

## ELEKTRONİK TİCARETİN TİCARİ ve MALİ ETKİLERİ: DÜNYA ve TÜRKİYE ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

*Hazma ÇEŞTEPE\**

### Özet

*Bilgi ve iletişim teknolojilerinde meydana gelen hızlı gelişmelerle giderek yaygınlaşan elektronik ticaret, uluslararası mal ve hizmet ticaretini geliştirici etkilere yol açmaktadır. Ancak, olumlu etkilerine karşılık bu ticaret şekli bazı tartışmaları da beraberinde getirmiştir. Bunlar arasında son dönemde en çok öne çıkanı, bu ticaretten doğan mali kayıplar ve sınır ötesi e-ticaretin vergilendirilmesi sorunudur. Tüm dünya ölçeğinde e-ticaretten doğan mali kayıplar kısa vadede fazla olmayacak, ancak gelişmekte olan ülkeler tarife gelir kayıplarından gelişmiş ülkelere göre daha çok etkileneceklerdir. Bu yüzden, Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin internet vergileme kurallarını uyumlaştırma girişimlerini yakından izlemeleri ve vergi kayıplarını telafi edebilmek için e-ticaretle ilgili beşeri ve teknik altyapıyı biran önce oluşturmaları gerekmektedir.*

**Anahtar Kelimeler:** Elektronik Ticaret, Dijitalleştirilebilir Ürünler, Tarife Gelir Kayıpları.

### Summary

#### Commercial and Fiscal Effects of Electronic Commerce: An Assessment on The World and Turkey

*An electronic commerce, which has been prevalent due to the fast improvements in information and communication technologies, has developed international goods and services trade. Although a consensus occurred on its positive effects, some new discussions have also been brought on the effects on the e-commerce. Two of the most important discussions at the present time are fiscal losses due to the e-commerce and taxation problems of crossborder e-commerce.*

---

\* Yard. Doç. Dr.; Zonguldak Karaelmas Üniversitesi, Çaycuma İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü.

*Fiscal losses due to the e-commerce will not be much in the short term at the world level, however, developing countries will lose tariff revenue more than the developed countries. Thus, developing countries, like Turkey, closely follow the improvements in internet taxation rules and build up social and technological infrastructure related to the e-commerce to compensate tax losses.*

**Keywords:** *Electronic Commerce, Digitisable Goods, Tariff Revenue Losses.*

## 1. GİRİŞ

1990 başlarından itibaren dünyada en çok konuşulan ve tartışılan konulardan biri olan küreselleşmenin ekonomik anlamda en eski boyutunu oluşturan ticaretin küreselleşmesi, GATT çerçevesindeki düzenlemelerle birlikte iletişim ve haberleşme teknolojisindeki gelişmelerin etkisiyle hızlı bir gelişme göstermiştir. Bu gelişmelerin günümüzdeki en önemli aşamalarından birini ise, mal ve hizmet alımları ve ödemelerinin dijital olarak yapılmasına dayanan elektronik ticaret (e-ticaret) oluşturmaktadır.

Günümüzde e-ticaret yoluyla yapılan alışverişler hızla artmakta, insanların güvenlik endişelerini ortadan kaldıran güvenlik teknolojilerinin geliştirilmesiyle bu işlemlerin daha da artacağı tahmin edilmektedir. 2004'e kadar global e-ticaretin yaklaşık 6.2 trilyon \$'lık bir hacme, başka bir ifadeyle global ekonominin yaklaşık % 20'sine ulaşacağı tahmin edilmektedir (Akçay, 2002: 66). Büyüyen e-ticaret, engellerin daha az olduğu bir faaliyet alanı yaratmakta, gerek tüketici gerekse üreticiler açısından birçok olumlu dışsal etkilere yol açmaktadır. Elektronik ticaret, sağladığı şeffaf ve rekabetçi piyasa ortamıyla kaynakların daha etkin kullanımına ve toplumsal refah artışına neden olmaktadır.

Süratle gelişen bu ticaretin olumlu etkilerine karşılık, bazı sorunları beraberinde getirdiği de bir gerçektir. Finansal, hukuk, altyapı sorunlarıyla birlikte bu ticaret şeklinin ortaya koyduğu en önemli sorunlardan biri, sınır ötesi e-ticaretin vergilendirilmesi ve şayet vergilendirilebilirse bu vergilerin nasıl toplanacağıdır. Birçok ülkede vergi gelirleri kamu gelirlerinin önemli bir kısmını oluşturmakta, bu gelirler içinde de gümrük vergisi gelirleri özellikle gelişmekte olan ülkeler için kayda değer bir ağırlığa sahip bulunmaktadır. Dolayısıyla e-ticaretten kaynaklanan mali kayıplardan birçok ülke etkilenecek, ama en çok kayıpla gelişmekte olan ülkeler karşı karşıya kalacaktır.

Bu çalışma, elektronik ticaretin uluslararası ticari ve mali etkilerini incelemeye çalışmakta, özellikle gelişmekte olan ülkeler ve Türkiye üzerinde e-ticaretten kaynaklanabilecek potansiyel tarife gelir kayıpları üzerinde yoğunlaşmaktadır. Altı bölümden oluşan çalışmanın, ikinci bölümünde e-ticaret tanımlanmakta ve sınıflandırılmaktadır. Üçüncü bölüm, e-ticaretin

ticari etkileri başlığı altında önce dijitalleştirilebilir ürünler, daha sonra da uluslararası elektronik hizmet ticareti hakkında genel bilgiler vermektedir. Dördüncü bölümde, elektronik ticaretin mali etkileri mal ve hizmet ticaretinde istatistiki verilerle gelişmekte olan ülkeler üzerinde yoğunlaşarak ele alınmaktadır. Beşinci bölümde Türkiye’de elektronik ticaretin dış ticaret hacmi ve gelirleri üzerindeki etkisinden bahsedilmekte, son bölümde ise tüm anlatılanlardan bazı sonuçlara ulaşılmaktadır.

## **2. ELEKTRONİK TİCARETİN TANIMI ve ELEKTRONİK OLARAK TESLİM EDİLEN ÜRÜNLERİN SINIFLANDIRILMASI**

Elektronik ticaret, tanımlanması ve buna bağlı olarak sınıflandırılması zor kavramlardan biridir. Dünya Ticaret Örgütü’nün (DTÖ) yaptığı bir tanımlamaya göre e-ticaret; mal ve hizmetlerin üretim, reklam, satış ve dağıtımlarının telekomünikasyon ağları üzerinden yapılmasıdır (Ankara Sanayi Odası, 1998: 29). DTÖ, e-ticareti bu şekilde tanımlamasına rağmen sınıflandırma konusunda ticarete konu olan şeyin mal ve hizmet olmasına bağlı olarak elektronik iletimi ya da nakledilmesi nedeniyle tam bir görüş birliğine varamamıştır.

1990’lı yılların sonlarında e-ticaret üzerine zorunlu tarife konup konamayacağı sorunu DTÖ tarafından ele alınmıştır. 1998’de DTÖ üyesi ülkeler elektronik taşıma üzerindeki gümrük vergilerini iki yıl erteleme (moratoryum) kararı almışlar ve bu erteleme 2003’e kadar uzatılmıştır. Burada elektronik iletimlerin nasıl tanımlandığına bağlı olarak farklı çok yanlı ticaret anlaşmaları uygulanır. Örneğin, mal olarak sınıflandırılırsa elektronik olarak nakledilen gümrüklenebilir ürünler şeklinde Gümrük tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması (GATT) kurallarına konu olur. Buna karşılık hizmet olarak sınıflandırıldığında Hizmet Ticareti Genel Anlaşması (GATS) kurallarına konu olur ki, bu durumda gümrük vergilerinin uygulanması tartışmalıdır. Bunun sözkonusu mallar üzerine konan tarifelerden elde edilen devlet gelirlerinden farklı anlamları vardır. Çeşitli DTÖ üyesi ülkeler, bu yüzden sınıflandırma sorunu çözümlenmesiye kadar gümrük kısıtlamalarının genişletilmesi üzerindeki son kararın ertelenmesini önermişlerdir.

DTÖ’den başka birçok uluslararası ve ulusal kurum ve kuruluş tarafından yapılan e-ticaret tanımları da mevcuttur. Örneğin, OECD tarafından yapılan tanıma göre e-ticaret, sayısallaştırılmış yazılı metin, ses ve görüntünün işlenmesi ve iletilmesine dayanan kişileri ve kurumları ilgilendiren tüm ticari işlemlerdir (Ekin, 1998: 76). Türkiye’de Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu (ETKK) Hukuk Çalışma Grubu’nun 8 Mayıs 1998 tarihli raporunda ise e-ticaret; “bireylerin ve kurumların açık ağ ortamında (internet) ya da sınırlı sayıda kullanıcı tarafından ulaşılabilen kapalı ağ ortamında

(intranet) yazı, ses ve görüntü şeklindeki sayısal bilgilerin işlenmesi, iletilmesi ve saklanması temeline dayanan ve bir değer yaratmayı amaçlayan ticari işlemlerin tümünü ifade etmektedir” şeklinde tanımlanmıştır (ETKK, 1998: 1). Bu tanımların kapsamlarında bazı farklılıklar bulunmakla birlikte temelde ortak unsurları ağırlıklı olarak ifade etmektedir. Bu ortak unsurlar da dikkate alınarak kısaca e-ticareti, dağıtımında fiziksel bağlantı kurmaya gerek kalmadan, tarafların elektronik olarak iletişim kurdukları her türlü ticari iş etkinliği olarak tanımlamak mümkündür.

E-ticarete konu olan şey mal ise, ticari faaliyetlerin cereyan ediş biçimine göre e-ticaret, doğrudan ve dolaylı e-ticaret olarak ikiye ayrılmaktadır. Dolaylı e-ticaret yönteminde, malların siparişi elektronik ortamda verilmekle birlikte, teslimat işlemleri geleneksel yollarla yapılmaktadır. Doğrudan e-ticaret yönteminde ise, sanal olarak da adlandırılan fiziki olmayan ürünlerin siparişiyle birlikte, teslimi ve bedelinin ödenmesi de yine elektronik ortamda, on-line olarak gerçekleştirilmektedir.

Tanımlama konusu ile ilgili olarak iki kavram üzerinde durmak gerekmektedir: Bunlar, gümrük vergileri ve elektronik iletim (taşıma) kavramlarıdır. Gümrük vergileri geleneksel GATT/DTÖ anlamında gümrük tarifelerine konu olabilen bir malın ithalatını ifade etmektedir. Dünya Gümrük Organizasyonu Harmonize Sistem Sınıflandırması ve Mal Tanımlaması (HS) kodları uluslararası düzeyde bu ithalata uygulanır. HS Kodlama Sistemi altında sınıflandırmayan ithalat, gümrük tarifelerine tabi değildir. İthalat üzerindeki gümrük vergileri normal olarak mal ve hizmetler üzerindeki iç vergileri içermez. Bunlar daha çok bir ulusal politika alanı olarak kalır. Diğer taraftan birçok ülke ithal malları üzerinden KDV, üretim, tüketim vergileri gibi bazı ek gümrük ve vergiler alır. Bu yüzden “gümrük vergileri” kavramını açıkça tanımlamak gereklidir. Zira belirtilen ek vergiler durumunda konu iç vergilemenin alanına girmektedir.

DTÖ’de oldukça tartışma yaratan ikinci önemli nokta, elektronik iletimlerin tanımlanması, yani internet üzerinde iletilen “dijit”lerin, mal, hizmet ya da başka bir şey olarak (elle tutulamaz mallar gibi) sınıflandırılması konusudur. Doğal elektronik iletimler üzerinde oldukça kolay anlaşmaya varılabilmektedir. Örneğin, elektronik olarak sipariş edilen, pazarlanan ve ödemesi yapılan fakat fiziki olarak taşınan mallar geleneksel anlamda açıkça maldır ve bunlara GATT gibi bütün ilgili anlaşmalar uygulanır. Benzer şekilde elektronik araçlar yoluyla gerçekleştirilen geleneksel hizmetlerin arzı ise açık olarak GATS’a dahildir. Bunlar finansal hizmetler, muhasebe, turizm, bilgisayarla ilgili ve ofis hizmetleri, eğitim ve telekomünikasyon hizmetleridir.

En ihtilafli tartışma, kitap, müzik, film ve video araçları ve yazılım gibi verilerin elektronik iletimiyle ilgilidir. Geçmişte bu ürünler CD’ler,

disketler ve kasetler gibi taşıyıcı medya yoluyla ithal gümrüklerine konu oldukları sınırlar arasında fiziksel olarak taşınırdı. Bugün ve artan bir şekilde gelecekte bunlar, birçok sınır tanımayan fiziki ağlarla veri dosyalarıyla gönderilecektir. Dolayısıyla bu verilerin nasıl sınıflandırılacağı, bir mal olarak sınıflandırılıp sınıflandırılmayacağı, bunların iletiminin hizmet olarak kabul edilip edilemeyeceği oldukça karmaşık konulardır ve şimdiki kadar da bu konular üzerinde gerek DTÖ gerekse elektronik mal ticaretini yönlendiren diğer uluslararası kuruluşlar tarafından herhangi bir uzlaşmaya varılamamıştır (Teltscher, 2002: 1139-1140).

### **3. ELEKTRONİK TİCARETİN TİCARİ ETKİLERİ**

Elektronik ticaret, mal mübadeleleri yanında, hizmetler sektöründe de eskiden beri uygulanmaktadır. Bu bölümde önce dijitalleştirilebilir mallarda e-ticaretten bahsedilecek, daha sonra elektronik hizmet ticareti hakkında genel bilgiler verilecektir.

#### **3.1. Dijitalleştirilebilir Ürünlerde Ticaret**

Elektronik ticaret üç bölüme ayrılabilir: Birincisi satış-öncesi bölüm, pazar araştırması ve tanıtımı içerir; ikincisi satış aşaması, sipariş verme ve ödemeyi kapsar; üçüncü bölüm ise dağıtım aşamasıdır. Genel olarak, her tür ürünün elektronik ağ üzerinden reklamı ve satışı yapılabilir; dolayısıyla ilk iki aşama her türlü ürün için geçerlidir. Ancak üçüncü aşama yani elektronik dağıtım potansiyeli daha sınırlıdır. Bunun için nihai ürünün elektronik olarak dönüştürülmesi ve bilginin dijitalleştirilmesi şeklinde genel olarak internet üzerinden sunulması gereklidir (Mattoo vd., 2001: 955).

Dijitalleştirilmiş ürünler hem bir taşıma aracıyla fiziki olarak, hem de networklerle (ağlar) elektronik olarak teslim edilebilir, HS başlığıyla sınıflandırılabilir mallar olarak tanımlanmaktadır. Bunlar, basılmış maddeler (matbu), software (yazılım), müzik eserleri ve diğer medya, film ve video oyunları şeklinde 5 ürün çeşidinden oluşur. Tablo 1’de her bir kategori için HS 96 başlığına dahil dijitalleştirilebilir mallar tanımlanmaktadır.

Son yıllarda dünyada internet kullanım oranı hızla artmakta, bilginin yükleme hızının artması anlamına gelen telefon hatlarının bant genişliği yükselmekte, müzik eserleri bir PC üzerinden download edilebilmekte ve dijitalleştirilebilmekte, gazete ve dergiler artan bir şekilde internet üzerinden sipariş edilebilmektedir. Bu gelişmeler bu ürünlerdeki toplam ticaretin arttığını ve daha da önemlisi fiziksel olan malların dağıtımının yerini elektronik dağıtımın alacağını göstermektedir. Nitekim Forrester.com’un tahminlerine göre 2004’de dijitalleştirilmiş ürünlerin on-line satışlarının % 22’si dijital olarak teslim edilecektir. Dijital teslim yazılım ürünlerinde en

yüksek (% 40) olacak; bunu müzik (% 25), video oyunları (% 14), kitaplar (% 14) ve filmler (% 1.5) izleyecektir (Teltscher, 2002: 1145).

**Tablo 1. Dijitalleştirilebilir Ürünlerin HS Kodları**

HS Başlığı	Mal Çeşidi
37	Film (Kayıtlı)
375	Fotoğraf Filmleri
3706	Sinematografik Filmler
49	Basılmış Maddeler (matbua)
4901	Kitaplar
4902	Gazeteler
4903	Çocuk Kitapları
4904	Müzik
4905	Harita, Atlaslar
4906	Planlar (Mim.-Müh., Sanayi, Ticari)
4907	Kullanılmayan Pullar
4908	Çıkartmalar
4909	Kartpostallar
4910	Takvimler
4911	Ticari Kataloglar, resimler, projeler
8524 (31,40,91 Hariç)	Ses ve Medya
852410	Bantlar
852432	CD'ler
852439	CD'ler
852451-53	Teypler
852460	Kartlar
852449	Diğer (Kayıtlı Diskler)
8524	Yazılım
852431	
852440	
852491	
950410	Video Oyunları

**Kaynak:** Teltscher, 2002: 1145

Tablo 2'de görüldüğü gibi 1999'de toplam değer olarak yaklaşık 50 milyar \$ civarında olan dijitalleştirilebilir ürünlerin dünya ticaretindeki payı % 1'den azdır. Bu ürünlerin yaklaşık % 45'i Avrupa Birliği (AB) ülkeleri

tarafından ithal edilmektedir (Mattoo vd., 2001: 956). ABD ithalatta tek başına % 15'lik payla ülke olarak en büyük payı alırken, gelişmiş ülkelerin payı % 81.5, gelişmekte olan ülkelerin payı ise % 18.5'ta kalmaktadır. Bu ürünlerin en önemli ihracatçısı ise dünya ihracatının yaklaşık % 18'ni elinde tutan ABD'dir. Bu ülkeyi, Almanya, İngiltere, İrlanda, Japonya, Hollanda ve Fransa izlemektedir ki, bunların tümü ihracatın % 64.3'nü oluşturmaktadır. Gelişmiş ülkeler, ihracatın % 88.5'ine sahipken gelişmekte olan ülkelerin payı ise % 11.5'dir. Gelişmekte olan ülkeler arasında en önemli ihracatçılar ise Çin, Singapur, Kore, Tayvan gibi Doğu Asya ülkeleridir (Teltscher, 2002: 1145).

**Tablo 2. Dijitalleştirilebilir Ürünlerde (DÜ) Dünya Ticareti (1999)**

Ülkeler	Toplam İthalat 000 \$	Toplam İhracat 000 \$	İthalatın %'si DÜ İthalatı	İhracatın %'si Olarak DÜ İhracatı	Dünya DÜ İthalatının % 'si	Dünya DÜ İhracatının % 'si	Yıllık Büyüme Oranı
Geliş. Olan Ülkeler	7.700.672	5.350.106	0,6	0,4	18,5	12	20,4
Gelişmiş Ülkeler	40.534.197	41.025.085	1	1,1	81,5	89	4,3
Dünya	48.234.987	46.379.181	0,9	0,9	100	100	6,7

**Kaynak:** Teltscher, 2002: 1146-1147

Bu rakamlar göz önüne alındığında birkaç unsur ön plana çıkmaktadır: (Teltscher, 2000: 18) Öncelikle ticaret akımlarında miktar, kaynak ve hedef açısından ürünler arasında önemli farklılıklar ortaya çıkmaktadır. İkinci olarak, özellikle ihracat açısından birkaç gelişmiş ülke dijitalleştirilebilir ürünlerde ticarete büyük ölçüde hakim görünmektedir. Ancak Tablo 2'de görüldüğü şekilde bu ürünlerde büyüme oranları toplam geleneksel mal ticareti büyüme oranlarından çok daha yüksektir ve özellikle gelişmekte olan ülkelerin ihracatı da son 10 yılda –1997 ve 1998 yılları hariç– önemli şekilde artmıştır. Ayrıca gelişmekte olan ülkelerin kitap, gazete, film ve müzik diskleri gibi daha düşük teknoloji gerektiren mallarda ihracat paylarının yüksek olması da yine dikkati çeken bir nokta olarak görülmektedir.

### 3.2. Elektronik Hizmet Ticareti

Günümüzde, bilgi teknolojileriyle hizmet sektörlerinde adeta bir devrim yaşanmakta, bu da bir takım tartışmaları beraberinde getirmektedir. Özellikle haberleşme alanında bilgisayar ve internetin yoğun biçimde kullanılması ulaşım maliyetlerini hızla düşürmekte ve hizmet sektörü üretimi daha fazla ticari nitelik kazanmaktadır. ABD'nin hizmetlerle ilgili ticari

pazarlıkların GATT Uruguay Raund görüşmeleri çerçevesi içinde ele alınması teklifi ve bu görüşmelerde ortaya çıkan Dünya Ticaret Örgütü'nün üstlendiği etkin rol, hizmet sektörleri ticaretinde gelişmeyi daha da hızlandırmıştır (Ekin, 1998: 52). Bu gelişme içinde e-ticaret açısından en hızlı gelişme Tablo 3'de görüldüğü gibi muhasebeden mühendisliğe kadar pek çok hizmeti kapsayan diğer ticari hizmetler grubunda gerçekleşmiştir.

**Tablo 3. Seçilmiş Ülke ve Sektörlerde Ağırlıklı Olarak Elektronik Şekilde Yapılan Sınır Ötesi Hizmet Ticareti, 1995**

Ülkeler	Haberleşme	Bilgisayar /Bilgi	Finans	Sigorta	Diğer Ticari Hizmetler	Kişisel/Kültür /Eğlence
ABD						
İhracat	3140	vb	6100	1390	30550	2260
İthalat	7280	vb	1710	4470	17680	160
Almanya						
İhracat	2040	1380	2430	8670	20740	160
İthalat	2950	1460	560	8830	26650	1970
G. Kore						
İhracat	-vb	5	105	538	7665	Vb
İthalat	212	94	Vb	824	6835	98
Brezilya						
İhracat	vb	43	824	186	vb	46
İthalat	vb	251	950	Vb	vb	256
Türkiye						
İhracat	vb	vb	201	Vb	vb	2282
İthalat	vb	vb	350	Vb	vb	1378
Dünya						
İhracat	16702	7066	35057	34000	267982	11075
İthalat	20507	7350	18873	45051	261230	11257

vb: Veri bulunamadı

**Kaynak:** Mattoo ve Schuknecht, 2000: 24-25

Elektronik ticaret, mübadelelerde ticari işlemlerin yerine getirilmesinde kayıtların elektronik araç ve tekniklerin kullanılarak yapılmasını ifade etmektedir. Aslında elektronik iletim birçok hizmet sektöründe eskiden beri önemli rol oynamakta, klasik taşımacılıktan daha ileri düzeyde uygulanmaktadır. Örneğin, günümüzde ödemeler elektronik ağlar vasıtasıyla yapılmaktadır.



makta, haberler faks yoluyla geçilmekte, telefon vasıtasıyla resmi bilgi verilmektedir. Ayrıca hukuk, sağlık, eğitim, danışmanlık hizmetleri de yine e-ticarete konu olmaktadır.

Elektronik hizmet ticaretinin potansiyeline bakıldığında telekomünikasyon, bilgisayar ve yazılım, finansal hizmetlerin bir kısmı ve sigortacılık hizmetleri gibi sektörlerde 1999'da sınır ötesi ihracatın 375 milyar \$ olduğu görülmektedir (Mattoo vd., 2001: 962). Dünya hizmet ticaretinin bu tarihte yaklaşık 1 trilyon \$'dan fazla olduğu düşünüldüğünde, bu rakam dünya hizmet ticaretinin % 30'una ve toplam dünya ticaretinin % 5'ine tekabül etmektedir ki, bunlar 90'lı yıllarda esas olarak gelişmeye başlayan bir ticaret şekli için oldukça önemli oranlardır.

İnternete dayalı elektronik faaliyetler hizmet sektörlerini oldukça etkilemektedir. Günümüzde her ne kadar veri transferinin büyük bir kısmı telefon hatlarıyla sağlanmaktaysa da elektronik veri transferi geleneksel telefon hatları vasıtasıyla yapılan transferden çok daha etkin olmakta, bu da telekomünikasyon ağları üzerinden yapılan ticareti kolaylaştırmakta ve artırmaktadır. Örneğin mimarlar daha önce fiziksel formda transfer ettikleri verileri internet aracılığıyla veri seti olarak gönderebilmekte veya x-ışınlarını bu yolla çizebilmektedirler. Bu tür faaliyetler son yıllarda ABD gibi gelişmiş ülkelerin ihracatında önemli oranlara ulaşmıştır.

#### **4. ELEKTRONİK TİCARETİN MALİ ETKİLERİ**

E-ticaretin toplam dünya ticareti içindeki payı şuanda düşük olmasına rağmen, önümüzdeki on yıl sürecinde bu oranda hızlı bir artışın olacağı tahmin edilmektedir. Tablo 4'de görüldüğü gibi 2003 yılında dünya elektronik ticaret hedefi 1.4 trilyon\$ olarak öngörülmektedir. Bu durum doğal olarak, özellikle gelişmekte olan ülkelerde potansiyel vergi gelirleri konusunda birtakım endişelerin ortaya çıkmasına yol açmıştır.

Genel istatistiki verilere bakıldığında, dünyada vergiler toplam kamu gelirlerinin % 80'ini oluşturmaktadır. Bu gelirler içinde en büyük payı mal ve hizmetlerden alınan yurtiçi vergiler almakta, ithalattan alınan vergi gelirleri toplam gelirlerin % 12.6'sını, toplam vergi gelirlerinin ise % 15.8'ini oluşturmaktadır. Gelişmişlik düzeyine göre ülkeler açısından bu oranlar incelendiğinde ise, toplam kamu gelirlerinin bir payı olarak ithalat vergisi gelişmiş ülkeler için % 2.2 gelişmekte olan ülkeler için % 15.2, vergi gelirlerinin bir payı olarak ise bu oranlar gelişmiş ülkelerde % 2.5'e karşılık gelişmekte olan ülkelerde % 19.2'dir. Tüm ülkeler için mal ve hizmet ithalinden alınan vergiler ise vergi gelirleri içinde % 44'lük bir paya sahiptir (Teltscher, 2002: 1137). Bu rakamlara bakıldığında özellikle gelişmekte olan ülkelerin yukarıdaki kaygıyı duymada pek de haksız olmadıkları görülmektedir.

**Tablo 4. Dünya Elektronik Ticaret Tahmin ve Öngörülere (milyar \$)**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	OYBO(%)
Forrester			2293.50	3878.80	6201.10	9240.60	12837.30	53,81
e-marketer*	278.19	474.32	823.48	1408.57	2367.47			70.80

OYBO: Ortalama yıllık büyüme oranı

\* İşletmeden İşletmeye e-ticaret

**Kaynak:** UNCTAD, 2002: 7

Bu bölümde önce dijitalleştirilmiş mallarda e-ticaretin mali etkisi üzerinde durulacak, daha sonra da elektronik hizmet ticaretinin vergi gelirleri üzerindeki etkisinden bahsedilecektir.

#### 4.1. Dijitalleştirilmiş Mal Ticaretinde Tarife Gelirlerinin Etkisi

İnternet ticareti üzerinde vergilemenin etkisini inceleyen ampirik bir çalışma yoktur. Bu konuda mevcut çalışmalar daha çok kavramsal ve hukuki analizler sağlamıştır. Bunun dışında Golsbee (1999) yerel vergilemenin internet üzerinden mal satın alan tüketicilerin kararını nasıl etkilediği konusunda bir çalışma yapmış ve on-line ticarete yerel vergilemenin önemli bir rol oynadığı sonucuna varmıştır. E-ticarete vergilemenin gelirler üzerindeki etkileri konusunda da bazı çalışmalar bulunmaktadır. Bu bölümde önce geleneksel gümrük vergi oranları ve gelirlerine bakmak yararlı olacaktır.

##### 4.1.1. Gümrük Tarife Oranları ve Gelirleri Üzerindeki Etkiler

Vergi gelirleri birçok ülkede kamu gelirlerinin önemli bir kısmını oluştururken, ithalattan alınan vergilerin ağırlığı ülkelerin gelişmişlik düzeyine göre farklılık arz etmektedir. Dijitalleştirilebilir ürünler için tarife oranlarına bakıldığında öncelikle çoğu ülkede uygulanan tarife oranları ortalamasının % 10' nun altında olduğu görülmektedir. Tayland, Fas, Kore ve Hindistan gibi bazı gelişmekte olan ülkelerde bu oran % 20' nin üzerine çıkmaktadır. (Mattoo vd., 2001: 955). Bu rakamlardan gelişmekte olan ülkelerde uygulanan tarife oranlarının gelişmiş ülkelere göre daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

Bu oranlar gümrük vergileri üzerindeki bir yasaklamadan en çok etkilenecek ülkelerin gelişmekte olan ülkeler olduğunu göstermektedir. Ancak dijitalleştirilebilir ürünler başlığı altında birçok ürün yer almakta, farklı ürün çeşitleri için de farklı tarife oranları uygulanmaktadır. Örneğin kitap, gazete gibi basılmış ürünler üzerindeki tarifelerin düşük (% 2-3) olmasına karşılık, video oyunları üzerindeki tarife oranları daha yüksektir

(% 10-15). Hatta basılmış ürünler kategorisi içinde yer alan ürünler arasında da farklı tarife oranları uygulanmaktadır. Dolayısıyla bu tarife oranları, ana ürün kategorileri üzerindeki ortalama rakamları ifade etmektedir.

Tarife gelirleri açısından bakıldığında sorun, genellikle fiziki olarak teslimi yapılan ve dijital hale getirilebilen mallar üzerine tarife konulmamasından dolayı mali kayıpların ortaya çıkması üzerinde yoğunlaşmaktadır. Nitekim bu konuda Mattoo vd. bu tür ürünlerin ticaretteki payları ileriki yıllarda birkaç katına çıksa bile ortaya çıkan gelir kayıplarının toplam devlet gelirlerine oranla çok düşük olacağını belirtmişlerdir. Dijitalleştirilebilir ürünlerin tamamı on-line olsa bile gelir kayıplarının birçok ülkede minimum olacağı ifade edilmiştir (Mattoo vd., 2001: 959). Dolayısıyla bahsedilen ürünlerde, elektronik dağıtım yönünde bir değişikliğin genel olarak devlet gelirleri üzerinde önemli bir etkisinin olması muhtemel görünmemektedir. Ancak ülke grupları açısından düşünüldüğünde gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere göre etkilenme dereceleri arasında önemli farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Tarife gelir kayıplarından en çok etkilenen ülkeler gelişmekte olan ülkelerdir. Zira, bu ülkelerin dijitalleştirilmiş ürünler ithalatındaki payı sadece % 18 iken, dünya tarife gelir kayıplarının % 64.5'i bu ülkelerde gerçekleşmektedir. Mali kayıplardan en çok etkilenen ülkeler arasında AB ülkeleri, Kanada gibi gelişmiş ülkeler olsa da, Meksika, Malezya, Brezilya, Fas, Arjantin, İsrail gibi gelişmekte olan ülkelerin sayısı daha fazladır.

**Tablo 5. Seçilmiş Ülke Başına DÜ'den Tarife Gelir Kayıpları (1999)**

Ülke	Ağırlıklı DÜ Tarife Gelirleri 000\$	Toplam Gelirin %si Olarak DÜ Tarife Geliri	İthalat Gelirinin %si Olarak DÜ Tarife Geliri	Vergi Gelirinin %si Olarak DÜ Tarife Geliri
ABD	12,05	0,00	0,07	0,00
Avrupa Birliği	165,277	0,01	1,06	0,01
Avustralya	19,639	0,02	0,79	0,02
Japonya	0	0,00	0,00	0,00
Brezilya	43,386	0,02	0,91	0,03
Pakistan	20,533	0,21	1,74	0,28
Mısır	8,856	0,04	0,36	0,07
Romanya	5,537	0,06	1,17	0,07
Malezya	53,331	0,22	0,02	0,26
Türkiye	4,297	0,01	0,81	0,01
Gelişmiş Ülkeler	347,206	0,04	2,70	0,05
Gelişmekte Olan Ülkeler	630,326	0,16	1,44	1,44
Dünya	977,532	0,14	1,70	0,17

Toplam kamu gelirleri açısından ise, Tablo 5’ de görüldüğü gibi nispeten daha düşük oranlar söz konusu olmaktadır. Tüm ülkeler için bu ürünlerden elde edilen tarife gelirleri toplam gelirlerin % 0.14’ünü ve ithalat vergi gelirlerinin de % 0.17’sini oluşturmakta, bu açıdan ülkeler arasında da yine önemli farklılıklar söz konusu olmaktadır.

Dış ticarete ithalat üzerine konulan tarifelerden başka, birçok ülke tarafından ithalattan alınan birtakım ek gümrükler ve vergiler de vardır. Malların fiziki olarak ithalinin yerini elektronik teslim aldığına doğal olarak bu ek vergiler de tarife gelirleriyle birlikte kaybedilmektedir. Örneğin normal tarife olarak sadece % 7.5 olan tarife oranları daha yüksek ek vergi oranları da dahil edildiğinde dijitalleştirilmiş ürünlerde toplam % 23’e çıkmaktadır (Teltscher, 2002: 1152). Bunlara da kısaca aşağıda değinilmektedir.

#### ***4.1.2. Toplam Tarife ve Vergi Gelirleri Üzerindeki Etkiler***

Dijitalleştirilebilir ürünlerin ithaline vergi konularak fiziksel ticaretteki kadar tarife uygulanırsa herhangi bir vergi kaybının söz konusu olmayacağı yukarıda belirtilmişti. Ancak böyle bir uygulama teknik olarak mümkün değildir. Diğer taraftan 1998’de DTÖ üyesi ülkeler, e-ticaret üzerindeki zorunlu vergiyi de erteleme kararı almışlardır. Bunlara rağmen, söz konusu ürünlerde tüm ülkeler açısından düşünüldüğünde tarife gelir kayıpları fazlaca önem taşımamaktadır.

Dijitalleştirilebilir ürünlerin ithali üzerinde nispeten daha yüksek ek gümrük vergileri göz önüne alınırsa, bu vergilerden önemli gelir artışları beklenebilir. Ek gümrük ve vergilerin tarifelere eklenmesinden elde edilen tüm dünya gelirleriyle tarife gelirleri karşılaştırıldığında, iç mal ve hizmetlerden alınan yüksek tüketim vergi oranları nedeniyle 1999’da tüm gelirler % 900’lerden fazla artarak 929 milyon \$’dan 8.2 milyar \$’a yükselmektedir (Teltscher, 2002: 1153).

Tablo 5’de görüldüğü gibi, gümrük vergi gelirleri gelişmiş ülkelere göre gelişmekte olan ülkelerde yaklaşık iki kat fazla iken, tüm vergi gelirleri –tarifeler, ek gümrük vergileri ve diğer vergiler– açısından durum tam tersidir. Örneğin gelişmekte olan ülkelerde tarife gelirleri 1.9 milyar \$ iken tüm vergi gelirleri 6.2 milyar \$’dır. Dijitalleştirilmiş ürünlerde ithalat vergileri gelişmiş ülkelere % 77’lik bir paya sahipken, gelişmekte olan ülkelere bu oran sadece % 23’dür. Toplam kamu gelirleri açısından düşünüldüğünde ise ithalat gümrükleri ve vergi gelirleri toplam kamu gelirlerinin ortalama % 0.5’ini oluşturmaktadır. Vergi gelirlerinde ise bunların payı % 400’lük bir artışla % 0.17’den % 0.6’ya çıkmaktadır. Bu gösterge bağlamında gelişmiş ve GOÜ’ler arasında fazla bir fark bulmamaktadır (Teltscher, 2002: 1154).

Yukarıdaki verilere bakıldığında, baştan e-ticaret yoluyla teslimi yapılan mallarda ülkelerin tarife gelir kayıplarına uğradığı görülmektedir. Ancak ürünlerin fiziksel tesliminin yerini dijital teslimin almasından kaynaklanan gelir kayıpları bundan çok daha fazladır. Çünkü, hemen hemen bütün ülkeler ithalatta basit gümrük tarifelerinden oldukça yüksek olan ek gümrük ve işlem vergileri alırlar. Malların dijital teslimi durumunda bunlar ortadan kalkacak ve böylece ülkelerin toplam vergi gelir kayıpları yükselecektir.

## **4.2. Elektronik Hizmet Ticaretinde Tarife Gelirlerinin Etkisi**

Hizmetlerde uluslararası ticaretin vergilendirilmesi, mal ticaretinden ayrı olarak ele alınması gereken bir konudur. Bir ülke bu tür ticarete tarife koyma kararı aldığı anda böyle bir vergiyi toplayamayacağı için ilk bakışta bu kararın hiçbir etkisinin olmayacağı düşünülebilir. Ancak burada tarife gelirlerindeki gerçek kayıp yanında potansiyel kaybı da düşünmek gerekir. Zira tarife gelirlerindeki gerçek kayıpların sığ olmasına karşılık, kişisel gelir vergisinden kaçınma ya da vergi aşınması nedeniyle potansiyel gelir kaybı çok daha fazla olabilir (UNCTAD, 2000: 34).

Şu anda herhangi bir ülkenin elektronik hizmet ticareti üzerinden vergi alması mümkün değildir. Çünkü GATS kurallarına göre elektronik hizmet ticareti vergilerden muaftır. Hizmet ticareti bir üye tarafından geçici olarak yapılan resmi özel taahhütlere bağlıdır; mal ticaretinde ise daha genel taahhütler sözkonusudur (Mattoo ve Schuknecht, 2000: 3). Hizmetlerle ilgili olarak hükümetler tarife gelirlerini yükseltme gereği duyduğunda, muafiyete konu ürün kategorilerindeki bu girişim tarife gelirlerinde sapmaya sebep olmaktadır.

Hizmetler sektöründe elektronik olarak yapılan ticari işlemler üzerine vergi konması pratik olarak mümkün değildir. Ancak teorik olarak böyle bir durumun olması halinde gelirlerin ne kadar yükseleceği konusunda Mattoo vd. (2001) yaptıkları çalışmada, 1999 yılında tüm hizmet ticareti üzerine konulan % 5'lik bir verginin, 17.5 milyar \$'lık bir gelir yaratacağını tahmin etmişlerdir. Bu rakam yazılım ve dijitalleştirilebilir medya ürünlerindeki gelirden daha fazladır, ancak yine de toplam dünya vergi gelirlerinin yarısına ulaşabilmektedir. Aynı çalışma beş gelişmekte olan ülke için toplam vergi gelirlerinin üzerinden alındığı mal ve hizmet ithalatı üzerine aynı vergi oranı uygulanarak genişletilmiş, yine ortalama gelirlerin fazla düşmeyeceği ortaya çıkmıştır.

Özetle, gümrüksüz elektronik ticaret hizmetlerde önemli bir gelir kaybına yol açmayacağı gibi toplam ticaret liberalizasyonu da bundan fazla etkilenmeyecektir. Ancak ülke grupları açısından gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler arasında bir farkın ortaya çıktığı da açıktır.

## 5. TÜRKİYE'DE ELEKTRONİK TİCARETİN TİCARİ ve MALİ ETKİLERİ

Türkiye'de e-ticaretin etkilerine geçmeden önce bu ticaretin gelişimine kısaca bakmak yararlı olacaktır. Türkiye'de elektronik ticaret gelişmiş ülkelere göre biraz geç başlamış olmasına rağmen, gelişim süreci dünya üzerindeki gelişimden farklı bir çizgi izlememiştir. Önceleri katalog şeklinde hazırlanan web sitelerinin yerini kullanıcı ile iletişimi gerçekleştiren, kullanıcının istediği bilgileri sağlayan daha gelişmiş web siteleri almıştır. Daha sonraki aşamada ise para transferlerinin yer aldığı ürün alım-satım işlemleri başlamıştır.

Ülkemizde bu gelişmenin farklılık gösteren yanı ise e-ticaretin ilk önce bankacılık kesiminde başlamış olmasıdır. 1997 yılında bazı bankaların internet bankacılığına başlamaları ve başarılı bir şekilde sürdürmeleri, güvenlik konusunda birçok soru işaretlerinin olduğu internet ticaretinin güvenli bir ortamda yapılabileceği izleniminin oluşmasına yol açmış, bundan sonra da irili ufaklı birçok firma internet üzerinden ticaret yapmaya başlamıştır. Şuanda Türkiye'de internet kullanıcı sayısı 1,6 milyonu aşmış ve işletmeden tüketiciye yönelik e-ticaret işlem hacmi 8 milyon \$'a ulaşmıştır (Yazıcı, 2002: 95). Kullanıcı sayısı arttıkça bunlar arasında özellikle zamandan tasarruf etmek amacıyla tüketim ihtiyaçlarını gidermeye çalışan müşteri sayısı da gittikçe artmaktadır. Önümüzdeki yıllarda Türk insanının e-ticarete alışması ile bu ticaret hacminin daha da yukarılara çıkacağı tahmin edilmektedir.

Türkiye'de e-ticaretin ilk ürünleri, dünyada olduğu gibi satış patlaması yapan ürünler olmuştur. İlk yıllarda toplam işlemlerin % 71'i gibi çok büyük bir oranına sahip olan bilet alım satım hizmetlerini (Kepenek, 1999: 75), internet üzerinden müzik CD'leri, bilgisayar donanımları, kitap, hediye eşya gibi ürünlerin satışı takip etmiştir. Bölgeler itibariyle bakıldığında ülkemiz nüfusunun % 15'inin yaşadığı İstanbul doğal olarak internet kullanıcı sayısının en fazla olduğu il konumundayken, diğer bölgelerde de hızlı bir artış söz konusudur. Örneğin, Türkiye'deki internet kullanıcılarının % 9,7'si Doğu Anadolu, % 9,4'ü ise Güneydoğu Anadolu bölgesinde bulunmaktadır (Söylemez, 2001: 101). Diğer taraftan Anadolu'da e-ticaret hacmi İstanbul'a kıyasla daha hızlı yükselmeye başlamıştır. Bunun nedeni Anadolu'da istenilen her çeşit ürünün bulunamaması, internetin ise arzı her an tüketicilerin kullanımına hazır bulundurmasıdır.

Türkiye'nin e-ticaret açısından dış ticaretteki durumuna bakıldığında, 1990'lar sonunda Türkiye'nin seçilmiş yazılım ve medya ürünleri ithalatı toplam değer olarak 128 milyon \$'a ulaşmakta, bu değer belirtilen ürünlerde dünya ithalatının % 0.3'ünü oluşturmaktadır. Bu tarihte Türkiye'nin toplam ithalatının 42 milyar \$ olduğu gözönüne alındığında, toplam

ithalat içinde bu ürünlerin yine % 0.3'lük bir paya sahip olduğu görülmektedir. Diğer gelişmekte olan ülkelerle kıyaslandığında, Türkiye'nin toplam dijitalleştirilmiş ürünler ticaretinde ithalat açısından bazı gelişmekte olan ülkelere daha ileri durumda olduğu görülmektedir. Örneğin Macaristan, Venezüella, Endonezya, Fas gibi ülkelerin bu ürünlerdeki ithalatı toplam değer olarak Türkiye'den daha azdır. Ancak Endonezya hariç bu ülkelerin toplam ithalatı içinde dijitalleştirilmiş ürünlerin oranı Türkiye'den daha yüksektir. Bu tabii ki, ülkelerin dış ticaret yapısının farklılığından kaynaklanmaktadır.

Türkiye'nin dış ticaretinde e-ticaretin mali etkilerine gelince, öncelikle Türkiye'nin de içinde bulunduğu gelişmekte olan ülkelerin gelişmiş ülkelere kıyasla tarife gelir kayıplarından daha çok etkilendiğini bir kez daha vurgulamak gerekir. Dijitalleştirilmiş ürünlerde ülke başına tarife gelir kayıplarını gösteren Tablo 5'den anlaşılacağı gibi, gelişmekte olan ülkelerin mutlak tarife kaybı gelişmiş ülkelere iki kat daha fazladır. Bu ülkeler içinde Hindistan, Malezya, Brezilya, Fas mali kayıplardan en çok etkilenen ülkeler olarak görünmekte, Avrupa Birliği ülkeleri bir bütün olarak ele alındığında gelişmiş ülkelerin istisnası olarak mali kayıplardan fazla etkilenen ülkeler arasında yer almaktadır. 1999'da bu ürünlerde toplam gelirleri içinde tarife gelirlerinin % 0.01'lik bir paya sahip olduğu Türkiye'nin, daha önce belirtilen yasaklamadan diğer gelişmekte olan ülkeler gibi etkilenmekte olduğu görülmektedir. Özellikle ithalat gelirleri içinde gümrük tarife gelirleri payının % 80 olduğu düşünüldüğünde, Türkiye'nin kaybının nispi olarak birçok gelişmekte olan ülkeden daha fazla olduğu söylenebilir. Ayrıca Türkiye'de e-ticaret uygulamasının fazla uzun bir geçmişe sahip olmadığını da belirtmek gerekir.

## **6. SONUÇ**

Günümüzde elektronik ticaretin geleneksel ticarete göre oldukça düşük bir payı olmasına rağmen, ileriki dönemlerde uluslararası ticaret üzerinde önemli bir etkiye sahip olacağı görülmektedir. Özellikle dijitalleştirilebilir ürünlerde e-ticaretin hızlı bir büyüme eğilimine girmesi bu etkiyi daha da artıracak; uluslararası hizmetlerde kaliteyi artırıp pek çok yeni hizmetin de ticaretine imkan sağlayacaktır.

Tüm dünya için düşünüldüğünde, ticari etkisi nispeten düşük olan bu ticareten doğan mali kayıplar da kısa vadede fazla olmayacaktır. Gümrüksüz e-ticaretin hizmetlerde de önemli bir gelir kaybına yol açmayacağı ve toplam ticaret liberalizasyonunu etkilemeyeceği görülmektedir. Ancak, gelişmiş ülkelerle karşılaştırıldığında ulusal bütçelerinde gümrük vergilerinin daha fazla paya sahip olduğu gelişmekte olan ülkeler bu kayıplardan nispeten daha çok etkileneceklerdir.

Gelişmiş ülkelere kıyasla e-ticarete geç başlayan, ancak şu anda bir çok gelişmekte olan ülkeye göre daha iyi durumda olan Türkiye'nin bu ticaretten mali kaybının, ithalat gelirlerinde tarifelerin önemli yer tutması nedeniyle nispeten yüksek olması beklenebilir. Türkiye ve diğer gelişmekte olan ülkelerin bu kayıpların etkisini en aza indirebilmek için, e-ticarette ilgili olarak vergi toplama sistemlerini geliştirmeleri gerekmektedir. Ayrıca bu ülkeler, e-ticaretteki ihracat kapasitelerini artırmak için gerekli olan insan kaynakları ve telekomünikasyon altyapısını süratle oluşturmalı ve dış rekabete hazır tutmalıdır.

### **KAYNAKÇA**

- Akçay, Selçuk (2003), "The New Economy: A Survey", *Ekonomik Yaklaşım*, Cilt: 14, Sayı: 44-46, ss. 57-70.
- Ankara Sanayi Odası (1998), *Asomedy*, Ağustos.
- Coppel, Jonathan (2000), "E-Commerce: Impacts And Policy Challenges", *OECD Economics Department Working Papers*, No. 252.
- Ekin, Nusret (1998), Bilgi Ekonomisinde Elektronik Ticaret, İTO Yayınları, İstanbul Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu (1998), E-Ticaret Raporu, Mayıs.
- Goldstein, A. ve D. O'Connor (2000), "E-Commerce for Development: Prospects and Policy Issues", *OECD Development Centre Technical Paper*, No. 164.
- Golsbee, A. (1999), "In a World Without Borders: The Impact of Taxes on Internet Commerce", *NBER Working Paper*, No. 6863.
- Kepenek, Yakup (1999), "Ekonomik Yönleriyle Elektronik Ticaret", [www.google.com](http://www.google.com), 23-02-2003.
- Mattao, A. ve L. Schuknecht (2000), "Trade Policies for Electronic Commerce", *World Bank Policy Research Working Paper*, No. 2380.
- Mattoo, A., R. Perez-Estevé ve L. Schuknecht (2001), "Electronic Commerce, Trade and Tariff Revenue: A Quantitative Assessment", *The World Economy*, Vol. 24, No. 7, pp. 955-970.
- Söylemez, Alev S. (2001), Yeni Ekonomi, Boyut Kitapları, İstanbul.
- Teltscher, Susanne (2000), "Tariffs, Taxes and Electronic Commerce: Revenue Implications for Developing Countries", *UNCTAD Working Papers*, UNCTAD.
- Teltscher, Susanne (2002), "Electronic Commerce and Development: Fiscal Implications of Digitized Goods Trading", *World Development*, Vol. 30, No. 7, pp. 1137-1158.
- UNCTAD (2000), "Building Confidence-Electronic Commerce and Development", *UNCTAD Discussion Papers*, [www.unctad.org](http://www.unctad.org), 15-04-2003.
- UNCTAD (2002), E-Commerce and Development Report 2002, [www.unctad.org](http://www.unctad.org), 15-04-2003.
- Yazıcı, Ayla (2002), "Elektronik Ticaretin Ekonomik Boyutu", *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt: XVIII, Sayı: 1-2, ss. 85-103.