

In Terms of E-Commerce, The Taxation of Social Platforms

Metin Meriç, Gazi University, TR

metinmeric@hacettepe.edu.tr

Emre Atsan, Hacettepe University, TR

eatsan@hacettepe.edu.tr

Yasin Ertürk

Abstract

Transport and communication even easier by the day with the arrival of a new dimension of globalization that we see in these days of economic dynamics become more dynamic, new players are participating in the new economy. In particular, the absence of the internet's borders beyond the dreams of global virtual company provides access to its huge size. The private sector in developed and developing countries, the rapid transformation of the economy as predicted by futurist foot satellite without difficulty if they can not want to stay back with bureaucratic unwieldiness of the public sector there are many obstacles in the way of this transformation. In our essay, especially by day, social, political and economic dimensions, the impact of the growing social platforms, their positions in the context of electronic commerce, tax-size rules applied, the problems are explained, after resolving these issues recommendations will be presented.

Keywords: Social Platforms, Taxation, E-Commerce

Jel Codes: L81, H20

E-Ticaret Açısından Sosyal Platformların Vergisel Boyutu

Öz

Ulaşım ve iletişimin gün geçtikçe daha da kolay hale gelmesi ile küreselleşmenin yeni bir boyutunu gördüğümüz şu günlerde ekonomik dinamikler daha dinamik hale gelmekte ekonomiye yeni yeni oyuncular katılmaktadır. Özellikle internetin sınırının olmaması küresel çapta sanal şirketlerin hayallerin ötesinde devasa boyutlara ulaşmasını sağlamaktadır. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde özel sektör, ekonomideki bu hızlı dönüşüme fütüristlerce tahmin edildiği şekilde zorlanmadan ayak uydursalar da geri kalmak istemeyen bürokratik hantallığa sahip kamu sektörünün bu dönüşüm yolunda birçok engeli bulunmaktadır. Tebliğimizde özellikle gün geçtikçe gerek sosyal, gerek siyasal, gerek ekonomik boyutları ile etkileri giderek artan sosyal platformların elektronik ticaret bağlamında konumlarını, vergisel boyutta uygulanan kuralları, yaşanan sorunları anlatılarak, sonrasında bu sorunlara çözüm önerileri sunulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Platformlar, Vergileme, E-Ticaret

Jel Kodları: L81, H20