

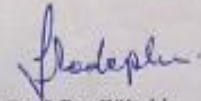
T.C.  
KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ELEKTRONİK TİCARET VE VERGİLENDİRİLMESİ

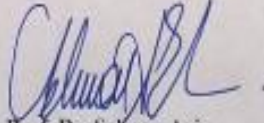
YÜKSEK LİSANS TEZİ

Tezi Hazırlayan : Ahmet İÇÖZ

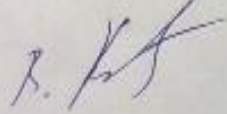
Tezin Kabul Edildiği Enstitü Yönetim Kurulu Tarih ve No: 04.07.2007-2007 / 18



Prof. Dr. Gültekin  
RODOPLU



Prof. Dr. Selman Aziz  
ERDEN



Yrd. Dr. Bülent  
KANTARCI

KOCAELİ, 2007

**T.C.  
KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**ELEKTRONİK TİCARET VE VERGİLENDİRİLMESİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**AHMET İÇÖZ**

**ANABİLİM DALI : İŞLETME  
PROGRAMI : MUHASEBE-FİNANSMAN**

**TEZ DANIŞMANI: PROF. DR. SELMAN AZİZ ERDEN**

**KOCAELİ, 2007**

## İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER.....	I
ÖZET.....	IV
ABSTRACT.....	V
KISALTMALAR.....	VI
TABLolar LİSTESİ.....	VIII
GİRİŞ.....	1
<b>BİRİNCİ BÖLÜM .....</b>	<b>3</b>
<b>1. İNTERNET VE ELEKTRONİK TİCARET .....</b>	<b>3</b>
1.1. İNTERNET .....	3
1.1.1. İnternet Kavramı.....	4
1.1.2. İnternetin Tarihsel Gelişimi .....	4
1.1.3. İnternetin Önemi ve Yararı .....	5
1.1.4. Dünyada İnternet .....	6
1.1.5. Türkiye’de İnternet .....	7
1.1.6. World Wide Web(WWW) .....	8
1.1.7. İnternet .....	8
1.1.8. Extranet .....	9
1.2. ELEKTRONİK TİCARET .....	10
1.2.1. Elektronik Ticaret Kavramı .....	10
1.2.2. Elektronik Ticaretin Amacı ve Önemi.....	13
1.2.3. Elektronik Ticaretin Gelişimi.....	14
1.2.4. Elektronik Ticaretin Özellikleri .....	15
1.2.5. Elektronik Ticaretin Araçları .....	16
1.2.6. Elektronik Ticaretin Tarafları .....	17
1.2.6.1. İşletmeden İşletmeye(İ - İ) .....	17
1.2.6.2. İşletmeden Tüketicisyeye(İ - T).....	18
1.2.6.3. İşletmeden Devlete(İ - D).....	18
1.2.6.4. Tüketiciden Devlete(T - D).....	19
1.2.7. Elektronik Ticaretin Klasik Ticaretten Farkları .....	19
1.2.8. Elektronik Ticaretin Güvenirliğı .....	21
1.2.9. Elektronik Ticaretin Maliyetlere Etkisi .....	22
1.2.10. Elektronik Ticaret ve FTKZ Analizi .....	23
1.2.10.1. Fırsatlar .....	24
1.2.10.2. Tehditler .....	25
1.2.10.3. Kuvvetli Yönler .....	25
1.2.10.4. Zayıf Yönler .....	25
1.2.11. Dünyada Elektronik Ticaret .....	26
1.2.12. Türkiye’de Elektronik Ticaret .....	28
1.2.13. Elektronik Ticaretin Yararları .....	29
1.2.14. Elektronik Ticaretin Zararları.....	31

<b>İKİNCİ BÖLÜM.....</b>	<b>32</b>
<b>2. ELEKTRONİK TİCARETİN VERGİLENDİRİLMESİ.....</b>	<b>32</b>
2.1. ELEKTRONİK TİCARETİ VERGİLENDİRMEDE ÇERÇEVE İLKELERİ	33
2.1.1. Uluslararası Bir Yaklaşımın Belirlenmesi İlkesi.....	34
2.1.2. Çifte Vergilendirmeden Kaçınılması İlkesi .....	35
2.1.3. Sadelik ve Basitlik İlkesi .....	36
2.1.4. Rekabet Eşitliği İlkesi.....	37
2.1.5. Etkinlik, Verimlilik Ve Adalet İlkesi .....	37
2.1.6. Esneklik İlkesi .....	38
2.1.7. Yeni Vergiler Getirilmemesi İlkesi .....	38
2.1.8. Diğer İlkeler .....	38
2.2. ELEKTRONİK TİCARETİN TÜRK VERGİ MEVZUATI AÇISINDAN İNCELENMESİ.....	40
2.2.1. Gelir Vergisi ve Kurumlar Vergisinde Mükellefiyet.....	42
2.2.1.1. Gerçek Kişilerde Tam ve Dar Mükellefiyet.....	43
2.2.1.2. Kurumlarda Tam ve Dar Mükellefiyet.....	45
2.2.1.3. E-Ticaret ve Tam Mükellefiyet .....	45
2.2.1.4. E-Ticaret ve Dar mükellefiyet .....	47
2.2.2. İşyeri Kavramı.....	49
2.2.3. E-Ticarete Katma Değer Vergisi.....	52
2.2.4. E-Ticarete Gümrük Vergisi.....	55
2.2.5. E-Ticarete Damga Vergisi .....	56
2.3 ELEKTRONİK TİCARETİN VERGİLENDİRİLMESİNDE ORTAYA ÇIKAN SORUNLAR.....	58
2.3.1. Teknik Sorunlar .....	58
2.3.1.1. Mükellefiyetin Belirlenmesindeki Güçlükler.....	58
2.3.1.2. Defter ve Belge Düzeni.....	59
2.3.1.3. Vergi Matrahının Belirlenmesi.....	60
2.3.2. Yasal Sorunlar .....	61
2.3.2.1. Elektronik İmza .....	61
2.3.2.2. Onay Kurumu .....	62
2.3.2.3. Elektronik Noter .....	63
2.3.2.4. Zaman Kaydı .....	64

<b>ÜÇÜNCÜ BÖLÜM</b> .....	<b>65</b>
<b>3. ELEKTRONİK TİCARETİN VERGİLENDİRİLMESİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ</b> .....	<b>65</b>
3.1. ELEKTRONİK PARA UYGULAMALARI.....	65
3.2. VERGİ CENNETLERİNİN YARATTIĞI SORUNLAR.....	66
3.2.1. Kaynak Devletin Vergilendirilmesinden Kaçınma .....	66
3.2.1.1. İşyerini Ülkeden Ülkeye Aktarma .....	66
3.2.1.2. İşyerini Vergi Cennetine Yerleştirme .....	67
3.2.1.3. Ana Sunucuları Vergi Cennetine, İkiz Sunucuları Kaynak Devletine Yerleştirme.....	68
3.2.2. İkametgah Devletin Vergilendirilmesinden Kaçınma .....	68
3.2.3. Vergi Cennetlerine Yönelik Önlemler .....	69
3.3. BİLGİ KAYNAKLARININ AŞINMASI VE VERGİ DENETİMİ .....	70
3.4. E-TİCARETİN VERGİLENDİRİLMESİNİN FAYDA VE SAKINICALARI .....	72
3.5. ELEKTRONİK TİCARETİN VERGİLENDİRİLMESİ KONUSUNDAKİ ÖNERİLER .....	73
3.5.1. Alternatif Bağlama Kuralı Önerileri.....	73
3.5.1.1. İkametgah Devletine Bağlanma.....	74
3.5.1.2. Kaynak Devletine Bağlanma.....	75
3.5.2. E-Ticarete Özgü Kural Önerisi .....	77
<b>SONUÇ</b> .....	<b>79</b>
<b>KAYNAKÇA</b> .....	<b>83</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ</b> .....	<b>89</b>

# ELEKTRONİK TİCARET VE VERGİLENDİRİLMESİ

**Anahtar Kelimeler:** Elektronik Ticaret, Vergilendirme, İnternet, e-ticaret.

## ÖZET

Bilgi teknolojisindeki gelişmeler yeni ekonomi kavramını ortaya çıkarmıştır. Teknolojik gelişmeler ticaret yaşamının işleyişini her açıdan ve çok yoğun bir biçimde etkilemektedir. Bu durum vergilendirme konusuna da doğrudan etki etmektedir. İnternetin ticarete kullanılmaya başlaması ile ortaya çıkan elektronik ticaret, vergilendirme alanında da yeni yaklaşımlar geliştirilmesini zorunlu kılmıştır.

Bu çalışmada son yıllarda özellikle tüm dünyada yaygın olan elektronik ticaretin vergilendirilmesindeki güçlükler açıklanmaya çalışılmış ve çözüm önerileri getirilmiştir. Yöntemin daha iyi anlaşılabilmesi için ilk olarak internet ve elektronik ticaret ile temel kavramlara değinilmiştir. Sonraki bölümde ise elektronik ticaretin vergilendirilme ve vergilendirilirken çıkan sorunlar ele alınmıştır. Son bölümde ise elektronik ticaretin vergilendirilmesi değerlendirilerek çıkan sorunlara çözüm önerileri getirilmeye çalışılmıştır.

# **ELECTRONIC TRADE AND THE TAXATION OF THE ELECTRONIC TRADE**

**Keywords:** Electronic Trade, Taxation, İnternet, e-trade.

## **ABSTRACT**

The improvements in the information technology emerged new economy concept. Technological improvements have been intensely influencing the process of trade life in every aspect. This directly influences the taxation process as well. Electronic trade, which emerged by the use of internet in trade, necessitates the development of new approaches in the field of taxation.

In this study, the adversities of the taxation of e-trade in recent years are tried to be identified and solution suggestions are stated. İnternet, e-trade and basic concepts of the technique are adverted first in order to be understood better. In the next section, the taxation of e-trade and the problems that occur during the taxation process are examined. In the final section, by the evaluation of the taxation of e-trade, solution suggestions to the problems are tried to be stated.

## KISALTMALAR

<b>AB</b>	: Avrupa Birliği
<b>a.g.e.</b>	: Adı Geen Eser
<b>B2B</b>	: Busines To Business (İşletmeden İşletmeye)
<b>B2C</b>	: Busines To Consumer (İşletmeden Tüketickiye)
<b>B2G</b>	: Busines To Government (İşletmeden Devlete)
<b>C2G</b>	: Consumer To Government (Tüketiciden Devlete)
<b>CERN</b>	: European Particle Physics Laboratory
<b>DARPA</b>	: Defence Advanced Research Project Agency
<b>EDI</b>	: Electronic Data Interchange (Elektronik Veri Değişimi)
<b>FTP</b>	: File Transfer Protocol (Dosya Transfer Protokolü)
<b>FTKZ</b>	: Fırsat Tehdit Kuvvet ve Zayıflık
<b>haz.</b>	: Hazırlayan
<b>IPV4</b>	: İnternet Protocol Version 4
<b>IPV6</b>	: İnternet Protocol Version 6
<b>ISS</b>	: Internet Security System (İnternet Güvenlik Sistemi)
<b>KDV</b>	: Katma Değer Vergisi
<b>OECD</b>	: Organization for Economic Cooperation and Development (Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü)
<b>ODTÜ</b>	: Ortadoğu Teknik Üniversitesi
<b>PC</b>	: Personal Computer
<b>s.</b>	: sayfa



**TCP/IP** : Transmission Control Protocol / Internet Protocol (İletişim Kontrol Protokolü / İnternet Protokolü)

**TÜBİTAK** : Türkiye Bilimsel Ve Teknolojik Araştırma Kurumu

**ULAKNET** : Ulusal Akademik Araştırma Ağı

**ULAKBİLİM**: Ulusal Akademik Bilgi Merkezi

**vb.** : ve benzerleri

**VPOS** : Virtual Point Of Sale (Sanal Ödeme Noktası)

**www** : world wide web

## TABLÖLAR LİSTESİ

<b>Tablo.1.1:</b> Geleneksel ve Elektronik Ticaretin Karşılaştırılması .....	20
<b>Tablo.1.2:</b> Dünyada E-Ticaretin Büyümesi .....	27

## GİRİŞ

Küreselleşme kavramı ile internetin gelişimi arasında çok yakın bir ilişki bulunmaktadır. İnternet sayesinde ticari anlamda ülkeler arasındaki sınırlar kalkmış ve bilişim teknolojilerindeki hızlı gelişimin ticari faaliyetlerde de kullanılabilmesi düşüncesi doğmuştur. Gelişen teknolojilerin ticari faaliyetlerde nasıl en etkin biçimde kullanılabileceği konusundaki çalışmalar ise, elektronik ticaret kavramını gündeme getirmiştir.

Elektronik iletişim teknolojileri ticari hayatta aslında uzun yıllardır kullanılmaktadır. Ama internetin e-ticaret için kullanılması çok eski değildir. Zaten internetin asıl gelişimi ticari kullanımı artmaya başladıktan sonra başlamıştır.

Elektronik ortamda yapılan ticaretin nasıl vergilendirileceği konusunda da hem ulusal hem de uluslararası düzeyde tartışmalar sürmektedir. Bilişim teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişmeler karşısında mevcut vergisel düzenlemeler yetersiz kalmaktadır. Bu yetersizliğin en önemli nedenlerinden birisi, elektronik ticaretin coğrafi sınırları ortadan kaldırmasından dolayı, devletlerin kendi yasal düzenlemelerinin yeni ekonominin oluşturduğu küresel ticaret düzenini tam olarak kavrayamamasıdır. Gelişen bilgi teknolojilerinin beraberinde getirdiği elektronik ticaret, Türkiye için olduğu kadar tüm dünya için çok yeni bir olgudur. Elektronik ticaret konusunda teknik, idari ve hukuki yapısını tamamlamış örnek bir ülke olmadığı gibi, uluslararası platformlarda da bir çok sorun yaşanmaktadır.

Elektronik ticaretin her geçen gün biraz daha günlük yaşantıya girmesiyle birlikte internet hukuku da önem kazanmaktadır. İnternetteki hukuki işlemler, fikri ve sınai haklar, internet eylemlerinden doğan sorumluluklar ve bu sorumlulukların sınırları, elektronik ödeme sistemleri ve ödeme araçları internet hukukunun ana konularını oluşturmaktadır.

Bu kapsamda gün geçtikçe elektronik ticaret uygulamaları artmakta, bununla ilgili olarak vergilendirmede çeşitli sorunlar doğmaktadır. Bu sorunları çözebilmek için çalışmalar devam etmekte ve neticesinde internet hukuku gelişmektedir. Bugün

her ne kadar belirli sorunlar olsa da gün geçtikçe bu aksaklıklar çözüme kavuşturularak ortadan kalkmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, elektronik ticaretin vergilendirilmesi sırasında karşılaşılan güçlüklerin ortaya çıkarılması ve bu sorunların çözülmesine yönelik önerilerin değerlendirilmesidir.

Giriş ve sonuç dışında üç bölümden oluşan bu çalışmanın “İnternet ve Elektronik Ticaret” başlıklı birinci bölümünde internet kavramı, internetin tarihsel gelişimi, önemi, yararı, Türkiye’de ve dünyadaki durumu, intranet, extranet konularının yanı sıra elektronik ticaret kavramı, elektronik ticaretin amacı, önemi, gelişimi, özellikleri, araçları, modelleri, klasik ticaret ile arasındaki farklar, güvenilirliği, maliyetlere etkisi, FTKZ analizi, Türkiye ve dünyadaki durumu ile avantajları ve dezavantajlarına değinilmektedir.

“Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesi” başlıklı ikinci bölümde, elektronik ticareti vergilendirmede kullanılan çerçeve ilkeler, elektronik ticaretin çeşitli vergiler açısından incelenmesi, elektronik ticaretin vergilendirilmesinde ortaya çıkan sorunlara değinilmiştir.

“Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesinin Değerlendirilmesi” başlıklı üçüncü bölümde ise, elektronik para uygulamaları, vergi cennetlerinin yarattığı sorunlar, bilgi kaynaklarının aşınması ve vergi denetimi, elektronik ticaretin vergilendirilmesinin fayda ve sakıncaları, elektronik ticaretin vergilendirilmesi konusundaki öneriler ele alınmıştır.

Sonuç bölümünde ise, elde edilen bilgiler doğrultusunda ulaşılan sonuçlar değerlendirilmeye çalışılmaktadır.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### 1. İNTERNET VE ELEKTRONİK TİCARET

Ticaret ifadesi kavramsal olarak mal veya hizmetin satın alınması ve satılması işlemlerini kapsamaktadır. Bu sürecin elektronik ortamda, internet üzerinden yapılması e-ticaret kavramını ortaya çıkarmıştır. E-ticaret kavramı, iletişim ve bilgisayar teknolojilerinin gelişimine paralel olarak ortaya çıkan ve ticareti kolaylaştıran bir yeniliktir. Bu bölümde internet başlığı altında; internet kavramı, tarihsel gelişimi, internetin önemi ve yararı, dünyadaki ve Türkiye'deki internetin gelişimi, İntranet, exranet hakkında bilgiler verilmektedir. Ayrıca elektronik ticaret başlığı altında da; elektronik ticaret kavramı, amacı, gelişimi, özellikleri, araçları, tarafları, klasik ticaretten farkları, güvenilirliği, maliyetlere etkileri, FTKZ analizi, sağladığı yararlar ve beraberinde getirdiği zararları hakkında bilgiler verilmektedir.

#### 1.1. İNTERNET

İnternet, İngilizce "kendi aralarında bağlantılı ağlar" anlamına gelen Interconnected Networks teriminin kısaltmasıdır. Dünyayı saran ve merkezi olmayan, ağlardan oluşan bir ağ sistemidir. Türkçede Genelağ, yaygınağ, örütbağ gibi karşılıklar önerilmekteyse de, İnternet kelimesi epey yaygınlaşmış ve dile girmiş durumdadır. İnternet, çok protokollü bir ağ olup birbirine bağlı bilgisayar ağlarının tümü olarak da tanımlanabilir. Binlerce akademik, ticari, devlet, ve serbest bilgisayar ağlarının birbirine bağlanmasıyla oluşmuştur. Bilgisayarlar arasında bilgi çeşitli protokollere göre paketler halinde transfer edilir. İnternet üzerinde elektronik posta ve birbirine bağlı sayfalar gibi çok çeşitli bilgiler ve hizmetler vardır<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> <http://tr.wikipedia.org/wiki/%C4%B0internet> (14.06.2007)

### 1.1.1. İnternet Kavramı

İnternet, milyonlarca bilgisayarı, on binlerce ağı ve yüz milyonlarca kullanıcıyı içeren, ‘ağların ağı’ denilebilecek bir bilgisayar ağı, aynı zamanda bir iletişim, dayanışma, bilgi ve tecrübe paylaşım ortamı, canlı, dinamik ve büyük bir kütüphane, çalışma, eğlence ve ticaret merkezi olarak tanımlanabilir<sup>2</sup>.

Bilişim teknolojilerinin günümüzde son derece popüler bir konu haline gelmesinde büyük bir hızla yayılan internet ağının çok büyük bir rolü olduğu açıktır. Özellikle işletmeler, küresel anlamda bilgi tedarikini bu büyük ağdan karşılarken, kendi içlerinde işletmelere özgü web temelli iletişim ağları oluşturmakta, yıllar önce sınırlı bir şekilde yapılabilen ve bugünkü durumu neredeyse hayal olarak görülen elektronik ticaret inanılmaz boyutlara doğru ilerlemektedir. Kısacası, bilişim teknolojileri günümüzde büyük ölçüde internet ve internet temelli uygulamaları çağrıştırmakta ve internetten ayrı düşünülememektedir<sup>3</sup>.

### 1.1.2. İnternetin Tarihsel Gelişimi

İnternetin kökeni aslında oldukça eskilere dayanmaktadır. 1960’lı yıllarda ABD hükümeti eğitim, araştırma ve savunma amaçlı olarak uzak noktalardaki bilgisayarların birbirlerine bağlanmasına imkan verecek bir proje başlatmıştı. Böylece birçok araştırma ve geliştirme kuruluşu birbiriyle bağlantılı olarak veri alışverişinde bulunacaktı. Bu ağ, ARPANET, yani ABD İleri Araştırma Projeleri Kuruluşu Ağı olarak adlandırılmıştı. Bu ağ üzerinde hangi tür ve özellikte olursa olsun bütün bilgisayarlar iletişimde bulunabilecekti. Bu da tüm bilgisayarlar arasında TCP/IP iletişim protokolünün kullanımıyla mümkün kılınmıştı. 1970’ler boyunca ABD hükümeti bütün eğitim kurumlarının bu ağdan yararlanması yönünde teşviklerde bulunmuştu. Söz konusu ağa artan katılımlar günümüzdeki anlamıyla internetin doğmasına neden olmuştur<sup>4</sup>.

---

<sup>2</sup> Nuray Korkmaz (haz.), **Sorularla İnternet ve E-ticaret Rehberi**, İstanbul Ticaret Odası 2002-37 Yayını, İstanbul,2002, s.11.

<sup>3</sup> H.Bahadır Akın, **Yeni Ekonomi** , 1.b., İstanbul,Çizgi Kitabevi, 2001, s.45.

<sup>4</sup> Akın, **a.g.e.**, s.46.

1980'lerin başında TCP/IP iletişim protokolünün eski ARPA protokolünün yerini almasıyla internet adını alan ağın çok çeşitli bilgisayar, iletişim sistemi ve farklı kullanıcı gruplarını kapsayacak şekilde genişlemesi mümkün hale gelmiştir<sup>5</sup>.

1980'lerin başında, ARPA protokolünün yerine oluşturulan TCP/IP iletişim protokolü ile İNTERNET adını alan ağı önüne geçilmez bir çığa dönüştüren gelişmenin başlangıcı ise, 1990 yılı sonunda http protokolünün kullanıldığı ilk web sayfasının faaliyete geçmesi olmuştur. Protokolünün kaynak kodları 1991 yılında yayınlanmış ve 1992 yılında da protokole grafik bileşeni eklenmiştir. Aynı yıl, Macintosh bilgisayarlar için bir tarayıcı geliştirilmiştir. 1993 başlarında da günümüzde en yaygın kullanımda olan tarayıcıların özünü oluşturan PC bazlı ilk tarayıcı yayınlanmış ve bugün gelinen noktaya doğru ilerleyen inanılmaz süreç ilk belirtilerini vermiştir<sup>6</sup>.

### 1.1.3. İnternetin Önemi ve Yararı

İnternet, teknik olarak, TCP/IP protokolü ile desteklenen pek çok servis sunar. Örnek olarak, internet erişimi olan bir kullanıcı, eğer kendisine yetki verilmişse, internete bağlı diğer herhangi bir bilgisayardaki bilgilere erişebilir, onları kendi bilgisayarına alabilir, kendi bilgisayarından da İnternet erişimi olan başka bir bilgisayara dosya/bilgi gönderebilir. Bu özellik, dosya transfer protokolü olarak bilinir. Benzer şekilde, internet üzerindeki kullanıcılar birbirlerine elektronik posta gönderebilirler. Bu da, posta iletim protokolü olarak bilinir.<sup>7</sup>

İnternetin sundukları bazen insan hayal gücünü zorlayacak boyutlara varmaktadır. Vizyondaki filmlerin kısa tanıtımları kolayca evlerdeki ekrana taşınabilir ya da Amerikan Kongre Kütüphanesinde tarama yapılabilir. TÜBİTAK arşivine bağlanıp Bilim ve Teknik dergilerinin yeni ve eski sayıları taranarak istenen yazılar okunabilir. Başka bir örnek olarak, katılmak istenen bir bilimsel toplantıya bildiriler internet üzerinden gönderilebilir.<sup>8</sup>

---

<sup>5</sup> Korkmaz, a.g.e., s.12

<sup>6</sup> Korkmaz, a.g.e., s.12'den Yalçın Ögütcan, "İnternet ortamında e-ticaret", İGEME'den Bakış, Mayıs-Ağustos 2001, s.52-59.

<sup>7</sup> Ankara Ticaret Odası, **Elektronik Ticaret ve İnternet**, Haziran 1999-08 Yayını, Ankara:1999, s.21.

<sup>8</sup> Ankara Ticaret Odası, **Elektronik Ticaret ve İnternet**, Haziran 1999-08 Yayını, Ankara:1999, s.21.

#### 1.1.4. Dünyada İnternet

İnternet göreceli olarak kısa ama birdenbire patlama oluşturan bir geçmişe sahiptir. İnternet'in ortaya çıkışı Amerikan Federal Hükümeti Savunma Bakanlığı'nın araştırma ve geliştirme kolu olan 'Savunma İleri Düzey Araştırma Projeleri Kurumu'na (DARPA-Defence Advanced Research Project Agency) dayanmaktadır. Amerikan Savunma Bakanlığı bilgisayar bilimlerini ve çeşitli askeri araştırma projelerini desteklemek için ARPANET adında ABD ileri Araştırma Projeleri Kuruluşu Ağını oluşturmuştur. Bu ağ, ABD'deki üniversite ve araştırma kuruluşlarının değişik tipteki bilgisayarlarını da içererek büyümüştür<sup>9</sup>. İnternetin gelişimini maddeler halinde şu şekilde sıralamak mümkündür:<sup>10</sup>

- 1969'da çeşitli bilgisayar bilimlerini ve askeri araştırma projelerini desteklemek için Amerikan Federal Savunma Bakanlığı, ARPANET adında Paket Anahtarlamalı Ağ'ı oluşturmaya başladı. Bu ağ, ABD'deki üniversite ve araştırma kuruluşlarının değişik tipteki bilgisayarlarını da içererek büyüdü.
- 1973 yılında, ağ için bir protokol seti geliştirmek amacıyla Stanford Üniversitesi'nde daha sonra University College London'ın da dahil olduğu bir internetworking projesi başlatıldı.
- 1978'e kadar 'İletim Kontrol Protokolü'nün (TCP - Transmission Control Protocol) dört uyarlaması geliştirildi ve denendi. 1980'de bu küme sabitleşti ve ARPANET bağlı bilgisayarlar arasındaki iletişimi kolaylaştırdı.
- 1983'te tüm ARPANET kullanıcıları İletim Kontrol Protokolü/İnternet Protokolü (TCP/IP Transmission Control Protocol/İnternet Protocol) olarak bilinen yeni protokole geçiş yaptılar. O yıl TCP/IP, ARPANET'i de içeren Savunma Bakanlığı İnternet'inde kullanılmak üzere standartlaştırıldı.

---

<sup>9</sup> <http://www.internetarsivi.metu.edu.tr/tarihce.php> (18 Haziran 2007)

<sup>10</sup> <http://web.bilkent.edu.tr/hii/bolum1.html> (5 Aralık 2006)



- ARPANET 1990 Haziranında kullanımdan kaldırıldı. Yerini ABD, Avrupa, Japonya ve Pasifik ülkelerinde ticari ve hükümet işletimindeki omurgalar (backbone) aldı. ARPANET'in kaldırılmasına rağmen, TCP/IP protokolü kullanılmaya devam etti ve gelişti.

### 1.1.5. Türkiye’de İnternet

Türkiye ilk internet bağlantısını 12 Nisan 1993'te yaptı. Bu bağlantı ODTÜ'den gerçekleştirilmiştir. 64 kbit/sn hızında olan bu hat, çok uzun bir süre, tüm ülkenin tek çıkışı olmuştur. Türkiye'de internet (öncelikle akademik ortamlarda) yaygınlaştırmaya çalışılmıştır. Ege Üniversitesi'nden olan bağlantı, 1994 başlarında, 64kbit/sn hızı ile gerçekleştirilmiştir. Ardından sırayla, Bilkent Üniversitesi(1995 Eylül), Boğaziçi Üniversitesi(1995 Kasım) ve İstanbul Teknik Üniversitesi(1996 Şubat) bağlantıları gerçekleşmiştir. 1996 yılında, TÜBİTAK bünyesinde kurulan ULAKBİM (Ulusal Akademik Bilgi Merkezi)'in, Ulusal Akademik Araştırma Ağı'nı (ULAKNET) tesis etmesini takiben, ODTÜ üzerinden çıkış yapan üniversite ve araştırma kurumlarının bağlantıları, bu tarihten itibaren kademeli olarak ULAKNET'e aktarılmıştır.<sup>11</sup>

İnternet teknolojilerinin kullanıldığı ağ yapılarının; üretilen bilginin paylaşılmasında, yaygınlaşmasında, eğitim ve araştırma faaliyetlerinde çok önemli bir olanak olduğu bilinmektedir. 1993 yılında 64 Kbit/sn kapasite ile kurulan Türkiye'nin ilk İnternet çıkış noktasının bağlantı kapasitesi, günümüz ağ teknolojilerinin “gigabit” lerle ifade edilen bağlantı kapasiteleri ile karşılaştırıldığında, iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişim gözlenebilmektedir. Kablolulu iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişimin yanısıra, 3.kuşak (3G) iletişim teknolojileri, mobil İnternet bağlantılarını ve bu bağlantılar üzerinden ses, video ve multimedia aktarımını olanaklı hale getirmekte; halen kullanılmakta olan IPV4 (İnternet Protocol Version 4) adresleme protokolünün bir alternatifini oluşturan IPV6 (İnternet Protokol Version 6) ile daha fazla sayıda cihazın İnternet üzerinde adreslenebilmesi mümkün olabilmektedir<sup>12</sup>.

<sup>11</sup> <http://www.muhasibetr.com>, Ferhat GÖKÇEN, “İnternet ve Elektronik Ticaret (E-Ticaret) üzerine”

<sup>12</sup> <http://www.internetarsivi.metu.edu.tr/10yil.php>

### 1.1.6. World Wide Web(WWW)

World Wide Web internetin bir parçasıdır. Web dünya üzerinde bulunan birçok bilgisayarda depolanmış dev bir doküman koleksiyonudur. Web, Mart 1989'da yüksek enerji fiziği konusunda dünyanın değişik kesimlerinde araştırmalar yapan kişiler arasında etkin ve kolay bir haberleşme platformu olarak Tim Berners-Lee tarafından Avrupa Parçacık Fiziği Laboratuvarı'nda (CERN: European Particle Physics Laboratory) geliştirilmeye başlandı. 1991 yılında kullanıma kondu.<sup>13</sup> 1992 yılı içinde CERN WWW projesini kamuya açık hale getirdi. WWW'deki büyük potansiyeli fark edenler kendi bilgilerini sunucuları vasıtasıyla internete koymaya başladılar. 1993 yılı sonunda piyasada her türden işletim sistemine göre tasarlanmış birçok web tarayıcı ortaya çıkmış, 1994 yazında ise WWW internete erişimin en önemli yolu olma özelliğini kazanmıştır<sup>14</sup>.

İnternetin çok hızlı bir şekilde yayılmasının nedeni World Wide Web'in ortaya çıkmasıdır. Daha önceleri genellikle akademik ve araştırma amaçlı kullanılan internet WEB'in ortaya çıkmasıyla geniş kitlelere yayılma imkanı bulmuştur. İnternetin eskiden beri yaygın olarak kullanılan elektronik posta, FTP(Dosya Transferi), Telnet, gopher gibi uygulamaları artık çok daha kolay bir şekilde WEB üzerinden yapılabilmektedir. Bu özellik, interneti tüm diğer bilişim teknolojisi konularından ayrı bir yere koymaktadır<sup>15</sup>.

### 1.1.7. İntranet

İnternet teknolojisinde kullanılan araçlardan, işletme içi iletişim amacı ile kullanılacak şekilde yararlanılması intranet olarak isimlendirilmektedir.<sup>16</sup> İntranetler genellikle şu üç kategoriye ayrılmaktadır:<sup>17</sup>

---

<sup>13</sup> Korkmaz, **a.g.e.**, s.24.

<sup>14</sup> Akın, **a.g.e.**, s. 49.

<sup>15</sup> H.Bahadır Akın, **Yeni Ekonomi**, 1.b., Çizgi Kitabevi, Aralık 2001, s. 48.

<sup>16</sup> Coşkun Dolanbay, **E-Ticaret Stratejileri ve Yöntemleri**, Ankara, Ağustos 2000, s.14.

<sup>17</sup> Dolanbay, **a.g.e.**, s. 15.

- İşletme içi iletişim araçları,
- İletişimin yanında, karşılıklı etkileşim çalışmalarının da kullanılabilirdiği yapılar,
- Tüketicilerin ve/veya birlikte çalışılan şirketlerin de erişebildikleri yapılar.

Bir intranet sitesinin mutlaka internete bağlı olması gerekli değildir. İtranet sitelerinin çoğuna web üzerinden erişilemez ya da erişimde çeşitli güvenlik önlemleri ile karşılaşılır. İtranet siteleri olan işletmelerin ayrıca web sayfaları vardır. Bu sistemlerin birbirinden ayrı olarak tanımlanması ile şirket içi çalışmaların güvenliği daha yüksek olur ve intranet, internet ortamının sağladığı tüm kolaylığı işletme bünyesine adapte ederken, personelin internete olan bağlantısını engelleyerek iş zamanı kayıplarını önlemektedir.<sup>18</sup>

### **1.1.8. Extranet**

Uluslararası bir ortamda bilgiye ulaşma ve iletişim faaliyetlerini en kolay şekilde yerine getirmek için internet, örgüt içersindeki modern ve pratik bilgisayar ağı için İtranet kullanımının gerekliliği ifade edilmiştir. İtranetler dahili bir network sistemi yapısına sahip olduğundan bağımsız örgütler için idealdir. Franchise, barter, bayilik, iş ortaklığı gibi sistemlerin yoğun olduğu bir çağda bağımsız örgütlerin rekabette daha zayıf düzeyde olma ihtimalleri yüksektir. Networking endüstrisinin en son geliştirilmiş teknolojik alanı olan extranetler, firma İtranetlerinin iş ortakları, müşteriler ve bayilerin ortak kullanımına açılması anlamına gelmektedir.<sup>19</sup>

Extranetler, firmanın iş ortakları ile elektronik bağlantılar kurarak yeni pazarlar açma, maliyetleri düşürme ve teknoloji karmaşıklığını giderme konularında destek sağlamalarının yanında kullanıcıların iş yapma biçimlerini kolaylaştırdığından verimliliğin artmasında yardımcı olurlar. Çalışanlar ve iş ortakları extranetleri

---

<sup>18</sup> Dolanbay, **a.g.e.**, s. 14.

<sup>19</sup> Selçuk Burak Haşiloğulları, **Enformasyon Toplumunda Elektronik Ticaret ve Statejileri**, İstanbul: Türkmen Kitabevi, 1999, s.74.

kullanarak internet teknolojilerini iletişim işbirliği ve ticari faaliyet amaçlarında güvenli olarak kullanabilirler.<sup>20</sup>

Extranet, ticari ortaklarla İtranet bağlantısını sağlayan ve bu bağlamda örgüt içersindeki tüm bilgilere ulaşılmasına yardımcı olan bir sistem olarak düşünüldüğünde, gizli tutulan bilgilerin emniyeti açısından extranet stratejilerinin önemi büyüktür. Çünkü extranetlerin en fazla dikkat çeken noktaları, intranetini açan firmanın bilgisayarlarına, uygulamalarına, veritabanlarına erişme konusudur. Bunun düzenlenmesi karşılıklı olarak güvenlik duvarı topolojilerinin(ilinge) belirlenmesi ve firmaların yine karşılıklı olarak birbirlerinin kaynaklarına güvenli erişim kanallarını açmaları ile yaşama geçirilir.<sup>21</sup>

## 1.2. ELEKTRONİK TİCARET

Günümüzde çok popüler olan "KÜRESELLEŞME" terimi internet'in gelişmesi sayesinde ortaya çıkmıştır. Gerçekten de internet sayesinde ticari anlamda ülkeler arasındaki sınırlar kalkmıştır. BİLİŞİM teknolojilerindeki inanılmaz gelişimin ardında, aslında bu teknolojilerin ticari faaliyetlerde de kullanılabilmesi düşüncesi yatmaktadır. Sözkonusu gelişmeler de gösteriyor ki; öncelikle bilişim teknolojilerinin ticari faaliyetlerde kullanılabileceği düşüncesi bilişim teknolojilerinin hızlı bir şekilde gelişmesini sağlamıştır. Şimdi ise bu teknolojilerin ticari faaliyetlerde nasıl en etkin biçimde kullanılabileceği düşüncesi ve bu konu üzerindeki çalışmalar "ELEKTRONİK TİCARET" kavramını gündeme getirmiştir<sup>22</sup>.

### 1.2.1. Elektronik Ticaret Kavramı

Elektronik Ticaret ya da 'E-Ticaret', anlam olarak genellikle internet üzerinde satın alma ve satış yapma hareketi olarak tanımlanmaktadır. Elektronik Ticaret, bilgi, ürün veya hizmet satın alma ve satma faaliyetinin bilgisayar ağları

---

<sup>20</sup> Thomas J. Pincine, **Extranetler, Kurumsal Dünyanın Yeni Kralları**, Networkworld, Mayıs 1998, s.58'den Selçuk Burak Haşiloğulları, **Enformasyon Toplumunda Elektronik Ticaret ve Statejileri**, İstanbul: Türkmen Kitabevi, 1999, s.75.

<sup>21</sup> Haşiloğulları, **a.g.e.**, s.76.

<sup>22</sup> Ankara Ticaret Odası, **Elektronik Ticaret ve İnternet**, Haziran 1999-08 Yayını, Ankara:1999, s.7.

kanalıyla gerçekleştirilmesinin yanı sıra; sunulan bilgi, ürün veya hizmet için talep yaratmak (pazarlama), satışın bütün evrelerinde müşteri desteği vermek ve de ticari kurumlar ve müşterileri arasındaki ticari ve lojistik iletişimi yine küresel bilgisayar ağları kanalıyla sağlamaktır<sup>23</sup>.

E-ticaretin tanımı konusunda farklı ülkelerin kuruluşları tarafından farklı tanımlar ortaya konmaktadır. Ancak E-Ticaret konusunda en yaygın genel kabul görmüş tanım OECD tarafından 1997’de yapılan tanımdır. Bu çerçevede E-Ticaret aşağıdaki eylemleri kapsayan bir süreç olarak tanımlanmaktadır:<sup>24</sup>

- Ticaret öncesi firmaların elektronik ortamda bilgilenmesi ve araştırma yürütmesi,
- Firmaların elektronik ortamda buluşması,
- Ödeme sürecinin yerine getirilmesi,
- Taahhüdün yerine getirilmesi, mal veya hizmetin müşteriye teslimi,
- Satış sonrası bakım, destek v.b. hizmetlerin temin edilmesi.

E-ticaret kapsam olarak 2 farklı pazara ayrılır. Bunlar **B2B** (Business to business-Firmadan firmaya e-ticaret) ve **B2C** (Business to customer - Firmadan müşteriye yönelik e-ticaret) pazarları olarak belirtilebilir. Genel anlamda e-ticaret, tanıma açısından B2C pazarı olarak daha çok bilinmektedir. Bunda temel etken, son kullanıcıya yani müşteriye yönelik olmasıdır. Bu nedenle daha çok insanı ilgilendirebilecek bir pazar alanıdır. Oysa B2B pazarı daha dar bir kesime seslenmesine rağmen, hem iş yapan firmalar arası işlem yükü hem de özel işlerlik açısından B2C’ye göre daha etkin, kapsamlı ve teknik bir yapıya sahiptir<sup>25</sup>.

---

<sup>23</sup> [http://www.interguide.net/yeniinterguide/Hizmetler/e\\_ticaret.htm](http://www.interguide.net/yeniinterguide/Hizmetler/e_ticaret.htm) (01 Ekim 2006)

<sup>24</sup> Korkmaz, **a.g.e.**, s.51.

<sup>25</sup> <http://www.kobitek.com/makale.php?id=21> (13.12.2006)

B2C pazarı, daha çok internet üzerinden satış yapan web portalları ve sanal mağazalar aracılığıyla ortaya çıkmaktadır. Genel olarak, ticari kurumların kendi web sitelerinden pazarlama ve satış yapabilmelerini sağlayan tüm işlemler B2C kapsamındadır. Bu sistemde müşteriler ihtiyacını duydukları ürünleri firmanın web sitesinden ya da firmanın ürünlerini verdiği ve başka firmaların ürünlerinin de pazarlandığı web portalları veya sanal mağazalardan (bunlara elektronik pazaryerleri de denilebilir) sipariş ederler. Müşteri siparişlerle birlikte, ödeme için kredi kartı bilgilerini de elektronik ortamda web sitesine gönderir. Bu işlem **VPOS\*** 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 kullanılan POS cihazlarının internet'e 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. Türkiye'de birçok banka bu hizmeti sunmaktadır. Bunun dışında firmanın tercihinin göre EFT ya da havale yoluyla ödeme olanakları da mevcuttur.<sup>26</sup>

Türkiye'deki B2B altyapısı genellikle büyük firmaların oluşturduğu bayilik ağında görülmektedir. Bu şekilde kapalı bir ağ yapısında, firmaya bağlı bayiler, tedarik, stoklama, dağıtım, pazarlama v.b. gibi iş süreçlerini etkin şekilde yürütme olanağına kavuşmaktadırlar<sup>27</sup>.

**B2B** e-ticaret uygulamalarının sağladığı avantajlar şöyle sıralanabilir:<sup>28</sup>

- Herhangi bir aracıya gerek kalmadan bilgiye ve ürüne ulaşma şansı,
- Müşteri taleplerinden daha çabuk haber alma ve değerlendirme olanağı,
- Tedarikçi seçiminde daha geniş seçenekler ve tercihler elde etme avantajı,
- Ürünlerin pazara sunumu ve takibinin kolaylaşması,

---

\* **VPOS:** Virtual point of sale – Sanal ödeme noktası

<sup>26</sup> <http://www.kobitek.com/makale.php?id=23> (13.12.2006)

<sup>27</sup> <http://www.kobitek.com/makale.php?id=23> (13.12.2006)

<sup>28</sup> <http://www.kobitek.com/makale.php?id=22> (13.12.2006)

- Bürokratik işlemlerin azalması hatta bazı işlemlerde ortadan kalkması,
- Sadece yerel pazardaki tedarikçileri ya da üretilen ürünü talep edecek diğer firmaları değil, yurtdışındaki tedarikçi ya da müşterileri kolaylıkla bulma olanağına kavuşması,
- Stok takibinin kolaylaşması ve stok devir hızının artması, (Tedarikçiler de stok durumunuza göre kendilerini daha iyi ayarlayıp, is sürecinize göre daha uyumlu hareket ederler.)
- Satınalma maliyetlerinin azalması,
- Müşteri memnuniyetinin artması,
- Firma içi verimlilik ve işlerin kontrolü, denetlenmesi konularında etkinliğin artması.

### **1.2.2. Elektronik Ticaretin Amacı ve Önemi**

Elektronik ticaretin amaçları şu şekilde sıralanabilir:<sup>29</sup>

- İşletme faaliyetlerini yerel ve uluslar arası alanda daha kolay hale getirmek,
- Firmanın etkinliğini ve duyarlılığını artırmak,
- Uyumlu ve yüksek kaliteli elektronik etkileşim sağlamak,

Günümüz işletmelerinin elektronik ticaret konusuna daha fazla önem vermeleri ve bu konuya bağlı olarak ar-ge faaliyetlerine ağırlık vermelerinin nedeni elektronik ticaretin işletmelerin yeni pazarlara açılmasına yardım etmesidir. Aynı zamanda iletişim teknolojilerinin sağladığı hız, ucuzluk ve güven gibi avantajlar

---

<sup>29</sup> Halil Elibol, Burcu Kesici, “Çağdaş İşletmecilik Açısından Elektronik Ticaret”, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı:11, Temmuz 2004, s.307.

doğru pazarlama stratejileriyle birleştiğinde, global olarak, işletmelerin karlılığını artırmaktadır<sup>30</sup>.

Ticaret ve iş ilişkilerinde elektronik ortamların ve özellikle internet teknolojilerinin kullanılmasıyla; mevcut iş olanakları artacaktır. Buna bağlı olarak, pazarlanan ürünlerin satışı çok daha kolaylaşacak, reklam, ürün tanıtım, satış öncesi ve sonrası destek ve benzeri kanallar tamamen elektronik ortamda daha etkili kullanılabilir. İş verimlilik analizleri ve planlamalar daha kolay yapılıp, uluslararası pazara kolayca ulaşabilme olanağı sağlayacaktır<sup>31</sup>.

### 1.2.3. Elektronik Ticaretin Gelişimi

Elektronik ticaretin gelişiminin tarihsel boyutuna bakıldığında iki önemli unsurun belirleyici olduğu görölmektedir. Bunlardan birincisi etkileşimli çoklu ortam hizmetlerinin gelişmesi ve bilgisayar ile haberleşme ve televizyon yayıncılığı sektörlerinin gittikçe iç içe geçmesi; ikincisi ise piyasaların küreselleşmesi ve serbestleşmesi(liberalizasyonu)'dir. Uluslararası ticaretin ve buna paralel olarak etkin mal ve hizmet taşıma yöntemlerinin gelişmesi, ölkeler arasındaki ekonomik bağımlılığın düzeyini arttırırken, ürünlerle piyasaların küreselleşmesine de yol açmıştır. Bilgi toplumuna doğru gidilişin temel dinamikleri olan bu gelişmeler, sanayileşmiş ölkelerin bilgi yoğun hizmetlerle yeniden yapılanma sürecini başlatmıştır. Bu sektör, ekonomide tarım ve sanayiden daha hızlı gelişen en güçlü kesim haline gelmiş olup, bütün bu süreç sonunda e-ticaret bilgi toplumunun uygulanmasında en önemli alanlardan biri olarak ön plana çıkmıştır.<sup>32</sup>

Elektronik iletişim teknolojileri ticari hayatta aslında uzun yıllardır (1980'lerden beri) kullanılmaktadır. Ama internetin e-ticaret için kullanılması çok yenidir (1997'lerden beri). Zaten internet asıl gelişimini(patlamasını) ticari kullanımı artmaya başladıktan sonra yaşamaya başlamıştır. Sonuçta, internetin yaygınlaşması ile birlikte, web ve e-posta uygulamalarının e-ticaretin doğal mekanı haline geldiği

<sup>30</sup> Mustafa Taşlıyan, **Elektronik Ticaret**, Sakarya Kitabevi, 1.Baskı, Kahramanmaraş:2006, s.52.

<sup>31</sup> Mehmet Civan ve Vedat Bal, "E-Ticaret ve KOBİ'lerin Geleceği", **I. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi**, Kocaeli, Mayıs 2002, s.1015.

<sup>32</sup> Korkmaz, a.g.e., s.52.



söylenbilir. İnternetin ticari ürünleri satmada kullanımı, ilk başta ‘belki olabilir’ türünden ve süslü web sayfalarından oluşan bir takım denemelerden ibaretti. Ancak Amazon.com, Dixons, Yahoo gibi örneklerin 1-2 yıl içerisinde, sadece internetin üzerinden sattıkları servislerle birer büyük şirket haline gelmeleri, birden bu denemeleri ve hayalleri gerçeğe dönüştürmüştür. İnternet üzerinde dönen ekonomi her geçen gün artmaktadır. Hatta 1999 yılında Amerikan Ticaret Bakanlığı’nın yaptığı bir araştırmada internet ekonomisinin (ucuz girdi ve iş gücü, az maliyet vb. nedenlerle) enflasyon oranının azaltılmasında rol oynadığı saptanmıştır.<sup>33</sup>

#### 1.2.4. Elektronik Ticaretin Özellikleri

Elektronik ticaretin özellikleri aşağıdaki gibi sıralanabilir<sup>34</sup>:

- İnternet üzerinden gerçekleştirilen ticaretin en önemli noktası, taraflar arasında interaktif olarak gerçekleştirilmesidir.
- Elektronik ticaret bir işletme için dünyaya açılan en büyük kapıdır.
- Elektronik ticaret, kendisi üzerinde yapılacak tüm çalışma yöntemlerinde radikal kararlar alınmasını gerektirebilir.
- Elektronik ticaret, yeni bir çalışma kültürü oluşturduğu gibi, kendisine ait farklı bir kültüre sahip tüketicilere hitap etmektedir. Ancak bu kültür, internetin hızla yaygınlaşması ile kapsamını genişletmektedir.
- Elektronik ticaret sistemi ile ulaşılabilecek pazar payının da, tüketici kitlesinin de önceden saptanması neredeyse olanaksızdır.

---

<sup>33</sup> İbrahim Sırma “ Elektronik Ticaret Stratejileri” *Askan Bülteni* İstanbul Üniversitesi (2002) . s.20.

<sup>34</sup> Coşkun Dolanbay, *E-Ticaret Strateji ve Yöntemleri*, 1.b., Ankara: Sistem Yayınları, 2000, s. 34.

- Elektronik ticaret, bölgesellikten sıyrılmayı gerektirir. Elektronik ticaret, internet üzerinde sunulan bilgi, ürün ve hizmetlere hemen hemen dünyanın her yerinden anında ve rahatlıkla erişim imkanı sağlamaktadır.
- Elektronik ticaretin 24 saat 7 gün çalışabilen altyapısı, iletişimi ve alışverişi kısıtlayıcı zaman problemini ortadan kaldırır.
- Elektronik ticaretin güvenilirliği istatistiklerle ispatlanmıştır. Gelişmekte olan yeni teknolojilerin güvenilirliğinin daha da kuvvetlendirmesi beklenmektedir.
- Elektronik ticaretin altyapısı ile tüketicilerin tercihleri, alışkanlıkları ve demografik özellikleri takip edilebilir ve bu bilgiler kullanılarak ürün veya hizmet satın alanla, satan arasında 'kişiyeye özel' ticari ilişki kurulabilir.

#### **1.2.5. Elektronik Ticaretin Araçları**

Elektronik ticaret için telefon, fax, televizyon, elektronik ödeme ve para transfer sistemleri, elektronik veri değişimi(Electronic Data Interchange-EDI) ve internet olmak üzere altı ana araçtan söz edilebilir. Fakat elektronik ticaret çoğu zaman internet ve diğer ağlar üzerinden yapılan ticaret olarak algılanmakta ve tartışmalar bu araçlar üzerinde odaklaşmaktadır<sup>35</sup>.

Elektronik ticaretin çok yeni bir kavram olmasına karşın, ticari işlemlerde bir veya daha fazla insan tarafından ses, görüntü ve yazılı metinlerin aynı anda interaktif bir biçimde iletilmesi, zaman ve mekan sınırının olmayışı ve nispeten daha düşük maliyetlerle çalışılabilmesi şeklinde internet ortamının sunduğu olanaklar, elektronik ticaret kavramını hızla gündeme getirmiştir. Bu olanaklar internetin diğer elektronik ticaret araçlarına göre daha esnek olmasını sağlamaktadır. İnternet ortamı iletişim ve ticaretin önündeki engelleri azaltmaktadır.<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup> <http://inet-tr.org.tr/inetconf8/bildiri/1.doc> (10.11.2006).

<sup>36</sup> <http://inet-tr.org.tr/inetconf8/bildiri/1.doc> (10.11.2006).

Klasik elektronik ticaret araçlarından, Telefon esnek ve interaktiftir. Faks ise pahalıdır ve interaktif olmasına rağmen gönderilen dökümanın görüntü kalitesi iyi değildir. Televizyon çok yaygın olmasına rağmen tek yönlü bir iletişim aracıdır. Ticaretin önemli destekleri olan elektronik ödeme ve para transfer sistemleri(ATM, kredi kartları, borç kartları ve akıllı kartlar) sadece para aktarılmasında kullanıldığından ticaret sürecinde sınırlı bir bölüme hitap etmektedir.<sup>37</sup> Birbirinin yerine kullanılabilen tüm bu araçlar elektronik ticarete önemli ölçüde çeşitlilik kazandırmaktadır<sup>38</sup>.

Elektronik veri değişimi de, 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.<sup>39</sup>

### **1.2.6. Elektronik Ticaretin Tarafları**

Elektronik ticaret taraflarına göre İşletme-işletme, işletme-tüketici, işletme-devlet, tüketici-devlet arasında olmak üzere dört alt başlıkta incelenebilir.

#### **1.2.6.1. İşletmeden İşletmeye(İ - İ)**

‘Business to Business - B2B’ denilen şirketten şirkete, işletmeden işletmeye e-ticaret organizasyonunda eğer ürün ve hizmet, satıcıdan yine satış yapmak üzere başka bir satıcıya geçiyorsa burada kurumlar arası ticaretten bahsedebilir.<sup>40</sup>

En yaygın olarak kullanılan elektronik ticaret şeklidir. 1960’ların başından beri kullanılmaktadır. Elektronik veri değişimi(EDI-Elektronik Data Interchange) kullanılarak bilgi ve belgenin sanal ortamda web siteleri üzerinden karşılıklı olarak akışının sağlanması yoluyla yapılmaktadır. Bu ticaret şekli; firmaların elektronik ortamda tedarikçiye sipariş vermesi, malın üretimi, pazarlaması, satışı, sigortası,

---

<sup>37</sup> <http://inet-tr.org.tr/inetconf8/bildiri/1.doc> (10.11.2006).

<sup>38</sup> <http://inet-tr.org.tr/inetconf8/bildiri/1.doc> (10.11.2006).

<sup>39</sup> <http://inet-tr.org.tr/inetconf8/bildiri/1.doc> (10.11.2006).

<sup>40</sup> Hakan Uzunoglu, “**Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesinin İncelenmesi ve Değerlendirilmesi**”, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2002), s.37.

nakliyesi, fatura bedelinin ödenmesi ve satış sonrası hizmetlere kadar ticaretle ilgili hemen hemen bütün işlemleri kapsamaktadır. Bu ticaret şekli yatay olabileceği gibi firma-bayi-dağıtıcı-tedarikçi şeklinde dikey de olabilir.<sup>41</sup>

### 1.2.6.2. İşletmeden Tüketicie(İ - T)

Ürün ve hizmetlerin internet ortamında nihai tüketicilere on-line satışı, fikirlerin, ürünlerin ve hizmetlerin on-line faaliyetler aracılığı ile değişimini sağlayan tüketici ilişkilerinin kurulması ve geliştirilmesi süreci, geleneksel pazarlamaya bilişim teknolojilerinin uygulanmasının sonucu geleneksel pazarlama işlevlerinin etkinliğinin artması ve geleneksel pazarlama stratejilerinin dönüşüme uğraması gibi gelişmeler, tüketicilerin internete bağlanarak pek çok ürün ve hizmete 24 saat boyunca ve dünyanın her yerinden ulaşma ve satın alma olanağını sağlamaktadır. İnternette perakende satış faaliyetleri kısaca B2C(Business to Consumer; B2C) ‘e-alışveriş’, ‘online alışveriş’, ‘İnternette perakende pazarlama’ gibi kavramlarla anılmaktadır.<sup>42</sup>

### 1.2.6.3. İşletmeden Devlete(İ - D)

Firmalar ile kamu kuruluşları arasındaki ticari işlemler, vergiler, gümrük işlemleri, sosyal güvenlik, istatistik ve izinlerin elektronik yoldan izlenmesi ve düzenlenmesi, kamu ihalelerinin elektronik ortamda duyurulması işletme devlet arasındaki ticaretin ilk örneklerini oluşturmaktadır.<sup>43</sup>

Ticari hayat büyük ölçüde devletle ilişkiler temelinde gelişir. Geleneksel devlet yapılarında ekonomik faaliyetlerin izlenmesi, denetlenmesi ve kayıtlanması, bunlar üzerinden vergi tahakkuk ve tahsilatı yapmak çok fazla kırtasiye ve bürokrasiye neden olmaktadır. Ağ sistemleri bu sorunları büyük ölçüde ortadan kaldırmaktadır. Ekonomik faaliyetleri kolaylaştırmak üzere gerçekleştirilecek uygulamalarla kuruluş ve yatırım izinleri, tescil işlemleri, farklı kurumlara yapılacak

---

<sup>41</sup> Aysun Küçükylmazlar(haz.), **Elektronik Ticaret Rehberi**, İstanbul Ticaret Odası Yayın No:2006-3, Şubat,2006, s.11.

<sup>42</sup> Recep Baki Deniz, “*Türkiye’de Ağırlıklı Olarak Gıda Maddeleri Satan Zincir Marketlerin İnternette Pazarlama Faaliyetlerine Yönelik Bir Araştırma*”, **Öneri Marmara Üniversitesi Sos. Bil. Enst. Hakemli Dergisi**, Cilt:5, Sayı:20, Haziran 2003, s.56.

<sup>43</sup> Uzunoglu, a.g.e., s.40.

başvurular, formlar, dosya takipleri gibi işlemler daha kolay hale gelecektir. Bu hem ekonominin kayıt altına alınması hem de vergi tahsilatını arttırıcı etki yaratacaktır. Benzer şekilde ihracat formalitelerinin kolaylaştırılması, devletin satın alma faaliyetlerini ağ ortamına taşınması, ihalelerin ağ ortamında yapılması, farklı kurumların satın almalarını birleştirerek daha büyük miktarlarda satın almaya gitmeleri e-Devletin şirketlerle ilişkisi boyutunu tanımlamaktadır.<sup>44</sup>

#### **1.2.6.4. Tüketiciden Devlete(T - D)**

Devletin, bünyesindeki kurumlar ve özel kesimle, elektronik ağlar aracılığı ile bağlanması durumu ‘Elektronik Devlet’ ya da kısaca ‘e-devlet’ kavramı ile ifade edilmektedir. Gelecekte gerçekleşmesi muhtemel bu türde, vatandaşların devletle olan ilişkilerinin elektronik ortamda sürdürülmesi mümkün hale gelecektir. Henüz yaygın örnekleri olmayan bu kategoride ehliyet, pasaport başvuruları, sosyal güvenlik primleri ile vergi ödemeleri, evlilik, doğum, ölüm gibi kayıtların yapılması vb. uygulamalar ile e-devlete geçişin sağlanması planlanmaktadır. Devletin, e-devlete dönüşmesi sonucunda, işlemlerin sıra beklemeye gerek kalmaksızın bilgisayar aracılığı ile yapılması, kamu kesiminin personel sayı ve yapısında dönüşüm yaşanması, kırtasiye harcamalarının azaltılması, işlemlerin şeffaflaşması bu yolla yolsuzluğun önüne geçilmesi gibi pek çok olumlu etkinin yaşanması beklenmektedir.<sup>45</sup>

#### **1.2.7. Elektronik Ticaretin Klasik Ticaretten Farkları**

Satın alınacak ürün hakkında bilgi toplanması, geleneksel ticaret yöntemlerinde firmalar ile görüşülerek, dergiler veya kataloglar incelenerek gerçekleştirilir. Oysa e-ticaret’te bilgi, web sayfaları üzerinde ürün veya hizmet pazarlayan kurumların web sitelerinden rahatlıkla elde edilebilmektedir. Geleneksel ticaret yöntemlerinde ürün veya hizmet ihtiyacı olan bir kimse satın alımı gerçekleştirmek için talep bildirmek ve form doldurarak onay mekanizmasına göndermek durumundadır. Oysa E-Ticaret uygulamasında elektronik posta kanalıyla

---

<sup>44</sup> İbrahim Kırçova, **E-Devlet Uygulamaları ve Ekonomiye Etkileri**, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, Yayın No:2003-38, İstanbul,2003, s.54.

<sup>45</sup> Uzunoglu, **a.g.e.**, s.40.

bu işlem kolay ve hızlı bir şekilde gerçekleştirilmektedir. Geleneksel ticaret yöntemlerinde, sipariş verme aşamasında yine formlar doldurulur ve tedarikçi firmaya fakslanır veya postalanır. Oysa E-Ticaret'te elektronik posta veya EDI (Elektronik Veri Değişimi) yöntemi ile bu işlem kolayca gerçekleştirilmektedir.<sup>46</sup>

Genel olarak değerlendirmek gerekirse elektronik ticaretin klasik ticarete göre belirgin farkları daha çok iletişim ve onay işlemlerinde ortaya çıkmaktadır. Veri aktarımının sağlanması için klasik yöntemde birçok yol vardır. Ancak bunların hepsi e-posta ve diğer data aktarım alanlarından daha hızlı olamamaktadır.<sup>47</sup> Elektronik ticaretin geleneksel ticarettten farklılıkları ana hatlarıyla tablo.1.1'de ele alınmaktadır.

**Tablo.1.1:** Geleneksel ve Elektronik Ticaretin Karşılaştırılması

<b><u>SATIN ALMAYI YAPAN FİRMA</u></b>	<b><u>GELENEKSEL TİCARET</u></b>	<b><u>ELEKTRONİK TİCARET</u></b>
Bilgi Edinme yöntemleri	Görüşmeler, dergiler, kataloglar, reklamlar	Web sayfaları
Talep Belirtme Yöntemi	Yazılı Form	Elektronik posta
Talep Onayı	Yazılı Form	Elektronik posta
Fiyat Araştırması	Kataloglar, görüşmeler	Web sayfaları
Sipariş Verme	Yazılı Form, Faks	Elektronik posta, EDI
<b><u>TEDARİKÇİ FİRMA</u></b>	<b><u>GELENEKSEL TİCARET</u></b>	<b><u>ELEKTRONİK TİCARET</u></b>
Stok kontrolü	Yazılı form, faks, telefon	Online veritabanı, EDI
Sevkiyat Hazırlığı	Yazılı form, faks, telefon	Elektronik veritabanı, EDI
İrsaliye Kesimi	Yazılı form	Online veritabanı, EDI
Fatura Kesimi	Yazılı form	Elektronik posta, EDI
<b><u>SİPARİŞİ YAPAN FİRMA</u></b>	<b><u>GELENEKSEL TİCARET</u></b>	<b><u>ELEKTRONİK TİCARET</u></b>
Teslimat Onayı	Yazılı form	Elektronik posta, EDI
Ödeme Programı	Yazılı form	Online Veritabanı, EDI
Ödeme	Banka havalesi, Posta, Tahsildar	İnternet Bankacılığı, EDI, EFT

**Kaynak:** Aysun Küçükylmazlar (haz.), **Elektronik Ticaret Rehberi**, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, Şubat 2006, s.14

<sup>46</sup> Elibol, Kesici, **a.g.m.**, s.309.

<sup>47</sup> Küçükylmazlar, **a.g.e.**, s.13.

### 1.2.8. Elektronik Ticaretin Güvenirliği

Elektronik ticarete güvenlik, bu yolla yapılacak olan ticaretin en önemli sorunları arasında yer almaktadır. Eğer kullanıcılar, ulaştırmak istedikleri verilerin üçüncü kişilerce kullanılabilceğini ya da değiştirilebileceğini düşünürlerse, internetin elektronik ticaret amaçlı kullanımı söz konusu olmayabilecektir. İnternet kullanıcıları arasında yapılan araştırmalar, internetin elektronik ticaret amaçlı kullanımının büyük ölçüde işlemlerde güvenliğin sağlaması ve özel hayatın korunmasına bağlı olduğunu ortaya koymaktadırlar. şahısların ve kurumların şu anda elektronik ticaretin yaygın ödeme aracı olan kredi kart numaralarına, üçüncü kişilerin erişebileceklarini düşünmeleri, bu kesimlerin ticarete geleneksel yöntemleri kullanmalarına neden olabilecektir. Tüm bu sebepler elektronik ticarete güvenliği aşılması gereken en önemli sorun haline getirmiş ve bu konudaki çalışmalara hız kazandırmıştır.<sup>48</sup>

Günümüze kadar, işletmeler sistemlerini sadece kendi çalışmalarına açtiklarından lokal güvenlik önlemleri belirli ölçüde ihtiyaçları karşılayabilmekteydi. E-Ticaretin gelişimi ile işletmeler kendi müşterilerine, tedarikçilerine ve yeni ticari topluluklara sistemlerini açmak durumunda kalmaktadır. Bu bağlamda güvenlik unsurları içersinde 3 tane önemli madde görölmektedir:<sup>49</sup>

- **Doğrulama** : İşlemi gerçekleştirenlerin kimliklerinin doğrulanması.
- **şifreleme** : Mesajların, iletişim kanalı boyunca müdahaleye uğramayacak şekilde kodlanması.
- **Ağ Güvenliği** : Sistemlerin ve veri tabanının dış saldırılardan korunması. (Örneğin çalışanların sisteme erişim yetkilerine ilişkin kontrol noktalarının oluşturulması)

---

<sup>48</sup> Murat Çak, **Dünyada ve Türkiye’de Elektronik Ticaret ve Vergilendirilmesi**, İstanbul Ticaret Odası Yayın No:2002/6, 2002, s.55.

<sup>49</sup> İbrahim Kırçova, **İşletmelerarası Elektronik Ticaret**, İstanbul Ticaret Odası Yayın No:2001/32, 2001,s.32.

### 1.2.9. Elektronik Ticaretin Maliyetlere Etkisi

Elektronik ticaretin temeli olan sanal işletmenin kurulum ve sürdürülme giderleri geleneksel işletmeye oranla çok düşüktür. E-ticaret sisteminin maliyeti, iki ana bölüm halinde ele alınmalıdır: Birinci bölüm, sistemin tasarlanmasında kullanılacak araçlar, personel ve birlikte çalışacak şirketlerden oluşmaktadır; ikinci bölümde ise, tasarlanan sistemin oluşturulması ve yürütülmesi ile ilgili maliyetler söz konusudur.<sup>50</sup>

Elektronik ticaret yatırımı gerçekleştirilmeden önce yapılacak yatırımın sonucunda elde edilecek gelirin belirlenmesi, bu alanda gerçekleştirilecek yatırım miktarının belirlenmesi açısından önemli bir faktördür. Bu nedenle e-ticaret sitesine yapılan yatırımın işletmeye getireceği geri dönüşün tahmin edilmesi gerekir. Ancak e-ticaret sistemi kullanımı yolu ile elde edilecek gelirin tahmin edilmesi somut kriterlere bağlı değildir ve hesaplanması neredeyse olanaksızdır. Yine de e-ticaret kullanımı ile azalan maliyetlerin belirlenmesi ve hesaplanması, e-ticaret sistemleri gelirlerinin ve getirilerinin başlangıç noktasını oluşturmaktadır. Bu unsurlar şu şekilde özetlenebilir<sup>51</sup>:

- Posta masrafları (ortaklara, kullanıcılara gönderilen her türlü posta),
- İletişim masrafları (Telefon, fax vb.),
- Çalışmaların en az kağıt tüketimi ile yürütülmesi,
- Teknik destek ve iletişimin elektronikleştirilmesi,
- Tüketici ve kullanıcılara sunulan tüm hizmetlerin internet ortamına aktarılması ile bu bölümde sağlanacak gider azalmaları.

---

<sup>50</sup> Taşlıyan, **a.g.e.**, s.150.

<sup>51</sup> Taşlıyan, **a.g.e.**, s.152.



Yapılan işin karmaşıklığı, Elektronik Ticaret için katlanılan maliyeti direkt olarak etkilemektedir. Maliyeti etkileyen bazı faktörler şu şekilde olabilir<sup>52</sup>;

- Satılan ürünler ayrıcalıklı mıdır, yoksa başka bağımlı oldukları ürünler var mıdır?
- Örneğin satılan ürünün başka aksesuarları var mı? Yoksa tek başına satılabilir ürün müdür?
- Fiyatlamalar basit midir? Yani bir ürünün fiyatı belli midir yoksa müşteriye göre ürün fiyatı da değişebilir mi?

Kısacası, Elektronik Ticaret ne kadar basite indirgenirse maliyetler de o kadar az olacaktır<sup>53</sup>.

### **1.2.10. Elektronik Ticaret ve FTKZ Analizi**

İşletmenin e-işletmeye dönüşüm süreci, (e-iş süreçlerine dönüşüm) yöneticinin e-yöneticiye dönüşümü, çevrenin incelenmesi ve FTKZ analizi ile başlar; amaçların belirlenmesi ve stratejilerin geliştirilmesiyle devam eder. Dönüşümü başlatanlar ise elbette vizyon sahibi olan yöneticiler, çalışanlar ve uzağı gören girişimcilerdir. E-dönüşümün amacı tedarik, üretim, pazarlama, finansman sağlama gibi işletme becerilerinin yanı sıra yönetim becerilerinin, yani; planlama, uygulama ve kontrol işlerinin de e-ortama uygun gerçekleştirilmesidir<sup>54</sup>.

FTKZ analizi işletmenin güçlü olduğu yönleri ile zayıf olduğu yönlerini, bu yönlerin ve dış çevrenin ortaya çıkardığı fırsatları ve tehditleri ortaya koyup analiz etmeye dayanır.<sup>55</sup>

---

<sup>52</sup> [http://www.interguide.net/yeniinterguide/Hizmetler/e\\_ticaret.htm](http://www.interguide.net/yeniinterguide/Hizmetler/e_ticaret.htm) (01 ekim 2006)

<sup>53</sup> [http://www.interguide.net/yeniinterguide/Hizmetler/e\\_ticaret.htm](http://www.interguide.net/yeniinterguide/Hizmetler/e_ticaret.htm) (01 ekim 2006).

<sup>54</sup> Şule Özmen, **Ağ Ekonomisinde Yeni Ticaret Yolu**, 1.Baskı, İstanbul:Ocak 2003, s.67.

<sup>55</sup> Taşhyan, **a.g.e.**, s.104.

İşletmeler tüm stratejik durumlarda yaygın olarak uygulanan, neredeyiz?, nerede olmak istiyoruz?, nasıl olacağız? şeklinde üç temel stratejik soruya cevap bulmak suretiyle stratejilerini geliştirebilirler. Bu sorulara cevap verebilmek için işletmenin dış çevresindeki fırsat ve tehditlerle, içinde sahip olduğu üstünlük ve zayıflıklarının (kısaca FTKZ) belirlenmesi gerekmektedir<sup>56</sup>.

### 1.2.10.1. Fırsatlar

FTKZ analizine başlarken elektronik ticaret yapma konusundaki kararı etkilemesi gereken unsurların başında bu yeni ticaret ve iş platformunun sunduğu fırsatların belirlenmesi ve bu fırsatların bir firma yada iş sahibi tarafından ne derece değerlendirilebilecek fırsatlar olduğunun saptanması gelmektedir. Yeni pazarlar bulma, rekabet avantajı elde etme, maliyetin düşmesi, verimliliğin artması, müşteri odaklı pazarlama, 7 gün 24 saat 365 gün erişebilirlik gibi fırsatlar elektronik ticaretin sunduğu fırsatlar arasındadır<sup>57</sup>.

Genel olarak e-dönüşümün getireceği fırsatların en önemlilerinden birisi, internetin zamandan ve mekandan bağımsız olmasından dolayı yeni pazarlar bularak, satışları ve dolayısıyla gelirleri artırmaktır. Yeni Pazar dilimlerine ve özel pazarlara erişme olanağının yanı sıra, tüm internet kullanıcılarının, işletme müşterisi olsun ya da olmasın, potansiyel birer müşteri oldukları göz önüne alınarak bu fırsatın değerlendirilmesi gerekir. İnternet ve iletişim teknolojilerini kullanarak müşteri memnuniyetini sağlamak önemli bir fırsattır<sup>58</sup>.

---

<sup>56</sup> Selman Aziz Erden, **Üretim Ortamları Maliyet Yönetim Sistemleri İlişkisi ve Stratejik Maliyet Yönetimi**, Türkmen Kitabevi, İstanbul:2004, s.239.

<sup>57</sup> Taşlıyan, **a.g.e.**, s.107.

<sup>58</sup> Özmen, **a.g.e.**, s.74.

### **1.2.10.2. Tehditler**

Yeni ekonomide firmalar için en büyük tehdit aslında değerlendirilmeyen fırsatlardır. Çünkü e-ticaretin sunduğu, ancak yararlanılmayan her fırsat, rakip ya da potansiyel rakipler tarafından değerlendirildiği anda zaten söz konusu işletmeye bir tehdit oluşturmaktadır. Bir diğer tehdit unsuru, teknolojik altyapıyla ilgili sorunlardır. Örneğin hızlı erişim ve işlem yapmayı engelleyecek teknik altyapı sorunları, iş ortaklarının teknik olarak yetersiz kalışı, gelişmelere ayak uyduramamaları, bilgisayar ve ağ teknolojilerinin yüksek maliyeti ile e-işletme yazılım ve donanımının pahalı olması da tehdit oluşturabilir<sup>59</sup>.

### **1.2.10.3. Kuvvetli Yönler**

Dış çevre ile ilgili olarak yapılan fırsat ve tehdit analizinin yanı sıra “Elektronik Ticaret yapmalı mıyız?” sorusunu doğru yanıtlayabilmek için organizasyonun kuvvetli ve zayıf yönlerinin de tespit edilmesi gerekir. Yeniliklere açık bir işletme olmak, yeni teknolojileri ve yaklaşımları benimsemek, teknik bilgi ve desteğin olması, e-ticarete erken başlamanın yarattığı rekabet üstünlüğü bir işletmenin en kuvvetli yönlerindedir<sup>60</sup>.

### **1.2.10.4. Zayıf Yönler**

Yukarıda belirtilen kuvvetli yönlerin yanı sıra, zayıf yönlerin olması da olağandır. Örneğin teknik bilgi ve tecrübe eksikliği, yapısal problemler, şirket sahibinin veya üst yönetimin desteklememesi bu işe girme kararını etkileyebilir. Bazı aksaklıkların bu işe girdikten sonra ortaya çıkması da muhtemeldir. Teknik ve alt yapıyla ilgili sorunlar yaşanabilir, kullanıcıya uygun olmayan sayfa yapıları söz konusu olabilir, erişim ve işlem hızı yavaş olabilir, güvenlikle ilgili zayıflıklar ortaya

---

<sup>59</sup> Özmen, **a.g.e.**, s.79.

<sup>60</sup> Taşlıyan, **a.g.e.**, s.108.

çıkabilir. Bunların birçoğu önceden tedbir alınması ya da zamanla kuvvetlendirilmesi gereken yönlerdir<sup>61</sup>.

### 1.2.11. Dünyada Elektronik Ticaret

İnternet, bilgisayar sunucuları da bilgisayar sayıları ile paralel bir şekilde artış göstermiştir. OECD, 2001 Haziran ayı itibariyle birinci derece alan isimlerini dikkate alarak bir çalışma yapmıştır. Bu çalışma verilere göre, her 1000 kişiye düşen sunucu bilgisayar sayısı sıralamasında; yaklaşık olarak verilen rakamlarla ABD 275 sunucuyla ilk sırada yer almaktadır. Bunu 180 sunucuyla Finlandiya ve Kanada, 170 sunucuyla İsveç takip etmektedir. OECD ülkelerinde her 1000 kişiye 100, AB’de 60 sunucu bilgisayar düşerken, Türkiye 5 sunucuyla en son sırada yer almaktadır. İnternet sunucu sayıları 2000-2001 yılları arasında AB üyelerinde %32,5 oranında artış göstermiştir. Aday ülke olarak Türkiye’de ise %10,2’lik artışla en son sıralarda yer almıştır.<sup>62</sup>

İnternet üzerinden e-ticaretin yapılması için gerekli görülen bu parametrelerdeki artış ile birlikte doğaldır ki e-ticaretin parasal büyüklüğünün de artması beklenmektedir. Tablo.1.2’de e-ticaret rakamlarına yer verilmiştir. Tablo.1.2 incelenirse, özellikle bilişim teknolojilerine önemli yatırımlar yapan, kişi başına düşen bilgisayar sayısının ve internet bağlantı oranının yüksek olduğu ülkelerde e-ticaretin geliştiği dikkati çekecektir. Bu veriler sadece internet üzerinden yapılan e-ticareti değil, e-ticaretin diğer araçlarını da kapsamaktadır. Ancak şu da göz önünde bulundurulmalıdır ki, yıllar itibariyle incelendiğinde internet üzerinden e-ticaret yapma oranı artmaktadır.<sup>63</sup>

---

<sup>61</sup> Taşlıyan, **a.g.e.**, s.109.

<sup>62</sup> Neslihan Coşkun, “*Elektronik Ticaretin Gelişiminde Temel Dinamikler ve Gelişimi Önündeki Engeller*”, Çukurova Üniversitesi Sos. Bil. Enst., Cilt:13, Sayı:2, 2004, s.252

<sup>63</sup> Coşkun, **a.g.m.**, s.252.

**Tablo.1.2:** Dünyada E-Ticaretin Büyümesi

	2000	2001	2002	2003	2004	2004'te Toplam Satış Yüzdesi
<b>Toplam Milyar Dolar \$</b>	657,0	1.233,6	2.231,6	3.979,7	6.689,8	%8,6
<i>Kuzey Amerika</i>	509,3	908,6	1.495,2	2.339,0	3.456,4	%12,8
<b>Amerika</b>	488,7	864,1	1.411,3	2.187,2	3.189,0	%13,3
<b>Kanada</b>	17,4	38,0	68,0	109,6	160,3	%9,2
<b>Meksika</b>	3,2	6,6	15,9	42,3	107,0	%8,4
<i>Asya Pasifik</i>	53,7	117,2	286,6	724,2	1.649,8	%8,0
<b>Japonya</b>	31,9	64,4	146,8	363,6	880,3	%8,4
<b>Avustralya</b>	5,6	14,8	36,9	96,7	207,6	%16,4
<b>Kore</b>	5,6	14,1	39,3	100,5	205,7	%16,4
<b>Tayvan</b>	4,1	10,7	30,0	80,6	175,8	%16,4
<b>Diğerleri</b>	6,5	14,0	60,6	130,5	197,1	%2,7
<i>Batı Avrupa</i>	87,4	194,6	422,1	853,3	1.533,2	%6,0
<b>Almanya</b>	20,6	46,4	102,0	211,1	386,5	%6,5
<b>İngiltere</b>	17,2	38,5	83,2	165,6	288,8	%7,1
<b>Fransa</b>	9,9	22,1	49,1	104,8	206,4	%5,0
<b>İtalya</b>	7,2	15,6	33,8	71,4	142,4	%4,3
<b>Hollanda</b>	6,5	14,4	30,7	59,5	98,3	%9,3
<b>Diğerleri</b>	25,9	57,7	123,4	240,8	410,8	%6,0
<i>Latin Amerika</i>	3,6	6,8	13,7	31,8	81,8	%2,4
<i>Dünyanın kalan Kısmı</i>	3,2	6,2	13,5	31,5	68,6	%2,4

**KAYNAK:** [http://www.etkk.gov.tr/e-ticaret\\_turkiye.htm](http://www.etkk.gov.tr/e-ticaret_turkiye.htm) (23.04.2001)' den Neslihan Coşkun, "Elektronik Ticaretin Gelişiminde Temel Dinamikler ve Gelişimi Önündeki Engeller", Çukurova Üniversitesi Sos. Bil. Enst., Cilt:13, Sayı:2, 2004, s.252

### 1.2.12. Türkiye’de Elektronik Ticaret

Türkiye’de elektronik ticaret henüz gelişme aşamasındadır, ancak bu konuda büyük bir potansiyel olduğu konusunda firmalar arasında bir görüş birliği vardır. Bu potansiyele ulaşmak için hızlı ve yaygın internet alt yapısı gereksiniminden başlayan, bilgisayar sayısının azlığını ve güvenliğini kapsayan ve standartların oturmasına kadar giden birçok engelin aşılması gerekmektedir. Bunun dışında yasalar ve bu konudaki mevzuatın belirlenmesi gerekmektedir. Bu engellerin aşılması halinde, elektronik ticaretin çok hızlı gelişmesi beklenmektedir.<sup>64</sup>

Şu anda Türkiye’deki elektronik ticaret uygulamaları işletmeden son kullanıcılara (Business to Consumer, B2C) satış biçimiyle gerçekleşmektedir. Ancak dünyadaki mevcut uygulamalardan da anlaşılabilceği gibi işletmeden işletmeye satış elektronik ticaret hacminin büyük kısmını oluşturmaktadır. Kısa bir süre sonra Türkiye’de de büyük firmalardan başlamak üzere birçok şirketin tedarikçileri ve bayileri arasındaki işlemleri İnternete taşımalarına ve işletmeler arası elektronik ticaretin patlamasına tanık olunacaktır.<sup>65</sup>

Türkiye’de elektronik ticaretin aşağıda belirtilen dört aşamada gerçekleştirilebileceğini söylemek mümkündür<sup>66</sup>:

- Birinci aşama, bilgisayar ağları üzerinden bilgi ve belgelerin değişimidir. Bu konuda Türkiye’de kapalı sistemlerde başarılı uygulamalar vardır. Ancak, açık sistemler üzerinde ulusal ve uluslararası veri değişimi için, örneğin BM/EDIFACT gibi bir standardın uluslararası düzeyde kabul edilmesi gerekmektedir.
- İkinci aşama, sipariş verme, faturalama, sözleşme yapma, sigortalama, nakliye ve ödeme gibi işlemlerin elektronik ortama aktarılmasıdır.

---

<sup>64</sup> Ayla YAZICI. “Elektronik Ticaretin Ekonomik Boyutu” Eskişehir Anadolu Üniversitesi, *İ.İ.B.F Dergisi* Cilt No : 18 Sayı : 1-2 (2002), s: 95

<sup>65</sup> <http://eticaret.garanti.com.tr/icerik/goster.asp?c=1&t=a&i=45>( 01 Ekim 2006)

<sup>66</sup> <http://www.dso.org.tr/eticaret/genel.htm> ( 01 Ekim 2006)

- Üçüncü aşama ise, sayısal imzaya, yazılı imza statüsü kazandırılması, elektronik kayıtların belge olarak kabul edilmesi, iç ve dış ticaret mevzuatı, gümrük mevzuatı ve elektronik ortamda vergilendirme gibi devletin yetkili olduğu konularda, uluslararası uygulamalar da dikkate alınarak yasal düzenlemelerin yapılmasıdır.
- Dördüncü aşama, internet üzerinden güvenli bir şekilde bilgi ve belge değişiminin sağlanmasıdır. Böylece iç ve dış ticaret mümkün olduğu kadar çok kesime yayılmış olacaktır.

### **1.2.13. Elektronik Ticaretin Yararları**

Geleneksel ticaret karşısında elektronik ticaretin avantajları aşağıdaki şekilde belirlenebilir<sup>67</sup>:

- Elektronik Ticaret, internet üzerinde sunulan bilgi, ürün ve hizmetlere hemen hemen dünyanın her yerinden anında ve rahatlıkla erişim imkanı sağlamaktadır.
- Elektronik Ticaret'in güvenilirliği istatistiklerle ispatlanmıştır. Gelişmekte olan yeni teknolojilerin güvenilirliği daha da kuvvetlendirmesi beklenmektedir.
- Elektronik Ticaret'in altyapısı ile tüketicilerin tercihleri, alışkanlıkları ve demografik özellikleri takip edilebilir ve bu bilgiler kullanılarak ürün veya hizmet satın alanla, satan arasında 'kişiyeye özel' ticari ilişki kurulabilir.
- Elektronik Ticaret evrenseldir. İnternet ile birlikte sınırlar da kalktığı için rekabet küresel hale gelmiştir. Bu 'küresel' rekabet ortamında arz edilen ürün ve hizmetlerden 'kalite-maliyet-müşteri hizmeti' üçgeninde en üst düzeye

---

<sup>67</sup> [http://www.interguide.net/yeniinterguide/Hizmetler/e\\_ticaret.htm](http://www.interguide.net/yeniinterguide/Hizmetler/e_ticaret.htm) (01 ekim 2006) ve <http://www.dso.org.tr/eticaret/genel.htm> (01 Ekim 2006)

çıkabilenler ‘küresel’ anlamda başarılı olmaktadırlar. [www.amazon.com](http://www.amazon.com) bu başarının en güzel örneklerinden biridir.

- Ticari işlemlerin yürütülmesi için gerekli bilgiler, işlemi başlatan kişi tarafından, ticaret sürecine dahil tüm tarafların (üretici, satıcı, alıcı, gümrük idareleri, sigortacı, nakliyecisi, bankalar, diğer kamu kurumları vb.) birbirine bağlı bilgisayarlarından birisine önceden belirlenmiş standart formatta bir kez girildiğinde kısa bir süre içinde tüm tarafların bilgisayarlarına ulaşmaktadır.
- Gereken belgeler elektronik ortamda hazırlanmakta ve bu bilgi ve belgeler ilgililerin kullanımına sunulmaktadır. Böylece, işlemler minimum hata ile kısa bir süre içinde ve kırtasiye masrafı ödenmeksizin tamamlanmaktadır.
- Malların üretiminden satışına kadar olan zincirde değişiklikler olmakta, alıcı ve satıcının bir araya gelmesi gerekmediğinden, özellikle hizmet ticaretinde işlem maliyetleri düşmekte, araçların yerini web sayfaları veya elektronik bülten panoları almaktadır.
- Firmaların pek çok faaliyetinin daha düşük maliyetle yapılması ve üreticiler arasında rekabetin artmasının yanı sıra bilgilerin hızlı ve etkin biçimde iletilmesi sağlanmaktadır.
- Daha hızlı bir şekilde ürün geliştirilmesi, test edilmesi ve müşteri ihtiyaçlarının tespit edilmesi mümkün kılındığından, talebe karşı arz tarafı daha hızlı uyum göstermektedir.
- Perakende satışlarda önemli değişiklikler olması beklenmektedir. Alıcılar kendi evlerinden sipariş verme ve istedikleri ürünleri kendi evlerinde teslim alma imkanına kavuşmaktadır. Firmalar bu ortamda müşterilerine çok daha fazla sayıda ürün seçeneği sunabilmektedir.
- Tüketiciler için işlem maliyetleri ve nakliye masrafları düşürülmektedir.
- Ürünlerin sipariş edilmesi ile teslim alınması arasında geçen süreden kaynaklanan maliyetler ile stok maliyetleri düşmektedir.



- İnternetin yaygınlaşması ve bu ortamda sunulabilen bilgilerin artmasıyla bilgi ve iletişim piyasalarında değişiklikler beklenmektedir. Tüketicilerin daha yüksek kalitede bilgi talep etmesi, bilgi toplama ve işleme alanında uzmanlaşmayı gerektirmektedir. Bu da bilgi işlem sektöründe yeni iş imkanları yaratacaktır. Yeni fikirlere sahip bir girişimcinin bu ortamda tanınması ve yer edinmesi daha kolay olacaktır.

#### **1.2.14. Elektronik Ticaretin Zararları**

Elektronik ticaretin dezavantajları aşağıdaki gibi belirlenebilir:<sup>68</sup>

- Online ödeme/güvenlik sorunları çözülmemiş, statik bir web tasarımı ile satış yapılmaya çalışılıyorsa,
- Site içeriği ve görünüşü rakiplere oranla ziyaretçiye güven vermeyecek ölçüde kalitesiz veya e-ticaret'e uygun görsel koşulları taşıyamıyorsa,
- Alıcıya sunulan ürün veya hizmet aynı veya çok yakın fiyata başka kanallardan, özellikle kolay ulaşılabilir bir mağazadan temin edilebilir nitelikteyse,
- Satılan ürün veya hizmet bir bilgi ise ve ücretsiz olarak temin edilebiliyorsa,
- Arama motorlarının dışında online veya geleneksel(basın, yayın, ilan, vb.) herhangi bir tanıtım, duyuru veya reklam faaliyeti kullanılmıyorsa,
- Satıcının kimliği ve internet üzerinden satış koşulları sitede doğru ve eksiksiz belirtilmiyorsa,
- Satılan ürün veya hizmetin potansiyel alıcılarının internet kullanım oranı düşükse,
- E-ticaret'e yapılan yatırım, yapılması gereken minimum yatırımdan küçükse.

---

<sup>68</sup> Elibol, Kesici, **a.g.m.**, s.324.

## İKİNCİ BÖLÜM

### 2. ELEKTRONİK TİCARETİN VERGİLENDİRİLMESİ

Elektronik ortamda yapılan ticaretin nasıl vergilendirileceği konusunda hem ulusal hem de uluslararası düzeyde yoğun bir tartışma sürüp gitmektedir. Bilişim teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişmeler karşısında mevcut vergisel düzenlemeler yetersiz kalmaktadır. Bu yetersizliğin en önemli nedenlerinden birisi, elektronik ticaretin coğrafi sınırları ortadan kaldırmasından dolayı, devletlerin kendi yasal düzenlemelerinin yeni ekonominin oluşturduğu küresel ticaret düzenini kavrayamamasıdır. Elektronik ticaret hacminin genişlemesi, ülkelerin Maliye İdarelerinin bu alanda yeni düzenlemeler yapmalarını gerektirmektedir. Maliye idarelerinin görevi gerçek kişi veya kurumlarca, gelir elde edildiği anda ve yerde, o işlemi vergisel açıdan tam anlamıyla kavrayabilmektir. Elektronik ortamda yapılan ticari işlemlerde, vergiyi doğuran olayın varlığını ortaya koyabilmek oldukça zor olmaktadır<sup>69</sup>.

Özellikle satıcı konumundaki gerçek yada tüzel kişiye ait bilgisayardan, alıcı durumundaki gerçek veya tüzel kişiye ait bilgisayara, hiçbir aracıya gereksinim duyulmaksızın, doğrudan doğruya elektronik ortam vasıtasıyla aktarılabilen dijital ürünlerin varlığı, vergi idarelerinin vergiyi doğuran olayı gerçekleştiren işleme muhatap olan vergi mükelleflerinin belirlenebilmelerine ilişkin çabalarını boşa çıkarmakta ve bu konuda vergilemeyle ilgili temel problemleri yaratmaktadır<sup>70</sup>.

Bu bölümde elektronik ticaretin vergilendirilmesindeki temel ilkeler sunulmakta, elektronik ticaret Türk Vergi Mevzuatı açısından incelenmekte ve devamında elektronik ticaretin vergilendirilmesinde ortaya çıkan sorunlar ele alınmaktadır.

---

<sup>69</sup> Eser Sevinç, “E-Ticaret Böyle Vergilendirilir” <http://www.ymm.net/e-ticaret/elektronik-ticaret-böyle-vergilendirilir.html> (22 Ocak 2007).

<sup>70</sup> Murat Çak, **Dünyada ve Türkiye’de Elektronik Ticaret ve Vergilendirilmesi**, İstanbul Ticaret Odası Yayın no:2002/6, s.83.

## 2.1. ELEKTRONİK TİCARETİ VERGİLENDİRMEDE ÇERÇEVE İLKELERİ

Son yıllarda dünyada yaşanmakta olan baş döndürücü hızdaki ekonomik küreselleşme, mal, hizmet, işgücü ve sermaye piyasalarının daha fazla entegre ve rekabetçi olmalarını teşvik ederek, ulusal ekonomik tabanları dikkate alarak kurulan vergi sistemleri üzerinde çok değişik etkiler yapmaktadır. Ekonomik küreselleşme, ulusal vergi sistemleri arasında dolaylı ve dolaysız bağımlılıklar oluşturmaktadır. Ulusal vergi sistemlerinin küreselleşme ile ortaya çıkan yeni ekonomik düzene ayak uydurabilir hale getirilmesi gittikçe daha zorunlu hale gelmektedir. Ulusal ve uluslararası sermayenin kaçışını ve girişindeki engelleri ortadan kaldırmak için vergi türleri ve ekonomik faktörlerin hareketliliğindeki düzeye bağlı olarak uluslararası bazı önemli standartlar takip edilerek benimsenme zorunluluğu vardır<sup>71</sup>.

Günümüzde, küreselleşme ile birlikte ekonomik sınırların kaktığı bir dünyada, ülkeler, vergi düzenlemelerinde diğer ülke uygulamalarını ve yapacakları düzenlemelerin uluslararası etkilerini daha fazla dikkate almaktadır. E-ticaret, tarafların direkt temas olmaksızın elektronik ortamda bir araya gelmek suretiyle gerçekleştirdikleri bir ticaret şeklidir. E-ticaret fiziki mal ticareti ile karakterize edilen tarihsel, açık ve sabit coğrafi sınırlardan mahrumdur. E-ticaretin vergilendirilmesindeki en önemli konu elektronik ortamda teslim edilen dijital mal ve hizmetlerden elde edilen kazancın vergilendirilip vergilendirilemeyeceğidir<sup>72</sup>.

Çerçeve ilkeler, e-ticarette vergilendirme problemlerinin çözümünde yönlendirici bir işlev üstlenmiştir. Şöyle ki, OECD, e-ticaretin 21. yüzyıl en büyük ekonomik gelişmelerinden biri olma potansiyeli taşıdığını belirterek, bu potansiyelin gerçekleştirilmesinde ülke maliyetlerine rol biçmiştir. OECD, hükümetlerin hem e-ticaretin gelişmesi için gereken mali ortamı oluşturma, hem de kamu hizmetlerinin karşılanması için gelir yaratması beklenen vergi sistemlerini adil ve öngörülebilir bir biçimde düzenleme yükümlülüğü arasında bir denge sağlanması zorunluluğuna

---

<sup>71</sup> Niyazi Çangir, “Türkiye’ de Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesinin İncelenmesi”, [http://www.ekitapyayin.com/id/033/02.htm#\\_ftn45](http://www.ekitapyayin.com/id/033/02.htm#_ftn45) (28.03.2007)

<sup>72</sup> Eser Sevinç, “E-Ticarette Güvenlik”, [www.ymm.net/e-ticaret/e-ticarette\\_guvenlik.html](http://www.ymm.net/e-ticaret/e-ticarette_guvenlik.html)(14.12.2006)

dikkat çekmektedir. Bu anlamda e-ticarete hakim olacak ilkeler, bu dengenin doğru bir biçimde kurulması için ilk hareket noktasını teşkil edecek şekilde sunulmuştur<sup>73</sup>.

Elektronik ticaretin vergilendirilmesindeki temel ilkeler aşağıda ayrıntılı bir biçimde sunulmaktadır.

### **2.1.1. Uluslararası Bir Yaklaşımın Belirlenmesi İlkesi**

1998 yılında Ottawa’da elektronik ticaret ile ilgili olarak OECD tarafından düzenlenen konferansta, elektronik ticaretin vergilendirilmesine ilişkin temel çerçeve kurallar oluşturulmaya çalışılmıştır. Bu toplantıda elektronik ticaret, vergilendirme konusunda geleneksel yollarla yapılan ticaretten farklı görülmemiş ve bu nedenle de mal ve hizmetlerin vergilendirilmesine ilişkin genel prensipler olan tarafsızlık, sadelik ve basitlik, etkinlik ve adalet, esneklik, idare ve uyum maliyetlerinin düşük olması ve çifte vergilendirmeden kaçınılması gibi prensiplerin, elektronik ticarete konu olan ürünler için de geçerli olması kabul edilmiştir<sup>74</sup>.

1994 yılında da ilk olarak Kanadalı Arthur Cordell tarafından geliştirilen “Bit” vergisi, Avrupa Topluluğu’nun bilgi teknolojileriyle ilgili bir danışma kurulunun başkanlığını yapan iktisatçı Luc Soete’nin ilgisini çekmiştir. Bit vergisi e-ticarete yönelik ve birim zamanda elektronik olarak iletilen dijital bilgi hacmine dayalı olarak alınan bir vergidir. Orijinal tasarıda megabite başına 1 sent alınması söz konusuydu. Ancak, uygulanamaz olduğu ve e-ticarete yük getirdiği iddia edilen bu vergiye yönelik yaygın itirazlar üzerine AB 1997 yılında bu tasarıyı resmen reddetmiştir. “Bit” vergisi olarak anılan bu öneri, bilgi kaynakları arasında ayırım yapmadan ticari olsun olmasın her türlü bilgiyi aynı oranda vergilendirdiği için eleştirilmekte ve genel olarak kabul görmemektedir. Aksine, internet ortamının bir serbest ticaret alanı olarak kabul edilip her türlü gümrük ve benzeri vergiler ile diğer dolaylı vergilerden arındırılması şeklinde de öneriler bulunmaktadır<sup>75</sup>.

---

<sup>73</sup> OECD, Electronic Commerce: Taxation Framework Conditions, Ottawa, 1998.

<sup>74</sup> Çak, a.g.e., s.83.

<sup>75</sup> Arthur Anderson Yönetim ve İnsan Kaynakları Danışmanlığı Ltd. Şti.(Haz.), **İnternetle Gelişimde Türkiye**, 1. b., İstanbul:Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2001, s.327.

E-ticaretin uluslararası bir olgu olması nedeniyle vergileme konusuna da uluslararası bir çözüm bulunmalıdır. Her bir ülkenin getireceği çözümler diğer ülkelerce kabul edilmemesi halinde sorun çözülemeyecektir. Ortak çözüm için vergi idarelerinin yanında özel sektörün aktif katılımının sağlanması gerekmektedir. Vergi otoriteleri, e-ticaretle ilgili konularda iş çevresi ile yoğun çalışma ilişkisi içinde olmalıdır, gerek vergi politikasının belirlenmesinde gerekse e-ticaret kaynaklı vergi hukuku ile ilgili sorunların çözümünde karşılıklı yardımlaşma ve dayanışmaya ihtiyaç vardır. Ülkeler, güvensizlik ve belirsizlik ihtimalinden, vergi tabanını koruyan fakat e-ticaretin gelişmesini engellemeyen bir vergi çerçevesinin oluşturulması konusunda birlikte çalışarak kaçınılabirler. Bununla birlikte soruna ortak bir çözüm bulunması gerekliliği ülkelerin mali özerkliğine zarar vermemelidir<sup>76</sup>.

### **2.1.2. Çifte Vergilendirmeden Kaçınılması İlkesi**

E-ticaretin vergilendirmesinde çifte vergilendirmeme ilkesine uymak önem taşımaktadır. Çifte vergilemeden kaçınma, tüketim vergilemesini düzenleyen genel ilke olup e-ticaretin gelişmesi ile doğrudan ilgilidir<sup>77</sup>.

İş çevreleri, özellikle e-ticaretin sınır ötesi işlemleri kolaylaştırması ile ülkelerin tutarsız vergileme hakkı isteme riskini artıracakı konusu ile ilgilenecektir ve mükellefler çifte vergilemeye konu olacaklardır. Çifte vergileme olayı ise bu ticareti önemli ölçüde engelleyecektir. Tutarlı vergileme ilkelerinin, tanımların ve kavramların benimsemesi ile sözkonusu problemler ortadan kalkacaktır. E-ticaretin vergilemesinde çifte vergileme ilkesine uyma büyük önem taşımaktadır. Çifte vergilemeden kaçınma, tüketim vergilemesini düzenleyen genel ilkeler arasında ilk sırada olmalıdır. Çünkü, çifte vergileme olasılığı e-ticaretin gelişmesini başka bir vergi faktöründen daha fazla engelleyecektir<sup>78</sup>.

---

<sup>76</sup> Çangir, **a.g.e.**, s.16.

<sup>77</sup> Eser Sevinç, "E-Ticarette Güvenlik", [www.ymm.net/e-ticaret/e-ticarette\\_guvenlik.html](http://www.ymm.net/e-ticaret/e-ticarette_guvenlik.html)(14.12.2006)

<sup>78</sup> Çangir, **a.g.e.**, s.17.

### 2.1.3. Sadelik ve Basitlik İlkesi

E-ticaretin vergileme rejimi sade ve şeffaf olmalıdır. Vergilemenin mükelleflere ve vergi idaresine getireceği külfet en az düzeyde tutulmalı ve yapılan işlemin vergisel sonuçları önceden bilinebilmelidir. Vergi sistemi önceden belirlenen gelirleri tahsil edebilecek yeterlilikte olmalıdır, ayrıca uygulaması da basit olmalıdır. Bütün taraflar için maliyet ve külfet minimum olmalıdır. E-ticaret vergilendirilecekse bu ticarete uygulanacak vergiler açık ve istikrarlı olmalıdır. Böylece vergi mükellefleri kurallara uyabilir ve bunları kararlarında dikkate alabilir. E-ticarete konulan vergiler uygulanabilir olmalıdır. Bir verginin anlaşılması zor, uyum yükü aşırı ise ve vergi yönetim maliyetleri kabul edilebilir değilse, bu vergi etkin bir biçimde gelir artırıcı olmayacak ve vergilemenin mali amacına hizmet etmede başarısız olacaktır<sup>79</sup>.

Mevcut vergi kanun ve kurallarının gerek sayılarının fazlalığı, gerekse açık olmamaları ve karmaşıklıkları nedeniyle uygulamada çoğu zaman güçlüklerle karşılaşmaktadır. Özellikle Amerika Birleşik Devletleri gibi federal yapılı devletlerde bu durum daha da fazla öneme sahiptir. Çünkü bu tür devletlerin federal vergi kanunlarının yanında, her bir federe devletin de ayrı vergi kanunları bulunmaktadır. Elektronik ticarete konu olan ürünlerin etkin bir biçimde vergilendirilmeleri için; bu karmaşık, çok başlı vergilendirme yetkisinden bir an önce uzaklaştırılması ve vergi kurallarında istikrarın sağlanması gerekmektedir<sup>80</sup>.

Uygulanmakta olan vergi sistemleri oldukça karışıktır. Bu sistemler e-ticaretten önce oluşturulmuştur ve e-ticarete tümüyle uygun değildir. E-ticaret yapan firmalar geleneksel ticaret yapanlara göre daha avantajlıdır. Firmalar, e-ticaret yapanların rekabet avantajına sahip olacakları bir vergi sistemini savunmazlar. Çünkü, bilgisayar ortamında ticaret yapan müşteriler, elektronik alım satımlar üzerindeki vergiden illegal bir şekilde kaçınabilmektedirler<sup>81</sup>.

---

<sup>79</sup> Çangir, a.g.e., s.18.

<sup>80</sup> Çak, a.g.e., s.84.

<sup>81</sup> Çangir, a.g.e., s.18.

#### **2.1.4. Rekabet Eşitliği İlkesi**

E-ticaret üzerine konulacak vergiler, e-ticaret ile elektronik olmayan ticaret yapanlar arasındaki rekabet eşitliğini devam ettirmelidir. Başka bir ifade ile elektronik ortamda mal ve hizmet sunanlar geleneksel bir şekilde mal ve hizmet sunanlardan farksız bir şekilde vergilendirilmelidir. Vergileme e-ticareti saptırmamalıdır ve engellememelidir. Vergi sistemi, ticaret tipleri arasında ayırım yapmamalıdır. Vergi sistemi, işlemlerin yerini veya doğasını değiştirecek teşvikler oluşturmamalıdır. Teslim şekline bakılmadan e-ticaret geleneksel ticaretten daha yüksek veya daha düşük vergi oranlarına veya daha büyük uyum yüklerine konu olmamalıdır. Ayrıca, e-ticaret ithalatları, ülke içi e-ticaretten daha yüksek oranlarda vergilendirilmemelidir. Vergileme e-ticaret şekilleri arasında ve geleneksel ve e-ticaret arasında tarafsız ve adil olmalıdır. Aynı işlemleri gerçekleştiren vergi mükellefleri aynı vergilere konu olmalıdır. E-ticaretin tamamen vergisiz olması tarafsızlık ilkesini ihlal eder. E-ticareti vergilemek için önerilen ve elektronik ortamda transfer edilen bilgiyi esas alan “bit” vergisi ise etkin ve adil değildir; çünkü, 100 bit veriden oluşan bir elektronik mesaj 100 birim vergiye tabi olurken büyük kârlar getiren 100 bit mesaj da 100 birim vergiye tabi olmaktadır. Daha da kötüsü, eğer mesaj kişisel bir mektupsa vergi yine 100 birim olacaktır. “Bit” vergileri vergi politikası ilkeleri ile tutarlı değildir ve vergi idarecileri, vergi politikasını belirleyenler ve mükellefler tarafından kabul görmemektedir. Bu konuda en basit ve doğru yaklaşım tarafsızlıktır. Bu ise, e-ticaretin geleneksel ticaret gibi aynı mevcut vergilere konu olmasını ifade etmektedir<sup>82</sup>.

#### **2.1.5. Etkinlik, Verimlilik Ve Adalet İlkesi**

Vergileme rejimi etkin olmalıdır. Bu özelliğin sağlanması için de değişikliklere açık, esnek ve dinamik bir yapı tercih edilmelidir. E-ticaretin temel altyapısını oluşturan bilişim teknolojisindeki değişim hızı dikkate alındığında, durağan bir yapı ile sorunun çözümlenemeyeceği ortadadır. E-ticaret de vergileme, uygun zamanda, uygun vergi miktarı sağlamalıdır. Vergi kaçırma ve vergiden kaçınma potansiyeli minimize edilmeli ve karşı tedbirler risklerle orantılı olmalıdır.

---

<sup>82</sup> Taşlıyan, **a.g.e.**,s.145.

E-ticaretin vergilenmesinde ülkelerin bu faaliyetlerden adil bir pay almaları temin edilmelidir<sup>83</sup>.

#### **2.1.6. Esneklik İlkesi**

Bu ilkeye göre vergi sistemi, teknolojik ve ticari alandaki gelişmeleri kavrayabilecek; bu sayede ortaya çıkabilecek yeni gelir unsurlarını vergilendirebilecek, pozitif bir esnekliğe sahip olmalıdır. Geleneksel ticaretin bu yeni şeklinin vergi gelirlerinde bir aşınmaya sebep olmaması için, vergi sisteminin esnekliği yüksek vergilerden oluşturulması gerekmektedir. Bu amacın gerçekleştirilmesi, vergi sistemini oluşturan mevcut vergilerin konularının elektronik ticaretten elde edilen gelirleri de kapsayacak biçimde genişletilmesi ile sağlanacaktır<sup>84</sup>.

#### **2.1.7. Yeni Vergiler Getirilmemesi İlkesi**

E-ticaretin vergilendirilmesinde mevcut ulusal ve uluslararası vergileme ilke ve düzenlemeleri esas alınmalıdır. Mevcut ilke ve düzenlemelerin e-ticaret ortamındaki olayları çözmeye yetersiz kaldığı hallerde anılan ilke ve düzenlemelerde bazı değişiklikler yoluna gidilebilir. Ancak, e-ticareti vergilemek için yeni vergiler ihdas edilmesinden kaçınılmalıdır. Ülkeler mevcut kuralları, uluslararası ilkeler ile tutarlı bir biçimde yorumlayıp uyguladığı takdirde, muhtemelen “sanal” dünyada vergi toplamada eşit miktarda başarılı olacaktır. Eğer bunda başarılı olurlarsa, özellikle e-ticaret için yeni vergiler yaratmalarına ihtiyaç olmayacaktır<sup>85</sup>.

#### **2.1.8. Diğer İlkeler**

Yukarıda belirtilen ilkelerin yanı sıra, oluşturulacak vergi sisteminde tüketici gizliliği sağlanmalı ve sürdürülmelidir. E-ticarette gizliliğin sürdürülmesi satıcılar ve hükümetin bilgiyi istenmeyen bir şekilde kullanabileceğinden korkan tüketiciler için

---

<sup>83</sup> Çangir, a.g.e., s.19.

<sup>84</sup> Çak, a.g.e., s.84.

<sup>85</sup> Çangir, a.g.e., s.18.



önemlidir. Satıcılar, tüketicilerden topladıkları bilgiyi nasıl kullandıkları konusunda çok duyarlıdırlar. Yabancı ülkelerdeki kanunlar özel bilginin kullanımı ve transferi üzerine katı sınırlamalar koymaktadırlar. Bundan dolayı, bir vergi sistemi bir tüketicinin özel bilgi vermeme hakkını dikkate almak zorunda kalacaktır. Vergi sistemi bu şekilde şekillenmelidir. Satıcılara mümkün olduğunca eşit muamele edilmelidir. Sistem, satışın nasıl yapıldığına dayalı bir ayırım yapmamalıdır. Dış satıcılara karşı ayrımcı uygulamadan kaçınılmalıdır. Sistem, teknolojik olarak uygulanabilir olmalı, uluslararası ölçekte olmalı ve uluslararası ticaret üzerine etkisi dikkate alınmalıdır. Vergilendirme koşullarının ortak tanımları yapılmalıdır. Sistemi basitleştirmenin önemli unsurlarından biri ortak tanımlamaları kullanma ve benimsemedir. Aynı mal ve hizmetler için farklı tanımlamalar yapmak iş çevresini olumsuz etkileyecektir. Neyin vergiye tabi olduğu ve kimin muafiyet kapsamında olduğu tam olarak belirlenmelidir. Yapılacak bütün düzenlemeler ise Anayasaya uygun olmalıdır<sup>86</sup>.

---

<sup>86</sup> Çangir, a.g.e., s.19.

## 2.2. ELEKTRONİK TİCARETİN TÜRK VERGİ MEVZUATI AÇISINDAN İNCELENMESİ

E-ticaretin nasıl vergilendirileceği konusu e-ticaret ile bağlantılı olarak tartışılan önemli konulardan bir tanesidir. Devletler, iş dünyası ve tüketiciler konu ile yakından ilgilenmekte ve çözüm önerileri üzerinde tartışmaktadırlar. E-ticaretin nasıl vergilendirileceği konusundaki görüşleri başlıca dört ana başlıkta toplamak mümkündür. Birincisi elektronik ortamın bir serbest ticaret bölgesi gibi değerlendirilmesi ve vergilendirilmemesi; ikincisi, elektronik işlemlerin ticari mahiyet ve önemlerinin dikkate alınmadan bir “bit vergisi” ile vergilendirilmesi; üçüncüsü, e-ticaretin mevcut mevzuata göre vergilendirilmesi; dördüncüsü ise, vergi kanunları ve uluslararası vergi anlaşmalarına e-ticaret için yeni hükümler konularak vergilendirilmesi ve gerekirse yeni vergilerin çıkarılmasıdır<sup>87</sup>.

Elektronik ortamın bir serbest bölge kabul edilerek vergi dışı bırakılması, aynı ticari işlemleri geleneksel yollarla yapan taraflar aleyhine rekabet eşitsizliği doğuracaktır. Bu durum ise verginin en temel ilkelerinden biri olan adalet-genellik ilkesine aykırı bir sonucun çıkmasına neden olacaktır<sup>88</sup>.

E-ticaretin vergilendirilmesi konusunda, bir dolaylı vergi olarak önerilen “bit vergisi” ile mal veya hizmetlerin vergilendirilmesinden ziyade, satış esnasında kullanılan bilgilerin vergilendirilmesi öngörülmektedir. Bit vergisinde matrahı, gönderilen veriler oluşturacaktır. Böyle bir uygulama 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<sup>89</sup>.

E-ticaretin mevcut mevzuata göre vergilendirilmesi durumunda, vergiden kaçınma ve vergi kaçırma amacıyla olan vergi mükelleflerine yasal boşlukların bırakılmasına neden olunacaktır. Ayrıca öngörüldüğü şekilde oluşturulan bir e-ticaret

---

<sup>87</sup> Aziz Özbek, “*Elektronik Ticaret ve Vergilendirilmesi –III*”, **Vergi Ve Muhasebeciyle Diyalog**,150, Ekim 2000, s.38.’den [http://www.ekitapyayin.com/id/033/02.htm#\\_ftn45](http://www.ekitapyayin.com/id/033/02.htm#_ftn45)

<sup>88</sup> Çangir, **a.g.e.**, s.22.

<sup>89</sup> Çangir, **a.g.e.**, s.22.

ortamının mevcut kanunlarla takibi ve denetimi mümkün değildir. Diğer bir öneri mevcut vergi kanunlarında ve vergi anlaşmalarında e-ticarete uygun revizyona gidilmesidir. Henüz gelişme aşamasında olan e-ticaretin hangi alanlarda ilerleme kaydedeceğini ve elektronik teknolojisinin nasıl bir gelişme göstereceğini bugünden tahmin edebilmek zordur. Bu nedenle gelir idaresinin, e-ticaretin teknik altyapısında meydana gelen gelişmeleri yakından takip etmesi ve hukuki altyapının oluşturulması aşamasında, vergi kanunlarında değişiklik (ve gerekirse yeni vergi ihdası) yapılmasında zaman kaybetmemesi gerekmektedir. Ancak zaten yeterince karmaşık olan vergi mevzuatının daha da karmaşık hale getirilmemesi için yeni vergi ihdası en son çare olarak dikkate alınmalıdır<sup>90</sup>.

Gelir Üzerinden alınan vergileri gelir ve kurumlar vergisi olarak ikili bir sınıflamaya tutmak mümkündür. Söz konusu vergiler ülkelerin vergi hasılatlarında önemli bir yere sahip olmakla birlikte, internet yoluyla yapılan işlemlerden elde edilen kazançların vergilendirilmesinde gelir ve kurumlar vergisine ait mevcut kuralların uygulanması, bir takım vergisel problemlerin ortaya çıkmasına neden olacak, bu da elektronik ticarete konu olan işlemlerin vergisel açıdan kavranamamalarına, dolayısıyla da vergilerin hasılatlarında önemli gerilemelere sebebiyet verecektir<sup>91</sup>.

Elektronik ortamda yapılan işlemler üzerinden elde edilen gelirin vergilendirilmesinde uluslar arası platformda dört problemle karşılaşmaktadır. Bunlar:<sup>92</sup>

- Mükellefiyetin belirlenmesi,
- Gelirin elde edildiği yerin belirlenmesi,
- Gelirin niteliğinin belirlenmesi,

---

<sup>90</sup> Özbek, **a.g.e.**, s.39.

<sup>91</sup> Çak, **a.g.e.**, s.87.

<sup>92</sup> Eser Sevinç, “**E-Ticarete Güvenlik**”, [www.ymm.net/e-ticaret/e-ticarete\\_guvenlik.html](http://www.ymm.net/e-ticaret/e-ticarete_guvenlik.html)(14.12.2006)

- Vergi matrahının belirlenmesi olarak sıralandırılabilir.

Mükellefiyet kavramı, bu konudaki önemi nedeniyle, aşağıda daha ayrıntılı olarak ele alınarak açıklanmaya çalışılmaktadır.

### 2.2.1. Gelir Vergisi ve Kurumlar Vergisinde Mükellefiyet

Elektronik ticaretin vergilendirilmesinde en temel konulardan biri gerçek gerçek kişilerin, gerekse tüzel kişilerin mükellef olma durumlarının hangi kriterler esas alınarak belirleneceği sorundur. Bu sorunun çözümü çifte vergilendirmenin önlenmesi açısından da önem taşımaktadır<sup>93</sup>. Gelir vergilendirilmesinde Türkiye de dahil olmak üzere çağdaş vergi sistemlerinde “ikamet” ve “kaynak” olmak üzere iki temel ilke benimsenmiştir. “İkamet” ilkesi ülkelerin kendi sınırları içinde ikamet edenler tarafından elde edilen gelirleri vergilendirmesi, “kaynak” ilkesi ise ülkelerin kendi sınırları dahilinde yürütülen faaliyetlerden doğan gelirleri vergilendirmesidir. Türk vergi sistemi esas itibariyle ikamet ilkesini kabul etmiştir. Bu ilke doğrultusunda da tam ve dar mükellefiyet olmak üzere iki tür mükellefiyet kabul edilmiştir<sup>94</sup>.

İkâmet ilkesinde ise gerçek kişilerin ve kurumların yerleşik oldukları yer, bir takım objektif dış belirtilerden hareket edilerek belirlenmeye çalışılır. Bu kriterler genellikle ekonomik ya da sosyal ilişkilerin yoğunlaştırıldığı ülke şeklinde belirlenmiştir. Ayrıca hem kaynak hem de ikametgah ilkesinde bir faaliyetin vergilendirilmesi için bu faaliyetin bir işyeri aracılığı ile gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Tam ve dar mükellefiyet ayrımı da bu iki yaklaşım esas alınarak ortaya çıkmıştır<sup>95</sup>.

Kaynak ilkesinde gelirin kaynağını oluşturan ülkelerin kendi ulusal sınırları içerisinde elde edilen gelirleri vergilendirme hakkına sahip oldukları kabul

---

<sup>93</sup> Çak, a.g.e., s.88.

<sup>94</sup> Niyazi Çangir, “Türkiye’ de Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesinin İncelenmesi”, [http://www.ekitapyayin.com/id/033/02.htm#\\_ftn45](http://www.ekitapyayin.com/id/033/02.htm#_ftn45) (28.03.2007)

<sup>95</sup> Çak, a.g.e., s.88.

edilmektedir. Buna karşılık, iç hukuk düzenlemeleriyle dış ülkelerde ödenen verginin mahsubu ya da dış ülkelerde elde edilen gelirin vergiden istisna edilmesi yöntemleriyle çifte vergilendirme önlenmeye çalışılmaktadır<sup>96</sup>.

### 2.2.1.1. Gerçek Kişilerde Tam ve Dar Mükellefiyet

Tam mükellefler, bir takvim yılında Türkiye içinde ve dışında elde ettikleri kazanç ve iratların tamamı üzerinden gelir vergisine tabi tutulan kişilerdir. Bu kişilerin yabancı ülkelerde elde ettiği gelirlerden dolayı o ülkelerde gelir vergisi veya benzeri vergi ödemiş olmaları durumlarını değiştirmez. Ancak, çifte vergilendirmeye (vergi mükerreriğine) meydan vermemek için yabancı ülkelerde ödenen gelir vergisi veya benzeri vergilerin Türkiye’de hesaplanan gelir vergisinden düşülmesi (mahsubu) esas kabul edilmiştir<sup>97</sup>.

İnternette yapılan ticaret söz konusu olduğunda tam yükümlüler açısından herhangi bir problem bulunmamaktadır. Bu kişiler Türkiye içinde ve Türkiye dışında elde ettikleri tüm gelirler için vergi ödeyeceklerdir. Ancak yurtdışında elde edilen gelirlerin orada da vergilendirilmesi ihtimali bulunmaktadır. Gelir Vergisi Kanununda çifte vergilendirmeyi önlemek için yabancı ülkelerde elde edilen kazançlardan ödenilen vergilerin Türkiye’de tarh edilen gelir vergisinin yabancı ülkelerde elde edilen gelire ilişkin kısmından indirileceği kabul edilmiştir<sup>98</sup>.

Gelir Vergisi Kanununun 6. maddesine göre “Türkiye’de yerleşmiş olmayan gerçek kişiler sadece Türkiye’de elde ettikleri kazanç ve iratlar üzerinden vergilendirilirler.” Türkiye’de yerleşik olmayan ve ticaret yapan bir kişi bu faaliyetleriyle ilgili olarak iki şekilde gelir elde edebilir: Bu kişinin işyeri Türkiye’de olabilir ya da Türkiye’de daimi bir temsilci bulunur. Böyle bir durumda elde ettiği gelir ticari kazanç olacaktır. Gelir Vergisi Kanununun 7’nci maddesinin 1’inci bendine göre\*, bu kişilerin anılan faaliyetleri dolayısıyla Türkiye’de elde edecekleri

<sup>96</sup> Çak, a.g.e., s.88.

<sup>97</sup> Doğan Şenyüz, **Türk Vergi Sistemi**, Yaklaşım yayınları, Ankara:2005, s.51.

<sup>98</sup> İbrahim Kırçova ve Pınar Öztürk, **İnternette Ticaret ve Hukuksal Sorunlar**, İstanbul Ticaret Odası Yayın No:2000-29, s.82.

\* Gelir Vergisi 7. madde 1.bent: “Ticari kazançlarda; kazanç sahibinin Türkiye’de işyerinin olması veya daimi temsilci bulundurması ve kazancın bu yerlerde veya bu temsilciler vasıtasıyla sağlanması (Bu şartları haiz olsalar dahi iş merkezi Türkiye’de bulunmayanlardan) ihraç edilmek üzere

kazancın bu yerlerde ya da bu temsilciler aracılığı ile sağlanması gerekmektedir. Bu hüküm internette yapılan ticaret için uygulandığında mal ve hizmet satışı ile internet üzerinden para karşılığında ulaştırılabilen bilgi ve programlar arasında bir ayrım yapmak gerekebilir<sup>99</sup>.

Bu bağlamda, mal veya hizmet satışı söz konusu olduğunda web sitesi, bir vitrin gibi değerlendirilebilir ve sitenin yayınlandığı sunucunun Türkiye’de olması, işyerinin Türkiye’de olduğu anlamına gelmeyebilir. Buna karşılık, bir ücret karşılığında girilebilen ve bu ücret karşılığında abone ya da müşterilere içeriğini sunan web siteleri söz konusu olduğunda, bunların Türkiye’deki bir sunucu aracılığı ile yayınlanması ya da web sitesinin Türkiye’deki bir internet servis sağlayıcısı aracılığı ile işletiliyor olması halinde elde edilen kazancın, ticari kazanç olacağını söyleyebilmek mümkün olabilir. Bu kişinin söz konusu web sitesi aracılığıyla başka ülkelere mal ve hizmet satması halinde de, bundan elde edeceği gelir Türkiye’de elde edilmiş kazanç sayılacaktır<sup>100</sup>.

Buna karşılık, Türkiye’de işyeri ya da temsilcisi bulunmayan bir tacirin Türkiye’de elde ettiği kazanç sair kazanç ve irat olarak değerlendirilir. Gelir Vergisi Kanununun 7’nci maddesinin 7’nci bendine göre, böyle bir gelirin Türkiye’de elde edilmiş sayılması için bu kazancı doğuran işin ya da işlemin Türkiye’de yapılması ya da Türkiye’de değerlendirilmesi gerekir. Örneğin, Türkiye’de yerleşmiş olmayan bir gerçek kişinin Almanya’daki bir sunucu da bir web sitesi açarak internette ticaret yapması ve Türkiye’deki bir kişinin bu web sitesinden bir mal satın alması halinde bu kazancı doğuran işlem yani satış sözleşmesi Türkiye’de yapılmış kabul edilir. Gerçekten, web sitesindeki ibarelerin icaba davet olduğu düşünülürse, müşteri o malı alma iradesini bildirdiğinde bu bir icap olacaktır. Web sitesinden kendisine, isteğinin onaylandığı cevabı geldiğinde ise, bu kabul beyanı olarak kabul edilecek ve sözleşme, kabul beyanının müşteriye ulaştığı anda kurulmuş olacak, sözleşmenin

---

Türkiye’de satın aldıkları veya imal ettikleri malları Türkiye’de satmaksızın yabancı memleketlere gönderenlerin bu işlerden doğan kazançları Türkiye’de elde edilmiş sayılmaz.

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

<sup>99</sup> Kırçova ve Öztürk, **a.g.e.**, s.83.

<sup>100</sup> Kırçova ve Öztürk, **a.g.e.**, s.83.

kuruluş yeri de Türkiye olacaktır. Bu nedenle bu sözleşmeden elde edilen kazanç, Türkiye’de vergilendirilebilir. Böyle bir durumda ortaya çıkabilecek çifte vergilendirme sorunu ise, bu konuda yapılacak olan ikili anlaşmalar ile çözüme kavuşturulabilir<sup>101</sup>.

### **2.2.1.2. Kurumlarda Tam ve Dar Mükellefiyet**

Kurumlar Vergisi Kanununun 9. maddesine göre “tüzel kişilerden kanuni veya iş merkezleri Türkiye’de bulunanlar gerek Türkiye’de gerekse yabancı memleketlerde elde ettikleri kurum kazançları üzerinden vergilendirilirler.”

Yasal merkez, vergiye tabi kurumların ana tüzüklerinde yada sözleşmelerinde gösterilen merkezdir. İş merkezi ise, iş ile ilgili işlemlerin fiilen toplandığı, yoğunlaştığı merkezdir. İş merkezi ölçütü, kurumların yasal merkez olarak kurumlar vergisi oranlarının çok düşük olduğu ülkeleri seçmelerine rağmen, aslında işlerini Türkiye’de yürütmeleri olasılığına karşı kabul edilmiştir<sup>102</sup>.

KVK 11. maddesine göre “kanuni ve iş merkezlerinden her ikisi de Türkiye içinde bulunmayan kurumlar, yalnız Türkiye’de elde ettikleri kurum kazançları üzerinden vergilendirilirler.”

### **2.2.1.3. E-Ticaret ve Tam Mükellefiyet**

İnternet ortamında gerçekleştirilen faaliyetler sonucu bir gelir elde edildiğinde, geliri elde eden kişinin hukuki kimliğine göre gelir veya kurumlar vergisi söz konusu olur. GVK’nın 3’üncü maddesinde aşağıda belirtilen gerçek kişilerin tam mükellefiyete tabi oldukları hükme bağlanmıştır:

---

<sup>101</sup> Kırçova ve Öztürk, a.g.e., s.83.

<sup>102</sup> Kırçova ve Öztürk, a.g.e., s.84.

1. “Türkiye’de yerleşmiş olanlar,
2. Resmi daire ve müesseselere veya merkezi Türkiye’de bulunan teşekkül ve teşebbüslere bağlı olup adı geçen daire, müessese, teşekkül ve teşebbüslerin işleri dolayısıyla yabancı memleketlerde oturan Türk vatandaşları.”

Bunlardan birincisi mukimlik(kendi sınırları içinde ikamet edenler), ikincisi uyrukluk esasında tam mükellefiyete tabi olmanın ölçü ve şartlarını ifade etmektedir<sup>103</sup>.

Kurumların vergilendirilmesinde de benzeri esaslar benimsenmiş olup; Türkiye’de faaliyet gösteren firmalardan kanuni ve iş merkezleri Türkiye’ de bulunanlar gerek Türkiye’de gerekse yabancı memleketlerde elde ettikleri kurum kazançları üzerinden vergilendirilebilir. Tam mükellefiyet, mükelleflerin hem mukim oldukları ülkede hem de diğer ülkede elde ettikleri tüm gelirler üzerinden, bir başka deyişle dünya üzerinde elde ettikleri tüm gelirler üzerinden vergilendirilmesini ifade eder. Dar mükellefiyet ise kişilerin mukimi olduğu ülke dışında elde ettikleri gelirleri dolayısıyla, söz konusu gelirleri elde ettiği ülke tarafından vergilendirilmesi anlamına gelir. Türk Vergi kanunlarında dar mükellef ve tam mükellef ayrımının yapılmasında kullanılan kriter mukimlikdir. Ancak elektronik ortamda yapılan ticarete işleme taraf olanların tespitinde yaşanan belirsizlikler geliri elde eden kişi veya kurumların hangi ülkelerin mukimi olduğunun tespitini güçleştirmektedir<sup>104</sup>.

Elektronik ticaret, kurumlara da tam mükellef olacakları ülkeyi seçme hakkı tanımaktadır. Çünkü elektronik ticaret sayesinde kurumlar, yönetim kademelerini farklı, üretimlerini ise daha farklı bir ülkede gerçekleştirebilme şansı yakalayabilmişlerdir. Bu durum kurumların mukim oldukları yerin belirlenmesinde kullanılan yöntemler olan “kurumun ana faaliyet yeri, yönetimin kurulunun bulunduğu yer ya da işletmelerin bizzat toplanıp yönetildiği esas iş yeri” ölçütlerinin önemini yitirmesine yol açmıştır. Bunun dışında, uluslar arası faaliyette bulunan firmaların, satış işlemi gerçekleştirdikleri ülkede vergi mükellefi olabilmeleri için ihtiyaç duyulan, o ülkede fiziksel varlığa sahip sabit konumlu bir iş yerinin

<sup>103</sup> Arthur Anderson Yönetim ve İnsan Kaynakları Danışmanlığı Ltd. Şti.(Haz.), **a.g.e.**, s.280.

<sup>104</sup> Arthur Anderson Yönetim ve İnsan Kaynakları Danışmanlığı Ltd. Şti.(Haz.), **a.g.e.**, s 281.



bulunması koşulu da artık gerekmemektedir. Çünkü özellikle yazılım, kitap, CD, Müzik, gibi ürünleri dijital ortamlara aktarıp, bu ürünleri şirket bilgisayarından tüketicinin sahibi bulunduğu bilgisayara yönlendirip uluslar arası satışını yapabilen firmaların, satışı gerçekleştirdikleri ülkede ne bir işyeri ne de bir personel buldurmalarına ihtiyaç kalmamıştır. Tüm bu gelişmeler gerek gerçek kişiler gerekse kurumlar açısından mükellefiyetin belirlenmesini zorlaştıran olaylardır<sup>105</sup>.

Devletin ülkesel egemenliği altındaki kişilerin dünya çapındaki gelirlerini vergilendirerek, yükümlünün mali gücünü bütünüyle yakalaması halinde, ülkesel sınırlarını aşması ve sınır ötesindeki vergi konularına uzanması söz konusu olmaktadır. Bu durumda, vergilendirme yetkisini kullanan devlet ile ülkesel bağ içinde olan vergi konusu değil, vergi yükümlüsü olmaktadır. Tam mükellefiyet, vergi kanununun uygulama alanının kişi itibarıyla tespitini ifade etmektedir<sup>106</sup>.

İletişim teknolojisinin getirdiği yenilik elektronik ticaret ile birlikte bazı hallerde kişilerin yerleşik oldukları yerin belirlenmesi güçleştirmiştir. Daha doğrusu gelişmeler özellikle kurumları artık mukim oldukları ülkeyi belirleme konusunda insiyatif kullanma konumuna getirmiştir. Örneğin ortakları ve yönetim kademesi (a) ülkesinde olan ancak (b) ülkesinde faaliyette bulunan (x) şirketinin (c) ülkesinde kurulması yönetim ve denetim kurullarının farklı ülkede toplanması mümkündür. Ülkeler mukimlik konusunda farklı kriter uyguladıkları ya da aynı kriteri farklı yorumladıkları için bu ve benzeri durumlarda çifte mukimlik sorunu ortaya çıkmaktadır. Uygulamada çifte mukimlik sorunu anlaşma hukuku ile çözüme kavuşturulmaktadır. Burada uygulanan kriter genellikle “etkin yönetim merkezi”dir<sup>107</sup>.

#### **2.2.1.4. E-Ticaret ve Dar mükellefiyet**

Elektronik ticaret alanında dar mükellefiyetin tespiti, en çok ticari ve serbest meslek kazançlarının vergilendirilmesinde önem taşımaktadır. OECD model vergi anlaşmasının Ticari Kazançlar başlıklı yedinci maddesinin ilk bendinde; dar mükellef

---

<sup>105</sup> Çak, a.g.e., s.90.

<sup>106</sup> Yılmaz Özbacı, *Gelir Vergisi Kanunu Yorum ve Açıklamaları*, Ankara, Oluş Yayıncılık, 1998, s.89.

<sup>107</sup> Hamdi Demir, *Elektronik ticarete Vergileme*,  
[www.legalisplatform.net/ozel\\_dosyalar/Elektronik%20Ticarette%20Vergilendirme.pdf](http://www.legalisplatform.net/ozel_dosyalar/Elektronik%20Ticarette%20Vergilendirme.pdf)

statüsündeki mükelleflerin ticari kazançlarının, kazancın elde edildiği ülkede vergilendirilmesi, söz konusu kazancın bir iş yeri vasıtasıyla elde edilmiş olması şartına bağlanmıştır. Yine serbest meslek kazançlarının vergilendirilmesi ise aynı model kanununun 14. maddesinde düzenlenmiştir. Bu maddeye göre serbest meslek kazançlarının kazancın elde edildiği ülkede vergilendirilmesi serbest meslek faaliyetine düzenli olarak tahsisli bir yerin bulunması şartına bağlanmıştır. Alınan bu kararlar söz konusu gelirlerin vergilendirilmesinde sabit konumlu bir işyerinin varlığının önemini artırmıştır<sup>108</sup>.

Gelir Vergisi Kanunu'nun 7. maddesi hükmüne göre, kazanç sahibinin Türkiye'de işyerinin olması veya daimi temsilci bulundurması ve kazancın bu yerlerde veya bu temsilciler vasıtasıyla sağlanması halinde ticari kazanç Türkiye'de elde edilmiş sayılmakta ve vergilendirilmektedir. Elektronik ticaret üzerinden elde edilen ticari kazançların vergilendirilmesindeki en önemli sorun ticaretin gerçekleştirildiği web sitesini barındıran sunucu bilgisayarın (Web Server) ülkeler itibariyle vergilendirme konumundan kaynaklanmaktadır. Herhangi bir ülkede bulunan sunucu bilgisayarlar üzerinde ticari işlem yapan yabancı bir işletmenin bu ülkede veya başka bir ülkede vergi mükellefiyeti olup olmadığının bilinmesine olanak yoktur. Bu nedenle, işletmeler yabancı bir ülkede bulunan bilgisayarlar üzerinden ticari varlıklarını sürdürmelerine rağmen, o ülkelerdeki işlemleri üzerinden mevzuat ve uluslar arası anlaşmaların yokluğu nedeniyle vergilendirilmemektedir<sup>109</sup>.

Ticari kazancın vergilendirilmesi anlaşma hukukunda da Gelir Vergisi Kanununda yer alan hükümlere paralel bir şekilde düzenlenmiştir. OECD Model Anlaşmasının 7. maddesinde dar mükellef statüsündeki mükelleflerin ticari kazançlarının kazancın elde edildiği ülkede vergilendirilmesi, gelir mevzuatımızda olduğu gibi, söz konusu kazancın bir işyeri aracılığıyla elde edilmiş olması şartına bağlanmıştır. Bu prensip, bir teşebbüsün diğer bir devlette bir işyeri sahibi olmadan gerçek anlamda o ülkenin ekonomik hayatına iştirak etmiş sayılmayacağı, dolayısıyla anılan ülkenin vergileme hakkının doğmayacağı anlayışına dayanmaktadır. Bununla birlikte gerek Vergi Usul Kanununda ve gerekse anlaşma

---

<sup>108</sup> Çak, a.g.e., s.91.

<sup>109</sup> Demir, a.g.m., s.8.

hukukundaki işyeri tanımı temelde ortak özellikler taşımaktadır. Bu ortak özelliklerden önemli bir tanesi de işyerinin fiziki ve coğrafi anlamda sabit bir yer olmasıdır. Bu şart sağlanmadığı takdirde vergileme hakkı ticari faaliyeti yürüten kişinin mukim olduğu ülkeye ait olmaktadır<sup>110</sup>.

### 2.2.2. İşyeri Kavramı

Türkiye’de yerleşik olan gerçek kişiler, tam mükellefiyet esasında Türkiye içinde ve dışında elde ettikleri kazanç ve iratlar üzerinden vergilendirilirken, Türkiye’de yerleşik olmayanlar dar mükellefiyet esasında sadece Türkiye’de elde ettikleri gelirler üzerinden vergilendirilirler. Nitekim, Türk Vergi Mevzuatında da gelir ve kurumlar vergisi mükellefiyetleri bu ilkelere göre belirlenmiştir. Türkiye’de faaliyette bulunan kurumlardan kanuni ve iş merkezlerden her ikisi de Türkiye içinde bulunmayanlar ise dar mükellef sayılarak sadece Türkiye’de elde ettikleri kurum kazançları üzerinden vergilendirilir. Bu açıdan bakıldığında Türkiye’de yerleşik olmayanların vergilendirilmesi için gelirlerin Türkiye’de elde edilip edilmediğinin tespiti önem taşımaktadır. İncelenen konu açısından değerlendirilirse, Türk Vergi Mevzuatı Türkiye’de yerleşik olmayanların icra ettikleri ticari kazancın vergilendirilmesinde, “işyeri veya daimi temsilci” bulunması esasını benimsemiştir. Buna göre, dar mükellef bir gerçek kişi veya kurumun ticari kazancı nedeniyle Türkiye’de vergilendirilebilmesi için Türkiye’de bir iş yeri veya daimi temsilcinin bulunması ve kazancın bu yerlerde veya bu temsilciler vasıtasıyla elde edilmesi gerekir. Kısaca işyeri kuralı denilen bu vergilendirme ilkesi, uluslararası çifte vergilendirmenin önlenmesinde de kabul görmektedir<sup>111</sup>.

Milletlerarası ikili vergi antlaşmalarının amacı, çifte vergilendirmeyi önlemektir. Bu amaçla antlaşmalarda vergilendirmede temel ilke olarak mükellefin ikametgahı, bazen de kazanç ve iradın kaynağı esas alınır. OECD Model Anlaşması ikametgah ilkesini, Birleşmiş Milletler Model Anlaşması kaynak ilkesini benimsemiştir. Hangi ilke temel alınırsa alınsın, akit devletler için amaç, vergi hasılatından azami pay almaktır. Vergi antlaşmalarında, özellikle ticari kazancın

---

<sup>110</sup> Demir, **a.g.m.**, s.9.

<sup>111</sup> Arthur Anderson Yönetim ve İnsan Kaynakları Danışmanlığı Ltd. Şti.(Haz.), **a.g.e.**, s 288.

vergileneceği devleti belirleme açısından işyeri son derece önem taşımaktadır. OECD Model Anlaşmasında işyeri kavramı dar, buna karşılık Birleşmiş Milletler Model Anlaşmasında işyeri kavramı geniş olarak ele alınmış olmakla birlikte, kavramın tanımı ve örnekleri konusunda bir birlik mevcuttur. Türkiye'nin taraf olduğu antlaşmalarda OECD Modeli ağır basmaktadır<sup>112</sup>.

İşyeri ve sabit yer kriterleri ticari ve mesleki faaliyetlerin vergilendirilmesinde temel kriterler olarak kullanılmaktadır. Ancak, e-ticaretten sağlanan kazancı kavramakta yeterli olmayan bu kriterler kaynak ülke vergilemesini olanaksız hale getirmektedir. Bu durumda tartışma, e-ticarette kullanılan bilgisayarların, web sitesinin veya web sayfasının ve bilgisayar sunucularının işyeri oluşturup oluşturmayacağı noktalarına taşınmaktadır. OECD'nin Mali İşler Komitesinin model anlaşma ve yorumunun güncelleştirilmesinden sorumlu 1 no'lu Çalışma Grubu, işyeri kavramını e-ticaret açısından açıklığa kavuşturmak üzere bir rapor hazırlamıştır. Taslak olan bu raporda işyeri kuralı ve bu kuralın e-ticarete uygulanabilirliğine yönelik değerlendirmeler yapılmakta, e-ticarette işyeri nerede oluşuyor sorusuna cevap aranmaktadır<sup>113</sup>.

Web sitesi ve web sayfası, sunucu üzerinde depo edilen elektronik bilgi ve verilerden oluşmaktadır. Fiziki bir varlığı temsil etmemektedir. Dolayısıyla işyerinin oluşması bakımından sabit bir yerin varlığından bahsedilemeyeceği gibi işyerinden de bahsedilemez. Buna karşılık sunucu ise bir fiziki donanımdır. Belli bir süreyle bir yerde bulunması onu sabit bir yer haline getirir ki, bu özelliği nedeniyle işyeri olarak tanımlanmaya müsaittir. 1 no'lu çalışma grubunun anlayışı da budur. Ancak, sunucuların işyeri sayılması için sunucuların mülkiyetinin ve kontrolünün aynı teşebbüse ait olması ve aynı teşebbüs tarafından işletilmesi şartı da aranmaktadır. Web sitesinin yüklü olduğu sunucuların bir başka şirkete ait olması durumunda, web sitesinde e-ticaret yapan şirket, sunucuda fiziki bir varlığa sahip olmadığından, server nedeniyle işyerine sahip kabul edilmemektedir.<sup>114</sup>

---

<sup>112</sup> Arthur Anderson Yönetim ve İnsan Kaynakları Danışmanlığı Ltd. Şti.(Haz.), **a.g.e.**, s 289.

<sup>113</sup> Niyazi Çangir, **a.g.e.**, s.26.

<sup>114</sup> Niyazi Çangir, **a.g.e.**, s.28.

Sunucunun ne ölçüde doğru bir vergileme ölçüsü olduğu da tartışmalıdır. Her yere kolayca taşınabilecek, faaliyet açısından nerede olduğunun hiç bir önemi bulunmayan bir bilgisayar donanımına bağlı olarak vergilendirme yetkisinin belirlenmesi ne ölçüde haklıdır? Yakında, sunucuların uydulara, uzaya taşınacağından bahsedilmektedir. Bu gerçekleşirse, bir sunucuya bağlı olarak vergilendirme yetkisinin tanımlanması iyice anlamını yitirecektir<sup>115</sup>.

Yukarıda açıklanan görüşler çerçevesinde, işyeri kuralına bağlı vergilemenin neredeyse imkansız hale geldiğini, mevcut düzenlemeler çerçevesinde e-ticaretten sağlanan gelirlerin kısmen veya tamamen vergi dışı bırakılmasının son derece kolaylaştığı sonucuna varmak pek de yanlış olmayacaktır. Örneğin, Cayman Adalarında yerleşik bir şirket İngiltere’de bulunan bir server üzerinde web sitesine sahip olsa, bu site vasıtasıyla Türkiye’deki müşterilere satış yapsa, Türkiye’de bir işyeri bulunmadığı için Türkiye’de vergileme yapılmayacaktır. Ayrıca, İngiltere’de bulunan sunucu kendisine ait olmadığı için bu ülkede de işyeri oluşmayacak, dolayısıyla İngiltere’de de vergileme yapılmayacaktır. Bu şirketin vergi cenneti bir ülkede yerleşik olduğu durumda kazancın tümüyle vergi dışı kalması kaçınılmazdır<sup>116</sup>.

Tüm bu problemlere OECD’nin model vergi anlaşmasında temelleri atılan ve Aralık 2000 de son şekline kavuşturulan, uluslararası faaliyette bulunan firmaların mükellefiyetlerine ilişkin maddenin ortaya çıkması ile son nokta konulmuştur. Bu maddeye göre; ülkeler arasında dijital ürünlerin satışını gerçekleştiren firmaların, satışı gerçekleştirdikleri ülkede vergi mükellefi sayılabilmeleri için, o ülkede işyeri bulundurma şartı mukimlik esasına bağlı bırakılmakla birlikte, firmanın satışı gerçekleştirdiği ülkede kiralama ya da satın alma yoluyla kendisine ait bir sunucuya sahip olması, işyerinin varlığını işaret etmektedir. Maddenin tamamı şu şekildedir: “Yazılım ve elektronik datadan oluşan bir web sitesi fiziksel varlığa sahip değildir. Bu nedenle bir işyeri olarak kabul edilmemesi gerekmektedir. Diğer taraftan web sitesine ait bilgilerin depolandığı ve firmanın ticari faaliyetlerini yürüttüğü server, fiziksel varlığa sahiptir ve sabit konumlu bir işyeri olarak nitelendirilebilir”. Burada

---

<sup>115</sup> Niyazi Çangir, **a.g.e.**, s.28.

<sup>116</sup> Niyazi Çangir, **a.g.e.**, s.28.

web sitesi ve server arasındaki farka dikkat çekilmiş ve tek başına firmaya ait web sitesinin mevcudiyetinin, vergi mükellefiyeti için yeterli koşulları yerine getirmediğinin altı çizilmiştir<sup>117</sup>.

### 2.2.3. E-Ticarette Katma Değer Vergisi

Elektronik ticaretin gelişimi ile birlikte KDV alanında ortaya çıkması muhtemel sorunların daha çok KDV'nin hangi ülkelerde, hangi matrahlar üzerinden tarh ve tahakkuk ettirileceği, bu matrahların kimler tarafından beyan edileceği, yapılan işlemlerin niteliği ve işleme taraf olanların kimlikleri ile ilgili olacağı düşünülmektedir. Bununla birlikte fiziksel varlığı olan malların KDV karşısında herhangi bir sorun oluşturmayacağı da belirtilmektedir. Tüm bu sorunların aşılabilmesi amacıyla OECD ve Avrupa Birliği(AB) çalışmalarını ortak olarak sürdürmektedirler. Ottawa Konferansında yapılan görüşmeler sonucunda, KDV'nin tüketimin gerçekleştiği ülkede tahakkuk ettirileceği ve tüm dijital ürünlerin KDV karşısında hizmet olarak nitelendirileceği görüşleri, elektronik ortamlarda uluslar arası satış işlemi gerçekleştiren satıcılara haksız vergi avantajları sağlanmaması amacıyla benimsenmiştir. Bu kuralı ilk olarak AB yürürlüğe koyma kararı almış ve alınan karar üzerinde bazı değişiklikler yaptıktan sonra satıcının hangi ülkede ikamet ettiğine bakılmaksızın söz konusu kurala riayet etmesi yönünde bir öneri getirilmiştir. 7 Haziran 2000 tarihinde yayınlanan öneriye göre:<sup>118</sup>

- Elektronik ortamlarda dağıtımı ve satışı yapılan dijital ürünler KDV karşısında hizmet olarak nitelendirileceklerdir.
- Söz konusu ürünler, tüketimlerinin gerçekleştiği ülkede KDV'ye tabi olacaklardır.
- AB üyesi olmayan firmaların AB üyesi firmalara yaptıkları dijital ürün satışlarında, herhangi bir AB üyesi ülkeye KDV kaydı yaptırımları zorunlu tutulmaktadır. Böylelikle her bir satışta o AB üyesi ülkedeki KDV oranı

---

<sup>117</sup> Niyazi Çangir, **a.g.e.**, s.29.

<sup>118</sup> Çak, **a.g.e.**, s.103.

uygulanacak, ayrıca firmanın değişik AB üyesi ülkelerde bulunan firmalara satış yapması halinde tek bir KDV beyanı doldurulacaktır.

E-ticaret ile birlikte sınır ötesi işlemlerin yaygınlaşacağı, hizmet ticaretinde önemli gelişmeler kaydedileceği tahmin edilmektedir. Bu trendin sağlıklı bir şekilde gelişmesi ve e-ticaretin gelişiminin engellenmemesi için aynı işlemin birden fazla ülke tarafından vergilendirilmesine yol açacak uygulamaların ortadan kaldırılması gerekmektedir. Bu çerçevede atılacak en önemli adım daha önce de ifade edildiği gibi her işlemin bir kez vergilenmesi sonucunu sağlayacak ve tüm ülkelere benimsenmiş kuralların vergi sistemlerine yerleştirilmesi olacaktır. Çünkü, küreselleşme olgusunun yaşandığı günümüz dünyasında hiç bir ülke tek başına hareket edemez. Özellikle çifte vergilendirmenin veya hiç vergilendirmemenin söz konusu olduğu tüketim vergileri üzerinde devletler arası mutlak bir uzlaşımın sağlanması gerekmektedir. KDV'nin en çok uygulandığı bölge olan Avrupa Birliği ülkeleri e-ticaret üzerinden KDV hususunda eşgüdümlü hareket etmek suretiyle gerek OECD ülkeleri gerek diğer ülkeler ile birlikte çalışmalara başlamışlardır. Ekim 1998 tarihinde OECD ülkeleri Bakanları düzeyinde yapılan Ottawa Konferansında bir takım tedbir ve ilkeler belirlenmiştir<sup>119</sup>.

Fiziki mallardaki e-ticaret, söz konusu malların on-line olarak sipariş edilmesi, ayrıca duruma göre ödeme, sözleşme, belge düzenleme ve benzeri unsurların elektronik ortamda tamamlanması şeklinde gerçekleşmektedir<sup>120</sup>. Ancak, e-ticaret üzerinden yapılan işlemlerin bir çoğu fiziki malların teslimi ile sonuçlanır. Yürürlükteki mevzuata göre, KDV malların teslim edildiği yerde (ülkelerde) tarh ve tahakkuk ettirilir. Bu açıdan fiziki malların tesliminde KDV sorunu bulunmamaktadır. Fiziki malların ithalinde gümrükten geçiş esnasında gerek gümrük vergilerinin gerek KDV'nin tahsili sağlanmaktadır<sup>121</sup>.

---

<sup>119</sup> Niyazi Çangir, **a.g.e.**, s.42.

<sup>120</sup> Niyazi Çangir, **a.g.e.**, s.43.

<sup>121</sup> Eser Sevinç, “**Elektronik Ticarete Katma Değer Vergisi**”, [http://www.ymm.net/e-ticaret/elektronik\\_ticaret\\_ve\\_kdv.html](http://www.ymm.net/e-ticaret/elektronik_ticaret_ve_kdv.html)(22 Ocak 2007)

Başlıca sorun e-ticaret aracılığıyla firmalar arası (B2B) hizmet sunumları üzerinden hesaplanan KDV'nin tarh ve tahsilinin sağlanmasıdır. Ayrıca firmalardan nihai tüketicilere (B2C) yapılacak hizmet sunumları üzerinden de KDV'nin nasıl tarh ve tahakkuk ettirilebileceği konusunda büyük sorunlar bulunmaktadır. Ottawa Konferansı'nda kabul edildiği üzere, tüketim vergileri, ancak tüketimin yapıldığı yerdeki hizmetler üzerinden alınabilir. Hizmetin doğası gereği, tüketim yeri kuralının uygulanmasında zorluklar bulunmaktadır. Malların tesliminin tersine dijital ürünlerin tesliminde gümrükten geçmek söz konusu olmadığı gibi işlemin gözle görülür (takip edilebilir) bir belirtisi de bulunmamaktadır. Gerçekte, firmalarca işlemin kayda alınmasında ve devlet tarafından denetiminde de sorun bulunmamaktadır. Ancak, başka bir ülkedeki nihai tüketiciye yapılan satışlar bazı sorunlara yol açmaktadır. Aslında, KDV'nin bireyler tarafından beyan edilebilmesine, tarh ve tahakkuk etmesine kolaylık sağlayan yol ve yöntemler bulunmak suretiyle, anılan sorunlar çözüme kavuşturulabilir. Firmalar arası ticaretin aksine e-ticaret yoluyla nihai tüketiciye verilen hizmetlerin vergisel yönünün hesaplanmasında tüketimin yapıldığı yer ilkesi uyarınca bireysel müşterinin sorumluluklarını yerine getirebileceği hususu şüpheyle karşılanmaktadır. Hatta müşterilerin bir çoğunun vergilendirmeden haberi dahi olmayacaktır<sup>122</sup>.

KDV'nin tarh ve tahakkukunun kolaylaştırılması amacıyla, devletler tarafından aşağıda belirtilen düzenlemeler yapılabilir<sup>123</sup>:

- Uluslararası e-ticaret yapan firmaların vergiyi tahsil etmeleri ve bireylerin bulunduğu yerin vergi idaresine yatırımları sağlanabilir.
- Uluslararası e-ticaret yapan firmaların tahsil ettikleri vergiyi kendi vergi idarelerine yatırımlarının ardından bu vergi idaresine verginin transferi sağlanabilir.

---

<sup>122</sup> Eser Sevinç, “**Elektronik Ticarete Katma Değer Vergisi**”, [http://www.ymm.net/e-ticaret/elektronik\\_ticaret\\_ve\\_kdv.html](http://www.ymm.net/e-ticaret/elektronik_ticaret_ve_kdv.html)(22 Ocak 2007)

<sup>123</sup> Eser Sevinç, “**Elektronik Ticarete Katma Değer Vergisi**”, [http://www.ymm.net/e-ticaret/elektronik\\_ticaret\\_ve\\_kdv.html](http://www.ymm.net/e-ticaret/elektronik_ticaret_ve_kdv.html)(22 Ocak 2007)



- Finansal kurumlar kurmak suretiyle verginin stopaj yoluyla kesilmesine ve bu kuruluşların ilgili vergi idaresine yatırılmasına aracılık ettirilmesi sağlanabilir.

Elektronik ticaret işlemleri ile ortaya çıkan KDV sorunları çeşitli platformlarda tartışılmaktadır. Bu tartışmaların temel amacı<sup>124</sup>:

- Bütün uluslararası elektronik ticaret işlemlerine uygulanabilecek ortak bir düzenleme oluşturabilmek,
- İşlemlerin vergilendirilmemesi ya da çifte vergilendirilmesini önleyerek yalnızca bir kez vergilendirilmesini garantilemek,
- Farklı vergi düzenlemelerine engel olarak rekabetin zarar görmesini engellemektir.

#### **2.2.4. E-Ticarette Gümrük Vergisi**

Elektronik ortamlarda teslimi yapılan mal ve hizmetlere gümrük vergileri konusunda uluslararası alanda gösterilen genel eğilimin, bu tür mal ve hizmetlere serbest bölgelerde işlem görüyormuş gibi davranılması şeklinde olduğu söylenebilir. Küresel bilgi altyapı komisyonunun hazırladığı rapora göre, iş çevreleri, gümrük vergileri de dahil olmak üzere uluslararası ticaret sisteminin mümkün olduğu kadar, ticaret üzerinde uygulanan engellerden muaf kalmasını sağlamak üzere, hükümetlerle işbirliği içerisinde bulunmaktadır<sup>125</sup>.

Elektronik ortamlarda sipariş edilen ve geleneksel yöntemlerle teslimatı yapılan mallar açısından gümrük vergilemesinde herhangi bir sorunla karşılaşılacağına ihtimal verilmemektedir. Çünkü bu tür mallar, mevcut kurallara göre gümrük vergilerine tabi tutulabilmektedir. Gümrük vergileri açısından asıl

---

<sup>124</sup> Arthur Anderson Yönetim ve İnsan Kaynakları Danışmanlığı Ltd. Şti.(Haz.), **a.g.e.**, s 327.

<sup>125</sup> Çak, **a.g.e.**, s.106.

sorunu doğrudan alıcının bilgisayarına transferi yapılabilen dijital ürünler oluşturmaktadır. Bu tür malların geleneksel mal ve hizmet sınıflandırması içerisinde yer almaması, gümrük vergisi karşısında tanımlanmamalarına yol açmaktadır. Her ne kadar dijital ürünlerin KDV karşısında hizmet olarak nitelendirilmesi öngörülmüş olsa da gümrük vergileri açısından kesin bir tanımlarının bulunmaması, bu tür ürünlerin gümrük vergisi karşısındaki belirsizliklerini devam ettirmelerine neden olmaktadır. Ottawa Konferansında yapılan görüşmelerde<sup>126</sup>;

- KDV'nin tüketimin yapıldığı yerde tahakkuk ettirilmesi,
- Gümrük vergileri ve KDV açısından dijital ürünlerin fiziki mal olarak kabul edilmemesi sonucuna varılmıştır. Dijital ürünlerin hizmet olarak kabulü gümrük vergisinin uygulanamayacağı anlamına gelmektedir.

#### **2.2.5. E-Ticarette Damga Vergisi**

Damga vergisi işlemler üzerinden alınan bir vergidir. İşlemleri tevsik eden yahut hukuksal bir kimlik kazandıran kağıtlar damga vergisine tabidir. Damga vergisinin konusu, DVK'ya ekli (1) No'lu tabloda yazılı kağıtlardır<sup>127</sup>. Buna göre 488 Sayılı DVK madde 1'e göre bir belgenin damga vergisine tabi olabilmesi için;

“Kağıt olmalı,

Yazılıp imzalanmak veya imza yerine geçen bir işaret konmak suretiyle düzenlenmeli,

Her hangi bir hususu ispat veya belli etmek için ibraz edilebilmeli,

Kanuna ekli (1) sayılı tabloda yer almalıdır.”

---

<sup>126</sup> Çak, a.g.e., s.106.

<sup>127</sup> Ahmet Kırman,488 Sayılı Damga Vergisi Kanunu Şerhi, Ankara,1997,s.12'den [http://www.ekitapyayin.com/id/033/02.htm#\\_ftn45](http://www.ekitapyayin.com/id/033/02.htm#_ftn45)

Damga vergisi yukarıdaki şartları haiz “kağıtlar”ı vergilendirmek amacıyla konulmuştur. Yine, anılan Kanunun 15. maddesinde “Damga vergisi, kağıtlara pul yapıştırılması ve bu kanunda gösterilen hallerde basılı damga konulması veya makbuz verilmesi veyahut istihkaktan kesinti yapılması şekillerinden biriyle ödenir. Bu ödeme şekillerinin hangi işlemler için ne surette uygulanacağını tespiti Maliye Bakanlığı yetkilidir” hükmü yer almaktadır.

Yukarıdaki hükümlerden anlaşılacağı üzere, klasik düzende damga vergisini ilgilendiren işlemlerin, internet ortamında ve e-ticarete konu uygulamalarda tanımlamadan kaynaklanan sorunlara sahip olduğu görülmektedir. E-ticaret yapısı gereği, ticari işlemlerin kağıt yerine sanal ortamda yapılmasını gerektirmektedir. Öncelikle anılan kanunda sözü edilen “kağıt” sözcüğünün elektronik ortamda karşılığının ne olduğu, ifade edilen “imza” sözcüğünün bu ortama denk düşen eş anlamlısının mevcut olup olmadığı tartışmaya açıktır. Ayrıca anılan Kanunun 15. maddesinde sayılan ödeme şekillerinin dışında varsayılan “elektronik ödeme” yönteminin geçerli sayılıp sayılmayacağı da tartışmaya açıktır<sup>128</sup>.

Tüm bu açıklamalar sanal ortamda gerçekleştirilebilen elektronik ticaret işlemlerinde damga vergisinin uygulanamayacağını göstermektedir. Ayrıca mevcut kanunun 15. maddesinde sayılan ödeme şekillerinden farklı bir ödeme yöntemi olan, elektronik ödeme sistemlerinin damga vergisinin ödenmesinde kullanılamayacağı da açıktır. Damga vergisinin elektronik ortamlarda da geçerliliğini koruması ve devletin vergi hasılatı kaybına uğramaması için elektronik imza, elektronik noter vb kurumlara işlerlik kazandırılması, ayrıca damga vergisinin konusunun kağıt dışındaki ortamlarda düzenlenen belgeleri de kapsayacak biçimde genişletilmesi gerekmektedir<sup>129</sup>.

---

<sup>128</sup> Ercan Alptürk, “ İnternet Ortamında Yapılan Elektronik Sözleşmelerde ve İhalelerde Damga Vergisi Uygulanabilir mi?”, **Yaklaşım**, 99, Mart-2001, s.142’ den [http://www.ekitapyayin.com/id/033/02.htm#\\_ftn45](http://www.ekitapyayin.com/id/033/02.htm#_ftn45)

<sup>129</sup> Çak, **a.g.e.**, s.122.

## 2.3 ELEKTRONİK TİCARETİN VERGİLENDİRİLMESİNDE ORTAYA ÇIKAN SORUNLAR

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde sağlanan gelişmelerin, ölçek ekonomilerini yakalama ve ticari işlem maliyetini düşürmesi gibi avantajlarının yanında, aralarında vergileme olgusunun da bulunduğu birçok alanda kesinliğin olmaması, bu gelişmelerin en büyük engelini beraberinde getirmektedir. Elektronik bir ortamda yapılan ticaretin nasıl vergilendirileceği konusu hem ulusal hem de uluslararası düzeyde yoğun bir şekilde tartışılmaktadır.<sup>130</sup>

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 sorunları genel yapıları itibariyle teknik sorunlar ve yasal sorunlar olmak üzere 2 başlık altında toplanabilir<sup>131</sup>.

### 2.3.1. Teknik Sorunlar

Elektronik ticaretin gerçekleştiği internet ortamı 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<sup>132</sup>. Söz konusu güçlükler aşağıda ele alınmaktadır.

#### 2.3.1.1. Mükellefiyetin Belirlenmesindeki Güçlükler

Vergilemede birincil bilgi kaynağı mükellefin kendisidir. Fakat mükellef ve mükellefiyetin belirlenmesinde problemler devam etmektedir. Örneğin, internet ortamında bir kişinin hiç bir ilişkisinin bulunmadığı bir ülkeyi adres olarak

---

<sup>130</sup> İsmail Güneş, “ Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesinin Uluslararası Boyutu”, [http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl\\_gos.php?nt=241\(03.04.2007\)](http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=241(03.04.2007))

<sup>131</sup> Güneş, a.g.m., [http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl\\_gos.php?nt=241\(03.04.2007\)](http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=241(03.04.2007))

<sup>132</sup> Güneş, a.g.m., [http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl\\_gos.php?nt=241\(03.04.2007\)](http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=241(03.04.2007))

göstermesi ve bir başka firmaya ait unvan ve markaları kullanması mümkün olup bunun uygulamalarıyla da karşılaşılmaktadır. Sistemin şu anki işleyişinde kişilerin adres olarak gösterdikleri yerlerin gerçekten o kişilere ait olup olmadığını denetleyen bir mekanizma olmadığı gibi, vergiye tabi işlem ile mükellef arasında bağlantı kurulmasını güçleştirmektedir<sup>133</sup>.

### 2.3.1.2. Defter ve Belge Düzeni

Tüm çağdaş vergi sistemlerinde olduğu gibi Türk Vergi Sistemi de beyan esasına dayanmaktadır. Beyanın dayanağı ise kural olarak yasal olarak tutulması gereken defter ve belgelerdir. Belge düzeni beyan usulünün zorunlu bir tamamlayıcısıdır. Buna göre mükellefler matrahın saptanmasında ve beyanında gelir ve giderlerini belgeye bağlayacaklardır. Bu belgeleme vergi denetimi açısından büyük önem taşıdığı gibi, mükellefler yönünden de ispat yükü açısından önemli olmaktadır<sup>134</sup>.

E-ticaret, isminden de anlaşıldığı üzere, kağıdın kullanılmadığı elektronik (sanal) bir ortamda gerçekleşmektedir. Bu ticarete ilişkin defter ve belge kayıtlarının da doğal olarak sanal ortamda gerçekleşeceğinin kabul edilmesi gerekir. Son yıllarda çıkarılan kanunlar ile vergi mükelleflerinin kayıt ve belgelerini, bilgisayar ortamında tutmaları ve saklamaları hususunda Maliye Bakanlığına yetkiler verilmiştir<sup>135</sup>. VUK 4369 Sayılı Kanununun 5. maddesiyle değişen mükerrer 257. maddesi, 29.07.1998 tarihinde yürürlüğe girmek üzere Maliye Bakanlığına, “tutulması ve düzenlenmesi zorunlu defter, kayıt ve belgelerin mikro film, mikro fiş veya elektronik bilgi ve kayıt araçlarıyla yapılması veya bu kayıt ortamlarında saklanması hususunda izin verme veya zorunluluk getirme, bu şekilde tutulacak defter ve kayıtların kopyalarının Maliye Bakanlığında veya muhafaza etmekle görevlendireceği kurumlarda saklanması zorunluluğu getirme, bu konuda uygulama usul ve esaslarını belirleme” hususlarında yetki vermiştir.

<sup>133</sup> Güneş, a.g.m., [http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl\\_gos.php?nt=241](http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=241)(03.04.2007)

<sup>134</sup> Eser Sevinç, <http://www.ymm.net/e-ticaret/e-ticaretvehukuk.html>(22 Ocak 2007)

<sup>135</sup> Eser Sevinç, <http://www.ymm.net/e-ticaret/e-ticaretvehukuk.html>(22 Ocak 2007)

Elektronik ortamda defter tutmanın bazı koşulları vardır\*. Bunlar, vergi yükümlüsünün bilanço esasına göre defter tutması, bir yeminli mali müşavir ile tam tasdik sözleşmesi yapması ve elektronik ortamda tutulacak defter ve belge sistemi, donanım, yazılım, personel ve diğer açılardan uygun bulunmasıdır. Bu koşulları taşıyacak da vergi yükümlüleri hemen elektronik ortamda defter tutmaya başlayamayacaklar. Öncelikle, vergi yükümlüleri elektronik ortamda tutmak istedikleri defter ve belgelerini, elektronik bilgi sistemini, muhasebe programlarını bir yazı ile Gelir İdaresine bildireceklerdir. Gelir İdaresi de ilgilinin işyerinde inceleme yaparak koşullara uygun yükümlülerle bir protokol imzalayacaktır. Protokol ile hazırlık dönemi başlamaktadır. Beş yıla kadar uzayabilecek bu dönemde defter ve belgeler hem elektronik ortamda tutulacak hem de kağıt ortamında tutulmaya devam edecektir<sup>136</sup>.

Hazırlık dönemini geçiren vergi yükümlülerine elektronik defter ve belge uygulaması için bir izin belgesi verilecektir. İzin belgesini alan vergi yükümlüleri, izleyen dönem başından itibaren defter ve belgelerini yalnızca elektronik ortamda tutacaklardır. İzin alan yükümlüler alış ve gider belgelerinin orijinallerini yine saklayacak, bunların içerdiği bilgileri elektronik ortama aktaracaklar. Düzenlemek zorunda oldukları belgeleri de tek nüsha düzenleyecek ve karşı tarafa vereceklerdir. Kendilerinde ise yalnızca elektronik ortamdaki kaydı kalacaktır. Elektronik ortamda kayıtlı bilgilerin değiştirilmemesi için kontrol mekanizmaları oluşturulmuştur. Yükümlüler Gelir İdaresinin belirleyeceği formatta elektronik defter ve belgelerini dijital ortamda hazırlayarak elden veya iadeli taahhütlü posta ile Gelir İdaresine göndereceklerdir<sup>137</sup>.

### **2.3.1.3. Vergi Matrahının Belirlenmesi**

Bilindiği üzere, gelir vergilemesinde matrah, gelirin safi miktarıdır. Vergi matrahının belirlenmesi gayri safi kazancın ve giderlerin belirlenmesini kapsamaktadır. Elektronik ortamda yapılan ticari faaliyetlerde matrahın belirlenmesi

---

\* Bu konuyla ilgili olarak bkz, Vergi Usul Kanunu, Mükerrer madde 242.

<sup>136</sup> Eser Sevinç, <http://www.ymm.net/e-ticaret/e-ticaretvehukuk.html>(22 Ocak 2007)

<sup>137</sup> Eser Sevinç, <http://www.ymm.net/e-ticaret/e-ticaretvehukuk.html>(22 Ocak 2007)

sırasında özellikle kaynak ilkesi konusunda problemler yaşanmaktadır. Kaynak ülkesi işyerine atfedilebilen ticari kazancı vergileyebilmektedir. Anlaşma hukuku, merkez ile şubelerin kendi aralarındaki işlemlerinden doğan kazancın bölüşümünün emsal bedel esasına göre yapılmasını öngörmektedir. İşyerinin safi kazancının belirlenmesinde işyeri için yapılan giderlerin indirilmesi mümkündür. İnternet ortamında yürütülen faaliyetlerde geleneksel merkez-şube örgütlenme biçimine bağlı kalmadan işlerin organize edilmesi mümkün olduğundan birden fazla şubeyi ilgilendiren giderlerin şubeler arasında paylaşımında ilave güçlüklerle karşılaşılacaktır<sup>138</sup>.

### **2.3.2. Yasal Sorunlar**

Günümüzde, uluslararası elektronik ticaretin etkin bir şekilde yürütülmesini olanaklı kılabacak yada destekleyecek kapsamlı bir hukuki çerçeve bulunmamaktadır. Hukuki altyapının kurulması sürecinde kanunen tanımlanması gereken bazı kavramlar ve oluşturulması gereken bazı kurumlar söz konusudur<sup>139</sup>.

#### **2.3.2.1. Elektronik İmza**

Elektronik imza, el yazısı ile atılan imzanın sahip olduğu özellikleri ve fonksiyonları, elektronik ortamda yapılan hukuki işlemler için de sağlamak amacı ile geliştirilmiş olan bir tekniktir. Elektronik imza aslında bir yazılımdır ve bir datanın üçüncü kişiler tarafından okunmasını ve değiştirilmesini engellemek amacı ile kullanılır. Elektronik imzanın hukuk sistemimize dahil edilmesi zorunludur. Ancak, hemen ifade edilmelidir ki, elektronik imza, el ile atılmış bir imzanın, bilgisayarda bir grafik programı kullanılarak ekrana yansıtılması anlamına gelmez. Bu tamamen şifreleme metodu ile gerçekleştirilen bir tanıma yöntemidir<sup>140</sup>.

---

<sup>138</sup> Güneş, **a.g.m.**, [http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl\\_gos.php?nt=241](http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=241)(03.04.2007)

<sup>139</sup> Güneş, **a.g.m.**, [http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl\\_gos.php?nt=241](http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=241)(03.04.2007)

<sup>140</sup> Bülent Sözer, Elektronik Sözleşmeler, İstanbul,2002, s.127.

Elektronik imza konusunda Avrupa Parlamentosu ve AB Konseyi'nin 13 Aralık 1999 tarih 999/EC no.lu direktifi vardır. Bu direktifte elektronik imza, başka elektronik verilere eklenmiş veya bunlarla birleştirilmiş ve gerçekliğini onaylayan bir yöntem olarak görev yapan elektronik ortamdaki veri anlamına gelir. Elektronik imzanın koşulları da direktifte belirtilmiştir<sup>141</sup>. Buna göre aşağıdaki koşulların olduğu imza elektronik imza anlamına gelir<sup>142</sup>.

- a) Emsalsiz olarak imzalayana bağlanmıştır.
- b) İmzalayanı tanımlayabilecek niteliktedir.
- c) İmzalayanın kendi kontrolü altında tutabileceği araçlar kullanılarak yaratılmıştır.
- d) İlişkili olduğu veriye, bu veri üzerinde yapılacak her türlü değişiklik tesbit edilebilecek şekilde bağlanmıştır.

### 2.3.2.2. Onay Kurumu

Mesaj gönderici veya alıcının kimliklerinin belirlenmesi için üçüncü kişi veya kurumlarca dijital sertifika düzenlenmesi gerekir. Bu sertifikaları düzenleyen kurumlar “Sertifikasyon Otoritesi”, “Onay Makamı” ya da “Onay Kurumu” olarak adlandırılmaktadır<sup>143</sup>.

Onay makamı, kullanıcılara sertifika dağıtımını yapan kurumdur. Hiyerarşik olarak onay makamları kendi sertifikalarını imzalar ve onaylar. Onay makamı, ilgili devlet tarafından, sayısal imza kullanımı için şifreleme anahtarlarıyla ilgili

---

<sup>141</sup> M. Akif Hazmaçebi, “Elektronik İmza”, [http://www.turmob.org.tr/turmob/basin/28-03-2001\(3\).htm](http://www.turmob.org.tr/turmob/basin/28-03-2001(3).htm)

<sup>142</sup> M. Akif Hazmaçebi, “Elektronik İmza”, [http://www.turmob.org.tr/turmob/basin/28-03-2001\(3\).htm](http://www.turmob.org.tr/turmob/basin/28-03-2001(3).htm)

<sup>143</sup> Ayşe Özyılmaz, Saliha Evsenal, “Elektronik İmza”, **Active Dergisi**, Ağustos-Eylül 2000, s.6.



sertifikalar ihraç etmek üzere yetkilendirilmiş kişi ya da kurum olarak tanımlanmıştır. Onay makamı kısaca şu işlemleri yapar<sup>144</sup>:

- Sertifika için başvuran kişilerin kesin kimlik tespitini yapar.
- Sertifikalardaki verilerin fark edilmeden taklit edilmesi ya da tahrif edilmesini önlemek için gerekli tedbirleri alır.
- Kullanıcıları daha emniyetli sayısal imza ve güvenlik kontrollerine katkıda bulunmak için alınacak gerekli tedbirler vb. konularda bilgilendirme yükümlülüğünü üstlenir.
- Kişisel bilgileri ancak doğrudan ilgili kişiden ve sertifikasının amacı doğrultusunda gerekli ölçüde toplayabilmektedir. Kimlik bilgileri ya da özel bilgileri ancak sınırlı durumlarda resmi mercilere verir.

### **2.3.2.3. Elektronik Noter**

E-Ticarette, onay kurumlarının yanı sıra gerçekleştirilen ticari işlemi geleneksel noterlik sistemine benzer şekilde onaylayan, işlemin zaman boyutuna geçerlilik kazandıran elektronik noterlik gibi bir mekanizmanın oluşturulması söz konusu olabilecektir. Zira, elektronik ortamdaki bilgilerin doğruluğunun kanıtlanması için belgeleme yetkilerine de gereksinim vardır<sup>145</sup>.

Gelişen yeni teknolojilerin güvenli hale gelmesi, şifreleme ve bunları destekleyecek düzenleyici ortam elektronik işlemlerde firma ve müşterilerin güvenini kazanmak için temel teşkil edecektir. Bireyleri ve kurumları elektronik ortamdaki işlemlere hukuken bağlayan elektronik imzalar ve elektronik simgelemeler, destekleyici belgeleme mekanizmaları olmadan fazla bir anlam ifade etmezler. İşlemler ve işlem yapan taraflar hakkındaki bilgilerin doğruluğunun bağımsızca kanıtlanması ve bilgilerin gerçek dünyada olduğu gibi belgelenebilmesi için

<sup>144</sup> Özyılmaz, Evrenal, **a.g.m.**, s.7.

<sup>145</sup> <http://www.hesy.de/> den Taşlıyan, a.g.e., s.231.

elektronik dünyanın kendi yöntemlerine gereksinimi vardır. Bir işlem içinde yer alan taraflara ait bilgilerin doğruluğunu kanıtlamak için güvenilir bir üçüncü şahıs olarak hareket edecek bir yetkiliye ihtiyaç vardır. Bir doğrulama yetkilisi, gerçeklere dayanan bir bilginin teyit edilebilir olup olmadığını tespit etmek için, bağımsız güvenilir bir araç olarak rol oynayabilir. Elektronik noter elektronik işlemlerde güvene bir baz teşkil etmek açısından en az 6 tipte bilgiyi doğrulayabilmelidir. Bunlar; tanımlama ve kayıt, kullanıcı özellikleri, standartlara uygunluk, yapılan işlem için yetki, işlemsel bilgi veya tatbik edilebilir yasalardır<sup>146</sup>.

#### **2.3.2.4. Zaman Kaydı**

Ağ üzerinde yapılan işlemi gösteren elektronik belgenin ispat işlevi görebilmesi açısından belgenin düzenlendiği zamanın kesin olarak belirlenebilmesi son derece önemlidir. Günlük hayattaki birçok işlemde, örneğin elektronik ortamda hisse senedi ve döviz alım satımında, işlem zamanının açıkça tespit edilmesi zorunludur. Bilgisayarların işletim sistemlerinde tarih ve saat ayarları kolaylıkla değiştirilebildiğinden, elektronik ortamda üzerinde oynama yapılmamış ve değiştirilmemiş zaman bilgileri elde etmek oldukça önemlidir<sup>147</sup>.

---

<sup>146</sup> <http://www.hesy.de/> den Taşlıyan, a.g.e., s.231.

<sup>147</sup> <http://www.hesy.de/> den Taşlıyan, a.g.e., s.231.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### 3. ELEKTRONİK TİCARETİN VERGİLENDİRİLMESİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Bu bölümde elektronik ticaretin niteliğinden kaynaklanan elektronik para uygulamaları, vergi cennetlerinin yarattığı sorunlar, bilgi kaynaklarının aşınması ve vergi denetimi ile ilgili sorunlar ve bu sorunlara ilişkin çözüm önerileri ele alınacaktır.

#### 3.1. ELEKTRONİK PARA UYGULAMALARI

Bireysel işlemlerde zamanla reel paranın yerine elektronik paranın ikame edilmesi, vergilemedeki sorunlardan birisidir. Elektronik kartlardaki çiplerin bireylerin para hareketlerini içermesi, bunların ödeme yapmada ve hesapların dengelenmesinde kullanılması, vergi otoritelerini zor durumda bırakacaktır. Bu gibi elektronik ödemeler kayıt altına alınabilen ya da kayıt altına alınamayan işlemler aracılığı ile yapılmaktadır. Elektronik ödemelerin kayıt altına alınabildiği durumda elektronik kart çıkaran kurum, işlemlerin kayıtlarını bir merkezde (banka işlemlerinin izlenebilmesini sağlayan basılı kağıt) tutmak suretiyle denetim işlevini gerçekleştirebilir. Bu durum, işlemlerin herhangi bir merkezi kayda tabi olmadığı kayıt altına alınamayan işlemler için söz konusu değildir ve karta para yüklendikten sonra hiçbir takip yapılamamaktadır. Banka işlemlerinin izlenebilmesini sağlayan bir kaydın olmaması, hem katma değer vergisi hem de gelir vergisi tahsilatında bir risk ortaya çıkaracaktır. Ödemelerin elektronik para ile internet üzerinden yapılması, ödeme yapılan ile ödemeyi yapanın belirsiz olması sonucunu doğurabileceği gibi takibini de zorlaştıracaktır<sup>148</sup>.

---

<sup>148</sup> Vito Tanzi, “Globalleşme ve Vergilemedeki Mali Boşluklar”, Çev. Hüseyin Şen, Vergi Dünyası Dergisi, No:241, Eylül 2001, s.166.

## 3.2. VERGİ CENNETLERİNİN YARATTIĞI SORUNLAR

Mevcut vergi kurallarının bugünkü yorumu altında, ortaya çıkan sonuç, vergi yükümlüsüne vergi planlama olanaklarının kötüye kullanılması yollarını açmasıdır. Buradaki kötüye kullanmadan maksat, kazancın, bu kazancı yaratan mal ve hizmete değer katan faaliyetle hiçbir anlamlı bağı olmayan ülkelere tahsis edilmesi sonucunu veren vergi planlama stratejileridir. Diğer bir deyişle, bu stratejiler vergi gelirlerinin, e-ticaret işletmelerinin kurulu oldukları ikametgâh ülkesinden ve aynı zamanda e-ticaretteki mal ve hizmetleri tüketen müşterilerin bulunduğu kaynak ülkesinden kaydırılması anlamına gelir. Bir işleme yönelik vergi muamelesi, belirli bir yapılaş yöntemine bağlı olarak dezavantajlı ya da avantajlı sonuç yaratmamalıdır. Eşit işlemler aynı şekilde vergilendirilmelidir<sup>149</sup>.

### 3.2.1. Kaynak Devletin Vergilendirilmesinden Kaçınma

Kaynak devletin vergilendirilmesinden kaçınması; işyerini ülkeden ülkeye aktarma, işyerini vergi cennetine yerleştirme ve ana sunucuları vergi cennetine, ikiz sunucuları kaynak devletine yerleştirme şeklinde olur<sup>150</sup>.

#### 3.2.1.1. İşyerini Ülkeden Ülkeye Aktarma

Elektronik ticaretin önemli yönlerinden biri donanımın yerine bağlı olmaksızın sürdürülmesidir. Sunucu herhangi bir yere yerleştirilebilir, hatta bir kurum birden fazla yerde bir dizi sunucuya sahip olabilir. Yani, bir sunucunun müşterilerin bulunduğu yerdeki gelir doğurucu faaliyetler ile doğrudan bir bağı olmaması gerekmektedir. E-ticaret işletmesi, dünyanın herhangi bir yerinde bir sunucu edinebilir veya kiralayabilir ve ticari faaliyetlerini bu sunucu üzerinden organize edebilir. Dolayısıyla, web sitesinin sürekli olarak bir ülkedeki sunucudan diğer bir ülkedeki sunucuya aktarılması ya da sunucunun bir yerden diğerine

---

<sup>149</sup> Billur Yaltı, “**Elektronik Ticarete Vergilendirme**”, Yayın No:357, İstanbul: Der Yayınları, 2003, s.192.

<sup>150</sup> Yaltı, a.g.e., s.192.

taşınması yoluyla iş yerini ülkeden ülkeye aktarmak mümkündür. Böylece vergi yükümlüsü, kaynak devletine bağlanma olasılığını ortadan kaldırabilir ve kaynak devletinde vergilendirme ile sonuçlanmayacak faaliyetleri gerçekleştirebilir<sup>151</sup>.

### 3.2.1.2. İşyerini Vergi Cennetine Yerleştirme

Diğer bir vergi planlama stratejisi altında, sunucunun kazanç üzerinde hiçbir gelir vergisi uygulamayan ülkelere, yani bir vergi cennetine yerleştirilmesi ve bu sunucunun dünyanın herhangi bir yerinde iş yapmak için kullanılması mümkündür. Bugün bir kurumun, personelinin yerini değiştirmeksizin ve yüksek bir maliyete de katlanmaksızın, yüksek vergi oranları uygulayan bir ülkenin müşterilerine veri ileten sunucusunu, vergi cennetlerine taşınması çok kolaydır. Sunucu küçük ve bulunduğu yerde bakım gerektirmeyen bir cihazdır ve en önemlisi sunucu üzerinde saklanan veriyi uzaktan yaratmak, güncellemek ve değiştirmek hiçbir zorluk taşımamaktadır. Bu sayede, vergi cennetlerine yerleşen e-ticaret firmaları dünyanın hiçbir ülkesinde vergi ödemeksizin iş yapma olanağına kavuşmaktadır<sup>152</sup>.

Bugün birçok vergi cenneti, e-ticaret merkezi olarak hem telekomünikasyon altyapısı, hem hukuk düzeni, hem de bankacılık sistemi açısından elektronik ticaret firmalarına uygun bir ortam sunmaktadır. Ayrıca sunucuların barındırılması için tesis ve bina ortamının oluşturulması, teçhizata yönelik bakım personelinin ihtidası gibi olanakların da hazırlandığı bilinmektedir. Örneğin, Kuzey denizinde İngiltere'nin güney kıyısına yedi mil açıktaki bulunan ve The Principality of Sealand olarak adlandırılan II. Dünya Savaşından kalma bir uçaksavar güverte kalıntısında faaliyet gösteren Haven Co, hizmetlerini, güvenli elektronik ticaret, sansürsüz konuşma özgürlüğü, gizliliğin korunduğu internet hizmetleri olarak ifade etmekte, bu güvertede işletmelerin sunucularının barındırılacağı ve oradaki personelce çalıştırılacağı belirtilmektedir. Bu bölgeler, yasadışı ve her türlü faaliyetin (pornografi, kumar vs.) taşındığı, anonimlik ve gizlilik temelinde faaliyet gösteren

---

<sup>151</sup> Yaltı, a.g.e., s.192.

<sup>152</sup> Li Jinyan, rethinking Canada's Source Rules in the Age of Electronic Commerce, Canadian Tax Journal, vol.47, no.6,1999, s.1445'den Yaltı,a.g.e., s.193.

birimler olarak e-ticaret sunucularının, veya gizli banka hesaplarının barındırılabilceği bölgelerdir<sup>153</sup>.

### **3.2.1.3. Ana Sunucuları Vergi Cennetine, İkiz Sunucuları Kaynak Devletine Yerleştirme**

Sunucuların dosya indirme süratinde etkinlik için, tüketicilerin bulunduğu ülkeye yerleştirilmesinin gerektiği haller açısından bakıldığında, e-ticaret kurumunun temel faaliyetleri yapan ana sunucuları, vergi cennetlerine (ya da ikametgah devletine) yerleştirmeleri ve hedef pazardaki sunucuları hazırlayıcı ve yardımcı faaliyetleri yapacak şekilde organize etmeleri mümkündür. Bu durumda kaynak ülkedeki sunucu bir web sayfası ile reklam yapar, siparişi ön belleğe alır ve daha sonra vergi cennetindeki sunucuya aktarır. Bir başka alternatifte, kurum vergi cennetinde bir sunucunun sahibi iken, kaynak ülkede ISS'lere ait sunucularda web sayfasını yayınlayabilir. Bu durum, kaynak devletin vergilendirme yetkisine girmemektedir<sup>154</sup>.

### **3.2.2. İkametgah Devletin Vergilendirilmesinden Kaçınma**

Kaynak devletin vergilendirme düzeninden kaçınmak amacıyla işletmelerin vergi cennetlerine kaydırılmasının yanı sıra ikametgah devletine bağlanmayı sağlayan bağlanma noktasının da vergi cennetlerine kaydırılması sonucu sistemin kötüye kullanılması mümkündür. Yani bir e-ticaret faaliyetini, hem kaynak devletin hem de ikametgah devletin vergi düzeni kapsamı dışına taşımak söz konusu olabilir. Bugün müşterinin bulunduğu ülkede fiziksel varlık göstermeksizin ticaret yapılmasının sonucu olarak vergi gelirlerinin kaynak ülkeden ikametgah ülkesine kayacağı söylenmesine rağmen, bunun sadece kısmen doğruluk payı taşıdığı; bu kaymanın olacağı ama bu kaymanın ikametgah devletine doğru değil vergi cennetleri yönünde olacağı belirtilmektedir. Bu nedenle ikametgah devletleri

---

<sup>153</sup> Yaltı, a.g.e., s.194.

<sup>154</sup> Arthur Cockfield, Transforming the Internet into a Taxable Forum-A Case Study in E-Commerce Taxation, Stanford Technology Law Review, 2001'den Yaltı, a.g.e.s.195.

açısından sorun, bu konudaki mevzuatların, söz konusu gelirlerin vergilendirilmesinde etkili olup olmayacağı konusu üzerinde yoğunlaşmaktadır<sup>155</sup>.

### 3.2.3. Vergi Cennetlerine Yönelik Önlemler

OECD haksız vergi rekabeti ile mücadele çerçevesinde alınan tavsiye kararları uyarınca oluşturulması öngörülen vergi cennetleri listesi ile 2000 yılında 35 adet vergi cenneti belirlenmiştir. OECD vergi cennetlerini önlemek için haksız vergi mevzuatlarını kaldırılması gerektiğini belirtmiştir<sup>156</sup>.

OECD'nin vergi cennetlerini önlemeye yönelik yaptığı çalışmaların tüm içeriği zararlı vergi uygulamalarının belirlenmesinden ibarettir. Bir vergi uygulamasının zararlı olup olmadığını belirleyen kriterler, OECD raporunda bulunmaktadır. Bu kriterler ev sahibi ülkenin kendi vergi yasalarını uygulamasına müsaade eden bilgi mevcudiyeti üzerine sorunun doğasıyla tutarlı bir şekilde yoğunlaşmaktadır. Bu yüzden, bilgi alış-verişi ve şeffaflık, anahtar kriterlerdir<sup>157</sup>.

Vergi cennetlerine ilişkin kara listede yer alan ülkelere yaptırım uygulanması amacıyla OECD bir dizi ortak önlem alınmasını öngörmektedir. Buna göre haksız vergi rekabeti ile mücadelede belirlenen takvime uyulmadığı takdirde haksız vergi rekabetinden zarar gören ülkelerin önlem alabileceği belirtilmiştir. Bu önlemlerin uygulanması her devletin kendi ihtiyarındadır<sup>158</sup>.

---

<sup>155</sup> Yaltı, a.g.e.s.195.

<sup>156</sup> OECD, Towards Global Tax Co-operation, Report to the 2000 ministerial Council Meeting and Recommendations by the Committee on Fiscal Affairs, Progress in identifying and Eliminating Harmful Tax Practices(OECD 2000 Report), Paris, 2000,paragraph 17.

<sup>157</sup> <http://portal1.sgb.gov.tr/calismalar/yayinlar/md/md145/ersanoz.pdf>

<sup>158</sup> Yaltı, a.g.e., s.198.

### 3.3. BİLGİ KAYNAKLARININ AŞINMASI VE VERGİ DENETİMİ

Bilgi kaynaklarının aşınması vergilemedeki birinci sorundur. Vergi otoriteleri mükelleflerin vergisel işlemleri hakkında bilgi toplamak için çeşitli bilgi kaynaklarına sıklıkla baş vurmaktadır. Bu kapsamda olmak üzere üretim-tüketim zinciri içinde yer alan toptancılar, bayiler ve perakendeciler ile bankalar önemli birer bilgi kaynağıdır. E-ticaret araçlarına olan ihtiyacı azalttığı için mükelleflerin beyanlarının doğruluğunun belirlenmesinde kullanılacak bilgi kaynakları ortadan kalkmaktadır<sup>159</sup>.

E-ticaret ile birlikte kağıt üzerinde yapılan işlemlerin yerini, bilgisayar ortamında yapılanlara bırakması, malların dolaşımında mevcut olması gereken bir çok belge ve bilginin de ortadan kalkmasına neden olacaktır. Buradan olumlu ve olumsuz iki sonuç ortaya çıkmaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojisindeki gelişmeler bir taraftan vergi idaresine normal işleyişte ve mükelleflerin denetiminde önemli yeni imkanlar sunmakta, bir taraftan da vergiden kaçınma ve kaçırma imkanlarını artırmaktadır. Bu durumda vergi idarelerinin, ortaya çıkacak vergi kayıp ve kaçaklarını en aza indirmek için teknolojik imkanlardan yoğun olarak yararlanmaya çalışması gerekir. Çünkü, vergi idarelerinin geleneksel denetim tekniklerinin dijital ya da sayısallaştırılmış ürünlerin satışlarının denetiminde uygulanamayacağı açıktır<sup>160</sup>.

Bilişim teknolojilerindeki gelişmelerin vergi yönetimi alanında sağlayabileceği yararları ve bu alanda atılabilecek adımlara yönelik önerilere Ottawa Konferansında da değinilmiştir. Ottawa Konferansında vergi yönetimi ile ilgili alınan kararlar şu şekilde özetlenebilir<sup>161</sup>:

- Gelir idarelerinin web sitesi oluşturmaları vergi mükelleflerine yardımcı olma bakımından büyük öneme sahiptir. Günümüzde birçok gelir idaresi vergi yasalarının, yönetmeliklerinin, vergi hukukunu ilgilendiren örnek olayların ve

<sup>159</sup> Aziz Özbek, “Türkiye’de E-Ticaretin Gelişmesi için Alınması Gereken Önlemler ve E-Ticaretin Vergilendirilmesinin Değerlendirilmesi”,

[http://www.ekitapyayin.com/id/033/03.htm\(28.03.2007\)](http://www.ekitapyayin.com/id/033/03.htm(28.03.2007))

<sup>160</sup> Özbek, **a.g.e.**, [http://www.ekitapyayin.com/id/033/03.htm\(28.03.2007\)](http://www.ekitapyayin.com/id/033/03.htm(28.03.2007))

<sup>161</sup> Çak, **a.g.e.**, ss.108-110.



gelir istatistiklerinin yer aldığı web sitelerine sahiptirler. Bunun yanında yeni teknolojilere sahip bazı vergi idarelerinin web sayfaları vergi mükelleflerine yol gösteren, açıklamalarda bulunan, otomatik olarak hesaplamaya izin veren ve elektronik vergi beyannamelerini kabul eden bir biçimde dizayn edilmişlerdir.

- Gelir idareleri çeşitli nedenlerle çok fazla yer değiştiren vergi mükellefleri için e-mail sistemi kurmalıdırlar. Bu sistem sayesinde hem vergi idareleri mükelleflere rahatça ulaşabilir hem de mükellefler karşılaştıkları sorunlara yetkili kişilerden cevap alabilirler. Bu sistem uzun mesafelere anında ulaşması bakımından da idare ve mükelleflere rahatlık sağlayacaktır.
- Gelir idareleri vergi iadesi ödemelerinde doğrudan para yatırma sistemi(Direct Deposit System) kullanabilirler. Bu sistem vergiyle ilgili ödemelerde idareye ve vergi ödeyicilerine kolaylık sağlayacaktır. Sistemin kullanılabilmesi için vergi ödeyicisinin bankalar ve benzeri finansal kuruluşlarda kredili bir hesabı bulunması gerekmektedir. Bu sayede, vergi ödeyicisinin hesapta devamlı para bulundurmasına da gerek kalmamaktadır. Vergi iadeleri ve vergi ödemeleri, vergi ödeyicisinin bizzat vergi dairelerine veya finansal kuruluşlara gitmelerine gerek kalmaksızın, zaman kaybına yol açmadan söz konusu hesap aracılığı ile yapılabilmektedir. Gelir idareleri otomatik olarak yapılan bu ödeme sistemini ücretler üzerinden alınan vergiler ya da sosyal sigorta kesintileri gibi periyodik olarak ödeme gerektiren alanlarda kullanabilirler.
- Ulusal gelir idareleri, OECD gibi kuruluşların bünyelerinde kurulan ilgili birimlerle, mükellef kimliklerinin saptanmasının standardizasyonu konusunda işbirliği yapmalıdırlar.

### 3.4. E-TİCARETİN VERGİLENDİRİLMESİNİN FAYDA VE SAKINCALARI

İnternet üzerinden ticaret yapabilmek çeşitli alanlarda belirli bir maliyeti de beraberinde getirmektedir. Her şeyden önce elektronik ticaret işlemlerinin nispeten daha yoğun olarak görüldüğü ülkelerin toplumlarını, daha yüksek gelir grubuna ve eğitimine sahip bireyler oluşturmaktadır. Bu konuda elde kesin veriler olmamakla birlikte Forrester Research'ın yaptığı bir takım araştırmalar sonucunda ulaşılmış olduğu veriler elektronik ortamı nispeten daha yoğun olarak kullanan bireylerin internete yabancı kalan bireylere kıyasla gelir ve eğitim durumlarının daha iyi olduğunu doğrulamaktadır. Söz konusu araştırma, bilişim teknolojilerindeki gelişmelere açık olan bireylerin bu gelişmelere ayak uyduramayanlara oranla en az iki yıl daha fazla eğitime ve yıllık 22000 dolardan daha fazla aile gelirine sahip olduklarını iddia etmektedir<sup>162</sup>. İnternet üzerindeki ticareti vergilemenin ülkeler açısından uyum maliyetlerinin yüksek olması da ülkeler açısından bir dezavantaj olarak düşünülebilir. Elektronik ticaretin vergilendirilmesi ülkelerdeki vergi kanunlarının yeni sisteme göre uyumlaştırılması, vergi idarelerinin yeniden yapılandırılması, yetişmiş personel ihtiyacının karşılanması, altyapının yeni sisteme göre düzenlenmesi gibi maliyetleri de beraberinde getirmektedir<sup>163</sup>.

Elektronik ticaret yoluyla gerçekleştirilen birçok işlemin mevcut teknoloji ile takip edilememesi ve yapılan ödemelerin incelenmesinin mümkün olmaması, vergilemenin etkinliğini de tartışma konusu haline getirmektedir. Öte yandan tüm bu dezavantajlara rağmen elektronik ticareti vergilemenin bir takım faydaları da söz konusudur. Her şeyden önce elektronik ticaretin vergilendirilmesi ülkelerin vergi gelirlerinin artması ile sonuçlanacak ve geleneksel ticaret ile elektronik ticaret arasındaki rekabet tarafsızlığı sağlanmış olacaktır. Bunun dışında, elektronik ticaretin vergilendirilmesi sonucunda elde edilen gelirler, telekomünikasyon teknolojisinin geliştirilmesinde kullanılabilir. Bu durum, internet üzerindeki ticaretin vergilendirilmesinde daha belirgin kuralların oluşturulmasına yardımcı olacağı gibi,

---

<sup>162</sup> Çak, a.g.e., s.114.

<sup>163</sup> David C. Chou, "Economics of Taxing Electronic Commerce", Information System Management, Winter 99, Vol 16, Issue 1, s.7'den Çak, a.g.e., s.115.

elektronik ticareti ve iletişim aracı olarak interneti tercih edenlerin daha güvenli hareket etmelerini sağlayacaktır<sup>164</sup>.

### **3.5. ELEKTRONİK TİCARETİN VERGİLENDİRİLMESİ KONUSUNDAKİ ÖNERİLER**

OECD, e-ticaretle ilgili olarak yeni idari veya yasal kurallar geliştirme veya yürürlükte bulunan kuralları değiştirme ihtimalini tamamen dışarıda bırakmadığını açıklamış, bu türden değişikliklerin ana niteliklerini, e-ticaretten kaynaklanan vergi gelirlerinin ülkeler arasında adil bir biçimde paylaşılması, çifte vergilendirmeyi ve istenmeyen vergi dışı kalma olgusunu önleyecek biçimde yapılması şeklinde belirlemiştir. Dolayısıyla, e-ticarette gelir vergisi uygulaması açısından, mevcut kurallara dayalı yorumla bir ortak fikir birliğine varılsa bile, bu konuda nihai kararların henüz verilmediği ve konunun henüz tamamlanmadığı söylenebilir. Bunun bir göstergesi de gelişmekte olan ülkelerin OECD yorumlarına yönelik tepkinin mevcudiyetidir. OECD'nin uluslararası görüş birliğine varılan kurallar olarak sunduğu raporların yayınlanmasının ardından Hindistan ülke raporunu yayınlamış ve OECD yorumunun belirli bir vergilendirme çerçevesi sunmadığı ve kaynak ve ikametgah ülkeleri arasında adil gelir dağılımını temin etmediği gerekçesiyle, işyeri kavramını terk etmek ve alternatif kurallar geliştirmek için OECD ve BM'ye çağrıda bulunmuştur<sup>165</sup>.

#### **3.5.1. Alternatif Bağlama Kurahı Önerileri**

Bir devletin ülkesel egemenliği altında bulunan vergi konularını ve vergi doğurucu olayları vergilendirmesi kaynak ilkesi olarak adlandırılır. Bu ilkede vergilendirmeye temel olan husus, gelirin doğduğu veya malların bulunduğu ya da işlemin yapıldığı yerdir. Bir devletin ülkesel egemenliği altında ikamet eden kişileri

---

<sup>164</sup> Çak, a.g.e., s.116.

<sup>165</sup> Report of the Indian High Powered Committee on "Electronic Commerce and Taxation, September, 2001,'den Yaltı, a.g.e., s.201.

vergilendirmesi ise ikametgah ilkesinin sonucudur, yani vergilendirmeye temel olan husus ikametgahın bulunduğu yerdir<sup>166</sup>.

Gelir vergisinde, kaynak ilkesi, yükümlünün sadece ülke içi kaynaklardan elde ettiği gelirlerinin ya da ülke içindeki işlemlerinin vergilendirilmesi anlamına gelirken, ikametgah veya uyrukluk ilkesi yükümlünün nerede elde edildiklerine bakılmaksızın tüm dünya çapındaki gelirlerinin, hem ülke içi hem de ülke dışı gelirlerinin vergilendirilmesine yol açar. Vergilendirme yetkisini kullanan devletler, gelir vergisi sistemlerini kaynak, ikametgah ya da uyrukluk ilkelerinden herhangi birine dayalı olarak veya bunların bir kombinasyonuna göre kurabilir. Devletin vergilendirme yetkisinin sınırlarını çizen ve kendi vergi kanunlarının uygulama alanını gösteren kurallar, bağlama kuralı olarak adlandırılır. Bu türden düzenlemeler içeren ulusal yasa, tamamen bir maddi hukuk kuralı olmasına karşılık, nitelik itibariyle kanunlar ihtilafı kuralıdır. Çünkü bu düzenlemeler, hukuki sonuçları itibariyle o devletin vergilendirme yetkisinin uygulama alanını belirler, diğer devletlerin vergilendirme yetkilerine nazaran ayırıcı, sınır çizici bir nitelik taşır<sup>167</sup>.

### **3.5.1.1. İkametgah Devletine Bağlanma**

ABD, e-ticarette vergilendirme konusunda ilk rapor yayınlayan ülke olmuş, bu raporda e-ticarette olası sorunlar tespit edilmiş ve bu sorunların geleneksel kurallar çerçevesinde çözümlenmesi gerektiği yönünde yaklaşım oluşturulmuştur. Buna karşılık, “ikametgah ilkesinin üstünlüğü” başlığı altında şu ifadeler kullanılmıştır: “Yeni iletişim teknolojilerinin ve elektronik ticaretin büyümesi ikametgah ilkesine dayalı vergilendirmeyi ön plana çıkaracaktır. Siberalem dünyasında geleneksel kaynak ilkesini uygulamak ve geliri belirli bir coğrafi yere bağlamak, olanaksız değilse de çok zordur. Bu nedenle, elektronik ticaretle birlikte, kaynak ilkesine dayalı vergilendirme anlamını kaybedebilir ve modası geçmiş bir ilkeye dönüşebilir. Buna karşılık bütün vergi yükümleri bir biçimde bir yerde mukimdir. ABD vergi politikası şimdiden geleneksel kaynak ilkelerinin önemini kaybettiğini, ikametgah temelinde vergilendirmenin ön plana çıkacağını ve bu

---

<sup>166</sup> Yatlı, a.g.e., s.82.

<sup>167</sup> Yaltı, a.g.e., s.83.

ilkelerin yerini alacağını öngörmektedir. Bu eğilim, ikametgah temelinde vergilendirmenin önemli bir rol oynayacağı elektronik hizmetle hızlanacaktır<sup>168</sup>.”

Bu açıklamalardan ABD'nin e-ticarette en iyi çözüm olarak ikametgah ilkesine dayalı vergilendirmeyi önerdiği söylenebilir. Bu yöndeki yaklaşım literatürde de destek bulmuştur. Buna karşılık, vergi anlaşmalarında hem gelir unsurlarının hem de işyerine ilişkin hükmün yorumu, aslında bu yaklaşıma en yakın sonucu vermektedir. Ama bu anlamdaki bir sonuç mevcut vergi anlaşmalarının ilgili maddelerinde açık bir değişiklik yapmaksızın gerçekleşmektedir<sup>169</sup>.

Vergi anlaşmalarındaki e-ticaret gelirlerinin vergilendirilmesinde ikametgah ilkesine dönülmesi ve bağlama noktası olarak ikametgahın seçilmesi halinde, vergi politikası açısından ikametgah ve kaynak devletleri arasındaki vergi geliri paylaşımının adil olmayacağını söylemek mümkündür; çünkü internet ihraççısı ülkeler gelişmiş ülkelerdir ve hatta böylesi bir sonuçtan, internet ürün ve hizmetleri pazarındaki konumuna bakıldığında, sadece ABD'nin yarar sağlayacağı söylenebilir. Ayrıca, tamamen ikametgah ilkesine dayalı bir vergilendirme alternatifi, bu haliyle de sistemde mevcut olan kötüye kullanma alternatiflerini ortadan kaldırma yeterliliğinde değildir<sup>170</sup>.

### **3.5.1.2. Kaynak Devletine Bağlanma**

Bu yaklaşımda işyeri kavramı terk edilmemekle birlikte, sistemin, vergi anlaşmalarının bazı özel hükümlerine göre kurulabileceği düşünülmektedir. Hareket noktası, bugün vergi anlaşmalarında uluslararası taşımacılık kazançları ve sporcu ve sanatçılar için getirilen özel düzenlemelerdir. Bu maddeler işyerine ilişkin 5. maddenin genişletilmesinde veya değiştirilmesinde yol gösterici olabilir, çünkü geçmişte benzer vergilendirme zorlukları ile karşılaşıldığı için geleneksel kuraldan ayrılmayı ifade ederler<sup>171</sup>.

---

<sup>168</sup> Yaltı, **a.g.e.**, s.202.

<sup>169</sup> Yaltı, **a.g.e.**, s.203.

<sup>170</sup> Yaltı, **a.g.e.**, s.203.

<sup>171</sup> Yaltı, **a.g.e.**, s.205.

OECD Modelinin 8. maddesi, uluslararası taşımacılık kazançları için Modelin 5. ve 7. maddelerinden ayrılan bir düzenleme içerir. Buna göre, gemi, iç su yolları ve hava taşımacılığında elde edilen kazançlar sadece işletmenin etkin yönetim merkezinin bulunduğu devletin vergilendirme yetkisine bağlanmaktadır. Bu şekilde ayrık bir düzenleme yapılmasının nedeni söz konusu faaliyetin hareketli özelliğidir; fakat düzenleme kaynak devletine vergilendirme yetkisini kullanma hakkını vermemektedir. Bu maddenin düzenlediği faaliyet e-ticaretle kıyaslandığında, elektronlardan oluşan web sayfalarının uzayda dolaştığı ve sunucu lokasyonlarının geçici mahiyette olabildiği internetteki işlemlerin etkin yönetim merkezine bağlanması olanağı görülmektedir. Bununla birlikte, bu mahiyette bir düzenleme üzerine kurulacak kıyas sonucu etkin yönetim merkezi gibi bir bağlama noktasının tercih edilmesi, yine e-ticaret gelirlerinin kaynak devletince vergilendirilmesi sonucunu vermeyecektir. Böylesi bir düzenlemenin paylaşmalı bağlanmaya yol açacak biçimde ele alınması önerisinde ise bulunulmamıştır. Paylaşmalı bağlanmada da kaynak devletin belirlenmesi açısından bir kriter tespiti, örneğin ödemenin yapıldığı, müşterini bulunduğu yer gibi, yapılması gerekir<sup>172</sup>.

OECD Modelinin 17. maddesinde sanatçı ve sporcular için özel düzenleme mevcuttur. Bu düzenleme söz konusu faaliyetleri hem 7. hem de ücretlere ilişkin 15. maddenin kapsamından ayırmakta ve bu faaliyetler, geliri bir işyeri olmamasına rağmen faaliyetin icra edildiği devletin vergilendirme yetkisine bağlanmaktadır. Bu çerçevede, e-ticaret gelirleri için kıyas yoluyla 17. madde benzeri bir düzenleme yapılabileceği, kaynak devletinde vergilendirme için asgari gelir miktarı (de minmis test) eşiği yaratabileceği belirtilmektedir. Buna karşılık böylesi bir düzenleme yine e-ticarete “kaynak” kavramı için uluslararası kabul gören ortak bir tanımlı gerektirir. Bu iki özel vergi anlaşması düzenlemesinin karma bir uygulaması yapılabilirse de, bunun geleneksel ticaret ve e-ticaret arasındaki farklı vergilendirme rejimleri yaratmak suretiyle tarafsızlık ilkesine aykırı olduğu belirtilmektedir<sup>173</sup>.

---

<sup>172</sup> Yaltı, a.g.e., s.206.

<sup>173</sup> Yaltı, a.g.e., s.207.

### 3.5.2. E-Ticarete Özgü Kural Önerisi

Nitelendirilme kuralı önerisine göre, e-ticaret gelirlerinin nitelendirilmesi bakımından iki yaklaşım söz konusudur. Birincisi sınıflandırıcı (pigeon-hole approach), ikincisi bütüncü (panorama approach) yaklaşımdır<sup>174</sup>.

Sınıflandırıcı yaklaşımda mevcut kaynak kuralları niteliklerine göre çeşitli sınıflara ayrıldığına göre, bu yaklaşım e-ticarete de uygulanabilir ve değişik e-ticaret gelirleri uygun sınıflara dahil edilir. Burada önerilen kesin ve net sınıflama olup, en önemli yönü karma nitelik taşıyan bir işlemde baskın unsura göre veya orantılaşma yoluyla vergilendirme yapılmasını öngörmesidir. Birçok e-ticaret işlemi için ticari kazanç niteliğinin önerildiği bu yaklaşıma bakıldığında aslında bugün bulunan noktanın da bu olduğu görülmektedir<sup>175</sup>.

Bütüncü yaklaşımda, e-ticaret işlemleri dijital işlemler ve dijital olmayan işlemler olarak iki kategoride sınıflandırılır. Dijital işlemlerden elde edilen gelirler, 'dijital gelir' olarak yeni bir gelir unsuru yaratılmak suretiyle vergilendirilir. Dijital olmayan işlemler ise satış ve hizmet geliri olarak nitelendirilir. Dijital işlemler tamamen elektronik ortamda tamamlanan işlemleri kapsar. Dijital olmayanlar elektronik araçlarla başlayan, fakat geleneksel yollarla tamamlananlardır. Bu şekildeki bir gelir unsurunun belirsizlikleri ortadan kaldıracağı, bu tür gelirlerde kaynak devletin müşterinin veya alıcının bulunduğu yer olarak belirlenebileceği belirtilmektedir. Elbette bu önerinin uygulanabilmesi için hem ulusal yasalarda hem de vergi anlaşmalarında değişikliklerin yapılması gerekmektedir<sup>176</sup>.

Bu yaklaşım, önerinin e-ticaretle geleneksel ticaret arasında tarafsızlığı bozacağı yönünde iddialar ortaya atılmasına neden olmuştur. E-Ticaret gelirlerini sınıflara bölmek ve bunlara farklı vergilendirme kuralları uygulamak e-ticaretin değişik biçimleri arasında tarafsızlık yaratabilir. İnternette yapılan ticaretle geleneksel biçimler üzerinden yapılan ticaret arasında vergilendirilmeme avantajlarının büyüklüğü göz önüne alındığında, dijital işlemleri geleneksel ticaretten

---

<sup>174</sup> Jinyan, **a.g.e.**, s.1463.

<sup>175</sup> Jinyan, **a.g.e.**, s.1465.

<sup>176</sup> Jinyan, **a.g.e.**, s.1465.

farklı vergilendirmenin, iş yapma seçimleri üzerinde negatif etki yaratacağı ve elektronik ticaretin gelişmesi üzerinde caydırıcı olacağı iddiası anlamlı değildir<sup>177</sup>. Fakat burada asıl sorun e-ticaret gelirlerinin belirli, etkin ve eşit vergilendirilmesini sağlamak ise, gelir unsuru sınıflamasına ilişkin olumsuz hukuksal sonuçlar, çeşitli e-ticaret biçimlerinden elde edilen gelirin ticari kazanç olarak kabul edilmesiyle de bertaraf edilebilir. Sonuç olarak “dijital gelir” şeklinde bir gelir unsurunun yaratılması uygun görülebilecek bir çözüm olsa da , burada sorun bu gelirleri mevcut gelir unsurlarından biri çerçevesinde yorumlamak ve kanunlara ilişkin bir değişiklik yapmakla çözülebilir<sup>178</sup>.

---

<sup>177</sup> Jinyan, **a.g.e.**, s.1468.

<sup>178</sup> Yaltı, **a.g.e.**, s.211.



## SONUÇ

Geçmişte sanayi toplumunu oluşturabilmek amacıyla hareket eden insanlar, günümüzde sanayi toplumundan endüstri ötesi topluma yani bilgi toplumuna ulaşmayı yeni hedef olarak belirlemiştir. Son yıllarda internet olgusunun gelişmesiyle sanayi toplumunun temel kurumları ciddi sarsıntılar geçirmekte, elektronik ticaret ile birlikte zaman ve mekan kavramı değişmektedir. Bilişim teknolojisi ve bunun somut yansıması olan internet olgusunun ve bu olgunun beraberinde getirdiği en önemli kavram olan elektronik ticaret, hemen tüm alanlarda geleneksel yapıyı değiştirme potansiyeli taşımaktadır.

Türkiye’de elektronik ticaret konusunda yeterince düzenleme yapılmadığı ve dünya geneline bakıldığında elektronik ticaret konusundaki çalışmalar biraz yavaş ilerlediği gözlenmektedir. Özellikle hukuki altyapının kurulmasında e-imza ve onay kurumu çözülmesi gereken öncelikli konular arasında yer almaktadır. Diğer bir öncelikli konu vergisel düzenlemelerdir ki bilişim sektörü ve e-ticaretin gelişmesi için mutlaka çözüme kavuşturulmalıdır.

Elektronik ticaretin vergilenmesinde mevcut ulusal ve uluslararası vergileme ilke ve düzenlemeleri esas alınmalıdır. Mevcut ilke ve düzenlemelerin elektronik ticaret ortamındaki olayları çözmede yetersiz kaldığı hallerde anılan ilke ve düzenlemelerde bazı değişiklikler yoluna gidilebilir. Ancak, elektronik ticareti vergilemek için yeni vergilerin ortaya atılmasından kaçınılmalıdır.

İnternet üzerinde yapılan işlemlerde vergiyi doğuran olayın kavranabilmesi açısından, fiziki mallar gibi somut ürünlerin yanında enformasyon ve veri kaynakları gibi dijital ürünlerin alışverişinin de yapılabiliyor olmasından dolayı güçlükler bulunmaktadır. Kurumlar vergisi, gelir vergisi, katma değer vergisi, gümrük vergisi, damga vergisi, vb. vergiler yasalaşırken geleneksel ticaret yöntemleri esas alınarak tanımlamalar getirilmiştir.

Özellikle satıcı konumundaki gerçek veya tüzel kişiye ait bilgisayardan, alıcı durumundaki gerçek veya tüzel kişiye ait bilgisayara, hiçbir arayıcıya gereksinim

duyulmaksızın, doğrudan doğruya elektronik ortam vasıtasıyla aktarılabilen dijital ürünlerin varlığı, vergi idarelerinin vergiyi doğuran olayı gerçekleştiren işleme muhatap olan vergi mükelleflerini belirleyebilmelerine ilişkin çabalarını boşa çıkarmakta ve bu konuda vergilemeyle ilgili temel problemleri yaratmaktadır. Kazanç nerede ve kim tarafından elde edilmiş sayılacağı net değildir. Tüm bu konularda, vergi kanunlarının gerekli bölümleri yeniden düzenlenerek çözümler üretmek gerekmektedir.

O halde, elektronik ticaretin vergilendirilmesi konusunda neler yapılması gerektiğine karar verilmelidir. Her şeyden önce ticaretin küreselleştiği bir dünyada elektronik ticaretin vergilendirilmesi için devletlerin yalnız başlarına vergisel bir çözüm üretmeleri mümkün değildir. Vergisel alanlarda yapılabilecek her bir düzenleme serbest ekonomiye devletin bir müdahalesi gibi algılanacak ve sermayenin ülke dışına çıkmasına neden olacaktır. Oysa, uluslararası bazda alınabilecek önlemler ve uygulanabilecek yaptırımlar aracılığıyla, dünya üzerinde elektronik ticaretin vergilendirilmesinde önemli adımlar atılmış olacaktır.

Elektronik ticaret küresel bir olgudur. Bu itibarla elektronik ticaret ile bağlantılı diğer konularda olduğu gibi vergileme konusunda da küresel bir çözüm bulunması zorunludur. Her ülkenin kendi başına geliştireceği çözümlerin diğer ülkeler tarafından benimsenmediği sürece sorunun çözümlenemeyeceği açıktır. Ayrıca, ortak çözüm arayışında vergi idarelerinin yanı sıra özel sektörün aktif katılımını ve katkısının sağlanması gerekir.

Elektronik ticaretin vergilemesi konusunda ülkelerin ortak bir yaklaşım geliştirmeleri sorunun önemi gereğidir. Bu çerçevede gerek vergi politikasının belirlenmesinde gerekse elektronik ticaret kaynaklı vergi hukuku ile ilgili problemlerin çözümünde karşılıklı yardımlaşma ve dayanışmaya ihtiyaç bulunmaktadır. Bununla birlikte, soruna ortak bir çözüm bulunması gerekliliği ülkelerin mali özerkliğine zarar vermemelidir.

Elektronik ticaretin vergileme rejimi sade ve şeffaf olmalıdır. Vergilemenin mükelleflere ve vergi idaresine getireceği külfet minimum düzeyde tutulmalı ve yapılan işlemin vergisel sonuçları önceden bilinebilmelidir.

Elektronik ticaretin vergilenmesinde tarafsızlık ilkesine uyulmalıdır. Vergileme ile elektronik ticaretin gelişmesi engellenmemeli, ayrıca benzer faaliyetlere göre avantajlı bir durum yaratılmamasına da özen gösterilmelidir. Başka bir ifade ile, vergileme elektronik ortamda yapılan faaliyetler ile geleneksel biçimde yapılan faaliyetler arasında tarafsız kalmalıdır.

Vergileme rejimi etkin olmalıdır. Bu özelliğin sağlanması içinde değişikliklere açık esnek ve dinamik bir yapı tercih edilmelidir. Elektronik ticaretin temel alt yapısını oluşturan bilişim teknolojisindeki değişim hızı dikkate alındığında durağan bir yapı ile sorunun çözümlenemeyeceği ortadadır.

Vergileme rejimi elektronik ticaret ile bağlantılı faaliyetleri bütünüyle kapsmalı, vergi kaçırma veya vergiden kaçınmanın önüne geçilmelidir. Elektronik ticaretin vergi gelirlerinde bir aşınmaya sebebiyet vermemesi için gerekli önlemler alınmalıdır.

Bilişim sektörüne yapılacak yatırımlar ve verilecek vergisel teşvikler, e-ticarete sağlanacak tüm kolaylıklar ulusal ve uluslararası düzeyde Türkiye'nin önünü açacaktır. Bu nedenle bu yatırım ve vergisel teşviklerin e-ticarette meydana getireceği sonuçların ve faydaların uzun vadeli düşünülmesi gerekmektedir. Aksi halde Türkiye'nin, yönünü Avrupa'ya çevirmiş ancak yapısal değişimlerini tamamlayamamış, dünya standartları düzeyinde uluslararası rekabet gücü olmayan, ihtiyaç duyduğu teknolojileri üretemeyen bir ülke haline gelmesi ihtimali ortaya çıkmaktadır.

Türkiye açısından e-ticaretle ilgili olarak iki seçenek bulunmaktadır. Bunlardan birincisi: “E-ticaretin gelişmiş ülkeler tarafından yönlendirilen ve yoksul ülkelerdeki iş ortamını çökertecek olan küreselleşme sürecinin bir parçasıdır” görüşünü kabul ederek dünya ticaretine sırtını çevirmektir. İkincisi ise: “E-ticareti bilgi toplumu olma yönünde kullanan, teknolojiye dayalı ekonomisiyle dünyada söz sahibi bir devlet olmak” ki dünya bunu yapmaktadır. E-ticaret e-devleti beraberinde getirmekte ve e-ticaretin başarısı da e-devletten geçmektedir. Buradan hareketle ülkeler ciddi politikalar ile büyük yatırımlar gerçekleştirmektedir. Örneğin Japonya 19 Ekim 2000 tarihinde yayımlanan “Japonya’nın Yeniden Doğuşu İçin Yeni Ekonomik Kalkınma Politika Paketi” isimli yeni kalkınma politikasında enformasyon teknolojilerini yaymak ve E-Japonya girişimini gerçekleştirmek için 11 trilyon Yen büyüklüğünde kaynak harcayacağını belirtmiştir.

Dünyadaki tüm bu gelişmeler değerlendirildiğinde, Türkiye’nin de bu gelişmelerin gerisinde kalmaması gerektiği düşünülmektedir. Bu çerçevede, devam etmekte olan çalışmalar daha da hızlanmalı ve dünya devletlerini yakalamalıdır. Aksi halde dünya devletleriyle rekabet edemez hale gelinebilir. Özellikle dünya ticaret hacminden daha fazla pay alarak sürdürülebilir bir kalkınma amacıyla olan Türkiye’nin, bu konudaki uluslararası çalışmaları yakından takip etmesi, kural ve ilkelerin belirlenmesi noktasında rol alma gayreti içinde olması gerekir. Bunun için de gerekli olan teknik ve idari yapının yeni bilgi teknolojileriyle donatılması şarttır.

Elektronik ticaret konusunda gerekli teknik, idari ve hukuki yapılanmasını hızla tamamlamış bir Türkiye’nin ekonomik ve sosyal kalkınma yolunda çok önemli bir adım atacağı kuşkusuzdur.

## KAYNAKÇA

AKIN, H.Bahadır; **Yeni Ekonomi** , 1.b., İstanbul, Çizgi Kitabevi, 2001.

ALPTÜRK, Ercan; **“İnternet Ortamında Yapılan Elektronik Sözleşmelerde ve İhalelerde Damga Vergisi Uygulanabilir mi?”**, *Yaklaşım*, 99, Mart-2001.

Ankara Ticaret Odası, **Elektronik Ticaret ve İnternet**, Haziran 1999-08 Yayını, Ankara, 1999.

Arthur Anderson Yönetim ve İnsan Kaynakları Danışmanlığı Ltd. Şti.(Haz.), **İnternetle Gelişimde Türkiye**, 1.b., İstanbul, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2001.

CIVAN Mehmet ve BAL Vedat, “E-Ticaret ve KOBİ’lerin Geleceği”, **I. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi**, Kocaeli, Mayıs 2002.

COCKFIELD, Arthur; **Transforming the İnternet into a Taxable Forum-A Case Study in E-Commerce Taxation**, *Stanford Technology Law Review*, 2001.

COŞKUN, Neslihan; *“Elektronik Ticaretin Gelişiminde Temel Dinamikler ve Gelişimi Önündeki Engeller”*, **Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Entitüsü Dergisi**, Cilt:13, Sayı:2, 2004.

ÇAK, Murat; **Dünyada ve Türkiye’de Elektronik Ticaret ve Vergilendirilmesi**, İstanbul Ticaret Odası Yayın No:2002/6, 2002.

ÇANGİR, Niyazi; **“Türkiye’de Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesinin İncelenmesi”**, [http://www.ekitapyayin.com/id/033/02.htm#\\_ftn45](http://www.ekitapyayin.com/id/033/02.htm#_ftn45) (28.03.2007)

DEMİR Hamdi, Elektronik ticarete Vergileme,  
[www.legalisplatform.net/ozel\\_dosyalar/Elektronik%20Ticarete%20Vergilendirme.pdf](http://www.legalisplatform.net/ozel_dosyalar/Elektronik%20Ticarete%20Vergilendirme.pdf).

DENİZ, Recep Baki; “*Türkiye’de Ağırlıklı Olarak Gıda Maddeleri Satan Zincir Marketlerin İnternette Pazarlama Faaliyetlerine Yönelik Bir Araştırma*”, **Öneri Marmara Üniversitesi Sos. Bil. Enst. Hakemli Dergisi**, Cilt:5, Sayı:20, Haziran 2003.

DOLANBAY, Coşkun; **E-Ticaret Strateji ve Yöntemleri**, 1.b., Ankara, Sistem Yayınları, 2000.

ELİBOL Halil, KESİCİ Burcu; “*Çağdaş İşletmecilik Açısından Elektronik Ticaret*”, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı:11, Temmuz 2004.

ERDEN, Selman Aziz; **Üretim Ortamları Maliyet Yönetim Sistemleri İlişkisi ve Stratejik Maliyet Yönetimi**, Türkmen Kitabevi, İstanbul, 2004.

GÜNEŞ, İsmail; “ **Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesinin Uluslararası Boyutu**”, [http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl\\_gos.php?nt=241\(03.04.2007\)](http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=241(03.04.2007))

HAŞILOĞULLARI Selçuk Burak, **Enformasyon Toplumunda Elektronik Ticaret ve Statejileri**, İstanbul: Türkmen Kitabevi, 1999.

HAZMAÇEBİ, M. Akif; “Elektronik İmza”,  
[http://www.turmob.org.tr/turmob/basin/28-03-2001\(3\).htm](http://www.turmob.org.tr/turmob/basin/28-03-2001(3).htm)

<http://eticaret.garanti.com.tr/icerik/goster.asp?c=1&t=a&i=45> ( 01 Ekim 2006)

<http://inet-tr.org.tr/inetconf8/bildiri/1.doc> (10.11.2006)

<http://web.bilkent.edu.tr/hii/bolum1.html> (5 Aralık 2006)

<http://www.dso.org.tr/eticaret/genel.htm> ( 01 Ekim 2006)

[http://www.ekitapyayin.com/id/033/02.htm#\\_ftn45](http://www.ekitapyayin.com/id/033/02.htm#_ftn45)

<http://portall.sgb.gov.tr/calismalar/yayinlar/md/md145/ersanoz.pdf>

[http://www.gencbilim.com/odev/odevgoster.php?il=istanbul\\_bahcelievler&id=8840](http://www.gencbilim.com/odev/odevgoster.php?il=istanbul_bahcelievler&id=8840)  
(5 Aralık 2006)

[http://www.interguide.net/yeniinterguide/Hizmetler/e\\_ticaret.htm](http://www.interguide.net/yeniinterguide/Hizmetler/e_ticaret.htm) (01 Ekim 2006)

<http://www.kobitek.com/makale.php?id=21> (13.12.2006)

<http://www.kobitek.com/makale.php?id=22> (13.12.2006)

<http://www.kobitek.com/makale.php?id=23> (13.12.2006)

<http://www.muhasibetr.com>, Ferhat GÖKÇEN, “İnternet ve Elektronik Ticaret (E-Ticaret) üzerine”.

JİNYAN, Li; “*Rethinking Canada’s Source Rules in the Age of Electronic Commerce*”, **Canadian Tax Journal**, vol:47, no:6,1999.

KIRÇOVA İbrahim, ÖZTÜRK Pınar; **İnternette Ticaret ve Hukuksal Sorunlar**, İstanbul Ticaret Odası Yayın No:2000-29.

KIRÇOVA İbrahim, **E-Devlet Uygulamaları ve Ekonomiye Etkileri**, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, Yayın No:2003-38, İstanbul, 2003.

KIRÇOVA İbrahim, İşletmelerarası Elektronik Ticaret, İstanbul Ticaret Odası Yayın No:2001/32, 2001.

KIRMAN Ahmet, **488 Sayılı Damga Vergisi Kanunu Şerhi**, Ankara,1997.

KORKMAZ Nuray (haz.), **Sorularla İntenet ve E-ticaret Rehberi**, İstanbul Ticaret Odası 2002-37 Yayını, İstanbul, 2002.

KÜÇÜKYILMAZLAR, Aysun(haz.); **Elektronik Ticaret Rehberi**, İstanbul Ticaret Odası Yayın No:2006-3, Şubat 2006.

OECD, Electronic Commerce: Taxation Framework Conditions, Ottawa, 1998.

OECD, Towards Global Tax Co-operation, Report to the 2000 Ministerial Council Meeting and Recommendations by the Committee on Fiscal Affairs, Progress in identifying and Eliminating Harmful Tax Practices(OECD 2000 Report), Paris, 2000.

ÖĞÜTCAN Yalçın, “İnternet ortamında e-ticaret”, İGEME’den Bakış, Mayıs-Ağustos 2001.

ÖZBALCI Yılmaz, **Gelir Vergisi Kanunu Yorum ve Açıklamaları**, Ankara, Oluş Yayıncılık, 1998.

ÖZBEK, Aziz; “Elektronik Ticaret ve Vergilendirilmesi-III”, Vergi ve Muhasebeciyle Diyalog, 150, Ekim 2000. [http://www.ekitapyayin.com/id/033/02.htm#\\_ftn45](http://www.ekitapyayin.com/id/033/02.htm#_ftn45)

ÖZBEK, Aziz; “Türkiye’de E-Ticaretin Gelişmesi için Alınması Gereken Önlemler ve E-Ticaretin Vergilendirilmesinin Değerlendirilmesi”, [http://www.ekitapyayin.com/id/033/03.htm\(28.03.2007\)](http://www.ekitapyayin.com/id/033/03.htm(28.03.2007))

ÖZMEN, Şule; **Ağ Ekonomisinde Yeni Ticaret Yolu**, 1.Baskı, İstanbul, Ocak 2003.

ÖZYILMAZ Ayşe, EVSENAL Saliha; “Elektronik İmza”, **Active Dergisi**, Ağustos-Eylül 2000.



PİNCİNE, Thomas J.; **Extranetler, Kurumsal Dünyanın Yeni Kralları**, Networkworld, Mayıs 1998.

Report of the Indian High Powered Committee on “Electronic Commerce and Taxation, September, 2001.

SEVİNÇ, Eser; “Elektronik Ticarete Katma Değer Vergisi”, [http://www.ymm.net/e-ticaret/elektronik\\_ticaret\\_ve\\_kdv.html](http://www.ymm.net/e-ticaret/elektronik_ticaret_ve_kdv.html)(22 Ocak 2007).

SEVİNÇ, Eser; “E-Ticaret Böyle Vergilendirilir” [http://www.ymm.net/e-ticaret/elektronik\\_ticaret\\_böyle\\_vergilendirilir.html](http://www.ymm.net/e-ticaret/elektronik_ticaret_böyle_vergilendirilir.html) (22 Ocak 2007).

SEVİNÇ, Eser; “E-Ticarete Güvenlik”, [www.ymm.net/e-ticaret/e-ticarete\\_guvenlik.html](http://www.ymm.net/e-ticaret/e-ticarete_guvenlik.html)(14.12.2006).

SEVİNÇ, Eser; <http://www.ymm.net/e-ticaret/e-ticaretvehukuk.html>(22 Ocak 2007).

SIRMA, İbrahim; “Elektronik Ticaret Stratejileri” *Askan Bülteni* İstanbul Üniversitesi, 2002.

SÖZER, Bülent; *Elektronik Sözleşmeler*, İstanbul, 2002.

ŞENYÜZ, Doğan; **Türk Vergi Sistemi**, Yaklaşım yayınları, Ankara, 2005.

TANZİ, Vito; “Globalleşme ve Vergilemedeki Mali Boşluklar”, Çev. Hüseyin Şen, *Vergi Dünyası Dergisi*, No:241, Eylül 2001.

TAŞLIYAN, Mustafa; **Elektronik Ticaret**, Sakarya Kitabevi, 1.Baskı, Kahramanmaraş, 2006.

UZUNOĞLU, Hakan; “Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesinin İncelenmesi ve Değerlendirilmesi”, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2002.

YALTI, Billur; “**Elektronik Ticarete Vergilendirme**”, Yayın No:357, İstanbul: Der Yayınları, 2003.

YAZICI, Ayla; “*Elektronik Ticaretin Ekonomik Boyutu*” Eskişehir Anadolu Üniversitesi, **İ.İ.B.F Dergisi** Cilt No: 18 Sayı: 1-2, 2002.

## **ÖZGEÇMİŞ**

1981 yılında İzmir’de doğan Ahmet İÇÖZ, ilköğrenimini İzmir Seferihisar’da, orta öğrenimini İzmir’de tamamladı. 2003 yılında Kocaeli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümünden iyi dereceyle mezun oldu. 2004 yılında Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Muhasebe-Finansman Yüksek Lisans programında eğitimine devam etti. Halen “ Elektronik Ticaret ve Vergilendirilmesi” konulu bu tez çalışmasına devam eden Ahmet İÇÖZ, çalışma hayatına Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde Araştırma Görevlisi olarak devam etmektedir.