

# Türkiye’de E-Ticaretin Vergilendirilmesinde Karşılaşılan Sorunların İncelenmesi

Şebnem EKERYILMAZ <sup>1</sup>, Cemalettin HATİPOĞLU<sup>2</sup>

## Özet

İnternet ve elektronik ticaretin gelişimi ticari faaliyetlerin doğasını değiştirmiştir. Elektronik ticaret, oldukça kısa bir süre içinde işletmelerin ticari faaliyetlerinin dönüşmesine yol açmış ve kalıcı olarak değiştirmiştir. Elektronik ticaret, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin yanı sıra gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin de büyümesine neden olan önemli bir ekonomik aktivite sunmaktadır. İnternet kullanımı, önemli ölçüde büyümeye tanıklık etmiştir ve çevrimiçi satın alımlar, nispeten düşük maliyetli internet pazarlaması ile birlikte pazarlarını genişletmeye başlamıştır. İnternet ve diğer e-ticaret teknikleri, hem çok uluslu büyük işletmelerin hem de küçük ve orta ölçekli şirketlerin dünyanın dört bir yanındaki iş ortaklarına ve potansiyel müşterilere ulaşmalarını mümkün kılmıştır. E-ticaret, devlet desteğini veya denetimini gerektirmeyen belli özelliklere sahip olması dolayısıyla coğrafi sınırları ve politikaları dikkate almadan kolayca yayılmıştır. Elektronik ticaret zaten önemli bir büyüme potansiyeline sahip olduğunu göstermiştir

Bugün, İnternet'e bağlanabilen bir bilgi işlem teknolojisi kullanıcısı; müzik, kıyafet, kitap, mücevher ve yazılım gibi çok çeşitli şeyler satın alabilmektedir. Bankacılık işlemleri online olarak hızlı ve verimli bir şekilde gerçekleştirilebilmektedir. Dünya ekonomileri, elektronik ticaretin gelişmesinden dolayı, sorunlu veya oldukça zorlayıcı bir senaryo ile karşı karşıya kalmıştır. Çevrimiçi alışveriş ülkemizde de en hızlı büyüyen pazarlardan biridir.

Dünya genelindeki ticari uygulamalardaki önemli bu değişim, aynı zamanda, ilgili kurumlar tarafından vergilendirme ilkelerinde de değişiklik yapılması zorunluluğunu ortaya çıkarmış ve devletlerin uyumluluk sorunlarıyla karşı karşıya kalmasına neden olmuştur. Elektronik ticaret, geleneksel ticari faaliyetten önemli ölçüde farklıysa, niçin vergilendirilmesi gerektiği ve kimlerin düzenlenebileceği ya da uygun olduğu çok önemli bir sorudur.

Bu çalışmanın amacı, elektronik ticaret faaliyetlerinin vergilendirilmesinin değerlendirilmesindeki başlıca sorunları belirlemektir.

**Anahtar Kelimeler:** İnternet ,e-Ticaret, Bilgi İşlem Teknolojisi, Çevrimiçi Alışveriş, Vergi

## Investigation of the Problems Encountered in Taxation of E-Commerce in Turkey

1 Arş. Gör. Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, sebnem.ekeryilmaz@bilecik.edu.tr

2 Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, cemalettin.hatipoglu@bilecik.edu.tr

## **Abstract**

The development of the Internet and electronic commerce has changed the nature of business activities. Electronic commerce has transformed and permanently changed the business of businesses in a very short period of time. Electronic commerce offers a significant economic activity that leads to the growth of developed and developing countries as well as developed and developing countries. Internet use has witnessed significant growth, and online acquisitions have begun to expand their markets with relatively low-cost internet marketing. Internet and other e-commerce techniques have made it possible for both large multinational corporations and small and medium-sized companies to reach out to business partners and potential customers all over the world. E-commerce has spread easily without regard to geographic boundaries and policies, as it has certain characteristics that do not require state support or control. Electronic commerce has already shown that it has a significant growth potential

Today, a computing technology user that can connect to the Internet ,can buy a variety of things like music, clothes, books, jewelry and software. Banking transactions can be realized online quickly and efficiently. World economies have faced a problematic or rather challenging scenario because of the development of electronic commerce. Online shopping is one of the fastest growing markets also in our country.

This significant change in commercial practices around the world has also led to the need for changes in the taxation principles by relevant institutions and has led governments to face compatibility issues. If e-commerce is significantly different from traditional commercial activity, why it should be taxed and who can be edited or is appropriate is a very important question.

The purpose of this study is to identify the main problems in assessing the taxation of electronic commerce activities..

JEL Classification Codes: H2, L81

**Keywords:** Gray Relational Analysis, Entropy, Academic Performance

## **GİRİŞ**

E-ticaretin hızlı bir şekilde büyümesi, işletmelerin artık her türlü ürün ve hizmetleri internet üzerinden satışı, devletlerin bu sistem ile ilgili uygulayacakları vergilendirme rejimleri ile ilgili yeni tartışmaları da beraberinde getirmiştir. İnternet üzerinden satışlarda yaşanan hızlı artış ve çoğu İnternet kullanıcısının hiçbir vergi ödemediği ürüne sahip olması, e-ticaret üzerindeki vergi konusu üzerinde tartışmalara neden olmuştur (Goolsbee,2000,1)

Fiziksel olarak yönlendirilmiş bir ticari ortamdan, bilişim temelli elektronik ortama geçiş, vergilendirme ve vergilendirme rejimleriyle ilgili ciddi ve önemli konuların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Geleneksel ticari sistemde, mallar fiziksel olarak üretilir, bu malların üretimi, dağıtımı ve tüketimi kolayca izlenebilirdi ve bu yüzden kolayca vergilendirilebilirdi.

Günümüz e-ticaret sisteminin de ise, tüketici istediği ürünü veya hizmeti istediği yerden, dünyanın her hangi bir üreticisinden, daha kolayca elde edebilmektedir. E-ticaretle tüketiciler, bilgisayar, cep telefonu ve tablet gibi bilişim teknolojileri yardımıyla ihtiyaç duyduğu ürün ve hizmetleri satın almak için evden ya da herhangi bir yerden kolayca temin edebilirler. Mağazalara gitmeleri gerekmez. Bundan dolayı, e-ticaret ve küreselleşmenin, geleneksel vergilendirme sistemine göre birçok farklılığı ve takip açısından birçok zorluğu burada ortaya çıkmaktadır.

E-ticaretin, yerel pazarları küresel pazarlara dönüştüğü bir dönemde, vergilendirmenin ne zaman, nerede ve nasıl uygulanabileceği konusunda soru işaretleri bulunmaktadır. E-ticaretin vergilendirme konusundaki zorluklarını şu şekilde özetleyebiliriz; elektronik ticaretle yürütülen işlerin uygun kayıtların oluşturulmasını nasıl sağlayacağız, elektronik ticaret ortamında vergileri nasıl toplayacağız. E-ticaret işlemlerinden elde edilecek gelirlerin nasıl ölçüleceği, e-ticaret yoluyla mal ve hizmet teslimlerinde KDV'nin kim tarafından ve nasıl ödeneceği, e-ticaretin Gümrük Vergisi, Damga Vergisi ve BSMV'ni nasıl etkilediği konuları ciddi sorun oluşturmaktadır (<http://www.bursa-smmmo.org.tr/yazarlar/makaleler/136AGE.pdf>).

Devletler, yeni teknolojilerin gelişimini veya iş dünyasının gelişen ve büyüyen e-pazar alanına girmesini engellemeden gelir tabanını korumak için zorlu bir görevle karşı karşıya kalmışlardır. (McLure, 1999,193). Bu sorun gelişmekte olan ülkeler için daha büyüktür. Vergi tabanının daralması, orantısız bir etkiye sahip olacak ve gelişmekte olan dünyanın zaten kırılgan ekonomisini daha da tehlikeye atacaktır ( Asher ve Rajan 1999,120). McLure (1999), Asher ve Rajan (1999) ve Goolsbee (2000), göre e-ticaret vergi sistemini ve devletin vergi gelirlerini etkileyecektir. Dolayısıyla, e-ticaretin vergi kaçakçılığı ve vergi gelirleri konusunda yeni bir soruna neden olduğunu söyleyebiliriz(Pilkington& Farron, 2000,89).

Elektronik ticaretin bir parçası olarak görülebilen birçok hizmet türü için tutarlı tanımlar, sınıflandırmalar ve vergi oranları geliştirmek, netlik ve kesinlik sağlayacak, çifte vergilendirmeyi azaltacak, işletmelerin ve tüketicilerin vergi kaçırma girişimlerini azaltacaktır.

E-ticaretin vergisiz olması, devletin sunmuş olduğu eğitim, sağlık, güvenlik, refah ve diğer hizmetlerin finansmanına katkı yapmayacaktır buda tarafsızlık ilkesine aykırıdır ve geleneksel fiziksel piyasaların aleyhine kurullarla eşit olmayan alan oluşturur.

Elektronik ticaretin vergileme ilkeleri ile bu olumsuzluklar ortadan kalkacaktır (<http://www.bilgidenetim.com/elektronik-ticarette-vergilendirme-ve-e-ticaretin-turk-vergi-hukuku-acisindan->

değerlendirilmesi. html.).Sonuç olarak Türkiye’de elektronik ticaretten vergi geliri elde etmek için, gerekli mevzuat değişikliklerine gidilmesi ve gerekli tedbirlerin alınması gerekmektedir.

## **1. E-Ticaret’in Tanımı**

1995 yılında "Netscape.com" internet portalı ilk web reklamcılığını yayınlaması ile e-ticaret ve internetin reklamcılık ve satış için yeni bir araç olarak kullanılabilmesi fikri ortaya çıkmıştır.(Başarır, Mardikyan, 2017,2)

İnternet gibi teknolojik yenilikler, birçok işletmenin ticari sınırlarını genişleterek bilgi işlem platformları ve ağlarında işlem yapmalarını, bilgi paylaşımlarını ve işbirliği yapabilmelerini sağlamıştır (Berners-Lee vd., 1994,74). İnternet ve onunla ilişkili teknolojiler, bugünün rekabet ortamında işletmelerin hayatta kalması ve büyümesinin anahtarı durumundadır .İnternet, e-ticaret gibi yeni bir uygulama geliştirerek, işletmelere geniş bir ticari faaliyet alanı sunmuş, iş ortakları ve müşterileri ile işbirliği yapmasına izin vermiştir (Thatcher vd., 2006,93).E-ticaret, ticarete yeni bir ivme kazandırarak satışlar ve bilgi paylaşımı artırmıştır (Mohd ve Osman, 2005). Günümüzde, e-ticaret işletmelerin pazarlama stratejilerinin ayrılmaz bir parçası olarak dünya çapında kullanılmaktadır (Sagi ve Thomas, 2004,47).E-ticaret işletmelere, marka bilinirliği, imaj, maliyet indirimi ve daha iyi kazançlar gibi çeşitli avantajlar sağlar (Somalı,2011,28). E-ticaret yalnızca internet üzerinden malların ve hizmetlerin alım satım işlevini değil, hem satıcılar hem de alıcılar için tüm satın alma ve satış süreçlerini kolaylaştırmıştır (Tahir ve Prabhakar 2017,137).

E-Ticaretin tanımı konusunda farklı kaynaklardan farklı tanımlar ortaya konulmakta, , bu da e- ticaretin sınırlarını belirlemede zorluk yaratmaktadır. E-ticaret, ticari işlemlerde elektronik iletişim ve sayısal bilgi işleme teknolojisinin kullanılması olarak tanımlana bilinir (Ahmed vd, 2011, 321). Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ)’ne göre; e- ticaret, mal ve hizmetlerin üretim, reklam, satış ve dağıtımlarının bilişim sistemleri ve teknolojileri üzerinden yapılmasıdır. İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD) tarafından yapılan bir tanıma göre, “e- ticaret, genel olarak birey ve organizasyonların metin, ses ve görsel imajları kapsayan dijital verilerin aktarımına dayalı olarak ticari faaliyetleri yerine getirmeleridir.”

Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu (ETKK) Hukuk Çalışma Grubu’nun 8 Mayıs 1998 tarihli raporunda elektronik ticaret; “bireyler ve kurumların, açık ağ ortamında (internet) ya da sınırlı sayıda kullanıcı tarafından ulaşılabilen kapalı ağ ortamlarında (intranet) yazı, ses ve görüntü şeklindeki sayısal bilgilerin işlenmesi, iletilmesi ve saklanması temeline dayanan ve bir değer yaratmayı amaçlayan ticari işlemlerin tümünü ifade

etmektedir.” şeklinde tanımlanmıştır([https://www.mevzuatdergisi.com/2001/12a/02.htm#\\_ftn22](https://www.mevzuatdergisi.com/2001/12a/02.htm#_ftn22))

Hem müşterilerin hem de işletmelerin aynı anda sahip olduğu birkaç E-ticaret avantajı bulunmaktadır, Hem satıcı hem de alıcı için gerçek bir kazan-kazan durumu vardır. E-ticaret avantajlarının aşağıda listelenmiştir (Turban ve ark., 2002) ve (Turban and King, 2003):

- Satışları artırabilir ve satış maliyetlerini düşürebilir,
- Küçük bir işletme bile, her ülkede potansiyel müşterilere ulaşabilir,
- İşletmeler, yeni tedarikçileri ve iş ortaklarını bulabilir
- İşletmelerin bilgi alışverişinde bulunma hızı ve doğruluğu, işlemlerin her iki tarafında maliyetleri düşürür
- Alıcılara geleneksel ticaretten çok çeşitli seçenekler sunar.

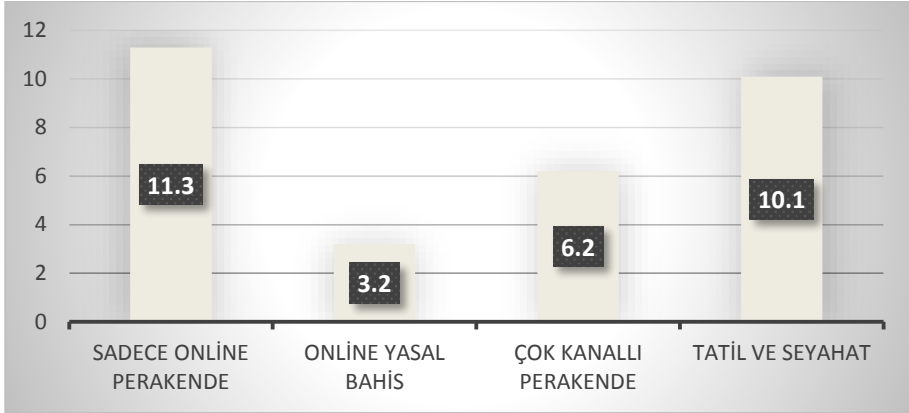
## 2. Türkiye’de E-Ticaret

Türkiye’de elektronik ticaret çalışmaları ilk defa 1997 yılında Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu'nun (BTYK) yaptığı bir toplantı ile başlatılmıştır. Bu toplantıda, "Elektronik Ticaret Ağının" tesis edilmesi ve ülkemizde elektronik ticaretin yaygınlaştırılması amacıyla, bir çalışma grubu oluşturulması kararlaştırılmış ve yapılacak çalışmalarda koordinatörlük görevi (mülga) Dış Ticaret Müsteşarlığı'na (DTM), sekretarya görevi de TÜBİTAK'a verilmiştir. Bu Karar uyarınca, Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın başkanlığında ilgili kuruluşların katılımıyla oluşturulan Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu'nun (ETKK) ilk toplantısı, 1998 yılında yapılmış ve ETKK bünyesinde hukuk, teknik ve finans çalışma grupları oluşturulmuş ve çalışmalar yürütülmüştür (<https://www.ekonomi.gov.tr>)

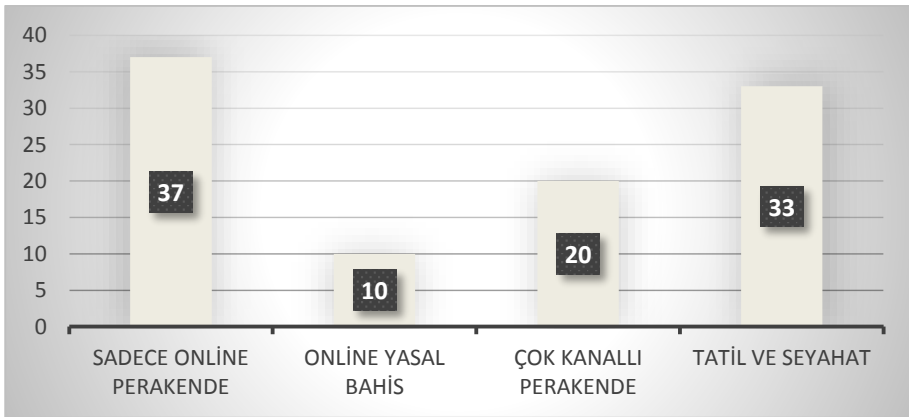
2006 yılından sonra Türkiye’de e-ticaret sitelerinin yaygınlaşmasının ön önemli nedenlerinden biri paket yazılım sunan firmaların ortaya çıkması ve düşük maliyetlerle paket e-ticaret sistemleri sunmaları olmuştur ( <http://www.eticaretgundem.com/e-ticaret/>)

Bilişim Sanayicileri Derneği'nin "Türkiye e-Ticaret Pazar Büyüklüğü - 2016" raporuna göre, e-Ticaret sektörünün yıllık yüzde 24'lük bir artışla 30.8 milyar TL büyüklüğe ulaştığı belirtildi. Tablo 1’de Türkiye’de e-ticaret pazar büyüklüğü, Tablo 2’de, Türkiye’de e-ticaret pazar büyüklüğü payları; Tablo 3’de ise site sayıları almaktadır. (<http://www.tubisad.org.tr/Tr/Library/Sayfalar/Reports.aspx>)

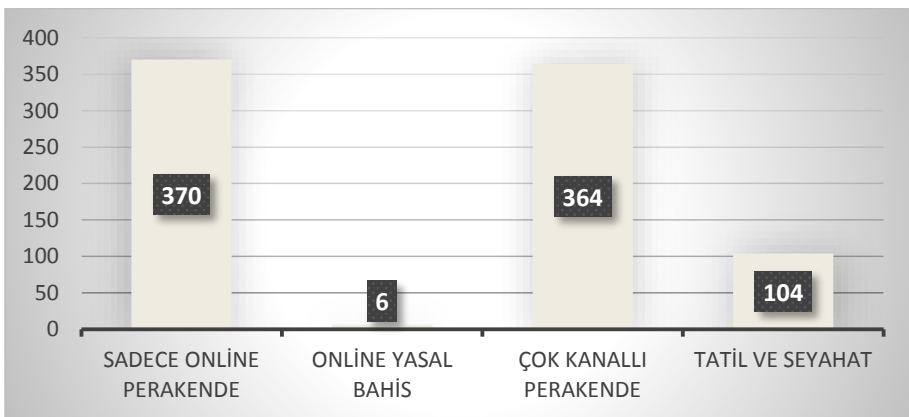
Tablo1: Türkiye’de e-ticaret pazar büyüklüğü 2016 (milyar TL)



Tablo 2: Türkiye'de E-Ticaret Pazar Büyüklüğü Kategori Payları 2016(%)



Tablo 3: Türkiye'de E-Ticaret Site Sayıları 2016



Elektronik Ticaret İşletmecileri Derneği (ETİD) verilerine göre, Türkiye’de internet üzerinden alışverişin yüzde 77’sinin Marmara, Ege ve İç Anadolu bölgesidir. İl bazında bakıldığında ise en çok alışveriş yapılan illerin İstanbul, Ankara ve İzmir olduğu görülüyor (<https://www.ids.com.tr/Teknolojik-Haberler/116/Iste-Turkiyenin-Eticaret-Haritasi>).

Türkiye'deki en başarılı e-ticaret şirketleri ( <http://www.hurriyet.com.tr/turkiyedeki-en-basarili-10-e-ticaret-sitesi-40271110>)

1. Hepsiburada
2. Gittigidiyor
3. N11
4. Sahibinden.Com
5. Yemeksepeti
6. Trendyol
7. Etstur
8. Migros Sanal Market
9. Amway
10. Grupanya

Türkiye’de online ticaret pazarı da internet kullanıcı sayısındaki artışa paralel olarak, son yıllarda oldukça hızlı büyümektedir. BKM verilerine göre, e-ticaretin büyümesinde bir gösterge olarak kabul edilen internette yapılan kartlı ödemelerde, Avrupa ülkeleri arasında en hızlı büyüyen ülke, Türkiye olmuştur ( [https://ekonomi.isbank.com.tr/userfiles/pdf/ar\\_04\\_2013.pdf](https://ekonomi.isbank.com.tr/userfiles/pdf/ar_04_2013.pdf))

### **3. Türkiye’de E-Ticaretin Vergilendirilmesi ve Karşılaşılan Sorunlar**

Elektronik ticaretin vergilendirilmesi sorunu uluslar üstü bir çözüm yolu gerektirdiği için çözüm noktasında ülkeler ve uluslar arası kuruluşlar araya girmişlerdir. Bu çözüm arayışının ilk örneği de 1997 yılında Turku’da OECD tarafından düzenlenen “Küresel Elektronik Ticarete Engellerin Kaldırılması isimli konferanstır. 1997 yılında Turku konferansında alınan karar uyarınca Mali İşler Komitesi tarafından hazırlanan elektronik ticarete vergilendirmeye hakim olması gereken çerçeve ilkeler Bakanlar tarafından onaylanmıştır. İlgili ilkeler; tarafsızlık, verimlilik, belirlilik ve basitlik, etkinlik ve doğruluk ve esnekliktir (YALTI, 2003:S.28).

Türkiye’de e-ticaretin vergilendirilmesindeki sorunların temelinde ise; vergi sisteminin bu konuda yetersiz kalması yatmaktadır. Anayasamızın 73. Maddesi ile hüküm altına alınan “kanunilik ilkesi” ve Anayasamızın 2. maddesinde yer alan hukuk devletinin unsurlarından olan “hukuki güvenlik ilkesi” e-ticaretin vergilendirilmesini zorlaştırmaktadır. Hukuki güvenlik ilkesinin unsurları belirlilik ve kıyas yasağıdır. Bu ilke ve yasaklar e-ticaretin vergilendirilmesini zorlaştırmaktadır (COŞKUN, 2005:155).

Elektronik ticaret Türk Vergi Sisteminde gelir üzerinden alınan vergilerden; gelir ve kurumlar vergisi ile harcamalar üzerinden alınan vergilerden; Katma Değer Vergisi, Damga Vergisi, Gümrük Vergisi ve Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisi aracılığıyla vergilendirilmektedir.

Gelir üzerinden alınan vergilerde e-ticarete karşılaşılan sorunların başında mükellefiyetin tespiti ve vergi matrahının belirlenmesi gelmektedir. Bu durum beraberinde çifte vergilendirme sorununu da getirmektedir. Gerek gerçek kişilerin gerekse tüzel kişilerin mükellef olması durumunda kaynak ilkesi yaklaşımı ve ikametgah ilkesi yaklaşımından Kanada’nın Ottawa kentinde yapılan konferansta ikametgah ilkesinin esas alınacağı belirlenmiştir. Fakat elektronik ticaret yapan girişimcilerin yerleşik oldukları yerlerin belirlenmesi güç olduğu için bu yaklaşım ile mükellefiyetin belirlenmesi de zorlaşmaktadır. (ÇAK, 2002:90)

Elektronik ticaretin vergilendirilmesinde bir diğer sorun ise katma değer vergisinde ortaya çıkmaktadır. Katma değer vergisi, vergi yükümlüsünün ülke içindeki mal teslimleri, hizmet ifalarına ve ithalatlara uygulanmaktadır. Katma değer vergisi açısından temel problem; varış ülkesi ilkesinin uygulanması ile, teslim ve ifa yerine ilişkin kuralların işleyişinde ortaya çıkar. Hem sipariş hem de teslimin çevrimiçi olduğu hallerde yani kitap, müzik CD’si ve dergi gibi sanal mallarda bunların mal veya hizmet olduğu konusunda nitelendirme sorunu ortaya çıkmaktadır. Gümrük vergisinde de dijital ürünlerde nitelendirme sorunu ortaya çıkmaktadır (YALTI, a.g.e., s.215).

Damga vergisinde ortaya çıkan sorun ise; elektronik ortamlarda genellikle kağıt kullanılmaması ve sözleşmelerin elektronik ortamda yapılmasından kaynaklanmaktadır. Elektronik ortamda yapılan sözleşmeler hukuken geçerli olmakta fakat ortada düzenlenen bir kağıt olmadığı için Damga Vergisine tabi olmamaktadır. Banka ve Sigorta Muameleleri vergisi açısından da vergisel avantajları olan kıyı bankacılığının yaygınlaşması ile yeni sorunların doğması ve vergi kayıplarına neden olmuştur (KAYIHAN-YILDIZ, 2004:166).

## **SONUÇ**



Günümüzde geleneksel ticaret büyük ölçüde yerini elektronik ticarete bırakmıştır. İşletmelerin ayakta kalabilmesi için elektronik ticaret vazgeçilmez hale gelmiştir. Mevcut vergi sistemimiz geleneksel ticareti vergilendirme konusunda elverişli fakat elektronik ticareti vergilendirmede konusunda yetersiz kalmaktadır. Elektronik ticaretin vergilendirilmesi ulusal bir sorun olmadığı ve tüm ülkeleri bağladığı için ulusal ve uluslar üstü çabalarla elektronik ticaretin vergilendirilmesi sorunu çözülmeye çalışılmaktadır. Fakat elektronik ticaretin doğasından kaynaklanan bir takım sorunlar nedeniyle vergilendirme sorunu halen bir çözüme kavuşmuş değildir.

Çalışmamızda da elektronik ticaret ve vergilendirilmesinde karşılaşılan sorunlar ele alınmıştır. Elektronik ticareti vergilendirecek yeni bir verginin alınması mükelleflerin mevcut vergi yükünü arttıracacağı için bir takım olumsuzlukları da beraberinde getirebilir. Elektronik ticaretin vergilendirilmesindeki sorunlar yeni bir vergi konulması ile değil mevcut vergi sistemimizin teknolojiden daha çok destek alan bir vergi sistemine dönüştürülmesiyle en aza indirilebilir.

## **KAYNAKÇA**

- BASARİR-Ozel, B., & Mardikya, S. (2017). Factors affecting E-commerce adoption: A case of Turkey. *International Journal Of Management Science & Technology Information*, (23), 1-11.
- BERNERS-Lee, T., Cailliau, R., Luotonen, A., Nielsen, H. F. and Secret, A (1994). The world-wide web. *Communications of the ACM*, 37(8), 76-82.
- COŞKUN, Neslihan, (2005). Elektronik Ticarete Vergilendirme Sorunları ve Uluslar Arası Düzeyde Çözüm Arayışlarının Türkiye Açısından Değerlendirilmesi, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı: 1, s.153-170.
- ÇAK Murat., (2002). Dünyada ve Türkiye’de Elektronik Ticaret ve Vergilendirilmesi, *İstanbul Ticaret Odası Yayını*, Yayın No: 2002-6, İstanbul, 2002.
- KAYIHAN Şaban-YILDIZ Habib, *Elektronik Ticaretin Hukuki ve Vergi Boyutu*, Seçkin Yayınevi, Ankara,2004.
- MOHD, F. and Osman, S. (2005). Towards the Future of Mobile Commerce (M-Commerce) in Malaysia. In proceedings the International Conference Web Based Communities (IADIS), 23rd to 25th February, Algarve, Portugal.

- NİSAR Tahir M., Guru Prabhakar,(2017), What factors determine e-satisfaction and consumer spending in e-commerce retailing?, In Journal of Retailing and Consumer Services, Volume 39, 135-144
- PİLKİNGTON Catherine, Sue Farron, (2000) "International direct taxation of e-commerce: Developing a new conceptual model from marketing principles.", Journal of Applied Accounting Research, Vol. 6 Issue: 1, pp.85-109
- SAGI, J., and Thomas, G. (2004). ICT and business in the new economy: Globalization and attitudes towards ecommerce. Journal of Global Information Management, 12(3), 44-64.
- SOMALI S. (2011), Electronic Commerce Adoption: A Study Of Business-To-Business Practices In Saudi Arabia, Doctor of Philosophy, Aston University ,March 2011
- THATCHER, S. M.B, Foster, W. and Zhu, L. (2006). B2B e-commerce adoption decisions in Taiwan: The interaction of cultural and other institutional factors. Electronic Commerce Research and Applications, 5, 92-104
- Turban, E. And King, D., (2003). "Introduction to E-commerce," Prentice Hall, USA.
- Turban, E., King; D., Warkentin, M. And Chung, H. M., (2002). "Electronic Commerce: A Managerial Perspective," International Edition, Prentice Hall, USA.
- YALTI Billur, Elektronik Ticarete Vergilendirme, DER Yayınları,İstanbul, 2003.
- Ahmed, A., Dalbır, S. & İbrahim, M. (2011), "Potential e-commerce adoption strategies for Libean organization." International Journal of Information and Communication Technology Research, 1, 321-328.
- McLure, C.E. (1999), "Electronic commerce and the state retail sales tax: a challenge to American federalism", International Tax and Public Finance, Vol. 6, pp. 193-224
- Asher, M.G. , Rajan, R.S. (1999), "Globalization and tax systems: implications for developing countries with particular reference to Southeast Asia", CIES Discussion Paper No. 99/23, University of Adelaide, Adelaide

Goolsbee, A. (2000), "In a world without borders: the impact of taxes on internet commerce", *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 115 No. 2, pp. 561-576

İnternet : [https://www.mevzuatdergisi.com/2001/12a/02.htm#\\_ftn22](https://www.mevzuatdergisi.com/2001/12a/02.htm#_ftn22), Erişim Tarihi:23/09/2017

İnternet:<http://www.tubisad.org.tr/Tr/Library/Sayfalar/Reports.aspx>, Erişim Tarihi:23/09/2017

İnternet :<https://www.ekonomi.gov.tr/portal/content/conn/UCM/path/Contribution%20Folders/web/Hizmet%20Ticareti/Elektronik%20Ticaret/T%C3%BCrkiyede%20e-ticaret%20 tarih C3% A7esi%20devam%C4%B1.pdf?>, Erişim Tarihi:23/09/2017

İnternet :<http://www.hurriyet.com.tr/turkiyedeki-en-basarili-10-e-ticaret-sitesi-40271110>, Erişim Tarihi:23/09/2017

İnternet :<http://www.eticaretgundem.com/e-ticaret/>, Erişim Tarihi:23/09/2017

İnternet :<https://www.ids.com.tr/Teknolojik-Haberler/116/Iste-Turkiyenin-Eticaret-Haritasi/>, Erişim Tarihi:23/09/2017

İnternet:[https://ekonomi.isbank.com.tr/userfiles/pdf/ar\\_04\\_2013.pdf](https://ekonomi.isbank.com.tr/userfiles/pdf/ar_04_2013.pdf), Erişim Tarihi: 23/09/2017