

## Bölüm 2

### E-PAZAR VE VERGİ DENETİMİ

Hüseyin KUTBAY<sup>1</sup>  
Ferdane YAŞAR<sup>2</sup>

#### GİRİŞ

İnsanlık tarihi kadar eski geçmişi olan ticaret kavramının, internet kullanımının da hızla yaygınlaşmasıyla birlikte birçok çeşidi ortaya çıkmıştır. İnternet üzerinden yapılan alışverişlerde klasik yöntem ve araçlar, fiziki sınırlar ortadan kalkarak insanların ekonomik faaliyetleri ve ekonominin tüm sektörleri artık büyük ölçüde 1993 yılından itibaren işlerlik kazanarak yaygınlaşmaya başlayan “www” ile şekillenmeye başlamıştır (Sarıkaya & ark., 2010). İnsan hayatını kolaylaştıran internet, ticaret kavramına farklı bakış açıları getirmiştir. Bunlardan en önemlisini sanal ortamda web siteleri kurularak alışverişin daha kolay yapılması oluşturmaktadır (Akar & Yurter, 2015). Elektronik ticaretin ortaya çıkmasıyla E-Pazar, E-çarşı, E-mağaza, E-dükkan vb. isimler altında çok uluslu şirketler veya sınırları tanımayan ticaret şeklide ortaya çıkmıştır. Bu büyük ticaret ağında küçük ve orta büyüklükteki işletmelerde (KOBİ) sanal ortamda kendilerini tanıtmaya imkânı bulmuş ve teknolojiye ayak uydurmuşlardır. Karmaşık gibi görünse de temeli üretim, gereksinim ve insan ilişkilerine dayanmakta olduğu belirtilen bu sistem bireylerle başlayıp, gelişen teknolojiyle birlikte topluluklar ve ülkeler arasında bir ilişkiler yumağına dönüşmüştür. E-ticaretin bu kadar hızlı gelişme nedenlerinden birisini yapılan işlemlerin aracısız olması nedeniyle şirketler için maliyetlerin düşük olması bununda alıcı ve satıcılara ucuz ticaret ve kar olarak yansımaları olduğu belirtilmektedir. Bu sayede insanlar mekân ve zaman kavramı olmadan 7/24 buldukları yerden istedikleri ürünü ve hizmeti daha uygun fiyata alma imkânı da elde etmektedirler (Özbay & Akyazı, 2004).

Bireyler E-ticaret ve E-pazarda istedikleri ürünü ve hizmeti daha uygun maliyetle alma, şirketler ise daha düşük maliyetlere katlanma fırsatı elde ederken, yapılan işlemlerin aracısız, sanal ortamdan yapılması ise vergi hukukunun temel ilkelerinden olan ikametgâh, işyeri ve kaynak ilkelerinin belirlenememesine neden olmaktadır. Bu nedenle devletler vergiyi doğuran olay, vergi mükellefi, vergi-

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, hkutbay@kmu.edu.tr.

<sup>2</sup> Yüksek Lisans Öğrencisi, ferdaneyasar@kmu.edu.tr

Sonuç olarak sanal ortamda gerçekleştirilen alış-verişlerde vergilendirme sorunlarının meydana gelmesine neden olan dijitalleşmenin, yine bu sorunların çözümü için kullanılması bu sayede mükellefin, vergiyi doğuran olayın tespitinin ve vergi denetiminin mümkün olacağı, her şeyin temelinin teknoloji olduğu düşünülürse vergilendirme sisteminde devletlerin bürokratik tüm işlemlerde uluslararası kararlar olarak elektronik sisteme çok hızlı bir şekilde geçmesi gerektiği ve alt yapının günümüzde kullanılıyor durumda olması gerektiği düşünülmektedir.

## KAYNAKÇA

- Akar E, Kayahan C. (2007). *Elektronik ticaret ve elektronik iş uygulamalar-modeller-stratejiler*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Akar H, Yurter Y.A. Elektronik ticaretin vergilendirilmesinde son gelişmeler, *U.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2015; 8(1), 1-28.
- Altındağ A. (2018). E-ticaret yapacaklara stratejik tavsiyeler. (04/11/2019 tarihinde <https://mediatrend.mediamarkt.com.tr/e-ticaret-yapacaklara-stratejik-tavsiyeler> adresinden ulaşılmıştır).
- Apan A. ABD ve Türkiye’de denetim sistemindeki son eğilimler: genel müfettişlik ve performans denetimi. *Türk İdare Dergisi*, 2011; 471-472, 9-30.
- Arpacı A.Ö. Vergi denetiminde standart. *Yaklaşım Dergisi*, 2009; 154.
- Artar, Y. (2019). Dijital ekonomide vergilendirme, finansal raporlama ve denetime ilişkin sorunlar: Türkiye açısından çözüm önerileri. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, İstanbul.
- Aksoy R. Bir pazarlama değeri olarak güven ve tüketicilerin elektronik pazarlara yönelik güven tutumları. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 2006: 2(4),79-90.
- Altun, Ö. (2016). Elektronik ticaret, elektronik ticaretin vergilendirilmesi ve Türkiye uygulaması. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir.
- Baum, D. Business links. *Oracle magazine*, 12(3), 37-58.
- Büyükyıldırım Ü. (2014). *Yeni başlayanlar için e-ticaret girişimciliği için temel başvuru kılavuzu*. Longplay Yayınları.
- Çak M. (2002). *Dünyada ve Türkiye’de elektronik ticaret ve vergilendirilmesi*. İstanbul Ticaret Odası Yayın No: 2002/6, İstanbul.
- Çelik, E. İşyeri kavramının çifte vergilendirmeyi önleme anlaşmaları çerçevesinde değerlendirilmesi, *E- Yaklaşım*, 2012: 233.
- Çınar O. (2016). *E-ticaret işletmelerinde muhasebeleştirme ve vergilendirme*. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Çolakadıoğlu M.S. (2015). *E ticaretin gelişmesinde e devletin rolü ve e-ticaretin Türkiye ekonomisine kantitatifsel (sayısal) etkileri*. Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.
- Demirel A. (2013). *E-ticarette sosyal medya etkilerinin incelenmesi ve bir uygulama*. Yaşar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Demirel D, Eris V. (2019). *E-ticaret uygulamalarında inovasyon eğilimleri: gittigidiyor.com örneği*. İstanbul: Press Academia GBRC.
- Demirhan H. Vergi denetiminde yeni bir yaklaşım olarak blok zinciri teknolojisi. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2019; 9(18), DOI: 10.29029/busbed.569413.
- Dış Ticaret Müsteşarlığı (2008). B2B e-ticaret ve e-pazaryerleri. Ankara.
- Dünya Ticaret Örgütü (1998). Special Studies and electronic commerce and the role of the WTO.
- Erden M. (2010). *E-ticaretin uluslararası pazarlamaya etkisi*. Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Gezgin O. (2009). *E-ticaret e-devlet ilişkisi ve Türkiye’de elektronik ticaret*. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Kütahya.

- Kaymakçı O, Avcı N, Şen R. (2007). *Uluslararası ticarete giriş* (1. basım). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Mahini S.A, Aghamohammadi B. Auditing in the e-commerce era, *Advances in Economics and Business Management (AEBM)*, 2014; 1(3), 190-195.
- Marangoz M. (2018). *İnternette pazarlama* (2. baskı). İstanbul: Beta Yayınları İnkılap Kitapevi.
- Mülküt U. (2017). *Elektronik ticarette mobil uygulamaların denetim ve vergisel boyutu*. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Organ, İ, Çavdar F. Elektronik ticaretin vergilendirilmesinde uluslararası alanda yaşanan sorunlar, *IUYD*, 2012; 3(1), 63-84.
- Özbay S, Akyazı S. (2004). *Elektronik ticaret* (1. baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özbulut B. (2014). *Türkiye’de e-ticaretin gelişimi ve uygulamada karşılaşılan sorunlar*. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Pekşen F. (2018). *Vergi denetiminin vergi politikası açısından önemi ve Türkiye’de vergi denetim sistemi*. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, Denizli.
- Pucihar A, Podlogar, M. E-marketplace adoption success factors: Challenges and opportunities for a small developing country. *Electronic Business in Developing Countries: Opportunities and Challenges*, 2005; 88-117. 10.4018/978-1-59140-354-8.ch005.
- Rich J. (2008). *Design and launch an online e-commerce business in a week*. Canada: Entrepreneur Press.
- Saraçoğlu F. Elektronik ticaretin vergilendirilmesi konusunda karşılaşılan sorunlar, OECD ve AB yaklaşımı. *Vergi Sorunları Dergisi*, 2006; 213.
- Sarıkaya M, Erdoğan M, Kara F.Z. İnternet ekonomisi ve kurumsal sürdürülebilirlik. *Eskişehir Osman-gazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 2010; 5(2), 31-50.
- Suntoro A.A, Tjen C. (2017). The challenges of implementing value-added tax on e-commerce transactions in Indonesia, International Undergraduate Program Universitas Indonesia
- Şahin T. (2010). Elektronik ticaretin yeni yüzü: e-çarşı ve vergi denetimi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Şahin T. (2011). E-ticaret, e-çarşı, vergileme ve denetimi. TÜRMOB Yayınları, 408.
- Şenoğlu E. (2018). *E-ticaretin kapsamı*, (15/10/2019 tarihinde <https://www.erensenogul.com/2018/12/e-ticaretin-kapsam.html> adresinden ulaşılmıştır).
- Tempel J. (2013). Tax audit in the digital age. (29/01/2020 tarihinde [https://www.ciat.org/Biblioteca/ConferenciasTecnicas/2013/Ingles/2013\\_topic1\\_Tempel\\_Netherlands.pdf](https://www.ciat.org/Biblioteca/ConferenciasTecnicas/2013/Ingles/2013_topic1_Tempel_Netherlands.pdf) adresinden ulaşılmıştır).
- TÜBİSAD (2019). Türkiye’de e-ticaret 2018 pazar büyüklüğü raporu.
- Varoğlu Şimşek D. (2016). E-ticaret işletmelerinin denetimi. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- VDK (2018). Faaliyet raporu. (09.12.2019 tarihinde <https://ms.hmb.gov.tr/uploads/2019/04/VDK-2018-Birim-Faaliyet-Raporu-1102019-002.pdf> adresinden ulaşılmıştır).
- Yıldız H. Elektronik ticaretin vergilendirilmesi, *Vergi Dünyası Dergisi*, 2002; 255, 140-153.
- Zerenler M. (2007). *Dijital iş yaşamı: tüm boyutlarıyla elektronik ticaret*. Ankara: Gazi Kitapevi.
- Elektronik ticaretin düzenlenmesi hakkında kanun, (02/12/2019 tarihinde <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6563.pdf> adresinden ulaşılmıştır).