yürütülen Faaliyetler

Vergi idareleri mükellef odaklı yapılanmayı benimsemeleriyle birlikte mükelleflerin talep, beklenti ve ihtiyaçlarının belirlenmesi, mükelleflere bilginin zamanında ve eksiksiz olarak sunulmasının sağlanması ve toplumsal farkındalığı

artırmak için yaptığı çalışmalar vergi bilincini artırmak ve vergiye gönüllü uyumu sağlamak için oldukça önemli adımlardır (GİB 2020 Faaliyet Raporu, 2021: 80). Yapılan hizmetler kadar bunların vatandaşlara duyurulmasının sağlanması ve mükellefin bilinç ve uyumunun artırılması için yapılan faaliyetlerin etkinliği de önem arz etmektedir. Bizde çalışmanın bu kısmında bu faaliyetleri ele alacağız.

4.3.1. Rehber, Broşür ve Afişlerin Hazırlanması

Mükelleflerin vergiye ilişkin çeşitli konular hakkında bilgilendirilmesi ve vergiye ilişkin yükümlülüklerini yerine getirirken doğru bilgiye erişiminin sağlanması amacıyla görsel ve yazılı yayınlar hazırlanmaktadır. Mükelleflere yönelik olarak hazırlanan rehber ve broşürler internet sayfasında (www.gib.gov.tr) yayınlanmakta ve vergi daireleri ile meslek odaları vasıtasıyla mükelleflere ulaştırılmaktadır (Türkay, 2013: 152). Hazırlanmış olan bu broşür ve rehberler aracılığıyla doğru bilgiye mükelleflerin kısa yoldan erişebilmesi sağlanmakta ve bununla birlikte mükellefin vergi bilincinin oluşturulmasına da katkı sağlanmaktadır (Cesur ve Çelikkaya, 2014: 9).

Vergi idaresinin mükellef vergi bilincini geliştirmek için yaptığı çalışmalardan broşürlere; işe başlama/bırakma ve değişiklik bildirim broşürü, kira geliri için yıllık gelir vergisi broşürü, elektronik tebligat sistemi broşürü, interaktif vergi dairesi broşürü gibi broşür çeşitleri örnek verilebilmektedir. Broşürlerde ilgili konu üzerine mükellefin sorun yaşayabileceği alanlar başlıklar halinde açıklanmakta veya mükellefin işlemi nasıl uygulayacağı anlatılmaktadır. Bu durum mükellefin bilgiye erişimini kolaylaştırmakla birlikte ve vergi bilincine olumlu katkılar sağlayabilmektedir (www.gib.gov.tr, 2020).

Türk Vergi İdaresi tarafından mükelleflerin vergi bilinçlerinin artırılması açısından yaptığı çalışmalardan biri olan vergi afişlerinin bütüncül bir açıdan bakıldığında ödül ve ceza mekanizmaları yerine gelecek tasavvuru vurgulanarak verginin içselleştirilmesi üzerinde durulmaktadır. Vergi afişlerinde koşullu cümlelere yer verilmemekle birlikte değer çekiciliğine vurgu yaparak vergi ödemenin değerli bir şey olduğu hissi oluşturulmak istenmektedir. Vergi afişlerinde sıklıkla kullanılan vergi ve gelecek kavramları ile bireylerin kendilerini devletle bütünleştirmeleri istenerek karşılıklı saygı, güven esasına bağlı karşılıklı psikolojik sözleşme olduğu gerçeğine vurgu yapılarak uzun dönemde bireylerin

vergiyi içselleştirmelerine ilişkin görsellerin kullanıldığı görülmektedir (Kitapçı, 2017: 462).

Vergi idaresi tarafından yayınlanan vergi afişleri mükelleflerin vergi psikolojilerini önemli ölçüde etkileyerek vergi bilincinin yükselmesini sağlamakta ve vergiye gönüllü uyumu kolaylaştırmaktadır. İçerisinde mükellefe vermek istenilen mesajları ve bilgileri barındıran görsel bir materyal olan vergi afişlerinin mükelleflerin vergi algı ve vergi psikolojisini etkilediği düşünülmekte ve genellikle vergi haftası etkinlikleri kapsamı içerisinde yayınlanarak vergi bilincinin geliştirilmesi ve gönüllü vergi uyumunu artırmada önemli bir yeri olduğu düşünülmektedir (Akbaş, 2019: 56).

Yayınlanan vergi afişleri değerlendirildiğinde, vergi eğitime çocuk yaşlarda başlanılmasının gerekliliği, ülkenin kalkınması için verginin gerekliliği, yapılan alış-verişler sonrası fiş/fatura almanın önemi gibi kavramlara vurgu yapılması verginin öneminin mükelleflere benimsetilmesinde vergi afişlerinin önemli bir etkisi olduğunu ortaya koymaktadır (www.gib.gov.tr, 2020).

2020 yılı Vergi Haftası kapsamında "*Vergi Güçtür*" sloganıyla hazırlanmış olan genel afiş 81 ildeki vergi dairesi başkanlıklarıyla defterdarlıklarda, öğrenciler için "*Gözümüz Yükseklerde Geleceğimiz Vergilerimizde*" sloganıyla hazırlanmış olan afiş ilk ve ortaöğretim okullarına asılmıştır (<https://uzmanpara.milliyet.com.tr/haber-detay/gundem2/vergi-haftasi-basladi/98000/98907/>, 2020).

4.3.2. Vergi Haftası Etkinlikleri

1990 yılından bu yana her yıl şubat ayının son haftası verginin toplumun bütün kesimlerine benimsetilebilmesi için ve gönüllü vergi uyumu sağlanarak ödeme alışkanlığının artırılmasına yönelik olarak ülkemizde "Vergi Haftası" olarak kutlanmaktadır (GİB 2019 Faaliyet Raporu, 2020: 62).

Zamanla bu çalışmaların kapsamı daha da genişletilerek vergi haftası boyunca PTT ile işbirliği yapılarak yurtiçi posta gönderilerinde vergiyle ilgili söylemlere yer verilmekte, Milli Piyango İdaresi Genel Müdürlüğü ile iletişime geçilerek Milli Piyango çekilişine ait biletlerin üzerinde Vergi Haftasına ait mesajlar verilmektedir. Futbol müsabakaları sırasında takımların sahaya vergi konulu afişler ile birlikte çıkmaları sağlanmakta, büyük illerde yer alan sinema

salonlarında reklamlar, internet sitelerinde, yerel televizyonlarda banner reklamları yayınlanarak hava alanlarında banner reklamları yapılmaktadır. Ayrıca Türkiye geneli mükellef memnuniyet anketleri yapılmaktadır (GİB 2013 Faaliyet Raporu, 2014: 42-43).

24 Şubat - 1 Mart 2020 tarihlerinde gerçekleştirilmiş olan 31. Vergi Haftası kapsamında, vergi bilincinin çocuklar ve genç nesillerde oluşmasını sağlamak ve toplumun bütün kesimlerine benimsetilmesi için hem merkez hem de taşra teşkilatında mükelleflere, öğrencilere ve kamuoyuna yönelik 81 il kapsamında birçok etkinlik düzenlenmiştir. Vergi Haftası kapsamında 81 ilde gerçekleştirilmiş olan etkinlikler hakkında bilgilerle görseller “www.vergihaftasi.gov.tr” internet sayfası aracılığıyla tüm kamuoyuyla paylaşılmaktadır (www.gib.gov.tr, 2020).

2020 yılı Vergi Haftası etkinlikleri kapsamında vergi sloganlarının yer verildiği 86.000 adet kağıt afiş basılmış ve vergi haftasının kutlandığı haftada 81 ilde okullara, vergi dairelerine, vatandaşların/mükelleflerin ziyaret ettiği yerlere, meslek odalarına asılmaları sağlanmış; Gelir ve Kurumlar Vergisi rekortmenleri işyerinde ziyaret edilerek kendilerine çalışmalarından dolayı teşekkür edilmiş, 405 okul ziyareti gerçekleştirilmiş ve 19.491 öğrenciye hem vergi konusunda bilgilendirme hem de kurum tanıtımı yapılmıştır. Kamu kurumlarına ait 165 outdoor TV ekranında banner/slider ve afiş görselleri yayınlanmış ve 6.081.785 öğrenciye vergi bilincini geliştirme eğitimleri verilmiştir. 156 YMM ve SMMM meslek odası ziyaret edilmiş ve üniversitelerde 29 stant kurulması sağlanmış, 12 panel/konferans düzenlenerek mükellef hakları, vergi bilinci, kayıt dışı ekonomi gibi konular hakkında bilgilendirme yapılmıştır (GİB 2020 Faaliyet Raporu, 2021: 83).

4.3.2.1. Vergi Konulu Toplantı, Konferans ve Ziyaretler

Vergi bilincinin kamuoyunda oluşturulması, verginin toplumun bütün kesimlerine benimsetilmesi ve gönüllü vergi ödeme alışkanlığının artırılması için vergi haftasında farklı okul ve üniversite öğrencileri vergi dairelerini ziyaret edebilmekte ve yapılan işlemleri yerinde görebilmektedir. Yine 24 Şubat-01 Mart 2020 tarihlerinde kutlanan 31. Vergi Haftası etkinlikleri çerçevesinde; bazı okul öğrencileri davet edilerek İstanbul Vergi Daire Başkanlığını ziyaret etmişlerdir. Ziyarette bulunan öğrencilere çeşitli hediyeler dağıtılarak verginin önemine dair

bilgiler verilmiştir. Vergi Dairesi Müdürlüklerinde servisler gezdirilerek vergi dairesinde yapılan işlemleri yerinde görmeleri sağlanmış, yapılan iş ve işlemlere ilişkin bilgiler verilmiştir (<https://ivdb.qib.gov.tr/31-vergi-haftasi-ogrencilerin-baskanligimizi-ziyareti>, 2020).

Türkiye'nin genelinde yer alan ödeme, beyan ve diğer vergisel yükümlülüklerini eksiksiz ve zamanında gerçekleştiren gönüllü uyum düzeyi yüksek mükellefleri iş yerinde ziyaret ederek sunulan hizmetler doğrultusunda öneri ve görüşleri alınmaktadır (<https://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/vergi-haftasi-basladi-41453942>, 2020).

Türk Vergi İdaresi görevlileri 31. Vergi Haftası etkinlikleri çerçevesinde okul ve üniversitelere ziyaretler düzenlemekte ve vergi konulu konferans ve seminerler vererek öğrencileri vergi konusunda bilinçlendirme çalışmaları yürütmektedir. 81 il kapsamında öğrenciler okullarında ziyaret edilerek vergi hakkında bilgilendirilmeleri gerçekleştirilmiştir. Tüm Türkiye genelinde Milli Eğitim Bakanlığı ile birlikte okullarda vergi bilincini geliştirme eğitimleri verilmiştir (<https://uzmanpara.milliyet.com.tr/haber-detay/gundem2/vergi-haftasi-basladi/98000/98907/>, 2020). Üniversitelerde düzenlenen konferanslarda genellikle vergi haftasının toplumda vergi ödeme alışkanlığının geliştirilmesi, vergi bilincinin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması, kayıt dışı ekonomiyle mücadele konusunda girişimlerin yapılması gibi amaçlarla kutlandığı belirtilerek farkındalık yaratmak için birçok etkinlik yapıldığı ve Türkiye'nin geleceği için verginin çok önemli bir yerinin olduğu öğrencilere aktarılmaktadır (Öztürk, Eroğlu, Çomaklı ve Demirci, 2019).

4.3.2.2. Vergi Konulu Yarışma Organizasyonları

Toplum genelinde vergi bilincinin oluşturulması, verginin öneminin toplumun bütün kesimlerine benimsetilmesi ve gönüllü vergi uyumun artırılması için şubat ayının son haftası çeşitli etkinliklerle kutlanan vergi haftası kapsamında Gelir İdaresi Başkanlığı ve Milli Eğitim Bakanlığının birlikte yürüttüğü ortak çalışmalar sonucunda genç nesillerde vergi kavramını oluşturmak ve vergi bilincinin daha küçük yaşlarda yerleşmesini sağlamak amacıyla vergi konulu afiş, şiir, resim, kompozisyon yarışmaları gerçekleştirilmektedir. İlkokul öğrencileri resim dalındaki yarışmaya, ortaokul öğrencileri şiir dalındaki yarışmaya, lise ve dengi

okul öğrencileri ise afiş ve kompozisyon yarışmasına katılabilmektedir. İller kapsamında her dal için derece alan eserler belirlenmekte ve bu eserler Ankara’da Milli Eğitim Bakanlığı temsilcilerinden oluşan komisyonca değerlendirilerek her dal için Türkiye’de derece alan eserler belirlenmektedir. İlk üç derecede yer alan öğrencilere ve branş öğretmenlerine düzenlenen ödül töreni ile başkanlık tarafından plaket ve para ödülü verilmektedir (<https://gib.gov.tr/mukellef-hizmetleri/etkinlikler/yarismalar>, 2020).

Bu ve benzeri çalışmaların arttırılmasıyla geleceğimizin teminatı olan gençlerimizin ve çocuklarımızın genç/çocuk yaşta vergi bilincinin aşılması ve vergiye bakış açısının değişmesi bakımından olumlu etkiler oluşturmak vergi konusunda daha da bilinçlendirmek amaçlanmaktadır (Çember, 2013).

4.3.2.3. Üniversitelerde Stantlar Kurulması

Üniversitelerde “vergi” konulu bilgilendirme stantları kurularak öğrencilere kariyer imkânları, istihdam, vergi bilinci ve kayıt dışı ekonomi gibi konular hakkında bilgilendirme yapılmaktadır (Vergi haftası başladı, 2020). Yine öğrencilere vergi hakları, gönüllü vergi ödemeleri ve vergi alışkanlıkları hakkında bilgi verilmektedir. Öğrencilere verginin ülkemiz kalkınmasındaki önemini anlatarak toplumun bütün kesiminde vergi bilincinin geliştirilmesi ve gönüllü vergi ödeme alışkanlığının artırılması için her yılın şubat ayının son haftasını “Vergi Haftası” olarak kutlandığı belirtilmektedir (Günaydın, 2019).

4.3.3. Kayıt Dışı Ekonomiyle Mücadele Stratejisi Eylem Planı

Kayıt dışı ekonomiyle mücadele konusu gerek vergiye gönüllü uyum gerek mükellef hakları ve toplumda vergi bilincinin artırılması ile bazen doğrudan bazen de dolaylı olarak ilgili bulunduğu için önem arz etmektedir (Türkay, 2013: 160). Kayıt dışı ekonomi, kayda geçirilmeyen ya da geçirilemeyen, devletten gizlenen ve bundan dolayı da denetlenemeyen faaliyetler şeklinde tanımlanabilmektedir. Bu bakımdan bazı kayıt dışı ekonomik faaliyetler yasaklanmamış bir faaliyetin bilinçli olarak kayıtlara geçirilmemesi dolayısıyla vergilendirilmemesi şeklinde meydana gelmekteyken bazıları da yasadışı faaliyetler olarak ortaya çıkmaktadır. Ekonomide kayıt dışılığın artmasıyla birlikte mükelleflerin gönüllü vergi uyumu azalmakta, gelir dağılımında denge bozulmakta, kurumlar ve kişiler arasında

haksız rekabet meydana gelmekte, toplumsal değerler ve vergi bilinci aşınmaktadır (Kayıt Dışı Ekonomiyle Mücadele Eylem Planı 2019-2021).

Gelir İdaresi Başkanlığı koordinasyonu kapsamında kamu kuruluş ile kurumlarının işbirliği ve sorumluluğuyla ilk eylem planı olan ve (2008-2010) döneminde uygulanan “Kayıt Dışı Ekonomiyle Mücadele Stratejisi Eylem Planı” yayımlanmıştır. Böylece denetim kapasitesinin güçlendirilmesi, veri tabanı paylaşımı ve toplumsal farkındalığın artırılması, mükelleflerin gönüllü uyumunun artırılması, yaptırımların caydırıcılığının artırılması amacıyla Ekonomi Koordinasyon Kurulunda görüşülerek Gelir İdaresi Başkanlığının “www.gib.gov.tr” internet adresi üzerinden yayımlanan, “Kayıt Dışı Ekonomiyle Mücadele Stratejisi Eylem Planı (2011-2013)” hazırlanmıştır (Türkay, 2013: 160). Ardından “Kayıt Dışı Ekonominin Azaltılması Programı Eylem Planı (2015-2017)” yürürlüğe girmiş ve uygulanmıştır. Daha sonra ilgili sivil toplum kuruluşlarının ve kamu kuruluş ve kurumları önerilerinin de değerlendirilerek Kayıt Dışı Ekonomiyle Mücadele Stratejisi Eylem Planı (2019-2021) hazırlanarak Nisan 2019 itibarıyla uygulanmaya başlanmıştır (Kayıt Dışı Ekonomiyle Mücadele eylem Planı 2019-2021).

Bu eylem planları çeşitli afiş ve kamu spotları ile desteklenmekte ve “<http://www.kayitliekonomiyegecis.gov.tr/>” internet adresi üzerinden toplumsal vergi bilincinin oluşturulabilmesi için pek çok alanda kamuoyuna duyurulmaktadır (www.kayitliekonomiyegecis.gov.tr, 2020).

4.3.4. Çocuklarda Vergi Bilinci Geliştirme Eğitimi Projesi **(www.vergibilinci.gov.tr)**

Ülkemizde yaşanan kayıt dışı ekonomi sorunu, vergiye karşı var olan direnç ve insanların iç dünyalarında var olan ve sosyolojik/ psikolojik olarak irdelenmesi gereken kayıt dışı faaliyetlerde bulunma alışkanlığının temelinde yatan belki de küçük yaşlarda çocuklara gerekli bilgilendirmenin yapılamamış olmasından kaynaklanmaktadır. Çocuklara öğrenme çağında, devletin vatandaşlara kaliteli hizmet sunabilmesi için verginin bir kültür olarak algılanması gerektiğinin ve vatandaşların vergilerini tam ve zamanında ödemesi gerektiğinin yeterince anlatılması gerekmektedir (Türkay, 2013: 159).

İlk önce ilköğretim çağındaki öğrencilerden başlanarak toplumda yer alan bütün bireylerin vergi konusunda bilgilendirilmeleri amacıyla Milli Eğitim Bakanlığı ve Gelir İdaresi Başkanlığı arasında işbirliği yapılarak çocuklarda vergi bilincini geliştirmek için internet sayfası ve eğitim-öğretim materyali hazırlanması için bir protokol imzalanmıştır. Bu projeyle birlikte çocukların vergiyle ilgili olumlu tutum oluşturmaları veya var olan durumlarını olumlu olarak değiştirmeleri amaçlanmaktadır (Çakır, 2010: 18).

Projenin hedef kitlesi ilk olarak ilköğretim okullarında 3,4 ve 5. Sınıflarda öğrenim gören 10-12 yaş grubu öğrencilerdir. 2008 yılında proje kapsamında öğrencilerin kullanımına açılmış olan “VerGİBilir” internet sitesine (www.vergibilir.gov.tr) (GİB 2012 Performans Programı, 2012: 68) daha sonra “vergi bilinci” internet sitesi “www.vergibilinci.gov.tr” adresi üzerinden erişim sağlanmıştır. Projeyle esas olarak çocukların vergiyle ilgili olumlu tutum oluşturmalarını veya var olan tutumlarını olumlu olarak değiştirmeleri amaçlanmaktadır. Proje ile ilköğretim çağında bulunan çocukların gelişim düzeylerine uygun bir şekilde vergi hakkında bilinçlendirilmesi ve konuya ilişkin duyarlılık kazanmaları hedeflenmektedir (Türkay, 2013: 159).

“Vergi nedir, kimler vergi öder, vergilere neden ihtiyaç duyulmaktadır, toplanan vergiler nerelerde ve nasıl harcanmaktadır, vergi toplama ve harcamaları nasıl denetleniyor” vb. soruların cevabı çocuklara sitede yer alan hikayeler, yarışmalar, şarkılar ve oyunlarla anlatılmaktadır. Vergi idaresinin internet sitesi aracılığıyla da erişilebilen sitede ilköğretim çağında yer alan çocukların okul ve aile sevgisi, beslenme ve temizlik alışkanlıklarının geliştirilmesi ve vergi bilincinin oluşturulması amaçlanmaktadır. “*Keloğlan'ın Kumbarası*”, “*Nasrettin Hoca Bindiği Dalı Neden Kesti*” ve “*Fişini Alan Düdüğünü Çalar*” masallarıyla çocuklara vergi verilmemesi durumunda neler olacağı, vergi gelirleriyle devletin ne tür hizmetler yaptığı, vergilerin nasıl toplandığı anlatılmaktadır (Ünal, 2013).

2020 yılında Türkiye genelinde 1. kademe (3 ve 4. sınıflar), 2. kademe (5, 6, 7 ve 8. sınıflar) ve 3. kademe (9, 10, 11. sınıflar) olmak üzere toplam 3.754.105 öğrenciye Eğitim Bilişim Ağı üzerinden Vergi Bilinci Geliştirme Eğitimleri verilmiştir (GİB 2020 Faaliyet Raporu, 2021: 84).

4.3.5. Vergi İdaresi Personellerinin Eğitimi

Vergi İdaresi vergi dairesinde çalışan personelinin daha etkin ve verimli şekilde çalışmasını sağlamak amacıyla hizmet içi eğitim faaliyetleri düzenlemektedir. 2019 yılında başkanlık tarafından açıklanan faaliyet raporunda yer alan hizmet içi eğitim kapsamında düzenlenen etkinliklere bakıldığında; yeni programların hayata geçirilmesi, bütün Defterdarlıklara bağlı Gelir Birimleri ve Vergi Dairesi Başkanlıklarında uygulanmakta olan otomasyon uygulamaları programlarının (İnternet vergi dairesi uygulamaları, YBS, e-VDB, MTV, e-beyanname, GİBİNTRANET Uygulamaları vb. konularda) kullanılmasından kaynaklanan sorunların giderilmesi, kullanıcı bilgilerinin güncelleştirilerek daha kaliteli hizmet sunulması için bu programları kullanan merkez ve taşra personeline “Bilişim Teknolojileri Eğitimi ve Bilişim Uygulamalarının Geliştirilmesi/Güncellenmesi Eğitimi” kapsamında eğitimler verilmiştir (GİB 2019 Faaliyet Raporu, 2020: 25).

Vergi idaresi personeli ve mükellef arasında yaşanan iletişimin kaliteli olması mükellef vergi bilincinin gelişmesi ve vergiye gönüllü uyum açısından önemli bir konudur. Bu kapsamda Vergi İdaresi personelinin iletişim noktasında beceri ve bilgilerinin geliştirilmesine yönelik “Mükelleflerle İletişim Teknikleri Eğitimi (MİTE)” projesi düzenlenmektedir. Bu doğrultuda 30.317 personele uzaktan eğitim verilmiştir (GİB 2019 Faaliyet Raporu, 2020: 87). Bu eğitim ile birlikte mükelleflerle yüz yüze iletişimde bulunan vergi idaresi personeline mükelleflere kaliteli hizmet sunmanın önemi vurgulanmakta ve mükelleflerin vergi bilincini artırarak gönüllü vergi uyumlarını artırmak amacıyla neler yapılması gerektiği anlatılmaktadır (Türkay, 2013: 157). Mükellef vergi bilincinin geliştirilmesinde vergi idaresi personelinin mükellefe karşı takındığı tutum ve davranışlar önemlidir. Mükellef karşısında tutum ve davranışlarının olumsuz olması mükelleflerin vergiye karşı içsel motivasyonlarını olumsuz etkileyebilmektedir. Sorunlarına çözüm bulamayan ya da sağlıklı iletişim kuramayan mükelleflerin vergi bilinci de bu durumdan olumsuz etkilenmektedir (Tosuner ve Demir, 2007: 16).

Vergi İdaresi çalışanlarının sunulan eğitimlerle bilinçlenmesi sağlanmaktadır (Cesur ve Çelikkaya, 2014: 10). Vergi İdaresi personelinin bilinçlenmesi ile mükellefe sunulan hizmet kalitesini arttıracak ve kısa vadede

olmasa bile uzun vadede mükellefe sunulan hizmetlere yansıyacak ve bu durum mükellefin vergi bilincinin oluşturulmasına katkı sağlayacaktır (Türkay, 2013: 157).

4.4. Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi (İİBF) Öğrencileri Üzerine Bir Anket Çalışması

4.4.1. Vergi Bilinci Konusunda Literatürde Yapılmış Çalışmalar

Kıral (2018), Çukurova Üniversitesi Maliye ve İlahiyat bölümlerinde öğrenim gören öğrencilerin vergi bilinç ve vergi ahlak düzeylerini etkileyen unsurların araştırılması amaçlanarak 3. ile 4. sınıflarda eğitim alan toplam 530 öğrenciye anket uygulanmıştır. Araştırma sonucunda sosyo-kültürel faktörler ve öğrenim türü vergi ahlakı üzerinde farklılıklar meydana getirdiği tespit edilmiştir. Ancak vergi bilinci ve vergi ahlakıyla öğrencilerin aile ikametgâh yerleri, aylık harcama düzeyleri ve akademik başarı düzeyleri üzerinde pek anlamlı bir farklılığın olmadığı sonucu çıkarılmıştır (Kıral, 2018: 150).

Çiçek ve Bitlisli (2017), vergi bilincinin oluşturulmasında vergi eğitiminin önemini değerlendirmek amacıyla Mehmet Akif Ersoy Üniversitesinde lisansüstü, lisans ve ön lisans düzeyinde vergi konusunda eğitim (Kamu Maliyesi, Vergi Hukuku, Türk Vergi Sistemi) alan öğrenciler ile vergi konusunda eğitim almayan öğrencilerin vergi bilinç düzeyini ölçmek için bir araştırma yapılmıştır. Araştırmada öğrencilerin vergi bilinç düzeyinin belirlenmesinin yanı sıra vergi konusunda eğitim alan ve vergi konusunda eğitim almayan öğrenciler arasındaki farklılıklar araştırılmıştır. Çalışmada vergi eğitimi alan öğrencilerin gerek vergiye karşı tutumlarının gerekse vergi bilincinin oluşmasının vergi eğitimi almayan öğrencilerden daha olumlu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yani vergi eğitimi vergi bilinci ve vergi ahlakının oluşmasında önemli bir faktördür (Çiçek ve Bitlisli, 2017: 263).

Gür ve Yıldız (2017), Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu'nda 2016-2017 eğitim-öğretim yılında öğrenim gören öğrencilerin vergi ile vergi bilinci konusundaki düşüncelerini ortaya koymak amacıyla 485 öğrenciye anket uygulanmıştır. Araştırmayla birlikte öğrencilerin cinsiyetleri arasında vergi bilinci hakkında çok farkın olmadığı, vergi ödemeyenleri hırsız

olarak nitelerken vergi ödeyenleri dürüst olarak niteledikleri ortaya koyulmuştur. Aynı zamanda vergi kaçakçılığı suçunu en zararlı suçlar arasında gördükleri, vergi ödeme eğiliminin “vergi dairesinin yapacağı seminer ve konferanslarla” artabileceği sonucu çıkarılmıştır (Gür ve Yıldız, 2017: 81).

Barlas ve Güney (2017), Gaziosmanpaşa Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi’nin 4. sınıf öğrencileri üzerinde yaptığı anket çalışmasıyla vergi bilinç düzeyleri, fiş/fatura alma duyarlılıkları araştırılmak amaçlanmıştır. Bu amaçla 290 öğrenciye anket uygulanmıştır. Anket sonuçlarına göre iktisat ve işletme bölümlerinde öğrenim gören öğrencilere göre maliye bölümünde öğrenim gören öğrencilerin daha yüksek bir vergi bilinç düzeyine ve fatura duyarlılığına sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır (Barlas ve Güney, 2017: 177).

Teyyare ve Kumbaşlı (2016), Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi ve Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Maliye Bölümü 1. ve 4. sınıfta öğrenim gören öğrencilere anket uygulanarak öğrencilerin vergi ahlakı ve vergi bilinç düzeyinin belirlenerek bu kavramların gelişmesine maliye bölümünün etkisinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Araştırma sonucunda maliye bölümü 4. sınıf öğrencilerinin maliye bölümü 1. sınıf öğrencileriyle karşılaştırıldığında vergi ahlak ve vergi bilinç düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Teyyare ve Kumbaşlı, 2016: 1).

Yeşilyurt (2015), Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi maliye bölümü öğrencileri ile ilahiyat bölümü öğrencileri vergi bilincinin vergi ahlakı üzerindeki etkisini incelemek amacıyla anket çalışması uygulanmıştır. Yoğun olarak vergi, ekonomik ve mali kavramlarına yönelik ders alan maliye bölümü ve dini ve ahlaki konularda ders alan ilahiyat bölümü öğrencileri üzerinde vergi bilinci ve vergi ahlakı düzeyleri arasında karşılaştırma da yapabilmek amacıyla bu bölümler üzerinde anket uygulaması yapılmıştır. Araştırma sonucunda maliye bölümü öğrencilerine göre ilahiyat bölümü öğrencilerinin vergi bilinci ve vergi ahlakına yönelik ifadeler daha çok katıldıkları görülmüştür (Yeşilyurt, 2015: 36).

Sağlam (2013), Hitit Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi 4. sınıfta öğrenim gören öğrencilerin vergi algı ve vergi bilincinin ölçülmesi amaçlanarak anket çalışması uygulanmıştır. 330 öğrencinin katılımının sağlandığı çalışma sonucuna göre, öğrencilerin vergi algılarının olumlu olduğu ve vergi bilinç düzeylerinin yüksek olduğu elde edilmiştir. Öğrencilerin vergi algısı ve vergi bilinç

düzeyi üzerinde öğrenim gördükleri bölüm, yaş, cinsiyet, gelir düzeyi gibi faktörlerin etkili olduğu gözlenmiştir (Sağlam, 2013: 315).

Taytak (2010), Türkiye’de ilköğretim 2. kademe öğrencilerinin sahip oldukları vergi bilic düzeylerini ölçmek ve vergi kavramından ne anladıklarını belirlemek için Uşak ili kapsamında beş okulda 410 öğrenciyle anket çalışması yapılmıştır. Araştırma sonucuna göre öğrencilerin ilk olarak vergi kelimesini ailelerinden duydukları ve vergi bilinci konusunda ilk eğitimin ailelerce verildiği sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte vergiyi, devletin varlığı için gerekli bir unsur olarak tanımladıkları, öğrencilerin büyük bir kısmının vergi vermeyenleri hırsız ve kötü vatandaş olarak nitelendirdikleri, ailelerin yanı sıra vergi idaresi ve okullar tarafından da vergi konusunda çalışmalar yapılması gerektiği, aileler tarafından verilen eğitimin yeterli olmadığı, öğrencilerin vergi ile kamu hizmetleri arasındaki bağı doğru bir şekilde algıladıkları ve vergi konusunda bilinçli oldukları sonucu da elde edilmiştir (Taytak, 2010: 501-502).

Ömürbek, Çiçek ve Çiçek (2007), Isparta Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi 4.sınıfta öğrenim gören öğrencilerinin vergi bilic düzeylerini araştırmak amacıyla gerçekleştirilen anket çalışmasında üniversite öğrencileri için vergi ödemeyi belirleyen en önemli faktörler sıralanmıştır. Bu faktörler sırasıyla ödenilen vergilerin çok açık ve net olarak nerelerde kullanıldığının bilinmesi, daha şeffaf ve hesap verebilir devlet yönetimi, adil bir vergi yükü dağılımı şeklinde sıralanmıştır. Ama reklam kampanyaları veya aile içi ve okuldaki eğitimle vergi bilincinin gerçekleştirilebileceği düşüncesine katılmadıkları belirlenmiştir (Ömürbek vd., 2007: 102).

Sağbaş ve Başoğlu (2005), Afyon ilinde gerçekleştirilen çalışmada, vergi algıları üzerindeki etkenlerin neler olduğu, ilköğretim öğrencilerinin vergiyi nasıl algıladıkları araştırılmış öğrencilerin kamu hizmetleriyle vergiler arasında bağlantı kuramadığı, vergi hakkındaki algılama yanlışlığının yüksek olduğu sonucu elde edilmiştir. Vergiyi algılamada eğitim düzeyi ve cinsiyetin belirleyici bir etkisinin olmadığı belirtilerek ailenin gelir düzeyinin ve anne babanın eğitim düzeyinin artması öğrencilerin vergiyi doğru algılama düzeylerini arttırdığı sonucuna varılmıştır (Sağbaş ve Başoğlu, 2005: 123).

Alm ve Torgler (2006), Dünya Değerler Anketi (World Values Survey) verilerini kullanarak gerçekleştirilen çalışmada vergi ahlakıyla sosyo – demografik

faktörler arasındaki ilişki araştırılmıştır. Araştırmada yaş ilerledikçe vergi ahlak düzeyinin arttığı, evli bireylerin vergi ahlak düzeyinin daha yüksek olduğu sonuçları elde edilmiştir. Ücretli çalışan vergi mükellefleri ile serbest meslek sahibi vergi mükellefleri karşılaştırıldığında serbest meslek sahibi mükelleflerin daha düşük vergi ahlak düzeyine sahip oldukları bulunmuştur. Almanya'da düşük, İngiltere'de ise nispeten daha yüksek vergi ahlak düzeyi bulunmuştur. Avusturya ve İsviçre dahil bütün ülkeler arasında Amerika Birleşik Devletleri'ndeki mükelleflerin en yüksek vergi bilincine sahip mükellefler olduğu görülmektedir. Kayıt dışı ekonominin büyüklüğüyle vergi uyumu arasında güçlü olumsuz bir bağ olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte İngiliz ve Alman vergi sistemleri karşılaştırıldığında arasındaki temel fark olarak İngiliz vergi sisteminin vergi mükelleflerine daha az denetim içermesi ve daha saygılı olmasına karşın Alman hükümetinin zorlayıcı vergi yaptırım teknikleri kullanması olduğu belirtilmiştir. Alman hükümetinin zorlayıcı vergi yaptırım teknikleri kullanmasının bireylerin vergi ahlak düzeyini olumsuz etkilediğini ve İngiliz vergi sisteminin ise vergi ahlak düzeyinin yükselmesine önemli katkı sağladığı savunulmaktadır (Alm ve Torgler, 2006: 224-246).

Feld ve Frey (2002), İsviçre'nin 26 kantonuna gerçekleştirilen çalışmayla vergi yetkilileri ve vergi mükellefleri arasında olan psikolojik ilişkinin vergi uyum düzeyine etkisi araştırılmıştır. Çalışmanın sonucunda, vergi yetkilileri ve vergi mükellefleri arasında gerçekleşecek psikolojik bir sözleşmenin vergi uyumunu arttıracak nitelikte olduğu görülmüştür. Vergi kaçırma gibi olumsuz davranışlar karşısında vergi cezalarının yüksek olması ve vergi oranlarının uygun düzeyde olması vergi uyumunu artıran bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır (Feld ve Frey, 2002: 1).

Song ve Yarbrough (1978), Amerika'da gerçekleştirilen bu anket çalışması bireylerin bazılarının vergi bilincinde oldukları ve devletin niçin vergi aldığı, nasıl kullandığı konusunda bilgilerinin olduğu gözlenmiştir. Öte yandan bazılarının ise gelirlerinin hepsini beyan etmedikleri görülmüş ve toplanan vergilerin adil dağıtılmadığını ve bazı vergilerden de memnun olmadıkları gözlenmiştir. Elde edilen genel sonuç ise mükelleflerin çoğunluğunun vergiye uyumunu sağlayamadığıdır. Bu çalışmada ayrıca eğitim düzeyi, cinsiyet, yaş, medeni hal, gelir seviyesi, mesleki durum, politik etkinlik, insanların genel güvensizliği, inanç

ve ırk gibi birçok değişkenin vergi ahlakı üzerindeki etkisi de incelenmiş; mesleki durum, cinsiyet, inanç ve parti üyeliğiyle vergi ahlak düzeyi arasında bir ilişki bulunmamıştır (Song ve Yarbrough, 1978: 442-452).

4.4.2. Çukurova Üniversitesi İİBF Öğrencileri Üzerine Bir Anket Çalışması

4.4.2.1. Araştırmanın Konusu ve Amacı

Araştırmanın konusu, Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde (İİBF) öğrenim gören öğrencilerin vergi bilinci kavramı hakkında bilgi sahibi olup olmadıkları ve vergi idaresinin vergi bilincine yönelik çalışmalarının bu öğrencilerin vergi bilinç düzeyleri üzerindeki etkilerini araştırmaktır.

Araştırmanın temel amacı, verginin devletler açısından önemi göz önüne alındığında vergi gelirlerinin arttırılmasında önemli rol oynayan vergi bilinci kavramının geliştirilmesinde vergi idaresinin rolünü ortaya koymak amacıyla oluşturulmuştur. Çalışmada vergi idaresinin toplumda vergi bilincini geliştirmek için yapılan değişiklikler ve hizmetler hakkında mükellefleri bilgilendirmek amacıyla yapmış olduğu çalışmalar üzerine üniversite öğrencilerine sorular yöneltilmiş ve öğrencilerin bu çalışmalardan haberdar olup olmadığı ve haberdar olanların vergi bilincini nasıl etkilediği araştırılmıştır. Bu çalışma sonucunda toplumda vergi bilincinin oluşturulmasında büyük bir öneme sahip olan vergi idaresinin toplumu oluşturan tüm bireylerin vergi bilinci etkilemeye yönelik çeşitli çalışmalarla farkındalığı arttırmasında başarılı olup olmadığı ve buna ilişkin önerilerde bulunulması amaçlanmaktadır.

4.4.2.2. Araştırmanın Kapsamı

Araştırmanın kapsamına 2020-2021 eğitim-öğretim yılında Çukurova Üniversitesi İİBF öğrencileri olan Maliye Bölümü, İktisat Bölümü, İşletme Bölümü, Ekonometri Bölümü ile Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü lisans öğrencileri dahil edilmiştir. Bu bağlamda öğrencilere 314 adet anket uygulanmıştır. Bu örneklemin tercih edilmesinin sebebi bu sürece fakültede vergi dersi alan maliye, iktisat, işletme bölümleri ile vergi dersi almayan uluslararası ilişkiler ve ekonometri bölümleri dahil edilmesidir.

4.4.2.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma yöntemi olarak birincil verilerden olan yaygın ve sık kullanılan anket yöntemi tercih edilmiştir. Anket formunun hazırlanmasında Gelir İdaresi Başkanlığının uygulamakta olduğu çeşitli etkinlik ve uygulamalardan yararlanılarak bir anket metni oluşturulmuştur. Anket sorularının araştırma konusunun amacını en iyi yansıtacak sorulara yer verilerek kısa, açık ve anlaşılır olmasına özen gösterilmiştir. Anket ülke genelinde salgın olan COVID-19 virüs salgını dolayısıyla online olarak uygulanmıştır. Anket çalışmasında 6'lı likert ölçeğe göre hazırlanmış (Haberdar Değilim, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla Etkiledi, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi) 26 adet soru 4 başlık altında yer almaktadır. Söz konusu sorularla öğrencilerin vergi idaresinin vergi bilincine yönelik çalışmalarının bu öğrencilerin vergi bilinç düzeyleri üzerindeki etkileri ölçülmeye çalışılmıştır. Ayrıca ankette öğrencilerin demografik özelliklerini ölçmeye yönelik 6 adet soru da yer almaktadır (Ek-1).

Anket verileri toplandıktan sonra toplanan verilerin değerlendirilmesi aşamasında sosyal bilimler alanında yaygın olarak kullanılan Statistics Package for The Social Sciences (SPSS)-18 paket programı kullanılmıştır.

Anket verilerinin istatistiksel analiz kısmında öncelikle tüm anket formunda yer alan soruların frekans (sıklık) ve yüzde oranları alınmış elde edilen bulgular yorumlanmıştır. Araştırmada kullanılan anket formu neticesinde katılımcıların demografik profilleri belirlenmiştir. Elde edilen veriler doğrultusunda, katılımcıların belirli demografik özelliklerinin araştırmada kullanılan ölçekler ile ilişkinin varlığı çapraz tablo analizi yardımıyla yapılmış ve ilişkisinin olup olmadığı Ki-Kare analizi ile incelenmiştir. İki bağımsız değişkeni olan hipotezler “Bağımsız Örneklem T Testi (Independent-Samples T Test)” ile ikiden fazla değişkeni olan hipotez ise “Tek Yönlü Varyans Analizi (One-Way ANOVA Test)” kullanılarak test edilmiştir.

Yapılan ki-kare analizi ile H_0 hipotezi (iki değişken arasında ilişki yoktur hipotezi) $p > 0,05$ ve H_1 hipotezi (iki değişken arasında ilişki vardır hipotezi) $p < 0,05$ pearson anlamlılık düzeyinde incelenerek değişkenler arasında ilişkinin olup olmadığı test edilmiştir. Bu doğrultuda pearson değeri 0,05'ten büyükse

($p>0,05$) iki değişken arasında ilişki yoktur yani H_0 hipotezi kabul edilir ve H_1 reddedilir; tersi durumda pearson değeri 0,05'ten küçükse ($p<0,05$) iki değişken arasında ilişki vardır yani H_1 hipotezi kabul edilir ve H_0 reddedilir.

4.4.2.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Vergilendirmenin her aşamasında önemli bir yere sahip olan vergi bilincinin oluşumu ve geliştirilmesinde vergi idaresinin etkinliği üzerine yapılan bu çalışma, ülkemizin önemli ve büyük üniversitelerinden biri olan Çukurova Üniversitesi İİBF öğrencileri üzerinde yürütülmüştür. Vergi bilincinin geliştirilmesi ülke içerisinde yaşayan tüm toplumu ilgilendirmekte ve çalışmanın sadece Çukurova Üniversitesi İİBF öğrencileri üzerinde yapılması nedeniyle sonuçları tüm topluma genelleme sınırlılığı yaşanabilmektedir. Ayrıca çalışma zaman ve maddi kısıtlamaları nedeniyle Çukurova Üniversitesi İİBF öğrencilerinde de tüm bireylere tek tek ulaşamaması kısıtlarıyla araştırmaya Çukurova Üniversitesi İİBF öğrencilerinin hepsinin bu sürece dahil edilememesi nedeniyle yanıltıcı sonuçlarda elde edilmesine de yol açabilecektir.

4.4.2.5. Araştırmanın Bulgularının Değerlendirilmesi

4.4.2.5.1. Demografik Özellikler Frekans Analizleri

Ankete katılan öğrencilerin yanıtlamaları beklenen ilk 6 soru demografik özellikleri ile alakalı sorulardan oluşmaktadır. Bu sorulara ilişkin verilen yanıtların frekans (sıklık) dağılımı ve yüzde değerleri Tablo 1'de gösterilmiştir. Bu demografik bilgiler ankete katılan 314 öğrencinin ve dolayısıyla genelleme yapılacak çalışma kapsamının da vergi idaresinin uygulamış olduğu çeşitli etkinlikler ve uygulamalar arasında nasıl bir ilişkinin olduğunu da ortaya koyabilmesi açısından da önemli olmaktadır.

Tablo 1
Sosyo Demografik Özellikler

Değişken	Frekans	%
Cinsiyet		
Kadın	191	60,8
Erkek	123	39,2
Yaş		
18-20	34	10,8
21-23	205	65,3
24-26	60	19,1
26+	15	4,8
Medeni Durum		
Evli	10	3,2
Bekar	304	96,8
Okuduğu Bölüm		
Maliye	103	32,8
İktisat	85	27,1
İşletme	62	19,7
Ekonometri	49	15,6
Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler	15	4,8
Sınıf		
1. Sınıf	9	2,9
2. Sınıf	36	11,5
3. Sınıf	106	33,8
4. Sınıf	163	51,9
Öğrenim Türü		
I. Öğretim	158	50,3
II. Öğretim	118	37,6
İngilizce	38	12,1

Ankete katılan öğrencilerin sosyo-demografik özelliklerine ilişkin bilgilerin özetlendiği Tablo 1 incelendiğinde ankete katılanların %60,8'i (191 öğrenci) kız, %39,2'si (123 öğrenci) erkek öğrencilerden oluşmaktadır. Öğrencilerin yaş dağılımları ise 18-20 yaş aralığında %10,8 (34 öğrenci), 21-23 yaş aralığında %65,3 (205 öğrenci), 24-26 yaş aralığında %19,1 (60 öğrenci), 26 yaş üzeri ise %4,8'lik (15 öğrenci) dilimlerden meydana gelmektedir. Öğrencilerin %65,3 (205 öğrenci) gibi bir çoğunluğu 21-23 yaş aralığında yer almaktadır. Öğrencilerin medeni durumu incelendiğinde ise ankete katılan öğrencilerin %3,2'si (10 öğrenci) evli, %96,8'i (304 öğrenci) bekar öğrencilerden meydana gelmektedir. Ankete katılan öğrencilerin öğrenim gördükleri bölümlere göre dağılımları, %32,8'i (103 öğrenci) Maliye Bölümü, %27,1'i (85 öğrenci) İktisat Bölümü,

%19,7'si (62 öğrenci) İşletme Bölümü, %15,6'sı (49 öğrenci) Ekonometri Bölümü, %4,8'i (15 öğrenci) Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü şeklindedir. Öğrencilerin %2,9'u (9 öğrenci) 1.sınıf, %11,5 (36 öğrenci) 2.sınıf, %33,8 (106 öğrenci) 3.sınıf, %51,9 (163 öğrenci) 4.sınıfta eğitim almaktadır. Öğrencilerin %50,3'ü (158 öğrenci) birinci öğretim (gündüz) öğrencilerinden, %37,6'sı (118 öğrenci) ikinci öğretim (gece) öğrencilerinden meydana gelirken, %12,1'i (38 öğrenci) İngilizce eğitim alan öğrencilerden meydana geldiği görülmektedir.

4.4.2.5.2. Türk Vergi İdaresinin Düzenlemiş Olduğu Uygulamaların Frekans Analizleri

Mükelleflerin vergi bilincinin geliştirilmesi üzerine vergi idaresinin düzenlemiş olduğu birçok etkinlik ve uygulama yer almakta ve vergi bilincinin geliştirilmesi üzerine özellikle öğrencilerde vergi bilincini geliştirmek için uygulamış olduğu çalışmalar üzerinde durularak vergi idaresinin bu düzenlemiş olduğu çeşitli uygulama ve etkinliklerden öğrencilerin ne kadar haberdar olduğunu saptamak ve haberdar olan öğrenciler üzerinde nasıl bir etki oluşturduğunu ve vergi bilincine katkılarını araştırmak amacıyla öğrencilere anket uygulayarak bu uygulama ve etkinlikler hakkında sorular yöneltilmektedir. Bu soruları ise öğrencilerin “Haberdar Değilim”, “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi”, “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi”, “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi”, “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla Etkiledi” ve “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi” şeklinde değerlendirmeleri istenmektedir. Bunlar “Web Sayfaları”, “Sosyal Medya Uygulamaları”, “Yazılı ve Görsel Yayınlar” ve “Vergi Haftası Etkinlikleri” başlıkları altında ele alınarak bir araştırma çalışması yapılmıştır.

4.4.2.5.2.1. Web Sayfalarının Frekans Analizleri

Vergi idaresinin mükellefleri bilgilendirme amacıyla uygulamış olduğu “Web Sayfaları” başlığıyla “www.gib.gov.tr”, “www.vergibilinci.gov.tr”, “www.vergihaftasi.gov.tr”, “www.kayitliekonomiyegecis.gov.tr” vergi ile ilgili internet sayfaları sorgulanmaktadır. Bu sorulara ilişkin yanıtların yer aldığı bilgilere Tablo 2’de yer verilmiştir.

Tablo 2
Web Sayfaları Frekans Analizi

Değişken	Frekans	%
www.gib.gov.tr		
Haberdar Değilim	112	35,7
Asla/Hiç	35	11,1
Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi	43	13,7
Kısmen	62	19,7
Çoğunlukla	41	13,1
Tamamen	21	6,7
www.vergibilinci.gov.tr		
Haberdar Değilim	157	50
Asla/Hiç	36	11,5
Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi	34	10,8
Kısmen	37	11,8
Çoğunlukla	34	10,8
Tamamen	16	5,1
www.vergihaftasi.gov.tr		
Haberdar Değilim	167	53,2
Asla/Hiç	28	8,9
Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi	32	10,2
Kısmen	42	13,4
Çoğunlukla	31	9,9
Tamamen	14	4,5
www.kayitliekonomiyegcis.gov.tr		
Haberdar Değilim	207	65,9
Asla/Hiç	19	6,1
Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi	26	8,3
Kısmen	33	10,5
Çoğunlukla	18	5,7
Tamamen	11	3,5

Ankete katılan öğrencilerin vergi idaresinin mükellefleri bilgilendirme amacıyla uygulamış olduğu web sayfaları hakkındaki düşüncelerine ilişkin bilgilerin yer aldığı Tablo 2 incelendiğinde ankete katılan öğrencilerin vergi idaresinin resmi web sayfası olan “www.gib.gov.tr” internet adresi için %35,7’si (112 öğrenci) “Haberdar Değilim” yanıtını vermekteyken, geriye kalan %64,3’ü (202 öğrenci) haberdar olduğunu belirtmektedir. Ankete katılan öğrencilerin %11,1’i (35 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi”, %13,7’si (43 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi”, %19,7’si (62 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi”, %13,1’i (41 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla Etkiledi” yanıtını verirken %6,7’si (21

öğrenci) ise “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi” yanıtını vermektedir.

Vergi idaresinin çocuklarda vergi bilincini geliştirmek amacıyla kurmuş olduğu web sayfası olan “www.vergibilinci.gov.tr” internet sayfası için öğrencilerin %50’si (157 öğrenci) web sayfasından haberdar olmadığını, diğer %50’si ise haberdar olduğunu belirtmektedir. Öğrencilerin %11,5’i (36 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi”, %10,8’i (34 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi”, %11,8’i (37 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi”, %10,8’i (34 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla Etkiledi” ve %5,1’i (16 öğrenci) ise “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi” yanıtını vermektedir.

Vergi idaresinin vergi haftası ile ilgili etkinlikleri ve görselleri paylaştığı web sayfası “www.vergihaftasi.gov.tr” internet adresi için öğrencilerin %53,2’si (167 öğrenci) “Haberdar Değilim” yanıtını vermekteyken öğrencilerin %8,9’u (28 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi” yanıtını, %10,2’si (32 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi” yanıtını, %13,4’ü (42 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi” yanıtını, %9,9’u (31 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla Etkiledi” yanıtını, %4,5’i (14 öğrenci) ise “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi” yanıtını vermektedir.

Kayıt dışı ekonomi “devletten gizlenen, kayda geçirilmeyen ve denetim dışında kalan ekonomik faaliyetler” olarak tanımlanmaktadır. Bazı kayıt dışı faaliyetler yasadışı olduğu halde, bazıları yasaklanmamış bir faaliyetin kasti olarak kayıtlara geçirilmemesi, dolayısıyla vergilendirilmemesi olarak ortaya çıkmaktadır. Bu durum kişi ve kurumlar arasında haksız rekabete yol açmakta, gelir dağılımında denge bozulmakta, vergi bilinci ve toplumsal değerler aşındırılmakta ve mükelleflerin vergiye gönüllü uyumları azalmaktadır (Kayıt Dışı Ekonomiyle Mücadele Eylem Planı 2019-2021). Vergi idaresinin kayıt dışı ekonomiyle mücadele stratejisi eylem planlarını yayımladığı internet adresi olan “www.kayitliekonomiyegecis.gov.tr” internet adresi için öğrencilerin %65,9’u (207 öğrenci) haberdar olmadığını belirtmektedir. Ankete katılan öğrencilerin %6,1’i (19 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi”, %8,3’ü (26 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi”, %10,5’i (33 öğrenci)

“Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi”, %5,7’si (18 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla Etkiledi” ve %3,5’i (11 öğrenci) ise “Haberdarım ve Vergi Bilincini Tamamen Etkiledi” yanıtını vermektedir. Görüldüğü üzere öğrencilerin büyük çoğunluğu bu web sayfasından haberdar olmadığını belirtmektedir.

Çakır (2010) tarafından yapılan çalışmada öğrencilerin vergiyi eğlenerek öğrenmeleri için hazırlanan internet sayfası olan “www.vergibilinci.gov.tr” ile ilköğretim çağında bulunan çocuklara vergi vermenin bir vatandaşlık görevi olduğu anlatılmaya çalışıldığı, uzun vadede vergi vermenin toplum için faydalı olduğu ve daha sonra hizmet olarak topluma tekrar yansıtılacağı bilincinin oluşturulmasının amaçlandığı belirtilmektedir. Bununla birlikte internet sayfasının ziyaretçi defterine yazan yaklaşık 30 öğrenciden %13’ü bu internet sayfasını beğenmediklerini ve isteklerini karşılamadığını, %87’si faydalı bulduklarını, %27’si ise daha fazla etkinlik ve oyunun olması gerektiği konusunda görüş bildirmişlerdir (Çakır, 2010: 33).

4.4.2.5.2.2. Sosyal Medya Uygulamalarının Frekans Analizleri

Gelişen teknoloji ile birlikte Türk Vergi İdaresi de çalışmalarında çeşitli sosyal medya uygulamalarına yer vermekte ve bu sosyal medya hesaplarını aktif olarak kullanmaktadır. Özellikle mükelleflerin sahte hesaplar üzerinden yanlış bilgilendirilmelerini engellemek amacıyla “mavi tik” kullanarak resmi olarak kurduğu hesaplardan bilgilendirmeler yapmaktadır. Vergi idaresinin bu tür uygulamaları için öğrencilerin vermiş oldukları yanıtların yer aldığı verilere Tablo 3’de yer verilmiştir.

Tablo 3
Sosyal Medya Uygulamaları Frekans Analizi

Değişken	Frekans	%
Twitter/gibssosyalmedya		
Haberdar Değilim	90	28,7
Asla/Hiç	53	16,9
Haberdarım ve Vergi Bilincimi Etkiledi Çok Az	38	12,1
Kısmen	50	15,9
Çoğunlukla	47	15
Tamamen	36	11,5
Facebook/gib.sosyalmedya		
Haberdar Değilim	159	50,6
Asla/Hiç	76	24,2
Haberdarım ve Vergi Bilincimi Etkiledi Çok Az	24	7,6
Kısmen	26	8,3
Çoğunlukla	13	4,1
Tamamen	16	5,1
Instagram/gib.sosyalmedya		
Haberdar Değilim	93	29,6
Asla/Hiç	64	20,4
Haberdarım ve Vergi Bilincimi Etkiledi Çok Az	44	14
Kısmen	42	13,4
Çoğunlukla	32	10,2
Tamamen	39	12,4
Youtube/gibssosyalmedya		
Haberdar Değilim	114	36,3
Asla/Hiç	54	17,2
Haberdarım ve Vergi Bilincimi Etkiledi Çok Az	40	12,7
Kısmen	48	15,3
Çoğunlukla	28	8,9
Tamamen	30	9,6
Linkedin/company/gibssosyalmedya		
Haberdar Değilim	170	54,1
Asla/Hiç	67	21,3
Haberdarım ve Vergi Bilincimi Etkiledi Çok Az	31	9,9
Kısmen	16	5,1
Çoğunlukla	21	6,7
Tamamen	9	2,9
Mobil Uygulamalar		
Haberdar Değilim	125	39,8
Asla/Hiç	67	21,3
Haberdarım ve Vergi Bilincimi Etkiledi Çok Az	34	10,8
Kısmen	31	9,9
Çoğunlukla	26	8,3
Tamamen	31	9,9

Ankete katılan öğrencilerin vergi idaresinin resmi sosyal medya uygulamalarına ilişkin bilgilerin yer aldığı Tablo 3 incelendiğinde öğrencilerin %28,7'si (90 öğrenci) vergi idaresinin sosyal medya uygulamalarından olan resmi Twitter “gibsosyalmedya” hesabı için “Haberdar Değilim” yanıtını vermektedir. Ankete katılan öğrencilerin %16,9'u (53 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi”, %12,1'i (38 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi”, %15,9'u (50 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi”, %15'i (47 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla Etkiledi” ve %11,5'i (36 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi” yanıtını vermektedir. Uygulamalar arasında en çok haberdar olunan uygulamanın Twitter uygulaması olduğu görülmektedir.

Resmi Facebook “gib.sosyalmedya” hesabı için öğrencilerin %50,6'sı (159 öğrenci) “Haberdar Değilim” yanıtını verirken öğrencilerin %24,2'si (76 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi”, %7,6'sı (24 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi”, %8,3'ü (26 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi”, %4,1'i (13 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla Etkiledi”, %5,1'i (16 öğrenci) ise “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi” yanıtını vermektedir.

Resmi Instagram “gib.sosyalmedya” hesabı için öğrencilerin %29,6'sı (93 öğrenci) “Haberdar Değilim” yanıtını vermektedir. Öğrencilerin %20,4'ü (64 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi”, %14'ü (44 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi”, %13,4'ü (42 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi”, %10,2'si (32 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla Etkiledi”, %12,4'ü (39 öğrenci) ise “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi” yanıtını vermektedir. Görüldüğü üzere öğrencilerin büyük çoğunluğu vergi idaresi resmi sosyal medya hesabı olan Instagram hesabından haberdar olduğunu belirtmektedir.

Vergi idaresinin resmi Youtube “gibsosyalmedya” hesabı üzerinden yayımladığı birçok bilgilendirme ve anlatım, reklam videoları bulunmaktadır. Öğrencilerin %36,3'ü (114 öğrenci) resmi Youtube hesabı için “Haberdar Değilim” yanıtını vermekteyken %17,2'si (54 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi”, %12,7'si (40 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi”, %15,3'ü (48 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen

Etkiledi”, %8,9’u (28 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla Etkiledi”, %9,6’sı (30 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi” yanıtını vermektedir.

Vergi idaresinin uyguladığı olduğu LinkedIn “company/gibssosyalmedya” hesabı için öğrencilerin %54,1’i (170 öğrenci) “Haberdar Değilim” yanıtını vermektedir. Öğrencilerin %21,3’ü (67 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi”, %9,9’u (31 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi”, %5,1’i (16 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi”, %6,7’si (21 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla Etkiledi”, %2,9’u (9 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi” yanıtını vermektedir. Görüldüğü üzere öğrencilerin çoğunluğu bu uygulamadan haberdar olmadığını belirtmekle birlikte haberdar olan öğrencilerinde büyük çoğunluğu vergi bilincini asla/hiç etkilemediğini belirtmektedir.

Vergi idaresinin yapılan işlemleri kısa yoldan ve uzaktan yapılmasına olanak sağlayan ve mükelleflere ihtiyaç duydukları bilgi ve duyurular hakkında bilgi edinmelerini kolaylaştıran ve telefonun Google play ya da appstore uygulamaları aracılığıyla indirilerek kullanılabilen “Mobil Uygulamaları” için öğrencilerin %38,9’u (125 öğrenci) “Haberdar Değilim” yanıtını vermektedir. Öğrencilerin %21,3’ü (67 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi”, %10,8’i (34 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi”, %9,9’u (31 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi”, %8,3’ü (26 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla Etkiledi”, %9,9’u (31 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi” yanıtını vermektedir. Sosyal medya uygulamalarından öğrencilerin haberdar olmama oranının azımsanmayacak oranda olması ve özellikle haberdar olan öğrencilerin tüm uygulamalar için “asla/hiç” yanıtının en yüksek orana sahip olması önem arz etmektedir.

Yenigün (2012) tarafından İstanbul ilinde 560 kişi üzerinde gerçekleştirilen çalışmada “Vergi dairelerindeki teknolojik uygulamaları yeterli buluyor musunuz?” sorusuna ankete katılanların %46,1’i (258 kişi) evet yanıtını vererek uygulamaları yeterli bulduğunu belirtirken %53,9’u (302 kişi) hayır yanıtını vererek uygulamaları yeterli bulmadığını belirtmektedir (Yenigün, 2012: 79).

Ay, Şahin ve Soylu (2010) tarafından Karaman ilinde 170 kişi üzerinde gerçekleştirilen çalışmada “Medya vergi memnuniyetini etkilemektedir” ifadesine ankete katılanların %36,5’i (62 kişi) olumlu yanıt vermektedir. Ancak ankete katılanların ise %30’unun (51 kişi) kararsız kalması çalışmada dikkat çekmektedir (Ay vd, 2010: 283).

4.4.2.5.2.3. Yazılı ve Görsel Yayınlar Frekans Analizleri

Vergi İdaresi mükellefleri bilgilendirme amacıyla çeşitli yazılı ve görsel birçok yayın kullanmaktadır. Bunlara çeşitli platformlarda yer vererek mükellefleri doğru ve eksiksiz bilgilendirmeyi amaçlamaktadır. Bu tür yayınlar için öğrencilerin vermiş olduğu yanıtların yer aldığı verilere Tablo 4’de yer verilmiştir.

Tablo 4
Yazılı ve Görsel Yayınlar Frekans Analizi

Değişken	Frekans	%
Gelir İdaresi Başkanlığı Tanıtım Videoları		
Haberdar Değilim	110	35
Asla/Hiç	44	14
Haberdarım ve Vergi Bilincimi	Çok Az	15,9
Kısmen	45	14,3
Etkiledi	Çoğunlukla	11,8
Tamamen	28	8,9
Vergi Uygulamaları Hakkında Bilgilendirme Videoları		
Haberdar Değilim	99	31,5
Asla/Hiç	29	9,2
Haberdarım ve Vergi Bilincimi	Çok Az	17,2
Kısmen	53	16,9
Etkiledi	Çoğunlukla	14,6
Tamamen	33	10,5
Vergi Konulu Haberler ve Duyurular		
Haberdar Değilim	62	19,7
Asla/Hiç	29	9,2
Haberdarım ve Vergi Bilincimi	Çok Az	14,6
Kısmen	52	16,6
Etkiledi	Çoğunlukla	23,6
Tamamen	51	16,2
Vergi ile İlgili Konularda Vergi İletişim Merkezi (189)		
Haberdar Değilim	141	44,9
Asla/Hiç	48	15,3
Haberdarım ve Vergi Bilincimi	Çok Az	12,4
Kısmen	29	9,2
Etkiledi	Çoğunlukla	9,9

	Tamamen	26	8,3
Rehber ve Broşürler			
	Haberdar Değilim	120	38,2
	Asla/Hiç	44	14
Haberdarım ve Vergi Bilincimi Etkiledi	Çok Az	58	18,5
	Kısmen	41	13,1
	Çoğunlukla	28	8,9
	Tamamen	23	7,3
Çocuklarda Vergi Bilincini Geliştirmeye Yönelik Broşürler			
	Haberdar Değilim	186	59,2
	Asla/Hiç	40	12,7
Haberdarım ve Vergi Bilincimi Etkiledi	Çok Az	26	8,3
	Kısmen	21	6,7
	Çoğunlukla	22	7
	Tamamen	19	6,1
Çocuklarda Vergi Bilincini Geliştirmeye Yönelik Hazırlanan Şarkılar ve Oyunlar			
	Haberdar Değilim	199	63,4
	Asla/Hiç	34	10,8
Haberdarım ve Vergi Bilincimi Etkiledi	Çok Az	24	7,6
	Kısmen	18	5,7
	Çoğunlukla	23	7,3
	Tamamen	16	5,1
Afişler			
	Haberdar Değilim	91	29
	Asla/Hiç	50	15,9
Haberdarım ve Vergi Bilincimi Etkiledi	Çok Az	59	18,8
	Kısmen	44	14
	Çoğunlukla	39	12,4
	Tamamen	31	9,9
Kamu Spotları			
	Haberdar Değilim	47	15
	Asla/Hiç	44	14
Haberdarım ve Vergi Bilincimi Etkiledi	Çok Az	69	22
	Kısmen	53	16,9
	Çoğunlukla	58	18,5
	Tamamen	43	13,7
TV Programlarına Yerleştirilen Vergi Uygulamaları ile İlgili Reklamlar			
	Haberdar Değilim	57	18,2
	Asla/Hiç	49	15,6
Haberdarım ve Vergi Bilincimi Etkiledi	Çok Az	62	19,7
	Kısmen	49	15,6
	Çoğunlukla	49	15,6
	Tamamen	48	15,3

Ankete katılan öğrencilerin vergi idaresinin sunmuş olduğu yazılı ve görsel yayınlara ilişkin bilgilerin yer aldığı Tablo 4 incelendiğinde öğrencilerin %35'i (110 öğrenci) Gelir İdaresi Başkanlığı tanıtım videoları için “Haberdar Değilim” yanıtını vermektedir. Ankete katılım gösteren öğrencilerin %14'ü (44 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi”, %15,9'u (50 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi”, %14,3'ü (45 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi”, %11,8'i (37 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla Etkiledi”, %8,9'u (28 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi” yanıtını vermektedir.

Vergi idaresi mükellefleri vergi uygulamaları hakkında bilgilendirme amacıyla çeşitli platformlarda paylaşımlarda bulunmaktadır. Öğrencilerin %31,5'u (99 öğrenci) vergi uygulamaları hakkında bilgilendirme videoları için “Haberdar Değilim” yanıtını vermektedir. Öğrencilerin %9,2'si (29 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi”, %17,2'si (54 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi”, %16,9'u (53 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi”, %14,6'sı (46 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla Etkiledi”, %10,5'u (33 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi” yanıtını vermektedir.

Vergi idaresi yaptığı iş ve işlemlerle eylemler hakkında mükellefleri bilgilendirmek amacıyla çeşitli platformlarda haber ve duyurular yapmaktadır. Öğrenciler bu haber ve duyurular için %19,7'si (62 öğrenci) “Haberdar Değilim” yanıtını verirken öğrencilerin %9,2'si (29 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi”, %14,6'sı (46 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi”, %16,6'sı (52 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi”, %23,6'sı (74 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla Etkiledi”, %16,2'si (51 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi” yanıtını vermektedir.

Vergi idaresi vergi ile ilgili konularda mükellefleri bilgilendirmek, mükelleflere etkin ve hızlı hizmet sunmak amacıyla hizmet veren Vergi İletişim Merkezi (VİMER-189) için ise öğrencilerin %44,9'u (141 öğrenci) “Haberdar Değilim” yanıtını vermektedir. Öğrencilerin %15,3'ü (48 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi”, %12,4 (39 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi”, %9,2'si (29 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen

Etkiledi", %9,9'u (31 öğrenci) "Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla Etkiledi", %8,3'ü (26 öğrenci) "Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi" yanıtını vermektedir.

Vergi idaresi uygulamış olduğu vergi uygulamaları için mükellefleri bilgilendirmek amacıyla birçok rehber ve broşür yayınlamaktadır. Özellikle vergi haftası kapsamında daha çok mükellefe ulaşabilmek adına yapılan bu uygulamalar için öğrencilerin %38,2'si (120 öğrenci) "Haberdar Değilim" yanıtını vermektedir. Öğrencilerin %14'ü (44 öğrenci) "Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi", %18,5'i (58 öğrenci) "Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi", %13,1'i (41 öğrenci) "Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi", %8,9'u (28 öğrenci) "Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla Etkiledi", %7,3'ü (23 öğrenci) "Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi" yanıtını vermektedir.

Vergi idaresi çocuklarda vergi bilincini geliştirmek amacıyla özellikle vergi haftası çerçevesinde seminerler düzenlemekte ve çocuklara broşür dağıtılmaktadır. Vergi bilincinin küçük yaşta aşılması ve geliştirilmesi amacıyla yapılan bu uygulamalar için öğrencilerin büyük bir çoğunluğu %59,2'si (186 öğrenci) "Haberdar Değilim" yanıtını vermektedir. Ankete katılım gösteren öğrencilerin %12,7'si (40 öğrenci) "Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi", %8,3'ü (26 öğrenci) "Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi", %6,7'si (21 öğrenci) "Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi", %7'si (22 öğrenci) "Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla Etkiledi", %6,1'i (19 öğrenci) "Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi" yanıtını vermektedir. Ankete katılan öğrencilerin yarısından fazlası "Haberdar Değilim" yanıtını verirken haberdarım diyen öğrencilerin büyük çoğunluğu ise vergi bilincini asla/hiç etkilmediğini belirtmektedir.

Vergi idaresi vergi bilincinin geliştirilmesi için küçük yaştaki çocuklara yönelik bir internet sayfası oluşturmakta ve "www.vergibilinci.gov.tr" adlı internet adresi üzerinden çocuklarda vergi bilincini geliştirmek için birçok oyunlara ve şarkılara yer vermekte ve özellikle burada olmak üzere çeşitli etkinlikler düzenlemektedir. Öğrencilerin büyük çoğunluğu %63,4 (199 öğrenci) "Haberdar Değilim" yanıtını vermektedir. Ankete katılım gösteren diğer öğrencilerin %10,8'i (34 öğrenci) "Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi", %7,6 (24

öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi”, %5,7’si (18 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi”, %7,3’ü (23 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla Etkiledi”, %5,1’i (16 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi” yanıtını vermektedir. Ankete katılan öğrencilerin büyük bir kısmı “Haberdar Değilim” yanıtını verirken haberdarım diyen öğrencilerin büyük bir kısmı ise vergi bilincini asla/hiç etkilemediğini belirtmektedir.

Vergi idaresi mükellefleri bilgilendirmek için özellikle vergi haftası kapsamında en yaygın kullandığı uygulama şekillerinin biri afişlerdir. Birçok kamu kurumu girişlerinde bulunan ve mükelleflerde görsel olarak etki oluşturmaya hedefleyen bu uygulamalar için öğrencilerin %29’u (91 öğrenci) “Haberdar Değilim” yanıtını vermektedir. Öğrencilerin %15,9’u (50 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi”, %18,8’i (59 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi”, %14’ü (44 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi”, %12,4’ü (39 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla Etkiledi”, %9,9’u (31 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi” yanıtını vermektedir.

Vergi idaresi vergi bilincinin topluma benimsetilmesi ve geliştirilmesi için kamu spotları düzenlemektedir. Öğrencilerin %15’i (47 öğrenci) bu uygulamalar için “Haberdar Değilim” yanıtını verirken öğrencilerin %14’ü (44 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi”, %22’si (69 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi”, %16,9’u (53 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi”, %18,5’i (58 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla Etkiledi”, %13,7’si (43 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi” yanıtını vermektedir.

Vergi idaresi mükellefleri vergi uygulamaları hakkında bilgilendirmek ve daha fazla mükellefe ulaşabilmek adına toplum tarafından izlenen bazı dizi ve filmler içerisine bu uygulamaları yerleştirerek mükelleflerin haberdar olmasını ve mükellefler tarafından bu uygulamaların kullanımının artırılmasını amaçlamaktadır. Vergi idaresinin bu amaçla sunmuş olduğu bu uygulamalar için öğrencilerin %18,2’si (57 öğrenci) “Haberdar Değilim” yanıtını vermektedir. Öğrencilerin %15,6’sı (49 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi”, %19,7’si (62 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az

Etkiledi”, %15,6’sı (49 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi”, %15,6’sı (49 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla Etkiledi”, %15,3’ü (48 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi” yanıtını vermektedir.

Yenigün (2012) tarafından İstanbul ilinde 560 kişi üzerinde gerçekleştirilen çalışmada katılımcılara yöneltilen “Vergi uygulamalarını genellikle hangi yolla izlemektesiniz?” sorusuna verilen cevaplarda ise ankete katılanların %51,4’ü (288 kişi) “TV-radyo, internet, gazete, dergi” yanıtını verdiği görülmektedir (Yenigün, 2012: 78).

Ay, Şahin ve Soylu (2010) tarafından Karaman ilinde 170 kişi üzerinde gerçekleştirilen çalışmada ankete katılan kişilere Vergi Haftası dışında vergi ile ilgili afişlere rastlanıp rastlanmadığı sorulmuştur. Vergi Haftası dışında diğer zamanlarda da devletin, verginin önemine ilişkin afiş gibi iletişim araçlarını kullanıp kullanmadığını araştırmak amacıyla sorulan soruya 170 kişiden 53 kişi Vergi Haftası dışında da vergiye ilişkin afişlere rastladığını belirtmiştir. 96 kişi bu tür afişlere rastlamadığını belirtirken, 21 kişi kararsız kaldığını belirtmiştir (Ay vd.: 2010, 280).

Özcan ve Akyel (2020) tarafından Kocaeli’nin Gebze ilçesinde 721 öğrenci üzerinde gerçekleştirilen çalışmada “Vergi kaçırانların Alo Maliye 189, vergi daireleri, Maliye Bakanlığı gibi ilgili yerlere şikâyet edilmesi doğru bir davranıştır.” sorusuna beşli likert ölçeği ile yapılan değerlendirmede büyük çoğunluk bu soruya “katılıyorum, kesinlikle katılıyorum” yanıtını vermektedir (Özcan ve Akyel, 2020: 62).

Yardımcıoğlu, Akpınar ve Günay (2014) tarafından Kahramanmaraş’ta 153 kişi üzerinde gerçekleştirilen anket çalışmasında “189 Alo Maliye hattını kullanırım” sorusuna yanıtlayan 153 kişiden %25,4’ü (39 kişi) olumlu yanıt vermiştir (Yardımcıoğlu, Akpınar ve Günay, 2014: 110).

Karaca (2015) tarafından Kütahya’da 336 ilköğretim öğrencileri üzerine yapılan çalışmada “Vergiye dair eğitimler kimler tarafından verilmeli?” sorusu sorulmuş ve öğrencilerin %50,6’sı (170 öğrenci) vergi idaresi faaliyetleriyle, %6,8’inin (23 öğrenci) görsel araçlarla (gazete, dergi, TV vb.) verilmesi gerektiğini belirtmiştir (Karaca, 2015: 69).

Çetin ve Gökbunar (2020) tarafından Manisa Vergi Dairesi çalışanları üzerinde yapılan bir çalışmada “Medyada, yazılı ve görsel basında mükellef haklarının anlatılması vergi bilincini ve vergiye gönül uyumu arttıracaktır” sorusuna katılanların %66,3’ü ifadeye katıldığını belirtmektedir. Bununla vergiye uyum düzeyinin ve vergi bilincinin yükseltilebilmesi için mükellef haklarının geliştirilmesi ve yazılı ve görsel medyada mükellefle ilgili etkinliklere daha çok yer verilmesi gerektiği sonucu çıkarılmıştır. Aynı çalışmada “reklam kampanyaları vergi bilincini arttırmaktadır” sorusuna ise %62,2’si reklam kampanyalarının düzenlenmesinin vergi bilincini arttıracığını belirtmektedirler (Çetin ve Gökbunar, 2010: 31-36).

Akbay (2019) tarafından gerçekleştirilen ankete katılanların “Zamanı gelen vergi ödemelerinin yazılı ve görsel medyada duyurularının yapılması dikkatimi çeker.” sorusuna %77,1’i (303 kişi) katıldığını ifade ederken, %14’ü (55 kişi) kararsız kaldığını ve %8,9’u (35 kişi) ise katılmadıklarını belirtmişlerdir (Akbay, 2019: 90).

Yeşilyurt (2015) tarafından “medyada, sempozyum ve kongrelerde verginin bir vatandaşlık görevi olduğunun vurgulanması vergi bilincini artırır” ifadesine maliye öğrencilerinin %87’si (302 kişi) bu fikre katılmaktayken, ilahiyat öğrencilerinin ise %87,2’si (109 kişi) bu fikre katılmaktadır. Maliye ve ilahiyat öğrencilerinin yüzdeler dilimlerinin birbirine yakın olması vergi bilincinin artırılması konusunda ortak bir düşüncede oldukları sonucunu vermektedir (Yeşilyurt, 2015: 54). Ancak çalışmamızda öğrencilerin haberdar olmama oranının oldukça yüksek olması bu tür uygulamaların daha da genişletilmesi ve artırılması gerektiğini göstermektedir.

4.4.2.5.2.4. Vergi Haftası Etkinlikleri Frekans Analizleri

Vergi idaresi şubat ayının son haftasını vergi haftası olarak kutlamakta ve bu haftada vergi ile ilgili etkinlik düzeyini arttırarak mükelleflerin vergi farkındalığını arttırmayı ve vergiye karşı gönüllü uyumlarını kolaylaştırmayı amaçlamaktadır. Bu tür etkinlikler için öğrencilerin vermiş olduğu yanıtların yer aldığı verilere Tablo 5’de yer verilmiştir.

Tablo 5
Vergi Haftası Etkinlikleri Frekans Analizi

Değişken	Frekans	%
Kamu Kurumları Outdoor TV Ekranlarında Afiş ve Slider/Banner Görseller		
Haberdar Değilim	154	49
Asla/Hiç	34	10,8
Haberdarım ve Vergi Bilincimi Etkiledi Çok Az	61	19,4
Kısmen	35	11,1
Çoğunlukla	20	6,4
Tamamen	10	3,2
Gelir İdaresi Başkanlığına Yapılan Ziyaretler		
Haberdar Değilim	190	60,5
Asla/Hiç	39	12,4
Haberdarım ve Vergi Bilincimi Etkiledi Çok Az	33	10,5
Kısmen	29	9,2
Çoğunlukla	19	6,1
Tamamen	4	1,3
Üniversitelerde Kurulan Stantlar		
Haberdar Değilim	131	41,7
Asla/Hiç	43	13,7
Haberdarım ve Vergi Bilincimi Etkiledi Çok Az	60	19,1
Kısmen	39	12,4
Çoğunlukla	28	8,9
Tamamen	13	4,1
Üniversite Öğrencilerine Yönelik Yapılan Seminer/Panel/Konferanslar		
Haberdar Değilim	116	36,9
Asla/Hiç	33	10,5
Haberdarım ve Vergi Bilincimi Etkiledi Çok Az	54	17,2
Kısmen	44	14
Çoğunlukla	53	16,9
Tamamen	14	4,5
İlk ve Ortaöğretim Öğrencilerine Yönelik Yapılan Ziyaretler ve Vergi ile İlgili Bilgilendirici Konferanslar		
Haberdar Değilim	197	62,7
Asla/Hiç	30	9,6
Haberdarım ve Vergi Bilincimi Etkiledi Çok Az	28	8,9
Kısmen	30	9,6
Çoğunlukla	21	6,7
Tamamen	8	2,5
İlk ve Ortaöğretim Öğrencilerine Yönelik Yapılan Şiir/Resim/Sloganlı Afiş Yarışmaları		
Haberdar Değilim	192	61,1
Asla/Hiç	33	10,5
Haberdarım ve Vergi Bilincimi Etkiledi Çok Az	31	9,9
Kısmen	25	8
Çoğunlukla	25	8
Tamamen	8	2,5

Ankete katılan öğrencilerin vergi idaresinin vergi haftası etkinlikleri kapsamında uygulamış oldukları etkinliklere ilişkin bilgilerin yer aldığı Tablo 5 incelendiğinde vergi haftası kapsamında vergi idaresi tarafından bir çok kamu kurumlarında outdoor TV ekranlarında yayınlamış olduğu afiş ve slider/banner görseller için öğrencilerin %49'u (154 öğrenci) "Haberdar Değilim" yanıtını vermektedir. Öğrencilerin %10,8'i (34 öğrenci) "Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi", %19,4'ü (61 öğrenci) "Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi", %11,1'i (35 öğrenci) "Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi", %6,4'ü (20 öğrenci) "Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla Etkiledi", %3,2'si (10 öğrenci) "Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi" yanıtını vermektedir.

Vergi idaresi vergi haftası kapsamında birçok okul ve mükellefi kendisi ziyaret etse de yine çeşitli okullardan gelen öğrencileri de ağırlamaktadır. Böylece öğrencilerin vergi idaresini yerinde görmesi ve bilgi edinmesi sağlanmaktadır. Vergi idaresinin uygulamış olduğu bu etkinlikler için öğrencilerin %60,5'i (190 öğrenci) "Haberdar Değilim" yanıtını vermektedir. Öğrencilerin %12,4'ü (39 öğrenci) "Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi", %10,5'i (33 öğrenci) "Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi", %9,2'si (29 öğrenci) "Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi", %6,1'i (19 öğrenci) "Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla Etkiledi", %1,3'ü (4 öğrenci) "Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi" yanıtını vermektedir. Görüldüğü gibi öğrencilerin büyük çoğunluğu "Haberdar Değilim" yanıtını vermektedir. "Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi" yanıtını veren öğrenci sayısı ise oldukça düşük bir sayıyla sadece 4 öğrencidir.

Vergi idaresi vergi haftası kapsamında 81 il üniversite kampüslerinde stantlar kurmakta ve burada öğrencilere gerek vergi ve önemi, kayıtlı ekonomiye geçmenin önemi gerekse vergi idaresi personel yapısı ve çalışma şartları gibi konularda öğrencileri bilgilendirmektedir. Öğrencilerin üniversitelerde kurulan bu stantlar için öğrencilerin %41,7'si (131 öğrenci) "Haberdar Değilim" yanıtını vermektedir. Öğrencilerin %13,7'si (43 öğrenci) "Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi", %19,1'i (60 öğrenci) "Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi", %12,4'ü (39 öğrenci) "Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi", %8,9'u (28 öğrenci) "Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla Etkiledi", %4,1'i

(13 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi” yanıtını vermektedir.

Vergi idaresi vergi haftası kapsamında 81 ilde üniversiteleri ziyaret ederek öğrencilere vergi ile ilgili konularda ve vergi idaresi hakkında bilgilendirme seminerleri/panel/konferansları düzenlemektedir. Öğrencilerin bu yapılan konferanslar için ise öğrencilerin %36,9’u (116 öğrenci) “Haberdar Değilim” yanıtını vermektedir. Öğrencilerin %10,5’i (33 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi”, %17,2’si (54 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi”, %14’ü (44 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi”, %16,9’u (53 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla Etkiledi”, %4,5’i (14 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi” yanıtını vermektedir.

Vergi idaresi vergi haftası kapsamında ilk ve orta öğretim öğrencilerini okullarda ziyaret etmekte ve vergi bilincinin öğrencilerde küçük yaşta oluşturulabilmesi için vergi ve verginin önemi hakkında bilgilendirici konferanslar düzenlemektedir. Öğrencilerin bu konferanslar için öğrencilerin %62,7’si (197 öğrenci) “Haberdar Değilim” yanıtını vermektedir. Öğrencilerin %9,6’sı (30 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi”, %8,9’u (28 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi”, %9,6’sı (30 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi”, %6,7’si (21 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla Etkiledi”, %2,5’i (8 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi” yanıtını vermektedir. Görüldüğü gibi öğrencilerin büyük çoğunluğu “Haberdar Değilim” yanıtını vermektedir.

Vergi idaresi vergi haftası kapsamında vergi bilincinin küçük yaşta verilmesi amacıyla ilk ve orta öğretim öğrencileri arasında ilkokullarda şiir, ortaokullarda resim ve liselerde sloganlı afiş yarışmaları düzenlemekte ve dereceye giren öğrencilere hediyeler vermektedir. Bu etkinlikler için öğrencilerin %61,1’i (192 öğrenci) “Haberdar Değilim” yanıtını verirken öğrencilerin %10,5’i (33 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi”, %9,9’u (31 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi”, %8’i (25 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi”, %8’i (25 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla Etkiledi”, %2,5’i (8 öğrenci) “Haberdarım ve Vergi Bilincimi

Tamamen Etkiledi” yanıtını vermektedir. Görüldüğü gibi öğrencilerin büyük çoğunluğu “Haberdar Değilim” yanıtını verirken haberdarım yanıtını veren öğrencilerin ise sadece 8 tanesi vergi bilincini tamamen etkilediğini belirtmektedir.

Yıldız ve Bakır (2019) tarafından Eskişehir ilinde 123 gönüllü öğrenci üzerinde yapılan araştırma çalışmasında “Vergi Haftası etkinlikleri vergi bilincini artırır.” ifadesine ankete katılan öğrencilerin %52,8’i Vergi Haftası etkinliklerinin vergi bilincini arttırdığını belirtmektedir (Yıldız ve Bakır, 2019: 301).

Özcan (2020) tarafından Kocaeli’nin Gebze ilçesinde faaliyet gösteren dört ortaöğretim kurumu üzerinde gerçekleştirilen çalışmada Vergi Haftası ile ilgili farkındalığı ölçmek amacıyla öğrencilere, “vergi haftasının varlığından haberdarım.”, “Okulumuzda vergi haftası etkinlikleri düzenlenmektedir.”, “Vergi haftası etkinliklerine (şiiir, kompozisyon, yarışma, seminer gibi) katıldım.”, “Okulumuzda Türkiye’deki uygulanan vergilerle ilgili seminer düzenlense gönüllü olarak katılmak isterim.” soruları sorulmuş ve öğrencilerin vergi haftasıyla ilgili bu ifadelerin hiçbirine katılmadıkları görülmüştür. En az katılım ise “Vergi haftası etkinliklerine (şiiir, kompozisyon, yarışma, seminer gibi) katıldım.” ifadesiyken, en çok katılım ise “Okulumuzda Türkiye’deki uygulanan vergilerle ilgili seminer düzenlense gönüllü olarak katılmak isterim.” ifadesinedir (Özcan, 2020: 81).

Gür ve Yıldız (2017) tarafından Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu’nda 485 öğrenci üzerinde gerçekleştirilen çalışmada “Vergi eğitiminin aşağıdaki araçlardan hangisi vasıtasıyla verilmesi durumunda vergi ödeme eğilimi daha çok artar?” sorusu sorulmuş ve görsel araçlarla eğitimin vergi ödeme eğilimini en az etkileyeceği sonucu elde edilmiştir. Vergi dairesinin yapacağı seminer ve konferanslarla verilmesiyle vergi verme eğiliminin artacağı ise en yüksek etkileyeceği sonucu elde edilmiştir (Gür ve Yıldız, 2017: 90).

Karaca (2015) tarafından Kütahya’da 336 ilköğretim öğrencileri üzerine yapılan çalışmada “Eğitim Hayatınız Boyunca Vergi Konusunda Bilgilenmenizi Sağlayacak Bir Eğitim (Ders Veya Seminer vb.) Aldınız mı?” sorusu yöneltilmiş ve ankete katılan öğrencilerin %52,4’ü (176 öğrenci) eğitim almadığını, %47,6’sı (160 öğrenci) ise eğitim aldığını belirtmiştir. Gelir İdaresi Başkanlığı ve Milli Eğitim Bakanlığı kapsamında düzenlenen vergi eğitimi öğrencilere ulaşmakta yetersiz kalmıştır (Karaca, 2015: 68). “Vergi Eğitiminin Vergi İdaresi Personeli Tarafından Verilmesi, Verilen Eğitimi Daha Etkili Hale Getirdi” sorusu sorulmuş ve

araştırmaya katılan öğrencilerin %44,6'sı (150 öğrenci) vergi eğitimlerinin vergi idaresi personelleri tarafından verilmesinin etkili olacağını belirtmekte ve bu durumu benimsemeyen %11,9 (40 öğrenci), kararsızlık yaşayan %43,5 (146 öğrenci) olduğu görülmektedir. Baktığımızda genel olarak öğrencilerin çoğunlukla vergi eğitiminin vergi idaresi personeli tarafından verilmesini etkin olarak görmediği sonucuna ulaşılmaktadır (Karaca, 2015: 70).

“Okulda Verilen Vergi Eğitimi İle Vergi Konusunda Yeterli Bilgiye Sahip Olduğumu Söyleyebilirim” sorusuna verilen yanıtların %41,1'i (138 öğrenci) yeterli olduğu yanıtını verirken, %31,3'ü (105 öğrenci) yeterli olmadığını belirtmekte, %27,7'si (93 öğrenci) kararsız kaldığını belirtmektedir. Bu da öğrenciler tarafından vergi eğitiminin yeterli görülmediği sonucunu göstermektedir (Karaca, 2015: 72). “Okulda Verilen Vergi Eğitimi Benzerinde Eğitimlerin Olması Vatandaşların Vergi Bilincini Artırmaktadır” sorusuna verilen yanıtlarla vergi eğitimi benzerinde eğitimlerin okullarda verilmesi vergisel bilinçlenme yolunda olumlu etki göstermektedir düşüncesini benimseyen %64,6 (217 öğrenci) bulunmaktayken, %12,2'si (41 öğrenci) ise olumlu olmadığı düşüncesini benimsemekte, %23,2 (78 öğrenci) kararsız olduğunu belirtmektedir (Karaca, 2015: 73). “Vergi Konusunda Verilen Eğitimlerin Sürekli Olarak Yapılması Gerektiğini Düşünüyorum” sorusuna verilen yanıtların %60,7'si (204 öğrenci) Gelir İdaresi Başkanlığı tarafından verilen vergi eğitimlerinin vergisel bilinçlenme yolunda sürekli olması gerektiğini düşünmekteyken, %13,1'i (44 öğrenci) ise bu düşünceye katılmadığını belirtmekte, %26,2'si (88 öğrenci) ise kararsız olduğunu belirtmektedir (Karaca, 2015: 74).

Akbay (2019) tarafından Afyonkarahisar'da 393 kişi üzerine gerçekleştirilen çalışmada “Vergi haftası etkinliklerinden haberim olur.” ifadesine ankete katılanların %40,2'si (158 kişi) vergi haftası etkinliklerinden haberi olmadığını belirtirken, %36,1'i (142 kişi) haberi olduğunu, %23,7'si (93 kişi) ise kararsız olduğunu belirtmiştir (Akbay, 2019: 94). “Maliye Bakanlığı veya diğer kamu kuruluşlarının vergisel etkinliklerine (sempozyum, konferans gibi) hiç katıldınız mı?” sorusuna öğrencilerin %92,9'u (365 kişi) vergisel etkinliklere katılmadığını belirtmiş, %7,1'i (28 kişi) vergisel etkinliklere katıldıklarını belirtmişlerdir. Vergi etkinliklerine katılma yüzdesi çok düşük olmakla birlikte halkımızın vergi konusunda daha da bilinçlendirilmesi gerektiği ve vergiye yönelik reklam, tanıtım,

broşür, sempozyum, konferans gibi etkinliklerin arttırılarak vergi bilincinin ve vergi ahlakının kazandırılmaya çalışılması sonucuna ulaşılmıştır (Akbay, 2019: 75). “Reklam, sempozyum, konferans, afiş, poster, billboard tanıtımları vergiye yönelik ilgimi ve bilgimi arttırmaktadır” sorusuna verilen yanıtların %58,5’i (230 kişi) “reklam, sempozyum, konferans, afiş, poster, billboard tanıtımları vergiye yönelik ilgimi ve bilgimi arttırmaktadır” katıldığını ifade ederken, %22,9’u (90 kişi) kararsız olduğunu, %18,6’sı (73 kişi) ise katılmadığını belirtmektedir (Akbay, 2019: 90).

Sağlam (2013) İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerine yaptığı 330 kişilik anket çalışmasında öğrencilerin %59,4’ü (196 kişi) “vergi haftası etkinlikleri vergi bilinci konusunda farkındalık yaratır” ifadesine katılarak etkinliklerin vergiye uyum düzeyinde önemli bir etken olduğunu vurgulamışlardır (Sağlam, 2013: 327).

Yardımcıoğlu, Akpınar ve Günay (2014) tarafından gerçekleştirilen anket çalışmasında mükelleflerin %53,6’sı (82 kişi) “vergi haftası etkinlikleri vergisel farkındalık yaratır” ifadesine katıldıklarını belirtmişlerdir (Yardımcıoğlu, Akpınar ve Günay, 2014: 110).

“Vergi haftaları yerine yılın “her ay vergi ayı” adıyla yeni bir uygulamaya geçilmelidir.” ifadesine ankete katılanların %55’i bu düşüncüyü olumlu bulurken, %21’i ise olumlu bulmamaktadır (Cansız, 2015: 446).

Oğuz (2019) tarafından 3’lü likert ölçeği kullanılarak ve öğretmenler üzerine uygulanarak yapılan çalışmada “Vergi haftalarında gelir idaresi başkanlığı (vergi daireleri) herhangi bir etkinlik yapıyor mu?” 1,479; “13.06.2007 tarihinde MEB ile maliye bakanlığı arasında imzalanan vergi bilir çalışma protokolü hakkında bilgilendirildiniz mi?” 1,303; “2007 yılında imzalanan protokol sonrası oluşturulan www.vergibilinci.gov.tr hakkında bilgilendirildiniz mi?” 1,248; “MEB’in sizlere vermiş olduğu seminerlerde öğrencilere vergi bilincini aşılamanız hakkında bilgilendirildiniz mi?” 1,508 puan olarak ortalamaların altında kalmıştır. “Medya, sempozyum ve kongrelerde verginin bir vatandaşlık görevi olduğunun vurgulanması vergi bilincini artıracaklarını düşünüyor musunuz?” 2,385; “2011-2013 yıllarını kapsayan kayıt dışı ekonomiyle mücadele stratejisi eylem planında MEB müfredatına dahil edileceği söylenen vergi bilinci konusu faydalı olur mu?” 2,355 puan almış ve ortalamanın üstünde yer almıştır (Oğuz, 2019: 96-97).

4.4.2.5.3. Çapraz Tablolar

Çapraz tablo analizinde, mükellefin demografik özelliklerinden cinsiyet, yaş, medeni durum, okuduğu bölüm ve öğrenim türü dağılımlarına göre vergi idaresinin etkinlik ve uygulamaları hakkındaki sorulara verilen yanıtlar ki-kare testleri uygulanarak karşılaştırılmıştır.

Ki-kare testi gözlenen frekanslar ile beklenen frekanslar arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığı temeline dayanmaktadır. Nitel iki değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olup olmadığı ki-kare testi ile araştırılabilir. H_0 'da ilişkinin olmadığı, bağımsızlığın olduğu; H_1 'de ise ilişkinin olduğu, bağımsızlığın olmadığı iddia edilir (Güngör ve Bulut, 2008). Bu çalışmada varsayılan hipotezlerin pearson anlamlılık derecesi %0,05 olarak değerlendirilmiştir.

4.4.2.5.3.1. Cinsiyete Göre Elde Edilen Çapraz Tablo Analizleri

Ankete katılan öğrencilerin demografik özelliklerinden cinsiyet dağılımına göre vergi idaresi tarafından sunulan uygulamalar hakkındaki görüşleri çapraz tablolar halinde aşağıda incelenmektedir.

4.4.2.5.3.1.1. Cinsiyete Göre Web Sayfaları Hakkındaki Görüşler

Vergi idaresinin uygulamış olduğu web sayfalarına ilişkin öğrencilerin demografik özelliklerinden cinsiyet dağılımına göre verilen yanıtlar Tablo 6'da incelenmektedir.

Tablo 6
Cinsiyete Göre Web Sayfaları Hakkındaki Görüşler

Değişken	Grup		Haberdar Değilim	Haberdarım ve Vergi Bilincimi Etkiledi					Ort**
				Asla Hiç	Çok Az	Kısmen	Çoğunlukla	Tamamen	
www.gib.gov.tr									
Ki-Kare	Kadın	Sayı	72	14	27	39	24	15	1,864
8,196		%	37,7	7,3	14,1	20,4	12,6	7,9	
p	Erkek	Sayı	40	21	16	23	17	6	1,789
,146		%	32,5	17,1	13,0	18,7	13,8	4,9	
www.vergibilinci.gov.tr									
Ki-Kare	Kadın	Sayı	85	21	24	26	23	12	1,565
7,797		%	44,5	11,0	12,6	13,6	12,0	6,3	
p	Erkek	Sayı	72	15	10	11	11	4	1,073
,168		%	58,5	12,2	8,1	8,9	8,9	3,3	
www.vergihaftasi.gov.tr									
Ki-Kare	Kadın	Sayı	94	17	23	27	23	7	1,419
6,308		%	49,2	8,9	12,0	14,1	12,0	3,7	
p	Erkek	Sayı	73	11	9	15	8	7	1,146
,277		%	59,3	8,9	7,3	12,2	6,5	5,7	
www.kayitliekonomiyegecis.gov.tr									
Ki-Kare	Kadın	Sayı	119	10	20	22	12	8	1,068
5,715		%	62,3	5,2	10,5	11,5	6,3	4,2	
p	Erkek	Sayı	88	9	6	11	6	3	,756
,335		%	71,5	7,3	4,9	8,9	4,9	2,4	

*p<0,05, **Haberdar Değilim-0, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi-1, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi-2, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi-3, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla-4, Etkiledi Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi-5.

Tablo 6 incelendiğinde kız ve erkek öğrencilerin çoğunluğu “www.kayitliekonomiyegecis.gov.tr” internet sayfasından haberdar olmadığını belirtmekte, yine kız öğrencilerin yaklaşık yarısı ve erkek öğrencilerin büyük çoğunluğu “www.vergihaftasi.gov.tr” internet sayfasından haberdar olmadığını belirtmektedir. Yine erkek öğrencilerin büyük bir çoğunluğu “www.vergibilinci.gov.tr” internet sayfasından haberdar olmadığını belirtmektedir. Web sayfalarından haberdar olan kız öğrenciler bu uygulamaların hepsi için vergi bilincini “kısmen” etkilediğini belirtirken erkek öğrencilerin çoğunluğu “www.vergibilinci.gov.tr” web sayfası için vergi bilincini “asla/hiç” etkilemediğini belirtmektedir. Ortalamalara bakıldığında ise hem kız hem erkek öğrencilerin en yüksek vergi bilinç düzeyine sahip olduğu web sayfası “www.gib.gov.tr” olduğu görülmektedir. Öğrencilerin cinsiyeti ve web sayfaları arasında aşağıdaki gibi bir hipotez oluşturulmuştur.

H₀: Cinsiyet değişkeninin Web Sayfaları ile arasında ilişki yoktur.

H₁: Cinsiyet değişkeninin Web Sayfaları ile arasında ilişki vardır.

Cinsiyet değişkeninin web sayfaları ile ilişkisi Tablo 6'da yer almaktadır. Değerler incelendiğinde, katılımcıların kadın veya erkek olması ile web sayfaları arasında istatistiksel anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır ($p > 0,05$). Katılımcıların kadın veya erkek olması ile web sayfaları arasında bir ilişki olmadığı hipotezi (H_0) kabul edilmiştir ($p > 0,05$).

4.4.2.5.3.1.2. Cinsiyete Göre Sosyal Medya Uygulamaları Hakkındaki Görüşler

Vergi idaresinin mükellefleri bilgilendirmek amacıyla uygulamış olduğu resmi sosyal medya uygulamalarına ilişkin öğrencilerin demografik özelliklerinden cinsiyet dağılımına göre verilen yanıtlar Tablo 7'de incelenmektedir.

Tablo 7

Cinsiyete Göre Sosyal Medya Uygulamaları Hakkındaki Görüşler

Değişken	Grup		Haberdar Değilim	Haberdarım ve Vergi Bilincimi Etkiledi					Ort**
				Asla Hiç	Çok Az	Kısmen	Çoğunlukla	Tamamen	
Twitter/gibsosyalmedya									
Ki-Kare	Kadın	Sayı	49	31	21	31	35	24	2,230
6,368		%	25,7	16,2	11,0	16,2	18,3	12,6	
p	Erkek	Sayı	41	22	17	19	12	12	1,797
,272		%	33,3	17,9	13,8	15,4	9,8	9,8	
Facebook/gib.sosyalmedya									
Ki-Kare	Kadın	Sayı	92	49	16	17	9	8	1,089
2,754		%	48,2	25,7	8,4	8,9	4,7	4,2	
p	Erkek	Sayı	67	27	8	9	4	8	1,024
,738		%	54,5	22,0	6,5	7,3	3,3	6,5	
Instagram/gib.sosyalmedya									
Ki-Kare	Kadın	Sayı	45	38	26	30	22	30	2,189
13,217		%	23,6	19,9	13,6	15,7	11,5	15,7	
p	Erkek	Sayı	48	26	18	12	10	9	1,488
,021*		%	39,0	21,1	14,6	9,8	8,1	7,3	
Youtube/gibsosyalmedya									
Ki-Kare	Kadın	Sayı	65	34	26	29	16	21	1,791
2,312		%	34,0	17,8	13,6	15,2	8,4	11,0	
p	Erkek	Sayı	49	20	14	19	12	9	1,610
,804		%	39,8	16,3	11,4	15,4	9,8	7,3	
Linkedin/company/gibsosyalmedya									
Ki-Kare	Kadın	Sayı	98	41	16	11	17	8	1,120
8,795		%	51,3	21,5	8,4	5,8	8,9	4,2	
p	Erkek	Sayı	72	26	15	5	4	1	,748
,118		%	58,5	21,1	12,2	4,1	3,3	0,8	

Mobil Uygulamalar

Ki-Kare	Kadın	Sayı	69	41	17	23	19	22	1,728
8,637		%	36,1	21,5	8,9	12,0	9,9	11,5	
p	Erkek	Sayı	56	26	17	8	7	9	1,276
,124		%	45,5	21,1	13,8	6,5	5,7	7,3	

*p<0,05, **Haberdar Değilim-0, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi-1, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi-2, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi-3, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla-4, Etkiledi Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi-5.

Tablo 7 incelendiğinde sosyal medya uygulamalarından öğrencilerin genel olarak haberdar olma oranı yüksekken hem kız hem erkek öğrencilerin linkedin “company/gibsosyalmedya” sosyal medya hesabından haberdar olma oranının düşük olduğu görülmektedir. Ayrıca facebook “gib.sosyalmedya” uygulamasından kızların yaklaşık yarısı (%48,2), erkeklerin ise %54,5’i haberdar olmadığını belirtmektedir. Öğrencilerin cinsiyeti ve sosyal medya uygulamaları arasında aşağıdaki gibi bir hipotez oluşturulmuştur.

H₀: Cinsiyet değişkeninin Sosyal Medya Uygulamaları ile arasında ilişki yoktur.

H₁: Cinsiyet değişkeninin Sosyal Medya Uygulamaları ile arasında ilişki vardır.

Cinsiyet değişkeninin sosyal medya uygulamaları ile anlamlı bir ilişkisinin olup olmadığı Tablo 7’de değerlendirilmiştir. Değerler incelendiğinde yalnızca “Instagram/gib.sosyalmedya” sosyal medya uygulaması ile katılımcıların kadın ve erkek olması ile sosyal medya uygulamaları arasında istatistiksel anlamlı bir ilişki vardır (p<0,05).

4.4.2.5.3.1.3. Cinsiyete Göre Yazılı ve Görsel Yayınlar Hakkındaki Görüşler

Vergi idaresinin mükellefleri bilgilendirmek amacıyla kullandığı birçok yazılı ve görsel yayınlara ilişkin öğrencilerin demografik özelliklerinden cinsiyet dağılımına göre verilen yanıtlar Tablo 8’de incelenmektedir.

Tablo 8
Cinsiyete Göre Yazılı ve Görsel Yayınlar Hakkındaki Görüşler

Değişken	Grup		Haberdar Değilim	Haberdarım ve Vergi Bilincimi Etkiledi					Ort**
				Asla Hiç	Çok Az	Kısmen	Çoğunlukla	Tamamen	
Gelir İdaresi Başkanlığı Tanıtım Videoları									
Ki-Kare	Kadın	Sayı	57	23	40	27	24	20	1,990
14,399		%	29,8	12,0	20,9	14,1	12,6	10,5	
p	Erkek	Sayı	53	21	10	18	13	8	1,520
,013*		%	43,1	17,1	8,1	14,6	10,6	6,5	
Vergi Uygulamaları Hakkında Bilgilendirme Videoları									
Ki-Kare	Kadın	Sayı	51	13	39	34	31	23	2,262
11,828		%	26,7	6,8	20,4	17,8	16,2	12,0	
p	Erkek	Sayı	48	16	15	19	15	10	1,732
,037*		%	39,0	13,0	12,2	15,4	12,2	8,1	
Vergi Konulu Haberler ve Duyurular									
Ki-Kare	Kadın	Sayı	33	13	33	33	46	33	2,759
7,447		%	17,3	6,8	17,3	17,3	24,1	17,3	
p	Erkek	Sayı	29	16	13	19	28	18	2,447
,189		%	23,6	13,0	10,6	15,4	22,8	14,6	
Vergi ile İlgili Konularda Vergi İletişim Merkezi (189)									
Ki-Kare	Kadın	Sayı	76	27	27	17	27	17	1,702
13,681		%	39,8	14,1	14,1	8,9	14,1	8,9	
p	Erkek	Sayı	65	21	12	12	4	9	1,155
,018*		%	52,8	17,1	9,8	9,8	3,3	7,3	
Rehber ve Broşürler									
Ki-Kare	Kadın	Sayı	64	24	40	27	20	16	1,806
7,662		%	33,5	12,6	20,9	14,1	10,5	8,4	
p	Erkek	Sayı	56	20	18	14	8	7	1,342
,176		%	45,5	16,3	14,6	11,4	6,5	5,7	
Çocuklarda Vergi Bilincini Geliştirmeye Yönelik Broşürler									
Ki-Kare	Kadın	Sayı	108	24	17	11	16	15	1,204
5,388		%	56,5	12,6	8,9	5,8	8,4	7,9	
p	Erkek	Sayı	78	16	9	10	6	4	,878
,37		%	63,4	13,0	7,3	8,1	4,9	3,3	
Çocuklarda Vergi Bilincini Geliştirmeye Yönelik Hazırlanan Şarkılar ve Oyunlar									
Ki-Kare	Kadın	Sayı	113	22	18	10	17	11	1,105
5,888		%	59,2	11,5	9,4	5,2	8,9	5,8	
p	Erkek	Sayı	86	12	6	8	6	5	,789
,317		%	69,9	9,8	4,9	6,5	4,9	4,1	
Afişler									
Ki-Kare	Kadın	Sayı	48	27	40	27	29	20	2,115
7,854		%	25,1	14,1	20,9	14,1	15,2	10,5	
p	Erkek	Sayı	43	23	19	17	10	11	1,683
,164		%	35,0	18,7	15,4	13,8	8,1	8,9	
Kamu Spotları									
Ki-Kare	Kadın	Sayı	21	23	42	34	41	30	2,738

10,55	%	11,0	12,0	22,0	17,8	21,5	15,7	
p	Erkek	Sayı	26	21	27	19	17	13
,061	%	21,1	17,1	22,0	15,4	13,8	10,6	2,155
TV Programlarına Yerleştirilen Vergi Uygulamaları ile İlgili Reklamlar								
Ki-Kare	Kadın	Sayı	28	24	39	28	37	35
13,933	%	14,7	12,6	20,4	14,7	19,4	18,3	2,665
p	Erkek	Sayı	29	25	23	21	12	13
,016*	%	23,6	20,3	18,7	17,1	9,8	10,6	2,008

*p<0,05, **Haberdar Değilim-0, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi-1, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi-2, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi-3, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla-4, Etkiledi Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi-5.

Tablo 8 incelendiğinde hem kız hem de erkek öğrencilerin çocuklara yönelik yapılan etkinliklerden haberdar olmadığı sonucuna ulaşırken aynı zamanda erkeklerin Vergi İletişim Merkezi (189)'nden %52,8'inin haberdar olmadığı görülmekte ve kızların erkeklere göre yapılanlardan daha haberdar olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Öğrencilerin cinsiyeti ve yazılı ve görsel yayınlar arasında aşağıdaki gibi bir hipotez oluşturulmuştur.

H₀: Cinsiyet değişkeninin Yazılı ve Görsel Yayınlar ile arasında ilişki yoktur.

H₁: Cinsiyet değişkeninin Yazılı ve Görsel Yayınlar ile arasında ilişki vardır.

Cinsiyet değişkeninin yazılı ve görsel yayınlar ile anlamlı bir ilişkisinin olup olmadığı Tablo 8'de değerlendirilmiştir. Değerler incelendiğinde "Gelir İdaresi Başkanlığı Tanıtım Videoları", "Vergi Uygulamaları Hakkında Bilgilendirme Videoları", "Vergi ile İlgili Konularda Vergi İletişim Merkezi (189)" ve "TV Programlarına Yerleştirilen Vergi Uygulamaları ile İlgili Reklamlar" ile katılımcıların kadın ya da erkek olması arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır (p<0,05). Diğer yayınlar ile katılımcıların kadın ya da erkek olması arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki yoktur (p>0,05).

4.4.2.5.3.1.4. Cinsiyete Göre Vergi Haftası Etkinlikleri Hakkındaki Görüşler

Vergi idaresinin "Vergi Haftası" kapsamında düzenlemiş olduğu vergi ile ilgili düzenlemiş olduğu etkinliklere ilişkin öğrencilerin demografik özelliklerinden cinsiyet dağılımına göre verilen yanıtlar Tablo 9'da incelenmektedir.

Tablo 9
Cinsiyete Göre Vergi Haftası Etkinlikleri Hakkındaki Görüşler

Değişken	Grup		Haberdar Değilim	Haberdarım ve Vergi Bilincimi Etkiledi					Ort**
				Asla Hiç	Çok Az	Kısmen	Çoğunlukla	Tamamen	
Kamu Kurumları Outdoor TV Ekranlarında Afiş ve Slider/Banner Görseller									
Ki-Kare	Kadın	Sayı	87	18	44	21	14	7	1,361
6,442		%	45,5	9,4	23,0	11,0	7,3	3,7	
p	Erkek	Sayı	67	16	17	14	6	3	1,065
,266		%	54,5	13,0	13,8	11,4	4,9	2,4	
Gelir İdaresi Başkanlığına Yapılan Ziyaretler									
Ki-Kare	Kadın	Sayı	110	25	19	22	13	2	1,000
4,416		%	57,6	13,1	9,9	11,5	6,8	1,0	
p	Erkek	Sayı	80	14	14	7	6	2	,789
,491		%	65,0	11,4	11,4	5,7	4,9	1,6	
Üniversitelerde Kurulan Stantlar									
Ki-Kare	Kadın	Sayı	76	18	41	25	20	11	1,623
12,929		%	39,8	9,4	21,5	13,1	10,5	5,8	
p	Erkek	Sayı	55	25	19	14	8	2	1,195
,024*		%	44,7	20,3	15,4	11,4	6,5	1,6	
Üniversite Öğrencilerine Yönelik Yapılan Seminer/Panel/Konferanslar									
Ki-Kare	Kadın	Sayı	70	14	31	30	36	10	1,885
7,746		%	36,6	7,3	16,2	15,7	18,8	5,2	
p	Erkek	Sayı	46	19	23	14	17	4	1,585
,171		%	37,4	15,4	18,7	11,4	13,8	3,3	
İlk ve Ortaöğretim Öğrencilerine Yönelik Yapılan Ziyaretler ve Vergi ile İlgili Bilgilendirici Konferanslar									
Ki-Kare	Kadın	Sayı	111	20	18	22	14	6	1,089
5,175		%	58,1	10,5	9,4	11,5	7,3	3,1	
p	Erkek	Sayı	86	10	10	8	7	2	,748
,395		%	69,9	8,1	8,1	6,5	5,7	1,6	
İlk ve Ortaöğretim Öğrencilerine Yönelik Yapılan Şiir/Resim/Sloganlı Afiş Yarışmaları									
Ki-Kare	Kadın	Sayı	106	21	23	17	18	6	1,152
7,502		%	55,5	11,0	12,0	8,9	9,4	3,1	
p	Erkek	Sayı	86	12	8	8	7	2	,732
,186		%	69,9	9,8	6,5	6,5	5,7	1,6	

*p<0,05, **Haberdar Değilim-0, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi-1, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi-2, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi-3, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla-4, Etkiledi Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi-5.

Tablo 9 incelendiğinde ankete katılan hem kız hem erkek öğrencilerin genel olarak ilk ve orta öğretim öğrencilerine yönelik uygulanan etkinliklerden haberdar olmadıkları görülmektedir. Kız öğrencilerin yapılan etkinliklerden erkek öğrencilere göre daha fazla haberdar olduğu sonucu çıkarılabilmektedir. Öğrencilerin cinsiyeti ve vergi haftası etkinlikleri arasında aşağıdaki gibi bir hipotez oluşturulmuştur.

H_0 : Cinsiyet değişkeninin Vergi Haftası Etkinlikleri ile arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_1 : Cinsiyet değişkeninin Vergi Haftası Etkinlikleri ile arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Cinsiyet değişkeninin vergi haftası etkinlikleri ile anlamlı bir ilişkisinin olup olmadığı Tablo 9'da değerlendirilmiştir. Değerler incelendiğinde sadece "Üniversitelerde Kurulan Stantlar" ile katılımcıların kadın ya da erkek olması arasında anlamlı bir ilişki vardır ($p < 0,05$). Diğer etkinlikler ile katılımcıların kadın ya da erkek olması arasında anlamlı bir ilişki yoktur ($p > 0,05$).

4.4.2.5.3.2. Yaşa Göre Elde Edilen Çapraz Tablo Analizleri

Ankete katılan öğrencilerin demografik özelliklerinden yaş dağılımına göre vergi idaresi tarafından sunulan uygulamalar hakkındaki görüşleri çapraz tablolar halinde aşağıda incelenmektedir.

4.4.2.5.3.2.1. Yaşa Göre Web Sayfaları Hakkındaki Görüşler

Vergi idaresinin uygulamış olduğu web sayfalarına ilişkin öğrencilerin demografik özelliklerinden yaş dağılımına göre verilen yanıtlar Tablo 10'da incelenmektedir.

Tablo 10
Yaş Göre Web Sayfaları Hakkındaki Görüşler

		Haberdarım ve Vergi Bilincimi Etkiledi							
Değişken	Grup		Haberdar Değilim	Asla Hiç	Çok Az	Kısmen	Çoğunlukla	Tamamen	Ort**
www.gib.gov.tr									
Ki-Kare 28,943 p ,007*	18-20	Sayı	17	4	0	5	4	4	1,618
		%	50,0	11,8	0,0	14,7	11,8	11,8	
	21-23	Sayı	65	22	30	46	29	13	1,956
		%	31,7	10,7	14,6	22,4	14,1	6,3	
	24-26	Sayı	29	6	8	10	5	2	1,367
		%	48,3	10,0	13,3	16,7	8,3	3,3	
	26+	Sayı	1	3	5	1	3	2	2,533
		%	6,7	20,0	33,3	6,7	20,0	13,3	
www.vergibilinci.gov.tr									
Ki-Kare 23,65 p ,037*	18-20	Sayı	23	4	2	0	3	2	,882
		%	67,6	11,8	5,9	0,0	8,8	5,9	
	21-23	Sayı	89	24	25	33	23	11	1,561
		%	43,4	11,7	12,2	16,1	11,2	5,4	
	24-26	Sayı	38	6	4	4	7	1	,983
		%	63,3	10,0	6,7	6,7	11,7	1,7	
	26+	Sayı	7	2	3	0	1	2	1,467
		%	46,7	13,3	20,0	0,0	6,7	13,3	
www.vergihaftasi.gov.tr									
Ki-Kare 24,414 p ,031*	18-20	Sayı	26	2	1	2	2	1	,677
		%	76,5	5,9	2,9	5,9	5,9	2,9	
	21-23	Sayı	96	22	22	30	26	9	1,488
		%	46,8	10,7	10,7	14,6	12,7	4,4	
	24-26	Sayı	39	2	7	8	3	1	,950
		%	65,0	3,3	11,7	13,3	5,0	1,7	
	26+	Sayı	6	2	2	2	0	3	1,800
		%	40,0	13,3	13,3	13,3	0,0	20,0	
www.kayitliekonomiyegecis.gov.tr									
Ki-Kare 16,476 p ,249	18-20	Sayı	29	1	1	2	1	0	,382
		%	85,3	2,9	2,9	5,9	2,9	0,0	
	21-23	Sayı	129	13	17	25	13	8	1,044
		%	62,9	6,3	8,3	12,2	6,3	3,9	
	24-26	Sayı	42	4	4	6	3	1	,783
		%	70,0	6,7	6,7	10,0	5,0	1,7	
	26+	Sayı	7	1	4	0	1	2	1,533
		%	46,7	6,7	26,7	0,0	6,7	13,3	

*p<0,05, **Haberdar Değilim-0, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi-1, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi-2, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi-3, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla-4, Etkiledi Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi-5.

Tablo 10 incelendiğinde ankete katılan öğrencilerin tüm yaş gruplarında en çok “www.kayitliekonomiyegecis.gov.tr” internet sayfasından haberdar olmama oranı yüksekken web sayfalarının geneline bakıldığında 18-20 yaş aralığında bulunan öğrenciler 26 yaş üzeri öğrencilere göre haberdar olma oranı daha düşüktür. Öğrencilerin yaş seviyelerine göre dağılımı ve web sayfaları arasında aşağıdaki gibi bir hipotez oluşturulmuştur.

Ho: Yaş değişkeninin Web Sayfaları ile arasında ilişki yoktur.

H1: Yaş değişkeninin Web Sayfaları ile arasında ilişki vardır.

Katılımcıların yaş seviyelerine göre dağılımlarının Web Sayfaları ile anlamlı bir ilişkisinin olup olmadığı Tablo 10'da değerlendirilmiştir. Bu değerlendirme sonucunda “www.gib.gov.tr”, “www.vergibilinci.gov.tr” ve “www.vergihaftasi.gov.tr” ile katılımcıların yaş dağılımları ile web sayfaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($p < 0,05$). Ancak “www.kayitliekonomiyegecis.gov.tr” web sayfası ile yaş seviyelerine göre dağılım değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ($p > 0,05$).

4.4.2.5.3.2.2. Yaşa Göre Sosyal Medya Uygulamaları Hakkındaki Görüşler

Vergi idaresinin mükellefleri bilgilendirmek amacıyla uygulamış olduğu resmi sosyal medya uygulamalarına ilişkin öğrencilerin demografik özelliklerinden yaş dağılımına göre verilen yanıtlar Tablo 11'de incelenmektedir.

Tablo 11

Yaşa Göre Sosyal Medya Uygulamaları Hakkındaki Görüşler

		Haberdarım ve Vergi Bilincimi Etkiledi							
Değişken	Grup	Haberdar Değilim	Asla Hiç	Çok Az	Kısmen	Çoğunlukla	Tamamen	Ort**	
Twitter/gibsosyalmedya									
Ki-Kare 14,286 p ,472	18-20	Sayı	11	7	1	6	6	3	1,941
		%	32,4	20,6	2,9	17,6	17,6	8,8	
	21-23	Sayı	52	34	26	38	31	24	2,166
		%	25,4	16,6	12,7	18,5	15,1	11,7	
	24-26	Sayı	21	8	9	5	10	7	1,933
		%	35,0	13,3	15,0	8,3	16,7	11,7	
26+	Sayı	6	4	2	1	0	2	1,400	
	%	40,0	26,7	13,3	6,7	0,0	13,3		
Facebook/gib.sosyalmedya									
Ki-Kare 13,977 p ,435	18-20	Sayı	17	11	0	2	2	2	1,029
		%	50,0	32,4	0,0	5,9	5,9	5,9	
	21-23	Sayı	102	50	16	20	7	10	1,073
		%	49,8	24,4	7,8	9,8	3,4	4,9	
	24-26	Sayı	34	10	6	4	4	2	1,000
		%	56,7	16,7	10,0	6,7	6,7	3,3	
26+	Sayı	6	5	2	0	0	2	1,267	
	%	40,0	33,3	13,3	0,0	0,0	13,3		
Instagram/gib.sosyalmedya									
Ki-Kare 13,812 p ,514	18-20	Sayı	11	7	4	5	2	5	1,853
		%	32,4	20,6	11,8	14,7	5,9	14,7	
	21-23	Sayı	56	42	31	27	25	24	1,976
		%	27,3	20,5	15,1	13,2	12,2	11,7	
	24-26	Sayı	23	9	7	10	5	6	1,717
		%	38,3	15,0	11,7	16,7	8,3	10,0	
26+	Sayı	3	6	2	0	0	4	2,000	

		%	20,0	40,0	13,30	0,0	0,0	26,7
Youtube/gibssosyalmedya								
	18-20	Sayı	11	8	5	4	2	4
		%	32,4	23,5	14,7	11,8	5,9	11,8
Ki-Kare	21-23	Sayı	73	37	24	35	19	17
		%	35,6	18,0	11,7	17,1	9,3	8,3
p	24-26	Sayı	22	8	8	9	7	6
		%	36,7	13,3	13,3	15,0	11,7	10,0
,675	26+	Sayı	8	1	3	0	0	3
		%	53,3	6,7	20,0	0,0	0,0	20,0
Linkedin/company/gibssosyalmedya								
	18-20	Sayı	19	9	2	1	1	2
		%	55,9	26,5	5,9	2,9	2,9	5,9
Ki-Kare	21-23	Sayı	109	43	21	9	18	5
		%	53,2	21,0	10,2	4,4	8,8	2,4
p	24-26	Sayı	35	11	6	5	2	1
		%	58,3	18,3	10,0	8,3	3,3	1,7
,766	26+	Sayı	7	4	2	1	0	1
		%	46,7	26,7	13,3	6,7	0,0	6,7
Mobil Uygulamalar								
	18-20	Sayı	12	11	2	3	3	3
		%	35,3	32,4	5,9	8,8	8,8	8,8
Ki-Kare	21-23	Sayı	80	41	26	21	18	19
		%	39,0	20,0	12,7	10,2	8,8	9,3
p	24-26	Sayı	31	10	4	6	4	5
		%	51,7	16,7	6,7	10,0	6,7	8,3
,382	26+	Sayı	2	5	2	1	1	4
		%	13,3	33,3	13,3	6,7	6,7	26,7

*p<0,05, **Haberdar Değilim-0, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi-1, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi-2, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi-3, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla-4, Etkiledi Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi-5.

Tablo 11 incelendiğinde tüm yaş gruplarının en çok haberdar olmadığı uygulama LinkedIn “company/gibssosyalmedya” olarak karşımıza çıkmakta, 18-20 yaş aralığı öğrencilerin en çok haberdar olduğu uygulamalar Twitter, Instagram, Youtube iken, 26 yaş üzeri öğrencilerin ise büyük çoğunluğu mobil uygulamalardan haberdar olduğunu belirtmektedir. Öğrencilerin yaş seviyelerine göre dağılım ve sosyal medya uygulamaları arasında aşağıdaki gibi bir hipotez oluşturulmuştur.

H₀: Yaş değişkeninin Sosyal Medya Uygulamaları ile arasında ilişki yoktur.

H₁: Yaş değişkeninin Sosyal Medya Uygulamaları ile arasında ilişki vardır.

Yaş seviyelerine göre dağılım değişkeninin sosyal medya uygulamaları ile anlamlı bir ilişkisinin olup olmadığı Tablo 11’de değerlendirilmiştir. Değerler incelendiğinde katılımcıların yaş dağılımları ile sosyal medya uygulamaları arasında istatistiksel anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır (p>0,05).

Katılımcıların yaş dağılımları ile sosyal medya uygulamaları arasında anlamlı bir ilişki olmadığı hipotezi (H_0) kabul edilmiştir ($p>0,05$).

4.4.2.5.3.2.3. Yaşa Göre Yazılı ve Görsel Yayınlar Hakkındaki Görüşler

Vergi idaresinin mükellefleri bilgilendirmek amacıyla kullandığı birçok yazılı ve görsel yayınlara ilişkin öğrencilerin demografik özelliklerinden yaş dağılımına göre verilen yanıtlar Tablo 12’de incelenmektedir.

Tablo 12
Yaşa Göre Yazılı ve Görsel Yayınlar Hakkındaki Görüşler

Değişken	Grup		Haberdar Değilim	Haberdarım ve Vergi Bilincimi Etkiledi					Ort**
				Asla Hiç	Çok Az	Kısmen	Çoğunlukla	Tamamen	
Gelir İdaresi Başkanlığı Tanıtım Videoları									
Ki-Kare 21,013 p ,097	18-20	Sayı	15	5	5	3	3	3	1,500
		%	44,1	14,7	14,7	8,8	8,8	8,8	
	21-23	Sayı	70	23	31	33	27	21	1,937
		%	34,1	11,2	15,1	16,1	13,2	10,2	
	24-26	Sayı	23	10	14	6	4	3	1,450
		%	38,3	16,7	23,3	10,0	6,7	5,0	
	26+	Sayı	2	6	0	3	3	1	2,133
		%	13,3	40,0	0,0	20,0	20,0	6,7	
Vergi Uygulamaları Hakkında Bilgilendirme Videoları									
Ki-Kare 12,055 p ,656	18-20	Sayı	11	5	7	5	2	4	1,824
		%	32,4	14,7	20,6	14,7	5,9	11,8	
	21-23	Sayı	62	18	31	36	35	23	2,161
		%	30,2	8,8	15,1	17,6	17,1	11,2	
	24-26	Sayı	22	4	15	9	6	4	1,750
		%	36,7	6,7	25,0	15,0	10,0	6,7	
	26+	Sayı	4	2	1	3	3	2	2,333
		%	26,7	13,3	6,7	20,0	20,0	13,3	
Vergi Konulu Haberler ve Duyurular									
Ki-Kare 15,418 p ,386	18-20	Sayı	9	3	6	5	6	5	2,324
		%	26,5	8,8	17,6	14,7	17,6	14,7	
	21-23	Sayı	38	16	28	33	52	38	2,776
		%	18,5	7,8	13,7	16,1	25,4	18,5	
	24-26	Sayı	13	7	12	12	12	4	2,250
		%	21,7	11,7	20,0	20,0	20,0	6,7	
	26+	Sayı	2	3	0	2	4	4	3,000
		%	13,3	20,0	0,0	13,3	26,7	26,7	
Vergi ile İlgili Konularda Vergi İletişim Merkezi (189)									
Ki-Kare	18-20	Sayı	19	8	2	1	2	2	,971
		%	55,9	23,5	5,9	2,9	5,9	5,9	
	21-23	Sayı	89	26	29	19	22	20	1,605

17,408		%	43,4	12,7	14,1	9,3	10,7	9,8	
p	24-26	Sayı	29	9	6	9	4	3	1,317
,235		%	48,3	15,0	10,0	15,0	6,7	5,0	
	26+	Sayı	4	5	2	0	3	1	1,733
		%	26,7	33,3	13,3	0,0	20,0	6,7	
Rehber ve Broşürler									
	18-20	Sayı	15	6	4	5	1	3	1,412
		%	44,1	17,6	11,8	14,7	2,9	8,8	
Ki-Kare	21-23	Sayı	76	29	37	28	19	16	1,673
10,134		%	37,1	14,1	18,0	13,7	9,3	7,8	
p	24-26	Sayı	24	7	15	7	4	3	1,483
,807		%	40,0	11,7	25,0	11,7	6,7	5,0	
	26+	Sayı	5	2	2	1	4	1	2,000
		%	33,3	13,3	13,3	6,7	26,7	6,7	
Çocuklarda Vergi Bilincini Geliştirmeye Yönelik Broşürler									
	18-20	Sayı	18	5	4	4	0	3	1,177
		%	52,9	14,7	11,8	11,8	0,0	8,8	
Ki-Kare	21-23	Sayı	125	26	14	13	14	13	1,044
14,93		%	61,0	12,7	6,8	6,3	6,8	6,3	
p	24-26	Sayı	36	5	7	4	5	3	1,100
,372		%	60,0	8,3	11,7	6,7	8,3	5,0	
	26+	Sayı	7	4	1	0	3	0	1,200
		%	46,7	26,7	6,7	0,0	20,0	0,0	
Çocuklarda Vergi Bilincini Geliştirmeye Yönelik Hazırlanan Şarkılar ve Oyunlar									
	18-20	Sayı	21	3	3	4	0	3	1,059
		%	61,8	8,8	8,8	11,8	0,0	8,8	
Ki-Kare	21-23	Sayı	131	21	16	11	16	10	,976
15,667		%	63,9	10,2	7,8	5,4	7,8	4,9	
p	24-26	Sayı	41	5	4	3	5	2	,867
,310		%	68,3	8,3	6,7	5,0	8,3	3,3	
	26+	Sayı	6	5	1	0	2	1	1,333
		%	40,0	33,3	6,7	0,0	13,3	6,7	
Afişler									
	18-20	Sayı	8	6	9	5	3	3	1,941
		%	23,5	17,6	26,5	14,7	8,8	8,8	
Ki-Kare	21-23	Sayı	61	28	38	30	29	19	1,976
17,333		%	29,8	13,7	18,5	14,6	14,1	9,3	
p	24-26	Sayı	20	11	12	8	4	5	1,667
,251		%	33,3	18,3	20,0	13,3	6,7	8,3	
	26+	Sayı	2	5	0	1	3	4	2,667
		%	13,3	33,3	0,0	6,7	20,0	26,7	
Kamu Spotları									
	18-20	Sayı	5	3	11	6	6	3	2,412
		%	14,7	8,8	32,4	17,6	17,6	8,8	
Ki-Kare	21-23	Sayı	26	32	39	36	43	29	2,610
14,424		%	12,7	15,6	19,0	17,6	21,0	14,1	
p	24-26	Sayı	13	7	17	10	6	7	2,167

,467	%	21,7	11,7	28,3	16,7	10,0	11,7	
26+	Sayı	3	2	2	1	3	4	2,733
	%	20,0	13,3	13,3	6,7	20,0	26,7	
TV Programlarına Yerleştirilen Vergi Uygulamaları ile İlgili Reklamlar								
18-20	Sayı	6	6	7	7	4	4	2,265
	%	17,6	17,6	20,6	20,6	11,8	11,8	
Ki-Kare	21-23	Sayı	34	31	38	31	37	2,527
11,245		%	16,6	15,1	18,5	15,1	18,0	16,6
p	24-26	Sayı	15	9	15	10	5	1,983
,736		%	25,0	15,0	25,0	16,7	8,3	10,0
	26+	Sayı	2	3	2	1	3	2,800
	%	13,3	20,0	13,3	6,7	20,0	26,7	

*p<0,05, **Haberdar Değilim-0, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi-1, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi-2, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi-3, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla-4, Etkiledi Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi-5.

Tablo 12 incelendiğinde ankete katılan öğrencilerin tüm yaş gruplarında genel olarak çocuklara yönelik yapılan uygulamalardan haberdar olma oranı düşüktür. 18-20 yaş, 21-23 yaş ve 24-26 yaş aralığındaki öğrencilerin en çok Vergi İletişim Merkezinden (189) haberdar olmadığı sonucu çıkarılmakla birlikte, 26 yaş üzeri öğrencilerin ise en çok rehber ve broşürlerden haberdar olmadığı sonucu çıkarılmaktadır. Haberdar olan öğrencilerin ise verdikleri yanıtlar uygulamalara göre farklılık göstermekte ve tabloda görülmektedir. Öğrencilerin yaş seviyelerine göre dağılım ve yazılı ve görsel yayınlar arasında aşağıdaki gibi bir hipotez oluşturulmuştur.

H₀: Yaş değişkeninin Yazılı ve Görsel Yayınlar ile arasında ilişki yoktur.

H₁: Yaş değişkeninin Yazılı ve Görsel Yayınlar ile arasında ilişki vardır.

Yaş değişkeninin yazılı ve görsel yayınlar ile anlamlı bir ilişkisinin olup olmadığı Tablo 12’de değerlendirilmiştir. Değerler incelendiğinde katılımcıların yaş seviyelerinin dağılımı ile yazılı ve görsel yayınlar arasında istatistiksel anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır (p>0,05). Katılımcıların yaş dağılımları ile yazılı ve görsel yayınlar arasında anlamlı bir ilişki olmadığı hipotezi (H₀) kabul edilmiştir (p>0,05).

4.4.2.5.3.2.4. Yaşa Göre Vergi Haftası Etkinlikleri Hakkındaki Görüşler

Vergi idaresinin “Vergi Haftası” kapsamında düzenlemiş olduğu vergi ile ilgili düzenlemiş olduğu etkinliklere ilişkin öğrencilerin demografik özelliklerinden yaş dağılımına göre verilen yanıtlar Tablo 13’de incelenmektedir.

Tablo 13

Yaşa Göre Vergi Haftası Etkinlikleri Hakkındaki Görüşler

Değişken	Grup		Haberdar Değilim	Haberdarım ve Vergi Bilincimi Etkiledi					Ort**
				Asla Hiç	Çok Az	Kısmen	Çoğunlukla	Tamamen	
Kamu Kurumları Outdoor TV Ekranlarında Afiş ve Slider/Banner Görseller									
Ki-Kare 15,04 p ,371	18-20	Sayı	18	3	5	5	1	2	1,235
		%	52,9	8,8	14,7	14,7	2,9	5,9	
	21-23	Sayı	99	22	39	26	14	5	1,263
		%	48,3	10,7	19,0	12,7	6,8	2,4	
	24-26	Sayı	31	5	15	3	5	1	1,150
		%	51,7	8,3	25,0	5,0	8,3	1,7	
	26+	Sayı	6	4	2	1	0	2	1,400
		%	40,0	26,7	13,3	6,7	0,0	13,3	
Gelir İdaresi Başkanlığına Yapılan Ziyaretler									
Ki-Kare 15,697 p ,312	18-20	Sayı	24	4	0	3	2	1	,765
		%	70,6	11,8	0,0	8,8	5,9	2,9	
	21-23	Sayı	122	22	27	21	11	2	,942
		%	59,5	10,7	13,2	10,2	5,4	1,0	
	24-26	Sayı	36	8	5	5	5	1	,967
		%	60,0	13,3	8,3	8,3	8,3	1,7	
	26+	Sayı	8	5	1	0	1	0	,733
		%	53,3	33,3	6,7	0,0	6,7	0,0	
Üniversitelerde Kurulan Stantlar									
Ki-Kare 16,212 p ,298	18-20	Sayı	19	4	4	2	2	3	1,206
		%	55,9	11,8	11,8	5,9	5,9	8,8	
	21-23	Sayı	80	24	43	31	18	9	1,561
		%	39,0	11,7	21,0	15,1	8,8	4,4	
	24-26	Sayı	25	13	9	4	8	1	1,333
		%	41,7	21,7	15,0	6,7	13,3	1,7	
	26+	Sayı	7	2	4	2	0	0	1,067
		%	46,7	13,3	26,7	13,3	0,0	0,0	
Üniversite Öğrencilerine Yönelik Yapılan Seminer/Panel/Konferanslar									
Ki-Kare 23,954 p ,036*	18-20	Sayı	18	1	7	0	5	3	1,471
		%	52,9	2,9	20,6	0,0	14,7	8,8	
	21-23	Sayı	70	18	35	34	37	11	1,917
		%	34,1	8,8	17,1	16,6	18,0	5,4	
	24-26	Sayı	23	10	9	9	9	0	1,517
		%	38,3	16,7	15,0	15,0	15,0	0,0	
	26+	Sayı	5	4	3	1	2	0	1,400
		%	33,3	26,7	20,0	6,7	13,3	0,0	
İlk ve Ortaöğretim Öğrencilerine Yönelik Yapılan Ziyaretler ve vergi ile ilgili Bilgilendirici Konferanslar									
Ki-Kare 16,53 p	18-20	Sayı	21	5	2	0	3	3	1,059
		%	61,8	14,7	5,9	0,0	8,8	8,8	
	21-23	Sayı	129	17	20	20	15	4	,961
		%	62,9	8,3	9,8	9,8	7,3	2,0	
	24-26	Sayı	38	7	4	8	3	0	,850
		%							

,255	%	63,3	11,7	6,7	13,3	5,0	0,0	
26+	Sayı	9	1	2	2	0	1	1,067
	%	60,0	6,70	13,3	13,3	0,0	6,7	
İlk ve Ortaöğretim Öğrencilerine Yönelik Yapılan Şiir/Resim/Sloganlı Afiş Yarışmaları								
18-20	Sayı	20	4	3	2	2	3	1,147
	%	58,8	11,8	8,8	5,9	5,9	8,8	
Ki-Kare	21-23	Sayı	127	21	24	12	18	,937
18,01	%	62,0	10,2	11,7	5,9	8,8	1,5	
p	24-26	Sayı	37	7	2	8	5	1,000
,176	%	61,7	11,7	3,3	13,3	8,3	1,7	
	26+	Sayı	8	1	2	3	0	1,267
	%	53,3	6,7	13,3	20,0	0,0	6,7	

*p<0,05, **Haberdar Değilim-0, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi-1, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi-2, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi-3, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla-4, Etkiledi Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi-5.

Tablo 13 incelendiğinde ankete katılan tüm yaş gruplarındaki öğrencilerin genel olarak ilk ve orta öğretim öğrencilerine yönelik etkinliklerden haberdar olmadığı sonucuna ulaşılmakla birlikte 18- 20 yaş aralığındaki öğrencilerin diğer etkinliklerden haberdar olmama düzeyi yüksekken 26 yaş üzeri öğrencilerin bu etkinliklerden daha haberdar olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Haberdar olan öğrencilere baktığımızda ise 21-23 yaş aralığını en çok etkileyen etkinliğin “Üniversite Öğrencilerine Yönelik Yapılan Seminer/Panel/Konferanslar” olduğu görülmektedir. Öğrencilerin yaş seviyelerine göre dağılım ve vergi haftası etkinlikleri arasında aşağıdaki gibi bir hipotez oluşturulmuştur.

H₀: Yaş değişkeninin Vergi Haftası Etkinlikleri ile arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H₁: Yaş değişkeninin Vergi Haftası Etkinlikleri ile arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Yaş değişkeninin vergi haftası etkinlikleri ile anlamlı bir ilişkisinin olup olmadığı Tablo 13’de değerlendirilmiştir. Bu değerlendirme sonucunda yalnızca “Üniversite Öğrencilerine Yönelik Yapılan Seminer/Panel/Konferanslar” ile katılımcıların yaş dağılımları arasında istatistiksel anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmaktadır (p<0,05). Diğer etkinlikler ile katılımcıların yaş dağılımları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır (p>0,05).

4.4.2.5.3.3. Medeni Duruma Göre Elde Edilen Çapraz Tablo Analizleri

Ankete katılan öğrencilerin medeni durum dağılımına göre vergi idaresi tarafından sunulan uygulamalar hakkındaki görüşleri çapraz tablolar halinde aşağıda incelenmektedir.

4.4.2.5.3.3.1. Medeni Duruma Göre Web Sayfaları Hakkındaki Görüşler

Vergi idaresinin uygulamış olduğu web sayfalarına ilişkin öğrencilerin demografik özelliklerinden medeni durum dağılımına göre verilen yanıtlar Tablo 14'de incelenmektedir.

Tablo 14

Medeni Duruma Göre Web Sayfaları Hakkındaki Görüşler

			Haberdarım ve Vergi Bilincimi Etkiledi						
Değişken	Grup		Haberdar Değişim	Asla Hiç	Çok Az	Kısmen	Çoğunlukla	Tamamen	Ort**
www.gib.gov.tr									
Ki-Kare	Evli	Sayı	1	3	1	0	3	2	2,700
11,75		%	10,0	30,0	10,0	0,0	30,0	20,0	
p	Bekar	Sayı	111	32	42	62	38	19	1,806
,011*		%	36,5	10,5	13,8	20,4	12,5	6,3	
www.vergibilinci.gov.tr									
Ki-Kare	Evli	Sayı	6	1	1	0	0	2	1,300
5,252		%	60,0	10,0	10,0	0,0	0,0	20,0	
p	Bekar	Sayı	151	35	33	37	34	14	1,375
,231		%	49,7	11,5	10,9	12,2	11,2	4,6	
www.vergihaftasi.gov.tr									
Ki-Kare	Evli	Sayı	5	2	1	0	0	2	1,400
7,412		%	50,0	20,0	10,0	0,0	0,0	20,0	
p	Bekar	Sayı	162	26	31	42	31	12	1,309
,095		%	53,3	8,6	10,2	13,8	10,2	3,9	
www.kayitliekonomiyegecis.gov.tr									
Ki-Kare	Evli	Sayı	7	0	1	0	1	1	1,100
3,63		%	70,0	0,0	10,0	0,0	10,0	10,0	
p	Bekar	Sayı	200	19	25	33	17	10	,941
,446		%	65,8	6,3	8,2	10,9	5,6	3,3	

*p<0,05, **Haberdar Değilim-0, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi-1, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi-2, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi-3, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla-4, Etkiledi Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi-5.

Tablo 14 incelendiğinde ankete katılan hem bekar hem evli öğrencilerin en çok haberdar olduğu web sayfası Gelir İdaresi Başkanlığının resmi web sayfası olan “www.gib.gov.tr” internet sayfasıdır. Diğer web sayfalarından bekar öğrencilerin haberdar olma oranı daha yüksekken “www.vergihaftasi.gov.tr”

internet sayfasından evli öğrenciler bekar öğrencilerden daha haberdardır. Bekar öğrenciler web sayfalarının geneli hakkında “kısmen” vergi bilincini etkilediğini düşünürken evli öğrenciler düzensiz bir dağılım göstermektedir. Öğrencilerin medeni durum dağılımı ve web sayfaları arasında aşağıdaki gibi bir hipotez oluşturulmuştur.

H₀: Medeni Durum değişkeninin Web Sayfaları ile arasında ilişki yoktur.

H₁: Medeni Durum değişkeninin Web Sayfaları ile arasında ilişki vardır.

Medeni Durum değişkeninin web sayfaları ile ilişkisi Tablo 14’de yer almaktadır. Değerler incelendiğinde sadece “www.gib.gov.tr” web sayfası ile katılımcıların medeni durumları arasında istatistiksel anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır ($p < 0,05$). Diğer web sayfaları ile katılımcıların medeni durumları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ($p > 0,05$).

4.4.2.5.3.3.2. Medeni Duruma Göre Sosyal Medya Uygulamaları Hakkındaki Görüşler

Vergi idaresinin mükellefleri bilgilendirmek amacıyla uygulamış olduğu resmi sosyal medya uygulamalarına ilişkin öğrencilerin demografik özelliklerinden medeni durum dağılımına göre verilen yanıtlar Tablo 15’de incelenmektedir.

Tablo 15

Medeni Duruma Göre Sosyal Medya Uygulamaları Hakkındaki Görüşler

Değişken	Grup		Haberdar Değilim	Haberdarım ve Vergi Bilincimi Etkiledi					Ort**
				Asla Hiç	Çok Az	Kısmen	Çoğunlukla	Tamamen	
Twitter/gibsosyalmedya									
Ki-Kare	Evli	Sayı	4	3	1	1	0	1	1,300
3,095		%	40,0	30,0	10,0	10,0	0,0	10,0	
p	Bekar	Sayı	86	50	37	49	47	35	2,086
,700		%	28,3	16,4	12,2	16,1	15,5	11,5	
Facebook/gib.sosyalmedya									
Ki-Kare	Evli	Sayı	5	3	2	0	0	0	,700
2,723		%	50,0	30,0	20,0	0,0	0,0	0,0	
p	Bekar	Sayı	154	73	22	26	13	16	1,076
,624		%	50,7	24,0	7,2	8,6	4,3	5,3	
Instagram/gib.sosyalmedya									
Ki-Kare	Evli	Sayı	2	4	2	0	0	2	1,800
4,736		%	20,0	40,0	20,0	0,0	0,0	20,0	
p	Bekar	Sayı	91	60	42	42	32	37	1,918
,366		%	29,9	19,7	13,8	13,8	10,5	12,2	
Youtube/gibsosyalmedya									
Ki-Kare	Evli	Sayı	6	1	2	0	0	1	1,000
3,919		%	60,0	10,0	20,0	0,0	0,0	10,0	
p	Bekar	Sayı	108	53	38	48	28	29	1,743
,501		%	35,5	17,4	12,5	15,8	9,2	9,5	
Linkedin/company/gibsosyalmedya									
Ki-Kare	Evli	Sayı	4	4	1	1	0	0	,900
3,485		%	40,0	40,0	10,0	10,0	0,0	0,0	
p	Bekar	Sayı	166	63	30	15	21	9	,977
,509		%	54,6	20,7	9,9	4,9	6,9	3,0	
Mobil Uygulamalar									
Ki-Kare	Evli	Sayı	3	4	1	1	0	1	1,400
2,534		%	30,0	40,0	10,0	10,0	0,0	10,0	
p	Bekar	Sayı	122	63	33	30	26	30	1,556
,771		%	40,1	20,7	10,9	9,9	8,6	9,9	

*p<0,05, **Haberdar Değilim-0, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi-1, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi-2, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi-3, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla-4, Etkiledi Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi-5.

Tablo 15 incelendiğinde ankete katılan öğrencilerin medeni durum dağılımına göre genel olarak sosyal medya hesaplarından haberdar oldukları görülmektedir. Evli öğrencilerin Instagram “gib.sosyalmedya” hesabından haberdar olma oranı en yüksekken bekar öğrencilerin Twitter “gibsosyalmedya” hesabından haberdar olma oranları en yüksektir. Haberdar olan evli öğrenciler sosyal medya hesaplarının vergi bilincini genel olarak asla/hiç etkilemediğini belirtmekte ancak Youtube “gibsosyalmedya” hesabının çok az etkilediğini belirtmektedir. Haberdar olan bekar öğrencileri ise sosyal medya hesaplarının

hepsi için asla/hiç etkilemediğini belirtmektedir. Öğrencilerin medeni durum dağılımı ve sosyal medya uygulamaları arasında aşağıdaki gibi bir hipotez oluşturulmuştur.

H₀: Medeni Durum değişkeninin Sosyal Medya Uygulamaları ile arasında ilişki yoktur.

H₁: Medeni Durum değişkeninin Sosyal Medya Uygulamaları ile arasında ilişki vardır.

Medeni Durum değişkeninin sosyal medya uygulamaları ile anlamlı bir ilişkisinin olup olmadığı Tablo 15’de değerlendirilmiştir. Değerler incelendiğinde katılımcıların medeni durum dağılımları ile sosyal medya uygulamaları arasında istatistiksel anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır ($p>0,05$). Katılımcıların medeni durumları ile sosyal medya uygulamaları arasında anlamlı bir ilişki olmadığı hipotezi (H₀) kabul edilmiştir ($p>0,05$).

4.4.2.5.3.3. Medeni Duruma Göre Yazılı ve Görsel Yayınlar Hakkındaki Görüşler

Vergi idaresinin mükellefleri bilgilendirmek amacıyla kullandığı birçok yazılı ve görsel yayınlara ilişkin öğrencilerin demografik özelliklerinden medeni durum dağılımına göre verilen yanıtlar Tablo 16’da incelenmektedir.

Tablo 16
Medeni Duruma Göre Yazılı ve Görsel Yayınlar Hakkındaki Görüşler

		Haberdarım ve Vergi Bilincimi Etkiledi							
Değişken	Grup	Haberdar Değilim	Asla Çok Kısmen Çoğunlukla Tamamen					Ort**	
			Hiç	Az					
Gelir İdaresi Başkanlığı Tanıtım Videoları									
Ki-Kare	Evli	Sayı	2	2	1	1	2	2	2,500
3,887		%	20,0	20,0	10,0	10,0	20,0	20,0	
p	Bekar	Sayı	108	42	49	44	35	26	1,783
,508		%	35,5	13,8	16,1	14,5	11,5	8,6	
Vergi Uygulamaları Hakkında Bilgilendirme Videoları									
Ki-Kare	Evli	Sayı	4	0	1	1	2	2	2,300
2,575		%	40,0	0,0	10,0	10,0	20,0	20,0	
p	Bekar	Sayı	95	29	53	52	44	31	2,046
,781		%	31,3	9,5	17,4	17,1	14,5	10,2	
Vergi Konulu Haberler ve Duyurular									
Ki-Kare	Evli	Sayı	2	1	0	2	2	3	3,000
3,04		%	20,0	10,0	0,0	20,0	20,0	30,0	
p	Bekar	Sayı	60	28	46	50	72	48	2,625

,703	%	19,7	9,2	15,1	16,4	23,7	15,8	
Vergi ile İlgili Konularda Vergi İletişim Merkezi (189)								
Ki-Kare	Evli	Sayı	4	1	1	0	2	2,100
3,883	%		40,0	10,0	10,0	0,0	20,0	20,0
p	Bekar	Sayı	137	47	38	29	29	1,467
,483	%		45,1	15,5	12,5	9,5	9,5	7,9
Rehber ve Broşürler								
Ki-Kare	Evli	Sayı	2	2	2	0	2	2,400
6,423	%		20,0	20,0	20,0	0,0	20,0	20,0
p	Bekar	Sayı	118	42	56	41	26	1,599
,156	%		38,8	13,8	18,4	13,5	8,6	6,9
Çocuklarda Vergi Bilincini Geliştirmeye Yönelik Broşürler								
Ki-Kare	Evli	Sayı	6	1	1	0	2	1,100
3,026	%		60,0	10,0	10,0	0,0	20,0	0,0
p	Bekar	Sayı	180	39	25	21	20	1,076
,582	%		59,2	12,8	8,2	6,9	6,6	6,3
Çocuklarda Vergi Bilincini Geliştirmeye Yönelik Hazırlanan Şarkılar ve Oyunlar								
Ki-Kare	Evli	Sayı	6	1	1	0	2	1,100
2,965	%		60,0	10,0	10,0	0,0	20,0	0,0
p	Bekar	Sayı	193	33	23	18	21	,977
,555	%		63,5	10,9	7,6	5,9	6,9	5,3
Afişler								
Ki-Kare	Evli	Sayı	1	2	1	1	2	3,000
6,059	%		10,0	20,0	10,0	10,0	20,0	30,0
p	Bekar	Sayı	90	48	58	43	37	1,911
,200	%		29,6	15,8	19,1	14,1	12,2	9,2
Kamu Spotları								
Ki-Kare	Evli	Sayı	1	1	1	2	2	3,200
2,929	%		10,0	10,0	10,0	20,0	20,0	30,0
p	Bekar	Sayı	46	43	68	51	56	2,487
,743	%		15,1	14,1	22,4	16,8	18,4	13,2
TV Programlarına Yerleştirilen Vergi Uygulamaları ile İlgili Reklamlar								
Ki-Kare	Evli	Sayı	1	1	2	1	2	3,100
2,329	%		10,0	10,0	20,0	10,0	20,0	30,0
p	Bekar	Sayı	56	48	60	48	47	2,385
,843	%		18,4	15,8	19,7	15,8	15,5	14,8

*p<0,05, **Haberdar Değilim-0, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi-1, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi-2, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi-3, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla-4, Etkiledi Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi-5.

Tablo 16 incelendiğinde ankete katılan hem evli hem bekar öğrenciler çocuklara yönelik yapılan etkinliklerden haberdar olmadığını belirtmektedir. Diğer etkinliklerden haberdar olduğunu belirten bekar öğrenciler vergi konulu haberler ve duyuruların vergi bilincini çoğunlukla etkilediğini belirtmekte, Vergi ile İlgili Konularda Vergi İletişim Merkezi (189) ve çocuklara yönelik etkinliklerin asla/hiç

etkilemediğini diğerlerinin ise çok az etkilediğini belirtmektedir. Evli öğrenciler ise birbirine çok yakın yanıtlar belirtmektedir. Öğrencilerin medeni durum dağılımı ve yazılı ve görsel yayınlar arasında aşağıdaki gibi bir hipotez oluşturulmuştur.

H_0 : Medeni Durum değişkeninin Yazılı ve Görsel Yayınlar ile arasında ilişki yoktur.

H_1 : Medeni Durum değişkeninin Yazılı ve Görsel Yayınlar ile arasında ilişki vardır.

Medeni Durum değişkeninin yazılı ve görsel yayınlar ile anlamlı bir ilişkisinin olup olmadığı Tablo 16'da değerlendirilmiştir. Değerler incelendiğinde katılımcıların medeni durumları ile yazılı ve görsel yayınlar arasında istatistiksel anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır ($p>0,05$). Katılımcıların medeni durumları ile yazılı ve görsel yayınlar arasında anlamlı bir ilişki olmadığı hipotezi (H_0) kabul edilmiştir ($p>0,05$).

4.4.2.5.3.3.4. Medeni Duruma Göre Vergi Haftası Etkinlikleri Hakkındaki Görüşler

Vergi idaresinin "Vergi Haftası" kapsamında düzenlemiş olduğu vergi ile ilgili düzenlemiş olduğu etkinliklere ilişkin öğrencilerin demografik özelliklerinden medeni durum dağılımına göre verilen yanıtlar Tablo 17'de incelenmektedir.

Tablo 17
Medeni Duruma Göre Vergi Haftası Etkinlikleri Hakkındaki Görüşler

Değişken	Grup		Haberdar Değilim	Haberdarım ve Vergi Bilincimi Etkiledi					Ort**
				Asla Hiç	Çok Az	Kısmen	Çoğunlukla	Tamamen	
Kamu Kurumları Outdoor TV Ekranlarında Afiş ve Slider/Banner Görseller									
Ki-Kare	Evli	Sayı	4	1	2	1	0	2	1,800
6,256		%	40,0	10,0	20,0	10,0	0,0	20,0	
p	Bekar	Sayı	150	33	59	34	20	8	1,227
,181		%	49,3	10,9	19,4	11,2	6,6	2,6	
Gelir İdaresi Başkanlığına Yapılan Ziyaretler									
Ki-Kare	Evli	Sayı	8	1	1	0	0	0	,300
1,576		%	80,0	10,0	10,0	0,0	0,0	0,0	
p	Bekar	Sayı	182	38	32	29	19	4	,938
,973		%	59,9	12,5	10,5	9,5	6,3	1,3	
Üniversitelerde Kurulan Stantlar									
Ki-Kare	Evli	Sayı	5	3	2	0	0	0	,700
3,333		%	50,0	30,0	20,0	0,0	0,0	0,0	
p	Bekar	Sayı	126	40	58	39	28	13	1,480
,600		%	41,4	13,2	19,1	12,8	9,2	4,3	
Üniversite Öğrencilerine Yönelik Yapılan Seminer/Panel/Konferanslar									
Ki-Kare	Evli	Sayı	4	2	3	0	0	1	1,300
6,191		%	40,0	20,0	30,0	0,0	0,0	10,0	
p	Bekar	Sayı	112	31	51	44	53	13	1,783
,190		%	36,8	10,2	16,8	14,5	17,4	4,3	
İlk ve Ortaöğretim Öğrencilerine Yönelik Yapılan Ziyaretler ve vergi ile ilgili Bilgilendirici Konferanslar									
Ki-Kare	Evli	Sayı	9	0	0	1	0	0	,300
1,978		%	90,0	0,0	0,0	10,0	0,0	0,0	
p	Bekar	Sayı	188	30	28	29	21	8	,977
,852		%	61,8	9,9	9,2	9,5	6,9	2,6	
İlk ve Ortaöğretim Öğrencilerine Yönelik Yapılan Şiir/Resim/Sloganlı Afiş Yarışmaları									
Ki-Kare	Evli	Sayı	8	0	1	1	0	0	,500
1,819		%	80,0	0,0	10,0	10,0	0,0	0,0	
p	Bekar	Sayı	184	33	30	24	25	8	1,003
,864		%	60,5	10,9	9,9	7,9	8,2	2,6	

*p<0,05, **Haberdar Değilim-0, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi-1, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi-2, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi-3, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla-4, Etkiledi Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi-5.

Tablo 17 incelendiğinde ankete katılan hem evli hem bekar öğrenciler ilk ve orta öğretim öğrencilerine yönelik etkinliklerden haberdar olma oranı çok düşük çıkmaktadır. Ankete katılan evli öğrenciler “Kamu Kurumları Outdoor TV Ekranlarında Afiş ve Slider/Banner Görseller” hakkında evli bireylerin haberdar olma oranı daha yüksekken diğer etkinliklerde bekar öğrencilerin haberdar olma oranı daha yüksektir. Haberdar olduğunu belirten bekar öğrenciler ise en çok “Üniversite Öğrencilerine Yönelik Yapılan Seminer/Panel/Konferanslar” hakkında

çoğunlukla etkilediğini belirtmektedir. Öğrencilerin medeni durum dağılımı ve vergi haftası etkinlikleri arasında aşağıdaki gibi bir hipotez oluşturulmuştur.

H_0 : Medeni Durum değişkeninin Vergi Haftası Etkinlikleri ile arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_1 : Medeni Durum değişkeninin Vergi Haftası Etkinlikleri ile arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Medeni Durum değişkeninin Vergi Haftası Etkinlikleri ile anlamlı bir ilişkisinin olup olmadığı Tablo 17’de değerlendirilmiştir. Değerler incelendiğinde katılımcıların medeni durum dağılımı ile Vergi Haftası Etkinlikleri arasında istatistiksel anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır ($p>0,05$). Katılımcıların medeni durum ile vergi haftası etkinlikleri arasında anlamlı bir ilişki olmadığı hipotezi (H_0) kabul edilmiştir ($p>0,05$).

4.4.2.5.3.4. Okuduğu Bölüme Göre Elde Edilen Çapraz Tablo Analizleri

Ankete katılan öğrencilerin okuduğu bölüm dağılımına göre vergi idaresi tarafından sunulan uygulamalar hakkındaki görüşleri çapraz tablolar halinde aşağıda incelenmektedir.

4.4.2.5.3.4.1. Okuduğu Bölüme Göre Web Sayfaları Hakkındaki Görüşler

Vergi idaresinin uygulamış olduğu web sayfalarına ilişkin öğrencilerin okuduğu bölüm dağılımına göre verilen yanıtlar Tablo 18’de incelenmektedir.

Tablo 18
Okuduğu Bölüme Göre Web Sayfaları Hakkındaki Görüşler

Değişken Grup			Haberdar Değilim	Haberdarım ve Vergi Bilincimi Etkiledi					Ort**
				Asla Hiç	Çok Az	Kısmen	Çoğunlukla	Tamamen	
www.gib.gov.tr									
Ki-Kare 19,01 p ,489	Maliye	Sayı	25	12	14	23	17	12	2,301
		%	24,3	11,7	13,6	22,3	16,5	11,7	
	İktisat	Sayı	34	10	12	14	11	4	1,647
		%	40,0	11,8	14,1	16,5	12,9	4,7	
	İşletme	Sayı	26	9	8	9	6	4	1,548
		%	41,9	14,5	12,9	14,5	9,7	6,5	
	Ekonometri	Sayı	20	3	8	11	6	1	1,653
		%	40,8	6,1	16,3	22,4	12,2	2,0	
	Siy. Bil. ve Uls. İliş.	Sayı	7	1	1	5	1	0	1,467
		%	46,7	6,7	6,7	33,3	6,7	0,0	
www.vergibilinci.gov.tr									
Ki-Kare 18,129 p ,537	Maliye	Sayı	46	9	13	11	15	9	1,680
		%	44,7	8,7	12,6	10,7	14,6	8,7	
	İktisat	Sayı	43	13	9	9	8	3	1,235
		%	50,6	15,3	10,6	10,6	9,4	3,5	
	İşletme	Sayı	36	6	5	7	5	3	1,161
		%	58,1	9,7	8,1	11,3	8,1	4,8	
	Ekonometri	Sayı	21	5	6	10	6	1	1,551
		%	42,9	10,2	12,2	20,4	12,2	2,0	
	Siy. Bil. ve Uls. İliş.	Sayı	11	3	1	0	0	0	,333
		%	73,3	20,0	6,7	0,0	0,0	0,0	
www.vergihaftasi.gov.tr									
Ki-Kare 15,101 p ,750	Maliye	Sayı	55	7	9	16	10	6	1,388
		%	53,4	6,8	8,7	15,5	9,7	5,8	
	İktisat	Sayı	43	9	9	10	9	5	1,388
		%	50,6	10,6	10,6	11,8	10,6	5,9	
	İşletme	Sayı	36	7	6	6	5	2	1,081
		%	58,1	11,3	9,7	9,7	8,1	3,2	
	Ekonometri	Sayı	23	2	6	10	7	1	1,571
		%	46,9	4,1	12,2	20,4	14,3	2,0	
	Siy. Bil. ve Uls. İliş.	Sayı	10	3	2	0	0	0	,467
		%	66,7	20,0	13,3	0,0	0,0	0,0	
www.kayitliekonomiyegecis.gov.tr									
Ki-Kare 16,445 p ,634	Maliye	Sayı	73	4	6	11	5	4	,864
		%	70,9	3,9	5,8	10,7	4,9	3,9	
	İktisat	Sayı	48	8	8	9	9	3	1,200
		%	56,5	9,4	9,4	10,6	10,6	3,5	
	İşletme	Sayı	44	3	6	4	3	2	,790
		%	71,0	4,8	9,7	6,5	4,8	3,2	
	Ekonometri	Sayı	29	3	5	9	1	2	1,102
		%	59,2	6,1	10,2	18,4	2,0	4,1	
	Siy. Bil. ve Uls. İliş.	Sayı	13	1	1	0	0	0	,200
		%	86,7	6,7	6,7	0,0	0,0	0,0	

*p<0,05, **Haberdar Değilim-0, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi-1, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi-2, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi-3, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla-4, Etkiledi Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi-5.

Tablo 18 incelendiğinde ankete katılan tüm bölüm öğrencilerinin haberdar olma oranı en yüksek olduğu web sayfası “www.gib.gov.tr” internet sayfasıdır. Bu

uygulamada da en yüksek haberdar olma oranı maliye bölümü öğrencilerine aittir. Ancak diğer web sayfalarında “www.vergibilinci.gov.tr” ve “www.vergihaftasi.gov.tr” sayfalarında en yüksek oran ekonometri bölüm öğrencilerine aitken “www.kayitliekonomiyegecis.gov.tr” internet sayfasında ise iktisat bölüm öğrencilerine aittir. Haberdar olduğunu belirten öğrencilerin ise maliye, iktisat ve ekonometri bölüm öğrencileri genel olarak uygulamaların kısmen etkilediğini belirtirken Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler öğrencileri çoğunlukla asla/hiç etkilemediğini belirtmekte işletme bölüm öğrencileri ise uygulamaların her biri için farklı ifadeler belirtmektedir. Öğrencilerin okuduğu bölüm değişkeni ve web sayfaları arasında aşağıdaki gibi bir hipotez oluşturulmuştur.

H₀: Okuduğu Bölüm değişkeninin Web Sayfaları ile arasında ilişki yoktur.

H₁: Okuduğu Bölüm değişkeninin Web Sayfaları ile arasında ilişki vardır.

Okuduğu Bölüm değişkeninin Web Sayfaları ile ilişkisi Tablo 18’de yer almaktadır. Değerler incelendiğinde katılımcıların okuduğu bölüm dağılımları ile Web Sayfaları arasında istatistiksel anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır ($p>0,05$). Katılımcıların okuduğu bölüm ile web sayfaları arasında anlamlı bir ilişki olmadığı hipotezi (H₀) kabul edilmiştir ($p>0,05$).

4.4.2.5.3.4.2. Okuduğu Bölüme Göre Sosyal Medya Uygulamaları Hakkındaki Görüşler

Vergi idaresinin mükellefleri bilgilendirmek amacıyla uygulamış olduğu resmi sosyal medya uygulamalarına ilişkin öğrencilerin okuduğu bölüm dağılımına göre verilen yanıtlar Tablo 19’da incelenmektedir.

Tablo 19

Okuduğu Bölüme Göre Sosyal Medya Uygulamaları Hakkındaki Görüşler

Değişken	Grup		Haberdar Değilim	Haberdarım ve Vergi Bilincimi Etkiledi					Ort**
				Asla Hiç	Çok Az	Kısmen	Çoğunlukla	Tamamen	
Twitter/gibsosyalmedya									
Ki-Kare 17,578 p ,597	Maliye	Sayı	33	17	9	20	15	9	1,942
		%	32,0	16,5	8,7	19,4	14,6	8,7	
	İktisat	Sayı	19	14	13	15	14	10	2,247
		%	22,4	16,5	15,3	17,6	16,5	11,8	
	İşletme	Sayı	23	12	6	4	11	6	1,774
		%	37,1	19,4	9,7	6,5	17,7	9,7	
	Ekonometri	Sayı	11	9	7	8	6	8	2,265
		%	22,4	18,4	14,3	16,3	12,2	16,3	
	Siy. Bil. ve Uls. İliş	Sayı	4	1	3	3	1	3	2,333
		%	26,7	6,7	20,0	20,0	6,7	20,0	
Facebook/gib.sosyalmedya									
Ki-Kare 32,994 p ,017*	Maliye	Sayı	63	22	5	8	3	2	,757
		%	61,2	21,4	4,9	7,8	2,9	1,9	
	İktisat	Sayı	36	26	3	8	7	5	1,282
		%	42,4	30,6	3,5	9,4	8,2	5,9	
	İşletme	Sayı	32	12	9	2	3	4	1,097
		%	51,6	19,4	14,5	3,2	4,8	6,5	
	Ekonometri	Sayı	20	15	4	7	0	3	1,204
		%	40,8	30,6	8,2	14,3	0,0	6,1	
	Siy. Bil. ve Uls. İliş	Sayı	8	1	3	1	0	2	1,333
		%	53,3	6,7	20,0	6,7	0,0	13,3	
Instagram/gib.sosyalmedya									
Ki-Kare 14,145 p ,819	Maliye	Sayı	29	20	16	11	13	14	2,010
		%	28,2	19,4	15,5	10,7	12,6	13,6	
	İktisat	Sayı	22	20	13	11	8	11	1,953
		%	25,9	23,5	15,3	12,9	9,4	12,9	
	İşletme	Sayı	25	11	8	6	7	5	1,581
		%	40,3	17,7	12,9	9,7	11,3	8,1	
	Ekonometri	Sayı	13	11	4	10	4	7	2,041
		%	26,5	22,4	8,2	20,4	8,2	14,3	
	Siy. Bil. ve Uls. İliş	Sayı	4	2	3	4	0	2	2,000
		%	26,7	13,3	20,0	26,7	0,0	13,3	
Youtube/gibsosyalmedya									
Ki-Kare 21,726 p ,316	Maliye	Sayı	40	18	14	15	8	8	1,583
		%	38,8	17,5	13,6	14,6	7,8	7,8	
	İktisat	Sayı	26	13	12	11	13	10	2,024
		%	30,6	15,3	14,1	12,9	15,3	11,8	
	İşletme	Sayı	26	13	9	5	5	4	1,387
		%	41,9	21,0	14,5	8,1	8,1	6,5	
	Ekonometri	Sayı	15	8	3	15	2	6	1,980
		%	30,6	16,3	6,1	30,6	4,1	12,2	

	Siy. Bil. ve Uls. İliş	Sayı	7	2	2	2	0	2	1,467
		%	46,7	13,3	13,3	13,3	0,0	13,3	
Linkedin/company/gibsosyalmedya									
	Maliye	Sayı	60	24	9	4	5	1	,767
		%	58,3	23,3	8,7	3,9	4,9	1,0	
	İktisat	Sayı	41	18	7	5	10	4	1,259
		%	48,2	21,2	8,2	5,9	11,8	4,7	
Ki-Kare	İşletme	Sayı	30	14	10	1	5	2	1,081
20,271		%	48,4	22,6	16,1	1,6	8,1	3,2	
p	Ekonometri	Sayı	28	9	5	5	1	1	,878
,363		%	57,1	18,4	10,2	10,2	2,0	2,0	
	Siy. Bil. ve Uls. İliş	Sayı	11	2	0	1	0	1	,667
		%	73,3	13,3	0,0	6,7	0,0	6,7	
Mobil Uygulamalar									
	Maliye	Sayı	43	24	11	9	10	6	1,388
		%	41,7	23,3	10,7	8,7	9,7	5,8	
	İktisat	Sayı	35	15	6	11	10	8	1,647
		%	41,2	17,6	7,1	12,9	11,8	9,4	
Ki-Kare	İşletme	Sayı	27	12	10	2	4	7	1,436
22,188		%	43,5	19,4	16,1	3,2	6,5	11,3	
p	Ekonometri	Sayı	14	14	5	8	1	7	1,776
,285		%	28,6	28,6	10,2	16,3	2,0	14,3	
	Siy. Bil. ve Uls. İliş	Sayı	6	2	2	1	1	3	1,867
		%	40,0	13,3	13,3	6,7	6,7	20,0	

*p<0,05, **Haberdar Değilim-0, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi-1, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi-2, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi-3, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla-4, Etkiledi Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi-5.

Tablo 19 incelendiğinde vergi idaresine ait sosyal medya uygulamalarından en çok haberdar olan öğrencilerin Ekonometri ve İktisat bölüm öğrencilerinin olduğu görülürken en az haberdar olan öğrencilerin ise İşletme bölüm öğrencileri olduğu görülmektedir. Youtube “gibsosyalmedya” ve LinkedIn “company/gibsosyalmedya” sosyal medya uygulamalarından en az haberdar olan bölüm öğrencileri Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler bölüm öğrencileri olduğu görülürken Facebook “gib.sosyalmedya” sosyal medya uygulamasından en az haberdar olan öğrenciler ise Maliye bölüm öğrencileri olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal medya uygulamalarından haberdar olduğunu belirten öğrencilerden Maliye, İktisat, İşletme ve Ekonometri bölüm öğrencileri uygulamaların genellikle asla/hiç etkilemediğini belirtirken, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölüm öğrencileri uygulamalar hakkında farklı görüşler belirtmektedir. Öğrencilerin okuduğu bölüm değişkenleri ve sosyal medya uygulamaları arasında aşağıdaki gibi bir hipotez oluşturulmuştur.

H₀: Okuduğu Bölüm değişkeninin Sosyal Medya Uygulamaları ile arasında ilişki yoktur.

H₁: Okuduğu Bölüm değişkeninin Sosyal Medya Uygulamaları ile arasında ilişki vardır.

Okuduğu Bölüm değişkeninin sosyal medya uygulamaları ile anlamlı bir ilişkisinin olup olmadığı Tablo 19’da değerlendirilmiştir. Değerler incelendiğinde sadece “Facebook/gib.sosyalmedya” ile katılımcıların okuduğu bölüm arasında istatistiksel anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p < 0,05$). Diğer uygulamalar ile katılımcıların okuduğu bölüm arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ($p > 0,05$).

4.4.2.5.3.4.3. Okuduğu Bölüme Göre Yazılı ve Görsel Yayınlar Hakkındaki Görüşler

Vergi idaresinin mükellefleri bilgilendirmek amacıyla kullandığı birçok yazılı ve görsel yayınlara ilişkin öğrencilerin okuduğu bölüm dağılımına göre verilen yanıtlar Tablo 20’de incelenmektedir.

Tablo 20
Okuduğu Bölüme Göre Yazılı ve Görsel Yayınlar Hakkındaki Görüşler

Değişken	Grup		Haberdar Değilim	Haberdarım ve Vergi Bilincimi Etkiledi					Ort**
				Asla Hiç	Çok Az	Kısmen	Çoğunlukla	Tamamen	
Gelir İdaresi Başkanlığı Tanıtım Videoları									
Ki-Kare 19,264 p ,474	Maliye	Sayı	32	11	19	18	12	11	2,000
		%	31,1	10,7	18,4	17,5	11,7	10,7	
	İktisat	Sayı	36	14	10	7	9	9	1,600
		%	42,4	16,5	11,8	8,2	10,6	10,6	
	İşletme	Sayı	25	7	7	11	9	3	1,694
		%	40,3	11,3	11,3	17,7	14,5	4,8	
	Ekonometri	Sayı	14	10	9	8	5	3	1,776
		%	28,6	20,4	18,4	16,3	10,2	6,1	
	Siy. Bil. ve Uls. İliş	Sayı	3	2	5	1	2	2	2,200
		%	20,0	13,3	33,3	6,7	13,3	13,3	
Vergi Uygulamaları Hakkında Bilgilendirme Videoları									
Ki-Kare 16,54 p	Maliye	Sayı	31	10	18	16	15	13	2,126
		%	30,1	9,7	17,5	15,5	14,6	12,6	
	İktisat	Sayı	26	9	10	16	13	11	2,165
		%	30,6	10,6	11,8	18,8	15,3	12,9	
	İşletme	Sayı	23	4	11	7	13	4	1,919
		%	37,1	6,5	17,7	11,3	21,0	6,5	

,671	Ekonometri	Sayı	15	4	10	12	5	3	1,939
		%	30,6	8,2	20,4	24,5	10,2	6,1	
	Siy. Bil. ve Uls. İliş	Sayı	4	2	5	2	0	2	1,867
		%	26,7	13,3	33,3	13,3	0,0	13,3	
Vergi Konulu Haberler ve Duyurular									
	Maliye	Sayı	15	7	15	23	21	22	2,913
		%	14,6	6,8	14,6	22,3	20,4	21,4	
	İktisat	Sayı	18	10	9	9	24	15	2,659
Ki-Kare		%	21,2	11,8	10,6	10,6	28,2	17,6	
26,235	İşletme	Sayı	19	4	8	12	15	4	2,194
p		%	30,6	6,5	12,9	19,4	24,2	6,5	
,128	Ekonometri	Sayı	9	6	10	7	11	6	2,469
		%	18,4	12,2	20,4	14,3	22,4	12,2	
	Siy. Bil. ve Uls. İliş	Sayı	1	2	4	1	3	4	3,000
		%	6,7	13,3	26,7	6,7	20,0	26,7	
Vergi ile İlgili Konularda Vergi İletişim Merkezi (189)									
	Maliye	Sayı	50	13	14	9	8	9	1,408
		%	48,5	12,6	13,6	8,7	7,8	8,7	
	İktisat	Sayı	35	16	8	6	9	11	1,659
Ki-Kare		%	41,2	18,8	9,4	7,1	10,6	12,9	
19,62	İşletme	Sayı	29	7	11	6	7	2	1,371
p		%	46,8	11,3	17,7	9,7	11,3	3,2	
,438	Ekonometri	Sayı	16	11	5	7	7	3	1,735
		%	32,7	22,4	10,2	14,3	14,3	6,1	
	Siy. Bil. ve Uls. İliş	Sayı	11	1	1	1	0	1	,733
		%	73,3	6,7	6,7	6,7	0,0	6,7	
Rehber ve Broşürler									
	Maliye	Sayı	40	9	21	20	6	7	1,651
		%	38,8	8,7	20,4	19,4	5,8	6,8	
	İktisat	Sayı	36	14	12	5	10	8	1,565
Ki-Kare		%	42,4	16,5	14,1	5,9	11,8	9,4	
21,554	İşletme	Sayı	23	9	11	10	6	3	1,613
p		%	37,1	14,5	17,7	16,1	9,7	4,8	
,323	Ekonometri	Sayı	14	9	10	6	6	4	1,857
		%	28,6	18,4	20,4	12,2	12,2	8,2	
	Siy. Bil. ve Uls. İliş	Sayı	7	3	4	0	0	1	1,067
		%	46,7	20,0	26,7	0,0	0,0	6,7	
Çocuklarda Vergi Bilincini Geliştirmeye Yönelik Broşürler									
	Maliye	Sayı	65	8	10	9	4	7	1,029
		%	63,1	7,8	9,7	8,7	3,9	6,8	
	İktisat	Sayı	48	14	3	4	8	8	1,224
Ki-Kare		%	56,5	16,5	3,5	4,7	9,4	9,4	
24,294	İşletme	Sayı	38	6	6	5	7	0	,984
p		%	61,3	9,7	9,7	8,1	11,3	0,0	

,168	Ekonometri	Sayı	24	10	6	3	3	1,184	
		%	49,0	20,4	12,2	6,1	6,1		
	Siy. Bil. ve Uls. İliş	Sayı	11	2	1	0	1	,600	
		%	73,3	13,3	6,7	0,0	0,0	6,7	
Çocuklarda Vergi Bilincini Geliştirmeye Yönelik Hazırlanan Şarkılar ve Oyunlar									
Ki-Kare 29,5 p ,041*	Maliye	Sayı	71	5	7	10	4	,903	
		%	68,9	4,9	6,8	9,7	5,8	3,9	
	İktisat	Sayı	50	15	2	2	6	1,118	
		%	58,8	17,6	2,4	2,4	7,1		
	İşletme	Sayı	41	4	7	3	2	,919	
		%	66,1	6,5	11,3	4,8	3,2		
	Ekonometri	Sayı	26	9	6	3	3	1,082	
		%	53,1	18,4	12,2	6,1	4,1	6,1	
		Siy. Bil. ve Uls. İliş	Sayı	11	1	2	0	1	,667
			%	73,3	6,7	13,3	0,0	0,0	6,7
Afişler									
Ki-Kare 19,476 p ,469	Maliye	Sayı	31	10	23	17	8	1,971	
		%	30,1	9,7	22,3	16,5	13,6	7,8	
	İktisat	Sayı	26	19	11	9	12	1,882	
		%	30,6	22,4	12,9	10,6	14,1		
	İşletme	Sayı	19	12	11	7	4	1,790	
		%	30,6	19,4	17,7	11,3	6,5		
	Ekonometri	Sayı	12	6	11	8	4	2,122	
		%	24,5	12,2	22,4	16,3	8,2		
		Siy. Bil. ve Uls. İliş	Sayı	3	3	3	3	3	2,200
			%	20,0	20,0	20,0	20,0	0,0	20,0
Kamu Spotları									
Ki-Kare 20,189 p ,421	Maliye	Sayı	18	11	21	21	10	2,466	
		%	17,5	10,7	20,4	20,4	9,7		
	İktisat	Sayı	14	18	14	11	16	2,435	
		%	16,5	21,2	16,5	12,9	18,8		
	İşletme	Sayı	7	7	18	10	7	2,581	
		%	11,3	11,3	29,0	16,1	11,3		
	Ekonometri	Sayı	8	6	10	8	7	2,551	
		%	16,3	12,2	20,4	16,3	14,3		
		Siy. Bil. ve Uls. İliş	Sayı	0	2	6	3	3	2,800
			%	0,0	13,3	40,0	20,0	6,7	20,0
TV Programlarına Yerleştirilen Vergi Uygulamaları ile İlgili Reklamlar									
Ki-Kare 19,896 p	Maliye	Sayı	18	10	23	19	14	2,515	
		%	17,5	9,7	22,3	18,4	13,6		
	İktisat	Sayı	18	18	13	10	18	2,306	
		%	21,2	21,2	15,3	11,8	21,2		
	İşletme	Sayı	12	11	11	11	7	2,274	
		%	19,4	17,7	17,7	17,7	11,3		

,440	Ekonometri	Sayı	7	9	10	7	11	5	2,429
		%	14,3	18,4	20,4	14,3	22,4	10,2	
	Siy. Bil. ve	Sayı	2	1	5	2	1	4	2,733
	Uls. İliş	%	13,3	6,7	33,3	13,3	6,7	26,7	

*p<0,05, **Haberdar Değilim-0, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi-1, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi-2, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi-3, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla-4, Etkiledi Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi-5.

Tablo 20 incelendiğinde yazılı ve görsel yayınlardan en çok haberdar olan bölüm öğrencileri Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler ve Ekonometri bölüm öğrencileri olarak görülmektedir. Haberdar olan öğrenciler ise yayınlar hakkında birbirine yakın ve farklı görüşler belirtmektedir. Öğrencilerin okuduğu bölüm değişkeni ve yazılı ve görsel yayınlar arasında aşağıdaki gibi bir hipotez oluşturulmuştur.

H₀: Okuduğu Bölüm değişkeninin Yazılı ve Görsel Yayınlar ile arasında ilişki yoktur.

H₁: Okuduğu Bölüm değişkeninin Yazılı ve Görsel Yayınlar ile arasında ilişki vardır.

Okuduğu Bölüm değişkeninin yazılı ve görsel yayınlar ile anlamlı bir ilişkisinin olup olmadığı Tablo 20’de değerlendirilmiştir. Değerler incelendiğinde yalnızca “Çocuklarda Vergi Bilincini Geliştirmeye Yönelik Hazırlanan Şarkılar ve Oyunlar” ile katılımcıların okuduğu bölüm arasında istatistiksel anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır (p<0,05). Diğer yayınlar ile katılımcıların okuduğu bölüm arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır (p>0,05).

4.4.2.5.3.4.4. Okuduğu Bölüme Göre Vergi Haftası Etkinlikleri Hakkındaki Görüşler

Vergi idaresinin “Vergi Haftası” kapsamında düzenlemiş olduğu vergi ile ilgili düzenlemiş olduğu etkinliklere ilişkin öğrencilerin okuduğu bölüm dağılımına göre verilen yanıtlar Tablo 21’de incelenmektedir.

Tablo 21
Okuduğu Bölüme Göre Vergi Haftası Etkinlikleri Hakkındaki Görüşler

Değişken	Grup		Haberdar Değilim	Haberdarım ve Vergi Bilincimi Etkiledi					Ort**
				Asla Hiç	Çok Az	Kısmen	Çoğunlukla	Tamamen	
Kamu Kurumları Outdoor TV Ekranlarında Afiş ve Slider/Banner Görseller									
Ki-Kare 17,996 p ,529	Maliye	Sayı	54	8	21	10	7	3	1,194
		%	52,4	7,8	20,4	9,7	6,8	2,9	
	İktisat	Sayı	33	14	17	9	8	4	1,494
		%	38,8	16,5	20,0	10,6	9,4	4,7	
	İşletme	Sayı	36	7	8	8	3	0	,952
		%	58,1	11,3	12,9	12,9	4,8	0,0	
	Ekonometri	Sayı	22	5	12	6	1	3	1,347
		%	44,9	10,2	24,5	12,2	2,0	6,1	
	Siy. Bil. ve Uls. İliş	Sayı	9	0	3	2	1	0	1,067
		%	60,0	0,0	20,0	13,3	6,7	0,0	
Gelir İdaresi Başkanlığına Yapılan Ziyaretler									
Ki-Kare 27,767 p ,057	Maliye	Sayı	57	7	11	17	9	2	1,223
		%	55,3	6,8	10,7	16,5	8,7	1,9	
	İktisat	Sayı	54	7	11	6	5	2	,906
		%	63,5	8,2	12,9	7,1	5,9	2,4	
	İşletme	Sayı	39	11	8	3	1	0	,645
		%	62,9	17,7	12,9	4,8	1,6	0,0	
	Ekonometri	Sayı	29	10	3	3	4	0	,837
		%	59,2	20,4	6,1	6,1	8,2	0,0	
	Siy. Bil. ve Uls. İliş	Sayı	11	4	0	0	0	0	,267
		%	73,3	26,7	0,0	0,0	0,0	0,0	
Üniversitelerde Kurulan Stantlar									
Ki-Kare 27,653 p ,077	Maliye	Sayı	34	12	22	19	13	3	1,748
		%	33,0	11,7	21,4	18,4	12,6	2,9	
	İktisat	Sayı	34	11	18	6	9	7	1,600
		%	40,0	12,9	21,2	7,1	10,6	8,2	
	İşletme	Sayı	37	9	9	4	2	1	,839
		%	59,7	14,5	14,5	6,5	3,2	1,6	
	Ekonometri	Sayı	17	9	8	9	4	2	1,592
		%	34,7	18,4	16,3	18,4	8,2	4,1	
	Siy. Bil. ve Uls. İliş	Sayı	9	2	3	1	0	0	,733
		%	60,0	13,3	20,0	6,7	0,0	0,0	
Üniversite Öğrencilerine Yönelik Yapılan Seminer/Panel/Konferanslar									
Ki-Kare 39,449 p ,002*	Maliye	Sayı	28	7	21	14	28	5	2,214
		%	27,2	6,8	20,4	13,6	27,2	4,9	
	İktisat	Sayı	30	10	16	10	14	5	1,800
		%	35,3	11,8	18,8	11,8	16,5	5,9	
	İşletme	Sayı	36	5	8	9	2	2	1,065
		%	58,1	8,1	12,9	14,5	3,2	3,2	
	Ekonometri	Sayı	13	8	7	10	9	2	2,000

		%	26,5	16,3	14,3	20,4	18,4	4,1	
	Siy. Bil. ve Uls. İliş	Sayı	9	3	2	1	0	0	,667
		%	60,0	20,0	13,3	6,7	0,0	0,0	
İlk ve Ortaöğretim Öğrencilerine Yönelik Yapılan Ziyaretler ve vergi ile ilgili Bilgilendirici Konferanslar									
	Maliye	Sayı	63	9	9	11	10	1	1,019
		%	61,2	8,7	8,7	10,7	9,7	1,0	
	İktisat	Sayı	53	8	8	6	5	5	1,024
Ki-Kare		%	62,4	9,4	9,4	7,1	5,9	5,9	
13,059	İşletme	Sayı	43	6	5	6	2	0	,677
p		%	69,4	9,7	8,1	9,7	3,2	0,0	
,863	Ekonometri	Sayı	28	4	5	6	4	2	1,184
		%	57,1	8,2	10,2	12,2	8,2	4,1	
	Siy. Bil. ve Uls. İliş	Sayı	10	3	1	1	0	0	,533
		%	66,7	20,0	6,7	6,7	0,0	0,0	
İlk ve Ortaöğretim Öğrencilerine Yönelik Yapılan Şiir/Resim/Sloganlı Afiş Yarışmaları									
	Maliye	Sayı	63	12	8	7	12	1	,990
		%	61,2	11,7	7,8	6,8	11,7	1,0	
	İktisat	Sayı	49	6	12	7	6	5	1,177
Ki-Kare		%	57,6	7,1	14,1	8,2	7,1	5,9	
20,234	İşletme	Sayı	41	8	5	5	3	0	,726
p		%	66,1	12,9	8,1	8,1	4,8	0,0	
,365	Ekonometri	Sayı	29	6	2	6	4	2	1,102
		%	59,2	12,2	4,1	12,2	8,2	4,1	
	Siy. Bil. ve Uls. İliş	Sayı	10	1	4	0	0	0	,600
		%	66,7	6,7	26,7	0,0	0,0	0,0	

*p<0,05, **Haberdar Değilim-0, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi-1, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi-2, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi-3, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla-4, Etkiledi Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi-5.

Tablo 21 incelendiğinde vergi haftası etkinliklerinden en çok haberdar olan bölüm öğrencileri İktisat ve Ekonometri bölüm öğrencileriyken en az haberdar olan bölüm öğrencileri İşletme ve Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler bölüm öğrencileri olduğu görülmektedir. Ankete katılan tüm bölüm öğrencilerinin en çok haberdar olduğu etkinliğin “Üniversite Öğrencilerine Yönelik Yapılan Seminer/Panel/Konferanslar” olduğu görülmekte ve bu etkinlikten haberdar olduğunu belirten öğrencilerin görüşleri ise bölümlere göre farklılık göstermektedir. Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler öğrencileri asla/hiç etkilemediğini belirtirken Maliye bölüm öğrencileri çoğunlukla etkilediğini belirtmektedir. Öğrencilerin okuduğu bölüm değişkeni ve vergi haftası etkinlikleri arasında aşağıdaki gibi bir hipotez oluşturulmuştur.

H_0 : Okuduğu Bölüm değişkeninin Vergi Haftası Etkinlikleri ile arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_1 : Okuduğu Bölüm değişkeninin Vergi Haftası Etkinlikleri ile arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Okuduğu Bölüm değişkeninin Vergi Haftası Etkinlikleri ile anlamlı bir ilişkisinin olup olmadığı Tablo 21’de değerlendirilmiştir. Bu değerlendirme sonucunda sadece “Üniversite Öğrencilerine Yönelik Yapılan Seminer/Panel/Konferanslar” ile katılımcıların okuduğu bölüm arasında istatistiksel anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p<0,05$). Diğer etkinlikler ile katılımcıların okuduğu bölüm arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ($p>0,05$).

4.4.2.5.3.5. Öğrenim Türüne Göre Elde Edilen Çapraz Tablo Analizleri

Ankete katılan öğrencilerin öğrenim türü dağılımına göre vergi idaresi tarafından sunulan uygulamalar hakkındaki görüşleri çapraz tablolar halinde aşağıda incelenmektedir.

4.4.2.5.3.5.1. Öğrenim Türüne Göre Web Sayfaları Hakkındaki Görüşler

Vergi idaresinin uygulamış olduğu web sayfalarına ilişkin öğrencilerin öğrenim türü dağılımına göre verilen yanıtlar Tablo 22’de incelenmektedir.

Tablo 22

Öğrenim Türüne Göre Web Sayfaları Hakkındaki Görüşler

Değişken	Grup		Haberdar Değilim	Haberdarım ve Vergi Bilincimi Etkiledi					Ort**
				Asla Hiç	Çok Az	Kısmen	Çoğunlukla	Tamamen	
www.gib.gov.tr									
Ki-Kare	I. Öğretim	Sayı	58	18	17	33	23	9	1,823
		%	36,7	11,4	10,8	20,9	14,6	5,7	
13,931 p	II. Öğretim	Sayı	34	11	21	25	16	11	2,093
		%	28,8	9,3	17,8	21,2	13,6	9,3	
,159	İngilizce	Sayı	20	6	5	4	2	1	1,079
		%	52,6	15,8	13,2	10,5	5,3	2,6	
www.vergibilinci.gov.tr									
Ki-Kare	I. Öğretim	Sayı	76	21	15	23	17	6	1,380
		%	48,1	13,3	9,5	14,6	10,8	3,8	
23,599 p	II. Öğretim	Sayı	55	8	15	14	17	9	1,636
		%	46,6	6,8	12,7	11,9	14,4	7,6	
,006*	İngilizce	Sayı	26	7	4	0	0	1	,526
		%	68,4	18,4	10,5	0,0	0,0	2,6	
www.vergihaftasi.gov.tr									
Ki-Kare	I. Öğretim	Sayı	76	19	19	22	16	6	1,373
		%	48,1	12,0	12,0	13,9	10,1	3,8	
20,742 p	II. Öğretim	Sayı	63	5	9	19	15	7	1,483
		%	53,4	4,2	7,6	16,1	12,7	5,9	
,014*	İngilizce	Sayı	28	4	4	1	0	1	,526
		%	73,7	10,5	10,5	2,6	0,0	2,6	
www.kayitliekonomiyegecis.gov.tr									
Ki-Kare	I. Öğretim	Sayı	99	10	12	19	12	6	1,070
		%	62,7	6,3	7,6	12,0	7,6	3,8	
12,836 p	II. Öğretim	Sayı	80	5	9	14	6	4	,924
		%	67,8	4,2	7,6	11,9	5,1	3,4	
,198	İngilizce	Sayı	28	4	5	0	0	1	,500
		%	73,7	10,5	13,2	0,0	0,0	2,6	

*p<0,05, **Haberdar Değilim-0, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi-1, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi-2, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi-3, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla-4, Etkiledi Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi-5.

Tablo 22 incelendiğinde web sayfaları hakkında haberdar olmama oranı en yüksek olan öğrenciler İngilizce öğrenim gören öğrenciler olarak görülmektedir. Haberdar olduğunu belirten I. Öğretim öğrencilerinin çoğunluğu bu uygulamaların vergi bilincini kısmen etkilediğini belirtmekte, II. Öğretim öğrencileri ise yine çoğunlukla uygulamaların kısmen etkilediğini belirtmekle birlikte “www.vergibilinci.gov.tr” internet sayfasının çoğunlukla etkilediğini belirtmektedir. İngilizce eğitim alan öğrenciler ise genellikle uygulamaların asla/hiç etkilemediğini

belirtmektedir. Öğrencilerin öğrenim türü ve web sayfaları arasında aşağıdaki gibi bir hipotez oluşturulmuştur.

H₀: Öğrenim Türü değişkeninin Web Sayfaları ile arasında ilişki yoktur.

H₁: Öğrenim Türü değişkeninin Web Sayfaları ile arasında ilişki vardır.

Öğrenim Türü değişkeninin Web Sayfaları ile ilişkisi Tablo 22’de yer almaktadır. Değerler incelendiğinde “www.vergibilinci.gov.tr”, “www.vergihaftasi.gov.tr” ile katılımcıların öğrenim türü arasında istatistiksel anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p < 0,05$). Diğer web sayfaları ile katılımcıların öğrenim türü arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ($p > 0,05$).

4.4.2.5.3.5.2. Öğrenim Türüne Göre Sosyal Medya Uygulamaları Hakkındaki Görüşler

Vergi idaresinin mükellefleri bilgilendirmek amacıyla uygulamış olduğu resmi sosyal medya uygulamalarına ilişkin öğrencilerin öğrenim türü dağılımına göre verilen yanıtlar Tablo 23’de incelenmektedir.

Tablo 23

Öğrenim Türüne Göre Sosyal Medya Uygulamaları Hakkındaki Görüşler

			Haberdarım ve Vergi Bilincimi Etkiledi						
Değişken	Grup		Haberdar Değilim	Asla Çok			Çoğunlukla	Tamamen	Ort**
				Hiç	Az	Kısmen			
Twitter/gib.sosyalmedya									
Ki-Kare	I. Öğretim	Sayı	37	26	17	30	30	18	2,279
		%	23,4	16,5	10,8	19,0	19,0	11,4	
11,615	II. Öğretim	Sayı	39	18	17	15	15	14	1,924
		%	33,1	15,3	14,4	12,7	12,7	11,9	
,305	İngilizce	Sayı	14	9	4	5	2	4	1,579
		%	36,8	23,7	10,5	13,2	5,3	10,5	
Facebook/gib.sosyalmedya									
Ki-Kare	I. Öğretim	Sayı	73	45	11	11	9	9	1,146
		%	46,2	28,5	7,0	7,0	5,7	5,7	
13,521	II. Öğretim	Sayı	68	18	9	13	4	6	1,025
		%	57,6	15,3	7,6	11,0	3,4	5,1	
,166	İngilizce	Sayı	18	13	4	2	0	1	,842
		%	47,4	34,2	10,5	5,3	0,0	2,6	
Instagram/gib.sosyalmedya									
Ki-Kare	I. Öğretim	Sayı	40	35	22	18	22	21	2,063
		%	25,3	22,2	13,9	11,4	13,9	13,3	
19,734	II. Öğretim	Sayı	38	16	18	20	10	16	1,966
		%	32,2	13,6	15,3	16,9	8,5	13,6	
,028*	İngilizce	Sayı	15	13	4	4	0	2	1,132
		%	39,5	34,2	10,5	10,5	0,0	5,3	

Youtube/gibsosyalmedya									
Ki-Kare	I. Öğretim	Sayı	43	33	21	28	16	17	1,949
		%	27,2	20,9	13,3	17,7	10,1	10,8	
16,747 p	II. Öğretim	Sayı	53	12	15	17	10	11	1,593
		%	44,9	10,2	12,7	14,4	8,5	9,3	
,069	İngilizce	Sayı	18	9	4	3	2	2	1,158
		%	47,4	23,7	10,5	7,9	5,3	5,3	
Linkedin/company/gibsosyalmedya									
Ki-Kare	I. Öğretim	Sayı	72	39	18	9	14	6	1,190
		%	45,6	24,7	11,4	5,7	8,9	3,8	
15,376 p	II. Öğretim	Sayı	71	20	13	5	6	3	,848
		%	60,2	16,9	11,0	4,2	5,1	2,5	
,090	İngilizce	Sayı	27	8	0	2	1	0	,474
		%	71,1	21,1	0,0	5,3	2,6	0,0	
Mobil Uygulamalar									
Ki-Kare	I. Öğretim	Sayı	50	43	18	16	16	15	1,684
		%	31,6	27,2	11,4	10,1	10,1	9,5	
15,496 p	II. Öğretim	Sayı	58	17	14	10	6	13	1,390
		%	49,2	14,4	11,9	8,5	5,1	11,0	
,094	İngilizce	Sayı	17	7	2	5	4	3	1,500
		%	44,7	18,4	5,3	13,2	10,5	7,9	

*p<0,05, **Haberdar Değilim-0, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi-1, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi-2, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi-3, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla-4, Etkiledi Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi-5.

Tablo 23 incelendiğinde tüm öğrenciler içerisinde sosyal medya uygulamalarından en çok haberdar olan öğrenciler I. Öğretim öğrencileridir. Ankete katılan öğrenciler genel olarak sosyal medya uygulamalarının vergi bilincini asla/hiç etkilemediğini belirtmekle birlikte I. Öğretim öğrencileri Gelir İdaresi Başkanlığının resmi Twitter hesabının birbirine eşit oranlara sahip kısmen ya da çoğunlukla etkilediğini belirtmektedir. Öğrencilerin öğrenim türü değişkeni ve sosyal medya uygulamaları arasında aşağıdaki gibi bir hipotez oluşturulmuştur.

H₀: Öğrenim Türü değişkeninin Sosyal Medya Uygulamaları ile arasında ilişki yoktur.

H₁: Öğrenim Türü değişkeninin Sosyal Medya Uygulamaları ile arasında ilişki vardır.

Öğrenim Türü değişkeninin sosyal medya uygulamaları ile anlamlı bir ilişkisinin olup olmadığı Tablo 23’de değerlendirilmiştir. Değerler incelendiğinde yalnızca “Instagram/gib.sosyalmedya” ile katılımcıların öğrenim türü arasında istatistiksel anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmaktadır (p<0,05). Diğer

uygulamalar ile katılımcıların öğrenim türü arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ($p>0,05$).

4.4.2.5.3.5.3. Öğrenim Türüne Göre Yazılı ve Görsel Yayınlar Hakkındaki Görüşler

Vergi idaresinin mükellefleri bilgilendirmek amacıyla kullandığı birçok yazılı ve görsel yayınlara ilişkin öğrencilerin öğrenim türü dağılımına göre verilen yanıtlar Tablo 24'de incelenmektedir.

Tablo 24
Öğrenim Türüne Göre Yazılı ve Görsel Yayınlar Hakkındaki Görüşler

Değişken	Grup		Haberdar Değilim	Haberdarım ve Vergi Bilincimi Etkiledi					Ort**
				Asla Hiç	Çok Az	Kısmen	Çoğunlukla	Tamamen	
Gelir İdaresi Başkanlığı Tanıtım Videoları									
Ki-Kare 21,214 p ,015*	I. Öğretim	Sayı	45	21	34	25	19	14	1,962
		%	28,5	13,3	21,5	15,8	12,0	8,9	
	II. Öğretim	Sayı	51	13	9	18	15	12	1,737
		%	43,2	11,0	7,6	15,3	12,7	10,2	
	İngilizce	Sayı	14	10	7	2	3	2	1,368
		%	36,8	26,3	18,4	5,3	7,9	5,3	
Vergi Uygulamaları Hakkında Bilgilendirme Videoları									
Ki-Kare 8,982 p ,532	I. Öğretim	Sayı	43	17	29	31	23	15	2,120
		%	27,2	10,8	18,4	19,6	14,6	9,5	
	II. Öğretim	Sayı	41	7	18	17	19	16	2,119
		%	34,7	5,9	15,3	14,4	16,1	13,6	
	İngilizce	Sayı	15	5	7	5	4	2	1,579
		%	39,5	13,2	18,4	13,2	10,5	5,3	
Vergi Konulu Haberler ve Duyurular									
Ki-Kare 10,416 p ,396	I. Öğretim	Sayı	26	14	29	25	41	23	2,696
		%	16,5	8,9	18,4	15,8	25,9	14,6	
	II. Öğretim	Sayı	26	9	12	21	26	24	2,712
		%	22,0	7,6	10,2	17,8	22,0	20,3	
	İngilizce	Sayı	10	6	5	6	7	4	2,158
		%	26,3	15,8	13,2	15,8	18,4	10,5	
Vergi ile İlgili Konularda Vergi İletişim Merkezi (189)									
Ki-Kare 11,419 p ,316	I. Öğretim	Sayı	62	24	24	16	19	13	1,652
		%	39,2	15,2	15,2	10,1	12,0	8,2	
	II. Öğretim	Sayı	56	16	12	12	10	12	1,492
		%	47,5	13,6	10,2	10,2	8,5	10,2	
	İngilizce	Sayı	23	8	3	1	2	1	,790
		%	60,5	21,1	7,9	2,6	5,3	2,6	
Rehber ve Broşürler									
	I. Öğretim	Sayı	54	26	33	20	17	8	1,646

Ki-Kare	%	34,2	16,5	20,9	12,7	10,8	5,1	
19,387	II. Öğretim	Sayı	45	10	21	20	10	1,797
p	%	38,1	8,5	17,8	16,9	8,5	10,2	
,029*	İngilizce	Sayı	21	8	4	1	1	1,000
	%	55,3	21,1	10,5	2,6	2,6	7,9	
Çocuklarda Vergi Bilincini Geliştirmeye Yönelik Broşürler								
	I. Öğretim	Sayı	85	24	12	13	14	1,222
Ki-Kare	%	53,8	15,2	7,6	8,2	8,9	6,3	
12,048	II. Öğretim	Sayı	72	11	12	8	8	1,068
p	%	61,0	9,3	10,2	6,8	6,8	5,9	
,262	İngilizce	Sayı	29	5	2	0	0	,500
	%	76,3	13,2	5,3	0,0	0,0	5,3	
Çocuklarda Vergi Bilincini Geliştirmeye Yönelik Hazırlanan Şarkılar ve Oyunlar								
	I. Öğretim	Sayı	91	17	16	12	15	1,139
Ki-Kare	%	57,6	10,8	10,1	7,6	9,5	4,4	
12,922	II. Öğretim	Sayı	80	10	7	6	7	,932
p	%	67,8	8,5	5,9	5,1	5,9	6,8	
,197	İngilizce	Sayı	28	7	1	0	1	,474
	%	73,7	18,4	2,6	0,0	2,6	2,6	
Afişler								
	I. Öğretim	Sayı	38	26	32	28	20	2,051
Ki-Kare	%	24,1	16,5	20,3	17,7	12,7	8,9	
12,264	II. Öğretim	Sayı	38	16	20	13	18	1,966
p	%	32,2	13,6	16,9	11,0	15,3	11,0	
,259	İngilizce	Sayı	15	8	7	3	1	1,447
	%	39,5	21,1	18,4	7,9	2,6	10,5	
Kamu Spotları								
	I. Öğretim	Sayı	22	22	33	27	36	2,551
Ki-Kare	%	13,9	13,9	20,9	17,1	22,8	11,4	
11,909	II. Öğretim	Sayı	17	13	28	20	20	2,619
p	%	14,4	11,0	23,7	16,9	16,9	16,9	
,281	İngilizce	Sayı	8	9	8	6	2	2,000
	%	21,1	23,7	21,1	15,8	5,3	13,2	
TV Programlarına Yerleştirilen Vergi Uygulamaları ile İlgili Reklamlar								
	I. Öğretim	Sayı	25	29	31	22	30	2,418
Ki-Kare	%	15,8	18,4	19,6	13,9	19,0	13,3	
21,38	II. Öğretim	Sayı	22	10	25	21	19	2,576
p	%	18,6	8,5	21,2	17,8	16,1	17,8	
,017*	İngilizce	Sayı	10	10	6	6	0	1,842
	%	26,3	26,3	15,8	15,8	0,0	15,8	

*p<0,05, **Haberdar Değilim-0, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi-1, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi-2, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi-3, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla-4, Etkiledi Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi-5.

Tablo 24 incelendiğinde yazılı ve görsel yayınlardan öğrenim türüne göre dağılım yapıldığında en çok haberdar olunan yayının “kamu spotları” olduğu görülmektedir. I. ve II. Öğretim öğrencilerinin en az haberdar olduğu yayınlar

“Çocuklarda Vergi Bilincini Geliştirmeye Yönelik Hazırlanan Şarkılar ve Oyunlar” olurken İngilizce eğitim alan öğrencilerin ise “Çocuklarda Vergi Bilincini Geliştirmeye Yönelik Broşürler” olmaktadır. Uygulamalardan haberdar olduğunu belirten öğrenciler de ise I. Öğretim ve II. Öğretim öğrencileri uygulamalar hakkında genel olarak çok az etkilediğini belirtirken İngilizce eğitim alan öğrenciler ise asla/hiç etkilemediğini belirtmektedir. Öğrencilerin öğrenim türü değişkeni ve yazılı ve görsel yayınlar arasında aşağıdaki gibi bir hipotez oluşturulmuştur.

H₀: Öğrenim Türü değişkeninin Yazılı ve Görsel Yayınlar ile arasında ilişki yoktur.

H₁: Öğrenim Türü değişkeninin Yazılı ve Görsel Yayınlar ile arasında ilişki vardır.

Öğrenim Türü değişkeninin yazılı ve görsel yayınlar ile anlamlı bir ilişkisinin olup olmadığı Tablo 24’de yer almaktadır. Değerler incelendiğinde “Gelir İdaresi Başkanlığı Tanıtım Videoları”, “Rehber ve Broşürler” ve “TV Programlarına Yerleştirilen Vergi Uygulamaları ile İlgili Reklamlar” ile katılımcıların öğrenim türü arasında istatistiksel anlamlı ilişki olduğu sonucuna ulaşılmaktadır ($p < 0,05$). Diğer yazılı ve görsel yayınlar ile katılımcıların arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ($p > 0,05$).

4.4.2.5.3.5.4. Öğrenim Türüne Göre Vergi Haftası Etkinlikleri Hakkındaki Görüşler

Vergi idaresinin “Vergi Haftası” kapsamında düzenlemiş olduğu vergi ile ilgili düzenlemiş olduğu etkinliklere ilişkin öğrencilerin öğrenim türü dağılımına göre verilen yanıtlar Tablo 25’de incelenmektedir.

Tablo 25

Öğrenim Türüne Göre Vergi Haftası Etkinlikleri Hakkındaki Görüşler

Değişken	Grup		Haberdar Değilim	Haberdarım ve Vergi Bilincimi Etkiledi					Ort**
				Asla Hiç	Çok Az	Kısmen	Çoğunlukla	Tamamen	
Kamu Kurumları Outdoor TV Ekranlarında Afiş ve Slider/Banner Görseller									
Ki-Kare 7,881 p ,635	I. Öğretim	Sayı	69	21	34	19	10	5	1,335
		%	43,7	13,3	21,5	12,0	6,3	3,2	
	II. Öğretim	Sayı	61	10	22	11	9	5	1,254
		%	51,7	8,5	18,6	9,3	7,6	4,2	
İngilizce	Sayı	24	3	5	5	1	0	,842	
	%	63,2	7,9	13,2	13,2	2,6	0,0		
Gelir İdaresi Başkanlığına Yapılan Ziyaretler									
Ki-Kare 13,472 p ,160	I. Öğretim	Sayı	89	22	19	17	8	3	1,000
		%	56,3	13,9	12,0	10,8	5,1	1,9	
	II. Öğretim	Sayı	70	12	13	11	11	1	1,017
		%	59,3	10,2	11,0	9,3	9,3	0,8	
İngilizce	Sayı	31	5	1	1	0	0	,263	
	%	81,6	13,2	2,6	2,6	0,0	0,0		
Üniversitelerde Kurulan Stantlar									
Ki-Kare 13,141 p ,198	I. Öğretim	Sayı	62	19	35	22	13	7	1,532
		%	39,2	12,0	22,2	13,9	8,2	4,4	
	II. Öğretim	Sayı	44	20	20	16	13	5	1,568
		%	37,3	16,9	16,9	13,6	11,0	4,2	
İngilizce	Sayı	25	4	5	1	2	1	,790	
	%	65,8	10,5	13,2	2,6	5,3	2,6		
Üniversite Öğrencilerine Yönelik Yapılan Seminer/Panel/Konferanslar									
Ki-Kare 15,664 p ,093	I. Öğretim	Sayı	52	15	34	25	26	6	1,848
		%	32,9	9,5	21,5	15,8	16,5	3,8	
	II. Öğretim	Sayı	40	15	16	17	23	7	1,907
		%	33,9	12,7	13,6	14,4	19,5	5,9	
İngilizce	Sayı	24	3	4	2	4	1	1,000	
	%	63,2	7,9	10,5	5,3	10,5	2,6		
İlk ve Ortaöğretim Öğrencilerine Yönelik Yapılan Ziyaretler ve vergi ile ilgili Bilgilendirici Konferanslar									
Ki-Kare 11,734 p ,267	I. Öğretim	Sayı	91	19	14	16	12	6	1,095
		%	57,6	12,0	8,9	10,1	7,6	3,8	
	II. Öğretim	Sayı	74	9	11	13	9	2	,983
		%	62,7	7,6	9,3	11,0	7,6	1,7	
İngilizce	Sayı	32	2	3	1	0	0	,290	
	%	84,2	5,3	7,9	2,6	0,0	0,0		
İlk ve Ortaöğretim Öğrencilerine Yönelik Yapılan Şiir/Resim/Sloganlı Afiş Yarışmaları									
Ki-Kare 15,024 p ,103	I. Öğretim	Sayı	85	19	21	14	13	6	1,171
		%	53,8	12,0	13,3	8,9	8,2	3,8	
	II. Öğretim	Sayı	75	12	8	9	12	2	,958
		%	63,6	10,2	6,8	7,6	10,2	1,7	
İngilizce	Sayı	32	2	2	2	0	0	,316	
	%	84,2	5,3	5,3	5,3	0,0	0,0		

*p<0,05, **Haberdar Değilim-0, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi-1, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çok Az Etkiledi-2, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi-3, Haberdarım ve Vergi Bilincimi Çoğunlukla-4, Etkiledi Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi-5.

Tablo 25 incelendiğinde ankete katılan öğrencilerden I. Öğretim ve II. Öğretim öğrencilerinin İngilizce eğitim alan öğrencilere göre yapılan etkinliklerden daha haberdar olduğu sonucu çıkarılabilmektedir. Etkinliklerden haberdar olduğunu belirten öğrenciler ise I. Öğretim öğrencileri etkinlikler hakkında genel olarak çok az etkilediğini belirtirken II. Öğretim öğrencileri “Üniversite Öğrencilerine Yönelik Yapılan Seminer/Panel/Konferanslar” hakkında çoğunlukla etkilediğini belirtmekte ve İngilizce eğitim alan öğrenciler ise etkinliklerin her biri için farklı görüşler belirtmektedir. Öğrencilerin öğrenim türü değişkeni ve vergi haftası etkinlikleri arasında aşağıdaki gibi bir hipotez oluşturulmuştur.

H_0 : Öğrenim Türü değişkeninin Vergi Haftası Etkinlikleri ile arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_1 : Öğrenim Türü değişkeninin Vergi Haftası Etkinlikleri ile arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Öğrenim Türü değişkeninin Vergi Haftası Etkinlikleri ile anlamlı bir ilişkisinin olup olmadığı Tablo 25’de değerlendirilmiştir. Değerler incelendiğinde katılımcıların öğrenim ile Vergi Haftası Etkinlikleri arasında istatistiksel anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır ($p>0,05$). Katılımcıların öğrenim türü ile vergi haftası etkinlikleri arasında anlamlı bir ilişki olmadığı hipotezi (H_0) kabul edilmiştir ($p>0,05$).

4.4.2.5.3.5.5. Ankete Katılan Öğrenciler Tarafından Vergi Bilincini Geliştirmek için Yapılan Öneriler

Ankete katılan öğrencilere “Siz toplumda vergi bilincinin geliştirilmesi için Gelir İdaresi Başkanlığının hangi tür etkinlikler düzenlemesini önerirsiniz?” şeklinde soru yöneltilerek bu konuda fikirleri alınmak istenmiştir. Öğrencilerden alınan bu fikirler derlenerek aşağıda verilmiştir.

Öğrencilerin en çok üzerinde durdukları konulardan biri seminer/konferansların arttırılması konusu olmuştur. Hatta öğrencilerin bazıları bu konferansların sadece vergi haftasında değil daha sık bir şekilde tekrarlanması gerektiğini belirtirken bazıları kapsamının genişletilerek sadece öğrencilere değil tüm topluma yönelik gerçekleştirilmesi gerektiğini belirtmektedir. Ayrıca bunların TV, sosyal medya aracılığıyla tanıtılarak duyurulması ve bu etkinliklerden daha çok kişinin haberdar olmasının sağlanması önerilmektedir.

Her kuruma düzenli olarak bilgilendirme amaçlı paneller ya da konferanslar düzenlenmesi, vergi konulu seminer ve toplantılar topluma açık sertifikalı etkinlik ya da eğitim şeklinde oluşturulabileceği belirtilmektedir. Ücretsiz bilgilendirici seminerler verilebileceği gibi toplumun vergi konusunda bilgilendirilmesi ve toplum vergi ödemeye teşvik edici kurslara tabi tutulabileceği, online konferans ve seminerler düzenlenebileceği de ifade edilmektedir. Vergi ile ilgili konuları iş adamları ya da yatırımcıların daha sık takip ettiğini ve konferans ve seminerlerde vergiyi ödeyen bu kişilerin yer almasının onlar tarafından anlatılmasının etkili olabileceği düşünülmektedir. Öğrencilerin bazıları seminer ve konferanslarda slayt sunumundan ziyade hayatımızın her alanında yer alan vergilere ilişkin kısa film gösterimlerini önermektedir. Aslında bu konu üzerine üniversiteler arası kısa film yarışmaları düzenlenerek öğrencilerin sürece katılımı etkinleştirilebilir. Gelir İdaresi Başkanlığının vergi bilinci konusunda zengin bir içeriğe sahip olması ve özellikle üniversitelerde bilgi paylaşım amacıyla düzenlenen seminer konferans gibi etkinliklere katılımın zorunlu tutulmasının faydalı olacağı görüşünde yer almaktadır. Yine online görüşmelerin, konferansların yapılması ve bu görüşmelerin yapılması için uygun ortamların sağlanması da daha fazla kişiye ulaşmak için kullanılacak ve vergi bilincinin artırılmasını sağlayacak etkinlikler arasında gösterilmektedir.

Öğrencilerin üzerinde önemle durdukları bir diğer konu ise internetin verimli kullanımının giderek artmasıyla birlikte sosyal medya uygulamalarına daha çok ağırlık verilmesi konusu olmaktadır. Bu konuda öğrenciler bu uygulamalar üzerinden etkinliklerin ve paylaşımların artırılmasını, vergilere dair daha fazla bilgilendirme ve duyuru yapılmasını, etkileşimin artırılmasını hatta sponsorlu gönderi ya da reklamlar verilmesiyle vergi idaresinin sosyal medya hesaplarını takip etmeyen kullanıcılara da ulaşılabilceğini belirtmektedir. Bir öğrencimiz sosyal medya platformlarını etkin kullanımıyla birlikte Gelir İdaresi Başkanlığının sosyal medyadaki gücünü daha fazla hissettirmesi gerektiğini belirterek şu ifadeleri kullanmıştır: “En önemlisi ilk önce GİB kendini daha iyi tanıtmalı ki insanlar üzerinde de vergi bilinci geliştirmesi kolay olsun.” Ayrıca sosyal medya uygulamaları üzerinden sık sık anketler düzenleyerek vatandaşlarının fikirlerinin alınabileceği ve vergi idaresinin etkinliğinin artırılabilceği belirtilmektedir. Hatta “story” dediğimiz 24 saat süre ile kalabilen hikaye kısımlarında vergi ile ilgili kısa

soru cevaplar yapılabileceği ve ödüllendirmeler yapılarak katılımın artırılmasının teşvik edilebileceği belirtilmektedir. Televizyon ve sosyal medyalar aracılığıyla (özellikle youtube bu açıdan etkin kullanılabilecek en önemli platform olarak görülmekte) verginin önemi ve gerekliliğini anlatan canlı yayınlar ve etkinlikler düzenlemenin büyük fayda sağlayabileceği düşünülmektedir. Sosyal medya ve TV'ler üzerinden vergi bilincini arttırmaya yönelik programlar düzenlenerek ve paylaşımlar artırılarak da vergi bilincinin artırılması ve geniş kitlelere ulaşılması mümkün olabilecektir. Hatta öğrencilerimizden biri sosyal medyanın neden daha aktif olması gerektiğini şu sözlerle ifade etmektedir: “Bu tür konularda yüzyüze veya televizyon üzerinden bilgilendirme veya reklamlar yerine biz gençlerin daha çok vakit geçirdiği sosyal medya uygulamaları özellikle Twitter olmak üzere rahat erişimimizin olduğu ve günde en az 1 kere de olsa girdiğimiz uygulamalar üzerinden olmalı çünkü özellikle pandemiden sonra hayatımız tamamen İnternet ve Sosyal Medya oldu.” Ayrıca sosyal medya üzerinden haber sayfaları aracılığıyla vergi ile ilgili bilgiler edinildiği ve sosyal medyanın bu yönlü uygulamalara da ağırlık verilmesi gerektiği belirtilmekte ve insanların internet kullanımının artmasıyla kullanılan çeşitli web sitelerinde reklam şeklinde ekranlarda vergi ile ilgili bilgilendirmelerin yapılmasının sağlanmasının yararlı olacağı düşünülmektedir.

Tanıtım videolarının daha toplumsal daha sosyal ve daha dikkat çekici hale getirilmesi için insanların sosyal ve gündelik yaşamındaki kesitlerle daha dikkat çekici, akılda kalıcı ve öğretici tanıtım videoları yapılabileceği, siyasi veya ünlü kişilere yer vererek de etkinliklerin fark edilmesinin sağlanabileceği ve dikkat çekici hale getirilebileceği ve etkinliklerin güncel ve katılımcıların dikkatini çekecek şekilde yapılmasının vergi bilincine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Öğrencilerden bazılarında belirli bir yaştan sonra vergi bilincinin oluşturulmasının güç olduğu ve ailenin vergilere bakış açısı ve eğitimin önemli olduğu görüşü yer almakta sosyal medya gibi uygulamalar üzerinden bir paylaşımın bunun değiştirilemeyeceğini vurgulayarak küçük yaşta eğitimin verilmesinin önemli olduğunu belirtmektedirler.

Öğrencilerden bazıları vergi bilinci ile ilgili çocuk yaşta bilgi verilmesi üzerine fikir beyan ederken bazıları ise yine çocukların ilk eğitimlerini ebeveynlerden aldığı ve onların düşüncelerinden etkilendiğine vurgu yaparak ebeveynlerin

öncelikle bilinçlendirilmesi gerektiğini belirtmektedir. Çocuklar için çizgi film ya da ödenen vergilerle yapılan işlerin bağıntı anlatan animasyon filmleri üzerinden konu ile ilgili bilgilendirmelerin yapılması önerilmekte ve bununla birlikte bunların her yaş grubuna hitaben de oluşturulabileceği belirtilmektedir. Çocuklarda küçük yaşta vergi bilincinin aşılmasının önemli olduğu ve bunun için oyun vb. etkinliklerin artırılması ve dikkat çekici görsel karikatürlerle desteklenmesinin katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca verginin önemini anlatan kısa eğitici tiyatro gösterilerinin yapılabileceği de belirtilmektedir. İlk ve orta öğretim öğrencileri için ilgili derslerde kurumdan gelen personeller tarafından bilgilerin daha açıklayıcı ve bilgilendirici bir şekilde anlatılmasının sağlanması önerilmekle birlikte vergi bilincinin geliştirilmesi için küçük yaşlardan itibaren müfredata dahil edilerek eğitimler verilmesinin sağlanabileceği ve ilkokula başlayan ve yeni para harcamayı öğrenen öğrencilerin vergi bilincini oluşturmak amacıyla küçük hediyeler, oyuncak ve para ödüllü etkinliklerin düzenlenmesinin yararlı olacağı düşünülmektedir. Çocuklara yönelik mevcut yapılan etkinliklerin (şiir, resim, afiş yarışmaları vb.) illerde derece yapan öğrencilerin çalışmalarının hem toplumun farkındalığı hem de öğrencilerin daha çok motive olması açısından sosyal medya platformları ve özellikle televizyon aracılığıyla kamu spotu ya da kısa videolar şeklinde yayınlanması faydalı olacaktır.

Verginin devletin kamu harcamalarının karşılanmasında çok önemli bir yeri olduğu için vergi bilincinin ilkokulda oluşturularak devamlı bir şekilde neden alındığı, niçin kullanıldığı, oranlarının artma sebeplerinin her eğitim düzeyindeki birey için uygun bir şekilde anlatılması ve eğitim alamayan kurs ve seminer imkanı olmayan insanlar için televizyonlarda bilgilendirici programlar yapılması önerilmektedir.

Yapılan reklam ve etkinliklerin toplumun tüm kesimine uygun olarak hazırlanması izleyen ya da katılan herkesin dikkatini çekmede kolaylık sağlayabileceği ya da ilgi çekici başlıklar olması belki mizahi vb. bir bakış açısı eklenerek kalıcı olmalarının sağlanabileceği düşünülmektedir. Daha çok reklam ve afiş gibi görsel hafızayı destekleyen etkinliklerin halktan her kesimin anlayacağı dilde çeşitli aktif online hesaplardan bilgilendirme yapılarak vergi konusunda her yaş grubuna uygun çalışmalar yapıp toplumun bilinçlenmesi sağlanabileceği, sokaklarda afişlere ağırlık verilebileceği, insanları eğlendiren

eğlendirirken düşündüren, bilgilendiren kısa filmler çekilebileceği belirtilmektedir. Afiş, banner görseller vb. uygulamalar için insanların yoğun olarak kullandığı alanların kullanılması, meslek odaları ya da iş yerleri ziyaret edilerek bilgilendirme yapılabileceği önerilmektedir. Bir maliye öğrencimiz afişlerin, seminerleri, broşürlerin vb. arttırılması gerektiğinin önemini şu sözlerle belirtmiştir: “ben bir maliye bölümü öğrencisi olarak bile çevremde böyle şeyleri araştırmadan ulaşamıyorum yapılan çalışmaları yetersiz buluyorum.” Bir başka öğrencimiz Gelir İdaresi Başkanlığının reklam ve tanıtımını arttırması gerektiğini belirtirken ilgi alanı olan insanların bu tarz bilgilerden haberdar olabildiğini, dikkatini çekebildiğini ancak hayatın doğal akışı içerisinde bu tarz konulara zaman ayıramayan insanlar için daha sık rastlanılacak broşür, afiş vb. etkinliklerin olmasının vergi bilincini geliştireceğini belirtmiştir.

Öğrencilerden ilköğretim ve ortaöğretimlerde vergi bilinci ile ilgili dersler konulması gerektiğini hatta üniversitelerde seçmeli bölüm dersi olarak verilmesi ve bununla birlikte vergiyi bilen vergiyi hissedebilen bireylerin artmasıyla konuya daha çok hakim olunacağını ve vergi bilincine katkı sağlayacağı belirtilmektedir. Yine vergi hukuku dersi alan bölümlerin derslerinde bir sosyal medya hesabının takibinin zorunlu tutulması ve bunun öğrencilerin sözlü puanlama sistemlerine de yansıtılarak quiz gibi etkinliklerle denetlenmesi ve teşvik edilmesi de önerilmektedir.

Topluma açık alanlarda tiyatro gösterileri, kamu spotlarının arttırılması daha açıklayıcı ve daha dikkat çekici hale getirilmesi; Gelir İdaresi Başkanlığına daha sık ziyaretler yapılması, düzenli halka açık geziler ve hediyeyle tanıtım paketleri; kamusal alanlarda daha çok tanıtım, kamu spotları ve tanıtım videolarının TV’de daha sık yayınlanması hatta reklam kuşaklarının fazla izlendiği ve dolayısıyla televizyonda izlenmesi fazla olan yarışmalar, eğlence programları ve dizilerin olduğu kanallarda yayınlanması önerilmektedir. Bu tür çok izlenen programlara ürün yerleştirmeleri mantığı kullanılarak vergi konulu kısa konuşma bölümleri ya da vergi uygulamalarıyla ilgili replikler eklenerek de toplumun bilinçlendirilebileceği belirtilmektedir. Daha net anlaşılacak televizyon programlarının yapılabileceği ve belki tartışma programları yapılarak toplumun bu konuda bilinçlendirilmesinin sağlanabileceği düşünülmektedir. Ayrıca pandemi nedeniyle insanların daha çok evde vakit geçirdiği bu yüzdende televizyon ve

telefonu daha aktif kullandığı ve bunlar üzerinden yapılan etkinliklere daha çok ağırlık verilmesi gerektiği belirtilmekte, televizyonlarda haberler aracılığıyla daha yoğun açıklamalar yapılabileceği ya da duyurular yapılabileceği de belirtilmektedir. Vergi stantlarının daha sık kurulması, alanlarının genişletilmesi ve bu tür etkinliklerin arttırılması, vergi konulu video içeriklerinin geliştirilmesi ve daha çok öğrenciye ulaştırılmasının sağlanması, bu tür etkinliklerin daha sık ve sürekli göz önünde olacak şekilde bulundurulması da üzerinde durulan önemli konulardır. Ayrıca üniversitelerde etkin ve daha aktif olması önerilmektedir. Vergi haftalarında tüm illerde yankı uyandıracak biçimde ortak bir yayın yapılarak vergi konulu, vergi ödemenin önemi, verginin niçin alındığı konularında bilgilendirmeler yapılabileceği belirtilmektedir. Kazancı, karı az olmasına rağmen vergi borcunu düzenli yatıran insanlara daha çok teşvik ve destek yapılması ve bu tür haber ve etkinliklerin arttırılmasının yararlı olacağı hakkında görüşler yer almaktadır. Her sene düzenli olarak; gönüllü öğrenci ve kişiler aracılığı ile cadde, hastane, okul, havalimanı, istasyon vb. sık sık bilgilendirme yapılabileceği belirtilmektedir. Gelir İdaresi Başkanlığının mevcut personel sayısı bu tür etkinlikler için yeterli düzeyde olmasa da bu tarz etkinliklerin arttırılmasında özellikle vergi eğitimi almış maliye öğrencilerinden yararlanabileceği düşünülmektedir. Vergi mükellefleri ile direkt arayarak iletişimde olmaları onları daha dikkatli davranmaya itebileceği ve süreci daha yakından takip etmesini sağlayabileceği ve buna ek olarak yine telefonlara mesaj yoluyla da mükelleflere sürekli bildirimlerin ve hatırlatmaların yapılması da vergi bilincinin arttırılmasına katkı sağlayacağı hakkında görüş bildirilmektedir.

Vergi idaresinin yeterli düzeyde etkinlik düzenlediğini ancak toplumun bu etkinliklerden habersiz olduğu ya da konuya yeterli duyarlılığı göstermediği konusunda görüş bildiren öğrenciler bulunmakta ve bunlar üniversitelerde vergi bilincinin arttırılması ile ilgili derslerin dahil edilebileceğini belirtmekte, yine bu tarz etkinliklerin duyurulması için yapılan çalışmalara ağırlık verilmesinin etkinliklerin verimliliğini arttıracakları konusunda görüş bildirmektedirler. Etkinliklerin daha ulaşılabilir ve toplumdaki herkesin anlayabileceği düzeyde daha anlaşılabilir olmasının sağlanmasının vergi bilincine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Vergilerin harcandığı yerlerin daha şeffaf bir şekilde kamuya anlatılması ve halkın yararına kullanıldığının gösterilmesi bunların afiş, tanıtım videoları vb. aktararak bu etkinliklerin ciddiyet ve iyimserliğinin arttırılabileceği, verginin kamunun

neresinde kullanıldığı somut olarak gösterilerek halkın verginin nereye gittiğini bilmesinin sağlanması ve daha yüksek cezalar verilerek ve vergi oranları düşürülerek verginin bir yük olarak görülmesinin önüne geçilebileceği belirtilmektedir. Somut istatistiksel veriler aracılığıyla da desteklenen verginin yaptırımlarından ziyade devlete olan katkısına ağırlık verilerek belgesel-film gibi bilgilendirici çalışmaların yapılması önerilmektedir. Ayrıca vergi sayesinde yapılanların geri dönüşüm şeklinde halka tanıtılmasının yararlı olabileceği düşünülmektedir. Öğrenciler vergide adaletin, eşitliğin sağlanması ve vergi sisteminin bilinçli bir şekilde oluşturulmasının da vergi bilincini arttıracaklarını belirtmektedir. Ayrıca verdiği verginin karşılığını hizmet olarak alamadığında olan bilincini de yitirebileceğini bu yüzden verginin hizmet olarak karşılığının topluma yansıtıldığının yapılan etkinliklerle net bir şekilde açıklanmasının önemli olduğu düşünülmektedir.

Kullanılan ürünlerin ambalajları üzerinde yüzde kaçının vergi olduğunun belirtilmesi, ürün/tüketici haklarının yazılması ve takvim yaprağı bilgisi gibi bilgilerin yine ürün üzerinde belirtilmesi de vergi bilincinin geliştirilmesi için önerilen uygulamalar arasında yer almaktadır.

Gelir İdaresi Başkanlığı tarafından daha önce vergi bilinciyle ilgili yapılan etkinlikler hakkında anketler yapılarak toplumun ne kadar bilgilendirildiği belirlenerek bu doğrultuda daha çok reklam ve sunumun amaçlanması önerilmektedir.

Ayrıca sosyal medya uygulamaları daha çok gençlerin kullandığı uygulamalar olmakta gençlere yönelik bu tarz uygulamalara yer verirken daha büyük yaş grubu için televizyonun daha uygun olduğu bu yüzden kamu spotu ve reklamların programlar arasında verilmesinin daha büyük yaş grupları için kalıcı ve uygun olabileceği belirtilmektedir. İlk ve orta öğretim öğrencilerinde ise eğitime dahil edilerek vergi ile ilgili temel eğitimin verilmesinin verimli olacağı düşünülmektedir.

BÖLÜM V

SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Kamu hizmetlerinin sağlanması için devletler tarafından büyük öneme sahip olan vergi gelirlerinin sağlıklı bir şekilde toplanabilmesi için vergi idaresinin vergi toplama etkinliğinin yanı sıra vergi mükelleflerinin vergi ile ilgili hak ve yükümlülüklerinin farkında olarak vergi ödeme konusunda istekli davranmaları beklenmektedir. Özellikle beyana dayalı vergilendirme sisteminin uygulandığı ülkemizde vergi mükelleflerinde vergi bilincinin yerleşmiş olması başarılı bir vergilendirme işleminin yapılabilmesi için önemli hale gelmektedir.

Vergi mükelleflerinin vergi kaçırma davranışları yakalanma korkusu ya da ceza alma olasılığı gibi nedenlere bağlansa da son zamanlarda vergi mükelleflerinin tutum ve davranışlarını etkileyen birçok sosyo-psikolojik değişkenlerinde olabileceği konusu önem kazanmıştır. Bu değişkenlerden üzerinde en çok durulanlar ise vergi ile ilgili yükümlülüklerin farkındalığı ve yerine getirmedeki isteklilik düzeyi şeklinde ifade edilebilen vergi bilinci ve vergiye karşı içsel motivasyon şeklinde ifade edilebilen vergi ahlakı değişkenleridir. Vergi bilinci ve vergi ahlakı konusu hem dünyada hem de ülkemizde giderek önem kazanmakta ve yapılan çalışmalarda artış gözlenmektedir.

Vergi bilinci kavramı kısaca “bir verginin farkında olmak” olarak tanımlanmaktadır. Ancak literatürde vergi bilinci tanımı yapılırken vergi farkındalığı ve verginin neden ödendiği ya da alındığının farkındalığının önemli olduğu belirtilmektedir. Dolayısıyla vergi bilinci kavramı sadece verginin ödenmesi olarak algılanmamalı aynı zamanda verginin vergi mükelleflerinin ödemiş oldukları vergilerin nasıl harcandığının denetimini de kapsayan bir kavram olarak algılanmalıdır.

Vergi bilincinin toplumda yerleşmiş olması vergi idarelerinin etkinlik ve denetimiyle de yakından ilgilidir. Toplumda vergi bilincinin yerleşmiş olması vergilerin etkin bir şekilde toplanabilmesine yardımcı olmaktadır. Ayrıca toplumda bir oto kontrol mekanizması oluşturacağı için vergi idaresinin denetim yükünün hafifleyeceği söylenebilmektedir.

Vergi bilincinin oluşumu üzerinde ise mükelleflerin vergi algıları başta olmak üzere sosyo-demografik faktörler, vergi afları, vergi kanunlarının karmaşıklığı ve

mevzuatın sık sık değiştirilmesi, muhasebe meslek mensuplarının rolü ve vergi idaresinin etkinliği gibi birçok faktör etkili olmaktadır.

Vergi idaresinin etkinliği denildiğinde vergi idaresinin mümkün olduğunca çok vergi toplamasından ziyade vergi mükelleflerinin memnuniyetini sağlayan, mükelleflere kaliteli hizmet sağlayarak güçlü idare-mükellef iletişimi ve eğitim faaliyetleri sunan vergi idaresi ifade edilmektedir.

Vergi idareleri ile çoğu zaman yüz yüze bulunan vergi mükellefleri vergi idaresi tarafından kendine takınmış olan tutum ve davranışlara büyük önem vermektedir. Vergi idaresi çalışanlarının içten davranması, mükellefin işlerini hızlı bir şekilde yapması, mükelleflere tarafsız davranması ve mükellefin sorunlarına hızlı çözümler bulması mükelleflerin vergiye ve vergi idaresine önyargılarını engelleyerek vergi bilincinin gelişmesine olumlu katkı sağlamaktadır. Vergi idaresi tarafından mükelleflere sunulan hizmetlerin mükellefler açısından adil, tarafsız ve etkin olarak algılanması ve hizmetlerin tercihlere uygun bir şekilde ve yerinde olması da son derece önemli olmaktadır.

Vergi aflarının sık çıkarılması ve vergi cezalarının caydırıcılığının olmaması gibi etkenler vergi idaresi tarafından gerçekleştirilmemesine rağmen mükelleflerin vergi idaresine bakış açıları ve mükellef vergi bilinci üzerinde önemli rol oynamaktadır. Ancak vergi idaresi tarafından sık gerçekleştirilen denetimler hem vergi idaresinin etkinliğini artırmakta hem de mükellef vergi bilincinin gelişmesine olumlu katkı sağlamaktadır. Vergi idaresinin kısa süreli değil uzun süreli vergi politikaları belirlemesi de yine mükellef vergi bilinci üzerinde olumlu etkiler oluşturmaktadır.

Vergi idarelerinin gerek birebir gerekse toplu olarak kuracağı mükelleflerle etkili iletişim ve eğitim faaliyetleri yardımıyla mükelleflerin yeni bir tutum geliştirmesi, var olan bir tutumun kuvvetinin artırılması ya da var olan bir tutumu değiştirebilmesi sağlanabilmektedir. Bu bağlamda vergi idaresinin mükellef hizmetleri faaliyetleri ve televizyon, telefon, internet gibi kitle iletişim araçlarının etkin kullanımı son derece önemlidir.

Vergi bilincinin geliştirilmesinde vergi idaresinin rolü ve katkısını araştırdığımız bu çalışmada özellikle vergi idaresinin mükelleflerde vergi bilincinin geliştirilmesi için uygulamakta olduğu hizmetler ve faaliyetler dikkate alınarak Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi (İİBF) öğrencileri üzerine

vergi bilinç düzeyleri üzerindeki etkileri araştırılmak amacıyla bir anket çalışması düzenlenmiştir.

Çalışma sonucunda ortaya çıkan bulgular değerlendirildiğinde;

Web sayfalarının ki-kare testi ile analizi yapıldığında cinsiyet ve okuduğu bölüm ile hiç ilişkisinin olmadığı ancak “www.gib.gov.tr” ile medeni durum, “www.vergibilinci.gov.tr” ve “www.vergihaftasi.gov.tr” ile öğrenim türünün, bu üç uygulama ile de yaşın ilişkisi olduğu bulunmuştur.

Sosyal medya uygulamalarının ki-kare analizi yapıldığında yaş ve medeni durum ile ilişkisinin olmadığı ancak “Instagram/gib.sosyalmedya” ile hem cinsiyet hem de öğrenim türünün ilişkisi olduğu bulunmuştur. “Facebook/gib.sosyalmedya” ile ise okuduğu bölüm arasında bir ilişkinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Yazılı ve görsel yayınların ki-kare test analizi yapıldığında yaş ve medeni durum ile ilişkisinin olmadığı ancak cinsiyet ile “Gelir İdaresi Başkanlığı Tanıtım Videoları”, “Vergi Uygulamaları Hakkında Bilgilendirme Videoları”, “Vergi ile İlgili Konularda Vergi İletişim Merkezi (189)”, “TV Programlarına Yerleştirilen Vergi Uygulamaları ile İlgili Reklamlar”; okuduğu bölüm ile “Çocuklarda Vergi Bilincini Geliştirmeye Yönelik Hazırlanan Şarkılar ve Oyunlar”; öğrenim türü ile “Gelir İdaresi Başkanlığı Tanıtım Videoları”, “Rehber ve Broşürler”, “TV Programlarına Yerleştirilen Vergi Uygulamaları ile İlgili Reklamlar” ilişkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Vergi haftası etkinliklerin ki-kare test analizi yapıldığında medeni durum ve öğrenim türü ile ilişkisi olmadığı ancak “Üniversite Öğrencilerine Yönelik Yapılan Seminer/Panel/Konferanslar” ile yaş ve okuduğu bölüm ilişkili bulunurken, “Üniversitelerde Kurulan Stantlar” ile cinsiyet ilişkili bulunmuştur.

Sonuç olarak, yapılan çalışmada birçok etkinlik için öğrencilerin haberdar olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Vergi bilincinin geliştirilmesinde özellikle vergi idaresi tarafından yapılan etkinliklerin verimliliğinin sağlanması için ilk olarak vergi idaresinin kendisini mükelleflere iyi ifade edebilmesi ve benimsenmesi önem arz etmektedir. Vergi idaresinin mükellef odaklı bir yapılanmayı benimsemesi ile birlikte mükellef-vergi idaresi ilişkisinin olumlu bir temele sahip olması etkinliklerin de mükellefler üzerinde olumlu etkiler oluşturmaya katkı sağlayacaktır. Ayrıca vergi idaresinin uygulamakta olduğu etkinliklerinin birbiriyle ilişkili olarak

tanıtımının yaygınlığının artırılması, görsel yayınlara ağırlık verilerek sadece kamu binaları değil cadde ve sokaklarda da afiş vb. etkinliklere yer verilmesi, küçük yaştaki çocuklarda verginin öneminin benimsetilmesi ve verginin kamu harcamalarının karşılanması ve sürdürülebilmesi için gerekli olduğunun anlatılması gerekmektedir. İlk ve orta öğretim kurumları ve üniversitelerde vergi bilincini geliştirmeye yönelik faaliyetler sadece belirli bir haftayı kapsamak yerine tüm bir yılı kapsayacak şekilde ve daha verimli bir biçimde oluşturulmalı ve öğrencilerin sürece katılımı gözetilmelidir. Televizyon, internet gibi kitle iletişim araçlarının daha etkin kullanılması, sosyal medya kullanımının giderek daha yaygın hale gelmesiyle birlikte vergi idaresi vergi ile ilgili bilgilendirme ve tanıtımlara ilgili araçları kullanarak daha fazla yer vermelidir. Hatta vergi idaresi toplumda vergi bilincinin geliştirilmesi için mükellef hizmetleri birimi içerisinde “vergi bilinci geliştirme ve mükellef hizmetleri birimi” ya da ayrı bir örgütlenme sağlayarak “vergi bilinci geliştirme birimi” şeklinde sadece bu alana yoğunlaşan bir birim oluşturulabilir. Vergi ile ilgili konularda uygulamalı bilgi almak isteyen okullardan ziyaretçi kabulü yapılarak çocukların uygulamalı olarak ve yerinde vergi ile ilgili bilgi almaları sağlanabilir. Yine bu tür bir uygulama tüm topluma yönelik uygulanarak da toplum vergi bilincinin artırılması sağlanabilir.

KAYNAKÇA

- Abdiyeva, R. & Cumakunova, T. (2017). Vergi bilincini etkileyen demografik ve siyasi faktörler: Kırgızistan örneği. *Sosyoekonomi*, 25(32), 71-80. doi: <https://doi.org/10.17233/sosyoekonomi.289927>
- Abdiyeva, R. & Cumakunova, T. (2016). Kırgızistan'da vergi bilinci tax consciousness in Kyrgyzstan. *International Conference On Eurasian Economies*, 677-680.
- Ağar, S. (2007). Geçmişten bugüne mali idare. *TBB Dergisi*, 73, 372-432.
- Akbay, G. (2019). Vergi mükelleflerinin davranışlarını etkileyen faktörler üzerine bir araştırma: Afyonkarahisar ili örneği. Yüksek lisans tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Akdemir, T. & Öz, E. (2004, Mayıs). Elektronik devlet ve vergi yönetimi- II. *Vergi Sorunları*, 188.
- Akdoğan, A. (2006). *Kamu Maliyesi*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Aktan, C. C. (2012). Vergi psikolojisinin temelleri ve vergi ahlakı. *Çimento Endüstrisi İşverenler Sendikası*, 14-22.
- Alkan, A. (2009). Vergi bilinci ve vergi uygulamaları karşısında mükellef davranışlarının tespiti: Zonguldak ili örneği. Yüksek lisans tezi, Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Zonguldak.
- Allahverdi, M. (2012, Temmuz-Ağustos). Bilişim teknolojilerinin vergilendirme üzerindeki etkisi. *İSMMMO*, 161-183.
- Alm, J. & Torgler, B. (2006). Culture differences and tax morale in the United States and in Europe. *Journal of Economic Psychology*, 27, 224-246.
- Andreoni, J., Erard, B., & Feinstein, J. (1998). Tax compliance. *Journal Of Economics Literature*, 36(2), 818-860.
- Arpacı, A. Ö. (2005). Vergide yeni örgütlenme. <https://www.alomaliye.com/2005/05/04/vergide-yeni-orgutlenme/>. Erişim tarihi: 03.06.2021.
- Association for Citizenship Teaching (ACT). (2021). 'Tax Facts' and 'Junior Tax Facts' published by HM Revenue and Customs. <https://www.teachingcitizenship.org.uk/resource/tax-facts-and-junior-tax-facts-published-hm-revenue-and-customs>. Erişim tarihi: 24.10.2021.

- ATO Education Zone. (2019). <https://www.ato.gov.au/General/Education-zone/>. Erişim tarihi: 20.06.2020.
- ATO Online Services. (2020). <https://www.ato.gov.au/general/online-services/>. Erişim tarihi: 20.06.2020.
- ATO Services and Support. (2020). <https://www.ato.gov.au/Taxprofessionals/Services-and-support/News-and-alertservices/#Newsandalertservices>. Erişim tarihi: 17.06.2020.
- ATO Taxpayer's Charter. (2018). <https://www.ato.gov.au/About-ATO/Commitmentsand-reporting/Taxpayers--charter/>. Erişim tarihi: 16.06.2020.
- Ay, H. & Koşar, N. (2009, Eylül). Dünya'da ve Avrupa Birliğinde Gelir İdaresinin modernizasyonu ve mükellef hakları. *Vergi Sorunları Dergisi*, 252, 143-162.
- Ay, H. M. (2006, Aralık). Türkiye'de kayıtdışı ekonomiyi önlemede bilgi ekonomisinin etkinliği ve Gelir İdaresinin rolü. *Selçuk Üniversitesi Karaman İİBF Dergisi*, 11, 57-82.
- Ay, H. M., Şahin, Ü. & Soylu, H. (2010). Mükellef ile vergi dairesi ilişkilerinde yönetişimin rolü ve karaman ili örneği. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 11(1), 271-288.
- Bakanlıklara Bağlı, İlgili, İlişkili Kurum ve Kuruluşlar ile Diğer Kurum ve Kuruluşların Teşkilatı Hakkında Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi. (2018, 15 Temmuz). Resmi Gazete (Sayı: 30479). Erişim adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2018/07/20180715-1.pdf>.
- Bakar, F. (2011). Mükellef hakları ve Türkiye'de mükellef haklarının korunmasına yönelik öneriler. Yüksek lisans tezi, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.
- Bakar, F. & Gerçek, A. (2016). Vergi denetiminde risk analizinin yeri: Bazı ülke uygulamaları ve Türkiye için bir değerlendirme. *International Journal of Public Finance*, 1(2), 168- 193.
- Barlas, E. & Güney, G. (2017, Ocak). Üniversite öğrencilerinin vergi bilinç düzeylerinin ve fatura duyarlılıklarının ölçülmesi. *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 12(2), 177-197.
- Başaran Yavaşlar, F. (2017). *20 soruda Türkiye'de temel vergi hukuku*. Ankara: Adalet Yayınevi.

- Bilge, S. (2005, Nisan). ABD İç Gelir İdaresinde (IRS) elektronik vergi yönetimi uygulaması. *Vergi Sorunları Dergisi*, (199), 190-204.
- Braithwaite, V. & Ahmed, E. (2005). A threat to tax morale: The case of Australian higher education policy. *Journal of Economic Psychology*, 2005-26, 523-540.
- Buehler, A. G. (1940). The tax system and tax consciousness. *The Bulletin of the National Tax Association*, 25(8), 237-246.
- Bulutoğlu, K. (1958). Vergiye karşı tipik bir reaksiyon poujade hareketi. *İstanbul Üniversitesi Maliye Araştırma Merkezi Konferansları Dergisi*, 4(1).
- Buyrukoğlu, S. (2016, Nisan). Vergi bilincinin zedelenmesinde devlet faktörü. *Vergi Sorunları Dergisi*, (331), 161-171.
- Buyrukoğlu, S. ve Erasa İ. (2012). Vergi bilincinin oluşmasında mükellef haklarının yeri ve önemi. *Vergi Dünyası Dergisi*, (31)375, 116-127.
- Cansız, H. (2006). Vergi mükelleflerinin vergiyi algılama hakkındaki görüşleri: Afyonkarahisar ili örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 8(2), 115-138.
- Cansız, H. (2015). Defterdarlık çalışanlarının vergi algıları: Afyonkarahisar örneği. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 22(2), 433-450.
- Cenikli, E. & Şahin, D. (2013). Türk Gelir İdarelerinde otomasyon projeleri. *Journal of Internet Applications and Management*, 4(1) , 37-52.
- Cesur, A. (2013). Türkiye’de Gelir İdaresinin yeniden yapılandırılmasının vergi kültürü açısından değerlendirilmesi. Yüksek lisans tezi, Eskişehir Osman Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Cesur, A., & Çelikkaya, A. (2014). Türkiye’de vergi kültürünün gelişmesinde Gelir İdaresi Başkanlığı’nın yeri ve önemi. *AKÜ İİBF Dergisi*, 16(2), 1-14.
- Cohn, M. (2018). IRS goes on Instagram. www.accountingtoday.com. Erişim tarihi: 02.06.2020.
- Cummings, R. G., Martinez-Vazquez, J., McKee, M. & Torgler, B. (2004). Effects of culture on tax compliance: A cross check of experimental and survey evidence. *CREMA Working Paper*, 2004-13, 1-42.
- Çak, M., Şeker, M. & Bingöl, Ö. (2010). Türkiye’de vergi bilinci İstanbul araştırması. *İSMMMO Yayınları*, 134, İstanbul.

- Çakır, H. (2010). Çocuklarda vergi bilinci oluşturmaya yönelik internet sayfası tasarımı. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 18-34.
- Çataloluk, C. (2008). Vergi karşısında mükelleflerin tutum ve davranışları. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (20), 213-228.
- Çelebi, E. C. (2016). Vergi bilinci ve vergiye bakış açıları: Zonguldak ilinde serbest muhasebeci ve mali müşavirler üzerine uygulama. Yüksek lisans tezi, Bülent Ecevit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Zonguldak.
- Çember, E. (2013). Vergi bilinci eğitimle mümkün [Röportaj]. *Telgraf.net*. <https://www.telgraf.net/haber/vergi-bilinci-egitimle-mumkun-haberi-16865.html>
- Çetin Gerger, G., Bakar, F. & Gerçek, A. (2016). Türkiye’de mali müşavirlerin mükellef haklarına ve gelir idaresine bakışını etkileyen faktörlerin belirlenmesi. *Sosyoekonomi*, 24(29), 45-71.
- Çetin, G. & Gökbnar, R. (2010). Mükellef haklarına vergi idaresi çalışanlarının bakışı, *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 17(1), 23-46.
- Çiçek, H. (2006). Psikolojik ve sosyal yönden yükümlülerin vergiye karşı tutum ve tepkileri (İstanbul ili anket çalışması). *ISMMMO Yayınlar*, 15.
- Çiçek, U. & Bitlisli, F. (2017). Vergi eğitiminin üniversite öğrencilerinin vergi bilinci ve farkındalığı üzerindeki etkisi: Bir araştırma. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, 20(2), 261-278.
- Daştan, A. (2011). Muhasebe meslek mensuplarının vergi kayıp ve kaçaklarının önlenmesindeki rolü: Doğu Karadeniz bölgesine yönelik bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 25 (2), 181-206.
- Demir, İ. C. (2008). Vergi ahlakı ve belirleyenleri Ege Bölgesi örneği. Doktora tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Demirtaş Aydoğan, S. (2017). Vergi psikolojisinin temelleri ve vergiye karşı davranışları etkileyen faktörlerin değerlendirilmesi [Özel sayı]. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 3, 14-22.
- Doğan, B. S. (2019). Türkiye’de vergi ahlakını şekillendiren etkenler. Doktora tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Doğan, U. (2013). E-Fatura uygulaması. *Vergi Sorunları Dergisi*, 300, 84-93.
- Doğan, U. (2015, Temmuz). Vergi teknolojileri. *Vergi Sorunları Dergisi*, 322, 9-40.

- Dönmez, R. (1992). *Teoride ve uygulamada vergi afları*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 557.
- DPT. (2001). Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (2001-2005). Ankara: Vergi Özel İhtisas Komisyonu Raporu.
- Edizdoğan, N. (1982). *Türkiye’de vergi suç ve cezaları*. Bursa: Uludağ Üniversitesi Yayınları.
- Edizdoğan, N., Çetinkaya, Ö. & Gümüş, E. (2010). *Kamu maliyesi*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Edizdoğan, N., & Gümüş, E. (2013, Ocak-Haziran). Vergi afları ve Türkiye’de vergi aflarının değerlendirilmesi. *Maliye Dergisi*, (164), 99-119.
- Egeli, H. & Diril, F. (2014). Vergi bilincinin oluşumunda bilişim teknolojilerinin rolü: İzmir ili için bir uygulama. *Sosyoekonomi*, 22(22).
- Erard, B. & Feinstein, J. S. (1994). Honesty and evasion in the tax compliance game. *The RAND Journal of Economics*, 25(1), 1-19.
- Eyüpgiller, S. (2001, Ocak). Vergi idaresinin yapılandırılması: Global eğilimler ve Türkiye için öneriler. *Vergi Dünyası*, (233), 123-127.
- Faralyalı, R. (2008). Vergi kültürü. *ISMAMO Mali Çözüm Dergisi*, (13), 1-31.
- Feld, L. P. & Frey, B. S. (2002). Trust breeds trust: How taxpayers are treated. *Economics of Governance*, 3, 87-99.
- GAO 2019 Dosyalama. (2020). 2019 Tax filing. *United States Government Accountability Office*, GAO-20-55.
- Gerçek, A. (2003). Çağdaş eğilimler çerçevesinde Türkiye’de vergi idaresinin modernizasyonuna yönelik çalışmaların değerlendirilmesi. <http://www.muhasabetr.com/makaleler/004/>. Erişim tarihi: 21.01.2020.
- Gerçek, A. (2004). Türkiye’de vergi kayıp ve kaçaklarının önlenmesi açısından vergi idaresinin sorunları ve yeniden yapılandırma önerisi. *Maliye Sempozyumu*.
- Gerçek, A. (2009). Gelir idaresi ve vergi denetiminin yeniden yapılandırılması: dün, bugün ve yarın. *Vergi Sorunları Dergisi*, 254, 1-50.
- Gelir İdaresi Başkanlığı [@gibsosyalmedya]. (2021, 19 Şubat). #VergiTerimleriSözlü [Fotoğraf]. Instagram. <https://www.instagram.com/gibsosyalmedya/>

- GİB. (2007). *Mükellef Hizmetleri Temel Teknikleri Katılımcı Ders Kitabı*. Ankara: Uyum Ajans.
- GİB. (2019, 2 Eylül). Mükellef geri bildirim sistemi [Youtube Video]. Erişim adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=6luEuSi9qBs>, Erişim tarihi: 02.03.2021.
- GİB 2005 Faaliyet Raporu. (2006).
- GİB 2006 Faaliyet Raporu. (2007).
- GİB 2013 Faaliyet Raporu. (2014).
- GİB 2015 Faaliyet Raporu. (2016).
- GİB 2017 Faaliyet Raporu. (2018).
- GİB 2018 Faaliyet Raporu. (2019).
- GİB 2019 Faaliyet Raporu. (2020).
- GİB 2020 Faaliyet Raporu. (2021).
- GİB 2012 Performans Programı. (2012).
- GİB 2019 Performans Programı. (2019).
- Google Dictionary. (t.y.). Bilinç. İçinde Google Dictionary. Erişim Tarihi: 26.06.2019, <https://languages.oup.com/google-dictionary-tr/>
- Gökbunar, A. R., Selim, S. & Yanıkkaya, H. (t.y.). Türkiye’de vergi ahlakını belirleyen faktörler üzerine bir araştırma. *Ekonomik Yaklaşım*, 18(63), 69-94.
- Gökbunar, R., Tezcan, K. & Utkuseven, A. (2002). *Yeniden yapılanma veya yeniden yapılanma: Vergi idaresi ve denetimi için işte bütün mesele bu*. Ankara: Hesap Uzmanları Vakfı.
- Güler, H. (2019, Ocak). Türkiye’de vergi denetim sisteminin gelişimi ve etkinliği. *Vergi Raporu*, 232, 290-305.
- Güler Hazman, G. (2009). Vergi bilincini etkileyen muhtemel dışsal etkenlerin lojistik regresyon analizi ile tespiti. *Akademik İncelemeler*, 4(1), 53-71.
- Gümüş, E. (2005). Vergi incelemesinde mükelleflerin hak ve ödevleri ile vergi inceleme elemanlarının yetki ve sorumlulukları. *İSMMMO*, 72, 230-241.
- Günaydın, N. (2019). 30. Vergi haftası etkinlikleri üniversitemizde. <https://sinop.edu.tr/30-vergi-haftasi-etkinlikleri-universitemizde/>
- Güner, Ü. (2008). Türkiye’de vergi bilincinin ve vergi ahlakının oluşmasında gelir idaresinin rolü. Yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

- Güngör, E. (2000). *Ahlâk psikolojisi ve sosyal ahlâk* (3. bs). İstanbul: Ötüken Yayınları.
- Güngör Göksu, G. & Saruç, T. (2012). Türkiye’de vergi uyum mülakat çalışması. *Mevzuat Dergisi*, 176.
- Güngör, M. & Bulut, Y. (2008). Ki-kare testi üzerine. *Fırat Üniversitesi Doğu Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 84-89.
- Gür, E. & Yıldız, İ. (2017). Vergi algısı ve bilinci üzerine bir araştırma: Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu öğrencilerinde vergi bilinci. *Route Educational and Social Science Journal*, 4(5), 81-97.
- Hastuti, R. (2014). Tax awareness and tax education: A perception of potential taxpayers. *International Journal of Business, Economics and Law*, 5(1), 83-91.
- HMRC. (2011). Review of rewritten income tax legislation. *Ipsos MORI on Behalf HM Revenue & Customs Final Report*. 104.
- HMRC Your Charter. (2016). <https://www.gov.uk/government/publications/yourcharter/your-charter>. Erişim tarihi: 12.06.2020.
- HMRC. (2020, Şubat 20). İçinde *Wikipedia*. https://en.wikipedia.org/wiki/HM_Revenue_and_Customs
- HMRC’s Junior Tax Facts. (2020). <https://www.att.org.uk/hmracs-junior-taxfacts>. Erişim tarihi: 16.06.2020.
- HMRC Social Media Use. (2020). <https://www.gov.uk/government/organisations/hmrevenue-customs/about/social-media-use>. Erişim tarihi: 15.06.2020.
- HMRC Tax Education. (2019). <https://www.tes.com/teaching-resource/hmrc-junior-tax-facts-12106669>. Erişim tarihi: 16.06.2020.
- Hyun, J. K. (2005). Tax compliances in Korea and Japan: Why are they different?. *The Journal of the Korean Economy*, 7(1), 135-153.
- IRS News Releases. (2018). IRS launches Instagram account to help taxpayers: Agency adds social media platform to reach more taxpayers, share timely information on filing season, tax law changes, tax scams. Erişim tarihi: 02.06.2020.

- IRS Publication 1. (2000). Declaration of taxpayer rights. <https://www.irs.gov/pub/irsprior/p1--2000.pdf>, Erişim tarihi: 21.01.2020.
- IRS. (2001). IRS Progress Report. IRS Web sayfası üzerinden erişildi: https://www.irs.gov/pub/irsutl/pub3970_2-2002.pdf, Erişim tarihi: 21.01.2020.
- IRS Publication 925. (2020, Mart 11). Passive activity and at-risk rules. <https://www.irs.gov/pub/irs-pdf/p925.pdf>.
- IRS Tax Tip. (2020). <https://www.irs.gov/newsroom/ways-to-obtain-irs-forms-andpublications>. Erişim tarihi: 07.06.2020.
- IRS Understanding Taxes. (2020). <https://apps.irs.gov/app/understandingTaxes/index.jsp>. Erişim tarihi: 09.06.2020.
- Işık, A. (2009). Kültür ve kalkınma: Vergi kültürü örneği. *Ege Akademik Bakış*, 9(2), 851-865.
- James, S., & Alley, C. (2004). Tax compliance, self- assessment and tax administration. *Journal of Finance and Management in Public Services*, 2(2), 27-42.
- James, S., Murphy, K. & Reinhart, M. (2005). The taxpayers' charter: A case study in tax administration. *Centre for Tax System Integrity (CTSI)*, 62.
- James, S, Sawyer, A. & Wallschutzky, I. (1998). The complexities of tax simplification: Progress in Australia, New Zealand and the United Kingdom. *Australian Tax Forum*, 14(1), 29-68.
- Kahriman, H. (2016). Vergiye gönüllü uyum çerçevesinde Türkiye'de gelir idaresinin organizasyon yapısı üzerine bir değerlendirme. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(1), 229-250.
- Kalenderoğlu, M. (2005). *Kamu maliyesi bütçe ve borçlanma (4. bs)*. Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Kamil, N. I. (2015). The effect of taxpayer awareness, knowledge, tax penalties and tax authorities services on the tax compliance: (Survey on the individual taxpayer at Jabodetabek & Bandung). *Research Journal of Finance and Accounting*, 6(2), 104-111.

- Karaca, R. (2015). Vergi bilinci ve vergi algısı: Kütahya ilinde ilköğretim öğrencileri üzerine bir araştırma. Yüksek lisans tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Kargı, V. & Yüksel, C. (2010). Türkiye'de vergi aflarının vergi adaleti ve mükellefler üzerine etkileri. *İÜ İktisat Fakültesi Maliye Araştırma Merkezi Konferansları*, 54.
- Karyağdı, N. (2001). *Toplam kalite yönetimi ve Türk Vergi İdaresi*. Ankara: Ankara Sanayi Odası.
- Karyağdı, N. (2006). *Amerika Birleşik Devletleri Gelir İdaresi'nde vergi incelemesi*. Ankara: T.C. Maliye Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı.
- Kayıt Dışı Ekonomiyle Mücadele Stratejisi Eylem Planı (2019-2021).
- Kaynar Bilgin, N. (2011). Vergi ahlakının teorik çerçevesi. *ÇÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(2), 259-278.
- Kılıç, R. (2011). Vergi idarelerinin görevleri açısından modernizasyon ihtiyacı. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(14), 363-376.
- Kıral, E. (2018). Vergi ahlak ve vergi bilincini etkileyen faktörler: Çukurova Üniversitesi öğrencileri üzerine bir analiz. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(2), 150-167.
- Kibar Bilginli, N. (2011). Vergi dairesi otomasyon projesi (VEDOP). <https://docplayer.biz.tr/1622191-Vergi-dairesi-otomasyon-projesi-vedop.html>. Erişim tarihi: 10.10.2020.
- Kintanar, A., Jr. (1964). On the tax consciousness survey. *The Philippine Review of Business and Economics*, 1(1), 17-30.
- Kitapçı, İ. (2011). Bir vergi uyumu sorunu olarak vergi etiği ve bileşenleri. Doktora tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Kitapçı, İ. (2016). Bilişsel psikolojinin vergi uyumuna etkisi. *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar*, (611), 57-69.
- Kitapçı, İ. (2017). Vergiye psikolojik bir bakış: Gelir İdaresi Başkanlığı tarafından yayınlanan vergi afişlerinin vergi psikolojisi açısından değerlendirilmesi. *Maliye Dergisi*, (173), 439-466.
- Korkmaz, M. (2015). Vergi cezalarının caydırıcılığını etkileyen bireysel faktörler. *Vergi Sorunları Dergisi*, (325), 97-104.

- Kovancılar, B. & Muter, N. B. (2007). Japon merkezi yönetim gelir idaresinin yapısı ve değerlendirilmesi. *21. Türkiye Maliye Sempozyumu (Kamu Maliyesinde Güncel Gelişmeler)*, Ankara.
- Kumbaşı, E. (2016). Vergi bilinci ve vergi ahlakının gelişmesinde Maliye bölümü eğitiminin rolü. Yüksek lisans tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.
- Lewis, A., Carrera, S., Cullis, J. & Jones, P. (2009). Individual, cognitive and cultural differences in tax compliance: UK and Italy compared. *Journal of Economic Psychology*, 30, 431-445.
- Luitel, H. S. & Sobel, R. S. (2007). The revenue impact of repeated tax amnesties. *Public Budgeting & Finance*, 19-38.
- Maliye Bakanlığı Gelirler Genel Müdürlüğü. (2001). *ABD İç Gelir İdaresi (IRS) incelemesi*. Ankara: T.C. Maliye Bakanlığı Gelirler Genel Müdürlüğü.
- Nadaroğlu, H. (1996). *Kamu maliyesi teorisi (Göz. geç. 9. bs.)*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- National Tax Agency Report 2006. (2007). https://www.nta.go.jp/english/Report_pdf/2006e.pdf. Erişim tarihi: 10.06.2021.
- National Tax Agency Report 2019. (2020). https://www.nta.go.jp/english/Report_pdf/2019e_04.pdf. Erişim tarihi: 21.02.2020.
- National Tax Agency Report 2020. (2021). https://www.nta.go.jp/english/Report_pdf/2020e_04.pdf. Erişim tarihi: 10.06.2021.
- NTA. (2004). An outline of Japanese tax administration 2003. NTA, Planning Division, Tokyo-Japan.
- NTA. (2020). Outline of tax enforcement. <https://www.nta.go.jp/english/report2003/text/02/01.htm>. Erişim tarihi: 10.07.2020.
- Nerre, B. (2001). The concept of tax culture. *Annual Conference on Taxation and Minutes of Annual Meeting of The National Tax Association*, 94, 288-295.

- Nerre, B. (2002). Modeling tax culture-A first approach. Proceedings. Annual Conference on Taxation and Minutes of the Annual Meeting of the National Tax Association, 95, 34-41.
- OECD. (2010). Forum on tax administration: Small/ medium enterprise (SME) compliance subgroup. <https://www.oecd.org/tax/administration/46269885.pdf>. Erişim tarihi: 26.10.2020
- OECD. (2011). Forum on tax administration: Taxpayer services sub-group, social media technologies and tax administration. <https://www.oecd.org/tax/administration/48870427.pdf>. Erişim tarihi: 19.06.2020
- OECD. (2013). *What drives tax morale*. <https://www.oecd.org/ctp/tax-global/whatdrives-tax-morale.pdf> (Erişim Tarihi: 15.12.2019)
- Oğuz, Y. (2019). Türkiye’de vergi bilincinin geliştirilmesinde eğitimin rolü: Antalya ili Manavgat ilçesi örneği. Yüksek lisans tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Okada, Y. (2002). The Japanese tax administration. *National Tax Agency*.
- Orviska, M., & Hudson, J. (2002). Tax evasion, civic duty and the law abiding citizen. *European Journal of Political Economy*, 19, 83-102.
- Ömürbek N., Çiçek H. G. & Çiçek S. (2007). Vergi bilinci üzerine bir inceleme: üniversite öğrencileri üzerinde yapılan anketin bulguları. *Maliye Dergisi*, (153), 102-122.
- Öner, E. (1986). Kamu maliyesi 1 (Kamu harcamaları ve kamu gelirleri). *Maliye ve Gümrük Bakanlığı Araştırma, Planlama ve Koordinasyon Kurulu*, 282.
- Öner, E. (2005). *Amerika Birleşik Devletleri Federal Vergi İdaresi: IRS (Internal Revenue Service) kuruluşu, görevleri ve yeniden yapılanması*. Ankara: T.C. Maliye Bakanlığı Araştırma, Planlama, Koordinasyon Kurulu Başkanlığı.
- Öz, E. (2015). The right to taxpayer international conference of interdisciplinary studies. *ICIS*. <http://www.ersanoz.com/sunumlar/mukellefhaklari-usa.pdf>. Erişim tarihi: 12.06.2020.
- Özcan, F. (2020). Ortaöğretimde muhasebe ve finansman eğitiminin vergi bilinci üzerindeki etkisi: Gebze örneği. Yüksek lisans tezi, Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü.

- Özcan, F. & Akyel, N. (2020). Muhasebe ve finansman eğitimi alan ve almayan lise öğrencilerinin vergi ahlakı, vergi algısı ve vergi bilinci farklılıklarının incelenmesi: Bir uygulama örneği. *Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(1), 54-67.
- Özdemir, P. (2015). Vergi kültürü ve göstergeleri: Türkiye üzerine bir değerlendirme. *ÇÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(1), 175-188.
- Özpehriz, N. (2005). Vergi uyumu ve ülkemizde vergi uyumunun artırılmasına yönelik öneriler. *Vergi Dünyası*, 283.
- Öztürk, S. A., Eroğlu, E., Çomaklı, Ş. E. & Demirci, Ş. (2019). İİBF’de 30. vergi haftası etkinlikleri kapsamında konferans [Öz]. Anadolu Üniversitesi, Eskişehir. <http://egazete.anadolu.edu.tr/kampus/37898/iibfde-30-vergi-haftasietkinlikleri-kapsaminda-konferans>
- Pekkaya, M., Cural, M. & Albayrak, E. C. (2017). SMMM’lerin vergi bilinci boyutlarına göre vergiye bakışları: Zonguldak’ta bir uygulama. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, ICMEB17 Özel Sayısı, 1066-1078.
- Rakıcı, C. & Atak, O. (2019). Türkiye’deki vergi denetim yapısı ile bazı gelişmiş ülkelerdeki vergi denetim yapılarının karşılaştırılması. *Vergi Raporu*, 242, 11-30.
- Sağbaş, İ. & Başoğlu, A. (2005). İlköğretim çağındaki öğrencilerin vergileri algılaması: Afyonkarahisar ili örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 7(2), 123-144.
- Sağlam, M. (2013). Vergi algısı ve vergi bilinci üzerine bir araştırma: iktisadi ve idari bilimler fakültesi öğrencilerinde vergi algısı ve bilinci. *Sosyoekonomi*, 19(19), 315-334.
- Sarı, B. (2016). Türkiye’de tarım kesiminde vergi uyumu, vergi bilinci ve tarım kesiminin vergilendirilmesi: Malatya merkez ilçe örneği. Yüksek lisans tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Savaşan, F. & Odabaş, H. (2005). Türkiye’de vergi kayıp ve kaçaklarının nedenleri üzerine ampirik bir çalışma. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 5(10), 1-28.
- Saygın, Ö. (2013). Vergi uyumu ve vergi idaresinin vergi uyumuna etkisi. Doktora tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

- Slemrod, J. (1990). Optimal taxation and optimal tax system. *The Journal of Economic Perspectives*, 4(1), 157-178.
- Somuncu, A. (2015). Yaygın ve yoğun vergi denetimi: Hukuki yapı ve uygulamanın değerlendirilmesi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (43), 133-173.
- Song, Y. & Yarbrough, T. E. (1978). Tax ethics and taxpayer attitudes: A survey. *Public Administration Review*, 38(5), 442-452.
- Sugözü, İ. H. (2010). *Kayıt dışı ekonomi ve Türkiye (1. Basım)*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Şahin, M. (2016). Mükellef psikolojisi: Teorik bir inceleme. *Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi*, 5(10), 52-65.
- Şanver, C. (2017). Türk vergi sisteminde vergi kabahat ve suçlarına uygulanan yaptırımların caydırıcılığı araştırması. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 15(29), 91-106.
- Şenyüz, D. (2008). *Vergi ceza hukuku (Vergi kabahatleri ve suçları) (4. bs)*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Şenyüz, D., Yüce, M. & Gerçek, A. (2018). *Vergi hukuku (Genel hükümler)*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Tanzi, V. & Tsibouris, G. (2000). Fiscal reform over ten years of transition. IMF Working Paper, WP/00/113.
- Taşkın, Y. (2010). Vergi psikolojisi ve vergiye karşı mükellef tepkileri. *Maliye Araştırma Merkezi Konferansları*, (54), 67-90.
- Taytak, M. (2010). İlköğretim II. kademe öğrencilerinde vergi bilincinin tespiti: ampirik bir araştırma. *Maliye Dergisi*, (158), 496-512.
- Taytak, M. (2016). Vergi kültürünü belirleyen faktörler ve mükelleflerin demografik özelliklerinin vergi kültürü üzerindeki etkisi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 5(7), 1933-1957.
- Tax Law Rewrite Project. (2020, Haziran 15). İçinde Wikipedia. https://en.wikipedia.org/wiki/Tax_Law_Rewrite_Project
- Tekin, F. & Çelikkaya, A. (2009). *Vergi denetimi (Göz. geç. ve düz. 3. bs)*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

- Tekin, A. & Sökmen Gürçam, Ö. (2016). Seçilmiş bazı OECD ülkelerinde mükellef hakları: İngiltere, ABD, Avustralya ve Kanada. *İnsan Ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 5(7), 1989–1999.
- Tekin, A., Tunçer, G. & Sağdıç, E. N. (2013). Vergi afları sonrasında vergi uyum süreci. *Sakarya İktisat Dergisi*, 2(2), 1-26.
- Teyyare, E. & Kumbaşı, E. (2016). Vergi bilinci ve vergi ahlakının gelişmesinde Maliye bölümü eğitiminin rolü. *AlBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(4), 1-29.
- Tezcan, K. (2003). Türk vergi idaresinin tarihsel gelişimi ve bu süreçte geçirdiği aşamaların etkinlik açısından değerlendirilmesi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(12), 125-146.
- Torgler, B. (2003a). Tax morale in Transition Countries. *Post-Communist Economies*, 15(3), 357-381.
- Torgler, B. (2003b). Tax morale: Theory and empirical analysis of tax compliance. PhD Thesis, Universitat Basel, Basel.
- Torgler, B. (2004). Tax morale in Asian Countries. *Center for Research in Economics Management and the Arts (CREMA) Working Paper*, 2004-02, 1-34.
- Torgler, B. (2005). Tax morale and direct democracy. *European Journal of Political Economy*, 21, 525-531.
- Torgler, B. (2007). *Tax morale and tax compliance: A Theoretical and Empirical Analysis*. UK: Edward Elgar Publishing Limited.
- Torgler, B. (2008). Introduction to the special issue on tax compliance and tax policy. *Economic Analysis & Policy*, March 38(1), 31-33.
- Torgler, B. & Murphy, K. (2004). Tax morale in Australia: What shapes it and has it changed over time?. *Journal of Australian Taxation*, 2004-7(2), 298-335.
- Torgler, B., & Schneider, F. (2004). Does culture influence tax morale? Evidence from different European Countries. CREMA Working Paper, 2004-17, 1-38.
- Tosuner, M., & Demir, İ. C. (2007). Toplumsal bir olgu olarak vergi ahlakı. *Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 9(3), 1-20.
- Tuay, E., & Güvenç, İ. (2007, Kasım). Türkiye’ de mükelleflerin vergiye bakışı. *Gelir İdaresi Başkanlığı*, 51.

- Tunçer, M. (2002). Hükümet- Birey ilişkilerinin vergi uyumuna etkisi ve Türkiye. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 57(3), 108-128.
- Türkay, İ. (2013). Türk Vergi İdaresinde mükellef odaklı yaklaşım-mükellef hakları-vergiye gönüllü uyum uygulamaları. *Vergi Sorunları Dergisi*, 299, 148-163.
- Uluatam, Ö. (t.y.). *Kamu maliyesi*. Ankara: Sevinç Matbası.
- U.S. Government Printing Office. (1978). www.irs.gov.tr
- Uyanık, A. (2019). Vergi bilinci ve vergiye gönüllü uyumun vergi gelirlerine etkilerinin değerlendirilmesi. *Maliye Dergisi*, 177, 354-386.
- Ünal, A. (2013). Vergi bilinci çocuklara 'oyun'la aşılanıyor. <https://www.aa.com.tr/tr/ekonomi/vergi-bilinci-cocuklara-oyunlaasilaniyor/271814>.
- Vergi Haftası Başladı. (2020). <https://www.haberler.com/vergi-haftasi-basladi-3-12948023-haberi/>
- Wenzel, M. (2004). An analysis of norm processes in tax compliance. *Journal of Economic Psychology*, 25(2), 213-228.
- Witte, A. D. & Woodbury, D. F. (1985, March). The effect of tax laws and tax administration on tax compliance: The case of the U.S. individual income tax. *National Tax Journal*, 38(1), 1-13.
- World Bank. (2009). *A hand book for tax simplification*. <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/28206/588150WP0FIAS110BOX353820B01PUBLIC1.pdf;sequence=1>, Erişim Tarihi: 15.12.2019
- World Values Survey. (2021, Mayıs 9). İçinde *Wikipedia*. https://en.wikipedia.org/wiki/World_Values_Survey
- Yardımcıoğlu, M., Akpınar, Y. & Günay, Y. (2014). Vergi okuryazarlığı ve vergisel farkındalık: Kahramanmaraş araştırması. *KSÜ İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(2), 95-119.
- Yeğen, B. (2013). Vergi bilinci ve vergi ahlakı oluşumunda muhasebe meslek mensuplarının rolü: Adana ili örneği. Yüksek lisans tezi, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.

- Yenigün, Y. (2012). Vergi bilinci ve vergi uygulamaları karşısında mükelleflerin davranışları: İstanbul örneği. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Yeşilyurt, Ş. (2015). Vergi bilincinin vergi ahlakı üzerindeki etkisi: Maliye ve İlahiyat bölümü öğrencileri örneği. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(32), 36-56.
- Yıldız, B. (2019). Vergi ahlakı ve belirleyicilerine yönelik literatür araştırması: Türkiye değerlendirmesi. *Vergi Sorunları Dergisi*, 366, 128-143.
- Yıldız, G. & Bakır, Z. (2019). Lise öğrencilerine yönelik vergi bilinci: Eskişehir örneği. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD)*, 6(4), 294-307.
- Yiğit Şakar, A. (2011). Türkiye’de E-Devlet uygulamalarının vergi hukuku alanına yansımaları: E- Haciz uygulaması ve karşılaşılan sorunlar. *Mali Çözüm Dergisi*, 21(106), 69-87.
- Yöney, E. (2019). Türkiye’de vergi kültürü: Değerler ve vergi davranışı açısından bir modelleme. Doktora tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- www.irs.gov.
- www.gib.gov.tr.
- www.kayitliekonomiyegecis.gov.tr.
- Teknoloji ve vergiye gönüllü uyum. (2017).
<https://vergiteknolojileri.com.tr/teknolojik-ilerlemeninvergiye-gonullu-uyuma-etkisi>. Erişim tarihi: 20.11.2020
- GİB Mükellef Geri bildirim Sistemi. (2019).
<https://vergidosyasi.com/2019/05/14/gib-mukellef-geri-bildirim-sistemi/>.
 Erişim tarihi: 12.10.2020
- <https://gib.gov.tr/mukellef-hizmetleri/mukellef-haklari> Erişim tarihi: 03.06.2021
- <https://ebeyanname.gib.gov.tr/ss.html> Erişim tarihi: 13.05.2020
- <https://gib.gov.tr/e-Tebligat> Erişim tarihi: 06.09.2020
- <https://uzmanpara.milliyet.com.tr/haber-detay/gundem2/vergi-haftasibaslatadi/98000/98907/>. Erişim tarihi: 05.04.2020.
- <https://ivdb.gib.gov.tr/31-vergi-haftasi-ogrencilerin-baskanligimizi-ziyareti>. Erişim tarihi: 09.06.2020

<https://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/vergi-haftasi-basladi-41453942>.

Erişim

tarihi: 11.06.2020

<https://gib.gov.tr/mukellef-hizmetleri/etkinlikler/yarismalar>.

Erişim

tarihi:

10.08.2020

<https://ebelge.gib.gov.tr/efaturahakkinda.html>. Erişim tarihi: 03.01.2020

1982 Anayasası mad. 73, Erişim adresi: www.mevzuat.gov.tr, Erişim Tarihi:

21.11.2021



EKLER

EK-1: Anket Formu

Vergi Bilincinin Geliştirilmesinde Vergi İdaresinin Rolü

Değerli Katılımcı;

Bu anket Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Maliye Anabilim Dalı'nda "Vergi Bilincinin Geliştirilmesinde Vergi İdaresinin Rolü" adlı yüksek lisans tez çalışmasında kullanılmak amacıyla ÇÜ İİBF öğrencilerinin cevaplaması için hazırlanmıştır. Anket formunda yer alan sorulara samimi cevaplar vermeniz, yapılacak anket çalışmasının sağlıklı sonuç vermesi açısından önemlidir. Söz konusu bilgilerin akademik çalışma dışında kullanılmayacağını belirtir, katkılarınızdan dolayı teşekkür ederiz.

* Gerekli

1. soruya gidin 1. soruya gidin

Demografik Bilgiler

Bu bölümde kişiye ait demografik bilgilere yer verilmiştir.

1. Cinsiyet *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

☐ Kadın☐ Erkek

2. Yaş *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

☐ 18-20☐ 21-23☐ 24-26☐ 26+

3. Medeni Durum *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

☐ Evli☐ Bekar

4. Okuduğu Bölüm *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

☐ Maliye☐ İktisat☐ İşletme☐ Ekonometri☐ Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler

10. Vergi Haftası Etkinlikleri (Seçenekleri kaydırma çubuğu kullanarak yanıtlayınız) *

Her satırda yalnızca bir ıkkı işaretleyin.

	Haberdar Değilim	Haberdarım ve Vergi Bilincimi Asla/Hiç Etkilemedi	Haberdarım ve Vergi Bilincimi ok Az etkiledi	Haberdarım ve Vergi Bilincimi Kısmen Etkiledi	Haberdarım ve Vergi Bilincimi oğunlukla Etkiledi	Haberdarım ve Vergi Bilincimi Tamamen Etkiledi
Kamu Kurumları Outdoor TV ekranlarında Afiş ve Slider/banner görseller	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Gelir İdaresi Başkanlığına Yapılan Ziyaretler	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Üniversitelerde Kurulan Stantlar	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Üniversite Öğrencilerine Yönelik Yapılan Seminer/Panel/Konferanslar	☐	☐	☐	☐	☐	☐
İlk ve Ortaöğretim Öğrencilerine Yönelik Yapılan Ziyaretler ve vergi ile İlgili Bilgilendirici Konferanslar	☐	☐	☐	☐	☐	☐
İlk ve Ortaöğretim Öğrencilerine Yönelik Yapılan Şiir/Resim/Sloganlı Afiş Yarışmaları	☐	☐	☐	☐	☐	☐

11. Siz toplumda vergi bilincinin geliştirilmesi için Gelir İdaresi Başkanlığının hangi tür etkinlikler düzenlemesini önerirsiniz? *

Bu içerik Google tarafından oluşturulmamış veya onaylanmamıştır.

Google Formlar