



T. C.

ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
MALİYE ANABİLİM DALI
MALİ HUKUK BİLİM DALI

ELEKTRONİK TİCARET VE
VERGİLENDİRİLMESİ

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

Ali SEZER

BURSA 2006

T. C.
ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
MALİYE ANABİLİM DALI
MALİ HUKUK BİLİM DALI

ELEKTRONİK TİCARET VE
VERGİLENDİRİLMESİ

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

Ali SEZER

Danışman:
Prof. Dr. Metin ERDEM

BURSA 2006

T. C.
ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Maliye Anabilim Dalı, Mali Hukuk Bilim Dalı'nda **2004444** numaralı **Ali SEZER**'in hazırladığı "**Elektronik Ticaret ve Vergilendirilmesi**" konulu Yüksek Lisans Yeterlik Tezi ile ilgili tez savunma sınavı,/...../ 2006 günü -saatleri arasında yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin/çalışmasının(başarılı/başarısız) olduğuna(oybirliği/oy çokluğu) ile karar verilmiştir.

Sınav Komisyonu Başkanı
Akademik Unvanı, Adı Soyadı
Üniversitesi

Üye (Tez Danışmanı)
Akademik Unvanı, Adı Soyadı
Üniversitesi

Üye
Akademik Unvanı, Adı Soyadı
Üniversitesi

Üye
Akademik Unvanı, Adı Soyadı
Üniversitesi

Üye
Akademik Unvanı, Adı Soyadı
Üniversitesi

Ana Bilim Dalı Başkanı
Akademik Unvanı, Adı Soyadı

...../...../ 2006

Enstitü Müdürü
Akademik Unvanı, Adı Soyadı

ÖZET

Yazar : Ali SEZER
Üniversite : Uludağ Üniversitesi
Anabilim Dalı : Maliye A.B.D.
Bilim Dalı : Mali Hukuk Bili Dalı
Tezin Niteliği : Yüksek Lisans Tezi
Sayfa Sayısı : xii + 173
Mezuniyet Tarihi : /.... / 2006
Tez Danışmanı : Prof. Dr. Metin ERDEM

ELEKTRONİK TİCARET VE VERGİLENDİRİLMESİ

Bugün Ticaretin tanımı yeniden yapılmış ve pazar kavramına değişik boyutlardan yaklaşılacak zorunda kalınmıştır. Bunun sebebi sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişte geleneksel ticaretin yerini artık elektronik ticaretin almış olmasıdır. İnternet üzerinden yürütülen elektronik ticaret, ulusal sınırlarla bağlı olmayan küresel bir ortamda gerçekleştirilmektedir. Elektronik ticaret özellikle internet teknolojisindeki gelişmelere bağlı olarak 1998 yılından itibaren hızlı bir artış göstermiştir. Günümüzde uluslararası ticaretin yeni kalıbı olarak düşünülen e-ticaretin ilgili ülkelere üstünlük sağladığı ve buna yatırım yapan ülkelerin daha kazançlı çıkacağı göz ardı edilemeyecek bir gerçektir. İnternet'in sözünü ettiğimiz küresel doğası, uluslararası vergilendirme alanında kabul edilmiş bulunan kaynak ilkesi, vergilendirme yetkisi, ikametgah ve işyeri kavramlarının elektronik ticaretin ışığında yeniden gözden geçirilmesini gerektirmektedir.

Anahtar Sözcükler

-Elektronik Ticaret -Küresel -Vergi Hukuku -Vergilendirme

ABSTRACT

Yazar : Ali SEZER
Üniversite : Uludağ Üniversitesi
Anabilim Dalı : Maliye A.B.D.
Bilim Dalı : Mali Hukuk Bilim Dalı
Tezin Niteliği : Yüksek Lisans Tezi
Sayfa Sayısı : xii + 173
Mezuniyet Tarihi : /.... / 2006
Tez Danışmanı : Prf. Dr. Metin ERDEM

E-COMMERCE AND TAXATION OF E-COMMERCE

Today the concept of commerce has been redefined and it has been inevitable to examine the concept of market from different points of views. The reason of this is that electronic commerce has been getting the place of traditional commerce in transition from industry society to information society. Electronic commerce over Internet is carried on a global environment which is not limited by national boundaries. Electronic commerce has shown very fast increases since 1998 depending on the developments in internet technology. Today, it is an important reality that e-commerce as a new type of international trade brings comparative advantages to the particular countries. The global nature of Internet requires that the existing international taxation rules, such as source, jurisdiction, residency and permanent establishment, should be substantially revised in light of electronic commerce.

Key Words

-Electronic
Commerce

-Global

-Tax law

-Taxation

ÖNSÖZ

Çağımızın gelişen teknolojisi her alanda farklı yenilikler getirmiş ve eskiden ticaret için sorun olarak görülen coğrafya, küreselleşme sonucunda sorun olmaktan çıkmıştır. İletişim olanaklarının çok önemli derecede artmış olması ve özellikle internetin yaygınlaşması bilgi paylaşımını arttırmış ve klasik ticaretin yerine her geçen gün büyümekte olan bir kavram olan elektronik ticareti getirmiştir.

İnternet her alanda farklı yenilikler getirmiştir. İletişimde kullanılan postanın yerini elektronik posta (e-mail) olarak haberleşmedeki hızı saniyeler düzeyine indirmiştir. Dünya üzerinde insanlar arası işbölümü ile birlikte ticaret kavramı ortaya çıkmıştır. Eski bir kavram olan ticaret ile ticarete göre çok daha yeni bir kavram olan internet yakınlaşmaya başlamıştır. Ticaretin, interneti ticari bir ürün olarak görmesinin sebebinde, internetin geniş kitleli bir ağa yayılmış olması yatar. Ayrıca geleneksel pazarlama faaliyeti internete göre dört kat daha pahalıdır. Bu ve benzeri sebeplerden işlemlerini internet üzerine kaydıran bütün ticari faaliyetler elektronik ticaret olarak anılmaya başlanmıştır.

Bu tezde elektronik ticaretin vergilendirilmesi ve Türk Vergi Sisteminin bu yeni ekonomiye uyumlu olup olmadığı konu edilmiştir. Bu nedenle küresel bir pazar haline gelen bu pazarın oluşum sürecine, bu sürece katkıda bulunan ulusal ve uluslararası çalışmalar ile ortaya çıkan vergileme sorunlarına göz atmakta fayda olacaktır.

İÇİNDEKİLER

| | |
|--|------------|
| ÖZET | iii |
| ABSTRACT..... | iv |
| ÖNSÖZ | v |
| İÇİNDEKİLER | vi |
| KISALTMALAR..... | xi |
| TABLOLAR LİSTESİ | xii |
| GİRİŞ..... | 1 |
| | |
| BİRİNCİ BÖLÜM..... | 2 |
| ELEKTRONİK TİCARET..... | 2 |
| | |
| 1.GENEL OLARAK ELEKTRONİK TİCARET..... | 2 |
| 1.1.Elektronik Ticaretin Tanımı | 3 |
| 1.2.Elektronik Ticaretin Kapsamı..... | 5 |
| 1.3.Elektronik Ticaretin Gelişimi | 6 |
| 2. ELEKTRONİK TİCARETİN ARAÇLARI | 8 |
| 2.1.Klasik Araçlar..... | 8 |
| 2.1.1. Telefon | 8 |
| 2.1.2. Faks | 9 |
| 2.1.3. Televizyon | 9 |
| 2.2. Modern Araçlar..... | 10 |
| 2.2.1. İnternet ve intranet | 10 |
| 2.2.2. EDI (Elektronik Veri Değişimi) | 13 |
| 2.2.3. Mobil sistemler | 14 |
| 2.2.4. Kablo ve dijital televizyon sistemleri..... | 17 |
| 3.ELEKTRONİK TİCARETİN ŞEKİLLERİ..... | 18 |
| 3.1.Katılımcılarına Göre | 18 |
| 3.1.1. İşletmeler arasında (B2B)..... | 18 |
| 3.1.2. İşletme-tüketici arasında (B2C)..... | 21 |
| 3.1.3. İşletme-devlet arasında..... | 22 |

| | |
|--|-----------|
| 3.1.4. Vatandaş-devlet arasında..... | 23 |
| 3.1.5. Müşteri-müşteri arasında (C2C) | 24 |
| 3.1.6. Mobil ticaret (m-commerce)..... | 24 |
| 3.2. Ticaretin Gerçekleşme Şekline Göre | 24 |
| 3.2.1. Dolaylı e-ticaret | 25 |
| 3.2.2. Dolaysız E-Ticaret | 25 |
| 4. ELEKTRONİK TİCARETTE ÖDEME YOLLARI..... | 25 |
| 4.1. Kredi Kartları Kullanımıyla Ödeme | 26 |
| 4.2. Elektronik Fon Transferi İçin Satış Noktası Terminalleri Kullanımıyla Ödeme | 29 |
| 4.3. Elektronik Para Kullanımıyla Ödeme..... | 30 |
| 4.5. Elektronik Çek Kullanımıyla Ödeme | 33 |
| 4.6. Diğer Ödeme Araçları..... | 34 |
| 5. ELEKTRONİK TİCARETİN HACMİ | 35 |
| 6. ELEKTRONİK TİCARETİN ETKİLERİ..... | 39 |
| 6.1. Ekonomik Etkileri..... | 39 |
| 6.1.1. Ürün ve hizmetlerin üretim ve dağıtım maliyetlerini azaltmak..... | 39 |
| 6.1.2. İletişim ve işbirliğini hızlandırmak ve artırmak..... | 40 |
| 6.1.3. Şeffaflığı ve rekabeti artırmak | 41 |
| 6.1.4. Yeni şirket modelleri yaratmak..... | 41 |
| 6.1.5. Müşterilere sunulan seçenekleri ve müşteri memnuniyetini artırmak..... | 41 |
| 6.2. Elektronik Ticaretin Olumsuz Etkileri..... | 42 |
| İKİNCİ BÖLÜM..... | 45 |
| DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE ELEKTRONİK TİCARET..... | 45 |
| 1. ULUSLARASI KURULUŞLARIN E-TİCARETLE İLGİLİ FALİYETLERİ ... | 45 |
| 1.1. OECD..... | 45 |
| 1.1.1. Turku Konferansı..... | 46 |
| 1.1.2. Ottawa Konferansı | 49 |
| 1.1.3. Paris Forumu (1999) | 51 |
| 1.2. Birleşmiş Milletler | 52 |

| | |
|---|-----------|
| 1.2.1. Birleşmiş Milletler Uluslararası Ticaret Hukuku Komisyonu..... | 52 |
| (UNCITRAL) | 52 |
| 1.2.2. Birleşmiş Milletler Avrupa Ekonomik Komisyonu (UNECE) | 54 |
| 1.2.3. Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC) | 56 |
| 1.2.4. Dünya Ticaret Örgütü (WTO) | 58 |
| 1.3. Avrupa Birliği..... | 58 |
| 1.4 - G7 | 62 |
| 2. ÇEŞİTLİ ÜLKELERİN UYGULAMALARI..... | 63 |
| 2.1.- Amerika Birleşik Devletleri | 63 |
| 2.1.1. Hazine raporu | 64 |
| 2.1.2. ABD Başkanlık E-ticaret Çerçeve Bildirisi..... | 65 |
| 2.1.3. İnternet Vergi Muafiyeti Yasası | 66 |
| 2.1.4. Danışma Komisyonu Raporu | 66 |
| 2.2. Japonya..... | 66 |
| 2.3. Avustralya | 68 |
| 3. TÜRKİYE’DE ELEKTRONİK TİCARET İLE İLGİLİ YAPILAN..... | 70 |
| ÇALIŞMALAR | 70 |
| 3.1. Bilim Ve Teknoloji Yüksek Kurulu | 70 |
| 3.2. Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu | 73 |
| 3.3. İnternet Üst Kurulu | 77 |
| 3.4. Kamu-Net Üst Kurulu..... | 79 |
| 3.5. İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi (İGEME)..... | 80 |
| 3.6. E-Ticaret Çalışma Grubu | 83 |
| 3.5. e-Avrupa+ Girişimi..... | 83 |
| 3.6. Elektronik İmza Kanunu | 85 |
| 3.7. Diğer Çalışmalar..... | 87 |
| 3.7.1. Maliye Bakanlığı..... | 88 |
| 3.7.2. Türkiye Ulusal Enformasyon Altyapısı Ana Planı (TUENA)..... | 91 |
| 3.7.3. Kobi-Net projesi | 92 |
| 3.7.4. Gümrük Müsteşarlığı | 93 |
| 3.7.5. İçişleri Bakanlığı..... | 94 |

| | |
|---|------------|
| ÜÇÜNCÜ BÖLÜM..... | 97 |
| ELEKTRONİK TİCARETİN VERGİLENDİRİLMESİ | 97 |
| 1.ELEKTRONİK TİCARETİN NİTELİĞİNDEN KAYNAKLANAN | 97 |
| VERGİSEL SORUNLARIN DEĞERLENDİRİLMESİ..... | 97 |
| 1.1. Bilgi Kaynaklarının Aşınması Ve Vergi Denetiminde Ortaya Çıkan..... | 98 |
| Sorunlar..... | 98 |
| 1.2. E-Para Uygulamalarından Doğabilecek Sorunlar..... | 99 |
| 1.3. Çok Uluslu Şirketlerin Bağlı Şirketleri İle Gerçekleştirdikleri İşlemlerden Doğan Sorunlar | 100 |
| 1.4.Off-Shore Finansal Merkezleri Ve Vergi Cenneti Ülkeler | 102 |
| 1.5. Uluslararası Finansal Kurumlar Ve Finansal Araçlar..... | 103 |
| 2.Elektronik Ticaretin Vergilenmesinde Uyulması Gereken Prensipler..... | 104 |
| 2.1. Tarafsızlık..... | 106 |
| 2.2. Sadelik ve Basitlik | 106 |
| 2.3.Etkinlik..... | 107 |
| 2.4. Esneklik..... | 107 |
| 2.5. Çifte Vergilendirmeden Kaçınılması..... | 107 |
| 2.6. Diğer Prensipler..... | 108 |
| 3.ELEKTRONİK TİCARETİN ÇEŞİTLİ VERGİLER AÇISINDAN | 109 |
| İNCELENMESİ | 109 |
| 3. 1. Gelir Vergisi Ve Kurumlar Vergisi Açısından..... | 111 |
| 3.1.1. Mükellef | 112 |
| 3.1.1.1. Tam mükellefiyet | 113 |
| 3.1.1.2. Dar mükellefiyet | 116 |
| 3.1.1.3. Elektronik ticarete iş yeri kavramı..... | 119 |
| 3.1.2. Elektronik ticaretten elde edilen gelirin niteliği | 123 |
| 3.1.3.Elektronik Ticarete Matrahın Belirlenmesi..... | 127 |
| 3.2. KDV Yönünden Elektronik Ticaret İşlemleri | 129 |
| 3.2.1. KDV'nin tarh ve tahakkuk sorunu..... | 132 |
| 3.2.2. E-ticaret İşlemlerinin Türleri | 133 |

| | |
|--|------------|
| 3.2.3. Nihai tüketiciye hizmet teslimlerinde KDV sorunu..... | 135 |
| 3.2.4.Devletlerce Yapılabilecek Düzenlemeler..... | 135 |
| 3.3 Damga Vergisi Açısından | 141 |
| 3.4. Gümrük Vergisi Açısından..... | 143 |
| 3.4.1. Fiziki mallar..... | 143 |
| 3.4.2.Hizmet ve Sayısal Ürünler | 146 |
| 4.ELEKTRONİK TİCARETTE BİLDİRİM ÖDEVLERİ VE | |
| BELGE - KAYIT DÜZENİ..... | 150 |
| 4.1. Elektronik Ticarete Bildirim Ödevleri..... | 150 |
| 4.2.Elektronik Ticarete Belge - Kayıt Düzeni..... | 152 |
| KAYNAKLAR | 167 |
| ÖZGEÇMİŞ..... | 173 |

KISALTMALAR

| Kısaltma | Bibliyografik Bilgi |
|-----------------|---|
| AB | Avrupa Birliği |
| ABD | Amerika Birleşik Devletleri |
| a.g.e | Adı Geçen Eser |
| a.g.m. | Adı Geçen Makale |
| a.g.r. | Adı Geçen Rapor |
| B2B | İşletmeler Arasında |
| B2C | İşletme-Tüketici Arasında |
| B2G | İşletme-Devlet Arasında |
| Bkz | Bakınız |
| BİLTEN | TÜBİTAK Bilgi Teknolojileri Ve Elektronik Araştırma Enstitüsü |
| BTYK | Bilim Ve Teknoloji Yüksek Kurulu |
| C2C | Tüketiciden Tüketicie |
| DİE | Devlet İstatistik Enstitüsü |
| DVK | Damga Vergisi Kanunu |
| EDİ | Elektronik Veri Değişimi |
| EFT | Elektronik Fon Transferi |
| ETİK | E-Ticaret Kurulu |
| ETKK | Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu |
| GK | Gümrük Kanunu |
| G.T. | Genel Tebliğ |
| GVK | Gelir Vergisi Kanunu |
| GPRS | General Packet Radio Service |
| İTC | Uluslararası Ticaret Merkezi |
| İGEME | İhracatı Geliştirme Merkezi |
| KDV | Katma Değer Vergisi |
| KDVK | Katma Değer Vergisi Kanunu |
| KOBİ | Küçük Veya Orta Büyüklükte İşletme |
| KVK | Kurumlar Vergisi Kanunu |
| MERNİS | Merkezi Nüfus İdaresi Sistemi |
| OECD | Ekonomik İşbirliği Ve Kalkınma Teşkilatı |
| UN-CEFACT | Birleşmiş Milletler İdari, Ticari Ve Ulaşım İlgili Uygulama Ve Usulleri Kolaylaştırma Merkezi |
| UNCİTRAL | Birleşmiş Milletler Uluslararası Ticaret Hukuku Komisyonu |
| UNECE | Birleşmiş Milletler Avrupa Ekonomik Komisyonu |
| VEDOP | Vergi Daireleri Otomasyon Projesi |
| Ve dđr. | Ve Diğerleri |
| WAP | Wireless Aplication Protocol – Kablosuz Uygulama Protokolü |
| WTO | Dünya Ticaret Örgütü |

TABLÖLAR LİSTESİ

| Tablo No | İçeriği | Sayfa |
|-----------------|---|--------------|
| Tablo-1 | Dünyada İnternet Kullanımı Ve Nüfus İstatistiği | 11 |
| Tablo-2 | Türkiye’de İnternet Kullanıcıları | 12 |
| Tablo-3 | Elektronik Ticaretin Gelişimi | 21 |
| Tablo-4 | Dünyadaki Toplam E-Ticaret Hacminin Yıllara Göre Dağılımı | 27 |
| Tablo-5 | Türkiye’de Pos Sayıları Ve Ciroları | 29 |
| Tablo-6 | Dünyada E- Ticaret Hacmi | 35 |
| Tablo-7 | Dünya Ve Türkiye’de E-Ticaret Hacimleri | 37 |
| Tablo-8 | Türkiye’de VPOS İle Yapılan E-Ticaret İşlemleri, 2005 | 38 |

GİRİŞ

Hızlı bir ivme kazanan çağımızdaki küreselleşme hareketi, internet ve beraberinde getirdiği teknolojik kolaylıklar sayesinde çok farklı bir boyut kazanmış; dünya, üzerinde yaşayan insanların parmaklarının altında hükmettikleri tuşlarla yönetilir bir mekan halini almıştır. Son yıllarda bilişim teknolojisinde meydana gelen hızlı gelişmeler, klasik iş ve ticaret kalıplarını değiştirmiş, elektronik ticaret yoluyla yapılan ticaretin giderek yaygınlaşmasına yol açmıştır. Elektronik ticaret, piyasadaki mal ve hizmetlerin teslimi, satışı, dağıtımı ve üretimini kapsayan işlemleri kolaylaştırmak için bilgisayar ağlarının kullanılması olarak tanımlanabilir. Başka bir ifadeyle, elektronik ticaret, tarafların direkt temas olmaksızın elektronik ortamda bir araya gelmek suretiyle gerçekleştirdikleri bir ticaret şeklidir.

İletişim, bilgi teknolojisindeki gelişmeler ve globalleşme süreci ekonomilerde ticaretin yapısını, şeklini ve yöntemlerini değiştirmiştir. Bu gelişmeler, aynı zamanda geleneksel ticaretin uygulama ve metotlarına yönelik hükümet politikalarının etkinliğinin, yeniden değerlendirilmesi gereğini doğurmuştur.

Elektronik ticaretin hızla gelişmesi vergilendirme alanında da bir çok sorunun yaşanmasına yol açmıştır. Bilgi teknolojisi alanında yaşanan hızlı gelişmeler karşısında mevcut vergi düzenlemeleri yetersiz kalmış, özellikle elektronik ticaretin coğrafi sınırları ortadan kaldırılmasıyla birlikte vergiden kaçınma ve vergi kaçırma imkanlarını arttırmıştır. Bunun sonucu, elektronik ticaretin nasıl vergilendirileceği konusu hem ulusal hem de uluslararası düzeyde yoğun bir biçimde tartışma konusu olmuştur.

Bu doğrultuda yapılan bu çalışmanın amacı, elektronik ticaretin tanımı, gelişimi, vergilendirilmesi konusunda ulusal ve uluslararası alanlarda ortaya çıkan sorunları ve Türk Vergi Mevzuatının elektronik ticaret karşısındaki durumu irdelenmektedir. Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde elektronik ticaret detaylı olarak alınıp, açıklanmaya çalışılmıştır. İkinci bölümde; Dünyada ve Türkiye’de elektronik ticaretle ilgili çalışmalara göz atılmış, son olarak üçüncü bölümde elektronik ticaretin vergilendirilmesi konusunda yaşanan sıkıntılar, ileri sürülen görüşler ve Türk Vergi Mevzuatının elektronik ticarete uyumluluğu araştırılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

ELEKTRONİK TİCARET

1.GENEL OLARAK ELEKTRONİK TİCARET

20. yüzyılın sonlarında, üretim ve tüketimin daha hareketli, dinamik, gayri maddi ve çok uluslu bir duruma dönüştüğü yeni küresel ekonominin oluşumunda hızlandırıcı etkisi kabul edilen İnternet’le birlikte, dünya ulusları, sınırsız, zamansız, ve elle tutulmaz Pazaryeri özelliği taşıyan elektronik ticaret (e-ticaret) alemine de adım atmıştır. İnternet’te e-ticaret taraflara çok yaygın bir ticari faaliyet ağı sunmuş, bir çok maddi ürünü İnternet üzerinden seçmek, sipariş etmek ve ödemeyi gerçekleştirmek ve daha sonra ürünü geleneksel yollarla teslim almak, diğer yandan yazılım, fotoğraf, dergi, gazete gibi gayrimaddi, dijital ürünlere doğrudan ulaşmak ve ürünü bilgisayara indirerek teslim almak, bunların yanı sıra veri bankaları üzerinden bilgi, hukuk, muhasebe, sağlık hizmetleri gibi geniş bir hizmet çeşitliliğine ulaşmak ve aynı zamanda İnternette yatırım yapmak, kumar oynamak ve offshore bankalarda hesap açmak ta mümkün olmuştur.¹

E-ticaret (e-commerce) ve e-iş (e-business) zaman zaman birbirlerinin yerine kullanılan ve iç içe geçmiş kavramlardır. Bu iki kavramın aynı olup olmadığı, benzerlikleri ve farklılıkları, konuyla ilgili uzmanlar tarafından da sorgulanmaktadır.² E-ticaret terimi, içinde barındırdığı ticaret kavramından dolayı zaman zaman bir alım satım süreci gibi algılanmaktadır. Ticaret işlemlerinin İnternet aracılığıyla gerçekleştirilmesi, mal ve hizmetlerin web sitelerinden müşteriye sunulması ve bir satım işleminin web üzerinden gerçekleşmesi olarak düşünülmektedir. Oysa e-iş terimi, sadece alım-satım işlemini değil, diğer süreçleri de kapsayan daha geniş bir anlam taşımaktadır. Alım satım işleminin İnternet üzerinden gerçekleştirilmesine ek olarak, bu iş sürecinin işletmenin diğer süreçlerine de yansması ve muhasebeden, insan

¹ Yalıtı,Billur, **Elektronik Ticarete Vergileme**, Der Yayınları, İstanbul,2003,s.1.

² Özmen, Şule, **Ağ Ekonomisinde Yeni Ticaret Yolu E-Ticaret**, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları 32, İstanbul, 2003, s.14 .

kaynaklarına, üretimden pazarlamaya, sipariş kabulden sevkiyata kadar, otomasyon ve bilgi teknolojilerinin kullanılması anlaşılmaktadır. Bilgi teknolojilerinin inanılmaz gelişimi sonucu internet kullanıcılarının sayısı artmış ve klasik mesleklerin yapısı dönüşüm geçirmiştir. Elektronik olarak birbirine bağlı fakat serbest olarak çalışan insanların “free-lancer” sözcüğüyle tanımladığı “e-lance” ekonomisinde web tasarımcıları, danışmanlar, yazarlar, mühendisler, avukatlar ve muhasebeciler bir takım projelerini, danışmanlık hizmetlerini pazarlayıp, ihalelere girebilmekte, bireysel ya da grup olarak projeler üzerinde çalışabilmektedirler.³

1.1.Elektronik Ticaretin Tanımı

Elektronik ticaretin sosyal, vergisel/hukuksal boyutlarını ve etkilerini kapsamlı bir şekilde inceleyebilmek ve anlamlandırıp çözümler üretebilmek açısından, elektronik ticaretin tanımı üzerinde uzlaşmak gereği, hayatsal öneme sahiptir. Her gün pek çok yeni hizmetlerin katıldığı ve sistemlerin sürekli geliştiği, farklılaştığı elektronik ortamda, tanımların da farklılaşması doğaldır. Elektronik ticaret konusunda yapılacak çalışmalarda, uluslararası kabul görmüş bir tanımdan yararlanılması, bilgi toplama ve değerlendirme açısından büyük kolaylık ve uyum sağlayacaktır. Böyle bir tanımın geliştirilmesi ve uluslararası camiada kabul görmesi için devletler, uluslararası kuruluşlar, iş çevreleri ve akademik çevreler ortak gayret göstermelidir. Bu noktada farklı ülkelerin farklı beklentileri olabileceği göz önüne alınarak, temel özellikleri öne çıkaran, esnek bir tanımın yararlı olacağı düşünülmelidir. Elektronik ticaretin vergi hukukuna ilişkin boyutlarını tartışırken doğru ve isabetli değerlendirmelerde bulunabilmek için elektronik ticaretin tanımının ve kapsamının açıklığa kavuşması gerekmektedir.⁴

Elektronik ticaret hızlı bir şekilde büyümesine rağmen üzerinde uzlaşma sağlanmış bir tanım olmamakla birlikte değişik tanımlar kullanılması tercih edilmektedir. Pek çok tanım içerisinde uluslararası organizasyonların ve bu alanda faaliyet gösteren bazı uluslararası kuruluşların elektronik ticaret tanımları şöyledir;

³ Alptürk, Ercan, “Free Lancer Faaliyetleri Vergilendirilir mi?”, **Vergi Sorunları**, sy.156, Ankara, s.114

⁴ Küçüközyiğit, H.Galip, “Vergilendirme Tartışmaları Bağlamında Elektronik Ticaretin Hukuksal Tanımı Ne Olmalıdır? I”, **Vergi Sorunları**, sy.174, Ankara, 2003, s.164.

Dünya Ticaret Örgütü (WTO)'ne göre elektronik ticaret; mal ve hizmetlerin üretim, reklam, satış ve dağıtımlarının telekomünikasyon ağları üzerinden yapılmasıdır, Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD) ise sayısallaştırılmış yazılı metin, ses ve görüntünün işlenmesi ve iletilmesine dayanan kişileri ve kurumları ilgilendiren tüm ticari işlemlerdir diye tanımlarken Birleşmiş Milletler İdari, Ticari ve Ulaşım İlgili Uygulama ve Usulleri Kolaylaştırma Merkezi (UN – CEFACT) İş, yönetim ve tüketim faaliyetlerinin yürütülmesi için yapılanmış ve yapılmamış iş bilgilerinin, üreticiler, tüketiciler ve kamu kurumları ile diğer organizasyonlar arasında elektronik araçlar (Elektronik posta ve mesajlar, elektronik bülten panoları, www teknolojisi, akıllı kartlar, elektronik fon transferi, elektronik veri değişimi vb.) üzerinden paylaşılması şeklinde tanımlamıştır.⁵

Avrupa Komisyonunun 1997 yılında yapmış olduğu tanıma göre; e-ticaret, işletme faaliyetlerinin elektronik olarak yapılmasıdır. Bu faaliyet metin, ses ve video verilerinin elektronik olarak işlenmesi ve aktarımına dayanmaktadır. E-ticaret bu boyutuyla mal hizmet alımı ödemelerinin dijital olarak yapılmasını kapsamaktadır. Bu faaliyetler hem mamulleri (tüketici malları, spesifik ekipmanları) ve hizmetleri (bilgi hizmeti, finansal ve yasal hizmetler) hem de geleneksel faaliyetleri kapsamaktadır.⁶

Avrupa Birliği ESPRIT programı bünyesinde yapılan çalışmalar çerçevesinde e-ticaret için; “ tarafların fiziksel bağlantı ya da değişim yerine daha çok elektronik ortamda ve elektronik araçlarla gerçekleştirdikleri her türlü ticari işlemlerdir” tarifi tercih edilirken, California Vergi İdaresi de benzer bir şekilde “e-ticaret, iki ya da daha fazla taraf arasında, elektronik araç ya da metotları kullanarak mal ya da servislerin değişimini sağlayan işlemler gerçekleştirilme yeteneğidir” tanımını ortaya koymaktadır. Avusturya Vergi İdaresi e-ticareti; “katılımcıların mallarının ve hizmetlerinin ticaretini elektronik ortamda yaptığı ya da hazırladığı her türlü ticari işlemi kapsar” şeklinde tarif ederek, “firmaların, organizasyonların bu alanda cesaretlendirilmelerinin gerektiğini” ısrarla vurgulamaktadır.

⁵ Çetinkaya, Murat, v.dğr., “Elektronik Ticaret Ve Türkiye Ekonomisi Üzerine Olası Etkileri”, http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=244, 18.01.2006

⁶ Özbek, Aziz, “Elektronik Ticaret ve Vergilendirilmesi”, **Vergi ve Muhasebeciyle Diyalog**, sy.148, Ankara, 2000, s.44

ABD'nin internet için kabul ettiği "Vergi İstisnası Yasası"ndaki tanıma göre "E-ticaret, internet üzerinde veya internet'e bağlanma aracılığıyla hangi sebeple olursa olsun gerçekleştirilen, her türlü fikri mülkiyet, mal, hizmet, bilgi alımını, satımını, kiralamasını(leasing), icap ve kabulünü, ayrıca Internet'e bağlanma hizmetlerini kapsar".⁷

Elektronik ticaret Koordinasyon Kurulunun (ETTK), 1998 yılının Mayıs ayında yayınlanan Elektronik Ticaret Hukuk Çalışma Grubu Raporu'nda elektronik ticaret ; bireyler ve kurumların; açık ağ ortamında (internet) yada sınırlı sayıda kullanıcı tarafından ulaşılabilen kapalı ağ ortamlarında yazı, ses ve görüntülü şeklindeki sayısal bilgilerin işlenmesi, iletilmesi ve saklanması temeline dayanan ve bir değer yaratmayı amaçlayan ticari işlemlerinin tümünü ifade etmektedir. Bu çerçevede, ticari sonuçlar doğuran ya da ticari faaliyetleri destekleyecek eğitim, kamuoyunu bilgilendirme, tanıtım reklam vb. amaçlar için elektronik ortamlarda yapılan işlemler de elektronik ticaret kapsamında değerlendirilmektedir.⁸

1.2.Elektronik Ticaretin Kapsamı

Yukarıdaki tanımlardan anlaşıldığı üzere ekonomik işlemlerin elektronik iletişim araçları veya bilgisayar ağı aracılığıyla gerçekleştirilmesi yöntemi ifade edilmektedir. Ancak elektronik ticaret, temel olarak iki tip faaliyeti kapsar. Bunlardan birincisi Dolaylı elektronik ticarettir. Dolaylı elektronik ticaret, gerçek malların elektronik siparişi, posta hizmetleri veya ticari taşıyıcılar kullanarak geleneksel kanallardan fiziksel olarak teslim edilmesidir. İkincisi doğrudan elektronik ticarettir. Doğrudan elektronik Ticaret ise; bilgisayar yazılımları, eğlence içerikleri veya küresel ölçekte bilgi hizmetleri gibi fiziksel varlığı olmayan malların ve hizmetlerin on-line siparişi, ödemesi ve teslimidir. Hem dolaylı, hem de doğrudan elektronik ticaret belirli olanaklar sunmaktadır. Genellikle her ikisi de aynı firmalar tarafından sağlanmaktadır. Örneğin on-line (hat üzerinden) yazılım satan bir firma, aynı ürünü rafta paket içinde de satmaktadır.

Elektronik ortamda açık ve kapalı ağlar üzerinden yapılan, mal (taşınır, taşınmaz) ve hizmet (bilgi servisleri, danışmanlık, finans, hukuk, sağlık, eğitim,

⁷ Küçüközyiğit, H.Galip, "Vergilendirme Tartışmaları Bağlamında Elektronik Ticaretin Hukuksal Tanımı Ne Olmalıdır? I", **Vergi Sorunları**, sy.174, Ankara, 2003, s.164.

⁸ www.etkk.gov.tr, 18.01.2006.

ulaştırma vb.) ticareti, sayısal biçime çevrilmiş yazılı metin, ses, video görüntülerinin işlenmesi ve iletilmesi, ürün tasarımı, üretim, doğrudan tüketiciye pazarlama, üretim izleme, sevkiyat izleme, tanıtım, reklam ve bilgilendirme, sipariş verme, sözleşme yapma, banka işlemleri ve fon transferi, konşimento gönderme, gümrükleme, ortak tasarım geliştirme ve mühendislik, kamu alımları, elektronik para (sanal para) çıkarma, elektronik hisse alışverişi ve borsa, açık arttırma, sayısal imza, e-noterlik, güvenilir üçüncü taraf işlemleri, vergilendirme ve vergi toplama, fikri mülkiyet haklarının transferi, kiralanması vb. işlemleri elektronik ticaret kapsamında değerlendirilmektedir.⁹

Bu açıklamaları da göz önünde bulundurarak elektronik ticareti tanımlayacak olursak, E-ticaret ; bireyler ve kurumlarının birbirleriyle veya kendi bünyelerindeki iş, yönetim, üretim ve tüketim faaliyetlerinin yürütülmesi için açık ve kapalı ağlar üzerinden elektronik araçlar kullanarak metin, ses ve görüntü verilerinin elektronik olarak iletilmesi ve saklanması temeline dayanan ticari işlemler olarak tanımlamak yeterli olmayacaktır. Orta vadede çeşitli boyut ve niteliklerde birey ve makine desteği ile gerçekleştirilen yarı otomatik işlemlerin de elektronik ticaret olarak değerlendirilmesi, elektronik dağıtım sistemleri ile olduğu kadar, geleneksel fiziki dağıtım sistemleri ile de etkileşim halinde olacak, buna göre telefonla, faksla yapılan görüşmeler de bilgisayarlar gibi elektronik ticaretin önemli bir unsuru sayılacaktır.

1.3. Elektronik Ticaretin Gelişimi

Elektronik ticaret iletişim ve bilgi teknolojilerindeki, özellikle internetteki gelişmelere bağlı olarak 1980'li yılların ikinci yarısında gündeme gelen yeni bir ticaret şeklidir. Bu kavram günümüzde hem ulusal hem de uluslararası forumlarda en çok tartışılan konuların başında gelmektedir.

Bunun en önemli nedenleri; bazı çevrelerin “dijital devrim” olarak nitelendirdikleri iletişim ve bilgi teknolojilerinin insanlığa 18. yüzyıldaki sanayi devrimi ile kıyaslanmayacak ölçüde imkanlar sunması, bunun yanı sıra “küreselleşme” akımları ve bunları düzenlemeye yönelik uluslararası anlaşmalar ile dünya ticaret hacminin giderek artmasıdır.¹⁰

⁹ Çetinkaya, a.g.m., s.3.

¹⁰ İnce, Murat, ‘Elektronik Ticaret Gelişmekte Olan Ülkeler İçin İmkanlar ve Politikalar’, ekutup.dpt.gov.tr/ticaret/incem/eticaret.html, 05.01.2006

Gerçekten de ekonomide ve uluslararası ticaretteki küreselleşme, bilgi teknolojilerinin gelişimi ve yaygınlaşması çağımızın en önemli gelişmeleri arasında olup, ekonomik faaliyetleri hızla bilgi tabanlı, yani dijital ekonomilere dönüştürmektedir. Bu yüzden elektronik ticaret 21'nci yüzyılın en önemli ekonomik olayı olma potansiyeline sahip bulunmaktadır.

Elektronik ticaretin yükselişi işletmeler ve ekonomiler için çok önemli yapısal değişiklikler meydana getirebilecektir. Elektronik ticaretteki büyüme oranı olağanüstüdür. Aşağıda verilen dünyadaki e-ticaret hacimleri¹¹ bunu açıkça göstermektedir.

2002.....1100 Milyar dolar

2003.....2700 Milyar dolar

2004.....7300 Milyar dolar (tahmini)

Dünya üzerindeki belli başlı ekonomik örgüt, organizasyon ve araştırma şirketlerinin, e-ticaretin dünya ölçeğindeki hacmi konusunda birbirinden farklı araştırma sonuçları vardır. Bu nedenle e-ticaret hacmi ya da dünya çapındaki e-ticaret pazarının büyüklüğü konusunda net rakamlar yoktur. Bu araştırmaların çıkardığı ortak sonuç, bu hacmin hızlı bir ivmeyle gittikçe büyüdüğü ve 2005'ten itibaren toplam e-ticaret hacminin 1 trilyon doların çok üzerine çıkacağıdır.¹²

Türkiye'de ise 2006'nın ilk 3 aylık döneminde, yurt içi ve yurt dışı kredi kartlarıyla sanal POS'lar üzerinden gerçekleştirilen e-ticaret işlemleri 2005 yılının aynı dönemine oranla yüzde 18'lik artışla 4 milyon adete yükselmiştir. Kredi kartlarıyla internetten yapılan işlemlerin tutarı, yılın ilk üç aylık döneminde, 2005'in ilk çeyreğine oranla yüzde 73 artarak 421 milyon 70 bin YTL olarak gerçekleşmiştir.¹³

Ancak, olağanüstü büyümesine rağmen elektronik ticaret hala oluşum aşamasındadır. Küresel bilgi ağları coğrafi olarak tanımlanmış sınırları tanımazken, doğal olarak hükümetler egemenlik ve yargı yetkisi haklarıyla ilgili konulara yoğunlaşmaktadır. Bu konuların düzenlenmesine ilişkin uluslararası politika yaklaşımları geliştirilmeye çalışılmaktadır. Bu çalışmalar hükümetler ve uluslararası organizasyonlar

¹¹ <http://www.infomag.com.tr/content.asp?id=12145>, 3.06.2006

¹² http://www.teknoart-design.com/hizmetler/web/rehberler/e-ticaret/yeni_ekonomi.php, 03.06.2006

¹³ <http://www.infomag.com.tr/content.asp?id=24818>, 03.06.2006

kadar, potansiyel küresel pazarlardan pay almak isteyen firmalar için de önem taşımaktadır. Bu yüzden elektronik ticaret konusunda son yıllarda uluslararası katılımlı çalışmalar hız kazanmıştır.

2. ELEKTRONİK TİCARETİN ARAÇLARI

E-ticarette zaman ve mekan sınırı olmaksızın, ticari işlemlerde bir veya daha fazla insan tarafından ses, görüntü ve yazılı metinlerin eş ya da ardışık zamanlarda etkileşimli (interaktif) olarak iletilmesi nedeniyle klasik ticaret yöntemlerine göre, işlemler daha kısa bir sürede tamamlanmakta ve nispeten daha düşük maliyetle gerçekleşmektedir. E-ticaret kavramı çoğu zaman internet ve diğer ağlar üzerinden yapılan ticaret olarak algılanmakta ve değerlendirmeler bu araçlar üzerinde yoğunlaşmaktadır. İnternet ve Elektronik Veri Değişimi (EDI) e-ticaret açısından diğer araçlara göre daha önemli ve gelecekte daha yoğun olarak kullanılacak niteliğe sahip bulunmaktadır.¹⁴

2.1.Klasik Araçlar

2.1.1. Telefon

Telefon klasik bir elektronik ticaret aracıdır. Hızla gelişen İnternet, cep telefonu ve kablosuz veri iletim araçlarının yaygınlaşması telefonun önemini yavaş yavaş yitirmesine neden olmuştur.

Elektronik ticaret işlemlerinde ilk olarak telefon kullanılmıştır. İlk kıtalar arası telefon görüşmesinin yapıldığı 1913 yılından itibaren işletmeler ticari bağlantılarını, siparişlerini, alacak hesaplarını yıllar boyunca hep telefon vasıtasıyla gerçekleştirmişlerdir. Ancak telefon teknolojik açıdan sürekli gelişerek bugün kablosuz iletişim olan mobil telefona ulaşmıştır. Bu nedenle klasik telefonlar yerini mobil telefona kaptırmaktadır.¹⁵

Telefon sisteminin ucuzlaması ve buna bağlı olarak dünya çapında 1 milyarın üzerinde bir sabit hat abonesinin bulunması (bu rakamın 2006 sonunda 1,5 milyar bulacağı sanılmaktadır¹⁶) elektronik ticaret aracı olarak telefonunu yoğun bir şekilde

¹⁴ Türkiye Bilişim Şurası 2004 Sonuç Raporu, s.134.

¹⁵ Özbay, Sebahat, -Yazıcı, Selma, **Elektronik Ticaret**, Detay, Ankara,2004,ss.14-15.

¹⁶ http://www.radikal.com.tr/ek_haber.php?ek=sa&haberno=2926., 03.06.2006.

kullanılmasını sağlamıştır. İnternet uygulamasına bir basamak oluşturan telefon, internetin yoğunlaşmadığı işletmelerde kullanılmaktadır. İnternet alt yapısına sahip olmayan veya internet kullanmak istemeyen tüketiciler için telefon halen kullanılabilirliğini korumaktadır. Tabii olarak telefon sadece fiziki mal ticaretine yönelik olarak sipariş verme ve ticari bağlantı aracı olarak kullanılabilirlikindedir.

2.1.2. Faks

Faks pahalı olmasına rağmen çok aktif olarak kullanılan, yazılı iletişimde zamandan tasarruf sağlayan önemli bir araçtır. Bilgi transferini kolaylaştırması elektronik ticarete kullanılmasına sebep olmuşsa da, internetin yaygınlaşması ve elektronik posta uygulamaları faksın önemini yitirmesine neden olmuştur. İşletmeler e-posta maliyetlerinin daha düşük olması nedeniyle yazılı iletişimde e-posta uygulamalarını tercih etmektedirler.

2.1.3. Televizyon

En önemli pazarlama faaliyeti olan reklamın en başarılı sonuçları televizyonlar aracılığı ile alınmıştır. Televizyonun görsel ve işitsel sunum imkanlarına sahip olması, telefona nazaran daha avantajlı bir elektronik ticaret aracı olmasına neden olmuştur. Ancak tek yönlü bir iletişim aracı olması nedeniyle telefon teknolojisi ile desteklenmesini gerekli kılmaktadır.

Günümüzde ise dijital sistemlerin gelişmesiyle, televizyonunun geleneksel yapısını elektronik ticarete daha elverişli hale getirmek, televizyonun tek yönlü iletişim aracı olma dezavantajını ortadan kaldırmak mümkündür. Kablolu TV ve Şifreli TV'lerde multi kanal uygulamaları ile Dijital TV uygulaması ile uydu aracılığıyla kaliteli ve yüksek miktarda verinin interaktif düzen içerisinde rahatlıkla iletişimde kullanılması sağlanmıştır. Kullanıcılar bu sayede TV üzerinden sipariş verebilmekte, fatura vb. ödemelerini yapabilmektedir. İnternet erişimli TV'ler sayesinde birçok internet servisiyle, televizyona ilave edilen bazı cihazların yardımıyla bağlantı sağlanabilmektedir. Televizyonun internete bağlanmasıyla kullanıcı elektronik ticaret yapabilmekte , bu da televizyonun e-ticaretteki önemini arttırmaktadır.¹⁷

¹⁷ Özbay, a.g.e., s.17.

2.2. Modern Araçlar

2.2.1. İnternet ve intranet

İnternet' in 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 bir çok araştırma ve geliştirme kuruluşu birbiriyle koordineli olarak veri alışverişinde bulunacaktı. Bu ağ, ARPANET, yani, ABD İleri Araştırma Projeleri Kuruluşu Ağı olarak adlandırılmıştı. ARPANET projesinin en büyük özelliği ağı oluşturan fiziki bölümlerden herhangi birinin kaybolması halinde dahi ağın kalan kısmında iletişimin sağlanmasının mümkün olmasıydı. Yine, 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.¹⁸

1969 yılında Los Angeles' ta bulunan California Üniversitesinden, UCLA Stanford Araştırma Enstitüsü, UC Santa Barbara ve Salt Lake City' deki Utah Üniversitesine gönderdiği mesaj ile başlayan internete, birçok üniversite ve daha sonra da çeşitli araştırma kurumları bilgisayar merkezleri kurarak veya mevcut kaynaklarını geliştirerek, bu haberleşme ağına dahil olmaya ve karşılıklı bilgi alışverişinde bulunmaya başladılar, bu gelişmeye özel işletmeler de katılınca, ağ kısa zamanda resmi kuruluşlara kadar yayıldı.

İnternet'in son 5 yıl içinde çok hızlı 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. İnternet'in 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.

Bu özellikleriyle www, metin, resim, ses ve hareketli animasyonları içeren çoklu ortam dokümanlar arasında dolaşmaya imkan verecek bir yapı gösterir. Yine, web

¹⁸ Akın, H.Bahadır, **Yeni Ekonomi Strateji, Rekabet, Teknoloji Yönetimi**, Çizgi Yayınevi, Konya, 2001, s.46.

üzerinde gerçek zamanlı etkileşim özelliği internette ticaret yapmanın temel ilkesini oluşturmaktadır.

İnternetin tüm bu avantajlarına rağmen, gelecekte hangi aracın veya araçların elektronik ticareti yönlendireceğini kestirmek güçtür. Zira internet ile rekabet edebilmek için klasik araçların kullanım ücretlerinin düşürülmesi ve sundukları hizmet alanını genişletilmesi ile kalitesinin yükseltilmesi söz konusudur. Bu belirsizliğe rağmen, e-ticaretin daha çok internet üzerinden gerçekleştirileceğine dair işaretler daha fazladır.¹⁹ İnternet'in dünya genelinde hızla yaygınlaşması, elektronik ticaret için en önemli araç olmasını sağlamıştır. Dünya genelinde internet kullanıcı sayılarını ve internet kullanım artışını (2000-2006) incelediğimizde internetin ne kadar geliştiği görülecektir.²⁰

Tablo-1 Dünyada İnternet Kullanımı ve Nüfus İstatistiği

| Bölge | Nüfus (2006) | Dünya Nüfusuna Oranı | İnternet Kullanımı | Nüfusa Oranı | Dünya Kullanımının % | Büyüme 2000-2005 |
|-----------------------------|----------------|----------------------|--------------------|--------------|----------------------|------------------|
| Afrika | 915.210.928 | 14.1 % | 23.649.000 | 2.6 % | 2.3 % | 423.9 % |
| Asya | 3.667.774.066 | 56.4 % | 364.270.713 | 9.9 % | 35.6 % | 218.7 % |
| Avrupa | 807.289.020 | 12.4 % | 291.600.898 | 36.1 % | 28.5 % | 177.5 % |
| Orta Doğu | 190.084.161 | 2.9 % | 18.203.500 | 9.6 % | 1.8 % | 454.2 % |
| K. Amerika | 331.473.276 | 5.1 % | 227.303.680 | 68.6 % | 22.2 % | 110.3 % |
| G. Amerika | 553.908.632 | 8.5 % | 79.962.809 | 14.4 % | 7.8 % | 342.5 % |
| Okyanusya Avustralya | 33.956.977 | 0.5 % | 17.872.707 | 52.6 % | 1.7 % | 134.6 % |
| Toplam | 6.499.697.060 | 100.0 % | 1.022.863.307 | 15.7 % | 100.0 % | 183.4 % |

Kaynak : <http://www.internetworldstats.com>

Türkiye'deki internet kullanıcılarının 2004 ve 2005 yılları itibariyle sayıları ve yaş grupları itibariyle internet kullanımındaki artış aşağıdaki gibidir.

Tablo-2: Türkiye'de İnternet Kullanıcı Sayıları (2004-2005)

| Yaş | 2004 | 2005 | Artış |
|---------------|-----------|-----------|-------|
| 16-24 | 2.881.504 | 3.022.829 | 5% |
| 25-34 | 1.994.081 | 2.154.226 | 8% |
| 35-44 | 890.919 | 947.980 | 6% |
| 45-54 | 385.484 | 456.648 | 18% |
| 55-64 | 69.867 | 104.352 | 49% |
| 65-74 | 12.484 | 26.461 | 112% |
| Toplam | 6.234.340 | 6.712.496 | 8% |

Kaynak: DİE

¹⁹ Özbay, a.g.e., s.19.

²⁰ <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>, 03.06.2006.

İnternet'in kısa bir sürede dünya genelinde yayılmasıyla birlikte, işletmelerde iç ve dış koordinasyonun sağlanması amacıyla web teknolojisine başvurulmaya başlandığı gözlenmektedir. 1995 yılı sonunda işletmeye özgü internet olarak ortaya çıkan intranet kavramı son üç yıl içinde internetle birlikte yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Bugün dünya çapında birçok şirkette intranetler vazgeçilmez iletişim ağları olarak kullanılmaktadır.²¹

İnternet teknolojisinde kullanılan araçlardan, işletme içi iletişim amacı ile kullanılacak şekilde yararlanılması "İntranet" olarak isimlendirilmektedir. İntranet'ler genellikle üç kategoriye ayrılır;

- İşletme içi iletişim araçları
- İşletmenin yanında, karşılıklı etkileşim çalışmalarında kullanılabilen yapılar
- Tüketici ve/veya birlikte çalışılan şirketlerinde erişebildikleri yapılar

Bir intranet sitesinin mutlaka internet sitesine bağlı olması gerekli değildir. İntranet sitelerinin çoğuna web üzerinden erişilemez, yada erişimde çeşitli güvenlik önlemleri ile karşılaşılır. İntranet siteleri olan işletmelerin ayrıca web sayfaları vardır. Bu sistemlerin birbirinden ayrı olarak tanımlanması, ile şirket içi çalışmaların güvenliği daha yüksek olur ve İntranet, internet ortamının sağladığı bütün kolaylığı işletme bünyesinde adapte ederken, personelin internete olan bağlantısını engelleyerek iş zamanı kayıplarını engellemektedir.²²

İnternet uygulamalarının yanında günümüzde Extranet uygulamaları da görülmektedir. Ekstranet ise intranet ve internete göre daha yeni bir kavramdır. Ancak, günlük hayattaki uygulamalar sonucunda ekstranetler de vazgeçilmez gerçeklikler olarak görülmektedir.²³ Extranet sistemleri internet ile işletme dahilinde kullanılan İntranet sistemleri arasında bir köprü olarak tanımlanır. Extranet sistemleri sanal duvarlarla internet kullanıcılarından ayrılarak, işletme içi yada birlikte çalışılan işletmeler arası iletişimde internet altyapısının kullanılması amacı taşımaktadır.

İntranet ve ekstranetlerin en önemli özelliklerinin biri işletmeyi daha hızlı, daha tepkili ve daha yaygın bir hale getirmeleri olduğu söylenebilir. İntranet ve ekstranetler web, internet, grup yazılımları ve koruma duvarına bağlıdır. Bilgilerin dev veri

²¹ Akın, a.g.e., ss.50,51

²² Dolanbay, Coşkun, **E-ticaret ve Strateji Yöntemleri**, Meteksan Sstem Yayınları,Ankara,2000, s.16

²³ Akın,a.g.e., s.51

silolarında depolanmaksızın iletişim ağı üzerinde sürekli akışkan halde bulunması ve istendiği anda bu verilere isteyenlerin ulaşabilmesi rekabetçi ve esnek bir örgütün oluşmasında anahtar faktör olarak rol oynayacaktır.²⁴

2.2.2. EDI (Elektronik Veri Değişimi)

Ticaret dünyasında işletmeler birbiri ile gerekli hallerde bilgi aktarımında bulunma gereksinmesi duymaktadır. Bu bilgiler çoğunlukla bir “iş ilişkisi” etrafında odaklaşmaktadır ve bir kısım “norm” lara bağlanmıştır. Geleneksel ticari işletmelerde klasikleşmiş bu normlar taraflara hem şekil değiştirerek hem de “elektronik” araçlarla ulaştırılmaktadır. Elektronik veri değişimi işletmelere zaman kazandırmaktadır. Örneğin, klâsik yöntemlerle 2-3 günde ulaşan veriler elektronik ortamla 15-20 dakika içinde ulaşabilmektedir.²⁵

EDI(Electronic Data Interchange), ticaret yapan iki kuruluş arasında, insan faktörü olmaksızın bilgisayar ağları aracılığı ile belge ve bilgi değişimini sağlayan bir sistem olarak e-ticaretin önemli bir aracıdır. Bu sistem dünya çapında ticaretin kolaylaştırılması konusunda kurulan BM 4. Çalışma Grubunun yaklaşık on yıl süren araştırmalarının sonucu ortaya çıkmıştır. Kamu ve özel sektörün birbirleriyle haberleşmesinin, belge aktarımının (fatura, sözleşme, kimlik bilgileri, mali bilgiler vb.) hızlı yapılmasının gerekliliğinden doğan bu sistem, ekipman ve bağlanma maliyetlerinin yüksekliği nedeniyle yaygın olmamakla beraber, kendine ait telekomünikasyon alt yapısı bulunan bir şebekedir. İnternetin kullanımı sayesinde ise küçük ve orta ölçekli firmalar daha uygun fiyatlar karşılığında bu sistemi kullanabilmektedirler.²⁶

Elektronik Veri Değişiminde amaç, sipariş alınması, ticari sözleşmelerin veya faturaların hazırlanması gibi işlemler ile gümrük, bankacılık ve buna benzer işlemlerin yapılmasında maliyetlerin düşürülmesi ve işlemlerin en az hata ile en kısa sürede tamamlanmasıdır. EDI gümrük idarelerinin otomasyonunda oldukça etkili biçimde kullanılmaktadır. Birçok uluslararası kuruluş ve büyük bölgesel organizasyonlar EDI kullanılmakta ve ticaret yapan herkesin de EDI kullanabilir duruma gelmesi

²⁴ Akın, a.g.e., s.52.

²⁵ Salih Özel, “Elektronik Ticaret, Yasal Yapısı Ve Denetimi”, **Vergici Ve Muhasebeciyle Diyalog**, Sy: 171, Temmuz 2002, s.48.

²⁶ Özbay, a.g.e., s.21.

önerilmektedir. EDI uygulamasıyla, belgelerin kurumlar arası dolaşım hızı artacak, oluşabilecek insan hatalarını ve zaman kaybını önleyecek, işlem maliyetlerinden tasarruf edilmesini sağlayacaktır.²⁷ Uluslararası ticaret, nakliyeciler, komisyoncular, bankalar, sigortacılar, gümrük idareleri ve diğer ilgili devlet kuruluşlarının katıldığı bir süreçtir. EDI, tüm tarafların bilgiye elektronik ortamda ulaşmasına imkan vererek süreyi kısaltmakta, işlemlerin tekrarlanmamasını ve muhtemel hataların ortadan kaldırılmasını sağlamaktadır.

1.2.3. Mobil sistemler

Klasik telefonlar yerini mobil telefon diye adlandırılan kablosuz telefonlara kaptırmaktadır. WAP (Wireless Application Protocol – Kablosuz Uygulama Protokolü); mobil telefonlar, avuç içi bilgisayar (pda) gibi mobil iletişim araçları üzerinde internet içeriği sağlayan bir teknolojidir. WAP (HSCSD, GPRS) mobil rezervasyon, mobil ticaret, mobil bankacılık, alışveriş, fatura ödemeleri, check-in servisleri, lokasyona yönelik hizmetler artacak ve kullanıcılar cep telefonlarını konuşmak kadar, bu işlemler için de kullanır hale gelecektir.

WAP'ın kullanıcıya sağladığı faydalar ise;

-Kullanıcılar istedikleri zaman herhangi bir yerden finans servislerine bağlanabilir ve e-ticaret ödemelerini yapabilirler,

-Kullanıcı erişim ve ödeme metodunu kendi ihtiyaçlarına göre seçebilir,

-Mobil telefonlar, parasal işlemler için yüksek düzeyde güvenlik sağlayan aygıtlardır,

-Bilgiyi kullanıcının istediği şekilde göstermek üzere ayarlanabilen araçlardır.

Ancak ekranları küçüktür ve kısıtlı grafik ve resim imkanı sunarlar, hafızaları kısıtlıdır (cep telefonlarının), HTML uygulama alanı yoktur, klavyelerinden bilgi girmek zor ve zaman alıcıdır.²⁸

Sektör araştırmalarına göre 2007 yılında dünyada 3 milyar kişi cep telefonu kullanıyor olacağı sanılmaktadır.²⁹ Avrupa'da mobil sistemler, mobil telefonlar da

²⁷ Özbay, a.g.e., s.21.

²⁸ Özbay, a.g.e., s.15.

²⁹ http://www.radikal.com.tr/ek_haber.php?ek=sa&haberno=2926.15.05.2006, 03.06.2006.

dahil olmak üzere internetin dört katı hızla yaygınlaşmaktadır. Gartner Group'a göre, 2004 yılında e-ticaret servislerinden yararlanan kullanıcıların %40'ı işlemlerini kablosuz sistemler aracılığı ile gerçekleştirmişlerdir. Bilgi sistemlerinde 1990'lı yılların başında ortaya çıkan ve internetle iletişim sistemlerine yüzyılın sonuna doğru entegrasyonu başlayan mobilizasyon, mobil internet ve m-ticaret (m-commerce) kavramlarını ortaya çıkarmıştır.³⁰

Mobil İnternet günümüz internet hizmetlerine hareket özgürlüğü anlamında yeni bir boyut getiren, her yerde ve her zaman mobil kullanıcının kullanacağı yeni bir iletişim kavramıdır. Dünyada cep telefonlarının kullanım alanlarındaki genişlemeler devam etmektedir. Bilişim sektöründeki trendlerin yakalanabilmesi de bir o kadar zorlamaktadır. Bu teknolojilerden en gözdesi de GPRS'dir. Kısaca GPRS (General Packet Radio Service), verilerin mevcut GSM şebekeleri üzerinden saniyede 28.8 ilâ 115 kb'lik hızlarda iletilebilmesine imkân veren, cep telefonu ve mobil cihaz kullanıcılarına kesintisiz İnternet bağlantısı sunan paket tabanlı (packet-based) bir mobil iletişim servisi. GPRS, mobil iletişim teknolojisinde halen kullanılan devre anahtarlama (circuit-switched) yani kullanıcıya tahsis edilen bir tek hat üzerinden sürekli bağlantı yerine paket anahtarlama (packet switched), aynı hattı birden çok kullanıcının paylaştığı bir teknolojidir. GPRS teknolojisi, kullanıcıya yüksek erişim hızının yanı sıra, bağlantı süresine göre değil gerçekleştirilen veri alışverişi miktarı üzerinden tarifelenen ucuz iletişim olanağı sağlamakta ve böylelikle "sürekli bağlantıda, sürekli gerçek zamanda" (always connected/always online) anlayışını sunmaktadır.³¹

GSM ağlarının normal şartlar altında sunduğu 9.6Kb iletim hızıyla karşılaştırıldığında bu değerler 3 ile 12 kat arasında değişen bir performans artışı ifade etmektedir. GPRS teknolojisi, kullanıcıya yüksek hızlı bir erişimin yanı sıra, bağlantı süresine göre değil gönderilen ve alınan veri miktarına göre ücretlendirilen ucuz iletişim olanağı da sağlar. Bu sistemde aboneler, İnternet'e bağlı kaldığı süreye göre değil, yalnızca alıp gönderdikleri veri miktarı kadar ödeme yaparlar.³²

³⁰ Dolanbay, a.g.e., s.40.

³¹ http://www.sbs.com.tr/newsletter/nisan03/urun_hizmet.asp, 05.06.2006.

³² <http://satis.superonline.com/yarim/gprs.php?id=1>, 05.06.2006.

GPRS teknolojisi ile mobil alışveriş, mobil bankacılık hizmetleri, internete hızlı erişim, telemetri gibi birçok hizmet devreye alınacaktır. Kullanıcılar, cep telefonlarını masaüstü bilgisayarlardan internet.e modemle bağlanmak için gerekli olan telefon hattı olarak kullanacaklardır. Bilgisayarla GPRS uyumlu cep telefonları arasında kurulacak bağlantı ile kesintisiz olarak internet erişimi sağlanmış olacaktır. Bu platformun kullanımında aboneler bağlantı süresi için değil sadece gerçekleştirdikleri veri transferi kadar ücretlendirileceklerdir.

GPRS aynı zamanda üçüncü kuşak cep telefonu ağı olarak bilinen 3G (Third Generation) ağlarının başlangıcı sayılmaktadır. GPRS gibi, 3G de (üçüncü nesil kablosuz teknoloji) bir kablosuz iletişim hizmetidir ve cep telefonunuz, cep bilgisayarınız, tablet PC'niz veya dizüstü bilgisayarınız üzerinden Internet'e 'her zaman açık' (sürekli) bir bağlantı sağlar. 3G teknolojisi, daha yüksek güvenilirlik ve kalite, daha hızlı veri iletimi ve daha fazla bant genişliği vaat etmektedir (multimedya uygulamaları gönderme olanağı dahil). 384 kbps'ye ulaşabilen veri iletim hızları ile, standart çevirmeli bağlantıya göre yedi kat daha hızlıdır.³³

Mobilizasyon sürecinin en ilgi çekici teknolojilerinden biri olan Bluetooth (Mavidiş) ise, en çok on metre uzaklıkta bulunan Bluetooth özelliği etkinleştirilmiş cihazları birbirine bağlayan, tüm dünyada kullanılan bir radyo frekansıdır. Bu özellikle dizüstü veya avuç içi bilgisayarlar başka dizüstü bilgisayarlara, cep telefonlarına, kameralara, yazıcılara, klavyelere, hoparlörlere ve bilgisayar faresine bağlanabilir.³⁴

Temel çalışma araçlarını tam bir işyeri işlevselliği içinde bir arada kullanmayı sağlayan bir kişisel ortam ağı (PAN) oluşturarak Bluetooth özelliği etkinleştirilmiş cihazlar arasında hızlı ve kolay erişim sağlar. Bluetooth özelliğinin eşler arası ağı kullanmak sabit veya kablosuz ağa bağlanmaya gerek kalmadan ani toplantılarda kolaylıkla dosya alışverişi yapmayı, belgeleri yazdırarak zaman kazanmayı sağlar. Örneğin, bir müşterinizin işyerindeki toplantıyı henüz bitirdiğinizi ve hemen eyleme geçmek için durum raporunu yazdırmanız gerektiğini düşünelim. Bluetooth kullanarak dizüstü bilgisayarınızdaki raporu kapsama alanındaki herhangi bir Bluetooth özelliği

³³ http://h41111.www4.hp.com/gomobile/tr/tr/get_started/whatis.html, 03.06.2006.

³⁴ http://h41111.www4.hp.com/gomobile/tr/tr/get_started/whatis.html, 03.06.2006.

etkinleştirilmiş yazıcıdan yazdırabilirsiniz. Kablo yok, gürültü yok, hatta hareket etmeniz bile gerekmemektedir.³⁵

2.2.4. Kablo ve dijital televizyon sistemleri

Dünyada hızlı bir gelişme gösteren kısaca kablo TV (Cable TV) olarak tanımlanan kablo ağı ilk döneminde sadece analog televizyon yayınlarının kesintisiz ve net bir şekilde tek yönlü olarak televizyon izleyicilerine ulaştırılmasına yönelik geliştirilmiş idi. Bu alt yapının özellikle fiber koaksiyel karma (HFC) yapıya dönüşmesi şebekenin çift yönlü olarak kurulmasına imkan sağlamıştır; bu sayede mevcut bakır kablolu telekomünikasyon altyapısı ile verilen tüm hizmetler Kablo TV şebekesi ile de verilebilir hale gelmiş ayrıca bir üstünlük olarak son kullanıcıya doğru daha geniş frekans bandı sağlandığı için geniş bantlı telekomünikasyon hizmetlerinin de verilebilmesine imkan sağlanmıştır.³⁶

Televizyonların birer internet sistemi olarak kullanılmasını sağlayan teknolojilerin gelişmesi ile televizyon tarihinde yeni bir sayfa açılmıştır. Televizyonlara eklenen set-top boxlar sayesinde kullanıcılar interaktif TV kavramı ile tanışmışlar ve TV'leri aracılığı ile internette surf yapmak olanaklı hale gelmiştir. Televizyonlara eklenen kameralar ve özel klavyeler aracılığıyla TV'lere e-mail özellikleri de eklenmiş ve görüntülü e-maillere alt yapı sağlanmıştır.

TV'lerin analog sinyallerden dijital sinyallere geçiyor olması dijital TV'lerin çok önemli bir pazara sahip olmasını sağlamıştır. Böylelikle dijital TV sistemleri ticaret alanında en az klasik TV sistemleri kadar önemli hale gelecektir. Hatta, bu sistemlerin gelişimi PC'nin internet teknolojisindeki e-ticaret araçları arasındaki lider konumunu kaybetmesine yol açmaktadır.

Günümüzde ise dijital sistemlerin gelişmesiyle, televizyonunun geleneksel yapısını elektronik ticarete daha elverişli hale getirmek, televizyonun tek yönlü iletişim aracı olma dezavantajını ortadan kaldırmak mümkündür. Kablolu TV ve Şifreli TV'lerde multi kanal uygulamaları ile Dijital TV uygulaması ile uydu aracılığıyla kaliteli ve yüksek miktarda

³⁵ http://h41111.www4.hp.com/gomobile/tr/tr/get_started/whatis.html, 03.06.2006.

³⁶ Telkoder Kablo TV Komisyonu Raporu Yönetici Özeti, Ankara, 2003, www.telkoder.org.tr/1-report/catv-%F6zet.doc, 05.06.2006.

verinin interaktif düzen içerisinde rahatlıkla iletişimde kullanılması sağlanmıştır. Kullanıcılar bu sayede TV üzerinden sipariş verebilmekte, fatura vb. ödemelerini yapabilmektedir. İnternet erişimli TV'ler sayesinde birçok internet servisiyle, televizyona ilave edilen bazı cihazların yardımıyla bağlantı sağlanabilmektedir. Televizyonun internete bağlanmasıyla kullanıcı elektronik ticaret yapabilmekte , bu da televizyonun e-ticaretteki önemini arttırmaktadır.³⁷

3.ELEKTRONİK TİCARETİN ŞEKİLLERİ

Elektronik ticareti; ticaretin taraflarına ve ürünün niteliğine göre olmak üzere iki ana başlık altında inceleyebiliriz

3.1.Katılımcılarına Göre

E-ticaret, işletmeler arasında (B2B), işletme-tüketici arasında (B2C), işletme-devlet arasında (B2G), vatandaş-devlet arasında, tüketiciden tüketiciye (C2C) ve m-ticaret (m-commerce) olmak üzere bölümlendirilebilir.

3.1.1. İşletmeler arasında (B2B)

Bilişim sektörü geliştikçe ve İnternet kullanımı yaygınlaştıkça, şirketler ve ticari partnerleri arasındaki ilişkiler de klasik ticaret modellerini aşarak, yeni ticaret modellemelerini birlikte getirmektedir. Şirketler arasında kurulan bu e-ticaret kanalları sayesinde şirketlerde ciddi verimlilik artışı ve maliyet düşüşleri gerçekleşmektedir. Şirketler global pazara daha hakim bir konuma gelerek, talepleri en uygun koşullarda ve en kısa zamanda cevaplayabilme imkanına kavuşmaktadır.³⁸

B2B (business to business) olarak tanımlanan kurumlar arası ticaret; bir çok alıcı veya satıcı firmanın elektronik ortamda bir araya gelip alım satım işlemlerini gerçekleştirdiği elektronik ticaret türüdür. B2B terimi, yalın anlamıyla firmadan firmaya yapılan elektronik ticaret işlemlerini ifade etmektedir. Elektronik ortamın getirdiği üstünlüklerden yararlanan B2B ekonomisinde hız, global erişim, bilgi yönetimi, beşeri sermaye ve müşteri odaklı pazarlama anlayışı ön plana geçmektedir. İnternette firmalar

³⁷ Özbay, a.g.e., s.17.

³⁸ http://www.kobigelisim.com/B2B_B2C_e-ticaret.php.

arasında oluşturulan pazarın geleneksel ticaretin içinde yer aldığı pazara göre pek çok avantajları ortaya çıktığından yakın gelecekte yeni bir iş döngüsünün egemen olması muhtemeldir. İşlem maliyetlerindeki tasarruflar, zaman tasarrufu, sipariş işlemlerinin hızlanması bu üstünlüklere örnek gösterilebilir.

Kurumlar internet ortamında hiç tanımadığı başka kurumlarla bir araya gelerek büyük kazançlar elde edebilmektedirler. Birlikte hareket ederek satın almada büyük indirimlere ulaşabilmekte, pazaryerleri aracılığıyla farklı kurumlarla alışveriş yapabilmekte, bir portal yada sanal çarşılar aracılığıyla farklı kesimlere ulaşabilmektedirler.³⁹

Elektronik pazaryerlerinde sunulan ortak hizmetler, bireysel hizmetlere göre daha ekonomiktir. Elektronik pazaryerleri üzerinden alım ve satım işlemlerinin, genel maliyetler üzerinde etkisi azdır. Söz konusu pazaryerlerinin temelini oluşturan B2B işlemleri rekabet politikasını olumsuz etkilememektedir. Elektronik ticaretin en gözde uygulamalarını B2B portalları oluşturmaktadır.

Fiyatta şeffaflık, elektronik pazar yerlerinin önemli özelliklerinden birisidir. Bu özellik sayesinde hem alıcı hem de satıcı fiyatlandırmaya ilişkin bilgiye sahiptir. Aracı kar marjları düşürüldüğü için alıcıların daha düşük fiyatlardan alım yapması sağlanmaktadır. Katalog oluşturma mekanizması sayesinde; birden çok satıcıdan alınan ürün verilerinin kolayca karşılaştırılmasını sağlamak üzere belirli bir biçime sokulması ve bu hizmet aracılığıyla sanal dağıtıcılar ve içerik oluşturucuların da döngüye dahil edilmesi sağlanmaktadır. Elektronik Pazar yerlerinde; satın alma merkezinin oluşturulmasıyla büyük satıcılarla daha iyi pazarlık edebilmesi için küçük alıcılardan talep toplayan bir ortam yaratılmış olmaktadır.⁴⁰

İnternetin en hızlı gelişen bölümlerinden birisi firmalar arası pazardır. İnternetin sahip olduğu üstünlükler sayesinde bu pazarda işlem hacminde artışlar meydana gelmiştir. Dünya ticaretinin ağırlıklı olarak geliştiği ABD ve Avrupa bölgesinde B2B ekonomisi de nisbeten ağırlıktadır. İş dünyasında internet kullanımının hızla yaygınlaşması, pazarın büyümesi, dinamizm, maliyetlerde görülen olağanüstü değişimler, işlem hızının artması ve büyük işletmelerin ilgisi B2B ekonomisini ilerleten güçler arasında

³⁹ Alptürk, Ercan, “Elektronik Pazar Yerleri ve B2B”, **Vergi Sorunları**, Sy.198,Mart,2005,s.32.

⁴⁰ www.ericsson.com.tr/EricsonMobilityWorld/Makaleler-“Elektronik Pazar Yerleri” , 19.05.2005.

sayılmaktadır. B2B terimi, yalın anlamıyla firmadan firmaya yapılan elektronik ticaret işlemlerini ifade etmektedir.

Elektronik ortamın getirdiği üstünlüklerden yararlanan B2B ekonomisinde hız, global erişim, bilgi yönetimi, beşeri sermaye ve müşteri odaklı pazarlama anlayışı ön plana geçmektedir, internette firmalar arasında oluşturulan pazarın geleneksel ticaretin içinde yer aldığı pazara göre pek çok avantaj ortaya çıktığından yakın gelecekte yeni bir iş döngüsünün egemen olması muhtemeldir. İşlem maliyetlerindeki tasarruflar, zaman tasarrufu sipariş işlemlerinin hızlanması bu üstünlüklere örnek gösterilebilir.⁴¹

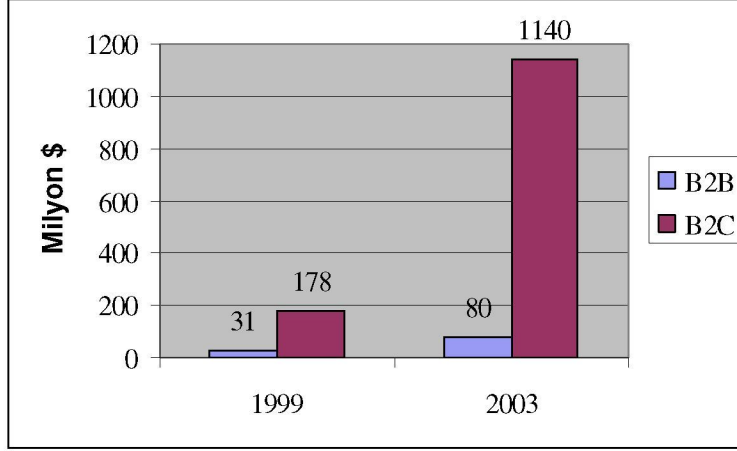
B2B ekonomisinin stok ve envanter sistemlerine etkisi kaçınılmaz olmuştur. İşletmeler, bu pazarda stok yönetimlerini daha rasyonel temeller üzerine kurmakta, atıl stoklar nedeniyle oluşan maliyetlerden kurtulmaktadırlar. B2B ekonomik faaliyetleri sonucunda oluşan katma değer zinciri de dikkate değer özellikler taşımaktadır. Ayrıca, B2B ekonomisini, doğası gereği elektronik ticaretin bir uygulaması olduğuna göre, yine elektronik ticareten kaynaklanan vergilendirme sorunlarından ayrı tutmak mümkün olmaz. Elektronik ödemelerin içeriği ve ilgili olduğu ticari işlemin belirlenmesi ile elektronik pazar yerlerinin vergisel boyutu da önemli konular arasındadır.

Ayrıca, B2B faaliyetlerine genel olarak bakıldığında, bir ihale pazarına benzetmek mümkündür ki Daimler-Chrysler, British Airways, Carrefour, Shell, Unilever gibi büyük firmalar B2B'yi tercih eden büyük kuruluşlar olarak göze çarpmaktadır.⁴²

⁴¹ Alptürk, a.g.m., s:35.

⁴² Alptürk, Ercan, "B2B Firmadan Firmaya yapılan Elektronik Ticaret İşlemlerinin Finansal Boyutu", **Yaklaşım**, Haziran 2002, s.26.

Tablo 3: Elektronik Ticaretin Gelişimi (1999-2003)



Kaynak: <http://www.internethaftasi.org.tr>

3.1.2. İşletme-tüketici arasında (B2C)

Teknoloji geliştikçe ve İnternet kullanımı yaygınlaştıkça, bireylerin satın alma alışkanlıkları da değişim göstermektedir. Bireyler satın alacakları ürünler için öncelikle İnternet üzerinden kapsamlı araştırmalar, karşılaştırmalar yapmakta ve kendilerine en uygun ürünü bulduktan sonra satın almaktadırlar. Bu yeni durumda şirketlerin ürünlerini klasik yöntemlerin yanında İnternet üzerinden de pazarlaması bir zorunluluk olmuştur. Bu sayede şirketler yeni müşteri kazanmanın yanında müşteriler ile yakın ve birebir bir ilişki kurarak müşteri memnuniyetini de oldukça arttırmaktadır.⁴³

Açılımını “işten tüketiciye şeklinde yapabileceğimiz B2C, ürün veya hizmetlerin satışını tüketicilerine internet aracılığıyla sunan bütün organizasyon ve şirketleri kapsamaktadır.⁴⁴ Elektronik ticaretin tartışılan tipi genellikle B2C olmuştur. Bu yöntemde tüketiciler online olarak üreticilerle iletişimde idirler. Diğer E-ticaret türlerine göre 1995’ten bu yana hızla gelişerek 2002 yılı itibariyle 72 Milyon Dolar olmuş, 2004 sonu itibariyle bu rakamı ikiye katması beklenmektedir.⁴⁵ Tüketicilere yönelik e-ticaret

⁴³ http://www.kobigelisim.com/B2B_B2C_e-ticaret, 10.05.2006.

⁴⁴ Türkiye Bilişim Şurası 2002, Ankara, 2002, s.121.

⁴⁵ Laudon, Kenneth C.,-Traver, Carol Guercio, **E-commerce; Business, Technology, Society**, Addison-Wesley, Boston, 2004, s.17.

çoğu durumda sanal mağazalar aracılığıyla yapılır. Sanal Mağazalarda geleneksel bir mağazanın kullandığı satış yöntemi elektronik ortama taşınmıştır. Biraz açmak gerekirse, ürünler mağaza reyonlarında sergilenmekte, beğenilen mal doğrudan reyondan alınmakta ve çoğu kez bir alışveriş arabası ya da sepetine konularak kasaya gidilip ödeme yapıldıktan sonra alışveriş sonlandırılmaktadır. Bu süreç o kadar benzer bir şekilde elektronik ortama taşınmıştır ki, seçilen ürünlerin bilgilerinin sunucuda saklanması için tıklanacak düğmelerde “sepete ekle”, bunların listelenmesi için gerekli talimatı gönderecek düğmelere “sepeti göster” gibi açıklamalar konulmuştur. Burada amaç, ziyaretçinin fiziksel ortamda alışık olduğu alışveriş şeklinin e-ticaret uygulamasında da tekrarlanarak yabancılik hissini ortadan kaldırılmasıdır.⁴⁶

B2C ticareti denildiğinde akla öncelikle 1995 yılında kurulan ve hızla ABD'nin başlıca perakendeci şirketleri arasında yerini alan kitap satıcısı Amazon.com gelmektedir. B2C perakendecilik yanında hizmet sektörünü de kapsamış ve çevrim içi bankacılık, seyahat hizmetleri, açık arttırma, sağlık ve emlak gibi alanlara da girmiştir.

İşletme-tüketici arasındaki ticaret İşletmeler arası ticarete göre daha az gelişmiştir. Bunun başlıca nedenleri, PC kullanımının tüketiciler arasında çalışma ortamlarına oranla daha az düzeyde olması, internet üzerindeki güvenlik sistemlerine kuşkulu yaklaşım ve tüketicilerin e- ticaret ile elde edecekleri kazançtan habersiz oluşlarıdır.

E-ticaret, zamandan büyük tasarruf ve ürün seçimi kolaylığı yaratması nedeniyle başvurulmuş bir yoldur. Ancak kişilerin bu ticaret şekline adapte olabilmeleri için aldatılamayacaklarından emin olmaları gerekmekte olup, güvenilir bir ortam oluşturulduktan sonra işletme-tüketici ticaretinin gelişmesi beklenebilir.

3.1.3. İşletme-devlet arasında

Firmalar ile kamu kuruluşları ile ticari olarak ancak çoğunlukla üzerlerine düşen görevleri yerine getirirken karşı karşıya gelmektedir. 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 örnekleri oluşturmaktadır.

⁴⁶ <http://www.teknoart-design.com/hizmetler/web/e-ticaret/e-ticaret.php>, 07.06.2006.

Elektronik Veri Değişimi kullanımını yaygınlaştırmış ekonomilerde daha yaygın olarak görülmektedir.⁴⁷

3.1.4. Vatandaş-devlet arasında

Devletin; bünyesindeki kurumlar ve özel kesimle, elektronik ağlar aracılığı ile bağlanması durumu “Elektronik Devlet” yada kısaca “e-devlet” kavramı ile ifade edilmektedir. ABD’de “On-line Government” kavramı yasalara girmiş durumdadır.⁴⁸ Gelecekte gerçekleşmesi muhtemel bu türde, vatandaşların devletle olan ilişkilerinin elektronik ortamda sürdürülmesi mümkün hale gelecektir.⁴⁹ ABD.de bir çok eyalette, vergilerin internet aracılığıyla ödenebilmesi, bazı eyaletlerinde ise avukatların internet aracılığı ile dava açabilmelerine imkan tanıyan düzenlemeler yapılmıştır.⁵⁰

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. İngiltere hükümeti, 2005 yılında tüm kamu hizmetlerinin elektronik ortamda yapılabileceği ve e-devlete geçişin tamamlanacağını duyurmuştur.

Devletin, e-devlete dönüşmesi sonucunda, işlemlerin sıra beklemeye gerek kalmaksızın bilgisayar aracılığı ile yapılması, kamu kesiminin personel sayısı ve yapısında dönüşüm yaşanması, kırtasiye harcamalarının azaltılması, işlemlerin şeffaflaşması bu yolla yolsuzluğun önüne geçilmesi gibi pek çok olumlu etkinin yaşanması beklenmektedir.⁵¹

⁴⁷ Yumuşak, İ.Gürhan, “Elektronik Ticaretin Gelişmekte Olan Ükelere Etkileri ve Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme”, www.ceterisparibus.net/yeniekonomi/e_ticaret.htm, 11.04.2006.

⁴⁸ USA: On-line Government in Massachussetts, A Report of the On-line Government Task Force, <http://www.state.ma.us/itd/onlinegv/index.htm>, 08.02.2006.

⁴⁹ Ersoy, Zeynep, “Elektronik Ticaret ve Ticaret Noktaları”, **İGEME**,Ankara, 1999, s. 40.

⁵⁰ Aykın, Hasan, “Yeni Ekonomi, E-Devlet ve Gelir İdaresi-I”, **Yaklaşım**, sy.100,Nisan 2001, s.80.

⁵¹ Hasan AYKIN: a.g.m., 80.

3.1.5. Müşteri-müşteri arasında (C2C)

C2C (Customer To Customer) Kullanıcıların ürünlerini yine kullanıcılara sattıkları bir alışveriş platformudur. Kullanıcılar satışa sundukları ürünlerin teklif alma süresini, rezerve fiyatını, fiyat arttırma miktarını belirleyerek satış başlatırlar. Ürünü almak isteyenler de tekliflerini minimum arttırma miktarına göre veya istedikleri miktarda arttırarak satışa katılabilirler. Ayrıca kullanıcılar, satış yapanlar hakkında yorumlara ulaşabilir, yorum ekleyebilirler. Kullanıcılara, ilan verme ve takas yapma olanakları da sunar.⁵²

C2C sitelerine www.muzayede.com, www.gittigidiyor.com'u örnek olarak gösterilebilir.

3.1.6. Mobil ticaret (m-commerce)

M-Commerce, mobil yani hareketli ticaret demektir. Kablosuz (wireless) iletişim olanaklarının gelişmesine paralel olarak M-commerce diğer elektronik ticaret yöntemlerinin yerini almaya başlamıştır. Bu ticaret şekli internet kullanıcısı gibi sabit unsurlar gerektirmektedir. Mobil sistemlerde internet destekli üçüncü nesil iletişim cihazları sayesinde her yerden iletişim imkanının sağlanması bu sektörün gelişmesine neden olmuştur. Japonya ve Avrupa'da ortaya çıkan bu teknolojileri Amerikanın daha da geliştirmesi beklenmektedir.⁵³

3.2. Ticaretin Gerçekleşme Şekline Göre

Dijital ağlarda yapılan ticarete internet ile hem maddi ürünlerin hem de gayri maddi ürünlerin ticareti yapılmaktadır. E-ticaret hem mal ve hizmetlerin sipariş edilmesi hem de sipariş edilen mal ve hizmetlerin teslimini (ifasını) içermektedir. Bu nedenle e-ticarete konu mal ve hizmetlerin bu açıdan bir sınıflandırmaya tabi tutulması gerekmektedir.

⁵² <http://www.bsg.com.tr/c2c.html>, 01.05.2006.

⁵³ Kalakota,Ravi,-Robinson,Marcia, M-Business:The Race to Mobility, McGraw Hill,Newyork,2004.

3.2.1. Dolaylı e-ticaret

Maddi ürün ticaretinde, internet, siparişin ve ödemenin çevrim içi gerçekleştirilmesine olanak sağlayan bir fonksiyon üstlenir. Bu durumda ürünler postayla yada diğer bir teslimat biçimi ile ayrıca teslim edilir. Bu e-ticaret biçimi dolaylı e-ticaret biçimi olarak değerlendirilir ve internet sadece bir sipariş alanı olarak kabul edilir.⁵⁴ Bu tür işlemlerde ticaretin tamamen sanal ortamda yapılması mümkün değildir. Örneğin kitap, elektronik eşya, gıda maddeleri ve benzeri mallar internet ortamında sipariş edilebilir. Ancak bunların teslimi geleneksel yollarla gerçekleşecektir.

3.2.2. Dolaysız E-Ticaret

Gayrimaddi ürünleri içeren ticarete ise internet sadece satışları destekleyici bir sistem olmanın ötesine geçerek aynı zamanda gayri maddi ürünün, örneğin müzik, yazılım, film veya yayın gibi, bizzat kendisinin teslimini de sağlayan bir araç haline dönüşür. Bu şekilde teslimat hemen hemen anında gerçekleşir ve gayrimaddi ürün ulusal sınır engeline uğramaksızın sanal olarak dolaşıma girer.⁵⁵ Bu tür mal ve hizmetlerin sanal ortamda sipariş edilmesi yanında geleneksel yöntemlerle teslimi mümkün bulunmamaktadır. Bu tür mal ve hizmetler “sayısal mallar/hizmetler” olarak anılmaktadır. Çeşitli danışmanlık (hukuk, muhasebe, mimarlık, mühendislik vs.) hizmetleri, finansal hizmetler, reklamcılık hizmetleri, bazı tıbbi hizmetler, eğitim hizmetleri, çeşitli yayıncılık faaliyetleri de sayısal hale getirilebilen ve sanal ortamda sipariş edilebilen ve satın alınabilen başlıca hizmetlerdendir.

4.ELEKTRONİK TİCARETTE ÖDEME YOLLARI

Değişen ve gelişen teknolojilerle birlikte günümüz dünyasında insanların alışveriş anlayışları da değişmektedir. 90'ların öncesinde satıcı ile alıcının yüz yüze gerçekleştirdikleri ve ürünlerin müşteriye doğrudan satış yerinde teslim edilmesini ve ödemenin yapılmasını öngören alışveriş anlayışı, internetin yaygınlaşması ile birlikte alım satım süreçlerinde farklı kanalların ve ortamların devreye girmesinde etkili bir rol oynamıştır. Değişen yaşam tarzları ve yükselen sosyo-ekonomik hayat şartları ile

⁵⁴ Yaltı, a.g.e., s.10

⁵⁵ Yaltı, a.g.e., s.10

birlikte artık insanlar, alışveriş ihtiyaçlarını karşılamak için zaman ve paradan tasarruf edebilecekleri e-ticaret ortamlarından faydalanmaktadırlar.⁵⁶

Ticari globalleşme ve elektronik ticaret öncesi dünya ekonomik hayatına bakılırsa ödemelerin geleneksel metotlarla yapıldığı, vergilerin de yine geleneksel metotlarla toplandığı ve diğer ekonomik aktivitelerde de benzer uygulamalara gidildiği görülecektir.

Dünya’da bir kısım ülkeler, halihazırda mevcut en büyük problemlerden biri olan ödemeler sorununu çözümlmek için çok yoğun bir uğraş vermektedirler. Söz konusu sorun ülkelere tartışılırken dünyada yaşanan teknolojik gelişme ve değişimler, yeni ödeme şekilleri, finansal sektörde meydana gelen gelişmeler ile birlikte yaşanan yapısal değişim ve bunun elektronik ticaret olgusuyla ortaya çıkışı gibi gelişmelerin göz önünde bulundurulması gerekmektedir.⁵⁷

4.1.Kredi Kartları Kullanımıyla Ödeme

Elektronik ticarete yaygın olarak kullanılan ödeme sistemi, kredi kartı ile olan ödeme sistemidir. Kredi kartının tüm dünyada standart bir ödeme altyapısına sahip olması ve kullanıcı kitlesinin genişliği Internet üzerinden yapılan alışverişlerde en çok kullanılan ödeme yöntemi olmasını sağlamıştır. Elektronik iş ve ticaret aktivitelerine baktığımızda ise çok geniş bir alana yayıldığını söyleyebiliriz.⁵⁸ Sektörlere göre farklılık göstermekle birlikte örnekleri; mal ve hizmetlerin elektronik alışverişi, üretim planlaması yapma ve üretim zinciri oluşturma, tanıtım, reklam ve bilgilendirme, sipariş verme, anlaşma/sözleşme yapma, elektronik banka işlemleri ve fon transferi, elektronik konşimento gönderme, gümrükleme, elektronik ortamda üretim izleme, elektronik ortamda sevkiyat izleme, kamu alımları, elektronik para ile ilgili işlemler, elektronik hisse alışverişi ve borsa, ticari kayıtların tutulması ve izlenmesi, doğrudan tüketiciye pazarlama, sayısal imza, elektronik noter gibi güvenilir üçüncü taraf işlemleri, sayısal içerişin anında dağıtımı, anında bilgi oluşturma ve aktarma, elektronik ortamda

⁵⁶ Uysal, Levent, “E-ticaretle Gelen Yeni Ekonomi”,
ww.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=539, 01.05.2006.

⁵⁷ Javanpour, Oliver, “Elektronik Ödeme ve Vergileme Yoluyla Globalleşme”, çev. Ersan Öz, **Vergi Sorunları**, sy.157, Ankara, 2001, s. 102.

⁵⁸ Özmen, a.g.e., ss.211,212.

vergilendirme, fikri, sınai ve ticari mülkiyet haklarının korunması ve transferi olarak sıralanabilir.⁵⁹

1999 yılında Amerikan Ticaret Bakanlığı'nın yaptığı bir araştırmada, e-ekonominin; ucuz girdi ve iş gücü ile düşük maliyet gibi sebeplerle enflasyon oranının azaltılmasında rol oynadığı saptanmıştır. OECD, Avrupa Topluluğu ve ABD, e-ticarete 1990'lı yılların sonlarından beri stratejik toplantılar yapmakta ve ortak eylem planları geliştirmeye çalışmaktadırlar. Bu çalışmalarda; kullanıcılar ve müşterilerin e-ticarete güvenlerinin artması (kişisel bilgilerin güvenliği, güvenli kredi kartı kullanımı, müşteri haklarının korunması vb), geleneksel ticari faaliyetlerin yapılabilmesi için geliştirilmiş ve düzenlenmiş yasa ve kuralların elektronik ticari pazara da hitap eder hale gelmesi, e-ticaret için oluşturulan bilgi ve iletişim altyapısının geliştirilmesi, e-ticaretten alınacak verimin artırılması gibi unsurlar göz önünde tutulmakta ve bu konularda hükümet politikalarına yön verecek kararlar alınmaktadır.⁶⁰

Gartner'ın kaynak araştırmasına göre 2010 yılına kadar, Avrupa Topluluğu bünyesinde, e-ticaret ile ilgili konularda 20 milyon yeni iş olanağı yaratılacağı tahmin edilmektedir. Bu ve benzeri örnekler ve açıklamalara baktığımızda, globalleşen dünyada e-ticaretin ne kadar önemli olduğunu görmekteniz. Tablo 4'de dünyadaki toplam e-ticaret hacminin yıllara göre artışı görülebilir.

Tablo 4: Dünyadaki toplam e-ticaret hacminin yıllara göre dağılımı

| Yıllar | Hacim |
|---------------|-------------------|
| 1998 | 47 Milyar dolar |
| 1999 | 133 Milyar dolar |
| 2000 | 327 Milyar dolar |
| 2001 | 574 Milyar dolar |
| 2002 | 1.1 Trilyon dolar |
| 2003 | 2.7 Trilyon dolar |
| 2004 | 7.3 Trilyon dolar |

(Kaynak: Gartner.com)

⁵⁹ Uslu, İzzet, "Küresel Pazar ve Elektronik Ticaret", www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt458 , 01.05.2006.

⁶⁰ <http://bilisim.milliyet.com.tr/detay.asp?id=1928&sayfa=1>, 19.05.2006.

Türkiye'deki duruma baktığımızda ise, gerekli olan teknolojik altyapının sürekli gelişmesiyle, internet kullanımının, ülkemizde de her alanda büyük bir hızla yaygınlaştığı görülmektedir. Özellikle 1999 yılından itibaren internet kullanıcılarının sayısındaki hızlı artış, Türkiye'deki şirketleri de internet ortamına girmeye zorlamıştır. E-ticaret uygulamalarının ise, 1998 yılından sonra, bazı büyük alışveriş merkezlerinin internet üzerinde satış mağazaları açarak kurumlara ve bireysel girişimcilere e-dükkan kiralamaları ile başladığını görmekteyiz. Basın ve bankacılık alanlarında e-ticaret yatırımlarının hız kazanması ise 2000'li yılların başlarında olmuştur. Reklamcılar Derneği 1998 yılında internet reklamlarına Kristal Elma Ödülü vermeye başlamıştır. Elektronik ticaret konusunda çeşitli ürün ve hizmetler sunan IBM, Microsoft gibi teknoloji firmaları da, tüm dünya ile aynı anda Türkiye'de e-ticaretle ilgili çalışmalarına hız vermişlerdir.

Ülkemizdeki e-ticaret uygulamaları, genelde, işletmeden son kullanıcılara (Business-to-Consumers / B2C) satış biçimiyle gerçekleşmektedir. Ancak, dünyadaki mevcut uygulamalardan da anlaşılabilceği gibi işletmeden işletmeye satış (Business-to-Business / B2B) e-ticaret hacminin büyük kısmını oluşturmaktadır. Türkiye'de işletmeden işletmeye (B2B) satış modelinin ilk örneğini Arçelik, bayilerinden siparişlerini İnternet üzerinden almaya başlayarak göstermiştir. Bununla beraber, devlette de bazı çalışmalar vardır. E-ticaret yasal altyapısını oluşturmak amacıyla e-Ticaret Kurulu (ETİK) oluşturulmuştur. Türkiye Cumhuriyeti Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın başkanlığında ilgili kuruluşların katılımıyla oluşturulan ETİK bünyesinde hukuk, teknik ve finans çalışma grupları vardır.

Bankalararası Kart Merkezi (BKM) verilerine göre, Türkiye'de, 2005 yılının ilk 3 ayında kredi kartlarıyla sanal POS'lar üzerinden yapılan e-ticaret işlem hacmi 242 milyon 770 bin YTL idi. 2005'in ilk 6 ayında Türkiye'de hızla artan e ticaret hacmi, Bankalararası Kart Merkezi (BKM) verilerine göre, yılın ilk altı ayında 563.5 milyon YTL'ye ulaştı. Tablo 5de Türkiye'deki toplam sanal POS (Point On Sale) sayısı ile e-ticaret cirolarının yıllara göre artışı görülebilir.

Tablo 5: Türkiye'deki Toplam Sanal POS (Point On Sale) Sayısı İle E-Ticaret Cirolarının Yıllara Göre Artışı

| Yıllar | Sanal POS sayısı | Ciro |
|--------|------------------|--------------------|
| 2001 | 520 | 55 Milyon dolar |
| 2002 | 900 | 250 Milyon dolar |
| 2003 | 1347 | 500 Milyon dolar |
| 2004 | 2499 | 1.200 Milyar dolar |

(Kaynak: Bankalararası Kart Merkezi (BKM))

4.2. Elektronik Fon Transferi İçin Satış Noktası Terminalleri Kullanımıyla Ödeme

Otomatik makineler aracılığıyla fon transferini içeren sistemlerin evrimindeki aşamalardan biriside elektronik fon transferidir (EFT). Bu sistemde satış noktalarında yapılan ödemelerde, bir kart vasıtasıyla çalışan terminallerin kullanımı yoluyla kullanıcıların kendi banka hesaplarından satıcıya banka hesaplarına para aktarılması fikri temel teşkil etmiştir. Kredi kartları, ATM veya hesaba erişim kartlarının da temelini oluşturan aynı teknolojiye yola çıkarak satış noktasından fon transferi sistemi meydana getirilmiştir. Kısaca bu sistem, kart kullanılarak veya elektromanyetik bir makine yoluyla alıcı ve satıcı arasında fon transferinin gerçekleştirilmesi şeklinde işletilmektedir.

Bu sistemde, işyeri ile banka arasında bilgisayar bağlantısı kurulmaktadır. İşlemler kağıt yada belge kullanılmadan gerçekleştirilmektedir. Sistem, satış noktalarında yapılan ödemeyle ilgili satış verilerini bir kasete yada bilgisayar dosyalarına kaydetmektedir. Bu alanda yeni teknikler geliştirilmektedir. Bu tekniklere lazerle okuma örnek gösterilebilir. EFT işlemlerinin en ilginç özelliği, ödemenin geri dönülemez niteliğidir. İkinci özelliği, ödemenin ancak EFT merkezinde işleme alındıktan sonra kesinleşeceği gerçeğidir. Üçüncü özelliği, sistemde ödeme mesajı gönderilerek yalnız alacaklandırma yapılabilmesidir. Dördüncü özelliği de mutabakata dayanan bir sistem olmasıdır.⁶¹ Bugün için EFT işlemleri daha çok nakit akımında tercih edilmekte olup diğer alternatiflere göre üstünlüğü hızından

⁶¹ <http://www.igeme.org.tr/TUR/ETRADE/ettk/fin.../finans2htm>

kaynaklanmaktadır. Fakat bu üstünlük, kullanıcılar açısından diğer alternatiflere göre biraz daha maliyetli olmaktadır.⁶²

Finans sektöründe gerçekleştirilen e-ticaret uygulamalarından olan EFT işlemleri ayrıca piyasadaki nakit sıkıntısı sorununu aşmakta önemli rol oynamaktadır. EFT yoluyla bankalar işlemlerini elektronik ortamda takip ederken, etkin fon yönetimini sağlamaktadırlar. Bugün için, ülkemizde gerçekleştirilen EFT işlemlerinin büyük kısmı Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası'nda kurulan piyasa işlemlerinden oluşmaktadır. Söz konusu sistemde; para piyasası işlemleri, açık piyasa işlemleri, menkul kıymet piyasaları işlemleri, döviz ve efektif piyasa işlemleri, döviz devirleri, bankalar arası fon transferi ve diğer işlemler mevcut bulunmaktadır.⁶³

4.3.Elektronik Para Kullanımıyla Ödeme

Elektronik para internet'te kullanılmak üzere geliştirilmiş para birimidir. Elektronik para günlük hayatta kullanılan mağaza çeklerinin internet ortamındaki karşılığı olarak değerlendirilebilir. Bu sistemden yararlanmak isteyen kişilerin ilk olarak elektronik para hizmeti sunan şirketler tarafından geliştirilen özel yazılımlardan birini bilgisayarlarına yüklemeleri ve o şirketle çalışan bir bankada hesap açtırmaları gereklidir. Bundan sonra elektronik para ile anlaşmalı mağazaların sitelerinden veya kendisi gibi elektronik para yazılımını kullanan diğer taraflar ile sanal alışveriş yapabilirler. Elektronik para yazılımı, istenilen miktarda paranın bir banka hesabından çekilerek, internet üzerinden yapılacak harcamalarda kullanılmak üzere elektronik ortamda saklanmasını sağlar. Her elektronik paranın normal hayatta olduğu gibi bir seri numarası vardır. İnternet üzerinden bir harcama yapıldığında belli seri numaralı elektronik paralar alışveriş yapanın bilgisayarından silinerek alışveriş yapılan bilgisayara geçirilir. Bu şekilde, para akışı aynen günlük hayatta olduğu gibi gerçekleştirilir. Türkiye'de bu sistem henüz uygulamaya geçmemiştir. Dünyada elektronik para hizmeti veren bazı kuruluşlara örnek olarak CyberCash (www.cybercash.com), DigiCash (www.digicash.com) verilebilir.⁶⁴

⁶² Alptürk, Ercan, "Elektronik Fon Transferi (EFT) İşlemlerinin Ödemeler Sistemindeki Yeri", **Yaklaşım**, sy.101, Mayıs 2001, s.204.

⁶³ Alptürk, a.g.m., s.204.

⁶⁴ <http://www.e-ticaretmerkezi.net/odemearaclari.php>, 25.06.2006.

E-para kısaca gerçek hayatta kullandığımız paranın sahip olduğu tüm özellikleri internet ortamında gerçekleştirmeyi hedefleyen teknolojik çözümlere verilen isimdir. En büyük hedeflerinden biri de nakit paranın bireylere sağladığı anonimliği sanal ortamda temin etmektir. Bunun dışında nakit para gibi küçük meblağlara bölünebilmesi, başkalarına transfer edilebilmesi ve bugün bize ütopya gibi gözükse bile, gelecekte sadece internet kullanıcılarının sahip olabileceği ve diğer ülkelerin para birimlerine paritesi olan bir siber para yaratmak şeklinde başkaca hedefleri ve özellikleri söz konusudur.

Elektronik paranın hukuki durumuna ilişkin olarak bu konuda Avrupa Birliğinin 2000/46/EC sayılı bir Elektronik Para Direktifi ve bu doğrultuda gerçekleştirilmiş üye ülke uygulamaları söz konusudur. Türkiye’de de bu Direktif uyarınca Merkez Bankası Kanununda, 5 Mayıs 2001 tarihinde Resmi Gazete’de yayınlanan 4651 Sayılı Kanunla değişiklik yapılmış ve Elektronik Paranın yasal temelleri atılmıştır. Özellikle 4651 Sayılı Kanunun md. 4/f.II,c hükmünde; Merkez Bankasının teknolojik gelişmeler karşısında ortaya çıkabilecek elektronik para gibi ödeme yöntemleri ve araçlarını belirleme ile elektronik ortamda yürütülecek işlemlere ilişkin düzenleme yapma konusunda yetkili olduğu belirtilmiştir.⁶⁵

Bunun dışında e-para ile ilgili olarak Avrupa Birliğindeki son duruma da göz atmak gerekirse: İnternette hizmet veren ve verdikleri hizmet karşılığında küçük meblağlar (micropayment) talep eden birçok şirketin en büyük sorunu, bu küçük meblağların tahsil edilmesinde yaşanmaktadır. Satın alınan ürün karşılığında örneğin; 5 USD veya Euro ödemek için kullanıcının kredi kartı bilgilerini ve diğer kimlik bilgilerini şirkete vermesi gerekiyordu. Bunun ortaya çıkardığı sakıncaları herkesçe bilinmektedir. AB soruna bu noktada çözüm arayışı içine girmiş ve 2004 yılından itibaren çıkış yolu olarak üye ülkelere mobil operatörleri ve onların sundukları kontrollü hatları göstermiştir. Buna göre; cep telefonu kullanıcılarının satın aldıkları ve telefonlarına yükledikleri kontörlerin her birinin bir birim fiyatı olduğu için, bu kontörler elektronik para olarak kabul edilmiş ve cep telefonundan internette alışveriş yapan kullanıcıların satın aldıkları ve küçük meblağlar ödemeleri gereken ürünlerin

⁶⁵ Berber, Leyla Keser, "Elektronik Para", <http://ekonomi.nuvegroup.com/g%C3%BCndem/epara.htm>, 04.05.2006.

bedelini bu kontörleri kullanarak ödeyebilecekleri kabul edilmiştir. GSM operatörleri de bu faturasız, kontrollü cep telefonu hizmetleri bakımından AB E-Para Direktifi anlamında, e-para ihraç eden kurum olarak kabul edilmiştir.⁶⁶

AB, http://europa.eu.int/comm/internal_market/bank/e-money/index_en.htm#emoney şeklindeki web sayfasında konuyu üye devletlerin görüş ve önerilerine açmıştır. Alınan görüş ve önerileri takiben AB Komisyonu 2006 yılı bahar aylarında bu konuda bir politika önerisini de içeren rapor hazırlayacaktır.

4.4. Akıllı (Smart) Kartlar Kullanımıyla Ödeme

Akıllı kart (smart card), üzerinde manyetik bant yerine mikroçip taşıyan plastik bir banka kartıdır. Bu plastik kartlara akıllı kart denmesinin sebebi standart bir manyetik karttan 100 kat daha fazla bilgiyi depolama ve bu bilgileri işleme yeteneğine sahip olmasıdır.

Akıllı kartlar çok özel bir şifrelendirme yeteneğine sahip olduğundan oldukça güvenlidirler. Kaybolması veya çalınması kullanıcı için hiçbir tehdit içermez, çünkü bu kartları sahibinden başkası kesinlikle kullanamaz. Herhangi bir sanal mağazadan alışveriş yaparken akıllı kartını kullanmak isteyen tüketici akıllı kart okuyucu klavye ile akıllı kartını kullanır. Tüketicinin uzun formlar doldurmasına ve güvenlik endişesi duymasına gerek yoktur. Ayrıca tüketici bir ATM makinesinden akıllı kartı ile yaptığı tüm alışveriş kayıtlarını gözden geçirebilme imkânına sahiptir.⁶⁷ Akıllı kartların bir özelliği de içerdikleri mikroçiplere farklı alanlardaki bilgilerin yüklenebilmesi sayesinde kredi kartları ile aynı amaçla kullanılabilmesidir.⁶⁸

Ödeme sistemlerinde akıllı kart teknolojisi Türkiye için yeni bir kavramdır. Ancak cep telefonlarının içinde bulunan çipler ile akıllı kartlar günlük yaşama girmiş bulunmaktadır. Akıllı kartların dünyada son yirmi yıldır kullanılmasına rağmen Türkiye'ye bu kadar geç gelmesinin nedeni pahalı oluşudur. Manyetik bantlı kartların bankalara maliyeti 30-40 cent iken akıllı kartların maliyeti 2-3 dolar civarındadır. Bir ATM makinesinin akıllı kart okuyucu haline getirilebilmesi için 200 dolarlık harcama

⁶⁶ Berber, a.g.m.

⁶⁷ http://www.e-shop.gen.tr/e-ticaret/c_et_raporlar.htm, 25.02.2006.

⁶⁸ Dolanbay, Coşkun, **E-ticaret Strateji ve Yöntemler**, Meteksan Sistem Yayınları, Ankara, 2000.

yapmak gerekmektedir. AkBil adı verilen Akıllı Bilet, köprü ve otoyol geçişlerinde kullanılan Otomatik Geçiş Sistemi (OGS) ile Koçbank'ın Akıllı Kart ve Garanti Bankası'nın Bonus Card adlı kartları ülkemizdeki akıllı kart uygulamalarına örnek olarak verilebilir.⁶⁹

4.5. Elektronik Çek Kullanımıyla Ödeme

Elektronik çek, elektronik ticaret gerçekleştiren sitelerin ödemeleri çek olarak kabul etmelerini ve işleyebilmelerini sağlayan bir ödeme sistemidir. Elektronik çek, ABD'de Financial Services Technology Consortium (www.fstc.org) tarafından SDML, Signed Document Markup Language, adı verilen bir işaretleme dili kullanılarak geliştirilmiştir. Elektronik çek sisteminde, ödemeler kredi kartı olmadan banka hesabı bilgilerinin gerekli olanlarının elektronik ticaret sitesine girilmesi yoluyla yapılır. Kullanıcı bir anlamda ticaret sitesine çek keserek ödeme yapmış olur. Bankadaki sistemler yapılan transferleri her gün temizleyerek bahsedilen hesapta alışverişin tamamlanması için gerekli şartların yeterli olup olmadığını kontrol ederler ve bu durumdan elektronik ticaret sitesini şifreli kanallarla haberdar ederler. Bu işlemler takas merkezi olarak adlandırılan finansal kurumlar tarafından da yürütülebilir. Kullanılması kolay bir sistem olmakla birlikte, daha yaygın kullanımı için gerekli sistemlerin finans sektörü tarafından kabul görmesi gereklidir. Bu hizmet ülkemizde herhangi bir kuruluş tarafından henüz uygulamaya konulmamıştır. Daha detaylı bilgi için www.echeck.org sitesi ziyaret edilebilir.⁷⁰

Çeklerin dünya üstünde geniş bir kullanım oranına ulaşmasından sonra elektronik ödeme sistemlerinden biri olan elektronik çeklerinde kullanışlı bir uygulama olacağı düşünülmüştür. Elektronik çeklerde bulunan ödeme sistemi aşağıdaki birimlerden oluşmaktadır.

- Bir müşteri ve müşterinin bankası;
- Bir satıcı ve satıcının bankası;
- Değişik bankalar arasında çekleri işleten birim.(clearinghouse)

⁶⁹ Dolanbay, a.g.e.,s.27

⁷⁰ <http://eticaret.garanti.com.tr/icerik/print.asp?i=44&c=1>, 02.05.2006.

Elektronik çeklerin yapısı çok basittir. Bir çek sadece müşterinin özel anahtarı ile sayısal olarak imzalanmış bir dökümandan oluşabilir. Satıcı sayısal imzayı kontrol etmek için müşterinin açık anahtarının kullanır. Elektronik çeklerdeki para aktarımı üç faza ayrılabilir.

-Müşteri ürün veya servisi satın alır ve buna karşılık satıcıya bir elektronik çek gönderir. Satıcı kendi bankasından çeki doğrulamasını ister. Eğer çek gerçekse satıcı müşteri ile olan finansal işini bitirir ve ürünü veya servisi sağlar.

-Satıcı parayı alabilmek için çeki kendi bankasına gönderir.

-Satıcının bankası çeki clearinghouse'a gönderir. Clearinghouse alıcının bankası ile irtibata geçerek çeki doğrular ve parayı satıcının bankasına aktarır.

Elektronik çekin avantajları şunlardır. Bir şeyler doldurmaya, postayla uğraşmaya veya çeklerin ulaştırılması ile ilgilenmeye gerek yoktur, satıcı anında çeki elektronik ortamda bankaya iletip parasını alabilmektedir ve tüm aşamalarında zaman tasarrufu sağlamaktadır.

4.6.Diğer Ödeme Araçları

Yukarıda sayılan ödeme araçları dışında da bir takım ödeme araçları geliştirilmiştir. Bunlar aşağıdaki şekilde sıralanıp kısaca açıklanabilir;⁷¹

Escrip: Bağış ödemeleri gibi bazı özel düşük miktarlı ödemeler için kurulmuş bir sistem,

IPIN : İnternet harcamalarını ISS faturalarına yansıtan bir sistem,

PCPay : Smart Card bazlı bir sistem,

Echarge My Phone : Telefon faturası ile entegre edilmiş bir sistem,

First Virtual : Ödemeleri üçüncü bir kuruluşun toplayıp, ilgili taraflara dağıtımını yaptığı bir sistemdir.⁷²

⁷¹ <http://eticaret.garanti.com.tr/icerik/goster.asp?t=a&c=1&i=44> , 18.02.2006.

⁷² http://eticaret.garanti.com.tr/e_tic_odeme_arac.htm , 18.02.2006.

5. ELEKTRONİK TİCARETİN HACMİ

Küresel rekabette ayakta kalmanın “olmazsa olmazı” haline gelen elektronik ticaret (e-ticaret) son 2 yıl içerisinde (2004-2005) işlem bazında yüzde 140, hacim bazında ise yüzde 368 büyüdü. Dünya ticaretinde yüzde 15 paya sahip olması öngörülen, Türkiye’de ise yüzde 2’lerde seyreden e-ticaretin önümüzdeki 3 yıl içerisinde (2006-2008) en az birkaç kat artması beklenmektedir. Bankalararası Kart Merkezi (BKM) verilerine göre, 2003’te toplam 22,7 milyar dolar olan toplam kredi kartı cirosunun sadece 262.4 milyon YTL, yani 196.5 milyon dolarını oluşturan e-ticaret payı, 2005’in ilk 11 ayında 42,7 milyar dolarlık toplam kredi kartı cirosunun 1.227 milyar YTL, yani 926 milyon dolarını oluşturmuştur. 2004 yılının Kasım ayı itibariyle yerli ve yabancı kartların sanal POS’lardan yapmış oldukları işlemlerde 3 yıl içerisinde yüzde 140, hacim bazında da yüzde 368 artış kaydedilmiştir. 2003’te 3 milyon 535 bin 678 olan e-ticaret işlem adedi, 2004 yılında 7 milyon 617 bin 446’ya sığrarken, bu rakam Aralık 2005 itibariyle 8 milyon 491 bin 174’e ulaşmıştır. Nüfusun yüzde 7’si ile 10’u arasında değişen bir oranda internet kullanıcısı bulunduğunu ifade eden sektör temsilcileri, bilgisayar satışlarında yıllık ortalama yüzde 30 artış yaşandığının hesaba katılması halinde internet kullanımının yaygınlaşmasına paralel e-ticaret yapan firma sayısının katlanarak artacağını ve pazarın olgunlaşacağını belirtmektedirler. Sanal ticaretteki güvenlik sorununun yüzde 90 çözüldüğünü ve e-ticaretin önümüzdeki dönemde inşaat gibi farklı sektörlerle de büyüyeceğini kaydeden yetkililer, elektronik ortamda ürün tanıtımı ve satışının maliyet açısından önemli derecede avantaj yarattığını, dünya rekabetinde pay almak isteyen KOBİ’lerin de e-ticaretten mümkün olduğunca yararlanması gerektiğini belirtmektedir.⁷³

Son yıllarda Dünyadaki e-ticaret hacmi (Trilyon Dolar) aşağıdaki gibi olmuştur.

Tablo 6: Dünyada E-Ticaret Hacmi

| Yıl | Hacim (Trilyon Dolar) |
|------|-----------------------|
| 2000 | 0,327.- |
| 2001 | 0,574.- |
| 2002 | 1,100.- |
| 2003 | 2,700.- |
| 2004 | 7,300.- |

Kaynak. www.gartner.com

⁷³ Terzi, Özlem, - Bilgili, Songül Dalgıç, “E-Ticaret”, **Ekonomik Forum**, Şubat 2005, s.58.

Yapılan öngörülere göre, 5 yıl içerisinde dünya perakende ticaretinin yüzde 15'i internet üzerinden yapılacaktır. Dünya genelinde e-ticaret hacminde asıl yükünü Kuzey Amerika, Avrupa (özellikle Batı ve Kuzey Avrupa) ve Uzakdoğu-Pasifik ülkeleri (özellikle Japonya, Çin, Singapur hattı ve Avustralya-Yeni Zelanda hattını kapsayan coğrafi bölgeler) kaldırmaktadır. Ağ teknolojilerinin, bilişim sistemlerinin hem altyapı hem de güvenlik olarak çok geliştiği bu bölgelerde e-ticaret artık günlük yaşamı n ayrılmaz bir parçası olarak görülmektedir. Türkiye'deki rakamlar ise pek iç açıcı değildir. Türkiye'deki e-ticaretin büyüme hızı yıllık yüzde 20'ler civarında iken, bu oran Amerika Birleşik Devletleri'nde yüzde 30'lar seviyesindedir. Türkiye'de internet kullanımı kentlerde, gençler ve profesyoneller arasında yüzde 80'leri aşmaktadır. 1999-2002 döneminde yaklaşık 450-500 bin kişi olan internet kullanıcı sayısı, 2004 yılında yüzde 1000'lik bir artışla 5 milyon kişiye ulaşmış durumdadır. Ancak, genel duruma baktığımızda Türkiye nüfusunun sadece yüzde 7'sinin internet kullanıcısı olduğunu görüyoruz. Yatırım bankası Merrill Lynch'in 2004 yılı için Türkiye'deki e-ticaret pazarıyla ilgili olarak yaptığı bir araştırmaya göre, Türkiye e-ticaret pazarının 4 milyar dolara ulaşacağı ve bunun yüzde 62'sini (Yaklaşık 2.5 milyar dolar) B2B pazarının, kalan 1.5 milyar dolarlık kısmını ise B2C pazarının karşılayacağı belirtilmekteydi. Bireylerin ve şirketlerin hayatını kolaylaştıran e-ticaret, kamusal ekonomi politikalar açısından da önemli avantajlar sağlamaktadır. Ekonomik büyüme için harcanan çabalar, geleneksel ekonomik süreçlerle yürüyen ülke ekonomilerinde enflasyon baskısı yaratırken, e-ticaret hacminin büyümesi diğer etkenler gibi enflasyon artışına neden olmamaktadır. Bunun temel nedeni, e-ticaret sayesinde yakalanan üretim, pazarlama ve istihdam verimliliğidir. Bu avantajın farkına varan devletler, kamusal yatırımları için kendi satın almalarını, ihalelerini de e-ticaret ortamına taşıyıp kendi verimliliklerini artırmaktadırlar.⁷⁴

⁷⁴ Terzi, a.g.e., s.60.

Tablo7 : Dünya ve Türkiye’de E-Ticaret Hacimleri

| 2001-2004 Yıl Sonu Rakamları | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|
| B2C e-ticaret hacmi(milyon \$)Türkiye | 69,7 | 177 | 365,2 | 614,3 |
| B2C e-ticaret hacmi(milyar \$)Toplam | 78 | 121 | 188 | 233 |
| İnternet kullanıcı sayısı(milyon)Türkiye | 3,5 | 6,1 | 7,5 | 10 |
| Kişi başına düşen yıllık online harcama (\$)Türkiye | 19,9 | 29 | 48,7 | 61,4 |
| PC sayısı (milyon)Türkiye | 3,6 | 6,1 | 7,7 | 11 |
| B2B e-ticaret hacmi (milyon \$)Türkiye | 298 | 656 | 1457 | 3235 |
| B2B e-ticaret hacmi (milyar \$)ABD | 522 | 782 | 1113 | 1500 |

kaynak: http://www.ykb.com/hizmetler/e_ticaret/index.html

Tablolardan da kolayca görülebildiği üzere, dünyada olduğu gibi ülkemizde de internet kullanımı ve E-Ticaret hacmi hızla artmaktadır. E-Ticaret'te potansiyel pazar hızla büyüyecek ve bu pazarda pay sahibi olmak, giderek daha önemli hale gelecektir. Bu nedenle, bu yeni pazarda yer almak isteyen firmaların, sektörün ortalama büyüme hızından daha hızlı yatırım yapmaları gerekmektedir.⁷⁵

Türkiye’de toplumun internetle tanışması çok yeni olmasına rağmen, teknolojik altyapısının sürekli gelişmesiyle, ülkemizde de her sektörde internet kullanımı büyük bir hızla yaygınlaşmaktadır. Özellikle 1999 yılından itibaren İnternet kullanıcılarının sayısındaki artış, Türkiye'deki firmaları da İnternet ortamına girmeye zorlamıştır.

Türkiye'deki elektronik ticaret uygulamaları yaygın olarak işletmeden son kullanıcılara (Business to Consumer, B2C) satış biçimiyle gerçekleşmektedir. Ancak işletmeden işletmeye satış elektronik ticaret hacminin büyük kısmını oluşturmaktadır. Dünyadaki mevcut uygulamalardan da anlaşılabilir olduğu gibi kısa bir süre sonra Türkiye'de de bir çok şirketin tedarikçileri ve bayileri arasındaki işlemleri internete taşımaları beklenmektedir.

Elektronik ticaretin büyüme trendini gören ve bu yeni pazarda yerini almak isteyen birçok firma rekabette geri kalmamak için İnternet üzerinde site açmaya başlamıştır. Bir çok ünlü marka sanal mağaza açarken, İnternet servis sağlayıcıları oluşturdukları alışveriş merkezlerinde sanal mağaza kiralamaya başladılar. Bu gelişmeler elektronik ticaret konusunda danışmanlık veren şirket sayısının da artmasına yol açmıştır.

⁷⁵ http://www.onlineticaret.net/site/page.asp?dsy_id=1420 , 18.02.2006.

konusu mal ve hizmetlerin alışında hesaplanan verginin indirilmesini ifade etmektedir (KDVK md. 29). Dolayısıyla uygulanan KDV bu prensibe uygundur.

Birçok ülkede olduğu gibi ülkemizde de KDV'de varış ülkesi prensibi geçerlidir. KDV'nin konusu Türkiye'deki mal teslimi ve hizmet ifasıdır. Böylece bu prensip gereği, vergilendirme mal ve hizmetlerin tüketildiği ülkede gerçekleştirilmektedir. İthalat KDV kapsamına alınırken, ihracat KDV dışı tutulmaktadır (KDVK md. 11).⁷⁵

Günümüzde KDV, e-ticaret açısından çözüme ulaşılması gereken öncelikli bir konu durumuna gelmiştir. Yürürlükteki haliyle KDV e-ticaret üzerinde hayli etkin bir konumdadır. Ancak, yine de uluslararası işlemlerde uygulanabilirliğini artırmak için KDVK'ya bazı ekleme ve düzeltmelerin yapılması kaçınılmazdır. KDV'nin tarh edilmesi ve tahsilinin temini için düzenleyici adımlar atılmalıdır.⁷⁶ Bunun nedeni mevcut KDV sistemleri, mal teslimleri ve özellikle de hizmet ifalarının büyük ölçüde ülke sınırları dahilinde gerçekleştiği dönemlerde geliştirilmiştir. Bu yapı içerisinde; Örneğin bir hizmetin nerede vergilendirileceği hususu işlemi yapan kişinin bulunduğu yer veya hizmetin yapıldığı yer esas alınarak belirlenmiştir. E-ticaret bu ticaret yapısını değiştirmektedir. Bu sebeple, sınır ötesi mal ve hizmet ticareti çok fazla göz önüne alınmadan konulan KDV ilkelerinin bu çerçevede gözden geçirilmesi ihtiyacı ortaya çıkmaktadır.

Bu alanda ortaya çıkabilecek sorunlar büyük ölçüde yapılan işlemlerin niteliği ve işleme taraf olanların kimliği konusunda yaşanmaktadır.⁷⁷ KDV ve benzeri satış vergilerine tabi olan işlemler, mal teslimleri ve hizmet ifaları olmak üzere iki ana kategoriye ayrılmaktadır. Bu işlemlerin aynı ülkenin vergileme sınırları içerisinde elektronik ortamda gerçekleştirilmesinin vergi hukuku açısından önemli bir sorun yaratması beklenmemektedir. E-ticaretle bağlantılı KDV sorunları, ülkeler arası mal teslimleri ve özellikle de hizmet ifaları ile ilgili olarak beklenmektedir.

İlk önce KDV'nin bir tüketim vergisi olduğunu hatırlayarak ticari faaliyet gibi bir kavramın irdelemeyi yanlış bir yöne götürebileceği göz önünde bulundurulmalıdır. Nitekim aldığı hizmetten fayda sağlayan tüketici konumundaki

⁷⁵ Giray, a.g.m., s.125

⁷⁶ Sevinç, Eser, "E-Ticaret ve KDV", www.ymm.net/vergirehberi/elektronik-ticaret-ve-kdv.htm,18.06.2006

⁷⁷ Yıldız, a.g.m., s.148

bir çok insan için herhangi bir ticari faaliyet söz konusu olmadığı gibi, işletmelerin satın aldığı her hizmetin de zorunlu olarak ticari faaliyete yönelik olması gerekli değildir. Dolayısıyla faydalanmanın ticari faaliyet ile tanımlanmaya çalışılması halinde faydalanmanın mevcut olduğu bir çok işlem KDV dışı kalmış olacaktır.⁷⁸

Ayrıca "hizmetten faydalanılan yer, ticari faaliyetin gerçekleştiği yerdir" gibi bir kural koymakla kanun hükmünün amacından uzaklaşmış olunmaktadır. Çünkü bu kuralla varılan sonuç "vergilendirme her halükarda hizmeti satın alan kişinin ülkesinde yapılır" şeklinde ortaya çıkmakta ve "hizmetten faydalanma" kavramı tamamen ortadan kaybolmaktadır.⁷⁹

Sınır ötesi işlemlerde vergiye tabi bir işlemin birden fazla vergiye tabi tutulmaması veya tümünden vergi dışı kalmaması için söz konusu işlemlerin hangi hallerde, hangi ülke tarafından vergilendirileceğinin açık kurallara bağlanması ve bu kuralların tüm ülkelerce benimsenmesi gerekir. İşlemlerin nerede vergilendirileceği konusunda farklı kuralların kabul edildiği hallerde çifte vergileme veya hiç vergilememe riski çok yüksektir. Her iki durum da rekabet ortamını olumsuz etkilediği için arzu edilmemektedir.⁸⁰

3.3 Damga Vergisi Açısından

Damga vergisi, işlemler üzerinden alınan bir vergidir. Bu işlemleri tevsik eden yahut hukuksal bir kimlik kazandıran kağıtlar damga vergisine tabidir. Elektronik ticaret, yapısı gereği, ticari işlemlerin kağıt yerine sanal ortamda yapılmasını gerektirmektedir. Bu durum kağıt düzenleme ihtiyacını önemli ölçüde azaltırken, damga vergisinin de konusunun daralmasına yol açabilir. Elektronik ortama uyumlu bir hukuki yapının tesisi ve elektronik noter, sayısal imza ve onay makamı gibi kavramlara geçerlik kazandırılması ile birlikte, elektronik ortamdaki bu kayıtların da hukuki geçerliliği olacak ve mükellefler ticari işlemlerin çoğunu bu ortamda yapacaklardır.⁸¹

⁷⁸ Kamhi, Jak, "Ülkelerarası bağlamda bazı Elektronik İşlemlerin Vergilendirilmesi", http://www.degisim.org/yazarlar/elektronik_hizmetlerin_vergi.htm

⁷⁹ Kamhi, a.g.m.,

⁸⁰ Yıldız, Habib, "Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesi", **Vergi Dünyası**, Sayı 255, Kasım 2002, s.145

⁸¹ Yıldız, a.g.e., s.149

488 sayılı Damga Vergisi Kanununun 1. maddesinde; “Bu Kanuna ekli (1) sayılı tablo da yazılı kağıtlar Damga Vergisi'ne tabidir.

Bu Kanundaki kağıtlar terimi , yazılıp imzalanmak veya imza yerine geçer bir işaret konmak suretiyle düzenlenen ve herhangi bir hususu ispat veya belli etmek için ibraz edilebilecek olan (5228 Sayılı Kanunun 59/4-a maddesiyle değişen ibare, Yürürlük: 31.07.2004) belgeler ile elektronik imza kullanılmak suretiyle manyetik ortamda ve elektronik veri şeklinde oluşturulan belgeleri ifade eder.” denilmektedir.

5228 sayılı kanununla değişmeden önce DVK, “kağıt” ortamından başka hiçbir taşıyıcı veya nakledici ortamı veri olarak kabul etmemekteydi. Ancak yapılan düzenleme ile elektronik imza kullanmak suretiyle manyetik ortamda ve elektronik veri şeklinde oluşturulan belgeler artık Damga Vergisi Kanununun konusunu oluşturduğundan, elektronik ortamda yapılan sözleşmeler damga vergisine tabi olmaktadır. Bu düzenleme ile Damga Vergisi açısından sorun büyük ölçüde aşılmıştır.

Bu konuda başka bir sorun ise, vergileme hakkı ile ilgilidir. Bilindiği gibi Türkiye'de düzenlenen kağıtlar ile Türkiye dışında düzenlenmekle birlikte Türkiye'de işleme konulan kağıtlar damga vergisine tabidir.

DVK'nın konu ile ilgili 1. maddesinin son fıkrasında; “Yabancı memleketlerle Türkiye'deki yabancı elçilik ve konsolosluklarda düzenlenen kağıtlar; Türkiye'.de resmi dairelere ibraz edildiği, üzerine devir veya ciro işlemleri yürütüldüğü veya herhangi bir suretle hükümlerinden faydalanıldığı takdirde vergiye tabi tutulur.”

Ulusal vergileme bakımından sorun olmamakla birlikte elektronik ticaretle ülkeler arası işlemlerin artacağı dikkate alındığında bir işlem birden fazla vergilendirilebileceği gibi vergisiz de kalabilecektir. Bu sebeplerden dolayı, damga vergisinin teknik olarak elektronik ortama uyarlanması mümkün olsa bile vergileme hakkı konusunda bazı sorunların yaşanacağı söylenebilir.⁸²

Sonuç olarak, damga vergisi elektronik ortama uyarlansa bile gelir vergileri ile diğer harcama vergilerinde karşılaşılan vergilendirme hakkının belirlenmesi sorununun damga vergisi uygulamasında da gündeme gelmesi kaçınılmaz olacaktır.⁸³

⁸² Yıldız, a.g.m., s.149

⁸³ Güngör, a.g.m., s.136

Bu nedenle e-ticaret konusunda uluslararası düzenlemeler yapılırken vergileme yetkisinin kime ait olduğunun net bir şekilde tespitini sağlayacak kriterlerin belirlenmesi gerekir.

3.4. Gümrük Vergisi Açısından

Gümrük vergileri açısından asıl sorun doğrudan alıcının bilgisayarına transferi yapılabilen sayısal ürünler konusunda oluşmaktadır. Bu tür malların geleneksel mal ve hizmet sınıflandırması içerisinde yer almaması, gümrük vergisi karşısında tanımlanamamalarına yol açmaktadır.⁸⁴ Bu nedenle Gümrük Vergisinin değerlendirilmesinde elektronik ortamda sipariş edilen fiziki mal ve sayısal ürünleri ayrı ayrı ele almak gerekmektedir.

3.4.1. Fiziki mallar

Elektronik ortamda sipariş edilen ve geleneksel yöntemlerle teslimatı yapılan mallar açısından gümrük vergilemesinde herhangi bir sorunla karşılaşılacağına ihtimal verilmemektedir.⁸⁵ Çünkü bu tür mallar, mevcut kurallara göre gümrük vergilerine tabi tutulabilmektedir. Gümrük vergileri açısından asıl sorunu doğrudan alıcının bilgisayarına transferi yapılabilen dijital ürünler oluşturmaktadır. Bu tür malların geleneksel mal ve hizmet sınıflandırması içerisinde yer almaması, gümrük vergisi karşısında tanımlanamamalarına 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.

Elektronik ticaretin gümrük vergileri üzerindeki birincil etkisi diğer vergilerde de olduğu gibi dijital ürünlerde ortaya çıkacaktır. Bilindiği üzere bu tür ürünler herhangi bir fiziksel varlığa sahip olmadıkları gibi, doğrudan doğruya alıcının bilgisayarına aktarabilmektedir. Türk Vergi Sistemi, bu tür ürünlerin gümrük vergileri karşısında nasıl tanımlandıklarına açıklık kazandıran herhangi bir yasal düzenlemeye sahip olmadığından, burada bir boşluk yaşanacaktır. Dijital ürünlerin gümrük vergileri

⁸⁴ Yıldız, a.g.m.,s.149

⁸⁵ Çak, a.g.e., s.106

karşısında hizmet olarak nitelendirilmesi varsayımı altında, (OECD bu tür ürünlerin KDV karşısında hizmet olarak nitelendirilmesini benimsemektedir.) ürünlerin iç mevzuatımız açısından gümrük vergilerine tabi tutulmaması gerekmektedir. Çünkü gümrük vergisi kanununa göre, bu verginin konusuna eşya girmektedir ve eşya tabirinin ise, her türlü madde ve kıymetleri kapsadığı hükme bağlanmıştır. Bu varsayım altında geleneksel ticaret yoluyla bir kitabın yurt dışından Türkiye'ye ithal edilmesi gümrük vergilerine tabi olacak iken, aynı kitabın dijital ürün olarak ülkeye sokulup tüketiciye ulaştırılması, gümrük vergilerinden muaf tutulacaktır. Bu durum elektronik ticaret lehine rekabet tarafsızlığı kurallarının ihlal edilmesi anlamını taşımaktadır.

Elektronik ortamda siparişi verilen fiziksel varlığa sahip mallar açısından ise, teslimat geleneksel yollardan yapıldığı için gümrük vergileri bakımından bir sorunla karşılaşılması düşünülmektedir.

Ancak, gümrük mevzuatındaki konumuz ile alakalı iki muafiyet internet ortamında sipariş edilen ve gümrüklere fiziksel olarak sunulan mallar ile on-line iletilen mallar arasında ayırımın çok iyi yapılmasını gerektirmektedir.

Buna göre:

i - Yurt dışındaki gerçek kişilerce Türkiye Gümrük Bölgesindeki gerçek kişilere posta veya hızlı kargo taşımacılığı yoluyla gönderilen gerçek kıymeti 300 EURO'yu geçmeyen şahsi, ailevi ve hediyeelik eşya niteliğindeki ticari miktar ve mahiyette bulunmayan eşya (GK., md.167/6-a). Bu türdeki eşyalar, gümrük vergileri ile KDV.den muaf bulunmaktadır. Malın değerinin 300 EURO'yu aşması halinde bu vergiler eşyanın gerçek kıymeti üzerinden tahsil edilir ve ilgisinden alınır.

ii - Yurt dışından Türkiye Gümrük Bölgesindeki bir kişiye mektupla veya posta paketi ya da hızlı kargo taşımacılığı yoluyla gönderilen ve gerçek kıymeti gönderim başına 100 EURO'yu geçmeyen ve ticari miktar ve mahiyette olmayan her türlü eşya (GK., md.167/4). Bu türdeki eşyalar veya bu eşyaların içinde buldukları posta kolileri, gümrük vergileri ile KDV'den muaf bulunmaktadır. Bu muafiyete, uluslararası "De Minimis Kuralı" veya "Küçük Paketler" muafiyeti adı verilmiştir.⁸⁶

⁸⁶ Erdengi, T.Bora, "Elektronik Ticaret ve Gümrük İdarelerine Vergiler Açısından Muhtemel Etkileri-2", *Gümrük Dünyası*, Sy:30, Temmuz 2001, s.17.

Yukarıdaki iki muafiyet birlikte değerlendirildiğinde eşya kıymeti 100 EURO'yu aşarsa (a) bendinde belirtilen mal haricinde kalan eşyalar gümrük vergileri ile KDV'ye tabidirler. Bunun dışında, gümrük mevzuatında yurt dışından bir işle ilgili olarak gönderilen ve ticari mahiyet arz etmeyen önemli değeri olmayan numunelik eşya ve modeller için de muafiyet hükmü içermektedir.(GK., md.167/8-d).

E-ticaretteki artış yurt dışından gümrük idarelerine gelecek paket sayısında oldukça önemli miktarda artışa yol açacaktır. Bunun nedeni, alıcılar artık distribütör yada aracılar yerine Internet üzerinden direkt üreticisinden mal alımı yapmayı tercih edecektir. Internet kullanım ve on-line mal sipariş maliyetlerinde meydana gelecek bir düşme düşük kıymetli mal ithalinde bir patlamaya yol açacaktır. Bu da her ülkenin gümrük idareleri tarafından çözülmesi gereken bir problemi ortaya çıkarmaktadır ki bu da anılan düşük kıymetli malların, “Küçük Paketler” kuralının altında kalması durumudur. Bu durumun ortaya çıkmasını sağlayan bir başka sebepte, Dünya Ticaret Örgütü'nün Uruguay Round kararları neticesinde gümrük vergilerinde genel bir azalmaya gidilmesidir. Bütün bu sebepler doğal olarak gümrük otoritelerinin iş yükünü artıracığından kesinlikle etkin bir şekilde takip edilmesi gerekmektedir. Çünkü e-ticaretin hızlı büyümesi ile değişen ticaretin yeni yöntemleri karşısında, Türkiye'de mukim ticaret erbabı ile yurt dışında bulunan iş sahipleri arasında rekabet eşitsizliğine yol açacaktır. Bu nedenle, “De Minimis Kuralı”nın, bu kuralda kullanılacak oranın yüksekliği veya azlığı optimum şekilde belirlenmelidir. Posta veya hızlı kargo taşımacılığı yoluyla gönderilen malların vergilemesi ile ilgili dört alternatif vardır. Bunlar Internet ortamında sipariş edilen bu malların gümrüksüz geçmesi ile muafiyet limitlerinin yükseltilmesidir. Diğer iki alternatif ise belli bir sayı ve miktar üzerindeki eşyadan eşyanın kıymeti üzerinden sabit oranlı bir vergi alınması veya taşıyıcılar tarafından verginin toplanması yöntemidir. AB üyesi ülkelerde bu son yöntemle benzer usuller mevcut olup, Dünya Gümrük Örgütü de “De Minimis Kuralı”nın standart bir hale getirilmesi ve ticarete aracılık yapan taşıyıcıların vergi toplaması hususunun araştırılması ve geliştirilmesini şiddetle desteklemektedir.

Sonuç olarak hangi yöntem benimsenirse benimsensin sistemin, ticaretin akışını kolaylaştırıcı olması, yerel ve yurt dışı tedarikçi firmalar arasında yer alan

rekabeti bir tarafın lehine bozmaması ve taşıyıcılar ile gümrük otoriteleri üzerine olağan üstü yükler getirmemesi gerekmektedir.

Bu nedenlerden ötürü, tıpkı diğer ülkelerde olduğu üzere, Türk Gümrük İdaresinin, ulaşım ve taşımacılık şirketlerinin gelecekte gümrük müşavirliğine ilaveten vergi toplama gibi görevleri üstlenebileceği ihtimali karşısında, uluslararası arenada geçleştiren girişimlerde aktif rol üslenmesi gerekmektedir. Ayrıca, gerek posta yoluyla gerekse de diğer yollardan Türkiye'ye giriş yapan eşyaların, muafiyet limitleri altında ve üstünde olmak üzere gözlemlenmesi, istatistiksel verilerin derlenmesi ve yorumlanması gerekmektedir. Bu türdeki girişimler AB üyesi ülkelerde zaten başlamış olduğundan, ileriye dönük projeksiyon yapılması ve gerektiğinde hazır olabilmek amacıyla bu türdeki çalışmaların acilen başlatılması gerekmektedir.

3.4.2.Hizmet ve Sayısal Ürünler

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. Global 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.⁸⁷

4458 Sayılı Gümrük Kanunu'nun 3. maddesinin 8. fıkrasına göre, "gümrük vergileri" deyimini, yürürlükteki hükümler uyarınca eşyaya uygulanan ithalat vergilerinin yada ihracat vergilerinin tümünü ifade etmektedir. Aynı kanuna göre ithalat vergileri deyimini, eşyanın ithalinde öngörülen gümrük vergileri ve eş etkili vergileri, ihracat vergileri deyimini de, eşyanın ihracatında öngörülen gümrük vergileri ve eş etkili mali yükleri, ifade etmektedir (GK., md.3/9-10). Görüleceği üzere hizmetler gümrük vergisine tabi değildir. Gümrük Kanunu'na göre gümrük vergisinin konusuna "eşya" girmektedir. Eşya tabirinin ise her türlü madde, ürün

⁸⁷ Çak, a.g.e., s.106.

ve kıymetleri kapsadığı hükme bağlanmıştır (GK., md.3/23). Bu itibarla e-ticaretin günümüzdeki hacmi dikkate alındığında elektronik ortamda gerçekleştirilecek fiziki mal ticareti ile hizmet ticareti açısından e-ticaretin gümrük mevzuatı bağlantılı önemli sorunlara yol açması beklenmemektedir. Buna karşılık, sayısal ürünlerin ticareti konusunda aynı değerlendirmenin yapılması mümkün değildir. Sayısal ürünler ile ilgili sorun temelde bu ürünlerin geleneksel mal ve hizmet sınıflandırması içerisinde mütalaa edilememesinden kaynaklanmaktadır. Bu belirsizlik beraberinde hem iç mevzuatın hem de uluslararası anlaşma hükümlerinin uygulanmasında bazı tereddütlere yol açmaktadır.

Yukarıda da belirtildiği gibi “eşya” gümrük vergisine tabi bulunmaktadır. Sayısal ürünlerin “eşya” olarak nitelendirilemeyeceği genel olarak kabul edilmektedir. Öte yandan, birçok sayısal ürün aynı zamanda fiziki mal şeklinde de ticarete konu olmaktadır. Örneğin, bir bilgisayar programının internet aracılığıyla kişisel bilgisayara kopyalanmak suretiyle temin edilebileceği gibi piyasada disketlere kopyalanmış halde satın alınması da mümkündür. İlk durumda sayısal bir ürün söz konusu olduğu için gümrük vergisi alınması gündeme gelmeyecektir. İkinci halde ise ithal edilen söz konusu program disketleri için mutad şekilde gümrük vergisi ödenmiş olacaktır. Bu durumun sayısal ürünler lehine bir rekabet eşitsizliğine yol açacağı açıktır.⁸⁸

Öte yandan, mal ticareti ülkemizin de taraf olduğu Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması (GATT-General Agreement on Tariffs and Trade) hükümlerine, hizmet ticareti ise Hizmet Ticareti Genel Anlaşması (GATS-General Agreement on Trade in Services) kurallarına tabidir. Sayısal ürünlerin mal ya da hizmet kategorilerinden hangisine girdiği netlik kazanmadığından bu ürünlerin hangi anlaşma hükümlerine tabi olacağı da açık değildir. Bu ayrım önem taşımaktadır. Zira, mal ticareti gümrük vergilerine tabi tutulurken hizmet ticaretinde ise bir başka ülkede hizmet sunma konusunda değişik sınırlamalar getirilebilmektedir. Diğer taraftan, e-ticaretin kontrolü mahiyeti gereği son derece güçtür. Bu durum, ulusal düzenlemelerle yapılması belli şartlara bağlanmış hizmetlerde sorunlara yol

⁸⁸ Çak, a.g.e., s.106

açacaktır. Örneğin ülkemiz de dahil hemen tüm ülkelerde bankacılık, borsa, aracı kurum ve benzeri finansal hizmetlerin yürütülmesi belli şartların yerine getirilmesine bağlanmıştır. Aynı şekilde, sağlık hizmetleri, danışmanlık hizmetleri için de gerek bu işleri yapacak kişilerde bulunması gereken nitelikler gerekse hizmet işletmesinin nitelikleri konusunda bazı kurallar getirilmiştir. İnternet ortamında yürütülen bu tür faaliyetlerde gerekli niteliklerin mevcut olup olmadığının belirlenmesi ve bunun kontrolü güçtür.⁸⁹

Her ne kadar gümrük vergisinin konusunu “eşya” oluşturmaya ve sayısal ürünlerin “eşya” olarak nitelendirilemeyeceği genel olarak kabul görmesine rağmen, Dünya Ticaret Örgütü’nün Global Elektronik Ticaret Deklarasyonu’na göre, elektronik ortamda sipariş edilen ve taşınan mallar “hizmet” kavramı altında yer alacak ve dolayısıyla gümrük vergisinden muaf fakat KDV’ye tabi olacaktır.⁹⁰ Paralel bir görüş Küresel Elektronik Ticarete Karşı Engellerin Kaldırılması konulu OECD Tartışma Raporunda yer almış ve elektronik mallar farklı bir değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Bu raporda aşağıda belirtilen fikirler ön plana çıkmaktadır;

Elektronik ortamda teslim edilen mal ve hizmetler, gümrük vergisinden muaf bölgelerde gerçekleşiyormuş gibi düşünülmelidir. Ancak, elektronik olarak sipariş edilen ve geleneksel yöntemlerle teslim edilen fiziki mallar, genel olarak uygulanabilen vergilere tabi tutulmalıdır. Örneğin, bilgisayar yazılımlarında gümrük vergileri bilgisayar diskinin değeri üzerine konulmaktadır. Bu diskin içerdiği bilgisayar yazılımının üzerine vergi konulmamaktadır. Bu elektronik işlemde, bilgi aktarma yöntemi elimine edilmekte ve gümrük vergileri uygulanmamaktadır. Ancak, elektronik ortamda sipariş edilen ve geleneksel yollarla teslim edilen fiziki mallar için işlemler, mallar telefon veya posta yoluyla sipariş edilmiş gibi genel olarak uygulanabilen vergilere tabi tutulmalıdır. Bu önerinin KDV’nin mal ve hizmetlere uygulanmasına yönelik bir sınırlama getirme amacı yoktur. Bütün bu sorunlar için çözümler kolay bulunur nitelikte değildir. Gelir otoriteleri endişelenmezken, hükümetler e-ticaretin gelişimini yavaşlatacak adımlar atmaktan çekinmektedir.

⁸⁹ Güneş, a.g.m,

⁹⁰ Çak, a.g.e., s.115

Hükümetler, internetin global doğasının uluslararası kabul edilmiş bir çözümü gerektireceğini bilmektedirler. Vergilendirme konusunda nasıl bir çözüm benimsenirse benimsensin, e-ticaretin vergilendirilmesi basit olmalı, e-ticarete geleneksel ticarete karşı bir avantaj sağlamamalı veya engel olmamalı ve e-ticaretin gelişmesini engelleyici nitelikte olmamalıdır. E-ticareti engellemek için internete herhangi bir yeni vergi girişimleri üzerine bir moratoryum konulması önerilmektedir. Böyle bir moratoryum, yetkililerin uluslararası boyutta istikrarlı politika tavsiyeleri oluşturma işine aktif biçimde katılmalarını sağlayacaktır.⁹¹

Günümüzde sayısal ürünlerin vergilendirilmesi konusunda, bu ürünlerin üreticisi konumunda olan ABD gibi devletler vergilendirmeye karşı çıkarken, genelde bu ürünlerin ithalatçısı konumunda bulunan gelişmekte olan ülkeler vergilendirme taraftarıdır. Türkiye de sayısal ürün ithal eden bir ülke olarak, uygulamada bunların ithalinde vergi tahsil etmemekle beraber, vergilendirilmesini savunmaktadır. Bu durumun nedenleri, vergileme yetkisini bir pazarlık unsuru olarak kullanmak istemesi ve ilerde doğabilecek risklere karşı şimdiden bu yetkiye sahip olmak istemesi şeklinde düşünülebilir⁹². Bu itibarla OECD tartışma raporu çerçevesinde bir kanuni düzenleme yapılmıştır.

20.01.2000 tarih ve 23939 Sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Gümrük Yönetmeliği’nin 98. maddesine göre;

“Bilgisayarlarda kullanılmak üzere, ithal edilen veri ya da komutlar yüklü bilgi taşıyıcılarının gümrük kıymetinin belirlenmesinde, sadece taşıyıcı ortamın kendisinin maliyeti veya kıymeti esas alınır. Bu nedenle, taşıyıcı ortamın maliyet veya kıymetinden ayırt edilebilmesi koşuluyla, gümrük kıymeti, veri veya komutların maliyet veya kıymetini içermez. Bu maddede geçen;

-Taşıyıcı ortam deyimi, entegre devreler, yarı iletkenler ve bu tür devre veya cihazlarla bütünlük oluşturan benzeri araç ve aletleri,

-Veri veya komutlar deyimi, ses, sinematografik veya video kayıtlarını, kapsamaz.”

⁹¹ Özbek, a.g.m., s.49.

⁹² Özbek, a.g.m., s.49.

Yukarıdaki hükümden anlaşılacağı üzere yazılım programının taşıyıcı ortam ile birlikte ithali halinde, sadece taşıyıcı ortamın değeri gümrükleme konu olmakta, program bedeli dikkate alınmamaktadır. Ancak bu tür sayısal ürünler üzerinden gümrük vergisi aranılmaması, buradan elde edilecek gelir ve katma değer üzerinden gelir vergisi ve KDV stopajı yapılmasına engel değildir.⁹³

4.ELEKTRONİK TİCARETTE BİLDİRİM ÖDEVLERİ VE BELGE - KAYIT DÜZENİ

Vergi mükelleflerinin şekli vergi mükellefiyeti olarak adlandırılan biçimsel ve usule ilişkin ödevleri vardır. Mükelleflerin yerine getirmek durumunda oldukları bu ödevler başta Vergi Usul Kanunu olmak üzere çeşitli vergi kanunlarında yer almaktadır. Bu ödevler kısaca, bildirmeler, defter tutma, belge düzenine uyma, defter ve belgeleri muhafaza ve ibraz etme, elektronik cihaz kullanma, beyanname verme olarak sayılabilir.⁹⁴

4.1. Elektronik Ticarete Bildirim Ödevleri

İnternet’te faaliyet gösteren alışveriş sitelerinin öncelikle kendilerine ait belirli bir isime sahip web adresine sahip olmaları ve bu sitenin tanınmasını sağlayacak alan adını tescil ettirmeleri gerekmektedir. Türkiye’de Domain-Name, yani .tr altında yer alan internet alan adlarının dağıtımı ODTÜ tarafından yapılmaktadır. Bu alan adlarının belirlenmesinde uygulanan kuralların çok katı olması internet alan adları sayısının artmasını da engellemektedir. Örneğin .com.tr. alt alan adı için Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından verilen Ticari Sicil Tescil belgesi veya Patent Enstitüsü tarafından verilen Marka Tescil Belgesi istenmektedir. Dolayısıyla küçük çapta iş yapan birisinin Türkiye’de alan adı alması çok zor olduğundan Top Level Domain denilen .com, .net, .edu, .mil, .gov gibi, kredi kartını numarası dışında başka hiçbir bilginin istenmediği alan adreslerine müracaat edilmesi kaçınılmaz olmaktadır. Uluslararası alan adı tescili ise InternetNIC’e kayıtlı Amerikalı kuruluşlar yapmaktadır.

⁹³ Özbek, a.g.m., s. 49.

⁹⁴ Özbek, a.g.m., s. 49.

Uluslararası tescil için de doğrudan veya İnternet Servis Sağlayıcı (ISP) şirketler kanalıyla müracaat edilebilir.

Bu bağlamda OECD uygulamaları her ne kadar yazılım ve elektronik datadan oluşan bir web sitesinin fiziksel varlığa sahip olmadığını bu nedenle bir işyeri olarak kabul edilmemesi gerektiğini ve tek başına firmaya ait web sitesinin mevcudiyetinin, vergi mükellefiyeti için yeterli koşul olmadığını yönünde ise de ülkemiz uygulamalarında söz konusu tescil işlemlerinin VUK'un 154. maddesinin 'iş yeri açılmamış olsa bile ticaret siciline veya mesleki bir teşekküle kaydolunmak' hükmü doğrultusunda vergi idaresi açısından işe başlanıldığına dair bir işaret olarak kabul edilmesi mümkündür. Bu itibarla İnternet'te faaliyet gösterecek alışveriş sitelerinin vergi kimlik numarası olarak VUK'un 153. maddesine göre 'işe başladıklarına dair bildirim' bağlı olduklara vergi dairesine vererek vergi mükellefiyetine ilişkin müracaata bulunması zorunluluğu doğmaktadır.

Her bir web sitesi kendi özgün alan adı ile İnternet'te faaliyet gösterdiğinden şube sayısının artması yada kendine bağlı işyeri sayısının artması düşünülemez. Çünkü, belirli ve tescil edilmiş alan adına sahip olan ve ticari faaliyette bulunan web sitesinin işyeri sayısını artırmasına gereksinimi olmadığı gibi ülkemiz uygulamaları dikkate alındığında böyle bir genişlemede mümkün değildir. Ancak, bazı web siteleri "mirror web sitesi" olarak tabir edilen yansıtılan bağlantı ve linkler aracılığıyla faaliyetlerinin boyutunu diğer web sitelerine taşıyabilirler. Söz konusu bağlantıların vergi idaresine bildirilmesine ilişkin olarak VUK'un 159. maddesi mevcut olup, maddenin bu gibi durumları kapsayıp kapsamadığı tartışma konusudur. Bu itibarla açık ve net yasal düzenlemelere gereksinim duyulmaktadır.⁹⁵

Yukarıda ifade edilen ülkemiz uygulamaları doğrultusunda alan adı tescilleri dolayısıyla ortaya çıkacak vergisel yükümlülüklerin e-ticaretin gelişmesine engel olacağı söylenebilir. Her ne kadar mükellefiyet tesis edilmesinin yasal bir kazanç elde edildiğine işaret etmeyeceği iddia edilse de bu durumda gelir ve kurumlar vergisi mükellefleri için pek çok bildirim ve ödevin yerine getirilmesini zorunlu kılacaktır. Örneğin gelir vergisi mükellefiyetinin söz konusu olduğu durumlarda elde edilen

⁹⁵ Alptürk, Ercan, "İnternette Alışveriş Sitelerinin Vergisel Yükümlülüklerine İlişkin Değerlendirmeler", **Yaklaşım**, sy:107, Kasım 2001, s.167.

kazanç veya işlem hacmi dikkate alınmaksızın hayat standardı uygulamasına gidilecektir. Bu günkü durum itibariyle Türkiye’den alan adı tescil ettiren kişi ve kurumların dahi kontrolünün vergi idaresinin tüm denetim ve bilgisayar elemanlarını seferber etmesi halinde bile söz konusu mükellefleri kontrolü oldukça zor görünmektedir. Yukarıda belirtildiği şekilde uluslararası alan adı tescili yapturan ve Türkiye’de faaliyet gösteren ticari web sitelerinin vergisel yükümlülüklerini yerine getirip getirmediğinin kontrolü ise imkansızdır. Bu doğrultuda ülkemizde özellikle e-ticaretin yaygınlaşması ve işlem hacminin artması durumunda gerek vergi kanunlarında gerekse ticaret kanunlarında yasal değişikliklere gidilmesi kaçınılmaz olacaktır.

4.2.Elektronik Ticarete Belge - Kayıt Düzeni

Tüm çağdaş vergi sistemlerinde olduğu gibi vergi sistemimiz de beyan esasına dayanmaktadır. Beyanın dayanağı ise kural olarak yasal 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.⁹⁶

VUK’a göre, kural olarak, mükellefler üçüncü kişilerle olan tüm ilişki ve işlemlerini belgelemek durumundadırlar. Ancak bu kuralın bazı istisnaları vardır. Bunlar;

- Örf ve teamüle göre bir belgeye dayandırılması gerekli olmayan giderler,
- Belgenin teminine imkan olmayan giderler,
- Vergi kanunlarına göre götürü olarak tespit edilen giderler.

Bu istisnalar haricinde vergi mükelleflerinin matrahın tespiti ile ilgili kayıtlarının tamamı fatura, sevk irsaliyesi, müstahsil makbuzu, gider pusulası, serbest meslek makbuzu vb. belgelere dayanmalıdır.

VUK’un 172. maddesi hükmüne göre; ticaret ve sanat erbabı, ticaret şirketleri, iktisadi kamu müesseseleri, dernek ve vakıflara ait iktisadi işletmeler,

⁹⁶ Özbek, a.g.m., s.40.

serbest meslek erbabı ve çiftçiler defter tutmak zorundadırlar. TTK'nun 66. maddesinde ise tacirlerin defter tutmakla yükümlü oldukları belirtilmiştir.

Başlıca tutulması zorunlu defterler ise yevmiye defteri, defteri kebir, envanter defteri, işletme defteri, serbest meslek kazanç defteri ve çiftçi işletme defteridir. Mükellefler tutmakla yükümlü oldukları bu defterleri noterlere tasdik ettirmek zorundadırlar (VUK., md.220). Tasdik edilmesi gereken defterlerin süresi içinde tasdik ettirilmemesi halinde usulsüzlük cezası uygulanır. Gecikmenin bir ayı aşması halinde ise yapılan işlem geçersiz kabul edilmekte ve hiç tasdik yapılmamış olarak değerlendirilmektedir. (VUK.,md.352). Tasdik işleminin yapılmamış sayılması defterlerin hiç tutulmamış olması ile eşdeğerde olduğundan defter kayıtları ve bunun sonucu olarak da bu kayıtlara dayanan mükellef beyanı geçerliğini kaybetmekte ve vergi idaresinin matrahı re'sen takdir etme yetkisi doğmaktadır (VUK., md.30).

Bu sayılan defter ve belgelerden usulüne uygun tutulmuş olanlar (ihticaca salih) sahipleri lehine delil olarak kabul edilirler.⁹⁷ Bu kuralın bir sonucu olarak da anılan niteliğe sahip defter kayıtları ve bu kayıtların dayanağını oluşturan belgelere dayalı beyan (aksi ispatlanıncaya kadar) doğru kabul edilir. Mükellef beyanının geçersiz kabul edilerek harici karinelere göre re'sen matrah takdiri yoluna başvurulabilmesi için defter ve belgelerin ihticaca salih bulunmadığının ispatlanması yada defter ve belgelere ulaşma imkanının ortadan kalkmış olması gerekir.⁹⁸

Yasal defterlere yapılması gereken kayıtların kural olarak 10 gün içerisinde tamamlanması gerekir (VUK.,md.219). Yanlış kayıtların düzeltilmesinde muhasebe ilkelerine uyulması, defter kayıtlarında boşluk bırakılmaması ve defter sayfalarının yok edilmemesi gerekir (VUK.,md. 217-218).

VUK'un 227. maddesi uyarınca mükellefler, kural olarak faaliyetlerine ve işlemlerine ilişkin kayıtları anılan kanun çerçevesinde düzenlenen vesikalar ile belgelendirmekle yükümlüdürler. Kayıtların belgelendirilmesi ve bu amaçla

⁹⁷ Aykın, Hasan, "Türk Vergi Hukukunda Elektronik Defter, Belge Kayıt Kavramları", turk.internet.com/haber/yazigoster.php3?yaziid=10022

⁹⁸ Alptürk, a.g.m., s.166

kullanılacak belgelere ilişkin esaslar VUK'un 227. ve izleyen maddelerinde yer almıştır. Mal yada hizmet alım-satımlarında belge düzenlenmesi zorunludur. Bu zorunluluk işleme taraf olanların her ikisinin de mükellef olması halinde her iki taraf için de geçerlidir. Daha anlaşılır bir ifadeyle, bu gibi durumlarda satıcının belge düzenleme, alıcının ise belge isteme ve alma yükümlüğü bulunmaktadır.⁹⁹

E-ticaret ile sadece ticaretin şekli değişmemiştir. Teknoloji ticaretteki değişime paralel olarak toplumların, kurumların kayıt sistemini de değiştirmiştir. Elektronik arşivleme, elektronik faturalama ve elektronik muhasebe gibi kavramlar ortaya çıkmıştır. Bu kavramların hepsini “dijital muhasebe” adı altında toplayabiliriz. E-ticaret, isminin de anlaşıldığı üzere, kağıdın kullanılmadığı (sanal) bir ortamda gerçekleşmektedir. Bu ticarete ilişkin defter ve belge kayıtlarının da doğal olarak sanal ortamda gerçekleşeceğinin kabul edilmesi gerekir. Ancak, mevcut düzenlemeler sanal ortamdaki kayıtları, kağıda aktarılmadığı sürece geçerli kabul etmemektedir. Yürürlükteki sistem bir bütün olarak değerlendirildiğinde elektronik ortamdaki kayıtların hukuki geçerliliğe sahip kabul edilmemesinin haklı gerekçelere dayandığı görülmektedir. Zira, henüz gerekli altyapı oluşmadığından sanal ortamdaki kayıtların değiştirilebilmesi, böylece de kayıt ve belge düzeninin fonksiyonel olmaktan çıkarılması olasıdır.

4108 Sayılı Kanununun 4. maddesiyle VUK'un 175. maddesine eklenen ve 02.06.1995 tarihinde yürürlüğe giren fıkra ile Maliye Bakanlığına, muhasebe kayıtlarını bilgisayar programları aracılığıyla izleyen mükellefler ile bu bilgisayar programlarını üreten gerçek ve tüzel kişilerce uyulması gereken asgari hususlar ile standartlar ve uygulamaya ilişkin usul ve esasları belirleme hususlarında yetki verilmiştir. Ayrıca Vergi Usul Kanunu'nun (VUK) mükerrer 257. maddesi defter, kayıt ve belgelerini elektronik ortamda saklama ve ibraz etme imkanı getirmektedir. Günümüzde geleneksel yöntemlerle izlenen kayıt ve belgelerin saklanması ve ibrazı külfetli bir hal almıştır. VUK'nun mükerrer 257. maddesinde düzenlenen yetki ile teknolojinin imkanlarından yararlanılabilmektedir. Günümüzde çok küçük manyetik kayıt ortamlarında büyük çaplı bilgi depolanması, taşınabilmesi ve işlenmesi olanağı bulunmaktadır. Ayrıca internet ortamı, bilgiyi kaynağından sağlama veya elektronik dosya transferiyle kısa sürede

⁹⁹ bkz. 213 sayılı Vergi Usul Kanunu

bilgi edinebilme olanakları sağlamaktadır. Geleneksel ticaretin vergilendirilmesinde olduğu gibi elektronik ticaretin vergilendirilmesinde de, birbirleri ile sıkı bir ilişki içinde olan normatif ilkeler niteliğindeki vergileme prensiplerine uyulması gerekmektedir. Her şeyden önce internet üzerinden yapılan ticareti vergilemenin, idareye ve mükelleflere olan maliyetini olabildiğince düşürmek gerekmektedir. Elektronik ticaret ile ilgili mali hükümler basit ve herkesçe anlaşılabilir nitelikte olmalıdır. Böylece, gerek mükelleflerin gerekse de maliye elemanlarının vergileme sırasında hata yaparak ihtilafa düşme olasılığı en aza indirilecektir.¹⁰⁰

Anılan yetkiye istinaden, Vergi Usul Kanunu uyarınca kağıt ortamında düzenlenen, tutulan, muhafaza ve ibraz edilen defter ve belgeler yerine, aynı bilgileri içeren elektronik defter ve belgelerin oluşturulması, kaydedilmesi, iletilmesi, muhafazası ve ibrazına ilişkin usul ve esaslar 11.07.2006 tarih ve 26225 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan 361 sıra Nolu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği ile belirlenmiştir. Buna göre;¹⁰¹

Söz konusu uygulamadan yararlanmak için başvuran mükelleflerin, aşağıdaki şartları sağlamaları halinde, kendilerine elektronik defter ve belge uygulamasına geçmeleri için Başkanlıkça izin verilebilecektir.

1 - Bilanço esasına göre defter tutulmalıdır.

2 - Elektronik ortamda tutulacak defter ve belge sistemi donanım, yazılım, personel ve diğer açılardan uygun bulunmalıdır.

Elektronik ortamda tutulacak defter ve belge uygulamasından yararlanmak isteyen mükelleflerin izleyecekleri prosedür aşağıda belirlenmiştir.

1 - Uygulamadan faydalanmak isteyen mükelleflerin; elektronik ortamda tutmak istedikleri defter ve belgelerini, elektronik muhasebe sistemlerini oluşturan donanım ve muhasebe programlarını, kayıtların nasıl oluşturulduğu ve saklandığını, personel ve sistem güvenliklerini içeren bir rapor hazırlamaları ve elektronik defter ve belgelerin veri formatında tutulması ve gönderilmesine ilişkin aşamalı bir planla birlikte yazı ekinde Gelir İdaresi Başkanlığına göndermeleri gerekmektedir.

¹⁰⁰ Bakkal, a.g.m., s.207

¹⁰¹ bkz: 361 Seri Sıra Nolu Vergi Usul Genel Tebliği

2 - Başvuru üzerine işyerinde Başkanlık personeline yapılacak tespitten sonra, şartları taşıyan mükelleflerle Başkanlık arasında bir protokol yapılacak ve uygulama öncesi hazırlık dönemine başlayabilecekleri bir yazı ile kendilerine bildirilecektir.

3 - Hazırlık döneminin mükellef için yeterli olmaması halinde, döneme ilişkin süre Başkanlıkça uzatılabilecektir. Ancak, bu dönem her halükarda 5 yıldan fazla sürmeyecektir. Hazırlık dönemi içinde mükellefler, sadece elektronik ortamda tutmak istedikleri defter ve belgelerini hem elektronik ortamda hem de kağıt ortamında tutacaklardır.

4 - Hazırlık dönemini başarı ile geçiren mükellefe, elektronik defter ve belge uygulaması için bir izin belgesi verilecektir. Mükellefler, yapılan protokolda belirlenen tarihten itibaren defter ve belgelerini yalnızca elektronik ortamda tutabileceklerdir. İzin alan mükellefler alış ve gider belgelerini, veri formatındaki bilgileri içerecek şekilde elektronik kayıt ve belge haline getirecekler, ayrıca bu belgeleri orijinal haliyle de kağıt ortamında muhafaza edeceklerdir. Mükellefler, anlaşmalı matbaalarda bastırmak veya notere tasdik ettirmek suretiyle Vergi Usul Kanunu uyarınca düzenlemek zorunda oldukları belgelerin aslını, kağıt ortamında düzenleyerek ilgili kişiye verecek, ancak bu belgelerin ikinci nüshalarını veri formatına uygun şekilde elektronik ortamda elektronik belge olarak muhafaza edeceklerdir.

Elektronik defter ve belge sisteminin, elektronik defter ve belgelerin değiştirilememesi, bozulmaması, silinememesi, okunamaz hale getirilememesi, erişilememesi konularında önlemler içeren kontrol mekanizmaları bulunmalıdır.

Elektronik defter ve belge sistemi, elektronik defter ve belgelerin çağrılması ve basılması işlemlerini de yapmalıdır. Sistem, elektronik defter ve belgelerin eksiksiz ve kolaylıkla okunabilir kağıt baskılarını üretebilme imkanına da sahip olmalıdır.

Mükellefler, elektronik defter ve belgeleri Başkanlığın belirleyeceği dönemlerde DVD-R'lara kaydedecekler ve Başkanlığa göndereceklerdir.

Mükellefler, vergi inceleme elemanlarınca işyerinde vergi incelemesine başlanması halinde, inceleme elemanına gerekli her türlü kaynağı (uygun donanım ve yazılımlar, terminallere ulaşım imkanları ve uzman personel gibi) sağlamak zorundadırlar.

Mükellefler yazılım, donanım, dosya, personel, dokümantasyon vb.den müteşekkil elektronik defter ve belge sistemlerini, hiçbir şekilde kısmen veya tamamen vergi inceleme elemanlarının ulaşımını ve kullanımını engelleyecek bir sözleşme veya lisansa konu edemezler. Ayrıca sistemi oluşturan öğelerin hacedilmesi halinde, en geç üç iş günü içinde Başkanlığa haber verilmesi gerekmektedir.

Mükellefler, elektronik defter ve belge sistemine ilişkin bilgisayar kayıtlarındaki zarar görme veya işlem görememe ve değişiklik hallerini, Başkanlığa 15 gün içinde bildirerek zarar gören kayıtlarını ayrıntılı olarak açıklamak ve bu kayıtları nasıl tamamlayacağına ilişkin ayrıntılı bir plan sunmak zorundadırlar.

Ancak mükelleflerin, sistemde değişiklik yaratmayan hususları bildirmelerine gerek bulunmamaktadır Bu uygulamadan yararlanan mükellefler, elektronik defter ve belgelerini istedikleri programda ve formatta tutabileceklerdir.

Başkanlığa gelen verilerde birlik sağlanabilmesi için mükelleflerin, Başkanlıktan temin edecekleri veri formatını kullanmaları zorunlu olup; elektronik defter ve belge verileri, bu formatta ve bir defa yazılabilen DVD-R'lara kaydedilerek (protokolde belirlenen esaslar çerçevesinde) Başkanlığa gönderilecektir.

Mükellefler, Başkanlığın belirleyeceği dönemleri içeren verilerin yer aldığı DVD-R'ları, verilerin ait olduğu dönemi takip eden ayın en son günü akşamına kadar Başkanlığa elden veya iadeli taahhütlü posta ile göndermek zorundadırlar.

Mükellefler tarafından gönderilen DVD-R'lar Başkanlıkça (belirlenen formata uygun olarak hazırlanıp hazırlanmadığı yönünde) bir ön denetime tabi tutulacaktır. Ön denetim sonucunda, DVD-R'ların istenilen formata uygun olmadığı anlaşılmaması halinde durum mükellefe bildirilecek ve mükellefler verilen süre içerisinde gerekli düzeltmeleri yaparak yeni DVD-R'ları Başkanlığa göndereceklerdir.

Başkanlıkça ön denetime tabi tutularak, belirlenmiş olan formata uygunluğu kabul edilen veriler, vergi kanunları karşısında kağıt ortamında tutulan defter ve belgeler gibi kabul edilecektir.

Vergi Usul Kanununda ve diğer vergi kanunlarında yer alan defter (tasdike ilişkin hükümler hariç), kayıt ve belgelere ilişkin hükümler elektronik defter ve belgeler için de geçerlidir.

Mükelleflerin, verilerini Başkanlığa göndermiş olmaları, defter ve belgelere ilişkin muhafaza ve ibraz ödevlerini ortadan kaldırmamaktadır.

Diğer kurumlar tarafından elektronik ortamda tutulan defter ve belgelerin kağıt ortamında ibrazının istenmesi halinde, mükellefler elektronik defter ve belgeleri kağıt ortamına aktararak bu yükümlülüklerini yerine getirebileceklerdir.

Bu Tebliğde belirtilen veri formatında yer almayan ve diğer Kanun hükümlerine göre düzenlenmesi, kullanılması veya muhafazası gereken defter ve belgelerin, kağıt ortamında düzenlenmesine, kullanılmasına ve muhafaza edilmesine devam edilecektir.

Başkanlık, durumlarını da dikkate alarak mükelleflerin;

1. Vergi Usul Kanunu uyarınca düzenlemek zorunda oldukları belgelerin tamamı veya bir kısmını (asıl nüshayı) kağıt ortamında düzenleyerek ilgili kişilere vermelerine ve sadece bu belgelerin ikinci nüshalarını,

2. Vergi kanunlarına göre tutmak zorunda oldukları defterleri,

3. Vergi kanunlarına göre tutmak zorunda oldukları defterlerin yanında Vergi Usul Kanunu uyarınca düzenlemek zorunda oldukları belgelerin tamamı veya bir kısmını (asıl nüshayı) kağıt ortamında düzenleyerek ilgili kişilere vermelerine ve sadece bu belgelerin ikinci nüshalarını,

4. Vergi kanunlarına göre tutmak zorunda oldukları defterlerin yanında bu defterlerin dayanağı olan belgelerden sadece alış ve gider belgesi mahiyetinde olanları veri formatına uygun şekilde elektronik ortamda elektronik defter ve/veya belge olarak muhafaza etmelerine, bir veya birkaçını uygulamalarına (Tebliğin diğer bölümlerinde yer alan usul ve esaslara uyulmak şartıyla) izin vermeye ve lüzumu halinde verilen izinleri kaldırmaya yetkilidir.

Elektronik verileri içeren DVD-R'ların normal süresinden sonra yazılı olarak istenmesine rağmen verilmemesi, Başkanlığa gönderilen ancak belirlenen formata uygun olmaması nedeniyle kabul edilmeyen verilerin, yeniden verilen süre içerisinde de verilmemesi halinde; bu Tebliğe göre verilen izin Başkanlıkça iptal edilebilecektir. İzinleri Başkanlıkça iptal edilen mükellefler, 5 yıl süre ile bu Tebliğ ile getirilen uygulamadan yararlanamayacaklardır.

İzni iptal edilen mükellefler, on gün içinde defter ve belgelerini tasdik ettirecek veya anlaşmalı matbaalara bastırarak ve eski usulde defter tutmaya ve belge düzenlemeye başlayacaklardır.

Mükelleflerin elektronik ortamda tuttukları defter ve belgelere ait DVD-R'ları veya gerekmesi halinde orijinal verilerinin, yetkili kişilere ibraz edilmemesi halinde Vergi Usul Kanununun ilgili hükümlerine göre işlem yapılacaktır.

SONUÇ

Avrupa Birliği Bilgi Toplumu Yüksek Uzmanlar Grubu raporunda da belirtildiği gibi; elektronik ticaretin vergilendirilmesi konusu tartışılırken, uygulanabilir "alternatif vergi sistemleri" ciddi olarak üzerinde durulması ve araştırmalar yapılması gereken bir konudur.

Elektronik ticaretin vergilendirilmesi günümüzde uluslararası maliye dünyasını meşgul eden en önemli konulardan birisidir. Bir grup, henüz gelişme aşamasında olan elektronik ticaretin vergilendirilmemesi gerektiğini, zaten çok yaygın olmayan, fakat gerek tüketicilere gerekse şirketlere büyük kolaylıklar ve faydalar sağlayan bu ticaret şeklinin mali kararlarla saptırılmaması gerektiğini savunmaktadır. Böyle bir uygulamanın genellik ve tarafsızlık ilkelerine ters düşeceği açıktır. Ancak katı bir şekilde tarafsızlık ilkesine bağlı kalmanın da ne kadar doğru olacağı konusunda şüpheler taşımaktayız. Bazı sektörleri vergi teşvik önlemleri ile desteklemek, eskiden beri varolan mali uygulamalardandır. Elektronik ticarete konu işlemlerin de hiç olmazsa belli bir süre vergiden istisna edilmeleri hem elektronik ticareti de dikkate alan vergi kanunlarının tartışılıp formüle edilmesi açısından vergi idarelerine zaman kazandıracak, hem de söz konusu ticaret şeklinin gelişip güçlenmesine katkıda bulunacaktır. Elektronik ticaret gerektiği kadar yaygınlaşıp belli bir olgunluk aşamasına ulaştıktan sonra, artık geçiş aşamasında hazırlanmış ve elektronik ticareti de dikkate alan vergi kanunlarıyla, herhangi bir kargaşaya yol açmadan planlı ve programlı bir şekilde vergilemeye gidilebilecektir.

Bir başka görüş ise, elektronik ticaret için yeni vergiler koymak yerine mevcut vergi kanunları ile bu işin yürütülmesidir. Ancak böyle bir uygulamanın, yukarıda açıkladığımız çeşitli nedenlerle hemen hemen olanaksız olduğunu ileri sürmek mümkündür. Elektronik ticaret, birçok yönden geleneksel ticaretten farklılık gösterdiğinden, vergilendirilmesiyle ilgili birçok sorun bulunmaktadır. Öncelikle elektronik ticaretin vergilendirilmesi, ülkelerin geleneksel ticarete göre düzenledikleri vergi kanunlarına göre yapılacaktır. Bu ise birtakım sorunlar yaratmaktadır. Bu güne kadar vergi sistemlerinde yapılan düzenlemeler coğrafi olarak bir yere bağımlılık temeline oturtulmuştur. Oysa elektronik ticarete fiziki olarak herhangi bir yere

bağımlılık söz konusu değildir. Bu durumda, gerek mükellef gerekse ülkeler için vergilerin kim tarafından tahsil edileceği, başka bir ifadeyle vergilendirme hakkının kimde olacağı konusunda önemli sorunlar yaşanmaktadır.

Mevcut vergi kanunları elektronik ticaretin söz konusu olmadığı dönemlerde çıkarıldıkları için elektronik ticaretin vergilendirilmesinde, yetersiz kalacaklar, vergi konusunun yeteri kadar tanımlanamaması matrahın gerektiği şekilde kavranamaması, çifte vergilendirme gibi çeşitli sorunlara yol açacaklardır. Bu nedenle, mevcut vergi kanunları ile hemen hemen tüm vergileme prensiplerini çiğneyerek, eksik ve adaletsiz bir vergileme yapmak yerine, elektronik ticaretin belli bir süre vergi dışı bırakılmasının daha doğru olacağını düşünmekteyiz. Elektronik ticaretin günümüzde fazla yaygın olmadığı göz önüne alındığında böyle bir uygulamanın hiç olmazsa şimdilik ülkelerin vergi gelirlerinde büyük bir azalmaya yol açmayacağını düşünmekteyiz. Günümüzde elektronik ticaretin vergilendirilmesinde karşılaşılan sorunların önemli bir kısmı daha önceden de ulusal ve uluslararası vergilendirmede var olan sorunlardır. Elektronik ticaret yeni vergilendirme sorunları yaratmaktan çok, mevcut sorunların daha da ağırlaşmasına yol açmıştır. Elektronik ortam, kayıt dışı ekonomi ve kara paranın aklanması gibi konular için uygun ortam yaratmaktadır. Böyle bir ortamda ülkelerin vergileme ile ilgili karşılaşılabilecekleri en önemli sorun, teknolojinin sunduğu imkanların bireylerin ve firmaların hareketliliklerini artırmaları ve günümüzde uluslararası vergi farklılıklarından daha kolay ve ucuz bir şekilde faydalanabilmeleridir. Elektronik ticarete vergiden kaçınma ve kaçırma olanakları daha fazladır. Bu durum elektronik ticaretin vergi matrahında önemli erozyonlar yaratmasına neden olabilmektedir. Tüm ülkelerin toplam vergi gelirleri içinde önemli bir yere sahip olan harcama vergilerindeki kayıp, kamu maliyesi açısından önemli sorunlar yaratacaktır.

Teknolojik imkanların, vergi sürecinin gerektirdiği karışık formaliteleri yerine getirebilecek donanıma sahip olmayan küçük ve orta ölçekli firmaları da elektronik ticaret ortamına çekmesi, bilerek yada bilmeden yapılan vergi hatalarını artıracaktır. Elektronik ortamın vergi denetimlerini güçleştirmesi vergi kayıp ve kaçaklarının daha da artmasına yol açacaktır. Küçük ve orta ölçekli şirketlerin de uluslararası ticarete katılmaları denetlenmesi gereken mükellef sayısını artıracığından, hem vergi idarelerinin iş yükünü artıracak hem de denetimlerin etkin bir şekilde yapılmasını

engelleyecektir. Bu sorunun giderilebilmesi yada hiç olmazsa hafifletilebilmesi için elektronik ticaretin vergilendirilmesinde vergilendirilecek kurumlar, kişiler ve işlemler belli olmalı yani vergi mükellefleri, vergi sorumluları, oranlar, vergilerin ödeme şekli ve zamanı herkesin anlayabileceği basit bir şekilde formüle edilmelidir. Olası vergi geliri kayıplarını telafi edebilmek için teknolojik olanaklardan yararlanarak yeni denetim teknik ve yöntemlerinin geliştirilmesi gerekmektedir. Elektronik ticaretin vergilendirilmesi ile ilgili kurallar teknolojik ve ticari gelişmelere uyum sağlayabilecek esneklikte olmalıdır.

Elektronik ticaret, teknolojik gelişmelere son derece açık dinamik bir alan olduğundan, bu alanı vergilendirecek kuralların da belirli bir esnekliğe sahip olmaları gerekmektedir. Yürürlükteki vergi kanunları elektronik ticaret de dikkate alınarak yeniden ele alınmalı, fakat bu yapılırken tarafsız ve adil olunmalı, elektronik ticarete herhangi bir ayrıcalık sağlanmamalıdır.

Mevcut düzenlemelerle, firmaların yada kişilerin web sayfalarındaki bilgilerinin doğruluğu tespit edilememektedir. Elektronik ticarete üretimden dağıtımına kadar olan süreçte birçok aracı devre dışı kaldığı için Maliye'nin başvurabileceği bilgi kaynakları azalmış ve böylece tarafların aralarında anlaşarak vergi kaçırılmalarını kolaylaştırmıştır. Bu bilgilerin doğruluğunu onaylayacak kurumların en kısa zamanda oluşturulması gerekmektedir.

Bazı ekonomistler, elektronik ticaretin ayrı bir vergiye tabi tutulmasını önermişlerdir." Bilgisayarla aktarılan bilgiyi kullanım vergisi (Bit Tax) " denilen vergi önerilmiştir. Bu görüşten yana olan ekonomistlere göre; uyumlu, mantıklı ve devamlı bir standarda sahip bir tüketim vergisi getirilirse, bu vergi ya hizmetler sağlayan talep-yanlı değişimler ya da elektronik ticaret firmalarının yarattığı arz-yanlı değişimler tarafından tehdit edilmeyecektir. Bu vergi salt elektronik ortamda yapılan veri aktarımı işlemlerini vergi konusu yapmaktadır. Vergi, veri aktarımı yapanların kimliklerinden bağımsız olarak, aktarılan bilgiyi aynı oranda vergilendirmektedir. Böylece elektronik ticarete KDV uygulamasında karşılaşılan verginin yükümlüsünü belirleme sorunu bu vergiyle giderilebilmektedir. Ancak bu vergi, ticari işleme konu olan mal ve hizmetlerin vergilendirilmesinden ziyade satış sırasında gönderilen bilgilerin vergilendirilmesine dayanmaktadır. Bu ise, ticari amaçlı olmayan elektronik işlemlerin de

vergilendirilmesine neden olacaktır. Bu vergi ticari olsun olmasın tüm bilgi aktarımını vergilendirdiği ve tüm ürünleri aynı oranda vergiye tabi tuttuğu için kabul görmemiştir. Bir diğer görüş, uluslararası işbirliğinin yapılarak ortak politika izlenmesi gereğinin belirtilmesidir. Aksi takdirde ülkelerarası sermaye mobilitesi bazı ülkeler lehine değişecektir.

Uluslararası sorunların çözümünde en etkin yöntem elbette ki yine uluslararası anlaşmalar yapmaktır. Çünkü internet üzerinden yapılan ticarete ülke sınırları anlamsız hale gelmektedir. Bu durum yeni ekonomi nedeniyle oluşan boşlukları doldurabilmek için ülkeler arasında işbirliği gerekmektedir. Ancak bu işbirliği mutlaka ve her halükarda tüm dünya ülkelerini kapsamak zorunda değildir. Bu anlaşmalar, ticari ilişkiler dikkate alınarak aralarında ticari ilişkiler kuvvetli olan ülkeler arasında yapılabileceği gibi ikili anlaşmalarla da giderilebilir. Elektronik ticaret global bir olay olduğu için, bu ticaretin vergilendirilmesi ile ilgili bulunacak çözümlerin diğer ülkeler tarafından kabul edilebilecek yapıda olması gerekir. Bu yüzden yapılacak çalışmalarda mevcut ulusal ve uluslararası vergileme ilke ve düzenlemeleri esas alınmalıdır.

Elektronik ticaretin vergilendirilmesi konusunda en basit ve doğru yaklaşım tarafsızlıktır. Yani elektronik ticaretin, geleneksel ticaret gibi aynı mevcut vergilere konu olmadır. Başka bir ifadeyle, bu ticaretin gelişimini engelleyecek yersiz müdahalelerden kaçınılmalı, yeni vergiler konulmamalı, mevcut yasal çerçeve içerisinde hareket edilmelidir. Ancak bu düzenlemelerin yetersiz kalması durumunda mevcut ilke ve düzenlemelerde bazı değişiklikler yapılmalıdır. Bunlar yapılırken de, devletin ekonomi ve piyasalara müdahalesinin en az düzeyde olmasına dikkat edilmelidir.

Elektronik ticarete karşı karşıya kalınan uluslararası vergilendirme sorunları genelde gelirin vergilendirilmesi açısından ortaya çıkmaktadır. Gelirin kaynağı, ikametgah ve işyeri gibi temel kavramların elektronik ortamda uygulanmasında, bazı ülkelerde belirsizlikler ve idari zorluklarla karşılaşmaktadır. Mevcut uygulamalara göre elektronik ticaret işlemlerinden elde edilen gelirin kar yada gayrimenkul sermaye iradı olarak sınıflandırılması, gelirin hangi ülkeden kaynaklandığını, dolayısıyla hangi ülkenin vergilendirme hakkına sahip olduğunu belirlemektedir. Bu nedenle, bütün

ülkelerin sadece yerleşim yerine (ikamet ilkesi) göre geliri vergilendirmesi, hem sabit işyerinin belirlenmesi ihtiyacını ortadan kaldırmakta, hem de elektronik ticaret işlemlerinden elde edilen gelirin niteliğinin belirlenmesini sadece ulusal bir sorun haline getirmektedir. Ancak, bütün ülkelerin sadece yerleşim yerine bağlı vergilemeye geçilmesinin gelişmekte olan ülkelerin vergi gelirlerini azaltıcı etkisini göz önüne alacak önlemler alındığı takdirde faydalı görünmekle beraber, bu geçişin bütün etkileri itibariyle incelenmesine yönelik çalışmaların yapılması gereğinin olduğunu da vurgulamakta yarar vardır.

Elektronik ticaretle birlikte KDV uygulamasında ortaya çıkan sorunlar ise, benzer şekilde, yapılan ticari işlemlerin niteliği ve bu işlemlerden hangi ülkenin vergileme yetkisine sahip olacağı hususunda ortaya çıkmaktadır. Bu sorunların çözümünde, elektronik ticaret üzerinden yapılan işlemlerde öncelikle fiziki ürün ve sayısal ürün ayırımı yapılmaktadır. Fiziki ürünlerin teslimi geleneksel yollarla gerçekleştirildiği için KDV uygulamasında önemli bir sorun yaşanmayacağı söylenebilir. Müzik, oyun, görüntü, yazılı metin ve bilgisayar yazılımı gibi sayısallaştırılmış ürünlerin vergilendirilmesi konusunda ise güçlükler yaşanmaktadır. Çünkü bu ürünlerin niteliği ve sınıflandırılmasında çeşitli ülkeler arasında henüz bir görüş birliğine varılamamıştır. Ancak bu ürünlerin arzının bir mal arzı değil de bir hizmet arzı gibi işleme tabi tutulması konusunda bir fikir birliği olduğu da söylenebilir. Öte yandan, yapılan teslimlerden birden fazla ülke tarafından vergi alınmaması ve sadece bir kez vergi alınmasının sağlanması için önerilen kural ise, varış ülkesi prensibi olmuştur. Bu ilkeye göre mal ve hizmetler hangi ülkenin vergilendirme sınırı içerisinde teslim ve ifa edilmişse, bu işlemi vergilendirme hakkı o ülkeye ait olacaktır. Bunun sonucu olarak da, ihracat vergiden istisna edilmekte, ithalat ise vergiye tabi tutulmaktadır.

Vergi yasalarının elektronik ticaret ortamında etkili bir şekilde uygulanabilmesi için, vergi idarelerinin de bu yeni ortama ayak uyduracak şekilde yeniden yapılandırılması gerekmektedir. Elektronik ortamda bilgi akışı ve kayıt/belge düzeni oluşturulursa; yapılan işlerde hızlanma, yanlışların hemen hemen ortadan kalkması, kağıt ve kırtasiye tasarrufu gibi faydalarının elde edilmesinin yanı sıra, mali tabloların daha duyarlı ve daha kolay analiz edilebilir hale gelmesi mümkün olacaktır.

Elektronik ticaret konusunda yasal düzenlemelerini tamamlamış bir örnek ülke olmadığı gibi, uluslararası platformda bu konuda tartışmalar da devam etmektedir. Bu nedenle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin gelişmiş ülkelere göre geride kaldığı söylenemez. Ancak elektronik ticarete yaşanan hızlı gelişme ülkemizde fiziki altyapı eksikliklerinin hızla tamamlanmasını ve gerekli yasal düzenlemelere ilişkin çalışmaların bir an önce başlatılmasını zorunlu kılmaktadır.

E-ticaretle ilgili düzenlemelerin geciktirilmesi yine global bir sorun ve bu arada Türkiye'nin de önemli bir sorunu olan kayıt dışı ekonominin bu alana yönelmesine zemin hazırlayabilecektir. Bunun yanında yine bu alanda uluslararası işbirliğinin yeterince olmaması hızla yayılmakta olan ve belki de içinde bulunduğumuz yüzyıla damgasını vuracak olan yeni ekonomi ile ilgili işbirliğini zorunlu kılmaktadır.

Çünkü zamanında alınmayan önlemlerin ileriki yıllarda daha da zorlaşacağı ülkeler açısından vergi kaybı yada kayıt dışı ekonominin güçlenmesi gibi olumsuz sorunları beraberinde getirebilecektir. Günümüzde varılan kanaat e-ticaretten kaynaklanan sorunları mümkün olduğunca mevcut ulusal ve uluslararası düzenlemelerle gidermek yönündedir. Ancak bu düzenlemelerin yetersiz olduğu durumlarda yeni anlaşmalar yapılmalıdır. Çünkü zaten hala dünya ticaretine geleneksel ticaret hakimdir. Ve bunun yanında mevcut mevzuatlar uzun yılların birikimiyle oluşmuştur. Ancak sorunların bütünüyle bu şekilde çözüme kavuşturulması güçtür.

Elektronik ticareti organize edecek yasal düzenlemelerin ana ilkelerinin belirlenmesinde dikkat edilmesi gereken hususlar, aşın düzenlemelerden kaçınılması, ticari hayatın gerçeklerini dikkate alarak, ulusal hedeflerin etkin ve verimli bir şekilde karşılanması olmalıdır.

Yine e-ticaretin teşvik edilmesi için şimdilik e-ticarete yönelik yeni vergiler ihdas edilmemelidir. Bir başka deyişle vergi sistemleri e-ticaret ve geleneksel ticaret arasında tarafsız olmalıdır.

Vergilendirilmesi mümkün olmayan yada teşvik edilmek istenen alanlar vergi dışı bırakılabilir. Bu vergi hasılatı açısından bir fayda getirmese de en azından işlemler yasallaşmış olur. İleriki dönemlerde aynı düzenlemeler getirilerek bu alanların da vergilendirilmesi mümkün olabilecektir.

E-ticaretin çözümünde nasıl bir çözüm benimsenirse benimsensin, vergilendirmenin basit olması ve düzenlemelerin e-ticaretin gelişmesini engelleyici olmaması gerekir.

E-ticaretin yaygınlaşması ile birlikte vergilerde bazı önemli kayıpların ortaya çıkacağı tahmin edilmektedir. Ancak şunu ifade etmek gerekir ki e-ticaretin yaygınlaşmasıyla birlikte geleneksel yöntemlerle vergi kaçak ve kayıpları azaltılamaz. Bu alanda uluslararası işbirliği yanında gümrüklerde bilgisayarlı otomasyona geçilmesi, denetimlerin geleneksel yöntemlerin yerine iletişim teknolojisinin sunduğu imkanlardan yararlanarak yeni denetim teknikleri geliştirilmelidir. Ancak bütün bu uygulamalara geçilmeden önce e-ticarete ilişkin ulusal politikaların belirlenmesi ve uluslararası işbirliğine gidilmesi gerekir.

KAYNAKLAR

- Ağbal, Naci, “Globalleşme ve Vergi Sistemlerinin Geleceği -I”, Yaklaşım, sy:105, Eylül 2001,ss.75-80.
- Akdemir, Tekin,-Öz, Ersan, “Elektronik Devlet ve Vergi Yönetimi-I”, Vergi Sorunları, Sy:187, Nisan,2004, ss.132-138.
- _____, “Elektronik Devlet ve Vergi Yönetimi-II”, Vergi Sorunları, Sy:188, Mayıs, 2004, ss.107-115
- Akın, H.Bahadır, Yeni Ekonomi Strateji, Rekabet, Teknoloji Yönetimi, Çizgi Yayınevi, Konya, 2001
- Alptürk, Ercan, “B2B Firmadan Firmaya yapılan Elektronik Ticaret İşlemlerinin Finansal Boyutu”, Yaklaşım, Haziran 2002, ss.58-62.
- _____, “Bilişim Suçları ve Elektronik Ticaret”, Yaklaşım, Sy:106, Ekim, 2001, ss.151-154.
- _____, “Free Lancer Faaliyetleri Vergilendirilir mi?”, Vergi Sorunları, sy.156, Eylül, 2001, ss.14-116.
- _____, “Elektronik Fon Transferi (EFT) İşlemlerinin Ödemeler Sistemindeki Yeri”, Yaklaşım, sy.101, Mayıs 2001,
- _____, Elektronik Ticaretin Hukuku ve Vergilendirilmesi, Kazancı Matbaacılık, İstanbul, Kasım 2005.
- _____, “Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesi”, Vergi Sorunları, Sy:153, Haziran 2001, ss.37-45.
- _____, “Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesinde Ana Sorunlar”, Yaklaşım, Sy:112, Nisan, 2002, ss.149-156.
- _____, “Elektronik Ticarete Bilgi Güvenliği”, Yaklaşım, Ocak,2002, Sy:109, ss.114-118.
- _____, Elektronik Pazar Yerleri ve B2B, Vergi Sorunları”, Sy.198, Mart, 2005, ss.33-37.
- _____, “İnternette Alışveriş Sitelerinin Vergisel Yükümlülüklerine İlişkin Değerlendirmeler”, Yaklaşım , sy:107, Kasım 2001, ss. 166-170.

- Anbar Adem, E-Ticarette Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri, Akdeniz İ.İ.B.F.Dergisi, 2001, ss.23-28.
- Aykın, Hasan, “Türk Vergi Hukukunda Elektronik Defter, Belge Kayıt Kavramları”,
www.turk.internet.com/haber/yazigoster.php3?yaziid=10022
- , “Yeni Ekonomi, E-Devlet ve Gelir İdaresi-I”, Yaklaşım, sy.100, Nisan 2001, ss.80-85.
- Bakkal, Ufuk, Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesi- I’, Yaklaşım, Sy:97, Ocak 2002, ss.207-212
- , “Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesi-II”, Yaklaşım, Sy:98, Şubat, 2002, ss.234-238.
- Bayram, Özgür; “İnternet, Bilgi Teknolojilerinin Gelişimi, Elektronik Ticaretin Dünya Ticaretine Etkileri”, www.igeme.org.tr.
- Berber, Leyla K., “Elektronik Para,
<http://ekonomi.nuvegroup.com/g%C3%BCndem/epara.htm>,
- BİLTEN: “Elektronik Ortamda Vergilendirme ve Vergi Toplama”, www.igeme.org.tr
- Canpolat, Önder, “E-ticaret ve Türkiye’deki Gelişmeler”, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Hukuk Müşavirliği, Ankara, Mart,2001
- Çak, Murat, Türkiye’de Elektronik Ticaret ve Vergilendirilmesi, İstanbul Ticaret Odası, 2002-06, İstanbul.
- Çetinkaya, Murat, “Elektronik Ticaretin Türkiye Ekonomisi Üzerine Etkisi”, www.ceterisparibus.net/yeniekonomi/e_ticaret.htm
- David Hardesly, "International Taxation of Digital Product and Services", www.ecommercetax.com/doc/032700 18.05.2005
- Demirel, İnci, “Hukuk Elektronik Yaşam ve Ticaretin Hizmetinde”, www.e-ticaret.gov.tr/rapor/
- Dolanbay, Coşkun, “E-ticaret Strateji ve Yöntemler”, Meteksan Sistem Yayınları, Ankara, 2000
- Dönmez, Recai, “Vergi Hukuku Açısından Küreselleşme ve Elektronik Ticaret”, <http://home.anadolu.edu.tr/~rdonmez/e-tic-tam.htm>

- ETKK Teknik Çalışma Grubu Değerlendirme Raporu, Ankara, Mayıs,1998,
- Erdengi, T.Bora, “Elektronik Ticaret ve Gümrük İdarelerine Vergiler Açısından Muhtemel Etkileri-2”, Gümrük Dünyası, Sy:30, Temmuz 2001, ss.17-26.
- Ersoy, Zeynep, “Elektronik Ticaret ve Ticaret Noktaları”, İGEME,Ankara, 1999,
- Giray, Filiz, “Harcama Vergileri Açısından Elektronik Ticaret”, Vergi Dünyası, Sy:254,Ekim 2002, ss.116-128.
- Günaydın, İhsan, “Elektronik Ticaretin Vergi Politikası ve Vergi İdaresi Üzerine Etkisi”, Muhasebeci ile Diyalog, sy.148, Ağustos 2000, ss.9-23.
- Günaydın, İhsan, -Benk, Serkan, “Globalleşmenin Vergi Sistemlerinde Ortaya Çıkardığı Sorunlar ve Çözüm Önerileri”, Vergi Sorunları, Sy:180, Eylül 2003, ss.116-120.
- Güneş, İsmail, “Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesinin Uluslararası Boyutu”, www.ceterisparibus.net/yeniekonomi/e_ticaret.htm,
- Güngör, Kamil, “Elektronik ticaretin Vergilendirilmesinde Vergi Uluslararası İşbirliği” Vergi Dünyası, Sy:251, Temmuz 2002, ss.132-144.
- İnce, Murat, Elektronik Ticaret Gelişmekte Olan Ülkeler İçin İmkanlar ve Politikalar, ekutup.dpt.gov.tr/ticaret/incem/eticaret.html,
- Javanpour, Oliver, “Elektronik Ödeme ve Vergileme Yoluyla Globalleşme”, çev. Ersan Öz, Vergi Sorunları, sy.157, Ankara, 2001, ss.102-105.
- Kalakota,Ravi,-Robinson,Marcia, M-Business:The Race to Mobility, McGraw Hill,Newyork,2004
- Küçüközyiğit, Galip, “Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesinde “Bit Vergisi” Teklifi”, Vergi Dünyası, Sy:263, Eylül 2003, ss.179-187.
- _____, “Vergilendirme Tartışmaları Bağlamında Elektronik Ticaretin Hukuksal Tanımı Ne Olmalıdır? I”, Vergi Sorunları, sy.174, Ankara, Nisan, 2003, ss.164-170.
- _____, “Vergilendirme Tartışmaları Bağlamında Elektronik Ticaretin Hukuksal Tanımı Ne Olmalıdır? II”, Vergi Sorunları, sy.175, Ankara, 2003, ss.150-158.
- Laudon,Kenneth C.,-Traver,Carol Guercio, “E-commerce;Business,Technology,Society”, Addison-Wesley, Boston,2004,

- Odyakmaz, Nemci, Bilgi Teknolojileri, Küreselleşme ve Kalınma,
www.foreigntrade.gov.tr/ead/DTDERGI/tem2000/bilgi.htm
- OECD, "OECD Model Tax Conventlion",
<http://vwww.oecd.org/daf/fa/treaties/lreatyhlm> p 5,
- OECD, "Technical Advisory Group on Treaty Charactedzation of E-Commerce Payments Draft for Comments",
www.oecd.org/daf/fa/treaties/tcecommmpay.htm,
- OECD, Electronic Commerce;Taxation Framework Conditions, Directorate for Financial, Fiscal and Enterprise Affairs Committe on Fiscal Affairs, www.oecd.org/daf/fa/treaties/tcecommmpay.htm
- Özbek, Aziz, "Elektronik Ticaret ve Vergilendirilmesi", Vergi ve Muhasebeciyle Diyalog, sy.148, Ankara, Ağustos 2000, ss.42-49.
- _____, "Elektronik Ticaret ve Vergilendirilmesi III", Vergi Ve Muhasebeciyle Diyalog, sy:150, Ekim 2000, ss.38-49.
- Özby, Sebahat, -Yazıcı, Selma, Elektronik Ticaret, Detay, Ankara,2004
- Özel, Salih, "Elektronik Ticaret, Yasal Yapısı Ve Denetimi", Vergici Ve Muhasebeciyle Diyalog, Sy: 171, Temmuz 2002, ss.45-57
- Özmen, Şule, Ağ Ekonomisinde Yeni Ticaret Yolu E-Ticaret, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları 32, İstanbul, 2003,
- Sevinç, Eser, "E-Ticarette Güvenlik", www.ymm.net/vergi_rehberi/e-ticarette_guvenlik.htm , 18.05.2006
- _____, "Elektronik Ticaret Böyle Vergilendirilir", www.ymm.net/e-ticaret/elektronik_ticaret_boyle_vergilendirilir.htm
- _____, "E-Ticaret ve KDV", <http://www.ymm.net/vergirehberi/elektronik-ticaret-ve-kdv.htm>
- _____, "Elektronik Ticarette Katma Değer Vergisi", www.bendevar.com/v3/makale_209.html,
- _____, "Uluslararası Elektronik Ticarette Katma Değer Vergisi, www.ymm.net/e-ticaret/uluslararasi_e-ticaret.htm,
- Şenyüz,Doğan, Türk Vergi Sistemi,Ezgi Kitap Evi, 2001,Bursa

- Tanzi, Vito, "Globalleşme ve Vergilemedeki Mali Boşluklar", Çev: Hüseyin Şen, Vergi Dünyası, sy:241, Eylül 2001, ss.165-172.
- Tekin Akdemir, Ersan Öz, "Elektronik Devlet Ve Vergi Yönetimi", Vergi Sorunları, Sayı:187, Nisan 2004,
- Telkoder Kablo TV Komisyonu Raporu Yönetici Özeti, Ankara, 2003, www.telkoder.org.tr/1-report/catv-%F6zet.doc,
- Terzi, Özlem, - Bilgili, Songül Dalgıç, "E-Ticaret", Ekonomik Forum, Şubat 2005, ss.58-63.
- Türkiye Bilişim Şurası 2002 Sonuç Raporu
- Türkiye Bilişim Şurası 2004 Sonuç Raporu
- Uslu, İzzet, "Küresel Pazar ve Elektronik Ticaret", www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt458 ,
- Uyanık, N.Kemal, "Küreselleşme ve Neden Olduğu Vergisel Sorunlar", Yaklaşım, Sy:107, Kasım 2001, ss.71-76.
- Uysal, Levent, "E-ticaretle Gelen Yeni Ekonomi", www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=539,
- Yaltı, Billur, Elektronik Ticarete Vergileme, Der Yayınları, İstanbul,2003
- Yıldız, Habib, "Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesi", Vergi Dünyası, Sayı 255, Kasım 2002, ss.140-153.
- Yumuşak, İ.Gürhan, "Elektronik Ticaretin Gelişmekte Olan Ülkelere Etkileri ve Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme", www.ceterisparibus.net/yeniekonomi/e_ticaret.htm,

DİĞER KAYNAKLAR

<http://www.ainfos.ca>
<http://www.akbank.com>
<http://www.bilgiyonetimi.org>
<http://www.bulten.medu.tr>
<http://www.cisco.com/tr>
<http://www.ceterisparibus.net>
<http://www.cnnturk.com>
<http://www.e-ticaretmerkezi.net>

<http://www.etkk.gov.tr>,
<http://www.elektronikticaretrehberi.com>
<http://www.e-ticaret.gov.tr>
<http://www.e-shop.gen.tr>
<http://www.igeme.org.tr>
<http://www.infomag.com.tr>
<http://www.internethaftasi.org.tr>
<http://www.internetworldstats.com>
<http://www.kobigelisim.com>
<http://www.muhasibat.gov.tr>
<http://www.onlineticaret.net>
<http://www.radikal.com.tr>
<http://www.sabah.com.tr>
<http://www.sbs.com.tr>
<http://www.teknoart-design.com>
<http://www.turkpoint.com>
<http://www.teknoart-design.com>
<http://www.4.hp.com/gomobile/tr/>
<http://bilisim.milliyet.com.tr>
<http://eticaret.garanti.com.tr>
<http://kurul.ubak.gov.tr/>
<http://turk.internet.com>

ÖZGEÇMİŞ

| | | | |
|--------------------------------------|-----------------------|-----------------------|--|
| Doğum Yeri ve Yılı | : KARAMAN-1981 | | |
| Öğr.Gördüğü Kurumlar | Başlama Yılı | Bitirme Yılı | Kurum Adı |
| Lise | 1995 | 1998 | İzmir Maliye Meslek Lisesi |
| Lisans | 1998 | 2002 | U.Ü.İ.B.F. Maliye Bölümü |
| Yüksek Lisans | 2003 | - | U.Ü.S.B.E. Maliye A.B.D. Maliye Bölümü |
| Doktora | - | - | |
| Medeni Durum | : Bekar | | |
| Bildiği Yabancı Dil ve Düzeyi | : İngilizce | | Orta Düzey |
| Çalıştığı Kurum (lar) | Başlama Tarihi | Ayrılma Tarihi | Çalışılan Kurumun Adı |
| | 25.07.2000 | - | Uludağ Vergi Dairesi Müdürlüğü |
| Diğer | : - | | |
| | | | 22.09.2006 Ali SEZER |