

T.C.
HASAN KALYONCU ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
ULUSLARARASI TİCARET VE LOJİSTİK ANABİLİM DALI



**BİLGİ LOJİSTİĞİ KAPSAMINDA İNTERAKTİF VERGİ DAİRESİ
HİZMET KALİTESİNİN ARAŞTIRILMASI: DİYARBAKIR'DA
BİR ALAN ÇALIŞMASI**

İlyas ASLAN

YÜKSEK LİSANS TEZİ

GAZİANTEP - 2023



LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ YÜKSEK LİSANS TEZ KABUL VE ONAY FORMU

Uluslararası Ticaret ve Lojistik Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı öğrencisi İlyas ASLAN tarafından hazırlanan “Bilgi Lojistiği Kapsamında İnteraktif Vergi Dairesi Hizmet Kalitesinin Araştırılması: Diyarbakır’da Bir Alan Çalışması” başlıklı tez, 06/06/2023 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucu **başarılı** bulunarak jürimiz tarafından **Yüksek Lisans Tezi** olarak kabul edilmiştir.

<u>Görevi</u>	<u>Unvanı, Adı ve Soyadı</u>	<u>Kurumu/Üniversitesi</u>	<u>İmzası:</u>
Tez Danışmanı	Doç.Dr. İbrahim AKBEN	Hasan Kalyoncu Üniversitesi	
Jüri Başkanı	Dr. Öğr. Üyesi Ahmet ÇETİNDAS	Hasan Kalyoncu Üniversitesi	
Jüri Üyesi	Dr. Öğr.Üyesi İbrahim Halil KORKMAZ	Gaziantep Üniversitesi	

Bu tez Enstitü Yönetim Kurulunca belirlenen yukarıdaki jüri üyeleri tarafından uygun görülmüş ve Enstitü Yönetim Kurulu kararı ile onaylanmıştır.

Prof. Dr. M.Serhat YENİCE
Enstitü Müdürü

TEZ BİLDİRİMİ

Bu tezdeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edildiğini ve tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada bana ait olmayan her türlü ifade ve bilginin kaynağına eksiksiz atıf yapıldığını bildiririm.

DECLARATION PAGE

I hereby declare that all information in this document has been obtained and presented in accordance with academic rules and ethical conduct. I also declare that, as required by these rules and conduct, I have fully cited and referenced all material and results that are not original to this work.

İmza

İlyas ASLAN

Tarih:

ÖNSÖZ

Ulaşım ve iletişim alanında son yıllarda meydana gelen gelişme ve ilerlemeler, ulusal ve uluslararası mecrada ticari ilişki ve süreçlerin hızla ilerlemesine katkıda bulunmuştur. Mal ve kapital piyasalarının serbest hale gelmesi, globalleşmenin hızlanması ile sonuçlanmış, ülkeler arasındaki mesafelerin önemini azaltmıştır. Böyle bir durumdan tabi ki ülke yönetimleri de etkilenmiş ve kendilerini bu ilerlemelere paralel olarak geliştirmeye başlamıştır. Uzun zamandan beri var olan ancak 1990'lı yıllarda önemini hissettiren lojistik alanı, öncelikle özel alanda etkisini öne çıkarmış olmakla birlikte son zamanlarda kamu yönetimlerinde de etkisini arttırmaya başlamıştır. Bu çalışmada bilgi lojistiğinin kamusal hizmetlere faydası anlatılmaya çalışılmıştır. Bu çalışma sürecine desteğini esirgemeyip sabır gösteren çok değerli eşim İcran ŞİMŞEK ASLAN'a ve bilgi, tecrübe ve görüşleri ile katkıda bulunan saygı değer Doç.Dr. İbrahim AKBEN hocama içtenlikle teşekkür eder; çalışmanın tüm ilgililere yararlı olmasını temenni ederim.

İlyas ASLAN
Gaziantep - 2023

HASAN KALYONCU ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

ULUSLARARASI TİCARET VE LOJİSTİK ANA BİLİM DALI

**BİLGİ LOJİSTİĞİ KAPSAMINDA İNTERAKTİF VERGİ DAİRESİ
HİZMET KALİTESİNİN ARAŞTIRILMASI: DİYARBAKIR'DA BİR
ALAN ÇALIŞMASI**

İlyas ASLAN

Yüksek Lisans Tezi

**Danışman
Doç.Dr. İbrahim AKBEN**

ÖZET

Bilgi teknolojisindeki ilerlemeler, sıkı rekabet koşulları içinde bulunan firmalara destek sunarken müşterilere de iletişim ve gelişen teknolojiler aracılığıyla istedikleri ürün veya hizmete istedikleri yerden ulaşma imkânı sağlamaktadır. Ancak bu imkan ve gelişen teknoloji altyapısı kullanımının günden güne arttığı lojistik sektörünün; kamusal hizmet ve faaliyetlerin de planlamasında, icrasında ve takibinde teknolojik altyapıların vatandaşlar tarafından kullanımını arttırmaktadır. Bu artış vatandaşların hizmet algısını da doğrudan veya dolaylı olarak etkilemektedir. Bu tez çalışmasında kamu yönetimi tarafından bilgi lojistiği sistemleri kullanımı ile vatandaşların hizmet algısı arasındaki ilişki incelenmektedir. Bu amaçla 8.000 kişilik örneklem ana kütesinden 392 gerçek kişi vergi müşterisine anket yolu ile ulaşılarak bilgi lojistiğine ilişkin beklentiler ile interaktif vergi dairesi hizmet kalitesine ilişkin düşünceler arasında ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan korelasyon analizi neticesinde de işlevsellik beklenti düzeyi ile görünüm ve donanım kalite algısı, hizmet kalitesi algısı ve toplam kalite algısı arasında pozitif ve orta seviyenin altında anlamlı ilişki olduğu, kullanıcı odaklı beklenti seviyesi ile görünüm ve donanım kalite algısı pozitif ve orta seviyenin üstünde anlamlı ilişki olduğu, hizmet kalitesi algısı ve toplam kalite algısı arasında ise pozitif ve orta seviyede anlamlı ilişki olduğu, toplam beklenti düzeyi ile görünüm ve donanım kalite algısı, hizmet kalitesi ve toplam kalite algısı arasında pozitif yönde ve orta seviyede anlamlı ilişki olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Hizmet Kalitesi, Lojistik, Bilgi Lojistiği, İnteraktif Vergi Dairesi, Kamusal Hizmetler

**HASAN KALYONCU UNIVERSITY
GRADUATE EDUCATION INSTITUTE
DEPARTMENT OF INTERNATIONAL TRADE AND LOGISTICS**

**INVESTIGAYION OF INTERACTIVE TAX OFFICE
SERVICE QUALITY WITHIN THE SCOPE OF
INFORMATION LOGISTICS: A FIELD STUDY IN
DIYARBAKIR**

İlyas ASLAN

MASTER THESIS

**Advisor
Assoc. Prof. Dr. İbrahim AKBEN**

ABSTRACT

Advances in information technology provide support to companies that are in tight competition conditions, while providing customers with the opportunity to access the product or service they want from anywhere through communication and developing technologies. However, the use of this opportunity and developing technology infrastructure is increasing day by day in the logistics sector; It increases the use of technological infrastructures by citizens in the planning, execution and follow-up of public services and activities. This increase directly or indirectly affects the service perception of citizens. In this thesis, the relationship between the use of information logistics systems by the public administration and the service perception of the citizens is examined. For this purpose, 392 real person taxpayers from the sample population of 8.000 were reached through a questionnaire and as a result of the correlation analysis conducted to determine whether there is a relationship between the expectations regarding information logistics and the thoughts on the service quality of the interactive tax office, the functionality expectation level, appearance and hardware quality perception, service quality There is a positive and below average significant relationship between the perception of quality of service and the perception of total quality, there is a significant relationship between the user-oriented expectation level and the perception of appearance and hardware quality, there is a significant relationship between the perception of service quality and the perception of total quality. It has been seen that there is a positive and moderately significant relationship between total knowledge expectation level and appearance and hardware quality perception, service quality perception and total quality perception.

Keywords: Logistics, Information Logistics, Interactive Tax Office, Public Services.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	iv
ÖZET	v
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER.....	vii
ÇİZELGELER.....	ix
ŞEKİLLER.....	x
SİMGELER VE KISALTMALAR.....	xi
1. GİRİŞ.....	1
1.1. Problem Durumu	2
1.1.1. Problem cümlesi	3
1.2. Çalışmanın Amacı	3
1.3 Çalışmanın Önemi	3
1.4. Konu ile İlgili Önceki Çalışmalar.....	3
2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE	5
2.1. Lojistiğin Kavramının Tanımı ve Tarihsel Gelişimi	5
2.1.1. Lojistik kavramının temel faaliyetleri ve ilkeleri	8
2.1.2. Lojistiğin türleri ve önemi	10
2.1.2.1. Tedarik lojistiği	11
2.1.2.2. Üretim lojistiği.....	11
2.1.2.3. Dağıtım lojistiği.....	12
2.1.2.4 Tersine lojistik	12
2.1.3. Lojistiğin prensipleri.....	13
2.1.3.1. Sade olma	13
2.1.3.2. Yeterli olma	13
2.1.3.3. Elastiki olma	13
2.1.3.4. İzlenebilir olma.....	13
2.1.3.5. Ekonomik olma	14
2.1.3.6. Eşgüdüm	14
2.2. Bilgi Lojistiği.....	14
2.2.1. Veri	15
2.2.2. Enformasyon.....	16
2.2.3. Bilgi	16
2.4. İnteraktif Vergi Dairesi.....	16
2.4.1. İnteraktif vergi dairesinin tanımı	17
2.4.2. İnteraktif vergi dairesinin gelişimi	18
2.4.2. Türkiye’de e-vergi uygulamaları	19
2.4.3. İnteraktif vergi dairesi sistemine giriş	21
2.4.4. İnteraktif vergi dairesi sisteminde yapılan işlemler.....	22
2.4.5. İnteraktif vergi dairesi sisteminin avantajları	22
2.4.6. İnteraktif vergi dairesinde görüntülenen bilgiler	23
2.4.7. İnteraktif vergi dairesinde yapılan vergi işlemleri.....	23
2.4.8. İnteraktif vergi dairesinde işlem durumları ve sonuçları.....	24
3. MATERYAL VE YÖNTEM	25
3.1. Araştırmanın Modeli	25
3.2. Evren ve Örneklem.....	25
3.3. Veri Toplama Yöntem ve Teknikleri	26
3.4. Veri Toplama Araçlarının Uygulanması	28
4. ARAŞTIRMA BULGULARI	29

4.1. Güvenilirlik Analizi Sonuçları.....	29
4.2. Demografik Bilgilere İlişkin Dağılımlar	29
4.3. Bilgi Lojistiği Ölçeğinin Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları.....	30
4.4. Bilgi Lojistiği Ölçeği Puanlarının Demografik Değişkenlere Göre Karşılaştırılması	31
4.5. İnteraktif Vergi Dairesi Hizmet Kalitesi Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları	34
4.6. Katılımcıların Demografik Bilgilerine Göre İnteraktif Vergi Dairesi Hizmet Kalitesi Ölçeğinin Değerlendirmesine İlişkin Analiz Sonuçları.....	36
4.7. Bilgi Lojistiği Ölçeği ve İnteraktif Vergi Dairesi Hizmet Kalitesi Ölçeği Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	40
5. SONUÇLAR VE ÖNERİLER.....	42
5.1 Sonuçlar.....	42
5.2 Öneriler.....	46
KAYNAKÇA.....	47
EKLER	52
ÖZGEÇMİŞ	56

ÇİZELGELER

Çizelge 3. 1. Bilgi Lojistiği Önergeleri ve Önergelerin Yararlanıldığı Kaynaklar	26
Çizelge 3. 2. Hizmet Kalitesi Ölçeği Maddelerinin Yararlanıldığı Kaynaklar	27
Çizelge 4. 1. Ölçek Puanlarına İlişkin Güvenilirlik ve One Sample Kolmogorov-Smirnov (K-S) Normallik Analizi Sonuçları.....	29
Çizelge 4. 2. Katılımcıların Demografik Bilgilerine İlişkin Yüzelik ve Frekans Dağılımlar	29
Çizelge 4. 3. Bilgi Lojistiği Ölçeğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi KMO ve Bartlett's Test Sonucu	30
Çizelge 4. 4. Bilgi Lojistiği Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi Faktör Yükleri	31
Çizelge 4. 5. Katılımcıların Bilgi Lojistiği Ölçeği Puanlarına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler	32
Çizelge 4. 6. Katılımcıların Yaş Gruplarına Göre Bilgi Lojistiği Ölçeği Puanlarının Karşılaştırılması.....	32
Çizelge 4. 7. Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Bilgi Lojistiği Ölçeği Puanlarının Karşılaştırılması.....	32
Çizelge 4. 8. Katılımcıların Meslek Gruplarına Göre Bilgi Lojistiği Ölçeği Puanlarının Karşılaştırılması.....	33
Çizelge 4. 9. Katılımcıların Çalıştığı Kurum Türüne Göre Bilgi Lojistiği Ölçeği Puanlarının Karşılaştırılması	34
Çizelge 4. 10. İnteraktif Vergi Dairesi Hizmet Kalitesi Ölçeğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi KMO ve Bartlett's Test Sonucu.....	35
Çizelge 4. 11. İnteraktif Vergi Dairesi Hizmet Kalitesi Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi Faktör Yükleri	35
Çizelge 4. 12. Katılımcıların İnteraktif Vergi Dairesi Hizmet Kalitesi Ölçeği Puanlarına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler.....	37
Çizelge 4. 13. Katılımcıların Yaş Gruplarına Göre İnteraktif Vergi Dairesi Hizmet Kalitesi Ölçeği Puanlarının Karşılaştırılması.....	37
Çizelge 4. 14. Katılımcıların Cinsiyetine Göre İnteraktif Vergi Dairesi Hizmet Kalitesi Ölçeği Puanlarının Karşılaştırılması.....	38
Çizelge 4. 15. Katılımcıların Medeni Durumuna Göre İnteraktif Vergi Dairesi Hizmet Kalitesi Ölçeği Puanlarının Karşılaştırılması	38
Çizelge 4. 16. Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre İnteraktif Vergi Dairesi Hizmet Kalitesi Ölçeği Puanlarının Karşılaştırılması	38
Çizelge 4. 17. Katılımcıların Meslek Gruplarına Göre İnteraktif Vergi Dairesi Hizmet Kalitesi Ölçeği Puanlarının Karşılaştırılması	39
Çizelge 4. 18. Katılımcıların Çalıştığı Kurum Türüne Göre İnteraktif Vergi Dairesi Hizmet Kalitesi Ölçeği Puanlarının Karşılaştırılması	40
Çizelge 4. 19. Korelasyon Analizi.....	41
Çizelge 4.20. Kalite Algısıyla İlişkili Faktörlere Yönelik Çalışmalar	50

ŞEKİLLER

Şekil 2.1. İnteraktif Vergi Dairesinin Logosu	17
Şekil 2.2. İnteraktif Vergi Dairesine Şifre ve Güvenlik Kodu İle Giriş Ekranı	21
Şekil 2.3. İnteraktif Vergi Dairesi Sistemine e-Devlet Şifresi İle Giriş Ekranı	21
Şekil 2.4. İnteraktif Vergi Dairesinde Yapılabilecek İşlemler Tablosu	22
Şekil 2.5. İnteraktif Vergi Dairesinde Görülebilecek İşlemler Tablosu	23
Şekil 2.6. İnteraktif Vergi Dairesinde Yapılabilecek Veri İşlemleri Tablosu	24
Şekil 2.7. İnteraktif Vergi Dairesinde İşlem Durumları ve Sonuçları Tablosu	24
Şekil 3.1. Araştırmanın modeli	25



SİMGELER VE KISALTMALAR

Simgeler

α	: Alfa
χ^2	: Ki-Kare
\bar{x}	: Aritmetik Ortalama

Kısaltmalar

df	: Serbestlik Derecesi
İVD	: İnteraktif Vergi Dairesi
KMO	: Kaiser-Mayer-Olkin
MERNİS	: Merkezi Nüfus İdaresi Sistemi
MÜSİAD	: Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği
POLNET	: Polis Ağı
TOBB	: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
UYAP	: Ulusal Yargı Ağı Projesi
Ve diğ.	: Ve Diğerleri
VEDOP	: Vergi Dairesi Otomasyon Projesi

1. GİRİŞ

Bugün oldukça hızlı yol alan teknolojik ve ekonomik gelişmeler, şüphesiz lojistik faaliyetlerinin ilerlemesini de olanaklı kılmaktadır. Söz konusu durum ilk olarak globalleşme ile ürünlerin dünyanın her yerine pazarlanabilmesi ve ürünleri aynı zamanda dünyanın her yerinde satın alanlara sunma isteğinde olan örgütlerin rekabetçi şartlarda mücadele etmeleri neticesinde gerçekleşmekte ve e-lojistik kavramı da ön plana çıkarmaktadır.

E-lojistik, lojistik işlemlerinin elektronik ortam aracılığıyla işletilmesidir. Bu süreçle birlikte lojistik işlemler bilişim teknolojilerinin kullanılmasıyla sürdürülmektedir. Bu açıdan bakıldığında e-lojistik, alışlagelmiş lojistik yönteminden daha fazla hizmet ve bilgi kapsamı nedeniyle geleneksel lojistikten daha gelişmiştir. E-lojistik uygulamalarıyla lojistik faaliyetleri daha etkili ve verimli hal almıştır. Firmalar küresel çapta oluşturdukları portallarla birbirleriyle uyumlu bir şekilde çalışabilmektedirler. Diğer yandan e-lojistik, firmalara daha az maliyet, esnek ve yüksek kalite ile verim avantajı meydana getirmektedir (Gülenç ve Karagöz, 2008).

Ayrıca e-lojistik, firmalara üretimde gereksinim duyulan malzeme ve ham maddelerin önceden tespit edilebilmesi, hızlı ve güvenli olarak tedarik edilmesi kolaylığını sağlamakla birlikte e-lojistikle, firmalar kadar, nihai tüketiciler de internetten ürün veya hizmetler ile ilgili bilgilere ulaşmakta, sipariş vermekte ve sipariş ettikleri ürün veya hizmetlerin nerede ve hangi aşamada olduğunu ve ya da ne kadar sürede kendisine ulaşacağı gibi bilgileri anlık olarak takip etme fırsatına sahip olmaktadır (Büyükçetin, 2003).

Global düzeydeki ekonomik rekabet, şirketleri ürettiği veya ticaretini yaptığı ürün veya hizmetlerini dönemin trendlerini yakalayarak daha hızlı tasarlayıp daha iyi üretmeye çalışmak kadar müşteriye daha hızlı ulaştırmaya da zorlamaktadır. Bu etki, lojistik alanının son elli yılda çok hızlı ilerlemesine ve lojistikte yeni yaklaşımlar ve anlayışlar geliştirilmesine yol açmıştır. Durum böyle iken kamusal hizmetleri sunan kamu kurumları da vatandaşa sunduğu hizmetlerde daha etkililiği, verimliliği ve seriliği yakalamak amacıyla lojistik sektöründen özellikle bilgi lojistiği konusunda faydalanmaya başlamıştır. Böylece sunulan hizmetlerde harcanan zaman, finansman ve insan kaynağı asgari seviyeye indirilmeye çalışılmıştır.

Özellikle 2019 yılından itibaren dünyayı etkisi altına alan pandemi ile beraber, devletlerin ve özel şirketlerin hizmetlerini elektronik (uzaktan) olarak sunmayı teşvik etmesiyle birlikte elektronik ortamda sunulan kamu ve özel hizmet sayısı hem de vatandaşların e-devlet kullanım sıklığı diğer dönemlere göre önemli oranda artış göstermiştir. Örneğin, Türkiye’de çoğu kamu hizmetlerinin aynı ortamda bulunduğu Dijital Türkiye Platformu (e-Devlet Kapısı) istatistiklerine bakıldığında, sistemi 2019 yılında kullanan şahıs sayısı 2018 yılına göre %6,9 artış kaydederken, bu oran salgının Türkiye’ye girdiği 2020’de %12,5’e yükselmiştir (T.C. Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi, 2022).

Bu çalışmaya lojistik ve lojistik yönetimine ilişkin olarak literatürde belirtilen tanım ve açıklamalar belirtilerek başlanılmış ve lojistiğin tarihsel gelişiminden bahsedilmiş, sonraki bölümde ise bilgi lojistiği hakkında genel bilgiler verilmiş, üçüncü bölümde de vergi dairesi tarafından vergi ile ilgili hizmetlerin sunulduğu interaktif vergi dairesi sisteminin tanımı ve işleyişi ile ilgili bilgilere değinilmiştir.

Araştırma bölümünde ise interaktif vergi dairesinde uygulanan bilgi sistem uygulamalarına ilişkin olarak vergi müşterilerinin aldığı hizmet üzerine etkisine yönelik yapılan araştırma ile bu ana amaç çerçevesinde yapılan araştırma ve sonuçlarına yer verilmiştir.

1.1. Problem Durumu

Ülkemizde vergi dairesinin vergi müşterilerine sunduğu hizmetlerin büyük bir bölümünü interaktif vergi dairesi sistemi üzerinden sunmasına rağmen vergi müşterilerinin önemli bir kısmının halen vergi ile ilgili işlemlerinin yürütebilmek amacıyla vergi dairesine gittiği gözlenmektedir. Bu nedenle vergi dairesinin internet üzerinden daha kaliteli hizmet sunması ve mevcut durumda interaktif vergi dairesi sisteminden yararlanan müşteri sayısını arttırabilmesi için onların interaktif vergi dairesi sistemine adapte olabilmeleri adına elzemdir. Müşteri odaklı vergicilik sisteminin gelişim gösterdiği bugün ise bu durumun çözümü adına yapılacak önemli metotların da başında hizmet kalitesinin yüksek tutulması gelmektedir. Hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetiyle direkt bağlantısı olduğu kabul edildiğinde de müşteri odaklı düşünceler, öteden beri müşteriler ile iyi iletişim kurmayı çabalayan vergi dairesinin verimlilik ve etkililiğinin düzeyini arttıracığı düşünülmektedir.

1.1.1. Problem cümlesi

Bu araştırmada “bilgi lojistiği kapsamında interaktif vergi dairesinin sunduğu hizmet kalitesinin vergi müşterileri memnuniyeti üzerinde etkisi var mıdır?” biçiminde problem cümlesi belirlenmiştir.

1.2. Çalışmanın Amacı

Bu araştırmada ekonomi hayatının bir parçası olan vergi dairesinin değişen ekonomik ve teknolojik gelişmelere uyum sağlama, çağın gereklerine ayak uydurma ve gereklerini karşılayabilme oranının tespit edilmesi ile vergi müşterilerinin memnuniyet seviyelerinin belirlenebilmesi hedeflenmiştir. Ayrıca vergi dairesinin interaktif vergi dairesi sisteminin hizmet kalitesinin ve bu sistemden yararlanan vergi müşterilerinin memnuniyetlerine olan etkisinin araştırılması hedeflenmiştir.

1.3 Çalışmanın Önemi

İnteraktif vergi dairesinin günlük hayatta daha çok kullanılması; sistemin uygulayacağı hizmet ve müşterilere yönelik yaklaşımlar ile direkt ilişkilidir. Müşteriler ile doğrudan ilişkisi olmayan interaktif vergi dairesi sistemi, merkezine müşteri ögesini yerleştirmek durumundadır. İşte bu durumda, hizmet kalitesi ile hizmetin vergi müşterileri üzerindeki memnuniyet ilişkisi önemli bir noktadadır. Hizmet kalitesinin gelişmesine bağlı olarak artabilen müşteri memnuniyeti, vergi dairesi için daha hızlı işlem yapma ve vergi gelirlerini arttırma imkânını arttıracaktır. Bu noktada interaktif vergi dairesi sisteminin hizmet kalitesinin vergi müşterilerinin memnuniyetlerine olan etkisinin araştırılması ve incelenmesi önemli görölmektedir.

1.4. Konu ile İlgili Önceki Çalışmalar

Vergi dairesinin vergi müşterilerine sunmuş olduğu hizmetlerin önemli bir kısmı interaktif vergi dairesi sistemi üzerinden sunulmasına karşın müşterilerin önemli bir bölümünün halen vergiyle ilgili işlerini yürütebilmek amacıyla vergi dairesine gittikleri görölmektedir. Ancak günümüzde teknolojinin ve bilgi lojistiğinin önemli ilerlemeler kaydetmiş olması, yapılacak vergi işlemlerinin önemli bir kısmını vergi dairesine gitmeye gerek kalmadan interaktif vergi dairesi sistemi aracılığı ile yapılmasına imkan tanımaktadır. Bu nedenle vergi dairesinin internet üzerinden daha kaliteli hizmet sunması ve mevcut durumda interaktif vergi dairesi sisteminden yararlanan müşteri

sayısını arttırabilmesi için onların interaktif vergi dairesi sistemine adapte olabilmeleri adına elzemdir. Müşteri odaklı vergicilik sisteminin gelişim gösterdiği günümüzde ise durumun çözümüne yönelik önemli metotların başında verilen hizmet kalitesinin yüksek tutulması gelmektedir. Hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetiyle direkt ilgisi olduğu kabul edildiğinde de müşteri odaklı düşünceler, öteden beri müşteriler ile iyi iletişim kurmaya çabalayan vergi dairesinin verimlilik ve etkililiğinin düzeyini arttıracığı düşünülmektedir.

Konu ile ilgili literatürde pek fazla araştırma bulunmamakla birlikte yapılan araştırmaların önemli bir kısmı aşağıda belirtilmiştir:

Demirbaş vd. (2012) “Mükelleflerin e-Vergileme Sistemini Benimsemelerini Etkileyen Faktörlerin Analizi: Bursa Araştırması” konulu çalışmalarında Bursa’da faaliyet sürdüren vergi mükelleflerinin e-vergi sistemini benimsemelerini etkileyen sebepleri ispatlamayı ve elde edilen veriler kapsamında e-vergi uygulamasının geliştirilmesi amacıyla öneriler sunmayı hedeflemiştir

Önkan (2013) “e-Devlet Uygulamalarının Vergileme Açısından Değerlendirilmesi (Türkiye Örneği)” konulu yüksek lisans tez çalışmasında e-devlet ve e-vergilendirme sistemine ülke örnekleriyle değinmiş, e-vergide vergi dairesinin geliştirmiş olduğu yazılımlar ile e-vergi alanında Türkiye’de sunulan hizmetlere değinilmiştir.

Ateş (2021) “Türkiye’de e-Vergileme ve Vergi İdaresinde Değişim Üzerine Bir Araştırma” başlıklı doktora tezinde e-vergi sistemleri teknik ve hukuki temelleriyle göz önüne alınarak e-vergilendirme süreçlerinin noksanlıkları ve aksayan yanlarının tespiti hedeflenmektedir.

Çelik (2022) “Türkiye’de e-Vergi Sistemlerinin Benimsenmesi ve Başarısı: Bursa’da İnteraktif Vergi Dairesi Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma” konulu yüksek lisans tezinde e-devlet sisteminin önemli alt uygulama alanlarından biri olan e-vergi sistemi bünyesinde yer alan interaktif vergi dairesi ve başarısı araştırma konusu edilmiş, interaktif vergi dairesinin özümsemesi ve başarısına etki eden etkenlerin neler olduğu tespit edilmeye çalışılmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu başlık altında lojistik alanının tarihsel geçmişi, gelişim süreci ve bu süreci etkileyen faktörler, tanımı, amacı, kaynağı ve günümüzde geldiği noktadan bahsedilecektir.

2.1. Lojistiğin Kavramının Tanımı ve Tarihsel Gelişimi

Lojistik, bir tedarik zinciri boyunca mal, hizmet veya bilgi akışının doğru bir şekilde gerçekleştirilmesi amacıyla tek bir plan oluşturmayı hedefleyen organizasyon yönelimi olarak açıklanabilir. Geçmişi insanlık tarihi kadar eski olan lojistik; Yunanca'da hesap becerisi anlamına gelen "logisticos" sözcüğünden türediği, Latince olarak ise, "statics (istatistik)" ve "logic (mantık)" kelimelerinin bir araya gelmesi ile ortaya çıktığı ve tarihte ilk uygulamalarının da savaşta görüldüğü söylenmektedir (Çekerol ve Kurnaz, 2011). Üretimlerde ise hammaddenin içerdiği kaynaktan ürünün kullanıcı ve tüketiciye kadar olan süreçte depolama, nakliye, ambalajlama, gümrükleme, dağıtım evrelerini içeren lojistik; ürün, hizmet ve birey öz kaynaklarının ihtiyaç duyulan yerde ve talep edilen zamanda sağlanması ya da hammaddenin tedarik zinciri üzerinde önce en son ürüne işlenmesi, ardından da tüketim noktalarına ulaşması evrelerini içeren işlemlerin tümü olarak ifade edilmektedir (TÜBA, 2018).

Larson ve Halldorsson'a (2004) göre lojistik; malların, hizmetlerin ve ilgili ürünlerin müşterilerin ihtiyaçlarını karşılamak üzere menşe noktasından tüketim noktasına kadar etkili akışını ve depolamasını uygular ve kontrol eder. Lojistik yönteminin uygulandığı tedarik zinciri, bütün dünya genelinde tarih öncesi dönemlerde başlamaktadır (Yıldıztekin, 2001). Ancak bir bilim dalı olarak gelişim göstermesi ve gözleri üzerine çekmeye başlaması, 1900 yıllarının başlarında, tarımsal ürünlerin taşınmasıyla ortaya çıkmaktadır.

Genel olarak lojistiğin tarihsel gelişimine bakıldığında, yerleşik yaşama geçilmeden evvel, hayvanların, toplanan bitki ve meyvelerin diğer gıda ve maddelerin taşınması, ardından tüketilmesi adına kurutulması, muhafaza edilmesi ve tekrar taşınması fonksiyonları gerçekleşmektedir. Yerleşik yaşama geçilmesiyle üretilen gıda ve gereksinim duyulan malzemelerin taşınması, farklı biçimlerde korunması, depolanmasına gereksinimi meydana gelmektedir. Uzmanlaşmanın başlamasıyla da iş bölümü ve coğrafi avantajların getirdiği çeşitli üretim stratejileri geliştirilmiş, bireysel

üretim ve hatta bireysel tüketimin ilerisinde takas adına ticaret için taşıma, üretim ve depolama işlemleri başlatıldığı görülmektedir. Ortaçağdaki gemiler kervanlar ile ülkeler ve hatta kıtalar arası olarak ticaret yapılmaya başlatıldığı söylenmektedir. Ticaret gerçekleştiren ülkeler ekonomik düzey olarak yüksek grupta yer almış, yeni kıtaların keşfedilmesiyle deniz yollarının önemi artmış, kara yolları geliştirilmiş, bunun yanında da büyük depo ve limanlar inşa edilmiştir. Motor ve buhar gücünün kara, deniz ve demir yolu taşımacılığında kullanılmasıyla beraber ticareti gerçekleştirilen ürünlerde daha fazla çeşit ve hammadde ya da ürün taşınmaya başladığı açıklanmaktadır.

Dünyada yapılan savaşlarda askerî açıdan lojistik kavramı meydana gelmeye başlamış, stoklama, taşıma ve dağıtımın planlaması yapılarak optimizasyon ve denetiminin önem kazandığı ifade edilmiştir. Ürünlerin daha hızlı ve seri şekilde taşınması, yeteri kadar depolanması, gereksinim duyulduğu anda hazır olması, saklama ömrünün uzatılması, geri dönüşlerinin sağlanması gibi lojistik yönetimin temel kriterlerinin ortaya çıktığı belirtilmektedir. İkinci Dünya Savaşı'nda söz konusu kavramları kullanan birey ve örgütler barış sırasında yaptıkları iş ve organizasyonlarda lojistik yönetiminin ilkelerini araştırmaya ve sorgulamaya başladıkları söylenmektedir. Farklı şekillerde yazılı ve kartlar ile sistemlerde lojistik hizmetler, özellikle ABD tarafından denetlenmeye başlandığı bilinmektedir (Yıldıztekin, 2001).

Lojistiğin tarihsel ilerlemelerine bakıldığında önemli gelişmelerin merkezi yine ABD olmaktadır. ABD'yi modern yönetim ve bunun neticesinde lojistiğin merkezi olarak tanımlamak mümkündür (Doğan, 1999). Lojistik yönetiminin sanayi alanında uygulamaya ABD'de başladığı söylenmektedir (Yıldıztekin, 2001). Bu bakımdan lojistiği araştırıp değerlendirirken ABD'nin ekonomik yapısı konusunda da bilgi sahibi olmakta yarar olduğu vurgulanmaktadır. Lojistiğe olan ilgi ve alaka ABD'de sanayi ve endüstrinin karmaşık bir biçimde gelişmesinden ve ilerlemesinden kaynaklanmaktadır. İlk başlarda önem verilen ve üzerinde durulan konu sadece üretim olduğu ve üretim alanında organizasyon prensipleri ve teknik gelişmelerin uygulandığı açıklanmaktadır. ABD, ilerleme bakımından İngiltere'nin gerisinde kalmış ve bu nedenle ortaya çıkan açığını kapatmak adına çok büyük çabalar göstermektedir.

Yukarıda bahsedilen açığın kapatılması için hızlı ve seri üretim; bunun için de ciddi yatırımlar ve finansal kaynakların olması gerekmektedir. Dolayısıyla yatırımların çerçevesi ve buna ilişkin olarak kullanılan sermaye düzeyi yükseldikçe verimlilikte

artmaktadır. Gösterilen tüm çabalar sonucunda ABD'nin sanayi gelişmesinin ikinci safhasına girmeyi başardığı görülmektedir. Bunun sonucunda da büyük örgütlerin sermaye artırıcı finans uygulamalarına giriştikleri bilinmektedir. İş yaşamında da değişen üretim ve ekonomik şartlar konusunda duyarlı hale gelinerek daha az rekabet ile büyümeyi amaçlar hale geldiği beyan edilmektedir. Tek kişi yönetimlerinden kollektif yönetimlere geçildiği söylenmektedir.

ABD'de sanayinin ikinci evresiyle beraber büyük örgütlerin ortaya çıkışının hemen hemen bütün dönemlere yansıdığı görülmektedir. Üretimin hızla artmasıyla var olan pazar bunu tüketememekte olup, organizasyonlar, satışları bazı coğrafi çevreler içerisinde artırma gereksinimi duymaktadır. Böylelikle üçüncü evrede pazarların büyük önem kazanmaya başladığı ve mevcut pazarı elde tutmak veya daha da genişletme adına pazarlama uzmanlarına ihtiyaç duyulduğu düşünülmektedir.

Bu evrede bütün dikkatlerin üretim, finans, mühendislik ve satışlara çevrilmesi birçok yeniliği de beraberinde getirdiği söylenmektedir. Üretim artmış fakat malın üreticiden tüketiciye erişmesinde, giderek içerisinden çıkılması imkânsız bir hal almaya başladığı görülmektedir. Üretim eyleminin sonucunda da üreticiler bir darboğaz ile karşılaşmak mecburiyetinde kalmaktadırlar. Bu konudaki problemler ise dördüncü evrede ortaya çıkmaktadır. Bu problemlerin çözümü ise dağıtım ve lojistik alanlarında olmaktadır. Dağıtım evresinin ilk döneminde mamullerin değişik noktalarda depolanması popüler hale gelmektedir. Fakat bu da yeterli bir uygulama olmamaktadır. Yüksek düzeyde ücretler ile acil nakliye maliyetlerinin çıkıyor olması nedeniyle bazı işletmelerin kendi nakliye örgütlerini oluşturmaya başladığı görülmektedir.

Drucker, ABD'nin ilk başta üretime önem verildiği ardından da finans, dağıtım, pazarlama ve lojistik problemlerini yönettiği ifade edilmektedir. Drucker, ABD'nin 1960 yıllarındaki durumu incelendiğinde sonuç ortaya çıkmaktadır. Bu konuda eyleme geçmeyi sağlayan ciddi gelişmelerden biri de İkinci Dünya Savaşı esnasında askeri alandaki lojistik gelişmelerdir. İşgören ve malzemenin sevkiyatın taraflarının Uzakdoğu ve Avrupa'daki başarısında önemli bir etken olduğu vurgulanmaktadır. İhtiyaç halinde teknik olarak ve teknoloji olarak askeri alanın dışında sivil hayatta da uygulanabilir olduğu açıklanmaktadır. Çünkü II. Dünya Savaşı ABD'nin ekonomisinin buna gereksiniminin olduğunu göstermektedir (Doğan, 1999).

İkinci Dünya Savaşı'nın ardından bütün dünyanın pazar olması sebebiyle ABD'de üretimin oldukça artması; denizin pazara katkısının fazla olmasıyla da taşımanın önem kazandığı ve ABD'ye ham madde girişinin arttığı görülmektedir. Böylelikle daha büyük uçak, gemi, tren ve daha güçlü motorlar yapılmış, üretim ve sevkiyat maliyetleri düşürülmüş, globalde rekabet maliyet avantajı sağlanmaya çalışılmıştır. Diğer yandan günümüzde teknolojinin gelişmesi ile beraber e-lojistik uygulamaları da geliştirilmeye ve kullanılmaya başlanmıştır.

Bu teknolojilerin içinde yer alan e-lojistik, lojistik işlemlerin elektronik alt yapının kullanılarak sürdürülmesidir. Bu işlemler sırasında lojistik faaliyetler bilişim teknoloji altyapıları kullanılarak yapılmaktadır. Bu yönüyle de, geleneksel lojistik yöntemlerinden daha ileri düzeyde hizmet ve bilgi kapsamı ile geleneksel lojistikten daha ileri gitmiş denebilir. E-lojistik ile lojistik işlemler daha etkili ve verimli duruma gelmiştir. Firmalar küresel çapta elektronik alt yapı oluşturarak uyum içerisinde çalışabilme fırsatını yakalamaktadırlar. E-lojistik uygulamaları, aynı zamanda firmalara daha az maliyet ile daha yüksek kalite ve verim fırsatı sağlamaktadır (Bakkal ve Demir, 2011).

2.1.1. Lojistik kavramının temel faaliyetleri ve ilkeleri

Lojistik kavramının, evrensel olarak incelendiğinde yönetimi ve sistemi 20. yüzyılın ikinci yarısı ile gelişmeye başladığı söylenmektedir. Maliyet, kalite ve hız önceliklerinin giderek önem kazanması nedeniyle, lojistik evrelerinin temelini lojistik uygulamaları meydana getirmeye başlamıştır. Fakat üzerinde durulması gereken husus, işletmeden işletmeye bu uygulamalar ve her uygulamanın önemi farklılaşabilmektedir. Bir taşımacılık firması adına ürünlerin nakliyesi ve belirtilen sürede teslim edilmesi önemli olmasının yanı sıra bir imalat şirketi adına malzemenin sevkiyatı, depolanması ya da stoklarının takibi kritik önem arz ettiği belirtilmektedir. Bundan dolayı, lojistik etkinlikler kaynaktan kaynağa çeşitlilik göstermekte ve temelde aşağıdaki biçimde açıklanmaktadır (Bakkal ve Demir, 2011):

- Nakliye,
- Stok Yönetimi,
- Depolama,
- Gümrükleme,
- Paketleme,

- Bilgi ve Kontrol,
- Müşteri Hizmetleri.

Hangi lojistik sektöründe olursa olsun lojistik uygulamalarının planlaması ve gerçekleştirilmesinde aşağıda belirtilen on temel esası benimsemesi ve bu esaslara uygun şekilde davranılması özellikle hız, kalite ve maliyet açısından lojistik amaçların saptanması, oldukça ciddi bir kaynak niteliği oluşturmaktadır (Keskin ve Köylü, 2018):

- 1- Sadelik: Lojistik planlama, uygulama ve yapılanma evrelerinden çok karışık olan eylemlerden uzak durulmalıdır.
- 2- Standartlık: Yapılan lojistik hizmet ve işlemlerin standart olması, müşteri memnuniyetinin sağlanmasının yanında kurumsallığın ortaya koyulması adına ciddi öneme sahip olup, mali tasarruf bakımından da etkililiğe sahip olmaktadır. Lojistikte standart tip konteynerlerin kullanılması örnek olarak gösterilebilmektedir.
- 3- Ekonomiklik: Kaynakların sınırlı olması nedeniyle rekabete dahil olabilme bakımından finansal durum kontrol edilip iyileştirilerek, söz konusu kaynaklar adına öncelikler tespit edilmelidir.
- 4- Etkinlik: Lojistik süreçlerinde yeterince destek sağlaması ve fayda sağlamayan uygulamaların kaldırılması finansal etkinliği bakımından önem teşkil etmektedir. Yeterli düzeyde kaynak sağlanamaması başarısızlığa sebep olurken gereksiz ve fazla kaynaktan dolayı karışıklığa sebep olmaktadır.
- 5- Esneklik: Teknolojik ilerlemelerin öncülüğünde tüm alanlarda değişim ve sürekli gelişme yaşandığı görülmektedir. Bundan dolayı bu duruma uyum sağlamak gayesiyle hizmetlerde ve planlamada esnekliğin sağlanması gerekmektedir.
- 6- Güvenilirlik: Düzenlenen lojistiğin güvenilirliği, amaçlara erişilmesi ve tehlikelerin minimum düzeyde tutulması bakımında önemli olmaktadır.
- 7- Şeffaflık ve İzlenebilirlik: Lojistik evrelerin anlık takip edilmesi hem var olan durumun incelenmesi hem de sorunların evvelden tespit edilmesi bakımından önemli görülmektedir.
- 8- Koordinasyon ve İşbirliği: Lojistik evrelerde başarı elde edebilmenin yolu bütün paydaşların organize ve ortak işbirliği yapılmasına bağlı olduğu vurgulanmaktadır.

- 9- Önceliklendirme: Lojistik faaliyet ve hizmetlerde öncelik sırası, evrelerin işini kolaylaştıracak ve arzu edilen amaca daha fazla odaklanmayı sağlayacağı bilinmektedir.
- 10- Yetkilendirme: Lojistik olaylarda bazı yönetim kademelerinde görevlilerin belirlenmesi ve yetkili bireylerin dağıtılması; yapılacak ve yapılan işlerin başarıya erişmesi adına önemli olmaktadır.

2.1.2. Lojistiğin türleri ve önemi

Bugün dünya nüfusunun 7.9 milyarı ve ticaret kapasitesinin 12,5 trilyon doların üstünde olması ile beraber bütün ticari ve ekonomik ilişkiler, iletişim ve ulaşım kanallarıyla sağlanmaktadır. Söz konusu durum yolcu ve yük taşımacılığının uygun biçim ve şartlarda yapılmasının mecburiyetini ortaya koymaktadır. Ayrıca bilginin hızlı bir şekilde aktarılması için teknolojik ilerlemelerin lojistik alanda da ciddi düzeyde kullanılması, ekonomik kalkınma ve refah adına büyük bir anlam yüklenmektedir. Bundan dolayı gelişime önem veren her ülke ve pazar alt yapısını ve sektörünü ilerletmek adına ciddi yatırımlar yapmak için gayret harcamakta olduğu belirtmektedir (TOBB, 2014).

Çok eski tarihlere dayanan ve bugün de önemli bir bilimsel araştırma konusu olan lojistik kavramının, alan yazında üzerinde çalışmalara yoğunlaştığı görülmektedir. Fakat 1914 senesinde uygulanmaya başlayan ve özellikle İkinci Dünya Savaşı ile 1970 yılları arasında üretim konusunda etkili olan ve üretimde ucuz araba üretimi olarak tanınan Fordist üretim sistemlerinin meydana gelişi önemli bir örnek olduğu söylenmektedir. Bir üründen düşük maliyet ve çok fazla miktarda üretmek amacıyla kurulan sistemin alt yapısında montaj hattında seri üretimin yattığı söylenmektedir. Bu nedenle Ford şirketinin ilk kez üreterek piyasaya soktuğu “T” model arabanın finansal miktarı 1908’de 850 dolar olurken, 1916’da 360 dolara düştüğü belirtilmektedir (MÜSİAD, 2017). Fordist üretim yönetiminin ilk olarak ABD olmak üzere diğer ülkelerde de uygulanmaya başladığı, bundan dolayı üretimde gereksinim duyulan materyal ve hammaddenin tedariki, teslimatı ve taşınması aşamalarının önem kazanması ile birlikte lojistik kavramının ekonomi alanına giriş yaptığı görülmektedir. Diğer taraftan tedarik ve üretim evreleri ile pazarların globalleşmesi, dış kaynak ve rekabetin artması, farklılaşan müşteri beklentilerinin giderilmesi, bilgi ve hizmet akışının hız kazanması ve finansal avantajın zorlaşması gibi sebepler ile özellikle 20. Yüzyılın sonuna doğru finans alan yazında üzerinde durulan önemli bir kavram olarak

yerleşmiş olmaktadır. Lojistik sektörü; “sosyal, ekonomik, siyasi, askeri ve kültürel” alanlardaki faydalarının yanında “refah, milli gelir, siyasi güç, istihdam, sağlık, stratejik ortaklık, rekabet gücü, vergi gelirleri, yabancı sermaye, dış ticaret kapasitesi ve şirket düzeyindeki pozitif etkileri nedeniyle ekonominin önemli alanlarından biri haline gelmiş ve bu nedenle ülkelerin sürdürülebilir ticaret sistemine sahip olmalarını, kalkınmışlık ve gelişmişlik seviyelerini artırmalarını sağlayan en önemli araçlardan biri olmaktadır”. Nitekim lojistiğin temeli açısından gelişmiş olan ülkelerin ticari ve ekonomik işlemlerde ön plana çıkmaktadır (Erkan, 2014).

2.1.2.1. Tedarik lojistiği

Ham madde, tüketiciye erişecek ya da yarı mamul olan ürünlerin tedarikçilerden satın alınarak satıcının stok yaptığı ve perakende depolarına erişmesini sağlayan etkinlikler evresi olarak açıklanmaktadır. Üretim öncesinde yapılan bu evre asıl olarak üretim sürecinde kullanılan malzeme ve diğer kaynakların vaktinde üretim hattına ya da satış firmalarına taşınmasını hedeflemektedir. Bu aşamada üretim adına gerekli olan bütün kaynakların yönetimi, organizasyonu ve denetimi tedarik lojistiği çerçevesinde değerlendirilmektedir (Akiş, 2016).

Ttedarik zinciri, tedarikçi firmalardan nihai tüketicilere giden mal ve hizmetlerin, planlanması, organizasyonu, kontrolü ile ilgili faaliyetler dizisidir (Yiğit, 2002).

2.1.2.2. Üretim lojistiği

Üretim lojistiği, bir üretim organizasyonu neticesinde üretilen ürünlerin, imalatçılara teslimine kadar geçen uygulama aşaması olarak açıklanmaktadır (Keskin, 2018). Firmalar içerisinde bilgi ve ürün akışının faaliyetlerini, denetim ve yönetim evresini içeren üretim lojistiği, üretimden önce ham madde ya da malzemelerin üretim tezgahlarına teslim edilmesi, fabrika içi taşıma ve depolama, ardından üretilenlerin dağıtım kanallarına veya tüketicilere ulaştırılmasına kadar uzanmaktadır (Akiş, 2016). Lojistik, genellikle üretim alanıyla ilişkilendirilmiş olsa da bireylerin gereksinimleri ve talepleri kapsamında hemen her alanda hakimiyet göstermektedir. Söz gelimi, sağlık, askeri lojistik, gıda lojistiği, hastane lojistiği, afet lojistiği ve turizm lojistiği olarak sıralanabilir (Keskin, 2018).

Üretim lojistiği uygulamaları ile doğru malzeme veya ham maddelerin, doğru yerde, zamanda ve miktarda bulunmasını sağlayarak ekonomik bir tedarik stratejisi hedeflenmektedir. Üretim lojistiği sonucunda, malzemeler üretimin yapılacağı yerde hazır duruma getirilerek firma içinde ve dışında malzemelerin sevki ve yönetimi sağlanarak nakli sağlanmış olur (MEGEP, 2011).

2.1.2.3. Dağıtım lojistiği

Üretim evresi tamamlanmış olan ürünlerin müşteri, pazar ya da tüketicilerine iletilmesini içeren üretim sonrası lojistik safhasında fiziksel dağıtım kanalları devreye sokularak ilgililere teslim edilmektedir. Bu aşamada sunulan fiziki dağıtım faaliyetlerinin önemli bölümü ise depolama, paketleme ve nakliye olmaktadır (Akiş, 2016).

Fiziksel akış ve bilgi akış sürecini sağlayan dağıtım lojistiğinde fiziksel akışla, ürün üretiminin bitiminden, ürünün ambalajlanması ve etiketlenmesiyle başlayarak, depolama ile sürdürülen ve sipariş taleplerinin hazırlanmasını sağlayan, müşteri taleplerine yönelik hizmetlerin tamamlanması hedeflenir (İGEM, 2004).

2.1.2.4 Tersine lojistik

Üretiminde eksiklik olan, hatalı sevkiyat yapılan, son tüketim tarihi geçmiş olan malların geri toplanması faaliyetleri olarak tanımlanmaktadır (Akiş, 2016). Tersine lojistik kavramı, lojistik aşamasının zıt yönde işletilmesini yani tüketiciden üreticiye, hizmet sunucusuna ya da satıcısına doğru ürünlerin ulaşması veya tedarikini içermektedir. Yanlış üretilen mallar ile geri dönüşümle kazandırılacak kutu, boş kap ya da şişe vb. ürünlerin iadesi bu kapsamda değerlendirilmekte ve çevre dostu lojistik olarak tanımlanmaktadır. Sektörden sektöre farklılık göstermekle beraber üreticinin ürettiği malların %5-10'unun geri dönüştüğü düşünülmektedir (Keskin, 2018).

Diğer bir anlatımla tersine lojistik, daha önceden üretilmiş ürünlerin son varış noktasından, tedarik zincirine geri dönüşünü ifade eder. Ürünler, arızalı olması, satılmaması veya müşterilerin fikirlerini değiştirmesi nedeniyle geri dönebilir. Tersine lojistik ise geri dönen ürünlerin geri dönüşüm veya kazanım işlemlerini kapsar. Bu işlemler çoğunlukla ayıklama, kontrol veya test etme, iyi durumda bulunan ürünlerin yeniden depo edilmesi, hatalı olanların ise tamiri, yenilenmesi, geri dönüşüme gönderilmesi, modası veya son kullanma tarihi geçmiş ya da tehlikeli ürün veya

malların imhasıdır. Kısaca tersine lojistik yönetimi uygulamalarının gayesi, geri dönen ürün veya malların geri alımı ya da satışı yapılamayan ürünlerin imha edilerek bertaraf edilmesidir (Bai & Sarkis, 2013).

2.1.3. Lojistiğin prensipleri

Lojistik firmaları faaliyetlerini planlamada ve görevlerini yerine getirmede; sade olma, yeterli olma, elastiki olma, izlenebilir olma, ekonomik olma ve eşgüdüm gibi bazı prensipleri göz önünde bulundurarak hareket ederler (Keskin, 2009).

Lojistiğin prensipleri; sade olma yeterli olma, elastiki olma, izlenebilir olma, ekonomik olma ve eş güdüm kavramlarından oluşmaktadır.

2.1.3.1. Sade olma

Lojistikte kullanılan araç, gereç ve cihazlarda olduğu kadar hizmetlerde ve usullerde de standardizasyona gidilmeli, uluslararası genel kabul görmüş standartların kullanılması sağlanmalıdır. Bu sayede etkin bir süreç için sade, kolay kullanılabilir bir sistem planlama ve uygulama işlemlerinde benimsenmelidir (Keskin, 2009).

2.1.3.2. Yeterli olma

Lojistik kaynaklarda belli bir yeterlilik seviyesine ulaşılmış olunmalı ve prensipte stok yerine sürdürülebilirlik ve karşılanabilirlik ön plana alınmalıdır. Yeterli ve etkin bir desteğin sağlanması, lojistik faaliyetler için vazgeçilmez öneme sahiptir (Keskin, 2009).

2.1.3.3. Elastiki olma

Lojistik faaliyet yöntemleri değişen şartlara ve müşterilerin taleplerine kısa sürede uyum sağlayıp çözüm geliştirerek farklılaşabilecek yapı ve özellikte olmalıdır. Elastiki olma ilk kez pazara ve pazarın hassasiyetine bağlı olarak, sanal entegrasyon, süreç entegrasyonu ve ağ entegrasyonu açılarından cevap verebilirlik olarak tanımlanmıştır (Waters, 2011).

2.1.3.4. İzlenebilir olma

Lojistik firmalar tüm operasyonlarını miktar, zaman, nitelik ve coğrafi olarak takip edebilecek kapasiteye sahip olmalıdırlar. Ortaya çıkabilecek problemlere karşı

geçmiş veya genel tecrübeler ışığında anında çözüm üretebilme gücü lojistik işletmeler için önemli ve katma değer arttırıcı niteliktedir (Keskin, 2009).

2.1.3.5. Ekonomik olma

Lojistik faaliyetlerde, müşterilerin ücrete atfettiği önem dikkate alındığında, önceliklerin belirlenmesi ve kaynakların tasnif ve tahsis edilmesi süreçlerinde ekonomik olma özelliğine dikkat edilmesi önem arz etmektedir. Pazarlamanın da temel önceliklerinden olması nedeniyle, lojistikte en önemli hedeflerden birisi olarak lojistik işlem maliyetlerinin minimize edilmesi, işletmenin geleceği açısından hayati öneme sahiptir. Bu sebeple faaliyetlerin ekonomik olması açısından kaynakların etkin ve verimli kullanılmasına yönelik stratejiler benimsenmeli, hizmet kalitesi düşürülmeden maliyetlerin minimize edilmesinin yolları bulunmalıdır (Keskin, 2009).

2.1.3.6. Eş güdüm

Lojistik faaliyetleri organize edenler, işletme personeli ile müşteri ve/veya tüketiciler arasında nitelikli bir koordinasyon sağlamalıdır. Faaliyetlerin nitelikli bir koordinasyon içerisinde yapılması işletme başarısı ve geleceği için önem teşkil etmektedir. Lojistik faaliyetlerin paydaşlar arasında uyumlu bir şekilde yürütülmesi ise büyük oranda lojistik bilgi sistemleri aracılığı ile yapılmaktadır (Keskin, 2009).

2.2. Bilgi Lojistiği

Bilgi teknolojisi, organizasyon ve firmaların bilgi ihtiyaçlarının giderilmesi amacıyla faaliyetlerin yürütülmesinden meydana gelen bilgilerin yönetilmesi ve işletilmesinde insanlara fayda sağlayan aynı zamanda yardımcı olan bilgisayar tabanlı araçları yararlı duruma getirir. Bilgi teknolojileri üç farklı şekilde yatırıma uygulanabilir. İlk bilgi şekli, bilgisayar teknolojisinin bilginin otomatize edilmesi amacıyla kullanılması üzerine ağırlık vermiştir. İkinci bilgi şekli, teknolojilerin yönetici ve üretken süreçlerde kullanılmasıyla meydana gelir. En karışık olan üçüncü bilgi şekli ise bireylerin bilgiyi kolektif bir görev olarak, düşünce ve istek ağı kurma yoluyla kolektif, şeffaf sonlu, katılımcı bilgi, deneyim ve tecrübe oluşturmak için amacıyla meydana gelir (Candell ve diğ., 2019).

Firmalar bilgi teknolojilerini, karar alma veya iş süreçlerini geliştirmek için uygulamaya koyarlar. Bunlara ek olarak işletme yöneticileri teknolojiyi müşteri ve tedarikçileri ile ilişkilerini geliştirme yoluyla rakiplerinden öne çıkmak amacıyla

kullanılmaktadır. Teknolojinin yaşamın içine derinlemesine girmesi, yanıt verebilirlik gücünün artmasına olanak sunmaktadır. Örgüt performansı bilgi sistemleri yatırım yöntemi ile doğrudan ya da bilgi akışı ve müşteri entegrasyonu ile dolaylı olarak artabilmektedir. Basit bir excel dosyası nadiren önemli bir bilgi lojistiği teknolojisi olarak sunulabilmektedir. Çünkü bu metotla ürünlerin takibi ve yapılacak olan muhasebe işlemleri, müşteri memnuniyeti ile birlikte ciddi rol oynamakta olup yanıt verebilirlik durumunun düzeyini arttırmaktadır.

Excel tablosu, pek çok bilgi lojistik sistem kararlarının verilmesinde fayda sağlamaktadır. Fakat, görevlerin verimli olması ve iyileştirilmesi adına ucuz olmayan başka araçlarda kullanılmaktadır. Ciddi finansal yatırımlara gerek duyulmadan ve pek çok seçeneğin de olmasından kaynaklı olarak CEO, bilgi lojistiği sistemi mali giderlerin azaltılarak stratejik bilgi lojistiği sistemi yatırımlarını yönetebilmek gayesiyle bilgi sistem yetkililerine ihtiyaç duyulmaktadır (Savitskie, 2007).

Bilgi lojistiği sistemleri, bilginin değişimini ve işlemini yapmak gayesiyle yazılım, donanım ve ağ yatırımlarını içermektedir. Bundan dolayı genel düşüncenin tersine bilgi lojistik teknolojileri kavramı sadece bilgisayar sistem ve buna bağlı yazılımlarını içermemekle birlikte aynı zamanda elektronik veri değişimi, uydu iletişimi, barkod gibi sistemleri kapsamaktadır. Bugün daha çok tartışılan ve kabul gören bilgi sistemleri, örgütlerin ilgilendiği alanlarda rekabet avantajı adına ciddi bir önem arz etmektedir (David ve diğ., 2021).

2.2.1. Veri

Veri, bir işleme tabi olmadan, ölçüm ya da gözlem teknikleri sayesinde elde edilen bütün değerler olarak tanımlanmaktadır.

Diğer bir söylemle, veri tabanında olan ve enformasyon için kullanılan genel bir kavram ve terim olmaktadır. Başka bir çalışmada ise, yalnız kullanıldığında anlam taşımayan ya da kullanılmayan, fakat bunun yanında enformasyon ve bilgiye alt yapı oluşturan; gruplandırılmaya, ilişkilendirilmeye, anlamlandırılmaya, yorumlanma ve analize ihtiyaç duyulan saf bilgi biçiminde açıklanmaktadır (Dilek, 2016).

2.2.2. Enformasyon

Enformasyon bir konuda bilgi sahibi olmak, bir durumu yorumlamak ya da o durum ile ilgili yeni bir durumu keşfetmek için kullanılan bir terimdir. Zengin ve düzenli bilgileri içerisinde barındırması nedeniyle işlem kolaylığında önemli rol oynamaktadır. Bu anlamda yapılan çalışmalar deneylere de konu olabilmektedir (Dilek, 2016).

2.2.3. Bilgi

Verinin belli bir anlam ifade edecek şekle getirilmiş haline bilgi denir. Yani, veri ile bilginin ilişkili olduğu bir konuda, bilgi üretecek şekilde bir araya getirilmesi ile bilgi oluşur. Diğer bir anlatımla işlenmiş veri şeklinde açıklanabilecek olan bilgi, Shannon tarafından “bir konu hakkında var olan belirsizliği azaltan bir kaynak” şeklinde açıklanmıştır. Kısaca açıklamak gerekirse; veri üzerinde bilgi ile uyumlu olarak yapılan bütün işlemlerin çıktısı, bilgi olarak tanımlanabilir (Canbek ve Sağıroğlu, 2006).

2.4. İnteraktif Vergi Dairesi

Günümüzde bilişim teknolojilerinin gelişmesi nedeniyle özel sektör ile birlikte kamusal işlem ve hizmetler de de bilişim teknoloji alt yapısı ile sunulmaya başlamış ve bu hizmetlerin içinde vergisel işlemler de e-vergi uygulamaları ile interaktif vergi dairesi aracılığı ile sürdürülmektedir.

Çalışmanın bu bölümünde Gelir İdaresi Başkanlığı tarafından müşterilere daha kolay yoldan hizmet sunulabilmesi amacıyla geliştirilen interaktif vergi dairesi sisteminin tanımı, işleyişi ve bu sistemle hangi vergisel işlemlerin yapıldığı hususları ile ilgili gerekli açıklamalar yapılacak olup, bu çalışmanın okuyucuları interaktif vergi dairesi sistemi hakkında aydınlatılarak daha fazla bilgi sahibi olmaları sağlanmaya çalışılacaktır.



Şekil 2. 1. İnteraktif Vergi Dairesinin Logosu(ivd.gib.gov.tr)

2.4.1. İnteraktif vergi dairesinin tanımı

İnteraktif vergi dairesi, ülkemiz Hazine ve Maliye Bakanlığına bağlı Gelir İdaresi Başkanlığı tarafından vergi müşterilerine sunulan hizmetlerin önemli bir kısmının zaman ve mekan kısıtlaması olmadan elektronik ortamda sunulduğu bir e-vergi sistemidir. Bu sistem sayesinde vergi müşterileri vergi dairesi ile ilgili işlemlerini vergi dairesine gitmeden gerçekleştirirken hem zaman hem de finansman tasarrufu sağlamaktadır (Yereli ve Şahin, 2020).

Gelir İdaresi Başkanlığı'nın 2019-2023 Stratejik Planında interaktif vergi dairesinin amacıyla ilgili olarak aşağıdaki açıklamaya yer vermiştir (GİB, 2019): “...vergi dairesinde fiziksel olarak yapılan işlemlerin, adres ve vergi dairesi yetki alanı sınırı bulunmaksızın kullanıcılar tarafından; veri, bilgi, belge alınıp verilebilmesine imkân tanınan bir şekilde internet üzerinden gerçekleştirilebilmesi, vatandaşlara/mükelleflere aracısız olarak sunulan elektronik ortamdaki hizmetlerin bir araya getirilmesi, elektronik ortamda olmayan hizmetlerin basit ve işlevsel bir yaklaşımla elektronik ortama taşınması ile Gelir İdaresi Başkanlığı birimlerinin görev tanımları içerisinde yer alan işlemlerin internet sayfası üzerinden başlatılması ve sonlandırılmasını kapsayacak şekilde yürütülebilmesi, kullanıcılarla anında iletişim kurularak vergisel işlemlerde kolaylık, hız ve etkinlik sağlanarak tüm gerçek ve tüzel kişilerin kendilerine sunulan hizmetlerden yararlanabilmesi amaçlanmaktadır.”(Çelik, 2022)

2.4.2. İnteraktif vergi dairesinin gelişimi

Bilgi toplumuna geçiş süreciyle birlikte meydana gelen yeni ihtiyaç ve talepler çerçevesinde devletler e-dönüşüme yönelik strateji oluşturmaya ağırlık vermişlerdir. Bu dönem 1990'lara tekabül etmektedir. Belirtilen dönemde ilk kez ABD'de başlamış olan e-dönüşüme ilişkin çabalar 2000'li yıllar ile birlikte Avrupa ülkelerinin de dikkatini çekmiştir. AB'nin e-devlete ilişkin politika geliştirmeyle ilgili kurumsal anlamda ilk girişimi E-Avrupa Projesi adı ile meydana gelmiştir. 2000 yılından sonra ise Birleşmiş Milletler (BM) ve Uluslararası Telekomünikasyon Birliği tarafından Dünya Bilgi Toplumu Zirvesi düzenlenmiştir. Bu zirvede e-devlet uygulamalarının bilgi toplumuna geçiş için son derece önemli aşamalardan birisi olduğu vurgulanmıştır (Demirel, 2004; Demirhan, 2011).

Ülkemizin e-devlet uygulamalarına geçişi dünyadaki gelişmelere denk olarak - 2001 yılında AB'nin aday ülkelerinin oluşturduğu "e-Avrupa+Girişimi"ne üye olarak başlamıştır. Girişime üye olan ülkelerce oluşturulmuş olan Eylem Planında 2003 yılının sonuna kadar gerçekteştirilmek amacıyla belirlenmiş olan hedefler ülkemizde e-devlet dönüşümüne ilişkin politikalara rehberlik etmesi açasından önem arz etmektedir (şahin ve Örselli, 2003).

Bu hedefler aşağıdaki gibidir (Avrupa Komisyonu, 2001):

- Bilgi toplumunun öncelikli alt yapı taşlarını ve temelini oluşturma çalışmalarının hızlandırılması,
- Daha hızlı, ucuz ve güvenli internet,
- İnsan kaynağına yatırım,
- İnternet kullanımlarının canlandırılması.

e-dönüşümle ilgili yukarıda belirtilen uluslararası girişimler ve ülkemizin de yaşanan gelişmeleri yakından takip ederek ilgili kurumlar tarafından stratejiler oluşturması ulusal açından çeşitli uygulamaların ortaya çıkmasında etkili olmuştur. Bu uygulamaların başında Nüfus ve Vatandaşlık İşleri Genel Müdürlüğü'nün 1972'den beri devam etmekte olan ve 2002'de neticelendirilen Merkezi Nüfus İdaresi Sistemi (MERNİS) projesidir. Bu projenin önemi ülkemizde ilk e-devlet uygulamalarından

birisi olmasının yanında sağ, ölü bütün yurttaşlara benzersiz T.C. kimlik numarası vermesidir. Yurttaşlara tanımlanmış olan bu benzersiz kimlik numaraları daha sonraki zamanlarda diğer kurumların da ortak platformlar aracılığıyla elektronik hizmet sunmasında etkili olmuştur (Baştan ve Gökbnar, 2004).

MERNİS projesiyle beraber ölkemizde çok sayıda farklı kurum yeni e-devlet hizmetlerini kullanmaya başlamıştır. MERNİS'ten sonra hayata geçen diğer e-devlet uygulamaları Emniyet Genel Müdürlüğü elektronik alt yapısı olan Polis Ağı (POLNET), Adalet Bakanlığı elektronik alt yapısı Ulusal Yargı Ağı Projesi (UYAP), Maliye Bakanlığı'nın SAY2000'i ve Vergi Dairesi Otomasyon Projesi'dir (VEDOP) (Delibaş ve Akgöl, 2010).

2.4.2. Türkiye'de e-vergi uygulamaları

e-vergi, hem vergi dairesinin hem de müşterilerinin vergiyle ilgili işlemlerinin elektronik alt yapı ortamında gerçekleşmesini sağlamaktadır (Ateş ve Gürses, 2020). E-devlet'in önemli boyutlarından birisi olup gerek müşterilere gerekse de vergi dairesine son derece faydalı avantajlar sağlamaktadır. Müşteriler bu sayede zamanında gelirlerini bildirme, vergilerini zamanında ödeme ve yükümlülükleri ile ilgili hususlardaki gelişmeleri daireye zamanında bildirme gibi pek çok konuda avantaj sağlamaktadır. Bu durum müşterilerin vergi maliyetlerinin düşmesinin yanı sıra vergi gelirlerinin de artmasını sağlamaktadır (Allahverdi ve diğer., 2017).

Sağlamış olduğu avantajlardan ötürü ölkemizde e-vergilemeyle ilişkili kurum içi, dışı ve kurumlar arası olmak üzere pek çok uygulama ve proje geliştirilmiş olup bunlardan en önemlisi VEDOP projesidir. Bu projeye birlikte vergi dairelerinde manuel olarak yapılmakta olan işlemler bilgi teknolojileri aracılığı ile dijital ortamda yapılmaya başlanmıştır. VEDOP projelerinin tamamlanmasıyla birlikte pek çok e-vergi uygulaması kademeli bir şekilde hayata geçirilmeye başlanmış olup bunlardan en önemlisi kuşkusuz İnteraktif Vergi Dairesi (İVD) projesidir. 28.02.2018 tarihinde uygulanmaya başlayan İVD sayesinde müşteri olmasına bakılmaksızın bütün vatandaşlar vergi kayıtlarıyla ilgili bilgilere erişebilmekte, vergi ödeme, başvuruda bulunma, dilekçe verme gibi oldukça yoğun bir şekilde kullanılan işlemlerini hızlı bir şekilde yerine getirebilmektedir. İlk kullanılmaya başladığı yıl olan 2018'de 50 adet hizmet bulunmakta iken 2019 yılında bu sayı 97'ye ulaşmıştır (GİB, 2020). Haziran 2021 itibarıyla ise hizmet sayısı 203'e çıkmıştır (GİB, 2021).

Ülkemizde e-vergi uygulamasının gelişmesi ve yayılması ile birlikte, bu alanla ilgili akademik çalışmalarda ortaya çıkmaya başlamış olup, literatüre bakıldığında, bu alan ile ilgili çalışmaların 2000 yıllarının başlarına denk geldiği anlaşılmaktadır (Ateş ve Gürses, 2020). Bu alanla ilgili çalışmaların da genelde 6 başlık altında ilerlediği görülmektedir:

1. E-Vergi uygulamalarını kayıt dışı ekonomi ve vergi denetimi açısından değerlendiren çalışmalar (Çağlar, 2011; Calayoğlu, 2019; Demir, 2018; Memiş ve diğ., 2019; Serçemeli, 2019; Türk, 2010; Ünal, 2018; Uzun Kocamış ve Kekeç, 2017)

2. E-Vergi uygulamalarını vergilendirme, vergilendirme maliyeti, vergilendirmede ekonomiklik ve vergide uyumluluk gibi noktalar doğrultusunda değerlendiren çalışma ve araştırmalar (Admiş, 2019; Altıntaş, 2019; Ay, 2019; Çimen, 2016, 2017; Çopur, 2021; Önkan, 2013; Onursal, 2019; Tokdemir, 2019).

3. Genel anlamda e-verginin sistem uygulamaları, vergilendirmede e-dönüşüm süreci, e-vergi sistem ve uygulamasında meydana gelen problemler, uygulamaların sınıflandırılması, kıyaslanması gibi konular üzerinde duran çalışmalar (Ateş, 2021; Canbolat, 2019; Çelebi, 2018; Çelik, 2018; Cenikli ve Şahin, 2013; Evcimen, 2005; Öz ve Bozdoğan, 2012; Özgen, 2012; Turna, 2021).

4. E-vergi sistemlerini mobil teknoloji, yapay zeka ve bilişim sistemleri gelişimi gibi alanlar etrafında ön plana alan çalışmalar (Ateş ve Gürses, 2020; İlgar, 2019; Özgen, 2008; Taytak ve Vural, 2019; Yereli ve Şahin, 2020).

5. E-tebligat, e-defter, e-yoklama, e-fatura gibi bir veya birkaç elektronik vergi uygulamasını ön plana çalışmalar (Akdemir, 2008; Akkaya, 2020; Arslan ve Biniş, 2016; Bayraktar, 2019; Çanakçıoğlu, 2021; Işık ve diğ., 2014; Kefe ve Kanarığ, 2019; Yurtsever, 2016).

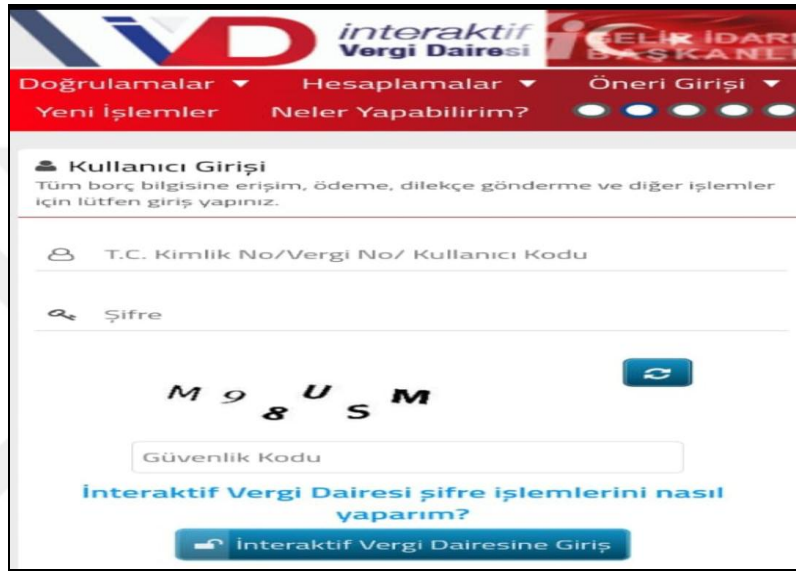
6. Elektronik vergi uygulamalarının benimsenmesi ve uygulamaya uyumluluk sağlanması alanındaki çalışmalar (Bayraktar ve Yıldırım, 2017; Demirbaş vd., 2012; Sandalcı, 2021; Turan ve Özgen, 2009).

Yukarıda açıklanan literatür araştırmalarından yola çıkarak, e-vergi sistemlerini vergi müşterisi açısından ele alan, diğer bir anlatımla e-vergi sistemlerinin vergi

müşterileri tarafından benimsemesi ve uyumluluk göstermesi ile ilgili çalışmaların oldukça yetersiz olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

2.4.3. İnteraktif vergi dairesi sistemine giriş

İnteraktif vergi dairesi sistemine e-Devlet şifresi, kullanıcı kodu ve şifresi olan veya ivd.gib.gov.tr adresinden e-Devlet şifresi ile kayıt ol butonundan şifre alan tüzel ve gerçek kişiler giriş yapabilmekte olup, giriş ekranı Şekil 2.2. ve Şekil 2.3'de gösterilmiştir (<https://ivd.gib.gov.tr/>).



Şekil 2. 2. İnteraktif Vergi Dairesine Şifre ve Güvenlik Kodu İle Giriş Ekranı(ivd.gib.gov.tr)



Ödeme Planı Numarası ile Yapılandırma Ödemeleri	Belge Numarası ile Ödeme	Harç ve Değerli Kağıt Bedeli Ödeme
Referans Numarası ile Ödeme	Yabancılar İçin Potansiyel Vergi Kimlik Numarası (APPLICATION)	Yabancı Plakalı Araç Ödemeleri (Foreign Vehicle)

Şekil 2. 3. İnteraktif Vergi Dairesi Sistemine e-Devlet Şifresi İle Giriş Ekranı(ivd.gib.gov.tr)

Yine e-Devlet uygulamasına girdikten sonra Gelir İdaresi Başkanlığı menüsünden de interaktif vergi dairesi sistemine giriş yaparak işlem yapılabilir (https://ivd.gib.gov.tr/).

2.4.4. İnteraktif vergi dairesi sisteminde yapılan işlemler

Vergi dairesine gitmeden işi bırakma bildirim, işe başlama bildirim, mükellefiyet yazısı talebi, iş yeri adres değişikliği bildirim, faaliyet konusu ve unvan değişikliği dilekçesi gönderimi, ek faaliyete başlama bildirim ile vergi borcu, trafik idari para cezası, tapu ve pasaport harcı, idari para cezası vs. birçok ödeme işlemi yapılmakta ve işlem ekranı, Şekil 2.4’te gösterilmiştir (https://ivd.gib.gov.tr/).



The screenshot shows the İnteraktif Vergi Dairesi (İVD) system interface. At the top, there is a red banner with the text "e saat 23:45 - 02:00 arasında ktadır." Below this, there is a section titled "Vergi Miktarı (TL)". To the right, there is a calendar for the month of Kasım (November) with columns for Pt, Sa, Ça, and Pe. A dropdown menu is open, listing various services with star icons:

- Mükellefiyet Yazısı Talebi (Merkez ve Şube)
- İşe Başlama Bildirimi
- İletişim Bilgileri Güncelleme Dilekçesi
- Apartman Yöneticiliği Sicil Açılış Dilekçesi
- Muhtasar ve Prim Hizmet Beyannamesi Gelir Stopaj Mükellefiyeti Açılış Dilekçesi
- Yeniden Yoklama Talebinde Bulunma Dilekçesi
- Esnaf Vergi Muafiyeti Belgesi Talep Dilekçesi
- İş Ortaklığı İşe Başlama Bildirimi
- Adi Ortaklık İşe Başlama Bildirimi
- Turizm Payı Mükellefiyeti Açılış Dilekçesi

Şekil 2. 4. İnteraktif Vergi Dairesinde Yapılabilecek İşlemler Tablosu(ivd.gib.gov.tr)

2.4.5. İnteraktif vergi dairesi sisteminin avantajları

İnteraktif Vergi Dairesi (İVD) sisteminin avantajları aşağıdaki gibi sıralanabilir (Allahverdi ve diğ., 2017):

- İşlemlerin, vergi dairesine gitmeden başlatılıp bitirilebilmesi,
- Aracısız olarak elektronik ortamda mükelleflere hizmet sunulabilmesi,
- Vergi dairesine gitmeden sistem üzerinde borç sorgulama ve ödeme işlemlerinin yapılabilmesi,

- Vergi dairesine gidilmeden bildirim, dilekçe ve vergi borcu yoktur yazısı vb. vergi işlemlerinin yapılabilmesi,
- Vergiye gönüllü uyum seviyesini arttırması vb. gibi avantajları bulunmaktadır.

2.4.6. İnteraktif vergi dairesinde görüntülenen bilgiler

İnteraktif vergi dairesi sisteminde sicil bilgileri, şirket ortalığı bilgileri, sahip olunan araç bilgileri, yoklama ve denetim bilgileri, ceza ihbarname bilgileri, yazar kasa bilgileri, basılan belge bilgileri, tahakkuk ve tahsilat vb. gibi bilgiler görüntülenebilmekte ve görüntülenebilen bilgi ekranı Şekil 2.5'te gösterilmiştir.

☆	Sicil Kaydım
	Ortaklık Bilgilerim
☆	Gerçek Faydalanıcıya İlişkin Bilgilerim
	Araç Bilgilerim
☆	E-Yoklamalarım
☆	Vergi Ceza İhbarnamelerim
☆	Ödeme Kaydedici Cihazlarım
☆	E-Arşiv Faturalarım
☆	Adıma Kesinti Yapan Firma/Şahısların Listesi
☆	Belge Basım Bilgilerim
☆	Vergiye Uyumda Vergi İndirim Bilgisi
☆	Takdire Sevk Bilgilerim
☆	Tahsilat Bilgilerim
☆	Tahakkuk Bilgilerim
☆	Harç Tahakkuk Kaynağı Bilgilerim
☆	518 Sıra No lu VUK Genel Tebliği Kapsamında Mücbir Sebep Durum Sorgusu ve Dilekçeler

Şekil 2. 5. İnteraktif Vergi Dairesinde Görülebilecek İşlemler Tablosu(ivd.gib.gov.tr)

2.4.7. İnteraktif vergi dairesinde yapılan vergi işlemleri

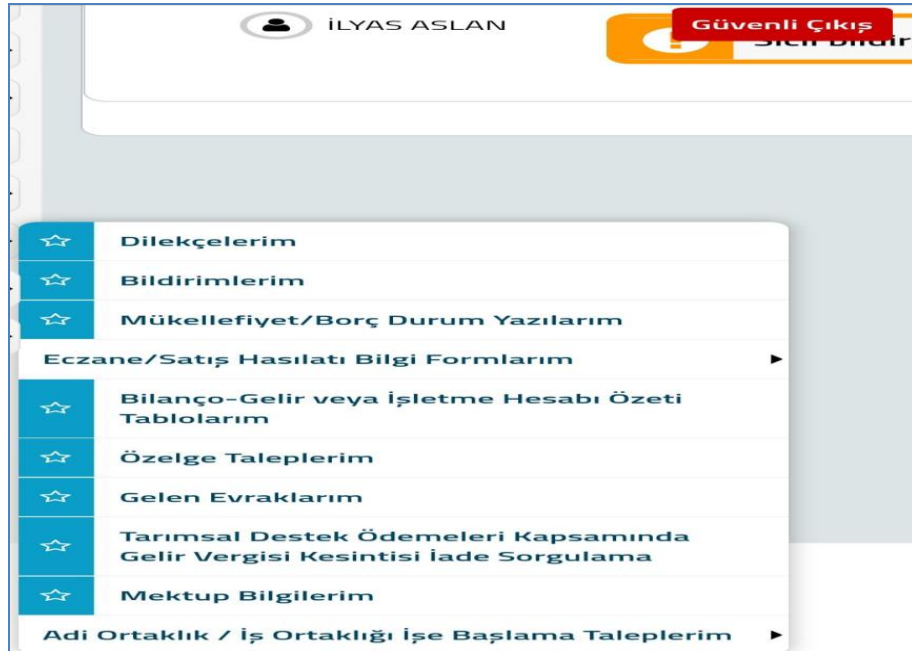
İnteraktif vergi dairesi sisteminde yükümlülükler ile ilgili işlemler, vergi ile ilgili işlemler, beyanname ile ilgili işlemler, araç işlemleri ile e-defter ve e-belge işlemler başlıkları altında pek çok işlemler yapılabilmekte olup, işlem ekran görüntüsü Şekil 2.6'da gösterilmiştir.



Şekil 2. 6. İnteraktif Vergi Dairesinde Yapılabilecek Vergi İşlemleri Tablosu(ivd.gib.gov.tr)

2.4.8. İnteraktif vergi dairesinde işlem durumları ve sonuçları

İnteraktif vergi dairesi işlem durumları ve sonuçları başlığı altında dilekçeler, bildirimler, gelen evraklar, mektup bilgiler ve borç yazıları gibi bilgilere ulaşılabilmekte ve ekran görüntüsü Şekil 2.7’de yer almaktadır.

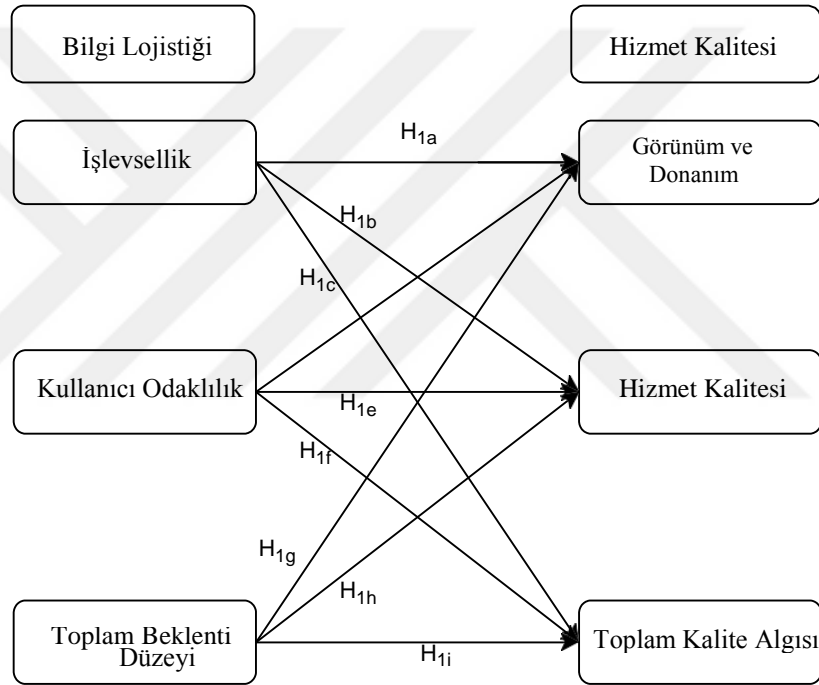


Şekil 2. 7. İnteraktif Vergi Dairesinde İşlem Durumları ve Sonuçları Tablosu(ivd.gib.gov.tr)

3. MATERYAL VE YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Modeli

Araştırmada vergi müşterilerinin hizmet kalitesi anlayışı ve bu anlayışın temeli olan interaktif vergi dairesinin fiziki görünüşünün, güvenilirliğinin, vergi müşterileri ile etkileşimi, politikaları, hizmet çeşitliliği ve hizmet kalitesi anlayışı ve sorun çözme yöntemlerinin interaktif vergi dairesinden hizmet alan vergi müşterilerinin memnuniyet düzeyi etkisinin irdelenmesi hedeflendiğinden, kuram ve görsel araştırmalardan yola çıkarak Şekil 3.1'deki model meydana getirilmiştir.



Şekil 3. 1. Araştırmanın modeli

3.2. Evren ve Örneklem

Bu çalışmanın evreni Diyarbakır ili merkezinde yerleşik olan, 18 yaşından büyük ve interaktif vergi dairesinde vergisel işlemlerini yapan vergi müşterilerinden oluşmaktadır. Araştırmanın ana külesini, 18 yaşından büyük ve Diyarbakır'daki 8.000 vergi müşterisini içerdiğinden, en üst seviyede ele alınmış ve böylece örneklemin büyüklüğü %95 güven seviyesi ve 0,05 hata payı ile 392 olarak hesaplanmıştır (Kalaycı, 2015). Bu örneklem hacmine erişilmesi için araştırmacının ana kütle içerisinde seçilen örnek kesim içinden 392 gerçek kişi vergi müşterisi ile yüz yüze anket yapılarak kolayda örnekleme yönteminden faydalanılmıştır. Kolayda örnekleme yöntemi ile

veriler, ana kütleden seri, ekonomik ve kolay bir biçimde toplanır. Geri dönüş oranı %100 olmuştur.

3.3. Veri Toplama Yöntem ve Teknikleri

Çalışma için Servqual Ölçeği modelinden faydalanılmıştır. Araştırma için toplanan verilerin tamamı anket yoluyla ve yüz yüze olarak toplanmış olup, anket formu üç bölümden oluşmaktadır:

1-Demografik Özellikler

2-Bilgi Lojistiği Önergeleri

3-İnteraktif Vergi Dairesi Önergeleri

Demografik Özellikler kısmında altı soru bulunmakta ve araştırmaya katılan bireylerin yaş, cinsiyet, eğitim durumu, mesleki durum, medeni durumu ile çalıştığı kurum bilgileri hakkında bilgi sahibi olunması amaçlanmıştır.

Bilgi Lojistiği Önergeleri müşterilerin, interaktif vergi dairesi önermelerini değerlendirmeden önce interaktif vergi dairesinde sağlanan bilgilerin özelliği, hızı, yeterliliği, bilgi işleme modu, müşteri ile sistem entegrasyonu gibi konularda farkındalığının oluşturulmasını sağladıktan sonra sistemin daha nesnel bir şekilde değerlendirilmesini sağlamak amacıyla bilgi lojistiği önermeleri müşterilerin değerlendirilmesine sunulmuştur (Nursyamsi, 2014), (Çizelge 3.1).

Çizelge 3. 1. Bilgi Lojistiği Önergeleri ve Önergelerin Yararlanıldığı Kaynaklar

Bilgi Lojistiği Önergeleri	Kaynaklar
Müşteri ile interaktif vergi dairesi sistemi arasında yüksek düzeyde entegrasyon için gerçek zamanlı olarak iki yönlü iletişim gereklidir.	
Çok yüksek hız için standartlaştırılmış bilgiler olarak müşteri tarafından kullanılabilir veri tabanı süreç için çok önemlidir.	
İnteraktif vergi dairesi tarafından sağlanan tüm bilgiler müşteri odaklıdır.	
Müşteri ile vergi dairesi arasında entegrasyon sağlayıcı olarak interaktif vergi dairesi sistemi içinde müşterilerin toplu işleme modu yeterli olmalıdır.	
Müşteri ile vergi dairesi arasında entegrasyon sağlayıcı olarak interaktif vergi dairesi sistemi içinde müşterilerin toplu işleme modu belirli durumlar için yeterlidir.	(Nursyamsi, 2014)
Müşteriler tarafından kullanılan standartlaştırılmış bilgiler ve erişilebilir veri tabanları için bilgi alma hızı önemlidir.	
Yapılan temel bilgiler ve müşteriler tarafından kolayca kullanılabilen veri tabanları için bilgi alma hızı önemlidir.	
Müşteri ile vergi dairesi arasında veri alış verişi sağlayan interaktif vergi dairesi sistemine yüklenen veriler müşterilerin bilgi işleme moduna uygundur. İnteraktif vergi dairesi sistemi ile ilgili çoğu bilgi müşteri tarafından tedarik edilir.	

Hizmet Kalitesi Ölçeği, interaktif vergi dairesinin hizmet kalitesini ölçmek için servqual ölçeği örnekleri araştırılarak interaktif vergi dairesi hizmet kalitesini ölçmeye en uygun olarak değerlendirilen *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi: Servqual Yöntemi ile Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi* örneğinden faydalanılmıştır. Bu ölçek, verilen hizmetin güvenilirlik ve fiziki görünüm yönlerinden araştırmamızın hedefine yönelik olacağı anlaşıldığından bu ölçeğin interaktif vergi dairesi hizmet kriterlerine uyarlanarak alınmasına karar verilmiştir (Yılmaz ve diğ., 2007). Araştırmada kullanılan hizmet kalitesi ölçeğinin tamamlanmış şekli toplamda 37 ifade ve 6 alt boyuttan meydana gelmektedir. Araştırma ölçeği 5’li likert tipi derecelendirme ile değerlendirilmiş olup, “Kesinlikle katılmıyorum” ile “Kesinlikle katılıyorum” arasındaki skalaya ayrılmıştır. Ölçekte ters kodlama yapılmış madde yer almamaktadır. Ölçekte bulunan ifade ve boyutlar ile bunların alındığı kaynaklar Çizelge 3.2’de belirtilmiştir.

Çizelge 3. 2. Hizmet Kalitesi Ölçeği Maddelerinin Yararlanıldığı Kaynaklar

Boyutlar	İfadeler	Kaynaklar
Fiziki Görünüş	İnteraktif vergi dairesi hizmetlerini sunan sistem modern donanımına sahiptir.	(Yılmaz ve diğ., 2007)
	İnteraktif vergi dairesi hizmetlerinin sunulduğu program görsel olarak çekicidir.	
	İnteraktif vergi dairesi sisteminde gereksiz görseller bulunmamaktadır.	
Güvenirlik	İnteraktif vergi dairesi hizmetleri sunan kurum güvenilirdir.	
	İnteraktif vergi dairesi hizmetleri sunan kurum kendini güvende hissettirir.	
	İnteraktif vergi dairesi hizmetleri sunan kurum çalışanlarının tutum ve davranışları güven hissi verir.	
	İnteraktif vergi dairesi hizmetleri sunan kurumda kayıtlar titizlikle ve hatasız tutulur.	
Kişisel Etkileşim	İnteraktif vergi dairesi hizmetleri sunan kurum çalışanları anlayışlı ve naziktir.	
	İnteraktif vergi dairesi hizmeti sunan kurum çalışanları yenilik, gelişim ve çağa uyum konusunda müşterilere önderlik yapmaya isteklidirler.	
	İnteraktif vergi dairesi hizmetleri sunan kurum çalışanları her müşteri ile kişisel ve samimi olarak ilgilenir	
	İnteraktif vergi dairesi hizmeti sunan kurum çalışanları hizmet alanların özel ihtiyaçlarını anlar	
Politikalar	İnteraktif vergi dairesi hizmetleri sunan kurum çalışanları her müşteri için elinden gelenin en iyisini yapar.	
	İnteraktif vergi dairesi hizmetleri sunan kurum çalışanları her müşteri ile kişisel ve samimi olarak ilgilenir.	
	İnteraktif vergi dairesi hizmetleri sunan kurumun çalışma saatleri bütün müşterilerin hizmet alması için uygundur.	
	İnteraktif vergi dairesi hizmetlerinin sunulduğu program verilen hizmete uygundur.	
	İnteraktif vergi dairesi hizmetlerini sunan kurum vaatleri zamanında yerine getirir.	
	İnteraktif vergi dairesi hizmetleri ile ilgilenen vergi dairesi çalışanları	

	temiz ve düzenlidir
	İnteraktif vergi dairesi hizmetleri sunan kurum çalışanları hizmetin tam olarak ne zaman sağlanacağını söyler.
Ürün Çeşitliliği ve Kalite	İnteraktif vergi dairesi sistemi müşterilere özel hizmetlerin oluşturulmasına imkan vermektedir.
Sorun Giderme	İnteraktif vergi dairesi hizmetleri sunan kurum çalışanları müşterilerin sorunları ile özenle ilgilenir
	İnteraktif vergi dairesi hizmetleri sunan kurum çalışanları müşterilerin sorularını cevaplayacak bilgiye sahiptir
	İnteraktif vergi dairesi hizmetleri sunan kurum çalışanları sundukları hizmeti gecikmeksizin ilk seferde ve doğru olarak yerine getirir.

3.4. Veri Toplama Araçlarının Uygulanması

Çalışmada elde edilen veriler SPSS 22 istatistik programı aracılığı ile analize tabi tutulmuştur. Araştırma kapsamında toplanan verilerin analiz işlemlerinde SPSS programı kullanılmıştır. Ölçek verilerine ilk aşamada Açıklayıcı Faktör Analizi uygulanmış, ikinci aşamada ise güvenilirlik ve normallik analizleri uygulanmıştır. Ölçek puanları normal dağılıma uygun olmadığı için parametrik analizlerin alternatifleri olan non-parametrik analizler uygulanmıştır. Ölçek puanlarının yaş grubu, eğitim durumu, çalıştığı kurum türüne göre karşılaştırılmasında Kruskal Wallis H analizi veya One Way ANNOVA kullanılırken, cinsiyet, medeni durum ve meslek grubuna göre karşılaştırılmasında Mann Whitney U test veya Independent Samples T test alternatifi kullanılmıştır. Ölçek puanları arasında bulunan ilişkinin incelenmesinde ise Spearman Korelasyon analizi kullanılmıştır.

4. ARAŞTIRMA BULGULARI

Bu bölümde araştırma sonucu elde edilen bulgular tablolar halinde sunulmuştur.

4.1. Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Likert türündeki derecelendirme ölçekleri ile elde edilen verilerin tutarlı olup olmadığının ölçülmesi gerekmektedir. İç tutarlılığın ölçülmesi amacıyla Güvenilirlik Analizi uygulanmaktadır. Uygulanan güvenilirlik analizi sonuçları Çizelge 4.1’de yer almaktadır.

Çizelge 4. 1. Ölçek Puanlarına İlişkin Güvenilirlik ve One Sample Kolmogorov-Smirnov (K-S) Normallik Analizi Sonuçları

Ölçek	Cronbach’s Alpha (α)	K-S (p)
İşlevsellik	,785	,000
Kullanıcı odaklılık	,667	,000
Toplam beklenti düzeyi	,804	,000
Görünüm ve donanım	,826	,000
Hizmet kalitesi	,949	,000
Toplam kalite algısı	,948	,000

Çizelge 4.1 incelendiğinde, araştırma kapsamında kullanılan ölçek verilerinin analiz için yeterli düzeyde güvenilirliğe sahip olduğu ($\alpha > 0,60$) görülmektedir (Özdamar, 2013). K-S test sonuçları incelendiğinde, verilerin normal dağılıma uymadığı ($p < 0,05$) görülmektedir. Bu nedenle non-parametrik analizler uygulanmıştır.

4.2. Demografik Bilgilere İlişkin Dağılımlar

Bu bölümde araştırma kapsamında toplanan verilerde katılımcılara ilişkin yer alan demografik bilgilerin yüzdeler ve frekans dağılımları incelenmiştir.

Çizelge 4. 2. Katılımcıların Demografik Bilgilerine İlişkin Yüzdeler ve Frekans Dağılımlar

Değişken	Kategori	f	%
Yaş grubu	30 yaş ve altı	196	50,0
	31-40 yaş	129	32,9
	41-50 yaş	54	13,8
	51 yaş ve üzeri	13	3,3
Cinsiyet	Erkek	266	67,9
	Kadın	126	32,1
Medeni durum	Evli	227	57,9
	Bekar	165	42,1
Eğitim durumu	İlköğretim	41	10,5
	Lise	141	36,0
	Ön lisans	52	13,3
	Lisans	137	34,9
	Lisansüstü	21	5,4

Meslek grubu	Kamu sektörü	109	27,8
	Özel sektör	283	72,2
Çalıştığı kurum türü	Kamu kuruluşu	109	27,8
	Özel sektör	109	27,8
	Kendi işim	79	20,2
	Diğer	95	24,2

Ankete katılanların %50'si 30 yaş ve üzerinde, %32,9'u 31-40 yaş grubunda, %13,8'i 41-50 yaş grubunda, %3,3'ü 51 yaş ve üzerinde, %67,9'u erkek, %32,1'i kadın, %57,9'u evli, %42,1'i bekar katılımcılardan oluşmaktadır. Katılımcıların %10,5'i ilköğretim mezunu, %36'sı lise mezunu, %13,3'ü ön lisans mezunu, %34,92'si lisans mezunu, %5,4'ü lisansüstü eğitim mezunu, %27,8'i kamu sektöründe, %72,2'si özel sektörde çalışırken, %27,8'i kamu kuruluşunda, %27,8'i özel sektörde, %20,2'si kendi işinde, %24,2'si diğer kurumlarda çalışmaktadır (Çizelge 4.2).

4.3. Bilgi Lojistiği Ölçeğinin Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Bu bölümde Bilgi Lojistiği Ölçeğine ilişkin açıklayıcı faktör analizi sonuçları değerlendirilmiştir. Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) bir ölçeğin geliştirilmesinde ilk aşamada kullanılan analiz yöntemlerindedir. AFA ile ölçeğin yapı olarak geçerli olup olmadığı değerlendirilmektedir. AFA analizi kapsamında incelenmesi gereken değerler vardır ve bu değerlere göre ölçeğin yapı olarak uygun olup olmadığına karar verilmektedir. Bu değerlerden tabloların altında detaylı olarak bahsedilmiştir.

Çizelge 4. 3. Bilgi Lojistiği Ölçeğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi KMO ve Bartlett's Test Sonucu

Kaiser-Mayer-Olkin (KMO)		,831
Bartlett's Test	χ^2	772,498
	df	21
	p	,000

KMO değeri açıklayıcı faktör analizi işleminde örneklemin yeterli büyüklükte olup olmadığını ölçmektedir. KMO değerinin ,800'den yüksek olması durumunda örneklemin mükemmel düzeyde büyüklüğe sahip olduğu ifade edilmektedir (Aksu ve diğ, 2017; Altunışık ve diğ, 2007). Bilgi lojistiği ölçeğine uygulanan açıklayıcı faktör analizinde KMO değeri ,831 olarak bulunmuş olup, örneklemin mükemmel düzeyde yeterli sayıda olduğu tespit edilmiştir. Bartlett's test değeri incelendiğinde, değerlerin $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı olduğu ve bu nedenle ölçeğin faktörlere bölünebileceği tespit edilmiştir (Çizelge 4.3).

Çizelge 4. 4. Bilgi Lojistiği Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi Faktör Yükleri

	Faktör 1	Faktör 2	Açıkladığı varyans
1. Müşteri ile interaktif vergi dairesi sistemi arasında yüksek düzeyde entegrasyon için gerçek zamanlı olarak iki yönlü iletişim gereklidir.	,748		
2. Çok yüksek hız için standartlaştırılmış bilgiler olarak müşteri tarafından kullanılabilir veri tabanı süreç için çok önemlidir.	,750		34,23
3. Müşteri tarafından sağlanan tüm bilgiler müşteri odaklıdır.	,697		
6. Müşteriler tarafından kullanılan standartlaştırılmış bilgiler ve erişilebilir veri tabanları için bilgi alma hızı önemlidir.	,754		
7. Yapılan temel bilgiler ve müşteriler tarafından kolayca kullanılabilen veri tabanları için bilgi alma hızı önemlidir.		,739	
8. Müşteri ile vergi dairesi arasında veri alış verişi sağlayan interaktif vergi dairesi sistemine yüklenen veriler müşterilerin bilgi işleme moduna uygundur.		,711	26,87
9. İnteraktif vergi dairesi sistemi ile ilgili çoğu bilgi müşteri tarafından tedarik edilir.		818	

Bilgi lojistiği ölçeğine ilişkin açıklayıcı faktör analizi Varimax döndürme yöntemi ile yapılmıştır. Aynı anda iki faktör içerisinde yer alan ve bu faktörlerdeki yüklerinin farkı 0,100'den az olan (madde) veya bir faktördeki faktör yükü 0,300'den az olan maddeler ölçekten çıkarılmalıdır (Altunışık ve diğ, 2007, Çokluk ve diğ, 2012). Yapılan açıklayıcı faktör analizi kapsamında biniş olan ve faktör yükü 0,300'ün altında olan 4 ve 5 numaralı maddeler ölçekten çıkarıldıktan sonra tekrar faktör analizi yapılmıştır. Faktör 1 "işlevsellik" ve faktör 2 "kullanıcı odaklılık" olarak adlandırılmıştır. Ölçeğin maddelerinin benzeşme değerini belirleyen AVE değerinin, yapılan hesaplama sonucunda; 1. faktörün AVE değerinin 0,545, CR değerinin 0,826 olması; 2. faktörün ise AVE değerinin 0,573, CR değerinin ise 0,800 olması ve bu değerlerin literatürdeki geçerlilik değeri olan 0,50'den büyük olması nedeniyle ölçek geçerlilik şartlarını sağlamıştır. Aynı zamanda ölçeğin 1'inci faktörünün açıkladığı varyans %34,23, 2'nci faktörünün açıkladığı varyans %26,87 olup, ölçeğin toplam açıkladığı varyans %61,09 olarak hesaplanmıştır (Çizelge 4.4).

4.4. Bilgi Lojistiği Ölçeği Puanlarının Demografik Değişkenlere Göre Karşılaştırılması

Bu bölümde katılımcıların demografik bilgilerine göre Bilgi Lojistiği Ölçeğinin demografik değişkenlere göre değerlendirmesine ilişkin analiz sonuçları yer almaktadır.

Çizelge 4. 5. Katılımcıların Bilgi Lojistiği Ölçeği Puanlarına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Ölçek	N	\bar{X}	SS (\pm)
İşlevsellik	392	4,14	0,73
Kullanıcı odaklılık	392	4,03	0,79
Toplam beklenti düzeyi	392	4,10	0,66

Çizelge 4.5 incelendiğinde, araştırmaya katılanların bilgi lojistiğine ilişkin işlevsellik, kullanıcı odaklılık ve toplam beklenti düzeyinin orta seviyenin üstünde olduğu görülmektedir.

Çizelge 4. 6. Katılımcıların Yaş Gruplarına Göre Bilgi Lojistiği Ölçeği Puanlarının Karşılaştırılması

Ölçek	Yaş grubu	N	\bar{X}	SS (\pm)	x^2	p
İşlevsellik	30 yaş ve altı	196	4,04	0,82	5,4	,146
	31-40 yaş	129	4,23	0,62		
	41-50 yaş	54	4,31	0,57		
	51 yaş ve üzeri	13	4,10	0,86		
Kullanıcı odaklılık	30 yaş ve altı	196	3,95	0,86	4,0	,261
	31-40 yaş	129	4,12	0,71		
	41-50 yaş	54	4,10	0,75		
	51 yaş ve üzeri	13	4,26	0,71		
Toplam beklenti düzeyi	30 yaş ve altı	196	4,00	0,75	4,8	,184
	31-40 yaş	129	4,18	0,53		
	41-50 yaş	54	4,22	0,56		
	51 yaş ve üzeri	13	4,16	0,63		

Çizelge 4.6 incelendiğinde, araştırmaya katılanların yaş gruplarına göre bilgi lojistiğine ilişkin işlevsellik, kullanıcı odaklılık ve toplam beklenti düzeyinin anlamlı ölçüde farklılaşmadığı anlaşılmaktadır ($p>0,05$).

Çizelge 4. 7. Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Bilgi Lojistiği Ölçeği Puanlarının Karşılaştırılması

Ölçek	Eğitim durumu	N	\bar{X}	SS (\pm)	x^2	p	Gruplar arası fark
İşlevsellik	İlköğretim	41	4,29	0,50	7,3	,120	-
	Lise	141	4,03	0,78			
	Ön lisans	52	4,18	0,59			
	Lisans	137	4,23	0,73			
	Lisansüstü	21	3,93	1,03			
Kullanıcı	İlköğretim	41	4,47	0,47	24,5	,000	1>2, 1>3,

odaklılık	Lise	141	4,06	0,84	10,1	,038	1>4, 1>5, 2>4, 2>5, 3>5
	Ön lisans	52	4,16	0,59			
	Lisans	137	3,90	0,80			
	Lisansüstü	21	3,57	0,97			
Toplam beklenti düzeyi	İlköğretim	41	4,37	0,40	10,1	,038	1>2, 1>4, 1>5
	Lise	141	4,04	0,72			
	Ön lisans	52	4,17	0,51			
	Lisans	137	4,09	0,64			
	Lisansüstü	21	3,78	0,92			

Çizelge 4.7 irdelendiğinde, katılımcıların eğitim seviyelerine göre işlevsellik beklentisi arasında istatistiksel olarak anlamlı ölçüde farklılık bulunmadığı ($p>0,05$), ancak kullanıcı odaklılık ve toplam beklenti düzeyinin eğitim seviyelerine göre istatistiksel olarak anlamlı ölçüde farklılaştığı ($p<0,05$) görülmektedir. Kullanıcı odaklılık beklentisinde, ilköğretim mezunu katılımcıların beklenti düzeyinin lise, ön lisans, lisans ve lisansüstü eğitim mezunu katılımcılardan istatistiksel olarak anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu ($p<0,05$), lise mezunu olan katılımcıların beklenti seviyesinin lisans ve lisansüstü eğitim mezunu katılımcılardan istatistiksel olarak anlamlı seviyede daha yüksek olduğu ($p<0,05$), ön lisans mezunu olan katılımcıların beklenti seviyesinin lisansüstü eğitim mezunu olan katılımcılardan istatistiksel olarak anlamlı ölçüde daha yüksek olduğu ($p<0,05$) görülmektedir. Toplam beklenti düzeyinde, ilköğretim mezunu katılımcıların beklenti düzeyinin lise, lisans ve lisansüstü eğitim mezunu olan katılımcılardan istatistiksel olarak anlamlı ölçüde daha yüksek olduğu ($p<0,05$) görülmektedir.

Çizelge 4. 8. Katılımcıların Meslek Gruplarına Göre Bilgi Lojistiği Ölçeği Puanlarının Karşılaştırılması

Ölçek	Meslek grubu	N	\bar{X}	SS (\pm)	χ^2	p
İşlevsellik	Kamu sektörü	109	4,14	0,69	14973,5	,651
	Özel sektör	283	4,14	0,75		
Kullanıcı odaklılık	Kamu sektörü	109	3,87	0,78	12451,0	,003
	Özel sektör	283	4,10	0,79		
Toplam beklenti düzeyi	Kamu sektörü	109	4,02	0,60	13341,0	,038
	Özel sektör	283	4,13	0,69		

Çizelge 4.8 incelendiğinde, katılımcıların meslek gruplarına göre işlevsellik beklentisi arasında istatistiksel açıdan anlamlı seviyede farklılık bulunmadığı ($p>0,05$), ancak özel sektörde çalışan katılımcıların kullanıcı odaklılık ve toplam beklenti

düzeyinin kamu sektöründe çalışan katılımcılardan istatistiksel açıdan anlamlı seviyede daha yüksek olduğu ($p<0,05$) görülmektedir.

Çizelge 4. 9. Katılımcıların Çalıştığı Kurum Türüne Göre Bilgi Lojistiği Ölçeği Puanlarının Karşılaştırılması

Ölçek	Kurum türü	N	\bar{X}	SS (\pm)	χ^2	p	Gruplar arası fark
İşlevsellik	Kamu kuruluşu	109	4,16	0,68	20,2	,000	1>4, 2>4, 3>4
	Özel sektör	109	4,31	0,67			
	Kendi işim	79	4,21	0,73			
	Diğer	95	3,88	0,81			
Kullanıcı odaklılık	Kamu kuruluşu	109	3,90	0,78	14,9	,002	1<2, 1<3, 3>4
	Özel sektör	109	4,14	0,73			
	Kendi işim	79	4,24	0,75			
	Diğer	95	3,90	0,87			
Toplam beklenti düzeyi	Kamu kuruluşu	109	4,04	0,59	23,0	,000	1<2, 1<3, 2>4, 3>4
	Özel sektör	109	4,24	0,64			
	Kendi işim	79	4,22	0,67			
	Diğer	95	3,89	0,70			

Çizelge 4.9 incelendiğinde, katılımcıların işlevsellik, kullanıcı odaklılık ve toplam beklenti düzeyi seviyesinin çalıştıkları kurum türüne göre istatistiksel açıdan anlamlı seviyede farklılaştığı ($p<0,05$) görülmektedir. İşlevsellik beklentisinde, kamu kuruluşu, özel sektör ve kendi işinde çalışan katılımcıların beklenti seviyesinin diğer kurumlarda çalışan katılımcılardan istatistiksel açıdan anlamlı seviyede daha yüksek olduğu ($p<0,05$) görülmektedir. Kullanıcı odaklılık beklentisinde, kendi işinde çalışan katılımcıların beklenti seviyesinin kamu kuruluşunda ve diğer kurumlarda çalışan katılımcılardan istatistiksel açıdan anlamlı seviyede daha yüksek olduğu ($p<0,05$), ayrıca özel sektörde çalışan katılımcıların beklenti seviyesinin kamu kuruluşunda çalışan katılımcılardan istatistiksel açıdan anlamlı seviyede daha yüksek olduğu ($p<0,05$) görülmektedir. Toplam beklenti düzeyinde, özel sektörde ve kendi işinde çalışan katılımcıların beklenti seviyesinin kamu kuruluşunda ve diğer kurumlarda çalışan katılımcılardan istatistiksel açıdan anlamlı seviyede daha yüksek olduğu ($p<0,05$) görülmektedir.

4.5. İnteraktif Vergi Dairesi Hizmet Kalitesi Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Bu bölümde İnteraktif Vergi Dairesi Hizmet Kalitesi Ölçeğine ilişkin açıklayıcı faktör analizi sonuçları değerlendirilmiştir. Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) bir ölçeğin geliştirilmesinde ilk aşamada kullanılan analiz yöntemlerindedir. AFA ile ölçeğin yapı

olarak geçerli olup olmadığı değerlendirilmektedir. AFA analizi kapsamında incelenmesi gereken değerler vardır ve bu değerlere göre ölçeğin yapı olarak uygun olup olmadığına karar verilmektedir. Bu değerlerden tabloların altında detaylı olarak bahsedilmiştir.

Çizelge 4. 10. İnteraktif Vergi Dairesi Hizmet Kalitesi Ölçeğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi KMO ve Bartlett's Test Sonucu

Kaiser-Mayer-Olkin (KMO)		,963
Bartlett's Test	χ^2	4459,708
	df	153
	p	,000

KMO değeri açıklayıcı faktör analizi işleminde örneklemin yeteri kadar büyüklüğe sahip olup olmadığını ölçmektedir (Tabachnick & Fidell, 2013). KMO değerinin ,800'den yüksek olması durumunda örneklemin mükemmel düzeyde büyüklüğe sahip olduğu ifade edilmektedir (Aksu ve diğ, 2017; Altunışık ve diğ, 2007). İnteraktif vergi dairesi hizmet kalitesi ölçeğine uygulanan açıklayıcı faktör analizinde KMO değeri ,963 olarak bulunmuş olup, örneklemin mükemmel düzeyde yeterli sayıda olduğu tespit edilmiştir. Bartlett's test değeri incelendiğinde, değer $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı olduğu ve bu nedenle ölçeğin faktörlere bölünebileceği ispatlanmıştır (Çizelge 4.10).

Çizelge 4. 11. İnteraktif Vergi Dairesi Hizmet Kalitesi Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi Faktör Yükleri

	Faktör 1	Faktör 2	Açıkladığı varyans
1. İnteraktif vergi dairesi hizmetlerini sunan sistem modern donanıma sahiptir	,800		18,98
2. İnteraktif vergi dairesi hizmetlerinin sunulduğu program görsel olarak çekicidir.	,797		
3. İnteraktif vergi dairesi sisteminde gereksiz görseller bulunmamaktadır.	,777		
4. İnteraktif vergi dairesi hizmetlerinin sunulduğu program verilen hizmete uygundur.	,675		
9. İnteraktif vergi dairesi hizmetleri sunan kurumda kayıtlar titizlikle ve hatasız tutulur.		,597	42,78
10. İnteraktif vergi dairesi hizmetleri sunan kurum çalışanları hizmetin tam olarak ne zaman sağlanacağını söyler.		,716	
11. İnteraktif vergi dairesi hizmetleri sunan kurum çalışanları sundukları hizmeti gecikmeksizin ilk seferde ve doğru olarak yerine getirir.		,722	
12. İnteraktif vergi dairesi hizmeti sunan kurum çalışanları taleplere cevap veremeyecek kadar meşgul değildir.		,615	

13. İnteraktif vergi dairesi hizmetleri sunan kurum çalışanları anlayışlı ve naziktir	,736
14. İnteraktif vergi dairesi hizmeti sunan kurum çalışanları yenilik, gelişim ve çağa uyum konusunda müşterilere önderlik yapmaya isteklidirler.	,781
15. İnteraktif vergi dairesi hizmetleri sunan kurum kendimi güvende hissettirir.	,723
16. İnteraktif vergi dairesi hizmetleri sunan kurum çalışanlarının tutum ve davranışları güven hissi verir.	,775
18. İnteraktif vergi dairesi hizmetleri sunan kurum çalışanları müşterilerin sorunları ile özenle ilgilenir.	,775
19. İnteraktif vergi dairesi hizmetleri sunan kurumun çalışma saatleri bütün müşterilerin hizmet alması için uygundur.	,627
10. İnteraktif vergi dairesi hizmetleri sunan kurum çalışanları hizmetin tam olarak ne zaman sağlanacağını söyler.	,716
19. İnteraktif vergi dairesi hizmetleri sunan kurumun çalışma saatleri bütün müşterilerin hizmet alması için uygundur.	,627
20. İnteraktif vergi dairesi hizmetleri sunan kurum çalışanları her müşteri ile kişisel ve samimi olarak ilgilenir.	,758
21. İnteraktif vergi dairesi hizmetleri sunan kurum çalışanları her müşteri için elinden gelenin en iyisini yapar.	,764

İnteraktif vergi dairesi hizmet kalitesi ölçeğine ilişkin açıklayıcı faktör analizi Varimax döndürme yöntemi ile yapılmıştır. Aynı anda iki faktör içerisinde yer alan ve bu faktörlerdeki yüklerinin farkı 0,100'den az olan (binişik madde) veya bir faktördeki faktör yükü 0,300 eşliğinden daha az olan maddeler ölçekten çıkarılmalıdır (Altunışık ve diğ., 2007, Çokluk ve diğ., 2012). Yapılan açıklayıcı faktör analizi kapsamında binişik olan ve faktör yükü 0,300 eşliğinin altında olan 4, 5, 6, 7 ve 8 numaralı maddeler ölçekten çıkarıldıktan sonra tekrar faktör analizi yapılmıştır. Faktör 1“görünüm ve donanım” ve faktör 2 “hizmet kalitesi” olarak adlandırılmıştır. Ölçeğin 1’inci faktörünün açıkladığı varyans %18,98, 2’nci faktörünün açıkladığı varyans %42,78 olup, ölçeğin toplam açıkladığı varyans %61,76’dır. Ölçeğin 1’inci faktörünün AVE(benzeşme geçerliliği) değeri 0,583, CR değeri 0,848; 2’nci faktörünün ise AVE değerinin 0,507 ve CR değerinin 0,934 ile literatürdeki geçerlilik değeri olan 0,50’den yüksek olması nedeniyle ölçeğin geçerli olduğu saptanmıştır (Çizelge 4.11).

4.6. Katılımcıların Demografik Bilgilerine Göre İnteraktif Vergi Dairesi Hizmet Kalitesi Ölçeğinin Değerlendirmesine İlişkin Analiz Sonuçları

Bu bölümde katılımcıların demografik özelliklerine göre İnteraktif Vergi dairesi Hizmet Kalitesi Ölçeği’nden elde edilen ortalama puanların karşılaştırılması sonucunda elde edilen bulgular verilmiştir.

Çizelge 4. 12. Katılımcıların İnteraktif Vergi Dairesi Hizmet Kalitesi Ölçeği Puanlarına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Ölçek	N	\bar{X}	SS (\pm)
Görünüm ve donanım	392	3,81	0,88
Hizmet kalitesi	392	3,89	0,86
Toplam kalite algısı	392	3,87	0,80

Çizelge 4.12 incelendiğinde, araştırmaya katılanların interaktif vergi dairesi hizmet kalitesine ilişkin görünüm ve donanım, hizmet kalitesi ve toplam kalite algı düzeyinin orta seviyenin üzerinde olduğu görülmektedir.

Çizelge 4. 13. Katılımcıların Yaş Gruplarına Göre İnteraktif Vergi Dairesi Hizmet Kalitesi Ölçeği Puanlarının Karşılaştırılması

Ölçek	Yaş grubu	N	\bar{X}	SS (\pm)	x^2	p	Gruplar arası fark
Görünüm ve donanım	30 yaş ve altı	196	3,68	0,94	10,1	,018	1<3, 1<4
	31-40 yaş	129	3,88	0,81			
	41-50 yaş	54	4,01	0,71			
	51 yaş ve üzeri	13	4,23	0,89			
Hizmet kalitesi	30 yaş ve altı	196	3,75	0,93	11,0	,012	1<3, 1<4
	31-40 yaş	129	3,98	0,72			
	41-50 yaş	54	4,08	0,81			
	51 yaş ve üzeri	13	4,21	0,77			
Toplam kalite algısı	30 yaş ve altı	196	3,73	0,86	12,9	,005	1<2, 1<3, 1<4
	31-40 yaş	129	3,96	0,69			
	41-50 yaş	54	4,06	0,74			
	51 yaş ve üzeri	13	4,22	0,79			

Çizelge 4.13 incelendiğinde, katılımcıların görünüm ve donanım, hizmet kalitesi ve toplam kalite algı düzeyinin yaş gruplarına göre istatistiksel yönden anlamlı ölçüde farklılaştığı ($p<0,05$) görülmektedir. Görünüm ve donanım ile hizmet kalitesi algılarında, 41-50 yaş ile 51 yaş ve üzeri gruplarındaki katılımcıların kalite algı düzeyinin 30 yaş ve altındaki katılımcılardan anlamlı ölçüde daha yüksek olduğu ($p<0,05$) görülmektedir. Toplam kalite algısında, 31-40 yaş, 41-50 yaş ile 51 yaş ve üzeri gruplarındaki katılımcıların kalite algı düzeyinin 30 yaş ve altındaki katılımcılardan anlamlı ölçüde daha yüksek olduğu ($p<0,05$) görülmektedir.

Çizelge 4. 14. Katılımcıların Cinsiyetine Göre İnteraktif Vergi Dairesi Hizmet Kalitesi Ölçeği Puanlarının Karşılaştırılması

Ölçek	Kadın	N	\bar{X}	SS (\pm)	x^2	p
Görünüm ve donanım	Erkek	266	3,92	0,85	13124,0	,000
	Kadın	126	3,59	0,90		
Hizmet kalitesi	Erkek	266	3,95	0,85	14208,0	,015
	Kadın	126	3,75	0,85		
Toplam kalite algısı	Erkek	266	3,94	0,79	13818,0	,005
	Kadın	126	3,72	0,81		

Çizelge 4.14 incelendiğinde, erkek katılımcıların görünüm ve donanım, hizmet kalitesi ve toplam kalite algı düzeyinin kadın katılımcılardan istatistiksel yönden anlamlı seviyede daha yüksek olduğu ($p<0,05$) görülmektedir.

Çizelge 4. 15. Katılımcıların Medeni Durumuna Göre İnteraktif Vergi Dairesi Hizmet Kalitesi Ölçeği Puanlarının Karşılaştırılması

Ölçek	Medeni durum	N	\bar{X}	SS (\pm)	x^2	p
Görünüm ve donanım	Evli	227	3,95	0,82	14708,5	,000
	Bekar	165	3,62	0,92		
Hizmet kalitesi	Evli	227	3,97	0,81	16415,5	,037
	Bekar	165	3,77	0,91		
Toplam kalite algısı	Evli	227	3,96	0,75	15759,5	,007
	Bekar	165	3,74	0,85		

Çizelge 4.15 incelendiğinde, evli katılımcıların görünüm ve donanım, hizmet kalitesi ve toplam kalite algı düzeyinin bekar katılımcılardan istatistiksel yönden anlamlı seviyede daha yüksek olduğu ($p<0,05$) görülmektedir.

Çizelge 4. 16. Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre İnteraktif Vergi Dairesi Hizmet Kalitesi Ölçeği Puanlarının Karşılaştırılması

Ölçek	Eğitim durumu	N	\bar{X}	SS (\pm)	x^2	p	Gruplar arası fark
Görünüm ve donanım	İlköğretim	41	4,41	0,52	38,6	,000	1>2, 1>3, 1>4, 1>5, 2>4, 2>5, 3>4, 3>5
	Lise	141	3,90	0,80			
	Ön lisans	52	3,97	0,74			
	Lisans	137	3,55	0,95			
	Lisansüstü	21	3,38	1,01			
Hizmet kalitesi	İlköğretim	41	4,43	0,43	46,3	,000	1>2, 1>3, 1>4, 1>5, 2>4, 2>5, 3>5
	Lise	141	4,03	0,81			
	Ön lisans	52	3,94	0,67			
	Lisans	137	3,65	0,90			
	Lisansüstü	21	3,22	1,05			

Toplam kalite algısı	İlköğretim	41	4,43	0,43	52,6	,000	1>2, 1>3, 1>4, 1>5, 2>4, 2>5, 3>4, 3>5
	Lise	141	4,00	0,74			
	Ön lisans	52	3,95	0,60			
	Lisans	137	3,63	0,85			
	Lisansüstü	21	3,25	0,96			

Çizelge 4.16 incelendiğinde, katılımcıların görünüm ve donanım, hizmet kalitesi ve toplam kalite algı düzeyinin eğitim seviyelerine göre istatistiksel yönden anlamlı ölçüde farklılaştığı ($p<0,05$) görülmektedir. Görünüm ve donanım ile toplam kalite algılarında, ilköğretim, lise ve ön lisans mezunu olan katılımcıların kalite algı seviyesinin lisans ve lisansüstü mezunu olan katılımcılardan anlamlı ölçüde daha yüksek olduğu ($p<0,05$), diğer yandan ilköğretim mezunu olan katılımcıların kalite algı seviyesinin, lise ve ön lisans mezunu olan katılımcılardan anlamlı ölçüde daha yüksek olduğu ($p<0,05$) görülmektedir. Hizmet kalitesi algısında, ilköğretim mezunu katılımcıların kalite algı seviyesinin lise, ön lisans, lisans ve lisansüstü mezunu olan katılımcılardan anlamlı ölçüde daha yüksek olduğu ($p<0,05$), lise mezunu olan katılımcıların kalite algı seviyesinin lisans ve lisansüstü mezunu olan katılımcılardan anlamlı seviyede daha yüksek olduğu ($p<0,05$), ön lisans mezunu olan katılımcıların kalite algı seviyesinin lisansüstü mezunu olan katılımcılardan anlamlı seviyede daha üstün olduğu ($p<0,05$) görülmektedir.

Çizelge 4. 17. Katılımcıların Meslek Gruplarına Göre İnteraktif Vergi Dairesi Hizmet Kalitesi Ölçeği Puanlarının Karşılaştırılması

Ölçek	Meslek grubu	N	\bar{X}	SS (\pm)	χ^2	p
Görünüm ve donanım	Kamu sektörü	109	3,68	0,85	13341,5	,037
	Özel sektör	283	3,86	0,89		
Hizmet kalitesi	Kamu sektörü	109	3,81	0,81	13800,0	,106
	Özel sektör	283	3,91	0,87		
Toplam kalite algısı	Kamu sektörü	109	3,78	0,76	13583,0	,067
	Özel sektör	283	3,90	0,82		

Çizelge 4.17 incelendiğinde, katılımcıların meslek gruplarına göre hizmet kalitesi algısı arasında istatistiksel yönden anlamlı seviyede değişiklik bulunmadığı ($p>0,05$), ancak özel sektörde çalışan katılımcıların kullanıcı görünüm ve donanım ile toplam kalite algı düzeyinin kamu sektöründe çalışan katılımcılardan istatistiksel yönden anlamlı seviyede daha üstün olduğu ($p<0,05$) görülmektedir.

Çizelge 4. 18. Katılımcıların Çalıştığı Kurum Türüne Göre İnteraktif Vergi Dairesi Hizmet Kalitesi Ölçeği Puanlarının Karşılaştırılması

Ölçek	Kurum türü	N	\bar{X}	SS (\pm)	χ^2	p	Gruplar arası fark
Görünüm ve donanım	Kamu kuruluşu	109	3,71	0,83	11,5	,009	1<3, 3>4
	Özel sektör	109	3,81	0,95			
	Kendi işim	79	4,08	0,77			
	Diğer	95	3,72	0,90			
Hizmet kalitesi	Kamu kuruluşu	109	3,85	0,80	7,6	,054	-
	Özel sektör	109	3,77	0,97			
	Kendi işim	79	4,08	0,84			
	Diğer	95	3,90	0,78			
Toplam kalite algısı	Kamu kuruluşu	109	3,82	0,75	9,9	,019	1<3, 2<3, 3>4
	Özel sektör	109	3,78	0,90			
	Kendi işim	79	4,08	0,78			
	Diğer	95	3,86	0,75			

Çizelge 4.18 incelendiğinde, katılımcıların çalıştıkları kurum türüne göre hizmet kalitesi algısı arasında istatistiksel yönden anlamlı seviyede değişiklik bulunmadığı ($p>0,05$), ancak görünüm ve donanım ile toplam kalite algı seviyesinin çalıştıkları kurum türüne göre istatistiksel yönden anlamlı seviyede farklılaştığı ($p<0,05$) görülmektedir. Görünüm ve donanım algısında, kendi işinde çalışan katılımcıların algı seviyesinin kamu kuruluşunda ve diğer kurumlarda çalışan katılımcılardan istatistiksel yönden anlamlı seviyede daha üstün olduğu ($p<0,05$) görülmektedir. Toplam kalite algısında, kendi işinde çalışan katılımcıların algı seviyesinin kamu kuruluşunda, özel sektörde ve diğer kurumlarda çalışan katılımcılardan istatistiksel yönden anlamlı seviyede daha üstün olduğu ($p<0,05$) görülmektedir.

4.7. Bilgi Lojistiği Ölçeği ve İnteraktif Vergi Dairesi Hizmet Kalitesi Ölçeği Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Bu bölümde Bilgi Lojistiği Ölçeği ve İnteraktif Vergi Dairesi Hizmet Kalitesi Ölçeği puanları arasındaki ilişkinin değerlendirmesine ilişkin analiz sonuçları yer almaktadır.

H1: Bilgi lojistiği beklenti düzeyi ile interaktif vergi dairesi hizmet kalitesi algı düzeyi arasında anlamlı ilişki vardır.

Çizelge 4. 19. Korelasyon Analizi

		İşlevsellik	Kullanıcı odaklılık	Toplam beklenti düzeyi	Görünüm ve donanım	Hizmet kalitesi	Toplam kalite algısı
İşlevsellik	r	-					
	p						
Kullanıcı odaklılık	r	,472**	-				
	p	,000					
Toplam beklenti düzeyi	r	,859**	,840**	-			
	p	,000	,000				
Görünüm ve donanım	r	,397**	,604**	,589**	-		
	p	,000	,000	,000			
Hizmet kalitesi	r	,257**	,540**	,468**	,630**	-	
	p	,000	,000	,000	,000		
Toplam kalite algısı	r	,307**	,586**	,525**	,762**	,978**	-
	p	,000	,000	,000	,000	,000	

Çizelge 4.19 incelendiğinde, katılımcıların işlevsellik beklenti seviyesi ile görünüm ve donanım kalite algısı ($r=,397$; $p<0,05$), hizmet kalitesi algısı ($r=,257$; $p<0,05$) ve toplam kalite algısı ($r=,307$; $p<0,05$) arasında pozitif yönde ve istatistiksel olarak orta seviyenin altında anlamlı ilişki olduğu, kullanıcı odaklı beklenti seviyesi ile görünüm ve donanım kalite algısı ($r=,604$; $p<0,05$) pozitif yönde ve istatistiksel olarak orta seviyenin üzerinde anlamlı ilişki olduğu, hizmet kalitesi algısı ($r=,540$; $p<0,05$) ve toplam kalite algısı ($r=,586$; $p<0,05$) arasında ise pozitif yönde ve istatistiksel olarak orta düzeyde anlamlı ilişki olduğu, toplam beklenti düzeyi ile görünüm ve donanım kalite algısı ($r=,589$; $p<0,05$), hizmet kalitesi algısı ($r=,468$; $p<0,05$) ve toplam kalite algısı ($r=,525$; $p<0,05$) arasında pozitif yönde ve istatistiksel olarak orta seviyede anlamlı ilişki olduğu görülmektedir. Ölçek puanları arasındaki ilişkiler dikkate alındığında H1 hipotezinin kabul edildiği sonucuna ulaşılmıştır.

5. SONUÇLAR VE ÖNERİLER

5.1 Sonuçlar

Toplumdaki ekonomik birimlerin hepsi bir şekilde vergi işlemleriyle muhatap olmaktadır. Eğitim, gelir, sosyo-kültürel yapı, cinsiyet ve yaş gibi farklı vergi müşteri gruplarından benzer vergi işlemleri yapmaları beklenmektedir. Bilgi ve teknoloji çağında, çağın gerektirmiş olduğu gelişmeler çerçevesinde geliştirilmiş olan e-devlet uygulamaları kompleks vergisel mevzuatın herkesçe kolaylıkla uygulanabilmesini, basit ve anlaşılır hale gelmesini, birimler arasındaki uygulama farklılıklarının ortadan kaldırılmasını sağlamıştır. Bununla birlikte e-vergi hizmetleri vergi maliyetlerinin azaltılmasında vergi dairesine, bütçenin en önemli gelir kalemi olan vergi gelirlerinin artırılması bağlamında da ekonomiye son derece önemli katkı sağlamaktadır. Bu katkı ve faydaların artırılabilmesi için e-vergi hizmetlerinin etkin olarak uygulamaya geçirilmesinin yanı sıra vatandaşların da bu konudaki bilgi ve memnuniyet düzeylerinin de artırılması gerekmektedir. Bunun için de vatandaşların öncelikli olarak bilgi lojistiğine ilişkin beklentilerinin belirlenmesi önemlidir. Çalışmanın sonucunda katılımcıların bilgi lojistiği ile ilişkili kavramlar olan işlevsellik, kullanıcı odaklılık ve toplam beklenti düzeyi beklentisinin orta seviyenin üzerinde olduğu görülmüştür.

Katılımcıların demografik özelliklerine göre bilgi lojistiğine ilişkin beklentilerinde farklılık olup olmadığını belirlemek için yapılan analizler sonucunda yaş değişkeninin etkili olmadığı görüldü.

Eğitim durumuna göre ise işlevsellik beklentisi açısından gruplar arasında anlamlı fark saptanmamış iken kullanıcı odaklılık ve toplam beklenti düzeyi açısından anlamlı farklılaşma saptanmıştır. Çalışma sonucunda eğitim seviyesi arttıkça kullanıcı odaklılığa ve toplam beklenti düzeyine ilişkin beklentilerin genel itibarıyla düşüş gösterdiği görülmüştür. Kullanıcı odaklılık beklentisinde, ilköğretim mezunu katılımcıların beklenti seviyesinin lise, ön lisans, lisans ve lisansüstü eğitim mezunu katılımcılardan istatistiksel yönden anlamlı seviyede daha yüksek olduğu, lise mezunu katılımcıların beklenti seviyesinin lisans ve lisansüstü eğitim mezunu katılımcılardan istatistiksel yönden anlamlı seviyede daha üstün olduğu, ön lisans mezunu katılımcıların beklenti seviyesinin lisansüstü eğitim mezunu katılımcılardan istatistiksel yönden anlamlı seviyede daha üstün olduğu görülmüştür. Toplam beklenti düzeyinde, ilköğretim mezunu katılımcıların beklenti seviyesinin lise, lisans ve lisansüstü eğitim

mezunu olan katılımcılardan istatistiksel olarak anlamlı seviyede daha yüksek olduğu görülmüştür.

Katılımcıların meslek gruplarına göre işlevsellik beklentisi arasında istatistiksel yönden anlamlı seviyede farklılık bulunmadığı, ancak özel sektörde çalışan katılımcıların kullanıcı odaklılık ve toplam beklenti düzeyinin kamu sektöründe çalışan katılımcılardan istatistiksel yönden anlamlı seviyede daha üstün olduğu bulunmuştur.

Katılımcıların işlevsellik, kullanıcı odaklılık ve toplam beklenti düzeyinin çalıştıkları kurum türüne göre istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaştığı saptanmış olup işlevsellik beklentisinde, kamu kuruluşu, özel sektör ve kendi işinde çalışan katılımcıların beklenti seviyesinin diğer kurumlarda çalışan katılımcılardan istatistiksel yönden anlamlı düzeyde daha üstün olduğu, kullanıcı odaklılık beklentisinde, kendi işinde çalışan katılımcıların beklenti seviyesinin kamu kuruluşunda ve diğer kurumlarda çalışan katılımcılardan istatistiksel yönden anlamlı düzeyde daha üstün olduğu, ayrıca özel sektörde çalışan katılımcıların beklenti seviyesinin kamu kuruluşunda çalışan katılımcılardan istatistiksel yönden anlamlı seviyede daha üstün olduğu bulunmuştur. Toplam beklenti düzeyinde, özel sektörde ve kendi işinde çalışan katılımcıların beklenti seviyesinin kamu kuruluşunda ve diğer kurumlarda çalışan katılımcılardan istatistiksel yönden anlamlı seviyede daha üstün olduğu tespit edilmiştir.

Bilgi lojistiğine ilişkin beklentilerin yanı sıra interaktif vergi dairesi hizmet kalitesine ilişkin vatandaşların düşünceleri de interaktif vergi dairesi hizmetlerinin eksik yönlerinin belirlenip geliştirilmesi ve bu bağlamda vatandaşların daha yoğun bir şekilde sistemi kullanması açısından önemlidir.

Araştırmaya katılanların interaktif vergi dairesi hizmet kalitesine ilişkin görünüm ve donanım, hizmet kalitesi ve toplam kalite algı düzeyinin orta seviyenin üzerinde olduğu belirlenmiştir.

Katılımcıların görünüm ve donanım, hizmet kalitesi ve toplam kalite algı düzeyinin yaş gruplarına göre istatistiksel yönden anlamlı seviyede farklılaştığı görülmüş olup görünüm ve donanım ile hizmet kalitesi algılarında, 41-50 yaş ile 51 yaş ve üzeri gruplarındaki katılımcıların kalite algı seviyesinin 30 yaş ve altındaki katılımcılardan anlamlı seviyede daha üstün olduğu görülmüştür. Toplam kalite algısında, 31-40 yaş, 41-50 yaş ile 51 yaş ve üzeri gruplarındaki katılımcıların kalite

algı düzeyinin 30 yaş ve altındaki katılımcılardan anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Erkek katılımcıların görünüm ve donanım, hizmet kalitesi ve toplam kalite algı seviyesinin kadın katılımcılardan istatistiksel yönden anlamlı seviyede daha üstün olduğu görülmüştür.

Evli katılımcıların görünüm ve donanım, hizmet kalitesi ve toplam kalite algı seviyesinin bekar katılımcılardan istatistiksel yönden anlamlı seviyede daha üstün olduğu görülmüştür.

Katılımcıların görünüm ve donanım, hizmet kalitesi ve toplam kalite algı seviyesinin eğitim durumlarına göre istatistiksel yönden anlamlı seviyede farklılaştığı ($p<0,05$) görülmüştür. Görünüm ve donanım ile toplam kalite algılarında, ilköğretim, lise ön lisans mezunu katılımcıların kalite algı seviyesinin lisans ve lisansüstü mezunu katılımcılardan anlamlı seviyede daha yüksek olduğu, ayrıca ilköğretim mezunu katılımcıların kalite algı seviyesinin lise ve ön lisans mezunu katılımcılardan anlamlı seviyede daha üstün olduğu görülmüştür. Hizmet kalitesi algısında, ilköğretim mezunu katılımcıların kalite algı seviyesinin lise mezunu, ön lisans mezunu, lisans mezunu ve lisansüstü mezunu katılımcılardan anlamlı seviyede daha üstün olduğu, lise mezunu katılımcıların kalite algı seviyesinin lisans ve lisansüstü mezunu katılımcılardan anlamlı seviyede daha üstün olduğu, ön lisans mezunu katılımcıların kalite algı seviyesinin lisansüstü mezunu katılımcılardan anlamlı seviyede daha üstün olduğu belirlenmiştir.

Katılımcıların meslek gruplarına göre hizmet kalitesi algısı arasında istatistiksel yönden anlamlı seviyede değişiklik bulunmadığı, ancak özel sektörde çalışan katılımcıların kullanıcı görünüm ve donanım ile toplam kalite algı seviyesinin kamu sektöründe çalışan katılımcılardan istatistiksel yönden anlamlı seviyede daha üstün olduğu görülmüştür.

Katılımcıların çalıştıkları kurum türüne göre hizmet kalitesi algısı arasında istatistiksel yönden anlamlı seviyede farklılık bulunmadığı, ancak görünüm ve donanım ile toplam kalite algı seviyesinin çalıştıkları kurum türüne göre istatistiksel yönden anlamlı seviyede farklılaştığı saptanmıştır. Görünüm ve donanım algısında, kendi işinde çalışan katılımcıların algı seviyesinin kamu kuruluşunda ve diğer kurumlarda çalışan

katılımcılardan istatistiksel olarak anlamlı seviyede daha yüksek olduğu saptanmış iken toplam kalite algısında, kendi işinde çalışan katılımcıların algı seviyesinin kamu kuruluşunda, özel sektörde ve diğer kurumlarda çalışan katılımcılardan istatistiksel olarak anlamlı seviyede daha üstün olduğu belirlenmiştir.

Bilgi lojistiğine ilişkin beklentiler ile interaktif vergi dairesi hizmet kalitesine ilişkin düşünceler arasında ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan korelasyon analizi neticesinde de işlevsellik beklenti seviyesi ile görünüm ve donanım kalite algısı, hizmet kalitesi algısı ve toplam kalite algısı arasında pozitif ve orta seviyenin altında anlamlı ilişki olduğu, kullanıcı odaklı beklenti seviyesi ile görünüm ve donanım kalite algısı pozitif ve orta seviyenin üstünde anlamlı ilişki olduğu, hizmet kalitesi algısı ve toplam kalite algısı arasında ise pozitif ve orta seviyede anlamlı ilişki olduğu, toplam beklenti düzeyi ile görünüm ve donanım kalite algısı, hizmet kalitesi algısı ve toplam kalite algısı arasında pozitif ve orta seviyede anlamlı ilişki olduğu görülmüştür.

Kalite algısıyla ilişkili faktörlere yönelik yapılan çalışmalar sonucunda aşağıda belirtilen sonuca ulaşılmıştır.

Çizelge 4.20. Kalite Algısıyla İlişkili Faktörlere Yönelik Çalışmalar

Hipotezler	Hipotez testi sonucu
H _{1a}	Desteklendi
H _{1b}	Desteklendi
H _{1c}	Desteklendi
H _{1d}	Desteklendi
H _{1e}	Desteklendi
H _{1f}	Desteklendi
H _{1g}	Desteklendi
H _{1h}	Desteklendi
H _{1i}	Desteklendi

Sonuç olarak katılımcıların genel olarak interaktif vergi dairesi hizmetlerinden memnuniyet düzeylerinin iyi olduğu görülmüştür.

5.2 Öneriler

İnternetin yaygınlaşması ve mobil uygulamaların gelişimiyle beraber vatandaşları da e-devlet uygulamalarını çok daha fazla kullanmaya başlamışlardır. Günümüz bilgi ve teknoloji dünyasında bu uygulamalar hayatın vazgeçilmez unsuru haline gelmiş durumdadır. Sağlamış olduğu kolaylıklardan ötürü vatandaşlar tarafından yoğun bir şekilde kullanılmaya başlanan İVD ile ilgili çalışmamıza katılanların genel olarak memnuniyet düzeylerinin ortalamanın üzerinde olduğu görülmüştür. Genel olarak değerlendirildiğinde hizmet kalitesine ilişkin algının görünüm ve toplam kalite algısından daha yüksek olduğu görülmüştür. Bu bağlamda İVD sisteminin görünüm açısından iyileştirilmesi gerektiğini söyleyebiliriz.

Bununla birlikte e-vergi hizmetlerinin mevcut durumu ve bu alanda gerçekleştirilmiş olan çalışmalar ve projeler göz önünde bulundurularak risk ve güven algısı gibi unsurların da dahil edildiği çok daha kapsamlı araştırmaların yapılmasının İVD sisteminin kalitesinin ve etkinliğinin artırılmasında önemli olacağı kanısındayız.

KAYNAKÇA

- Admış, Ö. (2019). *Türkiye’de elektronik devlet uygulamalarının vergilendirme işlemlerine yansımaları*. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akdemir, N. (2008). *E-Devlet uygulamaları kapsamında Vedop Projesi, Eğirdir Vergi Dairesinde E-Vdo uygulamasının incelenmesi*. Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akış, E. (2016). Türkiye’de Lojistik Sektörü Ve Rekabet Gücüne Etkisi, 2. Üretim Ekonomisi Kongresi, 11-12 Nisan, İstanbul. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*.
- Akkaya, Y. (2020). *Defter beyan sistemi uygulaması ve sistemde görölen aksaklıklara yönelik çözüm önerileri: Trabzon ilinde bir araştırma*. Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aksu R., Eser M. T., Güzeller C. O. (2017), Açımlayıcı ve Doğrulamayı Faktör Analizi İle Yapısal Eşitlik Modeli Uygulamaları, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Allahverdi, M., Alagöz, A., & Ortakarpuz, M. (2017). The Effect of E-taxation System on Tax Revenues and Costs: Turkey Case. *International Conference on Accounting Studies (ICAS)*.
https://www.researchgate.net/publication/320183619_The_Effect_of_E-taxation_System_on_Tax_Revenues_and_Costs_Turkey_Case.
- Altıntaş, C. (2019). *Vergilemede e-devlet uygulamalarının vergi tahakkuku, vergi tahsilatı, vergi denetimi ve vergi maliyeti üzerine etkisi*. Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Altunışık R., Coşkun R., Bayraktaroğlu S., Yıldırım E. (2007), Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı, Sakarya Yayıncılık, İstanbul.
- Arslan, M., & Biniş, M. (2016). Türk Vergi Sisteminde Tebligat ve Elektronik Tebligat. *Journal of Management and Economics Research*, 14(1), 300–317.
- Ateş, N. (2021). *Türkiye’de e-vergileme ve vergi idaresinde değişim üzerine bir araştırma*. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ateş, N., & Gürses, F. (2020). Türkiye’de E-Vergileme: E-Devlet ve M-Devlet Bağlamında Bir Karşılaştırma. *Vergi Raporu*, 256, 68–88.
- Avrupa Komisyonu. (2001). *eAvrupa+ Eylem Planı*. http://www.bilgi toplumu.gov.tr/wp-content/uploads/2015/02/010600_eAvrupa+EylemPlanı.p.
- Ay, D. (2019). Kurumsal Elektronik Belge Yönetim Sistemi’nin Etkinliği ve Vergi Maliyetleri Üzerindeki Faydaları. *Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(18), 452–462.
- Bai, C., & Sarkis, J. (2013). Flexibility in reverse logistics: a framework and evaluation approach. *Journal of Cleaner Production*, 47, 306-318.
- Bakkal, M., & Demir, U. (2011). *Lojistik yönetimi ve e-lojistik* (Vol. 30). Hiperlink Eğit. İlet. Yay. San. Tic. ve ltd. şti.
- Baştan, S., & Gökbunar, R. (2004). Kamu Hizmetlerinin Sunumunda E-Devletle İlgili Yeni Gelişmeler: Tümleşik E-Devlet Sistemlerine Doğru. *Dokuz Eylöl Üniversitesi İ.İ.B.F.Dergisi*, 19(1), 71–89.
- Bayraktar, A. (2019). Mevcut Uygulamada Elektronik Yoklama ve Değişen Yoklama Süreleri. *Vergi Sorunları Dergisi*, 42(367), 92–98.
- Bayraktar, C., & Yıldırım, M. (2017). E-Belge Sistemleri Üzerine Davranışsal Tutum ve Kullanım Niyetlerinin İncelenmesi: Karabük İli Muhasebe Meslek Mensupları Örneği. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 75, 95–114.
- Büyükçetin, Y. (2003). Lojistik Görüş. *TÜGİAD Elegans Magazine*, (59).

- Calayoğlu, İ. (2019). Elektronik Vergi Denetimindeki Teknolojik Gelişmeler ve Tam Denetime Geçiş Adımları. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 81, 143–162.
- Canbek, G., & Sağıroğlu, Ş. (2006). Bilgi, bilgi güvenliği ve süreçleri üzerine bir inceleme. *Politeknik Dergisi*, 9(3), 165-174.
- Candell, O., Karim, R., & Söderholm, P. (2009). eMaintenance-Information logistics for maintenance support. *Robotics and Computer-Integrated Manufacturing*, 25(6), 937-944.
- Canbolat, İ. (2019). *Türk Vergi İdaresinde E-Dönüşüm*. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Cenikli, E., & Şahin, D. (2013). Türk Gelir İdaresinde Otomasyon Projeleri. *Journal of Internet Applications and Management*, 4(1), 37–52.
- Çağlar, M. (2011). Kayıtdışı ekonominin önlenmesinde elektronik vergi denetimi. Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Çanakçıoğlu, M. (2021). Türk Vergi Sisteminde E-Belge ve E-Defter Uygulamalarının Değerlendirilmesi. *Mali Çözüm Dergisi*, 31(168), 99–124.
- Çekerol, G. S., & Kurnaz, N. (2011). Küresel kriz ekseninde lojistik sektörü ve rekabet analizi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (25), 47-59.
- Çelebi, B. (2018). *E-devlet ve e-maliye kapsamında Gelir İdaresi Başkanlığı projeleri*. Dicle Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çelik, F. (2018). *Maliye Bakanlığı'nın elektronik dönüşüm süreci ve elektronik maliye uygulamalarının incelenmesi*. Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çelik, İ. (2022). *Türkiye'de e-Vergi Hizmetlerinin Benimsenmesi ve Başarısı :Bursa'daki İnteraktif Vergi Dairesi Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma*. Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çimen, G. (2016). *E-maliye uygulamalarının vergilemede iktisadilik ilkesi bakımından değerlendirilmesi ve vergi uyumuna etkisinin belirlenmesine yönelik bir alan araştırması*. Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çimen, G. (2017). E-Maliye Uygulamalarının Vergilemede İktisadilik İlkesi ve Vergi Uyumuna Etkisi: Tokat İli Muhasebe Meslek Mensupları Üzerine Bir Araştırma. *International Journal of Public Finance*, 2(1), 93–108.
- Çokluk Ö., Şekercioğlu G., Büyüköztürk Ş. (2012), Sosyal Bilimler İçin Çok Değerkenli İstatistik: SPSS ve LISREL Uygulamaları, Pegem Akademi, Ankara.
- Çopur, R. (2021). *E- maliye uygulamalarında vergi verimliliği: Türkiye ve seçilmiş OECD üyesi ülkeleri üzerine 2015 yılı sonrası bir değerlendirme*. Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- David B, G., Trautrim, A., & Wong, C. Y. (2021). *Sustainable logistics and supply chain management*. Kogan page.
- Delibaş, K., & Akgül, A. E. (2010). Dünyada ve Türkiye'de E-devlet Uygulamaları: Türkiye'de E-demokrasi ve E-katılım Potansiyellerinin Harekete Geçirilmesi. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 13(1), 100–144.
- Demir, H. İ. (2018). *Türkiye'de kayıt dışı ekonomi ile mücadele ve elektronik vergi sistemleri*. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Demirbaş, T., Gerçek, A., Giray, F., Yüce, M., & Oğuzlar, A. (2012). Mükelleflerin E-Vergileme Sistemini Benimsemelerini Etkileyen Faktörlerin Analizi: Bursa Araştırması. *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 31(1), 59–84.
- Demirel, D. (2004). E-Devlet ve Dünya Örnekleri. *Sayıştay Dergisi*, 61, 83–118.
- Demirhan, Y. (2011). *Türk Kamu Yönetiminde E-Devlet Politikası ve Yönetimi*. Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

- Dilek, S. (2016). Enformasyon ve bilgiye dayali yeni ekonomi. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(1), 87-91.
- Erkan, B. (2014). Türkiye’de lojistik sektörü ve rekabet gücü. *Assam Uluslararası Hakemli Dergi*, 1(1), 44-65.
- Evcimen, C. S. (2005). *Kamu yönetiminde e-devlet anlayışı ve Maliye Bakanlığı e-devlet uygulamaları*. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- GİB. (2020). *Gelir İdaresi Başkanlığı 2019 Yılı Faaliyet Raporu*. https://gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/faaliyetraporlari/2019/2019_faaliyet_raporu.pdf.
- GİB. (2021). *2021 Yılı Kurumsal Mali Durum ve Beklentiler Raporu*. https://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/user_upload/Haberler/2021_Kur_Mali_Beklentiler_Raporu.pdf.
- Gülenç, İ. F., & Karagöz, B. (2008). E-lojistik ve Türkiye’de e-lojistik uygulamaları. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (15), 73-91.
- Işık, A., Karagöz, Ö., & Şeren Kurular, G. Y. (2014). Türk Vergi Sisteminde Elektronik Fatura ve Uygulaması. *Vergi Sorunları Dergisi*, 37(314), 31–40.
- İlgar, B. (2019). Türkiye’de Yükselen Teknoloji İmajı ve E-Maliye Uygulamaları. *Vergi Raporu*, 232, 219–232.
- Kalaycı, Ş. (2015). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Asil Yayın, Ankara.
- Kefe, İ., & Kanarığ, Z. (2019). Türkiye’de E-Fatura Başvuru Süreci ve Kullanımı. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 25, 165–178.
- Keskin, M. K. (2009). Lojistik Tedarik Zinciri Yönetimi (Geçmişi, Değişimi, Bugünü, Geleceği)(Logistics Supply Chain Management» Past, Change, Present, Future «). *Nobel Publication and Distribution, Ankara*.
- Keskin Köylü, M. (2018). Türkiye İle Türkmenistan Arasındaki Ticari İlişkiler. *Diyalektolog*, (19).
- Larson, P. D., & Halldorsson, A. (2004). Logistics versus supply chain management: an international survey. *International Journal of Logistics: Research and Applications*, 7(1), 17-31.
- MEGEP (2011). Ulaştırma Hizmetleri, T.C. Milli Eğitim Bakanlığı Lojistik Yönetimi, Ankara.
- Memiş, M. Ü., Çürük, T., & Ünal, Y. (2019). Elektronik Uygulamaların Vergi Denetimi Üzerine Etkisi: Denetimin Tarafları Üzerine Bir Araştırma. *Maliye Dergisi*, 176, 474–504.
- MÜSİAD. (2017). Endüstri 4.0 ve geleceğin lojistiği. 2017 Lojistik Sektör Raporu. 103.
- Nursyamsi, I. (2014). An Exploratory Study In Airline And Banking Call Centre In Indonesia Toward Business Process Outsourcing Framework. *International Journal of Managing Value and Supply Chains (IJMVSC) Vol.5, No. 3, September*, 75-82.
- Onursal, M. (2019). *Elektronik maliye uygulamalarının vergi uyumuna etkisi: Mali müşavirler üzerine bir araştırma*. Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Önkan, Ö. (2013). *E-devlet uygulamalarının vergileme açısından değerlendirilmesi (Türkiye örneği)*. Celal Bayar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Öz, E., ve Bozdoğan, D. (2012). Türk Vergi Sisteminde E-Maliye Uygulamaları. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(2), 67–92.
- Özdamar K., (2013a), Paket Programlar İle İstatistiksel Veri Analizi – 1, MINITAB 16 – IBM SPSS 21, Nisan Kitapevi, Eskişehir.

- Özdamar K., (2013b), Paket Programlar İle İstatistiksel Veri Analizi – 2, MINITAB 16 – IBM SPSS 21, Nisan Kitapevi, Eskişehir.
- Özgen, F. B. (2008). İnternet-Bilgisayar Teknolojilerinin Önemi ve Türkiye’de E-Vergilendirme Sistemi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21, 195–213.
- Özgen, F. B. (2012). Elektronik Vergi Hizmetlerinin Sınıflandırılması ve Avrupa Ülkelerinde E-Vergi Yönetim Sistemlerinin Karşılaştırılması. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(1), 63–80.
- Sandalcı, U. (2021). Mükelleflerin E-Maliye Uygulamaları Tercihinde Etkili Olan Faktörlerin İkili Lojistik Regresyon ile Analizi. *Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(1), 193–224.
- Savitskie, K. (2007). Internal and external logistics information technologies: the performance impact in an international setting. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 37:454-466.
- Serçemeli, M. (2019). Risk Odaklı Vergi Denetiminde Elektronik Uygulamalar Üzerine Bir Değerlendirme. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(65), 1232–1240.
- Şahin, A., & Örselli, E. (2003). E-Devlet Anlayışı Sürecinde Türkiye. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9, 343–356.
- Tabachnick, B.G., Fidell, L.S.(2013).Using Multivariate Statistics (sixthed.)Pearson, Boston
- Taytak, M., ve Vural, K. (2019). Bilişim Sistemlerindeki Gelişmelerin Türkiye’de E-Vergi Uygulamaları Üzerine Yansımaları ve Değerlendirilmesi. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 56(647), 65–100.
- TOBB (Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği), (2014). “Türkiye Ulaştırma ve Lojistik Meclisi Sektör Raporu”, TOBB, Ankara.
- Tokdemir, S. (2019). *Elektronik vergi uygulamalarının vergi maliyeti ve vergi uyumu üzerindeki etkileri*. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Turan, A., & Özgen, F. (2009). Türkiye’de E-Beyanname Sisteminin Benimsenmesi: Geliştirilmiş Teknoloji Kabul Modeli İle Ampirik Bir Çalışma. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 10(1), 134–147.
- Turna, F. (2021). Türkiye’de E-Vergi Uygulamaları ve Karşılaşılan Sorunlar. *Legal Mali Hukuk Dergisi*, 17(199), 1789–1814.
- Türk, A. (2010). *Elektronik vergi denetiminin vergi kaçırma eğilimlerini azaltmadaki rolü ve bir araştırma*. Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Uzun Kocamış, T., & Kekeç, H. M. (2017). Elektronik Vergi Uygulamalarının Türkiye’de Gelişimi: Vergi Denetiminde Elektronik Denetime Geçiş Süreci. *Vergi Sorunları Dergisi*, 40(348), 94–102.
- Ünal, Y. (2018). *Elektronik uygulamaların vergi denetimine etkisi: Denetimin tarafları üzerine bir araştırma*. Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Waters, D. (2011). *Supply chain risk management: vulnerability and resilience in logistics*. Kogan Page Publishers.
- Yereli, A. B., & Şahin, I. F. (2020). Vergi otomasyon sisteminin yapay zeka ile etkileşimi. *Vergi Sorunları Dergisi*, 378, 9-16.
- Yıldıztekin, A. (2001). Lojistik Yönetiminin Tarihçesi, 08.02. 2001. *Dünya Gazetesi, İstanbul*.
- Yılmaz, V., Filiz, Z., & Yaprak, B. (2007). Servqual yöntemiyle yükseköğretimde hizmet kalitesinin ölçülmesi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1): 299-316.

- Yiğit, F. (2002). Tedarik zinciri yönetimi ve ilaç sektörü uygulaması. Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Yurtsever, H. (2016). Vergi Hukukunda Tebligatta Yeni Bir Uygulama: Elektronik Tebligat. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 23(2), 451–466.



EKLER

EK-1 Kurum İzin Yazısı

T.C

ÇINAR KAYMAKAMLIĞI
Mal müdürlüğü

Sayı : E-44697511-804.01-1662401
Konu: Anket Muvafakat Talebi

09/11/2022

Sayın İlyas ASLAN

İlgi : 01.03.2021 tarih ve bila sayılı dilekçeniz.

İlgi dilekçeniz ile yüksek lisans tez konusunu esas olmak üzere kurumumuzdan talep etmiş olduğunuz interaktif vergi dairesi sistemi yapacağınız anket çalışmasında kurumumuzca herhangi bir sakınca bulunmamaktadır.

Bilgilerinize rica ederim.

Resul KARADABAN

Malmüdüğü

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Doğrulama Kodu: 82E4F692-A6F8-4E98-9965-38688A58191A

Doğrulama Adresi: <https://www.turkiye.gov.tr/hmb-ebys>

Adres: Gazi Mah. Hükümet Konağı Binası Kat:1 Çınar / Diyarbakır

Telefon: (412)511 21 63

Faks: (412)511 24 20


KEP Adresi : hazinevemaliye@hs01.kep.tr

Bilgi için:Resul
KARADABAN
Malmüdüğü



Ek-2 Etik Kurul Onayı

Evrak Tarih ve Sayısı: 08.12.2022-27046

 HASAN KALYONCU ÜNİVERSİTESİ	T.C. HASAN KALYONCU ÜNİVERSİTESİ BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU KARARLARI
TOPLANTI TARİHİ 01.12.2022	TOPLANTI NO 2022-48

Sayı : E-97105791-050.01.01-27046
Konu : Etik Kurul Hk.

Çalışmanın Türü	Yüksek Lisans Tezi
Konu	Anket Uygulama
Başlık	"Bilgi Lojistiğinin İnteraktif Vergi Dairesi Uygulaması Üzerine Bir Alan Çalışması"
Yürütücü / Danışman	Doç. Dr. İbrahim AKBEN
Yazar	İlyas ASLAN
Karar	Olumlu

Prof. Dr Mehmet Lütfi YOLA
Etik Kurul Başkanı

Prof.Dr. Muhammet Fatih HASOĞLU
Etik Kurul Üyesi

Prof.Dr. Bülent Bahri KÜÇÜKERDOĞAN
Etik Kurul Üyesi

Prof.Dr. Enver BOZKURT
Etik Kurul Üyesi

Prof.Dr. Kezban BAYRAMLAR
Etik Kurul Üyesi

Prof.Dr. Mahmut Serhat YENİCE
Etik Kurul Üyesi

Prof.Dr. Mazlum ÇELİK
Etik Kurul Üyesi

Ek:İlyas ASLAN EKBF

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu : *BSCRVDDBE7*

Belge Takip Adresi : <https://turkiye.gov.tr/ebd?eK=5999&eD=BSCRVDDBE7&eS=27046>

Adres: Hasan Kalyoncu Üniversitesi Havaalanı Yolu Üzeri 8. Km. Şahinbey / Gaziantep
Telefon: 0 (342) 211 8080 / 1400/1402 Faks: 0 (342) 211 80 81
e-Posta: info@hku.edu.tr Web: www.hku.edu.tr
Kep Adresi: hasankalyoncu.unv@hs01.kep.tr

Bilgi için: Merve BİLGİN
Unvanı: Memur



Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Ek-3: Anket Formu



BİLGİ LOJİSTİĞİNİN, İNTERAKTİF VERGİ DAİRESİ UYGULAMASI ÜZERİNE BİR ALAN ÇALIŞMASI ARAŞTIRMA SORULARI

Sayın Katılımcı,

Bu sorular sıklıkla kullandığımız interaktif vergi dairesinin hizmet kalitesini ölçmeye yöneliktir. Anket uygulaması sonucu elde edilecek veriler, sadece akademik amaçlarla kullanılacak ve kesinlikle üçüncü şahıslarla paylaşılmayacaktır. Formu eksiksiz ve samimi bir şekilde doldurmanız, çalışmanın sağlığı açısından önemlidir. Çalışmaya katkılarınızdan dolayı teşekkür ederiz.

İlyas ASLAN, Hasan Kalyoncu Üniversitesi,
Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü Yüksek Lisans Öğrencisi

- Yaşınız(Lütfen belirtiniz)
- Cinsiyetiniz Kadın Erkek
- Medeni Durumunuz Bekâr Evli
- Eğitim Durumunuz İlköğretim Lise Ön lisans Lisans Lisansüstü
- Mesleğiniz(Lütfen belirtiniz)
- Çalışıyorsanız çalıştığınız kurum / şirket türü:
 Üniversite Kamu Kuruluşu Özel Sektör Kendi İşim Diğer.....(Lütf. Belirtiniz)
- Lütfen, İnteraktif Vergi Dairesi Aracılığı İle Size Ulaşan Vergi Dairesi Hizmetleri İle İlgili Olarak Aşağıda Belirtilen Bilgi Lojistiği Önermelerinden Size En Uygun Olan Seçeneği İşaretleyiniz.

Önermeler	1	2	3	4	5
Müşteri ile interaktif vergi dairesi sistemi arasında yüksek düzeyde entegrasyon için gerçek zamanlı olarak iki yönlü iletişim gereklidir.					
Çok yüksek hız için standartlaştırılmış bilgiler olarak müşteri tarafından kullanılabilir veri tabanı süreç için çok önemlidir.					
Müşteri tarafından sağlanan tüm bilgiler müşteri odaklıdır.					
Müşteri ile vergi dairesi arasında entegrasyon sağlayıcı olarak interaktif vergi dairesi sistemi içinde müşterilerin toplu işleme modu yeterli olmalıdır.					
Müşteri ile vergi dairesi arasında entegrasyon sağlayıcı olarak interaktif vergi dairesi sistemi içinde müşterilerin toplu işleme modu belirli durumlar için yeterlidir.					
Müşteriler tarafından kullanılan standartlaştırılmış bilgiler ve erişilebilir veri tabanları için bilgi alma hızı önemlidir.					
Yapılan temel bilgiler ve müşteriler tarafından kolayca kullanılabilen veri tabanları için bilgi alma hızı önemlidir.					
Müşteri ile vergi idaresi arasında veri alış verişi sağlayan interaktif vergi dairesi sistemine yüklenen veriler müşterilerin bilgi işleme moduna uygundur.					
İnteraktif vergi dairesi sistemi ile ilgili çoğu bilgi müşteri tarafından tedarik edilir.					

1: Kesinlikle katılmıyorum, **2:** Katılmıyorum, **3:** Orta derecede katılıyorum, **4:** Katılıyorum, **5:** Kesinlikle Katılıyorum.

8. Aşağıdaki sorular sıklıkla kullandığınız interaktif vergi dairesinin “*Hizmet Kalitesini*” değerlendirmeye yöneliktir. Lütfen kullandığınız interaktif vergi dairesi programını göz önünde bulundurarak en uygun seçeneği işaretleyiniz.

Önermeler	1	2	3	4	5
İnteraktif vergi dairesi hizmetlerini sunan sistem modern donanıma sahiptir.					
İnteraktif vergi dairesi hizmetlerinin sunulduğu program görsel olarak çekicidir.					
İnteraktif vergi dairesi sisteminde gereksiz görseller bulunmamaktadır.					
İnteraktif vergi dairesi hizmetlerinin sunulduğu program verilen hizmete uygundur.					
İnteraktif vergi dairesi hizmetlerini sunan kurum vaatleri zamanında yerine getirir.					
İnteraktif vergi dairesi sistemi müşterilere özel hizmetlerin oluşturulmasına imkan vermektedir.					
İnteraktif vergi dairesi hizmetleri sunan kurum güvenilirdir.					
İnteraktif vergi dairesi hizmetleri ile ilgilenen vergi dairesi çalışanları temiz ve düzenlidir.					
İnteraktif vergi dairesi hizmetleri sunan kurumda kayıtlar titizlikle ve hatasız tutulur.					
İnteraktif vergi dairesi hizmetleri sunan kurum çalışanları hizmetin tam olarak ne zaman sağlanacağını söyler.					
İnteraktif vergi dairesi hizmetleri sunan kurum çalışanları sundukları hizmeti gecikmeksizin ilk seferde ve doğru olarak yerine getirir.					
İnteraktif vergi dairesi hizmeti sunan kurum çalışanları taleplere cevap veremeyecek kadar meşgul değildir.					
İnteraktif vergi dairesi hizmetleri sunan kurum çalışanları anlayışlı ve naziktir.					
İnteraktif vergi dairesi hizmeti sunan kurum çalışanları yenilik, gelişim ve çağa uyum konusunda müşterilere önderlik yapmaya isteklidirler.					
İnteraktif vergi dairesi hizmetleri sunan kurum kendini güvende hissettirir.					
İnteraktif vergi dairesi hizmetleri sunan kurum çalışanlarının tutum ve davranışları güven hissi verir.					
İnteraktif vergi dairesi hizmetleri sunan kurum çalışanları müşterilerin sorularını cevaplayacak bilgiye sahiptir.					
İnteraktif vergi dairesi hizmetleri sunan kurum çalışanları müşterilerin sorunları ile özenle ilgilenir.					
İnteraktif vergi dairesi hizmetleri sunan kurumun çalışma saatleri bütün müşterilerin hizmet alması için uygundur.					
İnteraktif vergi dairesi hizmetleri sunan kurum çalışanları her müşteri ile kişisel ve samimi olarak ilgilenir.					
İnteraktif vergi dairesi hizmetleri sunan kurum çalışanları her müşteri için elinden gelenin en iyisini yapar.					
İnteraktif vergi dairesi hizmeti sunan kurum çalışanları hizmet alanların özel ihtiyaçlarını anlar.					

1: Kesinlikle katılmıyorum, **2:** Katılmıyorum, **3:** Orta derecede katılıyorum, **4:** Katılıyorum, **5:** Kesinlikle Katılıyorum.

ANKETİMİZ BİTMİŞTİR. KATILIMINIZDAN DOLAYI TEŞEKKÜR EDERİZ.

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı : İlyas ASLAN
Uyruğu : T.C.

EĞİTİM

Derece : 3,08
Üniversite Adı : Anadolu Üniversitesi
Yüksek Lisans :
Doktora :

İŞ DENEYİMLERİ

Yıl: 2009-2012 Giresun Üniversitesi (İdari Personel)
2012-2015 Hazine ve Maliye Bakanlığı (Gelir Uzman Yardımcısı)
2015-2023 Hazine ve Maliye Bakanlığı (Gelir Uzmanı)

UZMANLIK ALANI: Vergi

YABANCI DİLLER

BELİRTMEK İSTEĞİNİZ DİĞER ÖZELLİKLER

YAYINLAR