

T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ SOSYAL
BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
MALİYE ANABİLİM DALI
MALİYE PROGRAMI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

ELEKTRONİK TİCARETİN VERGİLENDİRİLMESİ:
SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Çiğdem AVCU ŞAKİRLER

Danışman

Prof. Dr. Coşkun Can AKTAN

İZMİR - 2019

TEZ ONAY SAYFASI



YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi “Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesi: Sorunlar ve Çözüm Önerileri” adlı çalışmanın, tarafımdan, akademik kurallara ve etik değerlere uygun olarak yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Tarih

....../...../.....

Adı SOYADI

İmza

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesi: Sorunlar ve Çözüm Önerileri Çiğdem AVCU ŞAKİRLER

**Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Maliye Anabilim Dalı
Maliye Programı**

Elektronik ticaret, teknolojiadaki önemli gelişmelerin hayatımıza adapte olduğu doksanlı yıllar sonrası dönemde ivme kazanmış bir ticaret türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Geleneksel ticarete kıyasla, çoğu gider türlerinde maliyet avantajı sağlanan ve müşteriye ulaşmanın daha kolay olduğu bu ticaret türü, çoğu firma, yeni girişim ve sektörün oluşmasına da katkı sağlamaktadır.

Elektronik ticaret, tüm işlemlerinin elektronik araçlar vasıtasıyla gerçekleştirilmesi gibi bir yapıya sahip olması ve vergilendirilmesi bakımından uluslararası alanda tartışmalara konu olmaktadır. Sınırlar arası ticaretin, vergi anlaşmaları doğrultusunda gerçekleştirildiği geleneksel ticarete göre, dijital ortamda satış işlemlerinin gerçekleştirildiği ürün ve hizmetlere ilişkin bir takım sorunlarla karşılaşılabilir. Ek olarak, tüm dünyada geçerli net vergi uygulamasına ilişkin mutabakatın bulunmuyor olması da sorunların farklı şekillerde ortaya çıkmasına sebep olabilmektedir.

Çalışmanın ilk bölümünde elektronik ticaretin genel yapısı, ikinci bölümde elektronik ticaretin vergilendirilmesine ilişkin uygulamalar yer almaktadır. Son bölümde ise, elektronik ticaretin vergilendirilmesinde karşılaşılan sorunlar ve bu sorunlara ilişkin OECD ve Avrupa Birliği tarafından sunulan öneriler incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Elektronik Ticaret, Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesi, Vergilendirme Sorunları, Çözüm Önerileri.

ABSTRACT

Master's Thesis

The Taxation of Electronic Commerce: Problems and Solution Offers

Çiğdem AVCU ŞAKİRLER

Dokuz Eylül University Graduate School of Social Sciences

Department of Public Finance

Public Finance MA Thesis Program

Electronic commerce is a kind of trade that gained momentum in the nineties after the important developments in the technology were adopted to our lives. Compared to traditional trade, this type of trade, which provides a cost advantage in most types of expenses and is easier to reach to customers, also contributes to the formation of most companies, new enterprises and the sector.

Electronic commerce is subject to controversy in the international arena in order to have a structure that all transactions are realized through electronic tools and taxation. According to the traditional trade in which cross-border trade is carried out in accordance with the tax agreements, a number of problems can be encountered regarding the products and services in which sales transactions are carried out in digital environment. In addition, the lack of consensus on the implementation of net tax applicable to the whole world may cause problems to arise in different ways.

In the first part of the study, the general structure of electronic commerce and the second part include applications that are related to the taxation of electronic commerce. In the final chapter, the problems encountered in the taxation of electronic commerce and the suggestions presented by the OECD and the European Union regarding these problems were examined.

Keywords: Electronic Commerce, The Taxation of Electronic Commerce, Taxation Problems, Solution Offers.

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAY SAYFASI	ii
YEMİN METNİ	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER	vi
KISALTMALAR	ix
TABLolar	xi
ŞEKİLLER	xii
GRAFİKLER	xiii

GİRİŞ	1
-------	---

BİRİNCİ BÖLÜM ELEKTRONİK TİCARET

1.1. ELEKTRONİK TİCARET KAVRAMI	2
1.2. ELEKTRONİK TİCARETİN KAPSAMI	5
1.2.1. Elektronik Ticaret ve Geleneksel Ticaret Arasındaki Farklar	6
1.3. ELEKTRONİK TİCARETİN ARAÇLARI	8
1.3.1. Elektronik Ödeme ve Fon Transferleri	11
1.3.2. Elektronik Veri Değişimi (EDI- Electronic Data Interchange)	14
1.3.3. Elektronik Posta	16
1.3.4. WWW (World Wide Web)	17
1.3.5. Haber Ağları (USENET-NETNEWS)	19
1.3.6. Dosya Taşıma Protokolü (FTP)	20
1.4. ELEKTRONİK TİCARETİN TÜRLERİ	21
1.4.1. İşletmeler Arası Elektronik Ticaret (Business to Business)	23
1.4.2. İşletme – Tüketici Arası Elektronik Ticaret (Business to Consumer)	25
1.4.3. İşletme – Devlet Arası Elektronik Ticaret (Business to Government)	27
1.4.4. Tüketici – Devlet Arası Elektronik Ticaret (Consumer to Government)	28

1.4.5. Tüketici – Tüketici Arası Elektronik Ticaret (Consumer to Consumer)	28
1.5. ELEKTRONİK TİCARETİN AVANTAJLARI VE DEZAVANTAJLARI	29
1.5.1. Elektronik Ticaretin Avantajları	30
1.5.1.1. Müşteri Açısından Avantajları	30
1.5.1.2. Satıcı Açısından Avantajları	31
1.5.2. Elektronik Ticaretin Dezavantajları	32
1.5.2.1. Teknik Dezavantajlar	32
1.5.2.2. Teknik Olmayan Dezavantajlar	33
1.6. TÜRKİYE’DE ELEKTRONİK TİCARET	34
1.6.1. Türkiye’de Elektronik Ticaretin Gelişimi	34
1.6.2. Türkiye’de Elektronik Ticaret Pazar Hacmi	37

İKİNCİ BÖLÜM

ELEKTRONİK TİCARETİN VERGİLENDİRİLMESİ

2.1. GELİR VE KURUMLAR VERGİSİ AÇISINDAN ELEKTRONİK TİCARET	45
2.1.1. Mükellefiyet Biçiminin Tespiti	46
2.1.1.1. Tam Mükellefiyet	47
2.1.1.2. Dar Mükellefiyet	48
2.1.2. Gelirin Elde Edildiği Yer	51
2.1.3. Kazancın Niteliğinin Tespiti	53
2.1.4. Matrahın Belirlenmesi	55
2.2. KATMA DEĞER VERGİSİ AÇISINDAN ELEKTRONİK TİCARET	57
2.3. GÜMRÜK VERGİSİ AÇISINDAN ELEKTRONİK TİCARET	61
2.4. DAMGA VERGİSİ AÇISINDAN ELEKTRONİK TİCARET	62
2.5. BANKA VE SİGORTA MUAMELE VERGİSİ AÇISINDAN ELEKTRONİK TİCARET	63

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
ELEKTRONİK TİCARETİN VERGİLENDİRİLMESİNDE YAŞANAN
SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

3.1. ELEKTRONİK TİCARETİN VERGİLENDİRİLMESİNDE KARŞILAŞILAN SORUNLAR	66
3.1.1. Elektronik Ticaretin Uluslararası Vergi Hukuku Açısından Karşılaşılan Sorunlar	66
3.1.1.1. Kaynak İlkesi Açısından Karşılaşılan Sorunlar	67
3.1.1.2. İkamet İlkesi Açısından Karşılaşılan Sorunlar	67
3.1.1.3. İşyeri Açısından Karşılaşılan Sorunlar	68
3.1.1.4. Çifte Vergilendirme Açısından Karşılaşılan Sorunlar	69
3.1.2. Elektronik Ticaretin Niteliğinden Kaynaklanan Sorunlar	74
3.1.2.1. Bilgi Kaynağının Aşınmasından Kaynaklanan Sorunlar	74
3.1.2.2. Elektronik Para Uygulamalarından Doğabilecek Sorunlar	76
3.1.2.3. Dijital Ürünlerde Karşılaşılan Sorunlar	77
3.1.2.4. Gelirin Elde Edildiği Yerin Belirlenmesinden Kaynaklanan Sorunlar	80
3.1.2.5. Kimlik ve Ödeme Bilgilerindeki Belirsizlikler	81
3.1.2.6. Off - Shore Bankacılığı ve Vergi Cennetlerinin Yarattığı Sorunlar	82
3.2. ELEKTRONİK TİCARETİN VERGİLENDİRİLMESİNDE KARŞILAŞILAN SORUNLARA ÇÖZÜM ÖNERİLERİ	84
3.2.1. OECD'nin Çözüm Önerileri	84
3.2.2. Avrupa Birliği Çözüm Önerileri	89
SONUÇ	95
KAYNAKLAR	98

KISALTMALAR

AB	:Avrupa Birliği
ATM	:Bankamatik Makineleri
BDDK	:Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu
BEPS	:Base Erosion and Profit Shifting
BKM	:Bankalararası Kart Merkezi
BSMV	:Banka ve Sigorta Muamele Vergisi
EDI	:Electronic Data Interchange
EFT	:Electronic Funds Transfer
ERP	:Enterprise Resource Planning
ETİK	:Elektronik Ticaret Kurulu
ETKK	:Türkiye Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu
FTP	:File Transfer Protocol
GİB	:Gelir İdaresi Başkanlığı
GSM	:Mobil İletişim Sistemi
GVK	:Gelir Vergisi Kanunu
HTML	:Hypertext Markup Language
HTTP	:Hyper Text Transfer Protocol
KDV	:Katma Değer Vergisi
KEP	:Kayıtlı Elektronik Posta
KVK	:Kurumlar Vergisi Kanunu
MASAK	:Mali Suçları Araştırma Kurulu
MOSS	:Mini One Stop Shop
ODTÜ	:Orta Doğu Teknik Üniversitesi
OECD	:The Organization for Economic Co-operation and Development

OSS	:One Stop Shop
SMS	:Kısa Mesaj Servisi
TBMM	:Türkiye Büyük Millet Meclisi
TCMB	:Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası
TÜBİSAD	:Türkiye Bilişim Sanayicileri Derneği
TÜBİTAK	:Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TÜİK	:Türkiye İstatistik Kurumu
UN – CEFAC	:United Nations Centre for Trade Facilitation and Electronic Business
VAN	:Katma Değerli Ağ
WAP	:Telsiz Uygulama Programı
WTO	:World Trade Organization
www	:World Wide Web

TABLÖLAR

TABLO 1: Geleneksel Ticaret Ve Elektronik Ticaret Arasındaki Farklar	7
TABLO 2: Elektronik Ticaret Araçları	9
TABLO 3: Geleneksel ve Edı Bilgi Akış Şemaları	15
TABLO 4: Ağ Haberleri- Haber Grupları	20
TABLO 5: Elektronik Ticaret Türleri	22
TABLO 6: Çifte Vergilendirmeyi Önleme Anlaşmalarına Göre Vergilendirme Durumları	71
TABLO 7: Dijital Ürünlerde Kazanç Türünün Belirlenmesi	79



ŞEKİLLER

ŞEKİL 1: Ödeme Sistemleri	12
ŞEKİL 2: Elektronik Ticaret Şekilleri	23



GRAFİKLER

GRAFİK 1: Dünya'daki Toplam Elektronik ticaret Hacmi	4
GRAFİK 2: Dünya'daki İnternet Kullanıcı Dağılımı	18
GRAFİK 3: Yıllara Göre Dünya'daki B2C Elektronik Ticaret Hacmi	26
GRAFİK 4: Türkiye'de Toplam Elektronik ticaret Hacmi	37
GRAFİK 5: 2007- 2018 Yılları Arası Girişimlerde Bilgisayar Kullanımı, İnternet Erişimi ve Web Sayfası Sahipliği Oranları	38
GRAFİK 6: 2007-2018 Yılları Arasında Türkiye Hane Halkı Bilgisayar ve Kullanım Oranları	39
GRAFİK 7: Türkiye'de 2011-2018 Yılları Arasından İnternette Alışveriş Yapma Oranı	40
GRAFİK 8: 2011- 2018 Türkiye'de Cinsiyete Göre İnternette Alışveriş Yapma Oranları	41
GRAFİK 9: Türkiye'deki Yerel Kredi Kartlarının İnternet Üzerindeki Kullanımlarıyla Oluşan İşlem Tutarları	42

GİRİŞ

Teknolojik gelişmelere bağılı olarak Dünya genelinde elektronik ticaret hacminde önemli gelişmeler yaşanmıştır. Bu süreçte, doksanlı yıllarda hızla yaygınlaşmaya başlayan internet altyapısı elektronik ticarete ivme kazandıran faktörlerin başında gelmektedir. Elektronik ticaretin yaygınlaşmasıyla birlikte iş süreçlerinde de bir takım yenilikler yaşanmıştır. İş akışlarının çevrimiçi ortama taşınmasıyla mal veya hizmet üreten işletme ve müşteriler arasındaki ilişkiler gelişmiştir. Siparişin alınması ile teslimat sürecinin otomasyona bağılı yürütülmesi, operasyonel ve mali verimliliğı arttıracak tedbirlerin alınmasına olanak sağlanmaktadır.

Elektronik ticaretin hızlı gelişimi, birçok sektöre yenilikler getirmenin yanında, vergilendirme alanında da bir takım sorunlarla karşılaşılmasına sebep olmaktadır. Özellikle geleneksel ticaretteki bir takım denetim mekanizmalarının kullanılamaz hale geldiğı durumlar için dünya çapında çalışmalar yürütölmüş olup hali hazırda vergi kayıp ve kaçaklarının önlenmesi ve adaletli dağılımın sağlanması için uluslararası alanda işbirliğinin sağlanmasına yönelik çalışmalar devam etmektedir.

Çalışmanın birinci bölümünde, elektronik ticaretin genel yapısına değinilmiş olup elektronik ticaret kavramı, kapsamı, araçları, türleri, avantajları ve dezavantajlarına ve Türkiye'deki gelişimi ve pazar hacmine değinilmektedir. İkinci bölümde elektronik ticaretin vergilendirilmesi üzerinde durulmaktadır. Bu vergiler ise; Gelir Vergisi, Kurumlar Vergisi, Katma Değer Vergisi, Gümrük Vergisi, Damga Vergisi ve Banka ve Sigorta Muamele Vergisi'dir. Son bölümde elektronik ticaretin vergilendirilmesinde karşılaşılan sorunlara ve OECD ve Avrupa Birliğı çözüm önerilerine yer verilmektedir.

BİRİNCİ BÖLÜM

ELEKTRONİK TİCARET

1.1. ELEKTRONİK TİCARET KAVRAMI

Elektronik ticaret, elektronik ticaretin kısaltılmış versiyonu olup mal ya da hizmetlerin internet aracılığıyla alım satımının yapılmasıdır. Bu alım satım işlemleriyle ilgili satış, dağıtım ve pazarlama gibi ticari faaliyetler; elektronik ticarete özgü elektronik fon transferi (EFT), elektronik veri değişimi (EDI), internet pazarlama araçları, stok yönetim sistemleri gibi yapıların kullanımıyla gerçekleştirilmektedir. Bu alım satım işlemleri internet ve benzeri bilgisayar ağları gibi elektronik sistemlerin kullanılmasıyla gerçekleştirilmektedir. Elektronik ticaretin işlem hacmi her yıl artmaktadır. Bu artışta internet kullanımının dünya çapında yaygınlaşması en önemli etkidir (Mohapatra, 2013: 8). Gerek tedarikçi gerekse müşteri açısından sunduğu kolaylıklar ve kendine özgü ticari operasyon esneklikleriyle elektronik ticaret, geleneksel ticarete oranla günden güne daha fazla tercih edilmektedir.

Farklı kurum ve kuruluşların elektronik ticaretle ilgili çeşitli tanımlamaları bulunmaktadır. Bu tanımlamalar şu şekildedir;

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD)'ye göre;

“sipariş alıp vermek için tasarlanmış yöntemlerle, bilgisayar ağları üzerinden yürütülen mal veya hizmet satışlarıdır. Ödeme ve mal veya hizmetin teslimi, internet üzerinden gerçekleşmek zorunda değildir. Bir elektronik ticaret işlemi, bireylerin, işletmelerin, hükümetlerin ve diğer kamu veya özel kuruluşların arasında yapılabilir. İnternet veya elektronik veri değişimi üzerinde yapılan siparişler elektronik ticarete dahildir fakat telefon, faks ve elektronik posta üzerinden verilen siparişler elektronik ticarete dahil değildir” (TÜBİSAD, 2014: 4).

OECD elektronik ticaret sürecini aşağıdaki gibi tanımlamaktadır:

- Ticaret yapmaya karar veren firma ya da şahısın, ticaret yapılmaya başlamadan önce elektronik ortamda araştırma yaparak bilgi edinmesi,
- Ticaretin yapılmasıyla birlikte ödeme işleminin gerçekleştirilebilmesi,
- Ödeme işlemlerini takiben, ürün ya da hizmetlerin alıcıya teslim edilebilmesi,
- Satış sonrasında destek hizmeti, bakım ve onarım gibi hizmetlerin teslim edilmesi olarak tanımlanmaktadır (Küçükylmazlar, 2006: 3).

Dünya Ticaret Organizasyonu (WTO)'ya göre *“mal ve hizmetlerin üretim, reklam, satış ve dağıtımlarının telekomünikasyon ağları üzerinden yapılmasıdır”* (Taşlıyan, 2006: 47). Alım, satım ve ödeme işlemleri internet üzerinden gerçekleştirilen ürünler, teslim edilme şekilleri olan fiziksel ve dijital teslime göre ikiye ayrılmaktadır (Çakırer, 2013: 98). Yazılım programları, müzik albümleri ve veri tabanları gibi genellikle fiziki özelliğe sahip olmayan ürün veya hizmetlere ilişkin internet vasıtasıyla sipariş, teslim ve ödeme işlemlerinin yapılması, doğrudan elektronik ticaret olarak adlandırılabilirken, internet aracılığıyla sipariş ve ödemenin gerçekleşmesi fakat ürün ve hizmet teslimatının geleneksel yöntemlerle fiziksel olarak gerçekleşmesine, dolaylı elektronik ticaret adı verilmektedir (Yamamoto, 2013: 7). Doğrudan elektronik ticaret, fiziksel olarak mal ve hizmet tesliminin olmadığı bir ortamı oluştururken dolaylı elektronik ticaret fiziki olarak mal ve hizmet teslimini ifade etmektedir.

Birleşmiş Milletler İdari, Ticari ve Ulaşım İlgili Uygulama ve Usulleri Kolaylaştırma Merkezi (UN – CEFAC) 'ne göre; Elektronik ticaret; üretici, tüketici ve diğer aktörler (kamu kuruluşları vb.) arasında gerçekleştirilen ticari faaliyetlere ilişkin yönetsel ve tüketime dair bilgilerin elektronik araçlar vasıtasıyla paylaşılmasıdır (Çakırer, 2013: 98). İnternet, elektronik posta ve haber ağları elektronik ticaretin gerçekleştirilmesinde kullanılan araçlara örnek teşkil etmektedir.

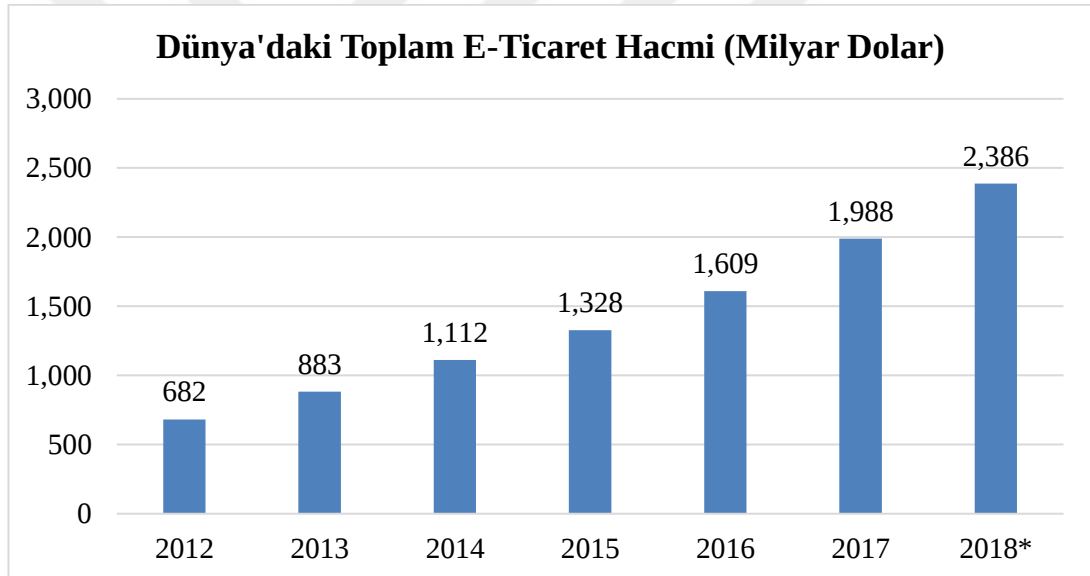
Türkiye Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu (ETKK) elektronik ticaretin tanımını, bireyler ile kurumlar, internet veya intranet ortamlarındaki görüntü, ses, yazı şeklindeki sayısal bilgilerin iletilmesi, işlenmesi, saklanması ile bir değer yaratmayı hedefleyen ticari işlemler bütünüdür şeklinde tanımlamaktadır (Alkan, 2003: 9). Şahıslar ve kurumların internet aracılığıyla kendi aralarında ya da dünya

apında çeşitli işlemler sonucu değer yaratması durumu, elektronik ticaretin tanımlanması açısından önem arz etmektedir.

Elektronik ticaret tanımında tek bir görüşe bağlı kalınmamaktadır. Bazı görüşlere göre elektronik ticaret her türlü mal veya hizmetin internet aracılığıyla elektronik iletişim araçları kullanılarak gerçekleşmesi işlemidir. Bir başka görüşe göre ise ödeme işleminin internet üzerinden yapılması işlemidir.

İnternetin yaygınlaşmasıyla beraber elektronik ticaret hacminde önemli artışlar gözlemlenmiştir. Aşağıdaki Grafik 1’de Dünya’daki elektronik ticaret hacminin 2012-2018 yılları arasındaki değişimi yer almaktadır.

Grafik 1: Dünya’daki Toplam Elektronik ticaret Hacmi



Kaynak: TÜBİSAD, 2015, 2016 ve 2017 Raporları

*2018 verileri tahminidir.

Grafik 1’e göre, 2012 yılında 682 milyar dolar olan toplam elektronik ticaret hacmi, 2013 yılında 883 Milyar, 2014 yılında 1,1 Trilyon, 2015 yılında 1,3 Trilyon, 2016 yılında 1,6 Trilyon, 2017 yılında 2 Trilyon, 2018 yılında (tahmini) 2,4 Trilyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Bu sonuçla Dünya’da elektronik ticaret potansiyelindeki büyümenin kısa süre içerisinde ve hızlı bir şekilde gerçekleştiği gözlemlenmektedir.

1.2. ELEKTRONİK TİCARETİN KAPSAMI

Elektronik ticaret çok sayıda ticari sektörü kapsamakta ve elektronik iletişimin yaygınlaşmasıyla etkileri daha fazla genişlemektedir. Elektronik ticaretin kapsamı; iletişim ağları üzerinden ticari nitelikli mal ve hizmetlerin üretimi, ticari işlerin bu ağlar aracılığıyla yönetilmesi ve pazarlanmasından oluşmaktadır. Elektronik ticaretin ortaya çıkmasıyla ekonomide büyüme hızlanmış, tüketiciler için yeni fırsatlar oluşmuş, yeni iş olanakları ve yeni ticari faaliyetler yaratmıştır (Alkan, 2003: 11). Elektronik ticaret her geçen gün gelişmekte ve büyümektedir. Bu gelişimle sunulan mal ve hizmetlerle insanların hayatlarını kolaylaştıran yenilikler meydana gelmektedir.

Elektronik ticaret kapsamına bakıldığında, elektronik bilgi sistemleri yardımıyla gerçekleştirilen tanıtım, satış ve tedarik operasyonları, elektronik ödeme sistemleri aracılığıyla yürütülen mali transferler gibi faaliyetler kapsam içerisinde yer almaktadır.

Elektronik ticaretin kapsamına ilişkin detaylar aşağıdaki gibi sıralanabilir (Uğuz, 2012: 66):

- Ürünün tasarımı, üretimi, ticaretinin yapılması,
- Sipariş verilmesi, sözleşmenin yapılması,
- Tanıtım ve reklam yapma, bilgilendirme,
- Bilgi servisleri,
- Danışmanlık hizmetleri,
- Eğitim, sağlık, hukuk, ulaştırma gibi hizmetlerin ticaretinin yapılması,
- Fon transferi ve bankacılık işlemlerinin yapılması,
- Kamu ihale ve alım süreçlerinin gerçekleştirilmesi,
- Elektronik hisse alışverişi ve borsa işlemleri,
- Açık arttırma ve noter işlemlerinin yapılması (Canpolat, 2001: 20),
- Elektronik konşimento gönderiminin gerçekleşmesi,
- Gümrükleme işlemlerinin takibi ve gerçekleştirilmesi
- Elektronik ortamda üretim ve sevkiyatın izlenmesi,

- Üretim planlamasının yapılması,
- Üretim zincirinin oluşturulması,
- Elektronik para ile ilgili işlemlerin gerçekleştirilmesi,
- Doğrudan tüketiciye pazarlama,
- Anında bilgi oluşturma ve bilgi aktarımının gerçekleştirilmesi,
- Elektronik ortamda vergilendirme olarak sıralanmaktadır.

Elektronik ticaret mal ve hizmet satılabilmesi için geleneksel şekilde yapılan tüm faaliyetlerin internette de yapılabilmesi durumudur (Taşlıyan, 2006: 50). Bu bağlamda elektronik ticaret çok geniş bir yelpazeye sahiptir. Geleneksel şekilde yapılan tüm faaliyetler haricinde ses, müzik, video gibi ürünlerin satışının da elektronik ticaret vasıtasıyla yapıyor olması kapsamın genişliğini göstermektedir.

1.2.1. Elektronik Ticaret ve Geleneksel Ticaret Arasındaki Farklar

İnternet kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte, elektronik ticaretin müşteri portföyü artmış ve buna bağlı olarak geleneksel ticaret gerçekleştiren firmalar, bu yeni ticaret türüne ilgi göstermeye başlamıştır. Bu aşamada geleneksel ticarete kullanılan araç ve yöntemlere göre elektronik ticaretin işleyişinde önemli farklılıklar mevcuttur.

Satın alma işlemlerinin gerçekleştirilmesinde, geleneksel ticarete yazılı formlara dayalı olarak gerçekleştirilen onay süreçleri, elektronik ticarete elektronik posta yoluyla gerçekleştirilerek önemli bir verimlilik oluşturmaktadır (Elibol ve Kesici, 2004: 309).

Siparişin verilmesi aşamasından sonra, elektronik ticarete birbirine entegre çalışan sistemler yardımıyla tedarikçi firmaların sistemine düşen yeni sipariş, tedarik sürecinin program üzerinde planlanmasına ve en kısa zamanda müşteriye ulaştırılmasına olanak tanımaktadır. Geleneksel ticarete, ilgili tedarik süreçleri yazılı form, telefon ve benzeri araçlar yardımıyla gerçekleştirildiğinden ve iletişimsizlik riski taşıdığından, birtakım aksaklıklara sebep olabilmektedir.

Tedarik sürecinin tamamlanmasının ardından, ödeme yöntemlerini incelendiğinde, elektronik ticarete internet bankacılığı ve EFT gibi araçlar

yardımıyla ödemeler gerçekleştirilirken, geleneksel araçlarda banka havalesi, posta ya da firmanın tahsildarları aracılığıyla ödemeler tahsil edilmektedir.

Aşağıdaki Tablo 1’de, satın alma sürecine ilişkin geleneksel ticaret ve elektronik ticaret arasındaki farklara yer verilmiştir.

Tablo 1: Geleneksel Ticaret ve Elektronik Ticaret Arasındaki Farklar

Satın Almayı Yapan Firma	Geleneksel Ticaret	Elektronik Ticaret
Bilgi Edinme Yöntemleri	Reklamlar, Dergiler, Görüşmeler, Kataloglar	Web Sayfaları
Talep Belirtme Yöntemi	Yazılı Form	Elektronik Posta
Talep Onayı	Yazılı Form	Elektronik Posta
Fiyat Araştırması	Kataloglar, Görüşmeler	Web Sayfaları
Sipariş Verme	Yazılı Form, Fax	Elektronik Posta, EDI
Tedarikçi Firma		
Stok Kontrolü	Yazılı Form, Fax, Telefon	Online Veritabanı, EDI
Sevkiyatın Hazırlığı	Yazılı Form, Fax, Telefon	Elektronik Veritabanı, EDI
İrsaliye Kesimi	Yazılı Form	Online Veritabanı, EDI
Fatura Kesimi	Yazılı Form	Elektronik Posta, EDI
Siparişi Yapan Firma		
Teslimatın Onayı	Yazılı Form	Elektronik Posta, EDI
Ödeme Programı	Yazılı Form	Online Veritabanı, EDI
Ödeme	Banka Havalesi, Posta, Tahsildar	İnternet Bankacılığı, EDI, EFT

Kaynak: Elilbol ve Kesici, 2004: 310.

Müşterilerle iletişimin internet üzerinden sağlanmasıyla geri bildirimlerin daha hızlı temin edilmesi, buna bağlı olarak sunulan ürün ve/veya hizmetlerde gelişim ve farklılaştırılmaların, müşteri taleplerine göre şekillendirilmesine ilişkin

fırsatlar sunulmaktadır. Geleneksel ticarete, kişilerden ilgili geri bildirimleri toplamak daha zahmetli ve maliyetli bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır.

1.3. ELEKTRONİK TİCARETİN ARAÇLARI

Elektronik ticaret faaliyetleri, genel olarak internet üzerinden yürütülmekle beraber, bilgisayar ve internet kullanımının sınırlı olduğu geçmiş dönemlerde televizyon, telefon, elektronik veri değişimi (EDI), elektronik fon transferi (EFT) gibi araçlar yardımıyla gerçekleşmektedir. Söz konusu araçların bir kısmının kullanımı günümüzde de devam etmesine karşın, alıcı ve satıcı arasında kurulan iletişimde destek sağlama yönünden çeşitli handikaplar da bulunmaktadır. En büyük sorun, ilgili araçların, internette olduğu gibi birbiriyle entegre çalışma yürüterek, çoklu kanaldan iletişim faaliyetlerine temel oluşturamamasıdır (Coşkun, 2004: 246). Ancak, elektronik ticaretin yapısı gereği, alıcı ve satıcı yüz yüze gelmeksizin ticari faaliyetlerin gerçekleştiriliyor olması sebebiyle, ilgili araçların kullanımı yardımıyla yürütülen ticari faaliyetler elektronik ticaret kapsamında değerlendirilmektedir.

Elektronik ticaret; ürün ve hizmetlerin üretim, reklam ve satışının internet veya teknolojik araçlar ile güvenli bir ortamda yapılması durumudur. Elektronik bir ticaret şekli olan televizyon, doğrudan satış aşaması olup ürün ve hizmetlerin tanıtımı bir diğer anlamda reklamı, televizyon aracılığıyla gerçekleşmektedir. Siparişler telefon veya internet üzerinden verilmektedir. Böylece satın alma işlemi gerçekleşebilmektedir. Fakat günümüze bakıldığında elektronik ticaret denildiğinde bütün dijital araçlar ile gerçekleştirilen bir yapı akla gelmektedir (Yamamoto, 2013: 6-7).

Aşağıdaki Tablo 2’de elektronik ticaretin geleneksel araçları ve yeni araçları gösterilmektedir.

Tablo 2: Elektronik Ticaret Araçları

Geleneksel Araçlar	Yeni Araçlar
Televizyon	www (World Wide Web)
Radyo	Dosya Taşıma Protokolü (FTP - File Transfer Protocol)
Telefon	Elektronik Posta
Faks	Sözlü Mesaj (Voice Mail)
Elektronik Ödeme ve Para Sistemleri • Bankamatik makineleri (ATM) • POS makineleri • Kredi Kartları	Konferans Sistemleri • Telekonferans • Video Konferans • Data Konferans
İntranet: Kapalı Bilgisayar Ağları • Elektronik Veri Değişimi (EDI) • Elektronik Fon Transferi (EFT)	Mobil İletişim İçin Küresel Sistem Teknolojisi (GSM) • Kısa Mesaj Servisi (SMS) • Telsiz Uygulama Programı (WAP-Wireless Application Protocol)

Kaynak: Yükçü, S. & Gönen, S., 2009: 23.

Elektronik ticaretin araçları, birbirlerini tamamlayan bir yapıya sahiptir. Gelişen teknolojiyle birlikte araçlar sadece Tablo 2’de gösterildiği gibi kalmayacak olup her geçen gün yeni araçlar eklenecektir. Bununla birlikte elektronik ticaret araçları boyut değiştirebilmektedir. Örneğin; geçmiş zamanlarda telefon sadece iki kişi arasında haberleşme aracı olarak kullanılmaktayken, günümüzde video konferansı, telekonferans yapılabilmekte ve ayrıca telefon aracılığıyla internete girilebilmekte, istenilen ürün ve hizmet kolaylıkla temin edilebilmektedir. Her geçen gün gelişen teknolojiyle ve yeni yapılanmayla geleneksel araçların bazıları önemini yitirmiş olup yerini yeni araçlar almaktadır.

Günümüzde bütün dünyaya yayın yapmakta olan birçok televizyon kanalı bulunmaktadır. Bu televizyon kanalları evde alışverişin davetini ve reklamını yapmaktadır. Ancak televizyon tek taraflı bir iletişim aracıdır. Bununla birlikte bütün dünyada telefon ile karşılaştırıldığında telefonun daha yaygın bir dağılıma sahip olduğu görülmektedir (Alkan, 2003: 20). Akıllı telefonların yaygınlaşması ve bu uygulamaların gelişmesiyle televizyon yerine telefon kullanımı artmaktadır. Bu araç vasıtasıyla mal veya hizmetlerin tanıtımına ulaşılabilme ve araştırma yapma olanağı bulunmaktadır.

Elektronik ticarete geleneksel araçlardan biri olan faksı değerlendirildiğinde; elektronik postanın kullanımının yaygınlaşmasıyla faks kullanımında azalma meydana gelmiştir. Elektronik posta birçok açıdan kolaylık sağlamak ve anında iletişim sağlanabilmektedir. Birçok alışverişin teyidi elektronik posta aracılığıyla yapılmaktadır.

Geleneksel yöntemlere bağlı televizyon, faks ve telefon gibi araçlarla gerçekleştirilen işlemlerde, bu araçların birlikte kullanılma zorunluluğu bulunmaktadır. Bu araçlar yardımıyla hukuki geçerliliğe sahip bir belgenin iletilme imkanı bulunmamaktadır (Elibol ve Kesici, 2004: 314). İnternet üzerinden gerçekleştirilen işlemlerde, elektronik imzalı sözleşmelerin oluşturulabilir olması, bu alanda gerçekleştirilen ticari faaliyetlerde hukuki geçerliliğe temel oluşturması, elektronik ticaret faaliyetleri yürütülürken internetin daha önce kullanılan araçlara göre daha çok tercih edilmesinde bir başka sebep olarak karşımıza çıkmaktadır.

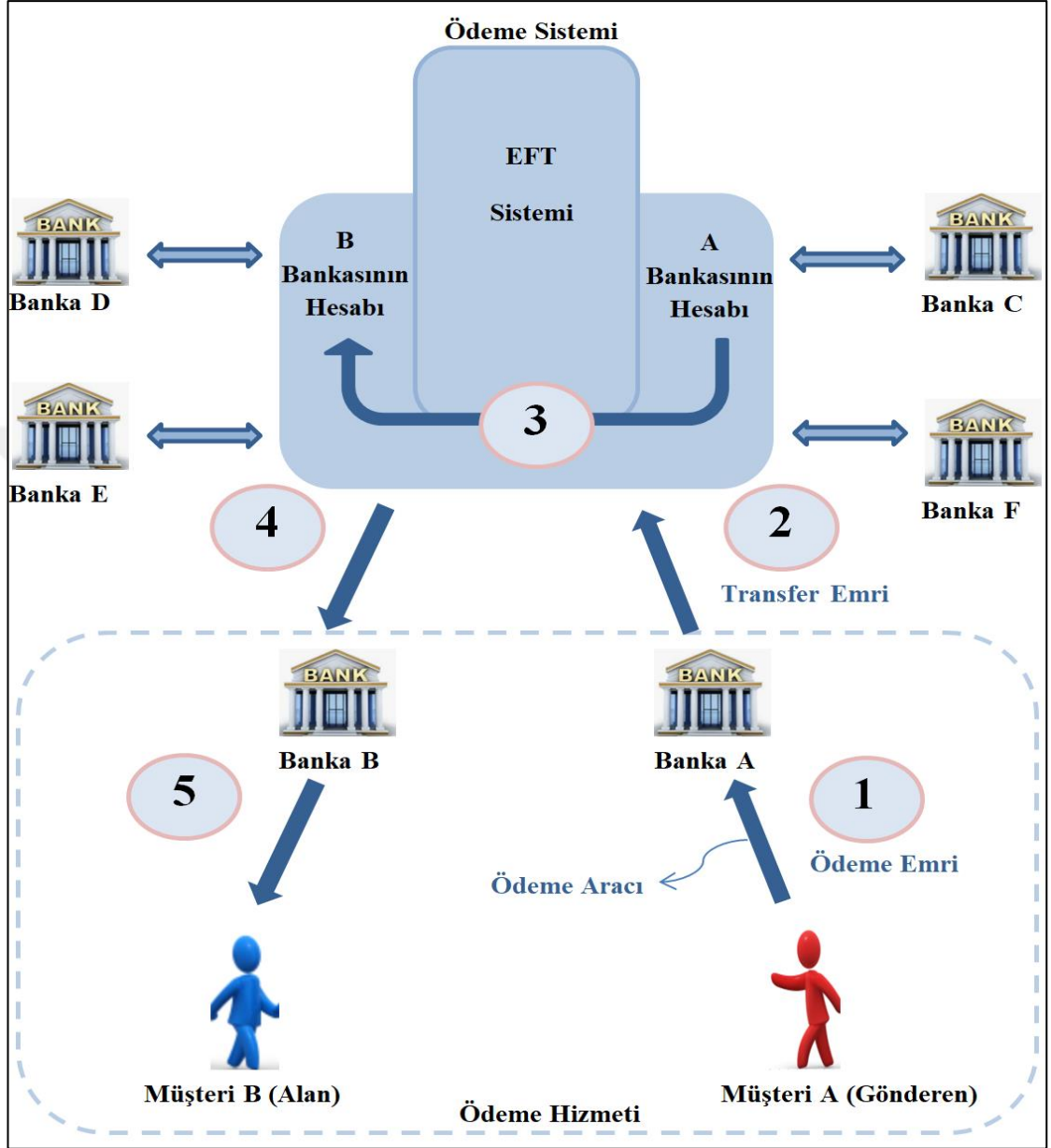
1.3.1. Elektronik Ödeme ve Fon Transferleri

Ülkemizde bankalararası transfer işlemi, Merkez Bankası tarafından işletilen Elektronik Fon Transfer Sistemi (EFT) adı verilen bir ödeme sistemi üzerinden gerçekleştirilmektedir. Elektronik Fon Transfer Sistemi sayesinde bankalararası ve farklı banka müşterileri arasındaki fon transferi güvenli ve kısa sürede gerçekleştirilmektedir (TCMB, 2018a). Elektronik Fon Transfer Sistemi Türkiye'deki bankalararasında T.C. Merkez Bankası aracılığı ile fon transferinin bilgisayar ortamında yapılmasını sağlamaktadır. Bu sistem fon akımının hızlı, güvenilir ve ekonomik olarak gerçekleşmesini sağlamaktadır (Kayıhan ve Yıldız, 2004: 139).

Merkez Bankası tarafından yönetilen Elektronik Fon Transfer Sistemi (EFT) bilgisayarlar aracılığıyla, bankalararasında fon transferinin internet üzerinden çok kısa sürede gerçekleşmesini sağlamaktadır. Bu sistem sayesinde zamandan tasarruf edilmekle birlikte bu durum güvenilirlik açısından da önem arz etmektedir. Bilgisayar aracılığıyla ulaşımın çok daha hızlı ve güvenilir olması iş aktine de yansımakta ve işin hızlanmasını da beraberinde getirmektedir.

Ödeme sisteminin işleyişi Şekil 1'de ayrıntılı olarak gösterilmektedir.

Şekil 1: Ödeme Sistemleri



Kaynak: TCMB, 2018b.

Elektronik Fon Transfer Sisteminin işleyişi;

1. Para gönderiminde bulunacak olan mudi, sistemde yer alan bankasına başka bir hesaba göndermek istediği miktarı için ödeme emri verir. Bu ödeme emri, bankanın sunduğu olanaklar çerçevesinde cep telefonu, şifre, kart gibi kişisel araçlar yardımıyla gerçekleştirilebilir. Birinci aşama olarak; para göndermek

isteyen müşteri A para transfer işlemini gerçekleştirmek için bankası A'ya ödeme emri vermektedir.

2. İkinci aşama ise; bankanın aldığı ödeme emrine ilişkin transfer bilgisini sisteme iletmesi durumudur.
3. Elektronik Fon Transferi Sistemi aracılığı ile paranın gönderiminde bulunan kişinin banka hesabından, parayı teslim alacak olan kişinin banka hesabına yalnızca elektronik kayıtlar üzerinden transferi gerçekleştirilmektedir. Üçüncü aşamada; A bankasının hesabındaki para EFT Sistemi ile B bankasının hesabına geçmektedir.
4. Dördüncü aşama olarak; alıcı banka olan B bankası, elektronik olarak kayıtlara geçen paranın durumu ile ilgili bilgilendirilir.
5. Son aşama olarak; alıcı banka yani B bankası, sistem tarafından gelen “işlem gerçekleşti” bilgisi üzerine müşterisi olan B'ye para ödemesini gerçekleştirmektedir (TCMB, 2018b).

Ödeme sistemi içerisinde 1990 yılında on üç kamu ve özel Türk bankası ortaklığı ile kurulan Bankalararası Kart Merkezi (BKM) de bulunmaktadır. Bankalararası Kart Merkezi'nin faaliyetleri, ödeme sistemlerinde; nakit kullanımı gereksiz her türlü ödeme veya para transferine imkan tanıyan sistemsel altyapı ve platformları oluşturmak, işletmek ve geliştirmektir. Bankalararası Kart Merkezi'nin ana faaliyetleri; kredi ve banka kartı uygulaması içinde bulunan bankalararasında gerçekleştirilecek prosedürleri geliştirmek, belirli bir standardı yakalamaya yönelik kararlar almak, Türkiye sınırları içerisinde uygulanabilecek kurallar oluşturmak, bankalararasında takas ve hesaplaşma işlemlerini yürütmek, yurt dışındaki komisyonlar ve kuruluşlar ile ilişki içerisinde olmak ve gerektiğinde üyelerini bu kuruluşlarda temsil etmek, her banka tarafından devam ettirilen işlemleri daha güvenilir, daha hızlı ve daha az maliyetli bir şekilde tek bir merkezden yürütmektir (Bankalararası Kart Merkezi (BKM), 2018).

Elektronik ödeme ve fon transfer işlemleri yani ödeme sistemleri, bankalararasında gerçekleşen para aktarma işlemlerinin daha hızlı, daha güvenilir ve maliyeti de minimize ederek yapılmasını sağlamaktadır. Bu açıdan bakıldığında insanlara büyük kolaylık sağlamaktadır.

Ödeme sistemleriyle ilgili iki kavram önem arz etmektedir. Bunlar takas ve mutabakattır.

Takas; sisteme gönderilen transfer emirlerinin aktarımı, bu emirlerin karşılıklı olarak iletilmesi, bir çekin ya da bir banka hesabının para olarak karşılığının alınmasına aracılık edilmesi ve bazı durumlarda bu emirlerin netleşmesi işlemlerini kapsamaktadır (TCMB, 2014). Bu bağlamda bankalar, bir değişime aracılık etmektedir.

Mutabakat ise, iki ya da daha fazla taraf arasındaki fon ya da menkul kıymet aktarımından kaynaklanan yükümlülüklerin yerine getirilmesi işlemini ifade etmektedir. Buna göre, yukarıda Elektronik Fon Transferi Sisteminin anlatıldığı maddelerden 1 ve 5 numaralı maddeler bankalar ile müşterileri arasında gerçekleşen ödeme hizmetlerine ilişkin hizmetler olup 2 ve 4 numaralı maddeler takas, 3 numaralı madde ise mutabakat işlemidir (TCMB, 2018b).

Elektronik Fon Transferi kuruluşundaki amaçlar şunlardır (Alkan, 2003: 61);

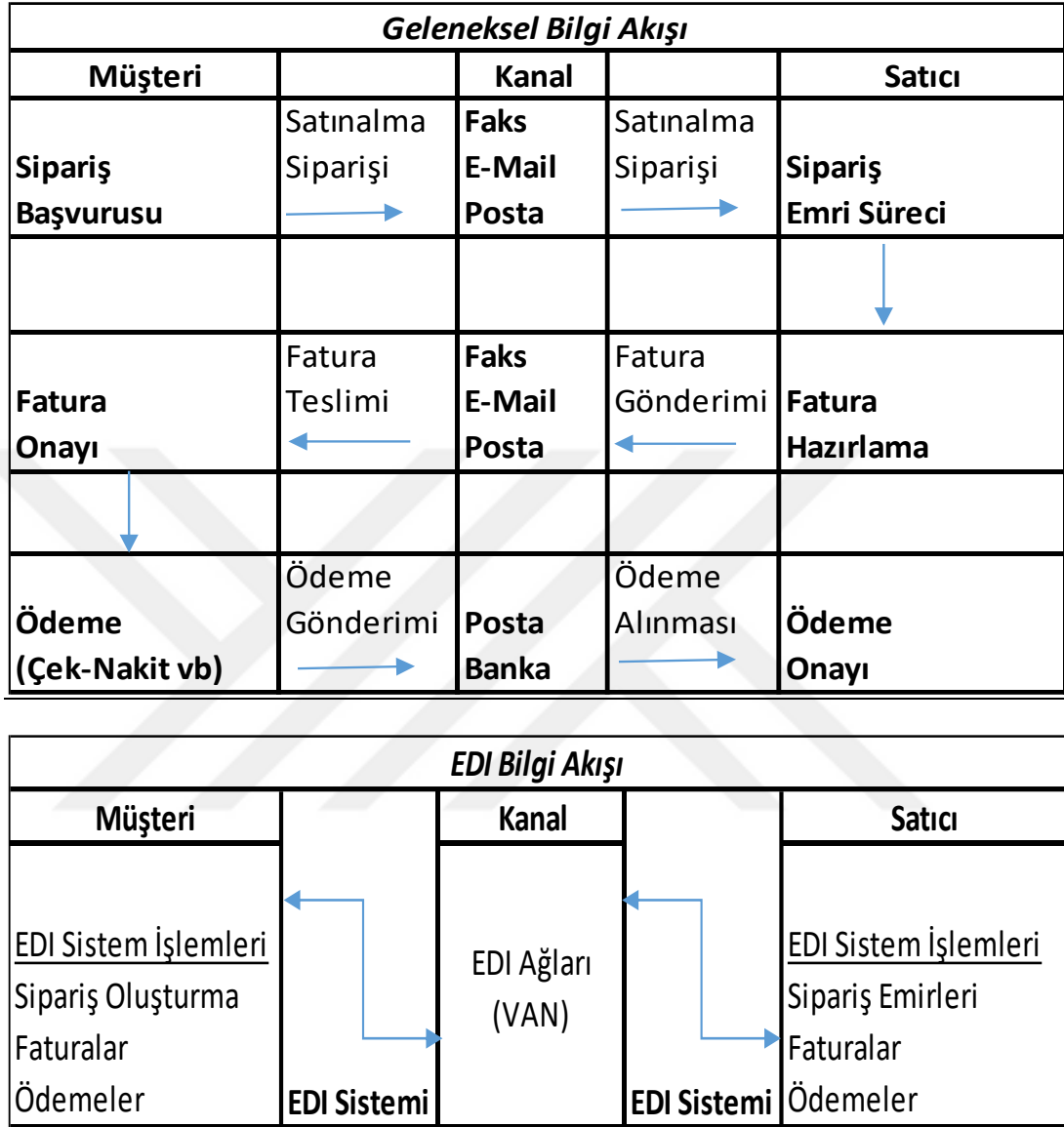
- Bankalararasında yapılan para transferinin güvenli bir şekilde gerçekleşmesini sağlamak,
- Bankalararasında yapılan para transferine hız kazandırmak ve zamandan tasarruf etmek,
- Merkez Bankası ile yapılan işlemlerin kolaylıkla ve kısa sürede yapılmasını sağlamak,
- Piyasa içerisinde nakit dolaşım seviyesini azaltmaktır.

Piyasa içerisinde nakit dolaşım seviyesini azaltmak, gerçekleşen işlemin kayıt altına alınmasını sağlamakta ve bu bağlamda kayıt dışılığın önüne geçilmektedir.

1.3.2. ELEKTRONİK VERİ DEĞİŞİMİ (EDI - Electronic Data Interchange)

Ticaret yapan iki firma arasında insan faktörü olmaksızın, bilgisayarlar vasıtasıyla bilgi ve belge değişimini gerçekleştirebilen Elektronik Veri Değişimi Sistemi (EDI), elektronik ticaretin önemli bir aracıdır (Yörük, 2001: 36-37). Geleneksel olarak kağıt kullanılarak üretilen fatura, sipariş, ödeme emirleri gibi bilgi ve belge içerikleri, Elektronik Veri Değişim Sistemi (EDI) kullanımıyla elektronik ortama taşınmış olup bilgisayarlar aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Geleneksel ve EDI bilgi akışına ilişkin karşılaştırma Tablo 3’de yer almaktadır.

Tablo 3: Geleneksel ve EDI Bilgi Akış Şemaları



Kaynak: Ramdeen, Collin D. 2009: 270-282.

EDI kullanımı, organizasyonlar ya da tedarikçiler arasında gerçekleştirilen faaliyetlerin entegrasyonunu arttıran bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır (Hill ve Scudder, 2002: 2).

EDI; para transferi, talep tahmin verileri, mevcut satış noktalarındaki talep verileri, tedarikçilerin ve müşteri taleplerinin zaman planlamalarının yapılabilmesi gibi geniş kapsamlı işlemlerin yapılabilmesine yönelik imkanlar sağlayan bir teknolojidir (O'Callaghan ve Turner, 1995: 4).

1960'lı yılların sonunda icat edilen sistem, genellikle işletmelerin kendilerine ait Value Added Network (VAN) gibi ağların kullanımıyla gerçekleştirildiğinde, yüksek yatırım maliyetlerine sahiptir. EDI teknolojisinin, 2000'li yılların başı itibariyle internet protokolü aracılığıyla kullanılmaya başlanması, yatırım maliyetinin düşmesine ve daha önce büyük şirketlerin kullandığı bu teknolojinin, orta ve küçük ölçekli işletmeler tarafından da kullanılabilir hale gelmesinde önemli etkiye sahip olmuştur (Downing, 2002: 7). EDI teknolojisi, maliyetlerin düşmesine ve kullanım alanının genişlemesine neden olmaktadır.

EDI teknolojisinin işletmeler için sağladığı faydaların başında, işletmeler arası transfer edilen ticari işlemler sonucu oluşan bilgi veya belgelerin tek taraflı manipülasyona kapalı olması, bir işlem için oluşabilecek mükerrer ya da hatalı kayıtların oluşmasına engel olması ve faaliyetlerin bu teknoloji aracılığıyla izlenebilir olması gelmektedir. Bunun yanında oluşan dokümanların sınıflandırılma, dağıtım, teslim ve üretiminin belirli bir sistem üzerinden yürütülüyor olması da EDI kullanımının geleneksel yöntemlere göre şirketlerin operasyonel maliyetlerinin düşürülmesinde ve operasyonel verimliliğin artırılmasında önemli avantajlar yarattığı gözlemlenmektedir (O'Callaghan ve Turner, 1995: 5). EDI teknolojisi sayesinde, yapılan işlemler daha sağlıklı ilerlemektedir.

1.3.3. Elektronik Posta

Elektronik mektup olarak da adlandırabileceğimiz elektronik posta, dünya üzerinde milyonlarca insanın hızlı bir şekilde ve düşük maliyetle iletişim kurma aracı olarak önemli bir yere sahiptir. Günümüzde iş kartvizitlerinde de yeri bulunan elektronik posta adresi; telefon ve ikamet adreslerinden sonra gelen bir adres haline gelmiş bulunmaktadır. Dünyanın en büyük elektronik posta ağı internettir. Bir bilgisayarın sayısız kullanıcısı olabileceği gibi bir internet hattının da sayısız elektronik posta kutusu yani elektronik posta adresi (e-mail adresi) olabilmektedir. Elektronik posta, kontrol bilgisi ve içerik olmak üzere iki temel bölümden oluşmaktadır. Genel olarak mesajın kime gideceği (to), mesajın konusu (subject), mesajın gönderileceği diğer adresler (carbon copy) gibi bilgiler kontrol bilgisi kısmını oluştururken, mesajın bulunduğu yer ise içerik kısmını oluşturmaktadır (Taşlıyan, 2006: 39).

İnternet ağı üzerinden elektronik posta yoluyla insanlar birbirleriyle iletişim sağlamaktadır. Bununla birlikte günümüzde elektronik ticaret yoluyla alınacak olan mal veya hizmetin kayıt aşamasında elektronik posta adresi istenmektedir. Mal veya hizmet talep edilip gerekli bilgiler girildikten sonra da elektronik posta yoluyla teyit edilmek üzere de bilgi maili gönderilmektedir. Bu anlamda elektronik posta adresi bir nevi kişisel kimlik haline gelmiştir.

Satın alma süreçlerinde iletişimin yazılı olarak sağlanması aşamasında da elektronik posta ağırlıklı olarak kullanılabilir. Bu süreçte satın alan ve tedarikçi firma arasındaki iletişimin hızlı bir şekilde sağlanması ve yazılı bir delil niteliği taşıması açısından elektronik posta yoğun bir şekilde tercih edilmektedir.

Türkiye’de Kayıtlı Elektronik Posta (KEP), yasal olarak geçerli ve teknik olarak güvenli elektronik posta olarak kabul edilmektedir. KEP, e-imza ve zaman damgası kullanılarak, imza altına alınmış bir elektronik posta olarak; gönderen ve alan tarafın kim olduğunun, gönderilen iletilerin ne olduğunun ve içeriğinin başkalarınınca değiştirilmediğinin kanıtı olarak sunulmaktadır (İSMMMO, 2018). KEP kullanımı ile firmalar, elektronik postalarını herhangi bir uyuşmazlık durumunda hukuki delil olarak kullanabilmektedir.

1.3.4. WWW (World Wide Web)

World Wide Web (WWW), HTML formatındaki çevrimiçi içeriklere, HTTP yoluyla ulaşılabilen bir ağıdır. HTTP (Hyper Text Transfer Protocol), web sunucuları ve web tarayıcıları arasındaki bilgi akışını sağlayan protokoldür. HTML (Hyper Text Markup Language), web sayfalarının dizayn edilmesinde kullanılan bir programlama dilidir. HTML formatındaki resim, video ve bunun gibi çevrimiçi web sayfası içeriklerine, bir web tarayıcısı aracılığıyla internet bağlantısı kullanılarak ulaşılmaktadır. World Wide Web, kısaca Web olarak tanımlanmaktadır.

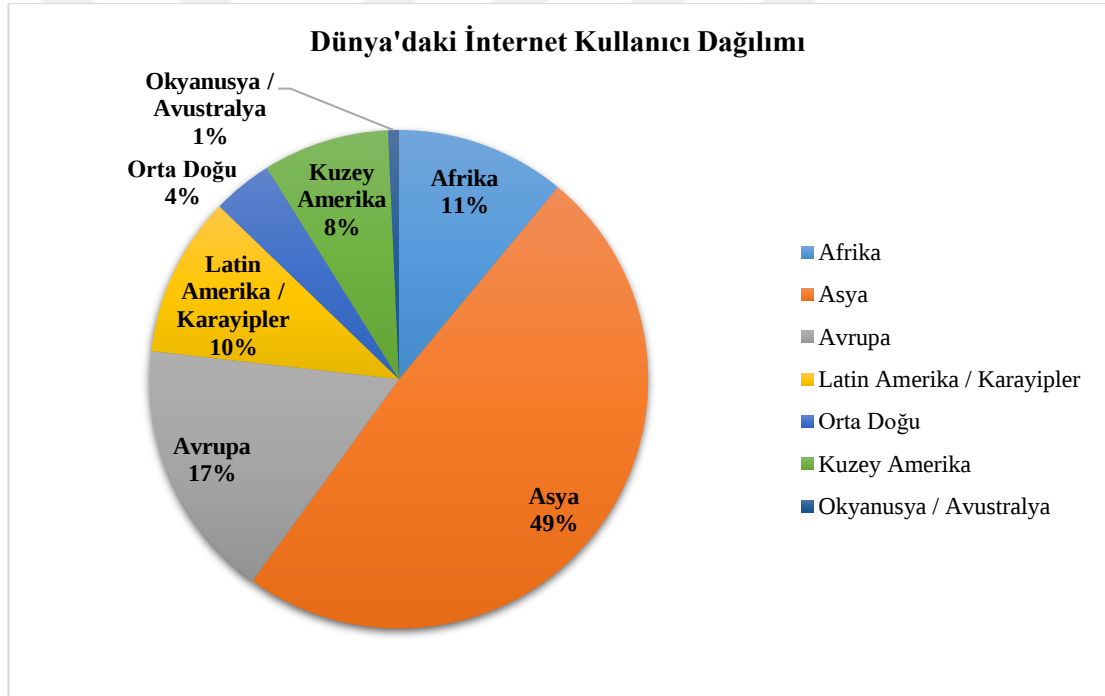
Web’in, sade bir metin gösterimi yerine, görsel, işitsel ve duylara hitap eden ses ve görüntü gibi etkenleri harmanlayarak sunması, web’i diğer internet unsurlarından ayıran en önemli özelliktir. Bilgisayar kullanıcısı, web belgeleri içerisinde bulunan bağlantı noktalarına (düğmelere) tıklayarak site içerisindeki

başka sayfalara ya da dünyanın farklı bir yerinde bulunan sunucudaki diğer web sitelerine erişim imkanına sahip olmaktadır (Dönmez, 1998: 416).

Geniş bant internet, DSL, fiber optik ve uydu sistemleriyle birlikte günden güne daha fazla yaygınlaşmaktadır. Buna bağlı olarak, 2018 yılı Haziran ayı itibariyle dünya nüfusunun %55,1 i internet kullanıcısı olarak ölçülmüştür (MM Group, 2018).

Dünya’da internet kullanan kişiler, %49’la en çok Asya kıtasında yer alırken, en az %0,7 ile Avustralya kıtasındadır. Diğer bölgelere ilişkin oranlar Grafik 2’de gösterilmiştir.

Grafik 2: Dünya’daki İnternet Kullanıcı Dağılımı



Kaynak: MM Group, 2018.

Kişiler, Google ve Yandex gibi arama motorları aracılığıyla internet üzerinde aradıkları bir konuya ilişkin yazdıkları anahtar kelimelere bağlı olarak web sitelerine ulaşabilmektedir. Tüketicilerin, elektronik ticaret faaliyetlerinin gerçekleştiği web sitelerine ulaşmalarında arama motorları, yaptıkları yönlendirmelerle önem arz etmektedir.

İnternet kullanımının yaygınlaşması, işletmelerin coğrafi sınırlara bağlı kalmaksızın, ürettikleri ürün ya da hizmetleri, gerek son kullanıcı gerekse ticari müşterilerine ulaştırmasında önemli avantajlar sağlamaktadır. İşletmelerin potansiyel müşterilerine ulaşmalarında, çevrimiçi kataloglar ve diğer pazarlama bilgilerini sunmaları kolaylık sağlamıştır.

1990'ların ortalarına gelindiğinde, World Wide Web'teki gelişmelere bağlı olarak güvenli ve interaktif alana ihtiyaç duyan elektronik ticaret siteleri kurulmaya başlanmıştır. Web sitelerinin kişiselleştirilebilir olması, satıcı ile müşteri arasındaki etkileşimin artırılmasında ve eş zamanlı olarak gerçekleştirilmesinde önemli katkılar sağlamıştır (Leung ve diğerleri, 2000: 446-455).

1.3.5. Haber Ağları (USENET-NETNEWS)

Haber ağları, farklı konulara ilişkin mesaj ve haber gruplarından oluşan, milyonlarca kişinin mesajlarını ilettiği haberleşme sistemleridir (Sit, Emil, Dabek and Robertson, 2004: 207).

1979 yılında yayınlanan USENET protokolü, başlangıçta Kuzey Karolina Üniversitesi'nde akademik bilgilerin paylaşımı için oluşturulmuş olup, sonrasında dünya genelinde milyonlarca kullanıcıya sahip, çok sayıda farklı konu ve haber gruplarından oluşan bir haber ağı halini almıştır. Söz konusu yazılar, belirli bir hiyerarşiye bağlı olarak oluşturulmuştur. Dünyanın farklı yerlerinde bulunan çok sayıda serverler aracılığıyla, ilgili konularda gönderilen mesajlar güncel olarak kullanıcılara iletilmektedir. İnternet aracılığıyla bir bilgisayardan gelen mesajları ya da postaları farklı bir bilgisayardan indirme ve yükleme işini yapan yazılımı kullanarak USENET'in bir parçası haline gelmekte ve böylece kullanıcı iletişimi göndermektedir. Kullanıcının iletisi hiyerarşik bir yapıda dağılmakta ve internet erişimi olan kişilerce bir USENET servis sağlayıcı aracılığıyla okunabilmektedir. (Hauben, 2001: 4).

Haber grupları aracılığıyla çok sayıda potansiyel müşteriye kolay ulaşılabilmesi sebebiyle elektronik ticarete 90'lar ve 2000'li yılların başlarında ürün ya da hizmetin pazarlanmasında etkin bir şekilde kullanılmıştır.

USENET yapısı içinde çok sayıda haber grubu bulunmaktadır. Bu haber gruplarında kısaltılmış kelimeler kullanılmaktadırlar. Tablo 4'te Ağ Haberleri - Haber Grupları örnekleri gösterilmektedir.

Tablo 4: Ağ Haberleri - Haber Grupları

Grup Adı	Açıklama
Bionet	Bioloji araştırmaları
Biz	İş dünyası
Comp	Bilgisayar
News	Ağ haberleri hakkında haberler
Rec	Oyunlar, hobiler
Sci	Bioloji araştırmaları dışındaki bilimsel konular
Soc	Sosyal tartışma grupları, değişik etnik ve kültürel gruplar
Talk	Politika ile ilgili konular

Kaynak: Tunahan, 2006: 18.

1.3.6. Dosya Taşıma Protokolü (FTP)

Dosya Taşıma Protokolü (File Transfer Protocol), iki bilgisayar arasında internet aracılığıyla dosya transferi gerçekleştirilmesine olanak sağlayan bir ağ protokolüdür. Bu protokole, işlemler bir Dosya Taşıma Protokolü (FTP) sunucusuyla internet aracılığıyla kurulan bağlantı ile bir dizi komutun kullanılması sonucunda iki bilgisayar arasında dosya alma ve gönderme işlemleri gerçekleştirilmektedir. FTP ile dosya aktarımı yapılırken iki bilgisayar arasında bağlantı kurulur ve FTP ile sağlanan bir dizi komut yardımıyla iki bilgisayar arasında dosya alma ve dosya gönderme işlemleri yapılır (Miller, 2009: 607- 638).

Elektronik ticarete, yazılım gibi dijital olarak indirilebilen içeriklerin müşteriye ulaştırılması aşamasında dosya taşıma protokollerinden yararlanılmaktadır. Bu bağlamda FTP iki bilgisayar arasındaki transferi sağlamaktadır.

FTP kullanılarak dosya transferlerini gerçekleştirebilmek için; internete bağlı bir bilgisayarın olması ve bu transferi sağlayacak bilgisayarın internet adresi, kullanıcı adı ve şifresi gibi bilgilere ihtiyaç vardır (İTÜ, 2013). İki bilgisayar arasında gerçekleşen bu işlemde dosyaların alınacağı bilgisayar kullanıcısının izni ile bilgiler sağlanmaktadır. Bu bağlamda izin verildikten ve gerekli bilgiler temin edildikten sonra dosya taşıma işlemi gerçekleşmektedir.

1.4. ELEKTRONİK TİCARETİN TÜRLERİ

Elektronik ticaret, alım satım işlemlerini gerçekleştirecek aktörlerin birbirleriyle internet üzerinden iletişime geçmesini sağlamaktadır. Bu açıdan değerlendirildiğinde, mevcut ülke sınırlarının dışında gerçekleştirilecek ticaretin geliştirilmesine ve yereldeki ticaretin global düzeye çıkartılabilmesine olanak sağlamaktadır (Kalaycı, 2008: 142). Elektronik ticaretle birlikte mal veya hizmete ulaşmak çok daha kolay bir hale gelmiştir. Elektronik ticaretin türleri Tablo 5'te gösterilmektedir.

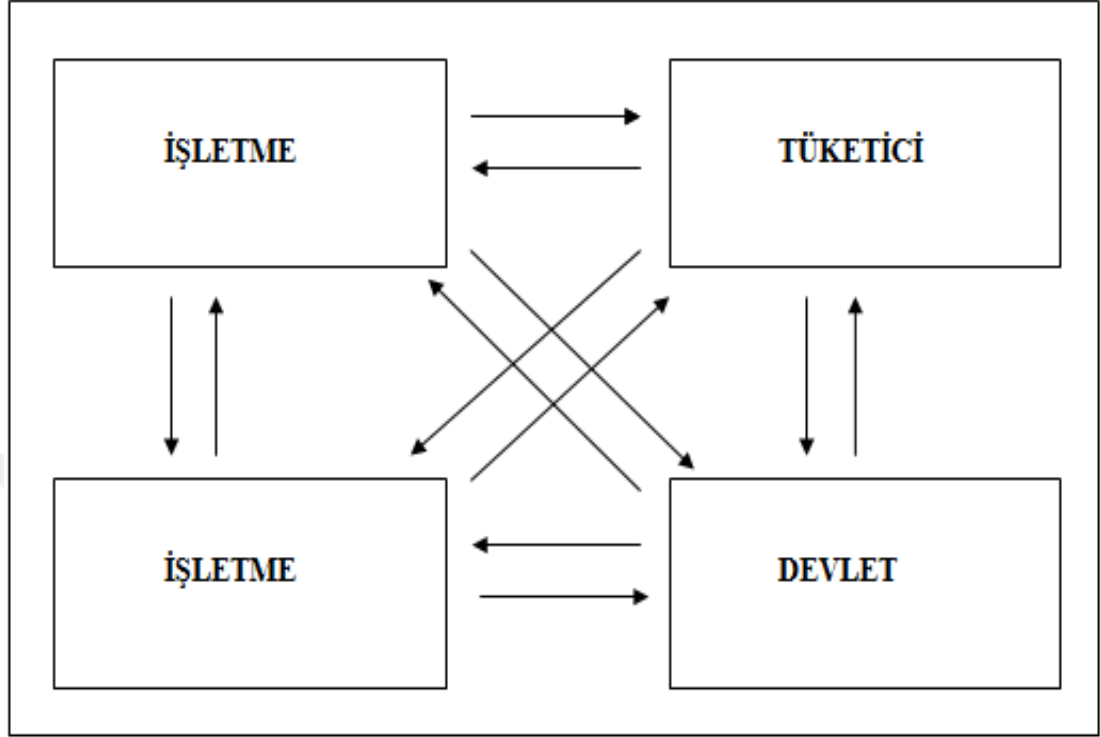
Tablo 5: Elektronik Ticaret Türleri

Türkçesi		İngilizce Kısaltması
İşletme	→ İşletme	B2B
İşletme	→ Tüketici	B2C
İşletme	→ Devlet	B2G
Devlet	→ İşletme	G2B
Tüketici	→ Tüketici	C2C
İşletme	→ Çalışan	B2E
İşletme	→ Yönetim	B2M
Tüketici	→ İşletme	C2B
Nokta	→ Nokta	P2P
Devlet	→ Tüketici	G2C
Devlet	→ Halk	G2C
Devlet	→ Devlet	G2G
Tüketici	→ Devlet	C2G
İşletme	→ Pazar	B2M

Kaynak: Yamamoto, 2013: 52.

Elektronik ticaret türlerinden en yaygın olanları işletmeler arası elektronik ticaret (B2B), işletme ile tüketici arası elektronik ticaret (B2C), işletme ile devlet arası elektronik ticaret (B2G), tüketici ile devlet arası elektronik ticaret (C2G) olmak üzere dört ana başlık altında toplanmaktadır. Şekil 2’de yaygın olan bu dört elektronik ticaret şekillerinin birbirleri arasındaki geçişleri gösterilmektedir.

Şekil 2: Elektronik Ticaret Şekilleri



Kaynak: Çakırer, 2013: 122.

Teknolojinin hızla ilerlemesi sonucunda geleneksel yolla alış-veriş yapmak yerine elektronik yol tercih edilmektedir. Bir açıdan da daha hızlı ve kolay bir yapı oluşturmaktadır. Bu nedenle çeşitli elektronik ticaret şekilleri meydana gelmiştir.

1.4.1. İşletmeler Arası Elektronik Ticaret (Business to Business)

İşletmeler arası elektronik ticaret, alıcı işletmenin tedarikçisine siparişini elektronik ortamda verdiği, faturaların ve ödemelerin yine elektronik ortamda gerçekleştirildiği elektronik ticaret türüdür. Bu elektronik ticaret türü, dünya genelinde en yaygın ve benimsenmiş bölümüdür. Kurumlar arası ticaret olarak nitelendirilen bu elektronik ticaret şekli, gerek kurumun kendi sitesi vasıtasıyla, gerekse sektörel portallarla yapılmaktadır. İşletmeler arası elektronik ticaret, kurumların güçlenmesine katkı sağlarken, ekonomik kriz gibi dezavantajlı durumlarda yerelde ve globalde yeni müşteriler bulunmasına olanak sağlayarak

şirketlerin kırılğanlığını azaltmalarına destek olmaktadır. Dünya üzerinde ve Türkiye’de işletmeler arası elektronik ticaret sayesinde konumunu güçlendiren birçok başarılı kurum örneği bulunmaktadır (Sarısakal ve Aydın, 2003: 84). Yapılan çeşitli araştırmalara göre elektronik ticaret içerisinde işletmeler arası yapılan ticaretin payı, yapılan diğer elektronik ticaret şekillerine göre daha büyüktür (Marangoz, Yeşildağ ve Saltık, 2012: 56).

Elektronik ticaret, işletmeler arası yapılan ticarete maliyeti azaltmaktadır ve bu bağlamda verimlilik de artmaktadır. Elektronik ortamda işlemlerini gerçekleştiren bir süpermarket; kasa, stok kontrolü gibi aşamalarda otomasyon sistemiyle depodaki ürünlerin takibini yapmaktadır. Sistem, ürünlerin satışını görebilmekte ve gerektiğinde sipariş verebilmektedir. Bilgisayar ağı üzerinden yeni gelen siparişler üreticiye otomatik olarak iletilmekte ve sipariş formu hazırlandıktan sonra bilgisayar, oluşan bilgiyi otomatik olarak üretim bölümüne, satış bölümüne, dağıtım bölümüne ve muhasebe bölümüne göndermektedir. Siparişlerin üretimi tamamlandıktan sonra ürünlerin fatura ile birlikte süpermarkete ulaşımı sağlanmaktadır. Bu bağlamda üretim ve pazarlama aşamaları kısa bir sürede gerçekleşmekte ve maliyetlerin düşürülmesi ve bir başka açıdan da verimliliğin artmasını sağlamaktadır. Bir diğer avantaj ise vergisel boyutta meydana gelmektedir. Vergisel sürecin kısa sürede gerçekleşmesini ve hatasız bir şekilde işlemlerini sağlamaktadır (Elibol ve Kesici, 2004: 316- 317). Genellikle şirketlerin sahip olduğu kurumsal kaynak planlama (ERP) programlarında oluşturulan yapıyla, bir ürün için önceden belirlenen emniyet stoku seviyesinin altına düşülmesi durumunda, sistem ürünü temin edeceği tedarikçiye entegre çalışan sistem üzerinden siparişini geçmektedir. Bu doğrultuda tedarikçinin, siparişte yer alan ürünlere ilişkin operasyonel faaliyetlerini tamamlayarak, istenilen miktardaki ürünlerin en kısa sürede iletilmesini ve stok maliyetinin optimum düzeyde tutulmasını sağlamaktadır. Böylece işletme, gerekli miktarda ürünü müşterilerine vakit kaybetmeksizin temin etme şansına ve müşterileriyle ilişkilerini geliştirme imkanına sahip olmaktadır. Diğer bir taraftan sistemden düzenlenen mali belgelerdeki hata payını minimuma çekerek, vergi otoriteleri tarafından gerçekleştirilecek denetim süreçlerinde yaşanabilecek olumsuzlukların önlenmesinde önemli avantajlar elde etmektedir (Tektüfekçi, 2012: 58).

İşletmeler arası elektronik ticarete, şirketlerin ticari faaliyet yürüttüğü diğer işletmelerle, ilişkilerinin türüne göre verdikleri hizmetleri farklılaştırmaları söz konusu olabilmektedir. Örneğin, kısa süreli ilişki kurulacak müşterilerle ağırlıklı fiyat ve teslimata yönelik çalışmalar yaparken uzun süreli ticari ilişki kurulan müşterileriyle satın alma yönetimi ve teslimat yönetimine ilişkin detay bilgi ve planlama, ürün geliştirme gibi birtakım farklı hizmetlerin sunulmasına yönelik çalışmalar yürütülebilmektedir (Yang, Humphreys and McIvor, 2003: 9). Böylelikle, faaliyet gösterilen pazarda yenilikler getirme ve müşteri ilişkilerini sağlamlaştırma ve müşteri sadakatini geliştirmek adına önemli adımlar atılmasına olanak sağlamaktadır. Özellikle fiyatlandırma anlamında, kompleks bir yapının oluşturulması sürekli iş yapılan müşterilerle kurulacak ilişkilerin düzenlenmesinde ön plana çıkan unsurlardandır. Bu nedenle, müşteri türüne, ürünün yapısına ve piyasa şartlarına göre düzenlenecek fiyatlandırma politikalarının uygulanmasına yönelik elektronik ticaret altyapısı düzenlenerek oluşturulacak formatlar, müşterilerin ürünlere yönelik özel indirimlerinin uygulandığı fiyatlara kolay bir şekilde ulaşmasına fırsat tanımaktadır. Normal şartlar altında fiyat listelerinin ayrı ayrı düzenlenerek bir yerde muhafaza edilmesi, geleneksel ticaretin bu rekabetçi yapıda verimlilik kaybetmesine neden olurken, kullanılan programa yüklenecek ve müşterinin sınıflandırmasına göre fiyat önerilerinde bulunarak verimlilik ve müşteri memnuniyetini arttırmada fayda sağlayacaktır (Aydın, 2015: 83).

1.4.2. İşletme – Tüketici Arası Elektronik Ticaret (Business to Consumer)

İşletmeden tüketiciye elektronik ticaret, bir firmanın sunduğu ürün ya da hizmetlerin özellik ve fiyatlarını vitrine çıkardığı, bir web sitesi aracılığıyla nihai tüketiciye ulaşarak gerçekleştirdiği ticaret türüdür (Taşlıyan, 2006: 83). Müşteriler, alacağı ürün ya da hizmeti web sitesinden sipariş verip ödemelerini yine elektronik ortamda gerçekleştirerek işlemlerini tamamlayabilmektedir. Ürün teslimatları kargo şirketleri aracılığıyla müşterilerin belirttiği adrese yapılırken dijital içerikler elektronik cihazlara indirilerek teslimatlar sağlanabilmektedir.

Müşterilerin gerçekleştirdikleri tüm bu işlemler, ilginin web sitenin veri tabanında kayıt altına alınabilmektedir. Firmalar, sahip oldukları müşteri veri tabanı

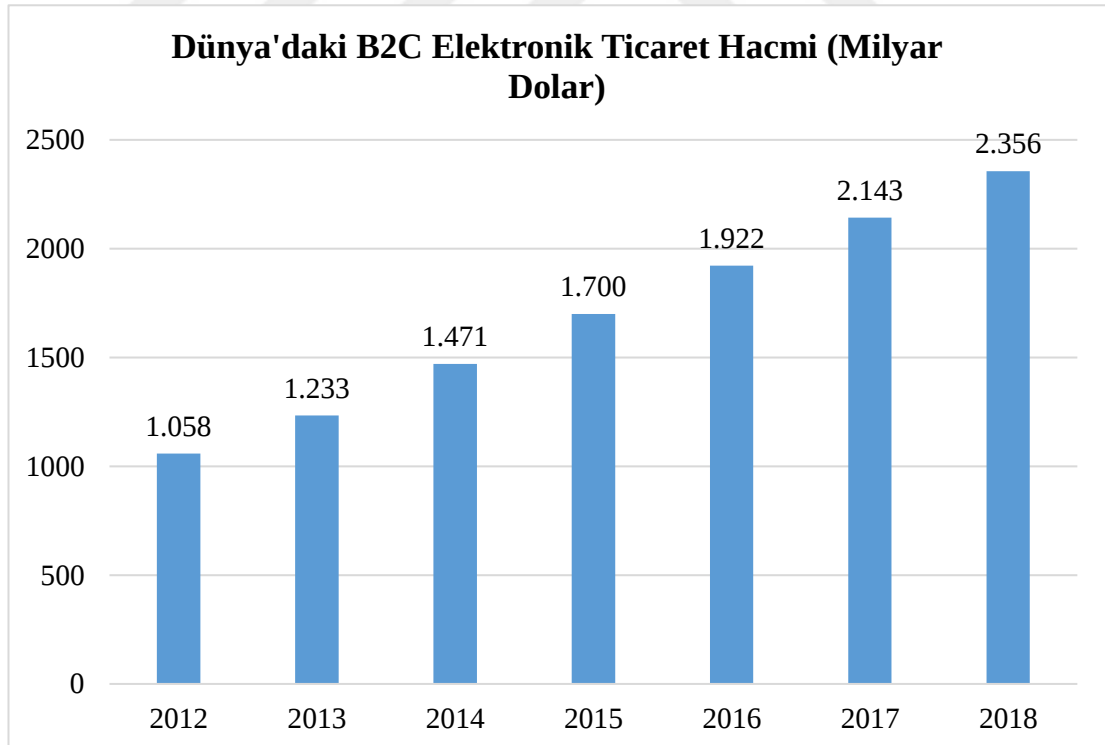
bilgileriyle, satış ve pazarlama faaliyetlerinde müşterinin talep ve ihtiyaçlarına uygun ürün ya da hizmetlerle ilgili yeni stratejiler belirleyebilmektedir (Yamamoto, 2013: 53).

Sanal mağaza kavramının 2000’li yılların başından itibaren yaygınlaşması sonrasında Türkiye’de Gittigidiyor, n11.com gibi web sayfaları popülerliğini arttırmış ve firmaların tüketicilerine aracı siteler aracılığıyla ulaşmalarının önünü açarak gelirlerini arttırmalarında katkı sağlamıştır.

Global anlamda Amazon, E-Bay, Alibaba (Aliexpress) gibi web sayfaları, yüz milyarlarca dolarlık değerlere ulaşarak işletmeden tüketiciye gerçekleştirilen elektronik ticarete önemli paylara sahiplerdir (İyiler, 2015: 88). Gün geçtikçe bu pay daha fazla büyümektedir.

2012-2018 yılları arasındaki B2C elektronik ticaret pazarındaki hacimsel değişiklik aşağıdaki grafikte yer almaktadır.

Grafik 3: Yıllara Göre Dünya’daki B2C Elektronik Ticaret Hacmi



Kaynak: Statista, 2018, B2C e-commerce sales worldwide from 2012 to 2018.

*2016-2018 değerleri tahminidir.

2012 yılında dünya çapında 1,05 Trilyon dolar hacme sahip B2C elektronik ticaret, 2018 yılında tahmini 2,35 Trilyon dolara yaklaşmıştır. Günden güne internet kullanıcı sayısındaki artış ve kişilerin tüketim alışkanlıklarındaki değişikliklerle birlikte B2C elektronik ticaretin hacminde artışın devam etmesi beklenmektedir.

1.4.3. İşletme – Devlet Arası Elektronik Ticaret (Business to Government)

İşletmelerin, kamu kurumlarıyla kurduğu iş birliklerinin elektronik ortamda gerçekleştirildiği elektronik ticaret türüdür. Kamu kuruluşlarının ilgili internet sayfalarında yayınladığı ihaleler ve bu ihale tekliflerini internet aracılığıyla toplaması ve sonuçlarını bildirmesi, bu sürecin içerisinde yer alan faaliyetlere örnek olarak gösterilebilir (Marangoz, 2011: 186).

İşletmeden tüketiciye elektronik ticaret kapsamında, alınan ihaleye ilişkin planların, gerçekleştirme süreçlerinin ve çevrimiçi toplantıların bir web sayfası aracılığıyla organize edilerek tüm sürece ilişkin detayların koordinasyonunun sağlanmasında kullanılabilmektedir (Yamamoto, 2013: 73). İşletmelerin kamu kurumlarıyla gerçekleştirdikleri ihale süreçlerinin detayları web sayfası yardımıyla sağlanmaktadır.

Devlete satış yapan işletmelerin, devletteki müşterilerine aynı zamanda uzmanlık ya da danışmanlık yapmaları, işbirliğinin sürdürülebilir olmasında olumlu etki etmektedir. Devletteki müşterinin, satın alınan ürün ya da hizmete ilişkin kapsamlı bir şekilde bilgilendirilmesi, sonraki aşamalarda gerçekleştirilecek ihalelere referans olması açısından önem arz etmektedir (Yamamoto, 2013: 76).

İşletme devlet arasındaki elektronik ticarete, alımı yapılacak ürün ya da hizmete ilişkin esas ve prosedürler belirlenerek, tekliflerin belirli bir standarda uygun olarak hazırlanmasına yönelik çalışmalar yürütülmektedir (Nemat, 2011: 102). Belirlenen şartları sağlayan firmalar, bu süreçte ihale sürecinde değerlendirmeye alınmaktadır. Bu yönüyle işletmeler arası elektronik ticarete kıyasla işletme devlet arası elektronik ticaret, prosedürlerin çok daha yoğun olduğu bir yapıdan oluşmaktadır.

1.4.4. Tüketici – Devlet Arası Elektronik Ticaret (Consumer to Government)

Tüketicinin devletle bağlantılı hukuk, sağlık ve vergi gibi alanlarda elektronik ortamda işlemlerini gerçekleştirdiği etkinlikler bu kapsamda değerlendirilmektedir (Küçükyılmazlar, 2006: 12).

Türkiye’de tüketici ile devlet arasında gerçekleşen elektronik ticarete e-devlet uygulamalarının yaygınlaşmasıyla birlikte ehliyet, pasaport, kimlik başvuruları, sağlık hizmetleri (E-Nabız), sosyal güvenlik hizmetleri ya da vergi ödemeleri (İnternet Vergi Dairesi) gibi önemli hizmetler elektronik ortama taşınmıştır (Marangoz, Yeşildağ ve Saltık, 2012: 56). Bunun gibi hizmetlerin elektronik ortamda gerçekleşiyor olması vergisel anlamda da sorunların çözümüne katkı sağlamaktadır.

Dünya genelinde devlet dairelerinde verilen hizmetlerin elektronik ortama taşınması, tüketici olan vatandaşın hizmete kolay ulaşabilme imkanı sağlamaktadır. Buna ek olarak ilgili hizmetlerin sunulduğu devlet dairelerinde iş verimliliğinin artması, gerçekleştirilecek yolsuzlukların önüne geçilmesi, şeffaflık ve güvenin artırılmasına olumlu katkı yapmaktadır (Grönlund ve Horan, 2004: 719). Bu açıdan tüketici ile devlet arasındaki elektronik ticaretteki gelişmeler, kırtasiyeciliğin önüne geçmiş ve devlet dairelerindeki iş verimliliğini arttırmaktadır.

1.4.5. Tüketici – Tüketici Arası Elektronik Ticaret (Consumer to Consumer)

İşletmeler ve devletin yanı sıra, tüketiciler de kendi aralarında elektronik ticaret araçlarından yararlanarak ticaret gerçekleştirebilmektedir. Tüketiciler, kendi ürettikleri ürünler veya kullanılmış eşyalarını Letgo, Gittigidiyor.com veya Sahibinden.com gibi güvenilir bir aracı site üzerinden sergileyerek diğer tüketicilere satış gerçekleştirebilmektedir.

Geniş bant ve mobil internetin yaygınlaşmasıyla birlikte tüketiciler arası ticarete önemli artışlar yaşanmaktadır. Tüketiciler, mobil cihazları yardımıyla satışa

çıkacakları ürün görsellerini aracı sitelere yükleyip ürüne ait detay bilgileri ilanlarına ekleme yoluyla tüketicileri bilgilendirebilmektedirler (Yamamoto, 2013: 77). Diğer ticaret şekillerinde olduğu gibi internet üzerinden yapılan bu ticaret şeklinde de taraflar yüz yüze gelmemektedirler. Yalnızca teslimat sürecinde, elden teslimat yapılan durumlarda karşı karşıya gelinme durumu söz konusu olabilmektedir.

Tüketiciler arasındaki elektronik ticarete, hizmet üreten ve internet üzerinden ilgili potansiyel müşterilere ulaşılarak yapılan faaliyetler tercih edilmektedir. Fiverr.com ve TaskRabbit.com gibi sitelerde serbest iş yapan kişiler, yayınladıkları ilanlar aracılığıyla müşterilerine ulaşarak taleplerine bağlı olarak yazılım, seslendirme, görsel tasarım, çevirmenlik gibi alanlarda hizmet sunmaktadır (Hannak ve diğerleri, 2017: 1914- 1915).

Tüketiciler arasında gerçekleşen elektronik ticarete, aracı olarak kullanılan bir web sitesi ya da mobil uygulama alıcı ve satıcıların bir araya getirilmesinde ortak bir alan olarak fayda sağlamaktadır. Böylece bir ürün arayan kişi, bu uygulama ya da web sitesi aracılığıyla, ürünü satan tüketiciye ulaşarak kısa sürede temin etme imkanına sahip olmaktadır. Bu ortak alanda ürünler açık arttırma ya da sabit fiyat gibi farklı fiyatlandırma yöntemleri kullanılarak sergilenabilmektedir (Qin, 2009: 36).

1.5. ELEKTRONİK TİCARETİN AVANTAJLARI VE DEZAVANTAJLARI

Elektronik ticaretin ortaya çıkması avantaj ve dezavantajlarını da beraberinde getirmektedir. Bütün insanlar için önemli olan zaman kavramı, bu noktada elektronik ticaretin avantajlarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsanlar zamandan tasarruf etmek için geleneksel ticaret yerine elektronik ticareti tercih etmektedir. Elektronik ticaretin avantajları ve dezavantajları oldukça fazladır. Elektronik ticaret faaliyetini gerçekleştiren yani bu faaliyetin sitesiyle ilgilenen kişinin müşterilerle iletişim halinde olması çeşitli dezavantajları avantaja çevirme imkanı sağlamış olacaktır. Elektronik ticaret kanunlarında da tüketici haklarını koruyan maddelere yer verilmektedir. Bu bağlamda tüketicilerin güveni artmaktadır.

1.5.1. Elektronik Ticaretin Avantajları

İnternet üzerinden pazarlama en etkili ve doğrudan pazarlama yöntemidir. En fazla izleyici kitlesine ve coğrafi uzaklığa erişimin yanı sıra tüketici eğilimlerini ve tercihlerini de izlemek, takip etmek elektronik ticaret aracılığıyla olmaktadır. Reklamın satışa dönüştüğü ilk ortam internet olmakla birlikte, başka herhangi bir araç, kullanıcıları satış noktasına bu kadar az çaba ile yönlendirilemez (Erdem ve Efiloğlu, 2005: 3). Bu açıdan bakıldığında elektronik ticaret birçok kolaylık sağlamaktadır. Elektronik ticaretin avantajları müşteri açısından ve satıcı açısından olmak üzere iki gruba ayırarak incelenmektedir.

1.5.1.1. Müşteri Açısından Avantajları

Elektronik ticaretin müşteri açısından avantajları (Özdemirci, 2001: 103);

- Müşteriler, satın alınacak ürün ya da hizmetlere ilişkin bilgilere coğrafi konumdan bağımsız olarak internet üzerinden 7 gün 24 saat ulaşım sağlayarak sipariş verebilmektedirler.
- Müşteriler, dijital ortamdan indirilebilir film, müzik, yazılım gibi içeriklere anında ulaşarak herhangi bir teslimat süresi beklemeden temin edebilirler.
- Elektronik ticaret uygulamalarının tüketicilere daha çok seçenek ve daha kısa tedarik süresi imkanı tanınması, tüketicilerin alacakları ürün ya da hizmete ilişkin tedarikçi bazında karşılaştırma yapmasına imkan tanırken en uygun fiyata ulaşmasını kolaylaştırmaktadır.
- Ek olarak, söz konusu karşılaştırmaların kolay yapılabilir halde olması, firmalar arası rekabetin artmasına ve tüketicinin bu rekabete bağlı olarak geleneksel ticarete kıyasla çok daha düşük fiyatlarla ürün ya da hizmet satın alabilmesine imkan sağlamaktadır.
- Müşteriler satın alacağı ürün ya da hizmete ilişkin bilgileri, daha önce deneyimlemiş kişilerin yaptığı yorumlara ulaşarak son kararı daha sağlıklı bir şekilde verebilmektedir. Bu bağlamda o yorumlar yol

gösterici nitelikte olup diğer sitelerdeki ürünlerle de karşılaştırma imkanı doğurmaktadır.

1.5.1.2. Satıcı Açısından Avantajları

- Bir işletme, elektronik ticaret sayesinde dünya çapında daha çok müşteriye, en iyi tedarikçilere ve en uygun iş partnerlerine ulaşabilir. Elektronik ticaret, firmanın potansiyel alanını genişletir ve dünyaya açılmasını sağlar (Mankan, 2011: 23). Özellikle daha geniş kitlelere ulaşmada kullanılacak reklam ve tanıtım maliyetlerinin düşük olması, bir diğer avantaj olarak karşımıza çıkmaktadır. Fiyat ve performans olarak en uygun tedarikçiye ulaşmada, internet üzerinden yapılacak araştırmalarda önemli katkı sağlamaktadır. Satıcılar hem potansiyel müşterilerine, hem de tedarikçilerine internet aracılığıyla kolaylıkla ulaşabilmektedirler.
- Elektronik ticaret işletmelerin operasyonel maliyetlerinin düşürülmesine katkı sağlar. Ek olarak basılı kağıtlarla yapılan işlerin dijital ortama taşınmasıyla verimliliğin artırılması aşamasında da önemli katkı sunmaktadır.
- Ticari işlemlerin yürütülmesi aşamasında gerekli olan bilgilerin, ürün ya da hizmet alımını başlatan kişinin, daha önceden belirlenmiş standart formatta bilgiyi, bilgisayar sistemine girmesiyle bu işlemle ilgili tedarikçi, alıcı, satıcı, kamu birimleri, lojistik hizmet veren firma, banka gibi taraflara bilgi akışı sağlanmaktadır. Gereken belgeler elektronik ortamda hazırlanarak ilgililerin kullanımına sunulur ve minimum hatayla kısa süre içinde ve kırtasiye masrafına yol açmaksızın gerçekleştirilebilmektedir (Sarısakal ve Aydın, 2003: 84).
- Satıcılar müşteriden gelen taleplere bağlı olarak tedarik sisteminin oluşturulması aşamasında da şirketlere avantaj sağlamaktadır. Geleneksel ticarete yüksek gider oranına sahip olan personel, kira, depo gibi giderler, elektronik ticarete minimum düzeye düşürülebilmektedir (Güngör, 2002: 251).

Söz konusu maliyetlerde sağlanan avantajlara bağlı olarak gerçekleşen düşüşlerin etkisiyle işletmeler, ürün fiyatlarında rekabetçi indirimler uygulama şansına sahip olabilmektedir.

- Elektronik ticaretin işletmelere sunduğu bir diğer avantaj, müşteri segmentasyonunu (bölümlendirme) mümkün kılmasıdır. Satıcılar, karlı müşteri gruplarını belirleyerek sunduğu hizmet ya da ürünlerin özelleştirilmesi ve sunulması noktasında avantajlar sağlayabilmektedirler (Çakırer, 2013: 103).

1.5.2. Elektronik Ticaretin Dezavantajları

Elektronik ticaretin avantajları olduğu gibi dezavantajları da vardır. Bu dezavantajlar teknik ve teknik olmayan dezavantajlar şeklinde ikiye ayrılmaktadır.

1.5.2.1. Teknik Dezavantajlar

- Sistemsel güvenlik açıkları elektronik ticarete veri güvenliğini tehdit eden hem satıcı hem de müşteri açısından olumsuz sonuçlara sebep olabilmektedir.
- Birçok kişi ve kurum; ödemeler, teknoloji altyapısına saldırılar, bilginin gizliliği ve veri bütünlüğü, tarafların kimlikleri ve riskler gibi güvenlik çekinceleri sebebiyle elektronik ticaret konusunda temkinli olabilmektedir (Coşkun, 2004: 254).
- Hızlı gelişen teknolojiye gerek donanımsal gerekse yazılımsal açıdan uyum gösteremeyen şirketler için handikaplar söz konusu olabilmektedir.
- Ülkelerdeki yetersiz ağ altyapıları internet trafiğini kaldıramaması durumunda web sunucularına erişimde problemlerle karşı karşıya kalılabilmekte buna bağlı olarak web sayfalarına erişimde yaşanan aksaklıklar gelir kayıplarına sebep olabilmektedir.

1.5.2.2. Teknik Olmayan Dezavantajlar

- İlk Maliyet: Özellikle elektronik ticarete tecrübeye sahip olmayan yatırımcılar için başlangıçtaki yatırım maliyetleri yüksek olabilmektedir. Bu süreçte yapılan hatalarla birlikte söz konusu maliyetler artmakta ve batmalara yol açabilecek kadar büyük riskler doğurmaktadır.
- Müşteri Bağlılığı: Çevrimiçi müşteriler genel olarak hız, güvenilirlik ve çoklu seçenek beklentilerine sahiptir (Vacca, Loshin, 2002: 20). Elektronik ticaret firmalarının, müşterilerin beklentilerini karşılayamamaları, kolaylıkla müşterilerini kaybetmelerine neden olmaktadır. Müşteri sadakati oluşturma konusunda, geleneksel ticaretteki yüz yüze ilişki kurulamaması sebebiyle, oldukça zorlu bir yapıyla karşı karşıya kalınmaktadır.
- Güvenlik / Gizlilik: Web sitelerinde belirli güven sağlayan sertifikaların bulunması ve buna ek olarak web sunucu güvenliğinin, gerçekleştirilebilecek web tabanlı saldırılara karşı iyi korunuyor olması gibi faktörler son derece önem arz etmektedir (Qin, 2009: 136). Sitenin güvenliği ve müşteri verilerinin gizliliğinin düzgün bir şekilde sağlanamaması ve bunun açığa çıkması, önemli itibar kayıplarını beraberinde getirebilmektedir.

1.6. TÜRKİYE’DE ELEKTRONİK TİCARET

1.6.1. Türkiye’de Elektronik Ticaretin Gelişimi

Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, 1992 yılında elektronik ticaret ödeme araçlarından elektronik fon transferi (EFT) sistemini kurmuştur (TCMB, 2014: 5).

EFT sisteminin kurulmuş olması, sonraki yıllarda gerçekleştirilecek elektronik ticaret faaliyetlerinde kullanılacak ödeme yöntemlerine temel oluşturması bakımından önem arz etmektedir.

Türkiye’de elektronik ticaret faaliyetlerinin yürütüldüğü alan olan internet kullanımının başlangıcı, bir diğer önemli olay olarak karşımıza çıkmaktadır. 1991 yılında TÜBİTAK ve ODTÜ, internet teknolojilerini kullanan yeni bir ağı kullanıma açmak amacıyla ortak proje başlatmışlardır. Bu projenin sonucu olarak 12 Nisan 1993 tarihinde Türkiye’de ilk internet bağlantısı, ODTÜ bünyesinde gerçekleştirilmiştir. 1994- 1996 yılları arasında Bilkent, Boğaziçi, İstanbul Teknik ve Ege Üniversitesi’nde internet kullanımı başlamıştır. Ticari kuruluşlarda kullanım 1994 yılında Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankasıyla başlamasına karşın, diğer kuruluşlar ve hane halkına yaygınlaşması, 1997 yılının başlangıcını bulmuştur (internet.org.tr, 09.05.2018)

Elektronik ticaret ile ilgili ilk mevzuat çalışması 25 Ağustos 1997 tarihinde Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu gerçekleştirmiştir. Bu toplantı sonucunda, Türkiye’de elektronik ticaretin yaygınlaşması amacıyla Dış Ticaret Müsteşarlığı’nın başkanlık ettiği ve TÜBİTAK’ın sekreteryaya görevini üstlendiği Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu (ETKK) kurulmuştur (Canpolat, 2001: 39). Gelişen yeni teknolojilerin takibi, pazar ihtiyaçlarının karşılanması, üretim planları ve süreçlerinin uyumlu hale getirilerek elektronik ticaretin sağlayacağı rekabet avantajına hazırlıklar yapılmasına yönelik öneriler, bu çerçevede sunulan önerilerden bazılarını oluşturmaktadır.

ETKK, 2003 yılına kadar faaliyetlerini sürdürmesinin ardından, elektronik ticaret Çalışma Grubu’nun faaliyetlerini yürütmek üzere yeni bir kurul olan Elektronik Ticaret Kurulu (ETİK) oluşturulmuştur. ETİK altında yer alan hukuk

kuruluna ilave 8 farklı kurul oluşturularak elektronik ticaret gelişim süreçlerine ilişkin çalışmalar sürdürülmeye devam edilmiştir (Küçükyılmazlar, 2006: 37).

2008 yılında Dış Ticaret Müsteşarlığı öncülüğünde, “Elektronik Ticaret Direktifi Çalışma Grubu” oluşturularak elektronik ticaretin kanun taslağının temellerini oluşturacak raporlar düzenlenmeye başlanmıştır. 2010 yılında ilgili raporları ve Avrupa Birliği elektronik ticaret direktiflerini baz alarak elektronik ticaret Kanunu Hazırlama Komisyonu tarafından “Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Tasarı Taslağı” hazırlanarak, Adalet Bakanlığınca Türkiye Büyük Millet Meclisine sunularak alt komisyonlarda görüşülmeye başlanmıştır. 2 yıllık görüşme periyodunun ardından zaman aşımının meydana gelmesi sebebiyle taslak birtakım düzeltmeler yapılarak yeniden meclise sunularak 2014 tarihinde kabul edilmiş ve 2015 yılında yürürlüğe girmiştir (Demirdöğmez, Gültekin, Taş, 2018: 2223).

23.10.2014 tarihinde TBMM’ye sunulan 6563 sayılı Elektronik Ticaret Kanunu, 01.05.2015 tarihi itibarıyla yürürlüğe girmiştir (Resmi Gazete, 2018).

Söz konusu elektronik ticaret kanunu, elektronik ticarete ilişkin esas ve usulleri düzenlemeyi amaçlamaktadır. 6563 Sayılı Kanu’nun 1. Maddesinin (2) bendinde, *“Bu Kanun, ticari iletişimi, hizmet sağlayıcı ve aracı hizmet sağlayıcıların sorumluluklarını, elektronik iletişim araçlarıyla yapılan sözleşmeler ile elektronik ticarete ilişkin bilgi verme yükümlülüklerini ve uygulanacak yaptırımları kapsar”* açıklaması ile elektronik ticaret faaliyetlerini yürüten hizmet sağlayıcı ve araçlara ilişkin yükümlülükler vurgu yapılmaktadır.

6563 numaralı elektronik ticaretin düzenlenmesi hakkında, kanun kapsamında hizmet sağlayıcılar olarak belirtilen elektronik ticaret faaliyetini yürüten gerçek ya da tüzel kişiler, kurulacak elektronik sözleşmeler öncesinde alıcılara fiyat ve diğer konularda bilgi vermekle yükümlü tutulmuşlardır.

Kanunun 4. Maddesinde elektronik ortamda verilen siparişlere ilişkin izlenmesi gereken esaslar belirtilmiştir. Bu esaslarda, siparişin onaylanması ve ödeme bilgilerinin girilmesi öncesinde alıcının ödeme bilgileri de dahil tüm sözleşme şartlarını açıkça görmesi gerektiği belirtilmiştir. Siparişin alındığına dair teyidin elektronik iletişim araçlarıyla yapılması gerekliliği de belirtilmektedir.

Yasanın içeriğindeki bir diğer önemli konu, ticari iletilere ilişkin süreci düzenlemektedir. 5. ve 6. Maddede ticari iletilerin alıcıların izni olmaksızın gönderilemeyeceği ve iletişime geçilme durumlarında, iletişime geçen gerçek ya da tüzel kişiliğin net bir şekilde belirtilmesi zorunlu kılınmıştır. Bu madde aynı zamanda, elektronik ticaret faaliyeti yürütmemesine karşın, pazarlama amacıyla elektronik araçları kullanan tüm işletmeleri etkilemektedir.

Ek olarak, kanunun 10. Maddesinde yapılan işlemlere bağlı olarak elde edilen kişisel verilerin, kişilerin izni olmaksızın üçüncü kişilerle paylaşılamayacağı veya başka amaçlarla kullanılamayacağı karara bağlanmıştır.

15.07.2015 tarihinde çıkarılan “Ticari İletişim ve Ticari Elektronik İletiler Hakkındaki Yönetmelik” ile birlikte, alıcılarla kurulacak iletişimde uyulması gereken kurallar detaylandırılmıştır (Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015a).

26.08.2015 tarihinde çıkarılan “Elektronik Ticarete Hizmet Sağlayıcı ve Aracı Hizmet Sağlayıcılar Hakkında Yönetmelik”, hizmet sağlayıcıların kanunda belirtilen yükümlülüklerinin son şekli oluşturulmuştur (Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015b).

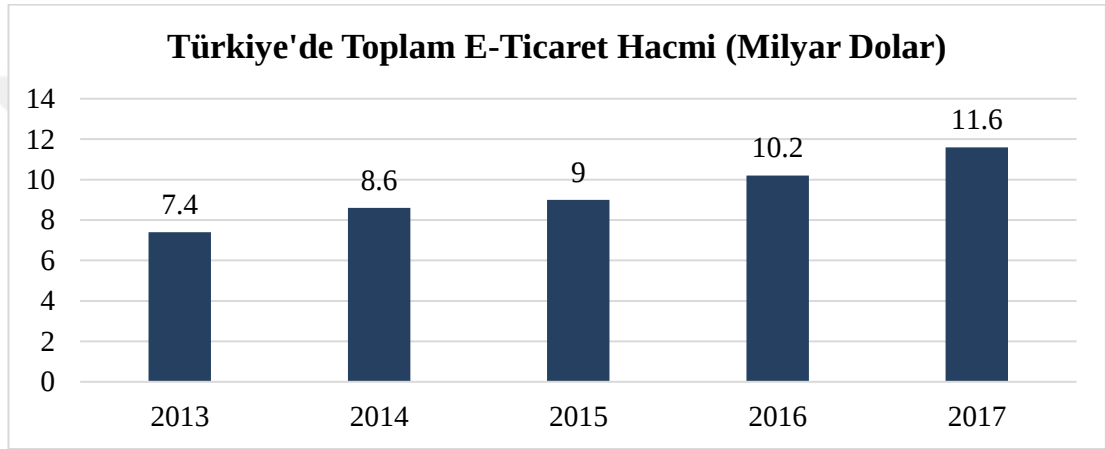
Elektronik ticaretle ilgili, bir diğer önemli gelişme de 23 Ocak 2004 tarihinde çıkarılmış olan 5070 sayılı elektronik imza kanunudur. Bu kanun kapsamında, elektronik imza kullanımının hukuki ve teknik yönlerine ilişkin detaylar belirlenmiştir (Elektronik İmza Kanunu, 2004). Böylece, elektronik ortamda düzenlenecek sözleşmelerde kullanılabilecek ve hukuki geçerliliğe sahip imza türü belirlenmiştir.

Elektronik imza ile birlikte, hukuki işlemlerde güvenlik sağlanması, inkarın önüne geçilmesi ve işlemin gerçekleştirenin kimlik tespiti gibi sürece ilişkin detayların oluşturulması amaçlanmaktadır (Erturgut, 2003: 68).

1.6.2. Türkiye’de Elektronik Ticaret Pazar Hacmi

Türkiye’deki elektronik ticaret hacmi 2013 yılında 7,4 milyar dolar, 2014 yılında 8,6 milyar dolar, 2015 yılında 9 milyar dolar, 2016 yılında 10,2 milyar dolar ve 2017 yılında 11,6 milyar dolar düzeyine kadar yükselmiştir. 11,6 milyar dolarlık elektronik ticaret hacminin 6,3 milyar doları perakende, 5,3 milyar dolarlık kısmı ise perakende dışı alışverişlerden oluşmaktadır.

Grafik 4: Türkiye’de Toplam Elektronik ticaret Hacmi

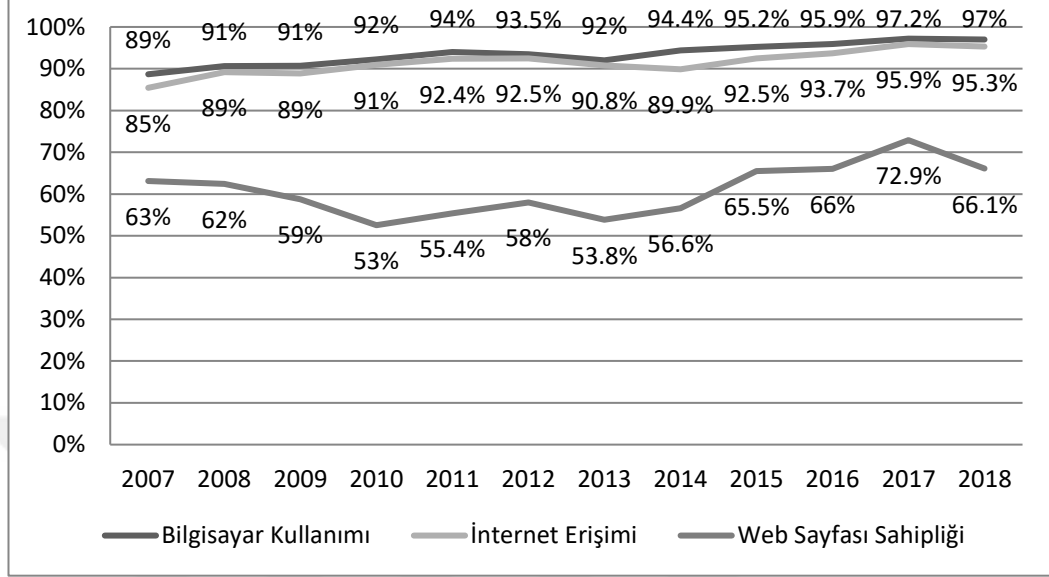


Kaynak: TÜBİSAD, 2015, 2016 ve 2017 Raporları

11,6 milyar dolarlık ticaret hacminin 4,1 milyar doları sadece online perakende, 2,3 milyar doları çok kanallı perakende, 4,1 milyar doları tatil ve seyahat, 1,2 milyar doları ise online yasal bahis olarak dağılmaktadır (TÜBİSAD, 2017: 14).

2007-2018 yılları arasında TÜİK’in gerçekleştirdiği araştırmaya göre, girişimlerde bilgisayar kullanımı, internet erişimi ve web sayfası sahipliği oranları Grafik 5’te yer verilmiştir.

Grafik 5: 2007- 2018 Yılları Arası Girişimlerde Bilgisayar Kullanımı, İnternet Erişimi ve Web Sayfası Sahipliği Oranları

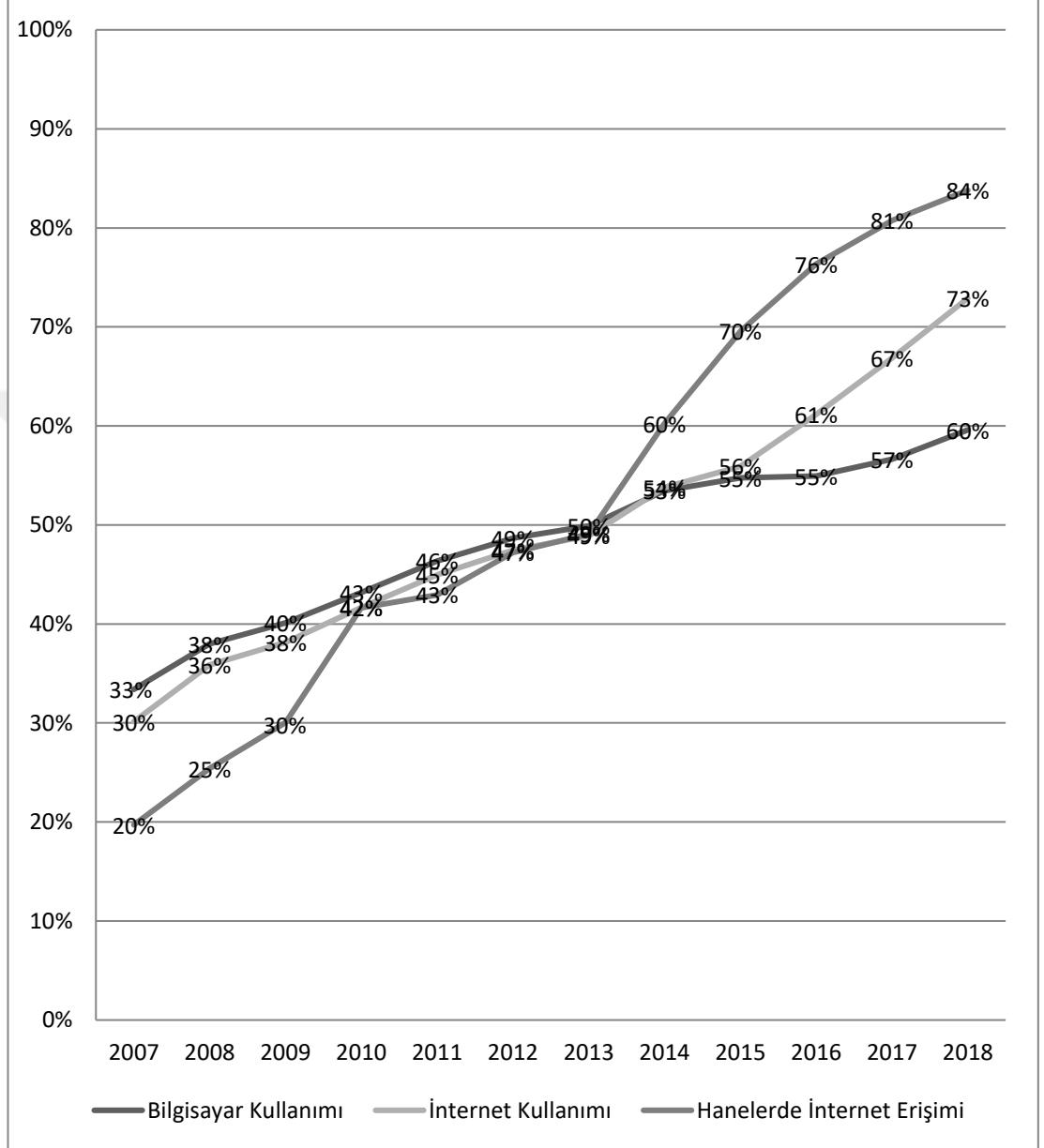


Kaynak: TÜİK, Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2018.

Bilgisayar ve internet kullanımındaki artışlarla birlikte internet aracılığıyla satış yapan firma sayısında da artışlar yaşanmaktadır. Çalışan sayısı büyüklüğüne göre değişen ve bu bağlamda 2017 yılında bilgisayar kullanım oranı, internet erişim oranı ve web sayfası sahipliği oranı en yüksek seviyelere çıkmıştır. 2007 yılında bilgisayar kullanımı % 89 iken daha sonraki yıllarda artış göstermektedir. 2007 yılında işletmelerin internet erişimi % 85 iken 2018 yılında % 95,3 seviyelerine ulaşmıştır. Bu bağlamda işletmelerin web sayfası sahipliği oranı da yıllara göre artış göstermektedir.

Elektronik ticaretin gelişimindeki bir diğer önemli faktör, hane halkı bilgisayar ve internet kullanımının yaygınlaşmasıdır. Buna bağlı olarak, perakende satış yapan işletmeler, elektronik ticarete yatırım yapma yolunu seçerken yalnızca elektronik ticaret üzerinden hizmet ya da ürün satışı gerçekleştiren girişimlerin cirolarında önemli artışlar yaşanmıştır. Grafik 6’da 2007-2018 yılları arasında, hane halkında bilgisayar ve internet kullanımına ilişkin oranlar yer almaktadır.

Grafik 6: 2007-2018 Yılları Arasında Türkiye Hane Halkı Bilgisayar ve Kullanım Oranları



Kaynak: TÜİK, Hane halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması 2018.

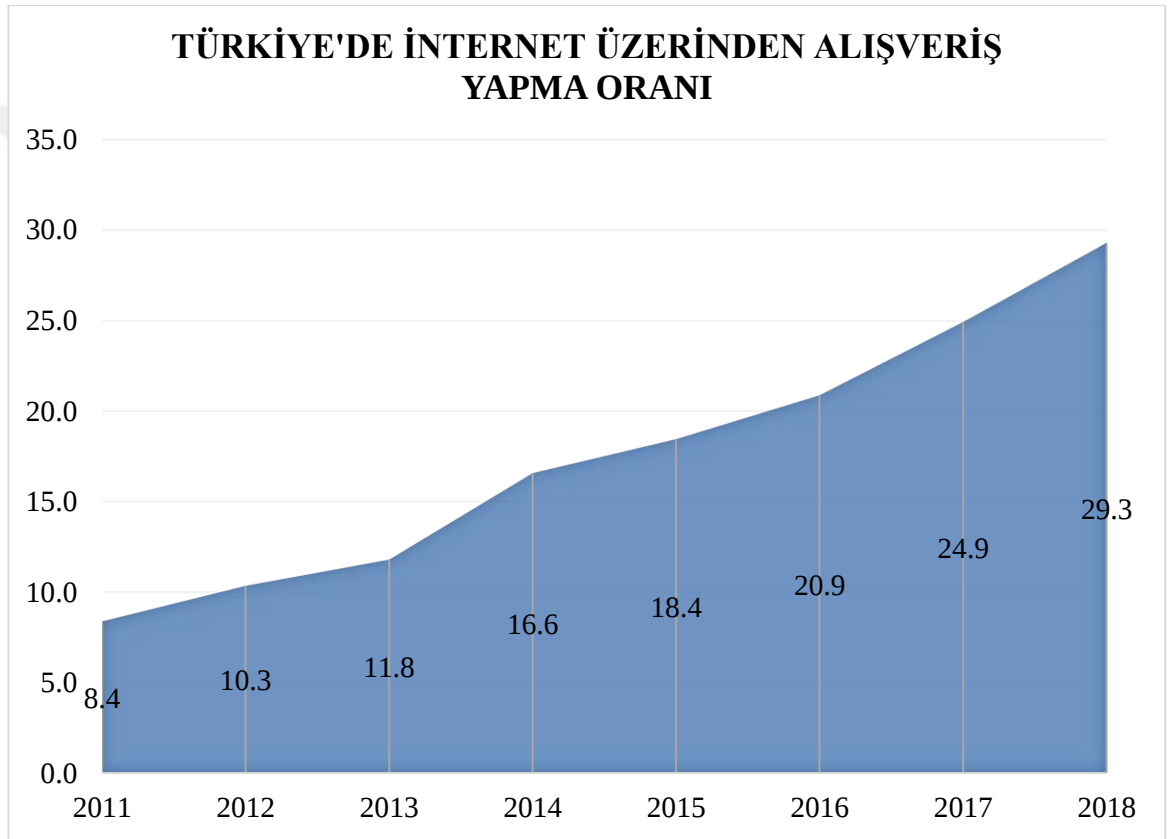
2007 yılında her on hanenin yalnızca ikisinde internet erişimi bulunuyorken 2018 yılına gelindiğinde her on hanenin sekizinin internet erişimine sahip olduğunu gözlemlenmiştir. Buna göre, hane halkı internet erişiminde, 2007-2018 arası dönemde 4 kat artış gerçekleşmiştir.

Bilgisayar kullanım oranları 2007 yılında %33 düzeyindeyken 2018 yılında %60'lara kadar yükselmiştir.

İnternet kullanım oranları 2007 yılında %30'lar düzeyindeyken, 2018 yılına geldiğimizde %73'e ulaşmıştır.

Grafik 7'da 2011-2018 yılları arasında, internetten alışveriş yapma oranlar yer almaktadır

Grafik 7: Türkiye'de 2011-2018 Yılları Arasından İnternetten Alışveriş Yapma Oranı

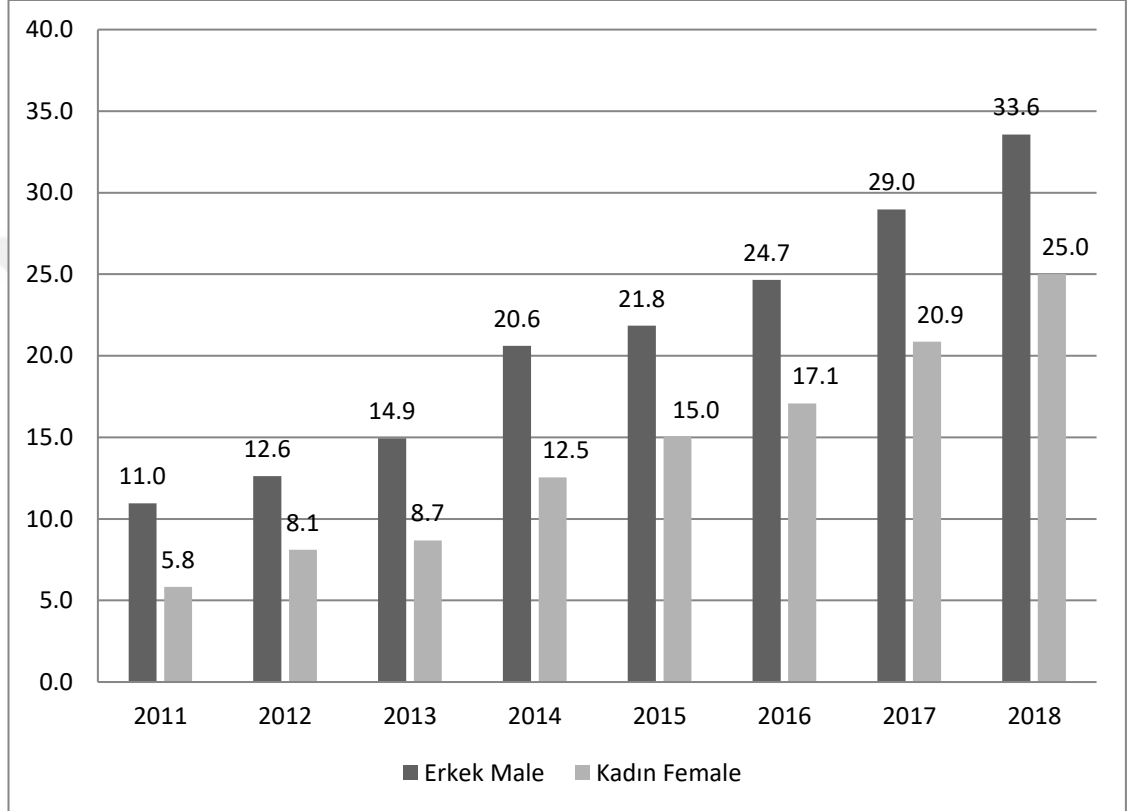


Kaynak: TÜİK, Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması 2018.

İnternet üzerinden alışveriş yapma oranı, 2011 yılında % 8,4, 2012 yılında %10,3, 2013 yılında % 11,8, 2014 yılında % 16,6, 2015 yılında % 18,4, 2016 yılında %20,9, 2017 yılında % 24,9, 2018 yılında ise %29,3 olarak gerçekleşmiştir. İnternet kullanımının yaygınlaşmasının, tüketicinin internet üzerinden alışveriş eğilimine pozitif yansıdığı gözlemlenmektedir.

Grafik 8’da 2011-2018 yılları arasında, Türkiye’de cinsiyete göre internetten alışveriş yapma oranları yer almaktadır.

Grafik 8: 2011- 2018 Türkiye’de Cinsiyete Göre İnternette Alışveriş Yapma Oranları

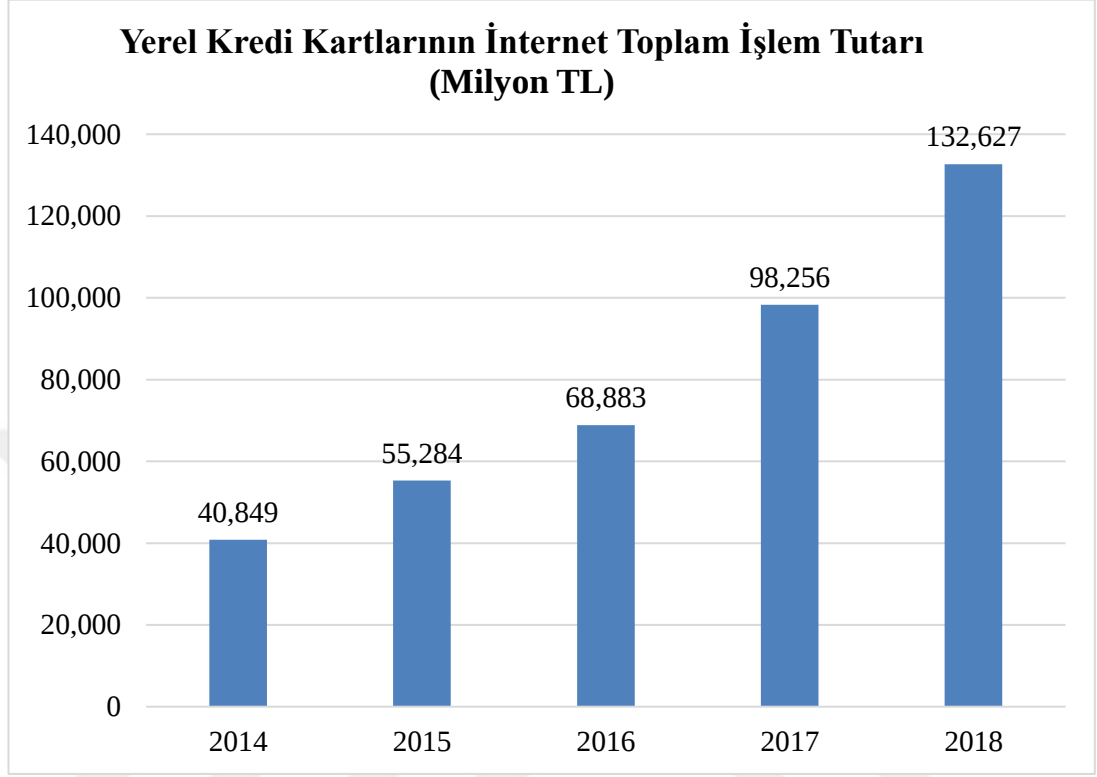


Kaynak: TÜİK, Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması 2018.

İnternette gerçekleştirilen alışveriş eğilimini cinsiyet yönünden incelendiğinde, 2011 yılında erkeklerin % 11’i, kadınların ise % 5,8’i internet üzerinden alışveriş yapmıştır. 2018 yılına gelindiğinde erkeklerde bu oran % 33,6’ya, kadınlarda ise % 25’e yükselmiştir.

Grafik 9’da, 2011- 2018 yılları arası cinsiyet yönünden internette alışveriş yapma oranları yer almaktadır.

Grafik 9: Türkiye’deki Yerel Kredi Kartlarının İnternet Üzerindeki Kullanımlarıyla Oluşan İşlem Tutarları



Kaynak: Bankalararası Kart Merkezi, BKM, 2018.

Türkiye’de internet üzerinden gerçekleştirilen işlem tutarlarında da önemli artışlar meydana gelmiştir. 2014- 2018 yılları arasında, yerel kredi kartlarıyla yurt içi ve yurt dışında internet üzerinden gerçekleştirilen işlemlerin oluşturduğu tutarı incelediğinde, 2014 yılında 40,8 Milyar TL, 2015 yılında 55,3 Milyar TL, 2016 yılında 68,9 Milyar TL, 2017 yılında 98,3 Milyar TL olarak gerçekleşirken 2018 yılına geldiğinde 2014 yılına göre 3 kattan daha fazla artarak 132,6 Milyar TL’ye ulaşmıştır.

İKİNCİ BÖLÜM

ELEKTRONİK TİCARETİN VERGİLENDİRİLMESİ

Vergi sisteminde amaç, herkesten ödeme gücüne göre vergi alınmasıdır. Bu verginin en düşük maliyetle toplanması gerekmektedir. Elektronik ticaretin gelişimi, vergi alanını da etkilemektedir. Coğrafi sınırlara bağlı kalmayan elektronik ticaret, işletmelere ve tüketicilere büyük kolaylık sağlamış fakat devlet açısından da vergi kayıplarına yol açmıştır. Oluşan bu sorun uluslararası boyutta bir sorun haline dönüşmektedir. Ulusal olarak önlem almaya çalışmak bir anlam ifade etmediğinden uluslararası çözüm arayışı içine girilmiştir (Avcı, 2017: 252- 253).

Elektronik ticaret üzerine yapılan çalışmalar, OECD'nin Uluslararası kabul görmüş çalışmaları 1997 yılında yapılan Turku Konferansına dayanmaktadır. Turku Konferansında OECD Mali İşler Komitesinin hazırladığı raporda internetin vergi idaresi ve vergi politikası açısından ortaya çıkan sorunlar, gelir ve tüketim vergilerini ve Uluslararası vergi düzenlemelerinin ne yönde olacağını, bu bağlamda devletlerin bunu nasıl kullanacağına dair seçenekler öngörülmüştür. “Küresel Elektronik Ticarete Engellerin Kaldırılması” başlığı altında; elektronik ticaretin vergilendirilmesinde ortaya çıkabilecek sorunların çözümlerinin basit olması, vergi mükelleflerinin bu çözümler ile gönüllü olarak uygulayacağı bir sistem olması, elektronik ticaretin geleneksel ticarete göre avantajlı ya da dezavantajlı konuma getirilmemesi, elektronik ticaretin gereksiz olarak engellenmemesi ve her ne koşulda olursa olsun tek bir devletin kendi başına kararlar alıp çözüm üretemeyeceği vurgulanmıştır. 1998 yılında yapılan Ottawa Konferansı, “Sınırsız Bir Dünya: Küresel Elektronik Ticaretin Potansiyelini Anlamak” başlığı altında gerçekleştirilmiştir. Ottawa Konferansında OECD'nin faaliyetleri için bir eylem planı oluşturulmuştur. Bu eylem planında tüketicinin korunması, güvenli alt yapı ile elektronik doğrulama ve onaylama sistemi, kişisel bilgilerin gizliliği ve küresel olarak elektronik ticaretin ekonomi ve toplum üzerinde etkilerini araştırmak, analiz etmek ve ölçmeye yönelik çalışmaların devam etmesi gerektiğine dair kararlar alınmıştır (Yaltı, 2003: 24 – 27). Ottawa Konferansı sonucu yayınlanan raporda belirtilmiş olan “tarafsızlık, verimlilik, kesinlik ve basitlik, etkililik ve adillik,

esneklik” ilkeleri, günümüzde de geçerliliğini koruyan prensipler olarak kabul görmektedir. Bu ilkeler;

Tarafsızlık ilkesi, vergilendirme yapılırken geleneksel ve elektronik ticaret arasında ayırım gözetilmeyerek eşit ve tarafsız vergilendirmenin yapılmasına vurgu yapmaktadır. Oluşturulan bu ilkeye bağlı olarak elektronik ticaret için uygulanması gereken vergi, geleneksel ticarete uygulanan vergi türlerinden farklı olması durumunun önüne geçilecek önemli bir karar alınmıştır.

Verimlilik ilkesi, vergi verenler için sisteme uyum maliyetlerinin, vergi otoriteleri için yönetsel masrafların en kısa sürede en aza indirilmesi açısından adımlar atılmasına yönelik kararı içermektedir.

Kesinlik ve basitlik ilkesi, vergi kurallarının vergi verenler için kolay anlaşılabilir olması ve işlemin nerede, ne zaman ve nasıl gerçekleştirilmesi gerektiği konusunda ne kadar vergi hesaplanacağına dair açıkça belirtilmesine atıfta bulunmaktadır.

Etkililik ve adillik ilkesi, vergilendirmenin doğru zamanda doğru miktarda yapılması gerekliliğini ortaya koymaktadır. Ek olarak, vergiden kaçırmaya yönelik risklerin en aza indirgenmesinin zorunlu olduğuna vurgu yapmaktadır.

Esneklik ilkesi, teknoloji ve ticarete meydana gelebilecek gelişmelere bağlı olarak vergilendirme sisteminin esnekliğe sahip olmasının gerekliliğinden bahsetmektedir (OECD, 1998).

Söz konusu ilkeler Avrupa Birliği tarafından da benimsenmiş olup uygulaması ülkelere bırakılmıştır.

1999 yılında Paris’te Paris Forumu düzenlenmiştir. Bu forum Ottawa Konferansı sonucunda uygulanan politikaların değerlendirilmesi yönünde olmuştur (Yaltı, 2003: 32).

OECD, 2003 yılında model anlaşmada, vergi mükellefiyeti için fiziksel mevcudiyete ilişkin şartı korumuştur. Ancak takip eden yıllarda dijital teknolojiye bağlı olarak sanal işyeri kavramının ön plana çıkması ve yaygınlaşmasıyla fiziksel mevcudiyet şartı tek başına yetersiz bir konuma gelmiştir (Kara ve Öz, 2016: 31).

2015 yılında yayınlanan, Türkiye’de gerçekleştirilen OECD toplantısında görüşülen Kar Aktarımı ve Matrah Aşındırması (BEPS) Eylem Planı kapsamında, dijital ekonominin yarattığı vergi sorunları ele alınmıştır. Dijital ekonomiye ilişkin henüz yeterli düzenlemelere ulaşamadığından, vergilendirmede sorunlarla karşılaşıldığı, sanal işyeri ve kontrol edilen kurum kazancı uygulamalarının önemine atıfta bulunularak ülkelerin ulusal mevzuatlarının düzenlenmesine ilişkin önerilerde bulunulmuştur (Kaya ve Akçay, 2017: 61).

Türkiye’de elektronik ticaretin vergilendirilmesinde vergi türlerine göre uygulanan mevzuata ilişkin detaylar aşağıdaki başlıklarda yer almaktadır.

2.1. GELİR VE KURUMLAR VERGİSİ AÇISINDAN ELEKTRONİK TİCARET

Gelir vergisi; bir gerçek kişinin bir takvim yılı içerisinde elde ettiği kazanç ve iratların safi toplamı üzerinden alınan vergiler olarak tanımlanmaktadır. Gelir vergisi gerçek kişilerin elde ettikleri gelir üzerinden alınmakta iken kurumlar vergisi tüzel kişilerin kazançları üzerinden alınmaktadır (Tosuner ve Arıkan, 2016: 10- 247). Gelir vergisinde konu olan gelir unsurları;

- Ticari Kazançlar,
- Zirai Kazançlar,
- Serbest Meslek Kazancı,
- Ücretler,
- Gayrimenkul Sermaye İratları,
- Menkul Sermaye İratları,

-Diğer Kazanç ve İratlar olarak Gelir Vergisi Kanunu’nun 2. Maddesinde yer almakta iken, Kurumlar vergisi mükellefleri;

- Sermaye şirketleri,
- Kooperatifler,
- İktisadi kamu kuruluşları,

-Dernek ve vakıflara ait iktisadi işletmeler,

-İş ortakları,

-Yabancı kamu idare ve müesseselerine ait iktisadi kamu işletmeleri olarak Kurumlar Vergisi Kanunu'nun 2. Maddesinde yer almaktadır (Şenyüz, 2004: 171). Bu bağlamda geliri elde eden kişi gerçek kişiye Gelir Vergisine göre, geliri elde eden kurum ya da kuruluş ise Kurumlar Vergisine göre vergilendirilmektedir. Elde edilen her kazanç sonucunda maktu vergi ödeme yükümlülüğü vardır. Bu bağlamda elektronik ticaretin yapılması sonucunda da gelir elde edilmekte ve bu gelirin meydana gelmesi ile birlikte vergisel boyutu da ortaya çıkarmaktadır.

Elektronik ticaretin vergilendirilmesinde; mükellef biçiminin tespiti, gelirin elde edildiği yer, kazancın niteliğinin tespiti ve matrahın belirlenmesi gerekmektedir.

2.1.1. Mükellefiyet Biçiminin Tespiti

Mükellefiyet türleri tam mükellefiyet ve dar mükellefiyet olarak ikiye ayrılmaktadır. Mükellefiyet; gelir vergisi açısından ikamet ve kaynak kriterlerine göre belirlenirken kurumlar vergisi açısından kanuni merkez ve iş merkezi kriterlerine göre belirlenmektedir (Canbay, 2009: 182). İnternet ortamında gerçekleştirilen mesleki veya ticari faaliyetlerden dolayı elde edilen gelir, mevcut ilke ve kurallar ile değerlendirildiğinde ortaya çeşitli sorunlar çıkmaktadır. Elektronik ticaret coğrafi sınırlarla kayıtlı olmadığından vergileme sorunlarının büyük bir kısmı, ülkeler arasında vergileme hakkının paylaşımından kaynaklanmaktadır (Cangir, 1999: 105). Ülkeler arasındaki bu vergileme hakkının bölüşümünden kaynaklı ortaya çıkan sorunların tespitinde mükellefiyet biçiminin tespiti önemli bir yere sahiptir.

Elektronik ticaret, geleneksel ticaretin aksine elektronik ortamda gerçekleştiğinden çeşitli sorunları da beraberinde getirmektedir. Bu sorunların bir tanesi tam mükellefiyet ve dar mükellefiyet biçiminin tespitidir.

2.1.1.1. Tam Mükellefiyet

Gelir vergisi açısından tam mükellefiyet kavramı;

“İkametgahı Türkiye’de bulunanlar, resmi daire ve müesseselere veya merkezi Türkiye’de bulunan teşekkül ve teşebbüslere bağlı olup adı geçen daire, müessese, teşekkül ve teşebbüslerin işleri dolayısıyla yabancı memleketlerde oturan Türk vatandaşları veya bir takvim yılı içinde Türkiye’de devamlı olarak altı aydan fazla oturanlar” (GVK 3. ve 4. Madde) olarak belirtilmiştir.

Gerçek kişilerde mükellefiyet ikamet ilkesine göre belirlenmektedir. İnternet aracılığı ile çeşitli alanlarda hizmetler sunulmaktadır. Bu alanlar danışmanlık, tıp, mimarlık, mühendislik, muhasebe gibi alanları kapsamaktadır. Teknolojinin sağlamış olduğu fırsatlara bağlı olarak farklı bir ülkede belirli bir süre kalmadan da o ülkede hizmet vermek veya farklı faaliyetlerde bulunmak gibi imkanların önünü açmıştır. Bu nedenlerle dolayı gerçek kişilerde ikamet kriterine göre belirlenen mükellefiyet belirleme şekli eski önemini yitirmiştir (Alptürk, 2005: 31). Çünkü internet coğrafi sınırları ortadan kaldırarak ticarete yeni bir boyut katmıştır.

Kurumlar vergisi açısından tam mükellefiyet kavramı, mukimlik (yerleşik olma) esasına dayanmaktadır. Kurumların mükellefiyetinde ülkelerin farklı ölçütleri bulunmaktadır. Bu ölçüt kanuni veya iş merkezleri Türkiye’de bulunan kurumlar Türkiye’de tam mükellef olarak vergilendirilecektir (Cangir, 1999: 107).

“Kanuni merkezden maksat, vergiye tabi kurumların esas nizamname veya mukavelenamelerinde veya teşkilat kanunlarında gösterilen merkezdir.

İş merkezinden maksat, iş bakımından muamelelerin bilfiil toplandığı ve idare edildiği merkezdir” (KVK 10.Madde) olarak belirtilmiştir.

Kanuni veya iş merkezleri Türkiye’de bulunan kurumlar vergisine tabi olan tüzel kişilerden gerek Türkiye içerisinde gerekse Türkiye dışında elde ettikleri tüm kazançlar referans alınarak vergilendirilirler. Türkiye’de kanuni merkezi olmayan fakat işleri Türkiye’de toplamış ve Türkiye’de idare ettiriyorsa yine kurumlar vergisi

kapsamına girecek ve tam mükellef sayılacaktır. Kurumun iş açısından işlemleri kanuni merkezde toplanır ve kanuni merkez tarafından yürütülür. İş merkezinin ölçü olarak belirtilmesindeki amaç; kurumların kanuni merkezlerindeki düzenlemeyle tam mükellefiyet esasındaki vergilemelerini keyfi olarak diledikleri ülkeye kaydırmalarını önlemektir (Tosuner ve Arıkan, 2016: 266- 267). Kanuni merkez esas yapıyı oluşturuyorken iş merkezi işin etkin bir şekilde yürütüldüğü yerdir. Bu bağlamda işin gerçekleştiği yeri dikkate almak vergileme açısından önemlidir. Bu sebeplerle son yıllarda Türkiye’de elektronik ticaret alanında faaliyet gösteren Uluslararası firmaların, Türkiye’de temsilcilik açmalarına yönelik yasal düzenlemeler gerçekleştirilmiş olup vergi kayıpları azaltılarak denetiminin artırılmasına yönelik adımlar atılmıştır.

2.1.1.2. Dar Mükellefiyet

Gelir vergisi açısından dar mükellefiyet kavramı;

“Türkiye’de yerleşmiş olmayan gerçek kişiler sadece Türkiye’de elde ettikleri kazanç ve iratlar üzerinden vergilendirilirler” (GVK 6. Madde) şeklinde belirtilmiştir.

Dar mükellefiyet kavramı da altı aylık süreyi kapsamaktadır. Yani bir yabancı kişinin bir takvim yılı içerisinde altı ayı geçmeyen bir sürede Türkiye’de kalması ve burada elde ettikleri kazançları dolayısıyla dar mükellef olarak vergilendirilmesi durumudur.

Dar mükelleflerin elde ettikleri kazanç ve iratların Türkiye’de elde edilebilmesi belirli şartlara bağlanmış bulunmaktadır. Bunlar;

“1. Ticari kazançlarda: Kazanç sahibinin Türkiye’de işyerinin olması veya daimi temsilci bulundurması ve kazancın bu yerlerde veya bu temsilciler vasıtasıyla sağlanması (Bu şartları haiz olsalar dahi iş merkezi Türkiye’de bulunmayanlardan, ihraç edilmek üzere Türkiye’de satın aldıkları veya imal ettikleri malları Türkiye’de satmaksızın yabancı memleketlere gönderenlerin bu işlerden doğan kazançları Türkiye’de elde edilmiş sayılmaz.)

Türkiye'de satmaktan maksat, alıcı veya satıcının veya her ikisinin Türkiye'de olması veya satış aktinin Türkiye'de yapılmış olmasıdır. İş merkezinden maksat ise, iş bakımından muamelelerin bilfiil toplandığı ve idare edildiği merkezdir.

2. Zirai kazançlarda: Zirai faaliyetlerin Türkiye'de icra edilmesi;

3. Ücretlerde:

a) Hizmetin Türkiye'de ifa edilmiş veya edilmekte olması veya Türkiye'de değerlendirilmesi;

b) Türkiye'de kain müesseselerin idare meclisi başkan ve üyelerin, denetçilerine, tasfiye memurlarına ait huzur hakkı, aidat, ikramiye ve benzerlerinin Türkiye'de değerlendirilmesi;

4. Serbest meslek kazançlarında: Serbest meslek faaliyetlerinin Türkiye'de icra edilmesi veya Türkiye'de değerlendirilmesi;

5. Gayrimenkul sermaye iratlarında: Gayrimenkulün Türkiye'de bulunması ve bu mahiyetteki mal ve hakların Türkiye'de kullanılması veya Türkiye'de değerlendirilmesi;

6. Menkul sermaye iratlarında: Sermayenin Türkiye'de yatırılmış olması;

7. Diğer kazanç ve iratlarda: Bu kazanç veya iratları doğuran işin veya muamelenin Türkiye'de ifa edilmesi veya Türkiye'de değerlendirilmesi;

Bu maddenin 3 üncü, 4 üncü, 5 inci ve 7 nci bentlerinde sözü edilen değerlendirmeden maksat, ödemenin Türkiye'de yapılması veya ödeme yabancı memlekette yapılmışsa, Türkiye'de ödeyenin veya nam ve hesabına ödeme yapılanın hesaplarına intikal ettirilmesi veya karından ayrılmasıdır” (GVK 7. Madde) şeklinde ifade edilmektedir.

Vergi Usul Kanunu’na göre işyeri kavramı (daimi işyeri), “ticari, sınai, zirai veya mesleki bir faaliyetin icrasına tahsis edilen veya bu faaliyetlerde kullanılan yer” olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda işyeri bir mekan, bir yer olarak belirtilmiştir. Kanuni merkez ise; “vergiye tabi kurumların esas nizamname veya mukavelenamede veya teşkilat kanunlarında gösterilen merkezdir” şeklinde tanımlanmış olup ve iş merkezi de “iş bakımından muamelelerin bilfiil toplandığı ve idare edildiği merkez” şeklinde tanımlanmıştır (Tuncer, 2012: 196).

Gerçek kişiler, tam mükellef kavramında belirtilen ikamet ve Türkiye’de altı aydan fazla devamlı olarak bulunma şartlarını sağlamadıklarından, yalnızca Türkiye sınırları içerisinde elde ettikleri gelirlere ilişkin gelir vergisine tabi olmaktadır. Ek olarak dar mükelleflerin Türkiye’de kazanç elde etmiş sayılabilmeleri için Türkiye’de iş yerlerinin olması ve kazancın bu işyerlerindeki daimi temsilciler aracılığıyla sağlanmaları gerekmektedir.

Kurumlar vergisi ile ilgili dar mükellefiyet kavramında da kanuni ve iş merkezlerinden her ikisi de Türkiye’de bulunmayan kurumlar, sadece Türkiye’de elde ettikleri kazançlar üzerinden vergilendirilmektedir.

Kurumlar Vergisi Kanunu’nun 30 uncu maddesi, dar mükellefiyete tabi olan kurumların Türkiye’de elde ettikleri kazanç ve iratlardan dolayı yapılacak olan vergi kesintilerini kapsamaktadır. Bu maddenin altıncı bendinde yer alan yıllık veya özel beyanname veren dar mükellefiyete tabi olan kurumların indirim ve istisnalar düşülmeden önceki kurum kazancından, hesaplanan kurumlar vergisi düşülür. Daha sonra kalan kısımdan ana merkeze aktardıkları tutar üzerinden, kurum bünyesinde kurumlar vergisi kesintisi yapılacaktır şeklinde hüküm altına alınmış bulunmaktadır. Bu bağlamda Kurumlar Vergisi Kanununa göre ana merkeze aktardıkları tutar üzerinden %15 oranında vergi kesintisi yapmaları gerekmektedir (Çolak, 2016: 53-54).

Teknolojik gelişmeler sonucunda, şirketler bazı hizmetleri ülkeleri dışında icra edebilmektedirler. Bu durum şirketlere kolaylık sağlamıştır ve kanuni merkez ile iş merkezinin aynı yerde bulunması zorunluluğu yoktur. Artık internet aracılığıyla birçok alanda hizmet sağlanabilmektedir. Teknolojinin sağladığı imkanlar sayesinde başka ülkede bulunma zorunluluğu olmadan hizmet sağlayabilme ve çeşitli ticaret yapabilme fırsatı doğmuştur. Bu bağlamda bir ülkede altı ay kalma kriteri önemini yitirmektedir.

2.1.2. Gelirin Elde Edildiği Yer

Gelir Vergisi Kanununun 7 nci maddesine göre dar mükellefiyette ticari kazancın elde edilmiş olması için gerekli olan işyeri kavramının Vergi Usul Kanunu'na göre belirleneceği belirtilmiştir (Alkan, 2003: 175). 213 sayılı Vergi Usul Kanunu'nun 156 ncı maddesine göre işyeri;

“Ticari, sınai, zirai ve mesleki faaliyette işyeri; mağaza, yazıhane, idarehane, muayenehane, imalathane, şube, depo, otel, kahvehane, eğlence ve spor yerleri, tarla, bağ bahçe, çiftlik, hayvancılık tesisleri, dalyan ve voli mahalleri, madenler, taş ocakları, inşaat şantiyeleri, vapur büfeleri gibi ticari, sınai, zirai veya mesleki bir faaliyetin icrasına tahsis edilen veya bu faaliyetlerde kullanılan yer” olarak tanımlanmaktadır.

Gelirin elde edildiği yer, ticari kazanç ve serbest meslek kazancı ile ilgili bulunmaktadır.

Ticari kazançlarda, kazanç sahibinin Türkiye’de işyerinin bulunması gerekmekte veya daimi temsilci bulundurması gerekmektedir. Kazanç sahibinin, kazancını bulundurduğu bu işyeri veya temsilcileri vasıtasıyla sağlaması gerekmektedir (Tosuner, Arıkan, 2016: 33). Bu anlamda ticari kazanç açısından gelirin elde edildiği yer, dar mükellefiyet çerçevesinde değerlendirilmektedir. Dar mükellefiyette gelirin elde edildiği yerin Türkiye sınırları içerisinde olması gerekmektedir. Dar mükellefin Türkiye’de işyeri veya daimi temsilci aracılığıyla ticari faaliyette bulunması durumunda, Türkiye tarafından vergilendirilmektedir.

Serbest meslek kazançlarında, serbest meslek faaliyetlerinin Türkiye’de yürütülmesi veya Türkiye’de maddi olarak kayıt altına alınması gerekmektedir (Tosuner, Arıkan, 2016: 34). Bu bağlamda serbest meslek kazançları da dar mükellefiyet açısından değerlendirilmektedir. Kazancın Türkiye sınırları içerisinde yürütülmesi gerekmektedir.

Belli şartları sağlayan dar mükellef kurumlar, Türkiye’de elde ettikleri kazançlar üzerinden beyanname vermek şartıyla vergilendirilmektedir. Fakat Türkiye’de yerleşik olmayan yani Türkiye’de işyeri olmadan, Türkiye’de geçici

olarak faaliyette bulunan dar mükellef kurumların elde ettikleri kazançlar, stopaj usulü kullanılarak vergilendirilir (Coşkun, 2014). Tam mükellefiyette, ticari faaliyetler ya da serbest meslek faaliyetlerinden doğan kazancın vergilendirilebilmesi için bu kazançların elde edilmesinde bir işyerinin varlığına ihtiyaç yoktur. Bu aşamada önemli olan vergiyi doğuran olayın meydana gelmiş olması durumudur. Sanat erbabı ya da serbest meslek erbabının işyeri açmasalar dahi ticaret siciline veya mesleki bir kuruluşa kayıt olmaları durumunda işe başladıklarının göstergesidir (Cangir, 1999: 117).

Ticari kazanç ve serbest meslek kazancının elde edildiği ülke tarafından vergilendirilmesi işyeri ve sabit yer kriterine bağlanmış olup bu kriter de coğrafi açıdan bir yere bağımlılığın olması gerektiğini vurgulamaktadır. Çifte vergiyi önleme anlaşmasına göre, kişilerin ikamet ettikleri ülke dışında elde ettikleri kazançlarının vergilendirilmesi, kaynak ve ikamet ülkesi veya her iki ülke tarafından yapılabilmektedir. Fakat ticari faaliyetlerin ve mesleki faaliyetlerin internet aracılığıyla yapılıyor olması; ticari faaliyetin nereden yapılıyor olması, mükellefin kimliğinin belirsizliği, karın nereden yapılıyor olması, ikamet yerinin belirlemenin zorluğu gibi belirsizlikler meydana gelmektedir. İnternet ortamında gerçekleştirilen ticari faaliyetler ve mesleki faaliyetlerin vergilendirilmesinde işyeri ve sabit yer kriterleri önemini yitirmektedir (Kayıhan ve Yıldız, 2004: 160 -161). Belirli bir konuma bağlı olmaksızın gerçekleştirilebilen elektronik ticaret faaliyetlerinde, yanıltıcı bir şekilde sanal kimliklerin kullanımı vergi mükellefiyetine ilişkin kimlik ve gelir elde edilen ülkenin bilgilerine ulaşılmasında karşılaşılan bir başka sorun olarak karşımıza çıkmaktadır.

OECD Model Anlaşmasının 5 inci maddesinin 4 üncü fıkrasında işyerinin varlığı için ön koşullar sağlanmış olsa dahi işyerinin oluşmadığı ve böylelikle vergi ortaya çıkmadığı belirtilmiştir (Cangir, 1999: 114). Model Anlaşmasının bu fıkrasında;

-Firmanın faaliyetleriyle ilgili ürünleri yalnızca depolama, sergileme ve teslim amacıyla kullandığı yerler,

-Firmaya ait ürün stoklarının yalnızca depolama, sergileme ve teslim amacıyla kullanıldığı yerler,

-Başka bir firmanın kullanımı için ürünün muhafaza edildiği yerler,

-Firmanın yalnızca satın alma ve bilgi toplama amacıyla kullandığı sabit yerler,

-Firmanın faaliyetlerine ilişkin hazırlayıcı ya da yardımcı karakter aktiviteleri için kullanılan firmaya ait sabit yerler,

-Yukarıda belirtilen 5 özellikten bir ya da birden fazlasına sahip yerler sabit işyeri olarak tanımlanmamaktadır (OECD, 2003: 9). Elektronik ticaret açısından; satıcı ile müşteri açısından iletişimin gerçekleştirilmesi, tanıtım faaliyetleri, yalnızca bilgi sunma maksadında olan web siteleri, firmanın bilgi toplama maksadına yönelik faaliyetleri yardımcı ve hazırlayıcı nitelikteki hizmetler olarak kabul edilmektedir (Cangir, 2000: 57). Elektronik ticaret yapılırken kullanılan yardımcı etkenler elektronik ticaret kapsamında değerlendirilmeyecektir. Bu yardımcı etkenler elektronik ticaretin yapılmasına zemin hazırlar nitelikte olup ticaret mahiyetinde değildir. Sadece işin yapılmasında kullanılan yerdir.

2.1.3. Kazancın Niteliğinin Tespiti

Elektronik ortamda gerçekleştirilen faaliyetler sonucunda elde edilen kazancın türünün belirlenmesi, ödemenin yapıldığı işlemin niteliğine bakılarak ortaya çıkmaktadır. Gerçekleşen ödeme, bir ürün veya hizmet alımı için yapılmış olabilir. Bunun dışında bir gayri maddi hakkın veya varlığın kullanımı veya kullanım hakkı için de olabilmektedir (Cangir, 1999: 117). Bu iki durumda belirsizlikler ortaya çıkmaktadır. İlk belirsizlik, çevrimiçi işlemlerden dolayı elde edilen kazancın, gayri maddi hak kazancı mı yoksa işletme karı mı olduğudur. İkinci belirsizlik ise, elde edilen kazanç işletme karı olarak belirlenmişse bu kazancın hizmet mi yoksa mal satışı olarak mı değerlendirileceği konusudur. İlk belirsizlik durumu gelir vergisi hesaplamalarını etkilerken ikinci belirsizlik durumu tüketim vergilerini etkilemektedir (Karaduman, 2005: 104- 105). Örneğin; A firması yayınladığı dergiyi geleneksel ticaret yollarıyla satmaktadır ve internet ortamında da bir bedel karşılığı müşterilerine aşağıdaki alternatiflerle sunulmaktadır.

-Yayınlanan derginin internet ortamında sadece okunabiliyor olması,

-Yayınlanan dergiye internet ortamında abone olunması ve bu durumda derginin bir kopyasını müşterinin kişisel bilgisayarına indirme, yazıcıdan çıktısını alma ve bunun gibi imkanların sunulması,

-Yayınlanan dergiye aboneliğin yanında, bu dergide bulunan resim, tablo, yazı ve bunun gibi şeylerin, müşterinin kendi ülkesinde çıkarmış olduğu bir dergide yayınlaması veya kendi hazırladığı kitapta kullanması gibi hakların satın alınması gibi seçenekler sunulmaktadır.

Derginin internet ortamında sadece okunuyor olması ve abone olunduğu durumda indiriliyor ya da bir kopyasının alınabiliyor olması durumu, bir mal ya da hizmetin bedel karşılığında satın alınması durumunu göstermektedir. Bu konuda alım satım konu olan işlemin geleneksel mal veya hizmet ayırımına uymayan bir sayısal ürünün varlığı olmasıdır. Bu farklılık yapılan işlemin niteliğini değiştirmemektedir. Bu bağlamda elde edilen kazanç ticari kazanç olarak nitelendirilmesi gerekmektedir (Cangir, 1999: 118). Geleneksel ticarete mal veya hizmetin sayısı kadar bir bedel ödenmekte iken elektronik ortamda gerçekleşen bu işlemde sayı dikkate alınmamaktadır. Abone olunan dergiden birden fazla indirilebilmekte ya da çoğaltılabilmektedir. Bu durum bir eşitsizliğe yol açsa da ticari kazanç olmasını etkilememektedir.

Yayınlanan dergiye abone olunması durumunda bu dergide bulunan resim, tablo, yazı gibi şeylerin müşterinin kendi dergisinde ya da kitabında kullanması hakkını satıl alması durumu da mevcuttur. Bu hakkın satın alınıyor olması işlemin niteliğini değiştirmektedir. Örnekte olan derginin yerine kitap veya müzik albümünün çoğaltılması durumu da olabilir. Bunun gibi durumlarda ödemenin sadece kitap, müzik ya da dergi için yapıldığı söylenemez. Bu nedenle kazancın türü de değişmektedir. Anlaşma hukukunda bu kazanç gayri maddi hak bedeli kapsamında yer almaktadır (Cangir, 1999: 118).

OECD Model Anlaşmasının 12 inci Maddesinde gayri maddi hak bedellerine yer verilmektedir. Model Anlaşmasının 12 inci madde 2 inci fıkrası gereği;

“sinema filmleri dahil olmak üzere edebi, sanatsal veya bilimsel her nevi telif hakkının, her nevi patentin, alameti farikanın, tasarım veya modelin, planın, gizli formül veya üretim yönteminin kullanımı veya kullanım hakkı karşılığında veya sınai, ticari veya bilimsel tecrübeye

dayalı bilgi birikimi veya sınai, ticari veya bilimsel teçhizatın kullanımı ya da kullanım hakkı karşılığında yapılan her türlü ödeme”

olarak tanımlamaktadır (GİB, 2014). Anlaşma hukuku açısından elde edilen kazanç gayri maddi hak bedeli ya da ticari kazanç olarak değerlendirildiğinde farklı sonuçlar ortaya çıkmaktadır. İşyeri üzerinden elde edilen ticari kazançlar kaynak ülkesinde vergilendirilirken, gayri maddi hak bedelleri ise Model Anlaşma gereğince vergileme hakkı ikamet ülkesine bırakılmakta ve Türkiye’nin taraf olduğu anlaşmalarda vergileme hakkı bu iki ülke tarafından yani kaynak ve ikame ülkesi arasında paylaşılmaktadır. Türkiye ile çifte vergilemeyi önleme anlaşması kapsamında taraf olan bir ülke mükellefinin, Türkiye’de elde ettiği gayri maddi hak bedelleri, % 10 oranını aşmamak üzere Türkiye tarafından vergilendirilir. Anlaşma hukuku çerçevesinde gayri maddi hak olarak değerlendirilen kazançlar Gelir Vergisi Kanunu açısından bazı durumlarda gayrimenkul sermaye iradı, bazı durumlarda diğer kazanç ve iratlar, bazı durumlarda ise serbest meslek kazancı olarak bu kapsamda değerlendirmeye alınmıştır (Cangir, 1999: 118). Örneğin; internet üzerinden İngiltere merkezli bir firmadan anti virüs yazılımı alan bir Türk firması, sorumlu sıfatıyla Katma Değer Vergisi ödemesini yapmanın yanı sıra, ilgili yazılımın gayri maddi hak olmasından kaynaklı Kurumlar Vergisi Kanunu’nun 24. Maddesinde belirtildiği şekliyle stopaj uygulaması gerçekleştirecektir.

2.1.4. Matrahın Belirlenmesi

Gelirin vergilendirilebilmesi için vergi matrahını tespit etmek gerekmektedir. Vergiye tabi matrah, safi tutardır (Tosuner ve Arıkan, 2016: 24- 25). Fiili olarak elde edilen kazanç ve giderler dikkate alınarak kurumların vergi matrahı tespit edilebilmektedir (Kayıhan ve Yıldız, 2004: 194). Bu açıdan vergilendirilecek miktar belirlenirken kazancın elde edilmesi için yapılan giderler kazançtan indirilir. Elektronik ticaret açısından bakıldığında elektronik ticaretin farklı yerlerde gerçekleştirilebiliyor olması durumu, elde edilen kazancın ne kadarının nerede elde edildiği, kazancı elde etmek için yapılan giderlerin ne kadarının nereye ait olduğunun tam olarak saptanması gerekmektedir. (Akkaya, 2001: 184).

Kaynak ülkesi prensibi gereği, ticaretten elde edilen kazancın vergilendirilmesinde işyerine atfedilmesi gerekmektedir. İşyerine atfediliyor olmasıyla, çeşitli sorunlar meydana gelmektedir. Bu sorunların çözülebilmesi için, merkez ile şube veya şubelerin kendi aralarındaki işlemlerden dolayı ortaya çıkan kazancın bölüşümünün emsal bedel esasına göre yapılması öngörülmüştür. Bu esasa göre, şubenin kendi merkezi veya diğer şubeler ile faaliyette bulunmak yerine bağımsız bir firmaymış gibi düşünülerek bağlı bulunduğu merkez ve diğer şubeler arasında gerçekleşen işlemler sonucunda elde edilecek kazancın hesaplanması gerekmektedir (Cangir, 1999: 119- 120). İnternet ortamında gerçekleşen işlemlerde ortak giderlerin tespiti ve bunlardan farklı birim ve şubeler arasında dağılımının yapılması gerekmekte fakat bu faaliyetlerin geleneksel merkez ve şubeye bağlı kalmadan işlerin yürütülmesi mümkün olmamaktadır. Bundan dolayı birden fazla şube ve birimi ilgilendiren gelir ve giderlerin bu şubeler arasında paylaşılması zordur. Çünkü böyle bir durumda birden fazla ülke vergilendirme yetkisine sahip olmaktadır ve bu durumda matrahın belirlenmesi güçleşmektedir (Kayıhan ve Yıldız, 2004: 194).

Matrahın belirlenmesinde karşılaşılan bir diğer sorun transfer fiyatlandırmasından kaynaklanmaktadır. Transfer fiyatlandırması, Türkiye’de tam ve dar mükellef olarak faaliyet gösteren gerçek kişi ve kurumların, yurt içi ve yurt dışı faaliyetlerinde alım ya da satımını gerçekleştirdikleri ürün veya hizmet için ödenen bedeller yoluyla örtülü kazanç dağılımı yapılmasıdır (GİB, 2010: 2).

Gerçekleştirilen alım satım işlemlerinde, çeşitli yöntemlere göre belirlenen emsal fiyatlardan farklı uygulanarak çok yüksek ya da düşük fiyatlarla ticari faaliyetin gerçekleştirilmesi, vergi matrahının doğru belirlenmesini engellemektedir.

OECD bünyesinde gerçekleştirilen çalışmalarda da transfer fiyatlaması kaynaklı kar aktarımının global düzeyde kontrol altına alınabilmesi için 2014 yılında genel raporlama standartlarının çok uluslu işletmeler için ne şekilde olması gerektiğine ilişkin öneriler sunmuştur.

Türkiye’de konuyla ilgili 2016 yılında yayınlanan 3 seri no’lu Transfer Fiyatlandırması Tebliği taslak çalışmasına göre, 250 Milyon TL’nin üzerinde net satış hasılatına sahip şirketler, tüm grup faaliyetlerinin analizini ve grup içerisindeki

şirketlerin birbirleri arasındaki faaliyetlerin detaylarını Gelir İdaresi Başkanlığı'na sunmakla yükümlü kılınmışlardır (GİB, 2018a).

2.2. KATMA DEĞER VERGİSİ AÇISINDAN ELEKTRONİK TİCARET

Katma Değer Vergisi, tüketim üzerinden alınan bir vergidir. Türkiye’de Katma Değer Vergisi Kanunu 25.10.1984 tarihinde kabul edilmiştir. Yürürlüğe girme tarihi de 01.01.1985 tarihinde olmuştur. Katma Değer Vergisinde Türkiye’de mal teslimi, ithalat ve hizmet ifasının yapılmış olması koşulu aranmaktadır. Ayrıca Katma Değer Vergisi Kanununun 1 inci maddesinde yer alan işlemler Katma Değer Vergisinin konusunu oluşturmaktadır. Bunlar;

- Ticari, sınai, zirai faaliyetler ve serbest meslek faaliyeti çerçevesinde yapılan teslim ve hizmetler,

- Her türlü mal ve hizmet ithalatı,

- Diğer faaliyetlerden doğan hizmetlerdir (Tosuner ve Arıkan, 2016: 356). Bu bağlamda Katma Değer Vergisi Türkiye’de mal teslimi, ithalat ve hizmet ifasının yapılmış olması şartı ile tüketim üzerinden alınan bir vergi türüdür.

Elektronik ticaret, network yani bilişim ağı ile destekli olan teknolojilerin kullanımlarıyla kurumlar ile kurumların (B2B, Business to Business), kurumlar ile tüketicilerin (B2C, Business to Customer) arasında gerçekleşen mal, hizmet ve bilgi transferlerini sağlamak amacıyla Katma Değer Vergisi ortaya çıkmaktadır. Fakat geleneksel ticaretle, elektronik ticaret arasındaki farkın sonucu çeşitli sorunları da beraberinde getirmektedir. Elektronik ticaret, internet üzerinden yapılan yani alıcı ve satıcının fiili olarak karşılaşmadıkları bir ortamda ve bir aracı olmadan bir araya gelinen global bir ortamdır. Bu ortam global bir yapı olması nedeniyle ürünlerin dağıtım ve teslim yollarının artışı dolaylı vergileme kapsamında bazı sorunları da beraberinde getirmektedir (Binatlı, 2002: 183). Katma Değer Vergisi mükellefi olan vergi mükellefinin ülke içerisinde yapmış oldukları mal teslimleri, hizmet ifaları ve ithalat sonucunda uygulanmaktadır. İnternet aracılığıyla yapılan ticaret, günümüzde gerçekleşen normal ticaretle aynı şekilde yani aynı vergi kanunlarıyla değerlendirilmesine karşılık elektronik ticaretle yapılan işlemlerin nasıl vergilendirileceği hatta vergilendirilip vergilendirilmeyeceği hakkında kesin olarak

hüküm belirlenememiştir. Katma Değer Vergisi açısından temel sorunlar ise; ürününün nereden satılmış olması, ne zaman vergilendirileceği ve vergilendirme hakkının kime ait olacağı gibi sorunlar ortaya çıkmaktadır (Gerger, 2011: 60).

Türk vergi sistemi içerisinde yer alan Katma Değer Vergisi Kanunu'nun 2. maddesinde belirtildiği üzere, bir malın kullanım hakkının malik veya onun adına hareket edenlerce, alıcıya veya alıcı adına hareket edenlere devredilmesi bir başka deyişle malın teslimi, vergiyi doğuran olayı meydana getirmektedir. Teslimin gerçekleşmesi durumuyla, vergi kanunları açısından vergiyi bağladığı olayların ortaya çıkması durumunu ve hukuki durumun oluşmasına ve böylelikle devletin vergi alacağını ortaya çıkarmaktadır. İnternet aracılığıyla gerçekleşen işlemler dolayısıyla vergiyi doğuran olayın meydana gelmesi sonucunda vergiyi belirlemede çeşitli sıkıntılar ortaya çıkmaktadır. Bu sorunun nedeni ise fiziki mallarda olduğu gibi somut ürünlerin yanında dijital ürünlerin alışverişinin de yapılabilmesi olmasından kaynaklanmaktadır (Akgün, 2018). Dijital ürünlerin Katma Değer Vergisi sisteminde hizmet olarak kabul edildiğinden dolayı bir takım sıkıntılar meydana gelmektedir. Bu aşamada hem fiziki hem de dijital olarak teslim edilen ürünlerde teslim şekillerine göre vergilemede farklılıklar oluşmaktadır. Çünkü Katma Değer Vergisi sisteminde mal teslimleri ile hizmet teslimlerinin vergilendirilmesi açısından farklılıklar bulunmaktadır. Katma Değer Vergisi açısından bakıldığında hizmet teslimi ülkeler arası ticaretle ilgili ise, vergilendirmenin Türkiye'de olması için hizmetin Türkiye'de verilmesi ya da hizmetten Türkiye'de faydalanılması gerekmektedir. Hizmet ihracatı durumu için ise, hizmetin yurt dışında bir işyeri veya ikameti yurt dışında olan bir müşteriye yapılması gerekmekte ve hizmetten yurt dışında yararlanılması gerekmektedir (Coşkun, 2005: 165).

4731 sayılı Vergi Usul Kanun'un 4 üncü bendinde ekleme yapılan mükerrer 242 nci maddesine göre;

“Maliye Bakanlığı; elektronik defter, belge ve kayıtların oluşturulması, kaydedilmesi, iletilmesi, muhafaza ve ibrazı ile defter ve belgelerin elektronik ortamda tutulması ve düzenlenmesi uygulamasına ilişkin usul ve esasları belirlemeye, elektronik ortamda tutulmasına ve düzenlenmesine izin verilen defter ve belgelerde yer alması gereken bilgileri internet de dahil olmak üzere her türlü elektronik bilgi iletişim araç ve ortamında Maliye Bakanlığına veya

Maliye Bakanlığının gözetim ve denetimine tabi olup, kuruluşu, faaliyetleri, çalışma ve denetim esasları Cumhurbaşkanınca çıkarılacak bir yönetmelikle belirlenecek olan özel hukuk tüzel kişiliğini haiz bir şirkete aktarma zorunluluğu getirmeye, bilgi aktarımında uyulacak format ve standartlar ile uygulamaya ilişkin usul ve esasları tespit etmeye, bu Kanun kapsamına giren işlemlerde elektronik imza kullanım usul ve esaslarını düzenlemeye ve denetlemeye yetkilidir.” olarak belirtilmiştir.

Elektronik ticaret vergilendirilmesinde yetki Maliye Bakanlığına verilmiş bulunmaktadır. Bu bağlamda Maliye Bakanlığı elektronik ticaretin denetimini sağlamaya yönelik çalışmalar yapmaktadır.

Katma Değer Vergisi mükellefi olmayan gerçek kişilere sunulan hizmetler doğrultusunda, hizmetten yararlanan değil, hizmeti sunan kişiler tarafından Katma Değer Vergisi beyan edilip ödenmektedir. Bu durum Türkiye’de iş yeri, kanuni merkezi, ikametgâhı olmayanlar için geçerlidir. Türkiye’de iş yeri oluşturulacak şekilde elektronik ticaret yapanların, beyan edip ödemeyi gerçekleştirmesi gerekmektedir. Ödeme kredi kartı veya banka kartı ile Gelir İdaresi Başkanlığı internet sitesi (www.gib.gov.tr) üzerinden yapılabilmektedir. Bunun dışında vergi dairelerine ve tahsile yetkili bankalara da yatırılabilir (Gelir İdaresi Başkanlığı, 2018b).

Avrupa Birliği ve birçok gelişmiş ülkede uygulanmakta olan Katma Değer Vergisi, mal teslimi ve hizmetlerin ifası üzerinden alınan bir vergi türü olması nedeniyle uygulama açısından bakıldığında, bir işlemin vergilendirileceği yer, işlemi yapan kişinin ikamet ettiği yer ve hizmetin verildiği yer esas alınarak belirlenmektedir. Fakat tamamen geleneksel ticarete uygulanan Katma Değer Vergisi ilkelerini her zaman elektronik ticarete yer alan elektronik mal ve hizmeti kapsayacak nitelikte olmamaktadır. Katma Değer Vergisi uygulamalarında elektronik ticarete meydana gelen sorunların önemli bir kısmı, işlemi gerçekleştirenin kimliği ve yapılan işin içeriği ile ilgilidir. Ülke içerisinde gerçekleştirilen işlemlerde, söz konusu durumu herhangi bir sorun teşkil etmemektedir. Fakat ülkeler arası mal teslimi ve hizmet ifası gibi problemlere neden olabilmektedir. Bu nedenle uluslararası alanda yapılan elektronik ticarete Katma Değer Vergisinin nerede doğduğu ve Katma Değer Vergisinin kimin tarafından tahsil

edileceği tartışmaya neden olmaktadır. Uluslararası alanda mal ve hizmet tüketiminin gerçekleştiği yere bağlı olarak yani varış ülkesi prensibi dikkate alınarak vergilendirme gerçekleştirilmektedir. Bu ilkenin coğrafi sınıra bağlı olmaksızın küresel olarak sunulan dijital ürün ve hizmetlere uygulanabilesi durumu da hala bir takım güçlükler barındırmaktadır (Kayıhan ve Yıldız, 2004: 164- 165). Katma Değer Vergisi tüketim üzerinden alınan bir vergi türüdür. Türkiye sınırları içerisinde bir mal veya hizmet satışı yapılıyorsa ve Türkiye’de yararlanılıyor ise Katma Değer Vergisi Türkiye tarafından tahsil edilir. Fakat uluslararası bir alanda gerçekleşen mal veya hizmet alımı, tüketildiği ülke tarafından vergiye tabi tutulmaktadır. Bir başka deyişle varış yeri kriterine göre vergilendirilir.

Uluslararası vergi alanında OECD’nin kararları çerçevesinde Katma Değer Vergisi ile ilgili olarak;

- Katma Değer Vergisinin tüketimin gerçekleştiği ülke tarafından yapılması,
- İnternet ortamında sunulan dijital ürünlerin hizmet olarak kabul edilmesi,
- Vergi getiri sistemlerinin yeni düzenlemelerle geliştirilmesi şeklinde kriterler ortaya konulmuştur.

Türk vergi sistemi içerisinde yer alan Katma Değer Vergisi’nde de tüketimin gerçekleştiği yerde, bir başka deyişle varış yeri ilkesi benimsenmiş olup vergilendirme bu ilke doğrultusunda yapılmaktadır. Bu bağlamda ihracatta karma değer vergisi istisnası uygulanırken ithalatta Türkiye’deki iç piyasadaki mal ve hizmetlere karşı uygulanan sistemi dengede tutmak, tarafsız olmak ve varış yeri ilkesi gereği Katma Değer Vergisi alınmaktadır (Coşkun, 2005: 164- 165).

Günümüzde Katma Değer Vergisi’nin yürürlükte olduğu maddeler, mal veya hizmet teslimlerinin ülke sınırları içerisinde yapıldığı dönemlerde oluşturulduğundan, elektronik ticaret açısından sorunlara sebebiyet vermektedir. Bu bağlamda Katma Değer Vergisi maddelerine bazı eklemelerin yapılması gerekmektedir. Elektronik ticaretin yaygınlaşmasıyla ve bu ticaretin ülke sınırları içerisinde kalmayan bir yapıda olduğundan dolayı yeni düzenlemeler yapılması gerektiği ortaya çıkmaktadır (Ceran ve Çiçek, 2007: 302).

2.3. GÜMRÜK VERGİSİ AÇISINDAN ELEKTRONİK TİCARET

Gümrük Vergisi uygulamaları, elektronik ticarete, ticarete konu olan fiziki mallar, hizmetler ve sayısal ürün türlerine göre sınıflandırılabilir (Cangir, 1999: 128).

Sayısal ürünlerde ayırt edici unsur, ürün tesliminin internet aracılığıyla indirilmesine ya da geleneksel olarak fiziki teslimine bağlıdır (Binatlı, 2002: 187). İnternet üzerinden indirilen içerikler, gümrük vergisine tabi değildir. Buna karşılık ilgili içeriklerin, disket vb. yolla çoğaltılmaları ve fiziki olarak teslim edilmeleri durumunda gümrük vergisi uygulanmaktadır (Kayıhan, Yıldız, 2004: 167).

Fiziki mallar gümrük vergisine tabi iken internet aracılığıyla iletilen hizmetler (dijital ürünler), gümrük vergisine tabi değildir. Çünkü internet ortamında gerçekleştirilen bu hizmetler serbest bölgede gerçekleşiyor gibi düşünülmektedir ve fiziki mallar gibi geleneksel yol ile teslimi söz konusu değildir. Fakat bu hizmetler (dijital ürünler) bir disket, cd ve bunun gibi şeylere kopyalanmış şekilde gümrükten geçmesi durumunda, fiziki bir ürün olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda dijital ürün fiziki bir ürün gibi değerlendirilip mevcut sistemde yer alan gümrük vergisine göre vergiye tabi tutulmaktadır (Cangir, 1999: 128). Bir başka açıdan bakıldığında bu durum bir eşitsizliğe yol açmaktadır. Bu da internetten sunulan hizmet, serbest bölgede gibi değerlendirilip gümrük vergisi uygulanmıyor iken bu sunulan hizmet bir diskete ya da cd şeklinde kopyalanıp müşterisine iletilmesi durumunda gümrük vergisine tabi tutulmaktadır.

Ticari mahiyette bulunmayan vergiye tabi eşyaların yurt dışından satın alımı durumunda, 22 Avronun üzerinde olan ve 1500 Avroyu geçmeyen posta veya hızlı kargo ile gönderimi sağlanan ürünler için, Avrupa Birliği'nden gelmesi durumunda % 18, diğer ülkelerden gelmesi durumunda % 20 oranında gümrük vergisi uygulanmaktadır (Terzi, 2017: 96). Elektronik ortamdan sipariş edilen ve yurt dışından gönderimi gerçekleştirilen fiziki mallar için uygulanan gümrük vergisi, iç piyasada ticaret gerçekleştiren firmaların, yurt dışından satış gerçekleştiren firmalar karşısında oluşan maliyet dezavantajının azaltılmasına yönelik bir önlem olarak değerlendirilebilir.

2.4. DAMGA VERGİSİ AÇISINDAN ELEKTRONİK TİCARET

488 sayılı Damga Vergisi Kanununun değiştirilmeden önceki halinde birinci maddede geçen ve damga vergisine konu kağıtlar ibaresi, basılı olarak gerçekleştirilen sözleşmeleri ifade etmiştir.

Elektronik ticaretin yapısı gereği sözleşmeler elektronik ortamda yapılmakta ve onaylanmaktadır. Buna bağlı olarak 2004 yılında Damga Vergisi'nde değişiklik ve düzenlemeler yapılarak elektronik imza ile manyetik ortamda ve elektronik veri şeklinde oluşturulan belgelerin damga vergisine tabi belgelerin arasına dahil edilmesi sağlanmıştır (Aksüner, 2015: 148). Bu durum, internet aracılığıyla gerçekleşen elektronik ticaretin, hukuki anlamda da geçerliliğini göstermektedir.

Elektronik ticaret faaliyetlerinde internet üzerinden düzenlenen sözleşmelerde, elektronik imza kullanılmasıyla hukuki geçerlilik sağlanmaktadır. Ancak Hukuk Usulü Muhakemeleri Kanunu'nun 295/ A maddesinde *“Usulüne göre güvenli elektronik imza ile oluşturulan elektronik veriler senet hükmündedir. Bu veriler aksi ispat edilinceye kadar kesin delil sayılırlar.”* olarak güvenli elektronik imzanın hukuki geçerliliği belirtilmiştir (Erturgut, 2003: 72). Buna göre, bir belgenin yalnızca elektronik ortamda imzalanmış olması değil, güvenli elektronik imza ile imzalanmış olması hukuki geçerliliğini ve damga vergisine tabi olmasını sağlamaktadır.

Damga Vergisi Genel Tebliğin 4 üncü bendinde *“elektronik ortamda oluşturulan ve belli parayı ihtiva eden mesafeli sözleşmeler, taraflarca 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununda tanımlanan güvenli elektronik imza ile imzalanmaları halinde damga vergisine tabi olacak, aksi durumda damga vergisine konu teşkil etmeyecektir.”* şeklinde belirtilmektedir.

Türkiye içerisinde gerçekleşen işlemler bu düzenlemelere göre kontrol altına alınmıştır. Ancak, uluslararası alanda elektronik ticaret kapsamında ülkelerarası işlemlerin çoğalmasıyla birlikte gerçekleştirilen işlemin birden fazla kez damga vergisine tabi olma ya da tamamen vergi dışı kalma durumlarıyla karşılaşabilmektedir (Cangir, 1999: 127). Bu açıdan değerlendirildiğinde bir eşitsizlik meydana gelmekte ve birden fazla damga vergisi uygulanmakta ya da hiç uygulanmamaktadır.

2.5. BANKA VE SİGORTA MUAMELE VERGİSİ AÇISINDAN ELEKTRONİK TİCARET

Banka ve Sigorta Muamele Vergisi (BSMV), Gider Vergileri Kanunu'nun 28. Maddesinde, *“Finansal Kiralama Kanununa göre yaptıkları işlemler hariç olmak üzere, her ne şekilde olursa olsun yapmış oldukları bütün muameleler dolayısıyla kendi lehlerine her ne nam ile olursa olsun nakden veya hesaben aldıkları paralar banka ve sigorta muameleleri vergisine tabidir”* olarak tanımlanmaktadır.

Söz konusu kanuna bağlı olarak, banka ve sigortacılık sektörlerindeki işlemlerde ilgili vergi hesaplanmaktadır.

Teknolojinin hızla gelişmesi ve internetin yaygın hale gelmesi sonucunda, bankacılık sektörü bu durumdan olumlu etkilenmiştir. Bankalar işlerinin çoğunluğunu internet üzerinden yapmaktadır ve dolayısıyla internet bankacılığı etkin hale gelmiştir. Para yatırma, para çekme, EFT, havale, hesap açma-kapatma, döviz alma-bozdurma, kredi kartı ödemeleri gibi işlemler internet bankacılığı sayesinde gerçekleşmektedir. Elektronik bankacılık sistemi coğrafi sınırların ötesinde de iş fırsatı yaratmıştır. Fakat bu durum bazı sorunları da beraberinde getirmektedir. Örneğin; Türkiye’de ikamet eden bir kişinin, yurt dışındaki Time Bank’ta (Türkiye’de şubesi bulunmayan bir banka) belli bir miktarda parası bulunmaktadır. Bu kişinin yurt dışındaki bankada bulunan parasının bir kısmını Türkiye’deki Ziraat Bankası Bornova Şubesi’ne EFT yapması sonucunda Time Bank bu kişiden belli miktar para kesmiştir. Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisi doğrultusunda Time Bank’ın Türkiye’de gerçekleşen her işleminden dolayı vergi mükellefiyeti doğmaktadır (Alkan, 2003: 227- 228).

Bankacılık işlemlerinin internet ortamında yaygınlaşmasıyla birlikte söz konusu verginin uygulanmasında, gerek bağımsız denetim firmaları gerekse kamu denetçileri tarafından sürekli denetim altında tutulan bankacılık sektöründe gerekli tedbirler alınmaya çalışılmaktadır (Binatlı, 2002: 186).

Son yıllarda yaygınlaşan elektronik para kullanımına aracılık eden kurumlar için 2017 yılının Mart ayında yayınlanan taslağa göre BSMV mükellefi olduklarına dair görüş belirtilmiştir (GİB, 2018c). Ödeme hizmetlerine ilişkin BDDK denetimine tabi olarak gerçekleştirilen elektronik para ödeme sistemlerinin Gider Vergileri

Kanunu 28. maddesine göre banka muamele ve hizmetleri niteliği taşıdığı belirtilmektedir. Buna göre, BDDK lisansına sahip elektronik para ve ödeme kuruluşlarının banker sıfatıyla BSMV mükellefi olduklarına atıfta bulunulmuştur.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ELEKTRONİK TİCARETİN VERGİLENDİRİLMESİNDE YAŞANAN SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Teknolojinin gelişmesi, şahsi ya da kurumsal olarak birçok alanda gelir elde etme olanakları yaratmaktadır. Bu anlamda ticaretin alanı da genişlemektedir. Elektronik ticaret de bu gelişmelerden fazlasıyla nasibini almış durumdadır. Elektronik ticarete dünya çapında bir alışverişin yapılabilmesi söz konusudur. Coğrafi sınırların kalktığı bu alışveriş sonucunda da kazanç elde edilmekte ve vergilendirilmesi gerekmektedir. Elektronik ticaretin vergilendirilmesinde çeşitli sorunlar meydana gelmektedir. Elektronik ticaretin nasıl vergilendirileceği, nerede vergilendirileceği, hangi ülke tarafından vergilendirileceği gibi belirsizlikler oluşmaktadır. Mevcut vergi sistemi bu belirsizlikleri gidermede yetersiz kalmaktadır. Bu bağlamda vergi kaçakçılığı ve vergiden kaçınma gibi durumlarla karşılaşilmektedir. Bu durumun önlenmesine yönelik uluslararası alanda çözüm arayışları devam etmektedir.

Elektronik ticaretin vergilendirilmesinde yaşanan sorunlar, denetimi mümkün olmayan işlemlerin gerçekleşiyor olmasından kaynaklanmaktadır. Elektronik ticaret internet aracılığıyla gerçekleşmekte ve bu ortamda gerçekleşen faaliyetler sonucunda gelire konu olan ürünlerin takibi oldukça zorlaşmaktadır. Elektronik ticarete konu olan mal veya hizmetten geleneksel yöntemlerle yani fiili olarak bir mal veya hizmetten bahsediliyorsa vergileme açısından bir sorun yaratmazken bu durumun elektronik ticaret üzerinden dijital mal veya hizmetin teslimi sonucunda sorunlar ortaya çıkmaktadır (Çavdar, 2017: 14- 15).

3.1. ELEKTRONİK TİCARETİN VERGİLENDİRİLMESİNDE KARŞILAŞILAN SORUNLAR

Teknolojik gelişmelerle birlikte elektronik ticaret yaygınlaşmaktadır. Elektronik ticaretin yapılması sonucunda gelir elde edilmekte ve dolayısıyla bu gelirin vergilendirilmesi gerekmektedir. Elektronik ticaretin vergilendirilmesi, mevcut hükümlere göre fiili olarak teslim edilen mal veya hizmetler sonucunda elde edilen kazancın vergilendirilmesinde sorun yaratmaz iken dijital olarak teslim edilen (örneğin bir yazılım) bir hizmetin vergilendirilmesinde çeşitli sorunlar ortaya çıkmaktadır. Bu sorunlar; elektronik ticarete uluslararası vergi hukuku açısından karşılaşılan sorunlar ve elektronik ticaretin niteliğinden kaynaklanan sorunlar başlıkları altında incelenmektedir.

3.1.1. Elektronik Ticaretin Uluslararası Vergi Hukuku Açısından Karşılaşılan Sorunlar

Elektronik ticaret, coğrafi sınırlarla belli bir ülkeye bağı olmadığından dolayı vergileme alanındaki sorunların önemli bir kısmı, ülkeler arasında vergileme hakkının bölüşümü ile ilgili olmaktadır (Cangir, 1999: 105). Çünkü her ülke kendi çıkarlarını düşünüp vergilemenin kendi sınırları içerisinde gerçekleşmesini isteyecektir. Hatta uluslararası yapılan bir elektronik ticarete, çifte vergilemeye yol açacak durumlarla karşı karşıya kalınacaktır. Bunun gibi birçok sorun ortaya çıkmaktadır. Bunlar; kaynak ilkesi açısından, ikamet ilkesi açısından, iş yeri açısından, çifte vergilendirme açısından karşılaşılan sorunlar olarak uluslararası vergi hukukuna konu olan sorunlardır.

3.1.1.1. Kaynak İlkesi Açısından Karşılaşılan Sorunlar

Elektronik ticarete kaynak ilkesinde, vergilendirme yetkisi olan ülke, kendi sınırları içerisinde elde edilen geliri vergilendirme hakkına sahiptir (Çak, 2002: 88). Bu bağlamda uluslararası alanda yapılan elektronik ticarete diğer ülkeler de vergi alma yetkisine sahip olabilirler. Çünkü her ülke kendi çıkarlarını düşünmekte ve kendi vergi sistemi içerisinde vergilendirmek istemektedir.

Kaynak ilkesi açısından, gelirin elde edilen yerde yani gelir hangi ülkede elde ediliyor ise o ülke tarafından vergilendirilir. Mal veya hizmet satışları dolayısıyla alınan dolaylı vergilerde kaynak ilkesinin uygulanması, varış ilkesinin uygulanmasıyla denkleşmiş durumda olmaktadır. Vergilendirme yetkisi genel bir ilke olarak mal veya hizmetlerin tüketildiği devlete bırakılmaktadır (Öz, 2004: 95). Ülkeler kendi sınırları içerisinde gerçekleşen geliri vergilendirme yetkisine sahiptirler. Fakat iki ülkeyi de ilgilendiren bu durum her iki ülke tarafından vergiye tabi tutulmak istenmektedir. Bu bağlamda çifte vergilendirme sorunu ortaya çıkmaktadır.

3.1.1.2. İkamet İlkesi Açısından Karşılaşılan Sorunlar

İkamet ilkesine göre gerçek kişilerde yerleşik oldukları yere bağlı olarak vergilendirilmesi durumu söz konusudur. Bu aşamada, elektronik ticarete internet üzerinden danışmanlık, muhasebe, mimarlık, mühendislik gibi farklı alanlarda verilen hizmetlerde olduğu gibi başka bir ülkede belirli bir süre kalmadan o ülkede hizmet ya da başka faaliyetlerin mümkün hale gelmesi, gerçek kişilerde ikamet ilkesine bağlı olarak belirlenmiş mükellefiyet uygulamalarının önemini kaybetmesine neden olmuştur (Alptürk, 2005: 31). Çünkü bir ülkede belirli bir süre dahi kalmadan ticaret yapabilmenin önü açılmıştır. Geleneksel ticarete bu durum geçerliliğini korurken elektronik ticarete ikamet ilkesi önemini yitirmektedir.

Gelir Vergisi Kanunu'na göre bir kişinin Türkiye'de ikamet ettiğinin göstergesi olarak bir takvim yılı içinde altı aydan fazla kalması gerekmektedir. Bu durumda Türkiye'de ikamet etmiş sayılacaktır. Fakat elektronik ticaret internet

üzerinden yapıldığı için ve dünya çapında yapılabiliyor olduğu için ikamet etmesini gerektiren bir durum söz konusu değildir.

Elektronik ticaretin global bir yapıya sahip olması sebebiyle, elektronik ticaret firmaları dünyada çok sayıda farklı ülkeden insana ulaşarak ürün veya hizmet satışı gerçekleştirebilmektedir. Bu nedenle, vergilendirmeye konu ürün ya da hizmetin mükelleflerin bulunduğu sınırların çok ötesinde bir varış noktasına iletimi kolaylaşmıştır.

Elektronik ticarete, sunuculara bağlı web siteleri üzerinden işlemin gerçekleştiriliyor olması, sunucularda aynalama yönteminin kullanılmasıyla, işlemin istenilen bir coğrafi ülkeye yönlendirilmesine imkan tanımaktadır. Bu durumda, web sitesinin iş yeri sayılıp sayılmayacağı bir diğer sorunu beraberinde getirmektedir. OECD, elektronik ticarete satıcının ve sunucunun farklı ülkelere bulunması durumunda, bu iki ülke arasında mevcut ikili bir vergi anlaşması olmasına bağlı olarak sunucunun varlığının bulunduğu ülkeyi, elde edilen gelirin vergilendirilmesi için uygun görmüştür (Pehlivan ve Öz, 2011: 153). Böylece şirketlerin daha düşük vergi ödemek adına sunucularını vergi cenneti ülkelere taşıması durumlarıyla karşı karşıya kalılabilmektedir.

3.1.1.3. İşyeri Açısından Karşılaşılan Sorunlar

Uluslararası alanda kabul görmüş tanıma göre işyeri; bir girişimcinin işini yürüttüğü yerdir. Uluslararası anlaşmalara göre bir devlet kuruluşuna ait kazançlar, farklı bir devlette bulunan kuruluş vasıtasıyla ticari faaliyette bulunmadıkça sadece ilk devletin vergilendirme yetkisi olduğunu vurgulamaktadır. Fakat diğer devlette bulunan kuruluş vasıtasıyla faaliyette bulunan yani dar mükellefiyet kapsamında bir faaliyetin gerçekleşmesi durumunda, ilgili kazançlarıyla ilgili sınırlı olarak vergilendirilmektedirler. Bunun nedeni ise şirketin o ülkede işyerinin bulunmaması ve şirketin ekonomik sistemine tam olarak katılmamasından kaynaklanmaktadır (Güngör, 2001). Bir ülkenin ekonomik sistemine tam anlamda dahil olmak, tam mükellefiyeti de içinde barındırmaktadır. O ülkenin sınırları içerisinde tam mükellefiyet kapsamında faaliyette bulunmak ve bu faaliyetlerden kazanç elde etmek sonucunda o devlet tarafından vergiye tabii tutulma hakkını vermektedir.

Gelirin elde edildiği yer elektronik ticaret üzerinde çeşitli sorunları beraberinde getirmektedir. “Yer” kavramının sorun yaratmasının sebebi, elektronik ticarete gelir üzerinden alınan vergiler açısından “daimi işyeri” kavramıdır. Daimi işyeri, fiziksel bir yapı olarak görülmektedir. Fakat elektronik ticaret faaliyetinde fiziksel yer kavramından vazgeçmek zorunlu hale gelmiştir (Ekmekci, 1999: 80). Özellikle bu kavramların uluslararası hukukta karşılığının tam anlamıyla oluşturulmaması, temel bir sorun olduğunu göstermektedir (Erdem, 2017: 19). Daimi işyeri, bilişim teknolojisi açısından işletmelerin yabancı ülkelerde geleneksel açıdan fiziksel bir varlığa ihtiyaç olmadan faaliyetlerin yürütülmesini sağlamaktadır (Karaduman, 2005: 85). Elektronik ticarete daimi işyeri kavramı, yayının yapıldığı bilgisayar ya da sunucu olarak kabul edilmiştir. Fakat sunucuların da sabit kalmayacağı, hareket edebileceği bir başka deyişle “aynalama” tekniği kullanılarak birden çok yerde birden çok sunucu aynı yayını yapabilmektedir (Ekmekci, 1999: 80). Bu durumda sunucunun nerede olduğunu tespit etmek zorlaşmaktadır.

Elektronik ticaret vergilendirilmesi açısından işyeri kavramı büyük önem taşımaktadır. Uluslararası vergi anlaşmaları da işyeri kavramına dayanmaktadır. Bu nedenle elektronik ticaret üzerinden elde edilen kazancın vergilendirilebilmesi için mutlaka bir işyeriyle bağlantılı olması gerekmektedir. Fakat geleneksel işyerinde olduğu gibi fiziksel bir yerin olmasına gerek yoktur. Örneğin; bir web sayfası da işyeri olarak kabul edilebilmektedir. Fakat kişiler ya da firmalar doğru olmayan adresler verebilirler. Bununla beraber verdikleri adresleri de rahatlıkla değiştirebilirler (Güngör, 2001: 5- 6). Bu nedenle dolayı işyerinin tespit edilebilmesi zorlaşmaktadır.

3.1.1.4. Çifte Vergilendirme Açısından Karşılaşılan Sorunlar

Birinci Dünya Savaşı öncesinde dışa kapalı bir ekonominin varlığı nedeniyle uluslararası bir ticaretin yapılması söz konusu değildir. İkinci Dünya Savaşı sonrasında bu durum değişmiştir. Küreselleşmenin etkisiyle yeni ekonomik ve finansal sistemler oluşmuştur. Oluşan bu sistemler uluslararası ticaretin daha hızlı ilerlemesini sağlamıştır. Şirketler mükellefi oldukları ülkenin dışında, farklı bir ülkede tüzel kişilik kurmuşlar ve böylelikle uluslararası ticaret kavramı başka bir boyuta geçmiştir. Şirketler, farklı ülkelerde elde ettikleri gelirleri ana merkezlerine

göndermektedir. Böylelikle hem ana merkezin bulunduğu ülkede hem de kaynak ülkede vergiye tabi olma durumu söz konusudur (Gökten ve Karabudak, 2017: 550). Vergilendirme yetkisinin ülkeler arasında paylaşıyor olması durumu, geleneksel ticarete de çifte vergilendirme sorununa sebebiyet vermektedir. Bu durum özellikle internet aracılığıyla gerçekleşen elektronik ticaret açısından çok daha büyük sorun oluşturmaktadır (Ekmekci, 1999: 79).

Çifte vergilendirme, ülkelerin vergilendirme yetkisinin kendi çıkarları doğrultusunda kullanılmak istemeleri sonucu ortaya çıkmaktadır. Çifte vergilendirme, bir mükellefin bir işlem sonucunda gelir elde etmesi ve verginin doğmasıyla ilgili olarak birden çok ülkenin bu işlemi vergilendirmek istemesiyle ortaya çıkmaktadır. Ülkeler kendi egemenlik güçlerini kullanarak kendi uyruğunda olan insanları ve kendi sınırları içerisinde yaşayan yabancı uyruklu insanları, elde ettikleri gelirden dolayı vergilendirmek isteyecektir. Diğer ülkeler de aynı şekilde davranacak ve onlar da kendi sınırları içerisinde yaşayan insanlardan vergi almak isteyecekler. Bu durumda ortaya çifte vergilendirme sorunu çıkmaktadır (Öz ve Çavdar, 2013: 53). Bu sorunun giderilebilmesi için, ülkeler arasında çifte vergilendirmeyi önleme anlaşmaları yapılmaktadır. Çifte vergilendirmeyi önleme anlaşması, şirketin ya da şahsın hangi ülke tarafından ve ne oranda vergilendirilmesi gerektiğini açıklamaktadır (Gökten ve Karabudak, 2017: 550). Bu anlamda çifte vergilendirmeyi önleme anlaşması, uluslararası sistemi düzenleyici niteliktedir. Şirketlerin ya da şahısların elde ettikleri kazanç doğrultusunda birden fazla vergilendirilmesinin önüne geçmek amaçlanmıştır. Yani iki ülke arasında bir ticaretin yapılması sonucunda, bir ülkede vergileme yapılıyorsa diğer ülkede de vergileme yapmanın önüne geçmek amaçlanmıştır.

Tablo 6'da çifte vergilendirmeyi önleme anlaşmalarına göre vergilendirme durumları yer almaktadır.

Tablo 6: Çifte Vergilendirmeyi Önleme Anlaşmalarına Göre Vergilendirme Durumları

Kazancın Türü	Vergilendirme Koşulu
Ticari Kazançlar	İşyeri veya daimi temsilci aracılığıyla yürütülen faaliyetlere konu olan kazançlarla sınırlandırılmakla beraber, bu devletin yerelde uyguladığı vergi mevzuatına göre vergiye tabi tutulmaktadır.
Değer Artış Kazançları (Menkul veya Gayrimenkul Kazançlar)	Gayrimenkul kazançlar; gayrimenkulün bulunduğu coğrafi konum ve bu devletin iç mevzuatının öngördüğü şekilde vergiye tabi tutulmaktadır. Menkul kazançlar; işyerinin bulunduğu devletin iç mevzuatına göre ve bu devlet tarafından vergiye tabi tutulmaktadır.
Uluslararası Taşımacılık Kazançları	Hava veya kara taşımacılık faaliyeti açısından, anlaşmalarda genel olarak vergileme yetkisi taşımacılık kazançlarını elde edenin mukimi olduğu devlet tarafından vergiye tabi tutulmaktadır. Deniz taşımacılık faaliyeti açısından, bazı anlaşmalarda vergilendirme yetkisi mukimi olunan devlete bırakılırken, bazı anlaşmalarda gelirin doğduğu kaynak devlet tarafından ve iç mevzuatına göre % 50 indirimli vergilendirilme durumu söz konusudur.
Temettü Kazancı, Faiz Kazancı, Gayri maddi Hak Bedelleri (Royalty Gelirleri)	Oran sınırlaması olmaksızın temettü, faiz ve gayri maddi hak bedellerinden elde edilen gelirler, mukim olduğu devlet tarafından vergiye tabi tutulmaktadır. Fakat bu tür gelirler elde edildikleri devlet yani kaynak devlet tarafından da anlaşmada yer alan oranları geçmeyecek şekilde vergilendirilmektedir. Anlaşmalara taraf olan devletler iç mevzuatlarında daha düşük vergi oranı uygulanıyorsa anlaşmalardaki oranlar değil, iç mevzuatta yer alan oranlar uygulanmaktadır. Temettü, faiz ve gayri maddi hak bedellerinden elde edilen gelirlerin diğer devlette bir işyeri veya sabit yere sahip olmaları ve buralarda bu gelirlerin elde edilmesi durumunda, kaynak devlet

Tablo 6'nın devamı

	vergileme oranları uygulanmayacaktır. Bu gelirler diğer devletin iç mevzuatı kapsamında ticari kazanç ya da serbest meslek kazancı olarak vergilendirilecektir.
Serbest Meslek Kazançları	Anlaşma şartlarına göre sabit bir yer veya 183 gün süre ile gerçekleştirilecek faaliyetler açısından diğer devlette vergiye tabi tutulmaktadır. Serbest meslek faaliyetinden elde edilen gelirler, anlaşma hükümlerine göre farklılıklar oluşturduğundan dolayı her hüküm ayrı ayrı dikkate alınmalıdır.
Ücret gelirleri	Hizmet erbabının mukim olduğu devlete bırakılmıştır. Fakat; - Ücret gelirini elde edenlerin diğer devlette toplam 183 günü aşacak şekilde bulunmaları veya -Diğer devlette mukim olan işverenlerce ödemenin yapılması veya -Ödemelerin işverenin diğer devlette sahip olduğu bir işyerinden veya sabit yerden yapılması durumunda diğer devletin iç mevzuatına göre vergilendirileceklerdir.
Özel sektör emekli maaşları	Anlaşmalara göre farklılık göstermektedir. Bazı anlaşmalara göre emekli maaşları, kişinin mukimi olduğu devlet tarafından vergilendirilirken, bazı anlaşmalarda ödemenin yapıldığı ülke tarafından vergiye tabi tutulmaktadır.
Kamu görevlilerinin ücret gelirleri ve emekli maaşları,	Bir gerçek kişiye kamu görevinden dolayı ödenen ücret ve benzeri ödemeler veya emekli maaşlarının vergilendirme yetkisi anlaşmalara göre farklılık göstermektedir.
Öğretmenler ve öğrencilerin elde ettikleri gelirler	Anlaşmalarda özel bir düzenleme yoksa kamu görevlisi olmaları durumunda “Kamu Görevleri” ile ilgili maddeye göre, kamu görevlisi olmamaları durumunda ise “Ücretler”e ilişkin maddeye göre hareket edilecektir. İki yıl gibi belirli bir süreyle sınırlı olarak diğer devlette öğretim veya araştırma yapmak maksadıyla bulunan öğretmenler, profesörler veya araştırmacılar bu devlet tarafından vergilendirilmezler.

Tablo 6'nın devamı

	Öğrenim veya mesleki eğitim maksadıyla veya stajyer olarak gittikleri diğer devlette elde ettikleri gelirler için anlaşmalarda yer alan ortak hüküm bunların öğrenim veya mesleki eğitim amacıyla bulundukları devlet tarafından vergilendirilmezler. Fakat bu kişilere bulundukları devlet dışından ödemenin yapılması gerekmektedir.
Diğer kazançlar	İkramiye, ödüller, nafakalar ve bahis kazançları gibi anlaşmaların maddelerinde yer almayan her türlü gelir unsurlarının vergilendirme yetkisi; bazı anlaşmalarda mukim olunan devlete bırakılırken, bazı anlaşmalarda ise gelirin doğduğu devlete bırakılmıştır.

Kaynak: Gelir İdaresi Başkanlığı, 2019.

Çifte vergilendirmeyi önleme anlaşmalarında, ülkeler arasında vergi paylaşılması durumu söz konusudur. Her farklı iki ülke tarafından, farklı anlaşmalar yapılmaktadır. Elde edilen kazancın, iki ülke tarafından vergilendirilmesinin önüne geçilmek amaçlanmıştır. Vergilendirecek devlet nezdinde iç mevzuatına uygun şekilde vergiye tabi tutulacaktır.

Elektronik ticaret ile beraber coğrafi sınırların ortadan kalması devletlerin vergilendirme anlamında sorunlar yaşamasına neden olmaktadır. Çifte vergilendirmenin önlenmesi açısından, devletlerin yaptıkları tek taraflı düzenlemeler yeterli olmamaktadır. Bu bağlamda devletler karşılıklı olarak anlaşmalar yapıp bu sorunu çözmeye çalışmaktadır. Bu konuda düzenleme yapılmazsa elektronik ticaret bu durumdan çok etkilenebilecektir (Organ ve Çavdar, 2012: 73).

Çifte vergilendirmenin önlenmesi maksadıyla ortaya çıkan ve ülkeler tarafından vergilendirme yetkisinin paylaşımını da göz önünde bulunduran bu anlaşmalar, elektronik ticaretin ve dijital ekonominin vergilendirilmesi sorunu ortaya çıkmadan önce düzenlendiklerinden dolayı internet kapsamındaki bu ticareti kapsamamaktadır. Fiziksel varlık ve somut karakterli olan sabit yer ve işyeri gibi kavramlar bu anlaşmalarda esas alınmaktadır. Bundan dolayı ülkelerin elektronik ticaretin vergilendirilebilmesi için iç mevzuatlarındaki elektronik işyeri tanımını geliştirmeleri çifte vergilendirmeyi önleme anlaşmaları hükümleri için yeterli olmayacaktır. Uluslararası uyumsuzlukların oluşmaması için çifte vergilendirmeyi önleme anlaşmaları hükümleri değiştirilmelidir (Erdem, 2017: 19- 20- 21).

3.1.2. Elektronik Ticaretin Niteliğinden Kaynaklanan Sorunlar

Elektronik ticaretin ağırlıklı olarak internet ortamında gerçekleştirilmesi, geleneksel ticarete göre işleyiş aşamasında farklı sorunlara yol açabilmektedir. Vergilendirme ve vergi denetiminin sağlıklı olarak yapılabilmesi noktasında, faaliyetin gerçekleştirildiği internet ortamı yapısı gereği birçok soruna zemin oluşturabilmektedir.

Elektronik ticarete vergiye tabi faaliyetlerin denetlenebilir olması, sağlıklı bir vergi sisteminin işletilebilmesi için önemli olduğundan, elektronik ticaretin niteliğinden kaynaklanan sorunlara karşılık teknolojik gelişmelerin takip edilerek, elektronik ortamda gerçekleştirilecek işlemlere ilişkin denetleme mekanizmalarının adapte edilmesi önemlidir (Coşkun, 2004: 256). Kurulacak bu denetleme mekanizmaları için bir diğer önemli husus, ilgili mevzuatlarda yapılacak düzenlemelerle söz konusu yapının desteklenmesidir.

Elektronik ticaretin niteliğinden kaynaklanan sorunlar arasında; bilgi kaynağının aşınmasından kaynaklı sorunlar, elektronik para uygulamalarından doğabilecek sorunlar, dijital ürünlerde karşılaşılan sorunlar, gelirin elde edildiği yerin belirlenmesinden kaynaklanan sorunlar, kimlik ve ödeme bilgilerindeki belirsizliklerden kaynaklanan sorunlar ve Off-Shore bankacılığı ve vergi cennetlerinin yarattığı sorunlar sıralanmaktadır (Organ ve Çavdar, 2012: 74).

3.1.2.1. Bilgi Kaynağının Aşınmasından Kaynaklanan Sorunlar

Bilgi kaynaklarının aşınması ve vergi denetiminde karşılaşılan sorunlar, elektronik ticaretin niteliği ile bağlantılıdır. Vergi otoriteleri mükellef işlemleri hakkında bilgi toplamak amacıyla sıklıkla toptancılar, bayiler, perakendeciler, bankalar ve bunun gibi araçlara başvurabilmektedir. Buna karşılık elektronik ticarete bu araçların kullanılmaması mükellef beyanının doğruluğunun teyit edilmesi noktasında bilgi kaynaklarına ulaşımın kısıtlı hale gelmesine sebep olmaktadır (Uzunoğlu, 2002: 18).

Geleneksel ticarete basılı olarak bulundurulanan çoğu belgenin elektronik ortama taşınması yönüyle elektronik ticaret, vergi idarelerinin geleneksel denetimlerini yapmalarını zorlaştırmaktadır. Özellikle dijital ya da sayısallaştırılmış ürünlerde denetim yapmak neredeyse imkansız bir hal alırken birçok ticari işlemin vergisiz alanda yapılmasına ve vergi kayıp ve kaçaklarının artmasına imkan hazırlamaktadır. (Kayıhan ve Yıldız, 2004:153)

İşletmeler arası ticarete vergilendirmeye ilişkin 2016 yılında yayınlanan 464 sayılı Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği ile birlikte Türkiye’de vergi mükellefi bulunmayan dar mükelleflerle, Türkiye’deki Katma Değer Vergisi (KDV) mükelleflerine satılan dijital ürün ve hizmetlerin vergilendirilmesi ise sorumlu sıfatıyla yapılmaktadır. Sorumlu sıfatıyla gerçekleştirilen vergilendirme türünde, hizmetten Türkiye’de yararlanılmış olması bir diğer önemli kıstas olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireysel tüketicilerle dar mükellefler arasında yapılan ticarete ise bireysel tüketicinin beyanına dayalı olarak vergilendirme gerçekleştiğinden, pratikte bu satışlardan beyana dayalı KDV toplanabilmesinin pek mümkün olmadığı gözlemlenmektedir (Dinçtürk, 2019).

İnternet üzerinden gerçekleştirilen elektronik ticaret işlemlerinde, gerek web sayfasının gerekse işlem yapan tüketicinin konumunun belirlenmesinde zorluklarla karşılaşmaktadır. Web sayfasının konumuna ilişkin farklı adres yeri gösterilebilmekte olup sayfada işlem yapan kişiler tarafından da mevcut adres yerine farklı adresler beyan edilebilmektedir. Bu sebeplerle internet üzerinden gerçekleştirilen işlemlerde gerçek bilginin temini güçleşmektedir (Alptürk, 2005: 388).

Vergi idarelerinin, iletişim teknolojilerini yakında takip ederek mükellef denetiminde yeni gelişmiş teknolojileri kullanmaları, söz konusu sorunların çözümüne ilişkin yeni yöntemler geliştirilebilmesine katkı sağlayacaktır.

3.1.2.2. Elektronik Para Uygulamalarından Doğabilecek Sorunlar

Elektronik para, ödeme amacıyla bir teknik aygıtta depolanan parasal değeri ifade etmektedir. Elektronik para türleri, yazılım ve donanım tabanlı muhafaza edilmelerine göre ikiye ayrılmaktadır. Donanım tabanlılar, fiziksel bir materyalde, örneğin çip kartı, yalnızca bu materyali okuyabilen okuyuculara sahip cihazlarla, içindeki parayı transfer etmekte kullanılabilecek bir yapıyı ifade etmektedir. Yazılımsal tabanlılar, genel olarak kullanılan kişisel bilgisayar ya da tablet gibi cihazlarda özel yazılımlarla online bağlantı aracılığıyla ulaşılan serverlar yardımıyla transfer edilebilen elektronik para türlerini ifade etmektedir (European Central Bank, 2018). Buna ek olarak elektronik para türleri, belirli bir merkez bankasına bağlı olarak basılan banknotların elektronik formatlara dönüştürülmesiyle, ödemelerin yapılmasında kullanılan ve herhangi bir merkez bankasına bağlı olmadan kağıt paraya alternatif olarak gelişen ve komple elektronik olarak ihraç edilen elektronik para olarak ikiye ayrılmaktadır (Öztürk ve Koç, 2006: 209).

Elektronik para kuruluşları ise kanun kapsamında elektronik para ihraç etme yetkisi verilen tüzel kişidir. 6493 sayılı Ödeme ve Menkul Kıymet Mutabakat Sistemleri, Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para Kuruluşları Hakkında Kanun'a göre bu tüzel kişinin anonim şirket şeklinde kurulması, şirketin ve ortaklarının kanunun 18 inci maddesinin ikinci fıkrasında belirtilen şartları taşıması gerekmektedir. Kanunun 18 inci maddesi kapsamında faaliyet izni verilen bir elektronik para kuruluşu, elektronik para ihracının yanı sıra kanunun 12 nci maddesinin birinci fıkrasında sayılan ödeme hizmetlerini de yürütebilmektedir (BDDK, 2018).

Elektronik para türleri, kart tabanlı elektronik para, hafıza kartları, temassız kartlar, temassız kartlar, mikro işlemcili kartlar, kombi kartlar/çift ara yüzü kartlar, melez kartlar, network (ağ) ve software tabanlı elektronik paralardır (Er'den aktaran Zengin ve Güngördü, 2006: 139). E-para ile ilgili en bilinen kuruluşlar arasında DigiCash, Mondex, CyberCash, PayPal, VisaCash, BitCoin, ECash, CheckFree gelmektedir.

Elektronik paranın elektronik ticarete kullanılması esnasında aşağıda yer alan (MASAK, 2018);

*İşlemlerin değer ve sıklıkları

*Sınır aşan işlemler,

*Satın alınan ürün (Bahis, kumar vs.)

*Zincirin tüm halkalarında kimlik tespitinin mümkün olmaması,

*Yüz yüze olmayan işlemler,

*Müşteri tabanının büyüklüğü,

*Müşteri başına düşen hesap veya kartların sayısının çokluğu gibi unsurlar, elektronik ticarete risklerin artmasında etkili olmaktadır. Kimlik kontrollerinin yapılması, işlemlerin izlenmesi, mal varlıklarının dondurulması, şüpheli işlem bildirimleri, personel eğitimi, kayıtların saklanması gibi önlemler ilgili risklerin düşürülmesinde kullanabilecek çözüm yollarıdır.

3.1.2.3. Dijital Ürünlerde Karşılaşılan Sorunlar

Dijital ürünler, isminden de anlaşılacağı üzere internet aracılığıyla sağlanan ürünlerdir. Bu ürünler elektronik cihazlara indirilen programlar, yazılımlar, film, müzik, video ve bunun gibi elektronik dosyalardan meydana gelmektedir. Bu dosyaları temin ederken bazıları ücretsiz olarak bazıları ücretli olarak karşımıza çıkmaktadır.

Türkiye’de uluslararası şirketlerin, mükellefiyet oluşturmaksızın doğrudan bireysel tüketicilere sattıkları dijital içerik çeşitleri, genellikle aşağıdaki listede yer alan maddelerden oluşmaktadır (Dinçtürk, 2019).

- Elektronik kitap,
- Akıllı telefonlara, tabletlere ve bilgisayarlara indirilen uygulamalar ve içerikler,
- Bir bedel ödenerek internet üzerinden oynanan oyunlar veya bu oyunlar için edinilen içerikler,

- Çevrimiçi olarak bahis oyunlarının oynanması,
- Çevrimiçi olarak izlenen televizyon yayınları, filmler ve radyo yayınları,
- Çevrimiçi olarak dinlenen müzikler,
- Çevrimiçi olarak ücret karşılığı alınan online eğitimler,
- İnternette indirilen görsel içeriklerdir.

Belirtilen içeriklerin genellikle %18 oranında KDV oranı bulunmaktadır. Türkiye'deki mükellefler, yukarıdaki dijital ürünlerin satışında, Türkiye'de mükellefiyeti bulunmayan dar mükelleflere göre %18 oranında dezavantajla karşı karşıya kalabilmektedir.

Dijital ürünün satış, teslim ve ödeme işlemlerinin tamamının sanal ortamda gerçekleşmesi, vergi kayıplarının oluşmasında önemli bir etkidir. Bu şekilde gerçekleştirilen satış işlemlerinde, gerek satıcı firma gerekse müşterinin, ilgili işlemi vergi idaresinin bilgisi dışında bırakması ve vergi ödememe imkanına kavuşması olasıdır. Satış aynı ülkede gerçekleşiyor olsa dahi, bu işlem sonucunda elde edilen gelir ödemesinin yurt dışında bir banka ya da elektronik para ile yapılması verginin kaçırılmasında kullanılabilmektedir (İnce, 2017: 114).

Elektronik ticarete dijital ürünlerdeki gelir türü, işlemin içeriğine göre değişiklik göstermektedir. Tablo 7'de, yapılan işlemin türüne göre ticari kazanç, gayri maddi hak bedeli ve serbest meslek kazancı ayrımlarına ilişkin detaylar yer almaktadır. Tabloda bulunan üç farklı kazanç türü, dijital ürünlerin yapısına ve satış işlemlerine göre farklılaşmaktadır.

Tablo 7: Dijital Ürünlerde Kazanç Türünün Belirlenmesi

Ticari Kazanç	Piyasadaki bilgisayar programlarının satın alınması ve üzerinde bir değişiklik yapılmadan toptan veya perakende olarak satışının gerçekleştirilmesi.
Serbest Meslek Kazancı	Piyasada daha önce bulunmayan bir bilgisayar programının bir şirkette kullanmak ve satışını yapmak için özel olarak hazırlanması.
Gayri Maddi Hak Bedeli	Bilgisayar programlarını çoğaltma, insanlara dağıtma, gösterme, değiştirme ve bunun gibi hakların satılması.

Kaynak: Pricewaterhouse Coopers, 2015: 31.

İnternet üzerinden müzik, film, kitap gibi dijital içerikler, bu hizmeti sunan firmalar tarafından, hizmeti sundukları ülkelerden farklı bir ülkede bulunan sunucular vasıtasıyla gerçekleştirilebilmektedir. İki binli yılların başlangıcı ve internetin yaygınlaşmasıyla birlikte, indirilebilir içerik pazarındaki hacmin giderek daha fazla büyümesi, tüm teslimat ve ödeme süreçleri elektronik ortamda gerçekleşen dijital ürünler ile ilgili vergi denetiminde handikapları beraberinde getirmiştir.

Genel olarak bakıldığında hem alıcı hem de satıcı alışveriş faaliyetini vergi idarelerine bildirmemektedir. Bunun nedeni vergiden kaçınma yolunu tercih etmeleridir. Fiziksel mal veya hizmetlerin tesliminde vergilendirme açısından bir sıkıntı bulunmamaktadır. Çünkü bu mal veya hizmetin tesliminde bir belge düzenlenmek zorundadır. Bu da denetim açısından kolaylık sağlamaktadır. Fakat dijital ürünlerde bu durum farklılık göstermektedir. Teslimat ve ödeme işlemleri elektronik ortamda gerçekleştirilen dijital ürünler, vergilendirilirken problemler yaşanmaktadır. Dijital ürünlerin vergi denetiminde sorun yaratan üç temel durum söz

konusudur. Bunlar: dijital ürünün marjinal maliyeti, dijital ürünün satış sayısı ve internet vergi daireleri sonucunda işlemleri rapor eden aracılardan alınan bilgilerin, internet vergi dairelerinin oluşturulmasıyla birlikte temin edilememesidir. Geleneksel ticarete vergi denetmenlerinin banker, broker gibi aracılardan bilgi edinme durumu söz konusu iken elektronik ticaretin aracıları ortadan kaldırmasıyla bu bilgi akışı sekteye uğramaktadır (Alptürk, 2005: 391).

3.1.2.4. Gelirin Elde Edildiği Yerin Belirlenmesinden Kaynaklanan Sorunlar

Ülkeler, sınırları içerisinde elde edilen gelirler dolayısıyla, bu gelirleri elde eden mükelleflerden vergi alma hakkına sahiptirler. Vergi hukuku açısından büyük önem taşıyan gelirin elde edildiği yerin tespiti, elektronik ticaret açısından da önemlidir (Ekmekci, 1999: 80). Kişiler ikamet ettiği ülke dışında gelir elde ettikleri faaliyetler dolayısıyla vergilendirilmektedirler. Vergileme durumu elde edilen gelirin türüne göre kaynak ilkesi veya ikamet ilkesine göre yapılmaktadır (Cangir, 1999: 113). Gelirin elde edildiği ülke tarafından vergilendirilmesi için sabit bir iş yerinin varlığı olması gerekmektedir. Sabit bir iş yerinin varlığından söz edebilmek için ise, coğrafi bir yere bağlılık durumu gereklidir (Kayhan ve Yıldız, 2004: 160). Fakat elektronik ticaret coğrafi sınırlara bağlı kalmadan gerçekleştirilebildiğinden, gelirin elde edildiği yerin belirlenmesi oldukça zordur.

İnternet ortamında gerçekleşen elektronik ticaretin vergilendirilmesi sorununun temelini yer kavramı oluşturmaktadır. Bu bağlamda fiziksel olarak bir yerin varlığının olmadığı bir ortamda, gelirin elde edildiği yeri tespit etmek ve vergilendirmek oldukça zordur. İnternet ortamında; server (sunucu), web sayfası ya

da web sitesinin iş yeri olarak kabul edilmesi aşağıda yer alan sorunlarla karşılaşmamıza çıkmaktadır (Cangir 1999: 114).

-Server (sunucu) istenildiği zaman bir ülkeden başka bir ülkeye taşınabilmektedir.

-Sunucular istenildiği zaman aynalama tekniğiyle (birden çok yerde aynı anda aynı yayını yapma işlemi) yer değiştirilebilir.

-Web sayfaları ve sunucuların satın alınabildiği gibi kiralanabiliyor da olması.

-Web sayfasını düzenlerken belli aralıklarla farklı ülkelerdeki web sayfalarına otomatik olarak geçiş yapabilmektedir.

Bahsi geçen bu maddelerde de görüldüğü gibi, internet ortamında iş yerinin varlığından söz etmek bu şartlar altında mümkün görünmemektedir. Web siteleri, web sayfaları ve server (sunucular) sabit bir iş yeri kriterini sağlayamadıklarından dolayı iş yeri olarak kabul edilmemektedir. Sabit bir yerin olmaması nedeniyle elde edilen gelirin nerede elde edildiği belirlenmemektedir. Bu nedenle elektronik ticaret açısından iş yeri kavramında değişiklik yapılması gerekmektedir. Gerekli önlemlerin alınmaması durumunda kişiler hukuk boşluklarından yararlanacaklar ve vergiden kaçınma ya da vergi kaçırma yolunu seçeceklerdir.

3.1.2.5. Kimlik ve Ödeme Bilgilerindeki Belirsizlikler

İnternet ortamında gerçekleşen elektronik ticaret aktivitelerinde, gerçek olmayan kimlik kullanımlarıyla karşılaşılabilir. Alıcı ve satıcıların birbirlerinin gerçek kimliklerine ulaşamamaları ya da birbirlerini yanlış bilgilendirmeleri ve son dönemde yaygınlaşan elektronik para kullanımlarıyla kimliğin anonim hale dönüştürülerek tahsilatın yapılabilmesi gibi olanaklar, yapılan işlemin detayı ve elde edilen gelirin saptanmasını ve vergi denetimini zorlaştıran sorunlar olarak karşılaşılabilir (Çavdar, 2017: 18). Ayrıca internet ortamında alış veriş işleminin gerçekleştirilmesi sonucunda, tarafların beyanı olmadan vergi idareleri bunu tespit edememektedir. Bu durum da vergi kaçırma ve vergiden kaçınmaya yol açacak bir durumdur (Coşkun, 2005: 155).

3.1.2.6. Off-Shore Bankacılığı ve Vergi Cennetlerinin Yarattığı Sorunlar

Vergi cennetleri tanımı, bulundukları alanda kayıtlı bulunan off-shore şirketlerine birtakım vergi ayrıcalıkları sunan ülkeleri kapsamaktadır (Botiş, 2014: 82). Sermaye kaynağı ülkelerdeki uygulanan oranlara göre çok düşük oranda vergi alan ve sahte vergisel adresler yoluyla diğer elde edilen gelirlere ilişkin vergilerin kaçırılmasına olanak tanıyan vergi cennetleri, önemli vergi kayıplarına sebep olmaktadır (Aktan ve Vural, 2004: 9).

OECD Komitesi Raporu doğrultusunda, bir ülkenin vergi cenneti olduğunu gösteren dört ana faktör bulunmaktadır. Bunlar (Eyüpgiller, 2000: 74);

1. Ülkenin kendi iç mevzuatı içerisinde bazı vergilerin olmaması, olmasına karşın uygulanmaması ya da önem arz etmeyecek seviyede bulunması,

2. Söz konusu ülkenin vergi sisteminin gizli tutulması, diğer ülkelerle paylaşılması,

3. Şirketlerin uyması gereken yasal mevzuatların belirsiz olması ve

4. Asıl faaliyetlerini bu ülke sınırları içerisinde gerçekleştirmeyen yatırımcı şirketlerin, yalnızca ülke mevzuatındaki vergi teşvikleri nedeniyle sermayelerini bu ülkelere transfer etmeleridir.

Vergi cenneti olarak nitelendirilen ülkelerin çoğunluğu, ada ülkelerden oluşmaktadır. Dünya geneline bakıldığında, bu ülkelerin yüzölçümü oldukça küçük ve nüfusu da azdır. Bu nedenle üretimde, ticaretle ve sanayide yeteri kadar gelir elde etmemektedirler. Yabancı sermaye vergi cenneti ülke seçimini yaparken coğrafik yapısı, ekonomik yapısı, uyulması gereken kurallar, yapılacak olan işlemlerin gizliliğinin korunması, çifte vergilendirmeyi önleme anlaşmasının bulunması, serbest döviz giriş-çıkış işlemlerinin yapılabilir olması gibi ilkeleri göz önünde bulundurarak tercih yapmaktadırlar. Vergi cenneti ülkeler, yabancı sermayeyi ülkelerine çekmeyi ve istihdamı arttırmayı amaçlamaktadırlar (Yetkiner, 2001: 92- 93).

19. yüzyılın sonu ve 20. yüzyılın başlangıcında farklı uygulamalarla oluşturulan vergi cennetlerinin yaygınlaşması, 1980 sonrası dönemde gözlemlenmektedir. Bu süreçte bazı ülkeler vergi sistemlerini, yabancı sermayeye

cazip hale gelecek vergiden muaf ya da düşük vergi uygulamasına tabi olarak tasarlamışlardır (Guerrero Gomez, 2016: 6).

Vergi cennetlerine kayıtlı işletmeler, iş yaptıkları diğer ülkelerdeki yükümlülüklerinin önemli bir kısmından, vergi cennetlerinin onlara sundukları sıfır ya da çok düşük vergi oranlarıyla sağlanan avantajlar yardımıyla, herhangi bir yasa dışı durum olmaksızın kaçınabilmektedir. Söz konusu durum yasal olmakla beraber, etik açıdan tartışmaya açık durumdadır (Arslan, 2011: 43).

Vergi cennetleri, uluslararası finansal ve ekonomik sistemin işleyişinde,

-Vergi ve kamu maliyesinin işleyişini zayıflatmak,

-Vergi gelir dağılımının eşitsizliğini arttırmak,

-Kaynak tahsisinde etkinliği düşürmek,

-Ekonomik suçları daha kazançlı hale getirmek,

-Gelişmekte olan ülkelerde rant kollama davranışlarını teşvik etmek ve ilgili ülkelerdeki kurumsal yapılara ve büyümeye zarar vermek gibi olumsuz etkilere sahiptir.

Vergi cennetlerinde yaratılan avantajlar dolayısıyla, bazı şirketlerin merkezlerini buraya taşımayı veya şirket kuruluşunu bu noktalara yapmayı tercih etmeleri, önemli bir sorun teşkil etmektedir. Özellikle off-shore finansal merkezlerinde ve vergi cennetlerinde iki binli yılların başlangıcından bu yana önemli artışlar meydana gelmiş, tüzel kişilerin çoğu zaman kara para aklama ve vergi kaçakçılığı yapma yollarıyla, önemli fonların bu merkezlerde toplanması durumuyla karşı karşıya kalınmaktadır. Vergi cennetleri ve internet altyapılarının yaygınlaşmasına bağlı olarak vergi kayıp ve kaçaklarında artışlar meydana gelmesi önemli bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır (Kayıhan ve Yıldız, 2004: 157).

3.2. ELEKTRONİK TİCARETİN VERGİLENDİRİLMESİNDE KARŞILAŞILAN SORUNLARA ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Küreselleşmeyle birlikte sermayenin yüksek vergilendirmelerinin yapıldığı ülkelerden, daha düşük vergi ödenen ülkelere geçişi hız kazanmıştır. Sermaye akışındaki bu hıza ek olarak çok uluslu şirketlerin üretimlerini birden çok ülkeye dağıtması, internet ve elektronik ticaretin yaygınlaşmasına bağlı olarak sanal şirket sayılarındaki artışlar, bu şirketlerin yerinin belirlenmesinde yaşanan sorunlar, elektronik ticaret ortamında iş yapan şirketler ve müşterilerinin farklı ülkelerde farklı vergi kurallarına tabi olmaları gibi durumlar elektronik ticaretin vergilendirilmesinde karşılaşılan birtakım sorunlara örnek olarak sunulmaktadır (Anbar, 2001: 21).

Elektronik ticaretin vergilendirilmesi aşamasında karşılaşılan sorunlara ilişkin OECD'nin 1997 Ottawa Konferansı'yla başlayan ve yıllar boyunca gelişmelere bağlı olarak sunduğu çözüm önerileri bulunmaktadır. Bu öneriler ışığında diğer ülkeler ve Avrupa Birliği, vergi uygulamalarında yeni modeller uygulamaya ve vergi kayıplarını minimuma indirmeye yönelik adımlar atmaya devam etmektedir.

Aşağıdaki alt başlıklarda, OECD ve Avrupa Birliği'nde elektronik ticaretin vergilendirilmesinde karşılaşılan sorunlara ilişkin önerilen çözüm önerilerinin detayları yer almaktadır.

3.2.1. OECD'nin Çözüm Önerileri

OECD, Ottawa Konferansı'nı takiben hazırlamış olduğu model vergi anlaşmasının beşinci maddesinde, bir web sitesi aracılığıyla ticaret gerçekleştiren işletmelerin kaynak ilkesine göre özelliklerinin gözden geçirilmesine atıfta bulunulmuştur. Sunucuların, sabit işyeri sayılmayacağına dair görüşün ağırlık kazandığı bu çalışmalarda, firmanın elektronik ortamda müşterilerine sunduğu ürün ya da hizmetlerin, firmanın ana faaliyet alanında dahil olması, vergilendirme açısından önem arz etmektedir (Özdemir, 2013: 79). Eğer bir süreliğine ya da yardımcı faaliyet kapsamında bir iş yapılıyorsa, sürekli iş yeri şartı yerine getirilmediğinden tam mükellefiyet oluşmamaktadır.

Elektronik ticaretin sunucular üzerinde yer alan web siteleri aracılığıyla gerçekleştiriliyor olması, tek başına firmaya ait web sitesinin iş yeri ve vergi mükellefiyeti için yeterli koşulları sağlamayacağını göstermektedir. Öyle ki web sunucusu, belirli koşullar altında iş yeri sayılmaktadır. Bunun yanında, sunucunun belirli bir süre faaliyet gösterilen ülkede bulunması da ilgili mükellefiyetin oluşturulmasında etkili olmaktadır. OECD Model Anlaşmasıyla yapılan bir diğer yorumda, bir işletmeye ait web sitesinin bulunduğu sunucunun yerleşik olduğu mekanın işyeri sayılacağı görüşüne yer verilmiştir. Bu noktada dikkat edilmesi gereken, ilgili web sitesinin işletmenin ana faaliyeti kapsamında çalışma yürütülen, bir nevi klasik işyeri gibi faaliyet gösteren yapıya sahip olmasıdır. Elektronik ortamda sunulan, tedarikçi ve müşteri arasında iletişimi sağlama, mal ve hizmet reklamları gibi bilgi içerikli birtakım hizmetler yardımcı faaliyetlere örnek gösterilebilir (Çolak, 2016: 55).

Sunuculara ilişkin dikkat edilmesi gereken bir başka nokta, bir web sitesi aracılığıyla faaliyetini yürüten işletmenin, bu web sitenin depolandığı sunucu hizmetini farklı bir işletmeden temin etmesidir. Çoğunlukla bir firma tarafından sunulan hosting hizmetine göre, web sitesinin bulunduğu sunucunun lokasyonu belirlenmiş olsa da, ticari faaliyeti yürüten işletmenin bulunduğu lokasyon farklı olabilir. Bu nedenle alınan hosting hizmeti için yapılan sözleşmelere dayalı olarak, bir işletmenin lokasyonunun belirlenmesi tek başına yeterli değildir. Ancak, web sitesinin bulunduğu sunucunun da ilgili işletmeye ait olması durumu için, işletmenin sabit işyeri lokasyonu sunucunun konumuyla ilişkilendirilebilmektedir (OECD, 2014: 91).

Model Anlaşması'nın beşinci maddesinde belirtilen bir diğer konu, iş yeri kavramının bağımlı temsilcilerin faaliyetlerine bağlı olarak saptanmasıdır. Kaynak ülkede ticareti gerçekleştiren işletmenin sabit bir işyeri bulunmamasına karşın, bağımlı temsilci yoluyla faaliyetlerini yürütmesi durumunda, teorik bir işyerine sahip olma durumu söz konusu olabilmektedir. Bu noktada dikkat edilmesi gereken, kaynak ülkede bir kişinin var olması ve bu kişinin ticareti gerçekleştiren işletmeyle arasında bağ bulunmasıdır (Akçaoğlu, 2011: 141).

Elektronik ticaret alanında bilgi teknolojilerindeki gelişimlerin hız kazanmasına bağlı olarak, Çifte Vergiyi Önleme Anlaşmalarının kötüye kullanımı gibi faktörler ortaya çıkmıştır. Ülkelerin vergi mevzuatlarındaki değişimin, bilgi

teknolojilerinin gelişimine paralel bir hızda gerçekleştirilememesi, ülkelerin vergi toplama konusunda dezavantajlarla karşı karşıya kalmalarına sebep olmaktadır. Çeşitli ülkelerin özel sermayeye vergi avantajı sağlamaları sonucu, ülkeler arası sermaye geçişleri hız kazanmış olup G20 ülkelerinin yaşanan bu sorunlara bağlı olarak alınmasını talep ettiği önlemlere bağlı olarak, OECD tarafından 2015 yılında BEPS (Base Erosion and Profit Shifting – Kar Aktarımı Yoluyla Matrah Aşındırması) adı verilen 15 maddelik Eylem Planı ilan edilmiştir. İlgili eylem planının ilk maddesi Dijital Ekonominin Vergilendirilmesi ile ilgili atılması beklenen adımlara yönelik görüş ve önerileri içermektedir (OECD, 2018).

BEPS Eylem Planı birinci maddesi kapsamında, yaygınlaşan internet kullanımına bağlı olarak ivme kazanan dijital ekonomi ile ilgili oluşan vergisel sorunlara ilişkin çözüm önerileri sunulmuştur. İlk etapta gelişmiş ülkelerin, dijital ekonominin gelişimine bağlı olarak avantaja sahip olacağı düşünülmüş, ancak sınırları aşan yapıya sahip dijital ekonomi ilgili gelişmiş ülkeler için vergi toplama dezavantajları yaratmıştır. Oluşan sorunlara çözüm getirilmesi amacıyla kurulan OECD Dijital Ekonomi’de Görev Gücü Çalışma Grubu, dijital ekonomiden kaynaklanan sorunlarda, iş modellerinin özelliklerinin belirlenmesi, matrahın aşındırılması ve kaynak arttırılmasına ilişkin yaşanan sorunlara çözüm üretilmesi amacıyla 2013 yılında ilk çalışmalarına başlamıştır (Biçer ve Erginay, 2015: 58).

BEPS Eylem Planı, 2018 yılı Ekim ayı itibariyle 115’ten fazla ülkenin dahil olduğu bir yapıya ulaşmıştır (OECD, 2019). Geniş katılıma ve sistematik yapıya sahip BEPS’te amaçlanan, değer elde edildiği yerde vergilendirilmesini ve buna engel olan sorunların ülkeler arasındaki iş birliğine bağlı olarak çözülmesini sağlamaktır (Öz ve Kara, 2016: 174).

Elektronik ticaretin yapısı gereği, bir ticari faaliyetin gerçekleştirilmesi için fiziksel bir yapıya ihtiyaç duyulmaması sebebiyle, Çifte Vergiyi Önleme Anlaşmaları kapsamında belirtilen sabit iş yeri kavramı, özellikle dijital ekonomi bünyesinde yetersiz kalmaktadır. Sanal ortamda gerçekleştirilen işlemlere ilişkin, işyerinin dijital varlığı ile ilgili yapılacak bir testin, işyerinin belirlenmesi konusunda kullanabileceği önerilmiştir. Bu testte;

i) İşletmenin faaliyetlerin tümü ya da önemli bir kısmı dijital mal ve hizmetlerden oluşuyorsa,

ii) Ticari faaliyete ilişkin sözleşmeler sadece internet ve telefon üzerinden yapılıyorsa,

iii) Ticari faaliyetin sunucu, web sayfası ve diğer bilgi teknolojileri araçlarının kullanımı dışında, fiziksel herhangi bir unsur, faaliyete katkıda bulunmuyorsa bu özellikleri taşıyan faaliyetlerde önemli ölçüde dijital varlığın bulunduğu saptanır ve faaliyetin gerçekleştiği ülkede bir daimi işyerinin bulunması durumu sağlanmış sayılır. Bu konuda alternatif olarak sunulan bir başka çözüm önerisi sanal işyeri kavramı üzerinedir. Sabit işyeri kavramının belirlenmesi adına,

i) Bir işletme, başka bir işletmeye ait sunucunun bulunduğu ülkede, ilgili sunucu üzerindeki web sayfası üzerinden ticari faaliyetlerini yürütüyorsa,

ii) Sözleşmelerin ilgili ülkedeki ticari kazancı elde edilen kişiler tarafından gerçekleşmesi durumunda sabit ya da daimi bir işyerinin varlığından söz edilebilecektir (Erdem'den aktaran Yılmaz ve Haraççı, 2017: 12- 14).

Yalnızca elektronik ortamdan indirilebilen içeriklere ilişkin satışlardan elde edilebilecek KDV'nin belirlenmesi, sık karşılaşılan sorunlar arasında yer almaktadır. İşletmeler arası (B2B) elektronik ticarete tevkiyat usulüne bağlı olarak işlemler gerçekleştiğinden, bu tür satışlarda KDV'ye ilişkin problemlerle sık olarak karşılaşılmasına karşın, işletmeden tüketiciye (B2C) gerçekleştirilen satışlarda, çok sayıda işlemin gerçekleştiriliyor olması sebebiyle sınırlar arası satışlarda verginin kontrol altına alınmasında güçlük yaşanmaktadır. OECD'nin belirttiği görüşlerde son tüketimin gerçekleştirildiği yerin, KDV için esas oluşturulması gerektiği belirtilmiştir. Bu bağlamda aşağıdaki listede yer alan tavsiyeler verilmiştir;

i) Uluslararası tarafsızlık koruma altına alınmalı,

ii) İş dünyasının riayet etmesi için mümkün olduğunca anlaşılır kurallar oluşturulması,

iii) Gerek işletmeler gerek vergi otoritelerinin süreçte açık ve kesinlik içeren tutuma sahip olmaları,

iv) Verginin uygulanması aşamasında oluşacak maliyetin minimum düzeyde tutulması,

v) Vergiden kaçınma ve vergi kaçırmaya yönelik engellerin olabildiğince güçlü olması (OECD, International VAT / GST Guidelines, 2014: 38- 39).

İşletmeler ve tüketici arasında gerçekleşen işlemlere ilişkin vergilendirmede, OECD tarafından ortaya konmuş bir başka öneri, işletmelerin elektronik ortamda satış gerçekleştirdikleri müşterilerine ilişkin vergi kontrolünde kullanılmak üzere müşteri vergi numarası gibi birtakım bilgileri vergi otoriteleriyle paylaşmalarıdır (OECD, International VAT / GST Guidelines, 2014: 43). İlgili bilgilerin paylaşılmasıyla birlikte, vergi denetimlerinde şeffaflığın artırılması ve denetimin kolaylaştırılması mümkün olabilecektir.

Bir diğer öneride son tüketicinin beyanına dayalı olarak, tüketim yerindeki vergi otoritelerinin bilgilendirilmesi ve tüketilen yerde vergi kesintisinin gerçekleştirilmesi sağlanabilecektir. Bu aşamada tüketicinin teşvik edilmesi adına beyan edilen vergilere bağlı olarak vergi iadesi alınabilecek uygulamaların kullanılabileceği belirtilmiştir (OECD, International VAT / GST Guidelines, 2014: 54). Bunun yanında tüketicinin ödemelerini gerçekleştirdiği banka kanalından bilgi edinilmesi yoluyla kurulacak mekanizmaların kullanılmasına bağlı olarak sınırlar arasında gerçekleşen B2C türündeki dijital ürün satışlarının kontrol edilebileceğine dair öneride bulunulmuştur (Tandon, 2018: 206).

Vergi denetiminde kişiler yerine algoritmaların kullanılması bir başka çözüm önerisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Mevcut durumda vergi denetimi, konusunda uzman bireyler tarafından yürütülmektedir. Genellikle uluslararası entegre bir vergi denetleme mekanizması bulunmamaktadır. Bu bağlamda, entegre çalışan eşler arası bir ağ (Peer-to-Peer) yapısının ülkeler arası entegre bir yapıda kullanılmasıyla, sınırlar arası vergilendirmeye ilişkin handikapların büyük bir kısmının çözülebileceği öngörülmektedir. OECD'nin hali hazırda kullandığı Ortak Raporlama Standartları (CRS-Common Reporting Standards) ve Finansal Hesap Bilgilerinin Otomatik Değişimi (AEOI- Automatic Exchange of Financial Account Information) gibi sistemlerin geliştirilmesiyle, ilgili entegre yapının kurulabileceğine dair görüş belirtilmiştir (Tandon, 2018: 203). Dünyada uygulanan vergi sisteminde şeffaflık yaratacak olan bu öneriyle birlikte, çok uluslu şirketler gibi dünyanın birçok ülkesinde faaliyet gösteren firmalar büyük ölçüde denetim altına alınabilecek olup kara para aklama ve vergi cennetlerine fon transferi gerçekleştirme gibi çok sayıda vergi kaybına yol açan faaliyetlerin önlenmesine katkı sağlayabilecektir.

3.2.2. Avrupa Birliği Çözüm Önerileri

Avrupa Komisyonu'nun 8 Haziran 2000 tarihinde yayınladığı “Elektronik Ticaret Direktifi” düzenlemesi, AB ölçeğinde elektronik ticaret faaliyetlerinin bütünsel bir yapıda ve hukuki geçerliliğe sahip bir şekilde gerçekleştirilmesini amaçlamıştır (Özdemir, Törenli ve Kıyan, 2010: 130).

2000'li yılların başında yayınlanan bu direktif ile elektronik ticaretin birlik içerisinde yer alan ülke sınırlarına bağlı kalmaksızın gerçekleştirilmesi ve buna bağlı olarak gelişim sağlayacağı kaydedilmiştir. İlk maddesinde toplum bilgi sistemlerindeki gelişimin önemine vurgu yapılmış olup ikinci maddede küçük ve orta ölçekli işletmelerin internet erişimi olan kullanıcılara ulaşımıyla, ekonomik gelişim ve rekabet avantajı elde edebilecekleri bir ekosistemin varlığından söz edilmiştir. Vergi uygulamalarına ilişkin atıfta bulunulan 4. bölümde, ülkelerin vergi oran ve tebliğlerine ilişkin uygulamaları ve gerçekleştirilen elektronik ticaret faaliyetlerinde vergilerin ve teslimat ücretlerinin fiyata dahil olup olmadığının net bir şekilde belirtilmesi gerektiği ve tüketicinin korunması gerekliliği tavsiye edilmiştir. (The European Parliament And Of The Council, 2000).

2000 yılında yayınlanan direktifin ardından Avrupa Birliği, 2003 yılından başlayarak elektronik ortamdan sunulan hizmet ve ürünlerin yaygınlaşmasıyla birlikte KDV'nin belirlenmesi konusunda birtakım yeni uygulamalar getirmiştir.

2003 yılında birliğin elektronik ticaret ile ilgili yönergesiyle birlikte, birlik dışında kalan ülkelere nihai tüketiciye ulaşan firmaların, tüketicinin bulunduğu konumdaki ülkeye göre KDV ödemelerinin kontrol altına alınması kararı alınmıştır. Bunun yanı sıra üye ülkelerin vergi toplama maliyetlerini düşürmek adına, beyanname başvurularının basit hale getirilmesiyle birlikte, Amazon gibi dijital servis sağlayıcısı firmalar Avrupa'da, elektronik kitap satışında vergilerin düşük olduğu Lüksemburg'da şubelerini açarak vergi avantajı sağlamaya yönelik hamleler yapmışlardır. 2007 yılında, dijital servislerde KDV uygulamasının tüketimin gerçekleştirildiği lokasyonda vergilendirilmesi gerektiğine dair bir başka karar alınarak birlik içinde bir ülkede şube açan firmaların vergi kaynaklı rekabet avantajı sağlamalarına engel olunmaya çalışılmıştır (Agrawal ve Fox, 2017: 913).

2015 yılı itibariyle Avrupa Birliği'nde MOSS (Mini One Stop Shop – Mini Tek Durak Noktası) adı verilen vergi uygulaması devreye alınmıştır. Bu uygulama, sınırlar arası telekomünikasyon, televizyon ve radyo yayıncılığı ve dijital servislere ilişkin vergilendirmeye yönelik yeni uygulamalar içermektedir. Söz konusu uygulamayla aşağıdaki hizmetlerin vergilendirilmesi düzenlenmiştir.

- * Web sitesi barındırma hizmetleri
- * Yazılım tedariki
- * Veri tabanlarına erişim hizmetleri
- * Uygulama ve müzik indirme
- * İnternet üzerinden oyun oynama
- * Uzaktan eğitim (European Union, 2019a).

MOSS uygulamasında, yukarıda belirtilen hizmet türlerinden herhangi birini arz eden bir firmanın bulunduğu ülke yerine, tüketicinin gerçekleştiği ülkenin esas alınması kararlaştırılmıştır. Tüketicinin yerleşik olduğu ülkede uygulanan KDV kanunları, verginin hesaplanmasında referans alınacaktır (European Union, 2019b).

MOSS uygulaması, Avrupa Birliği'nde yerleşik olan ve yukarıda belirtilen elektronik ortamda gerçekleştirilen, hizmet sağlayıcısı konumunda olan işletmelerin kullanımına sunulmuş bir sistemdir. Bu sisteme kayıt gerçekleştiren vergi mükellefi, ticari faaliyetlerini yürüttüğü birlik üyesi, her bir ülke için ayrı ayrı başvurularda bulunmak yerine, tek bir portal aracılığıyla gerçekleştirdiği kayıtlarla, tüm üye ülkelerde yürüttüğü faaliyetlere ilişkin beyanlarını gerçekleştirerek vergilendirme sürecine ilişkin yükümlülüklerini yerine getirebilmektedir (European Union, 2019a).

Avrupa Birliği'ne üye olmayan ülkelere, ilgili faaliyetleri gösteren işletmeler için, normal şartlar altında son tüketicinin, bulunduğu her bir ülke için vergi mükellefiyeti adına başvuruda bulunması beklenmektedir. Ancak MOSS uygulaması sayesinde üye ülkelerde ticari faaliyetleri yürüten birlik üyesi ülkelere işyerine sahip olmayan işletmeler, sistemden kayıt olarak birlik üyesi tüm ülkelere yürüttükleri faaliyetler için beyanlarını gerçekleştirebilmektedir. Örneğin bir Türk firması; İtalya, İspanya ve Almanya'ya bir yazılım hizmeti sunuyor olması durumunda, MOSS sistemi üzerinden kayıt olarak, bu ülkede bulunan müşterileriyle yürüttüğü ticari faaliyetlerden doğacak KDV'yi tek bir kanaldan beyan ederek kayıt

altına alabilmektedir. Böylece her bir ülkenin vergi dairesiyle ayrı ayrı iletişime geçmek yerine, tüm vergisel işlemleri MOSS portalı aracılığıyla yapabilecektir.

B2C (İşletmeden tüketiciye) gerçekleştirilen işlemlerde, daha önce arz edilen ülkenin referans alınıyor olması, rekabet açısından dezavantaj yaratırken ülkelerin vergi tahsilatlarında kayıplara sebep olmaktadır. Bu uygulamayla birlikte, Avrupa Birliği dışındaki bir ülkeden gerçekleştirilen hizmet satışına ilişkin KDV vergisi çıkarılamayabiliyor ve bu durum haksız rekabete yol açmaktadır. Uygulamanın değiştirilmesiyle MOSS sistemine bir kez kayıt yaptırılarak, birlik içerisinde her ülke için ayrı ayrı beyanname vermeksizin vergi tahsilatları gerçekleştirilebilmektedir (Gelir İdaresi Başkanlığı, 2014: 22).

Şirketler, sisteme kayıt olmalarının ardından üçer aylık periyotlarla gerçekleştirilen ticari işlemlerine ilişkin beyanda bulunmaktadır. Şirketler, aşağıdaki listede yer alan kayıtlarını on yıl süreyle elektronik ortamda veya basılı halde kayıt altında tutmakla yükümlüdür. Kayıt altında tutulması gereken veri türleri şunlardır;

*Tüketime gerçekleştirildiği yer bilgileri

*Sunulan servis hizmeti

*Hizmetin tarih ve ödeme miktarı bilgileri

*İşlemden uygulanan KDV oranı

*Tüketicinin adı ve bir ülkeye ait vergi ödeyebilir durumda olduğunu kanıtlar bilgileri

*Tüketicinin kalıcı olarak ikamet ettiği açık adresi (European Union, 2019a).

1 Ocak 2019 tarihi itibarıyla yürürlüğe giren son düzenlemeyle birlikte Avrupa Birliği içinde yerleşik olmayan nihai tüketicilerin gerçekleştirdiği satın alma işlemleri için de belirli şartlar altında MOSS kapsamına dahil edilmesi kararlaştırılmıştır. Yerleşik olmayan kişilere yapılan satışlarda, hizmet tedarikini gerçekleştiren firmalar 10 bin Euro'dan yüksek gerçekleştirilen işlemleri MOSS sistemine kaydederek vergilendirilmesiyle ilgili işlemlerin sistem kapsamına alınmasını sağlamakla yükümlü olmuşlardır (Ernst & Young, 2019).

Birlik üyesi ülkelerde yerleşik olarak bulunmayan bir kişinin yaptığı alışveriş sonrası vergilendirme yapılırken 10 bin Euro'luk eşik altında kalan işlemler için, arzı gerçekleştiren işletmenin bulunduğu üye ülkenin KDV kuralları geçerli

olacaktır. 10 bin Euro'luk eşiğin aşılması durumunda, müşterinin kalıcı olup olmamasına bakılmaksızın müşterinin bulunduğu ülkenin kuralları devreye alınacaktır (European Union Press, 2018).

Yürürlüğe konulan bir diğer kural, 100 bin Euro'nun altında ciroya sahip şirketlerin, yukarıda maddeler halinde belirtilen detaylar yerine, daha basit düzeyde müşteri bilgileri ve fatura bilgilerini 10 yıl boyunca kanıt olarak saklayacaktır (European Union, 2019c).

Yapılan bu yeni düzenlemeyle birlikte birlik üyesi ülkelerde sabit bir işyeri bulunmayan ve birlik üyesi ülkeler dışından ticari faaliyet yürüten firmaların, portaldan kayıtlarını gerçekleştirmesi gerekliliği ortaya konmuştur. Böylece elektronik ortamda kayıt altına alınan faaliyetlerin denetimi kolaylıkla gerçekleştirilebilecektir (Mini One Stop Shop Guide, European Commission, 2019: 7).

Avrupa Birliği, bu sistemin 2021 yılı itibariyle geliştirilerek sadece belirtilen hizmetleri değil, uzaktan yapılan tüm satışları da bu kapsam içerisine alarak elektronik ticaretteki KDV uygulaması üzerindeki kontrolün artırılmasını amaçlamaktadır. Bu yeni plan, MOSS uygulaması kapsamının genişletilmesi sebebiyle OSS(One Stop Shop – Tek Durak Noktası) olarak lanse edilmektedir.

Bu plan doğrultusunda;

*OSS sistemi içerisinde gerçekleştirilen ithalat işlemlerinde KDV muafiyeti,

*AB üyesi olmayan ithalatçıların aracı tayin etme yükümlülüğü

*Satın alınan malların nakliyesinin sona erdiği ülkenin KDV kurallarına göre satış belgelerinin düzenlenmesi yükümlülüğü

*AB dışından gerçekleştirilen işlemlerde, aracı bir elektronik platformun kullanılması durumunda, kullanılan platformun mal alım-satımının gerçekleştirildiğinin kabul edilmesi ve vergi yükümlülüğünün doğması,

*Satıcı ya da işlerini yürüten aracının OSS sistemi üzerinden KDV tahsilat ve iade işlemlerini gerçekleştirebilmesi,

*KDV'nin belirlenmesinde ödemenin tamamlandığı günün geçerli sayılması,

*İthal edilen mallarla ilgili, birlik üye ülkelerinin standart bir KDV oranı uygulaması düşünülebileceğine dair görüş ve öneriler ön plana çıkarılmaktadır. (Ernst & Young, 2019).

Planlanan bu çalışmalarla, Avrupa Birliği içinde kayıtlı iş yapan tedarikçilerin rekabet dezavantajlarının giderilmesi ve korunması temel amaçlardan biridir. Avrupa Birliği şirketlerinin, birlik üyesi olmayan ülkelerdeki işletmelerle eşit şartlarda rekabet etmeleri sağlanarak elektronik ticaret faaliyetlerinin gelişimine önemli katkı sağlanabilecektir.

One Stop Shop uygulamasıyla birlikte, üye ülkelerin 7 Milyar Euro düzeyindeki vergi kaybının önüne geçileceği tahmin edilmektedir (European Union, 2019c).

Avrupa Komisyonu'nun 2018 yılının Mart ayında ilk olarak önerdiği modelde, belirli koşullar için gelir vergisi uygulanması gerektiği önerilmiştir. Söz konusu öneri, Avrupa Birliği içinde yerleşik olarak bulunmayan ve dijital ortam üzerinden nihai tüketiciye hizmet sağlayan firmalar içindir. Aşağıdaki şartlardan herhangi birine uyan bir firmanın, ilgili ülkeden elde ettiği gelirinin vergilendirilmesi önerilmiştir. Bu şartlar (European Union, 2019d);

-Bir ülkede yürüttüğü faaliyetten elde ettiği yıllık gelirin 7 Milyon Euro'nun üzerinde olması,

-Bir ülkede bir vergi yılı içinde yüz binden fazla kullanıcıya sahip olmak,

-Dijital hizmetler için, bir yıl içerisinde 3000'den fazla kontrat ya da fatura düzenlenmiş olmasıdır.

Dijital ortamdan elde edilen gelirlerin her geçen gün artarak denetim altına alınmaması durumunda, önemli vergi kayıplarına neden olduğu gözlemlenmektedir. Bu nedenle, sunulan çözüm önerisi, yürütülen faaliyetlerin hacminin belirli bir ölçüye ulaşmasının ardından gelir vergisine tabi tutulmayı gerektirmesi açısından önemli bir anlam ifade etmektedir. Böylece ülkeler, vergi kayıplarını azaltma avantajına sahip olabileceklerdir.

Avrupa Komisyonu'nun bir diğer çözüm önerisi, dijital aktivitelerden elde edilen gelirler için uygulanabilecek geçici vergi yapısının oluşturulmasıdır. Bu geçici vergi yapısı yardımıyla, ülkelerin ortak hareket etmesi sağlanarak birlik içindeki üye

Ülkelerin farklı adımlar atmasına ve dijital faaliyetlerin vergilendirilmesinde pazar genelinde dezavantaj yaratabilecek durumların önüne geçilmesine katkıda bulunabilecektir. neri olarak sunulan geçici verginin, yalnızca belirli dijital faaliyetleri kapsaması düşünülmektedir. Vergi sistemlerinin kapsamlı bir reform uygulanarak denetimin arttığı ve kayıpların minimuma indirildiği bir durumda, öneri olarak sunulan geçici verginin kaldırılması gerektiği, şu an için geçici bir önlem olarak tavsiye edildiği dipnot olarak belirtilmiştir (European Council, 2017: 2- 4).

Çevrimiçi reklamlardan, kullanıcıların diğer kullanıcılarla etkileşime geçmesini mal ve hizmet satışının kolaylaşmasını sağlayan dijital aracı faaliyetlerden, kullanıcılardan temin edilen verilerin satışından elde edilen gelirler için bu geçici vergi uygulamasının hayata geçirilmesi önerilmektedir. Söz konusu geçici vergilerin, dünya genelinde en az 750 Milyon Euro ciroya sahip firmalara, en az 50 Milyon Euro gelir elde edilen Avrupa Birliği yesi ülkeler aracılıyla temin edilmesine yönelik görüş bildirilmiştir (European Union, 2019d).

Geçici verginin uygulamaya alınması durumunda, birlik yesi ülkeler vakit kaybetmeksizin gelir elde etmeye başlayabileceklerdir. Belirtilen hizmetlerden sağlanan gelirler için vergi gelirlerini önemli ölçüde arttırabilecek bir uygulama olarak ön plana çıkmaktadır. Ancak MOSS sistemine benzer şekilde, tüm vergilerin belirli bir sisteme bağlı olarak denetim altına alınması durumunda, ilgili geçici vergiye ihtiyaç kalmayacağı belirtilmektedir.

SONUÇ

Elektronik ticaret, son yirmi yıl içerisinde internet teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte yaygınlaşarak hayatımızda önemli bir yer edinmiştir. Coğrafi konumdan bağımsız olarak alışveriş yapabilme olanağı sağlamakla birlikte, gerek nihai tüketici gerekse işletmeler açısından çok sayıda avantajlar sunan elektronik ticaret, ticari alandaki rekabete yeni bir soluk getirmiştir. Firmaların maliyetlerini optimize etmelerinde sağladığı katkılar yoluyla firmalara maliyet avantajı sağlarken, firma müşterilerinin ise daha uygun fiyatlara erişiminin önünü açmaktadır. Geleneksel ticaretten farklı olarak, herhangi bir ziyarete ihtiyaç duymaksızın satın alınacak ürün ve hizmete ilişkin satın alma işlemlerinin gerçekleştirilebilir hale gelmesiyle, kişilerin alışverişe harcayacakları zamandan tasarruf etmelerine de katkı sağlamaktadır.

Elektronik ticaretin vergilendirilmesi için; mükellef biçiminin tespiti, gelirin elde edildiği yer, kazancın niteliğinin tespiti ve matrahın belirlenmesi gibi konularda çeşitli sorunlarla karşı karşıya kalınmaktadır. Mükellefiyet biçiminin tespitinde, bir coğrafi konumda herhangi bir işyeri veya temsilciye sahip olunmaksızın yalnızca internet üzerinden ve sunucular aracılığıyla ürün ya da hizmet satışı gerçekleştirilebildiğinden sorunlar oluşabilmektedir.

Uluslararası alanda genel olarak karşılaşılan bir diğer sorun, elektronik ortamda gerçekleştirilen ürün ya da hizmet satışının hangi devletler tarafından ne oranda gerçekleştirileceği ile ilgilidir. Bu noktada vergi matrahının belirlenmesine ilişkin ürün ya da hizmetin tüketildiği yer baz alınarak varış yeri ilkesine göre uygulamanın benimsendiği gözlemlenmektedir. Bu durumda, satışın gerçekleştirildiği ülkede ikamet eden kişi ya da kurumların yaptığı alımlar için, doğacak Katma Değer Vergisi gibi vergilerin satıcının bulunduğu ülke tarafından belirlenecek matraha göre hesaplanmasına yönelik yorumlar ağırlık kazanmaktadır.

Elektronik ticaretin niteliğinden kaynaklanan diğer önemli sorunlar arasında bilgi kaynağındaki aşınmalar ve elektronik para kullanımından kaynaklanan sorunlar yer almaktadır. Geleneksel ticarete, ticaret faaliyetlerini gerçekleştiren alıcı ve satıcının bağlantıda olduğu diğer tedarikçiler ve bankalar gibi yardımcı aktörler

yardımıyla, vergi denetimlerine fayda sağlayacak bilgilere ulaşma imkanı bulunurken elektronik ticaretin yapısı gereği bu tarz bilgi kaynaklarına ulaşım kısıtlı hale gelmiştir. Bilgi teminindeki bu güçlükler, elektronik ticaretin vergilendirmesinde sorun yaratmaktadır. Son yıllarda yaygın olarak kullanılmaya başlanan elektronik paralar, elektronik ticaretin vergilendirmesinde bir diğer sorun yaratan unsurdur. Anonim olarak satın alınabilen ve kullanılabilen elektronik paralar, vergilendirilecek kişi ya da kurumların kimliklerini gizlemesine olanak sağladığından, vergi kayıplarına yol açabilmektedir.

OECD'nin 2015 yılında yayınladığı BEPS Eylem Planı'nda da değinilen ilk maddede yer alan dijital ürünlerin vergilendirilmesi konusu da yaygın olarak karşılaşılan bir diğer vergi sorunudur. Dijital ürünlerin yapısı gereği herhangi bir fiziksel materyale ihtiyaç duyulmaksızın internet üzerinden indirilerek ulaşılabilmesi, bu türdeki mal ya da hizmetlerin vergilendirilmesi açısından dezavantajları beraberinde getirmektedir. Herhangi bir stoka ihtiyaç olmaksızın birden fazla kez indirilebilen dijital ürünlerin alımında, vergi idarelerine sorumlu kişi ya da kurumlar tarafından gerekli bildirimlerin yapılmaması, vergi kayıplarına yol açabilmektedir.

Vergi cennetleri olarak adlandırılan bazı ülkelerin, diğer ülkelere oranla oldukça düşük ya da sıfır vergi uygulamalarına gitmesiyle, elektronik ticaret yapan firmaların merkezlerini bu ülkelere taşıması durumu söz konusu olabilmektedir. Böylece ilgili firmalar, faaliyet gösterilen ülkelerde doğacak gelir vergisi gibi vergi yükümlülüklerinden kaçınabilmektedirler. Ancak söz konusu durum küresel ölçekteki vergi gelirlerinin dağılmasında eşit olmayan şartların oluşmasına temel oluşturduğundan önemli sorunlar yaratabilmektedir.

1997 Ottawa Konferansından 2015 yılında yayınlanan BEPS Eylem Planı'na kadar geçen süreçte OECD, elektronik ticarete karşılaşılan vergilendirme sorunlarına ilişkin görüş ve önerilerini belirtmiştir. İlk olarak, 1997 yılındaki Ottawa Konferansı'nda, bir web sitesi aracılığıyla gerçekleştirilen alım satım işleminde, kaynak ilkesine bağlı olarak vergilendirmenin uygun olacağı ve tüketicinin gerçekleştiği yerde vergilendirmenin yapılmasının gerekliliğine atıfta bulunulmuştur. Bilgi teknolojilerindeki hızlı gelişmelerle birlikte elektronik ticaretin yaygınlaşması sonrası, 2013 yılında Dijital Ekonomi'de Görev Gücü Çalışma Grubu kurulmuş ve bu grubun çalışmaları sonrası 2015 yılında BEPS Eylem Planı yayınlanmıştır. Bu plan dahilinde, yalnızca dijital ortamda faaliyet gösteren işletmelerle ilgili sabit işyeri

kavramının belirlenmesinde kullanılacak hususlar belirlenmiştir. Bunun yanı sıra, elektronik ortamdan indirilen dijital ürünlerde satışlardan elde edilecek Katma Değer Vergisi'nin, son tüketimin gerçekleştirildiği yere bağlı olarak ilgili ülke tarafından vergilendirilmesine atıfta bulunulmuştur.

Karşılaşılan vergilendirme sorunlarına ilişkin Avrupa Birliği de OECD'nin yorumlarını temel almış, buna ek olarak birlik üyesi ülkelerin uygulaması için önerilerini oluşturmuştur. İlk olarak 2000 yılında, "Elektronik Ticaret Direktifi" adıyla elektronik ticaretin genel hatlarını çizen kurum, 2003 yılında elektronik ticarete Katma Değer Vergisi uygulamasına ilişkin, tüketicinin bulunduğu konumdaki ülkeye göre vergilendirmenin yapılmasının uygun olacağı görüşünü paylaşmıştır. Birlik, 2015 yılında devrim niteliğinde bir karara imza atarak MOSS (Mini One Stop Shop) adı verilen sistemi devreye almıştır. Bu sistemle, birlik içerisindeki bir ülkede yayın ve dijital servis gibi yalnızca dijital ortamdan ulaşılan servis satışında, ilgili portal aracılığıyla üçer aylık periyotlarla bildirimleri yapması zorunlu kılınmıştır. Bu doğrultuda gerçekleştirilen işlemlerdeki vergilendirmeyi yapacak olan ülkeler belirlenerek vergi kayıplarının ve çifte vergilendirmenin önüne geçilmesine ilişkin adımlar atılmıştır.

Avrupa Birliği'nin 2021 yılında MOSS uygulamasını genele yayarak elektronik ortamda gerçekleştirilen tüm işlemlerin mevcut portal altına alınması ve vergi kayıplarının en aza indirgenmesine ilişkin çalışmaları devam etmektedir.

Elektronik ticaretin vergilendirilmesinde, küresel anlamda tam anlamıyla mutabakatın sağlanamamış olması, sorunların çözümünde önemli engellerden biridir. Bu doğrultuda Avrupa Birliği'nin uyguladığı MOSS sistemine benzer bir yapının, küresel olarak yaygınlaşmasıyla, elektronik ticaret kayıt altına alınırken vergilendirme işlemlerinin doğru ülkeler tarafından teyitli bir şekilde yapılmasına da fırsat tanıyabilir. OECD'nin paylaştığı BEPS Eylem Planı'na bağlı olarak ülkelerin mevzuat değişikliklerinin hızlı olarak yapılması da günümüz teknolojilerinin oldukça hızlı değiştiği göz önüne alınarak vergi kayıplarının azaltılmasında önemli katkılar sağlayacaktır.

KAYNAKLAR

6563 Sayılı Kanun. (05.11.2014). Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun, <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6563.pdf>, (15.05.2018).

Agrawal, David R. ve Fox, William F. (2017). Taxes in an e-commerce generation. *International Tax and Public Finance*, 5 (24): 903- 926.
<https://link.springer.com/article/10.1007/s10797-016-9422-3#Sec12>, (01.02.2019).

Akçaoğlu, S. E. (2011). *Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesi Ulusal Ve Uluslararası Perspektiften, Gelir Üzerinden Alınan Vergiler Bakımından Bir İrdeleme*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Akgün, N. *Elektronik Ticarete Vergisel Açısından Bakış*.
https://www.verginet.net/dtt/1/NalanAkgunSMMM-ElektronikTicareteVergiselAcisindanBakis_8140.aspx, (15.08.2018).

Akkaya, M. (2001). Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesi, *Elektronikteki Gelişmeler ve Hukuk*. Noterlik Hukuku Sempozyumu: VII, Ankara. 175- 186.

Aksümer, E. (2015). Elektronik ticarete Damga Vergisi, *Mali Çözüm Dergisi*. (129): 147- 152.

Aktan, C. C. ve Vural, İ. Y. (2004). Vergi Rekabeti. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. (22): 1- 18.

Alkan, R. (2003). *Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesi ve Muhasebeleştirilmesi*. İzmir: Birleşik Matbaacılık.

Alptürk, E. (2005). *Elektronik Ticaretin Hukuku ve Vergilendirilmesi*, İstanbul: Gelirler Kontrolörleri Derneği Yayınları.

Anbar, A. (2001). Elektronik ticarete Karşılaşılan Sorunlar Ve Çözüm Önerileri. *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 1(2): 18-32.

Arslan, M. O. (2011). Vergi Cennetleri ve Küresel Yoksulluk. *Vergi Raporu Dergisi*. (142): 42-49.

Avcı, O. (2017). Elektronik ticaretin Vergilendirilme Sorunsalı. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. (27): 248- 263.

Aydın, O. (2015). *Bilgi Sistemleri Uygulamalarında İç Kontrol ve Denetim*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Bankalararası Kart Merkezi (BKM), <https://bkm.com.tr/bkm-hakkinda/bkmyi-taniyin/tarihce/>, (12.03.2018).

BDDK, Ödeme Sistemleri ve Elektronik Para Kuruluşları, 2018. <http://www.bddk.org.tr/Sss-Kategori/Odeme-Sistemleri-ve-Elektronik-Para-Kuruluslari/3>, (11.01.2019).

Biçer, R. ve Erginay, M. (2015). OECD Matrahın Aşındırılması Ve Karın Aktarılması Eylem Planı Ve Türkiye'ye Etkileri. *Vergi Sorunları Dergisi*. (326): 54-68.

Binatlı, C. (2002). Elektronik Ticaretin Vergisel Boyutu, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Dergisi*. 1(1): 171- 188.

Botis, S. (2014). Features and advantages of using tax havens. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Economic Sciences. Series*. 7(56): 181- 188.

Canbay, T. (2009). *Dünyada Vergileme Anlayışındaki Değişim: (Antikçağdan Günümüze)*. Bursa: Dora Basım Yayım Dağıtım.

Cangir, N. (2000). Sanal İşyeri - II, *Vergi Dünyası Dergisi*. 19(229): 57-59.

Cangir, N., ve Maliye Bakanlığı. (1999). Elektronik Ticarete Vergilendirme. *Maliye Bakanlığı Gelirler Genel Müdürlüğü Yayını*: Ankara.

Canpolat, Ö. (2001). *Elektronik ticaret ve Türkiye'deki Gelişmeler*. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı: Ankara.

Ceran, Y. ve Çiçek, R. (2007). Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesine İlişkin Türk Vergi Sisteminde Katma Değer Vergisi Açısından Bir Değerlendirme. *Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 14(1): 305-304.

Coşkun, N. (2004). Elektronik Ticaretin Gelişiminde Temel Dinamikler ve Gelişimi Önündeki Engeller. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 13(2): 243- 258.

Coşkun, N. (2005). Elektronik Ticarete Vergilendirme Sorunları ve Uluslararası Düzeyde Çözüm Arayışlarının Türkiye Açısından Değerlendirilmesi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 14(1), 153-170.

Coşkun, S. (2014). *Yeni OECD Model Vergi Anlaşması Kapsamında, Almanya ve İsviçre Anlaşmaları Özelinde Serbest Meslek Faaliyetlerinin Değerlendirilmesi ve Serbest Meslek Kazançlarının Vergilendirilmesi*.

Çak, M. (2002). *Dünyada ve Türkiye'de Elektronik Ticaret ve Vergilendirilmesi*. İstanbul Ticaret Odası Yayını.

Çakırer, M. A. (2013). *Elektronik Ticaret*. Bursa: Ekin Yayınevi.

Çavdar, Fatih. (2017). Elektronik Ticaretin Vergi Denetimi Üzerindeki Etkileri. *Hukuk ve İktisadi Araştırmalar Dergisi*. 9(1): 13-27.

Çolak, M. (2016). Ulusal ve Uluslararası Boyutuyla Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesinde Ticari Kazancın Tespiti. *Mali Çözüm Dergisi*. 26(136): 47- 58.

Demirdöğmez, M., Gültekin, N., ve Taş, H. Y. (2018). Türkiye’de Elektronik ticaret Sektörünün Yıllara Göre Gelişimi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*. 8(15): 2216-2236.

Dinçtürk, E. Uluslararası Şirketlerin Türkiye’de İşyeri Oluşturmaksızın Yaptığı Elektronik Ticarete KDV Uygulamaları. <https://www.verginet.net/dtt/18/elektronik-ticaret-KDV.aspx>, (11.02.2019).

Downing, C. E. (2002). Performance of traditional and Web-based EDI. *Information Systems Management*. 19(1): 49-55.

Dönmez, R. (1998). Vergi Hukuku Açısından Küreselleşme ve Elektronik Ticaret. *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 14(1-2): 415-442.

Ekmekci, E. (1999). "Yerellik" Yerine "Sanallık" Mı?: Elektronik Ticarete Vergilendirmenin Genel Çerçevesi." *İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası*. 57(1-2): 45-92.

Elektronik İmza Kanunu. 15.01.2004.
<http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5070.pdf>, (19.05.2018).

Elibol, H., ve Kesici, B. (2004). Çağdaş İşletmecilik Açısından Elektronik Ticaret. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. (11): 303-329.

Er, EE. (2006). Elektronik Para ve Finansal Yönetim Üzerine Etkileri, Ankara: *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi*, 26- 35'ten aktaran Burcu Zengin ve Aybegüm Güngördü. (2013). Elektronik Ödeme Sistemlerinin Olası Etkileri Üzerine Bir İnceleme, Ankara: *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 129- 150.

Erdem, O. A. ve Efiloğlu, Ö. (2005). Bilgi Çağında Elektronik Ticaret, İstanbul: *Türkiye'de İnternet Konferansı*, (8): 30-48.

Erdem, T. (2017). Yeni Dünya Düzeni, Elektronik Ticaret ve Vergi. *Mali Çözüm Dergisi/Financial Analysis*. (143): 13- 42.

Erdem, T. (2014). Dijital Ekonominin Vergi Odağındaki Bir Sorunu Olarak Sanal İşyeri ve Çözüm Arayışında Güncel Gelişmeler. *Lebib Yalkın Mevzuat Dergisi*, Sayı: 126'ten aktaran Elif Yılmaz ve Görkem Haraçcı, "Dijital Ekonominin Vergilendirilmesi: Dünya ve Türkiye Uygulamasına Daimi İşyeri Tanımının Değiştirilmesi Üzerine Değerlendirmeler", *Vergide Gündem Dergisi*, Aralık 2017, ss. 11- 15.

Ernst ve Young, (2019). <https://www.ey.com/gl/en/services/tax/international-tax/alert--new-eu-vat-rules-simplify-vat-for-e-commerce>, (08.02.2019).

Erturgut, M. (2004). Elektronik İmza Kanunu Bakımından E-Belge ve E-İmza. *Bankacılar Dergisi*. (43): 66-79.

European Central Bank, Electronic Money, (2018). https://www.ecb.europa.eu/stats/money_credit_banking/electronic_money/html/index.en.html, (11.01.2019).

European Council, Responding to the challenges of taxation of profits of the digital economy (2017). <http://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-15445-2017-INIT/en/pdf>, (20.02.2019).

European Union Press, The VAT e-commerce package and the MOSS; "What changes on 1 January 2019", Kasım 2018, https://ec.europa.eu/taxation_customs/business/vat/telecommunications-broadcasting-electronic-services/sites/mossportal/files/what_is_new_as_of_2019.pdf, (09.02.2019).

European Union, (2019a). https://europa.eu/youreurope/business/taxation/vat/vat-digital-services-moss-scheme/index_en.htm, (08.02.2019).

European Union, (2019b). https://europa.eu/youreurope/business/taxation/vat/vat-rules-rates/index_en.htm, (08.02.2019).

European Union, (2019c). https://ec.europa.eu/taxation_customs/business/vat/digital-single-market-modernising-vat-cross-border-ecommerce_en, (09.02.2019).

European Union, (2019d). https://ec.europa.eu/taxation_customs/business/company-tax/fair-taxation-digital-economy_en, (20.02.2019).

Eyüpgiller, S. (2000). Vergi Cennetleri ve Tercihli Vergi sistemleri: Uygun olmayan Vergi Rekabetinin 1998 OECD Vergi Komitesi Raporu Işığında Değerlendirilmesi. *Vergi Dünyası Dergisi*. 19(222): 186- 189.

Gelir İdaresi Başkanlığı, (2010). Transfer Fiyatlandırması Yoluyla Örtülü Kazanç Dağıtımı Hakkında Rehber.

Gelir İdaresi Başkanlığı, (2014). Taxation Özel Sayı. http://www.gib.gov.tr/fileadmin/beyannamerehberi/taxation_ozelsayi.pdf, (10.02.2019).

Gelir İdaresi Başkanlığı, (2017). <http://www.gib.gov.tr/taxonomy/term/85424>, (09.07.2018).

Gelir İdaresi Başkanlığı, (2018a). <http://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/mevzuatek/3serinolu/3seritransfertaslak.pdf>, (14.08.2018).

Gelir İdaresi Başkanlığı, (2018b). <http://www.gib.gov.tr/17-seri-nolu-katma-deger-vergisi-genel-uygulama-tebliginde-degisiklik-yapilmasina-dair-teblig>, (19.08.2018).

Gelir İdaresi Başkanlığı, (2018c). <http://www.gib.gov.tr/yatirim-fon-ve-ortakliklarinin-vergilendirilmesine-iliskin-rehber-taslagi-hazirlandi>, (05.09.2018).

Gelir İdaresi Başkanlığı, (2019). Çifte Vergilendirmeyi Önleme Anlaşmaları Çerçevesinde Vergilendirme Esasları, http://www.gib.gov.tr/uluslararasi_mevzuat, (06.01.2019).

Gelir Vergisi Kanunu (G.V.K.) <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.4.193.pdf>, (GVK 3 ve 4. Madde)

Gerger, G. Ç. (2011). Elektronik Ticarete Tüketim Vergisi Olarak KDV'nin Etkinliği. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*. 3(1): 59-67.

Gökten, S. ve Karabudak, Ç. Ö. (Haziran 2017). Uluslararası Vergi Planlaması: Türkiye'nin Merkez Olarak Kullanıldığı Bir Vaka Çalışması. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*. 19(2): 547- 566.

Grönlund, Å., & Horan, T. A. (2004). Introducing e-gov: history, definitions, and issues. *Communications Of The Association For Information Systems*. 15(1): 713-729.

Guerrero Gomez, N. (2016). The History, Evolution and Future of Tax Havens.

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, (2015a).
<http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2015/07/20150715-4.htm>, (18.05.2018).

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, (2015b).
<http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2015/08/20150826-10.htm>, (19.05.2018).

Güngör, K. (2001). Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesinde Vergi Uyumlaştırılması. *Mevzuat Dergisi*. 4(40): 1-13.

Güngör, K. (2002). Elektronik Ticaret Vergilendirilmesinde Uluslararası İşbirliği, *Vergi Dünyası Dergisi*, 21(251): 1- 18.

Hannak, A. ve diğerleri (2017). Bias in online freelance marketplaces: Evidence from taskrabbit and fiverr. *ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work and Social Computing* 1914-1933.

Hauben, R. (2001). USENET and the USENET Archives: The Challenge of Building a Collaborative Technical Community. *Extraído el*. 4.

Hill, C. A., & Scudder, G. D. (2002). The use of electronic data interchange for supply chain coordination in the food industry. *Journal of Operations Management*. 20(4): 375-387.

İnce, N. İ. ve İnce, M. (2017). Yabancı Kişi ve Kurumlar Tarafından İnternet Üzerinden Verilen Hizmetlerin Vergilendirilebilmesi İçin Katma Değer Vergisi Kanununda Yapılması Gereken Düzenlemeler. *Vergi Raporu Dergisi*, (219): 106-117.

İSMMMÖ, (2018). <http://archive.ismmmo.org.tr/docs/kep/keps.pdf>, (20.03.2018).

İstanbul Teknik Üniversitesi (İTÜ), Bilgi İşlem Daire Başkanlığı (BİDB), (2013). [https://bidb.itu.edu.tr/seyir-defteri/blog/2013/09/06/ftp-\(file-transfer-protocol\)](https://bidb.itu.edu.tr/seyir-defteri/blog/2013/09/06/ftp-(file-transfer-protocol)), (03.04.2018).

İyiler, Z. (2015). E- Ticaret, *İstanbul Sanayi Odası Yayınları*. İstanbul.

Kalaycı, C. (2008). Elektronik Ticaret ve KOBİ'lere Etkileri. *Uluslararası iktisadi ve idari incelemeler Dergisi*, (1).

Kara, M. C., ve Öz, E. (2016). Dijital Vergilendirmeye Küresel Bir Bakış. *Vergi Dünyası Dergisi*. 36(424): 30-37.

Karaduman, Y. (2005). *Elektronik Ticaret ve Vergilendirilmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kaya, M. G. ve Akçay, E. (2017). Digital Ekonominin Yarattığı Vergisel Komplikasyonların (İş Yeri Oluşması, Gelirin Elde Edildiği Yer, Gelirin Türü vb.) Değerlendirilip Zararlı Vergi Uygulamalarının Önlenmesi. *Mali Çözüm Dergisi*, (139): 57- 65.

Kayıhan, Ş. ve Yıldız, H. (2004). *Elektronik Ticaretin Hukuki ve Vergi Boyutu*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Küçükylmazlar, A. (2006). İTO. *Elektronik Ticaret Rehberi*. İstanbul: Rema Matbaacılık.

Leung, L. C., Cheung, W., & Van Hai, Y. (2000). A framework for a logistics e-commerce community network: The Hong Kong air cargo industry. *IEEE Transactions on Systems, Man, and Cybernetics-Part A: Systems and Humans*. 30(4): 446-455.

Mankan, E. (2011). *Elektronik ticaret*. İzmir: İlya İzmir Yayınevi.

Marangoz, M. (2011). Girişimciler İçin Sınırsız Ticaret: Elektronik ticaret. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*. 6(1): 181- 201.

Marangoz, M., Yeşildağ, B., ve Saltık, I. A. (2012). Elektronik ticaret İşletmelerinin Web ve Sosyal Ağ Sitelerinin İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi. *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi*. 3(2): 53-78.

MASAK, *E-Para ve Mali Suçlar*, 2018.
<http://www.masak.gov.tr/media/portals/masak2/files/TAIEX-LYNES.doc>,
(11.01.2018).

Miller, P. M. (2009). *TCP/IP: The Ultimate Protocol Guide*, (2). Universal-Publishers.

Mini One Stop Shop Guide, European Commission, 2019: 7.

MM Group. (2018). World Internet Users Statistics and 2018 World Population Stats. <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>, (25.03.2018).

Mohapatra, S. (2013). *E-Commerce Strategy Text and Cases*. Boston: Springer.

Nemat, R. (2011). Taking a look at different types of e-commerce. *World Applied Programming*. 1(2): 100-104.

O'Callaghan, R., ve Turner, J. A. (1995). Electronic data interchange concepts and issues.

OECD, (08.10.1998). Electronic Commerce: Taxation Framework Conditions. *A Borderless World: Realising the Potential of Electronic Commerce*. <https://www.oecd.org/ctp/consumption/1923256.pdf> 15.06.2018).

OECD, (2014). International VAT / GST Guidelines. <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:c1rx2z-4ejAJ:drtp.ca/wp-content/uploads/2015/09/oecd-international-vat-gst-guidelines.pdf+&cd=4&hl=tr&ct=clnk&gl=tr>.

OECD, (28.01.2003). *Articles Of The Model Convention With Respect To Taxes On Income And On Capital*. Article 4. <https://www.oecd.org/tax/treaties/1914467.pdf>, (11.07.2018).

OECD. (2014). Model Tax Convention on Income and on Capital: Condensed Version.

OECD, (2018). BEPS-Frequently Asked Questions. <http://www.oecd.org/ctp/beps-frequentlyaskedquestions.htm>, (21.01.2019).

OECD, (2019). <http://www.oecd.org/tax/beps/tax-and-digitalisation-policy-note.pdf>, (21.01.2019).

Organ, İ. ve Çavdar, F. (2012). Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesinde Uluslararası Alanda Yaşanan Sorunlar. *İnternet Uygulamaları Ve Yönetimi Dergisi*. 3(1): 63-84.

Organ, İ., ve Çavdar, F. (2012). Elektronik ticaretin vergilendirilmesinde uluslararası alanda yaşanan sorunlar. *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi*. 3(1): 63-84.

Öz E. ve Çavdar F. (2012). Çifte Vergilemenin Önlenmesine Yönelik OECD ve Türkiye Uygulamaları, *Vergi Dünyası Dergisi*. 31(371): 51- 66.

Öz, E. ve Kara, M. C. (2016). Bir Küresel Vergi Uyum Projesi: BEPS. *Vergi Dünyası Dergisi*. 35(414): 172- 181.

Öz, N. S. (2004). Devletlerin Vergilendirme Yetkileri Sınırının Elektronik ticaret Açısından Değerlendirilmesi. *Maliye Dergisi*. (147): 90-102.

Özdemir, F. B., Törenli, N., ve Kıyan, Z. (2010). Türkiye-Avrupa Birliği Dış Ticaret İlişkileri Açısından Elektronik ticaret Modeli Ve Düzenleyici Rejim-Yapı. *Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi*. 9(2): 117- 143.

Özdemir, S. (2013). Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesi, Y. Lisans Tezi, İzmir Ekonomi Üniversitesi.

Özdemirci, A., (2001). Elektronik ticaretin Vergilendirilmesi I, Lebib Yalkın Yayınları, Mükellefin Dergisi, 103.

Öztürk, N. ve Koç, A. (2006). Elektronik Para, Diğer Para Türleriyle Karşılaştırılması Ve Olası Etkileri. *Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 6(11): 207-243.

Pehlivan, O. ve Öz, E. (2011). *Uluslararası Vergilendirme*. Trabzon: Derya Kitabevi.

Pricewaterhouse Coopers, Elektronik ticaret Vergi Uygulamaları. 2015. <https://www.okul.pwc.com.tr/images/uploadfile/content/635863141533679504.pdf>.

Ramdeen, C. D., Santos, J., ve Chatfield, H. K. (2009). EDI and the Internet in the E-Business Era. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*. 10(3): 270-282.

Resmi Gazete, <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2014/11/20141105-1.htm>, (12.05.2018).

Sarısakal, M. N. ve Aydın, M. A. (2003). Elektronik ticaretin Yeni Yüzü Mobil Ticaret. *Havacılık ve Uzay Teknolojileri Dergisi*. 1(2): 83- 90.

Sit, E., Dabek, F., ve Robertson, J. (2004). USENETDHT: A low overhead USENET server. *In International Workshop on Peer-to-Peer Systems III*. (3279): 206-216.

Statista, 2018, B2C E-Commerce Sales Worldwide From 2012 to 2018, <https://www.statista.com/statistics/261245/b2c-e-commerce-sales-worldwide/>, (14.04.2018).

Şenyüz, D. (2004). *Türk Vergi Sistemi*, Bursa: Ezgi Kitabevi.

Tandon, S. (2018). Tax Challenges Arising From Digitalisation, *National Institute of Public Finance and Policy*. 235: 18.

Taşlıyan, M. (2006). *Elektronik Ticaret Kavramlar ve Uygulamaları*. Adapazarı: Sakarya Kitabevi.

TCMB, (2014). Türkiye’de Ödeme Sistemleri.
<http://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/73289f67-d210-4f49-8902-6e14ecae055d/OdemeSistemleri.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKS PACE-73289f67-d210-4f49-8902-6e14ecae055d-m5lk6L->, (08.05.2018).

TCMB, (2018a).
<https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TR/TCMB+TR/Main+Menu/Temel+Faaliyetler/Odeme+Sistemleri/Turkiyedeki+Odeme+Sistemleri/Elektronik+Fon+Transfer+%28EFT%29+Sistemi>, (27.02.2018).

TCMB, (2018b). Ödeme Hizmeti ve Ödeme Sistemi.
<http://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TR/TCMB+TR/Main+Menu/Temel+Faaliyetler/Odeme+Sistemleri/Temel+Hususlar/Odeme+Hizmeti+ve+Odeme+Sistemi>, (10.03.2018).

Tektüfekçi, F. (2012). Bilgi Teknolojilerinin Muhasebe Uygulamalarına Entegrasyonu ve Bütünleşik Sistemlerle Olan Etkileşimi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*. 2(4): 51- 59.

Terzi, G. (2017). Dış Ticarete Tek ve Maktu Vergi Uygulaması. *Mali Çözüm Dergisi*. (143): 93- 102.

The European Parliament And Of The Council. (2000). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32000L0031&from=EN>, (01.02.2019).

Tosuner, M. ve Zeynep A., (2016). *Türk Vergi Sistemi*. İzmir: Kanyılmaz Matbaası.

Tunahan, H. (2006). Elektronik Ticaret. *Sakarya Üniversitesi*, Sakarya.

Tuncer, S. (2012). Vergi Hukuku Açısından İşyeri. *Maliye Araştırma Merkezi Konferansları*. (34): 192- 208.

TÜBİSAD, (2014). *Türkiye’de Elektronik ticaret Pazar Tanımlama ve 2013 Pazar Büyüklüğü Ölçümleme Çalışması*. İstanbul. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/tr/Documents/technology-media-telecommunications/tr-tubisad-turkiye-eticaret-pazar-buyuklugu.pdf>, (19.05.2018).

TÜBİSAD, *Türkiye’de Elektronik ticaret Pazar Büyüklüğü*. (2015,2016 ve 2017 Raporları).

TÜİK, (2018). Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması.

TÜİK, (2018). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması.

Uğuz, H. (2003). *Elektronik Ticaret Kapsamında Sanal Mağaza Sistemi*’den aktaran Uzunoglu, H. (2002). Türkiye’de Elektronik Ticaretin Geliştirilmesi İçin Alınması Gereken Önlemler ve Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesinin Değerlendirilmesi.

Yaltı, B. (2003). *Elektronik Ticarete Vergilendirme*. Der Yayınları.

Yamamoto, G. T. (2013). *Elektronik ticaret Kavramlar Gelişim ve Uygulamalar*. İstanbul: Kriter Yayınevi.

Yang, Y. Humphreys, P. ve McIvor, R. (2003). The Impact of E-Commerce on B2B Services, *In The 8th Cambridge Symposium on International Manufacturing (CamSIM)*. 314- 322.

Yetkiner, E. (2001). Vergi Cennetleri ve Yabancı Sermayenin Vergi Cenneti Ülkeleri Seçme Nedenleri, *Vergi Dünyası Dergisi*. 20(235): 92-94.

Yörük, M. A. (2001). Elektronik Ticaret. *T.C. Dışişleri Bakanlığı Uluslararası Ekonomik Sorunlar Dergisi*. 1(1): 36- 47.

Yükçü, S., ve Gönen, S. (2009). Türkiye’de Elektronik Ticaretin Muhasebeleştirilmesine İlişkin Uygulama Önerileri. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(2): 1- 13.

Qin, Z. (2009). *Introduction to E-commerce*. Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag.