

Bölüm 6

E-TİCARETİN EKONOMİK BÜYÜME VE VERGİ GELİRİNE ETKİSİ: LİTERATÜR TARAMASI

Hüseyin KUTBAY¹
Nursel SAĞDIÇ²

1. GİRİŞ

Bireylerin ve firmaların insan uygarlığının başlangıcından bu yana içerisinde yer aldıkları ticari faaliyet, her geçen dönem daha çok değişmiş ve gelişmiştir. Ticari faaliyette son yirmi yılın en büyük gelişmelerinden birini ise şirketler ve bireyler arasındaki ticari işlemlerde internet kullanımının artması oluşturmaktadır. İnternet sınır ötesi e-ticaret işlemlerinde bireyler ve firmalar için fırsatları da önemli ölçüde genişletmiştir (Terzi, 2011). 15-20 yıl öncesine kadar teknoloji, firmaların ve bireylerin daha geniş pazar alanına erişebilmeleri için yeterince gelişmediğinden ve firmalar diğer pazarların ve tüketicilerin kapsamı ve potansiyelinin farkında olmadığından işletmeler ve bireyler çoğunlukla iç pazarlarına odaklanmışlardır. Ancak teknolojiye dayanan, bilgisayarlar ve internetin yönlendirdiği yeni bilgi ekonomisiyle birlikte sosyal ve ekonomik yapılarda dünya çapında önemli değişiklikler meydana gelmiş ve firmalar ve bireyler iç pazarlarla yetinmeyip e-ticaret kapsamında dünya çapında pazarlara ulaşma imkânı elde etmişler ve böylece e-ticaretin bir sonucu olarak, internette sunulan hizmetlerin hacmi ve malların kalitesi önemli ölçüde artış göstermiştir. Bilgi teknolojisindeki bu ilerlemenin bir neticesi olarak birçok işletmenin daha etkili rekabet edebilmeleri ve rakiplerine göre rekabet avantajı elde edebilmeleri için işlemlerinde e-ticaret modellerini uygulamaları bir zorunluluk haline gelmiştir (Dixit & Sinha, 2016).

Askeri amaçlar için tasarlanan, akademik amaçlar için kullanılan ve daha sonra tüm kullanıcılara açılan internetin, çağımızda bilgiye çabuk, basit, ekonomik ve güvenli bir şekilde ulaşmanın ve bilgiyi paylaşmanın başlıca yolu olduğu kabul edilmektedir (Güleç & Bülbül, 2004). İnternetle birlikte, uzak coğrafyalarda farklı şekillerde yaşayan insanlar özgürce birbirleri ile haberleşmeye başlamışlardır. Enformasyon ve bilgi, yalnızca belli ve elit bir kesimin elinde olmaktan çıkmış,

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, hkutbay@kmu.edu.tr.

² Yüksek Lisans Öğrencisi, nurselsagdic@kmu.edu.tr.

yöntemiyle sadece kitap, giysi, gıda ve bilgisayar gibi fiziksel ürünler değil, aynı zamanda finansal danışmanlık, eğitim vb. hizmetler de sunulduğundan, e-ticaretin kapsamı ve büyüklüğü her geçen gün artmaktadır. Bu yeni iş modelinin her geçen gün daha fazla gelişmesi ile birlikte ulusal sınırlar içerisinde gerçekleştirilen ticaret, dünya çapında iş yapma normuna dönüşmüş ve daha fazla ürünün daha fazla müşteriye kısa sürede ulaşımını sağlayarak hem verimlilik açısından hem de tüketim harcamaları açısından ekonomik büyümeye etki etmektedir.

Ekonomik büyümeye katkısı literatür çalışmalarıyla da desteklenmiş olan e-ticaret, özellikle yerel işletmelerin küresel pazara dönüşmesiyle dünyadaki vergi otoritelerine meydan okumaktadır. Çünkü geleneksel ticaretin vergilendirilmesinde uygulanan vergi mevzuatları e-ticaretin vergilendirilmesinde, vergiyi doğuran olayın, vergi mükellefinin ve gelirin kaynağının neresi olduğunun belirsizliği sebebiyle yetersiz kalmaktadır. Bu nedenle, geleneksel vergi kuralları mevcut ticari işleme göre değiştirilmeli ve güncellenmelidir. E-ticaretin vergisel boyutunda da yapısal ve uygulama kaynaklı aksaklıklar görülmekte olup hukuki ve mevzuatsal düzenlemelerin çağa uygun şekilde düzenlenmesi ve bu sektörün vergilendirilmesinde ulusal değil uluslararası düzenlemelerin yapılması gerekmektedir. Çünkü e-ticaret uluslararası bir olgu olduğundan, vergilendirilmesi için yapılacak çalışmalarında uluslararası olması gerekmektedir. zira e-ticaret vergilendirmede önemli bir unsur olan sabit işyeri olgusunu egale etmektedir. Netice olarak vergi planlamasının, politikasının ve idaresinin, vergi etkisi doğurabilecek değişen iş süreçlerinin doğasında yeni bir belirsizlik sağlamak için değişen iş teknolojisiyle birlikte gelişmeli gerekmektedir. Çünkü iyi bir denetim ve gelir kaynağını tespit edebilecek bir süreç vergi gelirlerinin artmasını sağlayacaktır. Çünkü e-ticaretin vergi gelirlerini arttırdığı az da olsa bazı akademik çalışmalarda belirtilmiştir. Ayrıca gerek vergi tahsilatlarının internet üzerinden kolaylıkla yapılabilmesi gerekse e-ticarete konu mal ve hizmet alımlarının fatura mukabili ve genellikle banka kartı ile yapılıyor olması da vergi gelirleri üzerinde olumlu bir etki oluşturmaktadır.

KAYNAKÇA

- Agrawal, K. & Agrawal, N. Impact of e-commerce on taxation. *International Journal of Information and Computation Technology*, 2014; 4(1), 99-106.
- Arslan, B. Türkiye'de e -ticaretin ülke ekonomisi üzerine etkisi. Namık Kemal Üniversitesi SBE Yüksek Lisans Tezi, Tekirdağ, 2019.
- Bahrini, R. & Qaffas, A.A. Impact of information and communication technology on economic growth: evidence from developing countries. *Economies*, 2019; 7(21), 1-13, doi:10.3390/economies7010021.
- Brânda, C., Megan, O & Crăciunescu, M. Study on the impact of e-commerce on tax and accounting activities. *World Applied Sciences Journal*, 2013; 24 (4): 534-539,DOI: 10.5829/idosi.wasj.2013.24.04.329

- Bristol, M.A. The impact of electronic commerce on tax revenues in the caribbean community. *Regional Tax Policy and Administration Unit, CARICOM Secretariat*, 2001.
- Civan, M. ve Bal, V. (2002). E-ticaret ve KOBİ'lerin geleceği. *I. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi*, Hereke- Kocaeli.
- Constantinescu, A. The potential of e-commerce in developing countries; study case: Romania. *Annals of the University of Craiova Economic Sciences*, 2011; XXXXI (39), 77-86.
- Coşkun, A. Elektronik ticarete vergilendirme sorunları ve uluslararası düzeyde çözüm arayışlarının Türkiye açısından değerlendirilmesi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2005; 14(1), 153-170.
- Çetinkaya, Ş. E-ticaret uygulamalarının makroekonomik göstergelere etkisi Swot analizi ve Türkiye'de e-ticaret gelişimi için bir eylem planı önerisi. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 2016; 6(11), 235-256.
- Dedrick, J., Gurbaxani, V. & Kraemer, K. L. Information technology and economic performance: a critical review of the empirical evidence. *ACM Computing Surveys*, 2003; 35, 1-28.
- Demirdöğmez, M., Gültekin, N., Taş, H. Y. Türkiye'de e-ticaret sektörünün yıllara göre gelişimi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 2018; 8(15), 2216-2236.
- DiMaggio, P., Hargittai, E., Neuman, W.R. & Robinson, J.P. Social implications of the internet. *Annual Review of Sociology*, 2001; 27, 307-336.
- Dimitrova, V. & Kaneva, M. (2018). Electronic commerce and gross domestic product growth in Bulgaria. 5th International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences and Arts, Conference Proceedings, 5, 297-304.
- Doğan, Z. ve Hamşioğlu, A. B. (2002). 2002 yılına doğru yeni ekonomi kavramı üzerine genel bir değerlendirme ve elektronik ticaret kavramı. *I. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi*, Hereke- Kocaeli.
- Elibol, H. ve Kesici, B. Çağdaş işletmecilik açısından elektronik ticaret. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2004; 11, 303-329.
- Elseoud, M. S. A. Electronic commerce and economic growth in Saudi Arabia. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 2014; 2(5), 1-16.
- Eser, L.Y. & Polat, S. Elektronik ticaretin transfer fiyatlandırmaya etkisi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 2014; 23, 52-69, Doi: <http://dx.doi.org/10.11611/JMER296>.
- Gerger, G.Ç. & Gerçek, A. Elektronik ticaretin vergilendirilmesi açısından katma değer vergisinin uygulama sorunlarının değerlendirilmesi. *International Journal of Public Finance*, 2016; 1(1), 61-74.
- Goldstein A. & O'Connor D. (2000). E-commerce for development: prospects and policy issues, oecd development centre. *Working Paper*, 2000; No:164.
- Hoq, Z., Kamal, S. & Chowdhury, E.H. The economic impact of e-commerce. *BRAC University Journal*, 2005; 2(2), 49-56.
- Hotunluoğlu, H. & Kirli, E. Vergi geliri üzerinde bireysel internet kullanımının etkisi. *KSÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 2015; 12(2), 285-292.
- Hotunluoğlu, H. & Özçağ, M. İnternet kullanımının vergi gelirlerine etkisi: OECD üyesi ülkeler için ampirik bir analiz. *Maliye Dergisi*, 2012; (163), 354-366.
- Jones, R. & Basu, S. Taxation of electronic commerce: a developing problem. *Intenational Review of Law Computers & Technology*, 2002; 16(1), 35-52.
- Jorgenson, D., Ho, M. & Shiroh, K. (2005). *Productivity, information technology and the american growth resurgence*, MIT Press.
- Kazemi, A. & Saeedy, S.S. Comparative study of effect of e-commerce on tax structure in selected countries: suggestions to improve tax system of Iran, *IJISSM*, 2015; 4(1), 396-402.
- Kinda, T. E-commerce as a potential new engine for growth in Asia. *IMF Working Paper*, 2019; WP/19/135.
- Khurana A. (2016), *Advantages and disadvantages of e-commerce: look beyond the hype: analyze the advantages and disadvantages of e-commerce*, (06.02.2020 tarihinde <https://www.thebalancesmb.com/ecommerce-pros-and-cons-1141609> adresinden ulaşılmıştır):

- Liu, S. (2013). An empirical study on e-commerce's effects on economic growth, *ICETMS*, 81-84.
- McLure, C. E., Jr. (2001). *Taxation of electronic commerce in the euro pean union*. Prepared for presentation at a conference on "Tax Policy in the European Union" held at the Research Center for Economic Policy, Erasmus University, Rotterdam, October 17-19.
- Mensch, G. (1979). *Stalemate in Technology*. Ballinger.
- Mirmiran, S.F. & Shams, A. The Study of differences between e-commerce impacts on developed countries and developing countries, case study: USA and Iran. *New Marketing Research Journal, Special Issue*, 2014; 79-100.
- Omar, A. Bhutta, M.K.S. & Sanchez, T. The impact of e-taxation policy on state and local government revenue, *Electronic Government an International Journal*, 2009; 6(4), 378-390.
- Ödemişli, E. Elektronik ticaretin Türkiye ekonomisinde yarattığı katma değer, Marmara Üniversitesi SBE Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2019.
- Öksüz, M. & Türgan, T. Türkiye'de elektronik ticaretin vergilendirilmesi ve tevkifat müessesesi. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2018; 16 (32), 135-156.
- Özsoy, N.K. Elektronik ticaret uygulamalarının Türkiye ekonomisine olumlu ve olumsuz etkileri. Afyon Kocatepe Üniversitesi SBE Yüksek Lisans Tezi, Afyon, 2019.
- Qu, L. & Chen, Y. (2014). *The impact of e-commerce on china's economic growth*. The Thirteenth Wuhan International Conference on E-Business, 65-72.
- Palil, M.R. The effect of e-commerce on malaysian tax system: an empirical evidence from academicians and malaysian tax practitioners, *Jurnal Akuntansi & Keuangan*, 2004; 6(1), 1-9.
- Porter, M. (1990). *The competitive advantage of nations*. Macmillan.
- Saatçioğlu, C. Yeni ekonomi ve finansal piyasalar üzerindeki etkisi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 2010; 19(1), 151-165.
- Sinha. D. K. (2015). *Advantages and disadvantages of e-commerce – discussed*, (06.02.2020 tarihinde <http://www.yourarticlelibrary.com/business/advantages-and-disadvantages-of-e-commerce-discussed/41223> adresinden ulaşılmıştır).
- Schumpeter, J. (1961). *Theory of economic development*. Harvard University Press.
- Solow, R.M. A contribution to the theory of economic growth, *Quarterly Journal of Economics*, 1956; 70(1), 65-94.
- Surmanidze, Z. (2016). *Role of e-commerce in economy*. Proceedings of the Finance and Economics Conference, 7.
- Swan, T.W. Economic growth and capital accumulation, *Economic Record*, 1956; 32(63), 334 -361.
- Şimşek, S. Türkiye'de elektronik ticaret ve e-ticaretin KOBİler üzerindeki etkisi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, SBE, Uluslararası Ticaret, İstanbul, 2012.
- TÜBİSAD (2019). *E-Ticaret 2018 pazar büyüklüğü raporu*, (10.10.2019 tarihinde <http://www.tubisad.org.tr/tr/guncel/detay/E-Ticaret-hacmi-yuzde-42-buyuyerek-2018-yilinda-59-9-milyar-TLYe-ulasti/58/1980/0> adresinden ulaşılmıştır).
- Viboonthanakul, S. Smuggling via e-commerce: effect on tax revenue, *Journal of International Trade Law and Policy*, 2009; 8(3), 272-290.
- Yazıcı, A. Elektronik ticaretin ekonomik boyutu. *Eskişehir Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2002; 18(1), 85-103.
- Yılmaz, M. L. KOBİ'ler ve e-ticaret. *Yeni İpekyolu Dergisi*, Konya Ticaret Odası, 2007.
- Zainal, N.F. & Udin, N.M. (2015). *The impacts and challenges of electronic commerce on taxation*, International Conference on E-commerce, Kuching, Sarawak, Malaysia.