

T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
ÜRETİM YÖNETİMİ VE ENDÜSTRİ İŞLETMECİLİĞİ
YÜKSEK LİSANS TEZİ

**KAYITDIŞI ELEKTRONİK TİCARETİN ELEKTRONİK
VE/VEYA ELEKTRONİK ORTAMLI ÜRÜN/HİZMET
SATICI FİRMALARIN FİYATLANDIRMA POLİTİKASINA
ETKİSİ VE ANKET UYGULAMASI**

Murat KIRVELİ

Danışman
Yrd. Doç. Dr. Hüseyin AVUNDUK

2006

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Kayıtdışı Elektronik Ticaretin Elektronik Ve/Veya Elektronik Ortamlı Ürün/Hizmet Satıcı Firmaların Fiyatlandırma Politikasına Etkisi ve Anket Uygulaması” adlı çalıőmanın, tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin bibliyografyada gösterilenlerden olduğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmıő olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Tarih

13/06/2006

Murat KIRVELİ

TUTANAK

Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü' nün/...../..... tarih vesayılı toplantısında oluşturulan jüri, Lisansüstü Öğretim Yönetmeliği'ninmaddesine göre İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans öğrencisi Murat KIRVELİ'nin “Kayıtdışı E-Ticaretin Elektronik Ve/Veya Elektronik Ortamlı Ürün/Hizmet Satıcı Firmaların Fiyatlandırma Politikasına Etkisi Ve Anket Uygulaması” konulu tezi/projesi incelenmiş ve aday/...../..... tarihinde, saat’ da jüri önünde tez savunmasına alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini/projesini savunmasından sonra dakikalık süre içinde gerek tez konusu, gerekse tezin dayanağı olan anabilim dallarından jüri üyelerine sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin/projeninolduğuna oy.....ile karar verildi.

BAŞKAN

ÜYE

ÜYE

YÜKSEKÖĞRETİM KURULU DOKÜMANTASYON MERKEZİ
TEZ/PROJE VERİ FORMU

Tez/Proje No:

Konu Kodu:

Üniv. Kodu:

- Not: Bu bölüm merkezimiz tarafından doldurulacaktır.

Tez/Proje Yazarının
Soyadı: KIRVELİ

Adı: Murat

Tezin/Projenin Türkçe Adı: Kayıtdışı E-Ticaretin Elektronik Ve/Veya Elektronik Ortamlı Ürün/Hizmet Satıcı Firmaların Fiyatlandırma Politikasına Etkisi Ve Anket Uygulaması

Tezin/Projenin Yabancı Dildeki Adı: The Effect of Informal E-Commerce on the Pricing Policy of Electronical and/or Electronical Based Product/Service Seller Firms and Survey Application

Tezin/Projenin Yapıldığı

Üniversitesi: Dokuz Eylül Ü.

Enstitü: Sosyal Bilimler E.

Yıl: 2006

Diğer Kuruluşlar:

Tezin/Projenin Türü:

Yüksek Lisans:

Dili: Türkçe

Doktora:

Sayfa Sayısı: 179

Tıpta Uzmanlık:

Referans Sayısı: 129

Sanatta Yeterlilik:

Tez/Proje Danışmanlarının

Ünvanı: Yrd.Doç.Dr.

Adı: Hüseyin

Soyadı: AVUNDUK

Ünvanı:

Adı:

Soyadı

Türkçe Anahtar Kelimeler:

İngilizce Anahtar Kelimeler:

1. e-ticaret
2. kayıtdışı
3. elektronik
4. fiyatlandırma
5. strateji

1. e-commerce
2. informal
3. electronics
4. pricing
5. strategy

Tarih: 13.06.2006

İmza: Tezimin Erişim Sayfasında Yayınlanmasını İstiyorum

Evet

Hayır

ÖZET

İçinde bulunduğumuz yüzyılda, insanoğlu teknolojinin hızla ilerlediğine şahit oluyor. Bunun yanı sıra gelişen ticaret, teknolojiden bağımsız kalmadığını kanıtlar gibi telefon, faks gibi geleneksel iletişim araçlarının yanı sıra e-posta, internet, intranet gibi iletişim araçlarına yer vermektedir. Tabi bu gelişmelerin yanında ticaretin kirli yüzü kayıtdışı ticaret de bir adım daha atarak teknolojiyi kullanmaya başladı.

Dünyanın her ülkesinde ekonomiyi büyük oranda sarsan faktörlerden birisi de ticaretin kayıtdışı yapılması ve bunun pazarda yaptığı dalgalanmadır. Özellikle elektronik tabanlı ürün üreten firmaların ürünlerinin internet vasıtasıyla her kademe alıcı ve satıcıya ulaşması, aynı zamanda ürünün markasını taşıdığı firmanın tedarikçisi ve satıcıları arasında iletişimin kolaylaşması, alışverişin yedek parça ve yarı mamul gibi kalemlerde ana üreticiyi yeterli ölçüde göz önünde bulundurmaması, yeni bir sektörün açılması için platform oluşturmuştur. Kayıtdışı e-ticaret kavramı da kayıtdışı ticaretin iletişim ve para transferi gibi konularda kendini geliştirmek, maliyetini düşürmek için bilişim sektörünü kullanması üzerine ortaya çıkmıştır. İnternet yoluyla alınan resmi olmayan siparişlerin, EFT vasıtasıyla ödenmesi ile birlikte malların karşı tarafa gönderilmesi ve bu alışverişin hiçbir şekilde belgelendirilmemesi kayıtdışılığın yeni yüzü olan kayıtdışı e-ticaretin bir yüzüdür. Yine hükümetlerin son dönemlerde aldığı, internet üzerinden alışverişin vergilendirilmesi gibi önlemlerin artması bir bakıma durumu düzeltti ise de gölge ekonomi olarak adlandırılan bu durum varlığını hala sürdürmekte ve A 'dan Z 'ye tüm firmaların fiyatlandırma stratejilerine etkisi konusunda hükmünü sürdürmektedir.

Bu çalışmada, kayıtdışı e-ticaretin firmaların fiyatlandırma stratejisine etkisinin araştırılması incelenmiş olup istatistiksel yöntemler yardımı ile firmaların fiyatlandırma politikalarındaki değişiklik analiz edilmiştir.

ABSTRACT

Mankind witness the rapid improvement of the technology in the century that we are living. In addition to this improvement, the commerce is improving too and just like to tell that it is not non-depending from the technology by the way using e-mail, internet, intranet, etc. beside the conventional phone and fax. Besides, the dirty face of the commerce has begun to use technological communication units.

In every contry all over the world, informal commerce and its shock in the market is the mostly balance changing factor for the economy. The firms, especially produce electronic-based products are using internet, so can reach all type of customers and sellers with their products. The comunication between the suppliers and the sellers of the firm that has the brand of the product gets easier. So, the commerce ignores the main producer in spare part and semi-product. All these facts result in a new industry. The concept of informal e-commerce has emerged as the informal commerce uses the comunication sector in order to develop itself in terms of comunication and money transfer and to decrease the cost as the informal orders that are obtained through internet are paid by electronical money transfer, the products are sent to the receiver and the commerce can not be officialized. This fact is the face of informal e-commerce. As the goverments have increased the precautions about the shopping on internet, the situations have improved relatively. But the situation called “shadow economy” still affects the pricing strategies of all firms.

In this research the effects of informal commerce on the pricing strategies of the firms are studied through a survey and the change in the pricing policy of the firms are analized using statistical methods.

**KAYITDIŞI ELEKTRONİK TİCARETİN ELEKTRONİK ÜRÜN
VE/VEYA ELEKTRONİK ORTAMLI ÜRÜN/HİZMET SAĞLAYICI
FİRMALARIN FİYATLANDIRMA POLİTİKASINA ETKİSİ VE ANKET
UYGULAMASI**

YEMİN METNİ	II
TUTANAK	III
Y.Ö.K.DOKÜMANTASYON MERKEZİ TEZ VERİ FORMU	IV
ÖZET	V
ABSTRACT	VI
İÇİNDEKİLER	VII
KISALTMALAR	XII
TABLO LİSTESİ	XIII
ŞEKİL LİSTESİ	XIV
GİRİŞ	XV
I. BÖLÜM	1
A. KAYITDIŞI EKONOMİ	1
1. Giriş	1
2. Kayıtdışı Ekonominin Tanımı ve Özellikleri	1
3. Kayıtdışı Ekonominin Nedenleri	3
a) Vergi Oranlarının Yüksek Olması	3
b) Çalışanların Sigorta Primlerinin Yüksek Olması	4
c) Ülkenin Genel Ekonomisinin Bozuk Olması	4
4. Kayıtdışı Ekonomi'nin Türleri	4
5. Kayıtdışı Ekonomi'nin Unsurları	5
6. Kayıtdışı Ekonominin Genel Etkileri	6
7. Kayıtdışı Ekonomi ve Vergi Kaybı	8
8. Türkiye'de Kayıtdışı Ekonomini Büyüklüğü	12
B. GÖLGE EKONOMİ	15
1. Kavram	15
2. Oranlar	16

3. Kayıtdışı Ekonomi İle Mücadelede Bazı Yabancı Ülkelerden Örnekler	21
4. İstihdamın Arttırılması Kapsamında Avrupa Birliği Ülkelerinde Yapılanlar	35
C. TÜRKİYE'DE KAYITDIŞILIĞIN FAYDA-MALİYET ANALİZİ	43
1. Dünya'da Ve Türkiye'de Kayıtdışı Ekonominin Boyutu	43
2. Türkiye'de Kayıtdışı Ekonominin Fayda Ve Maliyet Analizi	47
3. Kayıtlı Olmanın Maliyetleri	47
a) Vergi Yüğü	48
b) Vergi Dışı Yasal Yükümlülükler	49
c) Bürokratik İşlemler	53
4. Kayıtdışılığın Maliyetleri	57
a) Cezalar	57
b) Kamu Hizmetlerinden Faydalanamama	59
c) Ahlaki Değerler	60
II. BÖLÜM	64
A. ELEKTRONİK TİCARET	64
1. Elektronik Ticaretin Tanımı	65
2. Elektronik Ticaretin Araçları	65
a) Telefon	67
b) Faks	67
c) Televizyon	67
d) Bilgisayar	68
e) Elektronik Ödeme Ve Para Transferi Sistemleri	68
f) Elektronik Veri Değişimi (EDI)	68
g) Sayısal Televizyon	69
h) İnternet	69
i) Telekomünikasyon	71
j) GSM	71
3. Elektronik Ticaretin Düzenlediği İlişkiler	72
a) İşletmeler Arası İlişkiler	72

b) İşletme Ve Tüketici Arası İlişkiler	73
c) İşletme Ve Kamu İdaresi Arasındaki İlişkiler	73
d) Tüketici İle Kamu İdaresi Arasındaki İlişkiler	73
4. Elektronik Ticaretin Sorunları	74
a) Finansal Sorunlar	74
b) Yasal Sorunlar	75
c) Altyapı Sorunları	75
d) Ülkeler Açısından Sorunlar	76
(1) Amerika	76
(2) Avrupa	77
(3) Japonya	77
5. E-Ticaret Sorunlarına Getirilen Çözümler	78
a) Finansal Sorunlara Getirilen Çözümler	78
(1) Kredi Kartı-Set Protokolü	80
(2) Elektronik Para (E-Money)	80
b) Ticaret İçin Yapılan Çalışmalar	81
(1) Dünya Ticaret Örgütü	82
(2) Birleşmiş Milletler	82
(3) İktisadi İşbirliği Ve Kalkınma Teşkilatı	82
c) Avrupa Birliği'nde Yapılan Çalışmalar	83
d) ABD'de Yapılan Çalışmalar	86
e) Türkiye'de Yapılan Çalışmalar	88
f) Amaçlar, İlkeler Ve Politikalar	88
g) Hukuki Ve Kurumsal Düzenlemeler	91
6. İnternet'in Dünyada ve Türkiye'de Gelişimi	94
a) Telif Hakları Açısından İnternet'in Özellikleri	98
b) Gelişmiş Ülkelerde Tartışma ve Düzenlemeler	100
c) Türkiye'de Yapılabilecek Düzenlemelerle İlgili Öneriler	105
d) Bilgi ve İletişim Teknolojileri Temel Amaçları, İlke ve Politikaları	109

B. ELEKTRONİK TİCARETİN GELİŞMEKTE OLAN ÜLKELERE ETKİLERİ VE TÜRKİYE	111
1. Bilgi ve Bilgi Yoğun Sektörlerin Artan Önemi	112
2. Elektronik Ticaretin Tanımı ve Türleri	113
3. Elektronik Ticaretin Yapısı ve Geleceği	116
4. Elektronik Ticaretin Gelişmekte Olan Ülkelere Etkileri	123
5. Elektronik Ticaret ve Türkiye	128
6. Yeni Ekonomi ve Elektronik Ticaret	133
III.BÖLÜM	147
A. FİYATLANDIRMA	147
1. Fiyatlandırma Stratejileri	148
a) Kâr Maksimizasyonu	148
b) Pazar Payının Genişletilmesi Yada Korunması	149
c) Piyasada Kalabilme	149
d) Ürünün Kalite Açısından Liderliği	149
e) Erken Nakit Sağlama	149
f) Tamamlayıcı Malın İşlevi	150
g) Fiyat Farklılaştırması	150
2. Uluslararası Piyasalarda Fiyatlandırmaya Etki Eden Faktörler	150
a) Talep	150
b) Maliyet	151
c) Pazar koşulları	151
d) Rekabet	152
e) Döviz kuru politikaları	153
f) Hükümet politikaları	154
g) İşletme politikaları	154
IV.DÖRDÜNCÜ BÖLÜM	155
A. KAYITDIŞI E-TİCARETİN ELEKTRONİK ÜRÜN VE/VEYA ELEKTRONİK ORTAMLI ÜRÜN/HİZMET SATICI FİRMALARIN FİYATLANDIRMA POLİTİKASINA ETKİSİ VE ANKET UYGULAMASI	155
1. Firma Çeşitleri	155

a) Ana Üretici	155
b) Fason Üretici	155
c) Satıcı	156
2. Pazardaki Duruşları	156
3. Fiyatlandırma Stratejileri	156
4. Anket Uygulaması	158
SONUÇ ve ÖNERİLER	163
KAYNAKÇA	167

KISALTMALAR

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
BM	Birleşmiş Milletler
DPT	Devlet Planlama Teşkilatı
DTÖ	Dünya Ticaret Örgütü
EFT	Elektronik Fon Transferi
F.	Federal
FSEK	Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu
KDV	Katma Değer Vergisi
GİB	Gelir İdaresi Başkanlığı
GSM	Global Service for Mobiles
GSMH	Gayri Safi Milli Hasıla
GSYIH	Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
ISS	İnternet Servis Sağlayıcı
ITC	International Trade Center
İTO	İstanbul Ticaret Odası
OECD	İktisadi İşbirliği Ve Kalkınma Teşkilatı
TISK	Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu
TBMM	Türkiye Büyük Millet Meclisi
TOBB	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TÜSİAD	Türkiye Sanayici ve İşadamları Derneği
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
UNICE	Union of Industries of the European Community
WB	World Bank
WTO	World Trade Organisation
vb.	Ve bunun gibi
YÖK	Yüksek Öğretim Kurulu

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Türkiye’deki Kayıtdışı Ekonominin Tahmini Boyutu	18
Tablo 2: Kayıtdışı Ekonominin Tahmin Yöntemleri	19
Tablo 3: Çeşitli Ülkelerde Kayıtdışı Ekonominin Tahmini Boyutu	20
Tablo 4: Ülkelerin Kayıtdışı Ekonomilerinin GSMH’ya Oranları	21
Tablo 5: Bazı Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkelerdeki Kayıt Dışı Ekonomi Tahminleri	44
Tablo 6: Türkiye’de Kayıtdışı Ekonomi Tahminleri	46
Tablo 7: Bazı Ülkelerdeki Yolsuzluk Endeksi	56
Tablo 8: Yıllar İtibariyle Mükellef Sayıları	59
Tablo 9: Elektronik Ticaretin Araçları	66
Tablo 10: Maliyet karşılaştırma	71
Tablo 11: Elektronik Ticarete Tercih Edilen Ürün Ve Hizmetlerin Dağılımı (1997-1998)	119
Tablo 12: Anket verileri	158
Tablo 13:SPSS Analizi	161
Tablo 14: T-Testi Sonuçları	162

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1: Türkiye’de Kayıtdışı Ekonomi (GSYİH’nın %)	47
Şekil 2: Dünyada ve Türkiye’de Vergi Yüğü (Sosyal Güvenlik Primleri Dahil Toplam Vergiler / GSYİH’nın %)	48
Şekil 3: Çalışılan Süreye İlişkin Ücretin Toplam İşgücü Maliyeti İçindeki Payı 1999 (%)	50
Şekil 4: Ülkeler İtibariyle İşverenin İstihdama İlişkin Yasal Yükümlülüklerinin Toplam İşgücü Maliyeti İçindeki Payı 1999 %	52
Şekil 5: Bir Şirketin Kuruluşu İçin Gereken Formalite Sayısı	54
Şekil 6: Bürokrasiye Harcanan Zaman	55
Şekil 7: Kurumlara Güven	62
Şekil 8-a: İnternet Üzerinden Satış Ciroları Tahminleri(Milyar \$)	116
Şekil 8-b: Elektronik Ticaretin Gelişen Trendi	117
Şekil 9: Belli Başlı Bölgelerde Elektronik Ticaret	120
Şekil 10: Hat Üzerinde Stok Kontrolü, Hat Üzeri Sipariş, Ödeme İmkanlar	121
Şekil 11: İnternet Erişim Maliyetleri ve İnternet Sitelerinin Yaygınlığı 1995-2	122
Şekil 12: Geleneksel Elektronik Ticaretin Maliyet Yönünden Karşılaştırılması	125
Şekil 13: İnternet Kullanımı	129

GİRİŞ

Devletler teknolojinin gelişmesiyle birbirlerini daha iyi tanırlar hale geldiler. Bu iyi tanıma hem askeri, hem teknolojik, hem siyasi hem de ekonomik olarak ayrılabilir. Tabii bunun sonucu olarak her alanda rekabet aldı başını gidiyor. Bu rekabetin de en önemli kolu ekonomi boyutunda yaşanıyor. İletişim araçlarının teknolojiyle paralel gelişmesi ile birlikte fark ediliyor ki artık ekonomik toplumun her kesimi birbirlerine kanuni ya da kanunsuz olarak rahat ulaşabiliyorlar.

Ticaretin kendine yeni bir yüz kazandırması internet yoluyla iletişim ve alım-satım işlemlerinin başlamasıyla olmuştur. Günümüzde insanlar alışverişlerini evlerinde otururken de gerçekleştirebiliyor, yine aynı şekilde ödemelerini yapabiliyorlar. Bu gelişmelerle birlikte her konuda olduğu gibi insanlar kanunsuz yollardan ticaretlerini yapabiliyorlar. Ana üretici, fason üretici veya satıcı firmalar internet üzerinden aldıkları siparişleri bildirmeden satışa çeviriyorlar. Böylece müşteri ve satıcı arasındaki ara bağlantı ve masraflar indirgenmiş oluyor. Maliyetler azalıyor ve fiyata yansıyor. Sözü edilen bu alışveriş işlemleri makine gibi büyük hacimli ve bedelli ürünlerden mikro işlemciler kadar her türlü ürün için geçerlidir.

Özellikle son zamanlarda gerek pazar üzerinde yapılan araştırmalarla gerekse öznel yollarla firmalardaki yenilik hareketlenmeleri ve bununla birlikte fiyatların kısa zaman aralıklarında düşmesi, yukarıda söz edildiği gibi ürünlerin farklı yöntemlerle alışverişinin yapılmasından kaynaklanmaktadır. Günümüz dilinde buna kayıtdışı ticaret deniliyor. Kayıtdışı ticaretin internet gibi iletişim araçlarıyla gerçekleştirilmesine ise kayıtdışı e-ticaret deniliyor. Ticaretin kayıtdışı olması ve elektronik ortamda hızlı gerçekleşmesi firmaların fiyatlandırma stratejilerine etki etmektedir. Çalışmamızda kayıtdışı e-ticaretin firmaların fiyatlandırma stratejilerine olan etkileri incelenecektir.

I. BÖLÜM

A. KAYITDIŞI EKONOMİ

1. Giriş

Kayıtdışı ekonomi iki açıdan büyük önem taşımaktadır. Birincisi, toplam ekonominin bir bölümü resmi kayıtlara girmediği sürece, ekonominin gerçek boyutunu ve ekonomik büyüklüklerin görelı ağırlığını saptamak olası değildir. Buna bağlı olarak, ekonomik sorunlara doğru tanı koymak ve geliştirilen politikaların uygulanıőında da etkinliğin sağlanması olası değildir.

Kayıtdışı ekonominin varlığı mali açıdan da önemlidir. Çünkü kayıtdışı kesim aynı zamanda vergi dıőıdır. Başka bir ifade ile kayıtdışı ekonominin varlığı, kamu kesimi açısından, aynı boyutta olmamakla beraber, vergi kaybı anlamına da gelmektedir. (Önder, 2003: 15)

Bu bölümde kayıtdışı ekonominin tanımı, unsurları, nedenleri, etkileri ve Türkiye’deki boyutları incelenecektir.

2. Kayıtdışı Ekonominin Tanımı ve Özellikleri

Kayıtdışı ekonomiye ilişkin tek bir tanımlama yoktur, amaca bağlı olarak farklı tanımlamalar yapılmaktadır. Literatürde, kayıtdışı ekonominin tanımlanmasına yönelik genellikle iki yaklaşım bulunmaktadır. İlk yaklaşım, kayıtdışı faaliyetleri, basitçe kayıtlı olmayan ekonomik faaliyetler bütünü olarak tanımlar. İkinci yaklaşım kayıtdışı ekonomiyi, kayıtdışı faaliyetin niteliğine göre tanımlamaktadır. Bu nedenle, kayıtdışı ekonomi tanımlamalarına dahil edilen unsurlar da ister istemez değişken olmaktadır (Fleming, Roman ve Farrell, 2000: 387–409).

Thomas, kayıtdışı ekonominin resmi bir tanımlamasının yapılmasının zor olduğuna işaret ederek, kayıtdışı ekonomiyi kısaca “Ulusal gelir hesaplarına kayıtlı olmayan faaliyetler.” Şeklinde tanımlamaktadır. Schneider ve Enste de benzer bir

tanım yaparak, kayıtdışı ekonomiyi “Resmi GSMH’ya katkıda bulunmayacak ekonomik faaliyetlerin tümü.” olarak tanımlamaktadır. Smith ise, ister yasal, isterse yasadışı olsun, GSMH hesaplamalarına dahil edilemeyen piyasaya dayalı tüm mal ve hizmet üretimini kayıtdışı ekonomi olarak nitelendirmektedir. Alternatif yaklaşım, kayıtdışı ekonomik faaliyetlerin açıkça kayıtdışı faaliyetlerin belirli niteliklerine göre tanımlanabileceğini ifade eder. Feige, resmi ekonomik faaliyet ile kayıtdışı faaliyet arasındaki farkı “Bir faaliyet, oyunun yerleşik ve geçerli kurumsal kurallarına bağlı olup olmamasına göre, yerleşik kurallara bağlılık resmi ekonomideki katılımı oluşturur. Oysa, yerleşik kurallardan kaçma ya da bu kurallara uymama resmi olmayan ekonomideki katılımı oluşturur.” şeklinde açıklamaktadır (Fleming, Roman ve Farrell, 2000: 387-409). Loayza da kayıtdışı ekonomiyi “Benzerleri niteliğindeki faaliyetlerin düzenlendiği yasal ve sosyal bir çevrede, toplumun kurumları tarafından düzenlenmeyen faaliyetler bütünü.” olarak tanımlamaktadır (Loayza, 1997: 1).

Ancak her iki yaklaşım kayıtdışı ekonomiyi genel olarak karşılaştırılabilir dört gruba ayırmaktadır:

1. Suça ilişkin olanlar,
2. Kurallara aykırı olanlar,
3. Ev halkı ile ilişkili olanlar,
4. Resmi olmayan sektörler.

Suça ilişkin olanlar, suç ekonomisi, yasadışı uyuşturucu ticareti ve üretimi gibi yasadışı üretilen mal ve hizmetleri içermektedir. Kuralsız sektör, yasal olarak üretilen, vergi kaçırma vb. yollarla ilgili yasal kurumlardan gizlenen mal ve hizmet üretimi olarak tanımlanmaktadır. Ev halkı sektörü ev halkı üretimini kapsar. Resmi olmayan sektör de, düzenlenmemiş mikro girişimler gibi, yasanın avantajlarından yararlanamayan ancak maliyetlerinden de kaçınabilen ekonomik faaliyetleri kapsamaktadır (Fleming, Roman ve Farrell, 2000: 387–409).

En geniş anlamıyla kayıtdışı ekonomi, resmi istatistiklere yansımayan yasal-yasa dışı bütün üretim faaliyetlerini kapsar. Burada üretim kavramının sınırı, kumar, uyuşturucu ticareti gibi illegal de olsa ekonomik değer yaratan faaliyetleri, paranın değişim aracı olarak kullanılmadığı mal veya hizmet değişimini ve üreticinin kendi

tüketimine yönelik olarak ürettiği mal ve hizmetlerden ibaretken, hırsızlık ve gasp gibi ekonomide katma değer yaratmayan faaliyetleri kapsamaz.

Ekonomiyi düzenleyen yasalara ve yönetmeliklere zıt olarak gerçekleştirilen, belgeye bağlanmamış, ekonomik işlemlerdir (belgesiz mal ve hizmet satışı, sigortasız işçi çalıştırılması, tefecilik, gecekondu yapımı, otopark kâhyalığı, işportacılık, defin, mevlit, hatim, zekât, evde terzilik, dilencilik, hallaçlık, serbest dışçılık, tetikçilik, tüfürükçülük, medyumluk, falcılık vb.) (Altuğ, 1995: 3).

Günümüzde, yüksek vergi oranları, belirsizlikler içindeki ekonomi ve başarısız hükümet programları şirketleri ister istemez kayıtdışı ekonomiye yönlendirmektedir. Çeşitli kaynaklara göre vergilendirilmemiş ekonomi, gizli ekonomi, düzensiz ekonomi, yasadışı ekonomi olarak da isimlendirilen kayıtdışı ekonominin özellikleri şunlardır:

- İster yasal ister yasadışı olsun kayıtdışı ekonomi yasal otoriteye bildirilmeyen ekonomidir.
- Bildirilen ve kayıtlı olan ekonomiyi incelemedeki faaliyetlerin kullanılmadığı ekonomidir.
- Kayıtdışı ekonomide işsizlik oranları, fiyat istikrarı vb. finansal ölçütleri bulunmayan ekonomidir.
- Kayıtdışı ekonomi GSMH hesaplanırken kullanılamaz ve denetlenemez.

3. Kayıtdışı Ekonominin Nedenleri

a) Vergi Oranlarının Yüksek Olması

Şirketlerin ve diğer ekonomik faktörlerin devlete verdikleri en büyük kaynak vergi gelirleridir. Ancak vergi oranlarının yüksek olduğu yerlerde şirketler vergi yüküne katlanmak istememektedir. Bu durumdan kaçmanın en kolay yolu ise vergi vermemek, yani kayıtdışı satış yapmaktır. Şirketler bu yolla vergi harcamalarını azaltabilirler.

b) Çalışanların Sigorta Primlerinin Yüksek Olması

Aynı vergi oranlarında olduğu gibi, sigorta primlerinde de, devlet yüksek ücretler uygulamaktadır. Bunu gören iş yerleri de kaçak işçi çalıştırmaktadırlar. Zaten iş olanaklarının az olması, çalışanları bu konuda itiraz edemez hale getirmiştir.

c) Ülkenin Genel Ekonomisinin Bozuk Olması

Bilindiği gibi devletlerin en önemli gelir kaynağı vergi gelirleridir. Eğer devlet yanlış ekonomik ve mali politikalar uygularsa bu öncelikle ülke ekonomisinin krize girmesine ve ardından da kayıtdışı ekonominin artmasına neden olacaktır. Ülkemizdeki durum incelendiğinde gerek kaçak işçi çalıştırmak, gerekse de kamu hizmetlerinden kaçak olarak yararlanılması ekonomik düzenimizin kötü olmasından ve bu nedenle insanlarımızın fakir olmasından kaynaklanmaktadır.

4. Kayıtdışı Ekonomi'nin Türleri

Kayıtdışı ekonomi kendi içerisinde çok çeşitli alt başlıklarda incelenebilir. Bunlardan en çok uygulanan kayırma, kayıtdışı ekonomiyi piyasa içi ve piyasa dışı olmak üzere iki ana alt başlıkta toplamaktır. Piyasa içi kayıtdışı ekonomi; piyasa şartlarında üretimi, ticareti ve tüketimi yapılan malların kayıtdışı olarak üretimi, ticareti ve tüketimidir. Bu ana başlık kendi içerisinde parasal ve parasal olmayan olarak iki biçimde incelenebilir. Eğer parasal bir ödemeden söz ediliyorsa, bu parasal bir kayıtdışı ekonomi örneğidir. Örneğin seyyar satıcıları, piyasa içi ve parasal olan kayıtdışı ekonomi sınıfına sokmak doğru bir yaklaşımdır. Piyasa içi, parasal ya da parasal olmayan kayıtdışı ekonomi kendi içerisinde;

- Yasal
- Yasadışı

olmak üzere iki açıdan ele alınabilir. Örneğin döviz büfesinden fatura ya da fiş almadan yapılan bir işlem, piyasa içi, parasal ve yasal kayıtdışı ekonomi örneğidir.

Piyasa dışı kayıtdışı ekonomi ise, piyasa şartlarında üretimi, ticareti ve tüketimi yapılmayan mal ve hizmetlerin kayıtdışı olarak üretim, ticaret ve tüketim sürecini kapsar. Örneğın okul içinde, arkadaşlarının ödevini yaparak para kazanmak, piyasa dışı, parasal ve yasal kayıtdışı ekonomi örneğidir. Ancak her piyasa dışı etkinlik masum değildir. Örneğın, evinde bomba yaparak para kazanmak, piyasa dışı, parasal ve yasal olmayan, kayıtdışı ekonomik faaliyete bir örnektir.

5. Kayıtdışı Ekonomi'nin Unsurları

Kayıtdışı ekonominin en önemli unsurları çalışan sayılarının ve verginin tam olarak tespit edilememesi ve denetlenememesidir.

- Çalışan insanların sayısı, tam ve doğru bir vergi ödemesi için gerekli olan satış hasılatı başlıca kayıtdışı ekonomi unsurlarıdır. Bu yüzden bu araştırmaya çalışan insan kaynağı sayısı ile başlanması faydalı görülmüştür. Bilindiği gibi ölkemizde kamu, sigorta, sağlık ve emeklilik için çalışanlardan sigorta primi kesintisi yapmaktadır. Bu primin bir kısmı çalışan tarafından, bir kısmı da iş veren tarafından ödenmektedir. Örneğın asgari ücret olarak net 380,70 YTL (brüt 531 YTL) maaş alan bir şahıs, devlete yaklaşık 370 YTL prim ödemektedir. Bu rakam da iş veren tarafından ödenmektedir. Bu ödemeden kaçmak isteyen işyeri sahipleri, işsizlik olduğundan yararlanır, çalışanları sigorta yaptırmamaktadır. Böylelikle, öлке içerisinde çalışan sayısı tam olarak bilinmemektedir. Kısacası çalışanların iş yeri sahipleri tarafından tam olarak, devlete bildirilmemesi, devletin gelirlerini azaltırken, denetlenmesi gereken bir konuda devleti denetim dışı bırakmaktadır. Yani bir kayıtdışı ekonomi oluşturmaktadır.
- Kayıtdışı ekonominin bir diğer unsuru ise kamu gelirlerinin en önemli kalemini oluşturan vergi gelirlerinde olduğu görülmektedir. Bilindiği gibi devletler çeşitli vergi türlerini kullanarak harcamalarını karşılayacak vergi gelirlerini toplarlar. Ancak özel ve tüzel kişiler, fazla vergi vermemek için sözü edilen vergi kalemlerinde eksik bildirimeye yönelmektedirler. Satışları belgelememek, düşük

rayiç göstermek, ya da kurumlar vergisi matrahını düşürmek için giderleri yüksek göstermek, kayıtdışı vergi uygulamalarından sadece birkaçıdır. Satışlarında belge düzenlemeyen bir işveren, eksik gelir vergisi ödeyecektir.

6. Kayıtdışı Ekonominin Genel Etkileri

Bu bölümde, öncelikle kayıtdışı ekonominin olumlu olduğu düşünülen etkilerinden söz edilip, genellikle üzerinde çok daha fazla durulan olumsuz etkileri irdelenecektir.

Kayıtdışı ekonominin olumlu etkileri arasında, ekonomik hayata ve birey refahına yaptığı katkılar ileri sürülür. Kayıtdışı ekonominin, aynı anda vergi dışı ekonomi anlamına da geldiğinden dolayı, bu uygulamanın yaygın olduğu sektörde fon birikimine ve bu yolla da istihdama katkı yaptığı ileri sürülür. Kayıtdışı olduğu durumda vergi olarak devlete aktarılacak olan fonlar, kayıtdışılık durumunda işletmelerde yatırım olarak kullanılabilir. Böylece, işletmelerin özsermaye kalemi yükselir. Daha bol kaynağa kavuşan firmalar faaliyet alanlarını ve istihdamı yükselttikçe hem kendileri yararlanır, hem de dışsalılık etkisi ile çevresel yarar sağlar ve ekonomiyi canlandırabilir. Fonların kamu kesimi yerine özel kesimde kullanımı, ekonomiyi daha yüksek bir verimlilik düzeyine taşıyorsa, o durumda kayıtdışılığın ekonomiye yarar sağladığı da ileri sürülebilmektedir (Aydemir, 1995; 95).

Kayıtdışı ekonominin her durumda kayıtdışı ekonomiye rakip olmayacağı savı da kayıtdışı ekonomi lehine ileri sürülmektedir. Buna göre, kayıtdışı ekonomi alanındaki faaliyetler, kayıtdışı faaliyetler dışlanmadan sürdürülebileceği için, kayıtdışı faaliyetlerin kamu kesimine aktardığı fiskal ve parafiskal gelirlerde fazla bir azalma olmadan, ekonomide ek istihdam sağlanmış ve gelir yaratılmış olabilir (Özsoylu, 1996; 54-55).

Bu savın geçerliği tartışılabilir. Çünkü, kayıtdışı faaliyetler aynı zamanda vergi dışı olarak da sürdürüldüğünden, aynı alanda faaliyet gösteren kayıtdışı ve kayıtdışı faaliyetler arasında net getiri farkı oluşacağı göz önünde bulundurulmalıdır.

Sonuçta kayıtdışılik kayıtdışı alanların genişletilmesi yolunu açarken, ekonominin genel verimlilik düzeyi optimalden düşük olarak gerçekleşmiş olacaktır.

Benzer biçimde, kayıtdışı faaliyetlerin bireysel harcanabilir gelirleri yükselterek, ekonomide canlılık yaratacağı savı da, genel işleyiş kuralları çerçevesinde geçerlilik açısından tartışılabilir. Bu sav, vergilerin ekonomiye geri döndürülmeden, steril olarak tutulduğu ve kayıtdışı alanlardaki göreceli yüksek vergilerin ekonomik faaliyetleri geriletmediği gibi uygulanabilirliği varsayılan bir teze dayandırıldığı için geçerliği ortaya net olarak konulamamıştır (Önder, 2001; 23).

Bu yaklaşımlar üzerinde irdeleme yapılacak olunursa; öncelikle kamu sektörüne aktarılan fonların kullanımı, sektör ölçütünde değil, fakat genel olarak verimlilik düzeyleri dikkate alınarak değerlendirilmesi gerektiği, bir bütün olarak kamu kesimi ele alınmadan yapılan mikro karşılaştırmaların geçerli olamayacağı bilinmelidir. Diğer bir yaklaşım olarak da, ekonomide bir kesim üzerinde vergi yükü varken diğer kesim kayıt dışılığını sürdürüyorsa, bu yapı verimsizlik göstergesi olarak kabul edilmelidir. Şöyle ki, vergi veren sektör vergiye rağmen, kayıtdışı sektörün yanında varlığını sürdürebiliyor ise, bu sektör kayıtdışı çalışan sektöre göre daha verimli demektir. Bu durumda, kayıtdışı sektörden resmi olmayan sektöre kaynak aktarımı ekonomideki genel verimliliği düşürürken, resmi sektörün verimliliğini arttırabileceği halde, vergi vermeme marjını kullanan kayıtdışı sektör ise, verimsizlik üzerinde faaliyetini sürdürmeye devam eder. Kaynakların daha düşük verimli alanlarda istihdamı ise, genel düzeyde verimsizliği açıklar ve bunun sonucunda da ekonominin genel verimlilik düzeyi geriler ve fiili gelir artışı potansiyel gelir yaratma kapasitesinin altında kalmış olur (Önder, 2001; 23).

Kayıtdışı ekonominin olumlu görülen etkileri, bu düzenin böylesi kuralsız çalışması durumunda yaratılan gelirlerle ölçülemez. Oldukça küçük oranlarda gerçekleştirilen mutlak zenginleşme yanında, başka ülkelere göre geri düzeyde kalmak, olumlu değil, olumsuz olarak görülmelidir.

Kayıtdışı ekonominin resmi olmayan sektörde istihdam yaratarak işsizlik sorununun çözümüne katkı yaptığı ve böylece hem gelir dağılımını iyileştirdiği hem de bireysel düzeyde ekonomik refahı arttırdığı ileri sürülmektedir. Bunların yanı sıra, kayıtdışı ekonominin resesyona ve kriz dönemlerinde de periyodik dalgalarının hafifletilmesinde önemli rolü olduğu ileri sürülmüştür (Aydemir, 1995; 95).

Kayıtdışı ekonominin sayılan ve oldukça kuşkulu olan bu faydaları yanında, onlardan çok öte ciddi boyutta zararları söz konusudur. Bu zararlar, istatistiksel verileri saptırmasından, ekonomi politikalarını çarpıtmasına dek açılan geniş bir tayfin içinde yer alır. İstatistiksel verilerin saptırılması sonucunda GSMH'dan başlayarak, bir dizi veri eksi ya da yanlış olarak hesaplara yansıtılmış olur. Bunun sonucunda, örneğin ülkedeki kamu kesiminin hacmi ve vergi yükü gerçek boyutlarından yüksek çıkar, dış ticaret ve döviz hareketleri tam olarak izlenemez ve bunların doğal sonucunda da anlamlı ve uygun para ve maliye politikaları geliştirilemez (Duman, 2005; 3).

Kayıtdışı alanda çalışan işletmelerin önemli bir kısmı küçük ve orta ölçekli şirketler olup, kayıtdışı alanda kalarak faaliyetlerini sürdürmeyi tercih ettikleri görülmektedir. Bu eğilim, işletmelerin en uygun boyuta ulaşmalarını engellediği gibi, ekonomide hem verimlilik kaybına neden olur, hem de ekonominin kayıt altına alınmasını güçleştirir (Kırbaş, 1995; 24-27).

7. Kayıtdışı Ekonomi ve Vergi Kaybı

Kayıtdışı ekonominin yarattığı vergi kaybı, teorik olarak, tüm ekonominin kayıt altına alınmış olduğu hipotetik durumdaki potansiyel vergi geliri ile, fiili olarak toplanan vergi geliri arasındaki fark olarak görülüp, öylece hesaplama yöntemleri geliştirilmeye çalışılmıştır. Söz konusu yöntemler, kayıtdışı faaliyetlerin neden olduğu görece faktör getirisi farklılıklarına ve bu farklılıklar nedeni ile oluşan arz ve talep değişikliklerine dayanarak oluşturulan modeller üzerinden vergi hesaplama mantığına dayandırılmaktadır. Peacock-Shaw tarafından geliştirilmiş olan bu

yöntemde, Keynes vergi sistemi kullanılarak, vergi kaçağının bulunduğu ekonomideki gelir düzeyinin, kaçağının bulunmadığı ekonomidekinden daha yüksek olacağı noktasından hareket edilmiştir. Kaçakçılığın bulunduğu ekonomide kaçak gelir bireylerin kullanılabilir gelirini yükselteceğinden, çarpan katsayısına bağlı olarak, milli gelir düzeyi de yükselir. Milli gelir düzeyinin yükselmesi, fiili vergi oranına bağlı olarak gelir üzerinden ödenen vergi gelirinde de bir artışa neden olur. Kayıtdışı gelirin marjinal tüketim eğilimi arttıkça, sağlanan vergi geliri de yükselir. Peacock-Shaw yaklaşımı, mukayeseli statik bir analiz yöntemi çerçevesinde, vergi dışı tutulan gelire uygulanan marjinal tüketim eğilimine bağlı olarak, nihai durumda sağlanan vergi gelirinin, ilk durumdaki vergi ziyanını telafi edebileceği savını ileri sürmektedir (Peacock-Shaw, 1982; 146).

Vergi faktörünün emeğin fiyatını hem istihdam eden hem istihdam edilen lehine değiştirmesi, salt emek faktörü açısından olumlu olarak görülebilir ve emek fiyatında görülen bu görelî değişim emek istihdamını ve milli geliri arttırabilir. Ancak, böyle bir analizin dayandığı varsayım, emek arz ve talep elastikliklerinin yüksek olduğudur.

Emek arz ve talep elastikleri yüksek olsa dahi, emek fiyatının vergi nedeni ile görülen görelî fiyat değişimini olumlu karşılamak her koşulda olası olmayabilir. Zira, faktör fiyatlarındaki değişim farkı bileşimini görece ucuz olan faktör lehine değiştirir. Resmi olmayan sektör genellikle emek-yoğun olduğundan, söz konusu faktör fiyat değişimi emek lehine sermaye aleyhine yaşanır. Faktör talep elastikliklerine bağlı olarak, vergi kaçağı nedeni ile emek-yoğun alanlara yönelmek ekonominin genel verimlilik düzeyini düşürür. Böylece, bir anlamda aşırı emek istihdamı sermayeyi dışlayabilir. Faktör istihdamında sermaye aleyhinde ve emek lehinde bir değişim genel verimlilik düzeyi: geriletği derecede ekonomide gerçekleştirilen fiili üretim düzeyi potansiyel üretim düzeyinin altında kalmış olur.

Vergi kaçağının yaygın olduğu durumlarda ekonomide nakit gereksiniminin artacağı varsayımı altında, vergi kaçağına bağlı olarak, ekonomide para talebinin de artacağı ileri sürülmektedir. Ekonomide işlem miktarı ile para talebinin artması faiz

haddinin yükselmesine yol açar. Faiz haddinin yükselmesi yatırımlar üzerinde caydırıcı etki yaparak milli geliri geriletirken, cari işlemlerin artması da, milli geliri arttırıcı etki yapar. Milli gelir düzeyi ile ilgili net etki ise, bu iki farklı yöndeki gelişmenin net sonucu ile oluşur.

Kayıtdışı sektörün oluşumu ile ortaya çıkan sonucu tahlile ve açıklamaya yönelik modellerde, vergi kaçığının olmadığı durumda devletin sağladığı vergi gelirlerinin kamu harcamaları yolu ile milli geliri etkileme yönü ihmal edilmiştir. Çarpan etkisi ve bu etkinin milli gelir üzerindeki etkisi açısından, kamu harcamaları ile özel harcamalar bir arada ele alındığında, denk bütçe varsayımı altında dahi, ekonomi üzerinde genişletici etki söz konusudur.

Kamu kesiminin özel kesim faaliyetlerinin verimliliğini arttırma rolü de ihmal edilmemelidir. Bu kabul ile, kayıtdışı kesimin büyümesinin ekonomide genel verimliliği gerileteceği de savlanabilir (Önder, 2001; 23). Bu durumda, kayıtdışı kesimin neden olduğu vergi kaybının tartışılabilmesi için, kayıt dışılığın hem özel kesim içinde görece fiyatları etkilemesi, hem de kamu ve özel kesimler arasındaki kaynak dağılımının etkilerinin ve sonuçlarının kapsamlı bir biçimde irdelenmesi ve böylece bir model geliştirilmesi kaçınılmazdır.

Kayıtdışı ekonominin ekonomide ne kadarlık bir vergi kaybına neden olduğu konusu tartışılırken, iki önemli aşama önümüzde ciddi bir engel oluşturmaktadır. Bunlardan biri bizzat kayıtdışı ekonominin tahmin ve ölçümünde karşılaşılan güçlüklerdir. Ülkemizde kayıt dışının tüm ekonomiye oranı yüzde 60 düzeyindedir (Uslu, 2006; 5).

Bunun da ötesinde çoğu çalışmada, aynı temel yıl ve aynı yöntemin kullanılmış olmasına karşın, birbirini izleyen yıllarda çok büyük dalgalanmaların görülmesi de bu konudaki tereddütleri ortaya koymaktadır. Kayıtdışı ekonominin boyutları, yeraltı ekonomisini de kapsayacak biçimde genişletildiğinde, bu alanın ölçümündeki aşırı zorluklar ve hatta olanaksızlıklara bağlı olarak, sonuçların geçerliliği daha da zayıflamaktadır. Kayıtdışı ekonominin neden olduğu vergi

kaybının hesabında ikinci kademe gclk ise, kayıtdışı ekonominin boyutları ile vergi kaybı boyutunun simetrik bir ilişki içinde bulunmamasıdır. Başka bir ifade ile, kayıtdışı ekonominin kayıt içine alındığı varsayımında, vergi gelirlerinin aynı oranda artacağı kabul doğru değildir. Çünkü kayıtdışı alan büyüdükçe, kayıtiinin taşıdığı vergi yükü de artmaktadır. Bunun bir nedeni, kayıtdışı alanın, yansıma oranlarına bağlı olarak, kayıtii alandaki katma değeri ve dolayısıyla bunun üzerindeki vergi miktarını yükseltiyor olmasıdır. Bu etki kayıtdışı alanın, kayıtii alandan toplanan vergiye yaptığı taban genişletme etkisidir. Vergi açısından söz konusu pozitif etki, vergi oranları yükseltilmeden daha fazla vergi toplanmasına neden olmaktadır.

Kayıtdışı alanın kayıtii alandaki vergi gelirlerini yükseltici ikinci neden ise, siyasal karar süreci sonunda vergi oranlarının yükseltilmesidir. Belirli gelir sağlamaya yönelik olarak, vergi matrahı daraldığıında vergi oranlarının yükseltilmesi de, siyasal olanaklar çerçevesinde söz konusu olmaktadır.

Bir arada ele alındığıında, kayıtdışı alanların büyümesi, toplam vergi tabanını daralttığı halde, kayıtii alanın vergi tabanını genişletmektedir. Dolayısıyla, kayıtdışı alanların temizlenmesi, dolaysız vergiler açısından ekonominin toplam vergi tabanını genişletirken, aynı anda, önceki kayıtii alanın vergi tabanını daraltır. Vergi oranlarının değiştirilmediği koşulda, sağlanacak ek dolaysız vergi geliri, vergi alanındaki net artışa bağlı olacaktır. Açıktır ki, söz konusu vergi taban kaymaları esnasında oluşacak sektörler arası verimlilik farkları da önemli bir oğedir.

Burada ileri sürülen noktalar iir rezervasyon yaparak, kayıtdışı alanların neden olduğu vergi kaybı için genelde doğrudan tahmin yöntemi uygulanmaktadır. Bunlardan birincisinde, potansiyel vergi hasılatı ile fiili vergi hasılatı arasındaki fark bulunmakta, ikincisinde ise, vergi otoritesinin denetlemeleri sonucunda elde edilen bulgularla tahmin yapılmaya çalışılmaktadır.

Milli gelir serilerinden ve vergi istatistiklerinden yararlanarak yapılan tahmin yönteminde, 1990 yılı için, vergi istisna ve muafiyetlerinin de dikkate alındığı koşulda, vergi kaybının gayrisafi milli hasılaya oranının % 1,3, istisna ve

muafiyetlerin dikkate alınmadığı koşulda ise %30,5 olduğunu saptamıştır. Bu çalışma 1996 yılına taşındığında şu sonuçlar alınır; istisna ve muafiyetlerin de dikkate alındığı koşulda vergi kaybının gayrisafi milli hasılaya oranı %,7, istisna ve muafiyetlerin dikkate alınmadığı koşulda ise %21'dir. Bu sonuçlar, Türkiye'de kayıtdışı alan kadar önemli olan başka bir faktörün de kayıtiçi fakat vergi dışı alan olduğunu ortaya koymaktadır (Yılmaz,1996; 20).

8. Türkiye'de Kayıtdışı Ekonominin Büyüklüğü

Ülkemizde kayıtdışı ekonominin asgari olarak %60 dolayında olduğu artık resmen kabul edilen bir istatistik'i bir bilgidir (Uslu, 2006; 5).

7. Beş yıllık kalkınma stratejisinde 1980 sonrasında çok sayıda vergi düzenlemesine ve oldukça yüksek kanuni vergi oranlarına rağmen vergi tahsilâtında istenen iyileşme sağlanamadığı belirtilmektedir. Bunun en önemli nedenleri ise, yatırım teşviklerinin, vergi istisna ve muafiyetinin yoğun olarak kullanılması sonucu matrahın erimesidir. Vergide devletin yaptığı denetimin yeterli olmaması nedeniyle vergi kayıpları en üst düzeye ulaşmıştır. Kayıtdışı ekonomik etkinliklerin vergi konusuna alınması, vergi yükünün dağılımında ve vergi sisteminde basitleştirme yapılması ile vergi idaresi ve denetiminin yeniden yapılanma ihtiyacının gereksinim duyulduğu anlatılmıştır.

Kayıtdışı ekonominin boyutunu dört değişken belirlemektedir. Bunlardan birincisi, vergi denetimi geçirme ihtimali, ikincisi beyan dışı kalan gelir dolayısıyla ödenecek vergi cezasıdır. İkinci olarak mükelleflerin muhatap oldukları marjinal gelir vergisi oranıdır. Son sırada ise mükelleflerin risk alma eğilimi yatmaktadır. Mükelleflerin, yakalanma ihtimalinde ödeyecekleri vergi cezası, tam beyan yapmaları durumunda ödeyecekleri vergi miktarından daha düşükse, vergi kaçırma

eğiliminde olacaktırlar. Denetim geçirme ve ceza görme ihtimali yüksek ise kayıt dışı ekonominin boyutu daralacaktır (KıldıŐ, 2000: 2).

Kayıtdışı alan özetle, tanımlanması oldukça muğlak, i ie geçmiŐ çeşitli faaliyetlerden oluşmaktadır. Çok çeşitli ölüm yöntemleri hem kendi içinde hem de birbirleri ile karşılaştırıldığında, bu amaca yönelik yöntemlerin henüz tam olarak geliŐtirilmemiŐ olduğu anlaşılmaktadır.

Kayıtdışılık için ileri ülkelerde vergi ve diğer kamu müdahaleleri ileri sürülmekle beraber, kalkınmakta olan ekonomilerde düşük verimlilik ve işsizlik gibi yapısal nedenler de n safa çıkmaktadır. Bu niteliği ile, kalkınmakta olan ekonomilerde kayıtdışılık kronik ve yapısal bir karakter göstermektedir.

Vergi ve kayıtdışılık birbirini besleyen ve güçlendiren süreçlerdir. Vergi, sistemi kayıtdışına iterken, kayıtdışı kesimlerin genişlemesi de vergilerin aėırlaŐmasına yol açmaktadır.

Kayıtdışı alanların gayrisafi milli hasılaya oranı ile vergi kaybının toplam vergi gelirlerine oranı arasında simetrik bir ilişki yoktur. Kayıtdışı alanların küçültülmesi, toplam vergi tabanını büyütürken, aynı anda kayıtii alana ait vergi tabanını daraltabilir.

Kayıtdışı alan ile kayıtii alan arasında, vergi faktörünü telafi edecek düzeyde görelili verimlilik ve fiyat farkı oluşur. Kayıtdışı alanların genişlemesi, ekonomide genel verimliliğin düşmesine neden olabilir.

Kayıtdışı alanların oluŐmasının vergi ile ilgili nedenleri arasında, kesimler arasında vergi yükü dağılımı, vergi adaleti ve yükümlülerin kamu harcamaları ile ilgili düşünceleri de önemli rol oynar. Bunların arasında, vergi istisna ve muafiyetlerinin varlığı, bunlardan yararlanamayan faaliyet alanlarının kayıtdışına

yönelmesine neden olur. Başka bir ifade ile, kayııçı olduğu halde vergi dışı alanların ve faaliyetlerin bulunması, kayıtdışılık için önemli bir neden oluşturur.

Kayıtdışı alanların genişlemesi fiili vergi tabanını daralttığından, gerekli vergi gelirlerine ulaşabilmek için vergi oranlarının yükseltilmesi kaçınılmaz olur. Bu süreç, kayıtdışılık ile birlikte yüksek vergi oranlarının ve sonuçta da, daha büyük kayıtdışı alanların oluşmasına neden olur.

Ülkemiz açısından ciddi bir tehlike olan kayıtdışı ekonominin azaltılmasında parlâmentodan başlamak üzere vatandaşlar ve mükelleflere önemli görevler düşmektedir. Sorunlar sadece kendini düşünmekle değil fakat aynı zamanda toplumu ve geleceğimizi düşünmekle aşılabilecektir (Kıldış, 2000: 2).

B. GÖLGE EKONOMİ

Gölge ekonomi veya ülkemizde daha çok kullanılan ifadesi ile kayıtdışı ekonomi dünya üzerindeki ülkelerin bir çoğunda mevcut bulunan, gelişme seviyesi ile doğrudan ilgili olduğundan gelişmemiş veya az gelişmiş ülkelerde boyutları gelişmiş ülkelere nazaran daha fazla olan ve sürekli olarak ülkeler için problem yaratan bir kavramdır.

Kayıtdışı ekonominin en önemli problemlerinden birisi kendini kayıtdışılık oranının ölçülmesinde ya da ölçülmesi çabasında göstermektedir. Bu ölçümlerde bazı metodlardan yararlanılmasına rağmen, bulunan rakamların doğruluğunu kontrol etme imkanı veri yetersizliğinden mümkün olamamakta, bu durumda kayıtdışı ekonominin büyüklüğü bir tahminden ibaret kalmakta (Giles, 1999; 109) ya da çok yönlü bir ekonomik detektiflik çalışması gerektirmektedir (<http://www.enpc.fr/>).

1. Kavram

Kayıtdışı ekonomi dünyada, gölge ekonomi, kara ekonomi, yeraltı ekonomisi, gizli ekonomi, gayri resmi ekonomi, hukuk dışı ekonomi, paralel ekonomi, ikinci ekonomi, kravatsız ekonomi, vergisiz ekonomi gibi isimlerle belirtilmektedir (Altuğ, 1999; 5). Kayıtdışı ekonomi, ilgili ülkede yürürlükte olan düzenlemelere uyulmaması ve vergi kaçakçılığı, sigortasız çalışma, tefecilik, işportacılık, falcılık gibi faaliyetlerin resmi kayıtlarda gözükmemesi sonucunda oluşmaktadır. Özellikle vergiler, ülkedeki, düzenlemeler, bürokratik etkinlik ve yolsuzluk kayıtdışı ekonominin en önemli sebebi, fırsatlar ve teşviklerin bir sonucudur (<http://www.isae.it/>).

Kayıtdışı ekonomi her zaman şikayet edilen bir konu da olmamıştır. Kayıtdışı ekonomiyi '*İtalyanların yaratıcılık yeteneklerini gösteren ve ülkeyi iflastan kurtaran bir İtalyan mucizesi*' olarak nitelendiren İtalyan iktisatçı Martino'nun temsil ettiği anlayış kayıtdışı ekonomiyi, özellikle az gelişmiş ekonomilerde, işsizlik, nüfus artışı,

enflasyon ve istikrarsızlık gibi sosyal dengesizlikleri yumuşatan bir subap olarak görmüş hatta talep yaratmak suretiyle kayıtlı sektördeki üretim ve gelirlerin düşmesine de engel olduğunu ileri sürmüştür (Özsoylu, 1990; 7).

Yolsuzluğun az olduğu ekonomilerde büyüme için hukukun doğrudan etkili olması büyüme için önemli olup, kayıtdışı ekonomiyi azaltmaktadır. Yoğun yolsuzlukların olduğu ekonomilerde ise kayıtdışı ekonomiyle mücadele yolsuzlukları arttırmakta, yolsuzlukla mücadele ise kayıtdışı ekonomiyi azaltmaktadır (Vostroknutova , 2003; 9).

Kayıtdışı ekonominin bir çok tanımı yapılması ve daha farklı ve geniş kapsamlı tanımlarının yapılacak olması sebebiyle bunlardan herhangi biri burada yer almayacaktır. Keza oranlar konusunda da aynı farklılıklar sürmekte olduğundan sadece bazı örnekler vermekle yetinilerek diğer ülke uygulamalarına geçilecektir.

2. Oranlar

Kayıtdışı ekonominin genel ekonomiye oranı konusunda ölçüm metotlarına bağlı olarak farklılıklar görülebilmektedir. Bir görüşe göre bu oran gelişmiş ülke ekonomilerinde gayri safi milli hasıla'nın %10 civarlarında, Türkiye'de ise %40-60 arasındadır (Benlikol-Akgün , 2002; 3-21). Bazı ülkelerde bu oranın %10-30 arasında olduğu ve ülkemizde bu oranın %40-50 arasında bulunduğu da belirtilmektedir (Özol, 1994; 23). Hesaplama tarzlarına göre çok farklı sonuçlar elde edilebilmektedir ([fdp://repec.iza.org](http://repec.iza.org)).

Kapsamı oldukça geniş olan bu oranların ne şekilde hesaplandığı konusuna, kompleks hesaplama yöntemlerinin (Tanzi , 1999; 338-340 / Thomas, 1999; 381-389) bu çalışma alanı dışında kalması sebebiyle değinilmeyecek olmakla birlikte, uygulamada Almanya, Norveç, İsveç, İtalya ve Amerika birleşik devletlerinde daha önce uygulama alanı bulan ve doğrudan ölçüm metodu olarak kullanılan anket

yöntemi ile dolaylı ölçüm metodu bulunmakta olup, dolaylı ölçüm metodunda da dört makro göstergeden hareket edilerek kayıtdışı ekonominin boyutu ölçülmeye çalışılmaktadır (Özsoylu, 1990; 26).

- 1- GSMH'nin farklı metotlarla hesaplanıp karşılaştırılması (GSMH yaklaşımı)
- 2- Toplam işgücünün zaman içerisindeki gelişimi (istihdam yaklaşımı)
- 3- İlk olarak 1958 senesinde kullanılan emisyon hacminin mevduat oranları ile karşılaştırılması (emisyon yaklaşımı)
- 4- Fisher eşitliğinden hareketle işlem hacmi miktarının GSMH'ya oranının zaman içerisinde gelişimi (işlem hacmi yaklaşımı).

Bu metotların her biri kendi içerisinde sakıncalar taşımaktadır. Aşağıdaki 3 numaralı tabloda görülecek bu kıyaslamalarda, kayıtdışı ekonominin doğası gereği şaşırtıcı olmayan, çok farklı sonuçlara ulaşılabilir. Türkiye ile ilgili olarak aşağıda yer alan tablolarda da tahmin edilen bazı asgari sonuçlar ulaşılan farklı rakamları ortaya koymaktadır.

Tablo 1: Türkiye’deki Kayıtdışı Ekonominin Tahmini Boyutu (%)

Yöntem	Tarih	Kayıtdışı Ekonominin Tahmini Boyutu (%)	Kaynak/Yıl
GSMH	1986-1990	5.5 – 7.5	TOBB ve TÜSİAD Ekonomik Raporlar (1980-1991)
İstihdam	1978-1990	30.4 – 32.7	DİE Yıllıkları (1973-1991)
Emisyon	1980-1990 1981-1990	6.7-24.6 6.7-14.1	TOBB Planlı Dönemde Rakamlarla Türkiye Ekonomisi-1990 ve İTO Ekonomik Rapor-1991
İşlem hacmi	1980-1990 1981-1990	6.4-24.4 6.4-14.2	TOBB Planlı Dönemde Rakamlarla Türkiye Ekonomisi-1990 ve İTE Ekonomik Rapor-1991

Tablo 2: Kayıtdışı Ekonominin Tahmin Yöntemleri

Araştırmacı	Tahmin Yöntemi	Yılı	KDE/GSMH (%)
Altuğ	Kayıtdışı ücret	1993	35
Derdiyok	ekonometrik (parasalcı) yaklaşım	1987	27.3
Hakioğlu	Ekonometrik yaklaşım	1984	137.8
Özsoylu	GMSH yaklaşımı	1990	7.5
	Ekonometrik yaklaşım	1990	7.5
	-sabit oran	1993	12.9
	-işlem hacmi	1993	8.5
Kasnakoğlu	Ekonometrik yaklaşım	1990	9.3

Yukarıdaki tablo-2’de yer alan bilgilerden Altuğ–1993, Altuğ’un kendi eserinde 1992 olarak geçmektedir. Derdiyok’un 1987 yılı ise Altuğ’un eserinde 1984 olarak belirtilmiştir. Özsoylu’nun 1993 verileri Altuğ’da bulunmamakta, 1991 verileri yer almaktadır.

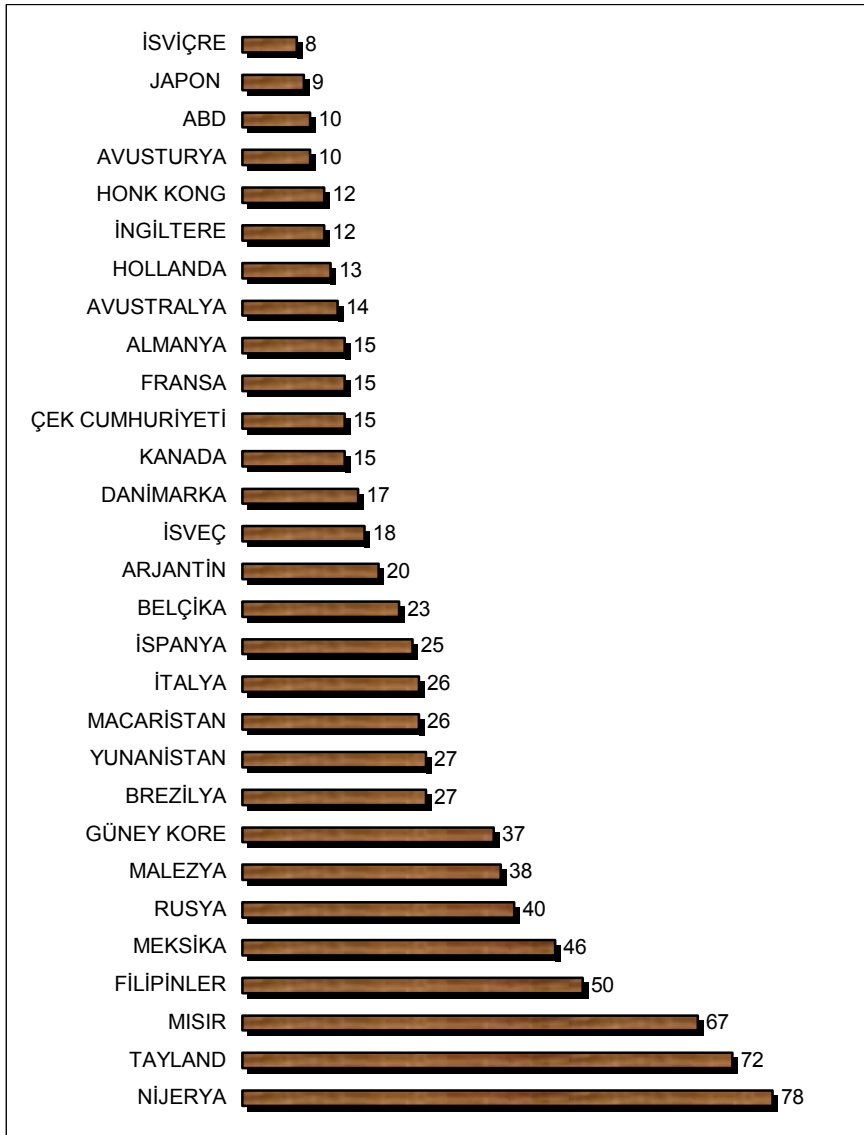
Tablo 3: Çeşitli ülkelerde kayıtdışı ekonominin tahmini boyutu(%)

Yöntem	Ülke	Yıl	Kayıtdışı ekonominin tahmini boyutu(%)	Kaynak/yıl
Anket	ABD	1977	14-20	Irs-1979
	İtalya	1975	25-33	Martino-1981
İstihdam	İtalya	1977	14-20	Contini-1981
		1980	10-20	Gaetani d'Arogana1981
	Almanya	1970	22	
		1976	39.5	
		1978	37.5	
		1980	35	Langfeld-1982
	İsveç	1978	2	Isachsen ve diğerleri -1981
		1978	8-15	Hansson-1980
Gsmh	Almanya	1968	8.9	Alberts-1974
		1968	12.6	
		1971	6.5.	
		1974	4.8	Petersen-1982
	İngiltere	1978	2.5-3	Macafee-1980
		1978	5	O'higgins-1980
	İsveç	1978	4.7	Hansson-1980
	Belçika	1970	18.9	Frank-1972
Emisyon	ABD	1974	6.3	
		1976	11	
		1979	13.5	Gutmann-1979
	İtalya	1974	25.3	
		1976	24.5	
		1978	30	Saba-1980
	İngiltere	1978	7	Dilnot-Morris1981
	Kanada	1978	9-14	Mins-Smith 1981
İşlem hacmi	ABD	1976	13-22	
		1978	26-33	Feige-1979
	Almanya	1976	17.5	
		1978	24	
		1980	27.5	Langfeldt-1982
	Kanada	1976	28	M.smith-1981
	İngiltere	1979	8-15	Feige-1981

Burada yer alan yöntemler dışında farklı bazı yöntemler de kullanılmakta olup, her yöntemde izlenen yollara ve kullanılan verilere bağlı olarak değişik sonuçlara ulaşılabilmektedir (Altuğ, 1999; 82). Bu durum da başlı başına kayıtdışı ekonomiyi ölçmenin ne kadar zor olduğunun bir göstergesidir.

4. Kayıtdışı Ekonomi İle Mücadelede Bazı Yabancı Ülkelerden Örnekler

Tablo 4: Ülkelerin kayıtdışı ekonomilerinin GSMH'ya oranları (%)



Kaynak: Schneider, 1998; <http://www.enpc.fr/>

Yukarıda yer alan çalışma sonucunda Nijerya ve Tayland dünyanın kayıtdışı ekonomisi olarak görülmektedir. Tayland'ın kayıtdışı ekonomisi kumar, uyuşturucu ve seks endüstrisi gibi suç ağırlıklı kısımlardan oluşmaktadır. İtalya, İspanya ve Belçika %23-28 arasındaki kayıtdışılık oranının yüksek olması vergi yükünün fazlalığı, mevcut düzenlemeler ve geniş teşvikler sebebiyledir. Schneider, kayıtdışı ekonomi içerisinde olan insan sayısının da önemine değinmiş, İtalya'da bu rakamı mevcut çalışanların yarısı (yarı ve kısmî zamanlı olarak), Almanya'da ise %22'si (kısmî zamanlı) olarak tahmin etmektedir.

Avrupa Birliği'nde, yayınlanmamış bir rapor'a göre (<http://www.nepa.org>) ise, kayıtdışılık oranı %7-16 arasındadır. Bu kapsamda kayıtdışı ekonomide çalışanların sayısı 10-28 milyon arasındadır.

OECD ülkelerinde 1990'lı yıllarda hızla artan kayıtdışı ekonomide bu artışın temel sebepleri sosyal güvenlik ödemeleri, vergi yükü, mevzuat içerisinde yer alan düzenlemelerdeki karmaşık yapı, çeşitli kısıtlamalar ve istihdamda yaşanan sorunlardır. Özellikle vergi ve sosyal güvenlik primleri ile ilgili yükler kayıtdışı ekonominin en önemli sebeplerindendir. 1996 senesi itibarıyla en yüksek rakamlar İsveç %78.6, Belçika %76, İtalya %72.9, Yunanistan %72.3 olarak sıralanmaktadır (<ftp://repec.iza.org>).

OECD ülkelerinde 2000/2001 yıllarına ait kayıtdışı ekonomi ortalamalarında işgücü esasına göre %15.3, katma değer hesabına göre ise %16.7 rakamına ulaşılmıştır. Geçiş ekonomilerinde bu rakam ise yukarıdaki sıraya göre %30.2 ve %38 olmaktadır. Kayıtdışı ekonomide yer alan işçi rakamlarına baktığımızda ise eski Sovyet cumhuriyetleri ortalaması 2000/2001 yılı itibarıyla %44.8 (en yüksek Gürcistan %66.1), merkezi ve doğu Avrupa ülkeleri ortalaması ise %29.2'dir (en yüksek Makedonya %45.1). 1998/99 ortalaması ise sırasıyla %37.1 ve %23.3'dür. OECD ülkelerinde en yüksek oranlar Yunanistan %28.5, ile İtalya'da %27 bulunmaktadır. 1997/1998 ile 2000/2001 yılları karşılaştırmasında kayıtdışı

ekonomisinin büyüklüğü artan ülkeler ise Avusturya, Avustralya, Almanya, Fransa, İsveç ve yeni Zelanda'dır (Schneider , 2002; 514).

Bazı ülkelerde kayıtdışı ekonomi konusunda yaşananlar ve bu gelişmeler karşı alınan veya alınması düşünülen tedbirler konusuna baktığımızda istihdam, vergi ve mevzuat engellerinin ön planda olduğunu görmekteyiz. Bunların yanında ülke yapısıyla doğrudan ilgili olan sosyal ve ekonomik şartlar da kayıtdışı ekonominin boyutlarını belirlemektedir.

İtalya'da kayıtdışı ekonomi ile uğraşanların sayısı 50 milyon olarak tahmin edilmektedir. Çalışan resmi nüfus olarak görülen 20 milyon kişinin en az %10'unun kayıtdışı işlerde de çalıştığı tahmin edilmektedir (Altuğ, 1999; 245). İtalya arklı ülkelerde yapılan çalışmalarda genellikle kayıtdışı ekonomiye sahip olması normal olarak kabul edilen bir ülke konumundadır. Bunun temel sebebi suç örgütleri konusundaki yaygın düşüncedir.

İtalya'da özellikle vergilere karşı bazı dönemlerde ciddi boyutlarda direnişler olmuştur. Devletin vergi kaybı sebebiyle getirmiş olduğu fatura sistemine karşı 1980 yılında ilk defa grev yapılmıştır. Bu greve herkes katılmamakla birlikte vergiye karşı olan tepkiyi göstermek açısından ilginç bir olaydır. Devletin almış olduğu önlemlere karşı vergi ödemek istemeyenler tarafından yeni çözümler üretilmiştir. Maliye bakanlığı bu sefer de, 1983 yılından itibaren elektronik yazar kasa ile bazı özellikler getirerek kayıtdışılıkla mücadele etmiştir. Fakat bu sefer de rakamlar düşük gösterilmeye başlanmıştır (Altuğ, 1999; 262-263).

Bu şekilde süren devlet-mükellef çekişmesi bugün de mevcudiyetini devam ettirmektedir. İtalya yapmış olduğu temiz eller ve temiz ayaklar operasyonlarına rağmen bugün kayıtdışı ekonomiden nasibini almaktadır.

Vergiye karşı son zamanlarda yapılan benzer bir başkaldırı da 1998 senesinde Fransa'da yapılmış, gazetecilere 1934 senesinden beri uygulanan vergi istisnasının kaldırılmak istenmesi üzerine Fransız basını bir günlük greve gitmiştir (Altuğ, 1999; 264). İtalya'dan sonra Fransa'nın da bu tür tepkiler göstermesi aslında yeni bir şey değildir. Tarih boyunca Avrupa'da yer alan ülkeler vergiye karşı tepkilerini defalarca ortaya koymuşlardır. Bu sebeple hükümetler devrilmiş, ayaklanmalar ve isyanlar çıkmış, bugün dünyanın en önemli devrimleri kabul edilen olaylar vergiye karşı tepkilerle başlamıştır. Vergiye karşı çıkma aslında olayların derininde daha farklı sosyal ve ekonomik çatışmaların olduğunu, verginin bu çatışmanın ateşleyicisi olduğunu göstermektedir.

İtalya, kayıtdışı ekonominin önlenmesinde, özellikle vergi yasaları ve sosyal güvenlik alanlarında çalışmalar yapmaktadır. Kayıtdışı ekonominin ön plana çıktığı alanlar inşaat, tarım, taşımacılık gibi alanlardır. İtalya çeşitli vergi kanunlarında revizyonlar yapmak suretiyle vergi yükünü azaltmaya çalışmaktadır. Örneğin, 2000 yılı değişiklikleri ile meskenlerin onarımı ve yeniden yapılandırılması ile ilgili hizmetler üzerindeki vergi yükü % 20'den % 10'a indirilmiş, ayrıca bu giderlerin gelir vergisinden indirilmesi de kabul edilmiştir. Kurumlar vergisi alanında da özellikle kayıtdışı istihdamla mücadeleye önem verilerek, her işçi başına belirli miktarlarda kurumlar vergisi mahsubu imkânı tanınmıştır.

İtalya, bunların yanında, çıkarmış olduğu vergi affıyla da mücadelesini genişletmiş, ayrıca başta off-shore yatırımları olmak üzere çeşitli yatırımlar için vergi kalkını imkânı getirilmiştir. Bu önlemlerin doğru bir şekilde uygulanabilmesi ve destek olabilmesi için vergi denetimleri de yoğunlaştırılmıştır.

Sosyal güvenlik alanında ise, yeni işçi istihdam eden firmalara yönelik olarak uygulanan sosyal güvenlik kesintilerinde indirimler yapılmıştır. Ayrıca, iş kanunu'nda yapılan bir değişiklikle kayıtdışı istihdamın oranının yüksek olduğu bölgelerdeki firmalara ücret seviyelerini kademeli bir biçimde sektörel toplu sözleşmeler ve sosyal güvenlik kanununun belirlediği seviyelere çekmelerine izin

verilmiş, bu sayede yüksek ücret seviyelerinden vergi alınması ve sosyal güvenlik kesintileri yapılması önlenerek kayıtdışılıkla mücadele sağlanmıştır. Sosyal güvenlik kuruluşları da yaptıkları denetimleri sıklaştırmış ve başbakanlık bünyesinde bir kayıtdışı istihdamı önleme komisyonu kurulmuştur. Bugün kayıtdışı ekonomi rakamları itibarıyla Avrupa'da iyi bir konumda bulunmayan İtalya (<http://econwpa.wustl.edu>), aslında ülkede geçerli olan vergi zihniyetini değiştirmelidir. Bu ise kayıtdışı ekonomi ile mücadelenin sadece bir yönüdür.

Birleşik krallık, vergi sistemi bakımından biraz daha oturmuş bir görüntü vermektedir. Gerek vergi mükelleflerinin vergi bilinci kavramından ne anlanması gerektiğini bilmesi, gerekse vergi ödemelerinin idari yapıdaki esnekliklerle kolaylaştırılmış olması önemlidir. Bununla birlikte, biraz da demokrasinin sonucu, vergiye karşı tepkilerin sürekli olduğu bir yer olmuştur. Son dönemlerde bile kelle vergisi olarak bilinen poll tax getirilmiş, vergiye tepki bir kere daha gündeme gelmiştir.

Birleşik krallık, özellikle 1980 senesinden itibaren teknoloji kullanımına ağırlık vermiş, ayrıca denetçi sayısını artırmak suretiyle kayıtdışı ekonomi ile mücadeleye hazırlanmıştır. Örneğin 1993/1994 döneminde vergi idaresi 70.000 inceleme yapmış, zaman içerisinde çalışan sayısını da planlı bir şekilde artırmıştır. Yapılan bir ölçümde birleşik krallık vergi idaresi kayıtdışı ekonomi oranını %6-8 arası tahmin etmiştir (<http://www.kestreltax.u-net.com>).

Kayıtdışı ekonomi ile mücadelede konusundaki çalışmalarda bulunan Lord Grabiner yaptığı açıklamalarda mevcut durumu ve alınması gereken önlemleri belirtmiştir (*Guardian*, 2000). Kayıtdışı ekonominin büyüklüğü yıllık £50bn-80bn olarak tahmin edilmiş, bunun da yukarıdaki çalışmada da belirtildiği üzere %8 rakamına denk geldiği ifade edilmiştir. Bu rakamların abartılı olabileceği fakat gerçek bir rakam saptamanın da zor olduğunu belirten Lord Grabiner, işsizlik yardımını kanuna aykırı şekilde alanlara bakılırsa daha gerçekçi olunabileceğini

belirtmiştir. Birleşik krallıkta hem bir işte çalışıp hem de devletten yardım alan 120 bin kişi bulunmaktadır. Bu hukuka aykırı durumun maliyeti yıllık £465m'dur.

Kayıtdışı ekonomide faaliyette bulunanlar özellikle teknolojik imkânlardan çok iyi bir şekilde yararlanmakta, hazırladıkları sahte belgelerle daha rahat hareket etmektedirler. Kayıtdışı ekonominin önemli sebepleri olarak, istihdam problemi ileri sürülmekte, düşük maaşların ve teşviklerin olumsuz etkilerinden bahsedilmektedir. Ayrıca, uyuşturucu ve karar para trafiği kayıtdışı ekonominin büyümesine yol açan faktörlerdendir.

Bu konuda yapılması gerekenler olarak her şeyden önce hukuka aykırı olarak devletten yardım alanlar konusundadır. Amerika birleşik devletleri'nde de uygulanan yonteme uygun olarak, iki kere ikaz edildikten sonra bu kişilerin yardım alamaması öngörülmektedir. Bir başka sorun kayıtdışı ekonomi kapsamında olan kişilerin adreslerinin bulunmasındaki zorluklardır. Bu konuda kamuoyu ve sivil toplum örgütlerinin tepkilerinden çekinilmesine rağmen telefon rehberlerinden yola çıkılarak, gerekli araştırma konusunda idare'ye yetki verilmesi istenmektedir. Zira birçok kişi bu yardımları alırken adres değiştirmekte ve bunların izlemesi kolay olmamaktadır. Ayrıca evlerden idare edilen ve elde edilen kazançların vergiye tabi olması gereken çok sayıda faaliyet bulunmaktadır. Bu konuda bilgi toplama ile ilgili kanunlarda değişiklikler yapılması gerektiği savunulmakta, genel bir af çıkarılmasına ise amaca ulaşmayacağı inancıyla karşı çıkılmaktadır.

Almanya, Fransa ve Hollanda'da da devletler kayıtdışılığa karşı çeşitli önlemler almaktadırlar. Bütün ülkelerde vergi kayıplarına karşı hem idari hem de hürriyeti bağlayıcı cezalar verilmektedir. Özellikle işe başlamalarda idare'ye bilgi verme ve idarenin mükellefleri takip edebilmeleri bakımından önlemler alınmaktadır. Örneğin Almanya'da (Benlikol-Akgür, 2002; 39), ticari işletmelerin faaliyete başladıkları tarihten itibaren maliye ve belediye'ye bildirimde bulunması gerekli olup, bu görevi yerine getirmeyenlere işletme büyüklüğü ve gecikme süresine bağlı

olarak ceza kesilmektedir. Vergi kaçakçılığında ise 6 ay ile 10 yıl arasında hapis cezaları verilebilmektedir.

Almanya’da gelir vergilerinde indirim yapılmış, 2005 senesinde bu oranın %25.9’dan %15’e inmesi planlanmıştır. En yüksek oran ise 2005 senesinde %51’den %42’ye inecektir. Hatta bu belirlenen tarihlerden daha önce bu değişikliklerin yapılması öngörülmüştür. İstisna edilen kısımla ilgili en düşük gelir basamağı sınırı ise arttırılmıştır. Bunların yanında sosyal güvenlik primlerinde bir puanlık indirim yapılmış, bu indirim sebebi ile çevre vergilerinde artışlar öngörülmüştür. Bu durum da tepkilere neden olmuş, hem bir puanlık indirimin yetersiz olduğu hem de çevre vergilerindeki artışlara karşı tepkiler ortaya çıkmıştır.

Hollanda’da ticari faaliyette bulunma için KDV numarası alma şartı aranmakta, mükellefler bu şekilde kayıt altına alınmaktadır. Ayrıca Hollanda vergiler bakımından bir çekim merkezi olmak için hem mevzuatında sadeleştirmeler yapmakta, hem de vergi oranlarında indirimler yapmaktadır. Ayrıca tanımış olduğu teşviklerle de bugün bu merkez olma işlevini gerçekleştirmektedir. Bununla birlikte, çekim merkezi olmanın sonucunda yapılan işlemlerin takibi ve kayıtdışı ekonomi ile mücadelede sıkıntılar da yaşanmaktadır.

Aynı kıtada yer alan bir başka büyük ekonomi Kanada’da bulunmaktadır. Kanada’da kayıtdışı ekonomi tartışmalara yol açmıştır. Kanada gelir idaresi kayıtdışı ekonomide en önemli konunun adil ve eşit bir vergi” sistemi olduğunu belirtmektedir (<http://www.ccradvoc.gr.ca>). Bu yüzden yapmış oldukları kayıtdışı ekonomi ile mücadele planında şu hususların öne çıkarılmasına karar vermişlerdir:

1. Beyanname vermeyenlerin ve vergi kaydı yaptırmayanların belirlenmesi
2. Bazı sektörlerde (inşaat, otomobil, mücevher ve konaklama) özel inceleme ekiplerinin yoğun denetimler yapması,

3. Federal birimlerle, önemli endüstri grupları ve profesyonel birliklerle ortak çalışmalar yapmak, gönüllü uyumu sağlamak, kayıtdışı faaliyetleri ortaya çıkarmak ve mücadele etmek,

4. Gönüllü uyumu artırmak ve kararlılığı ortaya koymak amacıyla vergi kaçakçılıklarını açıklamak ve kontrolleri artırmak suretiyle zorlayıcı olmak,

5. Toplumdan gelen talepleri ve yorumları dikkate alarak yapılan çalışmaların başarılı olmasını sağlamak.

Bu yapılan çalışmalar sonucunda idareye karşı mükelleflerin olumlu tutumlarında artmalar yaşanmış, denetimler artmış, kayıtdışı ekonomik faaliyetlerle bağlantılı olmak üzere \$2.3 ek vergi toplanmış, 1996/1997 döneminde beyanname vermeyenlerden 480.000 adetten fazla beyanname alınmıştır.

Kıtadaki bir başka ülke Brezilya da aldığı önlemlerle kayıtdışı ekonomi ile mücadele etmeye çalışmaktadır. Bu kapsamda öncelikle, Brezilya merkez bankası, 05.09.2001 tarihinde resmi gazetede yayınlanarak yürürlüğe giren düzenleme ile yurtdışında tutulan ve beyan edilmeyen menkul yatırımlar ve varlıklara ilişkin bir takım düzenlemeler ve yaptırımlar getirmiş, bu kişilere verilecek ceza oranlarını belirlemiştir. Bu kapsamda en yüksek ceza 100,000 ABD doları olarak belirlenmiş, ayrıca diğer kamu otoriteleri tarafından ceza verilme imkânı sürdürülmüştür.

Yine 2001 yılında getirilen düzenleme ile bizim hukukumuzda da yer alan ekonomik yaklaşım ilkesi kabul edilmiştir. Getirilen bir başka yenilik, vergi idaresine tamamen inceleme maksatlı olmak ve banka gizliliği prensibine aykırı bir uygulamaya yer vermemek üzere, önceden mahkeme izni almadan, mükellefin banka hesap ve işlemleri ile ilgili bilgilerine ulaşma yetkisinin verilmesidir.

Brezilya, kayıtdışı ekonomi ile mücadele konusunda 2002 senesinde vergiler dışındaki alanlarda da çeşitli önlemler almıştır. Örneğin, dış ticaret ve döviz işlemleri

konularında da yeni uygulamalar getirmiş, yurtdışı işlemleri kontrol altına alabilmek için Brezilya merkez bankası ve finans bakanlığı arasında, ilgili veri ve bilgileri paylaşımı ile yurtdışı işlemleri araştırma ve düzenleme konusunda ortak uygulamalar geliştirilmesi hususunda bir antlaşma imzalanmıştır. Ayrıca, vergi numaralarını kaydettirme konusunda da önlemler alınmıştır.

Brezilya'da 21.11.2002 tarihli resmi gazetede yayınlanan "Nereden buldun?" benzeri bir düzenleme de çıkarmış, bu kapsamda federal gelirler birimi'ne vergi mükellefinin Brezilya ve yurtdışında banka ve yatırım hesaplarında bulunan ve kaynağı açıklanamayan meblağlar üzerinden vergisel işlem yapabilme yetkisi verilmiştir.

Brezilya'da 1999 yılı itibarıyla, kamu ve endüstri sektöründe çalışanlarla eşit olarak 12.87 milyon kişi kayıtdışı ekonomi kapsamında çalışmaktadır. Özellikle çocuk işçilerin fazlalığı dikkat çekici derecede olup, sadece Rio'da yaşları 10-17 arasında olan 1.5 milyon çocuk çalışmaktadır ([http://www. brazzil.com](http://www.brazzil.com)).

Bir başka kıtada Güney Kore'de kayıtdışı ekonomi ile mücadele konusunda her şeyden önce, yapılan finansal işlemlerin gerçek isim ve unvanlara dayanması amaçlanmış, bunlara uymayanlara cezai müeyyideler getirilmiştir. Ayrıca, şüpheli finansal ve ticari işlemler hakkında bilgi toplayarak analiz eden bir finansal istihbarat birimi kurulmuştur. Finansal kuruluşlar 10.000.-ABD dolarının üzerindeki şüpheli finansal işlemleri derhal Kore finansal istihbarat birimine bildirmekle yükümlü tutulmuşlardır. Bu düzenlemeye uymayanlar hakkında 5 sene hapis ve 25.000.-ABD dolarından az olmayan para cezaları öngörülmüştür. Ayrıca, kara para aklamaktan suçlu bulunanlara beş seneye kadar hapis cezası ve yaklaşık 25,000 ABD doları para cezası öngörülmüş, finansal olmayan kurum vasıtası ile oluşan kayıtdışı ekonomiye ilişkin önlemlere ilişkin olarak ağır para ve hapis cezaları getirilmiştir.

Kayıtdışı ekonomi ile mücadelenin bir diğer önemli ayağını istihdamla ilgili problemler oluşturmaktadır. Ödenecek sigorta primleri ve vergiler, çalışma alanında düşük ücret politikaları ve işgücü rekabeti ile birleşince kayıtdışı alana kaymak avantajlı hale gelmekte, bu şekilde faaliyette bulunanlar çağımızın acımasız rekabet ortamında avantajlı konuma geçmektedirler.

İstihdam, kayıtdışı ekonomi ile mücadelede en önemli alanlardan birisidir. Avrupa birliği'nde üye ülkeler istihdam dostu vergi ve yardım sistemlerinin geliştirilmesine çalışmakta, bu amaçla yüksek vergi oranlarının düşürülmesi ve vergi yükünün azaltılması amacı ile çalışmalar yapmakta ve bu çalışmalarda özellikle vergiler ön plana çıkmaktadır. Fakat vergiler açısından bakıldığında reformların olumlu etkilerine rağmen üye ülkelerde istihdam üzerindeki vergilemenin ve sosyal güvenlik primlerinin yüksek olduğu görülmekte, hedeflere göre yapılanlar daha düşük oranlarda gerçekleşmektedir (Carone-Salomaki, 2001; 58-59).

İstihdam ekonomik yaşam içerisinde kendisini farklı şekillerde gösterebilir. Özellikle yeni iş olanaklarının artırılması hem ekonominin büyümesi, hem de rekabet ortamının sağlanarak işgücü maliyetlerinin düşürülmesine yol açar. Bu rekabet kaliteli işgücünü de ortaya çıkardığından üretimde de kalite yakalanabilecek, böylece dış dünyada rekabete girebilme şansı artacaktır. İstihdam ekonomik alan yanında sosyal ve siyasi alanlarda da etkilidir. Kuvvetli bir araç olarak sosyal ve siyasi politikaları hemen etkileyebildiğinden olumlu veya olumsuz toplumsal hareketlere de kolayca yol açabilmektedir. Bu nedenlerle istihdamın iyi bir şekilde planlanması ve teşvik edilmesi ülke açısından olumlu gelişmelere yol açar. Fakat bu planlama esnasında dengelerin iyi bir şekilde kurulamaması kayıtdışılık gibi olumsuz gelişmeleri çok kolaylıkla körükleyebilir.

Bu sınırların belirlemesinin bir başka önemi de teşviklerin aynı zamanda rekabeti bozucu etkisinin olmasındandır. Ülkeler teşvikler ile belirli sektörlerle başta vergiler olmak üzere çeşitli avantajlar sağlayabilmektedir. Bu teşvikler ülke içerisinde ekonomik dengeleri bozduğu gibi bazen uluslar arası alanda da dengelerin

bozulmasına sebebiyet vermektedir. Özellikle Avrupa birliği bünyesinde teşvikler konusunda rekabeti bozucu uygulamalarla ilgili çok sayıda dava bulunmakta, bu teşvikler devlet yardımı kabul edilerek roma antlaşması'nda yer alan ayrımcılık yasağı ilkesi açısından değerlendirilmektedir.

Mali devlet yardımları, vergileri de içine alan ve mali alanda sektörel ve bölgesel farklılıkların ortaya çıkmasına sebep olan bir alan olup, yine ayrımcılık konusunda problemler yaratmaktadır. Örneğin, farklı vergi uygulamaları, istisna ve muafiyetler, vergi avantajları sağlanması ve vergi afları gibi konular bu kapsamda değerlendirilmektedir.

Devletin elinde bulunan en önemli ekonomiye müdahale aracı olan devlet yardımları, rekabeti yukarıda da belirtildiği üzere düzeltebilmekte veya bozabilmektedir. Devlet yardımlarının ne şekilde tanımlanacağı problemi konusunda Avrupa birliği dışında Uruguay round'da da çözüm aranmış ve yapılan çalışmalar kapsamında vergi ertelemeleri gibi mali teşvikler bir devlet gelirinini affedilmesi veya tahsil edilmemesi devlet yardımı olarak öngörülmüştür.

Kısaca, belirtilen bu problemler (Üzeltürk, 2001; 107), istihdamın teşvik edilmesinin sonuçlarının olumlu ve olumsuz boyutlarını gösteren ve teşvik sınırının belirlenebilmesinin önemine işaret etmektedirler. Bu sınırların belirlenmesi ileride Türkiye aleyhine açılacak bazı davalara sebep olabileceği gibi, ülke içerisinde de ihtilaflar yaratabilecek bir konudur. Bu kadar önemli bir konunun sınırlarının belirlenmesindeki bu zorluklar bütün ülkelerde yaşanmakta ve sonuçta ülkeler her zaman objektif kıstaslara dayanmayan bazı belirlemeler yapmaktadır.

Kayıtdışı ekonominin en önemli sonuçlarından birisi de istihdam ve kayıtdışı istihdam konusudur. Türkiye'de 2002 yılı itibariyle 2.6 milyon kayıtdışı istihdam, haftada 40 saat ve altında çalışanların ve işsizlerin oluşturduğu 3.7 milyon eksik istihdam olmak üzere toplam 6.3 milyon kayıtdışı istihdam olduğu Türk-iş tarafından

yapılan bir araştırmada tespit edilmiştir (Hürriyet, 20.6.2002). Araştırmada devletin asgari ücret üzerinden kaybının yaklaşık 10 katrilyona ulaştığı, özellikle maliyetlerin düşürülmesi amacı ile fason üretim yapan ve taşeron firmalara ait işyerlerinde kayıtdışı istihdamın arttığı gözlemlenmiştir. Temel sebepler olarak belirlenenler ise şu şekilde özetlenebilir (NTVMSNBC, 20.6.2002);

- sosyal güvenlik primlerinin yüksekliği,
- denetim ve yaptırım eksikliği,
- sosyal güvenlik sisteminin etkisiz ve verimsiz olması,
- bürokrasi.

Sekizinci beş yıllık kalkınma planı'na (2001-2005) baktığımızda kayıtdışı özel ihtisas komisyonu raporu'nda yer alan tespitlerde vergi oranlarındaki yükseklik ve verginin adil olarak toplanamaması gibi nedenlerle, vergi, prim ve sosyal amaçlı kesintilerin ödenmediği belirtilmiştir. Bunların yanında sermaye eksikliği ve bununla bağlantılı olarak kredi olanaklarının sınırlı ve maliyetli olması, artan işgücü maliyetlerinden kaynaklanan ek istihdam olanakları engellenmekte ve kayıtdışı istihdam artmaktadır. Konunun bir başka boyutu da elde edilmek istenen gelirin bazı sosyal ve ekonomik amaçların önüne geçmesidir.

Bu açıklamalar çerçevesinde bazı ülkelerde uygulanan vergi teşvikleri şu şekilde belirlenebilir. Polonya'da yerli ve yabancı şirket ayrımı yapılmamaktadır. Vergi teşvikleri olarak kurumlar vergisinde 1999'da %34 olan oran 2002 yılında %28'e indirilmiştir. Ayrıca kanun ile özel ekonomik bölgeler oluşturulmuş, 1994 yılında yatırımcılara 10 yıllık bir vergi tatili imkanı tanınmış, bunu izleyen 10 yıllık süre içerisinde de normal kurumlar vergisi oranı üzerinden % 50 oranında bir indirim öngörülmüştür.

Çek cumhuriyeti 2000 yılından itibaren teşvikler vermeye başlamıştır. Buna göre, ülkede ilk defa üretim gerçekleştirmek üzere şirket kurmak isteyen yatırımcıların ilk 10 yıl içerisinde elde edecekleri kazançları kurumlar vergisine tabi tutulmamaktadır. Yatırımlar sürdürüldüğü takdirde belirli şartlarla indirimler sağlanmaktadır. Normal olarak yatırımcılara 2 sene olarak tanınan vergi tatili süresi 10 yıla çıkarılmıştır. Bunların yanında serbest bölgelerde faaliyette bulunacak firmalara sağlanan teşvikler ile makine ve takım ithalatında sağlanan bazı teşvikler de söz konusudur.

Asya ülkelerine baktığımızda ekonomik gelişme ve istihdam bakımından kazandıkları başarıların temelinde yabancı yatırımların payının çok büyük olduğunu görmekteyiz. Örneğin, Endonezya'da 1999 yılından itibaren onaylanan yeni yatırımlara 8 yıla kadar vergi tatili uygulanmaktadır. Filipinler, Tayland ve Vietnam'da da 5-8 yıllık vergi tatilleri söz konusudur. Hindistan'da 10 yıla varan vergi tatili uygulanmaktadır.

Kıtanın en önemli ekonomilerinden birisine sahip olan Çin'de de özellikle son zamanlarda çeşitli vergi teşvikleri yürürlüğe konmuştur. Özel ekonomik bölgeler, ileri teknoloji endüstri bölgeleri ve ekonomik ve teknik gelişme bölgelerinde % 33 olan genel kurumlar vergisi oranı yerine % 15 indirilmiş oran uygulanmakta, bazı özel bölgelerde yine %24 indirilmiş oranlar uygulanmaktadır. Yabancı yatırım şirketleri ayrıca ilk 2 yıl vergi ödememekte, kara geçtikten sonraki 3 yıl hesaplanan verginin %50 eksisini ödemektedirler. Yabancı kaynaklar ile kurulmuş ileri teknoloji şirketlerinin söz konusu olduğu bazı sektörlerde erteleme 6 yıla çıkabilmektedir. Ayrıca bazı ithalat teşvikleri ve dolaylı vergi istisnaları da mevcuttur.

2002 yılında Kazakistan Parlamentosu'nun üst komisyonu durumunda bulunan senato küçük ölçekli işletmeler üzerindeki vergi yükünün azaltılmasını öngören bazı değişiklikleri onaylamıştır. Buna göre vergi yükünün:

—tüzel kişilerde %13'den %9'a,

—gerçek kişilerde ise %11'den %7'ye indirilmesi kararlaştırılmıştır.

Değişikliklerle amaçlanan uygun vergi ortamını yaratacak üretimi teşvik etmektedir.

Ayrıca Avrupa birliği içerisinde İrlanda, Hollanda ve Lüksemburg gibi çeşitli vergi avantajları tanıyan ülkeler bulunmaktadır. Fakat bu ülkeler daha önce de belirtildiği üzere ayrımcı vergi uygulaması iddiaları ile karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu nedenle Avrupa birliği uygulamalarının dikkatle takip edilerek mevcut düzenlemelerde ileride gerekecek değişikliklere hazır olmak gerekmektedir.

İstihdam yaratılması konusunda bazı Avrupa ülkelerinde sosyal hakların maliyetinin yüksekliği gösterilmiş, bu nedenle İsveç'te iş kazası sigortası kaldırılmış, Norveç'te sosyal yardım miktarlarında indirimler yapılmış, Hollanda'da çeşitli sosyal yardımlarda kısıtlamalara gidilmiş ve Almanya'da haftalık çalışma süresi dört gün üzerinden hesaplanarak ücretler bu oranda ödenmiş ve bu nedenle sosyal güvenlik primlerinde azaltmaya gidilmiştir (Altuğ, 1999; 484).

Vergi teşvikleri çeşitli şekillerde kendisini gösterebilir. Bunlardan en çok kullanılanlar vergi tatili, yatırım indirimi ve hızlandırılmış amortismandır. Vergi tatili genellikle yeni kurulan firmalar açısından uygulanmaktadır. Belirlenen dönemden sonraki bir dönemde bu defa düşük oranlı bir vergi uygulaması da söz konusu olabilecektir. Burada özellikle vergi sonrası dönemde bazı sorunlar ortaya çıkabilmektedir. Özellikle ilk zamanlarda söz konusu olabilen zararlar daha sonraki yıllarda devredilebilmelidir. Aksi takdirde pratik olarak uygulamanın bir anlamı kalmamaktadır. Bir başka teşvik tarzı da düşük oranlı vergilerdir. Bunlar mevcut firmalara da uygulanabilmelidir.

Teşviklerde üzerinde durulması gereken en önemli problem bunların denetimi ve şartlarının belirlenmesidir. Şartların belirlenmesi süre ve sektör açısından ayrı ayrı belirlenerek vergi kaybına sebep olunmamalı ve teşvikten etkili bir şekilde faydalanılması sağlanmalıdır.

5. İstihdamın Arttırılması Kapsamında Avrupa Birliği Ülkelerinde Yapılanlar

Avrupa birliği'nde üye ülkeler istihdam dostu vergi ve yardım sistemlerinin geliştirilmesine çalışmakta, bu amaçla yüksek vergi oranlarının düşürülmesi ve vergi yükünün azaltılması amacı ile çalışmalar yapmakta ve bu çalışmalarda özellikle vergiler ön plana çıkmaktadır. Fakat vergiler açısından bakıldığında reformların olumlu etkilerine rağmen üye ülkelerde istihdam üzerindeki vergilemenin ve sosyal güvenlik primlerinin yüksek olduğu görülmekte, hedeflere göre yapılanlar daha düşük oranlarda gerçekleşmektedir (Trubek-Mosher, 2001; 58-59).

Vergi teşvikleri çeşitli şekillerde kendisini gösterebilir. Bunlardan en çok kullanılanlar vergi tatili, yatırım indirimi ve hızlandırılmış amortismandır. Vergi tatili genellikle yeni kurulan firmalar açısından uygulanmaktadır. Belirlenen dönemden sonraki bir dönemde bu defa düşük oranlı bir vergi uygulaması da söz konusu olabilecektir. Burada özellikle vergi sonrası dönemde bazı sorunlar ortaya çıkabilmektedir. Özellikle ilk zamanlarda söz konusu olabilen zararlar daha sonraki yıllarda devredilebilmelidir. Aksi takdirde pratik olarak uygulamanın bir anlamı kalmamaktadır. Bir başka teşvik tarzı da düşük oranlı vergilerdir. Bunlar mevcut firmalara da uygulanabilmelidir.

Teşviklerde üzerinde durulması gereken en önemli problem bunların denetimi ve şartlarının belirlenmesidir. Şartların belirlenmesi süre ve sektör açısından ayrı ayrı belirlenerek vergi kaybına sebep olunmamalı ve teşvikten etkili bir şekilde faydalanılması sağlanmalıdır.

Avrupa birliği ÷lkelerinde bu kısmın başında belirtilen bazı dñzenlemeler dışında son zamanlarda vergi ve sosyal gñvenlik payları alanında ger÷ekleştirilen bazı çalışmalara baktığımızda şu tespitler yapılabilir (Carone-Salomaki, 2001; 64):

Belçika

Dñřuk ÷cretli çalışanlar için kişisel gelir vergisi ve sosyal gñvenlik ÷demelerinde bazı kolaylıkların yanında, indirimler de ÷ngör÷lmüştür. Ayrıca, istihdamla yakından bağlantılı hizmetlerde katma değer vergisinde indirimler söz konusudur.

Danimarka

1998 vergi reformundan sonra, yüksek vergi oranlarında ve özellikle dñřuk ve orta gelirli çalışanların indirimler yapılmış, erken emeklilik payları arttırılmış, maaşlardan %1 oranında geçici olarak alınan iş piyasası katkısı kalıcı hale getirilmiştir. Bunların dışında enerji vergilerinde artışlar getirilmiştir.

Yunanistan

Gelir vergisinde özellikle ÷ çocuklu aileler için bazı indirimler yapılmıştır. 2002 yılı gelirleri için ÷st vergi oranı %40'a dñřür÷lmüştür. Sosyal gñvelik primleri konusunda işverence ÷denen emeklilik priminde dñřuk ÷cretli işçiler lehine %13.3'den %11.33 oranına indirim getirilmiş, ayrıca işçinin emeklilik primi en dñřuk ÷cret alanlar bakımından kaldırılmıştır. Bu primlerin %50'si tutarında şirketlerin vergi matrahlarında indirim yapılmıştır. Bunların dışında kurumlar vergisinde 2002 senesi için %35 oranına dñřme ÷ngör÷lmüř, banka işlemlerinden alınan özel vergi kaldırılmış, istihdama duyarlı hizmetlerde ve elektrikte katma değer vergisi oranı dñřür÷lmüř ve arabalar ve ısıtma yakıtlarında Avrupa birliği değerlerinde dñzenlemeler yapılmıştır.

İspanya

1999 senesinde yapılan kişisel gelir vergisi reformundan başka, devamlı sözleşmelerdeki sosyal güvenlik primlerinde işveren paylarında %2, işçi paylarında % 0.5 oranlarında indirim öngörülmüştür. Ayrıca, 1997 senesinden beri süren devamlı sözleşmeler için indirim amaçlanmaktadır. Kurumlar vergisindeki bazı değişikliklerin yanında, istihdama duyarlı hizmetlerde, kuaför ve küçük ev tamirat işlemlerinde katma değer vergisi indirimi öngörülmüştür.

Fransa

Kişisel gelir vergisi üzerinde ve özellikle düşük ücretli işçiler için çeşitli indirimler getirilmiş, sosyal güvenlik primleri konusunda ve çalışma haftalarında azalmaya bağlı olarak işveren paylarında indirimler öngörülmüş, işçi ve işveren işsizlik sigorta katkı paylarında 2003 senesinde 5.4 oranına düşüş getirilmiştir. Çalışma sürelerine bağlı olarak oluşacak gelir kayıplarıyla ilgili olarak kurumlar vergisi alanında çeşitli vergi düzenlemeleri getirilmiş, bunun yanında alınmakta olan bazı vergiler kaldırılmış, genel kurumlar vergisi oranı olarak 2003 senesinde %33.3 öngörülmüştür. Küçük ve orta büyüklükte şirketler için 2003 senesinde hedeflenen oran ise %15 olmuş, bu oran şirketlerin toplam işletme sermayelerinin ilk 250 bin franklık kısmı için öngörülmüştür.

Bunların yanında, genel katma değer vergisi oranında bir puanlık bir indirim ile ev tamir ve hizmetlerinde indirim getirilmiş, çevre vergilerinde artışlar ile bazı sektörlerde petrol ürünlerindeki özel tüketim vergilerinde indirimler sağlanmıştır.

İrlanda

Kişisel gelir vergisindeki oranlarda indirimlerin yanında kişisel indirimlerde artış yapılmıştır. Yeni getirilen sistemle işveren katkı paylarında %12'den %11.3'e ve %8.52den %7.8'e indirim getirilmiş, düşük ücretliler için sosyal güvenlik primleri azaltılmış, 23 yaş altı ve ilk işi olanlar için ise askıya alınmıştır. 2003 yılı için kurumlar vergisi oranı %12.5 (1999'da %28) öngörülmüş, tütün üzerinden alınan

dolaylı vergilerde artışın yanında denizaşırı hava ve deniz seyahati üzerinden alınan seyahat vergileri 2000 senesinde kaldırılmıştır. Ayrıca kerosen üzerindeki özel tüketim vergisi indirilmiştir.

İtalya

1998 senesinde başlayan reformlar sonucunda kişisel gelir vergisinde çeşitli indirimler ve giderlerde artışlar getirilmiştir. Güney’de yeni işler için sosyal güvenlik primi ödemelerinden tam istisna 1999 senesinden itibaren üç yıllık bir süre için getirilmiş, ayrıca çeşitli diğer indirimler de öngörülmüştür (Örneğin, 2000 senesinde %0.82’den %0.70’e düşmüştür). Benzer indirimler kurumlar vergisinde de yapılmış, ayrıca katma değer vergisi oranlarında bazı değişiklikler yapılmış, özellikle istihdama duyarlı bazı hizmetlerde indirimler getirilmiştir.

Lüksemburg

Kişisel gelir vergilerinde 2001’de iki, 2002’de dört puanlık indirimler yapılmış, en düşük oran %10’a, en yüksek oran %38’e çekilmiştir. En düşük vergi eşliğinde %45 artış getirilmiştir. Kurumlar vergisi oranında indirimin yanı sıra, istihdama duyarlı hizmetlerde katma değer vergisi indirimi getirilmiştir.

Hollanda

Doğrudan vergilerde yüksek oranda sekiz, orta oranda sekiz ve düşük oranda 1.7 puanlık indirimlerin yanında, istisna kazançların sınırında da artış yapılmış, işçiler için vergi indirimi ile 65 yaş üzerindeki işçiler için sosyal güvenlik primlerinde indirim getirilmiştir.

Portekiz

Kişisel gelir vergisinde vergi indirimleri ve oranlarda indirimlerin yanında çeşitli düzenlemeler getirilmiştir. İşverenlerin sosyal güvenlik paylarında genç işçi istihdam etme, uzun süreli işsizlik ve sakatlar çerçevesinde indirim veya istisnalar

kabul edilmiştir. Kurumlar vergisi oranlarında 2000 yılında %32'den 2006 senesinde %25'e inen bir süreç öngörülmüş, yüzellibin eurodan az satışı olan %20 vergiye tabi olan küçük firmalar için daha basit bir sistem getirilmiştir. Ayrıca, istihdama duyarlı hizmetler için katma değer vergisi indirimi getirilmiş ve çevre vergileri konulmuştur.

Avusturya

Kişisel gelir vergisi oranlarındaki indirimlerin yanı sıra, aile indirimlerinde de artışlar getirildi. Kurumlar vergisi alanında yeni işe başlayanlar için kolaylıklar, tütün ve araç sigorta vergilerinde ve elektrik vergisinde artışlar yapılan düzenlemeler içerisindedir.

Finlandiya

Kişisel gelir vergisi oranlarında 1997'den beri 1.7 puanlık bir indirim sağlanmış, işsizlik, sağlık ve emeklilik ile ilgili sosyal güvenlik kesintilerinde indirimler yapılmıştır. Bu kapsamda, enerji ve çevre vergilerinde artışlar getirilmiştir.

İsveç

Vergi oranlarındaki indirimlerin yanı sıra, işveren paylarında değişiklikler yapılmış, bu kapsamda yaşlılık emeklilik priminde %10.21'e çıkarılmış, sağlık sigortası primi bir puan arttırılmış, genel maaş primi ise 4.95 puan indirilmiştir. İşçi katkı payları 2000'den itibaren %25, 2001'den itibaren ise %50 oranında indirilmiştir.

Özel tüketim vergileri ile ilgili Avrupa birliği üyeliği çerçevesinde bazı düzenlemeler yapılmış, yurtiçi hava ve kamu taşımacılığında katma değer vergisi oranı %12'den %6'ya indirilmiştir. Ayrıca dizel üzerindeki enerji vergisi ile nükleer santrallerden elde edilen elektrik üzerinden alınan vergilere artış getirilmiştir.

Birleşik krallık

Kişisel gelir vergisi bakımından çalışan ailelerin vergileri ile ilgili yeni bir sistem getirilmiş, oranlarda azalışlar ve vergisiz alt sınırdaki artışlar yapılmıştır. Milli gelir yükümlülüğü ile ilgili alınan giriş ücreti kaldırılmış, işveren payı %0.3'den %0.1'e indirilmiş, işçiler için ise ödeme alt sınırında artış getirilmiştir.

Avrupa birliği boyutunda kayıtdışı ekonomi ile mücadelenin en önemli kısımlarından olan vergi suçları ile mücadele konusunda oluşturulan sistemin yürütülmesinde temel nokta bilgi toplanmasıdır. Bu konuda önemli belgelerden bir tanesi 1988 yılında imzaya açılan ve 1.4.1995 tarihinde yürürlüğe giren Avrupa Konseyi-OECD ortak çalışması olan vergi sorunlarında çok taraflı idari yardımlaşma anlaşması (Convention on Mutual Administrative Assistance in Tax Matters)'dır. Burada yer alan bilgi değişimi ile ilgili düzenleme 19.12.1977 tarihli konsey direktifi'nin yanı sıra, çifte vergilendirmeyi önleme anlaşmalarının da genellikle 26. Maddesinde yer almaktadır. Mutual assistance directive ile ilgili ilk karar bu direktifin yorumu hakkındaki *W.N. V. STAATSSECRETARIS VAN FINANCIEN* (13.1.2000, C-420/98) davasında verilmiştir.

Kayıtdışı ekonomi bünyesinde bir çok problemi barındıran bir kavramdır. Gerek tanımının yapılması ve büyüklüğünün ölçülmesi, gerekse alınacak önlemlerin belirlenmesi zorluklara sebep olmaktadır. Kayıtdışı ekonomi sanki o ülkenin sıkıntı çektiği sosyal, ekonomik, siyasal ve hukuki problemlerin topluma yansımalarıdır.

Yalnızca vergi veya ceza ile ilgili alanlarda yapılan düzenlemeler kayıtdışı ekonomi ile mücadelede yeterli olmayacaktır. Kayıtdışılıkla savaşta yalnızca hükümetlerin çabası yeterli olmayacaktır. Bu konuda üçlü bir ayırım yapmak gerekmektedir. Birincisi devletin yapması gerekenler, ikincisi vatandaşların yapması gerekenler ve üçüncüsü uluslararası alanda yapılması gereken çalışmalardır. Bunların her biri kapsamlı çalışmalar gerektirmekle birlikte bazı temel noktalar şu şekilde belirtilebilir.

Devletin yapması gereken çalışmalar, konunun ilgili olduğu alanları, bu alanlarda yapılacak çalışmaları ve hepsinden önemlisi bu çalışmaların koordinasyon ve denetimini sağlamaktır.

Vatandaşların yapması gerekenler biraz daha soyut olmakta, hatta ahlak kuralları ile doğrudan bağlantılı bulunmaktadır. Özellikle devlet-vatandaş ilişkileri ve bu ilişkinin ekonomik boyutu öne çıkmakta, ülkenin içinde bulunduğu koşullar kayıtdışı ekonominin durumunu belirlemektedir.

Uluslar arası alanda yapılacak çalışmalar kayıtdışı ekonominin günümüz şartlarındaki görünümü dolayısıyla daha çok önem kazanmaktadır. Her şeyden önce ortak şekilde hareket etmenin ülkeler bakımından henüz çok erken olduğu 21. Yüzyılda yapılacak çalışmalarda karşılıklı yardımın temin edilebilmesi bile çok önemlidir. Bugün gerek OECD gerekse Avrupa birliği gibi kuruluşlarda dahi ortak politikalar belirlemek sorun olmaktadır. Küreselleşmenin bir sonucu olarak dünya yüzeyine yayılan ekonomik faaliyetlerin izlenmesi ve gerekli önlemlerin hiç değilse ülkeler bünyesinde alınabilmesi bile kayıtdışılıkla mücadele bakımından önemlidir. Bu sebeple ülkeler arasında işbirliği konusunun geliştirilmesi mücadele gücünü arttırmaktadır.

Bu kapsamda, OECD'nin 1998 senesinde Paris'deki "*Harmful Tax Competition-An Emerging Global Issue*" raporu'ndan sonra, 2000 yılında hazırlamış olduğu bir diğer rapor "*Towards Global Tax Co-operation-Progress in Identifying and Eliminating Harmful Tax Practises*" ile de işbirliğinin önemine değinmiş, hazırladığı vergi cennetleri ve zararlı vergi uygulamalarının tespiti ve gerekli önlemlerin alınması konusunda öneriler getirmiştir. Ülkeler arasında rekabeti bozacak vergi uygulamalarının önlenmesi temel hedef olarak kabul edilmiş, bu çerçevede ülkelerin yapması gerekenler ortaya konmuştur. Bununla birlikte bu konudaki çalışmaların sonuca ulaşması için metinlerde belirlenen sürelerin sonunda

yapılacak değerlendirmeler neticesinde mevcut eksikliklerin giderilmesi gerekmektedir. Zararlı vergi uygulamaları gerek hedef aldığı rejimler, gerek bunların nitelikleri ve zararın boyutları konusundaki tartışmalar sebebiyle eleştirilere maruz kalmaktadır.

Avrupa topluluğu içerisinde ise ecofin konseyi tarafından 1.12.1997 tarihinde kabul edilen “The Code Of Conduct On Business Taxation - İşletme Vergilendirmesi Temel Kuralları” ile zararlı vergi uygulamalarının sona erdirilmesi amaçlanmıştır. Avrupa birliği çalışmaları da oldukça yavaş bir şekilde ilerlemektedir.

Burada belirtilen çalışmalar ve bu çalışmalar sırasında karşılaşılan zorluklar yukarıda belirtilen işbirliği için dünya ülkelerinin henüz hazır olmadığını göstermektedir. Kısa vadede gerçekleşmesi ihtimal dahilinde görülmeyen bu hedefler yerine, bu yoldaki çalışmaları kolaylaştıracak olan işbirliği çalışmaları yapılmasında fayda vardır. Bu işbirliği için en önemli görev ülke vergi idarelerine düşmektedir. Vergi idareleri sadece bugünün değil, gelecekteki oluşumların dinamiklerini de öngörerek gerekli önlemleri almak zorundadır. Aksi takdirde sadece kendi sistemlerindeki bazı düzenlemelerle sonuç alınamayacaktır. Zaten üye ülkelerin kendi sistemlerindeki çalışmaların başarısı ve ekonominin global boyutuna etkileri tartışmaya tamamen açıktır.

En azından ülke yönetimleri arasında ve özellikle vergi idareleri arasında sağlıklı bir bilgi akışına geçiş için gerekli önlemler hemen alınmalıdır. Aksi halde bundan sonraki tartışmalar da aynı konuların değişen şekilleri ile ilgili olacak, bu arada kayıtdışı ekonomi yeni şekillerle karşımıza çıkacaktır.

C. TÜRKİYE'DE KAYITDIŞILIĞIN FAYDA-MALİYET ANALİZİ

Kayıtdışı ekonomi bütün dünya ekonomisinde olduğu gibi ülkemizde de ulaşmış olduğu büyüklükle sürekli gündeme gelen bir konudur. Özellikle 1990'lı yıllardan sonra hızla büyüyen kayıtdışı ekonomi, bir çok ekonomik ve sosyal sorunu beraberinde getirdiği için acilen çözümlenmesi gerekli temel hedeflerden biri olmuştur. Bir firmanın faaliyetini kayıtlı ya da kayıtdışı ekonomide gerçekleştirme tercihinde, fayda-maliyet analizi yapması rasyonel bir davranıştır. Firma, yasal olarak faaliyette bulunmanın maliyet ve faydasını karşılaştırarak ya kısmen ya da tamamen kayıtlı olmayı tercih edecektir. Bu nedenle, bir ülkede yasal olarak ekonomik faaliyette bulunmanın maliyet ve faydalarının ayrıntılı olarak analizi zorunludur.

1. Dünya'da Ve Türkiye'de Kayıtdışı Ekonominin Boyutu

Ekonomik faaliyetin kamu organizasyonlarından gizlenmesinde (istihdam yaratma, yüksek vergi yükünden kaçınma vb. gibi), bazen haklı nedenler bulunabilirse de, kayıtdışı ekonomi bütün dünya ülkelerinde gündeme getirilen ve tartışılan bir konudur (Altuğ, 1994: 5). Bugün, dünya ekonomisinin dikkati çeken önemli özelliklerinden biri, kayıtdışı ekonominin hacminin hızla büyümesi ve kayıtdışı ekonomi ile nasıl mücadele edilmesi gerektiği hususunda bir konsensüsün bulunmamasıdır.

Tablo 5: Bazı Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkelerdeki Kayıtdışı Ekonomi Tahminleri (%)

<u>Ülke</u>	<u>Maksimum</u>	<u>Minimum</u>
ABD	13.9	10.0
İsviçre	10.2	6.9
Almanya	15.2	10.4
İtalya	24.0	10.0
Arjantin	21.8	21.8
Japonya	13.7	8.5
Avustralya	15.3	15.3
Kanada	13.5	1.3
Belçika	22.0	15.3
Kore	38.0	38.0
Brezilya	38.2	29.0
Meksika	49.0	27.1
Danimarka	17.8	9.4
Norveç	16.7	5.9
Fransa	13.8	10.4
Portekiz	16.8	15.6
Hollanda	13.5	11.8
Rusya	41.6	27.0
İngiltere	13.6	7.2
Şili	37.0	18.2
İrlanda	20.7	7.8
Uruguay	35.2	35.2
İspanya	23.9	16.1
Y. Zelanda	12.0	7.0
İsveç	17.0	10.6
Yunanistan	27.2	21.2

Kaynak: Prokhorov, 2001:48-49.

Dünya kayıtdışı ekonomi toplamının dünya reel GSMH'sındaki payı önemli bir boyuta ulaşmıştır. Tablo-1 yakın zamanlarda Friedman, Schneider, Enste, Giles ve diğerleri tarafından yapılan bazı gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerdeki minimum ve maksimum kayıtdışı ekonomi tahminlerini göstermektedir. Bu sonuçların güvenilirliği tartışmalı olsa da, yapılan en ılımlı hesaplamalar bile dünya kayıtdışı ekonomisinin büyüklüğünün, dünya reel GSMH'sının %10'nunu aştığını göstermektedir. 2000 yılında dünya kayıtdışı ekonomi hacminin 4 trilyon doları aştığı hesaplanmaktadır ki, bu rakam hemen hemen yıllık dünya mal ihracatı toplamına eşittir. Yine ampirik kanıtlar dünyadaki kayıtdışı ekonominin son yıllarda hızla büyüdüğüne işaret etmektedir. Dünya kayıtdışı ekonomisinin dünya GSMH'sı payındaki büyüme, özellikle dünya kayıtdışı ekonomisinin, dünya ekonomisinden %0.2-0.5 daha hızlı büyüdüğünü göstermektedir. Ayrıca günümüzde dünya kayıtdışı ekonomisinin organizasyonel, coğrafik ve kurumsal yapısı çok daha karmaşıklaşmış ve onu resmi ekonomiden ayırmak zorlaşmıştır. Dünya kayıtdışı ekonomisi zayıf kurumsal yapıları ile yalnızca gelişmekte olan ülkelerle sınırlandırılmamaktadır. Son yıllarda yapılan tahminler, ABD, Almanya ve diğer Batı Avrupa ülkelerindeki kayıtdışı ekonominin büyüklüğünün geçiş ve gelişmekte olan ekonomilerle kıyaslanabilir bir büyüklüğe ulaştığını göstermektedir. Politik yolsuzluklar ve para aklama, dünya kayıtdışı ekonomisinin resmi ekonomiyle bütünleşmesini sağlamaktadır.

Dünya kayıtdışı ekonomisinin hacminin genişlemesi ve hızla büyümesi politika yapıcılarını için birçok endişeye neden olmaktadır. Bu endişelerden önemli olanlarını şu şekilde sıralamak mümkündür;

- Vergi ve sosyal güvenlik sistemini aşındırarak, vergi kayıpları ve bütçe açıkları şeklinde bir kısır döngüye sebep olması ve dünya kayıtdışı ekonomisinin büyümesi,
- Hatalı ekonomik istatistikler nedeniyle ekonomik politikaların oluşturulması ve yorumlanmasındaki yanlışlardan kaynaklanan tehlikeler,
- Dünya kayıtdışı ekonomisinin resmi ekonomi üzerindeki etkilerinin belirsizliği.

Bu endişelerin bir sonucu olarak dünya kayıtdışı ekonomisinin tanımlanması, ölçülmesi ve resmi ekonomi üzerindeki etkilerinin analizine ilişkin akademik ilgi, son yıllarda yeniden canlanmaya başlamıştır (Prokhorov, 2001: 4-6).

Tablo 6: Türkiye’de Kayıtdışı Ekonomi Tahminleri(%)

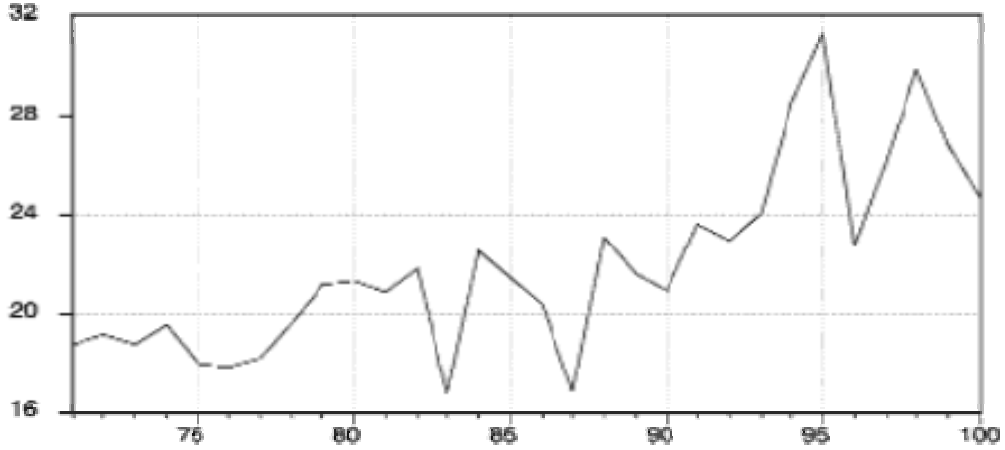
Araştırmacı	Yıl	Yöntem	Tahmin(%)
O. Altuğ	1992	Vergi yaklaşımı	35
T. Derdiyok	1989	Vergi yaklaşımı	46,94
D. Hakioğlu	1989	Ekonometrik	18
Y. Ilgın	1998	Nakit oranı	83,1
	1993	Nakit oranı	54,3
	1992	Ekonometrik	45,3-53,9
Z. Kasnakoğlu,	1997	Nakit oranı	30-61
M. Dayıoğlu,	1997	Ekonometrik	9-13
E. Erdil		İşlem hacmi	31
L. Koçoğlu	1987	Duyarlılık analizi	19,6-26,50
A. F. Özsoylu	1990	Nakit Oranı	11,7
A. Temel,	1991	Vergi yaklaşımı	16,4-29,9
A. Simsek,		Ekonometrik	7,88
K. Yazıcı			
R. Yamak	1994	Ekonometrik	10

Kaynak: DPT, 2001: 11.

Türkiye’de de kayıtdışı ekonominin büyüklüğünü belirlemek için çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Ancak, çalışmalarda kullanılan tanımların ve metotların farklı olması nedeniyle farklı sonuçlara ulaşılmıştır. Yukarıdaki tablo Türkiye’de kayıtdışı ekonominin boyutuna ilişkin bir fikir verebilir. Şekil-1 ise Çetintaş ve Vergil’den alınan kayıtdışı ekonomi tahminini göstermektedir.1971-2000 dönemini kapsayan ve nakit para talebi yöntemi kullanılarak yapılan çalışmada, 2000 yılında Türkiye’de kayıtdışı ekonominin büyüklüğü %24,7 olarak tahmin edilmiştir. 1971 yılında Türkiye’deki kayıtdışı ekonominin resmi ekonomiye oranı GSYİH’nın yaklaşık %18,7’si iken, özellikle 1990 yılından sonra kayıtdışı ekonomi hızla büyüyerek 1995 yılında %31’e yükselmiştir. 2000 yılında

kayıtdışı ekonominin hacmi 38 katrilyon, resmi ekonomiye oranı da yaklaşık %25'dir (Çetintaş ve Vergil, 2003: 15-30)

Şekil 1: Türkiye'de Kayıtdışı Ekonomi (GSYİH'nın %)



2. Türkiye'de Kayıtdışı Ekonominin Fayda Ve Maliyet Analizi

Bir firmanın kayıtlı ve kayıtdışı ekonomi arasındaki tercihi yalnızca kısıtları ile açıklanamaz. Firmalar bir taraftan kurumsal özelliklerini ve kaynak sınırlamalarını dikkate alırken, diğer taraftan kayıtlı ekonominin maliyet ve faydalarını karşılaştırarak ya kısmen ya da tamamen kayıtlı olmayı tercih ederler.

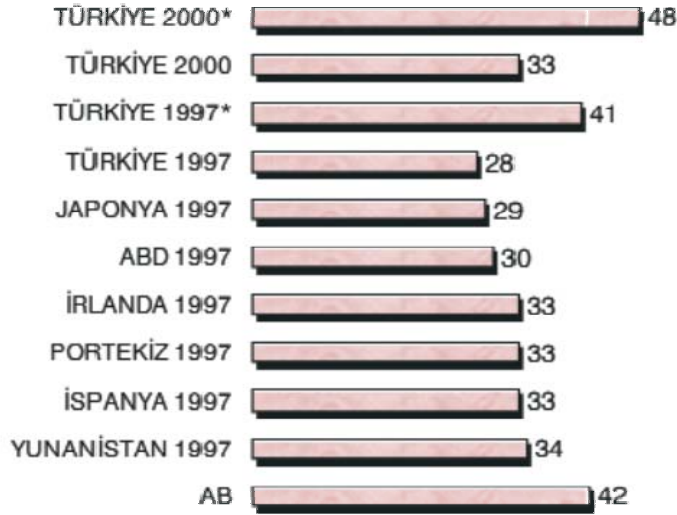
3. Kayıtlı Olmanın Maliyetleri

Firmaları kayıtdışına iten temel neden maliyetlerdir. Firma faaliyetini kayıtdışında gerçekleştirdiğinde yasal yükümlülüklerinden kaynaklanan maliyetlerden kaçınmış olacaktır. Genel olarak yasal bir konumda bulunmanın maliyetleri üç bölüme ayrılarak incelenebilir; vergi yükü, vergi dışındaki yasal yükümlülükler (düzenlemeler) ve bürokratik işlemler.

a) Vergi Yüğü

Vergi yüğü ile kayıtdışı ekonomi arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Firmaları kayıtdışına kaymaya ve bu sektörde kalmaya zorlayan temel neden yüksek vergi yüğüdür. Firmalardan alınan vergiler devlet gelirlerinin önemli bir kaynağını oluşturur. Yasal olan firmalar kamu organizasyonlarına kayıtlı buldukları ve nispeten daha kolay denetlenebildikleri için vergi hâsılatının da cazibe merkezini oluşturur. Özellikle ekonomik krizlerde devlet, vergi oranlarını artırarak ve/veya ek vergiler koyarak hem gelirini artırmaya, hem de kötü kamu yönetimini gizlemeye çalışır. Vergi yükünün çok daha yüksek olduğu bazı ülkelerde kayıtdışı ekonomi tahminlerinin düşük çıkması, aslında kayıtdışı ekonominin temel nedeninin “kötü kamu yönetimi” olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla, sürekli vergi kanunlarında değişiklik yapmak sorununun sadece özel sektör boyutuna takılmak demektir ki, bu da kayıtdışılığı, kattığı belirsizlik nedeniyle daha cazip hale getirmek demektir (Savaşan ve Duman, 2002: 12-13).

Şekil 2: Dünyada ve Türkiye’de Vergi Yüğü (Sosyal Güvenlik Primleri Dahil Toplam Vergiler / GSYİH’nın %)



*GSYİH’nın %45’ini kayıtdışı sektörün oluşturduğu hesaplama dahil edildiğinde, kayıtlı ekonominin katlandığı gerçek vergi yüğü oranı. Kaynak: TISK, 2001: 17.

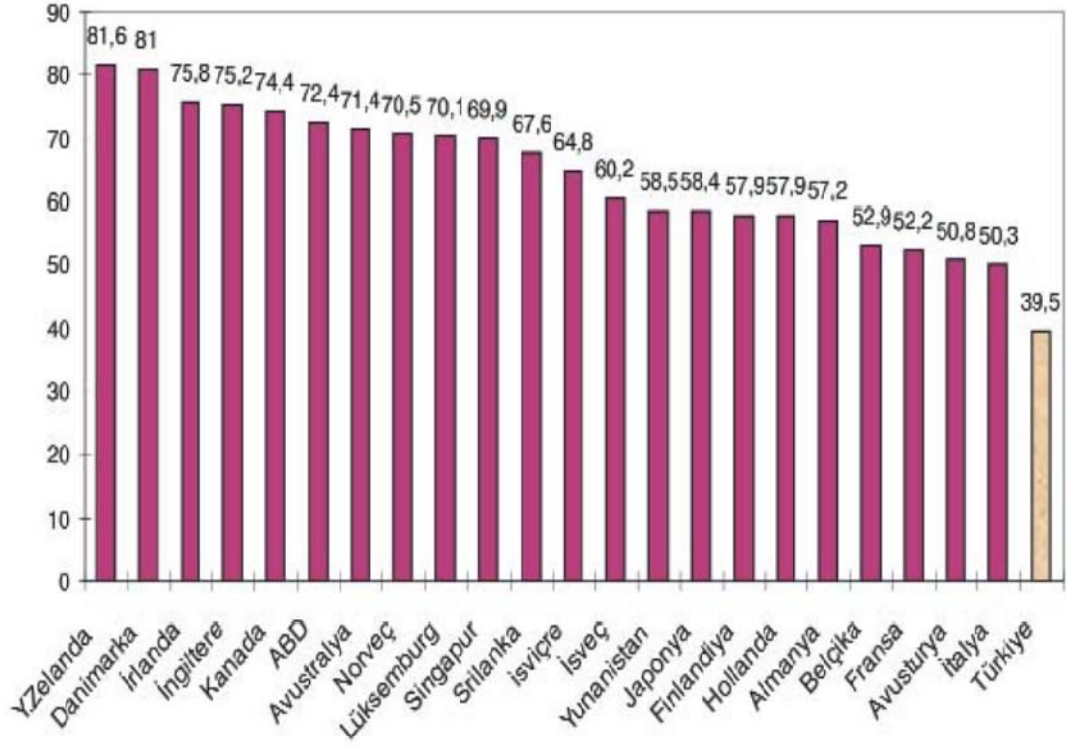
Ülkemizde kamu yönetimindeki bozukluğu ve verimsizliği gizleyen vergi politikaları doğal olarak, kayıtlı sektörü cezalandırmakta ve kayıtdışılığı teşvik etmektedir. Kayıtdışı sektörün ekonomideki payının bugün hızla büyümesinde uygulanan yanlış vergi politikalarının önemli katkısı vardır. Türkiye’de vergi reformları neredeyse kayıtlı sektörü vergilendirme cezalarına dönüşmüştür. Dünya’ya göre Türkiye’de toplumun genel vergi yükü çok düşük olsa da kayıtlı sektörün vergi yükü çok yüksektir. Şekil-2’de görüleceği gibi, 2000 yılı itibariyle ülkemizde kayıtlı sektörün taşımak zorunda kaldığı reel vergi yükü milli gelirin %48’i iken, aynı oran ABD’de %30, Japonya’da %29, Avrupa Birliği ülkelerinde %42’dir ve Avrupa Birliği ülkelerinin hemen hemen tamamı firmalar üzerindeki vergi yükünü hızla azaltmaya çalışmaktadır. Birçok Avrupa Birliği ülkesi ya vergi oranlarını düşürmüştü, ya da vergi mevzuatını kayıtdışılığı azaltacak şekilde yeniden düzenlemiştir.

Özet olarak, ülkemizde kayıtdışı ekonominin hacmi de dikkate alındığında (kayıtlı firmaların sayıca nispeten az olması) marjinal vergi oranlarının çok yüksek olduğu, dolayısıyla kayıt altına girmenin büyük bir maliyet yükleyeceği açıktır.

b) Vergi Dışı Yasal Yükümlülükler

Düzenlemeler de kayıtdışı ekonominin önemli bir nedenidir. Kayıtdışı ekonomiye ilişkin birçok çalışma, düzenlemelerin yoğunluğu ile kayıtdışı ekonomi arasında pozitif bir ilişkiye işaret etmektedir. Ancak, suç ekonomisinde mücadeleye yönelik olarak getirilen düzenlemeler kayıtdışı ekonomi üzerinde negatif bir etkiye sahiptir (Prokhorov, 2001; 21-22). Çevrenin ve tüketicinin korunması, işçilerin refahının artırılması gibi çok değişik formlardaki bu tür düzenlemeler, kaynakların tahsisi ve üretim etkinliğinin kontrolünde önemli araçlar olsa da, firmalar açısından önemli birer maliyet unsurudur. Bunların içerisinde firmalar açısından en sınırlayıcı ve maliyetli olanı, işçinin refahına yönelik olarak yapılan düzenlemelerdir. Teoride, çalışanların refahını yükseltmeyi amaçlayan bu düzenlemeler, asgari ücret, işçiye ücreti dışında ödenen yardımlar, sosyal güvenlik, daha az çalışma saatleri, uzun tatiller, erken emeklilik, tazminatlar, sendika koruması ismiyle çok değişik formlar alabilmektedir.

Şekil 3: Çalışılan Süreye İlişkin Ücretin Toplam İşgücü Maliyeti İçindeki Payı 1999 (%)



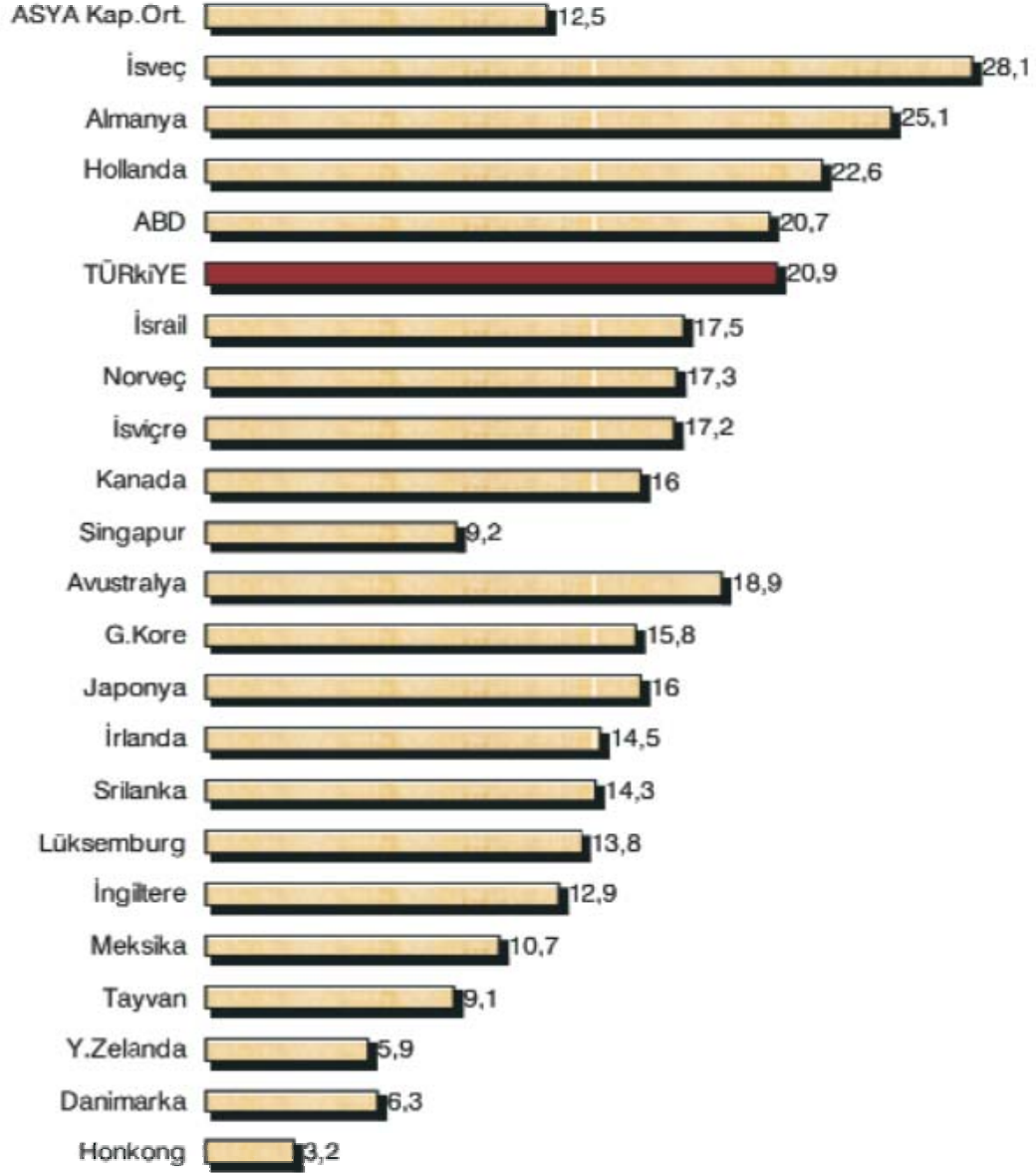
Kaynak: TISK, 2000: 60.

Özellikle KOBİ'ler açısından kayıtlı ekonomideki maliyetlerin önemli bir kısmını, çalışanların refahını artırmaya yönelik olarak getirilen yasal düzenlemeler oluşturur. Buna tepki olarak da işverenler, genellikle kayıtlı işçi sayısını düşük tutmaya, ihtiyaç anında gerekli işgücünü kayıtdışı sektörden ikame etmeye çalışır. Tokman, işgücü piyasasındaki düzenlemelere ilişkin maliyetlerin, Latin Amerika'daki küçük firmalar için kayıtlı sektördeki maliyetlerin en önemli kısmını oluşturduğunu ve bu tür düzenlemelerin, işgücü maliyetlerini yaklaşık %20 oranında artırdığını ifade etmektedir. Nipon ise, Tayland'daki kayıtdışı firmaların iş kanunundaki yükümlülüklerinden kaçınarak, işgücü ücretlerinden %13 ile %22

arasında tasarruf sağladıklarını belirtmektedir. Endüstrideki kayıtdışı işgücünü oluşturan bu işçilere daha düşük ücret ödenmekte, iş güvenceleri bulunmamakta ve ücret dışında hiçbir sosyal yardım ödenmemektedir. Bu durum, aynı zamanda bir çok gelişmekte olan ülkedeki işgücü piyasasının da yapısını göstermektedir.

Türkiye'deki işgücü piyasası da benzer bir yapı sergilemektedir. Ülkemizde firmanın çalışanlara ödediği paranın yaklaşık üçte ikisi üretim ve verimlilik artışıyla ilişkisiz ücret dışındaki giderlerden oluşmaktadır. Konuya çalışılanlar açısından yaklaşıldığında da benzer bir durumla karşılaşmaktadır. Fakat ödemeler içerisinde çıplak ücret payının yüksek, yan ödemeler payının düşük olması gerekir. Şekil-3 çalışma karşılığı ücretin toplam işgücü maliyeti içindeki payını göstermektedir. Toplam işgücü maliyeti içinde çalışma karşılığı ücretin payının en düşük olduğu ülke Türkiye'dir. Yeni Zelanda ve Danimarka gibi ülkelerde bu pay %81.6 iken, Türkiye'de 1999 yılı itibariyle bir işçinin çalıştığı sürelere karşılık almış olduğu ücretin payı %39.5'dir.

Şekil 4: Ülkeler İtibariyle İşverenin İstihdama İlişkin Yasal Yükümlülüklerinin Toplam İşgücü Maliyeti İçindeki Payı 1999 %



Kaynak: TISK, 2000: 64.

Şekil 4 ülkeler itibariyle işverenin istihdama ilişkin yasal yükümlülüklerinin toplam işgücü maliyeti içindeki payını göstermektedir. 1999 yılı itibariyle işverenin istihdama bağlı yükümlülüklerin toplam işgücü maliyeti içindeki payı bazı ülkelerde %3'lere kadar gerilemiş iken, Türkiye'de %20,9'dur. Bu yüksek maliyetler, hem istidamı azaltmakta, hem de çalışanları kayıtdışı kaymaya ve firmaları da kayıtdışı istihdama yöneltmektedir. Çünkü bu maliyetler, daha fazla işçi çalıştırmak veya çalışanlara daha fazla ücret ödemek için yeterli bir büyüklük arz etmemektedir. Bu nedenle tüm ülkeler net ücretin işgücü maliyeti içindeki oranını artırmaya çalışmaktadır. Sosyal yardımlar ve sosyal güvenlik primleri gibi maliyetlerden kaynaklanan işgücü maliyetlerinin azaltılması, kayıtdışı istihdamı dolayısıyla, kayıtdışı ekonomiyi kayıt altına almanın en etkin çözüm yollarından biri olarak görülmektedir.

c) Bürokratik İşlemler

Kayıtdışı ekonomiyi genişleten bir diğer faktör o ülkedeki bürokrasinin yoğunluğu ve karmaşıklığıdır. Gerek sektöre girişte, gerekse girişten sonra harcanan zaman ve masraf kayıtlı sektörde kalmanın önemli bir maliyetidir. Türkiye'de idari yapılanmada geçmişten günümüze uzanan bürokrasinin karmaşıklığı, denetim yetersizliği ve birimler arasındaki koordinasyon eksikliği gibi olumsuzluklar, hem kayıtdışı faaliyetleri teşvik etmekte, hem de bu faaliyetlerin tespitini ve kayıt altına alınmasını zorlaştırmaktadır (DPT, 2001: 6).

Ülkemiz bir şirketin kuruluşu için gerekli formalite sayısı bakımından Avrupa'da ilk sıradadır. Bir şirket kurabilmek için 19 formalite gereklidir ve en önemlisi bu işlemler en az 2,5 ayda sonuçlanmaktadır. Aksine aynı şirketi Lüksemburg'da iki, İngiltere'de ise yalnızca tek bir formalite ile kurmak mümkündür (Şekil 5).

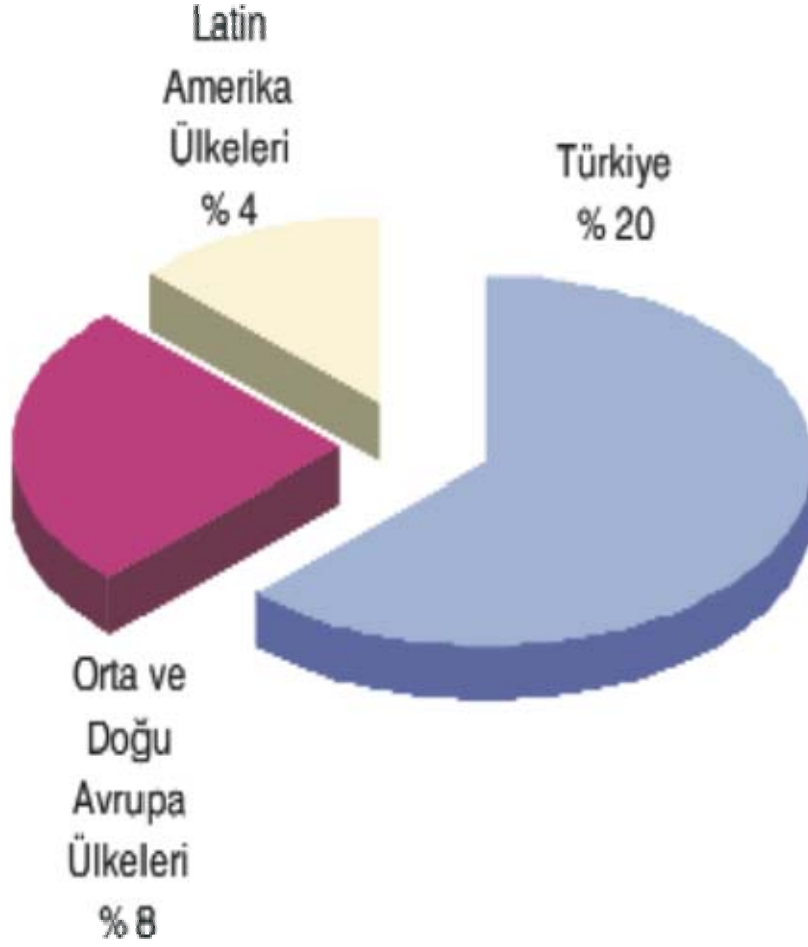
Şekil 5: Bir Şirketin Kuruluşu İçin Gereken Formalite Sayısı



Kaynak: TISK, 2001: 37-40.

Yalnızca girişte değil, girişten sonra harcanan zaman ve maliyet açısından da ülkemiz ilk sıralardadır. Türkiye’de bir firma zamanının %20’sini, devlet tarafından yapılması zorunlu kılınan işlemlerin tamamlanmasında harcamaktadır. Aynı oran Orta Doğu ve Avrupa ülkelerinde %8, Latin Amerika ülkelerinde %4’dür (Şekil 6). Dünya Ekonomik Forumu verilerine göre ise Türkiye, devlet bürokrasisinin engelleyici etkisi yönünden 59 dünya ülkesi içinde 10. sırada, IMD verilerine göre de 50 ülke arasında 15. sırada yer almaktadır (TISK, 2001: 35).

Şekil 6: Bürokrasiye Harcanan Zaman %



Kaynak: TISK, 2001: 37-40.

Bürokratik yapı aynı zamanda yolsuzlukların artmasına neden olarak kayıtdışılığı teşvik edebilir. Yoğun bürokrasi, yolsuzluklara uygun bir ortam yaratarak, firmaların vergi yükünü artırır. Tablo 3 Türkiye ve diğer bazı ülkelerdeki yolsuzluk endeksini ve yıllar itibariyle bu endeksteeki gelişmeleri göstermektedir. Türkiye’de 1980’lerde endeks 4 iken, hızla yükselerek 6.40’a çıkmıştır. Ülkemizde yoğun bürokrasi ve yetersiz denetim, bir taraftan kayıtlı ekonominin maliyetini artırdığı, diğer taraftan yolsuzluklara uygun bir ortam yaratıp firmaların vergi yükünü artırdığı için kayıtdışılığı daha cazip kılmaktadır.

Tablo 7: Bazı Ülkelerdeki Yolsuzluk Endeksi

Ülkeler	1980	85	88	95	96	97	98	99	2000	01	02	03	04	05
Arjantin	2,34	5,06	4,09	4,76	6,59	7,19	7,00	7,00	6,50	6,50				
Avusturya	2,00	2,65	2,86	2,87	2,41	2,39	2,50	2,40	2,30	2,20				
Belçika	0,25	1,72	2,60	3,15	3,16	4,75	4,60	4,70	3,90	3,40				
Brezilya	4,25	5,33	6,49	7,30	7,04	6,44	6,00	5,90	6,10	6,00				
Çin	-	4,87	5,27	7,84	7,57	7,12	6,50	6,60	6,90	6,50				
Danimarka	0,75	1,99	1,12	0,68	0,67	0,06	0,00	0,00	0,20	0,50				
Finlandiya	0,50	1,86	1,12	0,88	0,95	0,52	0,40	0,20	0,00	0,10				
Fransa	0,00	1,59	2,55	3,00	3,04	3,34	3,30	3,40	3,30	3,30				
Almanya	0,50	1,86	1,87	1,86	1,73	1,77	2,10	2,00	2,40	2,60				
Yunanistan	3,75	5,80	4,95	5,96	4,99	4,65	5,10	5,10	5,10	5,80				
Hindistan	4,75	6,33	7,11	7,22	7,37	7,25	7,10	7,10	7,20	7,30				
İtalya	2,50	5,14	5,70	7,01	6,58	4,97	5,40	5,30	5,40	4,50				
Japonya	1,25	2,25	2,75	3,28	2,95	3,43	4,20	4,00	3,60	2,90				
Meksika	6,75	8,13	7,77	6,82	6,70	7,34	6,70	6,60	6,70	6,30				
Hollanda	0,00	1,59	0,97	1,31	0,29	0,97	1,00	1,00	1,10	1,20				
Portekiz	3,25	5,54	4,50	4,44	3,47	3,03	3,50	3,30	3,60	3,70				
İspanya	3,00	3,18	4,94	5,65	5,69	4,10	3,90	3,40	3,00	3,00				
İsveç	0,75	1,99	1,29	1,13	0,92	0,65	0,50	0,60	0,60	1,00				
İsviçre	0,00	1,59	1,00	1,24	0,24	1,39	1,10	1,10	1,40	1,60				
TÜRKİYE	4,00	5,94	5,95	5,90	6,46	6,79	6,60	6,40	6,20	6,40	<u>3,2</u>	<u>3,1</u>	<u>3,2</u>	<u>3,5</u>
İngiltere	-	1,99	1,74	1,43	1,56	1,78	1,30	1,40	1,30	1,70				
ABD	2,00	1,59	2,24	2,21	2,34	2,39	2,50	2,50	2,20	2,40				

Not: 0=Yolsuzluk yok ; 10=Tam yolsuzluk

Kaynak: Corruption Perceptions Index.

4. Kayıtdışılığın Maliyetleri

Kayıtdışılığın maliyeti artınca, firmanın kayıtlı olma güdüsü de çok daha güçlü olur. Kayıtdışı firmalar genellikle üç tür maliyetle karşı karşıyadır. İlki kayıtdışılığın tespiti halinde katlanılması gereken cezalar, ikincisi kamu hizmetlerinden faydalanamamak, ahlaki değerlere olan bağlılıktır.

a) Cezalar

Kayıtdışında aktif olmayı engelleyen en önemli faktör beklenen cezalardır. Bu maliyet; yakalanma ihtimali ve cezanın büyüklüğü olmak üzere iki unsurdan oluşur. Kayıtdışı faaliyetlere yönelik cezalar genellikle çok katıdır Ancak yüksek cezalardan, yine yasal olmayan yöntemlerle daha düşük bir maliyetle kaçınma olasılığı, bu tür bir caydırıcı politikanın etkinliğini önemli ölçüde sınırlayabilir. Etkinliğin azalışı ölçüsünde yüksek cezalar diğer yasadışı faaliyetlerin alanını genişletebilir. Özellikle uyuşturucu, kaçakçılık vb. kayıtdışı sektörlerde, yüksek orandaki cezaların amaca zararı dokunmadığı sürece etkinliği azalacaktır. Kayıtdışı sektörde faaliyet gösterenler, yakalanmamak için çok daha büyük bir suç işleme eğiliminde olacaktır. Sonuçta kayıtdışı faaliyetler hem daha ağır cezalar gerektiren, hem de gözlemlenmesi ve etkilenmesi daha zor bir faaliyet olacaktır. Genellikle mafya olarak isimlendirilen organize suç örgütü/örgütleri etkin ve hakim olmaya başlayacaktır (Schneider, 2000; 9-10).

Az gelişmiş ve Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde, yüksek ceza oranlarının genellikle rüşveti teşvik ettiği dikkate alındığında kayıtdışı ekonominin hacminin küçültülmesinde caydırıcı ve etkin bir politika olamayacağı söylenebilir.

Yıllar itibariyle hemen hemen her yıl önemli miktarlarda artan cezalara rağmen, Şekil-7'de görüleceği gibi kurumlarda algılanan rüşvet ve yolsuzluk sıralamasında polislerin en üst sıralarda yer alması bunun açık bir kanıtıdır.

Firmanın yakalanma olasılığının artması da, kayıtdışılığın maliyetini yükseltir. Kayıtdışı faaliyetler ne kadar yakından izleniyorsa, kayıtdışına çıkma ya da kayıtdışında kalma ihtimali o derece azalır. Çünkü mükellef, vergi denetiminin etkin ve yakalanma şansının yüksek olduğunu bildiği ölçüde, vergiye karşı yasal sorumluluklarını yerine getirmekten kaçınmayacaktır.

Türkiye’de kayıtdışı ekonominin ortaya çıkışı ve hızla büyümesine neden olan en önemli faktörün, vergi idaresinin denetim konusundaki yetersizliği olduğu, hemen herkesin ortak görüşünü oluşturmaktadır. Denetim yetersizliği Türkiye’yi bir vergi cennetine dönüştürmüştür (<http://www.iktisat.uludag.edu.tr/dergi/3/koban/koban2.html>). Ülkemizde vergi mükelleflerinin ancak %3-4’ü incelenebilmekte ve yapılan bu incelemelerinde yeterince etkin olduğu söylenememektedir. Yıllar itibariyle mükellef sayısındaki değişimler, mükellef sayısındaki artışın, ülke nüfusundaki artışa rağmen yetersiz olduğunu göstermektedir. Mükellef sayısı nüfustaki artışa paralel artmamakta, hatta bazı mükellefiyetlerde azalmalar görülmektedir (Tablo-3). Diğer yandan, gelir vergisi mükellef sayısının hala 15 sene önceki seviyede olması bir diğer dikkat çekici noktayı oluşturmaktadır (Canbaz, 2002; 3). Gerek nitelik, gerekse nicelik bakımından denetim yetersizliği, yakalanma olasılığını azaltarak diğer faktörlerle birlikte kayıtdışılığın maliyetini azaltmakta ve kayıtdışı faaliyetleri teşvik etmektedir.

Tablo 8: Yıllar İtibariyle Mükellef Sayıları

Yıllar	Gerçek	Götürü	Toplam	Kurumlar
	Usulde	Usulde		
	Gelir	Gelir	Gelir	Gelir
	Vergisi	Vergisi	Vergisi	Vergisi
	Mükellefi	Mükellefi	Mükellefi	Mükellefi
	Sayısı	Sayısı	Sayısı	Sayısı
1989	1,787,804	907,619	2,692,423	131,035
1990	1,859,324	908,893	2,768,216	142,995
1995	1,829,995	911,811	2,741,806	319,698
1996	1,766,314	881,497	2,647,811	406,830
1997	1,780,142	869,721	2,649,863	472,899
1998	1,882,489	837,850	2,720,339	533,282
1999	1,988,007	739,639	2,727,646	560,411
2000	2,080,877	758,751	2,839,628	581,574

Kaynak: Maliye Bakanlığı Gelirler Genel Müdürlüğü

b) Kamu Hizmetlerinden Faydalanamama

Kayıtdışı ekonomide faaliyet gösteren firmaların adalet ve güvenlik gibi kamu hizmetlerinden ve kredi gibi kamu kaynaklarından yararlanma haklarının bulunmaması bir diğer önemli maliyet unsurudur. Kayıtdışı faaliyetler yasal olmadıkları için işverenler sermaye ve mal üzerindeki mülkiyet haklarını tam anlamıyla kullanamaz. Bu yüzden, kayıtdışı faaliyetlere ilişkin sözleşmeler yargı yoluyla zorlanamayacağından hem değeri, hem de sağlamış olduğu fayda büyük ölçüde azaltılmış olur. Bu tür sözleşmeler yapamamak kayıtdışı firmalar açısından belirsizlikler yaratır ve ticari işlemlerin işlem ve izleme maliyetlerini artırır. Ayrıca, mülkleri ipotek etme ve transfer etme zorluğu, kayıtdışı firmaların risk yönetimini ve daha ileri teknoloji kullanımlarını sınırlar (Loayza, 1997; 8).

Kamu hizmetlerinden beklenen fayda, diğ er bir ifadeyle faydalanılamayan kamu hizmetlerinin kayıtdışı firmalara maliyeti hukuk sisteminin etkinliğine bağı lı olarak artar ya da azalır. Ülke vatandaşlarının mahkemelerin tarafsızlığına güvenlerinin azalması, kamu hizmetlerinin beklenen faydasını dolayısıyla kayıtdışılığın maliyetini azaltır. Ülkemizde özel sektörde faaliyet gösteren firmaların %36'sı kendi aralarında ve kredi almanın kolaylığı ölçüsünde (objektif kriterlerde), kayıtdışılığın maliyetinin yüksek ve özellikle küçük işletmelerin resmi ekonomiye kayma ve resmi ekonomide kalma arzularının daha güçlü olacağı söylenebilir. Kredi imkanlarının sınırlılığı, kredi kullanımının zorluğu arttıkça kayıtdışılığın maliyeti azalır. Bu durum bir taraftan küçük işletmelerin büyümesini önlerken, diğ er taraftan onların kayıtlı sektörde kalabilmek için gerekli maliyetleri karşılayabilecek güce ulaşmasını engelleyerek, kayıtdışı ekonominin hacmini genişletir (Adaman vd., 2001).

Ülkemizde kredi imkanlarının geniş olmadığı açıktır. Bu kaynak kısıtına rağmen, Türkiye'deki hem para, hem de sermaye piyasasındaki mevcut kaynakların büyük bir kısmını da devletin kendisi kullanmaktadır. Kalan kredilerden toplam sanayi işletmelerinin %98'ini oluşturan KOBİ'lerin kullandığı miktar ise oldukça yetersizdir.

Küçük işletmelerin bu kaynakları temin etmeleri de çok kolay olmamaktadır. Kredi talebine bankalarca öyle koşullar getirilmektedir ki, finansman destekleri sadece, bu koşulları karşılayabilen büyük işletmelere yönelmektedir. Kredi alınsa dahi miktar, vade, teminat, faiz açısından elverişsiz koşullar ortaya konmakta, daha çok sübjektif kriterler belirleyici bir rol oynamakta ve ekonomideki sağlıksız gelişmelerden ve ekonomik krizlerden büyük ölçüde etkilenmektedir (Karabıçak ve Altuntepe, 2001: 288-289).

c) Ahlaki Değerler

Firmaların kayıtlı ekonomide kalmalarını özendiren bir diğ er faktör ahlaki değerlere olan bağlılıktır. Sorumluluk hissedenler, yasaklanmış bir faaliyette bulunurken sürekli kendini vicdanen rahatsız hissedecektir (vicdanen katlanılması

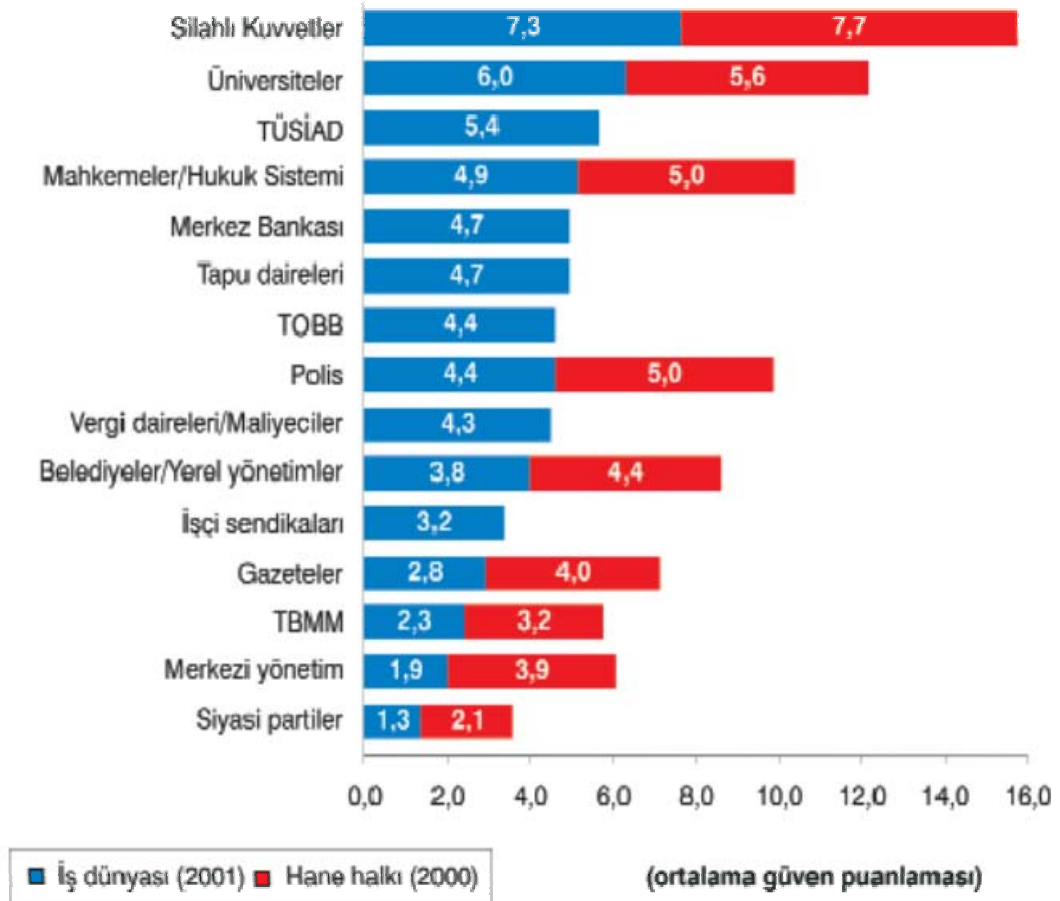
gereken maliyet). Bu maliyet tamamen bir taraftan, vatandaşları devlete olan vergilerini ödemeye zorlayan vergi ahlakı ve vergi kültürü ile ilişkili iken, diğer taraftan da toplanan vergilerin nerelere ve nasıl harcandığıyla ilişkilidir. Ülkemizde yukarıda da ifade ettiğimiz üzere kayıtlı sektörün yüksek vergi yükü ve çıkarılan vergi afları dikkate alındığında, vergiye karşı bir direnç oluşma ihtimali çok daha kuvvetli bir olasılık olarak karşımıza çıkmaktadır. 1960 yılından 2006 yılına kadar Türkiye’de, vergi affına ilişkin hükümler taşıyan 23 kanun düzenlemesi yapılmıştır ki, bu ortalama 2 yılda bir vergi affı anlamına gelmektedir (Vergi Dünyası, 2003; 75-84). En son vergi affı 2003 yılında 4811 sayılı “Vergi Barışı” kanunu ismiyle çıkarılmıştır (<http://www.gib.gov.tr>) . Bu vergi afları, mükelleflerin vergi sorumluluklarını zayıflatmasına neden olarak kayıtlı olmalarından pişmanlık duymalarına, ya da kayıtdışı olanların, bir rahatsızlık duymamalarına neden olmaktadır. Toplumun büyük bir kesimi tarafından adil olmadığı düşünülen vergi sistemimiz, mükelleflerin gelirlerini gizleme ve vergiyi ödememe eğilimlerini artırarak kayıtdışılığı ayrıca teşvik etmektedir.

Ülke vatandaşlarının, kamu yönetiminin verimliliğine dair düşünceleri ve kamu yönetimindeki bozulmaya ilişkin yargıları da mükelleflerin vergi sorumluluğunu etkiler. Şekil 7 Türkiye’de iş dünyası ve hane halkının kurumlara olan güvenini göstermektedir. TBMM ve merkezi yönetim, siyasi partilerle birlikte en az güven duyulan kurumlardır. Vatandaş, devletin kaynakları israf ettiğini ve etkin olmayan verimsiz harcamaları artırdığını düşünmekte ve mümkün olduğunca daha az vergi ödemeyi tercih etmektedir. Devletin yapmış olduğu harcamalara duyulan bu şüphe doğal olarak vergi bilincinin ve sorumluluğun zayıflamasına neden olmaktadır.

Türkiye’de yasal olarak ekonomik faaliyette bulunmanın maliyet ve fayda analizi, faaliyetini kayıtlı sektörde gerçekleştirmek isteyen bir firmanın, kayıtdışılığın maliyeti ile kıyaslandığında, daha yüksek bir maliyete katlanmak zorunda olduğunu göstermektedir. Özellikle üretim ve istihdam üzerine getirilen yükler, firmanın maliyetlerinin önemli oranda yükselmesine neden

olarak, kayıtdışı sektörü daha cazip kılmakta ve kayıtdışı ekonominin hacminin genişlemesine neden olmaktadır.

Şekil 7: Kurumlara Güven



Kaynak: Adaman, Çarkoğlu ve Şenatalar, 2001

Kayıtdışı ekonominin küçültülmesine yönelik temel politika, kayıtdışı faaliyetlere yönelik ağır cezalar getirerek caydırıcılığı arttırmaktır. Ancak caydırıcı politikaların başarısı kesin olmadığı gibi, bizim gibi gelişmekte olan ülkelerde uzun dönemde rüşvet ve yolsuzluğu artırarak, suç ekonomisini genişletmesinin daha olası olduğu izlenilmektedir. Dolayısıyla, kayıtdışı faaliyetlerin azaltılmasında, cezalandırıcı bir politika yerine teşvik edici bir politikanın uygulanması daha etkin olabilir. Kayıtdışılığın, daha çok küçük

ölçekli firmalar arasında yaygın olduğu dikkate alındığında, KOBİ'lerin finansman sorunlarının çözümünü kolaylaştıracak bir kredi sistemi uygulanarak kayıtdışı kalmanın maliyeti artırılabilir. Yine, bu işletmeler işletme yönetimi, teknoloji kullanımı, pazarlama vb. konularda desteklenerek, kayıt altına girmeleri daha çekici hâle getirilebilir.

Ancak, Türkiye'de kayıtdışı faaliyetlerin kayıt altına alınmasında ve kayıtdışı ekonominin hacminin daraltılmasında, uzun dönemde uygulanabilecek en etkin politika, kamu hizmetlerinin etkinliğini artıracak, üretim ve istihdam üzerindeki vergi ve vergi dışı yasal yükleri azaltacak ve/veya vatandaşlık bilincini artırarak, kayıtlı ekonomide kalmaya yönlendirecek pozitif bir yaklaşımı benimsemektir.

II. BÖLÜM

A. ELEKTRONİK TİCARET

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

İnternet her alanda farklı yenilikler getirmiştir. İletişimde kullanılan postanın yerini elektronik posta olarak haberleşmedeki hızı saniyeler düzeyine indirmiştir. Örneğin eskiden ülkemiz gibi gelişmekte olan ülkelerde gerçekleşen araştırmalar için yapılan posta ile anket yönteminde cevaplama oranı yaklaşık %10 larda kalmaktadır. Günümüzde benzer uygulama e-posta yoluyla gerçekleştiğinde bu oranın yüksek olmasının sebebinin altında hızlı ve ucuz bir teknolojinin olması yatmaktadır (<http://www.bilgiyonetimi.org>).

En basit anlamıyla; bir bilgisayarın, başka bir (ya da daha fazla sayıda) bilgisayara bağlanması sonucu oluşan düzeneğe, bilgisayar ağı denir (Köksal, 1997; 18). İnterneti de bu basit tanıma dayandırarak dünyanın her tarafına bağlı olan bilgisayar ağı olarak adlandırabiliriz. Her ay kabaca %10 büyümekte olan bu geniş bilgisayar ağı bilgi paylaşım hızını da her geçen gün arttırmaktadır (Barron, 1998; 4).

Dünya üzerinde insanlar arası işbölümü ile birlikte ticaret kavramı ortaya çıkmıştır. Eski bir kavram olan ticaret ile ticaret göre çok daha yeni bir kavram olan internet yakınlaşmaya başlamıştır. Ticaretin interneti ticari bir ürün olarak görmesinin nedeni, internetin geniş kitleli bir ağa yayılmış olması yatar. Ayrıca geleneksel pazarlama faaliyeti internete göre dört kat daha pahalıdır (Verity, Hoffman, 1994; 80-88). Bu ve benzeri sebeplerden işlemlerini internet üzerine kaydıran bütün ticari faaliyetler elektronik ticaret olarak anılmaya başlanmıştır (Ertaş, 2000; 2).

1. Elektronik Ticaretin Tanımı

İnternetin gelişiminden sonra bu bilgi paylaşım ortamı üzerinde sadece işyerlerindeki ağların değil, ev kullanıcılarının kullanmakta olduğu PC (personal computer-kişisel bilgisayar)'lerin de telefon aracılığıyla bağlanabilmeleri sayesinde son kullanıcıya ulaşılabilmesi ticaretin internet üzerinde geniş bir yelpazeye gerçekleştirilmeye başlandı. Elektronik ticaretin tanımı üzerinde tam bir görüş birliğine ulaşılamamıştır. Kimileri, elektronik araçlarla yapılan, EDI adı verilen elektronik veri değişimi, EFT adı verilen elektronik fon aktarımı ve kredi-borç kartlarının kullanımı gibi tüm ticari işlemleri elektronik ticaret sayıyor. Kimileri de internet gibi açık ağlar üzerinde işlem ve ödemeleri yapılan, tüketicilere yönelik perakende ticareti elektronik ticaret sayıyor. Son kullanıcıya yönelik olarak yapılan işlemler yaklaşık 1995'ten sonra başlamış bulunuyor (Kepenek, 2000; 20).

Elektronik ticaretin gelişim sürecinin doğal olarak internetin gelişimine paralel olduğu gözlenmektedir. Özellikle web sayfaları için temel programlama dili olan HTML ve Sun Microsystems tarafından geliştirilen bir programlama dili olan Java (<http://bornova.ege.edu.tr/~sorubank/atacan/bolum2.html>), web sayfalarında yaygın olarak kullanılmaktadır. Kötü niyetli web sayfaları tarafından kullanıcı bilgisayarından izinsiz bilgi almak için kullanılabilir. Java'nın özelliği değişik platformlar için aynı programın derlenerek kullanılabilme olanağıdır. Kullanımı ile sitelerdeki elektronik ticaret işlemleri daha rahat tasarlanır hale gelmiştir.

Küresel pazardan pay alabilmek için gerekli olan elektronik ticaretin araçlarını aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür:

2. Elektronik Ticaretin Araçları

Elektronik ticaretin araçları aşağıdaki şekilde sıralanabilir: (Canpolat, 2001; 14-41)

- telefon
- faks
- televizyon

- bilgisayar
- elektronik ödeme ve para sistemleri
- elektronik veri değişimi (EDI)
- sayısal televizyon
- internet
- telekomünikasyon
- GSM

Yukarıdaki sayılanlarla sınırlı olmamak üzere on ana araç elektronik ticaret kavramını geniş bir bakış açısıyla tanımlamaktadır.ancak elektronik ticaret daha çok internet tarafında yoğunlaşmaktadır. Bunda internetin büyüme hızının büyük önemi vardır.

Elektronik ticaret araçları niteliği ve fonksiyonuna göre aşağıdaki şekilde gruplandırılabilir (Tablo-9).

Tablo-9: Elektronik Ticaretin Araçları

Uç birim araçları	İletişim araçları	Uygulama örnekleri
Telefon/cep telefonu	İnternet	Elektronik ödeme ve para transfer sistemleri
Faks	Telekomünikasyon	Elektronik veri değişimi (EDI)
Televizyon	GSM	Sayısal TV
Bilgisayar		

a) Telefon

Elektronik ticaretin bilinen en eski ve önemli aracı olan, ağ iletişimiyle çalışan telefon, interaktif ve esnektir. Telefonun çok sayıda özelliği, ticari işlemlerde telefonu en yaygın kullanımı olan bir araç haline getirmiştir. Hizmetlerin önemli bir kısmı telefonla dağıtılmakta ve bedeli telefon faturası aracılığıyla ödenmektedir. Telefon teyit aracı olarak kullanılmasının yanı sıra, ürün sipariş vermekte kullanılır. Telefonda teknolojik anlamdaki son gelişmelerden sonra, telefon konferansı ve görüntülü konferans yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır. Telefon görüşme ücretleri ülkeden ülkeye farklılıklar göstermektedir. Özellikle uluslararası görüşme ücretleri pahalıdır. Teknolojik gelişmenin sağladığı maliyet düşmesi birçok ülkede bunun paralelinde telefon fiyatlarının da düşmesine yol açmaktadır. Telefon ücretlerinin pahalı olması internet kullanımını buna bağlı olarak elektronik ticaretin yaygınlaşmasını ve küresel pazardaki paya daha az sahip olmaya yol açmaktadır.

b) Faks

Ticari işlemlerde eskiden sık olarak kullanılan posta hizmetlerinin yerini faks aracılığı ile çok hızlı bir iletişim sağlanmakta ve doküman transferi gerçekleştirilmektedir. Faks interaktiftir. Doküman görüntü kalitesinin iyi olmaması sebebiyle diğer elektronik ticaret araçlarına göre daha pahalıdır. Buna rağmen faks iş hayatında ticari iletişim açısından çok önemli bir araçtır.

c) Televizyon

Televizyon çok yaygın bir iletişim aracı olmasına rağmen tek yönlüdür. Elektronik ticaret açısından televizyonlarda ortaya çıkan en önemli sınırlama, kuşkusuz çok yönlü işlemlerin yürütülmesi zorluğudur. Buna rağmen televizyonlarda reklam ve icaba davet (sözleşme yapmaya-satın almaya) yoluyla tek yönlü iletişim kurularak evde alışveriş giderek artmaktadır. Kablolu TV'ler aracılığıyla elektronik ticaret potansiyelinin ciddi bir şekilde artacağı düşünülmektedir.

d) Bilgisayar

Bilgisayar, her geçen gün yaygınlaşan interaktif bir araçtır. Elektronik ticaretin en önemli uç birim aracıdır. Özellikle internette elektronik ticareti gerçekleştirebilmek için en önemli araç budur.

e) Elektronik Ödeme ve Para Transferi Sistemleri

Elektronik ödeme ve para transfer sistemleri, elektronik ticarete kullanılmaları nedeniyle, elektronik ticareti önemli bir ölçüde kolaylaştırmakta ve ayrılmaz bir parçası haline gelmektedirler. Ancak otomatik gişe makineleri olan ATM'ler, kredi, borç ve akıllı kartlar sadece para aktarılmasında kullanıldıkları için ticarete sınırlı bir işleve sahiptirler.

f) Elektronik Veri Değişimi (EDI)

Elektronik veri değişimi, ticaret yapan iki kuruluş arasında, insan faktörü olmaksızın bilgisayar ağları aracılığı ile yapılanmış bilgi ve belge değişimini sağlayan bir sistem olarak elektronik ticaretin en önemli uygulama araçlarından biridir. EDI, kamu ve özel sektör kuruluşlarının etkin biçimde iletişim ihtiyacından doğmuştur. EDI kullanımı, özel bir telekomünikasyon altyapısı ve standart formlar gerektirmektedir. Sadece kullanıcılarına açık olduğu için çok güvenli bir sistem olmasına rağmen, maliyetinin yüksek olması sebebiyle yaygınlaşmamıştır.

EDI ile sipariş alınması, sözleşme ve faturaların hazırlanması, gümrük ve bankacılık ve buna benzer işlemlerin yapılmasında tekrarlar önlenerek, maliyetlerin düşürülmesi ve işlemlerin en az hatayla ve kısa sürede tamamlanması amaçlanmıştır. Singapur tüm ticari işlemlerini edi kullanarak yürüten ilk ülkedir. Bu sayede Singapur limanı en hızlı mal sevkiyatı yapan liman olmuştur.

g) Sayısal Televizyon

Elektronik ticarete kullanılmaya başlayan yeni sayılabilecek araçlardan birisidir. Özellikle uydu teknolojisinin gelişmesinde ve maliyetlerin nispeten ucuzlaması sayesinde sayısal televizyon kullanımı yaygınlaşmaya başlamıştır. Özellikle kaliteli görüntü ve ses yayını ve interaktif olması sayesinde standart televizyonlardan daha etkili bir kullanım sağlamaktadır. Özellikle TV-bankacılığı kavramı sayısal televizyonlar sayesinde ortaya çıkmıştır.

h) İnternet

İnternet, günümüzde elektronik ticaretin en önemli olgusudur. İnternette temel amaç iletişim olduğu için, ağı oluşturan bilgisayarlar arasında ortak bir dil kullanılmaktadır. Bireyler bilgisayarlar aracılığıyla birbirleriyle iletişim kurmakta ve bilgi alış-verişi de dahil bir çok işlem yapılabilmektedir. Fiili iletişim ise, yüksek kapasiteli telefon hatları üzerinden gerçekleştirilmektedir.

Amerika birleşik devletleri'nin 1960 yılından sonra Rusya, Küba ve Vietnam ile yaşadığı soğuk-sıcak savaş yıllarında federal bütçenin büyük bir kısmı araştırma laboratuvarlarına kaydırılmıştır. Amerika birleşik devletleri savunma bakanlığı, olası bir savaş durumunda bilgilere problemsiz ulaşılabilmesi için gerekli çalışmaları yapmak için ileri savunma araştırma projeleri teşkilatı olan DARPA (Defence Advanced Research Project Agency) görevlendirmiştir. Böylelikle internet, paket anahtarlama metodu yapısında, günümüzdeki sistemin atası olacak şekilde ARPANET adıyla 1969 yılında ortaya çıkmıştır.

Askeri-araştırma amaçlı kullanılan ARPANET kuruluş amacı dışına taşıp gelişince, 1983 yılında görevini Ulusal Bilim Vakfı Ağı olan NFSNET (National Science Foundation Network)'e devretmiştir. Kullanım kolaylığı ve avantajları sayesinde dünya üzerindeki birçok ağ buna dahil olarak uluslararası bir ağ ortaya çıktı. NFSNET'in varlığı 30 nisan 1995 tarihinde resmi olarak sona ermiştir. TCP/IP (Transport Control Protocol/Internet Protocol) olarak adlandırılan bilgisayarlar arası

haberleşme standart kodlama sisteminin sayesinde mevcut ağların bağlanması çok kolay bir hal almıştır.

Bu ağın kullanım alanları 1990'lı yıllarda artmış ve günümüzdeki haline ulaşıp bir siberuzay ortamı haline gelmiştir (Hasiloğlu, 1999; 38-39). İnternet için çeşitli tanımlamalar olduğu belirtilmiştir. Bu tariflere bir yenisini de Amerika birleşik devletleri yüksek mahkemesi bir kararını ekleyebiliriz: “İnternet, birbirleri ile bağı bulunan bilgisayarlardan oluşan uluslararası ağıdır. İnternet, bireylerin dünya çapında haberleşmesi için tamamen yeni ve benzeri olmayan bir ortamdır.” (http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=243). İnternetin bir sahibi yoktur; onu işleten, idare eden, denetleyen merkezi bir otorite söz konusu değildir.

İnternet mevcut ticaret alanlarının sanal ortama kaymasını sağlamış ve yeni ticaret alanları açmıştır. Ayrıca internet ticaret alanlarını genişletmektedir. Bugün internet sayesinde tıbbi, kültürel, sanatsal, eğitim ve çok sayıda hizmet tüm dünyada rahatça bir ticaret alanı yaratmış ve ulusal düzeyde hizmetten yararlanma, küresel düzeyde yararlanma şeklinde genişlemiştir.

İnternet sayesinde insanlar coğrafi olarak kendilerinden binlerce kilometre uzaktaki bir işyerinde çalışabilmekte, hizmet üretiminde bulunmakta ve işverenler maliyet tasarrufu sağlamaktadır. Özellikle internet sayesinde işletmeler tanıtımlarını tüm dünyaya çok az bir maliyet ile gerçekleştirebilmektedirler.

İnternetin diğer elektronik ticaret araçlarına göre üstün olan yanı hız ve önemli derecedeki maliyet avantajıdır. İnternet birim maliyet açısından çok avantajlıdır. Yapılan bir araştırmaya göre New York – Tokyo arasındaki bir işlemin maliyeti şu şekilde tespit edilmiştir (Tablo-10).

Tablo 10: Maliyet karşılaştırma

İşlem aracı	Maliyeti (USD)
Hava yolu	7,4
Kurye	26,25
Faks	28,83
İnternet	0,10

Kaynak : Nusret Ekin, Bilgi Ekonomisinde Elektronik Ticaret, İstanbul Ticaret Odası Yayın No.1998-61, İstanbul, 1998, S.76

İnternetin bunca avantajlı noktasının olmasının yanı sıra birçok sorunlu noktası da mevcuttur. Özellikle, güvenlik, fikir hakları ve birçok nokta hala çözüm noktası beklemektedir. Elektronik ticaret'in en önemli aracı olan internetin sorunları ve çözüm önerilerinden ileride bahsedilecektir.

i) Telekomünikasyon

Elektronik ticaretin altyapısını sağlayan bu iletişim aracı, haberleşme için çok önemlidir. Ülkelerdeki telekom kurumları, tekel konumuna geldiği zaman haberleşme altyapısı maliyetleri teknolojik gelişmeye karşı düşmesine rağmen bu fiyat avantajını tüketiciye yansıtmamaktadır. Küreselleşen dünyada rekabet en yüksek konumuna ulaşmış ve bilgi paylaşımının yaygın olması sayesinde, her alanda olduğu gibi telekom fiyatlarının da karşılaştırılması, tüketicilerin daha ucuza haberleşme isteğini arttırmıştır.

j) GSM

Telekomünikasyon alt yapısı ile kablolu iletişim, telefonun icadından itibaren teknolojik gelişmelere paralel olarak yaygınlaşmış ve günlük yaşamında yoğun

şekilde kullanılır hale gelmiştir. Bundan sonra oluşan ihtiyaçlardan sonra kablosuz iletişim teknolojisi gelişmiş ve araç telefonları, iridyum uydu telefonları ve ülkemizde yaygın olarak kullanmakta olduğumuz cep telefonları bu yeni iletişim altyapısıyla haberleşmektedir. GSM, (Global System For Mobile Communication) küresel kablosuz iletişim sistemi sözcüklerinin ilk harflerinden oluşmaktadır. Cep telefonları sıradan iletişim aracı olmaktan çıkıp, işlevsel açıdan avuç içi bilgisayarlar ile yarışır hale gelmişlerdir (Zaman, 2003; 66).

Elektronik ticaretin araçlarını kısaca tanıdıktan sonra elektronik ticaretteki ilişkilerden de kısaca bahsetmek gerekmektedir. Böylelikle, elektronik ticaretin karşılaştığı alt yapı sorunlarını anlamada ve çözüm getirmede daha rahat bir yol izleyebiliriz.

3. Elektronik Ticaretin Düzenlediği İlişkiler

Elektronik ticaretin düzenlediği ilişkiler dört ana grupta toplanabilir:

1. İşletmeler arası ilişkiler
2. İşletme ve tüketici arası ilişkiler
3. İşletme ve kamu yönetimi arasındaki ilişkiler
4. Tüketici ile kamu yönetimi arasındaki ilişkiler

Bu ilişkileri aşağıdaki gibi tanımlayabilmek olasıdır.

a) İşletmeler Arası İlişkiler

Sanal ortamda ürün katalogları arasında arama, sipariş, faturalama, ödeme işlemleri bu kapsama sokulabilir. Ayrıca ortak araştırma-geliştirme, projelendirme, ürün tasarımı, mühendislik hizmetleri ile ürün dağıtım ve teslimat işlemleri bu kapsamın bünyesinde. İşletmeler arası ilişkiler yatay ilişkiler olabileceği gibi

dikey ilişkileri de kapsayabilir. Bunları firma, bayi, dağıtıcı ve tedarikçi olarak sayabiliriz.

b) İşletme Ve Tüketici Arası İlişkiler

Elektronik kataloglardan yararlanan tüketicilerin mal, bilgi ve hizmet alışverişi, elektronik ödeme, elektronik bankacılık ve sigortacılık, danışmanlık vb. işlemleri kapsamaktadır.

c) İşletme ve Kamu İdaresi Arasındaki İlişkiler

İşletmelerin, kamu idareleri ile ilgili işlemler yaygın olmamakla birlikte, yakın gelecekte bu ilişkilerin ülkemizde de yaygınlaşması ve etkinlik kazanması için çalışmalar sürdürülmektedir.

Elektronik ortamda istatistiki bilgiler ve çeşitli izinlerin verilmesi, izlenmesi, denetlenmesi ve düzenlenmesi, sosyal güvenlik hizmetleri, elektronik imza, şifreleme, elektronik noter, onay kurumu, elektronik ticarete kullanılacak standartlar, elektronik gümrükleme, sigortacılık, kamu ihalelerinin elektronik ortamda duyurulması, elektronik ortamda hukuki ve cezai sorumluluğun düzenlenmesi gibi bir çok konu bu kapsamdadır. Elektronik ticaretin alt yapısındaki karşılaşılan sorunların çoğunluğunu bu tarz konular oluşturduğu için ayrıca detaylıca incelenecektir.

d) Tüketici İle Kamu İdaresi Arasındaki İlişkiler

Tüketicinin korunması, vergilendirme ve benzeri işlemler ile eylemler bu kapsamda değerlendirilebilir. Özellikle hızla gelişen teknolojik gelişme, elektronik ticaret ve internette yeni hukuksal sorunlar ortaya çıkarmıştır. Kısaca özetlemek gerekirse, elektronik imza, şifreleme, e-noter, onay kurumu ve e-ticaret standartları gibi güvenlik unsurları yukarıda belirtilen tüm ilişkiler kapsamında yer almaktadır.

4. Elektronik Ticaretin Sorunları

Elektronik ticarete yaşanan sorunlar da genelde yukarıda bahsedilen araçlar ve ilişkiler çevresinde dönmektedir. Bu sorunların çözümü için Türkiye’de ve dünyada çalışmalar sürdürülmektedir. İnternetin en yoğun kullanıldığı ülkelerden ABD’de elektronik ticaretin kullanımı da yoğun olduğu için, sorunlarla ilk karşılaşan ve çözüm getirmeye çalışan ülke konumuna gelmiştir. Bu yeni pazardan pay almak için, bu işte geç kalmış ülkeler ve gelişmekte olan ülkeler de internet için gerekli altyapı yatırımlarına hız kazandırmıştır. (<http://www.e-ticaretmerkezi.net>).

E-ticaret, bilim ve teknolojiyi üreten, süratle ekonomik ve toplumsal faydaya dönüştüren ülkeler ile endüstri toplumu olmadan bilgi toplumu olmaya çalışan geri kalmış ve gelişmekte olan ülkeler arasındaki refah düzeyi farkını daha da arttıracaktır. Elektronik ticarete karşılaşılan sorunları finansal, yasal ve altyapı sorunları olarak gruplayabiliriz. Çözümler ve çalışmalar da bu üç ana grup üzerinde yürütülmektedir.

a) Finansal Sorunlar

Bir ev kullanıcısı olarak, sanal alem, siberuzay gibi adlarla adlandırılan internete girebilmek için dört unsura ihtiyacımız vardır. İlk olarak bir bilgisayar ve ikinci koşul olarak bu bilgisayara modem takılması gerekmektedir. Üçüncü olarak bir telefon aboneliğimizin olması gerekmektedir. Son olarak da bilgisayarların internete ortamına girişini sağlayan bir internet sağlayıcıya yani ISP’ye ihtiyaçları vardır. Avrupa’nın online yazılım şirketlerinden birinde yönetim kurulu üyesi olan Milferd Beck, Avrupalı tüketicilerin online alışverişe ABD’li tüketicilerden üç kat daha fazla harcama yaptıklarını belirtmiştir. OECD tarafından yayınlanan rapora göre, yüksek telefon hat ücretleri, firmalar arası e-ticaretin gelişimini engellemektedir. Türkiye, tüketicilerin satın alma gücüne göre pahalı bir maliyete sahip olmasına rağmen, OECD üyesi ülkeler arasında en düşük maliyetli ülke konumundadır.

Elektronik ticaret, normal ticarete olduğu üzere para alışverişi olan bir sistem olduğundan ve coğrafi sınırları da kaldırdığından doğal olarak klasik sorunların yanı sıra yeni sorunların da doğmasına yol açmaktadır. Özellikle vergi hukuku ve vergi politikası hakkında yeni sorunlar ortaya çıkmaktadır. Uluslararası e-ticarette verginin

tahsilatı, ödeme araçlarının geliştirilmesi, gümrük işlemlerinin basitleştirilmesi, hatta elektronik ticarete uygun bir biçime getirilmesi gerekmektedir. Bu sorunların başında da fiziksel olarak bulunmayan bilgisayar programları ve internet üzerinden gönderilebilen diğer materyallerin satış vergilerinin toplanması büyük bir sorundur.

Elektronik ticaretin vergilendirilmesinde, sistemin adil olması, kuralların açık ve aynı zamanda esnek olması en önemlisi de vergi kayıplarını engelleyecek bir şekilde olmasıdır.

Finansal diğer sorun ise, sanal ortamdaki ödeme araçlarını oluşturmaktır. İnternet üzerinden mal alım satımı yapılmaya başlayınca ödeme araçları olarak çeşitli çözümler üretilmeye başlanmıştır. Bu ödeme araçlarından birisi de elektronik paradır. E-para kişide bulunan bir elektronik araca yüklenmiş mali bir değer veya kişisel fonu ifade eder. Elektronik araca yüklenmiş bir değer, kişi kullandıkça azalır ve bittiğinde tekrar yüklenmesi gerekir. E-paranın yaygın olarak kullanılan kredi kartlarından en belirgin farkı, provizyon ve benzeri bir sorgulama işleminin olmamasıdır. Elektronik paranın uygulanmasındaki sorunlar ise güvenlik sorunlarını giderilememesi ve hukuki ve kurumsal yapının tam olarak kurulmamış olmasıdır.

b) Yasal Sorunlar

Elektronik ticaretin ve internet işlemlerinin hızlı bir şekilde gelişmesi sonucunda yasal düzenleme yetersizliği ve belirsizliği sorunu ortaya çıkmıştır. Özellikle internet aracılığıyla ticaret yapılan ülkelerde yasal boşluklar oluşmuştur.

Elektronik ticaretin yasal sorunundaki boşluklar için her ülkede çeşitli düzenlemeler gerçekleştirilmiştir. Bu sorunlar için yapılan çalışmalardan bahsedilecektir.

c) Altyapı Sorunları

Elektronik ticaret, iletişim altyapıları ve bilgi teknolojilerine dayanılarak yürütülen bir ticaret sistemidir. Elektronik ticareti yürütebilmek için gelişmiş iletişim şebekesine, bilgisayarlara ve ona bağlanan bilgi teknolojilerine gereksinim vardır. Her geçen gün büyük bir hızla gelişen internete bağlı olarak elektronik ticaretin

yapılabilmesi için çeşitli altyapı sorunları baş göstermektedir. Bu altyapı sorunları aşağıda şekilde maddelendirebilmek mümkündür:

Telekomünikasyon altyapısı iyileştirilmeli ve herkesin bu hizmetlerden yararlanmasına imkan sağlanmalıdır. Elektronik ticaretin tüm şekilleri altyapıyı kullanarak yapılmaktadır. Özellikle internet bu altyapıyı kullanırken bilgi akışı gerçekleştirmektedir. Bu nedenle internette bir sıkışmaya yol açmayacak bir altyapıya ihtiyaç vardır.

İletişim ve bilgi teknolojilerinde tekelcilik kaldırılmalı ve rekabete açmak için var olan mevcut engeller ortadan kaldırılmalıdır.

İletişim alanındaki teknik standartlar belirlenmelidir. Elektronik sistem bünyesinde yer alan gerçek ve tüzel kişiliklerin işlem yapabilmesi için gerekli olan güvenin sağlanabilmesi için güvenlik altyapısı oluşturulmalıdır.

d) Ülkeler Açısından Sorunlar

Elektronik ticaretin sorunlarından yukarıda kısaca bahsetmeye çalışılmıştır. Ülkelerin elektronik ticaret açısından yaşamakta olduğu sorunlar ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. Bu elektronik ticaretin sorunlarını hangi açıdan ele alacağımızla doğru orantılı olarak farklılıklar gösterir. Örneğin olayı küçük ve orta boy işletmeler açısından inceleyecek olursak, elektronik ticaretin öncüleri ülkelere göre sorunlar aşağıdaki gibi sınıflandırılabilir (<http://iktisat.uludag.edu.tr/dergi/6/veysel/veysel.html>) :

(1) Amerika

- kapsamlı yasal bir çerçeveye duyulan ihtiyaç
- elektronik ödemeler için güvenlik standartları

- küresel uyum

(2) Avrupa

- elektronik ticaretin farkında olmamak
- yüksek telekomünikasyon maliyetleri
- kamu sektörünün yeterince bu uygulamalara katılmaması
- açık düzenli bir yasal çerçeveye duyulan ihtiyaç
- zihniyet/kültürel engeller

(3) Japonya

- farkındalık sorunu
- aşırı telekomünikasyon maliyetleri
- kamu sektörünün çok az dahil olması
- güvenlik ve standartlaşma gereksinimi
- çok katı bir düzenleyici çerçeve

Görüldüğü üzere ABD dışı ülkelerde, KOBİ'ler açısından ele alındığında elektronik ticaretin en önemli sorununun altyapının kurulum maliyeti olduğu gözlenmektedir. Bu ABD'nin takipçisi olan gelişmiş ülkelerde de ülkemiz gibi gelişmekte olan ülkelerde de en önemli sorun olarak göze çarpmaktadır.

OECD'nin tahminlerine göre 1997 yılında 26 milyar dolar olan elektronik ticaret hacminin 2005 yılında 1 trilyon dolar olacağı göz önüne alınırsa (İnce, 1999; 18) bu rakamdan daha çok pay alabilmek için yukarıdaki bahsi geçen sorunların çözümünün ne kadar önemli olduğu daha iyi anlaşılacaktır.

5. E-Ticaret Sorunlarına Getirilen Çözümler

Elektronik ticaretin sorunlarından bahsedilmiştir. Bunlar finansal sorunlar, yasal sorunlar ve altyapı sorunları olmak üzere üç ana grupta toplanmaktadır. Mevcut sorunlara getirilen çözümlerden bahsederken, bu gruplama çerçevesinde gitmek uygun olacaktır.

a) Finansal Sorunlara Getirilen Çözümler

Finansal sorunların temel noktasını ödemeler oluşturmaktadır. Siber alemde yapılan bu ödemeler elektronik ödemeler çatısı altında toplanmıştır. Elektronik ticaretin gelişebilmesi için ödeme işlemlerinin tam olarak çözülmesi gerekmektedir. Günümüzde küçük bir olumsuz haber, internet üzerinden işlem yapanları tedirgin ve şüpheli bir duruma getirmektedir. Hiçbir kimse bir alışveriş yüzünden banka hesaplarının altüst edilmesini istemez. Eğer güvenlikle ilgili sorunlar kesin olarak çözümlenmezse e-ticaretin gelişimi ve yaygınlaşması durabilir. Bu sebeple bütün şüpheli durumlar ortadan kaldırılmalı ve kullanıcılar bilgilendirilmelidir.

İnternet üzerinde yapılan alışverişlerde sık kullanım gören ödeme aracı kredi kartıdır. Kredi kartı bilgilerinin internet üzerinden verilerek istenilen hizmet ya da malın satın alması gerçekleştirilir. Buradaki en büyük sorun bu bilgilerin kötü niyetli bir kullanıcının eline geçmesidir. SSL kullanan bir web sitesine kredi kartı bilgilerini vermek, bazı alışverişlerde mektup, telefon veya faks aracılığıyla bilgi vermekten daha güvenlidir (<http://www.kobinet.org.tr/hizmetler/e-ticaret/e-ticaret-kutuphanesi/yayin3.html>) . SSL, ağ üzerindeki web uygulamalarında güvenli bilgi aktarımının temini için (bilginin doğru kişiye güvenli olarak iletimi), "Netscape" firması tarafından geliştirilmiş bir program katmanıdır. Burada, bilgi iletiminin güvenliği, uygulama programı ile TCP/IP katmanları arasındaki bir program katmanında sağlanmaktadır. SSL, web sunucularına (Apache vb), bir modül olarak yüklenir ve böylece web sunucuları güvenli erişime uygun hale gelir.

SSL, hem istemci (bilgi alan) hem de sunucu (bilgi gönderen) bilgisayarda bir doğrulama mekanizması kullanır. Bu sistemde, bilgisayarlar karşılıklı olarak birbirini

tanırlar. Böylece, bilginin doğru bilgisayardan geldiği ve doğru bilgisayara gittiği teyit edilir.

Bilgisayarların birbirlerini "tanıma" işlemi, açık-kapalı anahtar tekniğine dayanan bir kriptosistemi ile sağlanır. Bu sistemde, iki anahtardan oluşan bir anahtar çifti vardır. Bunlardan açık anahtar herkes tarafından bilinebilen ve gönderilen mesajı "şifrelemede" kullanılan bir dijital anahtardır. Bu algoritma (yani anahtar) kullanılarak gönderilecek bilgi şifrelenir. Ancak, açık anahtar ile şifrelenen mesaj sadece bu anahtarın diğer çifti olan "kapalı anahtar" ile açılabilir. Kapalı anahtar da, sadece sizin bildiğiniz bir anahtar olduğundan, mesaj güvenliği sağlanmış olur. Örnek olarak, size mesaj göndermek isteyen birine kendi açık anahtarınızı gönderirsiniz. Karşı taraf bu anahtarı kullanarak mesajınızı şifreler ve size gönderir. Şifrelenen mesajı, sadece sizde olan ikinci bir anahtar çözebilir ve bu anahtarı sadece siz bilirsiniz.

SSL, web sunucusunu tanımak için, dijital olarak imzalanan sertifikalar kullanır. Sertifika, aslında, o organizasyon hakkında bazı bilgiler içeren bir veri dosyasıdır. Aynı zamanda da, kuruluşun açık-kapalı anahtar çiftinin "açık" anahtarı da sertifika içinde yer alır. Sunucu sertifikası da, o sunucuyu işleten kuruma ait bilgiler içeren bir sertifikadır. Sertifikalar, "güvenilir" sertifika kuruluşları tarafından dağıtılır (VERISIGN gibi).

İstemci bilgisayar, SSL destekleyen bir sunucuya bağlandığı anda, (bu, <https://> ile başlayan URL satırları ile gerçekleşir) doğrulama işlemi başlar. İstemci, kendi açık anahtarını sunucuya gönderir. Sunucu ise, bu anahtarı kullanarak şifrelediği bir mesajı istemciye geri gönderir. Bir sonraki adımda istemci sadece kendinde olan kapalı anahtarı kullanarak gelen şifreli mesajı çözer ve sunucuya geri gönderir. Mesajı alan sunucu ise, bunu kendisinin gönderdiği orijinal mesaj ile karşılaştırır ve eğer iki mesaj "aynı" ise "doğrulama" işlemi başarıyla tamamlanmıştır ve sunucu bu noktadan itibaren "doğru bilgisayarla/kişiyile" iletişimde olduğunu anlar. Daha sonra sunucu istemciye o an gerçekleşen web oturumunda (Hasiloğlu, 1999; 38-39) kullanılacak tüm önemli anahtarları gönderir ve güvenli iletişim başlar.

Genel olarak internette ödeme araçları yüksek düzeye çıkarılmış olup, banka aracılığı ile yapılmaktadır. Kredi kartı set protokolü ve elektronik para modelleri olmak üzere iki tip yapıdır. Çok yakın gelecekte akıllı kart teknolojisinin de alternatif bir ödeme aracı haline geleceği beklenmektedir. Bu çözümün elektronik ticaret bünyesinde ödeme yapma güvensizliği sorununa çözüm getireceği düşünülmektedir.

(1) Kredi Kartı-Set Protokolü

Bazı kredi kartı hizmetleri veren kuruluşların getirmiş olduğu SET (Secure Electronic Transaction) standardı, internette kredi kartıyla yapılan alışverişlerde şifreleme ve kimlik denetimini gerçekleştirmektedir. Yapılan araştırmalar bu protokolün, kredi kartı ile yapılan yüz yüze alışverişler kadar güvenli olduğunu göstermiştir.

Set standardı ile yapılan kimlik denetimi sayesinde, yapılan alışverişler hem satıcı firmaya hem de müşteriye güven vermektedir. Ancak bu sistemin de çözümlenmemiş yanları bulunmaktadır. Bankaların müşteri onay belgelerine nasıl onay vereceği, set onay belgesi ve yazılımı olan bir makinenin kayıtlı kullanıcılarından başkası tarafından kullanıldığının tespiti, artan bir işlem hacmi sonucunda ortaya çıkacak bilgi ambarının güvenliğinin nasıl sağlanacağı konularında v.b. problemlerinin çözümlerine henüz ulaşılammıştır (Özger, 1998; 17-19).

(2) Elektronik Para (E-Money)

Kredi kartı-set standardı kullanılarak yapılan alışverişler kadar güvenli olmasa da alternatif çözüm olarak birçok e-para modeli bulunmaktadır. Bu modellerin genel çalışma yapıları; banka, satıcı ve müşteri arasındaki bağlantının içerisinde yer almaktadır. Üç tipte e-para modeli vardır (Herringshaw, 1997; 78).

Birinci modelde, satıcı sipariş eden mal ya da hizmetin faturasını müşteriye gönderir. Müşteri, banka hesap bilgilerinin şifreleyerek, onayladığı fatura ile birlikte

firmaya gönderir. Satıcı firma, aldığı bilgilere kendi şifresini de ekleyerek bu model e-para sistemini kullanan kuruluşa gönderir. Hizmeti veren kuruluş, bilgilerin doğruluğunu inceleyerek çözümler, daha sonra banka aracılığı ile hesap işlem hareketi gerçekleşir.

İkinci modelde ise müşteri, internet üzerinden alışveriş yaptığı firmaya bu elektronik ödeme modelini kullanan kuruluştan aldığı şifreyi satıcı firmaya gönderir. Satıcı firma, şifrenin doğruluğunu ve ödemenin yapılması için bu model e-para hizmetini veren kuruluşa kontrol bilgilerini içeren bir elektronik posta gönderir. Elektronik postayı alan kuruluş, ödeme onayı için müşteriye mesaj gönderir ve olur cevabını aldıktan sonra hesap hareketi işlemlerini gerçekleştirir. Bu modeldeki ödeme işlemlerindeki iletişimler elektronik posta aracılığıyla gerçekleştirilir.

Son modelde ise müşteri, önce yaptığı ödeme ya da aldığı kredi kadar elektronik ödeme sistemiyle ortak çalışan bankadan şifrelenmiş olarak kod numaraları listesinden oluşan bir mesaj alır. Bu listedeki her kod numarası internet üzerindeki alışveriş için kullanılabilir bir miktar parayı temsil etmektedir. Müşteri, satın alacağı ürün ya da hizmetin fiyatına karşılık gelen kod numarasını seçerek satıcı firmaya gönderir. Kod numaralarını alan firma, bu modeli kullanan bankayla temasa geçerek kod numaralarını nakde çevirir.

b) Ticaret İçin Yapılan Çalışmalar

Elektronik ticaretin sorunları çözmek için çeşitli kurum ve kuruluşlar çalışma yapmaktadır. Bu kuruluşları Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ), Avrupa Birliği (AB), İktisadi İşbirliği Ve Kalkınma Teşkilatı (OECD) ve Birleşmiş Milletler (BM) dir (Canpolat, 2001; 14-41).

(1) Dünya Ticaret Örgütü

Dünya Ticaret Örgütü, özellikle haberleşme hizmetleri piyasalarının rekabete açılması ve yeniden düzenlenmesi konusundaki çalışmaları gözeten uluslararası bir kuruluş olarak da öne çıkmıştır. 15 şubat 1997 tarihli DTÖ anlaşması, tüm haberleşme altyapısını internetin gelişimi için önemli bir ölçüt olarak değerlendirir.

Dünya Ticaret Örgütü'nün hizmetler ticareti genel anlaşması (GATS), elektronik ticaret altyapısını oluşturan iletişim ve bilgi teknoloji hizmetlerinde liberalleşmeyi desteklemektedir. Elektronik ticaret konusunda DTÖ'nün diğer bir anlaşması da fikri mülkiyet hakları'nın ticaretle ilgili boyutlarıdır. Bu anlaşmayla fikri mülkiyetin korunması amaçlanmıştır.

(2) Birleşmiş Milletler

Birleşmiş milletler, telekomünikasyon altyapısı ve bilgi teknolojilerinin az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde kullanılması ve yaygınlaştırılması için bünyesinde yer alan kuruluşları aracılığı ile çok sayıda çalışma yürütmektedir.

Bu çalışmalar; Birleşmiş Milletler Uluslararası Ticaret Hukuku Komisyonu (UNCITRAL), Birleşmiş Milletler Avrupa Ekonomik Komisyonu (UNECE), Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC) tarafından sürdürülmektedir.

(3) İktisadi İşbirliği Ve Kalkınma Teşkilatı

OECD, güncel konularda işbirliği yapmak yoluyla küresel politikalar üretilmesi amacıyla kurulmuş bir uluslararası kuruluştur. Türkiye ile birlikte toplam 28 ülkenin üye olduğu OECD ülkelerinde, elektronik ticaret ile ilgili çalışmalara ABD'nin öncülük yaptığı gözlenmektedir. OECD, e-ticaretin çeşitli boyutları üzerinde çalışmalar yürütmektedir.

c) Avrupa Birliği'nde Yapılan alışmalar

AB, 1980 yılından beri elektronik ticaret konusunda yoğun çalışmalar yürütmekte ve Avrupa düzeyinde bir bilgi ağı sistemi kurmaya çalışmaktadır. 1994 yılında Avrupa Komisyonu resmi bir elektronik ticaret girişimi ile birliğin temel hedefinin elektronik ticaretin Avrupa'da hızla gelişimini sağlamak olduğu belirlenmiş ve elektronik ticaretle ilgili çalışmalarda birbirini tamamlayıcı iki hedef belirlenmiştir. Bunlar, elektronik ticarete güveni oluşturmak ve tek pazara tam girişi sağlamaktır. AB'de internet kullanımı yoluyla mal ve hizmet ticareti yaklaşık 17 milyar EURO düzeyindedir. 2003 sonu itibariyle bu meblağın 340 milyar EURO olması beklenmektedir. E-Europe girişimi, Avrupa'nın güvenlik, elektronik bankacılık gibi bazı önemli alanlardaki gücünü arttırarak bu gelişmeyi hızlandırmak amacındadır. Elektronik işlemlerde, EURO'nun geniş bir kullanımı da, AB düzeyinde elektronik pazarın gelişimine katkıda bulunacaktır (http://europa.eu.int/information_society/eeurope/index_en.htm).

Avrupa Birliği, Avrupa-Ağı bilgi kapasitesini geliştirmek amacıyla, Ar-Ge ağırlıklı programlar düzenlemekte, bu kapsamda edi sistemlerine ve belirgin olarak da ticaretle ilgili elektronik veri değişim sistem girişimlerine destek verilmektedir (Teknik alışma Grubu Raporu, Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu, 1998; 4).

AB temel amacını, şifreleme, sayısal imza, altyapı, hukuksal ve finansal konuların ve ticaretin dünya ölçeğinde gelişmesini sağlayacak lde düzenlenmesi olarak belirlemiştir.

AB'nin elektronik ticaret konusundaki çalışmalardan bazıları aşağıda verilmiştir (http://europa.eu.int/information_society/eeurope/index_en.htm);

· Avrupa Birliği Komisyonu, 8 aralık 1999 tarihinde "E-Europe-Herkes İçin Bilgi Toplumu" bildirimini kabul ederek E-Europe girişimi başlatmıştır. Girişim sayısal teknolojilerin bütün Avrupa'da algılanışını hızlandırmayı ve tüm Avrupalıların bunları kullanacak gerekli beceriye sahip olmalarını sağlamayı amaçlamaktadır. E-Europe girişimi Avrupa ekonomisini modernleştirmek için komisyonun yeni stratejisinde anahtar bir role sahiptir. Avrupa konseyi Lizbon zirvesi için, komisyon

tarafından ortaya konulan Avrupa'nın ekonomik ve sosyal olarak yenileşmesi gündeminde bu girişim merkezi bir yer tutmuştur. Bu nedenle, 10-11 aralık 1999 tarihlerinde Helsinki zirvesi'nde, Avrupa Konseyi, E-Europe girişimini kabul etmiştir. E-EUROPE girişiminin diğer önemli bir amacı ise, tüketicilerin ve yurttaşların, internet üzerinden aradıkları bilgiye ulaşabilmelerini mümkün kılacak becerilerle donatılmasıdır.

· AB düzeyinde, bilgi toplumunu teşvik edecek birçok politika tedbirleri alınmıştır. Bunlar; telekomünikasyonun liberalleşmesini arttırmak, e-ticaret konusunda açık bir yasal çerçeve oluşturmak (kişisel bilgilerin korunması, gizlilik v.b.), önemli alanlarda araştırma ve geliştirme faaliyetlerini desteklemektir.

· AB'nin diğer bir çalışması da 1999/93/ec sayılı "elektronik imza" ya ilişkin direktifidir.

· Devlet ve hükümet başkanlarının talebi üzerine, komisyon, konseyle birlikte, Haziran 2000'de FEIRA zirvesi'nde kabul edilen "E-Europe Eylem Planı" çalışmalarına başlanmıştır.

E-Europe eylem planının üç temel hedefi bulunmaktadır:

- Her evin, okulun, işyerinin ve idarenin bağlı duruma getirilmesi,
 - Sayısal konulardan haberdar ve girişimci Avrupa'yı yaratmak,
 - Toplumsal olarak kabul görmüş bir bilgi toplumu oluşturmak.
-
- Bu çerçevede yapılacak olan eylemler, sorunları çözmek için ortak bir yaklaşım geliştirmede açık bir katma değer mevcut olduğu, herhangi bir farkın yaratabileceği yerlerde başlatılacaktır. Bu temelde, on öncelik alan belirlenmiştir. Bu alanlardaki hedeflerin başarılması üye devletlerin, Avrupa Komisyonu'nun, sanayinin ve vatandaşların ortak çabasını gerektirmektedir.

Söz konusu öncelikli alanları şöyle sıralayabiliriz:

- Sayısal çağda Avrupa gençliği,
 - Daha ucuz internet erişimi,
 - E-ticareti hızlandırmak,
 - Araştırmacılar ve öğrenciler için hızlı internet,
 - Güvenli elektronik erişim için smart kartlar,
 - İleri teknoloji ve KOBİ'ler için risk sermayesi,
 - Engelliler için e-katılım,
 - On-line sağlık,
 - On-line idare,
 - Ulaşım,
-
- AB ayrıca, elektronik ticaretin gelişimini özellikle KOBİ'ler için hızlandıracaktır. Böylece, KOBİ'ler bütün Avrupa pazarında faaliyet gösterebileceklerdir. Bunun için, bir dizi AB mevzuat girişimi hazırlık aşamasındadır. Bu çalışmalar, yasal güvenliği sağlamayı, sınırlar arası hizmetlerin önündeki engelleri kaldırmayı, on-line yenilikleri ve tüketici güvenini desteklemeyi amaçlamaktadır. Bu çalışmalarda önem arz eden özellik “kendi kendine düzenleme” ve “ortak düzenleme” kavramları üzerinde yoğunlaşmaktadır. Bu bağlamda, komisyonda hâlihazırda birçok çalışma yürütülmektedir. Alternatif müşteri tashih mekanizmaları ve sınır ötesi on-line uyuşmazlıkların halli sistemleri ile ilgili faaliyetler, “E-Güvenlik Forumu” içerisinde koordine edilmektedir. Bu forum, 21 Mart 2000 tarihinde Brüksel’de komisyon tarafından organize edilen “Sınırlar Arası Elektronik Ticarete Yargı Dışı Uyuşmazlık Halli” konulu bir çalışma toplantısında oluşturulmuştur. E-ticaretle ilgili birçok direktif ve tüzük komisyon tarafından kabul edilmiş, konseyin ve Avrupa Parlemontosu’nun onayını beklemektedir. “e-para” ve “Avrupa’da e-ticaretin yasal çerçevesi” konusundaki iki direktif için ortak bir noktaya varılmıştır. Komisyon, şu anda, sınır ötesi finansal hizmetleri kapsayacak şikayet ağının kurulması ve

KOBİ'lere teknik Know-How'ın transferini kolaylaştıracak “Go Digital” kampanyasını başlatmakla uğraştırmaktadır.

Sonuç olarak AB, e-ticaretle ilgili yoğun çalışmalar sürdüren bir bölgesel örgüttür ve bu örgütün çalışmaları ülkemiz açısından büyük önem taşımaktadır.

d) ABD’de Yapılan Çalışmalar

ABD'nin e-ticaret konusunda en etkin ve kapsamlı çalışan, bu konuda lider konumunda olan bir ülkedir. ABD’de doğan internet, bu ülkede bilim ve teknolojiye verilen önem ve ayrılan kaynak sayesinde yaygın kullanım imkanı bulmuştur. ABD, ekonomisinin dünyanın en büyük ekonomisi olmasının, son yıllarda beklentilerin ötesinde bir büyüme gerçekleştirmesinin arkasında yatan temel etkenlerden bazıları hiç kuşkusuz, bilgi ve iletişim teknolojilerinde ulaştıkları seviye, bilgisayarla çalışma eğiliminde yaşanan gelişme ve internetin her alanda yaygın kullanılmasıdır. En fazla sayıda bilgisayar, internet ve yüksek seviyede internet bağlantısı bu ülkede bulunmakta ve bu ülke hükümeti elektronik ticareti teşvik etmekte ve desteklemektedir.

ABD’de elektronik ticaret konusundaki çalışmalar aşağıda verilmiştir.

- Ulusal Bilgi Altyapıları kapsamında e-ticaret altyapı programı hazırlanmıştır.
- 1995 yılında “Federal Elektronik Ticaret Ekibi” oluşturulmuş, elektronik ticaretin hükümet tarafından kullanılma olanakları değerlendirilmiştir.
- ABD'nin genel yaklaşımı, “Küresel Elektronik Ticaret İçin Bir Çerçeve” dokümanı ile açıklanmıştır.
- Öte yandan Mart 1994 yılında başkan yardımcısı A.Gore, Buenos Aires’te Dünya İletişim Konferansı’nda yaptığı konuşmada elektronik ticaret alanında güçlüklerin

kaldırılmasına değinmiştir. İleri sürdüğüne Gore, ABD’de hükümet politikasının iletişim sektöründe dayanması gereken prensipler şunlardır:

1. Hükümet tarafından kontrol edilen iletişim şirketlerinin özelleştirilmesi yoluyla özel sektör yatırımlarının teşviki,
2. Monopol niteliği taşıyan telefon piyasalarının rekabetine imkan tanınması, iletişimin adil fiyatlarla yapılmasının güvenceye alınması, piyasaların yabancı yatırımcılara açılması ve antitröst uygulamalarının güçlendirilmesi.
3. Sistemin açık girişe dayandırılması ve böylece küresel bilgi altyapısı kullanıcıların geniş bir bilgi ve hizmet alanına girebilmesi,
4. Teknolojik gelişme ile birlikte esnek, rekabetçi, bağımsız bir düzenleme oluşturulması.

Bu açıklamada her ülkenin politika yapıcıları, etkin ve güvenli elektronik ticaret sistemlerine güveni oluşturacak, çalışabilir bir altyapı oluşturmaya davet edilmektedir. Amerikan hükümeti bu süreçte beş ana ilkeyi içeren bir politika açıklamıştır. Bu ilkeler :

- özel sektör öncülük etmelidir.
- hükümet elektronik ticarete aşırı sınırlandırmalardan kaçınmalıdır.
- hükümetin katılması gereken durumlarda amacı, açık, minimalist, sürekli ve basit bir yasal ortam oluşturmak olmalıdır.
- hükümetler, internetin kendine özgü yapısını kabul etmelidir.
- internet temelli elektronik ticaret küresel düzeyde kolaylaştırılmalıdır.

ABD’de özel sektör ise, “Elektronik Mesaj Birliği”, “Elektronik Ticaret Komitesi” ve “İşletme Entegrasyonu Ağı” kuruluşlarını oluşturmuştur.

e) Türkiye’de Yapılan Çalışmalar

Bilindiği üzere Türkiye’de beş yıllık kalkınma planları ülkenin en önemli siyaset belgeleri niteliğindedir. Bu planlarda tespit edilen amaç, ilke ve politikalar devlet organlarınca öncelikle dikkate alınmakta ve gereği yerine getirilmektedir. Bu nedenle e-ticaret teknik altyapısını oluşturan bilgi ve iletişim teknolojilerine ilişkin 8 inci beş yıllık kalkınma planında yer alan politikalar aşağıda açıklanmıştır (<http://plan8.dpt.gov.tr>).

f) Amaçlar, İlkeler Ve Politikalar

- Plan döneminde stratejik sektörlerin birisi olacak bilgi ve iletişim teknolojileri sektörünün rekabet gücünün artırılmasına öncelik verilecektir. Yazılım stratejik bir alan olarak belirlenecek ve bu alanda uygun teşvikler düzenlenecektir.
- Telekomünikasyon politikasının temel hedefi, ülkemizin telekomünikasyon hizmet yeteneğinin küresel düzeyde geliştirilerek, ekonomik sosyal refahın artırılmasına katkı sağlanmasıdır. Devletin sektörde rekabet ortamını sağlayıcı ve düzenleyici rolü ağırlık kazanacaktır.
- Bilgi teknolojisinde Ar-Ge çalışmaları desteklenecektir.
- Türkiye’de kullanıma sunulan yazılım ürünlerine Türkçe desteği sağlanmasına yönelik çalışmalar sürdürülecektir.
- Bilgi ve iletişim teknolojilerinde, kullanıcıların talepleri dikkate alınarak, teknolojik gelişmelerin ve alt sektörler arasındaki yakınsamanın sağladığı hizmetlere erişimi kolaylaştıracak hukuki, idari ve teknik düzenlemeler hızla gerçekleştirilecektir.
- Bilgi ve iletişim teknolojileri alanında geliştirilecek tüm kurumsal yapılanma modellerinde, devletin kamusal hizmetlerle ilgili görevleri yerine getirirken, teşkilat

yapısının küçültülerek fonksiyonel hale getirilmesi ilkesine uygun modeller esas alınacaktır. Etkin çalışacak, uzmanlığı ön plana çıkaran, koordinasyon görevini yerine getirebilecek, kamuoyunu bilgilendiren, ve özel sektörün sivil toplum örgütlerinin görüşlerini karar sürecine yansıtacak, Türkiye'ye uygun kurumsal yapılanma modelleri belirlenecektir.

· Herkesin makul ücretlerle telekomünikasyon altyapısından ve hizmetlerinden yararlanmasını sağlayacak uygulamalar esas alınacak, tüm işletmecilere şeffaf ve eşit kurallar getirilerek tüketici hakları korunacaktır.

· Telekomünikasyon pazarının 2003 yılı sonunda tam olarak rekabete açılacağı dikkate alınarak, Türk Telekomünikasyon A.Ş.'nin pazar koşullarında rekabet edebilmesi amacıyla, bu tarihe kadar kamunun sahip olduğu hisselerin azaltılması yönünde gerekli düzenlemeler yapılacaktır.

· Katma değerli hizmetlerde, özel sektörün ruhsat ve genel izni gibi yöntemlerle yetkilendirilmesine ağırlık verilerek, teknolojik gelişmelerin getirdiği imkanların rekabetçi bir ortamda sunulması hedeflenecektir.

· Tüketici taleplerinin mobil telekomünikasyon hizmetlerine kayması sonucu, bu pazarda yaşanan hızlı gelişim, teknolojik ilerlemeler ve maliyette yaşanan düşmelerin de etkisiyle artarak devam edecektir. Önümüzdeki dönemde başta internet erişimi ve elektronik ticaret uygulamaları olmak üzere birçok telekomünikasyon hizmetinde ağırlıklı olarak mobil şebekeler kullanılacaktır. Yüksek hızda veri transferine imkan veren üçüncü nesil sonrası mobil sistemler, telekomünikasyonun mobil ağırlıklı yapısını daha da kuvvetlendirecektir.

· Ülkemizin internet hizmetlerinde gelişimini sağlayacak, özel sektörün ve kullanıcıların taleplerinin de dikkate alındığı ulusal politikalar geliştirilecektir. Hizmet kalitesi yüksek ve bilgi güvenliğinde etkinliğin sağlandığı internet hizmetlerinin verilmesinde, özel sektör tarafından kurulacak alternatif altyapıların kullanılmasını sağlayacak hukuki ve teknik düzenlemeler yapılacaktır.

- Küresel ekonomi içerisinde payı hızla artan elektronik ticaretin geliştirilmesi konusunda kamunun rolü, gerekli teknik ve yasal altyapının oluşturulması olacaktır. Yapılacak düzenlemelerde kullanıcılar ve tüketiciler açısından güvenli bir ortam sağlanmasına, kişisel bilgilerin ve tüketici haklarının elektronik ortamda korunmasına önem verilecektir.
- Elektronik ticaretin gelişiminin izlenebilmesi için gerekli olan istatistiki bilginin toplanması, işlenmesi ve raporlanması sağlanacaktır.
- Bilgi güvenliğinin sağlanması için uluslararası kural ve standartlar çerçevesinde çalışmalar tamamlanacak, özellikle elektronik ticareti kolaylaştıracak önlemler alınacaktır.
- Kamu kesiminde bilgi altyapısının kurulması ve buna ilişkin politika belirlenmesi konuları, kamunun bilgi çağındaki yeni rolüne uygun bir yaklaşımla ele alınacaktır. Kamunun sahip olduğu bilgiler topluma, açıklık ve şeffaflık ilkelerine göre ulaştırılacaktır.
- Üniversitelerin bilgi ve iletişim teknolojileri altyapıları ve ulusal ve uluslararası ağ bağlantıları güçlendirilecektir.
- VIII.plan döneminde, dünyadaki teknolojik gelişmeler izlenerek sayısal yayıncılığa geçilecektir. Bu teknolojinin yaygınlaşması amacıyla, yayın kuruluşları arasında eşitlik ilkesine ters düşmeyecek şeffaf düzenlemeler geliştirilecektir.
- Özel radyo ve televizyon kuruluşlarına lisans verilmesi konusunda gerekli çalışmalar tamamlanacaktır. TRT yeniden yapılandırılarak, sağlıklı bir mali yapıya kavuşturulacak ve yayın içeriği zenginleştirilecektir.
- Posta hizmetlerinde ab ülkelerinin serbestleştirme çalışmaları dikkate alınarak gerekli yasal düzenlemeler yapılacaktır. PTT'nin yeniden yapılandırılması tamamlanarak, posta hizmetlerinde kalite arttırılacaktır.
- VIII.plan, dönemi sonunda sabit telefon abone sayısının 26 milyona, abone yoğunluğunun yüzde 37'ye erişmesi öngörülmektedir. Mobil telefon abone sayısının

30.5 milyona, abone yoğunluğunun ise yüzde 44'e ulaşacağı tahmin edilmektedir. İnternet kullanıcı sayısının 15 milyona, kablo TV abone sayısının 4.6 milyona, şebekede kullanılan fiber optik kablo uzunluğunun 103 bin km'ye ulaşması beklenmektedir.

g) Hukuki Ve Kurumsal Düzenlemeler

- Bilgi güvenliği ve kullanımı konusunda, teknolojik gelişmeler dikkate alınarak, elektronik ticaretin geliştirilmesi, kişisel ve ulusal güvenlikle ilgili bilgilerin korunması konularına önem verilerek kamu ve özel kesim tarafından üretilen bilgilerin, internet aracılığı ile kamuoyuna açılması ve mevcut kurumlarda eşgüdüm içerisinde çalışacak uygun kurumsal yapılanma modeli için gerekli hukuki altyapı hazırlanacaktır.
- Elektronik ticarete ilişkin temel yasal düzenleme çalışmaları sonuçlandırılacak, gelişimin izlenmesi için gerekli çalışmalar başlatılacaktır.
- Posta hizmetleri piyasasının günün şartlarına uygun şekilde yapılanmasını sağlayacak hukuki düzenlemeler gerçekleştirilecektir.
- TRT'nin yeniden yapılandırılması ve sağlıklı bir mali yapıya kavuşturulması kapsamında gerekli hukuki düzenlemeler yapılacaktır.
- Sayısal yayıncılığa geçiş ve sayısal dönem için gerekli hukuki ve kurumsal düzenlemeler yapılacaktır.
- Telekomünikasyon alanında AB'ye uyum çalışmaları kapsamında gerekli hukuki düzenlemeler yapılacaktır.
- İnternet ve telif hakları: İnternet, iletişim, bilgiye erişim ve yayımında sağladığı avantajlar dolayısıyla, bütün dünyada olağanüstü bir hızla yaygınlaşmakta ve bütün diğer iletişim, basım ve dağıtım teknolojilerini bünyesinde bütünleştiren geleceğin medyası olma yönünde bir gelişme göstermektedir. İnternet, telif haklarının korunması gibi son derece önemli bir problemi de beraberinde

getirmiştir. Kolay çoğaltma ve dağıtım, teknik bakımdan eser türlerinin eşitliği, bilgisayar oyunları ve sanal gerçeklik uygulamaları gibi tamamen yeni eser türleri, etkileşimlilik ve değişkenlik, ve doğrusal olmama gibi özellikler internet'i telif hukuku açısından problematik hale getirmektedir. O kadar ki, ABD'li bir grup entelektüel, basım teknolojilerinden kaynaklanan telif hakları rejimlerinin internet çağında tamamen geçersiz hale geldiğini ileri sürmüşlerdir. Çoğunlukta olan grup ise, bazı yeni düzenlemeler yapmak kaydıyla, telif hakları rejimlerinin internet çağında da geçerliğini koruduğuna inanmaktadır. Nitekim, gelişmiş ülkelerde bu yönde yeni düzenlemeler yapılmış veya yapılmaktadır.

- o İnternet çağında telif hakları konusu Türkiye'de hemen hemen hiç gündeme gelmemiştir. Ancak, konu Türkiye'de bilim ve kültür hayatına çok istenilen yaratıcılığın kazandırılmasıyla doğrudan ilgilidir. Bu yazının amacı, bu konuda Türkiye şartlarında yapılabilecek bazı düzenlemelerle ilgili öneriler getirerek bu alanda bir tartışma başlatmaktır.

Bilim ve sanatta yaratıcılık, şüphesiz, buna uygun bir ortamın varlığını gerektirir. Yeterli alt yapı ve bu alt yapı üzerindeki faaliyetleri düzenleyen kurallar böyle bir ortamın en temel unsurlarındandır. Bugünkü şekliyle bunlar, internet ve telif hakları kanunlarıdır. İnternet, bilim ve sanat alanındaki faaliyetlerin alt yapısı olarak bütün dünyada hızlı bir gelişme göstermektedir. İletişim, bilgi erişim ve yayımında sağladığı avantajlar dolayısıyla, bütün gelişmiş ülkeler internet'in büyümesi için gerekli yatırımları yapmaktadır. Amaç, bilim ve sanatta gelişmeyi hızlandırmaktır. Telif hakları kanunları ise bilim ve sanat alanındaki faaliyetleri düzenleyen kurallar koyar. Bu kurallar, bir yandan yazarlar ve sanatçıların özgün eserleri üzerindeki menfaatlerini koruma altına alır, diğer yandan da başkalarının bu eserlerdeki fikir ve bilgileri kullanmalarını teşvik eder. Burada da amaç, bilim ve sanatın gelişmesidir. Ancak, internet'in iletişim, bilgi erişim ve yayımında avantaj sağlayan bazı özellikleri, telif haklarının korunması açısından problem olmaktadır.

Türkiye'de ise konu hemen hemen hiç araştırılmamış ve tartışılmamıştır. Bu makalenin amacı, konuyu gündeme getirerek bu alanda bir tartışma başlatmaktır. Makalede, Türkiye'de bilim ve kültür hayatına dinamizm kazandırmanın aracı olarak internet'in büyütülmesi gerektiği, bunu sağlamanın şartlarından birinin de internet ve telif haklarının bağdaştırılması olduğu görüşü savunulmaktadır. Makale, beş bölüm halinde düzenlenmiştir. Birinci bölümde, telif hakları ile ilgili kısa bilgi verilip, konu ile ilgili temel kavramlar açıklanmaktadır. İkinci bölümde, internet'in dünyada ve Türkiye'deki gelişimi üzerinde durulmakta, onu diğer teknolojilerden ayırıcı özellikleri vurgulanmaktadır. Üçüncü bölümde, internet'in telif hakları açısından ortaya çıkardığı problemler ele alınmaktadır. Dördüncü bölümde, internet çağında telif hakları ile ilgili gelişmiş ülkelerde ortaya çıkan farklı görüş ve uygulamalara ve bunların dayandıkları gerekçelere yer verilmektedir. Beşinci ve son bölümde ise, internet'te telif hakları ile ilgili dünyada yapılan tartışmalar ve hukuki düzenlemeler Türkiye şartları açısından değerlendirilmekte ve yapılabilecek bazı düzenlemelerle ilgili öneriler getirilmektedir. Telif hakları nedir, nasıl korunur? 1998 eylül ayında kültür bakanlığının davetlisi olarak Türkiye'de fikri mülkiyet konusunda bir konferans veren ABD'de bulunan [National Intellectual Law Institute](#)'in müdürü profesör James P. Chandler, fikri mülkiyet rejimlerinin bir ülkede sağlam bir ekonominin alt yapısı olduğunu ve sağlıklı bir uluslararası ticaretin de ancak siki uluslararası fikri mülkiyet rejimleriyle gerçekleşebileceğini, ABD'nin dünyanın en siki fikri mülkiyet rejimleri uygulayan ülkesi olduğunu, dünyanın en güçlü ekonomisi olma statüsüne de bu sayede eriştiklerini söyledi (Acun, 2000; 5-26).

Bilindiği gibi, fikri mülkiyet, telif hakkından daha geniş bir kavramdır ve telif hakları rejimi yanında, patent, ticari marka ve ticari sırlar rejimlerini de kapsamaktadır. Bu yazıda sadece telif hakları üzerinde durulacaktır. Peki nedir telif hakları? Telif hakları, kişinin yarattığı fikir eserlerinin her mülkten daha fazla o kişiye ait oldukları düşüncesine dayanır (UNESCO, 1989; 17). Telif hakları, yazar ve sanatçıların kendi eserlerine sahip olma haklarının kanunda ifade edilmesidir. Telif hakları kanunları ülkeden ülkeye değişir. Türkiye'de telif hakları 5846 sayılı [Fikir Ve Sanat Eserleri Kanunu](#) (FSEK) ile korunur. Bu kanun, ilim ve edebiyat eserleri (bilgisayar programları dahil), musiki eserleri, güzel sanat eserleri ve sinema eserlerini konu almaktadır ve bu alanlardaki eserlerin sahiplerine manevi ve mali olmak üzere iki

grupta ele alınan haklar tanımaktadır. Manevi haklar, eser sahibinin, eserinin sahipliğini üstlenme ve eserinin özelliğine ve bütünlüğüne saygı gösterilmesini talep etme hakları ile ilgilidir. Mali haklar ise eser sahibinin eserinden kazandığı para ile geçinebilmesini sağlayan haklardır. Bunlar işleme, çoğaltma, yayma ve temsil etme haklarıdır. Eser sahiplerinin izni olmadan başkaları bu hakları kullanamazlar. Tanınan bu hakların koruma şekli, süresi ve getirilen istisna ve sınırlamalar eser türüne göre farklılık göstermektedir. Getirilen istisna ve sınırlandırmalar, eğitim ve araştırmayı ve genel olarak toplumun bilgilenmeye olan ihtiyacını göz önüne alır. Buna “dürüst kullanım” veya "adil kullanım" doktrini adı verilir. Böylece, Fikir Ve Sanat Eserleri Kanunu, ilk bakışta birbiriyle çelişir görünen fert olarak yaratıcının hakları ile toplumun bilgi ve öğrenmeye olan ihtiyacını dengelemeye çalışır. Bu dengeyi kurmaktaki amaç yaratıcılığı teşvik etmek, bilim ve sanatları geliştirmektir.

Telif hakları kanunları, iletişim, basım ve dağıtım teknolojilerinde ve diğer alanlarda meydana gelen gelişmeler göz önüne alınarak zaman güncelleştirilmektedir. Nitekim, Türkiye’de 1951’de kabul edilerek yürürlüğe giren FSEK, 1983 ve 1995 yıllarında iki defa değiştirilmiştir (Köksal, 1997; 18). Resmi Gazete’nin 13/04/2006 tarihli ve 26138 sayılı yayımında ilan edildiği gibi kanun güncelleştirilmiştir.

6. İnternet'in Dünyada ve Türkiye’de Gelişimi

İnternet’in gelişimi konusuna bilgisayarların gelişimi ile başlamak uygun olacaktır. Bilgisayarlar onları diğer teknolojik araçlara üstün kılan iki özelliğe sahiptir: birincisi, belli bir iş yapmak üzere önceden programlanabilirler-bu programlara yazılım adı verilir. İkincisi, yapılacak işin gereklerine göre yeni çevre birimler ki bunlara da donanım adı verilir-ilâve edilebilir. Bilgisayar teknolojisinin bir diğer özelliği ise kendi kendisinin gelişmesine katkıda bulunmasıdır. Bu da, bu alandaki ilerlemenin katlanarak meydana gelmesi sonucunu doğurmaktadır. Öyle ki, bu alandaki gelişmeleri önceden kestirmek giderek zorlaşmaktadır.

Bilgisayar kullanımının her alanda yaygınlaşması, bu teknolojinin donanım ve yazılım unsurlarında birbirine paralel meydana gelen gelişmeler sonucu olmuştur.

Donanımdaki ilerlemeler bilgisayarların boyutunu küçültüp veri depolama ve işleme kapasitesini artırırken fiyatını ucuzlatmış, yazılım alanındaki ilerlemeler ise kullanımını kolaylaştırıp uygulama alanlarının genişletmiştir. 1950 ve 1960'ların sadece uzmanların kullanabildiği bilgisayarlarından, 1980'lerin herkesin kullanabildiği masaüstü bilgisayarlara, bundan da taşınabilir dizüstü bilgisayarlara geçildi. Üstelik, bu dizüstü bilgisayarlar 1960'ların ana bilgisayarlarından çok daha güçlü ve çok daha ucuzdur.

Bilgisayarların birbirleriyle veri alışverişi ve ortak iş yapacak biçimde bağlanması ile oluşan bilgisayar ağları, bilgisayarların potansiyel gücünü inanılmaz boyutlara çıkardı. Böyle ağların toplamından oluşan internet, bilgiye ve bilgisayar kaynaklarına küresel erişim sağlamaktadır. 1990 yılından itibaren dünya çapında yaygınlaşmaya başlayan internet, kısa sürede hızlı gelişme gösterdi. İnternet'e bağlanma maliyeti düştü, güçlü ve kullanımı kolay programlar internet aracılığıyla iletişim kurmayı ve bilgi erişimini ve yayıncılığı herkese açık bir olanak haline getirdi. Bir internet uygulaması olan web multi-medya verilerin (metin, ses, resim, film) tek bir sistemle bütünleşik bir biçimde yayılmasına ve erişilmesine olanak vermesiyle, internet kullanıcı sayısında ve internet'te yayınlanan bilgi miktarında patlamaya yol açtı.

Bir araştırmaya (<http://www.ripe.net>) göre, bütün dünyada ocak 1999 itibariyle 8.200.734 internet sevsi sağlayan makine bulunmaktadır. Bu sayı, Ocak 1998'de 5.942.491 idi. Demek ki, bir yılda yaklaşık iki kat artış ortaya çıkmıştır. İnternet servisi saylayan makine sayısındaki artışa paralel olarak, internet kullanıcı sayısında ve internet'te kullanıma sunulan bilgi miktarında da artışlar ortaya gelmektedir. İnternet trafiği her 100 günde ikiye katlanmaktadır. Bu, yıllık %700 artış demektir (<http://www.mids.org>) .

Internet orijinal olarak bilim adamları arasında hızlı iletişim ve bilgi paylaşımını gerçekleştirmek üzere tasarlanmış olmakla birlikte, daha sonra ticari ve diğer amaçlar için de kullanılmaya başlanmıştır. Giderek de gündelik yaşamla daha çok bütünleşmektedir. Gerçekten de, internet'e bağlı bilgisayarlar arasında her gün bilim, eğitim, ticaret, eğlence vb. gibi konularla ilgili belki binlerce kütüphanelik bilgi akışı gerçekleşmektedir. Bu hızlı gelişmesiyle internet, bilgi toplumlarının simgesi haline gelmiş ve "siber uzay" ve "süper bilgi otoyolu" gibi adlarla anılmaya başlanmıştır.

Internet, Türkiye'ye ODTÜ'nün çalışmalarıyla epeyce gecikmiş olarak 1993 yılında girmiş, ancak daha sonra fiziki açıdan göreceli olarak hızlı bir gelişme göstermiştir. Özellikle TÜBİTAK'ın [ULAKNET](#) projesi sayesinde üniversitelerin neredeyse hemen tamamı internet'e bağlanmış bulunmaktadır. Başbakanlıkça yürütülen Kamu-Net projesi bütün kamu kurumlarını yüksek kapasiteli bir omurga üzerinden birbirlerine ve oradan da internet'e bağlamayı öngörmektedir. Aynı şekilde, Milli Eğitim Bakanlığı'nın bütün orta öğretim kurumlarını kapsayan bir Okul-Net projesinden söz edilmektedir (Acun, 2000, 375-395). Internet'i Türkiye'de büyütme amacıyla 15 Ocak 1998 tarihinde Ulaştırma Bakanlığı bünyesinde "İnternet Üst Kurulu" adında bir kurul bile oluşturulmuş bulunmaktadır (<http://kurul.ubak.gov.tr/m06.php>).

Ancak, bütün bu çalışmalar internet'in daha çok fiziki olarak, o da çok yetersiz biçimde, büyümesi ile sonuçlanmaktadır. İçerik, yani internet'te kullanılacak bilgi konusu geri planda kalmış durumdadır. Internet üst kurulunun yapısı adeta bu sonucu doğurur niteliktedir. Kurul, çeşitli kamu kurumları, internet servis sağlayıcı şirketler ve üniversitelerden gelen teknik adamlar ve "kullanıcılar"ı temsilen gelen kişilerden oluşmaktadır. Kurulda, bu içeriği ortaya çıkaran, bilim adamı, yazar ve sanatçıları temsil eden bir tek kişi bile bulunmamaktadır. Bu yüzden de internet'in özellikle de sosyal ve kültürel boyutunun gündemde yeterince yer aldığı söylenemez. Oysa, internet iletişimde bir devrim yaratmış durumda; zaman yoğunlaştı, mekan ortadan kalktı. Dahası, internet üzerinden gerçekleşen kişiler arası iletişimde dil engeli de aşılmak üzeredir; internet'te bilgi arama motoru [Altavista](#), aranılan bilginin

bulunduğu sayfaları istenirse sekiz ayrı dile tercüme edebilmektedir. Ancak, bu diller arasında Türkçe bulunmamaktadır. Neden? Çünkü, Türkçeden diğer dillere veya diğer dillerden Türkçe'ye otomatik tercüme yapılması konusunda projeler yürütüyor olması gereken dil bilimcilerimizin pek çoğu internet'in sunduğu bu olanağın farkında bile değildir. Sosyologlarımız bu yeni iletişim devrimi karşısında hazırlıksız yakalanmış görünmektedirler. İnternet, felsefeci ve hukukçularımızın literatüründe hak ettiği yeri henüz alamamıştır. FSEK'de (Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu) internet ve elektronik yayıncılığın adı bile geçmemektedir. Bunun doğal bir sonucu olarak, internet Türkiye'de olması gerektiği ölçüde gelişmemektedir. Sayıları göreceli olarak hızla artan Türk internet kullanıcıları içerik bakımından ne yazık ki şimdilik büyük ölçüde dışarıya bağımlı durumdadır. Yapılan araştırmalarda, Türkiye'nin internet'te tam bir bilgi yoksulu olduğu görülmüştür (Acun, 2000; 375-395). Buna göre, Yunanistan'dan beş kat daha büyük nüfusa sahip Türkiye'de bulunan web sitesi sayısı, Yunanistan'dakinin yarısından ancak birazcık fazladır. Buna karşılık, ülkelerin bilimsel bilgi üretimindeki yerini ölçmede kullanılan önemli göstergelerden biri olan *Science Citation Index (SCI)*' de yer alan makale sayılarının karşılaştırılması, bu iki ülkenin bu alanda hemen hemen başa baş olduklarını göstermektedir. Aynı karşılaştırma İngiltere ile yapıldığında yine benzeri bir sonuç çıkmaktadır: SCI'de yer alan makale sayısı bakımından İngiltere ile Türkiye arasında (1995 rakamları ile) 27 kat fark bulunmaktadır. Buna karşılık web sitesi sayısı bakımından bu fark (Aralık 1997 rakamları ile) tam 85 kattır.

Kısaca, diğer alanlardaki gelişme ile kıyaslandığında Türkiye'de internet'in içeriği daha yavaş gelişmektedir. 2000'li yıllarda her sektörde internet'in ne kadar önemli rol oynayacağı düşünülürse, şimdiki durumun Türkiye'nin geleceği açısından pek parlak olmadığı ortaya çıkmaktadır. Bu noktada haklı olarak şu soru sorulabilir: "Peki bu durumu düzeltmek için ne yapmak gerekir?" bunun için her şeyden önce, sosyal kültürel boyutu da göz ardı etmeden, internet'in bütün yönleriyle ele alınıp tartışılması gerekir. Bu çerçevede ele alınması gereken, internette içeriğinin geliştirilmesi ile doğrudan alakalı konulardan biri de telif haklarıdır.

a) Telif Hakları Açısından İnternet'in Özellikleri

Telif hakları, sağlam bir ekonomin alt yapısı olmanın yanında örneğin ABD'de aynı zamanda büyük bir endüstri koludur da. Bu endüstri, ABD ekonomisine 1997 yılında 400 milyar dolarlık katkı yapmıştır ve en büyük ihrac kalemlerinden biridir (Mann, 1998; 57).

Kolay çoğaltma ve dağıtım, telif hakları rejimleri basılı medya ile birlikte ortaya çıkmıştır. O dönemde eserlerin korsan kopyalarını yapmak çok zordu. Bir eseri çoğaltabilmek için en azından bir baskı makinesine gereksinim vardı; bu ise herkesin sahip olabileceği bir olanak değildi. Ayrıca, bütün bir kitabı harf harf yeniden dizmek gerekiyordu. Dahası, korsan yayın kolayca tespit edilebilir ve korsan yayıncılar cezalandırılabilirdi.

Yirminci yüzyılda yeni teknolojiler ortaya çıktı. Fotokopi, audio ve video kaydediciler yaygınlaştı. Bütün bu teknolojiler telif hakkı sahibi ile potansiyel korsan çoğaltıcı arasındaki ilişkiyi değiştirdi. Artık herhangi ortalama bir insan da kitap ve makaleleri kopyalayabilmekte, hoşuna giden müzik albümlerini ve televizyon programlarının kasetlere kaydedebilmektedir. Ancak, yapılan kopyalar her zaman orijinalinden daha düşük kalitede olmaktadır.

Dijital ortamdaki bir eserin ise, bir-iki tuşa dokunmakla hiç masrafsız ve hiç kalite kaybı olmaksızın istenilen sayıda kopyası yapılabilmektedir. Kopyadan kopya yapmak da kaliteyi hiç bir şekilde etkilememektedir. Kolayca çoğaltabilmenin yanında, dijital medyanın bir diğer özelliği de kolay iletimdir. Elektronik posta yoluyla telif hakkına konu olan bir eser binlerce kişiye postalanabilmekte veya web aracılığıyla potansiyel olarak milyonlarca kişinin erişimine açık şekilde getirilebilmektedir.

Eser türlerinin eşitliği: Dijital medyanın bir başka özelliği ise, telif hakkına konu olan eser kategorilerinin eşitliğidir. Bütün telif hakları kanunları, eserleri ilim ve edebiyat eserleri, musiki eserleri, sinema eserleri vb. kategorilere ayırır. Eser türüne göre de çeşitli kurallar ve istisnalar uygulanır. Eser türleri arasında kesin

çizgiler olmamasına rağmen genelde eser türlerini birbirinden ayırmak çok zor değildir. Dijital ortamdaki bütün eserler teknik bakımdan birbirinin aynıdır: bilgisayar ortamında bütün bilgiler "bit" adı verilen 0 ve 1'lerin kombinasyonlarıyla temsil edilir. Telif hakları kanunları açısından "ilim ve edebiyat eseri" kategorisine giren yazılım programlarının kendileri de bilgisayarda "bit" kombinasyonları halinde saklanır. Bu kombinasyonlar, bilgisayar programları tarafından okunup işlenir. Ortaya çıkan sonuç herhangi bir türden eser olarak görülebilir: bir sinema eseri, bir ilim veya edebiyat eseri, bir müzik eseri...

Yeni eser türleri: bilgisayar oyunları, sanal gerçeklik uygulamaları. Bilgisayar oyunları popüler olarak mevcut teknolojilerin en önde gelenlerindedir. Bunlar ses ve hareketli görüntü ve metin gibi birden çok türden veriyi etkileşimli bir oyunda birleştirmektedir. Aynı şekilde, sanal gerçeklik de hem eğlence amacıyla hem de bilimsel amaçlı kullanılmaktadır. Dahası, web teknolojisi, sanal gerçeklik ve bilgisayar oyunlarında kullanılan multi-medya teknolojisinin internet üzerinde uygulanmasına olanak vermektedir. Web kullanarak elektronik dergi ve kitaplar okunabilmekte, müzik dinlenebilmekte, canlı video ve televizyon yayınları izlenebilmekte, bilgisayar oyunları oynanabilmektedir. Kısaca, bir internet servisi olan web bütün diğer basın, yayın ve dağıtım teknolojilerini bünyesinde bütünleştiren ama onlardan tamamen farklı bir teknoloji olarak ortaya çıkmaktadır.

Etkileşimlilik ve değişkenlik. İnternet'in diğer teknolojilerden en temel farkı ise etkileşimli ve değişken olmasıdır. Web sayfaları arasında gezinilebilir, e-posta gönderip alınabilir, form doldurulabilir, kişiler kendi bilgisayarında kullanmak üzere bilgi ve program çekebilir ve başkalarının görmesi ve kullanması için bilgi ve program koyabilir. Ancak, internet'ten alınan bilginin bütünlüğünü korumak mümkün olamamaktadır. Basılı bir kitap nüshasını satın alan bir kişi, onda istediği değişikliği yapabilir; üzerine notlar alabilir, sayfalarını yırtabilir, hatta yakabilir. Ancak, onu o haliyle çoğaltıp dağıtmak olacak iş değildir. Elektronik ortamdaki bilgi ise çok kolayca değiştirilip dağıtılabilir. İnternet'ten alınan bir makale, bazı kısımları yazarından izinsiz değiştirildikten sonra tekrar internet'e konabilir ve bundan da hiç kimse haberdar olmayabilir.

Doğrusal olmama: Web teknolojisinin diğer teknolojilere göre en önemli avantajı ise doğrusal olmamasıdır. Çoğu kitap ve filmler tek yönde okunacak veya seyredilecek biçimde tasarlanmışlardır. Ancak web sayfaları farklıdır. Web sayfaları dinamik tarzda birbirlerine bağlanabilir. Mesela, amerikan telif hakları kanunundan bahsederken bu kanunun [Kongre Kütüphanesi](#)'nin web sitesinde bulunan elektronik versiyonuna bir bağlantı yapılabilir. Kullanıcı da *isterse* bu bağlantı yoluyla söz konusu kanuna erişerek inceleyebilir. İnternet üzerinde bulunan pek çok kaynak bu şekilde kullanılabilir. Böylece, diğer basım ve dağıtım teknolojilerinden farklı olarak, tamamen talebe dayalı bir çoğaltma gerçekleşmiş olmaktadır. Bu bağlantılı metinlerin bir bakıma yeni bir yazarlık biçimi ortaya çıkardığı söylenebilir.

Sınırlar üstü kapsam: telif hakları kanunlarında korunan eselerin türleri ve korumanın kapsamı ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. İnternet'in sınırlar üstü konumu, bu farklılıklardan doğan telif hakları uyumsuzluklarına yeni bir boyut getirmiş bulunmaktadır.

b) Gelişmiş Ülkelerde Tartışma ve Düzenlemeler

Dijital ortamdaki eserlerin telif haklarının korunması problemine, şifreleme , "metering" ve dijital imza gibi metotlarla teknoloji kendi çözümünü getirirken, internet'in yaygın ve yoğun kullanıldığı gelişmiş ülkelerde hukuki zeminde bu metotlara destek olan yeni düzenlemelere gidilmiş veya bu yönde çalışmalar yapılmaktadır (Acun, 2000; 5-26) . İnternet'in gelişmesi bütün dünyada büyük bir hızla devam ettiği bir sırada problemin bütünüyle çözülmüş olduğu söylenmez. Bu yüzden, söz konusu ülkelerde problem bütün yönleriyle ve taraf olan bütün kesimler (yazarlar ve sanatçılar, yayıncılar ve tabii ki halk) göz önüne alınarak tartışılmaya devam edilmektedir. Bu tartışmalarda gözetilen amaç, muhteva yaratanların yani bilimci, yazar ve sanatçıların ve yazılım tasarımcılarının haklarını koruyarak, internet'in sadece fiziki açıdan (bağlı bulunan bilgisayar sayısı, kullanılan kablonun uzunluğu vb.) değil fakat aynı zamanda yüklü bulunan bilgi açısından da büyümesini, nihai olarak da bilim ve faydalı sanatların gelişmesini temin etmektir.

Bu bölümde, bu alanda gelişmiş ülkelerde özellikle ABD’de yapılan tartışma ve hukuki düzenlemeler ele alınacaktır. Türkiye’de hemen hemen hiç gündeme gelmemiş olmasına rağmen, konu ABD’de internet’in yaygın olarak kullanılmaya başlandığı 1990’lı yıllardan itibaren kütüphaneciler, eğitimciler, yazarlar, bilimciler ve yayıncılar gibi konuya taraf bütün kesimlerce yoğun olarak tartışılmıştır. ABD’de yeni kabul edilen *Digital Millennium Copyright Act* bu tartışmaların bu bir ürünüdür. Bu kanun, ABD’nin önceki telif hakları kanununu internet’i dikkate alarak güncelleştirmektedir. Bu bölümde esas olarak bu kanunun kabul edilmesine giden süreç ele alınacaktır.

İnternet’in yukarıda sıralanan bu özellikleri, internet’te telif hakları konusunda batıda özellikle ABD’de iki farklı görüş ortaya çıkarmıştır (Acun, 2000; 5-26). Birinci görüşe göre, internet’le birlikte basım teknolojisine dayalı telif hakkı rejimleri tamamen geçersiz olmuştur. İkinci görüşe göre ise, telif hakkı rejimi geçerliliğini korumaktadır, değişen bir şey yoktur; bazı değişikliklerle mevcut telif hakları kanunları yeni duruma uyarlanabilir. Bu görüşlerin dayandığı gerekçeler aşağıda kısaca açıklanmıştır.

Azınlıkta olan bir grup entelektüel tarafından benimsenen birinci görüş, internet’in temel bir değişime yol açtığını ileri sürmektedir. Buna göre, basım teknolojisinden kaynaklanan telif hakları ile ilgili yerleşik anlayışlar eskimiştir. Telif hakkının kabul edilip, telif ücreti ödenmesi uygulaması basım teknolojisiyle ortaya çıktı. Elektronik çoğaltma tekniklerinin ortaya çıkmasıyla bu uygulama işlemez duruma geldi. Elektronik yayıncılık, 18. Yüzyıl matbaalarından çok, telif hakkının hiç uygulanmadığı, sözlü iletişime benzemektedir (Pool, 1984; 214). Bu görüşün savunucularından *Electronic Frontier Foundation*’ın kurucularından John Perry Barlow’a göre, elektronik bilgi şaraba benzemektedir, telif hakkı rejimi ise şişeyi korumaktadır. İnternet’te şişe yoktur. Fikirleri fiziki hale getirmeden iletebilme kabiliyeti, korunma sağlanacak sınırları önemli ölçüde belirlemektedir. Telif hakkı rejimi, kitap gibi fiziki olarak tespit edilmiş eserleri korumaktadır. Barlow’a göre dijital çağda "bilgi özgür olmak istemektedir". İnternet bugün erişmiş olduğu

olağanüstü büyüklüğe herhangi bir hukuki düzenleme olmadan gelmiştir; bundan sonra da böyle bir düzenlemeye ihtiyaç yoktur (<http://www.hotwired.com/>).

Amerika'da çoğunlukta olan diğer gruba göre ise mevcut telif hakları rejimi internet için de geçerlidir. Bu görüşe uygun olarak, ABD hükümeti, uygulamanın nasıl yapılacağına rehberlik yapacak bir kanun hazırlanmasına temel teşkil edecek bir rapor hazırlamak üzere Fikri Mülkiyet Çalışma Grubu (FMÇG) oluşturmuştur. Başkanlığını Bruce Lehman'ın yaptığı, 25 kişiden oluşan bu grup tarafından hazırlanan rapor, 1994 ortalarında taslak olarak, 1995 Eylül'ünde ise *White Paper* adıyla yayınlamıştır. 28 Ekim 1998'de kanunlaşan ***Digital Millennium Copyright Act*** esas olarak bu rapora dayalıdır (Acun, 2000; 5-26).

FMÇG raporunu hazırlarken, ABD'nin değişik yerlerinde toplantılar yaparak okuyucular, yayıncılar, kütüphaneciler ve eğitimciler gibi konuyla ilgili herkesten görüş almıştır. Ayrıca, isteyenler posta, faks ve elektronik posta yoluyla görüşlerini bildirmişlerdir.

FÇMG esas olarak şu sorulara cevap bulmaya çalışmıştır: elektronik ortamdaki (dijital) bir çalışma ne zaman sabitleşip eser haline gelmektedir? (ABD telif hakları kanunu, somut bir medyada sabitleştirilmiş özgün ifadeyi korumaktadır.) İçeriğinin elektronik yoldan iletimi yayım demek midir? Ağ ve servis sağlayıcılar taşıyıcı, dağıtıcı ya da yayımcı olarak mı kabul edilmelidir? İzinsiz çoğaltmayı engelleyen şifreleri ve parolaları çözen teknikler geliştirmek, ithal etmek, dağıtmak yasaklanmalı mıdır?

FÇMG bu sorulara cevap arama sürecinde ilgili bütün kesimlerle görüşmüş ve sonuçta özetle şu önerilerde bulunmuştur ;

İletim hakkı: . Buna göre, iletim kopya yapmakla eşdeğerdir; internet'te web sayfalarına her erişimde veya bir bağlantı takip edildiğinde bir kopya yapılmaktadır. Çünkü, web sayfalarına her erişimde o sayfada bulunan bilginin bir kopyası, o sayfanın bulunduğu bilgisayardan kullanıcının bilgisayarına transfer edilmektedir.

Yani, eser çoğaltılmaktadır. Basılı bir kitap almak isteyen kişi, kitabı almadan önce inceleyebilir, sayfalarını karıştırabilir ve belli kısımlarını ayak üstü okuyabilir. Yani, kitabı almadan önce ona bir göz atabilir. Ancak, internet üzerindeki dijital eserlere bir göz atmak bile o eserin iletimini, yani çoğaltılmasını gerektirmektedir.

Telif hakları kanununa göre bir eser, telif hakları sahibinin izni olmadan çoğaltılamaz. Öyle ise, her erişimin yani çoğaltmanın bedeli telif hakkı sahibine ödenmelidir.

Şifre, parola gibi izinsiz erişimi engelleyen tedbirleri aşmaya yarayan teknolojinin yasaklanması: İnternet üzerindeki eserlerin telif hakkı sahipleri, eserlerine izinsiz erişimi, şifreleme, parola vb. tekniklerle engelleyebilirler. Bu koruma engellerini aşmak, telif hakkının ihlalidir. Böyle bir ihlalde kullanılacak her türlü aracın üretimi, ithali ve dağıtımı yasaklanmalıdır. İlk satış doktrininin yalnızca fiziki eserlerle sınırlandırılması. İlk satış doktrinine göre, bir eserin nüshasına sahip olan kişi, onu istediğine satabilir, hibe edebilir ve uygun gördüğü biçimde dağıtabilir. Rapora göre, dijital bir eserin internet üzerinden bir başkasına gönderilmesi, aslı silinse bile, alan kişinin bilgisayarında yeni bir kopya oluşturacaktır. Bu yüzden ilk satış doktrini dijital eserlere uygulanmamalıdır (Acun, 2000; 5-26).

Servis sağlayıcıların potansiyel sorumluluğu. Kullanıcılara ücret karşılığında internet erişimi sağlayan şirketlere internet servis sağlayıcıları (ISS) adı verilmektedir. ISS, sırf kullanıcıların telif hakkına konu olan bilgileri kendi bilgisayar sistemleri üzerinde saklama ve iletmelerinden dolayı sorumlu olmaları söz konusu olabilecektir.

İnternet'te çok sıkı bir telif hakları rejimi öngören raporun bu tavsiyeleri, büyük yayıncı şirketleri memnun etmiştir. Onlara göre, sıkı bir telif hakları rejimi olmaksızın, internet'te erişilmeye degecek bir muhteva geliştirmek zaten mümkün değildir.

Ancak, raporun tavsiyeleri, kütüphaneciler, eğitimciler ve bir kısım hukuk bilimcilerinin eleştirilerine muhatap olmuştur. Onlara göre rapor, "iletim" gibi teknik bir olayı kopya yapmak şeklinde yorumlayarak, büyük yayıncı şirketlerin lehine taraf tutmuş, dürüst kullanım doktrinini yok saymıştır. Yukarıda da açıklandığı üzere dürüst kullanım doktrini, basitçe, telif hakkına konu olan bir eserin bir kısmını, eğitim, bilim ve ticari olmayan kişisel kullanım amacıyla sahibinin izni olmaksızın çoğaltılmasına imkan vermektedir. Dijital eserlerin iletiminin çoğaltma sayılması, pratikte, hem ilk satış doktrininin hem de dürüst kullanım doktrinini yok saymaktadır. ABD telif hakları rejimlerinin asıl amacı, sanılanın aksine, yazarları ve yayıncıları zengin etmek değil, yazar ve mucitlerin, yazı ve icatları üzerindeki haklarını sınırlı bir süre için garanti altına alarak, bilim ve faydalı sanatların gelişmesinin temin etmektir. Dürüst kullanım, telif hakkı denkleminin diğer tarafıdır: halk, fikri mülkiyet ürünlerini okuyabilir, gözden geçirebilir, iktibas yapabilir, bazı kısımlarını eğitimde veya kişisel kullanım amacıyla çoğaltabilir. Dürüst kullanım ilkesi olmadan telif hakkı asıl amacına hizmet edemez. İlk satış ilkesi olmadan da kütüphaneler dijital eserleri ödünç vermezler ve fonksiyonlarını kaybederler (<http://www.dla.ucop.%20edu/~kec/copyright.htm>).

Kütüphaneci, eğitimci ve bazı hukukçu bilim adamlarının bu itirazlarına rağmen Lehman raporunun önerileri uluslararası düzeye de taşınmıştır. 1996 yılı Aralık ayında İsviçre'nin Cenevre şehrinde, *World Intellectual Property Organisation* (WIPO) (Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü) önderliğinde bir diplomatik konferans toplanmış ve 150 ülke tarafından benimsenen iki antlaşma imzalanmıştır. Bu antlaşmalardan ilki *WIPO Copyright Treaty* (Telif Hakları Antlaşması), ikincisi ise *WIPO Performances And Phonograms Treaty*'dir (İcracı, Sanatçı ve Fonogram Antlaşması) . Bu antlaşmaların internet'in sınırları kaldırdığı bir çağda ABD eserlerine gerekli korumayı sağlaması öngörülmüştür.

Bu antlaşmalar, antlaşmaya imza atan bütün ülkelerin telif hakları kanunlarına ve tabii bu arada ABD telif hakları kanununa iki ek yapılmasını gerektirmektedir. Bunlardan birincisi, dijital ortamdaki eserleri korumak ve çevrimiçi lisanslamayı garantilemek için kullanılan şifreleme gibi tekniklerin korsanlar

tarafından kırılması ihtimaline karşı tedbir getirmektedir. Buna göre, böyle bir faaliyette bulunmak kanun dışı olmaktadır. Ayrıca, telif hakkına konu eserleri koruyan şifreleri kırmakta kullanılan araçların üretimi ve satışı da yasaklanmaktadır. WIPO anlaşmalarının gerektirdiği diğer ilave, sahtecilik ve yanlış bilgilendirmenin önlenmesi suretiyle elektronik pazarın dürüstlük ve güvenilirliğinin korunmasını amaçlamaktadır. Bu ek, telif hakkı ihlalini teşvik etmek, buna aracı olmak, mümkün kılmak veya yapılmış bir ihlali gizlemek maksadıyla bir eserin başlığı ve yazarının adı gibi telif hakkı yönetim bilgisini kasıtlı olarak yanlış vermeyi yasaklamaktadır. Bu ek ayrıca, telif hakkı yönetim bilgisini kasıtlı olarak silme veya değiştirmeyi de yasaklamaktadır. Böylece, hem tüketicilerin yanlış bilgilenmeden korunması hem de yazar ve telif hakkı sahiplerinin özel lisans sözleşmelerine korsanlar tarafından müdahalenin önlenmesi hedeflenmiştir. Bu ekler, **Digital Millennium Copyright Act**'in 28 ekim 1998 tarihinde başkan Bill Clinton tarafından onaylanmasıyla resmen kanunlaşmış yürürlüğe girmiştir. Avrupa birliği (AB) de, sözü edilen iki WIPO Antlaşmasının hükümlerinin üye ülkelerde uygulanmasını sağlamak üzere 10 Aralık 1997 de taslak bir direktif hazırlamıştır. Bu direktifte daha sonra değişiklik yapılmıştır (21 Mayıs 1999).

Bu direktifin söz konusu iki versiyonu da, Avrupa birliği komisyon üyelerinin konu hakkındaki yorumları ile birlikte AB web sitesinden alınabilir (<http://europa.eu.int/comm/dg15/en/intprop/intprop/>).

c) Türkiye'de Yapılabilecek Düzenlemelerle İlgili Öneriler

İnternet çağında telif haklarıyla ilgili olarak Türkiye'de yapılabilecek düzenlemeler, aşağıda eğitim boyutu, teknolojik boyut, ve hukuki ve idari boyut olmak üzere üç başlık altında ele alınmıştır. Bu başlıklar altında getirilen öneriler kesin reçeteler değildir. Aksine, konunun çok boyutlu ve karmaşık olduğunu gösterip yapılacak kapsamlı tartışma ve araştırmalara zemin hazırlama amacını gütmektedir. Bu boyutlar birbirleriyle yer yer örtüşmektedir.

Eğitim boyutu: Türkiye'de telif hakları konusunda yaygın bir bilgisizlik ve buna bağlı olarak da yaygın telif hakları ihlallerinin olduğu bir gerçektir. IV. Ulusal

Yayın Kongresi çerçevesinde oluşturulan "Telif Hakları Sorunları" komisyonu, bu durumu göz önüne alarak, telif haklarının üniversitelerin ders programlarında zorunlu ders olarak okutulmasını önermiştir (Kınacıoğlu vd., 1998; 19). Bu öneri hakli bir gerekçeye dayanmakla birlikte, oldukça abartılıdır. Telif hakları konusunda bağımsız bir ders yerine, konunun, YÖK tarafından Türkiye'deki üniversitelerde, bütün bölümlerde zorunlu olarak okutulması planlanan bilgi teknolojisi dersi kapsamında öğretilmesi daha gerçekçi olacaktır. Böylece öğrenciler, internet ve telif haklarını aynı ders kapsamında öğrenmiş olacaklar, bu da yan ürün olarak, internet'in mevcut telif hakları rejimleri açısından ortaya çıkardığı problemleri yakından tanıyanların sayısını arttıracaktır. Bu da, potansiyel olarak çözüm üzerinde düşünenlerin sayısının artması demektir. Aslında, telif hakları konusundan bahsetmeyen bir enformatik dersi (bilginin toplanması, sınıflanması, depolanması, işlenmesi, iletimi ve kullanımı için gerekli sistemleri inceleyen, teknolojiyle ilgili uygulamalar ve araştırmalar yapılan bir bilim dalı) . zaten eksik olacaktır.

Bu arada, toplumun telif hakları konusunda bilgilendirilmesi ile ilgili olarak bilim ve sanatla ilgili meslek birliklerine ve yazar kuruluşlarına da büyük görev düşmektedir. Bu bakımdan aktif bir kuruluş, kısaca İLESAM olarak bilinen Türkiye İlim ve Edebiyat Eseri Sahipleri Meslek Birliği'dir. İLESAM, Hacettepe Üniversitesi ile işbirliği yaparak bir web sitesi hazırlatmıştır. Bu web sitesinde (<http://www.ilesam.hacettepe.edu.tr>) telif hakları ile ilgili Türkçe mevzuat ve araştırmalar yanında, bu alanda internet üzerindeki diğer yayınlara bağlantılar bulunmaktadır. Benzeri çalışmaların diğer yazar kuruluşlarınca da yapılması konunun toplumda yaygın eğitime katkı yapacaktır.

İLESAM örneğinde de görüldüğü üzere, telif hakları konusunda düşük maliyette yaygın eğitim verilebilecek ve genelde kamu oyunu bilgilendirmede kullanılabilen en iyi araçlardan biri de internet'in kendisidir. Ancak, bu aracın etkili olabilmesi, yaygın ve güçlü bir internet alt yapısına bağlıdır. Bu konu aşağıda teknolojik boyut adı altında ele alınmaktadır (Acun, 2000; 5-26).

Teknolojik boyut: İnternet alt yapısının bütün Türkiye’de yaygınlaştırılıp, erişim maliyetinin şimdi olduğundan daha aşağıya çekilmesi gerekmektedir. Bu da doğaldır ki kamu ve özel sektörün her ikisinin katkılarıyla daha kısa sürede gerçekleştirilebilir. Buradan, bu iki sektörün rekabetçi bir ortamda var olabilmesi için gerekli düzenlemelerin vakit geçirmeden yapılması gerektiği açık olarak ortaya çıkmaktadır. İnternet alt yapısının yaygınlaştırılması konusunda ULAKNET başarılı bir örnektir. ULAKNET’in katkısıyla bir yıl gibi görece olarak kısa bir süre içinde Türkiye’deki üniversitelerin hemen tamamı bir omurga üzerinden birbirlerine ve internet’e bağlanmıştır. Ancak ne yazık ki, üniversitelerin kendi yerel ağlarını tam olarak oluşturamamış olmaları yüzünden ULAKNET’ten yeterince faydalanamadıkları görülmektedir (Acun, 2000; 5-26). Bunun bir örneği, Hacettepe Üniversitesidir. Bilgisayarlaşma konusunda bir politika ve plan yokluğundan bu üniversitedeki pek çok bölüm ve enstitü hâlâ kampus ağına bağlı değildir. Bağlı olanların önemli bir kısmı da bunu tamamen kendi çabalarıyla gerçekleştirmişlerdir; öğretim elemanlarının kendi aralarında para toplayıp, özel olarak buldukları teknisyenlere kablo çektirerek kampus ağına ve dolayısıyla internet’e bağlanabilmişlerdir.

YÖK’ün zamanla gözden geçirilmek kaydıyla üniversiteler için standart bir bilgi işlem alt yapısı belirlemesi ve üniversiteleri bu standardın altında kalmamaları konusunda denetlemesi, bazı üniversitelerde bu konuda görülen vizyonsuzluk ve hatta ihmale çare olabilir.

Hukuki ve idari boyut. Kesin çizgilerle ayırmak güç olmakla birlikte, internet muhtevasının gelişmesinin temelinde iki farklı motivasyonun yattığını söylemek mümkündür. Bir, kar etme isteği; iki, paylaşma ve öğrenme isteği. Türkiye’de internet’le ilgili hukuki ve idari düzenlemeler yapılırken bu iki motivasyon da göz önünde bulundurulmalıdır. Tıpkı Amerika’da yapıldığı gibi, bir önceki bölümde sözü edilen iki WIPO antlaşmasına Türkiye’nin de taraf olarak FSEK’in bu antlaşmalar uyarınca güncelleştirilmesi, elektronik pazarın dürüstlük ve güvenilirliğini sağlayacaktır.

Buna göre,

- Dijital ortamdaki eserlere erişimi kontrol etmek için kullanılan şifreleme gibi tekniklerin korsanlar tarafından aşılması faaliyetini;
- Şifreleme gibi koruyucu teknikleri aşmada kullanılan araçların üretimi ve satışını; ve
- Telif hakkı ihlalini teşvik etmek, buna aracı olmak, mümkün kılmak veya yapılmış bir ihlali gizlemek maksadıyla telif hakkı yönetim bilgisini kasıtlı olarak yanlış vermeyi, silme veya değiştirmeyi engelleyen hükümler FSEK'e eklenmelidir.

Böylece yatırımcılar, telif hakları sahipleri, korsanların müdahalesinden korunmuş olarak, özel lisans sözleşmeleri yoluyla, yaptıkları yatırımın karşılığını alabileceklerdir. Bu da sonuç olarak internet muhtevasına ticari yatırımı teşvik edecektir.

Hukuki alandaki bu düzenlemeyi destekleyici bir düzenleme internet'te yapılan yayımlar için uygun tescil mekanizmalarının kurulmasıdır. Bu mekanizmalarla özgün eserlerin diğerlerinden ayırt edilerek, telif hakları ihlallerinin saptanması sağlanabilir. Tescil mekanizmaları, ifade özgürlüğünü engellemek için bilim ve sanatla ilgili meslek birliklerince onaylanacak uzmanlar tarafından oluşturulmalıdır (Küçük vd. 1998; 77).

Hukuki ve idari alandaki bu düzenlemeler yapılırken öğrenme ve paylaşma amaçları da mutlaka göz önüne alınmalıdır. Unutulmamalıdır ki, internet içeriğinin önemli bir kısmı tamamen paylaşma ve değişim motivasyonu ile bireyler, gönüllü kuruluşlar ve öğrenmeyi teşvik amacıyla hareket eden üniversiteler, kütüphaneler, müzeler, arşivler gibi kurumlar tarafından geliştirilmiş ve geliştirilmeye devam edilmektedir.

Bu açıdan, özellikle, Türkçe'nin ve tarihi ve kültürel mirasın korunmasına ve geliştirilmesine ve/veya Türkiye'nin dünya tanıtılmasına katkı yapacak veri tabanlarının oluşturulup ücretsiz olarak web üzerinden kullanıma sunmayı

hedefleyen projelere mali destek sağlanması, bu tür kaynakları gönüllü olarak hazırlayan veya katkıda bulunan akademik personelin çalışmalarının akademik yükseltmelerde değerlendirmeye alınması yerinde olacaktır. Serbestçe ve kolayca erişilebilen faydalı bilgi kaynaklarının varlığı internet kullanımının yaygınlaşmasını sağlayacağı tartışmasıdır.

Son olarak, internet üst kurulu'nun "Türkiye’de internet'in altyapıdan başlayarak tüm boyutları ile kısa, orta ve uzun vadeli hedeflerini belirlemek, bu hedeflere erişmek için gerekli stratejik ve taktik ulusal kararların alınması ve uygulanması sürecinde danışmanlık görevini yürütmek, uygulamada gözlenen aksaklıkları belirlemek ve giderilmesi için öneriler oluşturmak, konu ile ilgili birimler arasında eşgüdüm sağlamak, gelişme, yaygınlaştırma, hizmet üretimi konularında düzenleyici öneriler oluşturmak ve uluslararası gelişmeleri yakından izleyerek ülke çıkarlarını korumak." olarak belirlenen amaçlarının kulağa hoş gelen söylemler olmaktan çıkartılıp bütünüyle gerçekleştirilebilmesi için bu kurulda mutlaka internet'in sosyal, kültürel ve hukuki boyutları üzerinde çalışan uzmanlara ve bilim ve sanatla ilgili meslek birlikleri ve yazar kuruluşlarının temsilcilerine de yer verilmelidir (Acun, 2000; 5-26).

d) Bilgi ve İletişim Teknolojileri Temel Amaçları, İlke ve Politikaları

· Dünyada ekonomik ve toplumsal açıdan kilit bir nitelik kazanan bilgi ve iletişim teknolojileri alanlarında hızlı bir gelişme sağlanması amaçlanacaktır. Bu doğrultuda, bilgi ve iletişim teknolojilerinde rekabet gücünün arttırılmasına, hukuki ve kurumsal yapının geliştirilmesine, insan gücünün eğitime ve Ar-Ge’ye önem verilecektir. Yazılım sektörü desteklenecek, hizmet içerik ve donanımın gelişmesini sağlayacak koşullar hazırlanacaktır.

· Ulusal bilgi altyapısı geliştirilerek bilgiye erişim kolaylaştırılacaktır. İnternete erişim kapasitesi uluslararası gelişmelerin gerektirdiği düzeye yükseltilecek, elektronik ticareti geliştirmek ve bilgi güvenliğini sağlamak için uluslararası kural ve standartlar çerçevesinde hukuki ve kurumsal düzenlemeler yapılacaktır.

· Telekomünikasyon hizmet yeteneğinin küresel düzeyde geliştirilmesi amaçlanacaktır. Sektörün düzenlenmesinde, Avrupa birliği ve dünya ticaret örgütü ile yapılan anlaşmalar ve ülke taahhütleri dikkate alınarak, kullanıcıların makul ücretlerle telekomünikasyon hizmetleri ve altyapısından yararlanması temin edilecek, saydamlık ve eşitlik ilkeleri çerçevesinde tüketici hakları korunacak ve sektörde etkin bir rekabet ortamı sağlanacaktır.

B. ELEKTRONİK TİCARETİN GELİŞMEKTE OLAN ÜLKELERE ETKİLERİ VE TÜRKİYE

Bilginin iktisadi açıdan öneminin artması, konuyla ilgili olarak yapılan akademik çalışmaların çoğalmasına ve ilgi görmesine neden olmaktadır. Teorik ve ampirik çalışmalarda bilginin elde edilmesi, yayılması ve iktisadi gelişmeyi etkilemesi gibi konulara sıklıkla yer verilmektedir. Nitelikli (bilgili) işgücü olarak tanımlanan beşeri sermaye konusundaki çalışmaların yaklaşık elli yıldır sürdürülmesine rağmen ilgili çalışmalar son on yılda farklı ve yeni alanlara da kaymış bulunmaktadır. Bu alanlardan bazıları “bilgi ekonomisi”, “yeni ekonomi”, “dijital ekonomi” veya “elektronik ticaret”tir.

Bilişim teknolojilerindeki hızlı ve büyük gelişme, iktisadi ve sosyal yaşamı derinden etkilemektedir. Açık ağ üzerinde potansiyel üretici, tedarikçi, kullanıcı ve tüketicilerin bir araya getirilmesi ekonomik iletişimi ve faaliyetleri elektronik ortama taşımaktadır. Geleneksel ticarettten farklı gelişen bu yapıda, şimdilik bazı mal ve hizmetlerin maliyetlerinde kayda değer düşüşler gözlenmekte, yeni meslekler oluşurken bazıları önemini yitirmekte, tüketici tatmini ön plana çıkmakta ve piyasaların şeffaflaşması ise serbest piyasa imkanlarının oluşmasını sağlamaktadır. Bu gelişmelere paralel olarak rekabetin küreselleşmesi işletmeleri bilgiye, bilgili personele ve bilgi teknolojilerine daha fazla yatırım yapmaya zorlamaktadır. Çünkü rekabet etmenin en önemli koşulları bilgi temelinde oluşmaktadır.

Elektronik ticaretin yaygınlaşması uluslar arası ticaret, istihdam, eğitim, kültür ve sosyal yaşam gibi alanları da etkilemekte, hızlı ve tahmin edilmesi güç yenilikler ortaya çıkmaktadır. Gelişmekte olan ülkeler için bazı yararı ve sakıncaları da sağlayan bu gelişmeler aynı zamanda gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin belkemiği olan küçük ve orta ölçekli işletmelere de yeni imkanlar tanımaktadır. Bilişim teknolojilerinin gelişmesi ve ucuzlaması bu işletmelere küresel düzeyde iş yapabilme olanakları sunmaktadır. Türkiye için konu bu açıdan önem taşımaktadır. Sınırlı kaynaklarda iktisadi gelişmesini tamamlamaya çalışan Türkiye, bu olanakları en iyi ölçüde değerlendirerek küresel pazarda kendine iyi bir yer edinebilir.

Öncelikle bilgi ve bilgi yoğun sektörlerin önemi ele alınacak daha sonra ise elektronik ticaretin tanımı yapılarak türlerine yer verilecektir. Üçüncü bölümde elektronik ticaretin yapısı ve geleceği ile ilgili yaklaşımlar bazı veriler çerçevesinde değerlendirilecektir. Dördüncü bölümde ise elektronik ticaretin gelişmekte olan ülkelerdeki ekonomik ve sosyal etkilerine yer verilecek ve son bölümde elektronik ticaretin Türkiye'deki durumu incelenecektir.

1. Bilgi ve Bilgi Yoğun Sektörlerin Artan Önemi

Bilgi ve bilgi teknolojisinin yaşadığımız çağa adını vermesindeki temel etken, bilginin zenginlik kaynağı olmasıdır. Bilgi ve bilgi teknolojilerine yapılan yatırımlar, uzun dönemde ülkelerin büyümesine olumlu etkiler sağlamaktadır. Bilgi yaratma sürecinin en önemli özelliği taşma etkileri olarak ifade edilen yan etkileridir. Bilgi yalnız girdi olarak kullanıldığı alanı değil, başka alanları da etkilemekte verimliliği artırmada sınırsız bir süreç sağlayabilmektedir. Ancak bu sürecin devamı, bilginin ve bilgili insanın yani beşeri sermayenin mobilitesine bağlıdır (Arrow, 2000; 18). İletişim teknolojisindeki gelişmeler ve iş piyasalarının küreselleşmesi bu mobilitiyi sağlamada oldukça etkili olmaktadır.

Gelişmiş ülkelerin son yıllardaki ekonomik ve sosyal göstergeleri, bilginin ve bilgi teknolojilerinin ekonomik ve sosyal yaşamı derinden etkilediğini ve stratejik bir üretim faktörü haline geldiğini açıkça göstermektedir. Özellikle ABD'nin son on yılda sergilediği ekonomik büyümenin, önemli ölçüde yüksek ve orta düzey teknoloji, iletişim hizmetleri, finans -sigorta hizmetleri ve kamusal sosyal ve bireysel hizmetlerden oluşan bilgi yoğun sektörlerden kaynaklandığı tespit edilmiştir. Nitekim, 1990'ların sonu itibarıyla ABD'de üretilen toplam katma değer yaklaşık yarısı bilgi yoğun sektörlerden sağlanmıştır. Bu oran, Japonya ve AB'de ise % 30'lar civarındadır (UNICE Kıyaslama Raporu, 2001; 9). Buna paralel olarak ABD'nin ileri teknoloji sanayilerinin toplam imalat içerisindeki payı 1970'de % 18.2 iken 1994'de % 24.2'ye, OECD ülkelerinin toplam ihracatlarında ileri teknoloji ürünlerinin payı 1970'lerde % 15-18 arasında iken 1990'lı yılların başlarında % 25 düzeyine çıkmıştır

(Candice, 1998; 88-89). Bu göstergeler, bilgi yoğun sektörlerin ekonomik gelişme üzerindeki olumlu etkilerinin artma trendinde olduğunu göstermektedir.

İstihdam konusundaki gelişmeler de aynı trendi göstermektedir. Nitelikli iş gücünün veya beyaz yakalılarının diğerlerine göre istihdam edilme olanakları daha fazla olmakta, işsizlik oranları daha düşük seviyede gerçekleşmektedir. Nitekim, ABD’de 1970 yılında orta öğretim ve altında eğitim alanların işsiz kalma oranları % 4.6 iken lise eğitimi ve üzerinde eğitim alanların işsiz kalma oranları % 2.5 düzeyinde gerçekleşmiş, 1990 yılında ise bu oranlar, sırasıyla % 8.5 ve % 3.8 olarak gerçekleşmiştir. İki grubun oranı 2.01’den 2.24’e çıkmıştır. Aynı oranlar Fransa için 1979 yılında % 4.6 ve % 3.3 iken 1990 yılında % 10.7 ve % 5.6 olarak gerçekleşmiş, aradaki oran ise 1.39’dan 1.92’ye çıkmıştır (Martin, 1994; 25). Bu rakamlardan anlaşılacağı üzere eğitim düzeyi yükseldikçe işsiz kalma riski eğitim düzeyi düşük olanlara göre daha az olmakta, aradaki fark ise açılmaktadır.

Şirket satın almalarda bilginin ekonomik bir değer olarak göz önünde tutulması bilginin önemini vurgulayan başka bir örnektir. Aslında, şirket birleşmelerinde veya şirket satın almalarda, satın alınan şirkete piyasa değerinin çok üzerinde ödeme yapıldığı görülmektedir. Piyasa değerinden daha fazla ödeme yapmaktaki amaç, yeni bilgiyi kendi bilgi birikimlerine eklemekten bekledikleri kazançtır. Buna en iyi örnek, 1995 yılında IBM’in LOTUS’u defter değeri olan 250 milyon USD’in ondört katı olan 3,5 milyar USD’a satın almasıdır (Davenport, 1998; 87). IBM’in fazladan ödediği 3,25 milyar USD, LOTUS’un yazılım programları hakkındaki özel bilgilere ne kadar önem verdiğini göstermektedir.

2. Elektronik Ticaretin Tanımı ve Türleri

Elektronik ticaret yeni bir kavram olmasına karşın, çoğunlukla geleneksel ticaretin ilkelerinden faydalanmaktadır. Dolayısıyla elektronik ticaret geleneksel ticaretin alternatifi değildir. Ancak ticaretin geleneksel yapıdan ve usullerden giderek uzaklaştığı, elektronik ortama taşındığı ve yeni ilke ve esaslar getirdiği de unutulmamalıdır. Elektronik ticaretle geleneksel ticaret arasındaki en önemli farkın piyasalarının genişliği konusunda olduğu ifade edilebilir. Bilgisayar teknolojilerinin ve internet kullanımının arttığı günümüzde, elektronik ticaret küresel pazara daha

kolay hitap edebilmekte, dolayısıyla pazar potansiyeli geleneksel ticarete göre daha büyük olmaktadır.

Elektronik ticaret kavramının tanımlanması konusunda farklı yaklaşımların olması, kolaylıkla tanımlanmasını zorlaştırmaktadır. Bu zorluğun temelinde elektronik ticaretin sınırlarının tespit edilmesindeki yetersizlik yatmaktadır. Bu yetersizliğe ek olarak özellikle iletişim teknolojilerindeki hızlı değişimin elektronik ticaretle ilgili yeni imkanlar getirmesi yapılan tanımların zamanla eksik kalması gibi bir sonucu da doğurmaktadır. Bu nedenlerle elektronik ticaretle ilgili farklı yaklaşımlar söz konusu olmaktadır.

Elektronik ticaret çerçevesinde yaşanan gelişmeler sonucunda, bir çok ülke, global örgüt ve kuruluş, bu konuya ilgi duymakta ve çeşitli yönleriyle ilgili olarak araştırmalar yapmaktadır. Her kurum, konuyu ilgi alanları ışığında ele almakta ve tanımını da buna göre yapmaktadır. Dünya Ticaret Örgütü (WTO), İktisadi İşbirliği Ve Çalışma Örgütü (OECD), Birleşmiş Milletler Ticaret Ve Kalkınma Konferansı (UNCTAD), Dünya Bankası (WB) ve Uluslar Arası Ticaret Merkezi (ITC) gibi kurumlar elektronik ticaret konusuna ilgi duyan ve bu alanda çalışmalar yapan global kuruluşların başında gelmektedir. Bunlara ek olarak ülkelerin ticaretle ilgili ulusal kurumları ve uluslar arası ticari birlikler de bu konuyu yakından incelemekte ve üyelerine altyapı imkanları sağlamaya çalışmaktadırlar.

Elektronik ticaretin tanımı üzerinde tam bir görüş birliğine varılmış olmasa da genel olarak tanımın dar ve geniş anlamda olmak üzere iki yaklaşımdan hareket edilerek yapıldığını söyleyebiliriz. Elektronik ticaretin en dar tanımı; internet gibi açık ağlar üzerinden tüketicilere yönelik olarak ticari işlem ve ödemelerin yapılmasıdır. Bu tanıma sadece tüketicilere yönelik mal ve hizmet satımı ve buna karşılık olarak yapılan ödeme girmektedir. Dar anlamdaki tanım biraz genişletilerek firmalar arasında yapılan işlemler de tanıma dahil edilebilir. Ancak, hangi işlemlerin ticari, hangi işlemlerin ticari dışı olduğu konusunda bir netlik olduğunu tam olarak söyleyememekteyiz. Örneğin kamunun sunduğu eğitim ve benzeri hizmetlerin ticari bir işlem olarak kabul edilip edilmeyeceği tartışılabilir.

Elektronik ticaretin geniş anlamda tanımı ise; iş, yönetim ve tüketim faaliyetlerinin yürütülmesi için yapılanmış ve yapılanmamış iş bilgilerinin, üreticiler, tüketiciler, kamu kurumları ve diğer kurumlar arasında elektronik araçlar üzerinden paylaşılmasıdır. Bu tanımdan hareketle, direk olarak ticari bir sonucu olmayan ancak buna altyapı imkanları sağlayan tüm işlemler elektronik ticaretin kapsamı içerisine girmektedir. Dolayısıyla sadece ticari boyutu olmayan, örneğin kamu kurumlarının elektronik ortamdaki faaliyetleri ayrıca işletmelerin satış, pazarlama ve ödeme dışındaki elektronik ortamdaki diğer faaliyetleri bu tanımın içerisinde yer almaktadır. Bu tanımda yer alan elektronik araçların neler olduğu konusunu değerlendirmek gerekirse, internet araçlarını, telefon, faks ve diğer dijital araçları, kredi kartları, elektronik veri alışverişi gibi bir çok aracı bu tanımın kapsamı içine almak gerekmektedir.

Elektronik ticaret geniş anlamda ele alındığında dört kategoride yapıldığı tespit edilmektedir (Bozkurt, 2000; 65):

- 1-Firmadan firmaya elektronik ticaret,
- 2-Firmadan tüketiciye elektronik ticaret,
- 3-Firmadan yönetime elektronik ticaret,
- 4-Tüketiciden yönetime elektronik ticaret.

Elektronik ticaret bu dört türle yapılmaktadır ancak, her türün aynı gelişmeye ve hacme sahip olduğunu söylemek mümkün değildir. Özellikle firmadan firmaya elektronik ticaret toplam elektronik ticaretin yaklaşık % 75'ini oluşturmakta ve önemli bir gelişme trendi izlemektedir. 1997 yılında 12 milyar USD'lık internet temelli satışların 7 milyarını firmadan firmaya, 5 milyarını firmadan tüketiciye satışlar oluştururken bu rakamlar 1998'de 22 ve 12 milyar USD, 1999'da 47 ve 22 milyar USD, 2000'de 97 ve 37 milyar USD, 2001'de 176 ve 59 milyar USD ve 2003'de ise 338 ve 94 milyar USD olarak tahmin edilmektedir (Bozkurt, 1998; 66). Bu rakamlardan anlaşılacağı üzere firmadan firmaya elektronik ticaretin daha fazla artacağı tahmin edilmektedir (Bozkurt, 1998; 66).

Firmadan yönetime ve tüketiciden yönetime elektronik ticaretin llmesi oldukça güç olduğundan bu konuda elimizde her hangi bir veri bulunmamaktadır. Ancak tüketicilerin elektronik ticaret yapmalar yapmalar alış-veriş tercihlerinin belirlenmesinde internet ortamından faydalanıldığı bir gerçektir. Özellikle ABD’de tüketiciler tercih yaparken önemli oranda web sitelerinden faydalandığı bilinmektedir. Bu nedenle 3. ve 4. kategoride yürütülen hizmetler ilk iki kategoriye destekleyen bir altyapı ortamı sağlamaktadır. Ancak bu kategorilerin ticari kabul edilip edilemeyeceğinin de tartışmalı olduğu gözden uzak tutulmamalıdır.

3. Elektronik Ticaretin Yapısı ve Geleceği

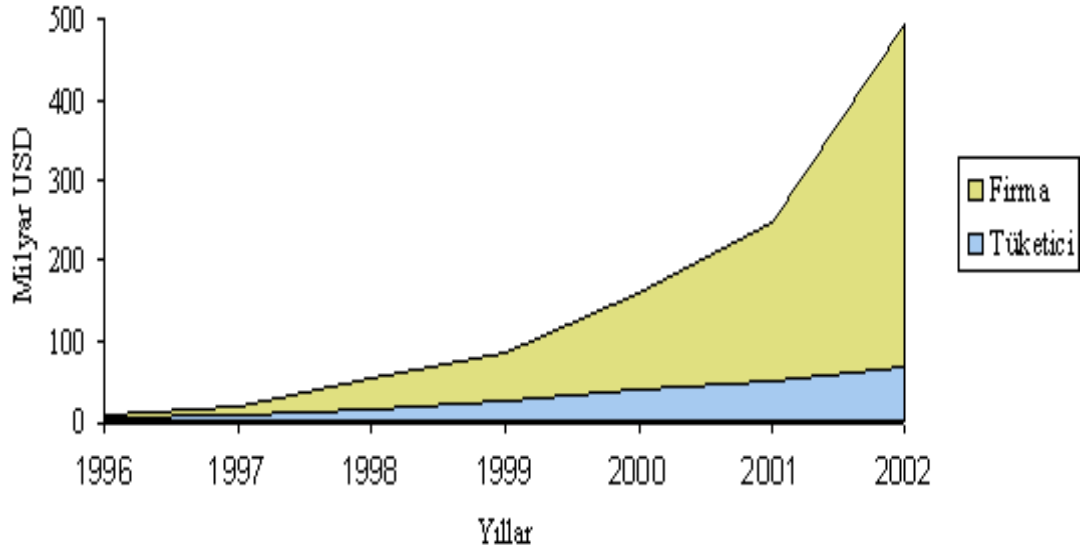
Elektronik ticaretle ilgili yapılan çalışmaların neredeyse tamamında, önümüzdeki yıllarda elektronik ticaretin büyük bir patlama göstereceği vurgulanmaktadır. Bunun en önemli nedeni kısa bir geçmişi olmasına rağmen elektronik ticaretin büyük bir gelişme göstermesidir. Sonuç olarak bu rakamlar tahmini olduğundan güvenilirliği konusunda şüpheli yaklaşılmalıdır.

İnternet zerinden Satış Ciroları Tahminleri(Milyar \$)

Yıl	İşletmeden - Son Kullanıcıya	Toplam İnternet Satışları
2002	180	590
2003	220	900
2004	300	1400

Kaynak: şubat 2000, OECD

şekil 8-a: İnternet zerinden Satış Ciroları Tahminleri(Milyar \$)



Şekil 8-b: Elektronik Ticaretin Gelişen Trendi

Kaynak: **Our Competitive Future: Building The Knowledge Driven Economy**, UK, Department of Trade And Industry Publishing, London, 1998, s.5, 1998. (www.dti.gov.uk)

ACNielsen'in Ekim 2005 araştırması'na göre 627 milyondan fazla kişinin bugüne kadar internet üzerinden alışveriş yaptığı bildiriliyor. İnternet üzerinden yapılan alışverişlerde,

- 212 milyonun üzerinde kişi kitap
- 135 milyonun üzerinde kişi DVD ve/veya video oyunları
- 135 milyona yakın kişi uçak rezervasyonu
- 128 milyondan fazla kişi giyim/aksesuar/ayakkabı gibi ürünleri
- 112 milyondan fazla kişi müzik indirme ve/veya CD
- 106 milyon kişi elektronik aletler (fotoğraf makineleri, vb)
- 98 milyona yakın kişi bilgisayar donanım elemanları, ve
- 86 milyondan fazla kişi otel ve/veya tur rezervasyonu

satın aldığı bildirilmiş bulunuyor (<http://www.acnielsen.com/news/european/tr/newsmain.htm>).

Genel olarak elektronik ticaretle ilgili çalışmalarda, elektronik ticaretin önümüzdeki yıllardaki gelişme trendi Şekil-8'deki gibi olduğu düşünülmektedir. Bu çalışmalara göre elektronik ticaretin gelişme trendi 2000 yılından başlamak üzere hızlı bir artış göstermekte ve bu artış tüketicilerden çok firmalardan kaynaklanmaktadır.

Elektronik ticaretin gelişimine yönelik yapılan çalışmaların önemli bir bölümü resmi devlet istatistiklerinden değil pazar araştırması yapan veya elektronik ticaretle uğraşan firmalardan elde edilmektedir. Ülkelerin konuyla ilgili istatistiki çalışmaları henüz tam olarak yapılmadığından, elektronik ticaretin büyüklüğü ve diğer göstergeleri bazılarınca fazla iyimser bulunmaktadır. Dolayısıyla elektronik ticaretin tanımından da kaynaklanan bazı problemlerden dolayı gelecek yıllara ait öngörülerin kuşkuyla karşılanması gerektiğini ifade etmek yerinde olacaktır. Aynı zamanda firmadan firmaya yapılan elektronik ticaret, her iki taraf için ayrı ayrı rakamlara yansımakta ve mükerrerlik söz konusu olabilmektedir. Dolayısıyla sanal ortamda yapılan ticaretin boyutları da sanal büyüklüklerle ifade edilebilmektedir.

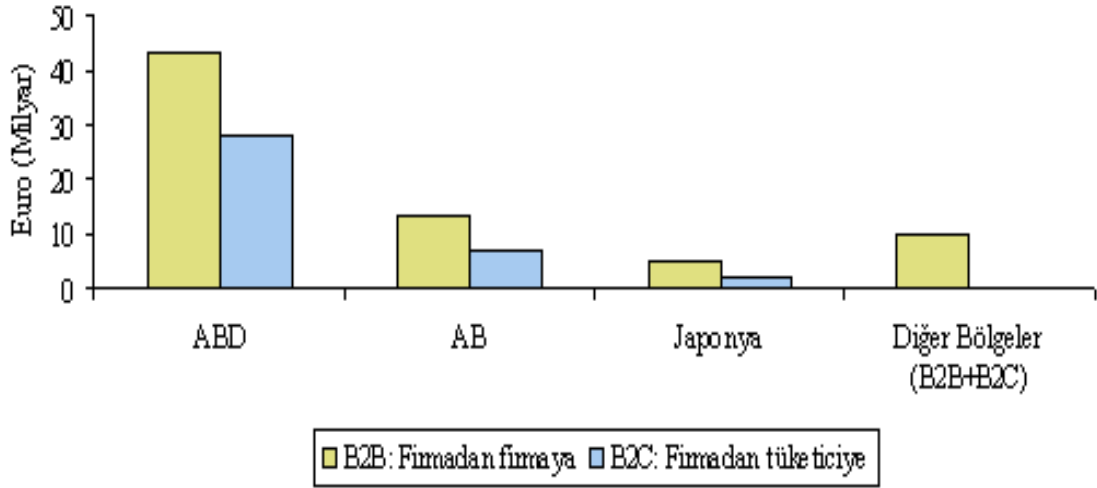
Elektronik ticaret, internet kullanımının ucuzlaması, yaygınlaşması ve kredi kartlarının kullanımının artması, bankacılık sistemindeki yenilikler ve benzeri gelişmeler neticesinde artış trendini sürdürmektedir. Her ne kadar, elektronik ticaretin toplam ticaret içerisindeki payı henüz % 10 seviyesine bile ulaşmamışsa da özellikle bazı sektörlerde önemli paylara ulaşmakta ve geleneksel ticaret yöntemlerinin terk edilmesi gibi bir sonuç doğurmaktadır. Buradan elektronik ticaretin her sektörde aynı oranda gelişim göstermediği ifade edilebilir. Zira, elektronik ticaret özellikle dijital ortamda sunulabilen mal ve hizmetlerle ilgili olarak daha fazla gelişim göstermektedir. Yazılım, bilgisayar, müzik, kitap ve eğlence sektörleri elektronik ticaretin en önemli paya sahip olduğu alanlardır. Bunun dışında gezi, hediye, giyim, yatırım, elektronik malzemeler ve otomobil-otomobil aksesuarları da elektronik ticaretin yapıldığı bazı önemli sektörlerdir. Bu sektörlerin müşteri sayısı itibarıyla oranları tablo 11'de gösterilmektedir.

Tablo 11: Elektronik Ticarete Tercih Edilen Ürün Ve Hizmetlerin Dağılımı (1997-1998)

Madde	Müşteri sayısı (milyon)	Oran (%)
Yazılım	26.0	38.8
Kitap	13.0	19.7
Bilgisayar	10.1	15.1
Gezi	7.5	11.2
Müzik	6.8	10.2
Gıda/hediye	6.5	9.7
Giyim	6.2	9.2
Yatırım	4.2	6.3
Elektronik malzemeler	3.0	4.5
Otomobil ve aksesuarları	2.3	3.5

Kaynak: Keser, Aşkın, “Küreselleşen Dünyanın Yeni Gerçeği:Elektronik Ticaret”
Derleyen: Veysel Bozkurt, Alfa Yayınları, İstanbul, 2000, s.114-241.

Elektronik ticaretin sektörler arasındaki dağılımının eşit olarak gelişmemesine paralel olarak ülkeler arasında da farklı oranlarda tercih edildiği görülmektedir. Forrester Research Inc.’in, halen internet aracılığıyla e-ticaret faaliyeti içerisinde bulunan 63 ABD firması üzerinde yaptığı bir araştırmanın sonuçlarına göre; 1997 yılında toplam ticaret içinde % 15 olan e-ticaret uygulamaları oranının, 2000 yılında 2,8 kat artarak % 42 seviyesine yükselmesi beklenmektedir (İnce, 1999; 6). Bu rakamlar ABD’nde elektronik ticaretin geleneksel ticaret aleyhine hızla geliştiğini göstermektedir ancak aynı gelişme diğer gelişmiş ülkelerde farklı oranlarda gerçekleşmektedir.



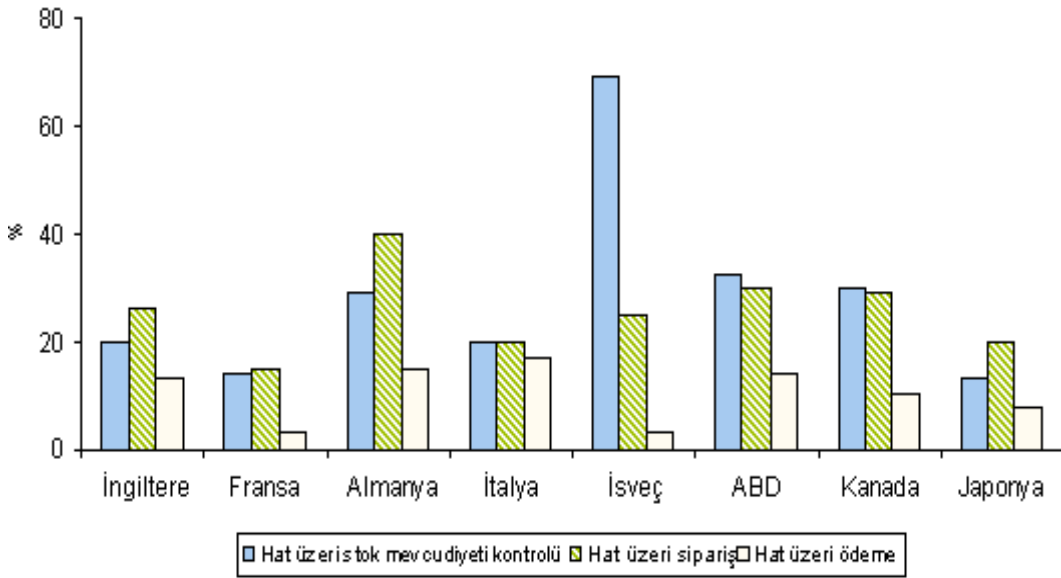
Şekil 9: Belli Başlı Bölgelerde Elektronik Ticaret

Kaynak: UNICE Kıyaslama Raporu 2001, Yenilenen Ekonomi, Mess Yayını, No:357, İstanbul, 2001, S.13

Şekil 9'ten görülebileceği gibi ABD'nde toplam elektronik ticaret yaklaşık 70 milyar EURO iken bu rakam AB ülkelerinde 20 milyar EURO ve Japonya'da ise 10 milyar EURO civarında gerçekleşmiştir. Diğer bölgelerde ise toplam olarak 15 milyar EURO'nun altındadır.

Ülkelerin elektronik ticaretten aldıkları pay, şüphesiz bu alana yaptıkları yatırımlarla paralel olarak gelişme göstermektedir. Bu açıdan bakıldığında ABD dışındaki gelişmiş ülkelerin bu alandaki yatırımlara geç başladıkları söylenebilir. Elektronik ticaret konusunda öncülüğü ABD'nin yaptığı düşünülürse, alınan paylar açısından ABD'nin oldukça yüksek durumda olması şaşılabilecek bir sonuç olmasa gerekir. ABD'nde elektronik ticareti iten en önemli faktörün teknolojik gelişme olması, diğer gelişmiş ülkelerin özellikle de Avrupa ülkelerinde ise elektronik ticaretin tüketici taleple yanlı olması bu durumu açıklamada etkili olan diğer bir görüştür. Elektronik ticarete ABD'nin beşte dört gibi bir paya, Avrupa ülkelerinin % 10 ve Asya ülkelerinin % 5'lik bir paya sahip olması, ABD'nde elektronik ticareti mal ve hizmet arzının yaratmasından kaynaklanmaktadır (Kepenek, 2000; 27).

Avrupa ülkelerinde tüketici talebi nedeniyle bir gelişmenin yaşanması, firmadan müşteriye yapılan elektronik ticaretin imkanlarını artırmaktadır. Şekil 10'dan bu durum açıkça anlaşılmaktadır. Bazı Avrupa ülkelerinde hat üzerinde stok kontrolü, hat üzeri sipariş ve ödeme imkanları ABD'ne oldukça yakın hatta bazılarında ABD'nin üzerinde gözükmektedir. Ayrıca, her ülke için hat üzerinden ödeme yapabilme oranları, hat üzeri sipariş ve stok kontrolü yapabilme oranlarının altındadır. İsveç ve Almanya dışındaki ülkelerin hat üzeri stok kontrolü ve sipariş verebilme oranları nispeten birbirine yakındır.

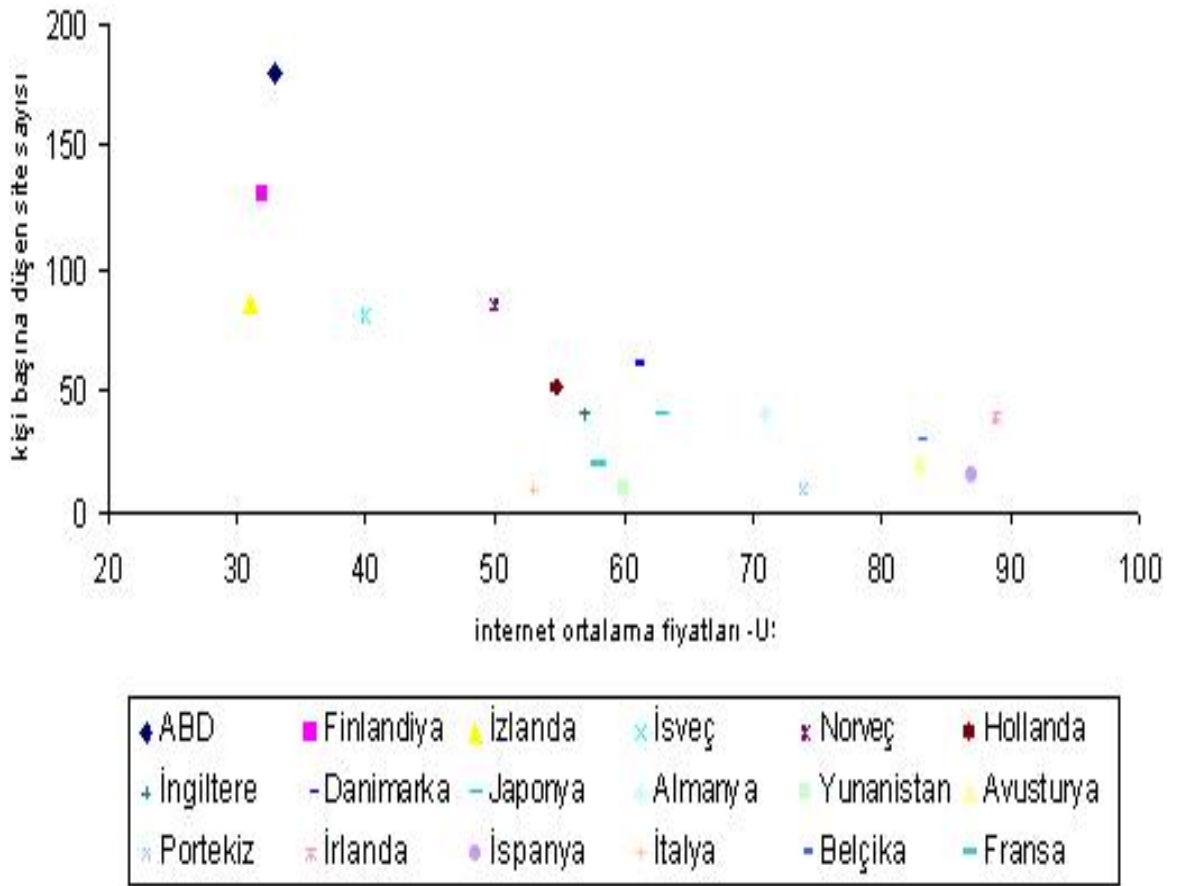


Şekil 10: Ülkelerde Hat Üzerinde Stok Kontrolü, Hat Üzeri Sipariş, Ödeme İmkanlar

Kaynak: UNICE Kıyaslama Benchmarking Raporu 2001, Yenilenen Ekonomi, Mess Yayını, No:357, İstanbul, 2001, S.15.

ABD'nin elektronik ticaretten daha fazla pay almasının diğer önemli bir nedeni ise yapılan işlemlerin büyüklüğü ile ilgilidir. Firmadan tüketiciye yapılan işlemlerin ortalama değeri ABD'ne 90 USD olarak gerçekleşirken bu rakam 12 AB ülkesi için yaklaşık 10 USD, Japonya için 18 USD düzeyinde olmaktadır (UNICE Kıyaslama Raporu, 2001;14). Buradan ABD'nin elektronik ticarete konu olan mal hizmetlerin değerinin diğer ülkelerden çok daha yüksek olduğu sonucunu rahatlıkla ulaşabiliriz.

ABD'nin elektronik ticaretin gelişmesi ile ilgili olarak dikkat edilmesi gereken diğer bir nokta ise internete erişim maliyetlerinin ucuz ve web site sayısının diğer ülkelere göre daha fazla olmasıdır. Nitekim en düşük erişim maliyetlerine sahip ülkeler arasında ABD ön sıralardadır ve 1995-2000 yılları arasında 20 saatlik internet erişim maliyeti (USD satın alma gücü paritesine göre) 33 USD civarındadır. Bu rakam, Almanya'da 70 USD, Belçika'da 83 ve İspanya'da 87 USD dolayındadır. Bin kişiye düşen internet site sayısı ise mart 2000 rakamlarına göre ABD'nde yaklaşık 180, en yakın takipçisi Finlandiya'da 140, İzlanda, İsveç ve Norveç'te 90, Hollanda, Danimarka, İngiltere, Fransa, Japonya, Almanya, Belçika Avusturya, İrlanda, İspanya, Portekiz, İtalya, Yunanistan'da ise 50 ve altındadır. Bu durum, şekil 11'den kolaylıkla izlenmektedir.



Şekil 11: İnternet Erişim Maliyetleri ve İnternet Sitelerinin Yaygınlığı 1995-2

Kaynak: UNICE Kıyaslama Raporu 2001, Yenilenen Ekonomi, Mess Yayını, No:357, İstanbul, 2001, S.15.

ABD'nin elektronik ticaretten aldığı pay diğer ülkelere göre oldukça yüksek olmasına karşılık önümüzdeki dönemde Avrupa ülkelerinin ve Japonya'nın payının artacağı tahmin edilmektedir. Avrupa ülkeleri elektronik ticaret konusundaki yatırımları artırmakta ve 2-3 yıllık dönemde elektronik ticaretten önemli getiriler beklemektedirler. Bu gelişmeye paralel olarak son yıllarda Avrupa'da elektronik ticaretin toplam perakende ticaret içerisindeki payı % 5'ten % 15'e yükselmiştir. 2003 yılında Avrupa'da elektronik ticaret hacminin 18.9 milyar USD'a çıkacağı beklenmektedir (Keser, 2000; 112). Yapılan bir diğer araştırmaya göre ise İngiltere'de şirketlerin % 38'i, önümüzdeki birkaç yılda toplam cirolarının % 20'sinden fazlasını elektronik ticaretin oluşturacağı beklentisi içerisinde oldukları (UNICE Kıyaslama Raporu, 2001;15).

4. Elektronik Ticaretin Gelişmekte Olan Ünelere Etkileri

Elektronik ticaret, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelere paralel olarak ülkelerin ekonomik ve sosyal yapılarını etkilemektedir. Ulusal pazarların sınırları, özellikle elektronik ticarete elverişli sektörlerde küreselleşmektedir. Dinamik ve sürekli büyüyen bir yapıya sahip bu pazarlarda, bilgisayar ve internet kullanım oranlarının yükselmesiyle birlikte elektronik ortamdaki tüketici sayısının da artması işletmeleri, elektronik ticaretten pay alma konusunda yeni yaklaşımlara zorlamaktadır. İnternetin ulaştığı tüm ülkelerdeki birey ve firmalar müşteri veya satıcı konumuna gelmekte, ticari işlemler fiziki çevreden soyutlanarak sanal ortama taşınmaktadır. Piyasaların, müşterileri ve satıcıların elektronik ortamlarda fiziki sınırları aşarak bir araya gelmesi, pazarın büyüklüğünü artırmakta ve elektronik ticaret için uygun ortamlar yaratmaktadır.

Pazar büyüklüğünün artmasıyla birlikte rekabetin unsurları da değişmekte, işletmelerin rekabet stratejilerini yeniden gözden geçirmeleri gerekmektedir. Bazen rakip firmalarla işbirliği yapma zorunluluğu söz konusu olmakta, bazen de farklı sektörlerde faaliyet sürdüren firmalar sanal ortamda rakip olabilmektedir. Elektronik

ticaret pazarına girmenin maliyetinin düşük olması, her an yeni rakiplerle karşı karşıya gelinmesi ihtimalini güçlendirmektedir.

Elektronik ticaretin gelişmesi sonucunda ortaya çıkan etkiler, ülkelerin gelişmiş ya da gelişmekte olma konumundan bağımsız olarak tümünü yakından ilgilendirmektedir. Ancak bu etkilerin her ülke için aynı sonucu doğurması şüphesiz mümkün değildir. Ülkenin içinde bulunduğu şartlara bağlı olarak, elektronik ticaretin olumlu ve olumsuz etkilerinden bahsetmek mümkündür. Ancak bu olumlu veya olumsuz etkileri kesin olarak tespit etmek de oldukça zor gözükmektedir. Zira, konuyla ilgili verilerin önemli bir bölümü tahmine dayalıdır. Aynı zamanda elektronik ticaretin çok kısa bir geçmişinin olması konuyla ilgili fikir yürütmeyi zorlaştırmaktadır. Bunlara rağmen, elektronik ticaretin tanımı, gelişimi, eldeki veriler ve tahminler ışığında elektronik ticaretin gelişmekte olan ülkelere etkileri tespit edilmeye çalışılacaktır.

İnternetin yaygınlaşması ve ucuzlaması, gelişmekte olan ülkelerin elde edilmesi güç ve değerli bilgileri sağlamada önemli bir zaman ve maliyet tasarrufu getirmektedir. İnternetin diğer iletişim araçlarına göre daha hızlı ve ucuz olması, gelişmekte olan ülke firmalarının daha kolay rekabet ortamı elde etme imkanlarını artırmaktadır. Elektronik ticaret, yeni kurulmuş veya sermayesi küçük olan firmalarla büyük şirketlere aynı avantajları sağlar. Dolayısıyla firmalar arasında fırsat eşitliği sağlanarak optimum kaynak dağılımı elde edilebilecektir. Gelişmekte olan ülkelerin kaynak ve kaynak dağılımı konusunda sorunlar yaşadığı dikkate alınır, firmalar ve dolayısıyla gelişmekte olan ülke ekonomilerinde, verimliliğin artırılması mümkün olabilecektir. Piyasalarda şeffaflığın sağlanması, piyasalara giriş fırsatlarının artırılması, fikri ve sınai hakların korunması ve benzeri koşulların sağlanması, elektronik ticaret sayesinde gelişmekte olan ülkelere daha kıt olan beşeri, doğal ve fiziki kaynakların etkin şekilde kullanımını artıracaktır.

Esnek üretim imkanları nedeniyle kaynakların etkin kullanımının sağlanması açısından büyük öneme sahip KOBİ'lerin elektronik ticaret sayesinde ülke ekonomilerine daha büyük katkılar sağlaması mümkündür. Elektronik ticaretin KOBİ'ler tarafından benimsenmesi, yeni ve uzak pazarlara girişi kolaylaştıracağı

gibi bu işletmelerin güçlenmesini de sağlayabilir. Ancak, gelişmekte olan ülkelerde bazı altyapı eksiklikleri nedeniyle umulan sonuçların elde edilemediği bilinmektedir. KOBİ'lerin bir çoğu interneti sadece e-posta ve reklam amaçlı kullanmakta ileri aşamalara geçme noktasında yetersiz kalmaktadırlar (Gülcan, 2000; 10). Firmaların boyutları küçüldükçe, elektronik ticaretin temeli olan internet kullanımının da gerilediğine tanık olunmaktadır (Bozkurt, 1999; 114-241).

Elektronik ticaretin kaynak dağılımında etkinliği ve verimliliği artırması, üretim maliyetlerinin düşmesiyle de sağlanabilir. Firmaların müşteri ve diğer firmalarla olan ticari ilişkilerinde elektronik ticaretin maliyet azaltıcı bir etkisi olduğu gözlenmektedir. Özellikle müşterilere yönelik satışların aracı veya komisyoncular aracılığıyla yapıldığı sektörlerde, fiyatlarda düşme olduğu gözlenmektedir. Aşağıdaki tablo, uçak bileti, banka işlemi ve bilgisayar yazılım maliyetlerini geleneksel ve elektronik ticaret açısından karşılaştırmaktadır. Bu tabloya göre, her üç işlemin de maliyeti geleneksel ticarete göre daha düşük olmaktadır.

Şekil 12: Geleneksel ve Elektronik Ticaretin Maliyet Yönünden Karşılaştırılması

	Uçak Bileti	Banka İşlemi	Bilgisayar Yazılımı
Geleneksel Ticaret	8.0	1.08	18.00
Elektronik Ticaret	1.0	0.13	0.20-0.50
Kazanç (%)	87.5	87.9	99-97

Kaynak: İnce, Murat, “ Elektronik Ticaret: Gelişme Yolundaki Ülkeler İçin İmkânlar ve Politikalar,” DPT Raporu, Mart 1999, S.18.’den OECD

Elektronik ticaretin maliyetleri düşürerek fiyatlarda düşmeye neden olmasının bir diğer nedeni de stok maliyetinin yüksek olduğu sektörlerdir. Kısa sürede bozulabilecek mamuller, elektronik ortamda denetlenerek daha az stokla çalışma imkanı sağlamakta ve buna bağlı maliyetleri ortadan kaldırmaktadır.

Firmaların elektronik ticaret nedeniyle maliyetlerindeki azalmalar, diğer firmaları da etkilemektedir. Diğer firmalara girdi sağlayan işletmelerin maliyet azalışları, bu firmaların maliyetlerini de dolaylı olarak düşürmektedir. Böylelikle ekonominin tümü için genel bir maliyet azalışı söz konusu olabilmektedir. Ancak bu etkiyi sınırlayan bir çok faktörün de olduğu gözden uzak tutulmamalıdır. Özellikle komisyoncuların ortadan kalkmasıyla meydana gelen maliyet düşüşleri belirli bir noktadan sonra durmaktadır (Kepenek, 2000; 34).

Elektronik ticaretin geniş anlamdaki tanımından hareketle, kamu yönetimlerinin vatandaş ve firmalarla olan mali ilişkilerinde ve enformasyon sağlamada zaman ve maliyet tasarrufları da sağlanabilmektedir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerdeki bürokratik yapının hantal oluşu ve prosedürlerin zaman alması nedeniyle ortaya çıkacak kayıpların önüne geçilmesi için imkanlar sağlanabilir. Yeni bir şirket kurma, vergileri ödeme, ruhsat alma, yıllık hesapları görme, enformasyon sağlama, e-posta kanalıyla soru sorma ve form doldurma gibi işlemler internet üzerinden yapıldığında verilen hizmetlerin kalitesinin artmasıyla birlikte bir çok getiri elde etmek mümkün görülmektedir. Buna ek olarak yeni oluşturulacak bürokratik mekanizmaların internet üzerinden faaliyet yürütmesi, kuruluş maliyetini önemli ölçüde azalabilecektir. Ayrıca, kamu hizmet ve ihalelerin elektronik ortama taşınmasıyla sağlanacak şeffaflık sayesinde de gelişmekte olan ülkelerin en önemli problemlerinden biri olan yolsuzlukların azalması mümkün olabilecektir.

Ancak bir çok gelişmiş ülkenin bile kamu hizmetlerinin internet üzerinden sağlanması konusunda yavaş ilerlemeler göstermesi gelişmekte olan ülkelerin bu imkanları değerlendirilmesinde güçlükler olacağını göstermektedir. Gelişmekte olan ülkelerdeki bilgi teknolojileri ve internet alt yapısının tam olarak kurulamaması, internetin hızının düşük fakat fiyatının yüksek olması (<http://www.isoc.org/oti/articles/0401/rao.html>) ve nitelikli eleman bulma zorlukları

ve benzeri engeller, elde edilebilecek getirilerin sınırlı olması sonucunu doğurmaktadır. İnternet servis sağlayıcılarının kullandığı hatların çoğunlukla devlet kuruluşlarından ya da tekellerden kiralanması, fiyatların suni olarak yükseltilmesi ve bazı hizmetlerin verilmesinin engellenmesi gibi sonuçlar ortaya çıkarmaktadır (Clinton-Gore, 2000; 31). Bu zorluklara ek olarak gelişmekte olan ülkelerdeki mevcut hükümetlerin genellikle özgürlük ve demokratikleşme konusundaki olumsuz tavırlarını da belirtmekte fayda vardır. Siyasi ve ideolojik nedenlerle internet imkanlarının kısıtlanması, elektronik ticaretten beklenen faydaların tam olarak elde edilmesini engelleyebilmektedir.

Nispeten liberal politikalar izleyen bazı gelişmekte olan ülkelerde internet konusunda hızlı gelişmelerin olduğu bilinmektedir. Hong Kong, Singapur, Kore, Malezya, Filipinler, Tayvan'da internet kullanımı konusunda büyük gelişmeler yaşanmaktadır. Güney doğu Asya ve doğu Asya'da önümüzdeki yıllarda internet kullanımında büyük gelişmeler beklenmektedir (Ekin, 1998; 144).

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, ekonomik yapıda hizmetler sektörünün önemini artırmakta ve emek piyasalarında yapı değişikliklerini ortaya çıkarmaktadır. Bu değişim sonucunda, bilgi ve iletişim teknolojileri ve hizmetler sektörü lehine gelişmeler olmakta, diğer istihdam alanlarında daralmalar meydana gelebilmektedir. Düşük ve orta düzeyde eğitim alanların işsizlik oranlarındaki yükselme olurken, nitelikli ve yüksek eğitim almış olanların istihdam olanakları artmaktadır. Elektronik ticaretin gelişmesi de aynı sonuçları ortaya çıkaracak etkenler yaratmaktadır. İş gücünün niteliği ve sektörel açıdan görülen bu gelişmeler tüm ekonomileri etkilemekle birlikte, gelişmekte olan ülkeler için daha olumsuz sonuçlar doğuracağı söylenebilir.

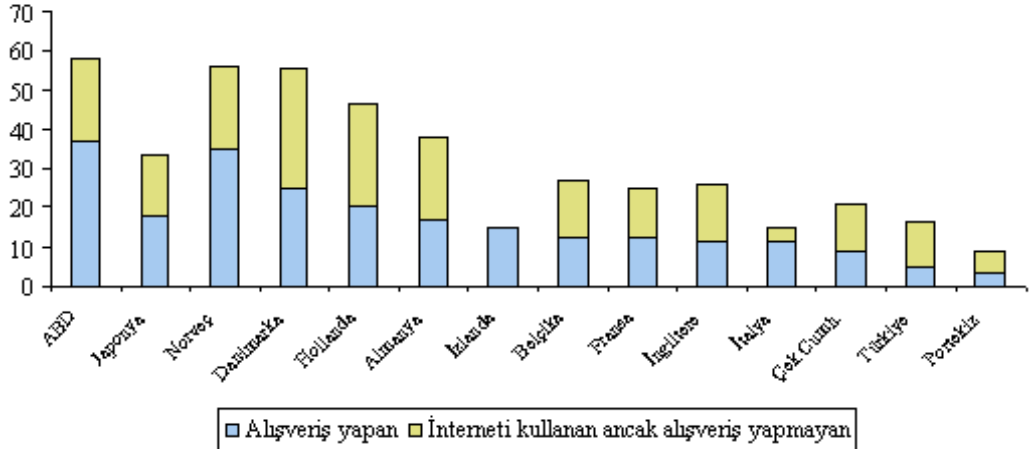
Elektronik ticaretin gelişmesi nitelikli, bilgi ve iletişim teknolojileri alanında yüksek eğitim almış iş gücüne olan ihtiyacın artmasına neden olmaktadır. Gelişmiş ülkelerde elektronik ticaretin önemli bir büyüklüğe ulaşması, gelişmekte olan ülkelerdeki nitelikli personelin bu ülkelere göç etmesine neden olabilir. Nitekim, göç kabul eden ülkelerin hemen hemen tamamında bilgi ve iletişim teknolojilerinde yüksek eğitim almış kişilere öncelik tanınmaktadır. Bir çok ülkede işsizlik problemi

varken enformasyon teknolojilerinde 600 bin civarında işgücü açığı vardır ve bu mevcut işgücü açığının yaklaşık % 75'i ABD, Almanya, Kanada ve İngiltere'de görülmektedir (Bozkurt, 1999; 75). Bu durumda, gelişmekte olan ülkelerin gereksinim duyduğu nitelikli işgücünün yurt dışına gitmesi dolayısıyla nispeten kıt olan kaynakların verimli kullanılamaması ve stratejik sektörlerde nitelikli işgücü açığının artması söz konusu olabilecektir. Elektronik ticaretin gelişmesiyle kısa vadede ortaya çıkabilecek global işsizlik ise elektronik ticaretin dolaylı etkileri nedeniyle orta ve uzun vadede daha fazla iş imkanları yaratmasıyla telafi edilebilecektir.

Elektronik ticaretten en önemli payı ABD, Kanada ve bazı AB ülkeleri almaktadır. Elektronik ticaretin gelişmekte olan ülkeler aleyhine genişlemesi, zaten kıt olan döviz kaynaklarının gelişmiş ülkelere yönelmesine ve dış açıklarının artmasına neden olabilir. Dolayısıyla küresel pazardan en fazla pay alan ülkeler, dış ticaret açısından daha olumlu gelişmeler sağlayabilir.

5. Elektronik Ticaret ve Türkiye

Genç bir nüfus yapısına sahip Türkiye'de, son yıllarda internet kullanımında görülen artış elektronik ticaretin gelişmesi için önemli bir altyapı oluşturmaktadır. Kişisel bilgisayar sahipliğinin artmasıyla birlikte "internet cafe" olarak isimlendirilen ve toplu internet hizmeti veren kuruluşların artması, bazı kamu ve özel kurumların internet üzerinden hizmet verme girişimlerin çoğalması, bireylerin elektronik ticarete olan ilgisini artırmıştır. İnternet kullanımı bakımından bazı Avrupa ülkelerinin önünde yer alan Türkiye, elektronik ticaret konusunda daha alt sıralarda yer almaktadır. İnternet kullanımında, Portekiz, Slovakya, Polonya ve İtalya'dan önce gelen Türkiye, İspanya ve Çek Cumhuriyeti ile yakın oranlara sahiptir. Elektronik ticarete ise sadece Portekiz'in önünde ve Slovakya ile aynı orana sahiptir. Bu durum şekil 13'de gösterilmektedir.



Şekil 13: İnternet Kullanımı

Kaynak: UNICE Kıyaslama Raporu 2001, Yenilenen Ekonomi, Mess Yayını, No:357, İstanbul, 2001, S.30.

Türkiye’de elektronik ticaretin öncülüğünün finans sektörü yapmaktadır. Neredeyse tüm finans kuruluşları internet üzerinden hizmet verebilmektedirler. Bankalar, menkul kıymet ve yatırım kuruluşları, müşterilerin mevduat ve yatırımlarını sanal ortamdan yönetme imkanları sağlamaktadırlar. 1997 yılında internet bankacılığının işlem hacmi 1.2 milyar USD iken bu rakamın 2001’de 5 milyar USD’a çıkacağı tahmin edilmektedir (Keser, 2000; 39). Bunun dışında değişik sektörlerdeki bir çok kuruluş, değişik oranlarda elektronik ticaret araçlarını kullanmaktadır. Ancak bu kullanım genellikle reklam amaçlı olmakta, firmaların e-posta imkanlarını bile tam olarak kullanamadığı görülmektedir.

Türkiye’deki kamu kurumlarının önemli bir bölümü de, internet üzerinden hizmet verme konusunda önemli ölçüde yol almışlardır. Pasaport için müracaat etmeden, trafik cezalarını öğrenme ve ödemeye, istatistik ve yayınlara ulaşmaya kadar farklı hizmetler verilmektedir.

Kamu ve özel sektörlerdeki bu gelişmelere rağmen nitelikli işgücü yetersizliği, internet hızının çok yavaş olması, dijital telefon hatlarının her yere ulaşamaması, internet kullanım ücretlerinin yüksek olması, internet servis sağlayıcılarının kaliteli hizmet verememesi, kargo hizmetlerinin güvenli olmaması, internet yoluyla kredi kartı kullanımının yaygın olmaması en önemlisi de elektronik ticaret alanında hukuksal altyapının oluşturulamaması elektronik ticaretin gelişmesi önündeki engellerden bazılarıdır. Ayrıca, internette kullanılan dilin ağırlıklı olarak İngilizce olması da yabancı kuruluşlarla olan bağlantısı zayıflatmaktadır.

Elektronik ticaretin yeni bir kavram olması, boyutunun ve gelişme trendinin tam olarak bilinmemesi ekonomik etkilerini tespit etmeyi zorlaştırmaktadır. Bu zorluğa rağmen, elektronik ticaretin önümüzdeki dönemde hızla yayılacağı, öncelikle bazı sektörlerde geleneksel ticareti saf dışı bırakacağı, iktisadi ve sosyal yaşamı derinden etkileyeceği gerçeğe yakın bir tahmin olarak değerlendirilebilir.

Elektronik ticaret, gelişmekte olan ülkelerde makro ve mikro ekonomik birimler açısından kaynakların daha verimli kullanılmasını sağlayacak fırsatlar sunan bir gelişmedir. Gelişmekte olan ülkelerin bu fırsatları değerlendirmesi, elektronik ticaretin önündeki yasal ve kurumsal engellerin kaldırılmasına ve teşvik edilmesine bağlıdır. ABD başta olmak üzere gelişmiş ülkeler, elektronik ticarete gelişmekte olan ülkelere bir kaç adım öndedir ve bu üstünlüklerini sürdürme eğilimindedirler. Dolayısıyla gelişmekte olan ülkeleri her konuda olduğu gibi zorlu bir yarış beklemektedir.

Türkiye, elektronik ticaret konusunda Avrupa ülkeleri ortalamasına yakın bir gelişme göstermektedir ve bir çok gelişmekte olan ülkeye göre avantajlı konumdadır. Ancak, elektronik ticaretin Türkiye’de hala önemli bir büyüklüğe ulaşamaması ve kayıtlarının düzenli tutulamaması olası etkilerini tespit etmeyi zorlaştırmaktadır.

Günümüzde yaşanan küreselleşme tartışmaları ekonomik, siyasal, kültürel ve sosyal bir çok açılımları beraberinde getirmektedir. Bu tartışmalar ile ön plana çıkan en önemli kavram "rekabet olgusu" dur. Rekabet, günümüzdeki değişim paradigmasını net bir şekilde ifade eden kavramdır. Son on yılda dünya ekonomisine bakıldığında global sermayenin ağırlığının hissedildiğini söylemek

mümkündür. Diğer yandan bu gelişmelere paralel olarak çokuluslu şirketlerin hızla çoğalması da küresel ekonominin varlığını ve gücünü teyit etmektedir. Küresel ekonomi tartışmalarına bağlı olarak gelişen; rekabetin bir başka enstrümanı olarak elektronik ticaret tüm dünyada hızla yayılmaktadır; ki bu kavram aynı zamanda rekabetin değişen yüzünü de ifade etmektedir. Bu kavram günümüzde sıkça telaffuz edilmekte olan kavramdır.

Elektronik ticaret genel olarak, mal alım ve satımının elektronik ortamda gerçekleştirildiği bir süreci ifade etmektedir. (Laudon-Laudon, 1998) Dünya Ticaret Örgütü'nce, "Mal ve hizmetlerin üretim, reklam, satış ve dağıtımlarının telekomünikasyon ağları üzerinden yapılması." (<http://www.rtasarim.com/eticaret.asp?id=2>) olarak tanımlanan elektronik ticaret; dijital ekonomi ve dijital para gibi yepyeni kavramları da beraberinde getirmektedir. İngiltere başbakanı Tony Blair'in ifadesiyle elektronik ticaret; yeni yüzyılın yeni ticaret anlayışını ifade etmekle birlikte; tarım ekonomisiyle başlayan faaliyetlerden hızla sanayi üretime geçen ekonomik faaliyetlerin günümüzde bilgi tabanlı üretime geçişinin bir işaretidir (Blair, Masters Of The Wired World). Günümüzde elektronik ticaret'in dünya üzerinde global bir harekete dönüşümünü teşvik eden üç unsur göze çarpmaktadır.

1. Elektronik ticaret; ticari anlaşmaların ve ekonomik büyümenin gerçekleşmesini özendirici önemli bir role sahiptir,
2. Elektronik ticaret, işletmeler arasında ölçek farkı gözetmeksizin rekabet şansını dengelemektedir,
3. Global düzeyde koordine edilmeyen ve düzenlenmeyen faaliyetler hızlı bilgi ve ticaretin gelişmesinde engel teşkil edecektir ki, bu yönüyle elektronik ticaret'in gelişmesi kaçınılmaz bir süreçtir.

Tüketici gruplarına hızla ulaşmada etkin bir yöntem olarak ele alınmakta olan elektronik ticaret, başarılı bir pazarlama stratejisi olarak da görülmektedir. Gerek tüketicilere gerekse işletmelere sağladığı birçok avantaj, elektronik ticaretin gelişmesinde etkili olan bir faktördür. İşlem maliyetlerinde azalma, müşteri hizmetlerinde hız ve kalitenin artması, küresel hareketi temsil etmesi, yeni ürün ve

hizmet yaratabilme yeteneğindeki hızlı yükseliş elektronik ticaret'in ilk olarak akla gelen yararlarını işaret etmektedir. Diğer yandan elektronik ticaret'in "toplumsal katkısı" göz ardı edilmemelidir; "Elektronik ticaretle birlikte doğrudan alım-satım söz konusu olmaktadır. Bu gibi araçların ortadan kalkması ise satış maliyetlerini düşürmekte ve tüketiciler açısından olduğu kadar, kaynakların etkin kullanımı açısından da olumlu bir gelişme yaşanmaktadır. Bu sayede kaynakların daha verimli kullanılması ve böylece toplumun refahının artırılması mümkün olmaktadır." (Seyidoğlu, 1999; 540).

Elektronik ticaret günümüzde hızla gelişirken, gelişim hızını etkileyen bir takım unsurları da görmek mümkündür. Özellikle güvenlik ve kişisel bilgi verme ekseninde yoğunlaşan eleştiriler elektronik ticaret'in önündeki en önemli engellerdir. Elektronik ticaret'in internet üzerinden yapılan alışverişlerde, ödemelerin kredi kartı vasıtasıyla yapılması bu sisteme güven duyulmasını engellemiştir. Kişiler, hem kişisel bilgilerine karşı bir saldırının olabileceğini hem de gizli şifrelerinin kırılıp kredi kartları üzerinde bir takım işlemlerin yapılması riskine dayanarak elektronik ortamda alışveriş yapmaktan kaçmaktadırlar, hatta bu nedenle internette alışverişe çıkan müşterilerin büyük bir çoğunluğu işlemlerini tamamlamaktan vazgeçmektedirler. Bu konuda İnternet Grup ve Net Effect tarafından yapılan araştırmaların sonuçları ilginç ve dikkat çekicidir: "İnternet üzerinden alışverişe çıkan müşterilerin ancak 1/3 ü alışverişini tamamlamaktadır. Dolayısıyla, alışverişe başlayan müşterilerin %67'si malı satın almaktan vazgeçerek, alışverişe son vermişlerdir." (Electronic Commerce, Commerce Reports, 2000)

İşlemler sırasında korsanların saldırılarından korkma, ürünü görememe, şirketlerin tanınmamış olması ve ürünün kaybolma riski gibi nedenler elektronik ticaret'e olan ilgiyi azaltan diğer unsurlardır (Milliyet Gazetesi, 29.07.1999). Güvenlik kaygısının elektronik ticaret'in önünde önemli bir engel teşkil etmesi, işletmeleri arayışlara itmiş ve bu yönde birtakım gelişmelerin gerçekleşmesini sağlamıştır. Kısaca SET (Secure Electronic Transaction) olarak belirtilen güvenlik sistemi bu yönde atılan önemli bir adım ve önemli bir gelişmedir. Müşterilerin kredi kartı özel bilgilerinin internet ortamında başkaları tarafından görüntülenmesini

engelleyen bu yöntem, elektronik ticaret'e olan güvensizliği ortadan kaldırmakla birlikte; elektronik ticaret'e ilginin artmasını da sağlayacaktır.

Sonuç olarak; teknolojik gelişmelerin desteklediği ve yönlendirdiği ticari faaliyetler, elektronik ticaret'in gelişmesine imkan tanımıştır. Teknolojik gelişmelerle birlikte, telekomünikasyon sistemlerinin kullanımındaki artış, elektronik ticaretin gelişmesini sağlayan etkidir. Maliyetin düşük olması, işletmelerin elektronik ticaret uygulamalarına yoğun ilgi göstermesine yol açmakta, büyük işletmelerin ölçek ekonomisine dayanan rekabet avantajları elektronik ticaret'le ortadan kalkmaktadır. Bu kriterler, rekabetin çehresinin değiştiğini göstermektedir. "elektronik ticaret"le birlikte küresel ekonominin gelişmesi rekabetin özellikle yönü ve şekli değişime uğramıştır. İçinde bulunduğumuz yeni yüzyılda bu değişimin çok daha ciddi boyutlara ulaşacağı tahmin edilmektedir. Yeni yüzyılın işletmelerinin, belirtilen trende ayak uyduran ve rekabetin değişen yüzünü kavrayabilen işletmeler olacağı tartışmasız bir gerçektir. Bu yönüyle elektronik ticaret, günümüzde rekabetin değişen yüzünü ifade eden bir fenomendir.

6. Yeni Ekonomi ve Elektronik Ticaret

Bilginin makinelere uygulanarak sağlanan verimlilik artışları sanayi devrimini ortaya çıkarmış; bilginin bilgiye uygulanışı ve bilginin diğer üretim faktörlerini ikame etme özelliği; bilgiyi, en önemli üretim faktörü haline getirerek günümüzdeki bilgi devrimini ortaya çıkarmıştır. Şüphesiz ki, yaşadığımız bilgi çağı yeni iş yapma şekillerini, hızı, performansı, kesintisiz hizmeti ve kaliteyi de beraberinde getirmektedir. İnternet; kamusal hizmetlerden, kurumlar arası ticarete; kurum içi bilgi alışverişinden garaj satışlarına kadar her alanda, bu çağın isteklerine en uygun araç olarak ortaya çıkmıştır.

Mal ve hizmet ticaretinin; telefon, televizyon ve faks gibi araçlar aracılığıyla elektronik ortama taşınması; kurumların iş yapma modellerinde derin bir değişiklik yaşatmamıştır. Ancak internet, veri ve bilgi paylaşımı miktarını ve hızını artırması,

24 saat açık olması, sınırsız bir pazar sunması ve rekabeti arttırması nedeniyle hem kurumlara yeni fırsatlar sunmuş, hem de kurumların kendi içlerinde bu iş yapma şekline uygun yapısal değişikliklere yol açmıştır. Ve tüm bu gelişmeler, ekonomiyi de yeniden şekillendirmiştir.

Elektronik ticaret; kurumları, bireyleri ve devleti hantal yapısından uzaklaştırarak sürekli hareket halinde olmaya zorlamakta ve rekabetin temelini değiştirmektedir. Eskiden çok sayıda müşteriye sahip olabilen sadece büyük ölçekli işletmeler iken; bu yeni iş yapma biçimiyle artık küçük işletmeler de dünyanın dört bir yanından çok sayıda müşteriye ulaşabilmektedir. İşleri yürütmenin ekonomik yapısı o kadar değişmektedir ki; dünyanın neresinde olursa olsun bir müşteriye daha hizmet vermenin marjinal maliyeti önemsiz kalmaktadır.

Bu çalışmada; dinleyiciye sanal dünyanın aktörleri ortaya konulmaya çalışılarak; elektronik ticaretin taraflarına, taraflar arasındaki ilişkilere; kullanıcılara, ekonomiyeye ve istihdama etkilerine değinilmiş; istatistikler ve örnekler yardımıyla elektronik ticaretin fırsatları ile belirsiz tehlikeleri için bir altyapı oluşturulmak istenmiştir.

Sanayi toplumunun altyapısı, teknolojik açıdan 18. Yüzyılda İngiltere’de buhar makinesi ile, ekonomik açıdan Adam Smith’in ulusların zenginliği adlı eseri ile, politik açıdan ise Fransız devrimi ile oluşturulmuştur. Bu dönemde dünya ekonomisi, üretimini; sınırlı ve tükenilebilir olan hammadde kaynaklarıyla gerçekleştirmekteydi. II. Dünya savaşından sonra, kullanılan hammadde kaynaklarının sınırlı ve tükenilebilir olması ve zaman zaman bu kaynakları üretenlerden oluşan sorunların petrol krizi gibi büyük krizler doğurması, ekonomik aktörleri yeni arayışlara yönlendirdi. Ve işte bu noktada “bilgi” gündeme geldi. Bilgi; hammadde, emek, sermaye gibi girdilere olan ihtiyacı azalttığı için, ekonominin temel kaynağı haline gelerek her alanda hızla kullanılmaya başlandı.

Tarıma dayalı geleneksel toplumdan sanayi toplumuna geçiş 100 yılı aşkın bir zaman almış olmasına rağmen, sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş daha kısa sürede gerçekleşmiştir. Radyonun 60 milyon insana ulaşması 30 yıl, televizyonun aynı sayıda insana ulaşması 15 yılı aşkın bir zaman almış; internet ise daha şimdiden

200 milyon insana ulaşmayı başarmıştır. “İlk bilgisayar 1946’da üretildi. 1949 yılında Popular Mechanics dergisinde yayınlanan bir yazıda, geleceğin bilgisayarlarının sadece 1,5 ton ağırlığında olacağı ve içlerinde sadece 1000 tüpün bulunacağı müjdeleniyordu. Oysa 1990’lı yıllarda 2,5 kilo ağırlığındaki bilgisayarlar 50 yıl önceki dev aletlerden çok daha hızlı işlem yapabiliyor, saniyede 200 milyon hesap gerçekleştirebiliyordu (Öymen, 2000; 21) “Ford’un Model T’yi bir nesil üretmesine karşılık, günümüzde piyasaya çıkan bir bilgisayarın ömrü en çok iki yıldır.” (Bozkurt, 1997; 53).

Sanayi devrimi; kömür, çelik ve demir gibi maddelerin yeni yöntemlerle üretimi sayesinde; başka bir anlatımla; var olan maddelerin yeni tekniklerle üretilmesiyle gerçekleşirken, bilgi toplumuna geçiş; bilgisayar, mikroçip (yonga), robot, fiber-optik gibi icatlar ve daha da önemlisi var olan kaynakların yapaylarının üretilmesiyle gerçekleşmiştir.

1990’lı yılların başında ABD ekonomisinde görülen düşük enflasyonla beraber yüksek büyüme oranı; beraberinde, yaşanan bu değişimin enformasyon teknolojilerindeki hızlı gelişmeye bağlı olduğu görüşünü ve “new economy”; diğer bir deyişle “yeni ekonomi” kavramını getirdi. Yeni ekonomiyi tanımlarken “new economics” yerine “new economy” teriminin kullanılmasının nedeni temel ekonomik yasaların değil de, sadece iş yapma biçimlerinin, kurumların stratejilerinin, kullanılan yöntemlerin değişmiş olmasıdır.

Yeni ekonominin çıkış noktasının ABD olmasının bazı araştırmacılara göre nedeni; ABD’deki kapitalizmin girişimcilik ve risk almaya dayanıyor olmasından ileri gelmektedir. “Yeni ekonominin işletme dergilerinden Red Herring’deki bir yazarın dediği gibi, ABD ekonomisi, tüketiciye en iyi hizmet vermek için yarışan girişimci, risk almayı seven ve sermayedarını zengin etmeyi amaçlayan bir işletme kültürü ile beslenir ve bu yüzden de Avrupa ve Japonya’dan daha dinamiktir. İletişim teknolojisinde, taşınabilir telefon alanında, Nokia gibi Finlandiya ve Vodafone gibi İngiliz şirketleri aracılığıyla Avrupa, ABD’yi ender bir biçimde geçmesine rağmen, internete dayalı yeni ekonomide Avrupalı yatırımcı bile parasını girişimci ve risk almayı seven ABD’li gençlere vermeyi yeğledi 1990’lı yıllarda. ABD ekonomik

kültürü, girişimcilere ve teknolojik buluşlara risk sermayesini, Japonya ve Avrupa'ya göre daha büyük ölçülerde ve kolaylıkla yapacak kurumları geliştirmişti. Örneğin amazon.com ile aynı zamanda kurulan bir İngiliz internet kitap satıcısı, bir amazon.com boyutuna, İngiltere'de risk sermayesi bulamadığı için ulaşamadı (Ertürk, 2002; 196).

“Gün geçtikçe güncel hayat üzerindeki etkisini arttırmasına rağmen, yeni ekonominin toplumun her kesimi tarafından kabul edilen evrensel bir tanımı yok. Sıkça yapılan bir tanımı “Hızlı Şirket” şöyle ifade ediyor; Gelişen yeni iş dünyası ve bu dünyada çalışan yeni toplum, yeni çalışma, rekabet, yaşama ve büyüme koşullarına sahip insanlar...”. (Arthur Andersen Yönetim ve İnsan Kaynakları Danışmanlığı Ltd. Şti., 2001; 17). Bu tanımdan da anlaşıldığı gibi yeni ekonominin arkasındaki dinamikler; küreselleşme, teknolojik gelişme ve insanların/şirketlerin yeni arayışlarıdır. Örneğin; “1984 yılında Tulsa, Oklahoma'da faaliyet gösteren ve Amerika'nın en büyük doğal gaz sevkiyatçısı olan Williams Companies Inc.'in karlılığında büyük bir düşüş gözlenmekteydi. Şirket, atıl durumdaki fiziksel varlıklarından yararlanarak karlılığını arttırma yolunu seçti. Kilometrelerce uzunluktaki kullanılmayan petrol boru hatlarından fiber optik kablolar geçirerek bir network kurdu. Williams Co. Kurduğu bu kablo ağını yapılan 2,5 milyar \$'lık teklife rağmen satmayarak büyüttü ve bugün 19,490 mil uzunluğunda bir fiber optik kablo ağı ile iletişim sektörünün önde gelen şirketlerinden biri oldu. Yaratılan değer, atıl duran fiziki varlıkların değerlendirilmesiyle ortaya çıkmıştı.” (Arthur Andersen Yönetim ve İnsan Kaynakları Danışmanlığı Ltd. Şti., 2001; 25).

Günümüzde “eski ekonomi” olarak adlandırılan ekonomik düzen; kas gücüne, imalat sektörüne ve standart üretime dayanmaktaydı. Ford'un model T'yi bir nesil üretebilmesinin nedeni de işte budur. Eski ekonomi ile yeni ekonomiyi farklı kılan yönler ekonomik özelliklerin değişmesinden ileri gelmektedir. Örneğin; eski ekonomide pazar statik iken; yeni ekonomide dinamiktir; eski ekonominin faaliyet alanı sadece ulusal sınırlar içindeyken; yeni ekonomininki globaldir ya da Ar-Ge'ye eski ekonomide orta düzeyde önem verilirken, yeni ekonomide Ar-Ge anahtardır. Yine çok önemli bir değişim, üretim faktörlerinde görülmüştür. Eski ekonomide en önemli üretim faktörü sermaye iken; yeni ekonomide bilgidir.

Eski ekonomiden yeni ekonomiye geçişle yaşanan değişimin ve bu değişimin neden bu kadar önemli olduğu; tarih penceresinden teknolojiye ve iş proseslerine bakıldığında daha iyi anlaşılacaktır. “Yıl 1899... ‘bulunması gereken buluşlar, yapılması gereken icatlar gerçekleştirildi. Bundan sonra yapılacak fazla bir şey yok. Dolayısıyla içinde bulunduğumuz kurum tamamen kapatılabilir.’ bu sözler ABD patent dairesi başkanına ait. Herhalde kemikleri sızlıyordur.” (Özer, 2002; 36). “Yıl 1977, dörtlü bakır tel üzerinden aynı anda 24 kişi telefon görüşmesi yaptığında olay olmuştu. Aradan 20 yıl geçti, 1997’de saç telinden daha ince iki fiber optik sayesinde, ortalama 70 milyon telefon görüşmesi aynı anda gerçekleştirilebiliyordu.” (Özer, 2002; 79). “Yıl 1985... Ford şirketi ürettiği otomobillerin dayanıklılıklarını ölçmek konusunda taviz vermez. Her türlü deneyi yapar. O zamanlar ürünlerin dayanıklılığı duvardan duvara çarpıp çarpıp gibi fiziki testler yapılarak ölçülüyordu. Dayanıklılık testinin araba başına maliyeti 60 bin dolardı. Şimdi bu çarpışmalar sanal ortamda gerçekleşiyor. Testlerin maliyeti yalnızca 100 dolar.” (Özer, 2002; 37).

Batının 1970’li yıllarda yaşadığı ekonomik buhranlar, 1980’li yıllarda klasik iktisat politikaları yerine neo-liberal iktisat politikalarını ve sanayi politikaları yerine de enformasyon yatırımlarını destekleyen iktisat politikalarını getirdi. Böylelikle global ölçekte yeni ekonominin temelleri İngiltere’de Thatcher, Fransa’da ise Mitterand döneminde filizlenmeye başladı. Bazı yazarlara göre, internetin kapitalist ülkelerin ciddi bunalım içinde olduğu 1970’li yılların ertesinde gelmesi tesadüf değildi; onlara göre internet, kapitalizmi yeniden ateşleyecek bir araç olarak ortaya çıkmıştı. “ABD’de, internetin, buharlı makine ve elektrik gibi, kapitalizmin evriminde dönüştürücü bir işlev göreceği görüşü 1990’lı yılların özellikle ortalarında çok yaygınlık kazandı. Kanıt olarak, kapitalizmin klasik simgeleri kullanıldı: birden milyoner olan girişimciler, yerleşik dev şirketleri sarsan yeni şirketleri ve hisse senetlerinin hızla artan değeriyle boğalaşan borsa. ... Bu simgeler, bilişim teknolojisine dayalı yeni ekonomiye gerçek ve inanılır kılıyordu. Kapitalizmin hızla genişleyen ve derinleşen yeni bir teknolojik devrim içinde olduğuna inananların sayısı artıyordu.” (Ertürk, 2002; 196).

Yeni ekonomiye ait olan ürün ve hizmetler, enformasyon teknolojisine dayanan bilgisayar, yazılım, internet, CD, fiber optik, mikro-çip gibi Ar-Ge

yatırımlarını gerektiren yüksek teknolojik ürün ve hizmetlerdir. Bu ürün ve hizmetleri hem üreten hem de girdi olarak kullanan sektörlerde ciddi ölçüde verimlilik artışlarının yaşandığı gözlemlenmiştir. Hatta sektörlerdeki bu değişim, emek piyasasını da direkt olarak etkileyerek bu piyasanın yeniden yapılanmasına neden olmuştur. “ABD’de 1850 yılında çalışanların 2/3’ü tarım sektöründe çalışıyordu. Oysa bu oran 1990’da %3 oldu. Aynı yıl federal Almanya’da tarımda çalışanların oranı %2’dir.” (Erkan, 1998; 126). Tüm bu veriler, geleneksel toplumdan sanayi toplumuna geçiş sürecinin sinyallerini vermekteydi. Günümüz bilgi çağında ise; sanayi işçilerinin yerini “bilgi işçisi” olarak adlandırabileceğimiz nitelikli, bilişim teknolojilerini kullanan işgücü almıştır. Web tasarımcısı, CAM uzmanı, ağ uzmanı, internet strateji uzmanı, medikal bilgi yönetimi uzmanı, teknoloji hisseleri analisti, mobil ticaret proje uzmanı gibi birçok yeni iş sahası ve iş tanımı ortaya çıkmıştır. Emek piyasasının bu ihtiyacını karşılamak için hızla bilgisayar okur-yazarı, kalifiye emek gücü yetiştirilmeye başlanmıştır. Henüz ülkemizde kalifiye emek gücü açığının etkileri hissedilmese de gerekli tedbirler alınmadığı takdirde önümüzdeki on yıl içerisinde Türkiye’nin de batıda olduğu gibi bu açığı hissedeceğine kuşku bulunmamaktadır. Emek piyasasındaki bu değişim insan kaynakları alanının da yeniden yapılanmasına hatta onun da elektronik ortama taşınmasına neden olmuştur. Hatta internette insan kaynakları hizmeti veren şirketlerden biri olan “monster.com” bir süredir yetenek müzayedesini yapıyor. Sanal yetenek pazarında, iş arayanlar; beceri ve hizmetlerine bir bedel biçiyorlar. En iyi fiyatı verene de emeklerini satıyorlar. (Söylemez, 2001; 71). Çok yakın bir gelecekte internette sörf yaparken kendinizi emek borsasında yeteneklerinizi, tecrübelerinizi, yaratıcılığınızı ve bilginizi pazarlarken bulursanız şaşırmayın.

Literatürde özellikle ABD’nin son on yıldır enflasyonsuz ve kesintisiz büyümesinin ardında bilişim yatırımlarının yarattığı verimlilik artışları olduğu görüşü yaygındır. “şimdi yükselen soru; bu verimlilik artışlarının ne kadarının “yeni ekonomi” ile ilgili olduğudur. Diğer sektörlerin verimlilik artışına yaptığı katkılar açık iken, yeni ekonomi sektörünün, verimlilik artışına olan katkıları hala tartışmalıdır. Nordhaus (2001) yaptığı çalışmada, yeni ekonomi sektörünün son yıllarda artan verimlilik artışlarına olan katkısının oldukça önemli olduğunu ileri sürmektedir. Özel firmaların 1996-1999 yılları arasında son üç yılda, yıllık %1.82

oranında emek verimliliğinde artış gerçekleştirdiğini ve bu artışın 0.65'lik bir payının yeni ekonomi sektöründen kaynaklandığını göstermiştir. Bunun yanı sıra Oliner ve Sichel (2000) ABD'de 1996-1999 döneminde toplam faktör verimliliğine olan katkısının ise yılda %0.62 oranında gerçekleştiğini göstermişlerdir. Buna karşılık Council Economic Advisors (2000) 1995-1999 yılları arasında toplam faktör verimliliğinin yılda %1.04 ve bilgisayar endüstrisinin bu verimlilikteki artış oranına olan katkısının yılda %0.39 dolayında gerçekleştiği sonucuna varmıştır. Ne var ki, söz konusu çalışmaların sonuçları, resmi istatistiklerle uyuşmamakta; resmi istatistiklerin pek çok hizmet sektöründeki verimlilik artışlarını eksik değerlendirdiği yönündeki iddialar sürmektedir.” (Söylemez, 2001; 37).

1980'li yılların 2. Yarısında ortaya çıkan elektronik ticaret, birçok ulusal ve uluslararası kurum ve kuruluş tarafından tanımlanmıştır. Dünya Ticaret Örgütü, elektronik ticareti; “İnternet üzerinden satılan ve ödenen ürünlerin fiziksel ve dijital olarak teslim edilmesidir.”(www.wto.org) şeklinde tanımlarken; OECD, “ açık ağ (internet gibi) ya da kapalı ağ (AOL ya da minitel gibi) üzerinden sayısallaştırılmış yazılı metin, ses ve görüntünün işlenmesi ve iletilmesine dayanan kişileri ve kurumları ilgilendiren tüm ticari işlemlerdir ” (http://www.oecd.org/publications/pol_brief/1997/9701_pol.htm) şeklinde tanımlamaktadır.

Elektronik ticaretin farklı tanımları olmasına karşılık, hepsinin ortak paydası; elektronik ortam üzerinden -ki bu internet- bir takım ürün ve hizmetlerin alınıp satılması, diğer bir deyişle geleneksel ticaretin elektronik ortama sıçraması ya da taşınmasıdır. Ancak şunu da belirtmekte yarar vardır: ticaret kelimesi sadece ticari faaliyetleri değil, aynı zamanda satış sonrası ürün desteği, pazarlama, reklam vb. Süreçleri de içine almaktadır. İşte “yeni iş yapma biçimi” olan elektronik ticareti farklı kılan yön de budur.

Aslında elektronik ticaretin geçmişi 1980'li yıllardan daha eskiye dayanmaktadır. Eskiden televizyon ve telefon aracılığıyla yapılan katalog satışı da bir tür elektronik ticarettir. Ancak bu tarz elektronik ticaret, günümüzde yapılan elektronik ticaret kadar etkili olamamıştır. Teknolojik gelişmelerin ürünü olan

internetin önlenemez gelişimi ve sunduğu sınırsız pazar, şüphesiz elektronik ticaretin bu denli hızlı ve yaygın olarak gelişmesinin ardında yatan nedendir.

Elektronik ticarete dört taraf bulunmaktadır. Bunlar; kurumlar (işletmeler), tüketiciler, vatandaşlar ve devlettir. Bunların her birinin elektronik ortamda birbirleriyle olan ilişkileri elektronik ticaretin türlerini oluşturmaktadır. Bunlar: kurumlar arası e-ticaret ya da B2B (business to business), kurumdan tüketiciye e-ticaret ya da B2C (business to consumer), devletten vatandaşa ve devletten kuruma e-ticaret ya da e-devlettir. Bunun yanı sıra, tüketiciden tüketiciye e-ticaret ya da C2C (consumer to consumer) adı verilen yeni bir e-ticaret tipi de ortaya çıkmıştır. Bilindiği gibi yurtdışında garaj satışları çok yaygın bir uygulamadır. Kişiler, eskimiş eşyalarını, bir pazar günü garajlarının önüne çıkararak rasgele insanlara satmaktadırlar. Bu iş yapma süreci, sürekliliği olmayan bir ticari faaliyettir ve satıcı ailenin elindeki mallarla sınırlıdır. “garaj satışı kavramına çok alışık olduklarından kuzey Amerika’da C2C uygulamaları da büyük bir çevre bulmuştur. Öyle ki kimileri B2B dünyasına girecek satışlarını C2C dünyasında yapmaya başlamıştır (Örneğin, toptancıdan çok ucuz fiyata yüzlerce, binlerce pokemon kartı satın alıp, bunları satmak gibi). C2C modelinde açık artırma süreci vardır. Burada satılan malın adedi sınırlıdır ve satıcı bundan bir alt limit ve süre koyarak, o süre sonunda en yüksek rakamı önerenlere malı satar. Bu altyapıyı kuran firma da bu satış işleminden komisyon alır. Yani C2C yapan bir firmanın aslında alacak ya da satacak bir malı ya da hizmeti yoktur. Sadece alıcı ile satıcıyı buluşturur.” (Türkoğlu, 2000; 45).

“Kurumların; bayileri, dağıtıcıları ve tedarikçileri arasında oluşan, yani bir firmanın başka bir firmayla yaptığı ticarete; kurumlar arası elektronik ticaret denir.” (Saka, 1999; 8). Bunu bir örnekle açıklayacak olursak; “bir internet sayfası üzerinde mağazalar, toptancılar ve üreticiler arasında internet tabanlı bağ kuruyorlar, mağaza sahibine düşen tek görev; bu sisteme üye olmak, üye olduğunda mağazada gün içinde satılan ayakkabı miktarı ve çeşitleri raporlanmakta, belirli alt ve üst limitlerle stok kontrolü yapılmakta ve belirli bir ayakkabı çeşidinde limit altında stok olduğu tespit edilirse; sistem mağaza adına toptancıya sipariş vermekte, ödeme ise daha önce belirlenen kriterler çerçevesinde bankadan otomatik olarak tahsil edilmektedir. Aynı sistem, mağaza ve üretici arasında da çalışmaktadır.” (Kılıçkını, 2000).

“Kurumdan tüketiciye elektronik ticaret, herhangi bir firmanın; ürünlerini, özelliklerini ve fiyatlarını adeta mağaza vitrinindeymiş gibi rengarenk olarak internet web sayfalarında tanıtması ve alternatifli ödeme yöntemleri sağlayarak tüketicinin bilgisayarının başından ayrılmadan satın aldığı ürünleri kapısına kadar teslim etmesidir.” (Kansu, 1999; 38). Bu gruba giren ürün ve hizmetler; eğlence, kargo, finans, yatırım, seyahat, yayıncılık, kitap, CD, DVD alanlarıdır. “Dünyada en büyük kitap satan mağaza, ne Londra’daki Foyles, ne de Minneapolis’teki Barnes & Noble’dır. Dünyada en fazla kitap satışı yapan mağaza aslında hiçbir mağazası bulunmayan, sadece Seattle yakınlarında bir deposu bulunan ve sadece internet üzerinden kitap satışı yapan amazon.com’dur.” (Yılmaz, 2000; 190). Önceki yıllardan farklı olarak son zamanlarda B2C yapan firmaların niş pazarlara yöneldiği dikkat çekmektedir. Bunun nedenlerine bakıldığında ise; karşımıza yüksek kar marjı ile düşük erişim maliyeti çıkmaktadır. “ABD’de ortaya çıkan bu yeni anlayışın; Brezilya, Şili gibi ülkelerde bile yaygınlaştığı, niş pazarlarına yönelik yatırım ataklarının hız kazandığı belirtiliyor.” (http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=193). “tüketicileri yığınsal olarak ele alan devlerin göz ardı ettiği kesime sesleniyor niş pazar. Tabut üretmek, çok büyük beden giysiler satmak, tesettür mayoları yapmak, yapay kalp kapakçığı üretmek, müzeler için muhafaza kutuları dizayn etmek gibi... Niş pazarlar, piyasada o ana kadar karşılanmamış ve sınırlı miktarda olan ihtiyacın giderilmesi için yapılan faaliyet, seri üretimden memnun olmayan müşteriye sesleniyor. Özel gereksinimleri olduğunu bilenlere ve talep edenlere.” (Söylemez, 2001; 18). Yeni ekonominin dinamiklerinden birinin insanların ve işletmelerin yeni arayışlara yönelmesi olduğunu tekrarlamakta yarar vardır. Yaratıcılık, yeni ekonominin ardındaki dinamiklerden biriyken aynı zamanda onun sürekliliğini sağlayan güçtür. İşletmelerin niş pazarlara yönelmelerinin ardındaki neden de farkı olma gerekliliğinden kaynaklanmaktadır. Çünkü yeni ekonomide hayal kuran, yaratıcı ve farklı olan kazanmaktadır.

Elektronik devlet kavramı ise; vatandaşa ve kuruma daha iyi hizmet götürmeyi sağlayacak bir alt yapıyı oluşturmaya yönelik bir olgudur. Elektronik devletteki amaç; vatandaşa standart, daha kaliteli, daha verimli ve daha etkin hizmet sunma anlayışına dayanmaktadır. Bu sağlandığında ise; toplumda kalite her düzeyde yukarı çıkacaktır. Başka bir anlatımla, “kurumlarda saatlerce sıra beklemek yerine

artık tek tuşla para transferi yapılacak, vatandaş nüfus sayımına, eve hapsolmadan bilgisayarda dolduracağı formlarla katılacak, davalar bilgisayardan takip edilebilecek, kağıt tüketimi azalacak, ağaçlar kurtulacaktır.” (Ece Bilgin, *Milliyet*, 28 Haziran 2000). Dijital devlete çok sık verilen ülke örneği Singapur’dur. “doğum kayıtlarını tutmaktan, emeklilik formu doldurmaya kadar çok sayıda işlemi fareye tıklayarak gerçekleştiren Singapurluların on-line vergi yatırma oranı %40’dır.” (Elektronik İş ve Ticaret Dergisi, 2000; 33). Bunun yanı sıra, Malezya’daki gelişmeler de dikkat çekicidir. “dünyada dijital altyapıya en çok önem veren ülkelerin başında güney Asya ülkeleri geliyor. Malezya 20 milyar dolarlık ve 20 yıllık bir projeye “multi-media süper koridoru” yaratmayı hedefliyor. Fiber optik ve ileri teknoloji altyapısını temel alan bu proje yeni araştırma imkânları ve hazırlanan siber kanunlarla dijital ekonomiye yeni bir hayat alanı yaratmayı hedefliyor. Süper koridor kurulduğunda teknoloji şirketleri Cybergıra adı verilen bir kentte konuşlanacaklar. Devlet, başbakan da dahil olmak üzere başkent Putrajaya’da olan yönetimlerini, elektronik olarak çalışacağı yere yani dijital hayata taşıyacak.”. (Elektronik İş ve Ticaret Dergisi, Eylül 01 2000, 33). Patent ve marka başvurusu yapmak, müzelerden hatıra ve koleksiyon ürünleri satın almak, milli parklarda rezervasyon yaptırmak ve öğrenci kredisi için başvurmak; ABD elektronik devlet sitesinde sunulan on-line kamu hizmetlerinden sadece birkaçıdır. Ülkemizde ise; birçok kamu kurumu internetten hizmet vermeye başlamış olmalarına rağmen; bu hizmetler birçoğunda henüz interaktif değildir.

Elektronik ticaretin işletmelere sağladığı en büyük faydası biri maliyetlerdeki azalmadır. Diğer faydalar ise; maliyetlerdeki azalmalara bağlı olarak yaşanan avantajlardır. İşletmelerin geleneksel ticarete hazırladıkları belgeleri elektronik ortama taşımaları sonucunda kağıt masrafının ortadan kalkmasının yanı sıra, hatalar da minimuma inecektir. “Örneğin, batılı bir firmanın Çinli bir firma ile normal koşullarda ticaret sözleşmesi imzalaması yaklaşık olarak üç ayda sonuçlanmakta, malın ihracat süresi üretim süresinden daha uzun olabilmektedir.” (<http://www.etkk.gov.tr/#yararları>)

Bir diğer maliyet faydası ise; “e-ticaretin ekonomisi, alışveriş doğuran bütün şartları kabul edersek, perakende satış yapılan mekanların kira, aydınlatma, ısıtma,

soğutma, dekorasyon vb. Giderleriyle taşıma sürecinin maliyetinden sağlanacak tasarruftan doğacaktır.” (Cansen, 2000; 8). Fiziki mekanın olmamasının işletmeye sağladığı bir diğer avantaj da haftanın 7 günü ve 24 saati açık olmasıdır. Stok tutulmaması da fiziki mekan olmayışının diğer bir avantajıdır. Çünkü ürünler, sipariş alındıktan sonra temin edilmekte; bu da stok maliyetlerinde gözle görülür bir azalma sağlamaktadır. Maliyet düşüşleri sağlayan bir işletmenin ise; pazarda rekabet üstünlüğü sağlaması kaçınılmaz olmaktadır. Elektronik ortamda iş yapan işletmeler, müşterilerini daha yakından tanıyacak ve onların istediği ürün ve hizmetleri sunma imkanına sahip olacaklardır. Bu yeni iş yapma biçimini benimseyip uygulayan işletmelerin belki de en büyük avantajı; sınırsız bir pazara ulaşmalarıdır. Tüm bu avantajları amazon.com örneği ile açıklayacak olursak: “amazon.com’un internette yapabileceği şey, genel giderleri düşük merkezi oluşumdan devir hızı yüksek stoğu yönetmeye dayalı bir iş modeli uygulamaktır. Modelin sermaye-verimi şaşırtıcı boyuttaydı. Sipariş edilen bir kitap amazon.com’un stoğuna ilk gün girecekti. Onsekiz gün sonra (ortalama) bir müşteri bu kitabı satın alacaktı. Bundan iki gün sonra, kredi kartı şirketi, bedeli amazon.com’un banka hesabına aktaracak, böylece toptancıya ödeme yapmak için 53 günlük bir süre kalacaktı. Bu da amazon.com için 33 günlük bir negatif işlem döngüsü anlamına gelecekti. Oysa, taştan-tuğladan kitapçıda, müşteri bir kitabı stoğa girdikten ortalama 161 gün sonra satın alır. Para mağazanın eline 163.günde geçer, toptancıya ise 84.günde ödeme yapmak zorundadır ve işlem döngüsü artı 79 gün olur. İkisi karşılaştırıldığında, amazon.com’un 33 günlük negatif işlem döngüsü büyük bir nakit akışı avantajı sağlayacaktı. Şirket kitapların çoğunu sattıktan sonra ısmarladığı için, nispeten küçük bir stoğu (O dönemde ağırlıklı olarak çok satan kitaplar) yılda 150 kez döndürülebilirdi; geleneksel kitapçılarda ise bu oran yılda dört kezden azdı. Amazon.com kredi kartı yoluyla çok hızlı para alıyordu, bu yüzden de yaklaşık bir ay süresince, bir yığın faizsiz para sağlıyordu. Yılda on milyonlarca dolara karşılık gelen bu para da amazon.com’un genel giderlerinin önemli bir miktarını karşılıyordu.” (Yelçe, 2001; 118-119). Amazon.com birçoğumuz tarafından bu sektöre giren ilk şirket olarak bilinmektedir. Ancak amazon.com bu alanda faaliyet gösteren 28. Şirkettir. Amazon.com’un başarısının altında şüphesiz çalışanlarının şirketi en üst düzey yöneticilerden daha iyi tanınması yatmaktadır.

Tüketicilere sağlanan yararlar bakıldığında ise; ürün çeşitliliği, fiyat karşılaştırma yapma imkanı dolayısıyla da ucuz alma imkanı, zamandan tasarruf ve haftanın 7 günü ve 24 saati mağazalara ulaşma imkanı olarak sıralanabilir. Tüketiciler açısından e-ticaretin belki de en önemli avantajı; geleneksel imalat zincirinin kırılarak müşteri odaklı bir sürecin başlamış olmasıdır. Bu süreç, tüketicilere neredeyse “kişiyeye özel ürün” olarak geri dönmektedir. Nitekim tüketiciler Dell’in sistemi sayesinde bilgisayarlarını, Mattel’sın My Design Barbie sistemi ile oyuncaklarını bile tasarlayabilmektedirler.

Elektronik ticaretin bazı sektörlerde geliyiyor olması ve bu alandaki firmaların yüksek kar marjı elde ediyor olması akıllara “dot-com’lar tekelleşiyor mu?” ya da “elektronik ticaret piyasaları tekelleşmeye mi sürüklüyor” sorularını getirmektedir. “Murrey; Adam Smith’in 200 yıldan fazla bir süre önce, rekabetten uzaklaştıkça, tekellerin rekabeti yok edeceği ve tekelinin fiyatları yükselterek tüketiciye zarar vereceği fikrinin geride kaldığını, bugününün dünyasında pek çok yeni ekonomi “tarafının” tekelin, gerçekte rekabeti harekete geçirdiği konusunda aynı fikirde olduklarını belirtiyor. Gerçekten de Murrey’in bu Shumpeteryan bakış açısını paylaşan pek çok iktisatçı olduğu gözlemlenmektedir. Örneğin Clinton yönetiminin hazine sekreteri; Lawrence Summers, enformasyon temelli ekonomideki geçici tekel gücüne sahip olmanın üretimi teşvik ettiğini, bu güç olmazsa, fiyatların marjinal maliyetlerin altında artacağını ve yüksek başlangıç maliyetlerinin bu durumda telafi edilemeyeceğini belirtmektedir. Ona göre, bu tekel gücünü elde etmek için devamlı olarak uğraşmak, yeni ekonomiyi yönlendirmektedir ve bütün bu çabaların sonunda ulaşılan “yaratıcı yıkıcılık” ekonomik büyümenin temel sürükleyicisidir.” (Söylemez, 2001; 81).

Yeni ekonominin en fazla etkilerinin görüldüğü alanlardan biri de finans piyasalarıdır. Bir çok banka ve aracı kurumlar teknolojik gelişmeleri sistemlerine adapte ederek hizmetlerini on-line olarak müşterilerine vermeye başlamışlardır. Bilginin hızlı hareket edebilmesi ve paylaşılabilir olması; finans piyasalarını yakından takip eden aracı kurum ve banka müşterilerine; dünyanın diğer ucundaki borsalarda işlem yapma olanağını getirmiştir. Şubesiz bankacılık, 24 saat hisse senedi işlemi gibi hizmetler müşterilere hızla sunulmaya başlanmıştır. Bu hizmeti

veren kurumlar da e-ticaret yapan diğer kurumlar gibi işlem maliyetlerinden tasarruf sağlamaktadırlar. Finans piyasalarındaki bu gelişmeler o kadar artmıştır ki; “dünyanın lider konumundaki yedi finansal kurumun (Bank Of America, Credit Suisse First Boston, Goldman Sachs, Hsbc, J.P Morgan, Morgan Stanley Dean Witter ve Ubs Warbung) 2000 yılı haziran ayında aralarında kurdukları Global Elektronik Kambiyo Borsası FX’in günlük işlem hacmi, 1.4 trilyon dolardır.” (Söylemez, 2001; 47). Türkiye’de örneği olmamakla beraber dünyada herhangi bir geleneksel banka ile bağlantısı olmadan bankacılık faaliyeti gösteren e-bankalar ya da diğer bir deyişle sanal bankalar bulunmaktadır.

İnternet, yeni ekonomi ve e-ticaret; kurumların iş yapma stratejilerinden emek piyasasına, yapılan yatırımların ileri teknoloji ürünlerine kaymasından kalifiye işgücü yetiştirmeye kadar işletmeleri ve ekonomiyi yeniden şekillendirmiş ve şekillendirmeye de devam etmektedir. Ancak burada unutulmaması gereken nokta; internetin, yeni ekonominin ve e-ticaretin düşünüldüğü, iddia edildiği ya da umulduğu gibi sihirli bir değnek olmadığıdır. Yine aynı şekilde bazı araştırmacılar tarafından iddia edildiği gibi bir balon da değildir. Tarih boyunca yaşanan diğer teknolojik gelişmelerden daha hızlı bir şekilde yayılmasına rağmen; bu değişim sürecinin sağlıklı olarak devam edebilmesi ve beklentilere cevap verebilmesi için zamana ihtiyacı bulunmaktadır. Dünyadaki telekomünikasyon şirketlerinin borçlanarak sıkıntılı günler yaşamasının ya da NASDAQ’ta hisse senetlerinin aşırı değerlenmesinin ardında yatan nedenlerde bu aranmalıdır.

Türkiye, henüz e-ticaret ve yeni ekonomi trenini kaçırmamakla beraber, trenin son vagonlarından birinde yer aldığını söyleyebiliriz. Çünkü Türkiye, balkan ülkeleri ile mısır ve Hindistan’ın önünde yer almasına rağmen; Avrupa Birliği’ne aday ülkelerin (Bulgaristan, Kıbrıs, Çek Cumhuriyeti, Estonya- Macaristan, Letonya, Litvanya, Malta, Polonya, Romanya, Slovakya, Slovenya ve Türkiye) gerisinde yer almaktadır.

Artık yeni düzende kartopu etkisiyle; güçlü daha güçlü, zayıf ise daha zayıf olacaktır. “Davos Dünya Ekonomik Forumu’ndan Klaus Schwab bir gün şöyle demişti: büyük balığın küçük balığı yuttuğu bir dünyadan, hızlı balığın yavaş balığı

yuttuğu bir dñnyaya geçtik.” (Freidman, 2000; 225). Bu durumda biz Türkiye olarak bilgi teknolojisi ve e-ticaret trenini kaçırmamalı ve ardına bakmadan sürekli artarak hızlanan dñnyaya hızla yetişmeliyiz.

III.BÖLÜM

A. FİYATLANDIRMA

Doğru bir fiyatlandırma politikası, piyasanın özelliklerine, rakiplerin piyasadaki konumlarına ve firmanın o ürün için katlanabildiği maliyete bağlıdır. Firmanın doğru bir fiyatlandırma stratejisi belirleyebilmesi için aşağıdaki soruları göz önüne alması gerekmektedir.

- Malın potansiyel pazardaki toplam talebi nedir?
- Talep fiyat değişiklikleri karşısında ne ölçüde etkilenmektedir?
- Düşük bir fiyat uygulaması, ürüne olan talebi arttıracak mıdır?
- Fiyat düşürüldüğünde, piyasadaki rakiplerin tepkisi ne olacaktır?
- Düşük bir fiyattan çok mal satmak mı, yoksa yüksek fiyattan daha az mal satmak mı kârı maksimize edecektir?
- Başlangıçta düşük bir fiyatla piyasaya girmek, piyasada tutunabilmek için etkili olabilecek midir?
- Başlangıçta yüksek bir fiyat belirleyerek, piyasadaki mevcut kâr olanağını kısa sürede kullanmak, fiyatlandırma stratejisine uygun olacak mıdır?
- Düşük fiyat uygulaması, tüketicilerde kalite ve hizmetin yetersiz olduğu izlenimi bırakabilir mi?
- Firma gerektiğinde, pazarda daha düşük bir fiyat uygulayabilecek midir?

Firma, teklif öncesi genel bir değerlendirme yapabilmek amacıyla, yaptığı maliyet analizi çerçevesinde, bir baz fiyat tespit etmelidir. Bu fiyat doğrultusunda, alıcının önerdiği fiyat değerlendirilip, firma açısından en uygun olan teklif fiyat belirlenebilir.

Firmaların, malın potansiyel pazardaki gerçek satış fiyatlarını tahmin edebilmeleri için, yardımcı tablolar oluşturulabilir. Hedef pazarlardaki, muhtemel fiyatların tahmini, aynı zamanda rekabet üstünlüğü sağlayacaktır.

1. Fiyatlandırma Stratejileri

a) Kâr Maksimizasyonu

Genel olarak firmalar kâr elde etmek için faaliyette bulduklarından, kâr amaçlı fiyatlandırma hedefleri, çok sayıda firma için birinci derecede öneme sahiptir. Firma kârını mümkün olan en yüksek düzeye ulaştırmayı amaç edinmiş olabilir. Bunu da kısa ya da uzun dönemde gerçekleştirmeyi hedef alabilir. Bazı firmalar başlangıçta talep esnekliği az olan ve o mala yüksek bir fiyat ödemeyi göze alan alıcılar için yüksek bir fiyat uygulamasını ve böylece kısa sürede pazardaki mevcut kârı elde etmeyi hedef alabilirler. Bu amaçla, uygulanan fiyat düzeyi kısa dönemde kârların maksimizasyonu sonucunu verir. Böyle bir durumda satıcı, piyasadaki rekabet fiyat düşürmeyi gerektirinceye kadar yüksek fiyat uygulamasına devam edebilir.

Bu stratejinin uygulanma nedenleri;

a) Mal yüksek gelirli tüketicilere hitap edebilir. Bu durumda malın fiyata karşı duyarlılığı zayıf olacak ve görece olarak malın kalitesi ve sürekli yenilik göstermesi gibi unsurlar daha fazla önem taşıyacaktır. Malın fiyat esnekliğinin zayıf olması, fiyatın önemli olmasından daha çok malın yenilik göstermesi veya kalitesi önemli olmaktadır.

b) "Elit" piyasa ihtiyaçlarına cevap verilmesi düşünüldüğünde tüketici kitlesi daha dar olmakla birlikte daha yüksek kâr marjlarının sağlanması mümkün olabilecektir.

Öte yandan firma uzun dönemde kâr maksimizasyonu hedefine ulaşmayı planlıyorsa, fiyatını düşük tutabilir ve uzun dönemde pazar payını genişleterek kâr maksimizasyonuna ulaşabilir. Kâr marjı, piyasanın talep yapısı, pazar ülkenin kendisine has özellikleri, dünya konjonktürü gibi unsurlar göz önüne alınarak saptanmalıdır.

b) Pazar Payının Genişletilmesi ya da Korunması

Firmalar zaman zaman kâr dışında kalan hedefler de benimseyebilirler. Sözelimi uluslararası piyasalarda pazar payını genişletmeyi ya da mevcut pazar payını korumayı amaç edinmiş olabilirler. Pazar payının arttırılmasında ya da rekabetin yoğun olduğu bir dış pazarda mevcut pazar payının korunmasında fiyat etken bir araç olarak kullanılabilir. Bu gibi durumlarda, rekabete rağmen piyasaya girmek için düşük fiyat uygulamasına gider ve piyasaya yerleştikten sonra fiyatı yükseltebilir.

Hedefe göre izlenecek fiyatlandırma politikasında başarının ölçüsü, her pazara ilişkin yeterli bilginin ve fiyat değişmeleri karşısında rakiplerin tepkilerinin ne yönde geliştiğine ilişkin deneyimin mevcut olmasına bağlıdır.

c) Piyasada Kalabilme

Firma, üretim maliyeti yüksek olsa bile düşük fiyatla satış yaparak cirosunu genişletebilmeyi amaçlayabilir. Eğer firma malın büyük üreticilerinden değilse, fiyat kırması halinde diğer satıcıları fazla etkilemeyecek ve satışı arttırmak mümkün olacaktır. Tersisi durumda ise, fiyat kırma politikası karşısında diğer satıcılar da fiyat kıracak ve sonuçta elde edilecek kâr azalacaktır.

d) Ürünün Kalite Açısından Liderliği

Firma, ürünün yüksek kaliteli olduğu konusunda alıcıyı ikna etmek için yüksek bir fiyat politikası izleyebilir. Örneğin Almanya makina ve üretimde uzmanlaşmış kadrosuyla dünya pazarlarında yüksek bir imaja sahiptir. Bu aşamada yüksek fiyatlar dahi satışı azaltmamaktadır.

e) Erken Nakit Sağlama

Eğer bir firmanın nakit problemi varsa ve bu önemli bir sorun olarak karşısına çıkıyorsa, erken nakit sağlama hedefini benimseyebilir. Sözelimi, bir işletme peşin ödeme yapanlara özel indirimler sunarak alıcıları ya da distribütörleri erken ödeme yapmaları için motive edebilir.

f) **Tamamlayıcı Malın İşlevi**

Bir mamule olan talep diğer bir mamule olan talepten doğuyorsa, firma asıl kâr sağlayan mamullerin satışını arttırmak için diğer ürünün fiyatını çok düşük tutabilir. Firmanın mal grubu içerisinde tamamlayıcı mal unsuru olan bir mamulü düşük olarak fiyatlandırması tüketicileri cezbedebilmekte ve dolayısıyla her iki ürüne olan talebi artırabilmektedir.

Örneğin traş bıçağı ve traş makinesi birbirini tamamlayıcı nitelikte ürünlerdir. Pazarlamacı traş makinasını düşük fiyatlandırıp satışa sunduğunda, traş bıçağının satışları da artacak ve kâr hedefine ulaşılmış olunacaktır.

g) **Fiyat Farklılaştırması**

Pazar ve rekabet koşulları ile diğer çevresel faktörler bir ülkeden diğerine değişiklik gösterdiğine göre, fiyat farklılaştırmasının ortaya çıkması da kaçınılmaz görünmektedir. Her ne kadar fiyat standardizasyonunu uygulayan firmalar varsa da genellikle standart bir fiyatla çok sayıda dış pazara ulaşılması çok güç olmaktadır.

Fiyat farklılaştırması müşteri, malın türü ya da zaman gibi faktörlerin esas alınması ile değişik şekillerde yapılabilmektedir.

2. **Piyasalarda Fiyatlandırmaya Etki Eden Faktörler**

a) **Talep**

Firmanın yapacağı tüketim araştırmalarının amacı, ihraç malına karşı hedef pazarlardaki iç talebin büyüklüğünü, ithalatla karşılama oranını ve tüketici tercihlerini ortaya koymaktır. Ürünün hedef pazardaki net tüketim değeri aşağıda belirtildiği şekilde hesaplanmaktadır.

Net tüketim miktarı = (İç üretim) + (İthalat miktarı) - (İhracat miktarı)

İthalat Tüketim Oranı= İthalat miktarı / Net tüketim miktarı x 100

Net tüketim miktarı içinde ithalatın oransal payının dönem içinde büyümesi, hedef pazarda ithal mallarına olan talebin arttığını göstermektedir. Bu durumda, fiyat değişikliklerinin rasyonel yapılabilmesi ve tavan fiyatının belirlenebilmesi için talep esnekliğinin göz önüne alınması gerekecektir.

Eğer talep esnek değilse, ürünün fiyatı yükseltildiğinde piyasa payında olumsuz bir gelişme olmamakta, aksi bir durumda ise fiyat değişikliği piyasa payında önemli bir değişikliğe neden olabilmektedir. Malın ikâmesinin güçleştiği durumlarda, fiyat esneklikle doğru orantılı olarak yükseltilebilir.

Örneğin gıda maddelerinde talep genelde karardır ve fiyat esnekliği düşüktür. Dolayısıyla fiyat kırarak piyasaya girmek zordur. Bu nedenle, pazarlamada malın kalite ve ambalajı da önem kazanmaktadır. Ayrıca bu malların işlenmiş mamullerine olan talep giderek gelişmekte ve standart vasıflar daha fazla önem taşımaktadır.

b) Maliyet

Maliyet fiyat düzeyi belirlemede çok önem taşıyan bir unsurdur. Bu nedenle, firmanın bir piyasaya girebilmesi için asgari şart; Mal birim maliyeti uluslararası fiyatlar (ya da pazar ülke iç fiyatları).

Birim maliyet ise, belirli bir süre içinde gerçekleşen değişken ve sabit gider toplamının yine o süre içinde üretilen toplam ürün sayısına bölünmesi suretiyle bulunmaktadır. Teklif fiyatta söz konusu olan birim maliyet, malın cinsi göz önüne alınarak, ağırlık, adet, hacim, uzunluk gibi birimlere göre hesaplanabilmektedir.

Söz konusu malı, aynı firma tarafından üretilmiş ise o malın birim maliyeti, fabrikadan çıkış maliyeti olacaktır. Örneğin, mal fabrikadan çıkışta ambalajlı olarak alınmış ise, ambalaj için ayrı bir gider kalemi açmak gerekmeyecektir.

c) Pazar Koşulları

Maliyetler ihraç fiyatlarının taban sınırını belirlerken, alıcıların tercihleri de tavan fiyatı belirlemektedir. İç pazarda olduğu gibi, dış pazarlarda da pazarın

demografik yapısı, müşterilerin örf ve adetleri, farklı dinler, ekonomik koşullar ve yaşama alışkanlıkları gibi pazara ilişkin faktörler ihraç fiyatlarının tavan sınırının belirlenmesinde firmaya yardımcı olmaktadır. Ancak burada unutulmaması gereken husus sorunun ulusal pazarda olduğu kadar basit olmadığıdır. İhracatçı firma malını ihraç ettiği her dış pazarda farklı bir talep eğrisi ile karşı karşıya bulunmaktadır.

Risk: Dış pazar, yukarıda belirtilen nedenlerden dolayı yurtiçi pazara oranla daha fazla risklidir. Var olan risk unsuru sigorta ile ortadan kaldırılmaya çalışılmaktadır. Malın sigortalanması teslim şekline göre ihracatçıya ait olabilmekte ve bu durumda sigorta maliyeti de, ihraç fiyatının, yurtiçi fiyatlardan daha yüksek olmasına neden olmaktadır.

Enflasyon - Durgunluk: Piyasalar arasındaki farklı enflasyon oranları, her bir piyasa için ayrı ayrı fiyat belirlenmesini gerektirmektedir. Enflasyonun yüksek olduğu pazarlarda ise fiyat ayarlamaları daha kısa dönemler için yapılmaktadır. Enflasyon kadar durgunluk da, ülkelerarası ticareti olumsuz yönde etkilemektedir. Durgunluk dönemlerinde fiyat düşürme politikaları izlenebilmekte, bu da elde edilen kârı azaltmaktadır.

d) Rekabet

Maliyet ve talep koşullarının bilinmesi firmanın taban ve tavan fiyatlarının belirlenmesine olanak verirken, rekabet koşullarının bilinmesi de gerçek fiyatların belirlenmesinde yardımcı olmaktadır.

Tam rekabet koşullarında fiyat pazarda oluştuğuna göre, mamulün üretilip satılacağı fiyat, pazar fiyatının altında bir fiyat olacaktır. Bu durumda fiyatı belirleyen firma açısından maliyetler önemli bir faktör durumundadır ve fiyatlandırma açısından en önemli sorun mamulün maliyetlere göre mevcut pazar fiyatından satılıp satılamayacağıdır.

Oligopol koşulları rekabet baskısının en yüksek olduğu pazar koşullarındandır. Sınırlı sayıda satıcının bulunduğu oligopolde her firma diğerlerinin davranışlarını etkilediği gibi, kendisi de onların davranışlarından etkilenir.

Dolayısıyla birbirlerinin fiyat kararlarını da etkileyeceklerinden, her firma fiyat davranışını ayarlarken diğer firmaların fiyat davranışlarını da dikkate almak zorundadır. Oligopol koşullarında firmalardan birinin bir fiyat değişikliği yapması, diğerlerini de rekabete teşvik ederek aynı yola sürüklemektedir. Sözelimi satıcılardan birisi satışlarını arttırmak için fiyatlarını düşürürse, rakipleri de aynı davranış içine girmektedirler. Fiyat düşürmeleri giderek endüstride bir fiyat savaşı biçimine dönüşebilmekte ve bunun sonucunda bazı işletmeler pazardan çekilmek zorunda kalabilmektedir. Ancak üretilen ve satılan mamullerin benzer olmadığı, kalite ve nitelik açısından farklılıklar gösterdiği ya da alıcılar yönünde farklı olarak algılandığı durumlarda satıcı firmalar monopol durumuna yaklaşarak mamullerine fiyat tabanı ve tavanı arasında daha fazla serbestlik içinde fiyat saptayabilirler. Serbestliklerinin derecesi de mamullerinin farklılaştırılmasıyla orantılıdır.

e) Döviz kuru politikaları

Ülkeden ülkeye değişen farklı kur uygulamaları uluslararası fiyatlandırma kararları üzerinde etkili olmaktadır.

Kur politikası, normal olarak, iki piyasa arasındaki fiyat farkını ortadan kaldırmaya yöneliktir. Ancak, döviz kuru, ihracatın yöneldiği piyasa için fiyatların daha cazip hale getirilmesi amacıyla kullanıldığında teşvik politikasının bir aracı olmaktadır. İhracat fiyatına etki eden cari döviz kuru, vergi iadeleri, ihracat kredileri, ihracat üzerine konan vergiler, girdi ve faiz sübvansiyonları gibi çeşitli sübvansiyonların hesaba katılmasıyla bir Dolarlık ihracattan elde edilen milli para miktarı "ihracatın efektif döviz kurunu" göstermektedir. İthalat fiyatına etki eden cari döviz kuru, ithalat teminatları faizlerinin, gümrük vergileri ve harçların hesaba katılmasıyla, milli para cinsinden bir Dolarlık ithalatın maliyetine ise "ithalatın efektif döviz kuru" denilmektedir.

Ekonomik yönden gelişmiş ülkelerin paralarında yapılan devalüasyonlar ihraç mallarının satış fiyatlarını etkilemektedir. Ayrıca, yabancı ülkelerin ihracat olanaklarını geliştirmek amacıyla zaman zaman paranın değerini düşürmeleri fiyatlar üzerinde olumsuz etkiye sahip olabilmektedir.

f) Hükümet politikaları

Ülkeden ülkeye değişiklik gösteren yasal ve politik koşullar ihracatçıların fiyatlarını istedikleri gibi ya da pazar koşullarının gerektirdiği şekilde belirlemelerini engelleyebilmektedir (tarifeler, ithal sınırlamaları, anti-damping yasalar, vb.).

Yasal ve politik koşullar, hükümetlerin ihraç fiyatlarına müdahalesi gibi iç piyasada ihracatçının faaliyetlerini sınırlayacak şekilde olabileceği gibi, uluslararası pazarlarda ihracatta her ülkeye göre değişen belli kurullarla faaliyetlerin sınırlandırılması şeklinde de olabilmektedir.

Bazı ülkelerde hükümetler ithal malına ödenecek miktar ile, söz konusu ithalatın sosyal yararı arasındaki ilişkiyi değerlendirmektedirler. Bu ülkelerde tüketiciler yüksek bir fiyatı ödemeye razı olsalar bile, hükümet sosyal yarar açısından gerekli olmadığını ileri sürerek bu tür bir mamule döviz tahsisini engelleyebilmektedirler.

Bir çok gelişmiş ülke ve AB, yabancı firmaların fiyat düzeylerinin kendi iç piyasalarındaki fiyatlardan daha aşağı olması durumuna karşı anti-damping uygulamaları ile piyasalarını korumaktadırlar.

g) İşletme politikaları

Fiyatlandırma kararları, işletmenin geçmişteki ve şimdiki organizasyon yapısından ve yönetim politikalarından etkilenmektedir. Fiyatlar üzerinde etkin olan yönetim politikaları, mamul politikası, dağıtım kanallarına ilişkin politikalar ile reklam ve haberleşme politikalarıdır. Diğer taraftan ülkede ihracata yönelik uygulanmakta olan sübvans edici veya dolaylı teşvikler de fiyat belirlemede etkili diğer politikalar arasında bulunmaktadır (www.müsiad.com.tr).

IV.DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

A. KAYITDIŞI E-TİCARETİN ELEKTRONİK ÜRÜN VE/VEYA ELEKTRONİK ORTAMLI ÜRÜN/HİZMET SATICI FİRMALARIN FİYATLANDIRMA POLİTİKASINA ETKİSİ VE ANKET UYGULAMASI

Kayıtdışı e-ticaret denildiği zaman internet üzerinde mevcut sitelerle elektronik para transferi sayesinde alışverişin yapılması ve bunun vergilendirme sistemine yansımaması söz konusudur.

Son yıllarda artan bu şekildeki alışveriş konusu mallar, çoğunluğunu elektronik tabanlı ürünler oluşturmakla beraber, en küçük ev aletlerinden tutun da büyük makinalara kadar ve ikinci el her çeşit ürünlerden oluşmaktadır. Bu grubun içerisinde çoğunluğu oluşturan elektronik ürünleri üreten firmalar incelenirse aşağıdaki gibi bir tablo ortaya çıkar.

1. Firma Çeşitleri

Elektronik ortamlı ürün/hizmet sağlayıcı firmalar üç grup altında toplanabilir:

a) Ana Üretici

Ürünlerini kendi bünyesinde imal ederek veya bir kısmını fason imalatçıdan alarak üreten ve aynı zamanda kendisi satıcı olan firmalardır.

b) Fason Üretici

Belli bir kolda ana üreticilere yarı mamul veya son mamul üreten firmalardır. Satışı ana üreticiye yapar ya da piyasaya yedek parça ve son mamul satışı yapar.

c) Satıcı

Satıcı firma ise ana üreticiden ya da fason imalatçıdan aldığı ürünü pazara sunar. Kendisi hiçbir imalat yapmaz.

2. Pazardaki Duruşları

Son zamanlarda elektronik iletişimin yayılması, para transferlerinin elektronik ortamlı yapılması firmaların pazarlama yöntemlerini ve pazar stratejilerini değiştirdi. Daha evvelden güçlü olan son imalatçılar reklam ve müşteriye ulaşma konusundaki avantajlarını kullanarak pazardaki paylarını korumuşlar ve fiyat konusunda kendileri hakim olmuşlardır. Yedek parça ve teknik hizmet konusunda da ücretleri pik düzeyde tutmuşlardır. Öte yandan diğer fason imalatçılar ve satıcı firmalar ise ana üreticiye bağımlı kalmış, pazar hakimiyeti ve fiyat yönünden istedikleri seviyeye gelememişlerdir. Aynı zamanda ürünün müşteriye ulaşması basamaklı olduğundan fiyat da alıcıya gelene kadar ciddi bir artış göstermiştir.

3. Fiyatlandırma Stratejileri

Fakat bugünkü duruma bakıldığında iletişim artmış, her çeşit müşteri her çeşit firmaya rahatlıkla ulaşabilir hale gelmiş, alışveriş elektronik yöntemlerle gerçekleşmeye başlamıştır. Durum böyle olunca da ana üretici, fason üretici ve satıcı firmalar da kendi yapılarında ve fiyatlandırma stratejilerinde değişime gitmişlerdir.

Bir bilgisayar ürün olarak ele alındığında konu daha iyi anlaşılır. Bilgisayar monitör, klavye, fare, hoparlör, yazıcı, tarayıcı, kasa ve kasanın içerisindeki HDD, RAM, CPU, CD-ROM/WR, elektronik kartlar vb. gibi parçalardan oluşmaktadır. Yakın geçmişte bilgisayarlar ana üretici olan firmalardan satıcıya gönderilmiş ve müşteriye ulaşmıştır. İsteğine göre eline bir bütün olarak bilgisayarın ulaştığı

müşteri, bütün bu ara maliyetler katlanmak zorundaydı ve yedek parça, bakım, ek özellik gibi istekleri karşısında yüksek ücretlerle satıcısına dönmek zorunda kalıyor ve hizmeti ancak bu şekilde sağlayabiliyordu. Fakat iletişim teknolojilerinin gelişmesi ve ucuzlaşması, alışverişin her kademesindeki kurum ve kişileri karşı karşıya getirdi. Bu sayede neyin nerden alınacağı, daha ucuza nasıl mal olacağı öğrenildi ve piyasanın birbirine bağımlılığı zayıflatıldı. Bu nedenle fiyat büyük bir depreme uğradı. Ana üreticiler fiyatlarını aşağı çekmek zorunda kaldılar. Satıcı firmalar teknik servisi kendi bünyesine çekmek zorunda kaldı ve yedek parçanın daha ucuz yollarına başvurdular. Fason imalatçılar ise fiyatlarını arttırma imkanı bulurken yeni satış ve pazarlama departmanlarının maliyetine katlanmak zorunda kaldılar. Böylece Pazar yeni bir dengeye oturdu. Fakat bu dengeyi etkileyen bir başka unsur ise iletişimin gizli yüzü ve elektronik para transferi sayesinde kayıtdışı e-ticaret oldu.

Kayıtdışı yapılan işlemler, e-mail ya da sohbet siteleri gibi yollarla haberleşip para transferinin yapılmasına müteakip malın müşteriye gönderilmesi şeklinde gerçekleşmektedir. Burada müşterinin muhatabı artık ana firma değil, OEM imalat yapanlar ve bunlara bağımlı ya da bağımsız satıcılar olmuştur. Kayıtdışı e-ticaret yoluyla hem alan hem satan kanuni masraflardan kurtulmuş oldu ve alışveriş kolaylaştı. Bu alışverişin yayılması da ürünün fiyatını ve diğer firmaların fiyatlarını yeniden dalgalandırdı. Bu dalgalanma da tüm firmaların fiyatlandırma stratejilerinde rol oynadı. Ara maliyetlerin rafa kalkmasıyla ürün fiyatı her noktada düştü. Sonuç olarak da firmalar kendi aralarında anlaşmalar imzalayarak sadakat yoluna gittilerse de varlığı engellenemeyen kayıtdışı e-ticaret kaçınılmaz bir şekilde fiyatların elektronik ürün/hizmet sağlayıcı firmalarda düşmesine ve yeni fiyatlandırma stratejileri geliştirmesinde rol oynadı.

4. Anket Uygulaması

Türkiye genelinde web üzerinden yapılan e-ticaretin kayıtdışılığını ve firmaların fiyatlandırma politikasına etkisinin araştırılması amacıyla dört farklı sektör araştırma grubu olarak seçilmiştir. Bu dört ayrı sektörden 50'şer adet firma test çalışmasına konu olmuştur. Sektörler elektronik, giyim, kitap ve oyuncak sektörleri olarak seçilmiştir. Araştırma, firmalarla internet üzerinden e-posta yoluyla ve telefonla irtibat kurarak ile belli malların fiyatlarının elde edilmesi ve aşağıdaki alışveriş fiyat anketinin doldurularak kayıtdışı alışverişin fiyatla olan bağlantısının incelenmesi üzerine kurulmuştur.

Tablo 12: Anket verileri

Firma	Alışveriş	Elektronik	Oyuncak	Kitap	Giyim
Firma 1	Belgeli	102,81	23,00	170,00	153,40
	Belgesiz				
Firma 2	Belgeli	101,00	23,00	170,00	153,40
	Belgesiz				
Firma 3	Belgeli	102,50	22,95	170,00	153,40
	Belgesiz				
Firma 4	Belgeli	102,00	25,00	170,00	153,40
	Belgesiz			99,00	
Firma 5	Belgeli	103,25	22,00	170,00	153,40
	Belgesiz	88,00			130,00
Firma 6	Belgeli	102,81	22,00	170,00	153,40
	Belgesiz			144,00	
Firma 7	Belgeli	102,81	25,00	170,00	153,40
	Belgesiz	87,12			130,00
Firma 8	Belgeli	102,81	25,00	170,00	153,40
	Belgesiz				
Firma 9	Belgeli	99,00	25,00	170,00	153,40
	Belgesiz	85,00			
Firma 10	Belgeli	102,81	24,50	170,00	153,40
	Belgesiz			145,00	
Firma 11	Belgeli	102,81	25,00	170,00	153,40
	Belgesiz				130,00
Firma 12	Belgeli	102,81	23,00	170,00	153,40
	Belgesiz				

Firma 13	Belgeli	102,81	24,00	170,00	153,40
	Belgesiz		19,45		
Firma 14	Belgeli	103,20	25,00	170,00	153,40
	Belgesiz	88,00			
Firma 15	Belgeli	105,00	23,30	170,00	153,40
	Belgesiz				
Firma 16	Belgeli	102,81	24,50	170,00	153,40
	Belgesiz	87,12	20,00	144,00	
Firma 17	Belgeli	103,00	22,00	170,00	153,40
	Belgesiz			144,00	
Firma 18	Belgeli	102,50	22,00	170,00	153,40
	Belgesiz		19,45		130,00
Firma 19	Belgeli	102,00	25,00	170,00	153,40
	Belgesiz				
Firma 20	Belgeli	102,81	25,00	170,00	153,40
	Belgesiz	87,12		145,00	
Firma 21	Belgeli	102,81	25,00	170,00	153,40
	Belgesiz	87,12			
Firma 22	Belgeli	102,81	25,00	170,00	153,40
	Belgesiz	87,12			
Firma 23	Belgeli	102,81	23,00	170,00	153,40
	Belgesiz				
Firma 24	Belgeli	102,81	25,00	170,00	153,40
	Belgesiz	87,12			
Firma 25	Belgeli	102,81	22,00	170,00	153,40
	Belgesiz				
Firma 26	Belgeli	102,81	21,00	170,00	153,40
	Belgesiz	87,12			
Firma 27	Belgeli	102,81	23,30	170,00	153,40
	Belgesiz			145,00	130,00
Firma 28	Belgeli	102,81	22,95	170,00	153,40
	Belgesiz				
Firma 29	Belgeli	102,81	25,50	170,00	153,40
	Belgesiz				
Firma 30	Belgeli	102,81	21,50	170,00	153,40
	Belgesiz				
Firma 31	Belgeli	102,81	22,50	170,00	153,40
	Belgesiz				
Firma 32	Belgeli	102,81	23,00	170,00	153,40
	Belgesiz	87,12			
Firma 33	Belgeli	102,81	23,00	170,00	153,40
	Belgesiz				
Firma 34	Belgeli	102,81	23,00	170,00	153,40
	Belgesiz		20,00		
Firma 35	Belgeli	102,81	25,00	170,00	153,40
	Belgesiz				

Firma 36	Belgeli	102,81	25,00	170,00	153,40
	Belgesiz				
Firma 37	Belgeli	102,81	25,00	170,00	153,40
	Belgesiz				
Firma 38	Belgeli	102,81	25,00	170,00	153,40
	Belgesiz	87,12			
Firma 39	Belgeli		23,00	170,00	153,40
	Belgesiz	87,12			
Firma 40	Belgeli	102,81	23,30	170,00	153,40
	Belgesiz				
Firma 41	Belgeli	103,00	24,49	170,00	153,40
	Belgesiz	89,00			
Firma 42	Belgeli	102,81	20,99	170,00	153,40
	Belgesiz			146,00	
Firma 43	Belgeli	102,81	25,00	170,00	153,40
	Belgesiz				
Firma 44	Belgeli	102,81	25,00	170,00	153,40
	Belgesiz		23,50		
Firma 45	Belgeli	102,81	24,25	170,00	153,40
	Belgesiz				
Firma 46	Belgeli	102,81	23,00	170,00	153,40
	Belgesiz		20,00		
Firma 47	Belgeli	102,81	25,00	170,00	153,40
	Belgesiz	87,12			
Firma 48	Belgeli	104,30	23,00	170,00	153,40
	Belgesiz	90,00			
Firma 49	Belgeli	103,35	23,50	170,00	153,40
	Belgesiz	90,00		144,00	
Firma 50	Belgeli	102,81	23,50	170,00	153,40
	Belgesiz	87,12			

Anketin yapıldığı firmalar içerisinde tamamen kayıtdışı olan ve sadece belgesiz satış gerçekleştiren firmaya rastlanmamıştır. Sektörler genelinde ise elektronik sektöründe kayıtdışı satış yapan oranı söz konusu firmalar içerisinde %36, giyim %10, kitap %8, oyuncak sektöründe ise %12 olarak tespit edildi. Görülüyor ki kayıtdışı işlem yapma oranı en çok elektronik sektöründedir. Elde edilen oranlar her sektörden sabit bir ürün için alınan fiyat teklifleri ile bulundu. Elektronik sektöründe RAM fiyatı, giyim sektöründe markalı bir kot pantolon fiyatı, kitapta sabit bir kitap, oyuncakta da yine markalı bir oyuncak fiyatı araştırılmıştır.

		Elektronik	Giyim	Kitap	Oyuncak	Belgesiz Elektronik	Belgesiz Giyim	Belgesiz Kitap	Belgesiz Oyuncak
N	Geçerli	50	50	50	49	18	5	4	6
	Geçersiz	0	0	0	1	32	45	46	44
Ortalama		102,7652	153,400	170,000	23,7373	87,5244	130,00	144,00	20,4000
Ortalamanın Standart Hatası		0,10490	0,00000	0,00000	0,17117	0,27548	0,00000	0,00000	0,62968
Standart Sapma		0,74173	0,00000	0,00000	1,26822	1,16876	0,00000	0,00000	1,54240
En küçük		99,00	153,40	170,00	20,99	85,00	130,00	144,00	19,45
En büyük		105,00	153,40	170,00	25,50	90,00	130,00	144,00	23,50

Tablo 13:SPSS Analizi

Elektronik sektöründeki araştırma sonuçlarına göre ortalama fiyat 102,76 YTL, standart sapma 0,741, minimum fiyat 99YTL ve maksimum fiyat 105YTL olarak bulunmuştur ve sektörler arasında fiyat farklılığına en çok elektronik sektörde rastlanmıştır. Aynı şekilde giyim ve kitap sektörleri incelendiğinde fiyatların sabit olduğu görülüyor. Oyuncak sektöründe ise ortalama fiyat 23,73YTL, standart sapma 1,26, minimum fiyat 20,95YTL, maksimum fiyat ise 25,5 YTL olarak bulunmuştur. Fiyat dalgalanmasının en çok olduğu açıkça görülmektedir. Sadece belgeli satış yapan firmalarla hem belgeli, hem de belgesiz satış yapan firmalardan alınan verilerle elektronik sektörü baz alınarak T-Testi uygulanmıştır. 50 firmadan 18 tanesi belgesiz de satış yapmaktadır. T-Testi sonucuna göre elektronik sektörde kayıtlı alışveriş yapan firmaların fiyatları ile belgesiz satış yapanların fiyatları arasındaki farkın anlamlı olduğu ortaya çıkmıştır.

Tablo 14: T-Testi Sonuçları

Bir-Örnek İstatistikleri						
	N	Ortalama	Standart Sapma	Ortalamanın Standart Hatası		
Elektronik	50	102,7652	0,74173	0,10490		
Belgesiz Elektronik	18	87,5244	1,16876	0,27548		
Bir-Örnek Testi						
	Test Değeri=0					
	t	df	İşaret. (2-kuyruklu)	Ortalama Fark	Farkın %95 Güvenilirlik Aralığı	
					Alt	Üst
Elektronik	979,681	49	0,000	102,76520	102,5544	102,9760
Belgesiz Elektronik	317,717	17	0,000	87,52444	86,9432	88,1057

Elektronik sektörüne uygulanan T-Testi sonucuna göre belgeli ve belgesiz fiyatlar arasında anlamlı bir fark vardır. Bu farkın kaynağı ise vergi yükünün olmaması, firmaların elinde kayıtdışı ürün bulundurma imkanının az olmasıyla kayıtdışı alışverişin birinci elden yapıp stok, insan ve nakliye maliyetlerinin az olması gibi etkenler gösterilebilir. Bütün bu etkenler göz önüne alındığında görülüyor ki her kademe üretici ve satıcı firma ilgili olduğu sektördeki gelişmelere göre fiyatlandırma politikasında değişikliğe gidiyor. Tabii bu değişiklik öncelikle Pazar yapısı, pazarlama yöntemleri, firma yapısı, imalat yöntemleri ve insan kaynaklarının değişimi ve yönlendirilmesi ile gerçekleşiyor.

SONUÇ ve ÖNERİLER

21.yüzyılın ilk yarısındaki ticari gelişmelere teknolojinin gelişimi damgasını vurmuş durumdadır. Ticaretin elektronik ortama taşınmasıyla hem pazarlama faaliyetleri, hem firmaların stratejik, politik ve ticari önemi, hem de iletişim araçları değişikliğe maruz kaldı. Bu değişimler doğal olarak küreselleşen dünyada firmaların fiyatlandırma politikalarındaki değişimlerin baş rol oyuncusu oldu.

Sektörlere göre firmalar göz önüne alındığında görülüyor ki elektronik sektörü hareketliliğin en çok yaşandığı ve en çok dalgalanma görülen sektördür. Bunun yanı sıra OEM imalatın en yaygın olduğu bir sektör olan elektronik sektöründe fason imalatçı konumunda bulunan firmaların iletişim araçları olan e-mail ve internet gibi araçları kullanmaya başlamasıyla müşterilerle bizzat iletişim kurma olasılığı doğdu. Böylece Pazar yayıldı ve ürün elde etme kaynakları arttı. Kaynağın çok olduğu, iletişimin kolaylaştığı, tedarik hızlandığı bir pazarda kayıtdışı ürünlerin yaygınlaşması da firmalarda değişimin gerçekleşmesinde rol oynadı. Pazar payını kaybederek daha az kar etmeye ve ürün satmaya başlayan firmalar ve bunun yanında kayıtdışı para kazananlar kendilerine göre fiyatlar politikasında rol oynadılar.

Elde edilen bulgulardan aşağıdaki sonuçlara ortaya konabilir:

1. E-ticaret vasıtasıyla ilişki kurulan 200 firma arasında tamamen kayıtdışı çalışan firmanın olmadığı ama kısmen bazı firmalar tarafından yapıldığı,
2. Ele alınan dört sektörde (elektronik, giyim, kitap, oyuncak) %36 gibi bir oranla kayıtdışı e-ticaretin başını çeken elektronik sektörü olmuştur.

Bunun nedenleri içinde teknolojinin hızla ilerlemesi, her seviye firmanın her seviye müşteri ile çok kolay irtibat kurması, teknolojik ürünlerin artması ve yaygınlaşması ile birlikte OEM imalatçıların artması ve ana üretici firmalara tedarikçi konumunda bulunan firmaların piyasaya girerek ayakta durması çabaları gösterilebilir.

3. Elektronik tabanlı ürünlerin stok maliyetinin az olması, buna müteakip eleman ihtiyacının azlığı, ulusal ve uluslar arası kolay nakliye imkanları, Uzakdoğu ülkelerindeki fason imalatların dünya pazarına hızlı bir şekilde açılması, elektronik sektöründeki bu dalgalanmaya neden teşkil etmektedir.
4. Elektronik ürün satıcı firmaların fiyatlarındaki bu dalgalanmanın diğer bir nedeni olarak ise her kademe imalatçı ve satıcının özellikle bu sektörde kendi pazarını ve müşteri portföyünü e-ticaret vasıtasıyla oluşturma ve reklam alma arzularından gelmektedir.
5. Aynı ürünün farklı fiyatlarda satılması ise elektronik sektörde ağırlıklı olarak fason imalatın hâkim olduğunu ve fason imalatçıların kendi pazarını kurma eğiliminin bir göstergesidir.
6. Giyim ve kitap sektörlerinde söz konusu fiyat alınan ürünler yine markalı olan ürünlerdir. Görülüyor ki bu iki sektörde fiyatlar sabit.
7. Oyuncak sektöründe de fiyat dalgalanması görülüyor. Fakat elektronik sektörüne göre nispeten daha az.
8. Pazardaki dengeleri kayıtdışı yapılan ticaret ve buna bağlı olarak kaybedilen Pazar payları etkiliyor. Bu da firmaları istemeseler dahi fiyatlandırma politikalarında değişikliğe itiyor.

9. Kayıtdışı ticarete karşı alınan önlemler yetersiz olmakla birlikte, elektronik ortamlı alışverişlerde denetleme ve kayıtdışı alışverişi engellemek şu an için mümkün değildir.
10. Elektronik ortamlı alışverişte karşılıklı güvenilirliğin düşük olmasına rağmen ürün maliyetindeki düşüş göz önüne alındığında yüksek birimli alışverişlerde kayıtdışı alışveriş tercih nedeni olabilir.

Ulaşılan sonuçlar irdelendiğinde yapılacak öneriler şu şekilde sıralanabilir:

1. Tüm firmaların değil de bir kısım firmanın kayıtdışı alışverişe yönelmesi dikkate alınrsa vergi alım kriterlerinin firmaların yapısına ve kazancına göre düzenlenmesi düşünülebilir.
2. Firmaların kendi aralarında yapılabilecek sözleşmeler ile tedarikçi konumundaki firmaların ana üreticiye rakip pozisyonuna gelmesi önlenmelidir.
3. Elektronik tabanlı alışverişin vergilendirilmesi konusu detaylandırılarak firmalara devlet kontrolünde belli bir mali yük getirilerek elektronik ortamlı alışveriş denetim altına alınabilir.
4. Tanıtım ve reklam maliyetlerini düşürmek amaçlı elektronik platformlar oluşturularak bütün firmaların buluşmaları kolaylaştırılabilir. Bu devlet kanalıyla yapılarak firma denetimleri kolaylaştırılabilir.
5. Resmi otorite yolu ile gücünü kanundan ve gelirini vergi ve cezalardan pay alarak sağlayan özel denetim kuruluşları oluşturma eğilimine girilebilir.

6. Belli bir miktar ciroya ulaşan şirketlerde vergi indirimine giderek firmalar kayıtlı olmaya teşvik edilebilir.
7. Var olan cezalar arttırılarak elektronik tabanlı iletişimin yasal olmayan alışverişlerde kullanılması engellenmeye çalışılabilir.
8. Resmi kuruluşlarca yapılacak istatistik çalışmalarıyla fiyatlardaki değişikliklerin yine resmi kurumlarla açıklanacak oranlarda gerçekleştirilmesi konusunda yaptırım uygulanabilir.
9. Miktar, mesafe ve zaman gibi kriterler göz önüne alınarak şartlara göre vergilendirme yoluna gidilebilir.

Yapılan çalışma ile elektronik sektöründe ürün/hizmet satıcı firmaların fiyatlandırma politikası üzerinde kayıtdışı e-ticaretin etkisi incelenmiştir. Sonuçta görülmüştür ki kayıtdışı e-ticaret kayıtdışı ticaretin bir kısmını oluşturmakla beraber yoğun olarak bulunduğu sektörde fiyatlarda dalgalanmaya yol açmaktadır. Denilebilir ki, kayıtdışı e-ticaretin elektronik ve/veya elektronik ortamı ürün/hizmet satıcı firmaların fiyatlandırma politikasına etkisi kaçınılmazdır.

KAYNAKÇA

ACUN, Ramazan. (2000). *Türkiye'de AR-GE: Mevcut Durum ve Geleceğe Bakış Bilim, Bilgi Teknolojisi ve Türkiye*, Erişim:19.08.2005, <http://www.history.hacettepe.edu.tr/archive/TDVBilim.html>.

ACUN, Ramazan. (2000). *İnternet ve Telif Hakları*, Bilgi Dünyası: İstanbul.

ACNIELSEN. (2005). *Dünya Nüfusunun Onda Biri Alışverişini İnternette Yapıyor*, Erişim: 21.05.2006, <http://www.acnielsen.com/news/european/tr/newsmain.htm>.

ADAMAN, Fikret. (2001). *Yolsuzluk Araştırması*, TESEV: İstanbul.

ALTUĞ, Osman. (1999). *Kayıtdışı Ekonomi*, Türkmen Kitabevi: İstanbul.

ARROW, Kenneth J. (2000). *Knowledge as a Factor of Production*, The World Bank: Washington D.C.

ARTHUR ANDERSEN Yönetim ve İnsan Kaynakları Danışmanlığı Ltd. Şti. (2001). *İnternetle Gelişimde Türkiye*, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları: İstanbul.

ATACAN, Eyüp. (2006). *Java Nedir ?* Erişim: 01.12.2006 <http://bornova.ege.edu.tr/~sorubank/atacan/bolum2.html>.

AYDEMİR, Şinasi. (1995). *Türkiye'de Kayıtdışı Ekonomi*, Maliye Hesap Uzmanları Derneği: İstanbul.

BARLOW, John Perry. (1994), *The Economy of Ideas: Selling Wine Without Bottles*, Erişim:11.09.2005, <http://www.hotwired.com/Wired>.

BARRON, Billy, Ellsworth, Jill H., Savetz Kevin M., Çevirenler Nezihe Bahar, Devrim Türkmen. (1998). *Internet Unleashed*, Sistem Yayıncılık: İstanbul.

BARTLETT, Bruce. (1998). *Europe's Underground Economies*, Brief Analysis No. 278, Erişim: 29.11.2005, <http://www.ncpa.org/ba/ba278.html>.

BAŞAK EKONOMİ, (2002). Erişim:20.05.2002, <http://www.akmut-soylesi.htm>

BENLİKOL, Sabahattin.-Akgür, Muhsin. (2002). *Avrupa Birliği'nde Kayıtdışı Faaliyetlerin Kontrolü ve Denetimi*, Yayın No. 2002/14 İstanbul Ticaret Odası Yayınları: İstanbul.

BİLGİN, Ece. (2000). *Devlet Tuşlanıyor*, Milliyet, 28 Haziran 2000

BOVI, Maurizio. (2000). *An Improvement of the Tanzi Method for the Estimation of Italian Underground Economy*, Erişim: 18.08.2005, <http://ideas.repec.org/j/H26.html>.

BOVI, Maurizio. (2000). *The Nature of Underground Economy*, Erişim: 07.09.2005, http://www.isae.it/Working_Papers/wpbovi26.pdf

BOZKURT, Veysel. (1999). *KOBİ'ler ve Elektronik Ticaret*, Uludağ Üni. İ.İ.B.F. Dergisi Cilt:17 Sayı:3, Bursa.

BOZKURT, Veysel. (1997). *Enformasyon Toplumu ve Türkiye*, 2. Baskı, Sistem Yayıncılık: İstanbul.

BOZKURT, Veysel. (1999). *Elektronik Ticaretin Ekonomik ve Sosyal Boyutu*, Bilgi Toplum Sayı:2.

CANBAZ, Mustafa. (2002). *1990 Sonrası Türk Vergi Sisteminin Bir Analizi*, Z.K.Ü Vergi Haftası Sempozyumu: Zonguldak.

CANPOLAT, Önder. (2001). *E-Ticaret ve Türkiye'deki Gelişmeler*, T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Hukuk Müşavirliği, Ankara.

CANSEN, Ege. (2000). *E-ticaretin Ekonomisi*, Hürriyet, 24 Mayıs

CLINTON, William J.- Gore, Albert. (2000). *ABD Ticaret Bakanlığı, Global Elektronik Ticaret*, Çeviren: Veysel Bozkurt, Alfa Yayınları: İstanbul.

CONSUMER REPORTS BUYING GUIDE. (2000). *Electronic Commerce*.

COYLE, Karen. (2003). *Copyright in the Digital Age*, Erişim: 29.07.2003 <http://www.dla.ucop.%20edu/~kec/copyright.htm>.

ÇETİNTAŞ, Hakan ve Vergil, Hasan. (2003). CORRUPTION PERCEPTIONS INDEX, *Türkiye'de Kayıtdışı Ekonominin Tahmini*, Doğu Üniversitesi Dergisi, Cilt:4, Sayı:1.

DAVENPORT, Thomas H.-Prusak, Laurence. (1998). *İş Dünyasında Bilgi Yönetimi*, Çeviren: Günhan Günay, Rota Yayın Ltd.: İstanbul.

DIŞ TİCARET MÜSTEŞARLIĞI ELEKTRONİK TİCARET KOORDİNASYON KURULU. (2000). *Elektronik Ticaret, Elektronik Ticaretin Yararları*, Erişim:26.07.2004, <http://www.etkk.gov.tr/#YARARLARI>.

DPT. (2000). *Uzun Vadeli Strateji ve Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 2001-2005*, Makroekonomik Program (2000-2002) ve Beş Aylık Uygulama Sonuçları, Erişim: 25.07.2005, <http://plan8.dpt.gov.tr>.

DPT. (2001). *Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Kayıtdışı Ekonomi Özel İhtisas Komisyonu Raporu*: Ankara.

DUMAN, Sami. (2005). *Kayıtdışı Ekonomi ve Türkiye*, Erişim: 05.10.2005, http://www.muhasabenet.net/makaleler_sduman.html.

EKİN, Nusret. (1998). *Bilgi Ekonomisi ve Elektronik Ticaret*, İTO Yayını: İstanbul.

ELEKTRONİK İŞ VE TİCARET DERGİSİ. (2000). *E-Devlet'e Doğru*, 01 Eylül.

ERKAN, Hüsnü. (1998). *Bilgi Toplumu ve Ekonomik Gelişme, 4. Baskı*, Türkiye İş Bankası Yayınları: İstanbul.

ERNSTE, Dominik - Schneider, Friedrich. (1998). *Increasing Shadow Economies all over the World Fiction or Reality*, Erişim: 09.07.2005, [fdp://repec.iza.org](http://repec.iza.org).

ERNSTE, Dominik - Schneider, Friedrich. (1999). *Shadow Economies Araound The World-Size, Causes and Consequences*, CESifo Working Paper No.196.

ERTAŞ, Sacit. (2000). *Elektronik Ticaret: Tanımı, Gelişimi, Avantajları, Güvenliği*, Elektronik Ticaret, Derleyen: Veysel Bozkurt, Alfa: İstanbul.

ERTÜRK, İsmail. (2002). *İnternet ve Ekonomik Etkileri, İnternet: Üçüncü Devrim*, YKY Cogito, Sayı:30.

E-TİCARETMERKEZİ, *Elektronik Ticaretin Etkileri ve Karşılaşılan Sorunlar*, Erişim: 08.10.2004, <http://www.e-ticaretmerkezi.net>

EUROPE'S Information Society. (2005). *A Dynamic E-Business Environment*, Erişim:07.01.2006, http://europa.eu.int/informationociety/eeurope/index_en.htm

FEIGE, Edgar L. (2003). *Estimating the Size and Growth of Unrecorded Economic Activity in Transition Countries: A Re-evaluation of Electric Consumption Method Estimates and Their Implications*, Erişim: 12.12.2005, <http://ideas.repec.org/e/pfe11.html>.

FLEMING, M., J. Roman, ve G. Farrell. (2000). *The Shadow Economy*, Journal of International Affairs, No. 2.

FREY Bruno S. ve Schneider F. (2000). *Informal and Underground Economy*, *International Encyclopedia of Social and Behavioral Science*, Bd. 12 Economics, Elsevier Science Publishing Company: Amsterdam.

FREIDMAN, Thomas L. (2000). *Lexus ve Zeytin Ağacı*, çev. Elif Özsayar, Boyner Holding Yayınları: İstanbul.

G. CARONE-A.Salomaki. (2001). *Reforms In Tax-Benefit Systems In Order to Increase Employment Incentives In The E.U.*, Brussels.

GILES, David. (1999). *Measuring the Hidden Economy: Implications for Economic Modelling*, Economic Journal.

GİB. (2006). *Vergi Barışı Kanununa İlişkin İstatistikler*, Erişim: 24.04.2006, <http://www.gib.gov.tr/index.php?id=271>

GOLDMAN, Eric. (1999). *Intellectual Property Protection Regimes in the Age of the Internet*, Annual Institute on Internet Law: San Francisco.

GOLDSTEIN, Paul. (1994). *Copyright's Highway: From Gutenberg to the Celestial Jukebox*, Hill and Wang: New York.

GUARDIAN, 9.3.2000.

GÜLCAN, Elif Yaprak. (2000). *Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerde Elektronik Ticaretin Gelişimi: İzmir Örneği*, ODTÜ 4. Uluslar arası Ekonomi Kongresi Tebliği:Ankara.

GÜNEŞ, İsmail. (2005). *İnternette Güvenlik ve Denetim: Masumiyet Yitiriliyor mu?*, Erişim: 02.08.2005, http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=243

HASILOĞLU, Selçuk Burak. (1999). *Enformasyon Toplumunda Elektronik Ticaret ve Stratejileri*, Türkmen Kitabevi: İstanbul.

HERRINGSHAW, Chris. (1997). *Elektronik Para İşe Başlıyor*, Internet World Tr.

HÜRRIYET GAZETESİ, *Dijital Gelecek Eki*, 14.12.1999.

İNCE, Murat. (1999). *Elektronik Ticaret: Gelişme Yolundaki Ülkeler İçin İmkanlar ve Politikalar*, İktisadi Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü, Hukuki T. Ve Kurumsal Düz. Dairesi Baş.: Ankara.

KANSU, Murat. (1999). *Türkiye’de İnternet Üzerinde Elektronik Ticaret*, Banka ve Para Teknolojileri Dergisi, Sayı:5, (Kasım-Aralık).

KARABIÇAK, Mevlüt ve Altuntepe, Nihat. (2001). *KOBİ’lerin Kredi Yoluyla Finansmanı*, I. Orta Anadolu Kongresi- KOBİ’lerin Finansman ve Pazarlama Sorunları, KOSGEB Yayınları.

KEPENEK, Yakup. (2000). *Ekonomik Yönleriyle Elektronik Ticaret*, Elektronik Ticaret, Derleyen: Veysel Bozkurt, Alfa: İstanbul.

KESER, Aşkın. (2000). *Küreselleşen Dünyanın Yeni Gerçeği: Elektronik Ticaret*, Alfa Yayınları: İstanbul.

KILDİŞ, Y. (2000). *Kayıtdışı Ekonominin Ulusal-Uluslar arası Boyutu ve Çözüm Önerileri*, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi: İzmir.

KILIÇKINI, Bediz. (2000). *E-Business*, Dünya, 19 Mayıs.

KINACIOĞLU, Naci vd. (1998). *Telif Hakları Sorunları Komisyon Raporu*, 16-19 Aralık 1998 IV. Ulusal Yayın Kongresi Komisyon Raporları: Ankara.

KINACIOĞLU, Naci. (1998). Erişim: 18.03.2004, <http://www.ilesam.hun.edu.tr/kinacioglureform.html>.

KIRBAŞ, Sadık. (1995). *Kayıtdışı Ekonomi, Nedenleri, Boyutları ve Çözüm Yolları*, TESAV: İstanbul.

KOBAN, Emine. (2002). *Türkiye’de Kayıtdışı Ekonomi Sorunu ve Önlenmesinde Vergi Denetiminin Rolü*, Erişim: 05.01.2004, <http://www.iktisat.uludag.edu.tr/dergi/3/koban/koban2.html>.

KOBİNET. (2004). *Yayın-3*, Erişim: 02.05.2004, <http://www.kobinet.org.tr/hizmetler/e-ticaret/e-ticaret-kutuphanesi/yayin3.html>.

KÖKSAL, Ahmet Turan. (1997). *İnternet Sizden Korksun*, Pusula Yayıncılık Ltd.: İstanbul.

KURTULUŞ, Kemal. (1979). *Methodological Problems of Marketing Research in Developing Countries, Workshop on International Marketing*, European Institute of Advanced Studies in Management: Brüksel.

KÜÇÜK, Mehmet Emin vd. (1998). *Yayıncılıkta Yeni Ufuklar: Elektronik Yayıncılık ve Yayıncılık Eğitimi Komisyon Raporu*, IV. Ulusal Yayın Kongresi Komisyon Raporları: Ankara.

KÜÇÜKGÖRKEY, Aslı. (2005). *Yeni Ekonomi ve Elektronik Ticaret*, Erişim: 20.10.2005, http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=193.

LARSON, Megan J. (2003). *Copyright in Cyberspace*, Erişim:13.06.2005, <http://www.wiu.edu/users/mureg3/project2/copyright/copy.htm>.

LAUDON, C., Kenneth-Laudon, P. Jane. (1998). *Management Information Systems*, 5th Edt, Prentice Hall: New Jersey.

LEMIEUX, Pierre. (1994). *Canada's Taxing Pols Outwitted by Underground Economy*, The Wall Street Journal.

LOAYZA, Norman A. (1997). *The Economics Informal Sector, A Simple Model and Some Empirical Evidence from Latin America*, The World Bank Policy Research Working Paper: Paper No:1727.

LOUNDY, David J. (1995). *Revising the Copyright Law for electronic Publishing, the John Marshall Journal of Computer and Information Law, Volume 14*, Erişim: 02.04.2004, <http://www.loundy.com/Revising-HyperT.html>

MARTIN, John P. (1994). *The Extend of High Unemployment in OECD Countries, Symposium of Reducing Unemployment*, Federal Reserve Bank of Kansas City: Wyoming.

MENZİR, Necdet. (1998). *15 Ocak 1998 Bakanın Açış Konuşması*, Erişim: 20.05.2006, <http://kurul.ubak.gov.tr/m06.php>.

MİLLİYET GAZETESİ, *Hipermarketinizi Çöpe Atın*, 29.07.1999.

NEVES, Francesco. (1999). *Making Do*.

OECD. (1998). *Harmful Tax Competition-An Emerging Global Issue*, Erişim:09.09.2005, http://www.oecd.org/publications/pol_brief/1997/9701_pol.htm.

OECD. (2000). *Towards Global Tax Co-operation-Progress in Identifying and Eliminating Harmful Tax Practises*, Paris.

OKERSON, Ann. (1996). *Who Owns Digital Works*, Scientific American.

ÖĞÜNÇ, Fethi - Yılmaz, Gökhan. (2000). *Estimating the Underground Economy in Turkey*, The Central Bank of the Republic of Turkey, Research Department Discussion Paper, September.

ÖNDER, İzzettin. (2001). *Kayıtdışı Ekonomi ve Vergilendirme*, İ.Ü.Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi No. 23-24.

ÖYMEN, Onur. (2000). *Geleceği Yakalamak*, 2.Baskı, Remzi Kitabevi: İstanbul.

ÖZOL, E. İhsan. (1994). *Kayıtdışı Ekonomi ve Vergi Kayıpları*, Görüş-TÜSİAD, Mart.

ÖZER, Yaprak. (2002). *Küreselleşme ve Yeni Ekonomi*, Hayat Yayıncılık: İstanbul.

ÖZGER, Oktay. (1998). *Elektronik Ticaret*, Networkworld, Ocak..

ÖZSOYLU, Ahmet Fazıl. (1996). *Türkiye’de Kayıtdışı Ekonomi*, Bağlam Yayınları: İstanbul.

PEACOCK, Alan ve Shaw, G.K. (1982). *The Evasion and Tax Revenue Loss*, Public Finance, Vol.:37.

POOL, Ithiel de Sola. (1983). *Technologies of Freedom*, Belknap Pres: Indianapolis.

PROKHOROV, Artem. (2001). *The World Unobserved Economy: Definition, Measurement, and Optimality Considerations*.

RAO, Madanmohan. (1998). *How Real Is the Internet Market in Developing Nations?OTI*, Erişim: 25.08.2005 <http://www.isoc.org/oti/articles/0401/rao.html>

R.TASARIM. (2006). *Elektronik Ticaret Hakkında Genel Bilgiler* , Erişim: 03.04.2006, <http://www.rtasarim.com/eticaret.asp?id=2>

SAKA, Tamer. (1999). *Elektronik Ticaret ve İç Denetim*, İktisat Ekonomik Bülten Sayı:32.

SAVAŞAN, Fatih ve Duman, Şenol. (2002). *Eko-Politik Krizlerin Anatomisi ve Uluslararası Para Fonunun Rolüne Eleştirel Bir Bakış*.

SCHNEIDER, Friedrich. (1998). *The Shadow Economy: Black Hole*, The London Economist Magazine of August 28, Erişim: 29.08.2005 <http://www.enpc.fr/>

SCHNEIDER, Iza. (2002). *Discussion Paper*, No.514, June.

SEYİDOĞLU, Halil. (1999). *Elektronik Ticarete Hazır mıyız?*, Bilgi Toplum, Sayı:2.

SÖYLEMEZ, Alev. (2001). *Yeni Ekonomi*, Boyut Yayıncılık: İstanbul.

SPECTOR, Robert. (2001). *Amazon.com*, çev. Zeynep Yelçe, Scala Yayıncılık: İstanbul.

STEVENS, Candice. (1998). *The Knowledge-Driven Economy*, Butterworth-Heinemann Publishing: Woburn.

TANZI, Vito. (1999). *Uses and Abuses of Estimates of the Underground Economy*, The Economic Journal.

TEDESCHI, Bob. (1999). *Real Force in E-Commerce's Business-to-Business Sales*, Erişim: 07.06.2005, <http://www.nytimes.com/library/tech/99/01/cyber/commerce/05commerce.html>.

TEKNİK Çalışma Grubu Raporu. (1998). Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu, Mayıs.

THOMAS, Jim J. (1999). *Quantifying the Black Economy, 'Measuring Without Theory' Yet Again*, The Economic Journal.

TISK. (2001). *Krizden Çıkış İçin Zorunlu İstikamet*, Vergi ve Bürokrasi Reformları: Ankara.

TISK. (2000). *Avrupa Birliği'nde Kayıtdışı Çalışma Konusunda İzlenen Politikalar ve Türkiye Açısından Değerlendirme*: Ankara.

TRANSITION and 21 OECD Countries. (2002). IZA Discussion Paper, No.514, June.

TRUBEK, David M. ve Mosher, James S. (2001). *New Governance, EU Employment Policy and the European Social Model*, Jean Monnet Working Paper, September.

TÜRKOĞLU, Tanol. (2000). *E-ticaret ve Yeriniz*, E-Ticaret Elektronik İş ve Ticaret Dergisi, Eylül.

UNESCO. (1987). *Telif Haklarının Temel İlkeleri*, Çev. Çiğdem Yıldırım, Kültür ve Turizm Bakanlığı Fikir ve Sanat Eserleri Dairesi Başkanlığı Yayını: Ankara

UNICE Kıyaslama Raporu. (2001). *Yenilenen Ekonomi*, No:357, MESS Yayını:İstanbul.

USLU, Sami. (2006). *Kayıtdışı Ekonomi*; Zaman Gazetesi 29.03.2006.

USLU, İzzet. (2005). *Küresel Pazar ve Elektronik Ticaret*, Erişim: 24.08.2005, <http://www.bilgiyonetimi.org>

ÜZELTÜRK, Hakan. (2004). *Gölgelerin Efendisi: Gölge Ekonomi Bazı Ülkelerden Örnekler*, Türkiye’de Vergi Kayıp ve Kaçakları ve Önlenmesi Yolları Konulu XIX. Türkiye Maliye Sempozyumu Tebliği, 10-14 Mayıs, Antalya.

VERGİ DÜNYASI. Mayıs 2002 Sayı: 249, 84

VERITY, J.W. ve Hoffman, D. (1994). *The Internet: How It Will Change The Way You Do Business*, Business Week, 14 Kasım.

VOSTROKNUTOVA, Ekaterina. (2003). *Shadow Economy, Rent Seeking Activities and the Perils of Reinforcement of the Rule of Law*, European University Institute Working Paper ECO 2003/9.

YILMAZ, Eyyup. (2000). *Türkiye’de Kredi Kartı Uygulaması ve Ekonomik Etkileri*, Türkmen Kitabevi: İstanbul.

ZAMAN, İlkey. (2003). *Mobil Yaşam*, Pcnnet Bilgisayar ve İnternet Dergisi, Nisan S:67, İstanbul.

<http://econwpa.wustl.edu>, Erişim:24.11.2005

<http://www.kestreltax.u-net.com>, Erişim:02.11.2005

<http://www.ccra-advc.gr.ca>, Erişim:14.10.2005

<http://www.brazzil.com>, Erişim:29.06.2005

<http://www.ripe.net>, Erişim:11.07.2005

<http://www.mids.org>, Erişim:21.10.2005