

T.C.
HARRAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
MALİYE ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ELEKTRONİK TİCARETİN VERGİ KAYIP VE KAÇAKLARI
ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Danışman
Yrd. Doç. Dr. M.Sena EKİCİ

Hazırlayan
NIHAT KÜÇÜK

ŞANLIURFA
2007

Yrd.Doç.Dr. M.Sena EKİCİ danışmanlığında, Nihat KÜÇÜK'ün hazırladığı “Elektronik Ticaretin Vergi Kayıp ve Kaçakları Üzerindeki Etkisi” konulu bu çalışma 19 / 06 / 2007 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Maliye Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Danışman: Yrd. Doç.Dr. M.Sena EKİCİ

Üye : Yrd.Doç.Dr. A.Kerim GÖK

Üye : Yrd.Doç.Dr. Sumru BAKAN

Bu Tezin Maliye Anabilim Dalında Yapıldığını ve Enstitümüz Kurallarına Göre Düzenlendiğini Onaylarım

Prof. Dr. Zuhal KARAHAN KARA

Enstitü Müdürü

Not: Bu tezde kullanılan özgün ve başka kaynaktan yapılan alıntıların, çizelge, şekil ve fotoğrafların kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunundaki hükümlere tabidir.

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER	ii
TABLOLAR DİZİNİ	iv
ŞEKİLLER DİZİNİ	v
KISALTMALAR	vi
GİRİŞ	1
1. GENEL OLARAK ELEKTRONİK TİCARET	4
1.1. Tanım ve Kapsam	4
1.2. Elektronik Ticaret Türleri	6
1.2.1. İşletmeler Arasındaki İşlemler (Business To Business -B2B)	7
1.2.2. İşletme ile Tüketici Arasındaki İşlemler(Business To Consumer-B2C)	8
1.2.3. İşletme ile Devlet Arasındaki İşlemler (Business To Government-B2G)	9
1.2.4. Devlet ile Tüketici Arasındaki İşlemler (Government To Consumer-G2C)	9
1.2.5. Tüketiciler Arasındaki İşlemler (Consumer-To-Consumer- C2C)	10
1.3. Elektronik Ticaretin Araçları ve Ödeme Sistemleri	10
1.4. Elektronik Ticaretin Gelişimi	14
1.4.1. Elektronik Ticaretin Dünyadaki Gelişimi	14
1.4.2. E-Ticaretin Türkiye’de Gelişimi	25
1.5. Elektronik Ticaretin Sosyo Ekonomik Etkileri	31
1.5.1. Elektronik Ticaretin Birey ve Toplum Üzerindeki Etkileri	31
1.5.2. E-Ticaretin İşletmeler Üzerindeki Etkileri	34
1.5.2.1. Doğrudan Pazarlama, Satış ve Servis Üzerindeki Etkiler	35
1.5.2.2. Online Bankacılık ve Faturalandırma Üzerindeki Etkiler	35
1.5.2.3. Bilginin Güvenli Dağıtımı Üzerindeki Etkiler	36
1.5.2.4. Tedarik Zinciri Kurma ve Kollektif Satın Alma Üzerindeki Etkiler	36
2. ELEKTRONİK TİCARETİN VERGİLENDİRİLMESİ	38
2.1 Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesinde Ortaya Çıkan Sorunlar	42
2.1.1. Teknik Sorunlar	44
2.1.2. Hukuki Sorunlar	47
2.1.2.1. Gelir ve Kurumlar Vergisi Açısından	48
2.1.2.1.1. Vergilendirme Yetkisi	49
2.1.2.1.2. Gelirin Niteliği	55
2.1.2.2. Katma Değer Vergisi ve Perakende Satış Vergileri Açısından	56
2.1.2.3. Gümrük Vergileri Açısından	61
2.1.3. Uluslararası İşbirliğinin Noksanlığı	62
2.2. Elektronik Ticareti Vergileme İlkeleri	64
2.3. Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesi Konusunda Yapılan Çalışmalar	65
2.3.1. Uluslararası Kuruluşların Çalışmaları	67
2.3.1.1. Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD)	67
2.3.1.2. Dünya Ticaret Örgütü (WTO)	71
2.3.1.3. Birleşmiş Milletler Uluslararası Ticaret Yasası Komisyonu (UNCITRAL)	72
2.3.2. Türkiye’de Yapılan Çalışmalar	73
3. ELEKTRONİK TİCARETİN VERGİ KAYIP VE KAÇAKLARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ	81
3.1. Genel Olarak Vergi Kayıp ve Kaçağı	81
3.2. Elektronik Ticaretin Vergi Kayıp ve Kaçaklarına Yol Açan Dış Etkenler Üzerindeki Etkisi 85	
3.2.1. Uluslararası Vergi Rekabeti	88
3.2.1.1. Vergi Cennetleri	89
3.2.1.2. Tercihli Vergi rejimleri	91
3.2.2. Off-Shore Merkezler	93
3.2.3. Transfer Fiyatlaması ve Çok Uluslu Şirketlerin Küresel Karları	95

3.2.4. Türev Yatırım Araçları	100
3.3. Dünyada E-Ticaretten Kaynaklanan Vergi Kayıp ve Kaçakları	102
3.4. Türkiye’de E-Ticaretten Kaynaklanan Vergi Kayıp ve Kaçakları	107
4. SONUÇ VE ÖNERİLER	113
KAYNAKLAR	118
ÖZET	131
SUMMARY	132

TABLolar DİZİNİ

Tablo 1. Dünya Toplam (B2B ve B2C) Elektronik Ticaret İşlem Hacmi	16
Tablo 2. E-Ticaret İşlem Hacminin Toplam Satışlar İçindeki Payı	20
Tablo 3. ABD’de İnternet Kullanımı ve Nüfusa Oranı	23
Tablo 4. Kanada’da İnternet Üzerinden Gerçekleştirilen Satışların Parasal Değeri	24
Tablo 5. Dünyada İnternet Kullanımı ve Nüfusa Oranı	24
Tablo 6. Türkiye’de Mektupla/Telefonla Sipariş ve E-Ticaret İşlemleri	27
Tablo 7. Türkiyede İnternet Bankacılığı	29
Tablo 8. Türkiye İle Birlikte Bazı Avrupa Ülkelerinde İnternet Kullanımı (Mart 2007)	29
Tablo 9. 2010 Yılı Hedefleri-Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin İş Dünyasına Nüfuzu	30
Tablo 10. Dünya Borsalarında İşlem Gören VİS.lerin Sayı ve Nominal Olarak Açık Pozisyon ve Hacim Değerleri	102
Tablo 11. ABD’de E-Ticaretten Kaynaklanan Toplam Satış Vergisi Kaybı	106
Tablo 12. 2005 Yılı Perakende Sektörleri Konsolide Ciro Dağılımları	109
Tablo 13. Türkiye’de GSMH ve Vergi Gelirleri	110
Tablo 14. Yıllara Göre Kayıtdışı Ekonomi ve Vergi Kaybı	111
Tablo 15. Beyan Edilen Ve Kaçırılan Vergi Matrahı	111

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. ABD’de Perakende E-Ticaret İşlem Hacmi, 2003 – 2008	17
Şekil 2. E-Ticaret İşlem Hacminin Toplam Satışlar İçindeki Payı-Ülkelere göre	21
Şekil 3. ABD Perakende E-Ticaretin, Toplam Perakende Satışlara Oranı	22
Şekil 4Türkiye’de Mektupla/Telefonla Sipariş ve E-Ticaret İşlemleri	27
Şekil 5.OECD Ülkeleri Toplam Vergi Gelirleri / GSYİH Oranı % Olarak (2004 Yılı)	83

KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
BİLTEN	: Bilgi Teknolojileri ve Elektronik Araştırma Enstitüsü
BİT	: Bilgi ve İletişim Teknolojileri
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
DTM	: Dış Ticaret Müsteşarlığı
DTÖ	: Dünya Ticaret Örgütü (World Trade Organization-WTO)
EDI	: Elektronik Veri Değişimi (Electronic Data Interchange)
ETKK	: Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu
GATS	: Hizmetler Ticareti Genel Anlaşması (General Agreement on Trade in Service)
GATT	: Ticaret ve Tarifeler Genel Anlaşması (General Agreement on Trade and Tariffs)
GİMOP	: Gümrük İdareleri Otomasyon Projesi
ITC	: Uluslararası Ticaret Merkezi (International Trade Center)
İGEME	: İhracatçı Geliştirme Etüd Merkezi
KOBİ	: Küçük ve Orta Boy İşletmeler
KOBİ-NET	: KOBİ Bilgi Ağı (KOBİ-Network)
MERNİS	: Merkezi Nüfus İdaresi Sistemi
OECD	: İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (Organization of Economic Cooperation and Development)
TCMB	: Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası
TOBB	: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TTGV	: Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı
TUENA	: Türkiye Ulusal Enformasyon Altyapısı Ana Planı
TÜBİTAK	: Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu
UN	: Birleşmiş Milletler (United Nations)
UN-CEFACT	: Birleşmiş Milletler İdari, Ticari ve Ulaşım İlgili Uygulama ve Usulleri Kolaylaştırma Merkezi (United Nations Center for Facilitation of Procedures and Practices for Administration and Transport)
UNCTAD	: Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı (United Nations Conference on Trade and Development)
UNCITRAL	: Birleşmiş Milletler Uluslararası Ticaret Yasası Komisyonu (The United Nations Commission on International Trade Law)
VEDOP	: Vergi Daireleri Otomasyon Projesi
VUK	: Vergi Usul Kanunu
WIPO	: Dünya Fikri Mülkiyet Hakları Teşkilatı (World Intellectual Property Organization)

GİRİŞ

Medeniyet tarihi boyunca insanların hayat tarzında ve kültürel yapısında büyük değişikliklere yol açan teknolojik buluşlar; kağıt, matbaa, telgraf, buharlı makine ve bilgisayarın icadı olarak kabul edilmektedir. Özellikle 18. yüzyılın ortalarında ortaya çıkan sanayi devriminden itibaren dünyamız pek çok değişikliğe uğramış, bilim ve teknoloji politikalarının önemini kavrayan ülkelerin araştırma ve geliştirme faaliyetlerini devlet politikası olarak ön plana çıkarmalarıyla teknolojik gelişmeler ivme kazanmıştır. Gerçekleştirilen araştırma geliştirme çalışmaları sonucunda elde edilen yeni teknoloji ve buluşlara bazen de bu çalışmalar esnasında tesadüfen elde edilen yeni teknoloji ve buluşlar eklenmiştir. Ülkeleri yönlendiren ideolojik altyapıya bağlı olarak daha çok askeri, istihbari ve politik amaçlara matuf olarak elde edilmek istenen yeni teknolojiler ve türevleri, ekonomik amaçlarla gündelik hayatta kullanıma sunulmuştur. Daha önce şiddetli bir ihtiyaç olarak algılanmayan mal ve hizmetler, modern pazarlama yöntemleriyle önce ihtiyaç olarak hissettirilmeye başlanmış daha sonra seri halde üretilerek kitlelerin tüketimine arz edilmiştir. Bu konudaki en tipik örnek iletişim araçlarıdır. Bu sektördeki tedrici teknolojik değişimler, tüm dünyada sosyal hayatı derinden etkilediği güne kadar neredeyse fark edilememiştir.

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki (BİT) gelişmelerle birlikte 21. yüzyıl, “iletişim çağı” ve maddi refaha erişmiş toplumlar “bilgi toplumu” olarak zikredilmeye başlamıştır. Bu kavramlarla birlikte en çok kullanılan kavramlardan birisi de; bilgi toplumlarının insan, hayat ve kainata dair algılayış biçimlerini ortaya koyan “küreselleşme” olmuştur. Fikir, bilgi, emek, sermaye ve teknolojinin ulusal sınırları yok sayan özgürlüğü, uluslar arası ticaretin serbestleştirilmesi ve tüm pazarların entegrasyonu gibi söylemlere konu olan “küreselleşme” kavramı ile ekonomik ve sosyal amaçlar gündeme getirilirken ideolojik ve politik amaçlar perdelenmeye çalışılmaktadır. Başta ABD olmak üzere uluslararası sisteme liderlik etme iddiasındaki maddi refaha ulaşmış ülkeler, enformasyonun sihirli gücünden istifade ederek, sınırlarını zorlamakta olan kapitalist ekonominin krizine bir tepki

olarak BİT sektörünü güncel deyimıyla “yeni ekonomiyi” öne geçirme politikası izlemektedirler.

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve küresel ticaretin önündeki engellerin ortadan kalkmasıyla ortaya çıkan elektronik ticaret (e-ticaret) bazı yazarlarca matbaanın icadı ile eşdeğer bir gelişme olarak kabul edilmektedir. Dar anlamda, saf bilgiden üretilmiş, tüm sayısal veriler, metinler, sesler ve görsel imajların işlenmesi ve aktarılması faaliyetlerini kapsayan ve ticari faaliyetlerin açık-kapalı ağlar üzerinden yürütülmesi olarak ifade edilen e-ticaret, ekonomik ve sosyal yaşamın her alanını ve toplumun tüm kesimlerini çeşitli yönlerden etkisi altına almış, kamu idaresi yaklaşımlarını, iş dünyasının iş yapma usullerini ve tüketici davranışlarını derinden etkilemiştir. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki yenilikler, dünyanın çalışma, öğrenme ve iletişim kurma yollarını değiştiren sayısal bir devrim gerçekleştirmiştir.

Elektronik ticaret olgusu bu stratejik önemi nedeniyle işletmelerin, ülkelerin, bölgesel ve uluslararası kuruluşların gündeminde önemli bir yer tutmaktadır. Bilgiyi üretme, yönetme, endüstriye uygulama ve toplumsal yarara dönüştürme rekabet gücünün en önemli göstergesi haline gelmektedir. Ulusların yeni zenginliği, global ağ aracılığıyla sonsuz sayıdaki dijital bilgi akışında yer almakta, bilgi toplumunun anahtarının e-ticaret olduğu genel kabul görmektedir. Yeni büyüme teorisine göre bilgi, büyümeyi etkileyen en önemli faktör olarak öne çıkmakta, emek ve sermaye gibi geleneksel girdilerdeki artış kadar belki de bunlardan fazla büyümeyi etkilemektedir. Özellikle kişi başı milli gelir açısından gerilerde olan ve şimdi mevcut bilgi stoku avantajından yararlanabilen Çin, G. Kore ve Singapur gibi ülkeler açısından bakıldığında durum daha iyi anlaşılmaktadır.

Ortaya çıktığı andan itibaren sağladığı fırsatlarla birlikte yol açtığı tehditlerle de anılmakta olan e-ticaret, ulusların sosyal ve ekonomik büyümesini etkilemeye devam etmektedir. E-Ticaret teknolojileri, bir taraftan ulusların ekonomik büyümelerinin hızlanmasına yardım etmekte ve işletmelerin büyümeleri için daha fazla fırsatlar sağlamakta, diğer taraftan da toplum ve hükümetler için, vergi kaybı, ekonomik verimlilik, fikri mülkiyet hakları, kişisel mahremiyetin korunması, bilgiye ulaşma imkanı ve buna mali kaynak sağlama gibi pek çok konuda sıkıntılara yol açmaktadır.

Bir çok yazara göre, taşıdığı niteliklerden dolayı önemli bir kısmı vergi sistemlerinin dışında kalan e-ticaret işlemlerinin, yüksek bir artış hızıyla gelişmekte olduğu, gelecekte dünya ticaretinin önemli bir kesiminin internet vasıtasıyla elektronik ticarete yöneleceği beklenmektedir. Uluslararası alanda yaşanan hızlı entegrasyon ve e-ticaret teknolojileri, vergi mükelleflerine daha gelişmiş vergi planlaması tekniklerini kullanmak suretiyle vergiden kaçınma ve hatta vergi kaçakçılığı konusunda yeni imkanlar sunmaktadır. Küreselleşme olgusu ile birlikte ortaya çıkan uluslararası vergi rekabeti nedeniyle sanal teşebbüsler e-ticaretin sağladığı avantajlardan yararlanarak, vergisel şartların ağır olduğu bölgelerden kaçmak için gayret göstermektedir. Bu durumda bazı ülkeler vergi mükelleflerini ve dolayısıyla potansiyel vergi gelirlerini kaybetmektedirler.

Yapılan literatür taramasında; 1990'lı yıllarda ortaya çıkan e-ticaretin genel olarak işletmecilik açısından, vergilendirilmesi sorununun da maliye bilimi açısından çok sayıda çalışmaya konu edildiği tespit edilmiş olmasına karşılık, e-ticaretin vergi kayıp ve kaçakları üzerindeki etkisinin göz ardı edildiği düşüncesinden hareketle, bu konu Yüksek Lisans Tezi olarak seçilmiştir. Bu çalışmada elektronik ticaretin ortaya çıkışı ve hızlı gelişmesiyle birlikte meydana getirdiği etkiler, özellikle vergi kayıp ve kaçakları yönünden incelenmiş ve değerlendirilmiştir.

1. GENEL OLARAK ELEKTRONİK TİCARET

Bilgi iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve küresel boyutta ticaretin önündeki engellerin ortadan kalkmasıyla ortaya çıkan elektronik ticaretin ne anlama geldiği, hangi işlemleri kapsadığı, türleri, hangi araçlarla yapıldığı, ödeme şekilleri, gelişimi ve sosyo ekonomik etkileri bu bölümde ele alınmıştır.

1.1. Tanım ve Kapsam

Elektronik ticaret kavramı farklı ülkelerde farklı işlemleri kapsayacak şekilde tanımlanmış, bu yüzden de tanımı konusunda tam bir mutabakat sağlanamamıştır. Yapılan literatür taraması sonucunda, ortaya çıkan bu tanım farklılıklarının, e-ticaretin araçları ve kapsadığı işlemlerde görüş birliği sağlanamamasından kaynaklandığı tespit edilmiştir. Pek çok kaynakta e-ticaret işlemleri farklı boyutta zikredilmiştir. Bununla birlikte konunun daha açık bir şekilde anlaşılması açısından bazı e-ticaret tanımları aşağıda verilmiştir.

ABD Sayım Bürosunca (Census Bureau U.S.), mal veya hizmetlerin kullanım hakkının ya da mülkiyetinin bir ağ üzerinden bilgisayar aracılığıyla devredilmesi işlemi, elektronik ticaret olarak kabul edilmiştir (Mesenbourg, 2000). Bu tanıma göre ödemelerin de online olması şart değildir. Bu tanımı ABD Gelir İdaresi de (Internal Revenue Service-IRS) kullanmaktadır. ABD Sayım Bürosunun kabul ettiği online kavramı, internet, intranet, extranet ve elektronik veri değişim sistemini (Electronic Data Interchanges-EDI) kapsamakta, dolayısıyla ancak bu araçlarla yapılan işlemler elektronik ticaret olarak kabul edilmektedir. Telefon, fax ve katalog gibi klasik elektronik ticaret araçlarıyla yapılan ticaret ABD’de uzaktan satışlar (remote sales) olarak adlandırılmaktadır. Örneğin Bruce ve Fox (2001) ABD’de elektronik ticaretten kaynaklanan vergi geliri kaybının hesaplanmasına ilişkin çalışmasında online işlemler ve klasik elektronik ticaret işlemlerini birbirinden ayırmışlardır.

Dünya Ticaret Örgütü (WTO-World Trade Organization)’ ne göre, elektronik ticaret, üretim, reklam, satış ve ürün dağıtımının telekomünikasyon ağları yoluyla yapılmasıdır (WTO, 2007).

İngiltere Ulusal Denetim Ofisi (National Audit Office)'ne göre elektronik ticaret kavramı, mal ve hizmetlerin internet üzerinden sipariş edilmesini ifade etmektedir. Buna göre, elektronik ticareti geleneksel ticari faaliyetlerden ayıran özellikler;

-Pazarlama faaliyetlerinin bir web sitesi üzerinden yürütülmesi,

-Katalogların ve sipariş formlarının online olması ve

-Ödemelerin kredi kartı veya diğer elektronik araçlarla gerçekleştirilmesidir

(NAO, 2006: 4).

Elektronik Ticaret Kurulu (ETİK, 2007)'na göre; Elektronik ticaret, mal ve hizmetlerin üretim, tanıtım, satış, sigorta, dağıtım ve ödeme işlemlerinin bilgisayar ağları üzerinden yapılmasıdır. Elektronik ticaret, ticari işlemlerden biri veya tamamının elektronik ortamda gerçekleştirilmesi yoluyla; reklam ve pazar araştırması, sipariş ve ödeme ile teslim olmak üzere üç aşamadan oluşmaktadır.

Elektronik ticaret, açık veya kapalı ağlar vasıtasıyla alış veriş yapma, sayısal bilginin gücünü kullanarak her bir müşteri ve paydaşın ihtiyaç ve tercihlerine göre mal ve hizmet uyarlama ve bunları mümkün olduğunca hızlı bir şekilde teslim etme faaliyetlerini kapsamaktadır (Vacca, 2002: 3). Her türlü mal ve hizmet alım satımı ile ilgili işlemlerin elektronik ortamda gerçekleştiriliyor olması elektronik ticaretin genel çerçevesini oluşturmaktadır (Taş, Karaca, 2004 : 448).

Görüldüğü gibi, farklı kaynaklardan alınan tanımlar, tanımlanan kavramın içeriğini farklı işlemlerin oluşturması nedeniyle tam olarak örtüşmemektedir. Bazı tanımlar, elektronik ortamda gerçekleştirilen EFT (Elektronik Fon Transferi), EDI-Electronic Data Interchange (Elektronik Veri Değiş tokuşu) gibi tüm finansal ve ticari işlemleri kapsamaktayken, bazıları elektronik ticareti, sadece internet gibi açık ağlar üzerinden gerçekleştirilen perakende satışlar ve bunlara ilişkin ödeme işlemleriyle sınırlandırmaktadır. Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD-Organisation for Economic Co-operation and Development)'na göre tanım farklılıkları üç temel nedene dayanmaktadır (OECD,1999: 10):

-İşlemlerin ve faaliyetlerin farklılığı,

-Uygulamaların farklılığı ve

-Kullanılan iletişim ağının farklılığıdır.

OECD, tanımlama çerçevesinde bir mutabakatın olmayışı problemini, e-ticaretin ölçülmesi ve istatistiklere dökülmesi bağlamında ele almış, bu konuda çalışmalar yapmak üzere “Bilgi Toplumu Göstergeleri Üzerine İnceleme Heyeti” (WPIIS) teşkil etmiştir. WPIIS’in e-ticarete ilişkin geniş kapsamlı tanımı şu şekildedir; E-ticaret, işletmeler, hanehalkı, bireyler, hükümetler ile diğer kamu ve özel sektör kuruluşları arasında, bilgisayar destekli ağlar üzerinden gerçekleştirilen mal ve hizmetlerin alım satımına ilişkin elektronik bir işlemdir. Bu tanıma göre, bilgisayar ağları üzerinden sipariş edilen mal ve hizmetlerin ödeme ve teslimi geleneksel yollarla yapılabilmektedir (OECD,1999: 4; OECD, 2002: 89).

Elektronik araçlar veya teknikler kullanılarak gerçekleştirilen e-ticaretin kapsadığı işlemleri aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür (Hellerstein, 2002);

-İşletmeler arasındaki, tüketiciler arasındaki ve işletmeler ile tüketiciler arasındaki satış işlemlerini kapsayan elektronik satın alma (tedarik),

-Ürünlerin resimlerini göstererek dünya genelindeki web kullanıcılarına seçme ve sipariş verme imkanı tanıyan online kataloglar,

-Kullanıcının bilgisayarına aktarılabilen bilgisayar yazılımları,

-Kullanıcının kullanım amacına göre fiyatı değişebilen ve dijital olarak aktarılabilen fotoğraflar,

- Veri tabanlarından internet ve standart iletişim ağları vasıtasıyla temin edilebilen online bilgiler,

-Belli bir ücret karşılığında üye olunan web sitelerinden sağlanan hukuk, muhasebe, tıp ve diğer danışmanlık hizmetleri,

-Son zamanlarda daha çok büyük ölçekli işletmeler ve kurumlar tarafından kullanılan, aynı zamanda kişisel bilgisayarlara bağlı video kameralarla da katılımların olabildiği video konferanslar,

-Bazı borsa komisyoncuları tarafından web siteleri üzerinden sunulan ve müşterilere bono, tahvil, hisse senedi, türev yatırım araçları ve malların alım satım imkanını sağlayan işlemler,

-Bazı web siteleri üzerinden sunulan, şirketleşme, bankacılık ve kredi kartı ödemelerini de kapsayan off-shore bankacılık hizmetleri,

1.2. Elektronik Ticaret Türleri

Elektronik ticaret, ticaretin dayandığı ortamın niteliğine göre ve taraflarına göre , iki ana kategoride sınıflandırılabilir. E-ticaret işlemlerini, gerçekleştiği ortam yönünden de ikiye ayırmak mümkündür. Birincisi, internet gibi açık ağlarda gerçekleştirilen elektronik ticaret, diğeri ise işletmelerin kendi faaliyetlerini yürütebilmek amacıyla bayileri ile veya belli sayıdaki müşterileri ile oluşturdukları kapalı ağlarda (intranet) gerçekleştirilen elektronik ticarettir. İkinci türe örnek olarak EDI gösterilmektedir. Elektronik Veri Değişimi (EDI) farklı kuruluşların bilgisayarları arasında yapılanmış, standart hale getirilmiş veri transferidir (Güneş, 2002).

Yapılan literatür taramasında elektronik ticaret çeşitlerinin genellikle ilgili taraflara göre sınıflandırıldığı görülmüştür;

- İşletmeler Arasındaki İşlemler (Business-to-Business; B2B,)
- İşletme ile Tüketici Arasındaki İşlemler (Business to Consumer; B2C),
- İşletme ile Devlet Arasındaki İşlemler (Business-to-Government; B2G)
- Tüketici ile Devlet Arasındaki İşlemler (Consumer-to-Government; C2G) ve
- Tüketiciler Arasındaki İşlemler (Consumer-to-Consumer; C2C)

1.2.1. İşletmeler Arasındaki İşlemler (B2B)

European Comission (2006: 7)'un kabul ettiği genel tanıma göre, B2B (İşletmeden İşletmeye) elektronik pazarlar, işletmeleri alım satım amacıyla bir araya getiren elektronik platformları ifade etmektedir. Vacca (2002: 74)'ya göre B2B, firmaların elektronik ortamda tedarikçiye sipariş vermesi, faturalarını temin etmesi ve bedellerini ödemesini gerçekleştirdiği elektronik ticaret türüdür. İnternetin en güçlü noktası, insanları, devletleri ve işletmeleri bir araya getirebilmesi kabiliyeti ve onların arasındaki bilgi akışını kolaylaştırmasıdır. Bu, işletmeler arasında (B2B) gerçekleştirilen iş modelini internet pazarında başarılı kılan ana nedenlerden biridir. İnternetin, bu iş modelinin yaşayabileceği ve gelişimini sürdürebileceği uygun bir ortam olduğu çok açık bir şekilde ortaya çıkmıştır. Gerçek zamanlı (real-time) tedarik zincirleri ve elektronik iş sistemleri, pahalı ve esneklik göstermeyen elektronik veri değişim (EDI) ağlarını tedricen ortadan kaldırmaktadır.

B2B işlemleri, müşterilere daha rahat ve daha düşük maliyetle online satış imkanı sağlamaktadır. Müşteri siparişlerle birlikte, ödeme için kredi kartı bilgilerini de elektronik ortamda web sitesine gönderir. Bu işlem Sanal POS ya da VPOS (Virtual Point Of Sale) denilen, internet üzerinden kredi kartlı alışveriş yapma olanağı sağlayan oldukça güvenli ve gizlilik sistemleri gelişmiş bir ödeme mekanizmasıyla yapılır. VPOS sistemi, diğer alışverişlerde sık sık kullandığımız POS cihazlarının internete uyarlanmış şeklidir. VPOS, bankalar aracılığıyla işleyen bir sistem olduğundan, pazarlayıcı firmanın bu tür ödemeler için VPOS hizmeti sunan bir bankayla e-ticaret sözleşmesi imzalaması gerekmektedir. Firmalararası e-ticaret; toplam e-ticaret hacminin %90'nını oluşturmaktadır. Aslında işlem sayısı olarak irdelendiğinde firma-tüketici arasındaki e-ticaret işlemi çok daha yüksektir, ancak, işletmeler arasında bir seferde yerine getirilen işlemin parasal hacminin büyüklüğü yukarıda değinilen oranın yükselmesine neden olmaktadır (Garanti Bankası, 2007)

1.2.2. İşletme ile Tüketici Arasındaki İşlemler (B2C)

B2B ve B2C terimlerinin arasındaki fark, müşterinin kim olduğudur. Genel olarak müşteriler şirket olduğunda B2B yani Business to Business (işletmeden işletmeye), müşteriler şahıs olduğunda ise B2C Business to Costumer (şirketten müşteriye) terimi kullanılmaktadır. Örneğin bireylere kitap satan bir internet sitesi B2C tarzında, sanayi şirketlerine kimyasal malzeme satan bir şirket ise B2B tarzında çalışır (Kobifinans, 2007). World Wide Web (www), teknolojisindeki hızlı gelişmeler sonucu ortaya çıkan sanal mağaza uygulamaları ile internette firmaların elektronik ortam aracılığıyla bir çok ürünün doğrudan tüketiciye satışının yapılmasıyla gelişen elektronik ticaret kavramıdır. Bu kategoriye örnek olarak, tüm dünyada elektronik ticaret konusunda en sık gösterilen başarı örneklerinden olan "Amazon.com" örneği verilebilir. Amazon.com internet üzerinde kitap pazarlama işine başladıktan sonra satışları her yıl katlanarak artmış ve artmaya devam etmektedir. 1996 yılından 1997 yılının ortasına kadar geçen sürede satışlarını % 3006 oranında artırmıştır (Güneş, 2002).

Firmadan müşteriye (B2C) e-ticaret modeli, satış gelirini çoğunlukla, doğru müşterilere ulaşmak yoluyla artırır. Bu modelde, perakende satışın ilkeleri müşteriye

daha fazla ürün almaya ikna etmek ve muhtemel müşteriye diğer ürünleri de almaya yönlendirmektir. Hedeflenmiş ve otomatikleştirilmiş bu sistemde firmalar en iyi, en uygun mal ve hizmeti sağlamak suretiyle daha güçlü müşteri ilişkileri kurarken, müşterilerin firma sadakati gelişir (Vacca, 2002: 5).

1.2.3. İşletme ile Devlet Arasındaki İşlemler (B2G)

Firma ile kamu arasındaki ticari işlemleri kapsayan bu türde, kamu ihalelerinin internette yayınlanması ve firmaların elektronik ortamda teklif vermeleri ilk örneklerini oluşturmaktadır. Elektronik ticaretin yaygınlaşmasını desteklemek amacıyla kamunun vergi ödemeleri, gümrük işlemleri de sanal dünyaya taşınmaktadır (Güneş, 2002). Pek çok bürokratik işlemlerin internet üzerinden gerçekleştirilmesi konusunda Singapur neredeyse dünyaya liderlik etmektedir. Örneğin; Yeni bir şirketin kurulması gibi karmaşık bürokratik işlemler internet üzerinden iki saatte tamamlanabilmekte, bunun kuruculara maliyeti de 300 Singapur Doları (175 ABD Doları) olmaktadır. Oysa bu işlemler daha önce şirket kurucularına (şirket ölçeğine göre değişen tarife) 1 200 ila 35 000 Singapur dolarına mal olmakta ve iki gün sürmekteydi (UNCTAD, 2004: 165).

Avustralya, İngiltere ve ABD'nin dahil olduğu bazı hükümetler, kamu tedariki yönetim sistemlerini yeniden organize etmeye başlamışlardır. Bu ülkelerin GSYİH'larının yaklaşık % 10' una eşdeğer işlemler, şirketlerle hükümetler arasında internet üzerinden gerçekleşmektedir (OECD, 2000: 194).

Devletlerin e-ticaret vasıtasıyla gerçekleştirdiği işlemler konusunda istatistiksel veri noksanlığı olmakla birlikte, genellikle bir ekonomideki en büyük alıcının devlet olduğu ve kamu harcamalarının ekonomiler açısından anlamı bilinmektedir. 1998 Yılında OECD üyesi ülkelerde kamu alımlarının neredeyse GSMH'nin % 20'si oranında gerçekleştiği tahmin edilmektedir ki, bu 4.7 trilyon dolara tekabül etmektedir. OECD üyesi olmayan ülkelerin kamu alımları ise GSMH'nin % 14' ü (816 milyar dolar) seviyesinde gerçekleşmiştir (UNCTAD, 2004: 24).

1.2.4. Devlet ile Tüketici Arasındaki İşlemler (G2C)

Bu grupta ehliyet, pasaport başvuruları, sosyal güvenlik primleri ile vergi ödemeleri, vb. uygulamalar elektronik devlete geçişi ifade etmektedir (Güneş, 2002). Devletler, e-ticaret teknolojilerini, vergi uyumunun sağlanması, ödeme sistemlerinin maliyetini azaltma ve kolaylaştırma amacıyla da kullanmaktadırlar (OECD,2000: 194). Eurostat (2007), verilerine göre, Avrupa Birliği'nde 2006 yılı ferdi internet kullanımının % 23'ü kamu kurumlarından bilgi almak, % 14'ü resmi formları indirmek ve % 9.2'si doldurulan formların gönderilmesi amacıyla gerçekleşmiştir. Ülkemizde de bilgi toplumuna geçiş ve e-devlet uygulamalarında son yıllarda önemli gelişmelerin yaşandığı gözlenmektedir. DPT (2006) Bilgi Toplumu Stratejisi 2006-2010 Raporu'na göre, Türkiye'de AB tarafından belirlenen 20 temel kamu hizmetinin 12'si elektronik kanallardan çeşitli seviyelerde sunulmaktadır. 2005 yılı itibarıyla, Türkiye'nin 20 temel kamu hizmeti sunumunda gelişmişlik oranı yüzde 53'tür. 20 Temel kamu hizmeti sunumunda 2004 yılı AB15 ortalaması yüzde 72, AB25 ortalaması ise yüzde 65'tir.

1.2.5. Tüketiciler Arasındaki İşlemler (C2C)

Tüketicilerin sahip oldukları ürünleri web siteleri üzerinden pazarlaması ve satışı işlemlerini kapsamaktadır. İkinci el ürünlerin tüketiciler arasında rağbet görmesi bazı web sitelerinin elektronik mezat olarak fonksiyon icra etmelerine yol açmıştır. Özellikle araba, bilgisayar, fotoğraf makinesi ve diğer kişisel eşyanın bu satış türüne konu olduğu görülmektedir. Ülkemizde sanal müzayedenin başarılı örneği, "*gittigidiyor.com*" olarak zikredilmektedir.

Bu ticaret şeklinin başlangıcı batı ülkelerindeki garaj satışları olarak anılan sürece dayanmaktadır. Garaj satışlarında kişiler, eskimiş eşyalarını, bir pazar günü garajlarının önüne çıkararak rasgele insanlara satmaktadırlar. Bu iş yapma süreci, sürekliliği olmayan bir ticari faaliyettir ve satıcı ailenin elindeki mallarla sınırlıdır. Bu ticaret şekli zamanla internet dünyasında da kendine bir yer edinmiş ve garaj satışı kavramına çok alışık olan Kuzey Amerika'da yaygınlaşmıştır (Barışık, Yirmibeşçik, 2006: 45). Elektronik ticaret, tüketicilerin, daha önce hiç bulunmadıkları ortamlarda çok çeşitli mal ve hizmetleri kendi aralarında alıp satabildikleri sanal müzayede platformları oluşturmalarına imkan tanımaktadır.

EBay.com, internet kullanıcılarına bu ortamı hazırlayan ilk başarılı şirket olarak zikredilebilir (OECD, 2000: 194).

1.3. Elektronik Ticaretin Araçları ve Ödeme Sistemleri

Elektronik ticaretin araçlarını, birbirleriyle ticaret yapanların ticari işlemlerini kolaylaştıran her türlü teknolojik ürünler (telefon, faks, televizyon, bilgisayar, elektronik ödeme ve para transfer sistemleri, intranet, internet ve EDI) olarak düşünebiliriz. EDI, ticaret yapan iki kuruluş arasında, insan faktörü olmaksızın bilgisayar ağları aracılığı ile belge ve bilgi değişimini sağlayan bir sistem olarak elektronik ticaretin önemli bir aracıdır. Elektronik ticaret açısından en etkin araç olarak kabul edilen yeni internet teknolojileri ise ses, görüntü ve yazılı metni aynı anda, daha hızlı ve güvenli bir şekilde ilettiğinden, internet üzerinden yapılan bu işlemlerin maliyeti diğer araçlara oranla hayli düşüktür. Geçmişte bir ölçüye kadar kapalı bilgisayar ağları (intranet) üzerinden gerçekleştirilen elektronik ticaret uygulamaları, güvenli olmakla birlikte maliyeti oldukça yüksek sistemlerdir. Günümüzde, açık bilgisayar ağı olan internet, elektronik ticaret için çok daha uygun bir altyapıdır (ETİK, 2007).

Teknolojinin günümüz dünyasına kazandırdığı en önemli hizmetlerden biri olan internet, getirdiği hızlı erişim ve esnek kullanılabilirlik olanakları sayesinde, pekçok alanda olduğu gibi, ticaret ve pazarlama alanında da kendine önemli bir yer edinmiştir. İş hayatında internet servislerinden bilgi edinme, iletişim ve dağıtım aracı olarak yararlanan firmalar, rekabet ortamında rakiplerine karşı çok önemli avantajlar sağlayabilmektedirler.

Genellikle sınırsız bir kaynak olarak düşünülen internet dünyanın bazı bölgelerinde sınırlarını zorlamaktadır. 2006 Yılında düzenli bir artış kaydedilen internet trafiğinin, 2007’de toplam mevcut kapasite limitlerine dayanabileceği öngörülmektedir (Deloitte, 2007).

Teknolojik gelişmelerle birlikte hızlı bir artış trendi yakalayan elektronik ticareti kolaylaştıran en önemli unsurlardan biri yine gelişen teknolojiden oldukça tatminkar bir şekilde yararlanan elektronik ödeme sistemleridir. OECD’nin 2006 yılında yayınladığı “E-Ticaret İçin Online Ödeme Sistemleri” raporuna göre, ulusal ve uluslararası e-ticaret işlemlerinde kredi kartları, başlıca ödeme aracı olmaya

devam etmektedir. Bazı tahminlere göre tüm e-ticaret işlemlerinin % 90'ından fazlasında ödeme aracı olarak kredi kartı kullanılmaktadır (OECD, 2006: 5).

E-ticaretin günümüzde giderek yaygınlaşması, beraberinde kendine özgü yeni ödeme araçlarını gündeme getirmiştir. Kredi kartlarının yanında, otomatik vezne makineleri ve para vericileri, elektronik fon transferi için satış noktası terminalleri gibi ödeme araçları da kullanılmaktadır. Yeni elektronik ödeme araçlarını iki kategoride sınıflandırmak mümkündür. Bunlar, kart tabanlı (prepared card based) ve yazılım tabanlı (prepared software based) elektronik paradır (Uzunoğlu, 2002: 49). Türkiye Bankalar Birliği, elektronik parayı şu şekilde tanımlamıştır; “Elektronik para, “yatırılmış değer” veya satış noktası terminalleri vasıtasıyla, iki cihaz arasında doğrudan transferleri veya internet gibi açık bilgisayar ağları üzerinden ödemeleri yapmak için önceden ödenmiş ödeme mekanizmalarına denir. Yatırılmış değer ürünleri “donanım” veya “kart tabanlı” mekanizmalar (elektronik çanta), ve “yazılım” veya “ağ tabanlı” mekanizmalardır (dijital nakit). Yatırılmış değer kartları “tek maksatlı” veya “çok maksatlı” olabilir. Tek maksatlı kartlar (örneğin telefon kartı) yalnız bir tür mal veya hizmetin satın alınmasında veya belirli bir satıcıdan ürün alınmasında kullanılır; çok maksatlı kartlar birkaç satıcıdan birçok şeyi satın almada kullanılabilir” (TBB, 1998: 4).

Avrupa Merkez Bankası (The European Central Bank) 'na göre, elektronik para, hamilinin banka hesabındaki parasal değeri bir araç vasıtasıyla elektronik ortamda muhafaza ederek, ödemelerde banka hesabından bağımsız olarak kullanılabilmesini sağlayan ödeme sistemidir (ECB, 2007).

İnternet üzerinden güvenli bir şekilde ödeme yapılabilmesi için geliştirilen başlıca ödeme sistemleri aşağıda verilmiştir (Garanti Bankası, 2007, E-ticaretmerkezi, 2007);

-Kredi Kartı; Kredi kartının tüm dünyada standart bir ödeme altyapısına sahip olması ve kullanıcı kitlesinin genişliği internet üzerinden yapılan alışverişlerde en çok kullanılan ödeme yöntemi (Türkiye'de tek yöntem) olmasını sağlamıştır. Alışveriş sırasında kredi kartı bilgilerinin üçüncü şahıslarca ele geçirilmesinin önlenmesi amacıyla bu bilgilerin şifrelenmesi esasına dayanan SSL ve SET protokolleri kullanılmakta, böylece alışveriş güvenliği sağlanmaktadır.

-Elektronik Para; İnternette kullanılmak üzere geliştirilmiş para birimidir. Elektronik para günlük hayatta kullanılan mağaza çeklerinin internet ortamındaki karşılığı olarak değerlendirilebilir. Bu sistemden yararlanmak isteyen kişilerin ilk olarak elektronik para hizmeti sunan şirketler tarafından geliştirilen özel yazılımlardan birini bilgisayarlarına yüklemeleri ve o şirketle çalışan bir bankada hesap açtırmaları gereklidir. Bundan sonra elektronik para ile anlaşmalı mağazaların sitelerinden veya kendisi gibi elektronik para yazılımını kullanan diğer taraflar ile sanal alışveriş yapabilirler. Elektronik para yazılımı, istenilen miktarda paranın bir banka hesabından çekilerek, internet üzerinden yapılacak harcamalarda kullanılmak üzere elektronik ortamda saklanmasını sağlar. Her elektronik paranın bir seri numarası vardır. İnternet üzerinden bir harcama yapıldığında belli seri numaralı elektronik paralar alışveriş yapanın bilgisayarından silinerek alışveriş yapılan bilgisayara geçirilir. Bu şekilde, para akışı aynen günlük hayatta olduğu gibi gerçekleştirilir. Türkiye'de bu sistem henüz uygulamaya geçmemiştir. Dünyada elektronik para hizmeti veren bazı kuruluşlara örnek olarak CyberCash (www.cybercash.com), DigiCash (www.digicash.com) verilebilir.

-Elektronik Çek; Elektronik çek, e-ticaret sitelerinin ödemeleri çek olarak kabul etmelerini ve işleyebilmelerini sağlayan bir ödeme sistemidir. Elektronik çek, ABD'de Financial Services Technology Consortium (www.fstc.org) tarafından SDML (Signed Document Markup Language) adı verilen bir işaretleme dili kullanılarak geliştirilmiştir. Elektronik çek sisteminde, ödemeler kredi kartı olmadan banka hesabı bilgilerinin gerekli olanlarının e-ticaret sitesine girilmesi yoluyla yapılır. Kullanıcı bir anlamda ticaret sitesine çek keserek ödeme yapmış olur. Bankadaki sistemler yapılan transferleri her gün temizleyerek o hesapta alışverişin tamamlanması için gerekli şartların yeterli olup olmadığını kontrol ederler ve bu durumdan e-ticaret sitesini şifreli kanallarla haberdar ederler. Bu işlemler takas merkezi olarak adlandırılan finansal kurumlar tarafından da yürütülebilir. Kullanılması kolay bir sistem olmakla birlikte, daha yaygın kullanımı için gerekli sistemlerin finans sektörü tarafından kabul görmesi gereklidir. Bu hizmet ülkemizde herhangi bir kuruluş tarafından henüz uygulamaya konulmamıştır.

Diğer ödeme araçları ise,

-Escrip: Bağış ödemeleri gibi bazı özel düşük miktarlı ödemeler için kurulmuş bir sistemdir.

-IPIN: İnternet harcamalarını ISS (İnternet Servis Sağlayıcısı) faturalarına yansıtan bir sistemdir.

-PCPay: Smart Card bazlı bir sistemdir.

-ECharge My Phone: Telefon faturası ile entegre edilmiş bir sistemdir.

-First Virtual: Ödemeleri üçüncü bir kuruluşun toplayıp, ilgili taraflara dağıtımını yaptığı bir sistemdir.

İnternet ortamında kullanılabilen ödeme sistemlerine online para denilmektedir. Bankalar veya benzeri finansal kurumlar tarafından desteklenen kart bazlı ödeme sistemleri de off-line ödeme sistemleridir. Kart bazlı ödeme sistemlerini kullanan mükellefler ve yapılan ticari işlemler finansal kurumlar tarafından kolayca tespit edilebildiğinden, vergi idareleri tarafından tercih edilmek durumundadır. Halbuki online ödeme sistemleri herhangi bir mekanizma tarafından takip edilememekte dolayısıyla kullanıldığı işlemler açısından denetlenememektedir (Günaydın, Benk, 2004: 392).

Her türlü ödeme sisteminde teknik altyapının büyük bir bölümü güvenliğin sağlanması üzerine kurulur. Alış veriş tarafların birbirlerini bizzat görmedikleri elektronik ortamlarda gerçekleştiği için tarafları tatmin edecek seviyede bir güvenliğin sağlanması gereklidir. Elektronik ödemelerde güvenliğin sağlanması için ön koşul dijital imzanın kullanılmasıdır. E-Ticaretin (özellikle elektronik ödemenin) en büyük güvenlik sorunlarından biri işlemler sırasında kullanılan hassas bilginin şifreli bir şekilde gitmesidir. Kısaca “gizlilik” diyebileceğimiz bu şartın yanısıra tarafların birbirlerinin kimliklerinden emin olmaları da gerekmektedir. Bu şart da “kimlik doğrulama” olarak adlandırılmaktadır (Türker, 2001).

1.4. Elektronik Ticaretin Gelişimi

1997 Turku Konferansı'na sunulmak üzere hazırlanan “Sacher Raporu” unun önsözünde OECD Genel Sekreteri Donald J. Johnston (Johnston, 1997), Gutenberg'in matbaayı icadı ve endüstri devrimiyle mukayese edilen elektronik iletişim çağından dolayı, bu kuşağın, insanlığın şimdiye kadar karşılaştığı en büyük teknolojik devrimin kıyısında bulunduğunu ifade etmiştir. Gelişen bilgi ve iletişim

teknolojilerinin hayatı tüm yönleriyle kuşatan önemli etkilerinden biri, iş yapma araç ve yöntemlerini köklü bir şekilde değiştiren elektronik ticarettir. Çalışmamızın bu bölümünde, ortaya çıktığı dönemden itibaren dünyada ve Ülkemizde e-ticaretin gelişim süreci ele alınacaktır.

1.4.1. Elektronik Ticaretin Dünyadaki Gelişimi

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelere bağlı olarak ortaya çıkmış olan “elektronik ticaret” kavramı, 1994 yılında bir web sitesinde kitap satışıyla ilgili olarak kullanılmaya başlanmış, web sitesi üzerinden kitap satışının akabinde e-mail yoluyla reklam ve pazarlama faaliyetleri başlamıştır. E-ticaretin ivme kazanması ise 1995 yılında arama motorlarının kullanımıyla birlikte olmuştur (Yakın, 1999: 8). 1991 Yılında internet kullanıcılarının sayısı tüm dünyada 3 milyondan az ve bu dönemde elektronik ticaret henüz ortaya çıkmamıştı, 1999 yılında internet kullanıcıları tahminen 250 milyona çıktığında bunların % 25’i e-ticaret sitelerinden yaklaşık olarak 110 milyar dolarlık alışveriş yapmıştı (OECD, 2000: 193).

Elektronik ticaretin uluslararası bir mesele olarak ele alınması 1995 yılında Brüksel’de G7 ülkelerinin bakanlar seviyesinde katıldığı “Bilgi Toplumu” konferansında başlamış, 1997 yılında Bonn’da yapılan “Küresel Bilgi Ağı” konferansında devam etmiştir. OECD, her iki konferansta alınan kararlara ivme kazandırmak üzere 1997 yılında Turku’da “Küresel Elektronik Ticaret Önündeki Engellerin Kaldırılması Konferansı” düzenlemiştir. Geniş bir katılımı gerçekleştiren bu konferanstan sonra, 1998 yılında Ottawa’da “Sınırsız Bir Dünya; Küresel Elektronik Ticaret Potansiyelini Anlamak” isimli bir konferans daha düzenlemiştir (OECD, 1998). OECD’nin çalışmaları bu noktadan itibaren devam etmiş, diğer meselelerle birlikte e-ticaretin vergilendirilmesi çerçevesinde çalışmalarını yoğunlaştırmıştır. 2001 Yılında yayınlanan “OECD Elektronik Ticaret Çalışmaları Gelişim Raporu”nda , OECD’nin e-ticaret konusundaki öncelikleri (OECD, 2001: 3);

- Tüketicilerin güvenliğinin ve kişisel veri mahremiyetinin korunması,
- Dijital pazarlar konusunda temel kuralların oluşturulması,
- E-Ticaret için enformasyon altyapısının iyileştirilmesi,
- E-Ticaretin faydalarının maksimizasyonu,
- E-ticaretin vergilendirilmesi ve

-E-Ticaretin sosyo-ekonomik etkileri, olarak sıralanmıştır.

Kişisel bilgisayarın evlere kadar girmesi, bilgisayar ağlarının gündelik yaşamda yer edinmesine bağlı olarak, elektronik ticaret hacminde önemli gelişmeler yaşanmakta, bu konuda faaliyet gösteren firma ve kuruluşlardan temin edilen bilgilerden yararlanılarak değişik tahminler yapılmaktadır. Elektronik ticaretin gelişimi konusunda giderek netleşen bir tablo karşımıza çıkmaktadır ki o da, öncelikle ABD'nin belirlediği kurallara göre biçimlenen küresel dijital bir ekonomik düzenin kurulmakta olduğudur (Güneş, 2002). Kurulmakta olan dijital ekonominin (yeni ekonomi) temel unsurları (Sharma, 2005: 3);

- Bilgi ve iletişim teknolojilerinin yoğun kullanımı ve sayısallaştırılması,
- Bilginin kodlanması,
- Bilginin ürüne dönüştürülmesi ve
- Yeni iş ve ürün organizasyon yöntemleri olarak sıralamak mümkündür.

Sıra elektronik ticaretin gelişimini sayılarla, tablolarla ve grafiklerle anlatmaya gelince, bu konuda faaliyet gösteren araştırma şirketlerinin yayınladığı verilerin, raporların ve projeksiyonların çok ta örtüşmediği ortaya çıkmaktadır. Bu durum elbetteki e-ticaretin tanım farklılıklarından, işlem hacminin ölçülmesindeki zorluklardan ve yeknesak metodolojilerin kullanılmayışından kaynaklanmaktadır. Bu konuda resmin bir bütün olarak anlaşılmasını kolaylaştırmak adına, faaliyet gösterdikleri alanda referans kabul edilen bazı araştırma şirketlerinin verileri aşağıda değerlendirilmiştir.

Tablo 1. Dünya Toplam (B2B ve B2C) Elektronik Ticaret İşlem Hacmi

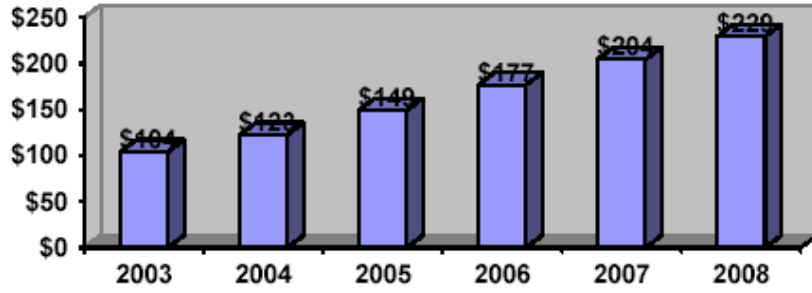
	2000	2001	2002	2003	2004	Toplam Satışlara Oran % (2004)
Toplam (Milyar USD)	657,1	1.233,6	2.258,2	4.027,5	6.806,4	8,6
Kuzey Amerika Bölgesi	509,3	908,7	1.495,2	2.339,1	3.456,3	12,8
A.B.D.	488,7	864,1	1.411,3	2.187,2	3.189,0	13,3
Kanada	17,4	38,0	68,0	109,6	160,3	9,2
Meksika	3,2	6,6	15,9	42,3	107,0	8,4
Asya-Pasifik Bölgesi	53,7	117,2	313,6	771,9	1.666,5	8,0
Japonya	31,9	64,4	146,8	363,6	880,3	8,4
Avustralya	5,6	14,0	36,9	96,7	207,6	16,4
Güney Kore	5,6	14,1	39,3	100,5	205,7	16,4
Tayvan	4,1	10,7	30,0	80,6	175,8	16,4
Diğerleri	6,5	14,0	60,6	130,5	197,1	2,7
Batı Avrupa Bölgesi	87,3	194,7	422,2	853,2	1.533,2	6,8
Almanya	20,6	46,4	102,0	211,1	386,5	6,5
İngiltere	17,2	38,5	83,2	165,6	288,8	7,1
Fransa	9,9	22,1	49,1	104,8	206,4	5,0
İtalya	7,2	15,6	33,8	71,4	142,4	4,3
Hollanda	6,5	14,4	30,7	59,5	98,3	9,2
Diğerleri	25,9	57,7	123,4	240,8	410,8	6,0
Güney Amerika Bölgesi	3,6	6,8	13,7	31,8	81,8	2,4
Dünyanın Diğer Bölgeleri	3,2	6,2	13,5	31,5	68,6	2,4

Kaynak : Forrester Research Inc, (2001)

Faaliyet gösterdiği alanda oldukça saygın bir kuruluş kabul edilen Forrester araştırma şirketi 2001 yılında yayınladığı yukarıdaki tabloda, 2000, 2001, 2002, 2003 ve 2004 yılları itibariyle ülkelerin e-ticaret işlemlerinin parasal değerleri konusunda öngöründe bulunmuş, dünyadaki e-ticaret işlem hacminin 2004 yılında toplam (işletmeler arası ve işletme ile tüketici arası satışlar) 6.8 trilyon dolara yükseleceği tahmininde bulunmuş, ABD'deki e-ticaretin gelişme trendi karşısında ABD'ye ilişkin tahminini 2003 yılında revize etmek durumunda kalmıştır (Forrester, 2001, Glreach, 2004, Rosenbaum, 2007).

Forrester Research Inc, 2003 yılında ABD perakende e-ticaret hacminin 2008 yılında 230 milyar dolar seviyesine ulaşacağını ve hedef yılda perakende e-ticaretin toplam ABD perakende satışları içindeki payının % 10 olacağını öngörmüştür (Forrester, 2003, Johnson, 2004).

Şekil 1. ABD’de Perakende E-Ticaret İşlem Hacmi, 2003 - 2008 (Milyar Dolar)



Kaynak :Johnson, 2004

Forrester araştırma şirketinin revize edilmiş projeksiyonu’na göre yeni artış hızı, 1997-2002 aralığında meydana gelen artışa kıyasla yavaşlayacaktır. Forrester, iki kilit trendin artış oranlarını etkilediğini fark etmiştir. Bunlar; gelişen ve olgunlaşan online müşteri tabanı ile perakende satış gerçekleştiren web sitelerinin gelişme trendidir. Online tüketiciler açısından internet erişiminin kalitesi ve rahatlık ön plana çıkarken, online satıcılar ticari zekalarını artırma peşinde koşmaktadırlar (Koegel, 2003). Yayınlanan verilere göre (comScore Networks), ABD perakende online satışlar, 2005 yılında 82.3 milyar dolar, 2006 yılında 102.1 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir (Burns, 2007)

ABD’de işletmeler arası (B2B) e-ticaret işlemlerinin 2000 yılında 336 milyar dolar olarak gerçekleşmesi beklenirken, aynı yıl araştırma şirketleri (Jupiter Communications) ABD kaynaklı B2B işlemlerinin 2005 yılında 6 trilyon dolara çıkacağını öngörmüşlerdir (Dembeck, 2000). Araştırma şirketleri (International Data Corporations), işletmeler arası (B2B) e-ticaret işlemlerinin 2008 yılında ABD’de 650 milyar dolara, tüm dünyada 1 trilyon dolara çıkacağını öngörmüşlerdir (Harris, 2006).

ABD’de toplam perakende e-ticaret, 2005 yılı sonunda 83 milyar dolar seviyesinde gerçekleşmiştir. Bu satışlar içinde giyim ve aksesuar % 41 ile ilk sırada, bilgisayar yazılımı % 37 ile ikinci sırada yer almaktadır. (Internetworldstats, 2006). ABD’de perakende e-ticaretin 2012 yılında 1 trilyon doları aşacağı öngörülmektedir (Allbusiness, 2006).

Emarketer (2007), araştırma şirketinin, sadece perakende (B2C -İşletmeden Tüketicie) e-ticaret konusunda Asya Pasifik Bölgesi için yaptığı araştırma sonuçları şu şekildedir; Çin, Hindistan, Japonya ve G.Kore’nin toplam perakende e-ticaret

hacminin 2006-2010 aralığında 51 milyar dolardan, 115 milyar dolara çıkması beklenmektedir, Çin'de perakende e-ticaret hacminin, 2006-2010 aralığında 2.5 milyar dolardan 18 milyar dolara çıkması beklenmektedir, 2006-2010 aralığında Çin perakende e-ticaret hacminde % 64 artış beklenmektedir.

2005 Yılında Çin internet kullanıcılarının % 73'ü internet üzerinden alışveriş yapmışlardır. İnternet üzerinden gerçekleştirilen ticari işlemlerin tutarı 2004 yılına göre % 158 oranında artış göstermiş ve 350 milyar dolardan 553.1 milyar dolara yükselmiştir (Internetworldstats, 2006).

Yine Emarketer araştırma şirketinin verilerine göre Kanada perakende (B2C) e-ticaret işlemlerinin parasal değeri 2006 yılında 6.2 milyar Amerikan Doları olarak gerçekleşmiş, bu değer 2009 yılında 16 milyar dolara yükseleceği tahmin edilmektedir (Emarketer, 2006)

Denningesolutions, (2006) araştırma şirketinin bilgi iletişim teknolojilerine ilişkin bazı ilginç verileri şu şekildedir; İnternet kullanımı, 2000 yılından beri % 200 oranında artış kaydetmiştir. 18 Eylül 2006 itibariyle tüm dünyada internet kullanıcı sayısı 1.08 milyar olarak tahmin edilmiştir. Her saniye 2 milyon e-mail gönderilmektedir. eBay sitesi 203 milyon kayıtlı üyeye sahiptir. Bunların 78 milyonu aktif durumdadır. PayPal elektronik ödeme sistemi aracılığıyla 114 milyon kayıtlı üye elektronik ödeme gerçekleştirmiştir. 2006 son üç aylık dönemde PayPal aracılığıyla 9 milyar dolarlık işlem (ödeme) gerçekleştirilmiştir. 2006 Son üç aylık periyotta yaklaşık olarak 26.3 milyar dolarlık perakende e-ticaret işlemi gerçekleştirilmiştir.

2006 Yılında nihai kullanıcıların bilgi teknolojileri için gerçekleştirdiği harcamaların parasal değeri 1.16 Trilyon dolar olarak tahmin edilmiştir. 2010 Yılında bilgisayar yazılımları için harcanacak tutarın 327 milyar dolar, bilgisayar donanımları için harcanacak tutarın 562 milyar dolar ve bilgi teknolojisi hizmetleri için harcanacak tutarın 587 milyar dolar olarak gerçekleşeceği beklenmektedir (IDC, 2007).

E-ticaretin rakamsal gelişiminin ifadesi olarak yukarıda zikredilen bilgiler, bu konuda bir bilgi kirliliği olduğu veya araştırma sonuçlarının güvenilir olmadığı yargısıyla değil, bu ticaret şeklinin mahiyetinden kaynaklanan ölçme probleminin vurgulanması amacıyla aktarılmıştır. Muhakkak ki, adı geçen araştırma şirketleri,

belli metodolojilerle araştırma yapan, konularında tecrübeli insan gücüne ve teknolojik altyapıya sahip kuruluşlardır. Çalışmamızın ana temasını teşkil etmemekle birlikte bu konuda söylenebilecek bir diğer husus; 2003 yılından önceki öngörülerin, tüketici davranışlarını ve bilgi iletişim altyapısındaki küresel gelişmeleri kısmen göz ardı ederek, 1997-2002 aralığında izlenen trendin devam edeceği varsayımına dayanmakta olduğudur. Kaldı ki, sayısal verilere ilişkin sonuçlar birbirlerine çok yakın olmasalar bile bir kıyas olarak, Ülkemiz GSMH'sı 2006 yıl sonu gerçekleşme tahmininin 389.7 Milyar Dolar olduğu (T.C.Maliye Bakanlığı Yıllık Ekonomik Rapor 2006) dikkate alındığında, araştırma şirketlerinin bahsettiği tutarların ana konumuz (vergi kayıp ve kaçakları) açısından küçümsenecek seviyelerde olmadığı çok açıktır.

Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı, "2004 E-Ticaret ve Gelişim Raporu" ve "2005 Bilgi Ekonomisi Raporu"nda, özellikle gelişmekte olan ülkelerden elde edilebilen bilgi iletişim teknolojilerine ve e-ticaretin parasal değerine ilişkin verilerin sınırlı, ayrıntılı göstergeleri içermeyen ve uluslar arası seviyede kıyaslanabilir nitelikte olmadığını, bu durumun bilgi iletişim teknolojilerinin ve e-ticaretin gelişme ve büyüme üzerindeki etkilerinin araştırılmasına engel teşkil ettiğini vurgulamıştır (UNCTAD,2004: 40; UNCTAD, 2005: 17).

E-Ticaretin tanımı ve kapsamı kısmında kısaca belirtildiği gibi, OECD, e-ticaretin sosyo-ekonomik etkilerinin ölçülebilmesi için e-ticaret işlemlerinin sayılarla ifade edilebilmesinin önemini vurgulamış, neyin ölçülmesi gerektiği sorusundan hareketle, karar vericilerin ve e-ticaret sektörünün bu konuda neler olup bittiğini bilmesinin stratejik planlama açısından hayati önem arzettiğini açıklamıştır. OECD, aşağıdaki konularda acil bilgi ihtiyacının ortaya çıktığını görmüştür (OECD,1999: 6);

-Ortak bir tanım ve ölçüm temeline dayalı, uluslar arası düzeyde mukayese edilebilen e-ticaret istatistikleri ve

-Ölçülebilen e-ticaret verileri ile topluma, ülkelere, sektörlere göre farklı dağılım gösteren ekonomideki köklü değişiklikleri de kapsayan sektörel analiz.

OECD'nin ortaya çıkan bilgi ihtiyacını karşılamak üzere üye ülkeler ve Eurostat (Avrupa Birliği İstatistik Ofisi) ile birlikte sürdürdüğü çalışmalar olumlu sonuçlar vermiş, OECD, 2001 yılında öncelikle e-ticaretin ölçülmesinin metodolojisi ile ana esaslarını geliştirmiş, ülkeleri de temel verilerin toplanması konusunda cesaretlendirmiştir (Colecchia, 2001: 2). OECD'nin ve bazı ülkelere ait ulusal

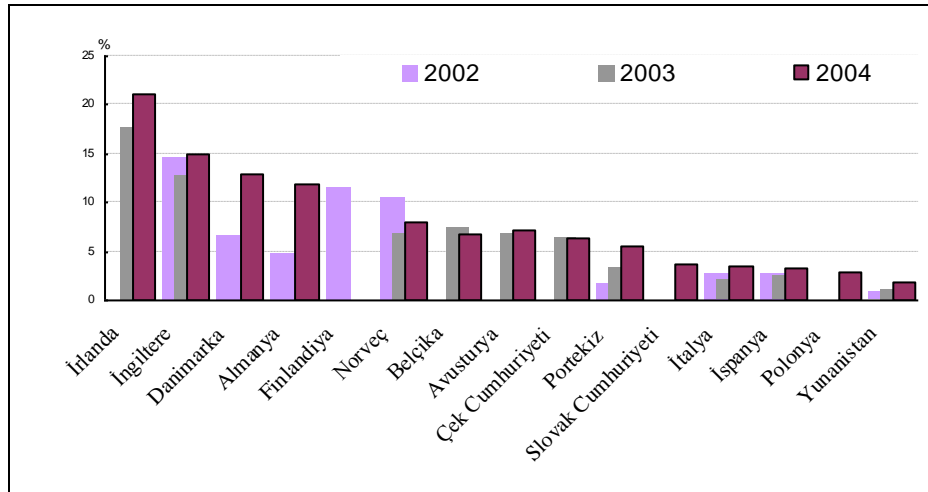
kurumların, e-ticaret işlemlerine ilişkin yayınladığı son istatistikler ve rakamsal ifadeler aşağıda verilmiştir.

Tablo 2. E-Ticaret İşlem Hacminin*, Toplam Satışlar** İçindeki Payı (%)

	2002	2003	2004
İrlanda		17,6	21,0
İngiltere	14,5	12,8	14,9
Danimarka	6,6		12,9
Almanya	4,7		11,8
Finlandiya	11,5		
Norveç	10,4	6,7	8,0
Belçika		7,4	6,7
Avusturya		6,7	7,3
Çek Cumhuriyeti		6,3	6,4
Portekiz	1,6	3,3	5,4
Slovak Cumhuriyeti			3,8
İtalya	2,6	2,0	3,5
İspanya	2,6	2,4	3,3
Polonya			3,0
Yunanistan	0,8	1,0	1,8

Kaynak : OECD Science, Technology and Industry: Scoreboard 2005

Şekil 2. E-Ticaret İşlem Hacminin Toplam Satışlar İçindeki Payı-Ülkelere göre.



Kaynak : OECD Science, Technology and Industry: Scoreboard 2005

*E-Ticaret İşlemleri: İnternet ve Diğer Ağlar Üzerinden Yapılan KDV Hariç E-Ticaret İşlemlerini, **Toplam Satışlar: İmalat, Toptan, Perakende, Otel, Restoran, Ulaştırma, Haberleşme, Gayrimenkul, Kiralama ve Ticari Faaliyetleri ifade etmektedir.

Tabloda görüldüğü gibi, 2002-2004 aralığında e-ticaret işlem hacmi, Almanya'da önemli bir sıçrama gerçekleştirmişken, İngiltere'de yatay bir seyir izlemekte, Norveç'te ise ilginç bir şekilde düşüş kaydetmiştir.

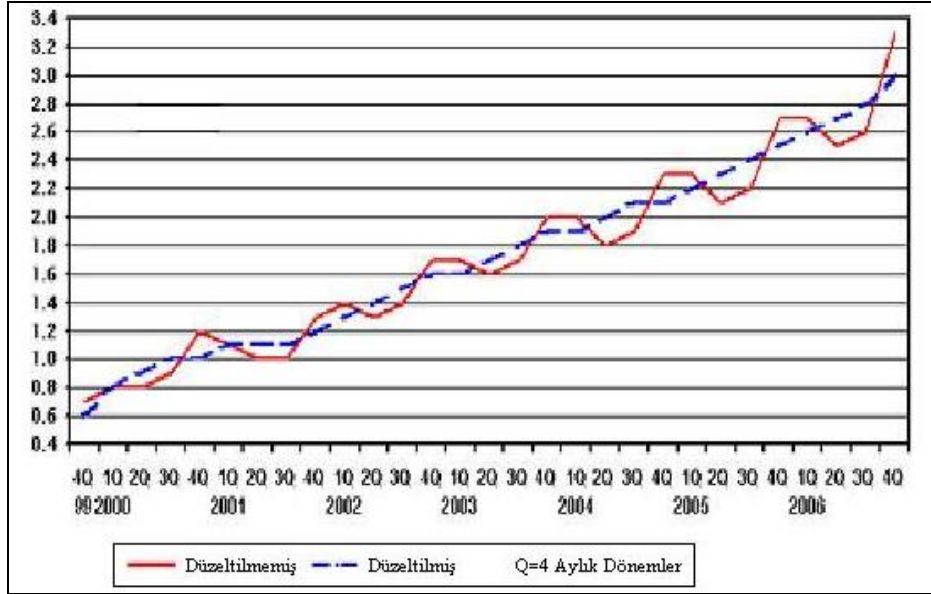
Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı'nın "2004 E-Ticaret ve Gelişme Raporu" na göre, 2003 sonu itibarıyla yaklaşık 676 milyon kişi (Dünya nüfusunun % 11.8'i) internete erişmiştir. Bu, 2002 sonuna göre % 7.8 nispetinde bir artışı ifade etmektedir. 2000-2003 Aralığında gelişmekte olan ülkelerde internet kullanımını % 50 nispetinde artmış, bu artışın % 61.52'si Çin, G.Kore, Hindistan, Brezilya ve Meksika tarafından gerçekleştirilmiştir. ABD ve AB'den elde edilen verilere göre, online işlemlerin parasal değerindeki artış, işletmelerin internet kullanımını artış hızından geride kalmıştır. ABD'de 2002 yılında gerçekleşen toplam e-ticaret işlemlerinin (1,16 Trilyon Dolar) % 93'ü B2B (işletmeler arası işlemler) işlemlerden kaynaklanmıştır. Tüm işletmeler arası ticari işlemlerin % 16,28'i e-ticaret olarak gerçekleşmiş, B2B işlemlerin yıllık artış hızı % 6,1 olarak hesaplanmıştır. 2004 Yılı ilk üç ayında (ilk çeyrek) gerçekleşen B2C (İşletmeden tüketiciye perakende) satışların, tüm perakende satışlar içerisindeki payı % 1,9 olarak hesaplanmıştır. Bu periyotta B2C işlemler % 28,1 oranında artarken aynı dönem içinde toplam perakende satışlar sadece % 8,8 nispetinde artmıştır. Avrupa Birliği'ndeki internet üzerinden toplam satışlar 2001 yılında 86 milyar dolar olarak hesaplanmış, EDI ve diğer internet dışı e-ticaret işlemleri, internet üzerinden gerçekleşen satışların dört katı olarak gerçekleşmiştir. AB'de internet ve diğer e-ticaret araçlarıyla gerçekleşen toplam e-ticaret işlemlerinin parasal değeri 2001 yılında 430 milyar dolar seviyesine ulaşmıştır (UNCTAD, 2004: 17-18-41).

Eurostat (2007) verilerine göre Avrupa Birliği (15 ülkeli) ülkelerinin sadece internet üzerinden gerçekleştirdiği e-ticaret işlem hacminin, tüm sektörler işlem hacmi içerisindeki payı; 2002 yılında % 0.9, 2003 yılında % 1.1, 2004 yılında % 2.2, 2005 yılında 2.8 ve 2006 yılında % 4.1 olarak gerçekleşmiştir. 2006 Yılında Avrupa Birliği KOBİ'lerinin (50-249 arası işçi istihdam eden Küçük ve Orta Boy İşletmeler) % 23'ü, açık veya kapalı ağlar üzerinden e-ticaret gerçekleştirmiştir.

E-ticaret işlemlerinde ve bilgi iletişim teknolojileri kullanımında, kısaca dijital ekonomi konusunda Dünya'da aslan payına sahip ABD sektörün liderliğini elinde bulundurmaktadır. Önceki bölümlerde belirtildiği gibi, ABD'de e-ticaret

kavramı, sadece online (internet, intranet ve EDI) işlemleri kapsadığından dar anlamda kullanılmakta, dolayısıyla sadece interaktif dijital bir ağ üzerinden mal ve hizmetlerin değiş tokuşunu ifade etmektedir (Rosenbaum, 2007).

Şekil 3. ABD’de Perakende E-Ticaretin, Toplam Perakende Satışlara Oranı (%)
(1999 4.Çeyrek–2006 4.Çeyrek Dönemi Tahmini Oranlar)



Kaynak: Census Bureau Stats, 2007

A.B.D. Ticaret Departmanı Sayım Bürosu (Census Bureau, 2007), elektronik ticaret perakende satışları toplamı düzeltilmiş tahmini değerini 2006 yılının son çeyreği için 29.3 milyar dolar olarak açıklamıştır. 2006 yılının üçüncü çeyreği ile dördüncü (son) çeyreği aralığında gerçekleşen artış hızı % 6.3 tür. 2006 Yılıının son çeyreği için açıklanan tahmini toplam perakende satışlar tutarı ise 990.8 milyar dolardır. 2006 Yılıının üçüncü çeyreği ile dördüncü çeyreği aralığında toplam perakende satışların % 0.2 nispetinde azalış kaydettiği tahmin edilmiştir. 2005 Yılıının son çeyreği ile 2006 yılının son çeyreği aralığında elektronik ticaretin artış hızı % 24.6 dır. Oysa, aynı dönemde toplam perakende satışlar % 4.6 nispetinde artmıştır. 2006 Yılıının son çeyreğinde elektronik ticaretin toplam satışlar içindeki payı % 3 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 3. ABD’de İnternet Kullanımı ve Nüfusa Oranı

YIL	Nüfus	İnternetKullanıcıları	Nüfusa Oranı (%)
2000	281,421,906	124,000,000	44.1
2001	285,317,559	142,823,008	50.0
2002	288,368,698	167,196,688	58.0
2003	290,809,777	172,250,000	59.2
2004	293,271,500	201,661,159	68.8
2005	299,093,237	203,824,428	68.1

Kaynak : Internetworldstats (b), 2007

Gerhards (2006)’ın Avrupa Komisyonu adına hazırladığı raporda; Avrupa’daki firmaların % 19’unun tedariklerini e-ticaret vasıtasıyla yaptıkları, 2005 sonu itibariyle internet üzerinden gerçekleştirilen ticaretin (B2B ve B2C) 1 Trilyon Euro’yu aştığı, tek başına B2B işlemlerinin 1 Trilyon Euro’ya ulaştığı ve B2B pazarının 2009 sonunda 2.3 Trilyon Euro’ya ulaşacağı beklediği belirtilmektedir.

İngiltere Ulusal Denetim Ofisi’ne (NAO) göre, 2005 yılında 22 milyon Britanyalı online alışveriş yapmıştır. İngiltere’de perakende e-ticaret 2002 yılında 6.4 milyar sterlin’den, 2004 yılında 18.1 milyar sterlin’e yükselmiş, 2010 yılında da yaklaşık 60 milyar sterlin olarak gerçekleşmesi beklenmektedir (NAO, 2006: 4).

Kanada Ulusal İstatistik Ajansı, Statcan (2005) ‘in yayınladığı aşağıdaki tabloya göre, Kanada’da internet üzerinden gerçekleştirilen satışların toplam değeri 2004 yılında 28,3 Milyar ABD Dolarına ulaşmıştır. 2004 Yılında özel sektör e-ticaret işlemlerinin yaklaşık % 75’i’ne tekabül eden 19,8 Milyar ABD Doları, B2B (işletmeler arası satışlar) satışlardan oluşmaktadır.

Tablo 4. Kanada’da İnternet Üzerinden Gerçekleştirilen Satışların Parasal Değeri

	2000	2001	2002	2003	2004
	Milyon ABD Doları				
Özel Sektör	5 549.8	6 336.6	10 815.3	18 164.4	26 438.0
Kamu Sektörü	111.2	180.3	263.6	756.5	1 881.5
Toplam	5 661.0	6 516.9	11 078.9	18 920.9	28 319.5

Kaynak : Statcan, 2005

IDA (Infocomm Development Authority) Singapore (2005), verilerine göre Singapur'da bütün işletmelerin bilgi teknolojilerini kullanma oranı % 77, internet kullanma oranı % 71, web sitesi olanların oranı % 37 dir. Bu şirketlerin % 50'si bankacılık ve diğer finansal hizmetlerini internet üzerinden yürütmektedir.

Singapur'da e-ticaretten (tamamına yakını işletmeden işletmeye satışlar) elde edilen gelir 1999 yılında 22.03 milyar dolar iken 2000 yılında büyük bir sıçramayla 51.1 milyar dolara yükselmiştir (Linuxinsider, 2001).

Tablo 5. Dünyada İnternet Kullanımı ve Nüfusa Oranı

Bölgeler	Nüfus (2007 Tahmini)	İnternet Kullanımı (Son Veriler)	Kullanıcıların Nüfusa Oranı (%)	Kullanımda Artış (%) 2000-2007
Afrika	933,448,292	33,334,800	3.6	638.4
Asya	3,712,527,624	398,709,065	10.7	248.8
Avrupa	809,624,686	314,792,225	38.9	199.5
Ortadoğu	193,452,727	19,424,700	10.0	491.4
Kuzey Amerika	334,538,018	233,188,086	69.7	115.7
Latin Amerika ve Karibler	556,606,627	96,386,009	17.3	433.4
Okyanusya ve Avustralya	34,468,443	18,439,541	53.5	142.0
DÜNYA TOPLAMI	6,574,666,417	1,114,274,426	16.9	208.7

Kaynak : Internetworldstats (a), 2007

Nüfusunun % 69,7'si internet kullanmakta olan Kuzey Amerika Bölgesinde kullanıcıların artışı (2000-2007) % 115,7 iken, nüfusunun % 3,6'sı internet kulacısı olan Afrika Bölgesinde artış aynı dönemde % 638,4 olarak hesaplanmıştır.

1995 Yılında 45 milyon olan dünya genelindeki internet kullanıcı sayısı, 2000 yılında 420 milyona çıkmış, 2005 yılında 1 milyarı aşmıştır. Bu sayının da 2011 yılında 2 milyara ulaşacağı tahmin edilmektedir. Mevcut ve gelecekteki artış çoğunlukla Çin, Hindistan, Brezilya, Rusya ve Endonezya gibi kalabalık nüfusa sahip ülkelerde beklenmektedir. Önümüzdeki on yılda bilgisayarlı internet kullanımına, akıllı telefonlar (Smartphone) ve cep telefonları da eklenecek ve bu cihazlarla da pek çok kişi internete erişebilecektir. Gelişmekte olan ülkelerdeki yeni internet kullanıcılarının çoğu erişimde cep telefonu ve akıllı telefon kullanmaktadır. 2005 sonu itibariyle ABD 200 milyonu aşan internet kullanıcısıyla dünyada ilk sırayı almaya devam etmektedir (CIA Inc, 2006).

1.4.2. E-Ticaretin Türkiye’de Gelişimi

Türkiye'nin gerçek anlamda internete bağlanması 1993 yılında olmuştur. Bu ilk bağlantıdan sonra internete bağlı bilgisayar ve kullanıcı sayısında çok kısa süre içinde dünyadaki büyüme oranının bile üstünde gerçekleşen önemli artışlar gözlenmiştir (Ulakbim, 2007). Türk toplumunun internetle tanışması çok eskiye dayanmamasına karşılık, internet kullanımını için gerekli olan teknolojik altyapının sürekli gelişmesiyle, internet kullanımını ülkemizde de her alanda büyük bir hızla yaygınlaştırmaktadır. Özellikle 1999 yılından itibaren internet kullanıcılarının sayısındaki hızlı artış, Türkiye'deki şirketleri de internet ortamına girmeye zorlamıştır. Bankalararası Kart Merkezi (BKM, 2007)'ne göre dünyada büyük gelişmeler gösteren elektronik ticaret, Türkiye’de ilk kez 1999 yılında uygulanmaya başlanmıştır.

Türkiye'deki elektronik ticaret uygulamaları işletmeden son kullanıcılara (Business to Consumer - B2C) satış biçimiyle gerçekleşmektedir. Ancak dünyadaki mevcut uygulamalardan da anlaşılacağı gibi işletmeden işletmeye satış elektronik ticaret hacminin büyük kısmını oluşturmaktadır (Garanti Bankası, 2007). 2003 yılı sonu itibarıyla Türkiye'de elektronik ortamda 6 milyon civarında kişi alışveriş yaparken sektörün büyüklüğü de 200 milyon dolar seviyesindedir (Dünya Gazetesi, 2004).

2005 yılı sonu itibarıyla Türkiye’de perakendecilik pazarı 70-90 milyar dolar olarak tahmin edilmekte, sektör büyümesi % 25-30 olarak öngörülmektedir (Bozgeyik, 2006: 79). Bir kıyaslama yapmak gerekirse ABD’de (Census Bureau, 2007), 2006 yılının son çeyreği için açıklanan tahmini toplam perakende satışlar tutarı 990.8 milyar dolar olup, 2005 yılının son çeyreği ile 2006 yılının son çeyreği aralığında toplam perakende satışlar % 4.6 nispetinde artmıştır. Aynı periyotta elektronik ticaretin artış hızı % 24.6 dır. 2006 Yılıının son çeyreğinde elektronik ticaretin toplam perakende satışlar içindeki payı % 3 olarak hesaplanmıştır.

E-ticaretin işlem hacminin artması ve bütün alanlarda uygulanabilir olması, internetin yaygınlaşmasıyla paralellik göstermektedir. Türkiye’de, 1999 yılında ivme kazanmaya başlayan e-ticaret işlem hacminin tatminkar artış hızına karşılık, ABD ve AB ülkeleri ile kıyaslandığında hala düşük seviyelerde seyretmektedir. Türkiye’de

bilgisayar sahipliği ve internete erişim oranının adı geçen ülkelere nazaran düşük seviyede olmasının yanı sıra, e-ticaret ile ilişkilendirilen güvenlik problemi de gelişmenin önündeki engel olarak zikredilmektedir. İnsanlar internetle ilgili finans konularında, başkaları tarafından buna ulaşamayacağından emin olmadıkları sürece kolay kolay kişisel bilgilerini vermek istememektedirler (Emir, 2006: 84-86).

İşletmeden işletmeye satışların (B2B), küresel ölçekte e-ticaretin önemli bir payını oluşturduğu dikkate alındığında Türkiye’de de büyük şirketlerden başlamak üzere birçok kuruluşun tedarikçileri ve bayileri arasındaki işlemleri internete taşımaları ve işletmeler arası e-ticaretin yaygınlaşması beklenmektedir. Dünya Ekonomik Forumu’nun yayınladığı “Networked Readiness Index” e göre 2006-2007 arası değişim bazında (toplam 122 ülke) Danimarka 5,71 puanla ilk sırada yer almaktayken, Türkiye 3,86 puanla 52. sırada yer almaktadır (Weforum, 2007).

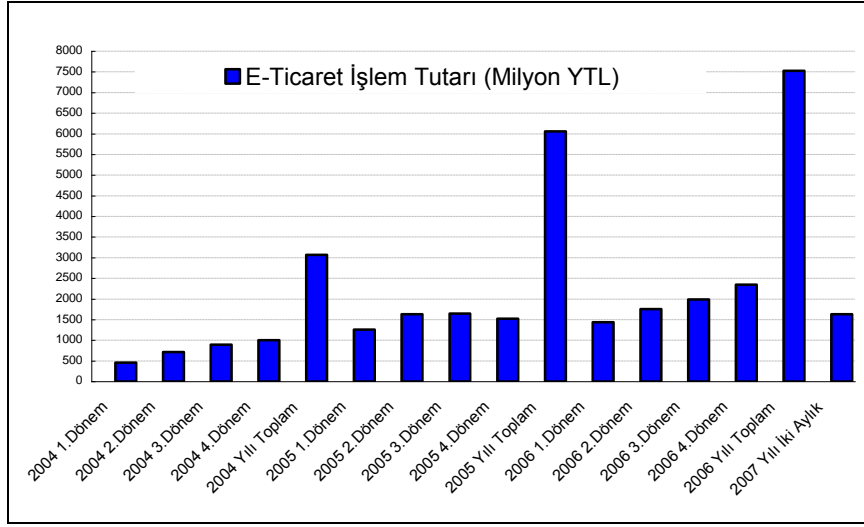
Türkiye’de firmalar pazarlama, reklam, satış faaliyetlerini elektronik ortamda gerçekleştirmek amacıyla web siteleri kurmakta, e-ticareti geleceğin işi olarak değerlendirmektedirler. Günümüzde bankacılık faaliyetlerinin pek çoğu internet üzerinden yapılabilmektedir. Lojistik şirketleri sanal mağazaların ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik düzenlemelere başlamışlardır.

Tablo 6. Türkiye’de Mektupla/Telefonla Sipariş ve E-Ticaret İşlemleri

	İşlem Tutarı (Milyon YTL)
2004 1.Dönem	457,3
2004 2.Dönem	716,8
2004 3.Dönem	894,0
2004 4.Dönem	999,1
2004 Yılı Toplam	3 067,26
2005 1.Dönem	1 258,6
2005 2.Dönem	1 631,1
2005 3.Dönem	1 645,0
2005 4.Dönem	1 525,0
2005 Yılı Toplam	6 059,8
2006 1.Dönem	1 438,3
2006 2.Dönem	1 753,1
2006 3.Dönem	1 988,5
2006 4.Dönem	2 345,0
2006 Yılı Toplam	7 525,0
2007 Yılı İki Aylık	1 632,1

Kaynak : BKM, 2007 verilerinden hareketle uyarlanmıştır

Şekil 4. Türkiye’de Mektupla/Telefonla Sipariş ve E-Ticaret İşlemleri



Kaynak : BKM, 2007 verilerinden hareketle uyarlanmıştır

*Mektupla/Telefonla Sipariş: Kredi kartının fiziksel olarak bulunmadığı ortamda, mektup ile sipariş, telefon veya internet aracılığı ile yapılan kredi kartıyla alışveriş işlemidir. **Elektronik Ticaret : Her türlü malın ve servisin bilgisayar teknolojisi, elektronik iletişim kanalları ve ilgili teknolojiler (akıllı kart-smart card, elektronik fon transferi-EFT, POS terminalleri, faks gibi) kullanılarak satılması ve/veya satın alınmasıdır.

BKM'nin e-ticaret olarak değerlendirdiği işlemlerin toplam parasal değerinin istikrarlı bir şekilde artış kaydettiği, 2006 yılı sonu itibariyle 7 525 Milyon YTL'ye ulaştığı görülmektedir. Yine BKM (2007) verilerine göre, 2006 yılı sonu itibariyle sanal pos* ile yapılan e-ticaret işlemlerinin toplamı 2 413 Milyon YTL, sanal kart** ile yapılan e-ticaret işlemlerinin toplamı 55 Milyon YTL dir.

*Sanal POS :Bankalar tarafından işyerlerine sağlanan ve internet üzerinden kredi kartı aracılığı ile tahsilat yapılmasını sağlayan yazılımdır. **Sanal Kart :Fiziksel olarak mevcut olan veya olmayan ve kart sahibi tarafından içerisine para aktarılmak suretiyle kullanılabilen kredi kartıdır.

2004 yılının ilk çeyreğinde Türkiye'deki Visa kart sahiplerinin yurtdışındaki alışveriş siteleri üzerinden gerçekleştirdikleri alışveriş hacmi 1 milyon YTL'yi aşmıştır. Visa Avrupa tarafından yayınlanan 2004 ilk üç aylık dönemine ait Visa kartları ile gerçekleşen e-Harcama raporuna göre, alışveriş hacminde bir önceki yıla oranla yüzde 119 oranında bir artış kaydedilmiştir. 2004 yılının ilk çeyreğinde Visa Avrupa'ya dahil olan kart sahiplerinin internet siteleri üzerinden yaptıkları harcama

tutarı 5.1 Milyar Euro olarak gerçekleşirken, toplam perakende harcamalar % 96 oranında artmıştır. İnternet üzerinden gerçekleştirilen toplam hizmet harcamalarında % 106'ya ulaşan bir artış gözlenirken, 2004 yılının ilk çeyreğinde en fazla artış gözlenen sektör % 170 oranı ile turizm ve eğlence sektörü olmuştur (Visa, 2007).

Türkiye'de MasterCard kredi kartı kullanıcılarının yabancı internet siteleri üzerinden 2006 yılında gerçekleştirdiği işlem adedi 2005 yılına göre % 20.4'lük, işlem tutarı ise % 46.8'lik artış göstermiştir. MasterCard kredi kartı sahiplerinin yurt dışındaki internet sitelerinden en çok alışveriş yaptığı ilk on ülke arasında Amerika, İngiltere, Almanya, Singapur, İsrail, Kanada, Avusturya, Hong Kong, Belçika ve İrlanda bulunmaktadır. MasterCard sahipleri, yurt dışındaki kitap/CD gibi ürünler satan web sitelerinden 2006 yılında 3.6 milyon dolarlık kitap ve CD, 636 bin dolarlık giyim, 433 bin dolarlık oyuncak ve 424 bin dolarlık kozmetik alışverişini gerçekleştirmiştir (BT Dünyası, 2007).

Son üç aylık dönem itibariyle, internet bankacılığı hizmeti kullanılarak yapılan yatırım işlemleri dışındaki finansal işlemlerin toplam adedi 39.821 bin, tutarı ise 105.234 milyon YTL olmuştur. EFT, havale ve döviz transferi işlemlerini kapsayan para transferleri işlemleri finansal işlem hacminin yüzde 86'sını oluşturmuştur. Ekim-Aralık 2006 döneminde internet bankacılığı ile gerçekleştirilen 8.832 bin adet yatırım işleminin hacmi 36.004 milyon YTL olmuştur. Temmuz-Eylül 2006 dönemine göre işlem hacminde 372 bin adet ve 6.131 milyon YTL tutarında bir azalma gerçekleşmiştir. Son çeyrekte gerçekleştirilen yatırım işlemleri hacminde birinci sırayı 12.810 milyon YTL'lik tutar (3.374 bin adet işlem) ile yatırım fonları almıştır. Bunu hisse senedi işlemleri, döviz işlemleri ve repo işlemleri izlemiştir.

Tablo 7. Türkiyede İnternet Bankacılığı

	Haziran 2006		Eylül 2006		Aralık 2006	
	İşlem Adedi (Bin)	İşlem Hacmi (Milyon YTL)	İşlem Adedi (Bin)	İşlem Hacmi (Milyon YTL)	İşlem Adedi (Bin)	İşlem Hacmi (Milyon YTL)
Para transferleri	24.372	93.996	24.466	97.260	24.300	90.935
Ödemeler	8.535	1.584	9.441	1.886	10.232	1.921
Kredi kartı işlemleri	3.891	2.386	4.135	2.514	4.058	4.819
Diğer finansal işlemleri	916	5.760	857	6.079	1.231	7.559
Toplam	37.714	103.726	38.898	107.739	39.821	105.234

Kaynak: TBB (Türkiye Bankalar Birliği, 2007)

Tablo 8. Türkiye İle Birlikte Bazı Avrupa Ülkelerinde İnternet Kullanımı (Mart 2007)

Ülkeler	Nüfus 2007 Tahmini	İnternet Kullanıcıları Mart 2007	İnternet Kullanıcısı Nüfusa Oranı (%)	İnternet Kullanımında Gelişme (2000-2007) (%)
Bulgaristan	7,673,215	2,200,000	28.7	411.6
Fransa	61,350,009	30,837,595	50.3	262.8
Almanya	82,509,367	50,471,212	61.2	110.3
Yunanistan	11,338,624	3,800,000	33.5	280.0
İtalya	59,546,696	30,763,940	51.7	133.1
Polonya	38,109,499	11,400,000	29.9	307.1
Portekiz	10,539,564	7,782,760	73.8	211.3
Romanya	21,154,226	4,940,000	23.4	517.5
Rusya	143,406,042	23,700,000	16.5	664.5
İspanya	45,003,663	19,765,032	43.9	266.8
İsveç	9,107,795	6,890,000	75.6	70.2
İsviçre	7,523,024	5,097,822	67.8	138.9
Türkiye	75,863,600	16,000,000	21.1	700.0
Ukrayna	45,833,977	5,278,100	11.5	2,539.1
İngiltere	60,363,602	37,600,000	62.3	144.2
Avrupa Toplamı	809,624,686	314,792,225	38.9	199.5

Kaynak : İnternetworldstats, 2007

CIA, World Fact Book 2007 göre Türkiye’de internet abone sayısı 1.31 milyon kişi (2006 itibariyle), internet kullanıcısı sayısı ise 16 milyon kişidir (2005 itibariyle).

Ülkemizde ziyaret edilen site gruplarıyla ilgili bir araştırmaya göre (Türkiye İnternet Raporu 2005), “Chat” denilen sohbet odalarının % 55 ile ağırlıklı paya sahip olması, oyun sitelerinin % 27 ile ikinci sırada yer alması, alış veriş sitelerinin % 13

ve gazete okuma amaçlı internet kullanımının % 3'lük pay alması ortaya ilginç bir internet kullanıcı profili koymaktadır (Mestçi, 2006: 3).

DPT , Bilgi Toplumu Stratejisi 2006-2010 Raporunda 2010 Yılı Hedeflerine ilişkin bilgiler aşağıdaki tabloda özetlenmiştir.

Tablo 9. 2010 Yılı Hedefleri-Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin İş Dünyasına Nüfuzu

Temel Göstergeler *	Mevcut Durum (%)	Hedef (%)
Elektronik kanallardan sunulan kamu hizmetlerinden yararlanan işletme oranı		
Bilgi alma	-	90
Form indirme	-	80
Çevrimiçi Form Doldurma	-	60
İşlemin tamamlanması	-	30
Bilgisayarı olan işletme oranı	61	95
Genişbant İnternet erişimine sahip işletme oranı	20	70
e-Ticaret satışlarının toplam ciroya oranı	0-3	15
Kurumsal Kaynak Planlaması kullanan işletme oranı	0-3	15
Tedarik Zinciri Yönetimi kullanan işletme oranı	0-1	12
Müşteri İlişkileri Yönetimi kullanan işletme oranı	0-0,5	5

* Küçük, orta ve büyük ölçekli (10 ve daha fazla çalışanı olan) işletmeler için

Kaynak : DPT (2006), Bilgi Toplumu Stratejisi 2006-2010

Tabloda görüldüğü gibi, mevcut durumda KOBİ lerin bilgisayar sahipliği oranı % 61 iken, bu grupta B2G (İşletme ile Devlet arasındaki) işlemler henüz yapılamamaktadır. Sözkonusu işletmelerin e-ticaret satışlarının toplam ciroya oranı mevcut durumda % 0-3 arasında iken, 2010 yılında bu oranın % 15 olacağı öngörülmüştür.

1.5. Elektronik Ticaretin Sosyo Ekonomik Etkileri

Elektronik ticaret, bazı ekonomik faaliyetleri esastan değiştirebilecek ve toplumsal çevreleri kuşatabilecek potansiyele sahiptir (OECD,1999). Bazı yazarlara göre elektronik ticaret, tekerleğin icadı, matbaanın icadı, ya da endüstri devrimi kadar önemli bir dönüşümü simgelemektedir. Elektronik ticaretten kaynaklanan köklü

değişiklikler neredeyse, bireyin sosyal yaşamını ve işletmelerin faaliyetlerini bütün yönleriyle kuşatacak sonuçlar ortaya çıkarmıştır.

Elektronik ticaret, ekonomik kaygılarla üretilmiş, işlenmiş ve aktarılmış tüm sayısal veriler, metinler, sesler ve görsel imajların işlenmesi ve aktarılması temeline dayanmaktadır. Bu alandaki önemli konular arasında tüketicinin korunması, rekabet, finans ve ödeme sistemleri, vergilendirme, fikri, sınai ve ticari mülkiyet hakları, güvenlik, yasal düzenlemeler, uyuşmazlıkların sona erdirilmesi mekanizmaları bulunmakta, buna ilave olarak elektronik ticaretin sosyo ekonomik etkileri de bu kapsamda değerlendirilmektedir (Canpolat, 2001: 11).

Her ne kadar bilgi teknolojileri toplumlar arasındaki eşitsizliği azaltacak potansiyele sahipse de farklı politika ve uygulamalar sonucunda bu eşitsizliğin şiddeti artabilir. Ekonomik büyüme üzerinde ümit vaad eden önemli etkileri nedeniyle e-ticaret pek çok kamu ve özel sektör işletmelerinin gündemine girmiştir. Esasen 1995 yılında sıfır noktasından başlayan e-ticaretin 2003-2005 aralığında 1 trilyon dolarlık işlem hacmine ulaştığı varsayılmaktadır. Diğer taraftan e-ticaret, ekonomilerde şirketlerin yapısı ve fonksiyonları üzerinde kayda değer etkiler meydana getirmiştir. Bu etkiler fiyatlar, işgücü piyasası, ticaretin bileşenleri ve vergi gelirleri üzerinde farklı sonuçlar doğurmuştur (Sharma, 2005: 11).

Genel olarak elektronik ticaretin gelişimiyle birlikte üzerinde tartışılmaya başlanan elektronik ticaretin olumlu ve olumsuz etkileri ilgili taraflar bağlamında irdelenmiştir.

1.5.1. Elektronik Ticaretin Birey ve Toplum Üzerindeki Etkileri

Elektronik ticaretin sağladığı faydaların çoğu, alıcı konumundaki fertlere mümkün olduğunca fazla rahatlık sağlama fikrinden doğmuştur. Dolayısıyla, geniş ürün seçenekleri, daha düşük fiyatlar, isteğe uyarılma, müşteri odaklı hizmetler, bire bir pazarlama, tedarikçi ve paydaşlarla interaktif ilişkiler, tümüyle müşterilerin lehine sağlanan gelişmelerdir. Bir çok ülkede iş kolları, daha az emek yoğun iş modelleri uygulamaya başlamışlardır. Bu da ancak daha uzmanlaşmış iş gücünün istihdam edilmesi sonucunu doğurmaktadır. Ekonomik faaliyetlerin yürütülmesinde internetin kullanımıyla birlikte kalifiye olmayan işgücünün kendini geliştirmesi, daha fazla yetenek ve bilgiyle donatması zorunluluğu doğmuştur. Bunu beceremeyen veya

buna imkan bulamayan iş gücünün hayatta kalabilmek adına suç işlemesi veya marjinal hareketlere katılması söz konusu olmaktadır (Sharma, 2005: 3).

E-Ticaret, yeni esnek iş modellerinin ortaya çıkmasını kolaylaştırmıştır. İşin taşınması, evde çalışma, tele merkezlerde çalışma, uydu ofisleri, zamana bağlı olmaksızın çalışma, internet üzerinden geçici kontratlarla çalışma yeni esnek iş modellerine örnek gösterilebilir. Bu iş modellerinde ortaya çıkması muhtemel problem sosyal tecrittir. İş arkadaşlarından ve toplumdan izole edilmiş fertlerin ortaya çıkması uzak bir ihtimal gibi görünmemektedir (Sharma, 2005: 7). E-Ticaret şehir planlamacılığı bağlamında da kaygılar doğurmuştur. Bir yanda, e-ticaret ve e-iş gibi ağ üzerinden evde çalışmak fiziki kentsel donatılara olan gereksinimi azaltabilir. Diğer yanda bu süreçler zaten tıkalı olan kent merkezlerini etkileyen malların hareketi ve taşınması için daha yoğun bir trafik yaratabilir (ECTP, 2003).

Teknoloji, geniş ölçüde mahremiyetin kaybolması anlamına da gelmektedir. Suistimal edilen özel bilgilerimiz artık sadece bize ait değildir. Yakın takibe alınmış hayatlarımıza neredeyse tabi olmuş durumdayız. Bir çok ülkede sokaklara, iş yerlerine yerleştirilmiş gizli kameralar artık suçla mücadele aracı olarak kabul edilmektedir. Artık bilgisayarlar bir diğeriyle konuşabilmekte, gerekli şekilde programlandıkları hallerde makineler arasında otomatik bilgi değiş tokuşu olabilmektedir. İnternette dolaştığımız siteler, çalışma dosyalarımız, nerede, ne zaman ve ne satın aldığımız, e-maillerimiz, telefon numaramız hatta kredi kartı bilgilerimiz artık sadece bize ait mahrem bilgiler değiller, onlar aynı zamanda bir çok firmanın mal varlığını teşkil eden veri tabanlarının birer parçası konumunda bulunmaktadırlar. Bu da iletişim çağının bir başka yüzü olarak karşımıza çıkmaktadır. Oysa, İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi'(Universal Declaration of Human Rights) ne göre, kişisel mahremiyet temel bir hak olarak kabul edilmiştir. Beyanname'nin 12.maddesinde "Hiç kimse, keyfi olarak kişinin, mahremiyetine, ailesine, evine veya yazışmalarına karışamaz, namus ve şerefine saldırıda bulunamaz. Herkes bu tür müdahalelere karşı kanunların koruması altındadır." denilmektedir (United Nations, 1998).

Kişisel verilerin tanımlanması oldukça geniş ve zor bir meseledir. Kişisel veriler, isim, doğum tarihi, telefon numarası, iş ünvanı gibi doğrudan veya dolaylı olarak bireyle bağlantılı ve onu tanımlayan bilgileri kapsamaktadır. Uluslar arası

ticaretin yaygınlaşması, küreselleşme ve bilgi ekonomisinin ortaya çıkmasıyla birlikte kişisel veriler, internete dayalı servislerin kullanılması sonucu kaçınılmaz olarak sınırlar arasında dolaşabilmektedir (UNCTAD, 2004: 186-192).

Bilgi ve iletişim teknolojileri ve e-ticaretin gelişmesi “dijital bölünme” kavramını da ortaya çıkarmıştır. Dijital bölünme, bilgisayar teknolojilerine ve özellikle internete erişimde eşitliğin olmayışı şeklinde tanımlanabilir. E-ticaret ve bilgi işlem teknolojileri hizmetler, pazar yapılanmaları ve rekabet üzerinde oldukça önemli ölçüde etkiler meydana getirmiştir. Bu etkiler, toplum, iş dünyası, çalışma hayatı ve kamu ile ilgili tüm alanları dönüşüme uğratmaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin e-ticaret için kullanımı, insanlar, işletmeler ve halklar arasındaki ayrımı derinleştirmektedir. E-ticaret bir yandan yeni ekonomik fırsatlar sunarken bir yandan da dijital bölünme yoluyla sosyal bir problem getirmektedir. Dünya nüfusunun üçte ikisinde fazla bir kesimi bilgi ve iletişim teknolojilerine ulaşmaktan mahrum durumdadır. Farklı sosyal ve etnik gruplar arasında gelir ve eğitim seviyesine bağlı olarak dijital teknolojiye adaptasyon konusunda uçurumlar mevcuttur. Keza şirketler için de, firma ölçeği ve teknolojik altyapıya bağlı olarak haksız bir rekabet oluşmaktadır. Bu farklılıkları telafi etmek dolayısıyla da eşit şartlarda rekabet edebilmek, özellikle KOBİ’ler açısından üstesinden gelebilecekleri bir durum değildir. Böylece mağdurlar sanal dünyada tecrit edildiklerini hissetmektedirler. Oysa e-ticaret sınırsız bir dünya vaad etmekteydi. Yoksullukla ve zayıf telekomünikasyon alt yapısıyla engellenmiş gelişmekte olan ülkeler ile gelişmiş ülkeler arasındaki fark giderek açılacaktır, bu olumsuz tablo sürüp gidebilecektir (Sharma, 2005: 4).

E-Ticaretin başlıca aracı olan internet, yüksek öğretimin yaygınlaştırılması ve kolaylaştırılması amacıyla da kullanılmaktadır. Virtual University of Pakistan, Indira Gandhi Open University, Canadian Virtual University ve Michigan Virtual University gibi pek çok yüksek öğretim kurumu internet üzerinden sanal kampusler kurmuş ve üniversite eğitimi vermektedirler. Indira Gandhi Open University, 200 000 USD tutarındaki bütçesiyle 10 000 öğrenciye yüksek öğrenim imkanı sağlamaktadır (UNCTAD, 2004: 23).

1.5.2. Elektronik Ticaretin İşletmeler Üzerindeki Etkileri

E-Ticaret işletmeler ve iş modelleri için emsalsiz avantajlara sahiptir. E-Ticaret, haftanın yedi günü ve günün 24 saati açık bir dükkan, bir showroom veya bir büro olabilmekte, hatta saat dilimleri arasındaki farklılıkları da problem olmaktan çıkarmaktadır. Bir web sitesi, muhtemel bir müşteriyi reklam noktasından satış noktasına herhangi bir araca ihtiyaç duymaksızın direkt olarak getirebilmekte, iş idaresi yöntemlerini yeniden oluşturabilmektedir. Yeni düşünce tarzları, karmaşık ticari faaliyetlere pek çok fayda ve avantaj sağlamıştır. Ekonomiye gerçek etkisi, maliyetler ile fiyatları düşürmesi ve daha verimli iş olanakları sağlamasıdır. Verimliliğin artması, üretim, stok ve tüm girdi maliyetlerinin düşmesi sonucunu beraberinde getirecektir (Sharma, 2005: 4).

Elektronik ticaret teknolojisi, işletmeleri coğrafi yerleşimleri dikkate almadan tedarikçileri ve müşterileriyle bütünleşmeye sevk etmekte, şimdiye kadar kendi ulusal pazarlarıyla sınırlandırılmış ticari faaliyetlerini küresel boyutta sürdürebilme fırsatı tanımaktadır. Şirketlerin organik büyüme esasına dayalı marka yaratma ve piyasa değerlerini artırma faaliyetleri on yıllar sürerken, elektronik ticaretin sağladığı fırsatlardan biri olarak işletmeler artık bu hedeflerine kolayca ulaşabilmektedirler (Abdallah, Murtuza, 2006).

E-ticaret bir çok ürün ve hizmetin bir arada sunulması imkanı sağlamıştır. Pek çok şirket artık bilgi ticaretini, lojistik ve tedarik zinciri yönetimi hizmetlerini bir arada sürdürebilmektedirler. Elektronik ticaret, toptancı ve perakendecilere stok yönetimi konusunda işbirliği imkanı sağlamakta, kişisel ihtiyaçlara ve tercihlere göre uyarlanmış ürün tasarımında ve pazar araştırmalarında büyük kolaylıklar getirmektedir. Tedarik zincirinde aracılardan ortadan kalkması, firmalar açısından gereksiz zaman ve para harcamasının önüne geçmiştir (Sharma, 2005: 4-5).

İşletmeler, müşterileri veya paydaşlarıyla çeşitli kanallar vasıtasıyla iletişim kurarlar. İnternet bunlardan en yeni ve bir çok açıdan en iyi iletişim kanalıdır. İnternet, hızlı, makul ölçüde güvenilir, ucuz ve evrensel ölçüde ulaşılabilir. Neredeyse her işletmeye ve 200 milyondan fazla bir müşteri kitlesine internet aracılığıyla ulaşılabilir. İşletmelerin elektronik ticaret vasıtasıyla; doğrudan pazarlama, satış ve servis, online bankacılık ve faturalandırma, bilginin güvenli

dağıtımını, tedarik zinciri kurma ve kollektif satın alma olmak üzere, faaliyet gösterebilecekleri dört ana saha bulunmaktadır (Vacca, 2002: 5).

1.5.2.1. Doğrudan Pazarlama, Satış ve Servis Üzerindeki Etkiler

E-Ticaret işletmelerin işlem, satış ve reklam maliyetlerinin azaltılmasına, ayrıca işletmelerin yılda 365 gün, haftada 7 gün ve günde 24 saat boyunca küresel pazarlara verimli bir şekilde ulaşmasına yardım etmektedir (Sharma, 2005: 3). Bugün daha fazla web sitesi, elektronik ticaretin diğer çeşitlerinden ziyade doğrudan pazarlama, satış ve servis faaliyetlerine odaklanmıştır. Doğrudan satış, pek çok firma için elektronik ticaretin ilk çeşidi olmuş, daha karmaşık ticari işlemler için ilk adım olduğu ispatlanmıştır (Vacca, 2002: 5).

1.5.2.2. Online Bankacılık ve Faturalandırma Üzerindeki Etkiler

Günümüzde finans ve enformasyon hizmetleri, internet siteleri üzerinden geniş bir yelpazede verilmektedir. Hızlı gelişim gösteren bu siteler büyük rağbet görmektedirler, zira onlar tüketicilere, her ölçekteki işletmelere ve mali kuruluşlara en önemli bilgileri, diğer iletişim yollarına nazaran daha büyük bir rahatlık ve zenginlikle internet üzerinden vermektedirler. Örneğin; müşteriler ve küçük ölçekli işletmeler bankacılık işlemlerini internet üzerinden yaparak, para ve zamandan tasarruf edebilirler. Fatura ödeme, banka hesapları arasında para transferi, hisse senedi alım satımı ve fon idaresi gibi işlemlerin tümü, müşteri ile mali kuruluşlar arasında bağlantı kurularak elektronik ortamda internet üzerinden yapılabilir. Faturalandırma işlemlerini internete dayalı alma-verme sisteminde gerçekleştiren firmalar, önemli ölçüde maliyet tasarrufu sağlamak ve pazarlama avantajlarından yararlanmaktadırlar (Vacca, 2002: 5).

1.5.2.3. Bilginin Güvenli Dağıtımını Üzerindeki Etkiler

Bilgi bugün bir çok işletmenin en kıymetli malvarlığı durumundadır. İşletmeler, internet üzerinden bu bilgi kaynaklarını zenginleştirmek için yeni pazarlara ve yeni bilgilere kolayca ulaşabilmelerine rağmen, bir yandan da malvarlıklarını oluşturan bu bilginin güvenli bir şekilde korunmasını sağlamak

zorunda kalmaktadırlar (Vacca, 2002: 5). Bu amaçla, tıp, hukuk, muhasebe, yatırım projelerinin değerlendirilmesi gibi çeşitli konularda danışmanlık hizmeti veren pek çok web sitesi, gerek abone dışı kullanımları önlemek ve gerekse saldırılara (hacker faaliyetleri) maruz kalmamak için güvenlik yazılımlarına önemli yatırımlar yapmak durumundadırlar.

1.5.2.4. Tedarik Zinciri Kurma ve Kollektif Satın Alma Üzerindeki Etkiler

Elektronik ticaret, işletmelere kolektif satın alma yoluyla, bakım onarım ve diğer işlemler için ihtiyaç duyduğu ürünlerin büyük miktarda ve düşük maliyetle temin edilmesinde muazzam zaman ve maliyet tasarrufu imkanı sağlamaktadır. Bu tür ürünlerin tipik örnekleri kağıt, kalem, mobilya, bilgisayar, gibi büro malzemeleridir. İnternet, kolektif satın alımları emek ve doküman yoğun süreçten self servis sürece dönüştürmektedir. Şirket işçileri araç-gereç siparişini internet üzerinden verebilir, memurlar otomatik olarak işletme politikaları ve kuraları uyarınca satın alma işlemlerini yerine getirebilir, satıcı firmalar da katalog bilgilerini sürekli güncel tutabilirler. Tedarik siparişleri internet üzerinden satıcı firmalara iletilebilir, cevaben satıcılar talep edilen ürünlerin yüklenmesini ve faturaların gönderilmesini internet üzerinden gerçekleştirebilirler. İnternet üzerinden gerçekleştirilen kolektif alımlar, ayrıca şirketlere yönetim giderlerinin azaltılması, daha hassas sipariş takibi, daha güçlü tedarik politikaları, daha iyi müşteri satıcı hizmetleri, daha düşük stoklu çalışma imkanının yanı sıra, toptan alıma dayalı indirim imkanlarının olduğu özel sözleşmeler için pazarlık gücü verir. Bir başka deyişle internet ve e-iş, şirketlerin müşterilerine hizmet verme ve birbirleriyle rekabet etme şeklini değiştirmiş, ayrıca tedarik zinciri yönetimi konusunda işletmelere yüksek bir farkındalık avantajı sağlamıştır. Bu yolla işletmeler, maliyetlerini düşürürken satışlarını en üst seviyeye çıkarabilmekte, müşteri taleplerine daha hızlı bir şekilde cevap verebilmektedirler (Vacca, 2002: 5).

İnternet'in gücünü yeni iş yapıları ve süreçleri ile birleştirip eski şirket sınırlarını ve coğrafi kısıtlamaları yok ederek işletmenin operasyonlarını destekleyen ve hedeflerine ulaşmasını sağlayan bu yeni teknolojiler, tedarik zinciri yönetiminin de en önemli unsurunu oluşturmaktadır. Tüm çağdaş mağazalar gibi, akıllı

mağazaların da tedarik zincirleri ile ilişkilerde yararlandıkları EDI (Elektronik Veri Değiş tokuşu) sisteminin kullanımını yaygınlaşmaktadır (Yıldız, 2006: 72).

2. ELEKTRONİK TİCARETİN VERGİLENDİRİLMESİ

Elektronik ticaretin vergilendirilmesi konusuna geçmeden önce, meselenin bütün yönleriyle ortaya konulabilmesi açısından verginin, vergiyi doğuran olayın ve vergi konusunun ne anlama geldiğinin hatırlanmasında yarar olduğu düşünülmektedir. Tarih boyunca insanlar verginin ne olduğunu ve niçin vergi ödediklerini sorgulamışlar, bu sorulara cevap arama gayreti içerisinde olagelmışlerdir. Birileri daha iyi bir fikir ileri sürünceye ve daha iyi bir cevap buluncaya kadar, “Neden vergi ödemek zorundayız?” sorusuna verilecek en basit cevap: “Kamu harcamalarının finansmanı amacıyla” olacaktır (Jones and Basu, 2002). Başlangıçta isteğe bağlı olan vergiler, zamanla zorunlu hale gelmiş, hatta vergi direncini elimine etmek amacıyla vergiye kutsiyet izafe etmeye çalışan anlayışlar ortaya çıkmıştır.

Tarihi incelemeler de göstermektedir ki, vergi çeşitli değişiklikler geçirmiş, anlam ve kavram olarak farklı dönemlerde farklı yorumlara maruz kalmış mali, iktisadi, sosyal, hukuki, politik, hatta ahlaki yönleri ile kompleks bir müessesedir (Nadaroğlu, 1992: 217-218). Vergi, en önemli kamu geliri olarak, sadece bazı kamu hizmetlerinin karşılığı değil, bütün kamu hizmetlerinin karşılığı olarak devletin zora dayalı olarak fertlerden aldığı ekonomik değerlerdir. Verginin konusu ise üzerine vergi konulan ekonomik unsurlardır. Bu durumda mal, hizmet, servet, gelir ve tüketim vergi konusu olabilir (Ekici, 1996: 57-59). Vergi borcunun doğabilmesi için kanunlarda belirtilen vergi mükellefi ile vergi konusunun ilişki kurmaları gerekir ki, bu, vergiyi doğuran olaydır (Arslan, 2002: 41). Vergiyi doğuran olayın ne zaman ve nasıl ortaya çıktığını anlayabilmek için “vergi konusu”nun ne olduğunun bilinmesi gerekir. Vergi konusu, üzerine vergi konulan, bu nedenle vergi borcunun doğumuna yol açan iktisadi unsurdur (Uluatam, 1995: 112). Örneğin, ülkemizde ticari kazancın elde edilmesi, “tahakkuk” esasına bağlanmıştır. Elde etmenin gerçekleşmesi için, ticari işlemin eksiksiz olarak yerine getirilmiş olması gerekir. Kısaca, mükellefin ticari kazancının tespitinde, sadece tahsil edilen gelirleri anlamamak gerekir. Gelirin miktar ve mahiyet itibarıyla kesinleşmesi, alacaklıları açısından, tahakkukun gerçekleştiğini ifade eder. Bu durumda vergiyi doğuran olay da ortaya çıkmış sayılır.

Türkiye Cumhuriyeti Anayasasının 73. maddesinde; “Herkes, kamu giderlerini karşılamak üzere, mali gücüne göre, vergi ödemekle yükümlüdür. Vergi yükünün adaletli ve dengeli dağılımı, maliye politikasının sosyal amacıdır. Vergi, resim, harç ve benzeri mali yükümlülükler kanunla konulur, değiştirilir veya kaldırılır” hükmü yer almaktadır. Vergi Usul Kanununun 19. maddesinde “Vergi alacağı, vergi kanunlarının vergiyi bağladıkları olayın vukuu veya hukuki durumun tekemmülü ile doğar” denmektedir. Bu hükümlerin bariz olarak altını çizdiği husus, kanunsuz vergi olamayacağıdır. Güneş (1998: 16), verginin yasallığı ilkesinin bu boyutuna göre, bir hukuki tasarruf olarak, şekli ve maddi anlamda verginin yalnızca kanun ile öngörülebileceğinin altını çizmektedir.

Verginin kanuniliği ilkesi gereği kanunsuz vergi uygulanamaz, ayrıca vergide kıyas da yapılamaz (Aktan, Gencel, 2003). Bu ilkelerle birlikte vergilendirmenin temel ilkelerinden “Tarafsızlık İlkesi” de dikkate alındığında, sadece teknik zorluklardan ve gerekli hukuki düzenlemelerin henüz yapılmamış olmasından kaynaklanan bir sonuç ortaya çıkmaktadır ki o da e-ticaret işlemlerinin etkin bir şekilde vergilendirilememesidir.

E-Ticaret, 21. yüzyılın en büyük ekonomik gelişmelerinden biri olma potansiyeline sahip olmakla birlikte, başta vergileme olmak üzere bir çok alanda belirsizlikler barındırmaktadır (Hardy, Horner, 1999). Gelişmiş ülkeler tarafından bir süreliğine de olsa hayran bakışlarla izlenen elektronik ticaret emekleme çağını geride bırakmış, kapitalist dünyanın bebeklik çağına ilişkin şefkati de kısa sürmüştür. Geline noktada elektronik ticaret çağının sağladığı fırsatlardan yeterince istifade eden alıcı ve satıcılar memnuniyetlerini ifade ederken, kamu finansmanı açıklarıyla mücadele etmekte olan hükümetler, vergi kayıp ve kaçaklarına sebebiyet vermesi bağlamında kaygılarını gizlememektedirler.

Gerçi, internetin ve dolayısıyla internet aracılığıyla gerçekleştirilen e-ticaretin, henüz gelişimini tamamlamadığını ve buna engel olmamak için internetin vergiden bağımsız bir serbest bölge olması gerektiğini savunan yazarlar bulunmaktadır. Ancak, Hardy ve Horner (1999)’in belirttiği gibi; e-ticaretin vergiden muaf tutulması, verginin evrensel ilkelerinden tarafsızlık ve adalet ilkelerine aykırıdır. Ayrıca, bu durumun, elektronik pazarlara ve müşterilere ulaşma imkanı bulamayan geleneksel piyasalar aleyhine haksız ve insafsız sonuçlar doğuracağı

ortadadır. Kaldı ki, muafiyet sağlanacak e-ticaret sektörü sağlık, eğitim, savunma, sosyal yardımlar ve diğer hizmetler için gereken harcamaların finansmanına da katkıda bulunmayacaktır.

Tanzi (2001)' e göre, ülkeler ya e-ticareti ve e-parayı kontrol altına alacak yeni yöntemler geliştirmek veya kambiyo ve benzeri işlemlere “bit vergisi” ve “Tobin vergisi” gibi yeni vergiler uygulamak durumundadırlar. Özellikle ABD’de siyasi çevreler, internet işlemlerine yeni vergiler uygulanmasına karşı durmaktadırlar. Ancak, e-ticaret işlemlerinin mevcut çerçevede nasıl vergilendirileceğine dair bir gelişme sağlanabilir. Bu konuda pek çok görüş bulunmakla birlikte ağır basan görüş; e-ticaret ile geleneksel ticaret şekilleri arasında haksız bir rekabet oluşturmayacak şekilde vergilemede tarafsızlık ilkesinin korunmasıdır (Tobin Vergisi; 1972 Yılında ABD’li ekonomist James Tobin tarafından, küresel finansal piyasalardaki spekülasyon hareketleri önlemek amacıyla önerilmiş ve özellikle kambiyo işlemlerine uygulanması konusunda tartışılmıştır Geniş bilgi için bkz. Reisen, 2002).

İnternetin serbest bölge kabul edilmesini savunan görüşlerin yanında, internet ve diğer elektronik araçlar vasıtasıyla sağlanan dijital ürün ve hizmetlerin (enformatik ürün ve hizmetler) nakil işlemleri üzerine küçük bir ücret uygulanmasını savunan ve bunu “bit vergisi” olarak adlandıran yazarlar da bulunmaktadır. Bit vergisi, adı geçen araçlar üzerinden enformasyonun nakledilen bit sayısı ile orantılı bir ücretle vergilendirilmesi anlamında kullanılmaktadır. Bir başka grup yazar da sadece nakledilen şifrelenmiş enformasyona bit vergisi uygulanmasını savunmaktadır (Bird, 2003). OECD, e-ticaret işlemlerinin vergiden muaf tutulmasını ve bit vergisi gibi e-ticarete mahsus özel yeni vergiler getirilmesini aykırı yaklaşımlar olarak değerlendirmiş, bu görüşlerin ülkeler tarafından kabul edilemez olduğunu savunmuştur (OECD, 2003: 13). Önerilen bit vergisinde matrahı, gönderilen enformatik veriler oluşturacaktır. Bu tür bir girişim sadece ticari işlemlerin değil aynı zamanda haberleşme amaçlı elektronik işlemlerin de vergilendirilmesine yol açacaktır. Ancak, bit vergisi sadece elektronik noterler kanalıyla yapılan işlemlerde ve damga vergisi yerine kullanılan özel bir e-ticaret vergisi olarak düşünülebilir (Uzunoglu, 2002: 125).

Elektronik ticaretin vergilendirilmesi veya vergilendirilmemesi tartişmasında ortaya çıkan görüşlerin dayandığı farklı gerekçeleri şu şekilde özetlemek mümkündür (Tekin, Vural, 2004: 333); E-ticaretin vergilendirilmesini savunanların gerekçeleri;

-Gittikçe artan sayıda tüketici, büyük ölçüde devletin kontrolü dışında olan internet aracılığı ile mal ve hizmet satın aldığı için devletler vergi tabanlarının bir kısmını kaybetme riski ile karşı karşıyadır.

-Geleneksel mal ve hizmetlerle aynı özelliklere sahip olan elektronik mal ve hizmetlerin vergi dışı tutulması adil değildir ve sadece gelir kaybına yol açar.

-Elektronik ticaretin tamamen vergi dışında bırakılması halinde ticaret vergilemenin olmadığı yerlere kayarak yeni vergi cennetlerinin ortaya çıkmasına ve sonuçta gelir kaybına sebep olur.

-Vergilendirmemenin olmaması, elektronik ticaret olanağından yoksun olan kesim vergi öderken internete erişim olanağı yüksek olan kesimin vergisiz ya da düşük vergi ile mal ve hizmet satın almasına neden olarak gelir dağılımının yüksek gelirli lehine bozulmasına yol açacaktır.

-Elektronik ticaret büyük ölçüde araçları ortadan kaldırdığı için zaten belli ölçüde maliyet avantajına sahiptir ve vergilendirilmemesi halinde hem vergi kaybı ortaya çıkar hem de devletin vergi alabildiğı bu tip araçlar zor durumda kalır.

Elektronik ticaretin vergi dışı tutulmasını savunanlara göre ise; e-ticaret araçlarının ortadan kalkmasına yol açsa bile kargo, paketleme ve ulaştırma sektörlerinde yeni iş imkanları yaratmakta, üretim maliyetlerini azaltarak mal ve hizmetlerin daha düşük bir fiyatla tüketiciye sunulmasına ve tüketici refahının artmasına neden olmaktadır. Bu yolla ekonominin ölçeğini genişleten e-ticaret, bir çok ülkede iktisadi büyümenin itici güçlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Buna göre e-ticaretin vergilendirilmesi iktisadi büyümeyi ve e-ticaretin gelişimini yavaşlatabilir.

Esasen e-ticaretin vergilendirilmesi konusunda yaşanan tartışmaların başlıca tarafları ABD, AB ve OECD'dir. ABD ve AB daha çok e-ticaretin kendi vergi sistemlerini ve vergi gelirlerini nasıl etkileyeceğı konusunda ilgilenmekteyken, OECD kendi üyelerinin e-ticaretin vergilendirilmesi konusunda rehberlik etmesini talep etmeleri sonucunda konuyla yoğun olarak ilgilenmeye başlamıştır. Gelişmekte olan ülkeler ise OECD'nin çalışmalarını ve geliştirdiğı önerileri izlemeyi tercih

etmektedirler. E-Ticarete uygulanacak uluslar arası vergilendirme kurallarının tespiti konusundaki ihtilaf ABD ve AB arasındaki ortaya çıkmaktadır. Çünkü AB ülkelerinin vergi gelirlerinin büyük bir oranı, yurt içi mal ve hizmetlere uygulanan Katma Değer Vergisinden (KDV) oluşmakta, hatta Birlik bütçesinin önemli bir kısmı KDV ve gümrük vergileriyle karşılanmaktadır. Bu nedenle AB, Birlik dışından ithal edilen ve KDV'den muaf kalan dijital ürünlerin artış göstermesinden endişe duymaktadır. Diğer taraftan ABD vergi gelirlerinin çoğunu gelir ve kurumlar vergisinin yanı sıra sosyal güvenlik primlerinden elde etmektedir. Dünya çapındaki en büyük e-ticaret ihracatçısı ülke ABD'dir. Bu yüzden ABD, e-ticaret firmalarının kendi ülkesinde yerleşmesini teşvik etmekte ve bu firmalardan direkt vergiler (gelir ve kurumlar vergisi) tahsil etmeyi arzu etmektedir (Teltscher, 2000).

Pastukhov (2006)' a göre, uluslar arası vergi rejimi, 1920'lerin ortalarında başlamak üzere gelişmiş ülkelerin kendi aralarındaki anlaşmalara ve kendilerinin lehine göre şekillendirilmiştir. E-Ticaret ihracatçısı konumundaki gelişmiş ülkeler, e-ticaretin vergilendirilmesiyle ortaya çıkacak radikal değişikliklerden korunma güdüsüyle hareket etmektedirler.

Gerek e-ticaretin vergilendirilmemesini savunan, gerekse sırf e-ticarete mahsus yeni vergilerin ihdas edilmesi gerektiğini savunan görüşlerin temelinde, e-ticaretin mevcut vergi sistemleri dahilinde vergilendirilmesinin önünde engeller olduğu gerçeği bulunmaktadır.

2.1 Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesinde Ortaya Çıkan Sorunlar

Elektronik ticaret gelişimiyle birlikte, sağladığı pek çok fırsatların yanında neden olduğu sorunlarla da anılmaktadır ki, bunlardan en önemlisi bu ticaret şeklinden kaynaklanan işlemlerin vergilendirilmesinde ortaya çıkmaktadır.

Tanzi (2000)'ye göre, elektronik ticaretin beraberinde getirdiği en önemli sorunlardan biri geleneksel pazarda satılan ürünlerin pek çoğunun fiziki özelliklerini kaybederek dijital forma bürünmesi olmuştur. Müzik, yazılım, fotoğraf, mühendislik planları, filmler, tıbbi tavsiyeler, eğitim hizmetleri ve pek çoğu dünya genelinde internetten indirilebilmektedir. Dünyanın her yerinde satılabilen saf bilgiden imal edilmiş dijital ürünler geleceğin yeni dünyasında yerini alırken, fiziki özelliklere sahip ürünlerin önemi giderek azalmaktadır. Bu durumda işlemlerin gerçekleştiği

bölgeyi ve tarafları tespit etmek daha da güçleşmiştir. Parayı kim toplayacak, vergiyi kim ödeyecek, tüm bunlar nasıl yapılacak? Vergi idareleri açısından oldukça muğlak hale gelen bu problemlerin şiddeti giderek artmaktadır.

Gelinen noktada e-ticaret ve küreselleşme geleneksel vergi rejimleri için tehdit oluşturmaya başlamıştır. Fiziki bir varlığa sahip geleneksel malların dağıtım ve tüketimi kolayca takip edilebiliyor, bundan dolayı da kolayca vergilendirilebiliyordu (Jones, Basu, 2002). E-ticaret, geleneksel ticarete nazaran çok yeni sayılmasına karşılık, geçerli olan esas ve ilkeler bakımından geleneksel ticari yöntemlerle benzerlikler içermekte zaman zaman aynı yöntemleri kullanmaktadır. Dolayısıyla e-ticaret her anlamda yeni ve geleneksel ticarete alternatif bir ticari usuller seti değil, iletişim ve bilgi teknolojilerinin gelişimine paralel olarak ortaya çıkan ve ticareti kolaylaştıran bir yeniliktir, dolayısıyla her yenilik gibi hukuki yapıda yeni sorunları da beraberinde getirmektedir (Gökbunar, 2003: 36).

Ulusal ve uluslararası vergi sistemlerinin çoğu, işlemlerin yapıldığı sırada tespit edilebileceği, işlem taraflarının ve bunların mekanlarının belirlenebileceği ve bu işlemlerin kontrol edilebilmesi için fatura ve benzeri belgelerle izlenebileceği varsayımı altında geliştirilmiştir. Ancak, e-ticaret bu varsayımı geçersiz kılmaktadır. Zira, kendi vatandaşlarına mal ve hizmet sunan web sitelerinden çoğu ülkelerin haberi bile olamamaktadır. Herhangi bir ülkedeki sunucular üzerinden ticari işlem yapan yabancı bir işletmenin o ülkede veya başka bir ülkede vergi mükellefi olup olmadığının bilinmesine imkan yoktur. Başka bir ülkedeki sunucular üzerinde varlıklarını sürdüren işletmeler, yasal boşluklar ve uluslararası anlaşmaların olmayışı nedenleriyle o ülkelerdeki ticari faaliyetleri üzerinden vergilendirilememektedir (Günaydın, Benk, 2004:390).

E-ticaret sayesinde ulusal piyasada olduğu kadar uluslar arası piyasada da potansiyel alıcılar yaratılmış, açık veya kapalı bilgisayar ağları aracılığı ile satıcılar daha önceden giremedikleri veya bilemedikleri geniş bir pazara kavuşmuşlardır. Bu pazarda arz, talep ve ödemenin sayısal yolla yapılması web sunucusunun nerede olduğunun bilinmemesi, elektronik para ile yapılan ödemelerin kimin tarafından yapıldığının bilinmemesi, elektronik ticaretin vergi açısından sorunlu dogmasına neden olmuştur. Elektronik alandaki bu hızlı gelişmeye klasik mali yapılar ayak uyduramamış ve uygulamanın gerisinde kalmıştır (Binatlı, 2002: 173). Uluslararası

vergi hukukunca benimsenen gelirin kaynağına, ikametgaha ve işyerine ilişkin yürürlükteki ilkeler, elektronik ticaret tarafından ciddi bir biçimde sorgulanmaktadır (Dönmez, 1999). Elektronik ticaretin büyümesi sonucu tüketim ve gelir vergilerinin tahsil edilememesi riski ortaya çıkmıştır. Tartışmanın üzerinde yoğunlaştığı konular (Bird, 2003);

-Katma değer vergisinden ve perakende satış vergilerinden kaynaklanan problemler ve

-Uluslar arası işlemlerden doğan gelirin bir işyerine, bir ülkeye veya bölgeye atfedilmesi ve tanımlanması bağlamında ortaya çıkan problemler, ki bu en komplike olanıdır.

Elektronik ticaret konusunda hukuksal yapısını tamamlamış örnek bir ülke olmadığı gibi, uluslararası platformlarda, vergileme alanında yapılan tartışmalar da devam etmektedir. Elektronik ticaretin ortaya çıkarmış olduğu vergi sorunlarını genel yapıları itibariyle teknik sorunlar ve hukuki sorunlar olmak üzere iki başlık altında toplamak mümkündür (Güneş, 2002). Elektronik ticaretin uzun dönem mali sonuçları hakkındaki endişeler, hükümetleri ve uluslar arası kuruluşları bu ticareti vergilemek için mevcut mekanizmaları geliştirmenin yollarını aramaya sevk etmiştir (Günaydın, Benk, 2004: 390). Zira, elektronik ticareti vergilendirmenin önünde teknik ve hukuki sorunların yanı sıra uluslararası işbirliğinin noksanlığından kaynaklanan engeller mevcuttur. Ortaya çıkan sorunların bu başlıklar altında ele alınmasının daha uygun olduğu düşünülmektedir.

2.1.1. Teknik Sorunlar

E-Ticaretin başlıca aracı olarak kullanılan internetin teknik özellikleri vergi idareleri açısından ciddi problemler teşkil etmektedir. İnternetin mahiyeti gereği, vergi idareleri, bu araç üzerinden gerçekleşen e-ticaretin taraflarının doğru olarak tespit edilmesinde, işlemlere ilişkin kayıt ve belgelerin temin edilmesinde, uygun bir vergileme noktasının tespit edilmesinde ve bunların yanı sıra bu işlemler üzerinde bir denetim mekanizması kurulmasında ciddi sorunlarla karşılaşmaktadır. Zira internet bilinen tüm önceki iletişim araçlarından daha hızlıdır ve üzerinden gerçekleştirilen işlemlerde merkezi bir kayıt ve kontrol mekanizması söz konusu değildir. Bu durum

işlemlerin takibinde ve denetiminde güçlükleri beraberinde getirmektedir (Pastukhov, 2006).

İnternet üzerinden gerçekleştirilen e-ticaret işlemlerinde tarafların birbirlerinin kimliğini bilmemeleri ya da yanlış bilgilendirilmeleri mümkündür. Sanal ortamda yapılan alış veriş taraflar kendi rızaları ile beyan etmedikleri takdirde vergi idareleri dahil üçüncü bir şahsın haberdar olması söz konusu olmayabilir. Bu belirsizlik alıcı ve satıcının kimliklerinin ve ikametgahlarının bilindiği ilkesine göre oluşturulmuş mevcut vergi sistemlerini etkilemiş ve tüm vergilendirme sürecinde belirsizliğe neden olmuştur (Coşkun, 2005). Gökbunar (2003)' e göre de e-ticaretin vergilendirilmesinde uluslararası temel sorun işlemin yapıldığı yerin belirlenmesinde ortaya çıkmakta, adres olarak bir başka ülke gösterilebilmektedir. Bir başka problem de, dijital ürünlerin mal ve hizmet olarak tasnifinde ortaya çıkmaktadır. Örneğin, ABD ve AB dijital ürünlerin mal veya hizmet olarak sınıflandırılması konusunda ihtilafa düşmüşlerdir (Mann, 2000).

E-ticaret işlemlerinde özellikle finansal araçlara olan ihtiyacın ortadan kalkmasıyla hükümetler açısından vergi uyumunu kolaylaştıran geleneksel zorunlu bildirim imkanları da ortadan kalkmakta, bu durum vergi kaçırma ve vergiden kaçınma eylemlerini tehlikeli bir şekilde artırmaktadır (Hellerstein, 2002). Bazı sanal veya sayısal diyebileceğimiz mal ve hizmetlerin siparişi, ödemesi ve teslimi yine elektronik ortamda yani internet ortamında gerçekleşmektedir. Dolayısıyla, fiziki mal ve hizmet söz konusu değildir, fiziki bir ödeme mekanı yoktur, fiziki bir mal teslim yeri yoktur, alıcı ve satıcı arasındaki işlemlere aracılık eden bir üçüncü taraf mevcut değildir. Bu nedenlerle, elektronik ortamda verilen hizmetin, dijital ürünlerin ve sermaye hareketlerinin (kişisel ve kurumsal tasarruflar) vergilendirilmesi oldukça güçleşmektedir (Gökbunar, Tezcan, Utkuseven, 2002:12). Özellikle Elektronik ödeme sistemlerinin gelişimi elektronik ticaretin vergilendirilmesindeki güçlükleri artırmaktadır. Kredi kartı sistemine karşı elektronik paranın gelişmesi e-ticareti kolaylaştırmakla birlikte vergi kaçırmaı kolaylaştırmaktadır. Elektronik paranın kullanılmasıyla e-ticaret işlemlerinin izlenebilme ve denetlenebilme olasılığı önemli ölçüde azalmakta, vergi idarelerinin yararlandığı banka ve finans kurumları gibi aracı bildirim imkanları ortadan kalkmaktadır (Soete, Ter Weel, 1998: 6).

Vergi idareleri, gelirin tespiti için bankalar, toptancı işletmeler, bayiler ve perakendeci işletmeler gibi pek çok bilgi kaynağından yararlanmaktadırlar. Ancak elektronik ticaret araçlarına ihtiyaç olmaksızın alıcı ve satıcıları buluşturabildiğinden acente, distribütör ve bayiler gibi araçlar ortadan kalkmaktadır. Özellikle dijital ürünlerin ticaretinde elektronik ödeme araçları ve yurtdışı bankacılık sistemleri kullanıldığında vergi idarelerinin bu işlemleri tespit edebilmesi imkansız hale gelmektedir. Bunun da ötesinde elektronik ticaret önemli ölçüde sınır ötesi işlemlerden oluşmaktadır. Oysa, vergi idareleri ulusal sınırlar içerisinde bilgiye ulaşabilmekte, Off Shore merkezler ve çifte vergileme anlaşmasının olmadığı ülkelerdeki bilgilere ulaşması mümkün olmamaktadır. Bunun yanı sıra elektronik ticaretin getirdiği olumsuzluklardan biri olarak bilgiye ulaşmayı güçleştirmesi hatta bilginin kaybolmasına imkan tanınması söz konusudur (Günaydın, Benk, 2004 : 400-401).

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin beraberinde getirdiği sorunlara vergilendirme açısından baktığımızda, internet üzerinden, elektronik para ve dijital ürünler de dahil olmak üzere dijital bilginin her çeşidi, IP adresi bulunan her hangi bir bilgisayardan yine IP adresi bulunan bir başka bilgisayara, ulusal sınırlarla bağlı olmaksızın ve herhangi bir gümrüğe uğramaksızın transfer edilebilmektedir. Görüldüğü gibi, geleneksel fiziki malların ekonomi içindeki akışını denetlemek için getirilen araçlar ve uygulama yöntemleri saf bilgidен mamul ürünler için geçerli olmayabilmektedir (Dönmez, 1999). E-ticaret, bir çok açıdan vergi denetimini güçleştirecek özellikler taşımakta ve bunun sonucu olarak da vergi kaçırma ve vergiden kaçınmaya elverişli bir ortam yaratmaktadır. İnternet ortamında gerçekleşen elektronik ticarete bilgi kaynakları ortadan kalkmakta ve bilgiye erişim konusunda bazı güçlüklerle karşı karşıya kalınmaktadır. Vergi idareleri açısından, vergilendirmede birincil bilgi kaynağı mükellefin kendisi olmasına karşın, yukarıda geniş olarak bahsedilen teknik nedenlerden dolayı e-ticarete, mükelleflerin tespitinde ve vergiye tabi işlem ile mükellef arasında bağ kurulmasında güçlükler bulunmaktadır (Güneş, 2002).

Bach, Hubbert, Müller (2000)'e göre, e-ticaretin vergilendirilmesinde sorunlara yol açan internetin kurumsal ve teknik özellikleri aşağıdaki gibidir;

-İnternetin bir sahibi ve merkezi yoktur,

- Belgesiz ve aracısız ticaret yapılabilmekte, bilgiler şifrelenebilmektedir,
- Dijital ürünler kopyalanarak sonsuz sayıda çoğaltılabilmektedir ve
- Tüm bunları kontrol edebilecek bir kamu otoritesi mevcut değildir.

İnternetin bu özelliklerinden dolayı mükelleflerin yasal ve yasal olmayan davranış biçimlerinin de ayırt edilmesi gerekmektedir. Zira, bu şartlarda vergi kaçırma kolaylaşmakta ve düşük risk taşımaktadır.

2.1.2. Hukuki Sorunlar

Yeni uluslar arası pazarlar, faaliyetlerini bilgisayar ağları üzerinden sürdürmekte olup, bilgiye dayalıdır. Değer, karmaşık ve eş zamanlı etkileşim içersindeki dünya genelinde üretilmektedir. Oysa vergi ve gümrük kanunları, iç hukuk, coğrafik sınırlar, basit tedarik zinciri ve yakın üretim-tüketim fikri temeline dayalıdır. Mevcut sistemler, daha çok eski hukuki hükümler tarafından biçimlendirilmiş durağan özelliklere sahiptirler (Mann, 2000). Vergi alacağı veya mükelleflerin vergi borçları, vergi kanunlarının vergiyi bağladıkları olayın ortaya çıkması ve hukuki durumun tamamlanması ile doğar. Kurumlar vergisi, gelir vergisi, katma değer vergisi, gümrük vergisi, damga vergisi vs. vergiler yasalaşırken geleneksel ticaret yöntemleri esas alınarak tanımlamalar getirilmiştir. Örneğin, bir internet kullanıcısının bilgisayarında kullanmak üzere, dijital parası ile yurt dışındaki bir banka aracılığı ile ödemelerini gerçekleştirmek suretiyle deniz aşırı ülkelerden birindeki bilgisayar sunucusu üzerindeki bir web sitesinden alışverişte bulunması durumunda, yukarıda anılan vergi kanunları açısından verginin konusu, vergiyi doğuran olay, vergi mükellefi vb. tanımlamaların nasıl yapılacağı ve kazancın nerede ve kim tarafından elde edilmiş sayılacağı tartışmalara yol açmaktadır (Levi, Evren, 2002). Elektronik ticaretin en temel aracı konumundaki internet, hukuki ilişkilerin içine girmiş ve hatta kaynaşmış bir teknoloji ürünü olup, hukukla yakın ilişki içindedir. İnternet artık herkesin her yerden ulaştığı varsayılan bir iletişim ve yayın aracı olarak kabul edilmekte, idari işlemlerin yapılması, ilanlar, kamu hizmeti gibi idare hukukunun önemli kavramlarının hayata geçirilmesinde önemli rol oynamaktadır. İnternet, oluşum aşamasında toplumun ve hukukun müdahil olmadığı, anayasa kavramı gibi sosyal ve hukuki olaylar veya gereksinimler sonucu değil, doğrudan teknolojik gelişim sürecinde doğmuştur. Bu durumda hukuk, kendini

internetin niteliklerine uydurmak zorunda kalmıştır. Teknoloji, kağıt tabanlı bilgi, belge, kayıt ve dolayısıyla kağıt tabanlı delil düzeninden, dijital tabanlı bilgi, belge, kayıt ve delil düzenine doğru geçmeyi zorunlu hale getirmektedir. Elektronik ortamda yapılan işlemlerin giderek artması, bu ortamda yapılan işlemlerin de delil olarak değerlendirilmesi zorunluluğunu beraberinde getirmiştir (Çakmak, 2005: 284). E-Ticaretin sağladığı fırsatlarla birlikte irade beyanı, mal ve hizmetlerin alım satımı artık bir bilgisayar tuşuna basılmasıyla dijital ekranda gerçekleştirilebilmektedir. Sanal pazaryerlerinin kurulması, sanal ticaretin gelişmesi, paranın kablolar aracılığıyla el değiştirmesi borçlar ve ticaret hukuku kavramlarının anlamlarının değişmesini, hükümlerinin farklı yorumlanmasını gerekli kılmıştır. Alıcı ve satıcının fiili olarak karşılaşmadığı, aracıya gereksinim olmaksızın bir araya geldiği küresel bir ticari ortam olan siber uzay, vergi hukukunda yeni sorunları beraberinde getirmiştir. Bu sorunlar çok yönlü olup, klasik kamu ve özel ayırımı yapılmaksızın hukukun bütün alanlarını ilgilendirmektedir (Gökbunar, 2003: 37-38).

Yukarıda ayrıntılı olarak değerlendirilen teknik sorunlar, e-ticaretin mahiyetinden diğer bir deyişle e-ticaretin gerçekleştiği ortam yönünden ortaya çıkmakta ve belirli bir vergi türüne atfedilmesi zorunluluğu doğmamaktadır. Buna karşılık hukuki sorunların izahı, belirli vergi türleri ile bir bağ kurulmasını ve sorunun söz konusu vergi ile birlikte ele alınmasını gerektirmektedir. Bu nedenle e-ticaretin vergilendirilmesinde ortaya çıkan hukuki sorunların, e-ticaretten etkilenmesi muhtemel başlıca vergi türleri başlığı altında ele alınmasının uygun olduğu düşünülmektedir.

2.1.2.1. Gelir ve Kurumlar Vergisi Açısından

Gelir ve kurumlar vergisinin hesaplama tabanı, kişi ve kurumların elde ettikleri kazançlardır (Bulutoglu, 2004: 199). Mevcut uluslar arası vergi rejiminde, bir mükellefin vergilendirilmesinden söz edilebilmesi için, o mükellefin bir vergileme yetki alanı ile fiziki bir bağ kurması gerekmektedir. Daha açık bir ifadeyle, mükellefin ya bir yerde ikamet etmesi veya orada bir gelir elde etmesi gerekmektedir. Oysa, e-ticarete mükelleflerin bir yerde gelir elde etmesi veya vergiyi doğuran olaya neden olması için vergilendirme yetki alanı ile fiziki bir bağ kurması zorunlu değildir. Bu durumda uluslar arası vergi rejimi e-ticareti

vergilendirmede yetersiz kalmakta, mükelleflerin vergilendirmeden kaçınmalarına imkan tanımaktadır (Pastukhov, 2006). Küresel e-ticaretin gelişmesiyle birlikte gelir ve kurumlar vergisi açısından ortaya çıkan tartışmaların merkezinde vergilendirme yetkisi ve gelirin niteliği sorunları yer almaktadır (Hellerstein, 2002).

2.1.2.1.1. Vergilendirme Yetkisi

Devletin vergilendirme yetkisi, sahip olduğu hukuki ve fiili zorlama gücüne dayanarak ülkede yaşayan fertlerden mali taleplerde bulunabilmesini ifade eder (Uluatam, 1995: 17). Devletlerin vergilendirme yetkileri mutlak bir hak olmakla beraber, Uluslararası Vergi Hukuku ve Devletler Hukuku'nun yakın ilişkileri sonucu mutlak olan vergilendirme yetkilerine uluslararası alanda yapılan anlaşmalar ve kullanılan yöntemlerle sınırlandırmalar getirilmektedir (Özpençe, Özpençe, 2007: 7).

Sınır ötesi işlemlerin söz konusu olduğu durumlarda vergileme hakkının hangi ülkeye ait olacağı sorunu ortaya çıkmaktadır. E-ticaretin coğrafi sınırlar ile kayıtlı olmadığı dikkate alındığında vergileme alanındaki sorunların önemli bir bölümünün ülkeler arasında vergileme hakkının bölüşümü ile ilgili olduğu ortadadır (Gökbunar, 2003: 40). Uluslararası ölçekte elde edilen gelirin vergilendirilmesi meselesinde temel sorun, çifte vergilendirmenin önlenmesi amacıyla vergi gelirlerinin ilgili ülkeler arasında paylaşılmasıdır (Pastukhov, 2006). Ülkeler açısından yükümlüler üzerinde vergilendirme yetkisini kullanmanın hukuki temelini ikametgah, kaynak ve işyeri gibi vergisel kavramlar oluşturmaktadır (Dönmez, 1999). Ülkeler genellikle vergilendirme yetkisini gelirin kaynağına veya ikametgah esasına göre kullanmaktadırlar. Buna karşılık, e-ticaret bağlamında değerlendirildiğinde her iki kriter de uygulamada, başta çifte vergilendirme olmak üzere çeşitli sorunlara yol açmaktadır (Hellerstein, 2002).

a. İkametgah Esasına Dayalı Vergilendirme

Uluslararası vergi hukukuna göre vergilendirme yetkisini sınırlayan ikametgah ilkesi, gerçek kişilerin ikamet ettiği, tüzel kişiliklerin ise yasalarına göre şirketleştiği veya etkin bir biçimde yönetildiği ülkenin, söz konusu özel ve tüzel kişiliklerin tüm ülkelerde elde ettiği kazançları vergilendirebilmesini ifade

etmektedir. Mukim olmayan özel veya tüzel kişiliklerin ise sadece o ülkeden kaynaklanan gelirleri vergilendirilebilmektedir. Bu durumun ortaya çıkardığı sorun, aynı kazancın hem ikametgah ve hem de kaynak ülkesi tarafından vergilendirilmesidir ki bu çifte vergilendirme olarak adlandırılmaktadır (Taş, Karaca, 2004: 455). Gerçekten, her ne kadar A.B.D, kurumların mali ikametgahları bakımından hangi ülkenin yasalarına göre kurumlaştığını esas alan basit ve biçimsel bir tanımı kabul etmiş olsa da pek çok ülkenin iç hukukunda ve uluslararası anlaşmaların bazı hükümlerinde “yönetim ve denetim yeri” ölçütleri uygulanmaktadır (Dönmez, 1999).

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin sağladığı fırsatlardan istifade ederek hızlı gelişimini sürdüren e-ticaret özel ve tüzel kişiliklerin mukimliği, dolayısıyla da mükellefiyeti konusunda farklı bir tablo ortaya çıkarmaktadır. Kişilere yerlerini değiştirmeden sınır ötesi faaliyette bulunma, başka bir ülkenin ekonomik ve ticari hayatına iştirak edebilme olanağı sağlanmıştır. Bu gelişmeler gerçek kişilerin vergilendirilmesi açısından iki önemli sonuç ortaya çıkarmaktadır. Teknolojinin sunduğu olanaklar sayesinde artık belli bir süreyi bir başka ülkede geçirmeden de o ülkede hizmet sunma veya bir başka şekilde ticari veya mesleki bir faaliyet icra etmek gayet mümkün hale gelmiştir. Teknoloji şirketlere de tam mükellef olacakları vergilendirme etki alanını seçme konusunda tercih hakkı sunmaktadır. Elektronik ticaret, kurumlara kanuni merkez ile fiili iş merkezlerini farklı ülkelerde bulundurma imkanı sağlamaktadır. Söz konusu merkezler, aynı ülkenin coğrafi sınırları içerisinde kaldığı sürece vergileme konusunda önemli bir sorun oluşturmamaktadır. Ancak, farklı ülkeler söz konusu olduğunda çifte mukimlik ve çifte vergilendirme sorunu ortaya çıkmaktadır (Levi, Evren, 2002).

E-Ticaretin vergilendirilmesinde ortaya çıkan sorun, çifte vergilendirmeden ziyade vergi kaybıyla alakalıdır. Çünkü, e-ticaret teknolojileri, daimi bir işyeri olarak vergilendirilebilecek bir bilgisayar sunucusunun vergi yetki alanları arasındaki hareket kabiliyetini artırmıştır. Bu şekilde sunucuların vergi cennetlerini veya off shore merkezleri ikametgah olarak seçmeleri kaçınılmaz görünmektedir (Bach, Hubbert, Müller, 2000).

Ülkelerin pek çoğu vergi tabanı oluşturmada ya gelirin kaynağı ya da ikametgah esasını tercih etmektedir. Bireysel veya kurumsal gelirleri

vergilendirmede, mukimliği esas alan yöntem gerçekte gelirin nerede kazanıldığını göz ardı ederek, geliri elde eden tarafların belli bir bölgede veya ülkede ikamet etmelerini yeterli görmektedir. E-Ticaretten kaynaklanan kazançların vergilendirilmesinde ikametgah esasını savunan ABD, e-ticaret ihracatçısı konumundan yararlanma amacını gütmektedir. Oysa, kazancın ikametgah esasına göre vergilendirilmesi, kazancın kaynak ülke ve ikametgah ülkesi arasında paylaşılmasını öngören mevcut duruma göre daha adaletsiz ve sadece gelişmiş ülkelerin lehine sonuç doğuracak bir uygulama olacaktır (Pastukhov, 2006).

ABD ile birlikte bir çok ülke, kendi mukimlerinin dünya çapındaki gelirlerini ikametgah esasına göre vergilendirmektedir. E-Ticaretten kaynaklanan kazançların ikametgah esasına göre vergilendirilmesi ise pek çok endişeye yol açmaktadır. Bu bağlamda şirketlerin hangi ülkenin yasalarına göre kurulduğu önem kazanmakta, şirketlerin tüzel kişilik kazandığı ülke, o şirket için ikametgah ülkesi sayılmaktadır. Örneğin; ABD yasalarına göre kurulan bir şirket, ABD’de herhangi bir ekonomik faaliyet göstermese bile, ABD mukimi sayılmaktadır. İkametgah esasına göre vergilendirme sisteminde ülkeler, bir şirketin mukim olup olmadığını belirlemek için yönetim ve kontrol yeri kriterini de kullanmaktadırlar. Buna göre, bir şirketin merkezinin bulunduğu ve yönetim kurulunun düzenli olarak toplandığı yer ikametgah ülkesi kabul edilmektedir. Geleneksel yönetim kurulu toplantılarında kararlar yüz yüze görüşmelerle alınmaktayken, e-ticaret teknolojilerinin sağladığı video konferansları ve karşılıklı e-postalar vasıtasıyla, farklı ülkelerde mukim yönetim kurulu üyelerinin toplanması ve şirket faaliyetlerine ilişkin kararlar alması mümkün hale gelmiştir. Bu durumda, üst düzey şirket yöneticilerinin fiziki bir merkez ofis ihtiyacı ortadan kalkmakta ve şirketin bir ülkede mukim olup olmadığını gösteren yönetim ve kontrol yeri kriteri anlamlı olmaktan çıkmaktadır (Cockfield, 2006: 145-146).

Kazancın vergilendirilmesinde ülkemiz de dahil olmak üzere çağdaş vergi sistemlerinde “ikamet” ve “kaynak” olmak üzere iki temel ilke benimsenmiştir. “İkamet” ilkesi ülkelerin kendi mukimleri tarafından elde edilen gelirleri, “kaynak” ilkesi ise ülkelerin kendi sınırları dahilinde elde edilen gelirleri vergilendirmesidir (Gök, 2007). Mükellef, vergi kanunlarına göre kendisine vergi borcu terettüp eden

gerçek veya tüzel kişidir. Gelir Vergisi Kanunu, gelir vergisi mükelleflerini tam mükellef ve dar mükellef olmak üzere ikiye ayırmıştır (GİB (b), 2006);

-Tam Mükellefiyet; Tam mükellef sayılan gerçek kişiler, Türkiye içinde ve dışında elde ettikleri kazanç ve iratların tamamı üzerinden vergilendirilirler (GVK. Md.3).

-Dar Mükellefiyet; Türkiye’de yerleşmiş olmayan gerçek kişiler sadece Türkiye’de elde ettikleri kazanç ve iratlar üzerinden vergilendirilirler (GVK.Md.6). Türkiye’de Yerleşme: 1. İkametgahı Türkiye’de bulunanlar (İkametgah, Türk Medeni Kanununun 19 uncu ve müteakip maddelerinde yazılı olan yerlerdir), 2. Bir takvim yılı içinde Türkiye’de devamlı olarak altı aydan fazla oturanlar (Geçici ayrılmalar Türkiye’de oturma süresini kesmez.).

b. Gelirin Kaynağı Esasına Dayalı Vergilendirme

Mal ve hizmetlerin satışından elde edilen bireysel ve kurumsal gelirler genellikle, satıcı veya hizmet işletmelerinin kaynak ülkede sabit ve sürekli bir iş yerleri olması durumunda kaynak ülkesi tarafından vergilendirilirler. Uluslar arası vergilendirme literatüründe sabit ve sürekli bir işyeri, “permanent establishment-daimi iş yeri” kavramı ile ifade edilmektedir. Gelirin kaynağı ilkesi, bir gelirin sabit ve sürekli bir iş yerine atfedilebilmesini gerektirmektedir (Irish, 2005).

Küresel bilgisayar ağlarıyla örülmüş pazarların ekonomik değer üretme özellikleri, daimi iş yeri (permanent establishment) tanımlamasını ve gelirin farklı mevzuata sahip ülkeler arasındaki dağıtımını gittikçe zorlaştırmaktadır. Özellikle hareket yeteneği yüksek işletmeler ile birlikte çifte vergileme tehdidi artmaktadır. Daimi işyeri tanımı iki temele dayanmaktadır;

-İşletmenin sabit yeri veya fiziki varoluşu.

-Diğer faaliyetlerinin yanı sıra, işlerin normal seyri gereği, bağlı oldukları kuruluşlar adına kontrat yaparak işlemleri sonuçlandırmak durumunda olan bağlı acentalar. Geleneksel olarak tanımlanan daimi işyerleri, bilgisayar ağlarıyla sarılmış dünyada şu tehditlerle yüzleşmişlerdir;

-Bilgi yoğun ve bilgisayar ağlarına dayalı ürünlerde, fiziki var oluş değer üretmek açısından daha az önemli hale gelmiştir.

-Bilgi temeline dayalı firmaların mobilitesi, bağılı acentelar probleminde olduğu kadar fiziki varoluğu da sarsmaktadır. Sanal müzayede ve işletmeler arası işlemler dikkate alındığında, internet pazar yerlerinin karmaşık yapısı, fiziki varoluğu ve bağılı acenta tanımlarına yön veren klasik fikirleri sorgulamaktadır. Dikkatlerin çoğu Web siteleri ve sunucular üzerinde yoğunlaşmaktadır. Onlar, bir ülkede yerleşmiş olmalarıyla fiziki var oluş şartını sağlıyorlar mı, yoksa orada sadece iş için açık olmaları onların bağılı acenta olmalarına yetiyor mu? Sunucular, bir ağ üzerindeki bilgisayarlar arasındaki veri akışını kontrol eder, Web siteleri ise bir firma için faaliyet bilgilerinin bulunduğu ve sunumunun yapıldığı mahaldir. Bu faaliyetlerin herhangi birinin daimi bir işyerini temsil edip etmediği tartışmalıdır (Mann, 2000).

Bir web sitesine evrensel çapta giriş imkanı, otomasyon ve yüksek düzeyde bir hareket yeteneği, e-ticaret işletmelerinin çoğu zaman pazar ile fiziksel bir yakınlık kurmalarına gerek olmaksızın ve hiç bir yerde önemli ölçüde fiziki donanım kullanmaksızın, ciddi miktarlarda gelir yaratabilme olanağının bulunması anlamına gelmektedir. OECD, kaynak ilkesinden doğan sorunların yeni bir sorun olmadığını ve sadece e-ticarete de atfedilemeyeceğini vurgulamıştır. Türkiye'nin kabul ettiği çifte vergilendirmeyi önleme anlaşmaları ile, vergilendirme yetkisi çeşitli gelir unsurları bakımından anlaşmaya taraf olan ülkeler arasında paylaştırılmıştır. Bu anlaşmaların en önemli özelliği, gayri mukim bir kişi tarafından elde edilen ticari kazançların kaynak ülkede vergilendirilmesinin ancak söz konusu kazançlar o ülkede faaliyette bulunan bir işyerine atfedilebiliyorsa mümkün olmasıdır (Dönmez, 1999).

İş yeri, OECD ve BM'nin çifte vergilendirmenin önlenmesine ilişkin anlaşma modellerinde de tanımlanmaktadır. Bu anlaşma modellerine göre, bir teşebbüsün kazançları, diğer devlette yalnızca sabit iş yerine atfedilen miktarla ilgili vergilendirilmektedir (Öz, 2004). OECD, internet servis sağlayıcıların veya en bariz örneği teşkil eden bir web sitesinin kendiliğinden bir daimi işyeri oluşturmadığı konusunda açık bir görüş belirtmiştir. Web sitesi sunucularının ise ancak çok sınırlı şartlarda daimi bir iş yeri olarak kabul edilebileceği belirtilmiştir (OECD, 2001).

Çifte vergilendirmeyi önlemek için devletler, mahsup ve istisna yöntemlerini kullanmaktadırlar. Mahsup yönteminde esas, ülkede mukim olan herkesin tüm ülkelerde elde ettiği geliri toplu olarak beyan etmesidir. İkinci yöntem olan istisna

yöntemi ise, yalnızca ülke içinde elde edilen gelirin beyan edilmesi üzerine kuruludur. Dünyada devletlerin çoğu mahsup yöntemini esas alarak vergi sistemlerini oluşturduğundan, diğer ülkelerde elde edilen kazançların hem kaynak hem de mukim devlette vergilendirilmesi ortaya çıkmakta ve çifte vergileme kaçınılmaz olmaktadır. Bu sorunu çözmek üzere devletler aralarında çifte vergilemeyi önleme anlaşmaları yapmakta, yabancı ülkede ödenen vergi, hesaplanan vergiden mahsup edilmektedir (Özpençe ve Özpençe, 2007: 8).

Gelir ve kurumlar vergisinde matrah, kazancın net tutarı olarak hesaplanmaktadır. Vergi matrahının tespiti brüt kazancın ve giderlerin belirlenmesini gerektirmektedir. E-Ticaret işlemlerinde matrahın belirlenmesi sırasında özellikle kaynak ilkesi konusunda sorunlar ortaya çıkmaktadır. Kaynak ülkesi bir işyerine atfedilebilen ticari kazancı vergileyeabilmektedir. Anlaşma hukuku, merkez ile şube veya şubelerin kendi aralarındaki işlemlerinden doğan kazancın bölüşümü emsal bedel esasına göre yapılmasını öngörmektedir (OECD Model Anlaşması,md.7/4). İşyerinin safi kazancın belirlenmesinde işyeri için yapılan giderlerin indirilmesi mümkünken, elektronik ortamda yürütülen faaliyetlerde geleneksel merkez-şube örgütlenme biçimine bağlı kalmadan işlerin organize edilmesi muhtemel olduğundan birden fazla şubeyi ilgilendiren giderlerin şubeler arasında paylaşımında ilave güçlüklerle karşılaşmaktadır (Güneş, 2002). Ayrıca, e-ticarete konu olan dijital ürünler saf bilgiden imal edilmekte, ilave bir birim dijital ürün elde etmenin marjinal maliyeti sıfıra yakın olmaktadır. Eğer dijital bir ürünün maliyeti sıfıra yakın ise, bu ürünü vergilendirebilmek de giderek güçleşmekte, vergi idarelerinin ilave girdi maliyeti gerektirmeyen bir ürünün girdi-çıkıtı (çapraz) kontrolünü yapabilmelerine imkan kalmamaktadır (Soete, Ter Weel, 1998: 6).

Sürekli işyeri kavramı, e-ticaret açısından gelirin kaynağı esasına göre vergilendirmeyi kısıtlamaktadır. Vergi idareleri, fiziki varlığı olan ürünlerin tesliminde e-ticaret taraflarının bulunduğu yerde geleneksel sürekli işyeri yaklaşımını fazla zorlamadan uygulayabilirler. Ancak saf e-ticaret olarak adlandırılan dijital ürünlerin ticaretinde, kaynak ülkede fiziki bir varlık söz konusu değildir ve vergi idarelerinin vergiyi doğuran bir olayın gerçekleştiğini fark etmesi imkansız görünmektedir. Ayrıca vergi idaresinin, satıcının veya hizmet sağlayıcının nerede olduğunu bilmesi de çok zor görünmektedir. Sonuç olarak, kaynak ülkedeki gelir ve

kurumlar vergileri kaçırılmakta, ancak sadece ikamet ülkesinin satıcıdan veya hizmet sağlayıcıdan gelir ve kurumlar vergisi tahsil edebilmesi mümkün olabilmektedir (Irish, 2005).

2.1.2.1.2. Gelirin Niteliği

E-ticaretin vergilendirilmesine ilişkin sorunlar sadece vergilendirme yetkisi açısından değil, aynı zamanda gelirin niteliği açısından da ortaya çıkmaktadır. Gelirin niteliği hem ulusal hem de uluslar arası vergi kuralları açısından önem arz etmekte, gelirin türüne göre vergilendirme yetkisi ulusal veya uluslararası alanda değerlendirilebilmektedir. E-Ticaret açısından kritik soru, dijital işlemlerin geleneksel işlemlerle nasıl kıyaslanacağıdır. Mesela; İnternet üzerinden bir dijital resim tedarik eden müşterinin bir hizmet satın aldığı varsayıldığında, normal olarak gelirin kaynağı hizmetin gerçekleştiği ülke olarak kabul edilecektir. Aksine, aynı işlem bir lisansın kullanımı olarak görüldüğünde, gelirin kaynağı söz konusu gayri maddi hakkın kullanıldığı ülke olarak değerlendirilecektir. Son olarak, birileri aynı işlemin gerçek doğasını bir mal satışı olarak ta değerlendirebilir. Açıkça görülmektedir ki, işlemin uygun bir şekilde nitelendirilmesi kendine has zorluklar içermektedir (Hellerstein, 2002).

Dijital ürünlerin niteliği, yani hizmet olarak mı, yoksa mal olarak mı değerlendirileceği, gayri maddi hak kapsamına girip girmeyeceğinin tespit edilmesi, bu ürünlerin satışından elde edilecek gelirin hangi kazanç kapsamına gireceğini dolayısıyla ne şekilde vergilendirileceğini belirleyen etmenlerdir (Coşkun, 2005). Mal satışlarından elde edilen gelir, bir ülkede bir işyeri aracılığıyla kazanılmışsa, kaynak ülkedeki net matrah üzerinden vergilendirilir. Oysa, royaltiler (gayri maddi hak bedelleri) ve yatırım gelirinin diğer tipleri kaynak ülkede stopaj vergisine konu olurlar. Bu durumda gelirin kaynağı manipule edilebilmektedir. Mann (2000)'e göre de lisans veya telif hakkı ücretleri ile satışlardan elde gelirler farklı oranlar üzerinden vergilendirilmektedir.

OECD Model Vergi Anlaşması'nın 12.maddesinde royalti sayılan gelirler açıklanmıştır. Bu maddeye göre, kullanım hakkı, çoğaltma hakkı, patentler, ticari markalar, dizayn ve modeller, plan ve gizli formüller, endüstriyel, ticari veya bilimsel deneyimlerle ilgili bilgiler dolayısıyla elde edilen gelirler royaltidir. Sadece

internet üzerinden indirilebilen dijital ürünler telif hakkı kapsamında değerlendirilmemektedir (OECD, 2001). Ticari kazançlar ise anlaşmanın 7. maddesinde açıklanmıştır. Bu durumda royalti olarak değerlendirilemeyen gelirler ticari kazanç olarak dikkate alınacaktır.

Bunlar; fiziki malların satışı, dijital ürünlerin indirilmesi, dijital ürünlerin güncellenmesi ve eklemeler yapılması, kullanım süresi kısıtlı yazılımların indirilmesi ve lisans ücretleri, tek kullanımlık yazılımların satışı, web sitesi hosting gelirleri, internet servis sağlayıcılarının aldıkları ödemeler, veri depolama, online müşteri desteği, arama sonuçları, kişiye özel (tek parça) verilerin teslimi ve diğer yüksek değerli veriler, reklam verme, online danışmanlık hizmetleri, bilgi teslimi, online alışveriş portalları, online ihaleler, içeriklerin kullanımı, gerçek zamanlı yayın, web sitesi üyeliğidir (Coşkun, 2005).

2.1.2.2. Katma Değer Vergisi ve Perakende Satış Vergileri Açısından

AB Ülkeleri ile birlikte ülkemizde uygulanmakta olan KDV ile ABD ve Kanada'da uygulanmakta olan satış vergileri dolaylı vergiler olup, gider vergileri veya tüketim vergileri olarak ta adlandırılmaktadırlar. Uluslar arası platformda daha çok "Consumption Taxes - Tüketim Vergileri" kavramı ile ifade edilen gider vergileri, tüketilen mal ve hizmetler üzerine konulan vergilerdir. Gelir veya servetin elde edildikleri zaman değil, harcandıkları aşamada, mal ve hizmetlerin fiyatları içersine gizlenmiş olarak vergilendirilmesi prensibine dayanmaktadır. Ödeme gücünün göz ardı edilmesi nedeniyle mükellefler arasında ayırım gözetmeyen bu tür vergiler eşitlikçi ancak, adaletsiz vergilerdir. Bulutoğlu (2004: 199)'a göre, kişi ve kurumların mal ve hizmet satın almalarıyla vergiyi doğuran olay ortaya çıkmış olmaktadır.

KDV, genel tüketim vergilerinin en gelişmiş şekli olup, AB ülkeleri dahil pek çok ülkede uygulanmaktadır. Bu vergiler yayılı muamele vergisi özelliğini taşımakta, yani ekonomideki üretim zincirinin tüm aşamalarında (üretici, toptancı, perakendeci ve nihai tüketiciye satış) uygulanmaktadırlar. Vergi, bu aşamalardaki satış fiyatı üzerinden değil her aşamada ortaya çıkan katma değer üzerinden alınmaktadır. KDV uygulamasında, üreticiler ve diğer araçlar tarafından ödenen vergilerin tamamı zincirin son halkası olan nihai tüketiciye yansıtılmaktadır. Kanuni mükellef olarak

kabul edilen üretici ve diğer aracı yükümlüler vergi tahsildarı rolü üstlenerek, alışlarında ödedikleri vergiyi satışlarında topladıkları vergilerle mahsup etmekte ve ilave katma değerden kaynaklanan fazla vergiyi vergi dairelerine yatırmaktadırlar. KDV'nin tamamı ise fiili mükellef olarak kabul edilen nihai tüketicilere yansıtılmaktadır (Bilici, 2001: 233-234).

Katma Değer Vergisi, belirli bir vergi egemenliği alanında mal ve hizmet teslimleri üzerinden alınan bir vergidir. Temelde varış yeri esasına dayalı bir vergi olduğu için ihracat vergi dışıdır, ithalat ise ilke olarak vergiye tabidir (Bulutoğlu, 2004: 203). Fiziki varlığa sahip malların üretimi ve dağıtımını kolayca izlenebildiği için KDV açısından pek sorun teşkil etmemektedir. Buna karşılık, hizmetler bakımından durum oldukça karmaşıktır. Hizmeti sunan kişinin ya da müşterinin bulunduğu yer vergilendirme yeri olabileceği gibi hizmetin ifa edildiği ya da yararlanıldığı yer de vergilendirme yeri olabilir. Avrupa Birliğinde hizmetler çoğunlukla 6. KDV Direktifinin 9(2)(e) maddesine göre vergilendirilir. Bu hükme göre, KDV mükellefiyetini tesis ettirmiş AB müşterileri bakımından hizmetin sunulduğu yer, müşterinin işyerinin bulunduğu yerdir. KDV mükellefiyeti tesis ettirmemiş AB müşterileri bakımından ise, satıcının işyerinin bulunduğu yerdir. Bu nedenle, satıcının AB sınırları içinde bir işyeri yoksa KDV mükellefiyeti olmayan müşterilere sunulan hizmetler genel olarak vergiye tabi tutulmaz (Dönmez, 1999).

ABD'de uygulanan satış ve kullanım vergileri (sales and use tax), teorik olarak varış yeri prensibine dayanan tüketim vergileridir. Varış yeri prensibi, vergilerin tüketimin gerçekleştiği yerde ödenmesini gerektirmektedir. Satış noktasında toplanan satış vergileri, eğer tüketimin gerçekleştiği yer işlem noktasına yakınsa ortaya çıkmaktadır. Buna karşılık, alıcı başka bir eyalette satın aldığı ve muhtemelen tüketimin gerçekleşeceği yer olan kendi eyaletinde kullandığında ürün için kullanım vergisi öder (Maguire, 2005:1).

E-Ticaret sonucunda tüketim vergilerinin tabanının aşınmaya başlamasıyla hükümetler e-ticaretin potansiyel hacmine kayda değer bir alaka göstermeye başlamışlardır (Teltscher, 2000: 9). Tarihin çok eski çağlarından bu yana uygulanan tüketim vergileri, elektronik çağın da en önemli vergilerinden birisidir. Bilindiği gibi e-ticarette mal teslimi maddi olduğu gibi sayısal yolla da olmaktadır. Örnek vermek gerekirse; almayı arzu ettiğiniz bir bilgisayarını sanal marketten beğenip siparişinizi

verdikten sonra ürün adresinize teslim edilir ve akit tamamlanır. Şayet bir bilgisayar yazılımı satın almışsanız bu dijital ürün, kredi kartınız aracılığı ile ödemeyi gerçekleştirmenizden sonra dijital olarak bilgisayarınıza iner. Geleneksel ticaretten farksız olarak bu örnekte de bir satış söz konusudur (Binatlı, 2002: 181-182). Ancak, bu tür işlemlerde sayısallaştırılmış mal ve hizmetlerin mükellefiyet kaydı bulunmayan müşterilere satılması KDV açısından esaslı bir problemi beraberinde getirmektedir. Alıcının nerede ikamet ettiğini dahi bilemeyen satıcının, KDV'yi tahsil etmesi ve bunu ilgili vergi idaresine ödemesi bir tarafa KDV için kayıt yaptırmaya ihtiyaç duyması bile zor görünmektedir. Satıcının kendi kendine vergiyi tarh etmesi, tahakkuk ettirmesi, tahsil etmesi ve bunu ödemesi mevcut şartlarda mümkün görünmemektedir (Bird, 2003).

Tüketim vergilerinde sorun daha çok, üretildiği yerden farklı bir yerde tüketilen müzik ve yazılım gibi fiziki varlığı olmayan ürünler ile tıbbi ve hukuki danışmanlık gibi hizmetler için ortaya çıkmaktadır. Bu tür mal ve hizmetler ile geleneksel mal ve hizmetler için uygulanacak vergi kurallarının aynı olması genel kabul görmekte, mal ve hizmetin teslim araçlarının farklılığının vergilendirmeyi etkilemesi arzu edilmemektedir. Daha açık bir ifadeyle, kağıda basılı bir kitap ile dijital bir kitabın satışı tarafsız bir vergilendirme muamelesine tabi tutulması istenmektedir. Ancak işlevsel olarak hangi ürünlerin eşit varsayılacağını belirlemek çok ta kolay olmamaktadır. Bilgisayar ekranında görünen yazılı bir metin ile basılı bir kitap veya dijital olarak indirilen bir film ile kiralanan bir DVD aynı şeyler midir? Şayet dijital ürünler hizmet olarak kabul edilirse, bu kez hizmetin türünü belirlemek gibi bir problemle karşılaşmaktadır (Jones, Basu, 2002).

Bir hizmetin nerede vergilendirileceği hususu, işlemi yapan kişinin bulunduğu yer veya hizmetin yapıldığı yer esas alınarak belirlenmiştir. Elektronik ticaret bu kuralın yapısını değiştirmektedir. Elektronik ticaret ile birlikte KDV uygulamalarında ortaya çıkabilecek sorunlar büyük ölçüde işlemin niteliği ve işleme taraf olanların kimliğine bağlı bulunmaktadır. Elektronik ticaretle bağlantılı KDV sorunları ülkelerarası mal teslimleri ve özellikle de hizmet ifaları ile ilgili olarak ortaya çıkmaktadır (Güneş, 2002).

Dijital ürünler hizmet olarak ele alınırsa, KDV den kaynaklanan uyuşmazlıklarda artış meydana gelmektedir. Kitap, müzik gibi bazı ürünler fiziki

olarak satın alındıklarında, sayısallaştırılmış ve bu yüzden hizmet kabul edildikleri duruma nazaran daha düşük KDV 'ye tabi olacaklardır. Bu basit örnekte bile bir tek ürün, işlemin şekli ve meydana geldiği coğrafyaya bağlı olarak farklı vergi oranlarına konu olabilir ki bu durum OECD nin “tarafsızlık”, “verimlilik”, “kesinlik”, “basitlik”, “etkinlik” ve “esneklik” amaçlarıyla çelişmektedir. İnternet servis sağlayıcıları, internet üzerindeki çoğu aktiviteler için başlangıç noktası veya ana kapı durumundadırlar. İnternet servis sağlayıcılarının, kendi rızalarıyla vergi tahsildarı rolü üstlenmelerini veya hizmet KDV'lerini kendi kendilerine (aracı finansal kurumlar örneğindeki gibi) ödemelerini beklemek gerçekçi değildir. Aslında internet servis sağlayıcılarının bu konudaki hareket tarzı bellidir. Onlar, KDV'yi tahsil etme ve ödeme konusundaki sorumluluğu daha belirsiz hale getirmek için tercihlerini off-shore merkezlere taşınma yönünde kullanacaklardır ki, gerçekte bazı Avrupalı İnternet Servis Sağlayıcılar faaliyetlerini gevşek vergi yargısının hüküm sürdüğü ülkelerde yürütmektedirler. Kısaca, internet pazarları sınır ötesi özelliklere sahip olup, bilgi yoğun ürünlerin ticaretinde dolaylı vergileme, hem kapsamın azalması ve hem de çok sayıdaki vergi oranları nedeniyle sistemleri zorlamakta, yönetimleri yeni stratejiler bulmaya davet ederek pahalıya mal olmaktadır (Mann, 2000).

Yukarıda da belirtildiği gibi, fiziki bir malın siparişi ve ödemesi elektronik ortamda yapılmış, buna karşılık malın teslimi geleneksel yollarla gerçekleşmişse, bu durumda tüketim vergileri açısından ortaya bir sorun çıkmamaktadır. Sorun dijital ürünlerin ticaretinde ortaya çıkmakta, tüketim vergisinin nasıl ve kimden tahsil edileceği bir yana, müzik, film, yazılım gibi sayısallaştırılmış ürünlerin mal veya hizmet olarak sınıflandırılmasında da sıkıntılar yaşanmaktadır. Örneğin; internet üzerinden indirilen yazılımın ödemesinin elektronik para ile yapıldığı durumda, işlemin kaynağı ve varış yeri karanlıkta kalmaktadır. Oysa tüketim vergilerinde işlemin, nerede gerçekleştiği ve niteliği (mal ticareti mi yoksa hizmet ticareti mi) bilinmek zorundadır. Dijital ürün satıcıları, müşterilerinin coğrafi yerleşimlerinin neresi olduğunu bilmezler, genellikle bilme ihtiyacı da hissetmezler. Aslında internetin kontrolsüz ve çoğu işlem sahiplerinin meçhul oluşu, müşterilerin kimliklerini ve gerçek adreslerini vergi kaçırma veya kişisel nedenlerle gizlemelerini kolaylaştırmaktadır. Dahası vergi idaresi, tüketim vergilerini tahsil eden satıcının adresini tespit etmekte de güçlükler yaşayabilir. Satıcı, bir başka ülkede yerleşik

server (sunucu) üzerinde bulunan bir web sitesi aracılığıyla ürünlerini satabilir. Kaynak ve varış yeri ilkesine göre işlem gizli kalmakta mali hudutların tespiti güçleşmektedir. Problemin püf noktası, internet ve yeni iletişim teknolojilerinin farklı satış biçimleri ortaya çıkaran yeni kanallar sunmasıdır (Basu, 2004).

OECD, tüketim vergilerinde, tüketim yeri prensibini kabul etmiş ve bu prensip üye ülkeler arasında da benimsenmiştir. Buna göre B2B ve B2C e-ticaret işlemlerinde vergilendirme yetkisi (tüketim vergilerinde), tüketimin gerçekleştiği yerde kullanılacaktır (OECD, 2001). Elektronik ticaretin yayılmasına neden olan teknolojik ve ekonomik değişimin hızı ve yönü tam anlamı ile anlaşılmeden vergi uygulamalarını KDV ve diğer vergilere yansıtmak oldukça zor görünmektedir (Binatlı, 2002: 183).

Jones and Basu (2002)'e göre e-ticaretin oluşturduğu ilave tehditleri şu şekilde sıralamak mümkündür;

-E-Ticaret, daha önce mükellefiyetin belirlenmesinde kritik rol oynayan toptancı ve perakendeci gibi aracılardan tedrici olarak ortadan kalkmasına yol açmaktadır.

-Yerel satıcıların kanuni mükellef kabul edildikleri bir durumda, yurt dışı satıcıların KDV veya Satış Vergilerinden muaf tutulması haksız ve çelişkili bir durum ortaya çıkarmaktadır.

-E-Ticaretin tüketim vergileri tabanını erozyona uğratması muhtemel görünmektedir. Tüketim vergileri, alıcılara yansıtılan ve satıcılar tarafından tahsil edilen vergilerdir. Mal veya hizmet ayırımına, alıcı ve satıcının bulunduğu yere ve alıcının tipine (bireysel veya kurumsal alıcılar) bağlı olarak farklı vergi kuralları söz konusudur. E-Ticaret ile birlikte farklı vergi kurallarına tabi yabancı satıcıların sayısında dikkate değer bir artış yaşanmaktadır. Yapılan araştırmalar sonucunda yüksek satış vergisi oranlarının uygulandığı yerlerde ikamet eden tüketicilerin, daha düşük satış vergisi oranlarının söz konusu olduğu bölgelerden alışveriş etmeyi tercih ettikleri, vergi oranlarının tüketici davranışları üzerinde etkili olduğu ortaya çıkmıştır. Vergilendirilemeyen yabancı satıcıların vergilendirilebilen yerli satıcıların yerini alması vergi kaybı sonucunu doğurmaktadır. Bu tür vergi kayıplarının ülkeler üzerindeki etkisi, tüketim vergilerinin toplam vergi gelirleri içindeki payına bağlı olarak değişecektir.

Irish (2005)'e göre, e-ticaretin % 90'nın dan fazlası B2B işlemlerinden oluşmaktadır. İşletmeler tarafından satın alınan mal ve hizmetler nihayetinde KDV ve satış vergilerine konu olan ürünlere dönüştüğünden, tüketim vergileri tabanı açısından büyük bir tehdit söz konusu değildir. Ayrıca işletmeler arası ticaretin önemli bir kısmı fiziki varlığı olan malları ve fiziki teslimatı kapsadığından bu tür malların varış ülkesi tarafından gümrük muayenesi esnasında vergilendirmesi çok ta güç olmayacaktır. Esasen tüketim vergileri açısından problem teşkil eden ürünler fiziki varlığı olmayan ve elektronik ortamda teslim edilen dijital ürünlerdir. Irish, bu ürünlerin ticaretini "saf e-ticaret" olarak adlandırmaktadır.

Maguire (2005)'e göre, ABD eyaletlerinin toplam vergi gelirlerinin üçte biri (% 33.8) satış ve kullanım vergilerine dayanmaktadır. Satıcılar tarafından işlemin gerçekleştiği esnada toplanan satış vergileri ürünün perakende satış fiyatının yüzdesi olarak hesaplanmaktadır. Ancak satıcıların, alıcının eyaletinde alıcıyla ilgili bağlantı kuramadığı veya atıfta bulunamadığı durumlarda genellikle kullanım vergileri toplanamamakta, alıcıların kullanım vergilerini satıcının eyalet vergi idaresine göndermesine ihtiyaç duyulmaktadır. Gönüllü uyumu gerektiren bu işlemin gerçekleşmesi de epey zor görünmektedir. Bu tür bir uyumun düşük seviyede olması nedeniyle gelişen internet tabanlı ticaret, eyaletlerin veya yerel yönetimlerin B2C ve B2B işlemlerinde satış ve kullanım vergilerini tahsil kabiliyetini azaltma riski taşımaktadır.

2.1.2.3. Gümrük Vergileri Açısından

E-Ticarete konu fiziki mal teslimleri geleneksel yoldan gerçekleştiği için gümrük vergileri konusunda önemli bir sorun beklenmemektedir. Elektronik ticarete gümrük vergileri açısından firmalar arası rekabet bozucu etki yaratacak sayısal ürün teslimleridir. Günümüzde bir çok sayısal ürün elektronik ticarete konu olmaktadır. Sayısal ürünlerin teslimi geleneksel yolla yani fiziki teslimle olabileceği gibi internet aracılığı ile adı geçen programın elektronik yolla transferi şeklinde de gerçekleşebilmektedir. Bu durum tahmin edilebileceği gibi rekabeti bozucu yönde etki yaratacaktır (Binatlı, 2002: 187).

Son 50 yıldır ülkeler mal ve hizmetlerin teslim yöntemini göz ardı ederek, ağır gümrük vergileri ve tarifelerin hafifletilmesi ve uluslararası ticaretin mümkün

olduğunca serbestleştirilmesi yönünde hareket etmektedirler. Dünya Ticaret Örgütü'nün 1998 yılında düzenlediği 2.Bakanlar Konferansında, üye ülkeler elektronik iletimlerin gümrük vergilerinden muaf tutulacağını beyan etmişlerdir. Kaldı ki bunun öncesinde fiili uygulama da zorunlu olarak böyleydi. Bu deklarasyon, elektronik ortamdaki aktarımların, şimdilik gümrük vergilerine konu ithalat kapsamında düşünülmediğinin resmi kabulü anlamına gelmektedir. Benzer şekilde uluslararası telefon görüşmeleri, faks mesajları veya sınır ötesi bir veri tabanına bilgisayarla bağlanmak gümrük vergisine konu edilmemektedir. Dünya Ticaret Örgütü'nün moratoryumu da zaten bu mevcut durumu yansıtmak anlamına gelmektedir (GIIC, 2000: 12).

Dünya Ticaret Örgütü'nün 1998 2.Bakanlar Konferansında dijital ürünlerin sınıflandırılması konusu da GATT (General Agreement on Tariffs and Trade-Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması) kapsamında ele alınmıştır. Dijital ürünlerin sınıflandırılması meselesi, fiziki varlığın söz konusu olmadığı elektronik ortamdaki aktarımların mal, hizmet veya fikri mülkiyet hakkı olup olmadığı sorusundan kaynaklanmaktadır. Dijital ürünlerin mahiyetinden kaynaklanan zorluklar içermesi nedeniyle söz konusu toplantıda bir anlaşmaya varılamamıştır. Zira, dijital ürünlerin nasıl tanımlanabileceğine bağlı olarak farklı uluslararası anlaşma hükümleri uygulanması söz konusudur. Mesela; dijital ürünler mal olarak tanımlandığında bunlara GATT hükümleri uygulanacak ve elektronik aktarımlar gümrüğe tabi olacaktır. Yok eğer dijital ürünler hizmet olarak kabul edilecekse GATS (General Agreement on Trade in Services-Hizmet Ticareti Genel Anlaşması) hükümleri uygulanacak, bu kez gümrük vergisi tartışmalı hale gelecektir (Teltscher, 2000).

Bireysel tüketicilerin aracısız (direkt) fiziki mal siparişlerinde, düşük değerli çok sayıda kargonun ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Parasal değeri düşük çok sayıda kargo, gümrük idaresi açısından vergi toplama maliyetini yükseltme riski taşımaktadır (Jones, Basu, 2002).

2.1.3. Uluslararası İşbirliğinin Noksanlığı

Küresel e-ticaretin ortaya çıkardığı vergi sorunlarının çözümü teknik, ticari ve hukuki önlemlerin alınmasına bağlıdır. Bu çerçevede birbiriyle bağlantılı teknik,

rekabet kültürü ve hukuki düzenlemelerinin oluşturulması gerekmektedir. Sorun çoğu zaman uluslararası boyutludur ve dolayısıyla e-ticaretin gelişmesi ve güvenliği, uygulanacak önlemlerin etkinliği yalnız bir ülkenin çabalarıyla sağlanamamaktadır (Gökbunar, 2003: 39).

E-ticaret, mahiyeti gereği bu konuda yapılacak çalışmalarda uluslar arası işbirliğini zorunlu kılmaktadır. Başta OECD, WTO, AB, ABD, Avustralya, İngiltere, Singapur, Kanada olmak üzere uluslar arası kuruluş ve devletler e-ticaretin vergilendirilmesi yönünde çalışmalarını başlatmış, genel ilke kararları belirlenmiş ve pilot projeler uygulanmaya başlanmıştır. Bu çalışmalardan alınacak olumlu sonuçlar, diğer ülkeler için yol gösterici ve karar almayı kolaylaştırıcı nitelikte unsurlar olacaktır (Coşkun, 2005).

Coğrafi sınırların engel teşkil etmediği küresel bilgisayar ağları üzerinden gerçekleştirilen elektronik ticaretin vergilendirilmesi için devletlerin yalnız başlarına vergisel bir çözüm üretmeleri mümkün görünmemektedir. Vergilendirmeye ilişkin yapılabilecek her bir yeni düzenleme serbest ekonomiye devletin bir müdahalesi gibi algılanacak ve sermayenin ülke dışına çıkmasına neden olabilecektir. Oysa, uluslararası ölçekte alınabilecek tedbirler ve uygulanabilecek yaptırımlar aracılığıyla, dünya üzerinde elektronik ticaretin vergilendirilmesinde önemli adımlar atılmış olacaktır.

E-ticaretin mahiyeti, hukuki sorunların çözümünde sadece bir devletin getireceği düzenlemeleri yetersiz bırakmaktadır. İnternet alanı, hiçbir zaman gerek teknik ve gerekse hukuki açıdan tek bir devlet tarafından kontrol edilememekte ve düzenlenememektedir. Örneğin; A ülkesinde oturan bir müzik CD satıcısı, bir başka ülkede oturan alıcı ile internet üzerinden satım sözleşmesi yapabilmekte ve internet üzerinden alıcının yaptığı ödeme karşılığı onun istediği bir CD'yi onun bilgisayarına aktarabilmektedir. Burada yapılan alım satım işlemi gümrük idaresi tarafından denetlenememekte, yapılan alım satımına herhangi bir genel harcama vergisi örneğin katma değer vergisi uygulanamamaktadır. Hatta bu kapsamda yapılan işlemler sonucu ortaya çıkan veya çıkması muhtemel sorunlar için yetkili bir mahkeme sorunu da söz konusu olmaktadır (Gökbunar, 2003: 37-38). Mevcut gelişmeler, e-ticaret işlemlerinin vergilendirilmesinde ulusal veya bölgesel bir çabanın etkin

çözümler geliştirmekte yetersiz kaldığını ve çözümler için uluslar arası ölçekte işbirliğinin gerekli olduğunu ortaya koymaktadır (Irish, 2005).

2.2. Elektronik Ticareti Vergileme İlkeleri

Vergileme ilkeleri, uyulması gerekli normatif ilkeler niteliğindedir. Bu nedenle bu ilkeler olanı değil, olması gerekeni ifade ederler. Vergileme ilkeleri ülkelerin ekonomik ve sosyal şartları, teknolojik imkanları, toplumun dünya görüşü ve zihniyeti, hukuk bilincinin oluşum seviyesi ve kamu hukukunun durumu ile yakından ilgilidir. Verginin niteliği, tekniği zaman ve mekana göre değiştiği gibi, vergileme ilkeleri de değişebilmektedir. Bu nedenle vergileme ilkeleri belirli ekonomilere ya da belirli dönemlere göre farklı olabilmektedir (Gökbunar, 1998: 2-3). OECD'nin 1998 Ottawa Vergileme Çerçeve Koşulları'nda e-ticaret için önerdiği vergileme ilkeleri şu şekildedir (OECD, 2003: 12);

-Tarafsızlık; E-Ticaret ile geleneksel ticaret arasında ve e-ticaretin kendi türleri arasında adalet ve tarafsızlığı sağlayacak bir vergilendirme sistemi olmalıdır. Konu ile ilgili kararlarda, vergilendirmeden daha ziyade ekonomik unsurlar dikkate alınmalıdır. Benzer durumdaki mükellefler, aynı seviyede vergilendirilmeli ve aynı işlemlere tabi tutulmalıdır.

-Verimlilik; Mükellef açısından vergilendirmeye uyum maliyeti ve vergi idaresi açısından yönetim maliyetleri mümkün olduğunca en aza indirilmelidir.

-Kesinlik ve Basitlik; E-ticaretin vergilendirilmesine ilişkin kesinlik ilkesi, kuralların çok bir biçimde ifade edilmesiyle sağlanabilir (Hardy, Horner, 1999). Mükellefin, yapacağı işlemlerde vergisel sonuçları önceden öngörebilmesi için vergi kuralları açık ve basit olmalı, mükellef hangi işlemde, ne kadar, nasıl ve ne zaman vergi ödemesi gerektiğini bilmelidir.

-Etkinlik ve Adalet; Vergilendirme, en uygun zamanda en uygun vergi hasılatını ortaya çıkaracak şekilde yapılmalıdır. Ortaya çıkması muhtemel risklerle orantılı önlemler alınırken, vergi kaçığı ve vergiden kaçınma potansiyeli en aza indirilmelidir.

-Esneklik; Vergilendirme sisteminin, teknolojik ve ticari gelişmelere ayak uydurabilmesini teminen, sistem esnek ve dinamik olmalıdır.

2.3. E-Ticaretin Vergilendirilmesi Konusunda Yapılan Çalışmalar

Yukarıda belirtildiği gibi e-ticaretin vergilendirilmesi konusundaki tartışmalarda, ABD, AB ve OECD kilit rol oynamışlardır. Başta ABD, olmak üzere adı geçen taraflar meseleye mevcut ilkeler çerçevesinde değil, faydacı bir yaklaşımla eğilmişlerdir.

Elektronik ticaretin potansiyel gelişiminin farkına varan Amerikan Kongresi, muhtemel vergi problemlerinin ortaya çıkışını önlemek amacıyla 1998 Ekiminde internet üzerinden gerçekleştirilen e-ticaret işlemlerinin geçici olarak üç yıl için vergiden muaf tutulmasını sağlayan bir moratoryum (Internet Tax Freedom Act-ITFA) ilan etmiştir (Prettie, 2001). ABD’de eyaletler arası farklı uygulamalar olmakla birlikte Federal Hükümet, 21.10.2001 tarihinde sona ermesi gereken moratoryumu ITFA kapsamında 01.10.2003 tarihine kadar uzatma kararı almış ve ikinci moratoryum anılan tarihte sona ermiştir . Her iki moratoryum süresince eyalet ve diğer yerel vergi idareleri internet üzerindeki işlemlere özel vergiler uygulayamamışlar ancak, e-ticaret kapsamında olsa bile vergilendirilebilen işlemlere mevcut vergiler uygulanmıştır (Nellen, 2004).

Amerikan Kongresi, önceki iki moratoryum ilanının sona ermesinden sonra 3 Aralık 2004 tarihinde, tüketim vergilerine ilişkin dört yıllık yeni bir moratoryumu kanunlaştırarak yürürlüğe koymuştur. Buna göre 1 Kasım 2007 tarihine kadar sürecek bu yeni moratoryum aşağıdaki işlemlerin uygulanmasını yasaklamıştır (Maguire, 2005);

-İnternet erişimine ve geniş bant kullanımına yeni vergiler uygulamak ve

-İnternet üzerinden gerçekleştirilen ticari işlemlere çifte ve ayırıcı vergiler uygulamak.

23-24 Mart 2000 tarihlerinde Lizbon’da yapılan Avrupa Konseyi toplantısında, 15 AB ülkesinin Hükümet ve Devlet Başkanları, Avrupa’nın gelecek on yılda “dünyadaki en rekabetçi ve dinamik bilgi tabanlı ekonomi” haline gelmesi hedefini koymuşlardır. 11-12 Mayıs 2000 tarihlerinde Varşova’da yapılan Avrupa Bakanlar Konferansı’nda, Orta ve Doğu Avrupa Ülkeleri, 15 AB ülkesi tarafından Lizbon’da ortaya konulan stratejik hedefi benimsemiştir (TUBİTAK, 2002: 17).

ABD’de uygulandığı üzere e-ticarete, tüketim (satış vergileri) vergilerinden muaf tutularak imtiyaz tanınması fikri, Avrupa Birliği’nde dikkate alınmamıştır.

Avrupa Komisyonu 1998 yılında, basitlik, kesinlik ve tarafsızlık ilkelerinin mutlak surette e-ticaret işlemlerine de uygulanması gerektiğini vurgulamıştır. Tarafsızlık ilkesi gereği, ticaret şeklinin veya teslimatın elektronik ortamda olup olmadığının göz ardı edilerek, AB içinden veya AB dışından satın alınan mal ve hizmetlerin aynı şekilde vergilendirmeye tabi tutulacağı kabul edilmiştir. AB’de uygulanan KDV, varış yeri esasına göre tanımlanmış, buna göre ithalat vergilendirilmekte, ihracat vergi dışı kalmaktadır (McLure, 2003: 754).

AB e-ticaretin vergilendirilmesine (özellikle KDV) önemle eğilen bölgesel birliklerden biridir. AB, OECD ve WTO’nun çalışmalarına katılmakta, kendi çalışmalarını şekillendirmektedir. 77/388/EEC sayılı 6. katma değer vergisi direktifinde önemli düzenlemeler yapan 2002/38/EC sayılı direktif, özellikle AB üyesi olmayan ülkelerde yerleşik, e-ticaret faaliyetleri gerçekleştiren fert ve kurumları etkilemektedir. Yeni düzenlemelere göre; AB üyesi olmayan ülkelere AB’ye üye ülkelerde mukim bireysel tüketicilere veya KDV mükellefiyeti olmayan kurumlara yapılan dijital ürün satışında, satıcı satışı yaptığı üye ülkede KDV mükellefiyeti tesis ettirecektir. Eğer satıcı satışı KDV mükellefiyeti bulunan bir ticari işletmeye yapıyorsa, bu durumda KDV mükellefiyeti tesis ettirmesine gerek kalmayacak alıcı ödenmesi gereken vergiyi kendisi hesaplayıp ödeyecektir. Birkaç cümle ile kısaca açıklanan “kayıt tabanlı” sistem, 2002/38/EC sayılı direktifin uygulanacağı elektronik olarak arz edilen hizmetler ile radyo ve televizyon yayıncılığı hizmetlerinde geçerli olacaktır. Bu iki hizmet grubu dışında kalan mal ve hizmet satışında mevcut KDV sisteminin uygulanmasına devam edilecektir (Coşkun, 2005: 162-163). E-Ticarete KDV uygulayan AB, bu konuda kapsamlı bir tecrübeye sahip olmasına karşın, mukim olmayan dijital ürün satıcılarından KDV tahsil etme konusunda etkin bir mekanizma geliştirememiştir (Irish, 2005).

Küresel e-ticaretin vergilendirilmesi konusunda ortaya çıkan tehditler ancak, on yıl açık bir şekilde sonra tanımlanabilmiştir. Yapılan araştırmalar, uluslararası e-ticaretin vergilendirilmesi konusunda bir çok ülkenin henüz kayda değer bir yasal ya da idari düzenlemeye gitmediğini göstermektedir. Ulusal seviyedeki bu tepkisizlik büyük ölçüde, OECD’nin bu konudaki yoğun çalışmaları ve liderlik rolü üstlenmesiyle açıklanabilmektedir (Cockfield, 2006: 136).

2.3.1. Uluslararası Kuruluşların Çalışmaları

Yukarıda belirtildiği gibi, e-ticaretin vergilendirilmesi konusunda ABD ve AB toplam vergi gelirlerinin kombinasyonuna bağlı olarak daha çok vergi tabanlarını koruyucu uygulamalarla tepkilerini göstermektedirler. Başta Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD) olmak üzere Dünya Ticaret Örgütü (WTO) ve Birleşmiş Milletler Uluslararası Ticaret Yasası Komisyonu (UNCITRAL) gibi uluslararası kuruluşların, uygulamadaki farklılıkları giderecek uluslararası işbirliğini önemseyen çözüm üretme gayreti içerisinde görünmesine karşılık, bu organizasyonların ABD ve AB'nin nüfuz alanında olmasından dolayı, Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin (Adı geçen kuruluşların teknik çalışma gruplarıncı) önerilen çözümlere ihtiyatla yaklaşması gerektiği düşünülmektedir. Jones, Basu (2002) ve Pastukhov (2006)'a göre de, söz konusu uluslararası kuruluşlar, gelişmiş batılı ülkelerin kontrolü altındadır ve doğal olarak önerdikleri bazı çözümler gelişmiş ülkelerin lehine sonuçlar doğuracaktır. Örneğin; OECD'nin web sitelerini sabit bir işyeri olarak değerlendirmemesi, kaynak ülkenin vergi tabanını aşındıran buna karşılık, ikametgah ülkesinin vergi gelirlerini olumlu yönde etkileyen bir sonuç doğurmaktadır ki, ABD Maliye Bakanlığı da bu görüşü savunmaktadır. Irish (2005)'e göre, bu yaklaşım kaynak ülke konumundaki birçok Asya ülkesinin vergi gelirlerini olumsuz yönde etkilemektedir.

2.3.1.1. Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD)

OECD e-ticaretin vergilendirilmesi konusunda yaşanan uluslararası sorunlara çözüm geliştirmek üzere çalışmalar yapan ve fikir alışverişinin yapılması için ülkeleri bir araya getiren uluslararası bir örgüttür (Coşkun, 2005). 1990' larda e-ticaretin gelişmesiyle birlikte tüm hükümetler açısından e-ticaretin vergilendirilmesi konusu pek çok belirsizliği beraberinde getirmiştir. Geçmişte vergi meselelerine pratik çözümler üreten OECD, bu konuya da hızlı tepki vermiş ve 1998 yılında, hükümetlerin ortaya çıkan yeni duruma adapte olabilmelerine imkan tanıyan prensipleri içeren "Ottawa Vergileme Çerçevesi Şartları" nı kabul etmiştir. Tüketim vergileriyle ilgili olarak Çerçeve Şartları (OECD, 2003);

-Sınır ötesi ticaretin vergilendirilmesi, tüketimin yapıldığı ve vergilendirme hakkının bulunduğu yerde ve uluslararası bir uzlaşma ile tüketime arz edilen malların tüketilme hakkı çevresi şartlarında yapılmalıdır.

-Tüketim vergisi amaçları için hizmetlerin ve gayri maddi varlıkların arzı, malların arzı gibi muameleye tabi olmayacaktır.

-Ülkeler, KDV'ni işletme tarafından ithal edilen gayri maddi mallara ya da hizmetlere uygulamak için "reverse charge" ya da "vergi kayma mekanizması" olarak tanımlanan KDV'yi incelemek ve değerlendirmek zorundadırlar. "Reverse charge sistemi örnek yardımı ile şu şekilde özetlenebilir: Türkiye'de ikamet eden bir tüketici ABD'den bir yazılım satın almış ve bilgisayarına indirmiştir. Tüketim yerinde vergileme ilkesine göre, ABD satış vergisi mükellefi satıcıdan vergi tahsil etmeyecektir. Ancak yine aynı ilke çerçevesinde, tüketici yazılım üzerinden KDV'yi hesaplayacak ve bağlı bulunduğu vergi dairesine beyan edecek ve vergiyi ödeyecektir. Bu sistemde fiili mükellef ile kanuni mükellef aynı kişi olmaktadır. Reverse charge sistemi, tüketicinin KDV mükellefi olduğu yani daha çok B2B ticarete kullanılabilir." "

-Ülkeler, fiziki mallar üzerindeki vergiyi tahsil edebilmek için yüklenicilerle ve diğer ilgili gruplarla dayanışma içinde uygun sistemler geliştirmek zorundadırlar. Ve bu sistemler, vergi tahsilatını ve ürünlerin tüketicilere etkin dağıtımını boş yere engellememelidir.

1998 Yılından beri OECD'nin çalışmaları Mali İşler Komitesi tarafından, uluslar arası uygulamalarda rehberlik edecek prensiplerin geliştirilmesi konusunda sürdürülmüştür. OECD, 1998 Ottawa toplantısından sonra, e-ticaretin vergilendirilmesi, mükellef hizmetleri ve vergi idareleri çerçevesinde elde edilen kazanımları şu şekilde sıralamıştır (OECD, 2003: 4-7);

-Vergi beyannamelerinin çeşitli teknolojik araçlar vasıtasıyla verilmesi, sosyal güvenlik primleri, gelir vergisi stopajları ve benzer ödemelerin otomatik sistemler üzerinden gerçekleştirilmesi konusunda üye ülkelerin teşvik edilmesi,

-Standart yoklamaların interaktif telefon cevaplama sistemi vasıtasıyla yapılabilmesini teminen altyapının geliştirilmesi,

-KDV ve Satış Vergileri açısından, mukim olmayan tedarikçilerin gerekli kayıt yaptırma işlem ve süreçlerinin basitleştirilmesi konusundaki gelişmeler,

-Mükellef hizmetleri konusunda elde edilen başarılı pratikler ile bilgi ve tecrübelerin karşılıklı değişimi sonucunda ilerleme sağlanması,

-E-ticaretin tanımlanması ihtiyacı, elektronik ödemelerin izlenebilmesi ve kayıtlarının muhafazası, vergileme yetkisi açısından müşteri bilgilerinin doğrulanması konularında, uluslar arası camianın OECD'nin rehberliğini kabul etmesi,

-Sınır ötesi işlemlerde ortaya çıkan tüketim vergilerinin otomatik tahsili konusunda başlatılan çalışmalar konusunda ilerlemeler sağlanması,

-B2B ve B2C işlemlerinde tüketim yerinin tanımlanması ve vergilendirme yeri konularında anlaşma sağlanması,

-E-Ticarete ilişkin daimi işyeri tanımının ve çeşitli e-ticaret ödeme anlaşması niteliklerinin açıklığa kavuşturulması,

-Kurum kazançlarının e-ticaret bağlamında vergilendirilmesi konusunda ilerlemeler sağlanması,

OECD, dolaysız vergilerle ilgili olarak dört sorun üzerinde odaklanmış ve uzun soluklu çalışmalarıyla bu sorunlara çözüm üretmeye çalışmaktadır (OECD, 2003: 14);

-E-Ticaret bağlamında daimi müessese (sabit işyeri) kavramının tanımlanması ve hangi şartlarda bir bilgisayar teçhizatının sabit bir işyeri sayılabileceği,

-Bir serverden müteşekkil sabit bir işyerine atfedilecek kurum kazancının tespiti,

-Çeşitli e-ticaret ödeme türlerinin niteliklerinin belirlenmesi ve

-Etkin yönetim yerinin tespiti açısından e-ticaretin etkilerinin belirlenmesi.

OECD, 2005 Şubatında yayınladığı "Sınır Ötesi E-Ticarette Tüketim Vergilerinin Tahsilinin Kolaylaştırılması" konulu raporunda, sınır ötesi B2C işlemlerinde tüketim vergilerinin tahsili meselesine üç seçenekli bir yaklaşım sergilemiştir (OECD (b), 2005);

-Tüketim vergisinin direkt olarak alıcıdan tahsil edilmesi,

-Tüketim vergisinin direkt olarak mukim olmayan tedarikçiden (satıcıdan) tahsil edilmesi ve

-Tüketim vergisinin satıcı adına hareket eden bir aracı kurumdan tahsil edilmesi.

OECD, önceki çalışmaların da ışığında değerlendirdiği seçeneklerden ilk ikisinin vergi idareleri açısından çok daha fazla zorluk içerdiği sonucuna varmış ve tüketim vergilerinin satıcı adına hareket eden bir aracı kurumdan tahsil edilmesi fikrini benimsemiştir. Tüketim vergilerinin tahsilinde kullanılacak araçların ilave bir katma değer oluşturacağı, uluslar arası işlemlerde yerel dillerin anlaşılmasını kolaylaştıracağı, kuralların uygulanmasında taraflara yarar sağlayacağını ve verginin yasal bir aracı tarafından yüklenilmesinin ülkelerin gelirlerini teminat altına alacağını savunmuştur. OECD'ye göre (B2C işlemlerinde) söz konusu araçların fonksiyonu aşağıdaki işlemleri kapsayabilir;

- Vergi matrahının hesaplanması,
- Kayıtların muhafaza edilmesi,
- Beyannamelerin doldurulması ve imzalanması,
- Verginin tahsil edilmesi,
- Vergi ödemesinin (ilgili tarafa) yapılması,
- Vergi borcundan sorumlu tutulması.

OECD, aynı çalışmasında; özellikle uluslar arası B2C işlemlerinde tüketim vergilerinin hesaplanmasında kullanılacak bir yazılımın geliştirilmesini de önermiştir.

E-Ticaretin sınırları aşan işlemlerinde ortaya çıkan tüketim vergileri meselesi OECD tarafından oldukça geniş bir şekilde ele alınmıştır. 1998 Ottawa Vergilendirme Çerçeve Koşulları Anlaşması tüketim yeri esasını getirmiş, buna göre sınır ötesi e-ticaretten kaynaklanan tüketim vergilerinin, tüketimin gerçekleştiği yerin vergi otoritesi tarafından tahsil edilmesi gerektiğini ortaya koymuştur. Verginin tarafsızlığı ilkesi ışığında, özellikle elektronik hizmetlerin ve gayri maddi varlıkların sınır ötesi B2C işlemlerine konu olduğu durumlarda tüketim vergilerinin tahsil edilmesi pratikte ortaya büyük zorluklar çıkarmaktadır. Avrupa Birliği, hizmet ihracı üzerindeki vergileri kaldıran fakat aynı zamanda, tüketicilerce AB dışından ithal edilen elektronik hizmetler üzerinden KDV almayı zorunlu kılan KDV Direktifini 2003 Temmuzunda uygulamaya başlamıştır. AB, bu tür ithalatlardan KDV almayı kolaylaştırmak için OECD'nin 2001 yılı raporundaki tavsiyelere uymuştur. Söz

konusu raporda, uluslar arası satıcıların basitleştirilmiş bir online kayıt, raporlama ve ödeme sisteminin kullanımı tavsiye edilmiştir. Takibi yapılamayan ödeme sistemleri ise vergi idareleri açısından daha büyük problemlerin kaynağı olarak görülmektedir (OECD, 2006 : 43).

Cockfield (2006: 186)'e göre, elektronik ticaretin vergilendirilmesi konusunda daha önce benzeri görülmemiş girişimlerde bulunan OECD, giderek daha çok gayri resmi bir "dünya vergi örgütü" gibi hareket etmektedir.

2.3.1.2. Dünya Ticaret Örgütü (WTO)

Dünya Ticaret Örgütü, elektronik ticaret konusunda önemli miktarda çalışma gerçekleştirmiştir. Ancak oldukça geniş kapsamlı olan ve hızla gelişen elektronik ticaret, DTÖ işlemlerinde (GATT-Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması ve GATS-Hizmetler Ticareti Genel Anlaşması) pratiklik sağlanmasına meydan okumuştur. A.B.D. ve Avrupa Birliği, elektronik ticaret işlemlerinin mal ve hizmet olarak tasnifinde anlaşamamışlardır. 1998 Yılında Cenevre'deki DTÖ üyelerinin bakanlar düzeyindeki toplantısında, üyeler, internet üzerinden teslim edilen tüm ürünlerde geçici bir moratoryum konusunda anlaşma sağlamışlardır. Moratoryumun ana hareket noktası, internet üzerinden satın alınan ürünlerin fiziki ve sanal teslimi arasındaki farkın ortaya çıkarılmasındaki güçlük ve mal ve hizmetler arasındaki geleneksel ayırd edici özelliklerin birbirine karışmasıydı. Bir taraftan, elektronik olarak satın alınan ve fiziki olarak teslim edilen ürünler (Örneğin, Amazon.com' dan satın alınan kitabın DHL ile teslimi) DTÖ'nün mal ticareti konusundaki mevcut kurallarına tabi olarak görünecek, diğer taraftan elektronik ortamda teslim edilen bir radyoloji taraması sonucu muhtemelen bir çeşit hizmet kabul edilecekti. İnternet üzerinden indirilen bir yazılımın kompakt disk üzerinde kayıtlı versiyonu olduğunu veya olmadığını düşünün, bu bir mal mı yoksa hizmet midir? Bu ürünleri Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması kapsamında mı yoksa Hizmetler Ticareti Genel Anlaşması kapsamında mı değerlendirmeliyiz? Bu problemleri açığa kavuşturmak amacıyla DTÖ Genel Konseyi, tüm ticari işlemleri elektronik ticaret açısından kapsamlı bir analize tabi tutmuştur. Genel Konsey, çalışma programını alt konseylere ayırmıştır. Bu konseyler, 1-Mal Konseyi, 2-Hizmet Konseyi, 3-Fikri Mülkiyet Hakları Açısından Ticaret Konseyi (TRIPS-Trade Related aspects of

Intellectual Property rights) ve 4-Ticaret ve Gelişme Komitesi'dir. Çalışma programı, ürünlerin internet üzerinden teslim işlemlerini incelemenin yanı sıra, genel olarak DTÖ'nün, WIPO (World Intellectual Property Organization- Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü), OECD gibi uluslar arası kuruluşların ve bölgesel ticari grupların faaliyet alanlarına giren elektronik ticaret işlemlerine nasıl yaklaşacağı konusu üzerinde durmuştur. Gerçi, birkaç önemli soru hariç diğerleri çözüme kavuşmuştur. A.B.D. ve A.B. bu sorulara farklı bakmakta ve farklı çözümlere varmaktadır. Mesele, e-ticaretin nasıl tasnif edileceğidir (Mann, 2000).

Dünya Ticaret Örgütü, özellikle haberleşme hizmetleri piyasalarının rekabete açılması ve yeniden düzenlenmesi konusundaki çalışmaları gözeten uluslararası bir kuruluş olarak da öne çıkmıştır. 15 Şubat 1997 tarihli DTÖ Anlaşması, tüm haberleşme altyapısını internetin gelişimi için önemli bir ölçüt olarak değerlendirmektedir. Dünya Ticaret Örgütü'nün Hizmetler Ticareti Genel Anlaşması (GATS), elektronik ticaret altyapısını oluşturan iletişim ve bilgi teknolojisi hizmetlerinde liberalleşmeyi desteklemektedir. Elektronik ticaret konusunda DTÖ'nün diğer bir anlaşması da Fikri Mülkiyet Haklarının ticaretle ilgili boyutlarıdır. Bu anlaşmayla fikri mülkiyetin korunması amaçlanmıştır (Hostsima, 2007). Dünya Ticaret Örgütü e-ticaretle ilgili görüşlerini, üye ülkelerin fikir birliğine vararak aldıkları genel kararı doğrultusunda ilk defa Cenevre Global E-Ticaret Bakanlar Deklarasyonu ile 20 Mayıs 1998 tarihinde açıklamıştır. Mevcut uygulamalarda elektronik ortamdaki aktarımlara gümrük vergisi uygulanmamaktadır (Coşkun, 2005: 161).

2.3.1.3. Birleşmiş Milletler Uluslararası Ticaret Yasası Komisyonu (UNCITRAL)

UNCITRAL, iletişim araçlarının kullanımını ve bilgiyi hafızalama işlemlerini kolaylaştırmak amacıyla, elektronik ticaret konusunda rehber oluşturabilecek örnek bir kanunu (Model Law) 12 Haziran 1996 tarihinde kabul etmiştir. Örnek kanun, kağıda dayalı yazım, imza, orijinal kopya ve delil kabul etme gibi kavramların kağıtsız (elektronik) ortamda standartlaştırılması ve özellikle e-ticarete ilişkin malların taşınması prensiplerini içermektedir (UNCITRAL, 1996). Söz konusu örnek yasa 30 ülke tarafından da benimsenmiş, son olarak 26.03.2007 tarihinde

Paraguay tarafından kabul edilmiştir. UNCITRAL, 40. yıllık oturumunda (9-12 Temmuz 2007-Viyana) “Modern Law For Global Commerce” konulu bir kongre düzenleyeceğini ve bu kongrede e-ticarete ilişkin yasal meselelerin de ele alınacağını duyurmuştur (UNCITRAL, 2007).

2.3.2. Türkiye’de Yapılan Çalışmalar

Ülkemizde e-ticaretin vergilendirilmesine ilişkin çalışmalar, öncelikle e-ticaretin gelişmesi önündeki teknik (altyapı) ve hukuki engellerin kaldırılması bağlamında başlamış, “E-Dönüşüm Türkiye” ve “E-Devlet” projeleriyle güçlendirilen altyapı olanaklarına paralel olarak çeşitli kurum ve kuruluşların koordinasyonu ve gözetiminde hukuki düzenlemeler yapılmaya başlanmıştır. DPT Bilgi Toplumu Stratejisi 2006-2010 Raporuna göre, son yıllarda kamu bilgi ve iletişim teknolojisi yatırımlarının hızlı bir şekilde arttığı görülmektedir. 2002 yılında, 2006 yılı fiyatları ile 380,3 milyon YTL olan kamu bilgi ve iletişim teknolojileri yatırım ödeneği, 2006 yılında 758,3 milyon YTL olmuştur.

Ülkemizde “Elektronik Ticaret Ağının” tesis edilmesi ve elektronik ticaretin yaygınlaştırılması amacıyla, Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu'nun (BTYK) 25 Ağustos 1997 tarihli toplantısında, bir çalışma grubunun oluşturulması kararlaştırılmış ve yapılacak çalışmalarda koordinatörlük görevi Dış Ticaret Müsteşarlığı'na, sekreteryaya görevi de TÜBİTAK'a verilmiştir. Bu Karar uyarınca, Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın başkanlığında ilgili kuruluşların katılımıyla oluşturulan Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu'nun (ETKK) ilk toplantısı 16 Şubat 1998 tarihinde yapılmış ve ETKK bünyesinde hukuk, teknik ve finans çalışma grupları oluşturulmuştur. Dış Ticaret Müsteşarlığının koordinasyonunda 1998 yılından beri faaliyette bulunan e-Ticaret Koordinasyon Kurulunun (ETKK) misyonunu tamamlamış olduğu düşünülerek, Başbakanlığın e-Türkiye, Avrupa Birliği'nin "e-Avrupa+" girişimi esas alınarak Kurul çalışmalarında yeniden yapılanmaya gidilmiştir. e-Türkiye altındaki e-ticaret Çalışma Grubunun faaliyetlerini eş zamanlı olarak yürütecek olan ve yeniden oluşturulan e-Ticaret Kurulu (ETİK) altında Hukuk Grubuna ilaveten 8 adet Uygulama Grubu oluşturulmuştur. 2003 yılı Mart ayından itibaren DPT Bilgi Toplumu Dairesi tarafından başlatılan e-Dönüşüm Türkiye çalışmalarında gözlenen gelişmeler kapsamında, e-Ticaret Çalışma Grubu da kendi

çalışmalarını yeniden gözden geçirmiş ve e-Ticaret Uygulama Gruplarının yeniden şekillenmesi zarureti doğmuştur. Bu çerçevede, 9 Nisan 2003 tarihinde Dış Ticaret Müsteşarlığınca koordine edilen e-Ticaret Çalışma Grubu ile DPT Bilgi Toplumu Dairesi Başkanının da katıldığı bir toplantıda, KOBİ'ler ve Diğer İşletmeler (koordinatör kuruluş: KOSGEB), Dış Ticarete e-Belge (koordinatör kuruluş: Gümrük Müsteşarlığı) ile e-Finansal Hizmetler (koordinatör kuruluş: Bankalar Birliği) olmak üzere üç adet uygulama grubu ile çalışmaların sürdürülmesi kararı alınmıştır (DTM, 2007).

Acil Eylem Planında yer alan "e-Dönüşüm Türkiye Projesi" 2003 yılında başlatılmış, böylece ülkemizde yürütülmekte olan münferit çalışmalar tek proje çatısı altında toplanarak hızlandırılmıştır. Bilgi toplumuna yönelik tüm bu girişimlerde ele alınan öncelikli alanlar arasında e-ticaretin ve geniş bant iletişim altyapılarının yaygınlaştırılması da bulunmaktadır (DPT, 2006).

E-Dönüşüm Türkiye Projesi ile ilgili 2003/12 ve 2003/48 sayılı Genelgelerle oluşturulan kurumsal yapılar, ortaya çıkan ihtiyaçlar doğrultusunda yeniden değerlendirilmiştir. e-Dönüşüm Türkiye Projesi Kurumsal Yapılanması ile ilgili 2007/7 sayılı Başbakanlık Genelgesi 03/04/2007 tarihli ve 26482 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiş, teşkil edilen E-Dönüşüm Türkiye Çalışma Gruplarının amacı, e-Dönüşüm Türkiye Projesi'nin etkin, şeffaf ve katılımcılık esasına dayalı olarak yürütülmesinde; kamu kurum ve kuruluşları, sivil toplum kuruluşları ve üniversiteler ile toplumun tüm kesimlerinden katkı sağlayabilecek bireylerin ortak bir platformda çalışmalarının sağlanması olarak belirlenmiştir. Oluşturulan Çalışma Grupları şu şekildedir (Bilgitoplumu, 2007);

- ◆ Eğitim ve İnsan Kaynakları Çalışma Grubu: (Milli Eğitim Bakanlığı)
- ◆ Teknik Altyapı ve Bilgi Güvenliği Çalışma Grubu: (Ulaştırma Bakanlığı)
- ◆ Hukuki Altyapı Çalışma Grubu: (Adalet Bakanlığı)
- ◆ e-Devlet Çalışma Grubu: (Devlet Planlama Teşkilatı)
- ◆ Standartlar Çalışma Grubu: (Türk Standartları Enstitüsü Başkanlığı)
- ◆ e-Sağlık Çalışma Grubu: (Sağlık Bakanlığı)
- ◆ İzleme Çalışma Grubu: (TBD-Türkiye Bilişim Derneği)
- ◆ e-Ticaret Çalışma Grubu: (Dış Ticaret Müsteşarlığı)

E-Ticaret Çalışma Grubunun amacı; Kolay ve güvenli bir şekilde erişilebilir ticari bilgi sisteminin kurulması, elektronik ortamda tek pencere yaklaşımı ile bilgi ve belgelerin üretilmesi, paylaşılması, ticari işlemlerin yürütülmesi, küçük ve orta ölçekli işletmelerde e-ticaretin yaygınlaştırılması, amacıyla politika üretmek ve projeler önermektir.

Ülkemizin bilgi toplumuna dönüşümünü hedefleyen e-Dönüşüm Türkiye Projesi kapsamındaki eylem planlarında; tüm işletmelerin, özellikle de KOBİ'lerin iş süreçleri ve bilgiye dayalı karar alma süreçlerinde bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanarak toplam verimliliklerinin ve rekabet güçlerinin artırılmasına yönelik çalışmalar sürdürülmektedir. Bu çerçevede, "Ticaret Sicil Gazetesi Otomasyonu ve Arşiv Sistemi, Merkezi Tüzel Kişilik Bilgi Sistemi, KOBİ'lere e-Ticaret Destekleri, Ortak e-Ticaret Bilgi Havuzunun oluşturulması, Elektronik Faturanın kullanım usul ve esaslarının belirlenmesi, Ticari defterlerin elektronik ortamda tutulmasına" yönelik eylemler yürütülmektedir.

E-dönüşüm Projesi çerçevesinde gerçekleştirilmesi hedeflenen 111 eylem içerisinde elektronik fatura uygulaması da yer almaktadır. Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) tarafından yürütülen ve 11 Temmuz 2006 tarihinde onaylanan "Bilgi Toplumu Strateji Belgesi ve Eylem Planı"na göre bütün kamu kuruluşlarının e-devlet için neler yapması gerektiği belirlenmiş, Maliye Bakanlığı'nın görevleri arasında elektronik fatura ve defter uygulaması da yer almıştır. Buna göre işletmeler ve vatandaşlar tarafından ticari hayatta yoğun olarak kullanılan fatura ve ticari defterlerin elektronik ortamda tutulması ve resmi makamlara ibrazına imkân sağlayacak uygulamalar başlatılacak. Eylem Planı'na göre 2008 yılında uygulamanın başlaması hedefleniyor. Projeden Maliye Bakanlığı Gelir İdaresi Başkanlığı'nın yanı sıra Türkiye Noterler Birliği, üniversiteler, TÜRMOB da sorumlu bulunmaktadır. Sistem çerçevesinde "Takas Merkezi" gibi bir merkezin kurulması ve e-faturaların bu merkezden diğer şirketlere gönderilmesi planlanmaktadır (Referans Gazetesi, 2007). Gelişmiş ülkeler tarafından kullanılan sistemin Türkiye'de devreye girebilmesi için Türk Ticaret Kanunu'nda değişiklik yapılması gerekmektedir. Sistem sayesinde mükellefler defter ve belgelerini kağıt ortamında saklama zahmetinden de kurtulacak, resmi kayıtlarını CD ortamında tutarak ilgili kuruma (Maliye Bakanlığı) istenildiği zaman teslim edebileceklerdir (Muhasebenet, 2006). Gerekli teknik ve hukuki altyapısının

hazırlanmasıyla birlikte e-fatura sisteminin uygulanmaya başlaması, gerek mükelleflerin kağıda dayalı işlemlerinde maliyet avantajı sağlaması ve gerekse “E-Fatura Merkezi” aracılığıyla tüm belgelerin daha basit ve daha etkin bir şekilde kontrolünün sağlanacağı, böylece vergi kayıp ve kaçığının önemli ölçüde azaltılabileceği düşünülmektedir.

15.01.2004 tarihinde kabul edilen ve 23.01.2004 tarihinde yürürlüğe giren 5070 sayılı Elektronik İmza Kanunu’nda yer alan şekliyle elektronik imza; Başka bir elektronik veriye eklenen veya elektronik veriyle mantıksal bağlantısı bulunan ve kimlik doğrulama amacıyla kullanılan elektronik veriyi tanımlar. Elektronik imza; bir bilginin üçüncü tarafların erişimine kapalı bir ortamda, bütünlüğü bozulmadan (bilgiyi ileten tarafın oluşturduğu orijinal haliyle) ve tarafların kimlikleri doğrulanarak iletildiğini elektronik veya benzeri araçlarla garanti eden harf, karakter veya sembollerden oluşur. Elektronik imza kavramı çok genel bir tanım olup kişilerin elle atmış olduğu imzaların tarayıcıdan geçirilmiş hali olan sayısallaştırılmış imzaları, kişilerin göz retinası, parmak izi ya da ses gibi biyolojik özelliklerinin kaydedilerek kullanıldığı biyometrik önlemleri içeren elektronik imzaları veya bilginin bütünlüğünü ve tarafların kimliklerinin doğruluğunu sağlayan sayısal imzaları içermektedir. Sayısal imza, imzalanan metine göre farklılık gösterir ve içeriğin matematiksel fonksiyonlardan geçirilerek eşsiz olduğu düşünülen bir değer bulunması sureti ile elde edilir. Yani kişilerin, elle atılan imzada olduğu şekilde tek imzası yoktur; bunun yerine imzalamada kullanılan anahtarları vardır. 5070 sayılı Elektronik İmza Kanunu’nda ve bu metinde geçen “elektronik imza” kavramı sayısal imzayı işaret etmektedir. Elektronik İmza Kanunu’nda; güvenli elektronik imza, elle atılan imzaya eşdeğer kabul edilmiş ve elektronik imza ile oluşturulmuş verilerin senet hükmünde olacağı belirtilmiştir (e-imza.gen.tr, 2007). Türkiye’de e-imza ile ilgili olarak gerçekleştirilen hukuki düzenlemelerle Borçlar Kanunu da değiştirilmiş (14. Madde); “İmza, üzerine borç alan kimsenin el yazısı olmak lazımdır. Güvenli elektronik imza elle atılan imza ile aynı ispat gücünü haizdir.” hükmü getirilmiştir (Adalet Bakanlığı, 2005).

Gelişen bilgi iletişim teknolojisinin vergi dairesi işlemlerine yansımaları ve mükellef odaklı vergi dairelerinin teşkili VEDOP (Vergi Daireleri Otomasyon Projesi) Projeleri ile başlamıştır. Maliye Bakanlığı VEDOP 1 ve VEDOP 2

Projelerini tamamlamış, VEDOP 3 projesinin uygulanması için hazırlıklara başlamıştır. Vergi ödeyen vatandaşların bürokrasiden kurtulmalarını, internet üzerinden beyanname verilmesini ve mükellef sorgulamalarını kapsayan VEDOP vasıtasıyla vergi daireleri bilgisayar ağları ile birbirine bağlanmış, projelerde istihdam edilecek personelin eğitimi tamamlanmıştır.

VEDOP sayesinde ülkemizdeki vergi gelirleri kontrol altına alınarak kayıt dışı ekonomi de kontrol altına alınmış olacaktır. VEDOP projesi kapsamına alınmış vergi dairelerinde bulunan bilgiler ortak bir veri tabanında toplanarak, bu bilgilerin bir kısmı çevrimiçi ortamda mükelleflerin sorgulamasına açılmıştır. VEDOP projesi kapsamında sorgulanacak bilgiler Motorlu Taşıtlar Vergisi, Gelir Vergisi ve Kurumlar vergisi mükelleflerini kapsamaktadır. Dünyadaki en hızlı ve öncelikli e-Devlet uygulamaları vergi tahsilatına yönelik uygulamalardır. İnternet üzerinden sadece beyannamenin değil verginin kendisinin de ödenmesini de sağlayacak kanuni düzenlemelerin yapılarak VEDOP projesinin geçerliliğinin çok daha üst seviyelere çıkarılması gerekmektedir. Kredi kartından veya belirtilecek olan hesaplardan otomatik vergi alınması yöntemiyle proje daha da geliştirilip vatandaş için kolaylıklar sağlanabilir (Çakıroğlu, 2005: 66-67).

01 Mayıs 2004 tarihinden itibaren, Türkiye’de sigorta işlemlerinin sanal ortamda yapılabilmesi amacıyla, e-devlet uygulamasının önemli adımlarından biri olan e-bildirge projesi geliştirilmiş, prim ödeme ve tahakkuk işlemlerinin internet üzerinden yapılması sağlanmıştır. 2003-2004 yıllarında yapılan düzenlemeler ve alınan tedbirlerle bürokratik işlemler ciddi ölçüde azaltılmış, şirket kuruluşlarında bir reform niteliğinde olan 4884 sayılı Kanunla şirket kuruluşu 19 işlemde 3 işleme indirilmiştir. Şirket kuruluşlarında vergi dairesine ÇSGB Bölge Müdürlüğü’ne ve SSK Sigorta Müdürlükleri’ne yapılan ve çok sayıda belge istenilen işlemlerin tek bir belge ile ticaret sicil memurluklarınca yapılması sağlanmıştır. Sosyal Sigortalar Kurumu’nda aylık bildirge ile dört ayda bir alınan dört aylık sigorta primleri bordrosu birleştirilerek tek bir belge halinde internet üzerinden alınmaya başlanmıştır (T.C. ÇSGB, 2004).

Türkiye, yukarıda sayılan çalışmaların yanısıra uluslararası alanda da çeşitli çalışmalarını sürdürmektedir. Türkiye Cumhuriyeti ile Avrupa Birliği arasında, 15 Aralık 2003 tarihinde, Brüksel’de imzalanan, İdareler Arasında Elektronik Veri

Değişimi Konusundaki Topluluk Programı'na (IDA) Türkiye'nin katılımına ilişkin Mutabakat Zaptı, 12 Mart 2004 tarih ve 25400 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış ve iç onay işlemleri tamamlanarak yürürlüğe girmiştir. Avrupa Birliği üyesi ülkelerin kamu birimleri ile AB birimleri arasında elektronik ortamda bilgi değişimini sağlamak üzere oluşturulan IDA Programı, elektronik ortamın getirebileceği faydaları öne çıkararak idarelerin etkinliğinin artırılmasının yanısıra şirketler üzerindeki bürokratik engellerin azaltılması ve kamu hizmetlerinin elektronik ortamda vatandaş odaklı sunumuna da katkıda bulunmaktadır.

Devletler, uluslararası alanda çifte vergilendirmeyi önlemek için ya tek taraflı olarak ya da iki taraflı olarak vergilendirme yetkilerini vergi kanunlarına koydukları hükümlerle sınırlandırarak anlaşmalar imzalamaktadırlar. Söz konusu anlaşmalar tek taraflı olabileceği gibi ikili ve çok taraflı olabilir (Özpençe, Özpençe, 2007: 8). Türkiye, 1973 yılında başladığı “Çifte Vergilendirmeyi Önleme Anlaşmaları” na ilişkin çalışmalarını da sürdürmektedir. 18.12.2006 tarihinde Portekiz ile varılan anlaşma ile bu tür anlaşmaların imzalandığı ülke sayısı 65'e yükselmiştir (GİB, 2007).

Türkiye, gümrük idaresinin modernizasyonu projesi (BİLGE-Bilgisayarlı Gümrük Etkinlikleri) kapsamında, Birleşmiş Milletlerin benimsediği veri değişim standardı olan UN/EDIFACT sistemine uyumlu olan bilgisayar altyapısını oluşturmuştur. GÜVAS (Gümrük Veri Ambarı Sistemi) Projesi çerçevesinde, Türkiye genelinde tüm gümrük idarelerinde operasyonel olarak girilen ithalat, ihracat, transit gibi gümrük işlemlerinin ve ihlaller ve kaçakçılık olaylarına ilişkin bilgilerin Gümrük Müsteşarlığı bünyesinde merkezde oluşturulan bir veri tabanında toplanarak, karar vericilere bilginin hızlı ve sağlıklı iletilmesini sağlayan sistemdir. Özet beyan, beyanname bilgileri ve elektronik ortamda veri girişi yapılan her türlü unsur gümrük veri ambarı sisteminde yer almaktadır. GİMOP (Gümrük İdaresinin Modernizasyonu Projesi) kapsamında yükümlülerin hem internet hem de Elektronik Veri Değişimi (EDI) adı verilen yöntemle gümrüğe gelmeksizin kendi bürolarından beyanname tescil etmeleri sağlanmıştır. 2002 yılına kadar EDI uygulamasına geçmiş Gümrük İdarelerinde toplam ithalat ve ihracatın %30 u bürodan EDI yoluyla tescil edilirken, 2006 yılı sonu itibarıyla bu oran % 80 'e çıkmıştır. Gümrük Sahası içinde tahsilatların nakit yerine elektronik para kartı ile yapılmasına ilişkin bir çalışma

Maliye Bakanlığı Muhasebat Genel Müdürlüğü ve Vakıfbank ile ortaklaşa başlatılmıştır. 2007 yılında mevcut EDI projesi yerine WEB servisleri aracılığıyla beyanname bilgilerinin gümrük idaresine gelmeden elektronik olarak gönderilmesine yönelik çalışmalar başlatılacaktır. Bu şekilde yükümlüler maliyetli olan EDI uygulaması yerine web servis ve XML kullanma olanağına sahip olacaktır (Gümrük Müsteşarlığı, 2007).

Bilgi işlem teknolojilerindeki gelişmelerin Türk Vergi Hukukuna ilk yansımaları, 4108 ve 4369 sayılı Kanunlarla Vergi Usul Kanununun 175, 256 ve Mükerrer 257 nci maddeleriyle başlamıştır. Vergi Usul Kanununun 175 inci maddesine 4108 sayılı Kanunun 4 üncü maddesiyle eklenen fıkra hükmü Maliye Bakanlığına, muhasebe kayıtlarının bilgisayar programları aracılığıyla izleyen mükellefler ile bu bilgisayar programlarını üreten gerçek ve tüzel kişilerin uyması gereken kuralları ve bilgisayar programlarının içermesi gereken asgari hususlar ile standartları ve uygulamaya ilişkin usul ve esasları belirleme yetkisi verilmiştir. (Aykın, 2005). 213 sayılı Vergi Usul Kanununun Mükerrer 242 nci maddesinin 2 numaralı fıkrası hükmü ile Maliye Bakanlığı; elektronik defter, kayıt ve belgelerin oluşturulması, kaydedilmesi, iletilmesi, muhafazası 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 belirleyeceği gerçek veya tüzel kişilere aktarma zorunluluğu getirmeye, bilgi aktarımında uyulacak format ve standartlar ile uygulamaya ilişkin usul ve esasları tespit etmeye ve bu Kanun kapsamına giren işlemlerde elektronik imza kullanım usul ve esaslarını düzenleme ve denetlemeye yetkili kılınmıştır (GİB (a), 2006).

Vergi Usul Kanunu 156. maddeye göre, Ticari, sınai, zirai ve mesleki faaliyette kullanılan işyerleri şu şekilde sayılmıştır; “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 yerler.” T.C. Maliye Bakanlığı Hesap Uzmanları Derneği'nin yayınladığı “Beyanname Düzenleme

Kılavuzu 2007” de; “İşyeri burada sayılan yerlerle sınırlı olmayıp, önemli olan ticari, sınai, zirai ve mesleki faaliyetin yapılmasına veya yürütülmesine elverişli bir yerin olmasıdır. Bu anlamda elektronik ortamda yapılan ticari faaliyet için de bir işyerinden söz edilebilir” şeklinde muğlak bir görüş belirtilmiştir. Bu görüşün bağlayıcılığı açık olmamakla birlikte, etkileri bakımından ortaya çok ehemmiyetli sonuçlar çıkaracağı düşünülmektedir. “Elektronik ortam” dan kastın “sunucular” mı yoksa “web siteleri” mi olduğu belirtilmemiştir ancak, “ticari faaliyetin yapıldığı elektronik ortam”dan kastın web siteleri olmasının daha anlamlı ve ülkemiz açısından çok daha olumlu sonuçlar doğuracağı düşünülmektedir. Her ne kadar OECD ve ABD Maliye Bakanlığı, web sitelerini ve özel durumlar hariç sunucuları işyeri olarak kabul etmese de, vergilendirme yetkisi açısından kaynak ülkenin o ülkede faaliyet gösteren bir işyerine atfedilebilen gelirleri vergilendirebileceği gerçeğinden hareketle; yabancı web sitelerinin ülkemizdeki ticari faaliyetlerinden dolayı elde edeceği kazançları üzerinden vergilendirilebilmesi ülkemiz vergi gelirleri üzerinde olumlu etki meydana getirecektir.

E-Ticaret teknolojilerine öncülük eden ve çoğu e-ticaret firmalarını ülkesinde barındıran ABD, kendi ülkesinde mukim bu firmaların elde ettiği kazançları ikametgah esasına göre vergilendirebilmektedir. Web sitelerinin ve sunucuların işyeri olarak değerlendirilmediği durumda, kaynak ülke durumundaki ülkelerin, o ülkede veya bir başka ülkede bulunan sunucular üzerinden faaliyet gösteren web sitelerinin ticari kazançlarını vergilendirme yetkileri ortadan kalkmakta, bu da uluslar arası e-ticaret faaliyetlerinden kaynaklanan kazançlardan elde edilecek vergi gelirlerinin paylaşımında haksız ve adaletsiz bir durum ortaya çıkarmaktadır.

3. E-TİCARETİN VERGİ KAYIP VE KAÇAKLARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Çalışmanın önceki (ikinci) bölümünde e-ticaretin vergilendirilmesi, sorunlar, ilkeler ve çözüme ilişkin çalışmalar bazında ele alınmıştır. Bilgi kaynaklarının ortadan kalkmasına neden olarak vergi denetim mekanizmalarını zayıflatan, ülkelerin vergi tabanlarını erozyona uğratan ve neticede vergi kayıp ve kaçaklarının ortaya çıkmasına sebebiyet veren e-ticaretin niteliğinden kaynaklanan vergisel engeller, geniş olarak “Teknik Sorunlar” ve “Hukuki Sorunlar” başlıkları altında irdelenmiştir. Çalışmanın bu bölümünde, sebep sonuç ilişkisi içinde söz konusu sorunların, vergi kayıp ve kaçakları olarak yansıyan ve yansıması muhtemel sonuçları, e-ticaretin niteliğinden bağımsız dış etkenlerle birlikte ele alınmış ve değerlendirilmiştir.

3.1.Genel Olarak Vergi Kayıp ve Kaçağı

Vergi kayıp ve kaçakları tüm dünyada ve ülkemizde bir vakıadır. Bunların olup olmadığı değil, nedenleri, yöntemleri ve boyutları tartışılmaktadır. Vergi kaybı bir üst kavram olarak ele alındığında hem vergi kaybını hem de vergi kaçağını ifade etmektedir. Geniş anlamda vergi kaybı, bir ülkede var olan mali kanunlar çerçevesinde doğan ve/veya doğması gereken vergi alacağının çeşitli neden ve gerekçelerle tahsil edilmemiş veya edilememiş olması anlamına gelmektedir. Kaçak, hukuka aykırılıktan, daha açık bir deyişle yasal olmayan vasıtaların kullanılmasından kaynaklanan kayıpları ifade etmektedir (Karakoç, 2004: 90). Bu anlamda vergi kaybı, vergi kaçağını da kapsamaktadır. Vergiden kaçınma kavramı ise, yasal sınırlar çerçevesinde mükelleflerin vergi vermeme veya daha az ödeme temayülünü ifade eder ki bu mükelleflerin istisna ve muafiyetlerden ya da yasal boşluklardan yararlanarak vergi yüklerini hafifletmesi olarak açığa çıkar (Erginay, 1987: 129). Böylece vergiden kaçınma karmaşık vergi kanunlarıyla desteklenir ve yasal sınırlar dahilinde olmasına rağmen vergi kaybı sonucunu doğurur. Akdoğan (1993: 147)’ a göre, her ülkede farklı boyutta yaşanan vergi kayıp ve kaçakları sorununa mali, idari ve hukuki çözümler getirilmeye çalışılmaktadır.

Vergi kaçakçılığının ve vergiden kaçınmanın en önemli nedenlerinden birisi vergi mükelleflerinin vergi ödeme konusunda direnç göstermeleridir. Aslında bu sorunun kökeni verginin ortaya çıktığı tarihlere dayanır. Çünkü verginin ilk alınmaya başladığı anlardan itibaren çeşitli sebeplerle mükellefler vergiye karşı tepki göstermiş ve vergi ödemekten kaçınmışlardır (Çelikkaya, 2002). Rasyonel insan, sınırsız ihtiyaçlarının karşılanmasında ya da gelir getirici faaliyetlerinin finansmanında kullanılmak üzere olabildiğince fazla kaynak yaratmak arzusundadır. Kaynak yaratma yöntemlerinden biri de, kazancın elde edilmesinde zorunlu kayıpların en aza indirilmesidir. Bu kayıplar içinde vergi, önemli bir yer tutar. Fert ya da işletme, kazandığını en az kayıpla elinde tutabilmek, vergi ödememek ya da daha az ödemek amacıyla aklını kullanır; yeni yöntemler icat eder, yeni araçlar keşfeder (Candan, 2004: 258).

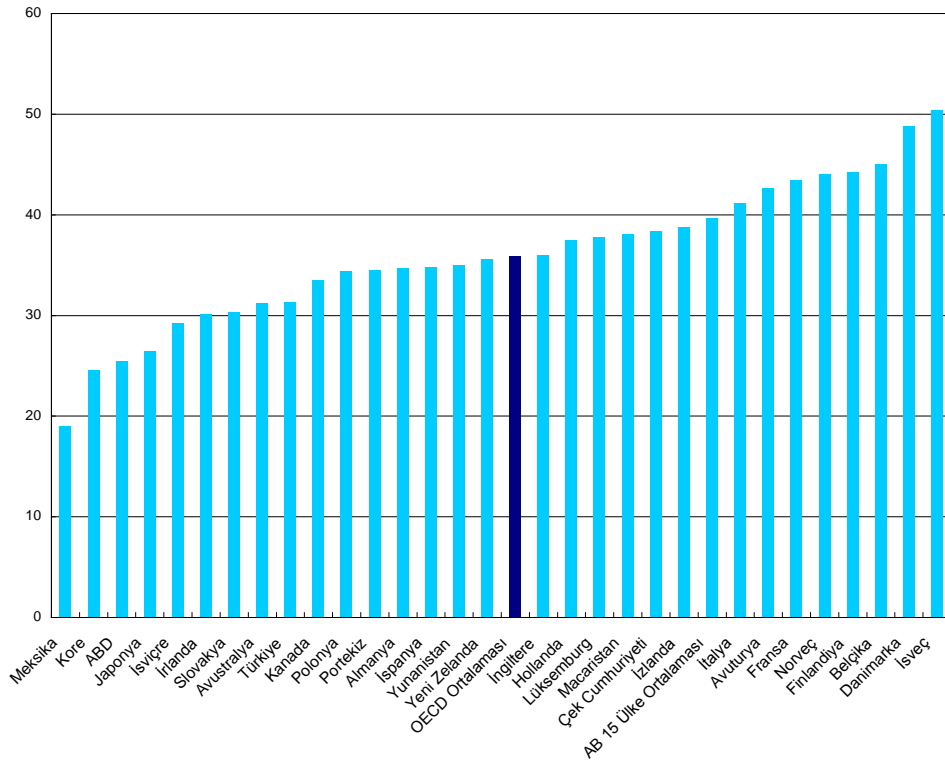
Günümüzde vergi, devlete gelir sağlama aracı olmakla birlikte ekonomik ve sosyal hayata müdahalenin, bazen de politik amaçları gerçekleştirmenin bir yöntemi ve aracı haline gelmiştir. Bu nedenle teoride vergileme, gelir dağılımı dengesizliğini giderme, yatırımların bölgeler arası dağılımı ve dış ödemeler bilançosunun denkliliğini temin ile enflasyonun önlenmesi gibi farklı amaçlarla kullanılabilirdiği kadar, ekonomik istikrarı sağlamada da önemli bir fonksiyona sahiptir. Hatta vergi gelirlerinin toplam kamu gelirleri içindeki payının büyük olması da ülkeler arasında gelişmişlik göstergesi olarak kabul edilmektedir (Kalmış, Yılmaz, 2004: 822).

Ekonomik alanda devlet kamu ekonomisi ile temsil edilir. Temel olarak devlet, fertlerin kamusal ihtiyaçlarının etkin bir biçimde giderilmesi konusunda uğraşırken, toplum refahını maksimize etmek üzere temel fonksiyonlar üstlenir. Finansman ihtiyacı ile de karşı karşıya bulunan kamu, temel fonksiyonlarını yerine getirmek için maliye politikasının vergi, harcama ve borçlanma araçlarını kullanmaktadır (Şener, 2001: 9). Kısa dönemde kamu finansman ihtiyacının borçlanma ve emisyon artışı gibi mali araçlarla karşılanması mümkün olsa bile, bu durum uzun dönemde ciddi problemlere neden olacağından, en uygun çözümün vergi gelirlerinde reel artış sağlamak olduğu ortadadır (Doğanyığıt, 2004: 793).

Yapılan hesaplamalara göre tüm ülkelerin toplam gelirlerinin, ortalama olarak % 80'i vergilerden oluşmaktadır. Mal ve hizmetlerin yurt içi vergilemesinden elde edilen gelirler (Daha çok KDV ve Satış Vergileri gibi tüketim vergileri) % 36,5 ile

vergi gelirleri içersinde en büyük payı almaktadır. İthal ürünlere uygulanan gümrük vergileri ortalama olarak toplam gelirlerinin % 13,2'sini, toplam vergi gelirlerinin ise % 17,5'ini oluşturmaktadır. Gelişmiş ülkelerle gelişmekte olan ülkeler arasındaki başlıca farklar; Gelişmekte olan ülkelerin gümrük vergileri ortalama olarak toplam vergi gelirlerinin % 21,2'sini oluşturmaktadır. Bu oran gelişmiş ülkelerde ortalama olarak % 3 tür. Gelişmekte olan ülkelerin gümrük vergileri dahil mal ve hizmetlere uyguladığı vergiler, toplam vergi gelirlerinin % 58,3'ünü oluşturmakta, bu oran gelişmiş ülkelerde % 37 olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu hesaplamalardan da anlaşıldığı gibi ülkelerin çoğu için vergiler, başlıca gelir kaynağı durumundadır (Jones, Basu, 2002: 36).

Şekil 5. OECD Ülkeleri Toplam Vergi Gelirleri/GSYİH Oranı % olarak (2004 yılı)



Kaynak: OECD Factbook 2007

OECD Ülkelerinin 2004 yılı toplam vergi gelirlerinin GSYİH'a oranını gösteren yukarıdaki grafiğe göre, OECD ortalaması % 35,9, AB 15 Ülke ortalaması ise % 39,7 dir. Meksika % 19 ile en alt düzeyde yer alırken, İsveç % 50,4 ile en yüksek seviyede yer almaktadır. Türkiye % 31,3 ile OECD ve AB Ülkeleri

ortalamasının gerisinde kalmaktadır. “OECD Factbook 2007” verilerine göre, Türkiye’nin toplam vergi gelirlerinin GSYİH’a oranlarının dönemler itibariyle izlediği seyir genel olarak artış göstermiş; 1955 yılında % 11,9, 1960 yılında % 11,5, 1965 yılında % 10,6, 1970 yılında 12,5, 1975 yılında % 16, 1980 yılında, % 17,9, 1985 yılında 15,4, 1990 yılında % 20, 1995 yılında % 22,6, 2000 yılında % 32,3 ve 2004 yılında 31,3 olarak gerçekleşmiştir.

Maddi zora dayalı karşılıksız verilen bir değeri ifade etmesi itibariyle verginin doğasında potansiyel bir direnç mevcuttur. Zira, devlet egemenlik hakkını kullanarak, vergilemede kendisine maddi ve hukuki zor kullanma yetkisi tanımaktadır. Psikolojik, sosyolojik, teknik ve hukuki faktörleri barındıran bu karmaşık ilişkide arzu edilen sonuç, devletin vergilemede adil olması, buna mukabil mükelleflerin vergilemeye gönüllü uyum sağlamasıdır. Oysa, tarihi olayların yanı sıra güncel veriler, çoğu zaman mükelleflerin vergilemeye gönüllü uyum sağlamadıkları gibi verginin doğasındaki potansiyel direnci harekete geçirdiğini ortaya koymaktadır.

Genel kabul gördüğü şekliyle insanların çoğu vergi vermekten hoşlanmaz. Bu temel sebepten dolayı da vergi idareleri için herhangi bir yerde veya zamanda vergi uygulamak ve bunu tahsil etmek oldukça zordur. Herhangi bir şekilde belli faaliyet türlerini, sektörleri veya fertleri vergilendirmek, hem gelişmiş ve hem de gelişmekte olan ülkelerde vergi idareleri için ilave tehdit oluşturmaktadır ki bu problem batı literatüründe “hard-to-tax” (zor vergileme) olarak adlandırılmaktadır. Zor vergileme olarak adlandırılan bu problemin hissedilen en yakın etkisi herhangi bir vergi kombinasyonunda potansiyel gelirin azalması olarak ortaya çıkmaktadır. Daha açık bir ifadeyle dolaylı ve dolaysız vergilerin farklı oranlarda oluşturduğu bir vergi kombinasyonu bu problemten aynı derecede etkilenmektedir (Alm, Martinez-Vazquez, Schneider, 2004: 2-20)

Mükellefler, kamunun ne kadar gelir elde edip, ne kadar harcama yaptığını, sonuç olarak devlete ödediği paraların nerelere harcandığını bilmek istemektedirler. Etkin bir vergilemede, verginin toplanmasından ziyade vergilerin harcanması konusu ön plana çıkmakta, kamu harcamalarının nedeni olan kamu hizmetlerinden yararlanma talepleri giderek artmakta ve bu talebin etkin bir şekilde karşılanmaması durumunda vergi ödemenin gerekçesi sorgulanmaktadır. Birçok kamu hizmetinin

özelleştirilmesiyle özellikle dolaysız vergilerdeki sorgulama derinleşmektedir (Gökbunar, 1998: 19).

E-ticaret, ülkelerin vergi gelirleri üzerinde çok güçlü etkiler meydana getirmiştir. E-ticaretin vergi tabanlarını aşındırmaya başlaması endişeleri beraberinde getirmiştir. Kural olarak tüketimin gerçekleştiği yerde alınması gereken tüketim vergileri ve her ülkede uygulanan farklı oranlar ciddi sıkıntılara yol açmaktadır. E-ticaret her halükarda ulusal vergi kurallarının uygulanmasını oldukça güçleştirecek bir potansiyele sahiptir. Tarihi süreçte kazançlar, aktiflerin ve faaliyetlerin fiziki varlığına bağlıken, fiziki varlıkların ve sabit işyerlerinin bulunduğu yerin yargı yetkisi elde edilen geliri öncelikli vergileme hakkına sahipti. E-ticaretin gelişimiyle, dijital piyasalar, online kataloglar, sanal topluluklar, abonelik temeline dayalı enformasyon hizmetleri ve online müzayedeleri kapsayan yeni iş modelleri ortaya çıkmıştır. Bu iş modellerinin her biri mükelleflere bir ülkede çok az fiziki varlık sahibi olarak veya hiç olmayarak gelir elde etme imkanı vermektedir. Bu da vergi planlaması konusunda yeni tehditler ve fırsatları bir arada sunmaktadır (Sharma, 2005: 14).

Vergi kayıp ve kaçaklarının önemli bir kesimi vergi yasalarının çiğnenmesi sonucu ortaya çıkmaktadır. Kazancın kasten gizlenmesi ve aynı şirketin farklı departmanları arasındaki işlemlerin yine kasten yanlış raporlanması bunlara örnek olarak gösterilebilir. Toplanan vergilerin, zorunlu toplumsal hizmetlerin yerine getirilmesine, hane halkı ve işletmeler için vazgeçilemez altyapı çalışmalarına, araştırma, sağlık, eğitim, güvenlik ve daha bir çok kamusal faaliyetlerin yerine getirilmesine kaynak sağladığı çoğu insan tarafından bilinmesine karşılık, çok az kişi veya işletme vergi ödeme konusunda hevesli davranmaktadır. Ortaya çıkan vergi kayıp ve kaçakları, hükümetlerin bu tür hizmetler için kullanabileceği kaynakların azalmasına yol açmaktadır (Owens, 2006).

3.2. Elektronik Ticaretin Vergi Kayıp ve Kaçaklarına Yol Açan Dış

Etkinler Üzerindeki Etkisi

Elektronik ticaretin ortaya çıkması ve gelişmesi, bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişimine olduğu kadar, küreselleşme neticesinde uluslararası ticaretin önündeki engellerin önemli ölçüde ortadan kalkmasına da bağlıdır.

Küreselleşme olgusunu bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerden soyutlamak da pek mümkün görünmemektedir. Zira söz konusu teknolojik gelişmeler, küreselleşme sürecini hızlandıran ve belki de ortaya çıkmasına neden olan faktörler olarak kabul edilmektedir.

Küreselleşme süreciyle birlikte, çok uluslu şirketlerin dünya ekonomisine hakimiyeti ve kendi aralarındaki rekabet artmaya başlamıştır. Çok uluslu şirketlerin küresel bir piyasada birbiriyle rekabeti, gittikçe daha çok küresel stratejiler geliştirmelerini gerektirmekte ve herhangi bir ülkeye bağımlılıkları gittikçe daha müphem bir hale gelmektedir. İnternet gibi e-ticaret araçları, şirketlerin faaliyetlerini yürütmek için belli bir coğrafyaya bağımlılığını ortadan kaldırmaya başlamış, mal, sermaye, emek, ve bilgi alışverişini daha ucuz ve daha kolay hale getirmiştir. Böyle bir entegrasyonda ülkelerin vergi sistemleri de çeşitli sorunlarla karşı karşıya kalmaya başlamıştır. Ulusal ekonomilerin birbiriyle artan entegrasyonu, her şeyden önce bir ülkenin vergi sistemine ilişkin uygulamaların diğer ülkelerin vergi politikalarına potansiyel etkisini artırmıştır. Artık diğer ülkelerin vergi politikaları dikkate alınmadan bir ülkenin ulusal vergi politikası belirlemesi pek de mümkün görünmemektedir (Çevik, 2004: 1).

Küreselleşme süreciyle ortaya çıkan bu durum ulus devletlerin vergi gelirlerini aşındıran unsurlar (fiscal termites) barındırmaktadır (Tanzi, 2001). Çünkü küreselleşme aynı zamanda bir vergi sorunudur ve e-ticaretin vergilendirilmesine ilişkin sorunların genel çerçevesini küreselleşme olgusu oluşturmaktadır (Dönmez, 1999). Özellikle uluslararası çifte vergilendirme, elektronik ticareti vergilendirebilme, finansal spekülasyonların vergilendirilmesi, transfer fiyatlandırması, vergi cennetleri, off shore (kıyı) bankacılığı ve son olarak vergi rekabeti küresel vergi sorunlarını oluşturmaktadır (Özpençe, Özpençe, 2007: 11).

Gelişmekte olan ülkelerin bir çoğunda eğitim ve sağlık gibi kamu hizmetlerinin finansmanına tahsis edilen fonlar yetersizdir. Ülkeden ülkeye farklılık göstermekle birlikte, kamu fonlarını etkileyen faktörler şu şekilde sıralanabilir (Martens, 2007: 8);

- Etkin olmayan vergi sistemleri,
- Kayıt dışı ekonominin büyümesi,
- Zayıf vergi idareleri,

- Küresel yatırımcıların baskıları ve dibe doğru vergi rekabeti,
- Transfer fiyatlaması ve kazançların düşük vergi rejimlerine kaymasına yol açan diğer hileli işlemler,
- Sermayenin vergi cennetlerine kaçıışı,
- Ticaretin serbestleşmesi ve gümrük indirimleri.

Küreselleşme, siyasi entegrasyon ve teknolojik gelişmelerin sağladığı fırsatlarla coğrafi sınırlar arasında daha büyük bir hareket özgürlüğü elde ederek yasadışı yollardan vergi sorumluluklarını azaltma amacı güden bireysel ve kurumsal işletmelerin sayısında artış gözlenmektedir. Bu tür bir vergi direnci, beyan edilmeyen kazancın ve varlıkların gizlenmesini kolaylaştıran belli off shore finansal merkezlerin izlediği politikalar ve uygulamalar tarafından desteklenmektedir. Sınır ötesi işlemlerde ortaya çıkan vergi kayıp ve kaçakları hakkında etraflı tahminlerde bulunmak oldukça zor olmakla birlikte, genellikle pek çok ülkenin ciddi gelir kayıplarına maruz kaldığı varsayılmaktadır. Son zamanlarda İrlanda hükümeti, İrlanda vergi uygulamalarından kaçınmak için Channel Island bankalarını kullanan mukimlerinden 900 milyon Euro vergi tahsil etmeyi başarmıştır. İngiltere, off Shore merkezlerin kullanılmasına getirdiği kısıtlamalarla 1,9 milyar Sterlin tutarında vergi kaçağını önlemeyi hedeflemektedir. ABD Senatosu tarafından yayınlanan yeni rapora göre, vergi cennetlerinden dolayı ABD Gelir İdaresi'nin 40-70 milyar dolar'lık vergi kaçağıyla karşı karşıya olduğu tahmin edilmektedir (Owens, 2006).

Ülkelerin vergi gelirlerinde kayıp ve kaçaklara yol açan uluslar arası vergi rekabeti, off-shore merkezler, transfer fiyatlaması ve türev yatırım araçları, küreselleşme ile birlikte e-ticaretten bağımsız olarak ortaya çıkan etkenlerdir. E-Ticaret olmaksızın da vergi kayıp ve kaçaklarına yol açan bu dış etkenler, e-ticaret araçlarının ve yöntemlerinin kullanılmasıyla birlikte kayıp ve kaçaklar üzerindeki olumsuz etkisinin şiddetini artırmaktadır. Öte yandan e-ticaretin niteliğinden kaynaklanan sorunların da vergi kayıp ve kaçaklarına yol açtığı yukarıda belirtilmiştir. İşte bu girift ilişkide e-ticaretin vergi kayıp ve kaçaklarına yol açan söz konusu dış etkenler üzerindeki etkisi aşağıda irdelenmiştir.

3.2.1. Uluslararası Vergi Rekabeti

Dünya daha fazla küreselleştikçe ve vergi kaynakları daha fazla hareketli hale geldikçe vergi rekabeti konusu ulusal vergi sistemleri etrafındaki tartışmalar da ön plana çıkmaktadır. Aynı seviyede olan iki veya daha fazla yönetimin ya da ulus devletin hareketli vergi kaynağı üzerinden vergi almaları ve bunlardan birinin aldığı verginin diğerinin vergi gelirlerini etkilemesi yatay vergi rekabetine örnek gösterilebilir. Dikey vergi rekabeti ise farklı seviyelerdeki iki yönetimin vergi rekabetidir. Dikey vergi rekabetine örnek: federal hükümet ve eyaletler aynı vergi kaynağından vergi alırlar, sonuçta bölgelerden birinde uygulanan vergi diğerinde toplanan vergi miktarını etkiler. Vergi rekabeti konusundaki kaynaklarda daha çok yatay vergi rekabeti ele alınmıştır (Goodspeed, 1998).

Gelişen teknoloji ve piyasalar sayesinde uluslararası yatırımcılar, hammadde kaynakları ve ucuz işgücü gibi maliyet unsurları ve düşük vergi oranları gibi teşvikleri dikkate alarak, en fazla karı elde edecekleri bölgeleri tercih etmektedirler (Güneş, 2002). Küreselleşme ve e-ticaret, ulus devletlerin vergi politikalarının diğer ülkeler üzerindeki dışsal etkilerini artırmaktadır. Vergi kaynaklarının uluslararası ve sınırlararası hareket yeteneğinin artması, bazı ülkelerin küresel vergi tabanından daha fazla pay almak için vergi yüklerinin bir kısmını diğer ülkelere ihraç etmelerine olanak sağlamaktadır. Küreselleşmenin ortaya çıkardığı bu gelişme “vergi rekabeti” olarak adlandırılmaktadır (Aktan, Vural, 2004).

ABD dışındaki OECD ülkeleri, kurumlar vergisi oranlarını kapsamlı bir şekilde azaltmaya başlamışlardır. ABD Çok Uluslu Şirketlerinin direkt yatırımlarını çekmeyi hedefleyen bu ülkelerin başında İrlanda, İzlanda, Polonya, Slovakya, Avusturya ve Almanya gelmektedir. Bu ülkeler, 2000-2006 yılları arasında kurumlar vergisi oranlarını sırasıyla % 47,9, % 40, % 36,7, % 34,5, % 26,5 ve % 25,2 nispetlerinde düşürmüşlerdir. Örneğin; 2000 yılında % 24 olan İrlanda kurumlar vergisi, 2006 yılına gelindiğinde % 12,5'e gerilemiştir. 2000 Yılında % 33 olan Türkiye kurumlar vergisi oranı 2006 yılına gelindiğinde % 30'a gerilemiştir. OECD ülkeleri ortalama kurumlar vergisi oranı 2000 yılındaki % 33,6'lık seviyesinden, 2006 yılında % 28.7 seviyelerine gerilemiştir. Son zamanlarda yapılan çalışmalar, AB üyesi ülkelerinin kurumlar vergisi oranlarını % 10 nispetinde azaltması durumunda, kısa dönemde direkt yabancı (ABD Çok Uluslu Şirketleri) yatırımların

oranında % 60 artış sağlayabildiğini göstermektedir. ABD, tüm OECD üyeleri arasında en yüksek kurumlar vergisi oranına sahip ikinci (Japonya % 39,5'lik oranla ilk sırada yer almaktadır) ülkedir. ABD kurumlar vergisi 2000 yılında % 39,4 iken, 2006 yılına gelindiğinde ancak % 39,3'e gerilemiştir (Hodge, Atkins, 2006, OECD, 2006 c).

Uluslar arası vergi rekabeti açısından e-ticaretin tartışılması, özellikle işyeri kavramı üzerinde odaklanmaktadır. Çok uluslu şirketler, bilgi iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte, vergilendirme yetkisinin sınırlarını işyeri kavramına göre belirleyen ülkelerin pazarlarında fiziki bir işyerine sahip olmaksızın ürünlerini pazarlama imkanına kavuşmuştur (Ferhatoğlu, 2006).

Bu noktada uluslar arası vergi rekabetinin, vergi cennetleri ve tercihli vergi rejimleri olarak gruplandırılmasının uygun olduğu düşünülmektedir.

3.2.1.1. Vergi Cennetleri

Vergi cenneti kavramı son yıllarda kullanılsa da vergi cennetlerinin ortaya çıkışı verginin ortaya çıkışı ile aynı döneme rastlar. Antik Yunan'da tüccarlar ithal edilen ürünlerden alınan % 2'lik vergiden kaçınmak için mallarını Atina'nın açığındaki adalarda depolamaktaydılar. Modern vergi cennetlerinin en eskisi İsviçre'dir. İsviçre, diğer bölgelerden kaçan sermaye için güvenli ve maliyeti daha düşük bir sığınma yeri olagelmıştır. Son yıllarda vergi cenneti olarak adlandırılacak ülke veya bölgelerin ortaya çıkması, mükelleflerin vergiden kaçınmayı ve vergi kaçırmalarını kolaylaştıran yeni bir olanağa kavuşmalarına ve dolayısıyla ulus devletlerin vergi kaybına uğramasına yol açmaktadır (Aktan, Vural, 2004).

Vergi cennetinin bütün unsurları içerecek şekilde tanımlanmasının zor olması nedeniyle, vergi cennetlerinin temel özelliklerinin ve değişen faktörlerinin belirtilmesinin daha uygun olacağı düşünülmektedir. Vergi cennetinin temel faktörleri ve özellikleri şu şekildedir (Günaydın, Benk, 2004 : 393);

- Vergilendirmenin olmayışı veya düşük oranlı oluşu,
- Bilgi değişiminin olmayışı,
- Sistemin şeffaflıktan yoksun oluşu,
- Belli düzeyde işlem yapma mecburiyetinin olmayışı.

Vergileri en aza indirmek ve finansal gizlilik sağlamak gibi fırsatlar sunan vergi cennetleri, kurumsal bazda olduğu kadar kişisel olarak ta rağbet görmektedir.

Vergi cennetleri, sağladıkları vergi avantajlarıyla mobil faaliyetleri cezptmeye çalışmakta, daha da ileri giderek diğerk ülkelerle bilgi değışimi konusunda işbirliğine yanaşmamaktadırlar (Taş, Karaca, 2004:429).

Vergi cenneti olarak adlandırılan finansal merkezlerde gerçekleştirilen işlemlerden zarar görenler, vergi politikası üzerindeki egemenlik hakkını kaybeden devletlerdir. KOBİ ler, düşük düzeyde ücret geliri elde eden dar gelirliler ve tüketiciler daha fazla vergi ödemek durumunda kalmaktadırlar. Sonuçta vergileme, mobil kaynaktan sabit kaynağa, direkt vergilerden dolaylı vergilere kaymaktadır (Günaydın, Benk, 2004: 395). Vergi cenneti olarak adlandırılan 41 ülke ve bölge, toplam nüfusu dünya nüfusunun % 1.2 sini, GSMH sı da toplam dünya GSMH'nin % 3 ünü oluştururken, Amerikan çok uluslu şirketlerinin toplam aktiflerinin % 26'sını barındırmaktadır (Hines, Rice, 1990). Bazı tahminlere göre 11,5 trilyon dolar değerindeki varlıklar halen vergi cennetlerinde tutulmaktadır. Ortalama % 7,5 oranındaki getiri ile birlikte bu yıllık 860 milyar dolar kazanç anlamına gelmektedir. Gelir veya sermaye kazancı vergi oranı % 30 olarak kabul edildiğinde 255 milyar dolarlık vergi gelirinden mahrum olunmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerin zengin elitlerinin varlıklarını kendi ülkeleri yerine vergi cennetlerinde tutmaları nedeniyle, bu ülkelerin en azından 50 milyar dolarlık vergi geliri kaybına maruz kaldıkları tahmin edilmektedir. Bu tür işlemler doğası gereği resmi istatistiklere yansımamaktadır (Martens, 2007: 21-22).

Gelişen e-ticaret teknolojileri sayesinde, internet işletmeleri kolayca kuruluş yerlerini dolayısıyla, mukimi oldukları ülkeleri değıştirebilmektedirler. Son yıllarda kuruluş yeri olarak vergi cennetlerini tercih eden e-ticaret firmalarının sayısında artış olduğu bilinmektedir. Vergi cennetlerinin yasalarına göre kurulan şirketler, o ülkenin mukimi sayılmakta ve vergisel avantajlardan yararlanmaktadırlar. Bir şirketin mukim olup olmadığının belirlenmesinde yönetim ve kontrol yeri kriteri de kullanılmaktadır. Yine e-ticaret araçlarıyla, şirket yönetim kurulu üyelerinin vergi cennetleri dahil olmak üzere farklı ülkelerde mukim oldukları halde, video konferansları ve e-posta vasıtasıyla toplantılar yapması ve kararlar alması, şirketi bu şekilde sevk ve idare etmesi mümkün olabilmektedir. Bu durumda, vergisel şartların ağır olduğu ülkelerin,

vergi cennetlerinden sevk ve idare edilebilen şirketleri mukim olarak kabul etmeleri ikametgah esasına göre vergilendirebilmeleri daha da zorlaşmaktadır (Cockfield, 2006: 145-146).

3.2.1.2. Tercihli Vergi Rejimleri

Küreselleşme ve e-ticaret araçları sermaye ve yatırımların vergileme yetki alanları arasındaki hareketini kolaylaştırmıştır. Gerek bireysel yatırımcıların gerek çok uluslu şirketlerin dünyanın bir başka bölgesine (muhtemelen de düşük vergi rejimi uygulayan bir ülkeye) sermaye transfer etmeleri veya faaliyetlerini kaydırmaları basit bir bilgisayar işlemi ile gerçekleştirilebilmektedir. Gelişmekte olan ülkelerin kalkınmalarının finansmanı için yabancı tasarruflara olan ihtiyaçları dikkate alındığında bu başıboş sermayenin ülkeler açısından önemi daha da artmaktadır. Sermaye ve yatırımlarının mobilitesinin artması ülkeler arasında bunları çekmek yönünde bir rekabet doğurmuş, dolayısıyla, sermaye akımlarının artması ve finansal piyasalardaki gelişmeler ülkeleri vergi oranlarını indirmeye veya tercihli vergi rejimleri uygulamaya zorlamaktadır (Çevik, 2004: 2-4). Tercihli vergi rejimlerinin ana hareket noktası, dar mükellefe tam mükelleften farklı bir takım vergi teşviklerinin uygulanmasıdır. Ayrıcalıklı vergi rejimleri de tıpkı vergi cennetleri gibi, uyguladıkları vergi politikalarıyla diğer ülkelerin vergi tabanını erozyona uğratmakta ve mükellefleri vergiden kaçınmaya ve vergi kaçakçılığına özendirilmektedir (Günaydın, Benk, 2004:396).

Küreselleşme süreci ile birlikte vergileme alanında üzerinde en çok tartışılan kavram “vergi rekabeti” olagelmıştır. Gerek küreselleşmenin getirdiği liberalizasyon gerekse “iletişim ve enformasyon alanındaki gelişmeler” ve “hızlı teknolojik gelişmelerin” sonucu artan faktör hareketliliği ülkeler arasında vergi rekabetini artırmıştır.. İletişim ve bilgi teknolojilerindeki hızlı gelişmeler, sadece ülke sınırları arasında mal, hizmet, sermaye ve iş hareketliliğini kolaylaştırmamakta aynı zamanda, bu faktörlerin ulusal vergilemeye tabi tutulmasını da zorlaştırmaktadır. Tercihli vergi rejimlerini belirleyen temel ve yardımcı faktörler şu şekilde sıralanabilir;

-Sıfır veya düşük efektif vergi oranları,

-Rejim içinde sadece yabancıların yararlanacağı özel serbest bölgelerin oluşturulması,

-Sistemde şeffaflığın bulunmaması ve

-Etkin bilgi değişiminin bulunmamasından oluşmaktadır. Geniş vergisel teşviklere sahip dört Avrupa ülkesi, Avrupa'daki GSYİH'nın sadece % 9'na sahip olmalarına rağmen, 1996-2000 yılları arasında Amerikan yabancı doğrudan yatırımların % 38'ni kendi ülkelerine çekebilmişlerdir (Giray, 2005: 94-114).

Bu bağlamda gelişmekte olan ülkelerin mali kayıplarını hesaplamak çok güçtür. Elektronik ticaret ile birlikte finansal mahremiyet ve sermayenin mobilitesi, bütün ülkeleri vergi toplama konusunda ciddi problemlerle karşı karşıya bırakmış, vergi kaçakçılığı ile vergiden kaçınma arasındaki çizgi belirsizleşmeye başlamıştır. Yapılan makul tahminlere göre vergi cennetleri gelişmekte olan ülkelerin yıllık 50 milyar dolar kaybetmelerine neden olmaktadır. Bu vergi rekabetinden dolayı vergilendirilemeyen hareketli sermayeden kaynaklanmaktadır. Bu hesaplama transfer fiyatlaması veya vergi cennetlerinde beyan edilmeyen gelirler dahil değildir (Oxfam, 2000).

Off-shore yatırımlarının varlığı veya miktarıyla ilgili bilgi alışverişini kısıtlayan fonksiyonları zararlı vergi sistemleri icra etmektedirler. Böyle sistemler, kendi ülkesinde mukim fakat aynı zamanda yatırımlarını vergiden muaf bir ülkede değerlendirerek ülkesini vergi kaybına maruz bırakan yatırımcıları cezbederler. Bu tür vergi sistemleri, gelir vergisi sistemi olmayan yerlerde –vergi cennetleri- ve vergilendirilmeden muaf tutulan veya düşük vergi oranlarının uygulandığı tercihli vergi rejimlerinde ortaya çıkabilmektedir (Horner, 2000).

Gerek vergi cennetleri ve gerekse tercihli vergi rejimleri olarak ortaya çıkan uluslar arası vergi rekabetiyle birlikte bir yandan ülkelerin vergi yükünün diğer ülkelere kaydırılması sonucu doğmakta, diğer yandan da uygulama sahibi ülkenin vergi gelirleri artabilmektedir. Elektronik ticaretin sağladığı geniş imkanlar, söz konusu ülkelerin beklentileri doğrultusunda bu sürece işlerlik kazandıran önemli bir dinamik olmaya başlamıştır. Ayrıca, bu tip uygulamalar diğer ülkelerdeki vergi matrahlarının aşınmasına ve kaybına yol açarak ilgili ülkelerin ekonomilerini olumsuz etkilemektedir. Elektronik ticaret ile iştigal eden işletmelerin vergisel avantajların bulunduğu ülkelerde yerleşmeyi tercih ederek, gelişen teknolojinin

kendilerine bahsettiği mobilite imkanlarını bu yönde kullanmaları kaçınılmaz görünmektedir.

3.2.2. Off-Shore Merkezler

Elektronik ticaret, dijital ürün ve hizmetler bağlamında özellikle de internet üzerinden yürütülen finansal işlemler ve off shore bankacılık ile birlikte ele alındığında vergileme alanında küreselleşmeyle ortaya çıkan en önemli sorunlardan biri olarak değerlendirilmektedir (Çevik, 2004: 10). Off Shore bankacılık, kelime anlamı olarak kıyı bankacılığı, kıyıdan açığı bankacılık faaliyetlerini ifade etmektedir. Literatürde kullanıldığı anlamıyla off shore merkezler, finansal mahremiyet sunan kanunlarıyla küresel sermaye yatırımlarını çekmek güdüsüyle hareket eden vergi cenneti ülke veya bölgelerde faaliyet gösteren ve ülke içindeki bankacılık sisteminin tabi olduğu yasal düzenlemelerin dışında tutularak, getirilen mali hukuksal avantajlar sayesinde cazip çalışma koşullarının sağlandığı bankacılık türüdür. İletişim olanaklarının ve internetin tüm dünyada yaygınlaşması ile birçok şirket ve kişi kendi ülkelerinde daha fazla vergi ödemek yerine off shore bankalara yönelme eğilimi içine girmektedirler. Elektronik ticaretin sağladığı fırsatlar vergi cennetlerine büyük bir avantaj sağlamıştır. Şahıs ve şirketler, offshore hesabı kanalıyla borsadan hisse senedi alabilmekte, bu parasını ve gelirini vergi idaresinden gizli tutabilmekte, web sitelerinde offshore bankalarının hangi oranda vergi aldıklarını ve ne kadar faiz verdiklerini rahatlıkla ve aracısız öğrenebilmektedirler (Demir, 2002).

Tanzi (2000)'e göre, elektronik ticaretin sağladığı geniş imkanlarla geliştirilen off-shore merkezler cazibesini artırmaktadır. Para ve sayısal bilgi kablolar vasıtasıyla kolayca yer değiştirebilmekte, kayıtlar kolayca ve masrafsız şekilde silinebilmekte ve yeniden üretilebilmektedir. Bu tür merkezlerdeki hesap sahiplerinin elde ettikleri geliri kendi vergi idarelerine gönüllü olarak beyan etmeleri de pek olası görünmemektedir.

Off shore finansal merkezler ve vergi cennetleri, finansal yatırımlar yoluyla önemli kazançlar elde etmektedirler. Büyümeleri, paranın ve bilginin gerçek anlamda kolay ve ucuz bir şekilde hareket edebilmesine izin veren dijital enformasyon akışıyla ve birkaç ülkenin bu alandaki düzenlemeleri ile teşvik görmektedir. Vergi

otoriteleri için bunlar üzerindeki kazançların nasıl tesbit edileceği belirsiz bir konudur (Gökbunar, Tezcan, Utkuseven, 2002: 12).

İnternetin hızlı gelişimi, hükümetlerin vergilendirme imkanlarını daraltan ilave bir baskı unsuru oluşturmaktadır. İnternet kullanımının yaygınlaşması, sanal mal ve hizmetlerin vergilendirilmesini daha da güç hale getirmiştir. İnternet vasıtasıyla sağlanan ve kaynağı bilinmeyen mal ve hizmetlerin sunumu, vergi ödeyenlerin ortadan kaybolmasına ve kara para aklama fırsatlarının artmasına yol açacağı yönünde kaygıları beraberinde getirmiştir. Coğrafi engellerin internet vasıtasıyla söz konusu olmaktan çıkması, vergi rekabetinin şiddetini yükseltmekte çok uluslu şirketlerin faaliyetlerini düşük vergili rejimlerde yoğunlaştırmasını kolaylaştırmaktadır. Vergi cennetlerini saran esrar perdesi nedeniyle buralarda tutulmakta olan paranın kesin olarak hesaplanması mümkün değildir. Ancak, son zamanlarda merkezlerdeki fonların 6-7 Trilyon Dolar arasında olduğu tahmin edilmektedir. Bu yaklaşık olarak yıllık dünya mal ve hizmet ticaretine veya toplam dünya GSYİH'nın 1/3'ne eşit değerdedir. Finansal cennetlerde tutulmakta olan bu varlığın, büyük bir kısmının beyan edilmediği ve vergilendirilmediği, kalan kısmının da çok düşük oranlarda vergilendirildiği tahmin edilmektedir (Oxfam, 2000).

Bu tür merkezlerde tutulan varlıkların büyüklüğünü veya bu sektörün gelişme hızını hesaplamak oldukça zordur. Ancak, vergi cennetlerinde yer alan off shore merkezlerde tutulan varlıkların tüm dünyada 5 Trilyon Dolar olduğu tahmin edilmektedir. Amerikalı yetkililer, bu durumun Amerika için yıllık 70 Milyar Dolar gelir kaybına sebebiyet verdiğini tahmin etmektedirler. Vergi cennetlerinde hizmet veren kurumlar ve müşterileri, bilgi değişim anlaşmalarının yokluğu, ticari ve mali gizlilik vasıtasıyla vergi idarelerinden gizlendiklerinin farkındadırlar. Böylece işlemlerin mahiyetini ve tarafların gerçek kimliklerini gizlemek için kâğıt üzerinde varlıklar oluşturmakta hatta çoğu zaman sahte belge düzenlemektedirler. Dünya genelinde en azında 40 ülkede bu tür faaliyetler korkusuzca yapılmaktadır. Bu ülkeler, tarafların kimliklerini içermeyen şirket kuruluşlarına belki sadece uzaktan bilgisayar bağlantısı ile bile izin vermekte, bazıları paralı sabıkalılara barınak sağlayabilecek kadar bile ileri gidebilmektedirler (IRS (b), 2007).

Türkiye, off shore hesapları nedeniyle vergi kaybına uğrayan ülkelerden biridir. KKTC ve Bahreyn üzerinden gerçekleştirilen off shore sermaye ihracının

2000 yılına kadar 8-10 milyar dolara ulaştığı, alınan tedbirler sonucunda 2004 itibariyle bu tutarın 5 milyar dolar civarına gerilediği tahmin edilmektedir (Meriç, Ay, 2004: 318-319).

3.2.3. Transfer Fiyatlaması ve Çok Uluslu Şirketlerin Küresel Karları

Transfer fiyatlaması ve fiyatlandırmasına ilişkin tanımlar şu şekildedir; Vergi hukukunun en önemli ve güncel konularından birisi olan transfer fiyatlamasını, "bir işletmenin mal ve hizmetler ile gayri maddi varlıklarını ilişkili kişi ve kuruluşlara transfer ederken uyguladığı fiyat" olarak tanımlamak mümkündür (Erdikler, 2007). Transfer Fiyatlandırması, kısaca bir ticari işletmenin kendi bölümleri ya da kolları arasındaki mal ve hizmet satışlarında uyguladıkları fiyat olarak tanımlanabilir. Bu bağlamda birden fazla ülkede faaliyet gösteren şirketler, ülkelerin vergi yüküne göre merkez oluşturmakta ve bu bağlamda ülkelerarası fiyatlandırma yöntemleri ile vergi yükü ülkedeki faaliyetinde karı azaltıcı fiyatlandırmaya yönelmektedir (Seviğ, 2003). Bir ülkedeki çokuluslu bir organizasyonun bir bölümü, malları, hizmetleri veya teknik bilgiyi diğer bir ülkedeki diğer bir bölümüne transfer ettiğinde veya sattığında bu mallar veya hizmetler için istenen fiyata ulusal sınırlar arasında aynı grubun birimleri arasında alınıp satılan mallar, hizmetler ve gayri maddi mallar için belirlenen fiyata transfer fiyatı denir. Transfer fiyatları, bölüm, kısım, şube, tali şirket gibi işletme birimlerine uygulanabilir. Transfer fiyatlama, genel sorun halini alan bir hesap anlaşmasıdır. Sonuç olarak transfer fiyatlandırması, çokuluslu şirketlerin şube-merkez ve şube-şube ticaretleri sonucu karlarını vergi oranı en düşük olan ülkelere kaydırmalarını ifade eder (İlve, 2006). Çokuluslu şirketlerin transfer fiyatlaması kullanımı ile çifte vergilemeden kaçınma eğilimi arasında açık bir ilişkinin varlığından bahsedilebilir. Birçok ülke küreselleşmeden kaynaklanan karmaşık ticaret ve transfer fiyatlaması konularını çözüme kavuşturmak için kendilerini baskı altında hissetmektedirler (Gökbunar, Tezcan, Utkuseven, 2002: 12).

Transfer fiyatlamasını, aynı ticari organizasyon içinde yer alan bir işletmenin farklı departmanları, şubeleri, bağlı ortaklıkları veya iştirakleri arasında mal ve hizmet satışında uyguladıkları, piyasanın belirlemediği fiyatlar olarak tanımlamak da mümkündür. Çok uluslu şirketler, teknolojinin sağladığı imkanlardan ve yasal boşluklardan yararlanarak, hammadde, yarı mamul, mamul, hizmet ve gayri maddi

varlıklarını farklı ülkelerde bulunan yan kuruluşları veya yavru şirketleri arasında transfer ederken, küresel vergi yüklerini hafifletmek için maliyetlerini yüksek vergili bölgelerde, karlarını da düşük vergili bölgelerde yoğunlaştıracak bir fiyatlama politikası güderler. Bu durumda küresel vergi toplamada başarılı olan ülkeler, vergi cennetleri veya haksız vergi rekabeti uygulayan ülkeler olmaktadır.

Devletin vergi muafiyetleri tanımadığı veya herhangi bir şekilde vergi indirimi uygulamadığı durumlarda Çok Uluslu Şirketler, vergi ödemelerinden kaçınmak için sık sık alternatif yöntemlere başvururlar. Örneğin; Şirket karının en çok vergi avantajı sağlanabileceği ülkelerde oluşmasını sağlamak için şirket içi işlemlerde transfer fiyatlaması yoluyla veya ödeme ve tahsilatları kuruluş içinde kaydırarak bunu yaparlar. Üretim zincirinin küresel boyutta gerçekleşmesiyle birlikte transfer fiyatlaması vergiden kaçınmanın en önemli aracı haline gelmiştir. Dünya Ticaret Örgütü'nün tahminlerine göre, dünya çapındaki mal ve hizmet ticaretinin % 50'sinden fazlası Çok Uluslu Şirketlerin kendi aralarında yaptıkları ticaretten oluşmaktadır. 2004 Yılında bu tür işlemlerin parasal hacmi 11 trilyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Hizmetler, patentler, lisanslar ve piyasa değeri olmayan tekel ürünler için uygulanan transfer fiyatlaması doğası gereği zaten daha karmaşık işlemler olup, takibi ve kontrolü daha zordur. Küresel e-ticaretin yaygınlaşmasıyla birlikte vergi otoritelerinin bu tür işlemleri kontrol edebilme imkânı giderek ortadan kalkmaktadır. Piyasalar ve ürünler küreselleşirken ve para saniyeler içerisinde tüm dünyayı dolaşırken vergi politikaları ulusal sınırlar içerisinde kalmaktadır (Martens, 2007: 5-17).

Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı (UNCTAD, 1999)' a göre, ekonomik faaliyetlerin küreselleşmesiyle birlikte çok uluslu şirketlerin, bağlı şirketleriyle gerçekleştirdiği uluslar arası işlemlerinde mal, hizmet, know-how ve fikri mülkiyet haklarını fiyatlaması faaliyetleri, transfer fiyatlaması olarak adlandırılmaktadır. Bu işlemlerin hangi esaslara bağlı olarak fiyatlandırıldığı meselesi, ilgili ülkelerin vergi tabanlarını aşındırması bağlamında önemli sonuçlar ortaya çıkarmış, çok uluslu şirketlerin kazançlarıyla birlikte faaliyet gösterilen ülkelerin vergi gelirlerini direkt etkilemesi nedeniyle en önemli vergi meselesi haline gelmiştir.

Daha yüksek bilgi içerikli sayısal ürünler uyumsuzlukları açığa çıkarmakta ve vergiden kaçınmayı teşvik etmektedir. Transfer fiyatlaması, vergiden kaçınmanın bir şekli olarak kabul edilmesi zorunlu olmasa da, potansiyel olarak internet pazarında daha büyük bir problem olarak ortaya çıkmaktadır (Mann, 2000).

Özellikle artan e-ticaret hacmi ve uluslararası şirketlerin dünya ticaretindeki payı ile birlikte ulusal ekonomilerin entegrasyon süreci hızlanmış, buna paralel olarak kompleks vergisel problemler ortaya çıkmıştır. Ülkelerin uluslar arası şirketleri vergilendirirken karşılaştıkları en büyük problem, bir çok şirketin vergiden kaçınmak için bir ülkede elde edilen karı transfer ederken bağlı şirketleriyle aralarında meydana gelen işlemlerde emsal bedel (arm's length) prensibi dışında fiyatlandırma uygulamalarına gitmesidir. Transfer fiyatları, bir şirketin fiziki malları, gayri maddi hak bedellerini, fikri mülkiyet haklarını ve hizmetleri kendi bağlı şirketleri arasında fiyatlandırırken söz konusu olmaktadır (Uyanık, 2001: 233-235).

Transfer fiyatlaması sadece e-ticaret ile birlikte ortaya çıkan bir problem değildir. E-Ticaret imkanları ile birlikte uluslar arası ticari faaliyetlerin hızı, hareket kabiliyeti ve transfer fiyatlaması yöntemlerini daha kolay kullanma riski artmaktadır. Daha açık bir ifadeyle e-ticaretin, transfer fiyatlaması meselesine yeni ve özel güçlükler getirmesi söz konusudur. Vergilendirme problemi açısından meselenin püf noktası, e-ticaretten kaynaklanan daimi işyeri ve gelirin kaynağı problemiyle hemen hemen aynıdır. Sınır ötesi işlemlerde bilginin anlık transferi, işlemlerin tanımlanmasını, takibini ve kontrolünü güçleştirmektedir. Daha özel bir problem olarak Çok Uluslu Şirketlerin İntranet gibi kapalı ağlar üzerinden yan kuruluşları ile gerçekleştirdiği işlemler dikkate alındığında; e-ticaret, Çok Uluslu Şirketlerin (fiyatlandırmada) emsal bedel (arm's length) prensibini uygulayıp uygulamadığını kontrolde geleneksel yaklaşımların işlerliğini tehdit etmektedir. Ayrıca e-ticaret finansal araçların küresel ticaretinde geleneksel vergilendirme prensiplerinin uygulanmasını da tehdit etmektedir (OECD (c), 2005: 11).

Hükümetler, haklı olarak çokuluslu şirketlerin vergilendirilebilir gelirlerinden daha adil bir pay almak istemektedirler. Zira, çokuluslu şirketlerin bağlı kuruluşları ile ticareti, dünya ticaretinin yarından fazlasını oluşturuyor. Küreselleşme ile birlikte şirketlerin tedarik zinciri çok karmaşık bir hal aldığından transfer fiyatlandırması planlaması, çok daha önemli bir hale gelmiş, yatırımların hareketliliğinin giderek

artması ile birlikte çokuluslu şirketler küresel tedarik zincirlerini genişletmişlerdir (T.C.Maliye Bakanlığı, 2005).

Çok uluslu şirketler dünya genelindeki vergi sonrası karlarını maksimize edebilmek amacıyla ülkelerin vergi politikalarındaki, transfer fiyatlaması düzenlemelerindeki, gümrük vergilerindeki, kur risklerindeki ve kar aktarım mekanizmalarındaki sınırlamaların açıklarından faydalanma eğilimindedirler. Çok uluslu şirketlerin bu çabası gelir transferi biçiminde ortaya çıkan transfer fiyatlaması manipülasyonları aracılığı ile gerçekleşir. Bu manipülasyonlar bazı ülkelerde vergi gelirlerinde özellikle de kurumlar vergisinde aşınmalara neden olmaktadır (Ferhatoğlu, 2006).

Abdallah and Murtuza (2006)'a göre, Son yıllarda, internetin kullanımıyla ortaya çıkan transfer fiyatlaması tekniklerini irdeleyen az sayıda araştırma yapılmış, elektronik ticaret ve transfer fiyatlaması kombinasyonunda, gayri maddi varlıkların fiyatlaması konusu gözden kaçmıştır. Gayri maddi varlıklar, doğası gereği oldukça değişken olup, markalar, müşteri listeleri, teknik bilgiler, tasarımlar, veri tabanları patentler (imtiyaz hakları), bilgisayar yazılımları, tescilli ve tescilsiz teknolojiler gibi fikri mülkiyet haklarının yanı sıra geleneksel varlıklar ve işlem formülasyonlarını içermektedir. Bu gün teknolojiye dayalı iş modelleri yeni ekonomi olarak adlandırılmaktadır. Yeni ekonomi ile birlikte veri tabanları, bilgi (enformasyon), örgütsel yapılar, know-how ve problem çözme teknikleri gibi teknoloji temeline dayalı yeni fikri mülkiyet haklarında bir artış meydana gelmiştir. Artık bir şirketin gerçek değerinin ölçülmesinde, sahip olduğu zihin gücü, teknoloji ve yazılım fikirleri onun fiziki donanımları ve gayrimenkullerinden daha fazla önem arz etmektedir. Nihayet 21.yüzyılda elektronik ticaret çağının belirgin ve hızlı gelişimi, vergi otoritelerini ÇÜŞ'lerin transfer fiyatlaması uygulamalarının üstüne gitmeye zorlamaktadır. Birçok ülke bu konuda yeni düzenlemeler getirmeye devam etmekte, mevcut düzenlemeleri de elektronik ticaretin tehditlerine karşı uyarlamaya çalışmaktadır. Elektronik ticaret teknolojisi, coğrafik yerleşimleri dikkate almadan ÇÜŞ lere tedarikçileri ve müşterileriyle bütünleşme konusunda cesaret vermektedir. Çok uluslu bir şirketlerin, gayri maddi varlıkların sınır ötesi transferlerinde yüksek derecede uzmanlaşmaları ve elektronik ticaretin fırsatlarından istifade ederek bağlı kuruluşlarıyla entegrasyonu, emsal bedel (arm's-length) standardının uygulanmasını

güçleştirmektedir. Bağlı kuruluşların sağladığı hizmetler dahil olmak üzere gayri maddi varlıklar için vergi otoriteleri tarafından uygulanan cari emsal bedel uygulaması her ihtimalde aşağıdaki altı yöntemden biri olarak değerlendirilecektir:

a- Mukayeseli kontrolsüz fiyat yöntemi (The comparable uncontrolled price method (CUP))

b-Yeniden satış fiyatı yöntemi (the resale price method (RPM))

c-Maliyet artı yöntemi (cost plus method (CPM))

d-Mukayeseli kar yöntemi (comparable profit method (CPrM))

e-İşlemsel net kar yöntemi (transactional net margin method (TNMM))

f-Karın bölünmesi yöntemi (profit split method (PSM))

İlk üç yöntem, geleneksel işlem yönlü, son üçü ise kar bazlı yöntemlerdir.

Türkiye’de 13.06.2006 tarihinde kabul edilen 5520 Kurumlar Vergisi Kanununda, kurumların ilişkili kişilerle yaptığı işlemlerde uygulayacağı fiyat veya bedelleri belirlerken geleneksel işlem yönlü yöntemlerini tercih etmiştir. Anılan kanuna göre öngörülen yöntemler aşağıda açıklamalı olarak verilmiştir:

a) Karşılaştırılabilir fiyat yöntemi: Bir mükellefin uygulayacağı emsallere uygun satış fiyatının, karşılaştırılabilir mal veya hizmet alım ya da satımında bulunan ve aralarında herhangi bir şekilde ilişki bulunmayan gerçek veya tüzel kişilerin birbirleriyle yaptıkları işlemlerde uygulayacağı piyasa fiyatı ile karşılaştırılarak tespit edilmesini ifade eder.

b) Maliyet artı yöntemi: Emsallere uygun fiyatın, ilgili mal veya hizmet maliyetlerinin makul bir brüt kâr oranı kadar artırılması suretiyle hesaplanmasını ifade eder.

c) Yeniden satış fiyatı yöntemi: Emsallere uygun fiyatın, işlem konusu mal veya hizmetlerin aralarında herhangi bir şekilde ilişki bulunmayan gerçek veya tüzel kişilere yeniden satılması halinde uygulanacak fiyattan, makul bir brüt satış kârı düşülerek hesaplanmasını ifade eder.

ç) Emsallere uygun fiyata yukarıdaki yöntemlerden herhangi birisi ile ulaşma olanağı yoksa mükellef, işlemlerin mahiyetine uygun olarak kendi belirleyeceği diğer yöntemleri kullanabilir. Yeni K.V.Kanunu, tamamen veya kısmen transfer fiyatlandırması yoluyla örtülü olarak dağıtılan kazancın, dağıtılmış kâr payı veya dar mükellefler için ana merkeze aktarılan tutar sayılacağını da hükme bağlamıştır.

İstanbul Yeminli Mali Müşavirler Odası tarafından hazırlanan rapora (2006) göre, Çok uluslu şirketlerin kendi grupları arasında yaptıkları işlemler dünya ticaretinin % 60'ını oluşturmaktadır. Gayri maddi varlıklar için yapılan stratejik vergi planlaması konusunda çok uluslu şirketlerin yegane ortak amacı, dünya çapında uzun vadeli vergi sorumluluklarını azaltmaktır. Çok Uluslu Şirketler (ÇUŞ), gayri maddi varlıkların sınır geçişlerinde vergi yüklerini azaltmak için, sıklıkla özel amaçla vergi cenneti ülkelerde yerleşik yan kuruluşlarını kullanmaktadırlar. Bilgisayar teknolojisinin hızlı gelişimi, ticari engellerin kalkması ve ev sahibi ülke ile ana ülkelerin karmaşık vergi düzenlemelerine yasal uyum problemi, hem ÇUŞ ve hem de vergi otoriteleri açısından uygun bir transfer fiyatlaması sisteminin kullanımını güçleştirmiştir.

3.2.4. Türev Yatırım Araçları

Türev yatırım ürünleri ve risksiz-korunma fonları (Hedge Funds) gibi tasarrufların kanalize edildiği yeni finansal araçların çoğu off-shore merkezlerden yönetilmekte, ya hiç veya çok az vergi düzenlemelerine tabi tutulmaktadır. Benzer problem, elektronik ticaret yoluyla geliştirilen daha büyük çaptaki elektronik yatırımların vergilendirilmesinde de ortaya çıkmaktadır. Türev yatırım araçlarının sahiplerini, gerçekleştirilen işlemleri, elde edilen gelirin niteliğini ve kişilerin yaşadığı ülkeler ile gelirin elde edildiği ülkeleri, vergi idareleri yönünden tanımlamak kocaman bir problem olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir çok olayda elde edilen gelirler beyan edilmediği veya ana ülkeye transfer edilmediği sürece vergilendirilmeleri bir problem olarak kalmaya devam edecektir (Tanzi, 2000 : 17-18).

Türev yatırım araçlarının işlem gördüğü piyasalarda taraflar portföylerini, ileriki bir zaman diliminde gerçekleştirilecek nakit ve cari hesap ödemeleri ile yine gelecekte ihtiyaç duyulmayacağı varsayılan nakit ve cari hesap fazlalıklarını alıp satmaktadırlar (Yıldız, 2006: 123).

Meriç ve Ay (2004), türev ürünleri şu şekilde tanımlamıştır; “Değeri bir başka finansal varlığın veya malın değerine doğrudan bağlı olan finansal araçlar, türev ürünler olarak adlandırılmaktadır”. Forward, swap, future ve opsiyon işlemleri belli başlı kategorilerde değerlendirilen türev ürünlerdir. Türev finansal yatırım

araçları, menkul kıymetin mülkiyetinin el değiştirilmesine gerek kalmaksızın, bu varlıkla ilgili hak ve yükümlülüklerin ticaretine imkan sağlar. Türev yatırım araçları, faize, döviz fiyatlarına, hisse senedine ve mal fiyatlarına bağlı olarak dört ana başlık altında değerlendirilebilmektedir.

Tanzi'nin de vurguladığı üzere, bu tür yatırım araçlarıyla işlem yapan gerçek veya tüzel kişilerin kimliklerinin tespitinin yanı sıra, bu işlemlerde sermaye geliri ile sermaye kazanç veya kayıpları veya faiz ile kar payları arasındaki ayırım imkansız hale gelebilmekte daha da kötüsü işlemin hangi vergi otoritesinin sınırları dahilinde gerçekleştirildiği bir muamma olarak kalabilmektedir.

Vadeli işlem borsalarının pek çoğu elektronik ticaret vasıtasıyla üyelerine doğrudan işlem yapabilme olanağı sağlamakta, yatırımcılar, aracı kurumların web sitelerinde kurdukları sanal şubeler de yatırımlarını online olarak yapabilmektedirler. Daha düşük maliyet avantajı sağlayan elektronik ticaret sınır aşırı ticarete imkan sağlamasından dolayı, geniş bir yatırımcı kitlesine ulaşabilmekte, yatırımcılar, belirli yerlere kurulan bağlantı noktaları veya doğrudan bilgisayar bağlantıları sayesinde uzaktan işlem yapabilmektedirler. Elektronik ticaret sistemleri, geleneksel piyasa engellerini bertaraf etmekte ve iş ilişkilerinin niteliğini değiştirmektedir. İnternet vasıtasıyla yatırımcılara, tam zamanlı piyasa bilgileri, teknik analiz, risk analizi ve değerlendirme modelleri gibi yeni hizmetler sunulabilmekte, pek çok müşteriye aynı anda hizmet verebilmektedir (Coşkun, 2002).

Türev yatırım araçlarından faize dayalı vadeli işlem sözleşmesi (FVİS) gelişmiş ülkelerde yıllardan beri yüksek işlem hacmiyle yaygın olarak kullanılan bir türev araç çeşidi olup, ileri bir tarihte önceden belirlenen fiyat, miktar ve nitelikte ekonomik veya finansal göstereyi, sermaye piyasası aracını, malı, kıymetli madeni veya döviz alma veya satma yükümlülüğü getiren bir sözleşmedir. Türev araçlar borsalarında işlem görmekte olan FVİS'ler Dünyada en fazla işlem hacmine sahip vadeli işlem sözleşmeleridir. FVİS gerek hacim gerekse açık pozisyon sayısı olarak dünyadaki organize borsalarda işlem gören sözleşmeler arasında büyük bir paya sahiptir. 2003 Yılı itibarıyla FVİS'in toplam hacmi nominal değer bazında 588 trilyon dolara ulaşmıştır (Vobjektif, 2004 :7-9).

Tablo 10. Dünya Borsalarında İşlem Gören VİS.lerin Sayı ve Nominal Olarak Açık Pozisyon ve Hacim Değerleri

	Aralık İtibari ile Açık Pozisyon			Yıllık İşlem Hacmi		
	2001	2001	2003	2001	2002	2003
	Nominal Değer (milyar US Dolar)			Nominal Değer (milyar US Dolar)		
Bütün Sözleşmeler	9.664,8	10.323,2	13.713,6	446.360,1	501.220,3	6.246.915,0
Faiz	9.265,3	9.950,7	13.131,5	420.934,2	472.200,9	588.326,6
Döviz	65,6	47,3	80,1	2.499,3	2.513,1	3.936,7
Endeks	333,9	325,5	502,0	22.926,6	26.506,3	32.428,1
	Sözleşme Sayıları (Milyon)			Sözleşme Sayıları (Milyon)		
Bütün Sözleşmeler	21,4	28,2	62,7	1.443,6	1.720,7	2.356,9
Faiz	15,3	15,4	40,1	1.057,5	1.147,9	1.573,5
Döviz	1,3	0,8	2,6	49,0	42,6	58,3

Kaynak : VOBJEKTİF, Eylül-Ekim 2004 (s.10)

Tabloda görüldüğü toplam Vadeli İşlem Sözleşmelerinin işlem hacmi 2003 itibariyle 624 Trilyon Dolar seviyesine ulaşmıştır. Teknolojik rekabetin artmasıyla geleneksel işlem yöntemleri yerini elektronik ticarete bırakmış, fiziki olarak belirli bir mekanda bulunma zorunluluğu olmadan türev araçların ticareti yapılmaya başlanmıştır.

Vadeli İşlem ve Opsiyon Borsası AŞ, 2001/3025 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile kurulan ülkemizdeki ilk özel borsa kuruluşudur. 27.03.2007 (16:45) itibariyle Vadeli İşlem ve Opsiyon Borsasında işlem hacmi 226.337.897.-YTL tespit edilmiştir (VOB, 2007).

2004 Yılı sonu itibariyle dünya genelinde vadeli işlem borsalarında gerçekleşen bütün türev araçların toplam işlem hacmi yaklaşık 1,3 katrilyon dolar seviyesinde olup, işlem gören sözleşme adedi 7 milyar adet civarındadır (BIS, 2005: 16).

3.3. Dünyada E-Ticaretten Kaynaklanan Vergi Kayıp ve Kaçakları

E-Ticaretin giderek artan bir kısmı, alıcı ve satıcıların nerede olduklarının bilinemediği ve ödeme yöntemlerinin izlenemediği ve kontrol edilemediği dijital biçimde yapılmaya başlamıştır. Teknoloji ihraç eden gelişmiş ülkelerle teknoloji ithal eden gelişmekte olan ülkeler arasındaki farkın derinleşmesine yol açan e-ticaret ayrıca, vergi gelirlerinin büyük bir kısmını dolaysız vergilerden elde eden ülkelerle

vergi tabanı tüketim vergilerine dayanan ülkeler arasındaki açığı da beslemektedir. Her iki durum da gelişmekte olan ülkelerin rekabet gücünü, gelişmiş ülkeler karşısında zayıflatmaktadır. Uluslar arası strateji ve metodoloji geliştiren ve öneren OECD gibi teşkilatlar başta ABD olmak üzere gelişmiş ülkelerin tahakkümü altında olup, sonuçta gelişmiş ülkelerin lehine çözüm önerileri türetilmektedir. Gelişmiş ülkelerin güçlü mali yapıları, muhtemel gelir kayıpları karşısında fazla zorlanmadığı halde, muazzam bütçe açıklarına sahip gelişmekte olan ülkelerin gelir kaybı, zaten kırılgan olan ekonomiyi daha fazla zora sokmaktadır (Jones, Basu, 2002: 49).

Ticari faaliyetler, vergilendirilebilen mal ve hizmetlerden, muhtemelen vergilendirilemeyen işlemlere doğru yön değiştirirken karar vericilerin ve vergi idarelerinin e-ticarete ilişkin başlıca endişelerinden biri vergi kaybı riski olmaktadır. Öncelikle internet üzerinden gerçekleştirilen saf dijital ürünlere ilişkin ticari işlemlerin vergilendirilemediği ve bu noktada vergi kaybına sebebiyet verdiği ortadadır. Fiziki varlığı olan ürünlerin e-ticarete konu olduğu durumlarda vergi kaybından bahsetmek pek mümkün görünmemektedir. Kamu finansmanı açısından bakıldığında arzu edilen seviyedeki vergi geliri dışsal bir veri olmaktan çok kamu fonlarının marjinal maliyeti ile marjinal faydası arasındaki denge tarafından belirlenmektedir. Genel prensipler açısından bakıldığında, kamu fonlarının hem maliyeti ve hem de faydaları e-ticaretin ortaya çıkışından etkilenebilmektedir (Rasmussen, 2004: 12).

Elektronik ticaretin vergi gelirlerini olumsuz yönde etkilediği konusunda artan bir konsensüs bulunmaktadır (Günaydın, Benk, 2004:389). Zira, e-ticaret etkin bir şekilde vergilendirilememekte ve vergi kayıpları ile kaçaklarını önlemek için yeni yöntemlere ihtiyaç duyulmaktadır. Vergi kayıp ve kaçaklarını önlemek için e-ticaretin nasıl vergilendirileceğine ilişkin literatürde kesin bir mutabakat mevcut değildir. Bu nedenle e-ticaretin vergilendirilmesi meselesi, e-ticaretin etkin bir şekilde vergilendirilememesinin ülkeleri büyük oranda gelir kaybına uğratması açısından oldukça önemli ve bu konu hakkında ortaya atılan birbirinden farklı görüşler ile de oldukça tartışmalı bir alan haline gelmiştir (Yumuşak, Erarslan, 2005: 8). E-Ticaretin vergilendirilmesi sorununa çözüm üretmek üzere tartışmaya katılan taraflar, kendi ülkelerinin menfaatlerini ön planda tutma amacı güderken, bu

amaçlarını ticaretin serbestleştirilmesi ve evrensel refahın artırılması gibi söylemlerle gizleme çabası içersindedirler (Pastukhov, 2006).

ABD’de yerel yönetimlerin şiddetli olarak bağımlı olduğu satış vergilerinin tahsilatında (Moratoryum yasalarından dolayı) ciddi sapmalar meydana gelmektedir. Bir taraftan vergilendirilen yerel işletmeler haksız rekabete maruz kalmakta diğer yandan yerel yönetimler sosyal hizmetler için daha az miktarda fon ayırtmak durumunda kalmaktadırlar (Sharma, 2005: 10). ABD Maliye Bakanlığı’nın 1996 yılında yayınladığı çalışma raporu ile birlikte, ulusal vergi makamları da peş peşe; gelişen uluslararası e-ticaretin, vergi kaybına yol açıp açmadığını veya vergi kaçırma amacıyla vergi cennetlerinin kullanılmasında artış olup olmayacağını sorgulayan raporlar yayınlamaya başlamışlardır (Cockfield, 2006: 138).

Bristol (2001)’ in “E-Ticaretin Karayib Birliği Vergi Gelirleri Üzerindeki Etkisi” adlı çalışmasında vardığı sonuçlar özet olarak şu şekildedir;

-İhracat pazarlarının genişlemesi nedeniyle toplam vergi gelirlerinin artması mümkün görünmektedir,

-Geleneksel mal ve hizmetlerin ithalatındaki artış nedeniyle gümrük vergilerinde artış beklenmektedir,

-Dijital ürün ticaretinden dolayı gümrük vergilerinde kayıplar ortaya çıkacaktır,

-E-Ticaretin toptancı gibi aracıları ortadan kaldırması nedeniyle vergi gelirlerinde kayıplar meydana gelecektir. Vergi gelirlerinde ortaya çıkması muhtemel kaybın büyüklüğü, ithalat elastikiyetine, rekabet şartlarına ve adı geçen pazarların genişleme kapasitesine bağlı olarak değişebilecektir.

Dijital ürün ithalatından dolayı vergi kaybına maruz kalan ülkelerin çoğu gelişmekte olan ülkelerdir. Bu ülkelerin vergi gelirlerinin çoğu tüketim ve gümrük vergilerinden oluşmakta, ayrıca bu ülkeler gelişmiş ülkelere ihraç ettikleri dijital ürünlere nazaran, onlardan daha yüksek oranda dijital ürün ithalatı gerçekleştirmektedirler. Gelişmekte olan ülkeler toplam dijital ürün ithalatının % 16’sını gerçekleştirdikleri halde gümrük vergisi kayıpları, gelişmiş ülkelerin iki katı civarında (bu tür ürünlerin ithalatından dolayı tüm dünyanın maruz kaldığı gümrük vergisi kayıplarının % 63’ü olarak) gerçekleşebilmektedir. Dijital ürün ticaretindeki büyüme hızı, toplam ticaretin büyüme hızından çok daha yüksek olup, teslimat şekli

fiziki ortamdan elektronik ortama kaymaktadır. Bu durumda gelişmekte olan ülkelerin potansiyel vergi kaybı da artmaktadır (Jones, Basu, 2002: 38-41).

ABD Kongresi Genel Muhasebe Dairesinin elektronik ticaretten kaynaklanan vergi geliri kaybının 2003 yılında 2.5 Milyar ile 20.4 Milyar Amerikan Doları arasında gerçekleşeceğini öngörmüştür. Bu aralığın orta noktası 11.5 Milyar Amerikan Doları'dır ki bu değer, satış vergilerinden elde edilmesi beklenen toplam gelirin yaklaşık % 4 dür. Bu öngörü, özel sektör tarafından yapılan diğer tahminlerden çok ta farklı değildir (Woodward, 2001).

Bruce and Fox (2001), yaptıkları çalışmada, ülke çapında eyalet ve yerel yönetimlerin, elektronik ticaret işlemlerinden satış ve kullanım (sales and use tax) vergisi tahsil edemeyişlerinden dolayı 2001 yılında 13.3 Milyar Amerikan Doları tutarında vergi geliri kaybıyla karşılaşacaklarını hesaplamışlardır. 2006 ve 2011 yılları için öngörülen vergi geliri kaybı sırasıyla 45.2 ve 54.8 Milyar Amerikan Dolarıdır. Bu hesaplamalarda internetin yanı sıra, klasik elektronik ticaret araçları (telefon, fax, katalog gönderimi vs.) vasıtasıyla gerçekleştirilen işlemler birlikte dikkate alınmıştır. Sadece internet üzerinden gerçekleştirilen ticari işlemlerden kaynaklanan vergi kaybı 2001 yılında 7 Milyar Amerikan Doları, 2006 yılında 24.2 Milyar Amerikan Doları ve 2011 yılında 29.2 Milyar Dolar olarak hesaplanmıştır.

Bruce and Fox (2004), önceki çalışmalarından itibaren geçen süre içerisinde elde ettikleri deneyimle ve e-ticaretin gelişimine ilişkin nispeten daha sağlıklı verilerin ortaya çıkmasıyla birlikte tüm ABD eyaletlerini kapsayan çalışmalarını güncellemişlerdir. Bruce and Fox, e-ticaret taraflarının vergiye gönüllü uyum gösterme oranlarını, B2B işlemlerinde % 72 ve B2C işlemlerinde % 40 olarak varsaymışlardır.

E-Ticaretin niteliklerinden dolayı tahsil edilemeyen ve eyaletler ile yerel yönetimler için vergi kaybı olarak ortaya çıkan değerler, e-ticaretin düşük artış ve yüksek artış hızı senaryolarına göre ayrı ayrı hesaplanmıştır.

Buna göre ABD genelinde e-ticaretten kaynaklanan toplam satış vergisi kaybı 2008 yılında, düşük artış senaryosuna göre; 21 536 milyon dolar, yüksek artış senaryosuna göre; 33 678 milyon dolar olarak tahmin edilmiştir. 2008 Yılı vergi kayıpları düşük ve yüksek artış hızı senaryolarına göre sırasıyla, toplam cari vergi gelirlerinin % 3,9 ve % 6,1'ni teşkil etmektedir. Bu hesaplamalara internet dışındaki

e-ticaret araçlarıyla gerçekleştirilen işlemlerden (remote sales) kaynaklanan vergi kaybı dahildir. Bruce and Fox'ın uzaktan satışlardan kaynaklanan vergi kaybını ayrı ve negatif olarak hesaplamaları, çalışmamızın birinci bölümünde belirtildiği gibi, e-ticaretin tanım farklılığından kaynaklanmaktadır.

Tablo 11. ABD'de E-Ticaretten Kaynaklanan Toplam Satış Vergisi Kaybı (Milyon USD)

E-Ticaretin Düşük Büyüme Senaryosuna Göre						
	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Toplam Vergi Kaybı	15456	16787	18026	19232	20409	21536
Diğer Uzaktan Satışlardan Kaynaklanan Vergi Kaybı	-7308	-7850	-8348	-8824	-9286	-9734
Yeni Vergi Kaybı	8148	8937	9678	10408	11123	11802

E-Ticaretin Yüksek Büyüme Senaryosuna Göre						
	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Toplam Vergi Kaybı	16106	20437	22809	26568	30265	33678
Diğer Uzaktan Satışlardan Kaynaklanan Vergi Kaybı	-7633	-9675	-10739	-12493	-14216	-15805
Yeni Vergi Kaybı	8473	10762	12070	14075	16049	17873

Kaynak : Bruce and Fox, State and Local Sales Tax Revenue Losses From E-Commerce, Estimates as of July 2004

Eyaletler ve yerel yönetimler, elektronik ticaretten kaynaklanan vergi geliri erozyonuna ilave olarak iki farklı eğilimle karşı karşıyadırlar. Bunlardan ilki; vergilendirilebilir mallardan daha ziyade genellikle vergilendirilmeyen hizmetlerin tüketimi, ikincisi ise; eyalet yasama meclislerinin muafiyetleri sürdürerek vergi matrahı toplamını daraltmasıdır. Ayrıca, elektronik ticaret için uygulanan vergi muafiyeti (moratoryum), sektörün gelişimini teşvik amaçlıydı ve o dönemde araştırmalar verginin, müşteri tercihlerini (klasik ticaret ya da e-ticaret konusunda) etkilemediğini gösteriyordu (Pastore, 2001).

Mevcut vergi kanunlarıyla, ABD eyaletleri sınırlarının ötesine ulaşamamakta bir bağlantı noktası olmaksızın başka eyaletlerdeki satıcıları kullanım vergilerini tahsile zorlayamamaktadırlar. ABD Yüksek Mahkemesi (The Supreme Court), eyaletler arası işlemlerde, bir başka eyaletteki satıcının buna zorlanmasını yasalara aykırı olarak değerlendirmiştir. Oysa eyaletler, internet üzerinden gerçekleştirilen ticaretin büyümesiyle birlikte kendi mukimlerinin kullanım vergilerinden kaçınmak için eyalet dışındaki satıcılardan daha fazla ürün satın almaya başladıklarını fark

etmekte ve tedrici olarak daha fazla vergi geliri kaybedecekleri endişesi taşımaktadırlar. Son zamanlarda yapılan tahminlere göre, 2003 yılında eyaletlerin vergi kaybı yaklaşık olarak 8 milyar dolar olarak hesaplanmıştır. Bu kayıplar kullanım vergileriyle birlikte, internet erişim vergilerini de kapsamaktadır. Bu tür vergilerin, vergi gelirleri arasında ağırlıklı pay aldığı eyaletler daha fazla gelir kaybına uğramaktadırlar (Maguire, 2005).

Almanya Maliye Bakanlığı ve Federal Denetim Bürosu, e-ticaretin 2000 yılında 20 milyar DM tutarında vergi kaybına yol açtığını tahmin etmişlerdir, ki bu toplam vergi gelirlerinin % 2'sinden fazlasına tekabül etmektedir. Vergi denetimleri, küçük ölçekli internet satıcılarının önemli bir kısmının (% 25) vergiden kaçınmak amacıyla mükellefiyet kaydı tesis ettirmediklerini göstermiştir (Bach, Hubbert, Müller, 2000).

Dijital ürün ticaretinin kastedildiği saf e-ticaret işlemlerinde, müzik, yazılım, filmler, oyunlar, kitaplar ve diğer dijital ürünlerde Asya ülkeleri muhtemelen daha çok kaynak ülkesi, dünyanın en büyük e-ticaret ihracatçısı durumundaki ABD ise ikamet ülkesi konumundadır. Bu durumda Asya ülkeleri ile ABD arasındaki e-ticaret işlemlerinde gelir ve kurumlar vergisinin çoğunu ABD tahsil ederken, Asya ülkeleri ya hiç vergi tahsil edememekte ya da ülkesindeki kazançları çok az oranda vergileyebilmektedir (Irish, 2005).

3.4. Türkiye’de E-Ticaretten Kaynaklanan Vergi Kayıp ve Kaçakları

Yapılan araştırma neticesinde ülkemizde e-ticaretten kaynaklanan vergi kayıp ve kaçaklarına ilişkin herhangi bir veriye veya çalışmaya ulaşılamamıştır. Gerçi ABD’de uygulandığı üzere ülkemizde internet erişimi vergiden istisna tutulmamakta, aksine internet erişim paketlerine % 18 KDV uygulanmaktadır. Ancak e-ticaretin niteliğinden kaynaklanan vergilendirmenin önündeki engellerin, uluslar arası vergi rekabeti, off-shore merkezler, transfer fiyatlaması ve türev finansal araçlar gibi dış etkenlerle birlikte ülkemizde de vergi kayıp ve kaçaklarına sebebiyet vermesi kuvvetle muhtemel görünmektedir.

Dünyanın diğer ülkelerinde olduğu gibi ülkemizde de e-ticaret işlemlerinde vergiyi doğuran olayın tespiti net bir şekilde yapılamadığı için gelir idaresi vergi kaybına uğrayabilmektedir. Ülkemizde vergi kanunları geleneksel ticaret kurallarına

göre kaleme alındığından, vergi kayıplarının önlenmesi açısından internet vasıtası ile vergilendirme ile ilgili mevzuatımızın güncellenmesi gerekmektedir. E-Ticaret işlemleri bir banka vasıtası ile yapıldığında bankalar diğer vergi sorumluluğu hallerinde olduğu gibi bu konuda da sorumlu tutulabilirler. Başka bir deyişle satıcıya havale edilen mal bedelinin belli bir oranını satıcının hesabından düşebilirler. Bu oran sabit bir oran olarak belirlenebilir (Kıldış, 2006). Ülkemizde de internet üzerinden elektronik bankacılık ve sanal mağazalar üzerinden on-line alışveriş işlemleri ve seyahat rezervasyonları gibi konularda önemli bir e-ticaret pazarının gelişmekte olduğu gözlenmektedir. Dünyadaki gelişmeye paralel olarak, ülkemizdeki e-ticaret hacminin de ciddi boyutlara ulaşabileceği gerçeğinden hareketle, e-ticaret uygulamalarının yaygınlaştığı ülkelerdeki vergisel tartışmaları dikkatle izlemek ve adapte olmak gerekmektedir (Meriç ve Ay, 2004 : 312).

Yukarıda da belirtildiği gibi, ülkemizde e-ticaretten kaynaklanan vergi kayıp ve kaçaklarına ilişkin herhangi bir bulguya ulaşılamamıştır. Buna karşılık, ülkemizde hesaplanabilen e-ticaret işlem hacmine, ulaşılabilen e-ticaret ürün dağılımına ve perakende pazarına ilişkin bilgiler aşağıda verilmiştir.

Ülkemizde BKM (Bankalar Arası Kart Merkezi)'nin e-ticaret olarak değerlendirdiği işlemlerin toplam parasal değeri, 2006 yılı sonu itibariyle 7 525 Milyon YTL olarak hesaplanmıştır. Yine BKM (2007) verilerine göre, 2006 yılı sonu itibariyle sanal pos ile yapılan e-ticaret işlemlerinin toplamı 2 413 Milyon YTL, sanal kart ile yapılan e-ticaret işlemlerinin toplamı 55 Milyon YTL dir.

Türkiye'de MasterCard kredi kartı kullanıcılarının yabancı internet siteleri üzerinden 2006 yılında gerçekleştirdiği işlem tutarı % 46.8'lik artış göstermiştir. MasterCard kredi kartı sahipleri, yurt dışındaki kitap/CD gibi ürünler satan web sitelerinden 2006 yılında 3.6 milyon dolarlık kitap ve CD, 636 bin dolarlık giyim, 433 bin dolarlık oyuncak ve 424 bin dolarlık kozmetik alışverişi gerçekleştirmiştir (BT Dünyası, 2007).

Turkish Time dergisinin organize perakende sektöründe örgütlenmiş Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Derneği (AMPD), Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) ve Tescilli Markalar Derneği'nin (TMD) üyelerine ulaşarak yaptığı "Alışveriş 250" araştırmasına göre; 2005 yılı içerisinde müşteriler 608 milyon adet

ziyaret gerekleŒmiŒtir. MŒterilerininin 346 milyonu marketleri tercih etmiŒ, büyük maĒazalar ise 77 milyon ile ikinci sırada yer almıŒtır.

Tablo 12. 2005 Yılı Perakende Sektörleri Konsolide Ciro DaĒımları

SEKTÖRLER	Konsolide Ciro (YTL)
Aksesuar	2.566.160.527
Beyaz EŒya ve Elektronik	6.466.843.809
Büyük MaĒazacılık	1.022.012.350
Ev GeliŒtirme	792.290.374
Giyim	2.369.883.648
KiŒisel Bakım	69.224.193
Kitap ve EĒlence	281.307.519
Market	8.540.425.999
Toplam	22.108.148.419

Kaynak: AMPD (AlıŒveriŒ Merkezleri ve Perakendeciler DerneĒi), 2006

AraŒtırmaya göre, perakende sektöründe en büyük payı % 38 ile marketler alırken, % 29 ile beyaz eŒya ve elektronik sektörünün ikinci sırada olduĒu görülmektedir. Toplam ciro içinde giyim sektörü % 11, aksesuar sektörü % 12 pay almıŒtır.

Ülkemizde vergi kayıp ve kaçakları genellikle kayıt dıŒı ekonominin boyutu ile birlikte anılmakta, vergi kaybı, GSMH'nın belli bir nispeti olarak tahmin edilen kayıt dıŒı ekonominin boyutu üzerinden hesaplanmaya alıŒılmaktadır.

Daha az vergi ödemek güdüsü teorisyenlerin üzerinde anlaŒtıĒı gibi kayıt dıŒılıĒı doĒuran en önemli faktörlerden birisi ise, kayıt dıŒılıĒın ilk ve en önemli sonucu vergi kaybıdır. Vergi kaybı analizinin ıkıŒ noktası, kayıt dıŒı sektörün kayıt altına alınmasının vergi hasılatını artıracıĒı varsayımdır. Literatürde vergi geliri kaybının hesaplanmasında kullanılan baŒlıca yöntemlerin birincisinde; Gelir ve kurumlar vergisi toplamının (resmi) GSYİH 'ya oranı standart vergi oranı olarak alınmaktadır. İkincisinde ise; Toplam vergi gelirlerinin (resmi) GSYİH'ya oranı kayıtdıŒı gelire uygulanmaktadır. İkinci yol dolaylı vergilerin de vergi kaçırmaya konu olabileceĒini varsaymaktadır (SavaŒan, 2004:65-66).

Vergilendirilemeyen ekonominin boyutu, kayıtlı ekonomideki vergi kaybıyla, kayıt dıŒı ekonomideki vergi kaybının toplamından oluŒmaktadır (Aktan, 2002). Kayıtlı ekonomiden kaynaklanan vergi kaybı olmadıĒı varsayıldıĒında, vergi kaybı,

kayıt dışı ekonominin vergilendirilebilmesi durumunda elde edilecek vergi gelirin e eşit olacaktır. Giles (1999: 16)' e göre, vergilendirilmeyen kayıt dışı faaliyetler, fiili ve potansiyel vergi gelirleri arasındaki farkı ifade etmektedir. Toplam vergi kaybı, Kayıt Dışı Ekonomi / Kayıtlı GSYİH rasyosunun toplam vergi gelirleriyle çarpılması sonucu hesaplanabilmektedir.

Ankara Ticaret Odası'nın 04.03.2007 tarihli "Kayıt Dışı 2007 Raporu" nda Türkiye'de devletin son yıllarda GSMH' nin % 25'i oranında vergi tahsilatı yaptığı, kayıt dışı ekonominin GSMH'ya oranının % 30 kabul edilmesi halinde, 2006 yılında devletin alamadığı verginin 30.3 Milyar YTL seviyesinde hesaplandığı belirtilmektedir.

T.C.Maliye Bakanlığının yayınladığı (Yıllık Ekonomik Rapor 2006) rapora göre Türkiye'de GSMH'nın 2006 yıl sonu gerçekleşme tahmini 561.988 Milyon YTL'dir.

Tablo 13. Türkiye'de GSMH ve Vergi Gelirleri

	2004	2005	2006		2007 Program
			Gerçekleşme	Yıl Sonu Tahmini	
GSMH (Cari Fiyatlarla Milyon YTL)	428.932	486.401	240.158	561.988	631.393
GSMH (Milyar Dolar)	299,5	360,9	172,1	389,7	410,0
GSYİH (Cari Fiyatlarla Milyon YTL)	430.511	487.202	240.074	- . -	- . -
Bütçe Gelirleri (Milyon YTL)	110.721	152.712	128.039	172.202	188.159
Vergi Gelirleri (Milyon YTL)	90.077	119.619	102.006	137.644	157.973
Vergi Gelirleri / GSMH (%)	21,00	24,59	42,47	24,49	25,02
Vergi Gelirleri / GSYİH (%)	20,92	24,55	42,49	- . -	- . -
Vergi Gelirleri / Bütçe Gelir.(%)	81,35	78,33	79,67	79,93	83,96

Kaynak: T.C.Maliye Bakanlığı Yıllık Ekonomik Rapor 2006'dan uyarlanmıştır.

Yukarıdaki tabloya göre, 2006 yılı sonu (tahmini) itibariyle vergi gelirlerinin GSMH içersindeki payı % 24,49, vergi gelirlerinin bütçe gelirleri içersindeki payı % 79,93 olarak hesaplanmıştır.

Türkiye'de kayıtdışı ekonominin boyutları konusunda 1984-2004 yılları arasında yapılan farklı varsayımlara dayanan çalışmaların GSMH'nın yüzdesi olarak tahmin sonuçları % 7,2 ile % 82,5 arasında oranlar ortaya koymuştur (Kızılot ve Çomaklı, 2004 : 24). Hesap Uzmanları Kurulunun kayıtdışı ekonomi raporunda yer

alan ve Hesap Uzmanları tarafından Türkiye'de ilk defa gerçekleştirilen bir çalışmaya göre, son yıllarda ekonomimizdeki kayıt dışılığın oranı % 30 olarak tespit edilmiştir (HUK, 2007).

T.C.Maliye Bakanlığı Hesap Uzmanları Kurulu tarafından hazırlanan Kayıt Dışı Ekonomi Raporu'na göre yıllara göre kayıt dışılık oranları ve vergi kaybı aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 14. Yıllara Göre Kayıtdışı Ekonomi ve Vergi Kaybı

Yıllar	Kayıtdışı Ekonomi/GSMH Oranı %	Vergi Kaybı (Milyon YTL)
1998	37.26	3.423
1999	33.46	4.573
2000	26.12	5.692
2001	31.48	11.612
2002	29.74	15.216
2003	29.61	19.667
2004	30.07	22.524

Kaynak : Milliyet Gazetesi 28.05.2005

Buna göre 1998 yılında GSMH'nin % 37.26'sı düzeyinde bulunan kayıtdışı ekonomi, 1999 yılında % 33.46'ya, 2000 yılında ise % 26.12'ye gerilemiştir. 2001 yılında yeniden % 31.48 olan kayıtdışı ekonominin GSMH'ye oranı 2002 yılında % 29.74'e, 2003 yılında % 29.61'e gerilemiştir. 2004 için ise % 30.07 olarak hesaplanan kayıtdışı ekonomiden kaynaklanan vergi kaybı 22.524 Milyon YTL dir.

Tablo 15. Beyan Edilen Ve Kaçırılan Vergi Matrahı

Vergi Türü	Rapor Sayısı	Beyan Edilen (Milyon YTL)	Kaçırılan Tutar (Milyon YTL)
Gelir Vergisi	26.684	1.519	1.533
Kurumlar Vergisi	10.289	3.425	2.831
KDV	28.250	20.534	3.271
KDV İadesi	2.030	2.130	846
Geçici Vergi	11.890	1.510	3.766
Veraset ve İntikal Vergisi	110	9	93
BSMV	1.395	15.805	32.970
Damga Vergisi	923	418	1.472
Diğerleri	28.871	1.446	721
Toplam	110.442	46.797	47.419

Kaynak: Kızılot, 2007 (Hürriyet Gazetesi, 5 Mayıs 2007)

2006 Yılı vergi inceleme sonuçlarına göre, 46 797 YTL'lik matrahın beyan edilmesine karşılık, 47 419 milyon YTL'lik matrahın da gizlendiği ortaya çıkmıştır. Maliye Bakanlığı denetim elemanlarınca hazırlanan 110 442 adet inceleme raporunda ortaya çıkan ve yukarıdaki tabloda özetlenen duruma göre, Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisinde 32 970 YTL'lik matrahın gizlendiği şaşırtıcı bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki yenilikler ile birlikte tüm dünyada ticaretin önündeki engelleri ortadan kaldıran küreselleşme sürecinin 1990'lı yıllarda ortaya çıkardığı e-ticaret, hızlı gelişimiyle birlikte sağladığı fırsatlar ve neden olduğu tehditlerle birlikte anılmaya başlamıştır. Mikro ekonomik açıdan işletmelere sağladığı maliyet ve pazara erişim avantajıyla rekabet üstünlüğü sunan e-ticaret, tüketicilere de daha rahat bir ortamda, daha çok ürün hakkında bilgiye ulaşma ve daha düşük bir maliyetle ihtiyaçlarını karşılama imkanı getirmiştir. E-ticaret teknolojilerinin sağladığı fırsatlarla mevcut sosyo-ekonomik yapı bilgi toplumuna dönüşmeye başlamış, buna bağlı olarak bilgi; üretim faktörlerinden birisi, hatta en önemlisi haline gelmiştir. Öte yandan, ülkeler açısından kalkınma ve uluslararası rekabette büyük fırsatlar sağlayan e-ticaretin vergilendirilmesine yönelik önemli tartışmalar yaşanmaya başlamıştır.

E-ticaret, dünyanın her yerinde şubesi olan ve haftanın yedi günü, günün yirmi dört saati kesintisiz hizmet veren yeni bir işletme türünü ortaya çıkarmıştır. Satıcıların bir ülkede bulunan sunucu üzerinden bir başka ülkenin uyruğu ile ticari faaliyetlerini yerine getirebilmesine olanak tanıyan e-ticarete, satıcı açısından fiziksel mekanla ticari işlem arasındaki bağlantı tamamen kopmaktadır. Özellikle elektronik ödeme sistemlerinin de kullanılmasıyla işlem taraflarının ve vergiyi doğuran olayın tespiti neredeyse imkansız hale gelmektedir. Bu durum saf e-ticaret olarak adlandırılan dijital ürün satışlarında, banka ve dağıtım kanalları gibi araçların ortadan kalkmasıyla hem alıcı hem de satıcı açısından geçerli olmaktadır. Elektronik ticaretin yapıldığı ortam ve araçlar yönünden ortaya çıkan bu tür teknik sorunların dışında, geleneksel ticari ilişkilere, geleneksel mal ve hizmet ticaretine ve ulusal sınırlara göre şekillenmiş mevcut hukuki düzenlemeler de eklendiğinde, e-ticaretin vergilendirilmesi konusunda ciddi sorunlar söz konusu olmaktadır. Bu sorunların başlıcaları; gönüllü uyum dışında tüketim vergilerinin varış yeri ilkesine göre varış ülkesince tahsilinde, uluslararası ticaretten kaynaklanan gelirin kaynak ülkesi ve ikametgah ülkesi arasında paylaşılmasına yönelik vergilendirme yetkisinin

kullanılmasında, daimi işyeri kavramının tanımlanmasında ve işyerine atfedilecek gelirin niteliğinin belirlenmesinde ortaya çıkmaktadır.

Literatürde e-ticaretin vergilendirilmesine ilişkin başlıca üç görüş ileri sürülmektedir. Bunlardan birincisi; e-ticaretin gelişimine engel olunmamasını ve vergiden muaf bir serbest bölge olarak kabul edilmesini isterken, ikincisi; gelişen teknolojiyle birlikte ortaya çıkan e-ticaretin geleneksel ekonomik ilişkileri köklü olarak değiştirdiği ve geleneksel vergi sistemlerinin yetersiz kaldığı noktasından hareketle e-ticarete yeni ve özel vergiler uygulanması gerektiğini savunmaktadır. Üçüncü görüş ise, ilk iki görüşün aşırı uç ve uygulanamaz olduğunu ileri sürmektedir. Onlara göre basit yaklaşım, tarafsızlık ilkesi gereği e-ticaretin de geleneksel ticaret gibi mevcut vergi sistemi içerisinde ve aynı derecede vergilendirilmesidir. Tartışmaların bu görüşler çerçevesinde sürüp gitmesini değerlendiren bir başka görüşe göre de; gelişmiş ülkeler e-ticaretin ihracatçısı durumundadırlar ve mevcut uluslararası vergi ilkelerinin değişimini arzulamamaktadırlar. Gelişmiş ülkelerin sahip olduğu küresel sermaye, e-ticaret vasıtasıyla ülkeler arasında düşük bir maliyetle ve daha rahat bir şekilde hareketliliğini sürdürürken, gelişmekte olan ülkelerin yanı sıra gelişmiş ülkeler de vergi cennetlerine dönüşmektedirler.

Yapılan literatür taramasında e-ticaretin vergilendirilmesi konusu üzerinde tartışmaya taraf olanların daha çok ABD, AB ve OECD olduğu görülmektedir. ABD, dünyanın en büyük e-ticaret ihracatçısı durumunda olup, dünyadaki e-ticaret işlem hacminin önemli bir kısmına elinde bulundurmakta ve e-ticaret firmalarının büyük bir bölümüne ev sahipliği yapmaktadır. Bu nedenle ABD, bu firmaların kendi mukimi olarak kalmaları yönünde politikalar izlemiş, 1998 yılından itibaren e-ticaret işlemlerini vergiden istisna kılan uygulamaları benimseyerek tüketim vergileri kaybını göze almıştır. ABD, uluslararası platformda gelir ve kurumlar vergisi paylaşımında kendi lehine sonuç doğuracak önerileri desteklemiştir. Bu destek, özellikle web sitelerinin ve bazı durumlarda sunucuların sürekli işyeri olarak tanımlanmasına karşı çıkma ve vergilendirme yetkisinin kullanılmasında ikametgah ilkesinin uygulanmasını benimseme yönünde olmuştur. ABD, izlediği bu politikalar ile kendi ülkesinde mukim e-ticaret firmalarından kurumlar ve gelir vergisini tahsil etmeyi sürdürmek istemektedir. Buna karşılık diğer ülkelerde faaliyet gösteren

sunucular ve bu sunucular üzerinden ticari faaliyetlerini tüm dünyada sürdüren web sitelerinin ticari kazançlarından dolayı kaynak ülke tarafından vergilendirilmesini arzulamamaktadır. AB ise, e-ticaret işlemlerinden tüketim vergisi alınması prensibini benimsemiş ve 2002 yılında e-ticaret işlemlerine KDV uygulamaya başlamıştır. Bununla birlikte AB ile ABD arasında özellikle gelirin niteliğinin belirlenmesi konusunda ortaya çıkan ihtilaflar devam etmektedir.

OECD e-ticarete ilişkin diğer sorunların yanısıra vergilendirme meselesiyle de yoğun olarak ilgilenmiş ve 1997 yılında Ottawa toplantısında e-ticaretin vergilendirilmesine ilişkin bir çerçeve çizmiştir. OECD, bünyesindeki özel çalışma grupları vasıtasıyla e-ticarete ilişkin geliştirdiği önerileri dünya kamuoyuyla paylaşmaya devam etmektedir. OECD, sürekli işyeri tanımlamasında e-ticaret işlemlerinin yürütüldüğü web sitelerini ve hizmet ticareti hariç web sitelerinin bulunduğu sunucuları iş yeri olarak kabul etmemiştir. Gelişmekte olan ülkeler ise, konu üzerindeki tartışmalara taraf olmak yerine ABD ve AB'nin uygulamalarını ve OECD'nin önerilerini izlemeyi tercih etmişlerdir.

Geleneksel ticaret koşullarının elle tutulur, gözle görülür varlıklara dayalı olmaktan çıkıp, bilgi temeline dayalı bir yöne kaymakta olduğu bir süreçte, neredeyse tüm ülkeler e-ticaretten kaynaklanan vergi kayıp ve kaçaklarıyla ilgili endişelerini dile getirmeye başlamışlardır. Zira, e-ticaretin beklenenden daha hızlı gelişmesiyle birlikte ülkeler, dolaylı ve dolaysız vergilerden oluşan başlıca gelir kaynaklarını kaybetme riskiyle karşı karşıya kalmışlardır. Vergi kayıp ve kaçaklarına ilişkin endişelerin ifade edilmesi ve bu problemin çözümüne dair çalışmalar, e-ticaretin ortaya çıkması ve yaygınlaşmasıyla birlikte başlamış değildir. Kayıt dışı ekonomi ile birlikte ülkelerin vergi gelirlerinde kayıp ve kaçaklara yol açan uluslararası vergi rekabeti, off-shore merkezler, transfer fiyatlaması ve türev yatırım araçları, e-ticaretten bağımsız olarak küreselleşme süreci ile birlikte ortaya çıkmış dış etkenlerdir. E-Ticaret olmaksızın da vergi kayıp ve kaçaklarına yol açan bu dış etkenler, e-ticaret araçlarının ve yöntemlerinin kullanılmasıyla birlikte kayıp ve kaçaklar üzerindeki olumsuz etkisinin şiddetini artırmaktadır. Vito Tanzi tarafından "fiscal termites" olarak adlandırılan ve küreselleşme süreci ile birlikte ortaya çıkan bu dış etkenlerle mücadelede uluslararası işbirliğine gidilmelidir. Söz konusu faktörlerin varlığından ve gelişmesinden ulusal yarar sağlayan münferit ülkelerin

tezleri göz ardı edilmelidir. Zira, küreselleşme sürecinde ülkeler arası gelir dağılımındaki adaletsizlik giderek artmaktadır. Küresel gelir dağılımındaki adaletsizliğin artması, açlık, yoksulluk, işgal ve sömürü gibi insanlığı tehdit eden küresel ölçekte sosyal ve siyasal sorunların ortaya çıkmasına yol açmaktadır. Küreselleşme süreci ile ortaya çıkan vergi kayıp ve kaçaklarının önlenmesi ile oluşturulacak fonlar, alternatif olarak küresel ölçekteki sosyal sorunların çözümünde kullanılması düşünülebilir.

Vergi kayıp ve kaçaklarına yol açan faktörlerden en önemlisi vergi idarelerinin mükelleflerin gelir, servet ve harcamalarına ilişkin olarak yeterli bilgiye sahip olamamalarıdır. Bilgi ve iletişim teknolojisinde meydana gelen yenilikler, vergi idarelerinin otomasyonu açısından da bir çok fayda sağlamıştır. Vergi mükelleflerinin vergi beyannamelerini elektronik ortamlarda verebilmesi, beyannamelere ilişkin tahakkuk ve tahsilat işlemlerinin bilgisayar yardımıyla gerçekleştirilmesi, mükelleflerin gelir, servet ve harcamalarına ilişkin bilgilerin elektronik ortamda toplanması ve vergi denetiminin bilgisayar destekli olarak sağlanması bu faydalardan sadece bazılarını oluşturmaktadır. E-ticaretin vergilendirilmesi problemine getirilecek çözümlerin de bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanılmasıyla mümkün olduğu, e-ticarette işlem taraflarının ve vergiyi doğuran olayın tespitinde kişisel mahremiyetin ihlali riskine karşılık bu bilgilere ulaşmanın güç olmadığı ancak bunun için uluslararası işbirliğinin şart olduğu düşünülmektedir. Örneğin, internet servis sağlayıcısı firmalarının belli oranda bir komisyon ücreti karşılığında, verginin tarh, tahakkuk ve tahsilinde aracı kurum rolü üstlenmesi mümkün görünmektedir. Hukuki sorunların çözümünde de özellikle tartışmada söz sahibi olan gelişmiş ülkelerin, diğer ülkelerin gelir kaybına karşı daha kırılgan bir yapıya sahip oldukları gerçeğini göz önünde bulundurarak paylaşımında daha adil çözümleri kabul etmeleri gerekmektedir. Ancak, katı kapitalizm kurallarının geçerli olduğu günümüzde bu önerinin kabulü de zor görünmektedir. Bu durumda, bazı uzmanlarca önerilen ve birincil amacı ulusal vergi sistemlerini zararlı küresel uygulamalardan korumak olan bir Küresel Vergi İdaresi kurulması fikri makul görünmektedir. E-Ticaret ile birlikte sanal işletmelerin, vergileme yetki alanları arasında serbestçe hareket edebilme yeteneği, vergi politikalarının küresel uyumunu zorunlu kılmaktadır. Vergilendirme problemiyle birlikte, bu ticaret

şeklinden kaynaklanan vergi kayıp ve kaçaklarının, ulusal vergi politikalarının entegrasyonu ve bazı yazarlarca önerilen “Küresel Vergi İdaresi” kurulması yönündeki süreci hızlandırıcı bir etkiye sahip olduğu düşünülmektedir.

Sorun ülkemiz açısından değerlendirildiğinde, e-ticaretin gelişmiş ülkelere nazaran düşük işlem hacmine sahip olduğu söylenebilir. Ülkemizde e-ticaretin etkin bir şekilde vergilendirilebilmesi yönünde atılacak adımların, e-ticaret işlem hacminin daha doğru tahmin edilebilmesi ve buna bağlı olarak e-ticaretin vergi kayıp ve kaçakları üzerindeki etkisinin ölçülebilmesine bağlı olarak gelişeceği düşünülmektedir. Bu bağlamda e-ticaretin vergi kayıp ve kaçakları üzerindeki etkisinin şiddeti meselenin öncelik arz eden yönü olarak değerlendirilmektedir. Yapılan çalışmalar, e-ticaretin diğer dış etkenlerle birlikte vergi kayıp ve kaçaklarına yol açtığını açık bir şekilde ortaya koymaktadır. Ülkemizin, e-ticaret ithalatçısı konumunda olduğu dikkate alınarak; uluslararası platformda e-ticaretin vergilendirilmesi tartışmalarına etkin bir taraf olarak katılması, OECD ve diğer taraflarca önerilen teknik ve hukuki çözümleri dikkatlice analiz etmesi ve özellikle işyeri ve bir işyerine atfedilecek gelirin tanımlanmasına ilişkin olarak vergilendirme yetkisinin kaynak ülke tarafından da kullanılabilmesi sonucunu doğuracak görüşleri destekleyecek politikalar izlemesi gerektiği düşünülmektedir.

E-ticareti etkin bir şekilde vergilendirmek için kurulacak bir vergi toplama sisteminin uluslararası işbirliğinin gerekliliğini dikkate alan, teknik açıdan uygulanabilir, etkin ve düşük maliyetli olması gerekmektedir. Vergi kayıp ve kaçaklarının önlenmesi için vergilerin ekonomik, sosyolojik ve psikolojik etkilerini etraflıca dikkate alan ve gönüllü uyumu kolaylaştıran ideal ulusal bir vergi sisteminin oluşturulması zorunludur. Küreselleşme ile birlikte artan vergi rekabetinin bir sonucu olarak, servet üzerinden alınan vergilerin kaldırıldığı veya azaltıldığı görülmektedir. Oysa, adil olmayan dolaylı vergiler yerine servetin vergilendirilmesi hem gelir dağılımındaki adaletsizliği azaltacak hem de vergilemede adalet ilkesinin mutlak manada hayata geçirilmesi yönünde atılmış bir adım olabilecektir. Bu noktadan hareketle bireylerin referans kaynaklarının salt ekonomik olmadığı ve halka güvenin devlete güven sonucunu doğuracağı gerçeği göz önünde bulundurularak bireylerin aidiyet duygularını güçlendirecek politikaların da geliştirilmesi ve uygulanması gerekmektedir. Bu durumda vergiler, toplumda yaşayan bireylerin

yaşam ve mülkiyet hakkının güvence altına alınması için ödenmesi gereken bir bedel olarak kabul edildiğinde; rasyonel bireylerin, güvenlik, sağlık, eğitim, adalet ve asgari geçim standardını sağlayacak ekonomik hayata ilişkin fonksiyonlarını yerine getiren meşru bir otoriteye gönüllü olarak bir bedel ödemeyi kabul edebileceği düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

- Abdallah, Wagdy M., Murtuza, Athar, Transfer Pricing Strategies of Intangible Assets, E-Commerce and International Taxation of Multinationals Companies, *International Tax Journal*, 2006.
http://tax.cchgroup.com/FocusOnTax/2006-09/Transfer_Pricing_ITJ.pdf
Erişim Tarihi: 17.04.2007
- Akdoğan, Abdurrahman, *Kamu Maliyesi*, Gazi Büro Kitapevi, Ankara, 1993
- Aktan, Coşkun C., Gencil, Ufuk, Türkiye’de Geriye Doğru Vergileme ve Verginin Hukukiliğinin İhlali, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*
Cilt : 5, Sayı: 1, 2003.
<http://www.sbe.deu.edu.tr/yayinlar/dergi/2003sayi1PDF/ccaktan.pdf>
Erişim Tarihi : 09.05.2007
- Aktan, Coşkun, C, Vural, İstiklal Y., Vergi Rekabeti, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı: 22, 1-18, Ocak-Haziran 2004. www.iibf.erciyes.edu.tr
- Aktan, Coşkun, C., Vergi Dışı Piyasa Ekonomisinin Ölçülmesi ve Ölçme Yöntemleri, 2002.
http://www.canaktan.org/ekonomi/kamu_maliyesi/vergi-disi/olcme.htm
- Allbusiness, E-commerce Statistics, 2006.
<http://www.allbusiness.com/sales/internet-sales-e-commerce/3919922-1.html> Erişim Tarihi: 15.02.2007.
- Alm, James , Martinez-Vazquez, Jorge, Schneider, Friedrich, “Sizing” The Problem Of The Hard-To-Tax, *Fiscal Policy Reform: Principles and Trends, AYSPS Conference: The Hard-to-Tax, An International Perspective*, January 2004,
http://www.fiscalreform.net/library/pdfs/alm_martinez_schneider_2004.pdf Erişim Tarihi: 30.03.2007
- AMPD (Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Derneği), Alışveriş 250 Araştırması, 2006,
http://www.ampd.org/sektorel_bilgiler/alisveris_250.pdf Erişim Tarihi: 25.03.2007
- ATO (Ankara Ticaret Odası) *Kayıt Dışı 2007 Raporu*
<http://www.atonet.org.tr/yeni/index.php?p=831&l=1> Erişim Tarihi: 12.02.2007
- Arslan, Mehmet, *Vergi Hukuku*, Alfa Yayınları, Malatya, 2002.
- Aykın, Hasan, Türk Vergi Hukukunda Elektronik Defter, Belge ve Kayıt Kavramları,
10.11.2005.<http://eticaret.garanti.com.tr/icerik/goster.asp?c=4&t=a&i=251220020941381023201084149> Erişim Tarihi: 16.02.2007
- Bach, Stefan, Hubbert, Markus, Müler, Walter, Taxation of E-Commerce: Persistent Problems and Recent Developments, *Vierteljahrshefte zur Wirtschaftsforschung 69. Jahrgang, Heft 4 / 2000, S. 657–678*,
http://www.diw.de/deutsch/produkte/publikationen/vierteljahrshefte/docs/papers/v_00_4_13.pdf Erişim Tarihi: 16.02.2007

- Barışık, Salih, Yirmibeşçik, Oya, Türkiye’de Yeni Ekonominin Oluşum Sürecini Hızlandırmaya Yönelik Uyum Çabaları, *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 2, Sayı 4, 2006, ss. 39-62.
<http://iibf.karaelmas.edu.tr/sbd/makaleler/1303-9245/2006/Cilt%202/Say%C4%B1%204/39-62.pdf> Erişim Tarihi: 26.04.2007
- Basu, Subhajit, To Tax or Not to Tax? That is the question? Overview of Options in Consumption Taxation of E-Commerce, *Journal of Information, Law and Technology*, 2004.
http://www2.warwick.ac.uk/fac/soc/law/elj/jilt/2004_1/basu/basu.doc
Erişim Tarihi: 13.05.2007
- BIS (Bank for International Settlements), *Triennial Central Bank Survey, Foreign Exchange and Derivatives Market Activity in 2004*, March 2005,
<http://www.bis.org/publ/rpfx05t.pdf> Erişim Tarihi: 26.03.2007
- Bilgi Toplumu, e-Dönüşüm Türkiye, 2007,
<http://www.bilgitoplumu.gov.tr/edtr.asp> Erişim Tarihi: 22.03.2007
- Bilici, Nurettin, *Vergi Hukuku Genel İlkeler Türk Vergi Sistemi*, Yargı Yayınevi, Ankara, 2001.
- Binatlı, Cüneyt, Elektronik Ticaretin Vergisel Boyutu, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Yıl:1, Sayı: 1 (Sayfa : 171-188), 2002. <http://www.iticu.edu.tr/kutuphane/dergi/d1/M00010.pdf> Erişim Tarihi:18.04.2007
- Bird, Richard, Taxing Electronic Commerce: A Revolution in the Making, *CD Howe Institute Commentary*, ISSN 0824-8001, No.187, September 2003,
http://www.cdhowe.org/pdf/commentary_187.pdf Erişim Tarihi: 26.04.2007
- BKM (Bankalararası Kart Merkezi), Elektronik Ticaret Raporu, 2007.
http://www.bkm.com.tr/istatistik/eticaret_istatistikleri.html Erişim : 05.04.2007
- Bozgeyik, Abdullah, Perakende Sektöründe CRM Uygulamanın Önemi, *Çerçeve Dergisi*, Sayı 38, Mart 2006, s.79.
- Bristol, Marlon A., The impact of Electronic Commerce on Tax Revenues in the Caribbean Community, *Regional Tax Policy and Administration Unit CARICOM Secretariat*, Graduate Internship Program 2001,
http://www.caricom.org/jsp/community/cota/e-commerce_tax_revenues_bristol.pdf Erişim Tarihi: 25.12.2006
- Bruce, Donald, Fox, William F., Tennessee Summary State and Local Sales Tax Revenue Losses from E-Commerce : Updated Estimates, *Center for Business and Economic Research, The University of Tennessee*, October 2001. <http://cber.bus.utk.edu/ecomm/ecom1001.pdf> Erişim Tarihi: 10.03.2007
- Bruce, Donald, Fox, William F., State and Local Sales Tax Revenue Losses from E-Commerce, Estimates as of July 2004, *Center for Business and Economic Research, College of Business Administration The University of Tennessee*, July 2004, <http://cber.bus.utk.edu/ecomm/Ecom0704.pdf> Erişim Tarihi: 07.03.2007

- BT Dünyası, Türkiye’de İnternette Alışveriş Hala Emekliyor, *BT Gündem*, 2007
http://www.btdunyasi.net/index.php?module=news&news_id=3489&cat_id=1 Erişim Tarihi: 07.03.2007
- Bulutoğlu, Kenan, *Türk Vergi Sistemi*, Batı Türkeli Yayıncılık, İstanbul, 2004
- Burns, Enid, E-Commerce Spending Up for 2007 Holiday and Year,
<http://www.clickz.com/showPage.html?page=3624408> Erişim Tarihi:
13.03.2007
- Candan, Turgut, Yargı Kararları Işığında Vergi Kayıp ve Kaçağının Değerlendirilmesi, *19. Türkiye Maliye Sempozyumu, Türkiye’de Vergi Kayıp ve Kaçakları, Önlenmesi*, Antalya, 2004
- Canpolat, Önder, *E-Ticaret Ve Türkiye’deki Gelişmeler*, Ankara, 2001, Yay no: 89. http://bilisimsurasi.org.tr/listeler/tbs-e-devlet/Feb/att-0005/01-e.ticaret_Sanayi_ve_Ticaret_Bakanl_.pdf Erişim Tarihi: 07.02.2007
- Census Bureau, Quarterly Retail E-Commerce Sales 4th Quarter 2006, U.S. Department of Commerce, Washington D.C. 20233, 2007,
<http://www.census.gov/mrts/www/data/html/06Q4.html> Erişim Tarihi:
07.02.2007
- CIA Inc.(Computer Industry Almanac Inc), Worldwide Internet Users Top 1 Billion in 2005, 2006. <http://www.c-i-a.com/pr0106.htm> Erişim:
04.04.2007
- CIA, *CIA World Fact Book 2007*, <http://www.cia.gov> Erişim Tarihi: 02.05.2007
- Cockfield, Arthur J., The Rise Of The OECD As Informal ‘World Tax Organization’ Through National Responses To E-Commerce Tax Challenges, *Yale Journal Of Law & Technology Spring 2006*,
<http://research.yale.edu/lawmeme/yjolt/old/files/20052006Issue/spring06-field.pdf> Erişim Tarihi: 16.02.2007
- Colecchia, Alessandra, OECD The Statistics Newsletter, For The Extended OECD Statistical Network, *The Statistics I Newsletter*, June 2001, Issue No 2. <http://www.oecd.org/dataoecd/58/52/1910379.pdf> Erişim Tarihi:
24.11.2006
- Coşkun, Ali, Vadeli İşlemler Piyasalarında Elektronik Ticaret ve İMKB Vadeli İşlemler Piyasası, *Banka: Mali ve Ekonomik Yorumlar*, Yıl:39, No:5, 77-91, 2002.
<http://www.fatih.edu.tr/~alicoskun/Vadeli%20islemler%20piyasasi-%20Ali%20Coskun%202002.doc> Erişim Tarihi: 27.03.2007
- Coşkun, Neslihan, Elektronik Ticarete Vergilendirme Sorunları ve Uluslar Arası Düzeyde Çözüm Arayışlarının Türkiye Açısından Değerlendirilmesi, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Yıl: 2005 / Cilt: 14 / Sayı: 1 / ss: 153-170.
<http://sosyalbilimler.cukurova.edu.tr/dergi/dosyalar/2005.14.1.203.pdf>
Erişim Tarihi: 07.02.2007
- Çakıroğlu, Salih, E-Devlet, *Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetimi Anabilim Dalı Yönetim Bilişim Sistemleri Bilim Dalı*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2005.
http://www.koprugrubu.org/modules%5CKopru%5Cdosyalar%5Cyayinlar%5Csalih_cakiroglu_tez_tamami.pdf Erişim Tarihi: 29.12.2006

- Çakmak, Münci, İdare Hukuku ve İnternet, *Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, Haziran-Aralık 2005 Cilt:IX, Sayı:1-2, s.284-310.
<http://www.hukuk.gazi.edu.tr>
- Çelikkaya, Ali, “Mükelleflerin Vergiye Gönüllü Uyumunu Etkileyen Faktörler”, *e-akademi Hukuk, Ekonomi ve Siyasal Bilimler Aylık İnternet Dergisi*, Temmuz 2002, Sayı 5. <http://www.e-akademi.org/makaleler/acelikkaya-1.htm> Erişim Tarihi: 12.04.2005
- Çevik, Savaş, Küreselleşen Dünyada Vergi Politikası: Vergi Politikasında Dönüşüm ve Küresel Sorunlar, *Vergi Dünyası*, Şubat 2004, Yıl:23, Sayı: 270, ss.154-165, http://www.geocities.com/ceteris_tr/s_cevik.pdf Erişim Tarihi: 02.01.2007
- Deloitte (Deloitte Touche Tohmatsu), Telekomünikasyon Öngörülleri TMT Trendleri, 2007.http://www.deloitte.com/dtt/cda/doc/content/turkey-tr_tmt_2007TMTongoruleri-Telekom_190307.pdf Erişim Tarihi: 15.03.2007
- Dembeck, Chet, U.S. B2B To Reach \$6 Trillion by 2005, 2000
<http://www.ecommercetimes.com/story/3653.html> Erişim Tarihi: 07.04.2007
- Demir, Muzaffer, Globalleşen Vergi Cennetleri, 2002.
http://www.turkhukuksitesi.com/makale_86.htm
- Denningesolutions, İnternet Marketing Central, October 2006.
<http://www.denningesolutions.com/internet-stats.html> Erişim Tarihi: 20.03.2007
- Doğanyığıt, Sadettin, Vergi Kayıp ve Kaçağının Önlenmesinde Yeni Arayışlar:Mükellef Haklarının Korunması ve Mükelleflerin Vergiye Karşı Dirençlerinin Minimize Edilmesi, *19.Türkiye Maliye Sempozyumu, Türkiye’de Vergi Kayıp ve Kaçakları, Önlenmesi*, Antalya, 2004.
- Dönmez, Recai, Vergi Hukuku Açısından Küreselleşme ve Elektronik Ticaret, 1999. <http://home.anadolu.edu.tr/r.donmez> Erişim Tarihi: 12.04.2005
- DPT (Devlet Planlama Teşkilatı), *Bilgi Toplumu Stratejisi (2006-2010)*, 2006.
http://www.tubisad.org.tr/BilgiToplumuStratejisi_28072006.doc Erişim Tarihi: 27.02.2007
- DTM (Dış Ticaret Müsteşarlığı), e-Ticaret Genel Koordinatörlüğü, web sitesi, 2007, <http://www.e-ticaret.gov.tr/anasayfa.htm> Erişim Tarihi: 21.04.2007
- ECB (The European Central Bank), All Glossary Entries, Electronic Money (e-money), <http://www.ecb.int/home/glossary/html/glosse.en.html#32> Erişim Tarihi: 21.01.2007
- ECTP (The European Council of Spatial Planners), The New Charter of Athens, 2003, [Yeni Atina Bildirgesi 2003, Çeviren: Melike Z. Dağıstan Özdemir, “Planlama Dergisi” TMMOB Şehir Plancıları Odası, ISSN 1300-7319, Sayı: 30, 2004] <http://www.ceu-ectp.org/e/athens>, Erişim Tarihi: 29.12.2006 http://www.spo.org.tr/planlama/PLANLAMA_2004_4.PDF Erişim Tarihi: 29.12.2006
- E-imza, E-İmza Nedir, 2007.
<http://www.e-imza.gen.tr/index.php?Page=EImzaNedir&YaziNo=4> Erişim Tarihi: 24.01.2007
- Ekici, M.Sena, *Kamu Maliyesi*, Kavram Yayınları, Şanlıurfa, 1996.

- Emarketer, Asia-Pasific B2C E-Commerce: China, Japan, South Korea, February, 2007.
http://www.emarketer.com/Reports/All/Em_b2c_ecom_asia_feb07.aspx
Erişim Tarihi: 17.04.2007
- Emarketer, Canada B2C E-Commerce, December, 2006.
http://www.emarketer.com/Reports/All/Em_ecom_canada_b2c_jan07.aspx?src=report_head_info_reports Erişim Tarihi: 26.03.2007
- Emir, Seda, E-Ticaret Türkiye’de Emekliyor, *Çerçeve Dergisi*, Sayı 38, Mart 2006
- Erdikler, Şaban, Transfer Fiyatlaması ve Kavramları (1), *Referans Gazetesi*, 06.02.2007. <http://www.turmob.org.tr/turmob/basin/06-02-2007.htm>
- Erginay, Akif, *Kamu Maliyesi*, Turhan Kitapevi, Ankara, 1987
- E-Ticaretmerkezi, Ödeme Araçları, 2007,
<http://www.e-ticaretmerkezi.net/odemearaclari.php> Erişim Tarihi: 15.04.2007
- ETİK (Elektronik Ticaret Kurulu), Elektronik Ticaretin Tanımı ve Temel Araçları, 2007, <http://www.e-ticaret.gov.tr/tanim/tanim.htm> Erişim Tarihi: 01.02.2007
- European Comission, Legal Study on Unfair Commercial Practices Within B2B E-markets, *Final Report, European Commission Study ENTR/04/69*, May 2006. http://ec.europa.eu/enterprise/ict/policy/doc/b2b_2006_ls.pdf
Erişim Tarihi: 23.02.2007
- Eurostat (Statistical Office of the European Communities), E-Commerce Via Internet Percentage of Enterprises' Total Turnover From E-Commerce Via Internet, 2007.
http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?_pageid=1996,45323734&_ad=portal&_schema=PORTAL&_screen=welcomeref&_open=/I/I5&_language=en&_product=Yearlies_new_science_technology&_root=Yearlies_new_science_technology&_scrollto=163 Erişim Tarihi: 19.04.2007
- Ferhatoğlu, Emrah, Uluslararası Vergi Rekabeti ve Sürükleyici Güçleri, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 7, Sayı: 1, Haziran 2006, s: 79-96.
http://iibf.ogu.edu.tr/ferhatoglu/vergi_rekabeti_ferhatoglu.htm Erişim Tarihi: 26.04.2007
- Forrester Research Inc, “Worldwide eCommerce Growth, 2005”, 2001.
<http://web.archive.org/web/20020210142542/http://www.forrester.com/ER/Press/ForrFind/0,1768,0,00.html> Erişim Tarihi: 07.04.2007
- Forrester Research Inc, US eCommerce Overview:2003 To 2008, 2003,
<http://www.forrester.com/ER/Research/Brief/Excerpt/0,1317,16875,00.html> Erişim Tarihi: 11.01.2007
- Garanti Bankası, Türkiye’de e-Ticaret, 06.03.2007.
<http://eticaret.garanti.com.tr/icerik/goster.asp?c=1&t=a&i=45>
<http://eticaret.garanti.com.tr/icerik/goster.asp?c=1&t=a&i=28022007094349194292142491997>
<http://eticaret.garanti.com.tr/icerik/goster.asp?t=a&c=1&i=44>
- Gerhards, Eva, European Commission, *B2B Group Meeting Latest Developments in The Field of B2B E-markets*, Brussels, 10 May 2006.

- http://ec.europa.eu/enterprise/ict/policy/doc/b2b_2006_05_10_dev.pdf
Erişim Tarihi: 03.04.2007
- GIIC (The Global Information Infrastructure Commission), E-Commerce Taxation and Tariff Issues, *A GIIC Discussion Paper, prepared by The GIIC Electronic Commerce Committee*, August 2, 2000.
<http://www.giic.org/pdf/taxation.pdf> Erişim Tarihi: 04.03.2007
- GİB (a) (Gelir İdaresi Başkanlığı), 361 Sıra Nolu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği, *Resmi Gazete*, 11.07.2006.
<http://www.gelirler.gov.tr/gelir2.nsf/e0e7ed2f487dde2386256aa4002edcd/a/7c3202d043fa79d5802570eb003f28c7?OpenDocument> Erişim Tarihi: 18.04.2007
- GİB (b) (Gelir İdaresi Başkanlığı), *Ticari Kazançların Vergilendirilmesi Rehberi*, Ankara, 2006.
<http://www.gib.gov.tr/fileadmin/beyannamerehberi/tickazanc2006.pdf>
Erişim Tarihi : 17.04.2007
- GİB (Gelir İdaresi Başkanlığı), Türkiye'nin Sonuçlandırdığı Vergi Anlaşmalarının Listesi, 2007.
<http://www.gelirler.gov.tr/gelir2.nsf/17C7FD7ADDBDACF486256AA4002EDC18/6C15FC5663ABFF4F86256ABD004132C8?OpenDocument>
Erişim Tarihi : 07.05.2007
- Giles, David E. A., *Modelling the Hidden Economy and The Tax-Gap in New Zealand*, Department of Economics, University of Victoria, Canada. 1999. <http://web.uvic.ca/econ/ewp9905.pdf>
- Giray, Filiz, Küreselleşme Sürecinde Vergi Rekabeti ve Boyutları, *Akdeniz İ.I.B.F. Dergisi*, Sayı 9, s.93-122, 2005.
- Gleach, Forrester Projects \$6.8 Trillion for 2004 (\$ B) 2004,
www.gleach.com/eng/ed/art/2004.ecommerce.php3 Erişim Tarihi: 17.01.2007
- Goodspeed, Timothy J., Tax Competition, Benefit Taxes, and Fiscal Federalism." *National Tax Journal*, 51(3):579-586. 1998. [Çeviren: İsa Sağbaş Vergi Rekabeti, Fayda Vergileri ve Mali Federalizm, *Maliye Dergisi*, sayı.139, s.51-60,2002]
<http://portal1.sgb.gov.tr/calismalar/yayinlar/md/md139/i.%20sagbas.pdf>) Erişim Tarihi: 20.03.2007
- Gök, A.Kerim, E-Ticaret ve Vergilendirilmesi, *E-Yaklaşım Dergisi*, Sayı: 47, 2007,
<http://www.yaklasim.com/mevzuat/dergi/makaleler/2007069374.htm>
Erişim Tarihi: 01.06.2007
- Gökbunar, A.Rıza, Vergileme İlkeleri ve Küreselleşme, *Celal Bayar Üniversitesi İİBF Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, Yıl:1998, S:4.
<http://www.bayar.edu.tr/~iibf/sakinc/kamumaliyesi/AliRizaGOKBUNAR-VergilemeIlkeleriveKuresellesme.pdf> Erişim Tarihi: 28.03.2007
- Gökbunar, Ramazan, Siber Uzayda Bit Vergisi Üzerine, Uludağ Üniversitesi, *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt XXII, Sayı 2, 2003, s. 35-49.
[http://kutuphane.uludag.edu.tr/Univder/PDF/iibf/htmpdf/2003-22\(2\)/Mak-3.pdf](http://kutuphane.uludag.edu.tr/Univder/PDF/iibf/htmpdf/2003-22(2)/Mak-3.pdf) Erişim Tarihi : 07.02.2007

- Gökbunar, Ramazan, Tezcan, Kerametdin, Utkuseven, Ahmet, Yeniden Yapılanma veya Yeniden Yapılanma: Vergi İdaresi ve Denetim İçin İşte Bütün Mesele Bu, Manisa ve Adana, 2002. <http://www.bayar.edu.tr/~kutuphane/vergi.pdf> Erişim Tarihi: 19.04.2007
- Gümrük Müsteşarlığı, 2006 Yılı İdare Faaliyet Raporu, 2007. <http://www.gumruk.gov.tr/Gumruk/DosyaUpload/apk/2006faaliyetraporu.pdf> Erişim Tarihi: 07.05.2007
- Günaydın, İhsan, Benk, Serkan, Globalleşme Sonucu Oluşan Vergi Kayıp ve Kaçaklarını Önlemede Uluslararası İşbirliğinin Önemi, 19. Türkiye Maliye Sempozyumu, "Türkiye'de Vergi Kayıp ve Kaçakları, Önlenmesi Yolları, 10-14 Mayıs 2004, Belek/Antalya.
- Güneş, Gülsen, Verginin Yasallığı İlkesi, Alfa Yayınları, İstanbul, 1998.
- Güneş, İsmail, Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesinin Uluslararası Boyutu, VIII. Türkiye'de İnternet Konferansı 19-21 Aralık 2002, İstanbul. <http://inet-tr.org.tr/inetconf8/bildiri/20.doc> Erişim Tarihi: 27.03.2007
- Hardy, Michael, Horner, Frances, Billadongs, Dugongs, İnternet and Tax, OECD Observer Taxation, Electronic Commerce Unit, No. 215 - January 1999. <http://www1.oecd.org/publications/observer/215/e-hardy.htm> Erişim Tarihi : 24.04.2007
- Harris, Larry, B2B e-Commerce Sites Increase Profitability Through Intelligent Search, 2006. <http://www.b2bmarketingtrends.com/abstract.asp?id=198&groupid=10> Erişim Tarihi: 13.03.2007
- Hellerstein, Walter, Electronic Commerce And The Challenge, For Tax Administration, World Trade Organization Committee on Trade and Development, Seminar on Revenue Implications of E-Commerce for Development, Geneva, Switzerland, 22 April 2002. http://www.wto.org/english/tratop_e/devel_e/sem05_e/hellerstein.doc Erişim Tarihi: 28.02.2007
- Hines, James J.R., Rice, Eric, M., Fiscal Paradise Foreign Tax Havens and American Business, NBER Working Papers Series No.3477, National Bureau of Economic Research, Cambridge, 1990. <http://www.nber.org/papers/w3477> Erişim Tarihi:29.03.2007
- Hodge, Scott A., Atkins, Chris, U.S. Lagging Behind OECD Corporate Tax Trends, The Tax Foundation, Fiscal Fact No. 55, Washington, D.C., May 5, 2006, <http://www.taxfoundation.org/files/ff55.pdf> Erişim Tarihi: 24.02.2007
- Horner, Frances M., The OECD, Tax Competition and The Future of Tax Reform, Head of Tax Competition Unit, Fiscal Affairs, OECD, January 2000, Çeviren: Ersan Öz, Vergi Rekabeti ve Vergi Reformunun Geleceği, Maliye Dergisi, Sayı: 145, Ocak-Nisan 2004, <http://portal1.sgb.gov.tr/calismalar/yayinlar/md/md145/ersanoz.pdf> Erişim Tarihi: 20.03.2007
- Hostsima, Elektronik Ticaret Konusunda Çalışan Bölgesel ve Uluslar Arası Kuruluşlar, 2007. <http://www.hostsima.com/e-ticaret/Kuruluslar.html> Erişim Tarihi: 21.04.2007
- HUK (Maliye Bakanlığı Hesap Uzmanları Kurulu), 2007 <http://www.huk.gov.tr> Erişim Tarihi:15.03.2007.

- IDA Singapore, Measuring Infocomm Usage by Companies, 2005.
<http://www.ida.gov.sg/Publications/20061205110753.aspx> Erişim Tarihi:
14.03.2007
- IDC (International Data Corporation), Worldwide Spending On Information
Technology, 2007.
<http://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS20514107>
- Internetworldstats (a), Internet Usage Statistics, The Big Picture, Mar 19 2007.
<http://www.internetworldstats.com/stats.htm> Erişim Tarihi: 07.04.2007
- Internetworldstats (b), USA Internet Usage and Broadband Usage Report, 2007.
<http://www.internetworldstats.com/am/us.htm> Erişim Tarihi: 02.05.2007
- Internetworldstats, Internet World Stats News, E-Commerce Sales, February,
2006 <http://www.internetworldstats.com/pr/edi015.htm> Erişim Tarihi:
12.02.2007
- Irish, Charles R., Regional Cooperation on Tax Issues: An Asian Agenda, *The
Second ASLI (Asian Law Institute) Conference*, Bangkok, Thailand May
26 and 27, 2005, http://law.nus.edu.sg/asli/docs/charles2005_01.pdf
Erişim Tarihi: 16.02.2007
- IRS (b) (Internal Revenue Service U.S.), Abusive Offshore Tax Avoidance
Schemes - Talking Points, 2007.
<http://www.irs.gov/businesses/small/article/0,,id=106568,00.html> Erişim
Tarihi: 23.02.2007
- 1.1 IRS (Internal Revenue Service U.S.), Electronic Business, 2007.*
<http://www.irs.gov/businesses/small/article/0,,id=108188,00.html> Erişim
Tarihi: 28.03.2007
- İlve, Uluğ, Küreselleşme ve E-Ticaret, 2006.
<http://www.turkdonanim.com/content/view/62/1/> Erişim Tarihi:
02.02.2007
- İstanbul YMMO, *Yeni Kurumlar Vergisi Taslağında Uluslararası Transfer
Fiyatlamasına İlişkin Düzenlemeler*, Rapor: 06/24-25-26-27-28-29, 15
Mayıs 2006
- Johnson, Carrie, The Growth of Multichannel Retailing, A Forrester Document
Prepared for: *National Governor's Association and the National
Conference of State Legislatures*, 2004.
<http://www.nga.org/cda/files/0407MULTICHANNEL.PDF> Erişim Tarihi:
11.04.2007
- Johnston, Donald J., *Sacher Report*, 12-Jun-1997.
<http://www.oecd.org/dataoecd/54/25/1893999.pdf> Erişim Tarihi:
16.03.2007
- Jones, Richard, Basu, Subhajit, Taxation of Electronic Commerce: A Developing
Problem, *International Review Of Law Computers &Technology*, Volume
16, No. 1, Pages 35–52, Carfax Publishing, 2002.
[http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/APCITY/UNPAN
007357.pdf](http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/APCITY/UNPAN007357.pdf) Erişim Tarihi: 10.02.2007
- Kalmış, Halis ve Yılmaz, Burcu, Vergi Kayıp ve Kaçaklarını Önlemede Bir
Çözüm Önerisi: Servetlerin Beyanı Ve İzlenmesi, *19.Türkiye Maliye
Sempozyumu, Türkiye'de Vergi Kayıp ve Kaçakları, Önlenmesi
Yolları*, Antalya, 2004.

- Karakoç, Yusuf, Hukuki Nedenlerden Kaynaklanan Vergi Kayıp ve Kaçakları, *19.Türkiye Maliye Sempozyumu, "Türkiye'de Vergi Kayıp ve Kaçakları, Önlenmesi Yolları*, 10-14 Mayıs 2004, Belek/Antalya.
- Kıldış, Yusuf, Türk Vergi Hukukunda Vergiyi Doğuran Olay, *E-Yaklaşım*, Sayı: 33, Nisan 2006, <http://www.muhasibetr.com/ozelbolum/017/> Erişim tarihi: 27.04.2007
- Kızılot, Şükrü, Çomaklı, Şafak, E., Vergi Kayıp ve Kaçakları ve Kayıtdışı Ekonomi İlişkisi ve Boyutların Mevzuat Açısından Değerlendirilmesi, *19.Türkiye Maliye Sempozyumu, "Türkiye'de Vergi Kayıp ve Kaçakları, Önlenmesi Yolları*, 10-14 Mayıs 2004, Belek/Antalya.
- Kızılot, Şükrü, En Büyük Vergi Kaçağı Banka Ve Sigorta Şirketlerinde, *Hürriyet Gazetesi*, 5 Mayıs 2007, <http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/haber.aspx?id=6464616&yazarid=82> Erişim Tarihi: 05.05.2007
- Kobifinans, B2B ve B2C Nedir?, 2007, http://www.kobifinans.com.tr/bilgi_merkezi/020901/367 Erişim Tarihi: 15.02.2007
- Koegel, Kathryn, Holidays Ahead: Bigger Spending Online, Cross-Channel Shopping Expected to Grow, September 2003 http://www3.doubleclick.com/market/2003/09/dc/feature1_holiday.htm?c=0309_smr&id_lead=newsletter&id_source=newsletter_0309 Erişim Tarihi: 13.12.2006
- Levi, Albert, Evren, Akın, e-Ekonomi Çalışma Grubu Raporu, Vergilendirme, *Bilişim Şurası*, 27 Şubat 2002 İstanbul, <http://bilisimsurasi.org.tr/listeler/tbs-e-ekonomi/Feb/att-0012/01-vergi-grup.doc> Erişim Tarihi : 17.03.2007
- Linuxinsider, (2001), Singapore E-Commerce Doubles to \$ 51.1 B, 2001. <http://www.linuxinsider.com/story/9654.html> Erişim Tarihi: 23.01.2007
- Maguire, Steven, State and Local Sales and Use Taxes and Internet Commerce, *Congressional Research Service Report for Congress, The Library of Congress Order Code RL31252*, Updated January 28, 2005, http://www.ipmall.info/hosted_resources/crs/RL31252_050128.pdf Erişim Tarihi: 01.02.2007
- Mann, Catherine L., Transatlantic Issues In Electronic Commerce, *International Conference, "Electronic Commerce and Multilateral Liberalization*," organized by the IAI in Rome, 19 May 2000. <http://www.iie.com/publications/wp/00-7.pdf> Erişim Tarihi: 01.02.2007
- Martens, Jens, The Precarious State of Public Finance, Tax Evasion, Capital Flight and The Misuse of Public Money in Developing Countries and What Can Be Done About It, *Global Policy Forum Europe*, January 2007, http://www.globalpolicy.org/eu/en/publ/martens_precarious_finance_%202007.pdf Erişim Tarihi: 31.03.2007
- McLure, Charles E.Jr., The Value Added Tax on Electronic Commerce in the European Union, *International Tax and Public Finance*, 10, 753-762, Kluwer Academic Publishers. Netherlands, 2003,

- <http://www.springerlink.com/content/rg21476578704714/> Erişim Tarihi: 08.06.2005
- Meriç, Metin, Ay, Hakan, Küreselleşmenin Vergi Kayıp ve Kaçakları üzerindeki Etkisi, *19.Türkiye Maliye Sempozyumu, "Türkiye'de Vergi Kayıp ve Kaçakları, Önlenmesi Yolları*, 10-14 Mayıs 2004, Belek/Antalya.
- Mesenbourg, Thomas L., Measuring Electronic Business: Definitions, Underlying Concepts, and Measurement Plans, 2000,
<http://www.census.gov/epcd/www/ebusines.htm> Erişim Tarihi: 28.01.2007
- Mestçi, Aytaç, *Türkiye İnternet Raporu 2005, İnternet Haftası, 2006.*
<http://www.internethaftasi.org.tr/hafta06/docs/turkiye-internet-raporu.pdf>
Erişim Tarihi: 04.04.2007
- Milliyet Gazetesi Yıllara Göre Kayıtdışı Ekonomi ve Vergi Kaybı ,2005
<http://www.milliyet.com.tr/2005/05/28/ekonomi/axeko01.html> Erişim tarihi: 13.02.2007
- Muhasebenet, Elektronik Fatura Geliyor, 14.12.2006.
http://muhasebenet.net/eko_1412_elektronik%20fatura%20geliyor.html
Erişim Tarihi: 05.05.2007
- Nadaroğlu, Halil, *Kamu Maliyesi Teorisi*, Beta Yayınevi, İstanbul, 1992.
- NAO (National Audit Office), HM Revenue & Customs VAT on e-commerce, *Report by the Comptroller and Auditor General HC 1051*, Session 2005-2006, 26 May 2006. http://www.nao.org.uk/publications/nao_reports/05-06/05061051.pdf Erişim Tarihi: 04.04.2007
- Nellen, Annette, Internet Tax Moratorium Update, *College of Business San Jose State University*, August 2004,
http://www.cob.sjsu.edu/facstaff/nellen_a/moratorium%20update.pdf
Erişim Tarihi:15.02.2007
- OECD (a), *OECD Science, Technology and Industry: Scoreboard 2005* – ISBN 92-64-01056-4 , 2005,
http://miranda.sourceoecd.org/vl=1035348/cl=17/nw=1/rpsv/scoreboard/d_ata/d10.xls Erişim Tarihi: 11.03.2007
- OECD (b), *Electronic Commerce Facilitating Collection of Consumption Taxes on Business to Consumer Cross Border E-Commerce Transactions, Centre For Tax Policy and Administration*, 11-Feb-2005.
<http://www.oecd.org/dataoecd/51/33/34422641.pdf> Erişim Tarihi : 01.05.2007
- OECD (c), *E-Commerce: Transfer Pricing and Business Profits Taxation, OECD Tax Policy Studies, OECD Publishing No: 10*, 2005,
- OECD, *Defining And Measuring E-Commerce: A Status Report*, DSTI/ICCP/IIS(99)4/ FINAL, OECD, 1999.
<http://www.oecd.org/dataoecd/12/55/2092477.pdf> Erişim Tarihi: 16.01.2007
- OECD, *Dismantling The Barriers To Global Electronic Commerce, Directorate For Science, Technology And Industry Committee For Information, Computer And Communications Policy* Turku, Finland, 19-21 November 1997, 06-Jul-1998. <http://www.oecd.org/dataoecd/37/55/2751237.pdf>
Erişim Tarihi: 12.04.2007

- OECD, E-Commerce : Impacts and Policy Challenges, 2000. <http://www.oecd.org/dataoecd/42/48/2087433.pdf> Erişim Tarihi: 02.04.2007
- OECD, Implementation of Ottawa Taxation Framework Conditions, *The 2003 Report*, 2003. <http://www.oecd.org/dataoecd/45/19/20499630.pdf> Erişim Tarihi : 19.12.2006
- OECD, Measuring the Information Economy , Annex 4. *The OECD Definitions of Internet and E-Commerce Transactions*, 2002 <http://www.oecd.org/dataoecd/34/16/2771174.pdf> Erişim Tarihi: 16.12.2006
- OECD, Online Payment Systems For E-Commerce, *Working Party On The Information Economy*, 18-Apr-2006. <http://www.oecd.org/dataoecd/37/19/36736056.pdf> Erişim Tarihi: 12.04.2007
- OECD, Progress Report on the OECD's Work On Electronic Commerce, *OECD Emerging Market Economy Forum on Electronic Commerce*, Dubai, U.A.E, 16-17 January 2001. www.oecd.org/dataoecd/42/58/1894143.pdf Erişim Tarihi: 25.02.2007
- OECD (c) , Part II. Taxation of Corporate and Capital Income 2006, *Dataoecd*, 2006 <http://www.oecd.org/dataoecd/26/56/33717459.xls> Erişim Tarihi: 11.03.2007
- OECD, Economic, Environmental and Social Statistics, Total Tax Revenue As a Percentage of GDP 2004, *OECD Factbook 2007* <http://oberon.sourceoecd.org/vl=2929255/cl=25/nw=1/rpsv/factbook/10-03-01-g01.htm> Erişim Tarihi: 20.05.2007
- Owens, Jeffrey, Tax in a Borderless World, OECD Centre for Tax Policy and Administration, *OECD Observer*, No.257, October 2006. http://www.oecdobserver.org/news/printpage.php/aid/1945/Tax_in_a_borderless_world.html Erişim Tarihi : 26.04.2007
- Oxfam (Oxfam International), Tax Havens: Releasing The Hidden Billions For Poverty Eradication, Executive Summary, *OXFAM GB Policy Paper*, 2000. http://www.oxfam.org.uk/what_we_do/issues/debt_aid/tax_havens.htm Erişim Tarihi: 29.03.2007
- Önder, İzzettin, Kayıtdışı Ekonomi ve Vergileme, *İ.Ü.Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi* No: 23-24, Ekim 2000-Mart 2001. <http://www.istanbul.edu.tr/siyasal/dergi/sayi23-24/19.htm> Erişim Tarihi: 22.02.2007
- Öz, Semih N., [Devletlerin Vergilendirme Yetkileri Sınırının E-Ticaret Açısından Değerlendirilmesi](http://portal1.sgb.gov.tr/calismalar/yayinlar/md/md147/devletlerinverg-ilendirme.pdf), *Maliye Dergisi*, Sayı: 147 / Eylül-Aralık, 2004 <http://portal1.sgb.gov.tr/calismalar/yayinlar/md/md147/devletlerinverg-ilendirme.pdf> Erişim Tarihi: 21.02.2007
- Özpençe, Aylin İ., Özpençe, Özay, Küreselleşme Ve Uluslararası Kuruluşların Ulus-Devletin Vergilendirme Yetkisine Etkileri, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, Cilt: 4, Sayı:1, 2007 <http://www.insanbilimleri.com/ojs/index.php/uib/article/viewPDFInterstitial/174/185> Erişim Tarihi :28.03.2007

- Pastore, Michael, *Lack of Taxes Costing States a Bundle*, October 3, 2001.
<http://www.ecommerce-guide.com/news/trends/article.php/896251>
Erişim Tarihi: 11.03.007
- Pastukhov, Oleksandr, International Taxation of Income Derived From Electronic Commerce : Current Problems and Possible Solutions, *B.U. J. SCI. & TECH. L*, Vol.12:2, 2006.
http://www.bu.edu/law/central/jd/organizations/journals/scitech/volume122/documents/Pastukhov_WEB_000.pdf Erişim Tarihi : 27.04.2007
- Prettie, Michelle L., Are There Any Tax Havens in Electronic Commerce?, *North Carolina Journal of Law & Technology*, Volume 3, Issue 1 : Fall 2001.
<http://www.jolt.unc.edu/vol3/Prettie.pdf> Erişim Tarihi : 26.04.2007
- Rasmussen, Bo Sandemann On the Possibility and Desirability of Taxing E-Commerce *Working Paper No. 2004-08 University Of Aarhus Denmark*, June 7, 2004
http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=595525#PaperDownload Erişim Tarihi: 09.02.2007
- Referans Gazetesi, Maliye'ye Gnderilen E-faturalara E-imza Takibi, 07.02.2007.
http://www.referansgazetesi.com/haber.aspx?HBR_KOD=58523&KTG_KOD=116&ForArsiv=1 Erişim Tarihi: 30.04.2007.
- Reisen, Helmut, Tobin Tax: Could It Work?, *OECD Observer Development Centre, No 231/232*, May 2002,
http://www.oecdobserver.org/news/fullstory.php/aid/664/Tobin_tax:_could_it_work_.html Erişim Tarihi: 27.04.2007
- Rosenbaum, Howard, Information Systems Development For Digital Entrepreneurship, Spring 2007,
<http://www.slis.indiana.edu/faculty/hrosenba/www/L561/syll/intro.html>
Erişim Tarihi: 16.04.2007
- Savaşan, Fatih, Türkiye'de Kayıtdışı Ekonomi ve Vergi Kaybı Tahminleri, *19.Türkiye Maliye Sempozyumu, Türkiye'de Vergi Kayıp ve Kaçakları, nlenmesi Yolları*, 10-14 Mayıs 2004, Belek/Antalya.
- Seviş, Veysi, Transfer Fiyatlandırması, *Dünya Gazetesi*, 01.08.2003.
<http://www.turmob.org.tr/turmob/basin/01-08-2003.htm>
- Sharma, Sushil K., *Socio-Economic Impacts and Influences of E-Commerce in a Digital Economy*, Ball State University, USA, Idea Group Publishing; 2005. <http://www.idea-group.com/downloads/excerpts/01%20Kehal.pdf> Erişim Tarihi: 16.02.2007
- Soete, Luc, Ter Weel, Bas, Globalization, Tax Erosion and the Internet, *Department of Economics and Maastricht Economic Research Institute on Innovation and Technology (MERIT)*, Maastricht University, the Netherlands, October 1998,
<http://arno.unimaas.nl/show.cgi?fid=331> Erişim Tarihi: 15.02.2007
- Statcan (Statistics Canada), Electronic Commerce and Technology, Wednesday, April 20, 2005,
<http://www.statcan.ca/Daily/English/050420/d050420b.htm> Erişim Tarihi: 12.02.2007
- şener, Orhan, *Teori ve Uygulamada Kamu Ekonomisi*, Beta Yayınevi, İstanbul, 2001.

- T.C. Adalet Bakanlığı, Elektronik İmza Kanunu, 2005. <http://www.e-ticaret.adalet.gov.tr/> Erişim Tarihi: 30.04.2007
- T.C. ÇSGB, (Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı), *Kayıt Dışı İstihdam ve Yabancı Kaçak İşçi İstihdamı Raporu*, Genel Yayın No: 116, Ankara 2004.
http://www.cs.gb.gov.tr/CGM/cgm_web/belgeler/kayitdisiistihdam.pdf
Erişim Tarihi: 26.04.2007
- T.C. Maliye Bakanlığı, *2006 Yıllık Ekonomik Rapor*,
<http://www.sgb.gov.tr/Lists/Duyurular/Attachments/8/2006%20Yıllık%20Ekonomik%20Rapor.pdf> Erişim Tarihi: 16.03.2007
- T.C. Maliye Bakanlığı, Araştırma, Planlama ve Koordinasyon Kurulu Başkanlığı, *Dış Ekonomik Haberler Bülteni*, 25 Kasım 2005, Sayı: 48.
- T.C. Maliye Bakanlığı Hesap Uzmanları Derneği, *Beyanname Düzenleme Kılavuzu 2007*, Vergilendirmede Usule İlişkin Temel Kavramlar, s. 817, İstanbul, 2007
- Tanzi, Vito, Globalization and the Future of Social Protection, *International Monetary Fund, Fiscal Affairs Department, IMF Working Paper*, WP/00/12, January 2000
- Tanzi, Vito, Globalization and the Work of Fiscal Terminals, *Finance & Development A Quarterly Magazine of the IMF*, March 2001, Volume 38, Number 1, <http://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/2001/03/tanzi.htm>
Erişim Tarihi: 26.03.2007
- Taş, Bülent, Karaca, Yüksel, Küreselleşmenin Vergi Sistemleri Üzerindeki Etkileri Açısından İki Önemli Konu : “Vergi Rekabeti ve Elektronik Ticaret”, *19. Türkiye Maliye Sempozyumu*, “Türkiye’de Vergi Kayıp ve Kaçakları, Önlenmesi Yolları”, 10-14 Mayıs 2004, Belek/Antalya.
- Taylor, Scott. A, An Ideal E-Commerce Consumption Tax in A Global Economy, *15th BILETA Conference: “Electronic Datasets and Access to Legal Information”*. 14th April 2000. University of Warwick, Coventry, England
<http://www.bileta.ac.uk/Document%20Library/1/An%20Ideal%20E-Commerce%20Consumption%20Tax%20in%20a%20Global%20Economy.pdf> Erişim Tarihi: 09.02.2007
- TBB (Türkiye Bankalar Birliği), İnternet Bankacılığı İstatistikleri 2006
<http://www.tbb.org.tr/net/donemsel/default.aspx?dil=TR> Erişim : 04.04.2007
- TBB (Türkiye Bankalar Birliği), Elektronik Bankacılık ve Elektronik Para Faaliyetleri İçin Risk Yönetimi, *Türkiye Bankalar Birliği Basel Bankacılık Gözetim ve Denetim Komitesi*, Mart 1998,
<http://www.tbb.org.tr/turkce/basle/Electronic.doc> Erişim Tarihi: 11.02.2007
- Tekin, Ahmet, Vural, İstiklal Y., Global Kamusal Malların Finansman Aracı Olarak Global Vergi Önerileri, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 12, Yıl: 2004, ss.:323-337,
http://www.sosyalbil.selcuk.edu.tr/sos_mak/articles/2004/12/ATEKIN-IYVURAL.PDF Erişim Tarihi: 07.02.2007

- Teltscher, Susanne, Tariffs, Taxes And Electronic Commerce: Revenue Implications For Developing Countries, *United Nations Conference On Trade And Development, Policy Issues in International Trade And Commodities Study Series No. 5*, United Nations New York And Geneva, 2000.
http://r0.unctad.org/ditc/tab/publications/itcdtab5_en.pdf Erişim Tarihi: 13.04.2005
- TUBİTAK (Türkiye Bilimsel Teknik Araştırma Kurumu), Bilgi Toplumu Politikaları Üzerine Bir Değerlendirme (Dünya Ve Türkiye), *Türkiye Bilimsel Teknik Araştırma Kurumu*, Eylül 2002.
http://www.bilten.metu.edu.tr/Web_2002_v1/tr/docs/dunya_bilgi_toplumu_zirvesi/TUBITAK-Bilgi%20Toplumu%20Politikaları%20Değerlendirmesi.pdf Erişim Tarihi: 01.03.2007
- Türker, Mustafa, A., Elektronik Ödeme Sistemleri, Bilişim Şurası, E-Ekonomi Çalışma Grubu Taslak Raporu Materyali, 2001.
http://bilisimsurasi.org.tr/listeler/tbs-e-ekonomi/Mar/att-0013/01-elekr_odeme_sis.doc Erişim Tarihi: 18.02.2007
- Ulakbim, Ulakbim'in Tarihçesi, 2007.
<http://www.ulakbim.gov.tr/hakkinda/tarihce/> Erişim Tarihi: 15.02.2007
- Uluatam, Özhan, *Örnekler, Belgeler ve Mahkeme Kararlarıyla Vergi Hukuku*, Seçkin Yayınevi, Ankara, 1995.
- UNCITRAL (United Nations Commission on International Trade Law), *Model Law on Electronic Commerce with Guide to Enactment*, 1996,
http://www.uncitral.org/uncitral/en/uncitral_texts/electronic_commerce/1996Model.html Erişim Tarihi : 01.02.2007
- UNCITRAL (United Nations Commission on International Trade Law), *Modern Law for Global Commerce*, 2007.
<http://www.uncitral.org/uncitral/en/about/congress.html>
Erişim Tarihi: 21.04.2007
- UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development), *E-Commerce and Development Report 2004*, UNCTAD/SDTE/ECB/20, United Nations Newyork and Geneva, 2004.
http://www.unctad.org/en/docs/ecdr2004_en.pdf Erişim Tarihi: 19.04.2007
- UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development), *Information Economy Report 2005*, United Nations, New York and Geneva, 2005.
http://www.unctad.org/en/docs/sdteedc20051_en.pdf Erişim Tarihi: 08.04.2007
- UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development), *Transfer Pricing, UNCTAD Series on issues in international investment agreements United Nations*, UNCTAD/ITE/IIT/11 (vol. I), United Nations Publication, New York and Geneva, 1999.
- United Nations, *Universal Declaration of Human Rights, Article 12*, 1998,
<http://www.un.org/Overview/rights.html> Erişim Tarihi: 12.02.2007
- Uyanık, N. Kemal, *Bir Bölüm Finansal İşlemler ve Vergilendirilmesi*, Türkiye Bankalar Birliği, İstanbul, 2001.

- Uzunoğlu, Hakan, Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesinin İncelenmesi ve Değerlendirilmesi, *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Master Tezi, Ankara 2002, ftp://ftp.dtm.gov.tr/etik/E_Kutuphane/vergi_tez.pdf Erişim Tarihi: 15.04.2007
- Vacca, John, *Electronic Commerce*, 4th Edition. Herndon, VA, USA: Charles River Media, 2002. <http://site.ebrary.com/lib/harran/Doc?id=10061220&ppg=43> Erişim Tarihi: 04.01.2007
- Visa Card, Online Alışveriş Tüm Hızıyla Sürüyor, 2004. <http://www.visa.com.tr/medya/eticaret/eticaret07.html> Erişim: 28.03.2007
- VOB (Vadeli İşlem ve Opsiyon Borsası), *Gecikmeli Borsa Verileri*, 2007. <http://www.vob.org.tr/VOBPortalTur/DesktopDefault.aspx> Erişim Tarihi: 27.03.2007
- Vobjektif, Faize Dayalı Vadeli İşlem Sözleşmeleri, *Vadeli İşlem ve Opsiyon Borsası Haber Bülteni*, Sayı: 3, Eylül-Ekim 2004. <http://www.vob.org.tr/VOBPortalTur/docs/VobjektifEylulEkim2004.pdf> Erişim Tarihi: 26.03.2007
- Weforum (World Economic Forum), *Networked Readiness Index Variation 2006-2007*, 2007. <http://www.weforum.org/pdf/gitr/rankings2007.xls> Erişim Tarihi: 16.04.2007
- Woodward, G. Thomas, *Economic Analysis of Taxing Internet and Other Remote Sales*, Congressional Budget Office, August 1, 2001, Washington D.C. U.S.A. <http://www.senate.gov/~finance/080101twtest.pdf> Erişim Tarihi: 07.01.2007
- WTO (World Trade Organization), *Glossary Term*, 2007. http://www.wto.org/english/thewto_e/glossary_e/glossary_e.htm Erişim Tarihi : 21.04.2007
- Yakın, Mehmet, İnternet, Elektronik Ticaret ve İnternet Reklamcılığı, 1999. <http://www.ekitapyayin.com/?kitap=047> Erişim Tarihi: 12.03.2007
- Yıldız, Abdunnur, 1990'larda Yeni Liberal Maliye Poltikaları: Kuram ve Türkiye, *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, İstanbul, 2006
- Yıldız, Yılmaz, Tedarik Zinciri Yöntemiyle Verimlilik, *Çerçeve Dergisi*, Sayı 38, Mart s.70, 2006
- Yumuşak, İbrahim G., Erarslan, Cemil, Yeni Ekonominin Maliye Politikaları Üzerindeki Etkileri Ve Gelişmekte Olan Ülkeler Örneği, *4. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi*, Sakarya, 15-16 Eylül 2005, <http://iibf.kou.edu.tr/iyumusak/yeniekomalpol.doc> Erişim Tarihi: 19.05.2007

ÖZET

Elektronik ticaretin ortaya çıkışı ve devam eden hızlı gelişimiyle birlikte ticari ilişkilerin doğası değişmiş, e-ticaretin başlıca aracı olarak kullanılan internet bugün artık herkesin ulaşabildiği alabildiğine yaygın bir araç haline gelmiştir. İşletmeler, maliyetlerden tasarruf, gelir yaratma, pazarlama ve piyasalara ulaşma konularında çok önemli fırsatlar sağlamışlardır. Tüketiciler, internet üzerinden dünya pazarlarına kolayca ulaşabilmekte, daha geniş bir ürün yelpazesi içinden seçim yaparak, evlerindeki rahat ortamda alışveriş yapabilmektedirler.

Diğer taraftan, e-ticaretin, ülkelerin vergi tabanlarını erozyona uğratacak büyük bir potansiyele de sahip olması nedeniyle hükümetler, en önemli gelir kaynaklarını kaybetme riskiyle karşı karşıya kalmışlardır. E-Ticaret, ülkeler arasındaki sınırları ortadan kaldırmakta, alıcı ve satıcıları görünmez kılmaktadır. E-Ticaretin vergilendirilmesine ilişkin en önemli sorunlardan biri; işlemlerin takip edilememesi ve böylece internet gibi elektronik ortamda satılan ve teslim edilen sayısal ürünlerin vergilendirilmesinin neredeyse imkansız olmasıdır. Diğer önemli sorun; vergi gelirlerinin kaynak ülke ve ikametgah ülkesi arasındaki paylaşımıdır. Bunların dışında hükümetler, e-ticaret ile birlikte vergi cennetleri, off shore merkezler, transfer fiyatlaması yöntemleri ve türev finansal araçların kullanılmasıyla, mal, sermaye ve emeğin sınır ötesi hareket yeteneğini daha az şeffaf hale getiren küreselleşme konusunda da endişeler duymaktadırlar.

Sorunların üzerinde tartışmaya katılan başlıca taraflar, ABD, AB ve OECD'dir. Diğer ülkeler en azından şimdilik bekle ve gör politikası izlemektedirler. Öyle görünmektedir ki, tartışmaya katılan tarafların sunduğu çözümler, her zamanki gibi onların lehine sonuçlar doğuracaktır. Sonuç olarak, çözüm için söz konusu tarafların, vergi gelirlerinin kaynak ülke ve ikametgah ülkesi arasında daha adil paylaşımını sağlayacak uluslar arası işbirliğini benimsemeleri gerekmektedir. Bu amaca ulaşmak için, aynı zamanda problemin kaynağını oluşturan teknolojiden yararlanılabilir. Türkiye gibi ülkeler, önerilen çözümleri yakından izlemeli ve ulusal menfaatlerini korumak için uluslararası forumlara katılmalıdır.

SUMMARY

By the advent of e-commerce and its' continued rapid growth has changed the nature of the commercial relations. Today the use of the internet is widespread as a major means of e-commerce, now that it is a public medium. Businesses have significant opportunities for cost saving, revenue generation, marketing and market access. Consumers now have easier access to the world market on the internet, they can choose from a wider variety of products, and shop in the comfort of their homes.

On the other hand e-commerce has a great potential to erode the tax base of the countries. Therefore governments are faced to loss their the most major source of the revenue because of e-commerce. E-commerce eliminates borders between countries and makes vendors and consumers invisible. The one of the most significant issues about e-commerce taxation are non traceable transactions and thus the taxing of digitised products sold and distributed through electronic means like internet almost impossible. The other one is issue of sharing tax revenues between source country and residence country. Governments worried also about the globalization with e-commerce that make the cross-border movements in goods, capital and labour less transparent by using the tax havens, off shore centres, transfer pricing methods and derivative financial instruments.

Major parties discussing on the issues are USA, EU and OECD, other countries prefer to see and wait policy at least for now. It seems the solutions offered by that parties likely will be beneficial for the developed countries as always. Consequently for solution of the issue the parties have to adopt international cooperation to provide more equitable sharing tax revenue between source and residence countries. To obtain this goal they can use of advanced technological opportunities which is source of the problems at the same time. Countries like Turkey must observe the suggested solutions and join the international forums to protect its' national benefits.