

E-ticarette kayıt dışılık ve kayıt dışılığı azaltmaya yönelik çözüm önerileri ***Informality in e-commerce and solution proposals to reduce the informality***

Anıl AYNAGÖZ¹, Aynur ACER^{2*}

¹ Lojistik Yönetimi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İstanbul Arel Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.

aynuracer@arel.edu.tr

² Uluslararası Ticaret ve Lojistik, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul Arel Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.

anil.avnagoz@ito.org.tr

Geliş Tarihi/Received: 22.12.2021

Bölüm/Section: Sosyal Bilimler/Lojistik
Yönetimi

Kabul Tarihi/Accepted: 04.01.2022

Araştırma Makalesi/Research Article

Özet

Teknolojinin hızla gelişmesiyle birlikte hem insan hayatı ve alışkanlıkları hem de ticari faaliyetler değişime uğramıştır. Klasik ticaret konseptleri yerine e-ticaret sistemi sağladığı avantajlarla kısa zamanda kullanıcılarından kabul görmüştür. E-ticaret sektörünün sağladığı avantajların yanında sektör olarak ülkemizde yeni oluşunun getirdiğı bir takım sorunlar yer almaktadır ve bu sorunlardan biri de kayıt dışılıktır. Bu araştırmanın temel amacı e-ticaret sektöründeki kayıt dışılığın sebeplerini ve sonuçlarını araştırarak e-ticaret sektöründe kayıt dışılığın ortadan kaldırılması için neler yapılması gerektiğini ortaya çıkarmaya çalışmaktır. Dolayısıyla bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan yarı yapılandırılmış görüşmeler yöntemi kullanılarak e-ticaret sektörü hakkında uzman olan kişilerden konu ile ilgili görüşleri alınmıştır. Yapılan mülakat neticesinde e-ticaretteki en önemli sorunların ödeme alt yapısındaki eksiklikler, yüksek komisyon oranları ve denetim eksikliği olduğu elde edilmiştir. Kayıt dışılığın en büyük etkisinin vergiler üzerine olduğu ve devletin bu konuda ciddi zarara uğratıldığı bulgusu elde edilmiştir. Aynı zamanda sektöre olan güveni zedelediğı ve haksız rekabet ortamı oluşturduğu tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: E-ticaret, kayıt dışılık, kayıt dışı ekonomi, kayıt dışı ticaret.

Abstract

With the rapid development of technology, both human life and habits and commercial activities have changed. E-commerce system instead of classical commerce concepts has been accepted by its users in a short time with the advantages it provides. In addition to the advantages provided by the e-commerce sector, there are some problems brought about by the fact that the sector is new in our country, and one of these problems is informality. The main purpose of this research is to investigate the causes and consequences of informality in the e-commerce sector and to reveal what the parties should do to eliminate informality in the e-commerce sector. Therefore, the opinions of the experts on the e-commerce sector were obtained by using the semi-structured interview method, which is one of the qualitative research methods. As a result of the interview, it was found that the most important problems in e-commerce are the deficiencies in the payment infrastructure, high commission rates and lack of supervision. It has been found that the biggest effect of informality is on taxes and the state has suffered serious damage in this regard. At the same time, it is among the findings that it damages the trust in the sector and creates an unfair competition environment.

Keywords: E-commerce, informality, underground economy, informal trade.

¹ Bu makale Anıl Aynagöz'ün "E-ticarette kayıt dışılığın nedenleri ve çözüm önerileri üzerine nitel bir çalışma" başlıklı Yüksek Lisans tezinden üretilmiştir.

* Yazışılan yazar/Corresponding author: Aynur ACER

¹ orcid.org/0000-0002-1896-7928; ² orcid.org/0000-0002-7315-7020

1. Giriş

Schneider (2012) tarafından kayıt dışı ekonomi “ülke ekonomik faaliyetleri içinde yer aldığı halde yasal veya yasal olmayan yöntemlerle milli gelir hesapları dışında kalan ekonomik faaliyetler” olarak tanımlanmıştır [1]. Kayıt dışı ekonomi kısaca kayıt altına alınmayan veya alınamayan bir sebepten ötürü denetlenmesi mümkün olmayan her türlü faaliyet olarak ifade edilebilir. Kayıt dışı ekonomi aynı zamanda gölge ekonomi, karanlık ekonomi, enformel ekonomi, gizli ekonomi diye de adlandırılmaktadır. Bu durum sadece devletler için değil aynı zamanda işini hakkıyla yapan vatandaşlar için de bir sorun teşkil etmektedir. Devletlerin gelir kaynaklarından biri olan vergi kalemine en büyük darbeyi vuran kayıt dışılık, görev ve yükümlülüklerini zamanında yerine getiren vatandaşlar aleyhine haksız bir rekabet ve ticaret ortamı oluşturmaktadır.

Teknolojideki gelişmeler sayesinde piyasalarda yeni satın alma platformları ortaya çıkmıştır. Dijital ağların yaygınlaşması ile birlikte tüketiciler ihtiyaç duydukları mal ve hizmete ulaşabilmek için yeni olanaklar elde etmiştir [2]. Dijital dönüşüm sayesinde istenilen bilgiye hızlı bir şekilde ulaşılabilmektedir. İletişim ve haberleşmenin anında yapılabilmesine olanak sağlayan dijital dönüşüm; sadece kullanıcıların değil aynı zamanda kurumların da işini kolaylaştıran ve bürokrasiyi azaltan uygulamaların ortaya çıkmasına neden olmuştur. E-devlet, e-okul, e-beyanname vb. gibi uygulamalar hayati kolaylaştıran uygulamalardan sadece bir kaçıdır.

Bilişim teknolojilerindeki ilerleyişle birlikte geleneksel kayıt dışılık faaliyetleri de dijital alana doğru kaymaya başlayarak “dijital kayıt dışı ekonomi” kavramını ortaya çıkarmıştır. Tüm dünya ülkelerinin mücadelesi ettiği küresel bir sorun olan kayıt dışılık, artık e-ticaret sektöründe de kendini göstermektedir. Kesilmeyen veya gerçeği yansıtmayan faturalar, paravan şirketlerle yapılan işlemler vb. uygulamalar kayıt dışılığın, e-ticaret sektöründeki uygulanma şekillerinden sadece biridir. Bu kayıt dışılıktan hem hakkını yasal olarak hiçbir yolla arayamayan tüketiciler hem de alması gereken vergileri beyan edilmediği için alamayan devletler en büyük zararı görmektedir.

Ülke ekonomilerine ciddi bir şekilde zarar veren kayıt dışılık kavramının hangi sektörde ve ne şekilde kendine yer bulduğu derinlemesine incelenmesi gereken konulardan biridir. Dolayısıyla bu çalışmada, dünyada olduğu gibi ülkemizde de gündün güne popülaritesi artan e-ticaret sektöründe kayıt dışılığın kendine nasıl yer bulabildiği, kayıt dışılığın önlenilmesi için ne gibi çalışmaların yapılması gerektiği konusu araştırmaya değer görülmüştür. Çalışmanın ikinci bölümde kavramsal çerçeveyi oluşturan kayıt dışı ekonomiden, boyutlarından, türlerinden, e-ticarette işlemlerin kayıt altına alınması ve sosyal ağlarda kayıt dışılıktan bahsedilmiştir. Son bölümde ise araştırmanın metodolojisi ve çıktılarına yer verilmiştir.

2. Kavramsal çerçeve

Bu başlık altında kayıt dışı ekonominin tanımı yapılarak kayıt dışı ekonominin boyutlarına, e-ticaretin vergilendirilmesine ve son olarak sosyal medya platformlarında kayıt dışılık konularına değinilmektedir.

2.1. Kayıt dışı ekonomi

Kayıt dışı ekonomi, “kayıtlarda gözükmeyen, ölçülemeyen, vergilendiril(e)meyen yasal ya da yasadışı gelir yaratıcı ekonomik faaliyetler” şeklinde tanımlanabilmektedir [3]. Adından da anlaşılacağı üzere kayıt dışı ekonomi; kayda geçirilmeyen, devletten gizlenen, denetimi yapılamayan tüm faaliyetlere verilen genel bir isimdir. Bunun yanında, yeraltı ekonomisi, kara ekonomi vb. isimler adı altında da anılmaktadır. Kayıt dışı ekonomi alanındaki ilk araştırma 1958 yılında Cagan tarafından yapılmıştır. Çalışmada Amerika Birleşik Devletleri'nin 2. Dünya savaşı yıllarındaki beyan edilmemiş gelirlerinin parasal yöntemlerle kayıt dışı olarak değerlendirilen ekonomisinin hacmi ölçülmeye çalışılmıştır. Bu metodun, 1977 yılında Gutmann tarafından ABD ekonomisine uygulanması sonucunda ABD'nin kayıt dışı milli gelirinin bir yıl önce 176 milyar dolar olduğu, o yıl ise 195 milyar dolar olduğu tespit etmiştir [4]. Ülkelerin kayıt dışı ekonomik faaliyetleri Tablo 1'de verildiği gibi sınıflandırılmaktadır [5].

McCrohan ve Smith, 1986 senesinde yapmış oldukları çalışmasında kayıt dışılığı “kavramsal olarak milli gelir hesabında olmasına karşın, tam bir denetim ve kontrol sağlanamadığı için kapsam dışında tutulan ekonomik faaliyetler” olarak ifade etmiştir [6]. Öte yandan Şeker (1995)'de yapmış olduğu çalışmasında kayıt dışı ekonomiyi kamunun kontrolü haricinde meydana gelen her türlü ekonomik faaliyet olarak tanımlamıştır [7]. Kayıt dışı ekonomide, yapılan faaliyetlerin bağlı olduğu ve kayıt altında tutulduğu bir belge yoktur. Bu durum devlet kurumlarından veya yetkilendirilmiş kurumlardan bazı bilgilerin gizlenebilmesi imkânını sunar. Ülkelerin sahip olduğu ekonomik sistem, gelir dağılımı, vergiye karşı direnç, vergi yükü dağılımındaki adaletin sağlanamaması ve vergi kanunlarında sık yapılan değişiklikler kayıt dışı faaliyetlere ve buna istinaden kayıt dışı ekonominin oluşmasına zemin hazırlayan başlıca etkenlerden bir kısmıdır. Kayıt dışı ekonomiyi ortaya çıkaran nedenleri ekonomik, hukuki, sosyal ve siyasal nedenler olarak sınıflandırmak mümkündür.

Tablo 1. Kayıt dışı ekonominin sınıflandırılması [5].

	Parasal İşlemler		Parasal Olmayan İşlemler	
Yasa dışı Faaliyetler	Çalıntı mal ticareti, uyuşturucu imalatı ve ticareti, kumar, kaçakçılık ve dolandırıcılık		Uyuşturucu, çalıntı eşya, kaçak mal vb. takası, kendi kullanımı için uyuşturucu üretme, yetiştirmek veya hırsızlık yapma	
	Vergi Kaçırma	Vergiden Kaçınma	Vergi Kaçırma	Vergiden Kaçınma
Yasal Faaliyetler	Serbest çalışmadan elde edilen kayıt altına alınmayan gelirler. Yasal mal ve hizmet üretilip, kayıt dışı olan işlerden elde edilen maaş, ücret ve varlık gelirleri	Personel indirimleri, ücret dışı haklar	Yasal mal ve hizmetlerin takası	Kendi kendine yapılacak bütün işlerde tanidik yardımı

Ekonomik Nedenler: Her ülkenin kendisine özgü bir ekonomik sistemi ve bu sistemin kendine has bir yapısı vardır. Bazen de ülkelerin sahip oldukları ekonomik sisteminin bizzat kendisi kayıt dışılığa zemin hazırlayabilmektedir. Gelişmiş ülkelerin ekonomileri ile az gelişmiş olan diğer ülke ekonomileri birbiriyle kıyaslandığında; ekonomik sınırlamalar, düzenlemeler, müdahaleler ve bürokrasi gibi etkilerle az gelişmiş ülkelerde kayıt dışılığın daha büyük olduğu görülmektedir [4], [8]. Enflasyon sorunu, kayıt dışılığı tetikleyen bir diğer ekonomik nedendir. Mükellefler gelirleri aynı olsa da enflasyonist ortamda vergi ödemek zorunda kalmaktadır. Bu vergilerin yüksek vergi dilimine girmesi ve alım gücündeki azalma mükelleflerin gelirlerini vergi kurumlarından saklamalarına neden olabilir [3]. Bir diğer ekonomik nedenlerden biri de gelir dağılımındaki dengesizlik ve adaletsizliktir. Özellikle ekonominin seyrini etkileyen kriz gibi olumsuz durumlarda işsiz kitleler, bir şekilde gelir sağlamak zorunda olduklarından kayıtlı ekonomide elde edemedikleri istihdam imkânlarını farklı mecralarda yani kayıt dışı faaliyetlerde arayabilmektedir. Yeni vergi koymak veya hali hazırdaki vergilerin oranlarını yükseltmek kayıt dışılığın bir başka nedenidir. Vergilerin çok yüksek olması, vergi mükelleflerinin kazançlarını idari kurumlardan saklamalarına ve ödeyecekleri bu vergiler yerine yapacakları yatırımlara sermaye olarak kullanma eğilimi göstermelerine neden olmaktadır.

Hukuki Nedenler: Devletlerin hem kamu harcamalarını hem de farklı giderleri karşılayabilmek için en makul gelir kaynağı vergi toplamaktır. Bunu sağlamak için yapılan vergi afları ile genel olarak devletin toplaması gereken vergilerini geç de olsa toplayabilmesi için bir yapı oluşturulmaktadır. Ancak bitmeyen vergi afları mükelleflerin ödemelerini geciktirmeleri ile sonuçlanmaktadır. Dolayısıyla uygulanan af kanunlarıyla kayıt dışı ekonomi ve vergi kaçakçılığı daha da özendirilmiştir [8]. Bu durumun sebebi sadece devletin iyi niyet gösterip kendini ve mükellefleri düşündüğü bu af uygulamaları değildir, aynı zamanda denetim eksikliklerinin varlığı da bu duruma sebebiyet veren bir başka etmenddir.

Sosyal Nedenler: Mükellefler vergiyi, satın alma güçlerini etkileyen bir unsur olarak görmekte ve vergi ödemeye karşı soğuk bir duruş sergilemektedir. Bunun tek sebebi yalnızca mükelleflerin satın alma güçlerini azaltması değildir. Toplanan vergilerin israf edilmesi, verimli bir şekilde kullanılmaması gibi durumlar mükelleflerin devlete olan güvenini azaltmakta ve dolayısıyla da vergi ödemeye pek sıcak bakmamalarına sebebiyet vermektedir. Ülkelerin sosyal yapılarından kaynaklanan nüfus artışı, nüfus yapısı, iç ve dış göçler, düzensiz kentleşme, işsizlik, aile yapısı ve eğitim gibi faktörler de kayıt dışılığın etkileyen en önemli sosyal nedenlerdendir [9].

Siyasal Nedenler: Kayıt dışı ekonomiyi oluşturan, büyüten son faktör ise siyasal etkenlerdir. Siyasetçiler görevlerini devam ettirebilmek ve bir sonraki seçimde yeniden seçilebilmek için oy potansiyeli yüksek seçmen kitlelerine yönelik çalışmalar yaparlar. Bu durum kitleyi zor duruma sokacak her türlü karar ve uygulamalardan kaçınmalarına, bazı kayıt dışı faaliyetlerine dâhi göz yummalarına neden olabilmektedir [8].

Kayıt dışı olan her faaliyet her ülke için ciddi bir problemdir. Çünkü devlet bütçelerinin en büyük gelir kalemlerinden birisi de vergilerdir. Kayda geçirilmeyen veya geçirilemeyen kazançtan vergilerin alınması da mümkün değildir. Ekonomik anlamda taşların yerine oturduğu ülkelerde kayıt dışı ekonominin de boyutu neredeyse yok denilebilecek kadar azdır. Kayıt dışı ekonomiye karşı önlem almak için öncelikle kayıt dışılığa sebep olan ve yukarıda sıralanan bu etmenlerin giderilmesi gerekmektedir.

2.2. Kayıt dışı ekonominin boyutları

Kayıt dışı ekonomi, devletleri yöneten mekanizmaların yani hükümetlerin; geleceğe yönelik kısa, orta ve uzun vade para ve maliye politikaları üretmelerinde önemli bir rol oynamaktadır. Ülkeler geleceğini etkileyen en büyük unsurlardan biri

olan mali stratejileri belirlenirken, öncelikle kayıt dışı ekonominin doğru tahmin edilmesi ve bu yönde bir ekonomi rotası çizilmesi gerekir.

Kayıt dışı ekonomi ülkeler bazında gelişmişlik düzeyini gösteren bir faktör olarak kabul edilir. Bazı kayıt dışı ekonomik faktörler yasadışı olmasına karşılık bazıları ise yasak olmamakla birlikte bilinçli olarak yapılmaktadır. Bu şekilde yapılan, kayıt altına alınmayan faaliyetler doğal olarak vergilendirilememektedir. Kayıt dışı ekonominin bütün olumsuz etkilerine karşı ülkeler eylem planları uygulaması yapmaktadır. Türkiye’de de kayıt dışı ekonominin azaltılması konusunda çalışmalar yapılmaktadır. Kayıt dışı ekonominin önlenmesi adına yapılan bu çalışmalar başta ekonomik istikrar ve istihdam olmak üzere birçok unsurun iyileşmesine, piyasada rekabet gücünün artmasına ve kamu gelirlerinin artmasına önemli ölçüde katkı sağlamaktadır. Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı tarafından hazırlanan 11. Kalkınma Planı’nda 2019-2023 döneminde “Maliye Politikası” başlığı altında kayıt dışı ekonominin tespiti ve en aza indirmek için mücadele konularına önem verilmiştir [10].

Ülkemizde 1980 yılında yapılan askeri darbe sonrası değişen politikalarla birlikte özellikle teşvikler sayesinde ihracatta artış görülmüştür. 1984 yılında “varlık beyanı” uygulamasının kaldırılması ve yine aynı yıl uygulanan vergi affı neticesinde kayıt dışı ekonominin hacminde artış yaşanmıştır. Türkiye’de kayıt dışı ekonominin büyüklüğü gelişmiş ülkelerle kıyaslandığında oldukça fazladır. 1988-2000 yılları arasındaki dönemde lider ülkelerin ekonomilerinin gayri safi yurtiçi hasıllarının (GSYİH) %14-%21 arasında bir oranının yer altı ekonomisine ait olduğu bilinmektedir [5]. Aynı yıllarda Türkiye’deki yer altı ekonomisi için farklı tahminlerin sonuçları %20 ile %40 arasında değişmektedir. Bu da devlet yetkililerinin bu konuda hassas davranmaları gerektiğini göstermektedir. Türkiye’de kayıt dışı ekonominin en önemli nedeni 1980 yılında serbest piyasaya geçişle birlikte yüksek enflasyonun uzun süre devam etmesidir. Kayıt dışı ekonomiye dayanan büyüme seçimi, vergi gelirlerinin kaybına neden olmuştur. Vergi gelirlerindeki düşüş ve bütçe açıklarının kapatılması önemli bir sorun oluşturmuştur. Bütçenin açıklarını kapatabilmek için verimli bir vergi politikası uygulanması şarttır [11].

Türkiye’de birçok firma verileri doğru beyan etmemekte ve vergiden kaçınmaktadır. Ekonominin rekabet gücünü arttırmak için kayıt dışılığın azaltılması gerekmektedir. Bunun için Türkiye’de resmi ekonominin teşvik edilmesi adına projeler tasarlanması ve kayıt dışı her türlü faaliyetlerle mücadeleye ilişkin stratejiler belirlenmesi esastır. Bunun yanı sıra sivil toplumda kayıt bilincinin öneminin anlaşılması, mevzuatın netleştirilmesi ve en önemlisi de etkili bir denetim ve ceza sisteminin geliştirilip uygulanabilmesi kayıt dışılığın önüne geçebilmek için önemlidir [12]. Tüm ülkeler için başa çıkılması güç bir sorun olan kayıt dışı ekonomi ülkelerin gelir seviyelerine, sosyal ve kültürel yapılarına, hukuk sistemlerine göre farklılık göstermektedir. Bu sebeple ülkelerin kayıt dışı ekonomilerinin boyutlarının hesaplanmasında kullanılan yöntemlerde farklılık göstermektedir.

2.3. E-ticaretin kayıt altına alınması ve vergilendirilmesi

Vergilendirme sisteminin temel amacı, toplumdaki bireylerden ve kurumlardan ödeme güçlerine uygun olarak vergi alınmasıdır. Elektronik ticaret, vergilendirme alanında bazı değişimlerin yaşanmasına sebep olmuştur. Klasik ticaretin en önemli unsurlarından biri olan süre ve mesafe kavramlarını ortadan kaldırarak, alıcılara ve satıcılara büyük fayda sağlamayan bu ticaret şekli devlet açısından değerlendirildiğinde ciddi vergi kayıplarına neden olmaktadır [13]. E-ticaretin vergilendirilmesi ile ilgili dört farklı görüş vardır [14]:

- Dijital ortamın serbest bölge gibi işlem görmesi görüşü,
- Dijital ortamda yapılan tüm artışların sembolik bir rakamla vergilendirilmesi görüşü,
- E ticarete özel bir düzenleme veya değişikliğe ihtiyaç olmadığı görüşü,
- Ülkelerin bir araya gelerek mutabık kalacakları vergi anlaşmalarına ve vergi kanunlarına ek e-ticarete ilişkin kararlar konulması görüşü.

E-ticaret faaliyetlerinin sadece yurtiçi ile kalmayıp hızla büyüyerek yurtdışına taşması vergi kurallarında yeni düzenlemelere gidilmesine neden olmuştur. Küresel bir faaliyet olan e-ticarette sebep olduğu sorunlara ilişkin uluslararası düzeyde çözümler geliştirilemediği takdirde bir sonuç elde edilemeyecektir [15]. Güncel olarak e-ticaret alışverişlerinde yurtiçinde KDV etkin bir şekilde uygulanmaktadır. Katma değer vergisi, ürün veya hizmet ticareti üzerinden alınan bir tüketim vergisidir. Ancak işin uluslararası arenalardaki işlemlerde de uygulanabilirliğini arttırmak için KDV ile ilgili kanuna bir takım eklemelerin veya düzeltmelerin yapılması gerekmektedir. Bu bağlamda devlet, KDV’nin tarh, tahakkuk ve tahsiline ilişkin tedbirler almak zorundadır.

Teknolojinin gelişmesi devletler için bir taraftan kolay ve hızlı bir şekilde vergi denetimi yapılmasına ve vergi toplanmasına imkân tanırken; diğer taraftan bu gelişmeleri yakından takip edemeyen ülkelere özellikle vergi denetimi ve toplanması konusunda büyük sorunlar yaratmaktadır. Bu durum devletin kontrolünü sağlamadığı veya denetimlerin verimli olmadığını gören vergi mükelleflerinin vergi kaçırma veya vergi ödememe gibi davranışlar içine girmelerine yol açmaktadır. Ticari hayattaki mal dolaşımı sırasında kullanılan birçok belgenin artık e-ticaret sebebiyle kullanılmamaya başlanması özellikle ülkelerin vergi idarelerinin denetimini de zorlaştırmaktadır. Özellikle ticarete konu olan ürün veya hizmet dijital ise bu denetim daha da zor bir hale gelmektedir [16]. Örneğin çok uluslu şirketler vergi planlamalarını yaparken kârlarını vergi cenneti olarak tabir edilen vergilendirilmenin olmadığı veya çok düşük oranlarda olduğu yerlere

kaydırmaktadırlar. G20 ülkelerinin yetkilendirmesiyle OECD tarafından geliştirilen küresel vergi uyumu projesi (BEPS) ile bu konunun önüne geçilmesi amaçlanmaktadır [17]. Aşağıda Tablo 2’de BEST’in temel ilkeleri belirtilmiştir.

Tablo 2. BEST’in temel ilkeleri [18]

Uyum	Özün önceliği	Şeffaflık
Kontrol edilen yabancı kurum kazancı ve kuralların güçlendirilmesi	Vergi anlaşmaları kullanılarak vergiden kaçınmanın önlenmesi	BEPS ölçümünün takip edilmesi
Faiz indirimleri sınırlaması	Yapay iş yeri uygulamalarından kaçınma	Zorunlu beyan kuralları
Zararlı vergi uygulamalarıyla mücadele	Transfer fiyatlarının yaratılan değer, risk ve sermaye ile uyumlu olması	Transfer fiyatlandırması Ülke bazında raporlama Uyuşmazlıkların çözümü

Elektronik ticaretin vergilendirilmesinde, hali hazırdaki vergi kanunları ve yasal düzenlemeler yetersiz kalmaktadır. E-ticaretin küresel boyutunun ortaya çıkardığı vergilendirme probleminin aşılabilmesi için uluslararası geçerliliği olan yasal düzenlemelerin getirilmesi ve e-ticaret sürecinde oluşabilecek her türlü anlaşmazlıkların çözümü için bir platform oluşturulması gerekmektedir. E-ticaret küresel bir olgu olduğu için vergilendirme konusunda ülkeler kendilerine en uygun buldukları çözümler yerine, diğer ülkelerle işbirliği içerisinde olarak karşılaşılan sorunlara uluslararası çözümler bulmalıdır. Tüm bunlar yapıldığı takdirde hem vergide adalet sağlanmış olur hem de e-ticaretin güvenilirliği ve yaygınlığı artar.

2.4. Sosyal medya platformlarında kayıt dışılık

Bilgi ve iletişim teknolojileri alanında yaşanan gelişmelerin yanı sıra özellikle internetin günlük hayatın bir parçası oluşu işletmelerin ticari faaliyetlerini dijital ortama taşımaya neden olmuştur. Teknolojik gelişmeler ve küresel ekonomideki gelişmeler ile birlikte yeni alışveriş platformları ortaya çıkmıştır. Bugünün teknolojisi ihtiyaç duyulan mal veya hizmete tüketicilerin kolayca erişimini sağlamaktadır [2]. Bu platformlar bir yandan tüketicilerin isteklerine en uygun şekilde karşılık verirken diğer taraftan da devletlere yeni sorumluluklar yüklemektedir. Faaliyetlerin dijital platforma taşınması kayıt dışılık sorununu da beraberinde getirmektedir. Bu nedenle kanunlarda, politikalarda değişim ve güncelleme yapılması gerekliliği artık bir zorunluluk haline gelmiştir.

Sosyal medya son zamanlarda tüketici davranışlarını da değiştirmiştir. Artık insanlar günlük hayatta televizyon ve radyo gibi geleneksel iletişim araçlarından uzaklaşmıştır. Tüketicilerin ihtiyacı olan her türlü ürün veya hizmet hakkında tüm bilgilere ulaşım satın alabildiği dijital platformlar günümüzde geleneksel yöntemlerin yerini almıştır [19]. Tescilli yapılmış, mükellef oldukları bildirilmiş, takip edilebilir e-ticaret sayfalarında vergi takibi söz konusudur. Diğer taraftan sosyal medyada sayfa, grup içi veya birebir görüşme yoluyla ürün veya hizmetin alınıp satılabilmesi bu takip olanağını zorlaştırmakta hatta imkânsızlaştırmaktadır. Dijital ortamda “fenomen” diye tabir edilen pazarlama dilinde ise “influencer” olarak adlandırılan kişiler, işletmelerin ürün veya hizmetlerin tanıtımını yaparken, yapılan reklamların firmaların reklam giderlerini büyük ölçüde azalttığı ve kamu için çok yüksek meblağlarda vergi kayıplarına yol açtığı bilinmektedir. Türkiye’de 30 milyon dolar olan influencer pazar hacminin dünya piyasasında 1.5 milyar dolar civarında olduğu tahmin edilmektedir [20]. Youtube’da bir video içeriğindeki paylaşımların 50-60 bin TL’ye kadar çıkabildiği, bir Instagram postunun 20-25 bin TL civarında olduğu düşünülmektedir. Burada firmalar ile influencerlar arasındaki ödemelerde vergi kayıplarının gerçekleşmesinin muhtemel olduğu belirtilmektedir [21].

Creatorden (2020)’nin hazırladığı 2020 yılına ait influencer pazarlama raporuna göre; Instagram’da markalı içerik performansları değerlendirildiğinde en çok izlenme oranı %63 ile reels videolardır. Diğer taraftan gönderilerin görüntülenme ve etkileşim oranı sırasıyla %54 ve %44 olarak belirtilmiştir. Hikâyelerin görüntülenme oranı %28 iken etkileşim oranının %23 olduğu görülmektedir [22]. Bu verilerden de anlaşılmaktadır ki Türkiye’de sosyal medya mecraları aracılığı ile yapılan alışveriş miktarı günden güne artmaktadır. Bu trend aynı zamanda tüketici mağduriyetlerini de beraberinde getirmektedir. Sosyal medya üzerinden satış yapanların bir kısmı kusurlu, farklı veya sahte ürünleri hiçbir sorunu yokmuşçasına, orijinalmiş gibi satabilmektedirler. Bununla da kalmayıp bazılarının satılan ürünlerin değişim veya iadesine imkân vermemeleri de tüketiciyi zor duruma sokmaktadır. Tüm bunlara rağmen tüketicilerin e-ticaret siteleri haricindeki sosyal mecralara yönelmesinin temel sebebi aradıkları ürünü daha ucuza bulmaya çalışmalarıdır. E-ticaret siteleri üzerinden alışveriş yapıldığında, ödeme aşamasına geçmeden kullanıcıdan mesafeli satış sözleşmesini okuduğunuzu, anladığınızı ve onayladığınızı belirten kutucuğu işaretlemesi istenir. Burada amaç tüketicinin yasal haklarını korumak ve herhangi bir anlaşmazlık veya bir sorun olduğu takdirde tüketicinin yasal mercilerden hakkını arayabilmesine imkân tanımaktır. Sosyal medya platformlarında böyle bir uygulama söz konusu olmadığı için mağduriyet riski söz konusudur.

Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği, 27 Şubat 2015 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Yönetmelikteki en önemli hak, tüketicinin iade (cayma) hakkıdır. Tüketicilerin internet üzerinden yapılan alışverişlerde malın tesliminden itibaren 14 gün içerisinde herhangi bir gerekçe gösterme zorunluluğu olmadan ürünü iade etme ve para iadesi isteme hakkı söz

konusudur [23]. Sosyal medya üzerinden satış yapanlarda ise açmış oldukları hesapların ya bilgi kısmında ya da listelediği ürünün açıklama kısmında iade-değişim vb. yoktur yazısı eklenmektedir. Bu durumda ne tüketicinin hakkı ne de müşteri memnuniyeti gözetilmektedir. Satıcıların bazıları ürünle birlikte fatura bile göndermedikleri için tüketiciler yasaların verdiği haklardan yararlanamamaktadırlar. Bu durumda satışlarını yasal çerçevede yapan, sattığı ürünün faturasını kesen ve vergisini ödeyen diğer satıcılara karşı da haksız kazanç sağlamaktadırlar.

2.5. Literatür taraması

Kayıt dışılık, gelişmekte olan ülkelerde daha yaygın olmasına rağmen, sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyi ne olursa olsun tüm ülkelerde mevcuttur. Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO)'nun 2018 yılında yayınladığı kayıt dışı ekonomide kadınlar ve erkekler raporunda dünyada çalışan nüfusunun %60'ından fazlasının geçimlerini kayıt dışı ekonomiden sağladığı belirtilmektedir. Dünya'da istihdam edilen nüfusun 2 milyarı geçimini kayıt dışı ekonomiden sağlama sebebiyle kayıt dışılıkla mücadeleyle acilen ihtiyaç duyulmaktadır. Kayıt dışı istihdam oranı ülkelere göre farklılık göstermektedir. Bu raporda Türkiye, Avrupa ve Orta Asya sınıfında yer almaktadır. Beş ana bölge arasında, Afrika'daki istihdamın büyük çoğunluğu (%85.8) kayıt dışıdır. Asya ve Pasifik (%68.2) ve Arap Devletleri (%68.6) hemen hemen aynı düzeyde kayıt dışılığa sahiptir. Amerika'da (%40.0), Avrupa ve Orta Asya'da (%25.1) ise istihdamın yarısından azı kayıt dışıdır [24].

Kayıt dışılık konusu özellikle hemen hemen her ülkenin mücadele ettiği bir konudur. Yol açtığı vergi kayıpları, ekonomik ve sosyal büyümeye olan etkileri de göz önüne alındığında ülkelerin gelişmelerinin önündeki en büyük engellerden biri olduğunu söylemek de mümkündür. Kayıt dışılığın nedenleri, etkileri ve kayıt dışılığın önlenmesi ile ilgili yapılan literatür araştırması doğrultusunda, mali konuların kayıt dışılıktan en çok etkilenen alanlardan biri olduğunu söylemek mümkündür. Kayıt dışılıkla mücadele edebilmek için kayıt dışılığa sebep olan nedenlerin tespiti oldukça önemlidir. Çünkü nedeni bilinmeyen bir sorunu çözmenin imkânı bulunmamaktadır. Vergi konusu her devletin tartışmasız konularından biridir. Devletlerin en büyük gelir kaynaklarından biri olan vergilerin efektif bir şekilde toplanabilmesi, devletlerin varlıklarını ve işleyişlerini sürdürebilmeleri için oldukça önemlidir. Bu nedenle kayıt dışı ekonomiyle mücadelede birçok farklı yol izlenmektedirler. Literatürde kayıt dışılık konusuyla ilgili “kayıt dışı ekonomi”, “kayıt dışı çalışma”, “kayıt dışı sektör” ve “kayıt dışı ekonomik faaliyetler” birbirinin yerine kullanılmaktadır [23]. Aynı zamanda yapılan çalışmalarda kayıt dışılık kavramı “kayıt dışı ekonomi, kayıt dışı istihdam ve kayıt dışı göç” başlıkları altında ele alınmıştır. Tablo 3'te bu başlıklar ve bu başlıklarla ilgili yapılan çalışmalara yer verilmiştir.

Tablo 3. Kayıt dışılık ile ilgili yapılan çalışmalar

Kayıt dışılık türü	Yapılan çalışmalar
Kayıt dışı ekonomi	[8], [11], [25], [26], [27], [28], [29], [30], [31], [32], [33]
Kayıt dışı istihdam	[9], [34], [35], [36], [37], [38], [39], [40], [41], [42], [43], [44], [45]
Kayıt dışı göç	[46], [47]

Literatürde yer alan çalışmalardan özellikle kayıt dışı ekonomi ve vergilendirme ile ilgili olanlardan bazıları şu şekildedir: Önder (2000) yaptığı çalışmasında vergi ve kayıt dışılığın birbirlerini besleyen ve güçlendiren süreçler olduğunu ifade etmiştir. Çalışma vergilerin kayıt dışılığa, kayıt dışılığın ise vergi yükünün artmasına sebep olduğunu dile getirmiştir. Kayıt dışı alanların genişlemesinin vergi tabanını daralttığını vurgulayan bu çalışmada, gerekli olan vergi gelirlerine ulaşabilmek için vergi oranlarının yükseltilmesinin zorunlu hale geleceği vurgulanmıştır. Aynı zamanda bu sürecin kayıt dışılık ile birlikte yüksek vergi oranlarına sonuç olarak, daha büyük kayıt dışı alanların oluşmasına sebebiyet vereceği ifade edilmiştir [25].

Işık ve Acar (2003) çalışmalarında kamu otoritelerinin vergi toplamada adil, şeffaf, denetlenebilir ve hesap verebilir bir şekilde hareket edip etmediği ve toplanılan vergilerin nasıl değerlendirildiği konularının önem taşıdığını belirtmiştir [8].

Sugözü (2010) çalışmasında vergi yükünün fazla oluşunun kayıt dışılığa sebebiyet veren en büyük nedenlerden birisi olduğunu dile getirmiştir. Bununla birlikte kayıt dışılığın önlenmesi için vergi yükünün adaletli dağılımı ve ödenebilir oranda düşürülmesi gerektiği bulgusunu elde etmiştir [48].

Kayıt dışı ekonomi sadece ekonomik değil aynı zamanda toplumsal düzeni oluşturan parçaların da devlet denetiminden çıkmasına neden olmaktadır. Kayıt dışı ekonominin var olduğu her konu farklı sonuçlar doğurmaktadır. Koç (2016) tarafından yapılan bir diğer çalışmada kayıt dışılığın en büyük nedenlerinden birinin özellikle vergi sisteminden kaynaklanan sorunlar olduğu belirtilmiştir. Bunun yanı sıra siyasi tepkinin yetersizliği ve kayıt dışı ekonominin lehine olan görüşlerden kaynaklanan nedenlerin kayıt dışı ekonomiye sebebiyet verdiği ifade edilmektedir. Çalışmada kayıt dışı ekonominin haksız kazanç yarattığına, sosyal ve ahlaki normlar ile siyaset ve ekonomik işleyişi olumsuz etkilediği sonucuna ulaşılmıştır [49].

Erdoğan (2016) yaptığı çalışmasında kayıt dışılığın önlenmesi için yapısal reformların artırılması, yatırımları arttırmaya yönelik bürokrasinin azaltılması, vergi oranlarının indirilmesi ve düzenlenmesi gerektiğini ifade etmiştir. Türkiye'de kayıt dışı ekonomiye yönelik mücadelede izlenen politikaların daha verimli olabilmesi için öncelikle onu

yaratan sebeplerin tamamının tespit edilmesi ve bu sebeplere yönelik kesin çözümler bulunması gerektiği öne sürülmüştür. Çalışmada önceliğin kayıt dışılığın yoğun olduğu sektörlerle verilmesi ve sorunun çözümü için denetim mekanizmalarının artırılarak çözümün kısa, orta ve uzun vadede ele alınması gerektiği vurgulanmıştır [50].

Avcı (2017) yapmış olduğu çalışmasında e-ticaretin vergilendirilmesi ile ilgili hukuk nezdinde birtakım problemlerin ve eksikliklerin olduğunu ifade etmiştir. Kayıt dışılığın, matrah tespit problemlerine yol açarak devletin ciddi gelir kayıplarına yol açtığına ve e-ticarette kayıt dışılıkla mücadele için küresel adımların atılarak ortak bir yol izlenmesi gerektiğine çalışmasında yer vermiştir [51].

Scheiner ve Trogler 2007 yılında, 1990-1995 ve 2000 yıllarını temel alarak 90 ülke için hesaplamalar yapmıştır. Çalışmada kayıt dışı ekonominin ölçülmesinden ziyade kayıt dışılığa neden olan sebepler araştırılmıştır. Yapılan araştırma neticesinde ülke içindeki yolsuzluk, yüksek vergi oranları, etkin olmayan hukuk sistemi ve verimli şekilde kullanılmayan kamu finansmanı kayıt dışı ekonominin temel unsurları olduğu bulgusu elde edilmiştir [52].

Schneider, 2010 yılında Buehn ve Montenegro ile Doğu Avrupa ve Orta Asya'daki 162 ülkenin kayıt dışılık oranlarını ölçmüştür. Kayıt dışılık oranı en az olan ülkelerin %12.5 oranla Çin ve Singapur, en fazla olan ülkelerin ise %65 oranla Peru, Panama ve Bolivya olduğunu elde etmiştir. Yapılan bu çalışmanın bulguları değerlendirilirken kayıt dışılığın bu denli yüksek olmasının sebepleri arasında vergi oranlarının son derece yüksek ve devlet düzenlemelerinin yetersizliğinin yanı sıra ülke vatandaşlarının yaşam standartlarının oldukça düşük olması ve devlet tarafından belirlenen yasal yollardan geçimlerini sağlayabilmenin imkânsız olduğu yer almaktadır [53].

Khuong vd. (2021) çalışmalarında Pakistan'da kayıt dışı ekonominin, ekonomik büyüme üzerindeki etkisini ele almıştır. Çalışmanın ilk adımında kayıt dışı ekonomi, para birimi talep denklemi aracılığıyla hesaplanmıştır ve ardından veri analizinde kendiyile bağlaşımlı dağıtılmış gecikme modeli (ARDL) tekniği kullanılmıştır. Çalışmanın sonucunda Pakistan'da gayri safi yurtiçi hasılanın (GSYİH) %56'sında kayıt dışı ekonominin yer aldığı belirtilmektedir [54].

Abi Aad ve Combs (2021) yöneticilerin neden bazı ticari faaliyetleri kayıtlı ekonomiye ve diğerlerini kayıt dışı ekonomiye bağlı olarak yaptığını araştırdığı çalışmasında, 362 Lübnanlı üst düzey yöneticiye anket yöntemi uygulanmıştır. Çalışmada düzenleyici odak teorisine dayanarak, terfi (önleme) odaklı zihniyete sahip yöneticilerin, kayıt dışı ekonomiyi vurgulamak için resmi kurumlarla sosyal bağlarını kullanmaya daha eğilimli olduklarını belirtmiştir. Kayıtlı kurumlarla olan sosyal bağlar, kayıt dışı ekonomiyi kullanma eğilimleriyle olumlu bir ilişki içindedir [55].

Lv & Xu (2021) kentleşmenin kayıt dışılık üzerindeki doğrusal olmayan etkisini araştırdıkları çalışmasında ekonomik kalkınma düzeyinin parametrik olmayan bir fonksiyonu olarak kentleşmenin etkisini görebilmek için kısmen doğrusal bir fonksiyonel-katsayı panel veri modeli önermiştir. Ampirik analiz, 2002-2013 yılları arasında 127 ülkeyi kapsayan geniş bir panel veri setine dayanmaktadır ve sonuçlar, kentleşmenin kayıt dışılık üzerindeki etkisinin ekonomik kalkınma düzeyine bağlı olduğunu ortaya koymaktadır. Bulgular, politika yapıcılar için politikalarını kentleşme sürecinde kayıt dışılıkla mücadeleye yönelik olarak şekillendirmek isteyenler açısından önemlidir [56].

Guo vd. (2021) çalışmalarında Çin'deki en büyük Fintech şirketinden yaklaşık 80 milyon çevrimdışı mikro/küçük işletme sahibinin işlem düzeyindeki iş verilerini ve makine öğrenimi yöntemini kullanarak, COVID-19 pandemisinde sonra savunmasız olan kayıt dışı ekonominin ilk sonuçlarını değerlendirmişlerdir [57].

Bennihi vd. (2021) Cezayir'de kayıt dışı ekonominin ana belirleyicilerini çoklu gösterge çoklu sebep yaklaşımıyla ele aldıkları çalışmalarında, ayrıca kayıt dışı ekonominin gelişimini ve boyutunu tahmin etmeye çalışmışlardır. Kayıt dışı ekonominin boyutunun ortalama resmi GSYİH'nin %33.48'i kadar olduğu ve son 15 yılda bu oranın giderek arttığı ifade edilmiştir. Çalışmada ayrıca kayıt dışı ekonominin kısa vadede kayıtlı ekonomiyi olumlu etkilerken; uzun vadede bu etkinin tersine döndüğü tespit edilmiştir [58].

Teknolojinin hızla ilerlemesiyle birlikte hayatımıza yeni bir kavram olarak giren e-ticaret, özellikle covid-19 pandemisi sebebiyle neredeyse insanların ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Evden çıkılmadan alış-veriş yapabilmek ve sipariş edilen ürünlerin kapıya kadar gelmesi e-ticaretin sağladığı kolaylıklardan sadece biridir. Bu kolaylıkların yanı sıra dijital ortamda süreçlerin gerçekleştirilmesi nedeniyle e-ticaret bazı sorunları da beraberinde getirmektedir. Sosyal medya dolandırıcılığı, kesilmeyen faturalar vb. gibi birçok etken hem tüketiciyi hem de devleti mağdur etmektedir. Bu nedenle bu çalışmada kayıt dışılığın sebepleri araştırılmış ve bu durumun önüne geçebilecek çözüm önerilerinin neler olduğu tartışılmıştır.

3. Metodoloji

Bu bölüm çalışmanın amacı ve tasarımını içeren araştırma tasarımı başlığı ile araştırma sonuçlarının sunulduğu araştırma bulguları alt başlığından meydana gelmektedir.

3.1. Araştırmanın tasarımı

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinin bir türü olan mülakat yöntemi uygulanmıştır. Mülakat yöntemi kendi içinde yapılandırılmış, yapılandırılmamış, sözlü tarih ve derinlemesine mülakat tekniği olmak üzere dört gruba ayrılmaktadır. Görüşme, sosyal bir gerçekliği ortaya çıkarmak amacıyla, derinlemesine araştırma yapmak için kullanılan bir tekniktir. Görüşmelerde amaç katılımcıların araştırılan konu hakkındaki görüşlerini, tecrübelerini ve çözüm önerilerini almaktır.

Çalışmada yarı yapılandırılmış mülakat yönteminden faydalanılarak, yöntemin özelliği gereği konu ile ilgili önceden hazırlanan sorular ve konu başlıkları çerçevesinde görüşme gerçekleştirilmiştir.

Daha önce yapılan çalışmalarda genel olarak kayıt dışılık konusu ekonomi temelinde araştırılmış, fakat e-ticaret sektöründe kayıt dışılık ile ilgili yapılan çalışmalar yetersiz kalmıştır. Bu nedenle çalışmada kayıt dışılığın özellikle e-ticarete etkisi araştırılmaya değer görülmüş ve azaltılmasına yönelik çözüm önerileri araştırılmıştır. Dolayısıyla çalışmanın kısıtını e-ticaret sektöründe uygulama alanı bulması ve kayıt dışılığın araştırılması oluşturmaktadır. Araştırmanın amacına göre uzman görüşleri ve literatür taraması esas alınarak hazırlanan açık uçlu ve yorum açık sorular katılımcılara yöneltilmiştir. Soruların bazıları keşfedici özelliğe sahiptir ve konu hakkında farkındalığın ortaya çıkarılması için hazırlanmıştır. Soruların hazırlanmasında araştırmanın amacı dahilinde belirli bir çıktıya ulaşmak hedeflenmiştir. Katılımcılara görüşme öncesi araştırmanın konusu ve amacı hakkında kısaca bilgilendirme yapılmıştır. Katılımcılara yöneltilen sorular aşağıda yer almaktadır.

Soru 1. E-ticarete kayıt dışılığın ne olduğu ve boyutları hakkında bir değerlendirme yapar mısınız?

Soru 2. Kayıt dışılığın e-ticarete etkisi hakkında bilgi verir misiniz?

Soru 3. E-ticarete kayıt dışılık sorunu nasıl ele alınmalıdır?

Soru 4. E-ticarete kayıt dışılığa sebep olan faktörler nelerdir?

Soru 5. E-ticarete kayıt dışılığın önlenmesi için devlet tarafından alınması gereken tedbirler nelerdir?

Soru 6. E-ticarete kayıt dışılığın önlenmesi için taraflara düşen görev ve sorumluluklar nelerdir?

Soru 7. E-ticarete kayıt dışılığın vergilendirmeye etkisi nedir?

Soru 8. İçinde bulunduğumuz bu COVID-19 pandemi sürecinde e-ticaretin geleceği hakkında neler söyleyebilirsiniz?

Araştırmanın çalışma grubunu görüşme formunda yer alan soruları kolaylıkla cevaplandırabilecek yeterlilikte ve yetkinlikte, özellikle e-ticaret sektöründe belirli bir deneyime sahip beş şirket yöneticisi ile bu konuya farklı açıdan bakarak görüşleri ile katkı sağlayacağı düşünülen bir akademisyen oluşturmaktadır. Katılımcıların tamamı şahıs ve şirket isimlerinin açıkça belirtilmesini istemediğinden dolayı kişisel verilerinin korunması amacıyla isimleri K1, K2, K3... şeklinde kodlanmıştır. Aşağıda çalışmada görüşlerine başvurulmuş altı katılımcının yaş, eğitim durumu, pozisyonu ve sektördeki deneyimleri Tablo 4'te belirtilmiştir.

Tablo 4. Katılımcıların özellikleri

Katılımcılar	Yaş	Eğitim durumu	Pozisyon	Sektör deneyimi
K1	45	Yüksek lisans	Yönetici	16
K2	51	Lisans	Yönetici	25
K3	34	Lisans	Yönetici	10
K4	39	Yüksek lisans	Yönetici	9
K5	41	Lisans	Yönetici	14
K6	44	Doktor	Akademisyen	-

Tablo 4 dikkate alındığında katılımcıların hepsi 30 yaş ve üzerindedir ve eğitim düzeyleri en az lisans düzeyindedir. K6 haricinde diğer tüm katılımcılar çalıştıkları sektörde üst düzey yönetici pozisyonunda görev yapmaktadır.

3.2. Araştırmanın bulguları

Yarı yapılandırılmış mülakat yöntemi kullanılmasıyla katılımcılara sorular yöneltilmiş ve katılımcıların bu sorulara verdikleri cevaplar tek tek aşağıda soru bazında ifade edilmiştir. Çalışmada katılımcıların cevaplarının hepsine yer verilmemiş, soru veya konu ile bağlantısı olmayan cevaplar çıkarılmıştır. Her bir soruda katılımcıların verdikleri cevaplar dahilinde yazar tarafından bir genelleme yapılmıştır.

Soru 1. E-ticarete kayıt dışılığın ne olduğu ve boyutları hakkında bir değerlendirme yapar mısınız?

Katılımcı 1. E-ticarete resmi olarak yapan sitelerde ödemeler çoğunlukla kredi kartı ile yapıldığından kayıt dışılık gibi bir sorun olmamaktadır. Ancak Instagram ve Facebook gibi sosyal medya mecralarından yapılan ticarete kayıt dışı durumlar olabilmektedir.

Katılımcı 2. Denetlenmesi zor olan her türlü eylem kayıt dışılığı getirir. Özellikle sosyal medya platformlarında yapılan satışlar, e-ticaretteki kayıt dışılığı oluşturmaktadır.

Katılımcı 3. E-ticaretteki kayıt dışılık genelde sosyal medyadaki butikler üzerinden yapılmaktadır. Çoğu butik, faturasız satış yapmakta, ürünlerinin arkasında durmamakta ve bunun sonucunda müşterinin yasal hakkı olan cayma hakkını kullandırmamaktadır.

Katılımcı 4. Kayıt dışılık devlet tarafından denetlenemeyen her türlü ticari faaliyet olarak tanımlanabilir. E-ticarette kayıt dışılık ise devletten habersiz gelir elde etmektir. Bununla birlikte tek yolu fatura kesilmeden alışverişin gerçekleşmesidir. Bu da en çok devlete zarar vermektedir. Kesilmeyen her fatura aynı zamanda devlete ödenmeyen vergi demektir.

Katılımcı 5. Kayıt altına alınamayan her faaliyet kayıt dışıdır. E-ticaretteki kayıt dışılıksa özellikle sosyal medyadan yapılan alışverişlerdeki faturasız satışlardır. Bu durum haliyle hem tüketicinin mağduriyetine hem devletin alması gereken vergiyi alamamasına, hem de daha önceden bu platformlarda alışveriş yapıp pişman olan tüketicilerin bir daha sosyal medya üzerinde alışveriş yapmak istemediklerinden dolayı, işlerini düzgün yapan satıcıların ekmelekleriyle oynamalarına yol açmaktadır.

Katılımcı 6. E-ticarette kayıt dışılık kesilmeyen faturalar ve dolayısıyla ödenmeyen vergilerle kendini gösteriyor. Pazar yerleri vasıtasıyla işlem yapan firmalar fatura konusunda denetlenmekte ancak özellikle Instagram'da butik adı altında yapılan sayfalarda yapılmaya çalışılan satışlarda faturasız ürün satışı oldukça fazladır. Ürün tüketicilere gelir. Gelen ürün yanlışsa, kusurluysa veya eksikse sadece geçmiş olsun demek kalır. Çünkü tüketici hiçbir hak iddia edemez. Bu satışlar genelde havale üzerinden olmaktadır. Tüketici satıcıya ürün bedelini havale eder ve satıcı da ürünü tüketicilere gönderir. Nasıl güven sağlıyor hele ki bu sanal ortamda?

Katılımcılara e-ticarette kayıt dışılığın ne olduğu sorulmuş ve genel olarak "denetlenmesi zor olan veya denetlenemeyen her türlü ticari faaliyet kayıt dışıdır" şeklinde bir tanımlama yapılmıştır. Her sektörde farklı bir şekilde ortaya çıkan kayıt dışılığın e-ticaret sektöründe de özellikle sosyal ağlar kullanılarak yapılan faturasız satışlar olarak kendini gösterdiği ifade edilmiştir.

Soru 2. Kayıt dışılığın e-ticarete etkisi hakkında bilgi verir misiniz?

Katılımcı 1. Kayıt dışı durumlar işletmelerden çok tüketiciler için problem olabilmektedir. Resmi bir alışveriş olmadığından yaşanan sorunlarda hak arama sıkıntıları yaşanmaktadır. Belli bir tutara kadar vergi muafiyeti sağlanması işletmelerin e-ticarete yönelmelerini ve bu konuda yeni girişimlerin sayısının artmasını sağlayacaktır. Böylece hem yapılan ticaret kayıt altına alınmış hem de girişimciler desteklenmiş olacaktır.

Katılımcı 2. İşini düzgün yapanla yapmayan bir olur mu? Ne yazık ki kayıt dışılık bu sektörde haksız bir rekabete sebep oluyor. Sektöre olan güven zedeleniyor ve bu durum sadece işini düzgün yapan satıcılara da yansımıyor. En büyük darbeyi devlet sonrasında ise tüketiciler alıyor. Vergisini alamayan bir devlet ve hakkını arayamayan tüketiciler.

Katılımcı 3. Kayıt dışılık sektörde haksız rekabeti çoğaltıyor. Orta ve büyük ölçekli işletmeler, tüm işlemlerini resmi olarak gerçekleştirirken, yeni girişimcilerin çoğu şirket bile kurmadan ilerlemektedir. Dolayısıyla, vergi, SGK vb. giderleri olmuyor. Bu da yapılan satışlarda fatura kesilmemesi ve vergi verilmemesi anlamına gelmektedir.

Katılımcı 4. Kayıt dışılığın en büyük etkisi sebep olduğu vergi kayıplarıdır. Devlet, fatura kesilmediği için alması gereken vergiyi alamamaktadır. Aynı zamanda sektörde haksız rekabet ortamı yaratmaktadır. Bir yanda faturasını kesen, vergisini ödeyen, az bir kâr marjıyla ürünlerini satanlar; diğer yandan fatura kesmeyip, ürün başına kâr marjını ve vergisini cebine koyanlar söz konusudur.

Katılımcı 5. Faturasız ürün alan ve mağdur olan bir tüketici bir daha e-ticaret aracılığıyla alışveriş yapar mı? Haklı olarak bir daha aynı senaryo ile karşılaşmamak için kendini e-ticaretten uzak tutacaktır. Kayıt dışılık, sektöre olan güveni yok etmekle birlikte ciddi vergi kayıplarına yol açmaktadır.

Katılımcı 6. Haksız rekabet ortamı yaratarak, işini lâyıkıyla yapan satıcıları işinden soğutuyorlar. Sen faturalı ürün satacağsın, vergini vereceksin diğer taraftan vergi vermeyen, fatura bile kesmeyen senden daha çok kazanacak ve her ikiniz de satış yapmaya devam edeceksiniz.

Bir ülkede kayıt dışılık fazla ise o ülkede işsizlik artar, üretim azalır, yatırımlar düşer. Ülke ekonomik anlamda küçülmeye gider. Kayıt dışılığın e-ticaret sektörüne olan etkilerinin neler olduğu sorusu sorulduğunda katılımcıların çoğu kayıt dışılığın vergi kayıplarına yol açtığını ve haksız rekabet ortamı oluşturduğunu düşündüğü görülmüştür. Kayıt dışılığın sektörde haksız rekabet ve vergi kaybına yol açtığını söyleyen (K3), (K4) ve (K6)'nın fikirlerine ek olarak (K2) ve (K5) bu durumun aynı zamanda sektöre olan güveni de zedelediğini düşünmektedir.

Soru 3. E-ticarette kayıt dışılık sorunu nasıl ele alınmalıdır?

Katılımcı 1. Kayıt dışılık sektör ve kapasite bazlı olarak ele alınmalıdır. Kadın ve küçük girişimcilerin desteklenmesi için vergi vb. kolaylıkları sağlanmalıdır. Büyük yatırımları da desteklenmek amacı ile kademeli olarak vergi vb. uygulamalar yapılmalıdır. Bu şekilde bir uygulama girişimleri arttıracığından ekonominin hareketlenmesine destek olacaktır.

Katılımcı 2. E-ticarette kayıt dışılığın önlenmesi için sektörel mücadele edilmesi gerektiğini düşünüyorum. Çünkü e-ticaretteki kayıt dışılığı incelemekle istihdamdaki veya başka bir sektördeki kayıt dışılığı incelemek farklıdır. Farklı alanlara, farklı tekniklerle yaklaşılmalıdır. Kayıt dışılığın etki alanındaki hangi konuyu inceliyorsak, o konuya özgü bir metot belirlemenin gerekli olduğunu düşünüyorum.

Katılımcı 3. Sektör bazlı denetimin daha mantıklı olacağı fikrindeyim. Çünkü her sektörün dinamikleri farklı olduğu için karşılaşılan sorunlarla mücadele yöntemi de farklı olmaktadır. E-ticarette sektörel ve demografik teşviklerle kayıt dışılık çözülebilir.

Katılımcı 4. Sektör bazlı ele alınmalıdır. Çünkü her sektörün dinamikleri farklıdır. Bir sektörde yürütülen kayıt dışı mücadele faaliyeti başka bir sektörde aynı yolla yürütülmeyebilir. Bu sebeple kayıt dışılık konusu ele alınırken hangi sektör için çalışma yapılacaksa o sektör a'dan z'ye incelemeye alınmalıdır. Nerede bir eksiklik ve boşluk varsa ona göre önlem alınmalıdır. Olası bir açığa ve boşluğa sebebiyet verecek durumların belirlenerek bunlar için önlem alınması ve kayıt dışılığın bu sektörde önlenmesi gerektiğini düşünüyorum.

Katılımcı 5. Kayıt dışılık sorunu her devletin üzerinde çalışması, çözümler üretmesi gereken hassas bir konudur. Bu konunun sektör bazlı ele alınmasının daha doğru ve sağlıklı sonuçlar vereceğine inanıyorum. Temele bakıldığı zaman kayıt dışılığın en büyük sebeplerinden birinin vergi olduğu görülmektedir. İnsanlar zaten ürününü az da olsa bir kârla satma derdindeyken bir de üstüne yüksek vergiler eklenince haliyle vergi kısmını atlamanın yolları aranıyor.

Katılımcı 6. Kayıt dışılık konusu temelde sektörden sektöre benzerlik gösterse de önlenmesi konusundaki mücadele ve alınması gereken önlemler pratikte farklılık gösterebilmektedir. Her sektörde kayıt dışılığa konu olan faaliyet aynı şekilde yapılmadığı için kayıt dışılığa top yekûn ekonomik bir mücadele ile başa çıkmak mümkün değildir. Kayıt dışılığı sektör bazlı ele almak kayıt dışılığa sebep olan nedenleri, sektör içinde en küçük detayına kadar inebilmeye, anlamaya ve çözüm aranmasına imkân sağlamaktadır.

Dünya'daki tüm ülkeler için tehdit unsuru olan kayıt dışılık, önü alınmadığı takdirde ekonomik krizlere yol açabilir. Ekonomi alanında kriz demek, ülkenin krizin boyutuna bağlı olarak birkaç yıl geriye gitmesi demektir. Her alanda rekabetin kıyasıya yaşandığı global piyasada kaybedilecek bir gün dahi bulunmamaktadır. Bu sebepten ötürü kayıt dışılığın önce kontrol altına alınması sonrasında ise tamamen ortadan kaldırılması için çalışmalar yapılmalıdır. Katılımcılara sorulan "E-ticarette kayıt dışılık genel olarak mı sektör olarak mı ele alınmalıdır?" sorusuna tüm katılımcılar sektördeki kayıt dışılık konusunun genel olarak değerlendirilmemesi, sektörel bazda incelenmesi, nedenleri ve sonuçlarının araştırılması gerektiği konusunda hem fikir olduğu görülmüştür.

Soru 4. E-ticarette kayıt dışılığa sebep olan faktörler nelerdir?

E-ticarette kayıt dışılığa neden olan faktörler ülkelerin genel durumlarına göre değişkenlik göstermektedir. Bu faktörlerin mali ve ekonomik faktörler, hukuki ve idari nedenler ve son olarak sosyal ve yapısal nedenler olarak üç grupta kategorize etmek mümkündür. Her bir katılımcının bu kategorilere göre kayıt dışılığa neden olan faktörlerin neler olduğuna ilişkin cevapları tablolastırılmış ve aşağıda Tablo 5'te görüldüğü gibi ifade edilmiştir.

Tablo 5. Kayıt dışılığa neden olan faktörler

Katılımcılar	Mali/ekonomik	Hukuki/idari	Sosyal/yapısal
K1	Vergi yükünün fazla olması, kayıt altına almak için yapılması gereken yatırım ve masrafların çoğu işletme ve girişimciler için külfet olması	Yaptırımların zayıf olması	Kanuna uygun olmayan şeylerin internet ortamında daha kolay uygulanabiliyor olması
K2	Vergiler ve alım gücünün zayıf olması	Yaptırımların zayıf olması	Türkiye'de sosyal bilincin tam olarak gelişmemesi, Devletin topladığı vergilerin faydalı bir şekilde kullanılacağına emin olamama
K3	Vergi yükünün fazla olması	Yaptırımların zayıf olması	Denetim zor olması
K4	Devletin aldığı vergiler, gelir dağılımındaki adaletsizlik ve satın alma gücünün düşük olması	Sürelili yapılan vergi afları ve yaptırımların zayıf olması	İnternet ortamında denetimin fiili kontrolden nispeten daha zor olması
K5	Vergiler ve alım gücünün düşük olması	Vergi afları ve caydırıcı olmayan yaptırımlar	Sektörün tabiatı gereği denetiminin zor olması
K6	Vergi yükünün fazla olması ve satın alma gücünün düşük olması	Vergi afları ve caydırıcı olmayan yaptırımlar	Denetimin zor olması

Tablo 5 incelendiğinde katılımcıların, e-ticarette kayıt dışılığın mali ve ekonomik sebeplerinin vergiler ve satın alma gücünün düşüklüğü olduğundan kaynaklandığını ifade etmişlerdir. Kayıt dışılığın hukuki ve idari nedenleri olarak yaptırımların zayıflığına dikkat çeken katılımcılar sürekli yapılan vergi aflarının da kayıt dışılığa sebep olduğunu düşünmektedirler. Sosyal ve yapısal nedenlerden de bahseden katılımcılardan (K3), (K4), (K5) ve (K6) sektörün sanal olmasının denetimi zorlaştırdığını ifade ederken; (K1) kanuna uygun olmayan şeylerin internet platformlarında daha kolay uygulanabildiğini düşünerek denetimin zorluğu ve eksikliğinden söz etmektedir. (K2) ise Türkiye'de sosyal bilincin

tam olarak gelişmediğini, devlet ile vatandaş arasındaki bağın toplanan vergilerin verimli kullanılması konusunda daha kopuk olduğunu düşünmektedir.

Soru 5. E-ticarette kayıt dışılığın önlenmesi için devlet tarafından alınması gereken tedbirler nelerdir?

Katılımcı 1. Özellikle Instagram ve Facebook gibi sosyal ağlar üzerinden yapılan satışlarda rastgele denetimler yapılmaktadır. Denetimler neticesinde fatura kesilmemesi gibi durumlarla karşılaşıldığında maddi cezalar uygulanmaktadır. Ancak bu rastgele yapılan ve sistemi olmayan bir uygulama olduğu için caydırıcı değildir.

Katılımcı 2. Kayıt dışılığı önlemek için sosyal medyada rastgele denetimler yapıldığını biliyorum. Eski ticaret bakanının bir konuşmasında e-ticaret sektöründe kayıt dışılıkla her mecrada mücadele edileceği söylenerek, alışverişleri de rastgele denetleyip kayıt dışı faaliyetleri tespit edecekleri ifade edilmişti. Bence çok yerinde bir uygulama. Piyango misali, kime vuracağı belli değildir. Eğer ki bir de tespit edilen kayıt dışı faaliyetler ağır bir şekilde cezalandırılırsa kısa sürede sonuç alınacağı kanaatindeyim.

Katılımcı 3. Güven damgası uygulamasını duymuştum. Oldukça faydalı bir uygulama olduğu kanaatindeyim. Özellikle internette alışveriş konusunda yeni olan kullanıcıların olası mağduriyetlerine sebebiyet vermemek için yapılmış bir uygulamadır. Tabii ki bu ve buna benzer uygulamaların çeşitlendirilmesi ve sürekli geliştirilmesi gerekir.

Katılımcı 4. Elektronik ticaret bilgi sistemi (ETBİS) ve güven damgası uygulamaları devletin e-ticaret sektöründe kayıt dışılıkla mücadele için uygulamaya geçirdiği önlemlerdir. ETBİS, e-ticarette faaliyet gösteren tüm firmaların kayıt olması gereken bir platformdur. Devlet bu sayede firma bilgilerini kayıt altına alarak internet üzerinden yapılan alışverişlerde yaşanabilecek olası mağduriyetlere engel olup tüketiciyi korumaya çalışmaktadır. İnternette yapılan alışverişler bazen risk taşıyabiliyor. Özellikle tanınmış e-ticaret siteleri veya bilindik markaların kendi siteleri haricindeki internet sitelerinden alışveriş yaptığımızda dolandırılma ihtimalimiz vardır. Tam da burada güven damgası devreye giriyor ve bulunduğumuz sitenin güvenli ve devlet kurumlarında kaydı olan bir alışveriş sitesi olduğunu bizlere söylüyor. Bu da internette alışveriş yapacak kullanıcıların mağduriyete uğramalarına engel oluyor. Alınması gereken tedbirlerden biri ise kayıt dışılığın tespiti için görevli kişilerin gerekirse müşteriyi gibi sipariş verip suçüstü yapma olabilir.

Katılımcı 5. Bildiğim kadarıyla e-ticaret platformları üzerinden faturasız satış yapılamamaktadır. Sistem buna izin vermiyor. Ancak özellikle Instagram'da popüler olan özel butik ve benzer satış yapılan hesaplar ve Facebook üzerinden yapılan satışlar rastgele bir şekilde denetlenmektedir. En kısa sürede bu denetimler arttırılmalı veya sosyal medya mecraları ile bir satış formatı belirlenmeli ki kimse faturasız ürün satmasın, satın almasın.

Katılımcı 6. Alınan tedbirler yeterli değildir, ancak hiç olmamasından çok daha iyidir. ETBİS uygulaması alınan tedbirler arasındadır. E-ticaret yapan tüm firmaların kaydının tutulduğu bir sistemdir. Son derece mantıklı bir uygulamadır. Kayıt olan firmaya, ona özgü bir kare kod verir. Tüketiciler olarak da bu kare kodu gördüğümüz sitelerden alışveriş yapmak konusunda bir güvensizlik yaşamamamızı sağlar. Devlette sistemdeki tüm firmaların bilgilerinin kaydını tutarak sektöre hâkim olur.

Ülke ekonomisine en büyük tehdidi oluşturan kayıt dışılıkla mücadele için devletler kayıt dışılığı en düşük seviyede tutmak ve yok edebilmek için sürekli çözüm arayışı içindedir. Devletler kayıt dışılıkla vergi ve istihdam başta olmak üzere birçok cephede mücadele etmektedir. E-ticarette de kayıt dışılıkla mücadele kapsamında çalışmalar yürütülmektedir. Çalışmada katılımcılara devletin e-ticaretteki kayıt dışılıkla ilgili yapmış olduğu çalışmalar hakkında önceden bilgi verilmeyip, kayıt dışılığın önlenmesi için devletin aldığı önlemler sorulmuştur. Burada katılımcıların yapılan çalışmalardan haberdar olup olmadıkları da öğrenilmek istenmiştir. Katılımcıların çoğunun e-ticarette kayıt dışılıkla mücadele uygulamalarından haberdar oldukları ve yapılan uygulamaların faydalı olduğunu düşündükleri görülmüştür. Devlet tarafından alınması gereken tedbirler kapsamında ise (K1), (K2) ve (K5) sosyal medya platformlarında yapılan satışların rastgele denetlendiğini söylemiştir. (K5) en kısa sürede sosyal medya mecralarında standart bir satış formatı belirlemesinin gerekliliğini ifade ederken; (K1) sistematik olmadığı için rasgele yapılan bu denetimlerin caydırıcı olmadığını düşünmektedir. (K2) ise rastgele yapılan bu denetimlerin ağır cezaları olursa kısa sürede sonuç alınabileceğini ifade etmiştir. ETBİS ve güven damgası uygulamalarını sektördeki kayıt dışılığı engellemede başarılı bir adım olarak gören (K3), (K4) ve (K6) bu uygulamaların olası mağduriyetleri önleyerek tüketicilerin haklarını koruyacağını düşünmektedirler.

Soru 6. E-ticarette kayıt dışılığın önlenmesi için taraflara düşen görev ve sorumluluklar nelerdir?

Sektörden sektöre farklılık gösteren kayıt dışılığın önlenmesi için tek başına devletin çabası yeterli değildir. Devlet haricinde, ticari faaliyetin muhataplarına da görevler düşmektedir. E-ticaret sektörüne genel olarak bakıldığında devlet haricinde ticari faaliyetin muhatapları alıcılar ve satıcılardır. E-ticaret platformlarını veya diğer adlarıyla pazar yerlerini de satışa aracılık etmelerinden ve yeri geldiğinde onlar da satıcı pozisyonunda görüldüğünden dolayı satıcılar kategorisinde değerlendirilmiştir. Katılımcıların sektörde kayıt dışılığı önleyebilmek için devlete, satıcılara ve son olarak tüketici veya alıcılara düşen görevler hakkındaki düşünceleri aşağıda sıralanmıştır. Devlete düşen görev ve sorumluluklara ilişkin verilen cevaplar şu şekildedir:

Katılımcı 1. Çeşitli vergi indirimleri, destekleri vb. ile yatırımcı ve girişimciler desteklenmeli, belirli bir ciro oranına kadar bu destekler sağlanmalıdır. Böylece belirtilen ciroların aşılmasına da vesile olunacak ve bu aşamadan sonra devlete vergi geliri sağlanmış olacaktır. E-ticaret platformlarının satıcılara uyguladığı yüksek komisyon uygulamaları devlet kontrolüne alınabilir. Kredi kartı ile satış ve taksit yapabilme olanağının yaygınlaştırılması ve bu uygulamadan faydalanabilmek için gerekli kuralların basitleştirilmesi de kayıt dışılığı azaltacaktır.

Katılımcı 2. Devlet hali hazırda almış olduğu önlemleri geliştirerek daha kapsamlı bir şekilde internetten satışı yapılan ürünlerin ekonomik takibi için çalışmalar yapmalıdır. Faturasız satış yapıldığını tespit ettiği her firmaya veya şahsa caydırıcı cezalar vermelidir. İnsanlar faturasız ürün satmaya cesaret etmemelidir. Bunun yanında devlet kayıtlı ekonomiyi teşvik amaçlı vergisini düzenli ödeyen firmalara da vergi avantajı verebilir.

Katılımcı 3. Faturasız işlem yapılsa bile satıcı bir şekilde parayı tüketiciden almak zorundadır. Kapıda ödeme yöntemini kullanamayacağı için geriye sadece banka havalesi yöntemi kalıyor. Devlet şahıs hesaplarına gelen nakit akışını denetlemelidir.

Katılımcı 4. Devlet kargo şirketleri üzerinden satış takibi yapmalı, ithal ürünün gümrükte takibi ve faturasız ürünlerin sevkiyatına karşı caydırıcı cezalar uygulanmalıdır.

Katılımcı 5. E-ticarette kayıt dışılığın önlenmesi için devletin özellikle işe yeni başlayacak girişimciler için teşvikler vermesi ve vergi muafiyetleri sağlaması gerekir. İnsanların bu tarz işlere girmesinin ana kaynağının bu yüksek vergiler olduğunu düşünüyorum. Alış-verişte satıcı ürünü gönderir karşılığında ücretini alır. Burada devlet hem kargo üzerinden hem de hesaplardaki nakit akışını kontrol ederek bu alışverişin takibini yapabilir. Faturasız ürün satanların tespitinden sonra caydırıcı cezalar verilmelidir. Ceza caydırıcı olmazsa alınan önlemlerin de bir anlamı kalmamaktadır. Bu sebepten dolayı devletin sektörel alakalı tüm kurumları bir araya gelip bu konu ile alakalı ortak adımlar atmaları gerekmektedir.

Katılımcı 6. Devlet, sektörde kayıt dışılığa sebep olan faktörler nelerse bunları göz önüne alıp sektördeki mücadelesini bu çerçevede vermelidir. Vergi yükü fazla ise vergi indirimine gitmeli, teşvik yoksa veya yetersiz geliyorsa yeni paketler oluşturulmalı ve destekler verilmelidir. Bunlar haricinde sektördeki kayıt dışı hiçbir faaliyet kalmayınca kadar caydırıcı tedbirler uygulanmalıdır. İnsanların faturasız ürün satışına cesaret edememelerini sağlamalıdır.

Devlete düşen sorumluluklar kapsamında genel olarak devletin hem kargo üzerinde hem de nakit akışı kontrol edilerek, kayıt dışılığın engellenebileceği düşünülmektedir. Aynı zamanda özellikle kayıt dışılık tespit edildiğinde verilecek olan cezaların da caydırıcı olması gerektiği vurgulanmıştır. İkinci olarak e-ticaret platformları ve satıcılara düşen sorumluluklara ilişkin verilen cevaplar şu şekildedir:

Katılımcı 1. E-ticaret platformları kişi ve girişimcileri kendi platformları üzerinden satış yapma konusunda yöreklendirebilir ve destekleyebilirler. E-ticaret platformları sundukları hizmetin önemini yüksek tutarken satıcı ve girişimcileri kendilerine muhtaçmış gibi bir duruma düşürmekte, platform üzerinden yapılan satışlardan uygun olmayan komisyonlar alarak satıcıları farklı platformları kullanmaya yöneltmekte ve kayıt dışılığı çekici hale getirmektedir.

Katılımcı 2. Kurulan sektör dernekleri ile pazar yerleri organize olarak faturasız ürün satışını engelleyebilirler.

Katılımcı 3. E-ticaret platformları vergi levhası olmayan ve platform üzerinden satış yapan herkesi denetlemeli ve faturasız ürün satışına izin vermemelidir.

Katılımcı 4. E-ticaret platformlarında kayıt dışı bir faaliyet yürütmek imkânsızdır. Kendi sistemleri son derece iyi çalışmaktadır. Bu platform yöneticileri gerek birbirleri gerekse kamu kuruluşları ve tüketiciler ile birlikte kayıt dışılık konusunda ilgili toplantılar veya söyleşiler yapabilir. Satıcılarda kendi aralarında birlikte hareket ederek usulsüzlük yaptığını tespit ettikleri satıcıları ilgili kurumlara ihbar edebilirler.

Katılımcı 5. E-ticaret platformları, komisyon oranlarında indirim gidebilir, sektörü teşvik ve kayıt dışılığa yönelimi engellemek adına böyle bir adım atabilirler. Aynı zamanda devletin çeşitli kurumları ile paralel hareket ederek hem tüketicileri hem de satıcıları bilinçlendirmek adına programlar yapabilirler.

Katılımcı 6. Sanal pazar yerleri kendi bünyelerindeki usulsüzlüğü engellemek adına satıcı hesabı açmak isteyen kullanıcılardan şirket unvanı, ticaret sicil numarası, vergi numarası, vergi levhası, imza sirküleri, ticaret sicil gazetesi, faaliyet belgesi vb. evraklar istemektedir. Satıcıların gönderdiği bu belgelerin devlet kurumlarından teyidi sonrası hesapları açılmaktadır. Ülkemizde sektörde yer etmiş e-ticaret platformları hem kamu hem de tüketicilerle işbirliği yapabilir. Tüketicilerden gelen en küçük usulsüzlük ihbarı bile yetkili mercilere iletilebilir.

Bu durumda genel olarak katılımcılar satıcıların ve e-ticaret platformlarının devlet kurumları, birbirileri ve tüketicilerle ortak bir alanda buluşup insanları kayıt dışılık konusunda bilinçlendirmek için toplantılar, görüşmeler yapmanın faydalı olacağı görüşündedir. Son olarak alıcı ve tüketicilere düşen görev ve sorumluluklara ilişkin verilen cevap katılımcılar tarafından şu şekilde ifade edilmiştir:

Katılımcı 1. Tüketicilerin faturasız satış yapan satıcılardan alışveriş yapmamaları, bu şekilde satış yapanları ilgili devlet kurumlarına bildirmeleri sektördeki kayıt dışılıkla mücadele için önemli bir destek olacaktır.

Katılımcı 2. Tüketiciler ucuz da olsa faturasız ürünü tercih etmemeli, kayıt dışı ürün satan firmaları gerekirse sosyal medya üzerinden ifşa etmelidir.

Katılımcı 3. Tüketicilerin, herhangi bir olumsuzluk ile karşılaştıklarında, tüketici hakem heyetlerine başvurarak yetkili kurumları bilgilendirmeleri gerekmektedir.

Katılımcı 4. Tüketicilerin hakları vardır, ancak çoğu ne yazık ki haklarının neler olduğunu bilmemektedir. Kayıt dışılığın muhataplarından biri de tüketicilerdir. Tüketici kayıt dışılığa göz yumarsa ve para verirse o alışveriş gerçeğe şer. O yüzden faturasız alışveriş yapılmamalıdır. Kayıt dışılık konusunda devletin en büyük destekçisi de tüketicilerdir. Tüketiciler yapacakları ihbarlarla devletin fark edemediği bir yolsuzluğa engel olabilirler.

Katılımcı 5. Öncelikle tüketiciler bilinçlendirilmelidir. Bilinçli tüketici olmak gerçekten çok önemlidir. Ürün satıcılarda ise para da tüketicilerdedir. Bilinçli bir tüketici olarak faturasız hiçbir ürün alınmaması gerekir. Çünkü benim ürünle ilgili bir sorun çıktığında ben kime gideceğimi, derdimi kime anlatacağımı ve problemimi çözecek muhatabı bilmem gerekir. Muhatap bulabilmek ve mağdur olmamak için faturasız ürün almamak ve faturasız ürün satışı yapan biri veya bir kurum varsa da ilgili kurumlara bildirmek gerekmektedir.

Katılımcı 6. Kayıt dışılıkla mücadelede devletten sonraki en büyük güç tüketicilerdir. Bir bakıma kayıt dışılığa sebep olan başrol oyuncusu da tüketicilerdir. Tüketici, faturasız ürün almazsa kayıt dışılık da olmaz. En basiti tüketici satın aldığı bir ürünü rengini beğenmediği için veya herhangi bir nedenden dolayı iade etmek ister. Ürünü iade edebilmek için mutlaka faturanızın olması gerekir. Bu yüzden tüketiciler bu konuda bilinçlendirilmeli ve konunun hassasiyetine dikkat çekilmelidir.

Kayıt dışılıkla mücadelede tüketicinin görev ve sorumluluklarına ilişkin verilen cevaplar incelendiğinde, devletten sonra en önemli gücün tüketiciler olduğu belirtilmiştir. Aynı zamanda katılımcılar, tüketicilerin faturasız alış-veriş yapmamaları gerektiğini ve böyle durumlarla karşılaştıklarında ilgili kurumlara başvurarak şikâyet etmeleri gerektiğini savunmuşlardır.

Soru 7. E-ticarette kayıt dışılığın vergilendirmeye etkisi nedir?

Katılımcı 1. İnternet üzerinden yapılan kayıt dışı ticaretin ekonomide çok büyük bir payı olduğunu düşünmüyorum. E-ticaret platformlarını kullanmadan satıcıların kendi çabaları ile büyük kitlelere hizmet vermesi çok da mümkün bir durum olmamakla birlikte, bu tarz satışlar çoğunlukla kapıda nakit ödeme ya da havale şeklinde yapıldığından tüketiciler tarafından tercih edilmemektedir. Tüketicilerin çoğunlukla taksitli ve/veya kredi kartı ile alışveriş yapmayı tercih etmesi de kayıt dışı e-ticaretin ekonomideki payının artmasını engellemektedir.

Katılımcı 2. Devlet, kayıt dışılığın olduğu yerde vergi alamadığı için zararlı konumdadır. Bu sadece devletin değil, ekonominin ve ülkede yaşayan herkesin zararındadır. Devlet toplayamadığı vergileri başka şekillerde tahsil edecektir. Mesela mevcut vergilerin oranlarını arttırabilir. Devlet bu noktada çok iyi bir vergi politikası oluşturmalıdır. Konu ile ilgili usulsüzlük yaptırımlarını daha da sertleştirmelidir.

Katılımcı 3. Ekonomiye yüksek etkisi olduğunu düşünüyorum. Aynı zamanda haksız rekabeti de körüklemektedir. Vergi ödeyen firmalar, bunları maliyetlerine yansıtmaktadır. Haliyle vergi ödemeyen firmalarla rekabet edemeyecek duruma gelmektedir. Çünkü ülkedeki vergilendirme anlayışı kesinlikle çok yüksektir. Bu da resmi çalışan firmaların daha minimum karlar ile iş yapmasına neden olup, en ufak bir ticari hatada firmaların yok olmasına sebep olabilmektedir.

Katılımcı 4. Kayıt dışılık, tek faydasının satıcıya; üç zararından ikisinin tüketiciye ve birinin de devlete olduğu bir olgudur. şöyle ki; kayıt dışı bir faaliyet yürütüldüğünü düşünelim. Satıcı bir alıcıya faturasız ürün sattı. Satıcı kârda, alıcı da ürünü normalden daha ucuza aldığı için kârda gibi görünür ama sadece görünüşte öyledir. Devlet bu durumda alması gereken vergiyi alamadığı için ya borçlanmaya gidecek ya yeni vergiler koyacak ya da mevcut vergilerin oranlarını arttıracaktır. Ne olursa olsun bu işin ucu tüketiciye değmektedir. Bu sebepten dolayı tüketiciler kayıt dışılıkla hem sebebinden hem de sonucundan ötürü iki kez zararlı pozisyonundadır. Bunun önüne geçmek adına faturasız ürün alınmamalıdır. Ödeme yöntemi olarak, işlemlerin kayıt altına alınabilmesi için mümkün olduğunca banka/kredi kartları tercih edilmelidir. Bununla birlikte güven damgalı internet sitelerinden alış veriş yapmaya özen gösterilmelidir.

Katılımcı 5. Çok büyük bir vergi kaybına neden olmakla birlikte piyasada da haksız rekabet ortamı yaratmaktadır. Kayıt dışılık zaten adından da belli olacağı üzere bundan fayda sağlayan kişi veya kişiler hariç kimseye faydası olmayan bir kavramdır. Bu sebeple kayıt dışı elde edilen gelirlerin bir hayır kurumuna verileceğini düşünmek oldukça komik olur. Belki bu paralar fon transferiyle illegal olarak aktarılmaktadır. Örneğin sosyal mecra da basit bir giyim sayfasından ürün aldığınız, parasını havale yaptığınız ve faturasını almadığınız ürünün kazancının nereye veya kime gittiğini bilebilir misiniz? Bu sebepten dolayı kayıtlı ticaret için satıcılara faturalı ürün satışı, tüketicilere ise kredi kartı ile alış veriş teşvik edilmelidir.

Katılımcı 6. Kayıtlı ekonomi de gelir seviyesine göre vergilendirme yapılırken, kayıt dışı ekonomide bu tamamen ortadan kalkıyor. Sonucunda ise vergi kaçakçılığı oluyor. Buna bağlı olarak vergi ödemeyenlerden alınamayan vergiler bu sefer vergi ödeyenlerin sırtına yükleniyor. Piyasada bu durum haksız rekabete yol açıyor. Bu yüzden devletin, özellikle vergi konusunda yeni düzenlemeler yapması, alınamayan vergilerin satıcıların, tüketicilerin omuzlarına değil de bu vergilerin alınabilmesi için çalışmalar yapmasının daha doğru olacağı kanaatindeyim. Sorumluluk sadece devletin değil, tüketicinin

ve satıcının da, daha doğrusu ülkede yaşayan tüm insanların vergi konusunda bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Örneğin Amerika’da vergi kaçırıldığı tespit edildiği an kimsenin gözünün yaşına bakılmaz, vergi konusunda oldukça katı bir politika izlenir. Devlet haricinde Amerikalı vatandaşlar da vergi konusunda oldukça hassastır. Bizde kendi ülkemizde güven ortamı yaratıp, vatandaşlarımıza vergi konusunun önemini anlatarak, bilinçlendirerek devlet nezdinde de yapılması gereken vergi düzenlemelerini yaparak kayıt dışılığın vergilendirmeye olan etkisini minimum düzeye getirebiliriz diye düşünüyorum.

Soru 8. İçinde bulunduğumuz bu COVID-19 pandemi sürecinde genel olarak e-ticaretin geleceği konusunda neler söyleyebilirsiniz?

Tüketici alışkanlıklarının değişimi ile birleşen teknoloji, ticarete yeni bir soluk getirmiştir. E-ticaret özellikle ülkemizde diğer ülkelere nazaran oldukça yeni bir sektördür. Yeni olmasının verdiği cazibe ve teknolojiyle iç içe olmasının sunduğu rahatlık sebebiyle aynı zamanda önu oldukça açık bir sektördür.

Katılımcı 1. Gelecekte çoğu ürün internet üzerinden tüketicisi ile buluşur hale gelecektir. Mağaza kirası, çalışan maliyeti gibi maliyet kalemlerinin olmaması ya da çok az olması da e-ticarete olan ilginin artmasını sağlamaktadır. Ülkenin ya da dünyanın neresinde olursa olsun dilediğiniz ürüne ulaşabiliyor olmak, zamandan tasarruf sağlamak ve ürüne daha ucuz ulaşabilmek gibi avantajlar her geçen gün e-ticarete olan ilgiyi arttıracaktır.

Katılımcı 2. Gelecekte satış ve pazarlama aktivitelerinin büyük çoğunluğunun artık sanal ortamdan yapılacağını düşünüyorum. Mağazaya gidip ürün seçip, aldığımız ürünleri poşetlerle evimize taşıdığımız dönem bitecek. Gelecekte e-ticarette yer alamayan her türlü ürün ve hizmet piyasadan çekilmek durumunda kalacaktır.

Katılımcı 3. Bugün bile covid-19’la alışveriş alışkanlıklarımız değişmiştir. Nakit ödediğimiz alışverişlerimizi kartlarla yapmaya başladık. Alacağımız iki üç parça şey için markete gitmek yerine marketin internet sitesinden siparişlerimizi verdik. Bununla birlikte önümüzdeki yıllarda internet üzerinden yapılan tüm alışverişlerin sayısı giderek artacaktır. Artık biz ürünlere veya hizmetlere değil, onların bize geleceğini ve bunun da nasıl şu an markete gitmek ve alışveriş yapmak gayet normale, ileriki yıllarda ürünlerin bize gelmesinin normal ve sıradan geleceğini; markete gitmenin bile anormal karşılanabileceğini düşünüyorum.

Katılımcı 4. Pandemi ile birlikte geleceğin provası yapıldı. Normalleşmeye geçmeden önce, esnaf memnuniyetsizken rekor kıran e-ticaret hacmini Covid-19 ile görmüş olduk. Dünya evirilmektedir ve her şey “e-” şekline dönüşmeye başlıyor. Devlet bile “e-devlet” oldu. Günümüzde kaç kişi ikametgâh belgesi almak için Nüfus Müdürlüğüne gidiyor? İnternet ve bilgisayardan uzak belki birkaç kişi bunu yapmaktadır. Günümüzde artık her şey bir tık uzağımızdadır. Sektördeki en önemli sorun olan kargo sorunu gelecekte ortadan kalkabilir. Dronlarla saatler hatta dakikalar içinde teslimat yapılması artık hiç de ütöpik bir hayal değildir. Sadece teslimat değil ödeme konusunda da çeşitli yenilikler olacağına inanıyorum. Dijital paralarla artık iç içe yaşıyoruz. Yarın öbür gün internette yaptığımız alışveriş bedelini sanal cüzdanımızdaki bitcoinle ödemeyeceğimizi kim söyleyebilir?”

Katılımcı 5. Gelecekte mağazacılık sektörü bitecektir. Bugün mağaza diye gördüğümüz yerler günün birinde depoya çevrilecek. Ne, ne zaman ve nasıl olur, bunu zaman gösterecek. Bu fikrimin kaynağı ise Covid-19 salgını sırasında ülkede gözlemlediğim durumdur. Market ve fırın gibi temel ihtiyaçlarımızı temin edebildiğimiz yerler hariç tüm dükkânlar kapalıyken, işini elektronik ortama taşıyabilen firmalar son sürat satış yapıp para kazanmaya devam etmişlerdir. Bir başka deyişle teknolojiye ayak uyduran, salgın dönemini diğerlerine göre oldukça şanslı geçirdi.

Katılımcı 6. İçinde olduğumuz bu pandemi süreci boyunca teknolojinin ne kadar önemli olduğunu bir kez daha anlamış olduk. İş hayatında artık nesilden nesile aktarılan yöntemlerin yerini teknolojiye bırakması gerektiğini gördük. E-ticaret sektörünün, sağlamış olduğu avantajlarla birlikte ilerleyen zamanda bazı sektörleri yavaş yavaş bitireceğini düşünüyorum. Bunun haricinde insanlar artık standart ürünler yerine kişiselleştirilmiş ürünleri tercih ediyorlar. Bir yazıda Loreal ve Converse markalarının kişiselleştirilebilen ürünler konusu üzerinde çalışmalar yapmakta olduklarını okudum. Bu durum uzaktan bakıldığında basit bir şey gibi geliyor ama ben bu kişiselleştirilmiş ürün konusunun yakın gelecekte çoğu firma tarafından benimseneceğine inanıyorum.

Avantajlarının yanı sıra dezavantajları da olan e-ticareti gelecekte neler beklediğini öğrenmek için katılımcılara sorulan gelecekte e-ticaret sektörünü neler bekliyor? Sorusu hakkında katılımcılar teknolojinin de gelişmesi ile sektörün gün geçtikçe gelişeceğini ve günlük hayatımızın bir parçası haline geleceğini düşünmektedirler.

4. Sonuç

Teknolojinin gelişmesi klasik ticaret konseptini de değiştirerek e-ticaret kavramının ortaya çıkmasını sağlamıştır. E-ticaret sayesinde işletmeler zaman ve mesafe kısıtlaması olmaksızın ürünlerini sergileyip, tüm dünyaya satabilir hale gelmişlerdir. Bunun yanı sıra e-ticaret, işletmelere maliyet avantajı ve aynı zamanda iş akışındaki süreci daha verimli kullanabilme imkânı da vermiştir. Fakat hızla değişen ve gelişen bu sektörde de kayıt dışılık konusu söz konusudur. E-ticaretteki kayıt dışılık, sosyal medya platformları aracılığıyla yapılan satışlar sonucunda fatura kesilmemesi şeklinde ortaya çıkmaktadır. Sektördeki kayıt dışılıkla mücadele için kayıt dışılığa yol açan sebepler çerçevesinde sektöre özgü bir yaklaşım belirlenerek ele alınmalıdır.

Çalışmada temel olarak e-ticaretteki kayıt dışılığın sebeplerinin neler olduğu ve kayıt dışılığın önüne geçebilmek için neler yapılması gerektiği incelenmiştir. Sektör yöneticileriyle yapılan yarı yapılandırılmış görüşmeler neticesinde kayıt dışılığın e-ticaret sektöründe yol açtığı en büyük sorunlardan birisinin vergi kaybı olduğu görülmüştür. Devletin alması gereken vergileri alamayıp, en büyük gelir kalemlerinden birine sekte vurduran kayıt dışılık, aynı zamanda piyasada güvensizliğe ve haksız rekabet ortamının doğmasına neden olmasından dolayı sektöre de ciddi zarar vermektedir.

Kayıt dışılığın e-ticaretteki sebepleri araştırıldığında en büyük etkenlerin sosyal ve yapısal nedenleri arasında sektörün sanal ortamda olması sebebiyle denetimin zorluğu ve alınan vergilerin faydalı bir şekilde kullanılacağına emin olunmaması yer alırken, hukuki ve idari sebepleri arasında kanuni yaptırımların zayıflığı ve sürekli yapılan vergi aflarının olduğu görülmektedir. Vergilerin fazla olması ve alım gücünün düşük olması, kayıt dışılığın e-ticaret sektöründeki mali ve ekonomik nedenlerinin arasında yer almaktadır.

Kayıt dışılığı ortadan kaldırılabilmesi için devletin iyi bir vergi politikası geliştirmesi, girişim desteklerinin artırması ve caydırıcı cezaların uygulamasının yanı sıra kredi kartı kullanımının yaygınlaştırılmasının sağlanması gerekir. Satıcılar, sektör dernekleri ve e-ticaret platformları devletin ilgili kurumlarıyla işbirliği yaparak konferanslar, eğitimler düzenleyerek “bilinçli satıcı” sloganıyla kayıt dışılığı bu sektörde önlenabilir. Satıcılarda olduğu gibi tüketicilerin de “bilinçli tüketici” sloganıyla kayıt dışılık konusunda bilinçlendirilmelerinin yanı sıra gerekirse sosyal medyanın da gücünü kullanarak ve usulsüzlükleri bu platformlarda yayınlayarak sektördeki kayıt dışılığa büyük bir darbe vuracağı öngörülmektedir.

5. Yazar katkı beyanı

Bu çalışmada Anıl AYNAGÖZ fikrin oluşması, makalenin yazılması ve sonuçların değerlendirilmesi başlıklarında; Aynur ACER makale tasarımı, makalenin revizyonu ve sonuçların değerlendirilmesi başlıklarında katkı sunmuşlardır.

6. Etik kurul onayı ve çıkar çatışması beyanı

Etik kurul onayı alınmıştır (İstanbul Arel Üniversitesi Etik Kurulu, 22.10.2021, No:14). Bu çalışmanın bir kişi/kurum ile çıkar çatışması yoktur.

7. Kaynaklar

- [1] Schneider F. “The shadow economy and work in the shadow: What do we (not) know?”. *IZA Discussion Paper Series*, 6423, <http://ftp.iza.org/dp6423.pdf> (23.08.2021).
- [2] Ayrançöl Z. “Gig ekonomisinde vergileme”. *Vergi Sorunları Dergisi*, 368, 135-142, 2019.
- [3] Akbulak Y. ve Tahtakılıç, A. K. “Kayıt dışı ekonomi üzerine düşünceler”. *Banka-Maliye ve Ekonomik Yorumlar Dergisi*, 40(468), 17-41, 2003.
- [4] Ilgın Y. Kayıt Dışı Ekonomi ve Türkiye’deki Boyutları. Uzmanlık Tezi. Ankara, DPT Yayın No: 2492, 1999.
- [5] Schneider F, Enste DH. “Shadow economies: Size, causes, and consequences”. *Journal of Economic Literature*, 38, 77-114, 2000.
- [6] McCrohan KF, Smith JD. “A consumer expenditure approach to estimating the size of the underground economy”. *Journal of Marketing*, 50(2), 48-60, 1986.
- [7] Şeker S. “Kayıtdışı ekonominin kapsamı, nedenleri ve etkileri”. *Yaklaşım*, 25, 76-100, 1995.
- [8] Işık N, Acar M. “Kayıt dışı ekonomi: Ölçme yöntemleri, boyutları, yarar ve zararları üzerine bir değerlendirme”. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (21), 117-136, 2003.
- [9] Korkmaz A. “Türkiye’de kayıt dışı istihdam gerçeğine bir bakış”. *Journal of Social Policy Conferences*, No. 45, 51-96, 2003.
- [10] Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı Kalkınma planları. “11. Kalkınma planı”. <https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari/> (15.08.2021).
- [11] Akalin G, Kesikoğlu F. “Türkiye’de kayıt dışı ekonomi ve büyüme ilişkisi”. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 3(5), 71-87, 2007.
- [12] Öztürk S, Ülger Ö. “Vergi cennetlerinin küresel finansal kriz üzerine ekonomik etkileri: Vergi kaçırma, vergiden kaçınma ve kara para aklamadaki rolü”. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(1), 237-254, 2016.
- [13] Canbay T. Dünyada Vergileme Anlayışındaki Değişim (Antikçağdan Günümüze). Bursa, Dora Yayınları, 2009.
- [14] Şentürk M. “Gelir ve kurumlar vergisi açısından e-ticaret”. *Vergi Sorunları Dergisi*, 293(2), 24-34, 2013.
- [15] Gökbunar R, Utkuseven A. “Elektronik ticaretin vergilendirilmesinde yaşanan gelişmeler: Yeni İpek Yolu bir vergi cenneti mi?”. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 27, 197-209, 2002.
- [16] Kayıhan Ş, Yıldız H. *Elektronik Ticaretin Hukuki ve Vergi Boyutu*. 1. Baskı. Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2004.
- [17] Kara MC, Öz E. “Bir Küresel Vergi Uyum Projesi: BEPS”. *Vergi Dünyası Dergisi*, 414, 172-181, 2016.
- [18] Diclehan B. “Matrah aşındırma yoluyla kâr aktarımı ve Türkiye uygulamaları”. <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/pdf/2016/06/tr-sorumlu-vergicilik-basak-diclehan.pdf> (17 Mart 2020).
- [19] Ağırçöl U. “Dijital platformlar”. <http://www.dijitalhayatakademisi.com/dijital-platformlar/> (09 Şubat 2021).

- [20] Ulukan G. “Türkiye’de influencer marketing pazarının büyüklüğü 30 milyon TL’yi buldu”. <https://webrazzi.com/2018/02/21/turkiyede-influencer-marketing-pazarinin-buyuklugu-30-milyon-tlyi-buldu> (24 Mart 2021).
- [21] Mert YL. “Dijital pazarlama ekseninde influencer marketing uygulamaları”. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(2), 1299–1328, 2018.
- [22] Creatorden, “2020 Türkiye Influencer Marketing Raporu”, <https://creatorden.com/2020-turkiye-influencermarketing-raporu/> (11 Ekim 2021).
- [23] Mesafeli sözleşmeler yönetmeliği. 29188 sayılı Resmi Gazete, 2014 (15.12.2021).
- [24] ILO Women and Men in the Informal Economy: A Statistical Picture (2018). https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/publication/wcms_626831.pdf. Third Edition, Geneva (21 Kasım 2021).
- [25] Losby JL, Else JF, Kingslow ME, Edgcomb EL, Malm ET, Kao V. *Informal economy literature review*. ISED Consulting and Research, 1-55, 2002.
- [26] Yıldırım M. “Karaparanın kayıt dışı ekonomi içindeki yeri ve kara para aklamanın ekonomiye getirdiği tehlikeler”. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(3), 158-177, 2007.
- [27] Erkuş H, Karagöz K. “Türkiye’de kayıt dışı ekonomi ve vergi kaybının tahmini”. *Maliye Dergisi*, 156, 126-140, 2009.
- [28] Startienė G, Trimonis K. “Causes and consequences of non-observed economy”. *Economy and Management*, 15, 275-280, 2010.
- [29] Elgin C. “Vergiler ve kayıtdışı ekonomi: Bir değerlendirme ve Türkiye örneği”. *ODTÜ Geliştirme Dergisi*, 2012.
- [30] Tütüncü A, Zengin H. “Türkiye’de Kayıtdışı Ekonominin Boyutunun Tahmini”. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 17(2), 195-209, 2016.
- [31] Savaşan F, Yardımcıoğlu F, Demir İ. “Türkiye’de kayıtdışı ekonomi: Zaman serisi ve panel veri MIMIC tahminleri”. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 161-201, 2016.
- [32] Güler H, Toparlak E. “Türkiye’de kayıtdışı ekonominin ölçümü ve Avrupa Birliği ülkeleriyle karşılaştırılması”. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(1), 209-220, 2018.
- [33] Özcan Z. Türkiye’de Kayıtdışı İstihdam. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul, Türkiye, 2011.
- [34] Fidan H, Genç S. “Kayıtdışı istihdam ve kayıtdışı istihdama etki eden mikro faktörlerin analizi: Türkiye özel sektör örneği”, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(9), 137-150, 2013.
- [35] İpek M. “Kayıt dışı istihdamda küresel etkiler ve sosyal örüntüler”. *Çalışma ve Toplum Dergisi*, 40(1), 163-186, 2014.
- [36] Tansöker RL. “Türkiye’de kayıt dışı istihdamın vergi takozu açısından değerlendirilmesi”. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 15(30), 309-334, 2017.
- [37] Mahiroğulları A. “Türkiye’de kayıtdışı istihdam ve önlemeye yönelik stratejiler”. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(2), 547-565, 2017.
- [38] Kalaycı C, Kalan E. “Türkiye’de kayıt dışı istihdamla mücadele politikalarının analizi”. *Uluslararası Ekonomi İşletme ve Politika Dergisi*, 1(1), 17-34, 2017.
- [39] Aslantürk O, Tunç YE. “Yabancıların Türkiye’de kayıtdışı istihdamı”. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(4), 13-20, 2018.
- [40] Dam MM, Ertekin Ş, Kızılcı N. “Türkiye’de kayıt dışı istihdamın boyutu: ekonometrik bir analiz”. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 33(1), 293-318, 2018.
- [41] Çiftçi H. “Kayıt dışı istihdamın ekonomik etkileri”. *Hukuk ve İktisat Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 1-17, 2018.
- [42] Karaca C, Kaleli E. “Türkiye’de kayıt dışı istihdama ilişkin çözüm önerileri”. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 19(44), 769-792, 2019.
- [43] Şenel D, Kumaş H. “Kendi hesabına çalışanların kayıt dışı istihdama bakışı”. *SGD-Sosyal Güvenlik Dergisi*, 9(2), 361-388. 2019.
- [44] Us V. *Kayıtdışı ekonomi tahmini yöntem önerisi: Türkiye örneği*. Türkiye Ekonomi Kurumu Tartışma Metni, No. 2004/17, Ankara, Türkiye, 2004.
- [45] Toksöz DPY, Erdoğan SAS, Kaşka SAS. *Türkiye’ye Düzensiz Emek Göçü ve Göçmenlerin İşgücü Piyasasındaki Durumları*. Uluslararası Göç Örgütü (IOM), 2012.
- [46] Karaca S. “Kayıtdışı mülteciler, kayda değer sorunlar”. *Analist Dergisi*, 31, 2013.
- [47] Bozok N, Bozok M. “Pandemi mevcut sorunları derinleştirdi: İstanbul’da kayıtdışı Afgan göçmenler, sağlık, hastalık ve Covid-19 pandemisi”. *Göç Dergisi*, 7(2), 165-188, 2020.
- [48] Sugözü İH. “Kayıt dışı ekonomiyi önlemede vergi politikaları (1980 - 2004 Türkiye örneği)”. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 10(19), 171-193, 2010.
- [49] Koç N. “Mali, ekonomik, sosyal ve siyasal yönleriyle Türkiye’de kayıt dışı ekonomi”. *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 85-105, 2016.
- [50] Erdiñ Z. “Türkiye’de kayıt dışı ekonomiyle mücadeleye yönelik izlenen politikalar ve çözüm önerileri”. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(4), 39-52, 2016.

- [51] Avcı O. “E-ticaretin vergilendirilme sorunsalı”. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (27), 248-263.2017.
- [52] Özbek Z. Türkiye'de kayıt dışı ekonominin ölçülmesi ve belirleyicileri: 1970-2014. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Zonguldak, Bülent Ecevit Üniversitesi, 2016.
- [53] Schneider F, Buehn A, Montenegro CE. “Shadow economies all over the world, new estimates for 162 countries from 1999 to 2007”. World Bank Policy Research Working Paper (5356), Washington, USA, 2010.
- [54] Khuong NV, Shabbir MS, Sial MS, Khanh THT. “Does informal economy impede economic growth? Evidence from an emerging economy”. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 11(2), 103-122, 2021.
- [55] Abi Aad A, Combs JG. “Choosing between the formal and informal economy: how do managers decide?”. *Cross Cultural & Strategic Management*, 28(3), 679-701, 2021.
- [56] Lv Z, Xu T. “Urbanization and the informal economy: New evidence from partially linear functional-coefficient models”. *Cities*, 119, 103383, 2021.
- [57] Guo F, Huang Y, Wang J, Wang X. “The informal economy at times of COVID-19 pandemic”. *China Economic Review*, 101722, 2021.
- [58] Bennihi AS, Bouriche L, Schneider F. “The informal economy in Algeria: New insights using the MIMIC approach and the interaction with the formal economy”. *Economic Analysis and Policy*, 72, 470-491, 2021.