

# Dijital Hizmet Vergisi Üzerine Bir Değerlendirme

Meral FIRAT\*

## Özet

Günümüzde teknolojik gelişmelerin sonucunda dijital hizmet veren şirketler çok yüksek gelirler elde etmektedirler. Ancak bu şirketler çok yüksek gelirler elde etmesine rağmen ödemeleri gereken vergileri yeterince ödememekte ve bir vergi geliri kaybına yol açmaktadırlar. Bu nedenle son yıllarda bu şirketlerin vergilendirilmesi ile ilgili OECD, AB, G7, G20 ülkeleri çeşitli çalışmalar yapmış ancak henüz ortak bir konsensüs sağlanamamıştır. Türkiye’de de “Dijital Hizmet Vergisi” uygulaması 01.03.2020 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Bu çalışmada Dijital Hizmet Vergisi ile ilgili olarak Dünya’da ve Türkiye’deki tablo analiz edilerek yorumlanmaya çalışılmıştır. Sonuç olarak, Türkiye’de uygulanacak Dijital Hizmet Vergisi oranı diğer ülkelerden çok daha fazla olduğu ve dijital hizmet sağlayıcılar bu vergiyi ödemediğinde dijital hizmetten yararlanan tüketicilere yansıtılacak olması nedeniyle bu vergi gelecekte birtakım sorunlara yol açacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Dijital Hizmet Vergisi, OECD, AB, Türkiye

## An Evaluation on Digital Service Tax

### Abstract

Today, as a result of technological developments, companies providing dijital services, generate very high revenues. However, although these companies generate very high revenues, they dont pay the tax that they must to pay and cause a loss of tax revenue. For this reason, OECD, EU, G7, G20 countries have been working on the taxation of these campanies in recent years, but common consensus has not been achieved yet. In Turkey, Dijital Services Tax application has entered in to force on 01.03.2020. In this study, Regarding Dijital Service Tax table in the world and Turkey analyzed and interpreted. Consequently, Dijital Services Tax rate to be applied in Turkey much more than other countries and if dijital services providers dont pay the this tax, consumer to benefit from dijital services will pay and this tax will generate number of problems in the future.

**Key Word:** Dijital Service Tax, OECD, EU, Turkey

## 1. Giriş

**K**üreselleşme ile beraber dijital hizmet alanında faaliyet gösteren çok uluslu şirketler çeşitli ülkelerde hizmet vererek ticari faaliyette bulunmaktadır. Bu durum beraberinde dijital ekonominin vergilendirilmesi sorununu getirmiştir. Başta OECD olmak üzere birçok ülke bu alanda hukuki mevzuatın yetersizliğinden kaynaklanan kayıt dışılığın önüne geçebilmek için çeşitli çalışmalar yapmaktadırlar. AB ülkeleri ve diğer birçok ülkede bu konuda çıkarılan yasa tasarılarına karşı, ABD’nin ticaret savaşlarında nasıl ek gümrük vergisi koyarak bir takım yaptırımlar uyguladı ise benzer vergiler koyabileceği tartışılmaktadır.

Bu çalışmada Türkiye’de 7 Aralık 2019 tarih ve 30971 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan Dijital Hizmet Vergisi Kanunu ile Bazı Kanunlarda ve 375 Sayılı KHK’da Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun” çerçevesinde 01.03.2020’de uygulanmaya başlayan Dijital Hizmet Vergisi analiz edilmiştir. Çalışmada ilk olarak Türkiye’de uygulanacak olan Dijital Hizmet Vergisi incelenmiştir. Daha sonra Dünya’da Dijital Hizmet Vergisi uygulamasındaki genel tablo ortaya konmaya çalışılmış, son bölümde ise Türkiye’de uygulanacak olan Dijital Hizmet Vergisinin olası etkileri tartışılmıştır.

\* Doç. Dr., İstanbul Aydın Üniversitesi, İİBF, Ekonomi ve Finans Bölümü, Esenler/İstanbul, meralfirat@aydin.edu.tr

## **2. Türkiye’de Dijital Hizmet Vergisi Uygulaması**

Vergi kuralları geleneksel olarak kuruluş ilkesine dayanmaktadır. Vergilendirme ticari faaliyetin tamamının ya da bir kısmının fiziksel olarak gerçekleştirildiği yer ile bağlantılıdır. Günümüzde kurumlar iş merkezlerinin bulunduğu ülkelerde vergilendirilmektedirler. Ancak küresel olarak hizmet sunan kurumların vergilendirilmesinde bu şirketlerin hizmet sunduğu ve gelir elde ettiği ülkeler açısından ciddi vergi kaybı oluşmaktadır. (Lacob ve Simonelli,2019)

Günümüzde, Google, Facebook, Twitter, Instagram, Yandex, Linkedin, Google Play, App Store, Spotify, Apple Music, Youtube Music, Steam, PS Store, MS Store, Xbox Store, e-ticaret siteleri gibi dijital hizmet sektöründe faaliyette bulunan pek çok işletme faaliyette buldukları ülkenin kamu gelinine bir katkı yapması nedeniyle, dijital hizmet sektörünün vergilendirilmesi gerektiği birçok ülke tarafından kabul edilmiş ancak, sektörde yaşanan hızlı gelişmeler nedeniyle Dünya’da ortak bir vergileme rejimi oluşturulamamıştır. Yapılan incelemeler sonucunda bazı ülkelerin dijital hizmet sektörünü vergilendirdiğini, bazı ülkelerin ise vergilendirme için yasal tasarımlar hazırladığını, diğer birtakım ülkelerin ise bu konuda bir çalışmasının olmadığını söyleyebiliriz.

2016 yılında dijital ekonominin Dünya çapında yaklaşık 2.9 trilyon dolar değerinin olduğu, ancak 2025 yılına kadar dijital ekonominin yıllık hacminin 11.1 trilyon dolara çıkması tahmin edilmektedir. Türkiye’deki dijital reklam yatırımlarının değeri ise 2017’de 1.8 milyar TL iken, 2018 yılında bu tutar % 15.5 artışla 2.1 milyar TL olarak gerçekleşmiştir (Ber,2018). Deloitte tarafından yayınlanan “Türkiye’de Tahmini Medya ve Reklam Yatırımları 2019 İlk 6 Ay Raporuna” göre 2019’un ilk 6 ayında Türkiye’de dijital yatırımların değeri 1.343 milyon olarak gerçekleşmiş ve bir önceki yıla göre %10.8’lik bir artış sağlanmıştır. (Deloitte Raporu,2019)

Uluslararası şirketlerin, ülkelerin dijital ekonominin vergilendirilmesi konusunda ortak bir mevzuata sahip olmaması nedeniyle farklılıkları kullanarak elde ettikleri vergisel avantajları azaltmak ve firmaların kazancını oluşturan ekonomik faaliyetlerin yapıldığı ve değer oluşturulduğu yerde vergilendirilmesini sağlamak amacıyla G20 ülkelerinin çağrısı üzerine OECD tarafından hazırlanan Matrah Aşındırma ve Kar Aktarımı (BEPS-Base Erosion and Profit Shifting) eylem planı 2015 yılında yayınlanmıştır. Matrah Aşındırma ve Kar Aktarımı,

15 eylem planından oluşmakta olup birinci eylem planı dijital ekonominin vergi sorunları ile mücadeledir. Matrah Aşındırma ve Kar Aktarımı’nın ( BEPS) 1 nolu eylem planı olan dijital ekonominin vergi sorunları ile mücadele bölümünde ülkelere yapılması tavsiye edilen üç seçenek bulunmaktadır. Bunlar; a) bağlantı ilkesine göre önemli ekonomik varlık bulunması durumunda dijital daimi işyeri kapsamında vergilendirme yapmak, b) belirli dijital işlemler üzerinde stopaj vergisi uygulaması 3) dengeleme vergisi uygulamasıdır. (Ber, 2018)

Dijital Ekonominin vergilenmesi konusunda vergi mevzuatımızda, biri Katma Değer Vergisi Kanunu (KDVK) ve diğeri Kurumlar Vergisi Kanununda (KVK) olmak üzere iki temel düzenleme yer almaktadır. Bu çerçevede, KDV Kanununun 9/1.maddesine 7061 sayılı kanunla eklenen bent ile “**Türkiye’de ikametgahı, işyeri, kanuni merkezi ve iş merkezi bulunmayanlar tarafından KDV mükellefi olmayan gerçek kişilere elektronik ortamda sunulan hizmetlere ilişkin KDV’nin bu hizmeti sunanlar tarafından beyan edilip ödeneceği**” düzenlenmiş ve söz konusu uygulama 01.01.2018 tarihi itibarıyla yürürlüğe girmiştir.((KDVK, 9/1md) Diğer taraftan, Vergi Kesenlerin Sorumluluğu başlıklı Vergi Usul Kanunu (VUK) 11. Maddesine 6745 Sayılı Kanun ile eklenen fıkra uyarınca, 476 Sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararı ile internet ortamında alınan reklam hizmetleri karşılığı yapılan ödemeler 01.01.2019 tarihi itibarıyla tevkifat kapsamına alınmıştır. **Söz konusu düzenleme ile internet ortamında reklam hizmeti verenlere ya da verilmesine aracılık edenlere yapılan ödemelerden %15 oranında tevkifat yapılması yükümlülüğü getirilmiştir.** Mevcut haliyle, bu kapsamda hizmet veren veya hizmet verilmesine aracılık eden tam ve dar mükellef gerçek kişiler ile dar mükellef kurumlara yapılan ödemelerde tevkifat oranı %15 uygulanırken, tam mükellef kurumlar için oran % 0 olarak belirlenmiştir. Aracı konumda olanların internet ortamında reklam hizmetini verene yapacağı ödemeler de stopaja tabidir. (Aracı konumda olan tam mükellef kuruma yapılacak ödemelerde tevkifat yapılmayacak (yani tevkifat oranı % 0) olup, ödemenin bu aracı tarafından tam mükellef kurum haricinde tam ve dar mükellef gerçek kişi ya da dar mükellef kuruma yapılması halinde %15 oranında tevkifat yapılması gerekmektedir.) (Resmi Gazete,15.02.2019)

Türkiye’de dijital ekonomi bu şekilde vergilendirilir iken 7 Aralık 2019 tarihinde yayınlanan “Dijital Hizmet Vergisi ile Bazı Kanunlarda ve 375 Sayılı Kanun Hükmünde Kararnamede Değişiklik

Yapılması Hakkında Kanun” ile yeni bir yükümlülük getirilmiştir. Kanunun 1.maddesinde verginin konusu; (Resmi Gazete,2019)

a) **“Dijital ortamda sunulan her türlü reklam hizmetleri** (reklam kontrol ve performans ölçüm hizmetleri, kullanıcılarla ilgili veri iletimi ve yönetimi gibi hizmetler ile reklamın sunulmasına ilişkin teknik hizmetler dahil),

b) **Sesli, görsel veya dijital herhangi bir içeriğin** (bilgisayar programları, uygulamalar, müzik, video, oyunlar, oyun içi uygulamalar ve benzeri yazılımlar dahil) **dijital ortamda satışı ile bu içeriklerin dijital ortamda dinlenmesine, izlenmesine, oynanmasına veya telefon, bilgisayar gibi elektronik cihazlara kaydedilmesine veya bu cihazlarda kullanılmasına yönelik dijital ortamda sunulan hizmetler,**

c) **Kullanıcıların birbirleriyle etkileşime geçebilecekleri dijital ortamların sağlanması ve işletilmesi hizmetleri** (kullanıcılar arasında bir mal veya hizmetin satılmasına veya satılmasının kolaylaştırılmasına yönelik sunulan hizmetler dahil)

**d) Bu hizmetlere yönelik dijital ortamda verilen aracılık hizmetleri”**

Aynı kanunda verginin mükellefi **dijital hizmet sağlayıcılar** olarak belirtilmiştir. Daha açık bir ifade ile Google, Youtube, Facebook, Instagram, Twitter ve benzeri uluslararası nitelikteki hizmet sunucuları ülkemizde elde ettiği hasılat üzerinden vergilendirilecektir. **Verginin oranı % 7.5** olarak belirlenmiştir. Ancak, **Cumhurbaşkanı isterse bu oranı %1’kadar indirmeye, iki katına kadar çıkarmaya yetkili olduğu belirtilmiştir.**

Kanunda, **“Türkiye’den elde edilen hasılatı 20 milyon Türk lirasından veya Dünya genelinde elde edilen hasılatı 750 milyon Avrodan veya muadili yabancı para karşılığı Türk lirasından az olanlar dijital hizmet vergisinden muafır.** (Mükellefin, finansal muhasebe açısından konsolide bir grubun üyesi olması halinde, bu hadlerin uygulanmasında **grubun verginin konusuna giren hizmetlere ilişkin elde ettiği toplam hasılat dikkate alınacaktır.**) Söz konusu hadleri verginin konusuna giren **hizmet türlerine göre ayrı ayrı veya birlikte sınıra kadar indirmeye veya üç katına kadar artırmaya** Cumhurbaşkanı yetkili kılınmıştır” şeklinde belirtilmektedir. (Resmi Gazete,2019)

### **3. Dünya’da Dijital Hizmet Vergisi ile İlgili Gelişmeler**

Dijital Hizmet Vergisinin nasıl uygulanacağı ile ilgili olarak AB geçen yıl bir tasarı teklif etmiş ancak anlaşmaya ulaşamamıştır. OECD ise bu konuda çalışmalarına devam etmesine rağmen ortak bir çözüm henüz geliştirememiştir. Bu nedenlerden dolayı birçok ülke Fransa’nın uygulamış olduğu dijital hizmetler vergisini baz alarak kendi bireysel çözümlerini oluşturmuşlardır.

AB’de Dijital Hizmet Vergisini ilk uygulayan ülke Fransa olmuştur. Fransa’da vergi online reklam satışları, elektronik data ve kullanıcılar ile ürün ve hizmetleri buluşturan platformların verdiği aracılık hizmetlerinin vergilendirilmesinden oluşmaktadır. Fransa bu vergiyi ABD’nin verginin doğasına aykırılık nedeniyle açtığı soruşturmaya rağmen uygulamaktadır.

AB’nin önde gelen ülkelerinden Fransa ve İtalya’da verginin oranı % 3 olarak belirlenmişken, İngiltere’de oran % 2 olarak belirlenmiştir. Aşağıda Tablo 1’de yer alan ülkelerde Dijital Hizmet Vergisi ya uygulanmakta ya da tasarı teklif edilmiş durumda iken, Mısır, Slovenya, Kuzey Kore, Slovakya, Rusya, Polonya’da dijital hizmet vergisi ile ilgili herhangi bir taslak geliştirilmemiştir. (Asen,2019)

Aşağıda yer alan Tablo:1’de görüldüğü üzere pek çok ülkede küresel gelir için muafiyet eşiği 750 milyon Avro belirlenirken ulusal gelir için muafiyet eşiği 3 milyon Avro ile 25 milyon Avro arasında değişmektedir.

**Tablo 1. Dijital Hizmet Vergisinde Dünya'daki Tablo**

Ülke	Vergi Oranı	Küresel Gelirdeki Muafiyet Eşiği	Ulusal Gelirdeki Muafiyet Eşiği	Dijital Hizmet Vergisinin Durumu
Çek Cumhuriyeti	%7	750 Milyon Avro	50 Milyon Avro	Tasarı halinde.
Fransa	%3	750 Milyon Avro	25 Milyon Avro	1 Ocak 2019'dan beri uygulanıyor.
Macaristan	%7.5	306 Milyon Avro	-	Uygulanıyor.
İtalya	%3	750 Milyon Avro	5.5 Milyon Avro	Tasarı halinde Ocak 2020'den itibaren uygulanacak
Polonya	-	-	-	Maliye Bakanı Mayıs 2019'da dijital hizmet vergisini anos etmiştir. Ancak Eylül 2019'da askıya alarak AB düzeyinde çözüm beklediğini açıklamıştır.
Slovenya	-	-	-	Slovenya Maliye Bakanı bu konuda bir yasa tasarısı sunulacağını belirtmiş, ancak bu konuda detaylı bilgi henüz yoktur.
İspanya	%3	750 Milyon Avro		Tasarı halinde. Parlamento tasarıyı reddetmiştir. Ancak muhtemelen yeniden görüşülmek üzere parlamentoya gelecektir.
İngiltere	%2	554 Milyon Avro	25 Milyon Avro	Tasarı halinde
Avusturya	%5	-	-	Ocak 2020'den itibaren uygulanacaktır.
Pakistan	%5	-	-	Uygulanıyor.
Zimbabeve	%5	-	-	Uygulanıyor
Belçika	%3	-	-	Tasarı halinde
Çin	%10	-	-	Tasarı halinde
İsrail	%3-5	-	-	Tasarı halinde
İspanya	%3	-	- 3 Milyon Avro	Tasarı halinde

**Kaynak:** Financial Times, "Countries vow to press ahead with dijital taxes despite US threat", 4 Kasım 2019, <https://www.ft.com/content/6529014c-169a-11ea-9ee4-11f260415385> ve Elke Asen, "Announced, Proposed, and Implemented Dijital Services Taxes in Europe," [www.taxfoundation.org/dijital-taxes-europea-2019](http://www.taxfoundation.org/dijital-taxes-europea-2019)

#### 4. Dijital Hizmet Vergisinin Olası Etkileri

Dijital Hizmet Vergisi iş merkezi yurt dışında olan ancak Türkiye'de hizmet sunan kurumları vergilendirmesi açısından önemlidir. Ancak, Türkiye'de 2019 yılı başından itibaren 476 sayılı Cumhurbaşkanlığı kararı ile internet ortamında verilen reklam hizmetlerine yönelik olarak; bu hizmetleri verenlere veya internet ortamında reklam hizmeti verilmesine aracılık edenlere mükellef olup olmamasına bakılmaksızın gerçek kişilere yapılacak ödemelerden % 15, dar mükellef kurumlara yapılacak ödemelerden % 15, Türkiye'de kurumlar vergisi mükellefiyeti bulunan kurumlara yapılacak ödemelerden ise % 0 oranında stopaj kesme yükümlülüğü getirilmesine rağmen Dijital Hizmet Vergisi söz konusu bu stopaj uygulamasından bağımsız olarak yeni bir vergi düzenlemesi olarak getirilmiştir. Diğer taraftan bu verginin çifte vergilendirmeye yol açacağı tartışmaları olacaktır. Çünkü uluslararası hizmet veren şirketler iş merkezlerinin olduğu ülkede de vergi ödemektedirler.

Türkiye'de verginin oranı %7.5 olarak belirlenmiştir. Bu oran diğer ülkelerdeki uygulama ve vergi tasarılarında belirtilen orandan çok daha yüksektir. Dijital Hizmet Vergisi muafiyeti Türkiye'de

20 milyon TL'den ve Dünya genelinde 750 milyon Avro'dan daha büyük işletmeler için söz konusudur. Dolayısıyla Dijital Hizmet Vergisi Türkiye'de sektörün yatırım ortamını olumsuz etkileyecektir. Kanunda, Dijital Hizmet Vergisinin mükellefinin, dijital hizmet sağlayıcıları olduğu belirtilmiştir; 2'nci fıkrasında ise mükellefin Türkiye içinde ikametgahının, işyerinin kanuni ve iş merkezlerinin bulunmaması halleri ile gerekli görülen diğer hallerde Hazine ve Maliye Bakanlığı'nın vergi alacağına emniyet altına alınması amacıyla vergiye tabi işlemlere taraf olanlar ile işleme ve ödemeye aracılık edenleri verginin ödenmesinden sorumlu tutabileceği açıklanmıştır. Düzenlemede gelir veya kurumlar vergisi mükellefiyet bakımından tam veya dar mükellef olunmasının veya olunmamasının Dijital Hizmet Vergisinin ödenmesine tesir etmeyeceği belirtilmiştir. (TÜRMOB,2019)

Kanunda vergilendirilmesi düşünülen mükellefler tüm Dünya'da faaliyet göstermekte olan google, facebook, instagram, twitter, netflix gibi sosyal medya uygulamaları ve dijital platformlar üzerinden Türkiye'de gelir elde eden şirketlerdir ancak, söz konusu şirketlerin bazılarının Türkiye'de fiziki bir işyerine sahip olmayabilecekleri düşünüldüğünde, toplanması düşünülen vergi vergiye tabi işlemlere taraf olanlar ile işleme ve ödemeye aracılık edenlerin verginin ödenmesinden sorumlu tutulması yoluyla gerçekleştirilebilecektir. Bu durum ise toplanması düşünülen verginin söz konusu kazancı elde eden ve verginin esas mükellefi olan dijital hizmet sağlayıcılarından değil söz konusu hizmetten Türkiye'de yararlanan kullanıcıların vergilendirilmesi sonucunu doğuracaktır. (TÜRMOB, 2019)

Yüksek oranlı vergi yükümlülüğü yerine getirilmediğinde ise erişim sorunlarına yol açacak bu durum da Türkiye'nin dijital Dünya'dan ayrışmasına yol açacaktır. Bu vergi ülkemizde hizmet veren özellikle Google, Youtube, Facebook, Whatsapp, Twitter vb kurumları etkileyecektir. Dijital Hizmet Vergisi dijital hizmet sağlayıcılar tarafından mümkün olduğu kadar nihai tüketiciye yansıtılacaktır. Dolayısıyla bu hizmetlerden yararlanan tüketiciler bu hizmetleri % 7.5 kadar daha yüksek fiyat ödeyerek alacaklardır.

Türkiye OECD'nin dijital ekonomiye yönelik çok uluslu düzenlemesini beklemeden Dijital Hizmet Vergisi kanunu çıkarmış ve Resmi Gazetede yayınlamıştır. Dünya'da pek çok ülke Dijital Hizmet Vergisi tasarısı çıkarmış ancak yürürlüğe giren ülke sayısı çok azdır. Türkiye'de ise Dijital Hizmet Vergisi 01.03.2020'de uygulanmaya başlamıştır.

ABD, AB'nin öncülüğünde Fransa'nın yayınladığı Dijital Hizmet Vergisi'ne karşı; dijital firmalara pozitif ayrımcılık uygulaması, uluslararası vergilendirme ve çifte vergilendirmeye aykırı olması nedeniyle karşı çıkmıştır. Bizim Dijital Hizmet Vergisi kanunumuz ise Fransa'dan alınmıştır.

## **5. Sonuç**

Teknolojik gelişmenin sonucunda dijital hizmet veren çok uluslu şirketler fiziksel varlıkları olmadan ticari faaliyette bulunmakta ve gelir elde etmektedirler. Bu şirketler çok iyi gelirler elde etmelerine rağmen ödemeleri gereken vergileri yeterince ödememekte ve bir vergi kaybına yol açmaktadır.

Dijital hizmet veren bu şirketlerin nasıl vergilendirileceği ile ilgili olarak mevzuat yeterince geliştirilememiştir. Bu nedenle bugün OECD, G7, G20 ve AB söz konusu gelirlerin nasıl vergilendirileceği ile ilgili olarak çalışmalar yapmaktadır. OECD tarafından nihai ve pek çok ülkeyi bağlayacak bir karar 2020 yılında çıkarılacaktır. Ancak pek çok ülke kendi başına hareket ederek Dijital Hizmet Vergisi ile ilgili tasarılar hazırlamış hatta vergi uygulamasını başlatmıştır.

AB'de başını Fransa'nın çektiği birçok ülkede ya tasarı çıkarılmış ya da uygulamaya başlanmıştır. Türkiye'de Dijital Hizmet Vergisi Kanununu 7Aralık 2019 tarih ve 30971 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan "Dijital Hizmet Vergisi Kanunu ile Bazı Kanunlarda ve 375 Sayılı KHK'da Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun" ile çıkarılmış ve 01.03.2020 tarihinde yürürlüğe girmiştir.

Söz konusu yasa ile dijital hizmet sağlayıcı, Facebook, Twitter, Whatsapp, Youtube gibi internet sitelerinin Türkiye'de vergilendirilmesi önemlidir ve olumlu karşılanmalıdır. Ancak verginin oranı diğer ülke uygulamaları ile karşılaştırıldığında çok daha yüksektir. Bu şirketlerin Türkiye'de bir mükellefiyet ve işyerinin olmaması durumunda ise verginin sorumlusu olarak, toplanması düşünülen vergi vergiye tabi işlemlere taraf olanlar ile işleme ve ödemeye aracılık edenlerin verginin ödenmesinden sorumlu tutulması yoluyla gerçekleştirilebilecektir. Bu durumda verginin tüketicilere yansıtılması kaçınılmaz olacaktır.

Bir diğer konu da kanunda, bu uluslararası dijital hizmet veren şirketler vergi ile ilgili yükümlülüklerini yerine getirmezlerse dijital hizmet sağlayıcı bu şirketlerin internet sitelerine erişimin

## **FIRAT, M., Dijital Hizmet Vergisi Üzerine Bir Değerlendirme**

yasaklanması konusunda Hazine ve Maliye Bakanlığına verilen yetki önem arz etmektedir. Çünkü düzenlemelere ilişkin yükümlülüklerin yerine getirilmemesi halinde, Hazine ve Maliye Bakanlığınca dijital hizmet sağlayıcıların sunduğu hizmetlere erişim engellenebilecektir. Bu servis sağlayıcılara Türkiye’den erişim durdurulabilecektir.

Pek çok ülkenin kendi başına hareket ederek çıkardıkları yasalar muhtemelen geçici bir çözüm olacaktır. Çünkü, uzun vadede dijital hizmet sağlayıcı şirketler için ortak bir konsensüs oluşturulması gerekecektir. Muhtemelen bu ortak çözüm OECD tarafından geliştirilecektir.

### **Kaynaklar**

Asen, Elke, “Announced, Proposed, and Implemented Dijital Services Taxes in Europe”,[www.taxfoundation.org/dijital-taxes-europea-2019](http://www.taxfoundation.org/dijital-taxes-europea-2019), Erişim Tarihi: 10 Ocak 2020

Ber, Heybet, “Dijital Ekonominin Vergilendirilmesi Sorunsalına Genel Bakış”, 17 Aralık 2018, [www.vergialgi.net](http://www.vergialgi.net), <https://vergialgi.net/dijital-ekonominin-vergilendirilmesi-sorunsalina-genel-bir-bakis>, Erişim Tarihi: 1 Ocak 2020

Deloitte Raporu, “Türkiye’de Tahmini Medya ve Reklam Yatırımları” 2019 İlk 6 Ay Raporu, Eylül, 2019, <http://www.rd.org.tr/Assets/uploads/90e6550c-d1cf-47ae-8725-61893b9af231.pdf>

Financial Times, “Countries vow to press ahead with dijital taxes despite US threat”, Kasım 2019, <https://www.ft.com/content/6529014c-169a-11ea-9ee4-11f260415385>, Erişim Tarihi: 15 Ocak 2020

Natina Lacob ve Felice Simonelli, Taxing the Dijital Economy, 2019, s.1-16, [www.ceps.eu](http://www.ceps.eu), Erişim Tarihi: 15 Ocak 2020

TÜRMOB “Dijital Hizmet Vergisi Kanunu ile Bazı Kanunlarda ve 375 Sayılı Kanun Hükmünde Kararıyla Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun Teklifi ile İlgili ( Görüş ve Öneriler)”, s.1-107, <https://www.turmob.org.tr/haberler/b0f3cbee-97d0-4aa3-84bd-529c6c68a29a/-dijital-hizmet-vergisi-kanunu-ile-bazi-kanunlarda-ve-375-sayili-kanun-hukmunde-kararnamede-degisikl>, Erişim Tarihi: 25 Ocak 2020

### **Kanunlar**

Resmi Gazete, Kurumlar Vergisi Genel Tebliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ, 15 Şubat 2019, <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2019/02/20190215-6.htm>, Erişim Tarihi: 20 Ocak 2020

Resmi Gazete, Dijital Hizmet Vergisi ile Bazı Kanunlarda ve 375 Sayılı Kanun Hükmünde Kararıyla Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun, 7 Aralık 2019, <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2019/12/2019-1207-1.htm>, Erişim Tarihi: 25 Ocak 2020

KDV Kanunu 9/1md, [www.gib.gov.tr](http://www.gib.gov.tr), Erişim Tarihi: 5 Aralık 2019