



International Marmara Social Sciences Congress IMASCON 2020 -Autumn

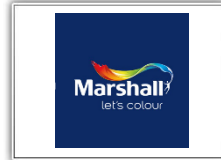
4 – 5 December 2020 KOCAELI

PROCEEDINGS BOOK

Organizer



Sponsors



This congress proceedings book is published as an electronic format as e-book.

All rights reserved.

Editorial Board

Assoc. Prof.Dr. Öznur GÖKKAYA
Lect. İsmail KILICASLAN
Lect. Barış DEMİR
Lect. Kazım KAHRAMAN

ISBN: 978-625-409-180-3

Address Kocaeli Üniversitesi Rektörlüğü, Umuttepe Yerleşkesi Kocaeli,
TÜRKİYE
Phone +90 262 303 1000
E-mail info@imascon.com
Web www.imascon.com

All legal and ethical responsibility of the studies belongs to the authors. All rights reserved. The copyright of this proceedings book belongs to Kocaeli University. It may not be copied or reproduced without permission.

TABLE OF CONTENTS

BRIEFLY ABOUT	viii
IMASCON 2020 ORGANIZATION	ix
SCIENTIFIC COMMITTEE	x
IMASCON 2020 INVITED SPEAKERS	xii
CONGRESS PROGRAMME	xiii
ABSTRACTS AND POSTERS.....	1
CEBİR ÖĞRENME ALANINDA PROBLEME DAYALI ÖĞRENME MODELİNİN ÖĞRENCİLERİN AKADEMİK BAŞARILARINA ETKİSİNİN İNCELENMESİ.....	2
DİNAMİK YÖNELİMLİ KISA-YOĞUN-ACİL BİREYSEL PSİKOLOJİK DANIŞMA UYGULAMASININ DEPRESYON ÜZERİNDEKİ ETKİSİ	4
SEYAHAT ACENTALARINDA DİJİTALLEŞME.....	5
2015'TEN BU YANA DÜNYADA GÜÇ VE HIZLI DÖNÜŞÜMLER: KÜRESEL ŞOKLARIN KÜRESEL YÖNETİŞİM VE ULUSLARARASI GÜVENLİK ANLAYIŞINA ETKİLERİ	6
TÜKETİCİLERİN MOBİL UYGULAMALARI SATIN ALMA NİYETİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN TÜKETİM DEĞERLERİ ÇERÇEVESİNDE İNCELENMESİ	7
TÜRKİYE'DE DOLARİZASYON KUR İLİŞKİSİ.....	9
KAMUSAL BİR DÜRTME ARACI OLARAK OBEZİTE VERGİSİNİN TOPLUM SAĞLIĞI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ.....	10
COVID-19 SÜRECİNDE TÜRK BANKALARININ YOUTUBE REKLAMLARININ REKLAM ÇEKİCİLİĞİ UNSURLARI BAĞLAMINDA İNCELENMESİ	12
SUSTAINABILITY OF THE PUBLIC DEBT IN ALBANIA AND ITS ROLE IN THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE COUNTRY	14
FOOD AND AGRICULTURAL PLATFORM COOPERATIVES AND THEIR ROLE IN RURAL DEVELOPMENT	15
SAĞLIK BİLİMLERİ ÖĞRENCİLERİNİN TOPLUMSAL CİNSİYET VE SAĞLIĞA ERİŞİM KONUSUNDAKİ GÖRÜŞLERİ: İSTANBUL ESENYURT ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ	16
BİLGİ TOPLUMUNUN HİYEROKLİFLERİ: EMOJİLER	18
GENEL ÖZELLİKLERİ AÇISINDAN "ÖĞRENME STİLİ"	19
BAĞIMSIZ DENETİMİN KALİTE GÖSTERGELERİNİN ANALİZİ VE BİR ARAŞTIRMA	20
ÖĞRENME STİLİ MODELLERİ.....	22
DAVID HUME: ETİK VE AHLAK KAVRAMLARININ SİYASET PSİKOLOJİSİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ	23
İLETİŞİMDE ÇÖZÜM ODAKLILIK ÖLÇEĞİ'NİN (İÇÖÖ) GELİŞTİRİLMESİ, GEÇERLİLİK VE GÜVENİLİRLİĞİ	24
STRATEJİK YÖNETİM PERSPEKTİFİNDE YAPAY ZEKA VE REKABETÇİ YETENEKLER İLE İLGİLİ BİR DEĞERLENDİRME	26
MİTLERİN KÖKENİ BAĞLAMINDA TRABZON YÖRESİ MİTLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME	27
FRANZ KAFKA'NIN ŞATO ROMANI ÜZERİNDEN BÜROKRASİYİ ANLAMAK ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	29
ANONİM ŞİRKETLERDE BAĞIMSIZ DENETİM	31
FİRMA BÜYÜKLÜĞÜ, BÜYÜMESİ, KARLILIK VE SERMAYE YAPISI: BIST GIDA İÇECEK SEKTÖRÜ İNCELEMESİ	32
KAPADOKYA ALAN BAŞKANLIĞININ KURULUŞ, GÖREV VE YETKİLERİ HAKKINDA GENEL BİR İNCELEME	33

“ALTINÇAYIR VADİSİ’NİN ÇOCUKLARI”: ÇOCUK FELSEFESİ ÜZERİNE BİR İNCELEME VE ETKİNLİK ÖNERİSİ	34
PROBLEME DAYALI ÖĞRENME MODELİNİN CEBİR ÖĞRENME ALANINDA ÖĞRENCİLERİN TUTUMLARINA ETKİSİNİN İNCELENMESİ	35
TÜRK HAVAYOLU ENDÜSTRİSİNDE KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK VE MÜŞTERİ SADAKATI: GÜVEN VE MEMNUNİYETİN ROLÜ	36
FARKINDALIK TEMELLİ BİLİŞSEL TERAPİ YAKLAŞIMININ TÜRK KÜLTÜRÜNE UYGULANABİLİRLİĞİ	37
HASTANE FİZİKSEL ORTAMININ SAĞLIK HİZMETİ KALİTE ALGISI ÜZERİNE ETKİSİ	38
SIİRT YÖRESİNE AİT HALK BİLİMİ UNSURLARI: "TENEKE AYNA ÖYKÜLER" ÖRNEĞİ	39
SOKAKTA ÇALIŞAN/ÇALIŞTIRILAN ÇOCUKLAR ÜZERİNE BİR ALAN İNCELEMESİ	40
LOJİSTİK MALİYETLER VE LOJİSTİK PERFORMANSININ, FİRMA VE İHRACAT PERFORMANSI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN İNCELENMESİ	41
GRAFİK TASARIM UYGULAMALARINDA YENİ BİR AKTÖR: YAPAY ZEKÂ	43
İDEAL ANAYASA YAPIM SÜRECİ	44
ETİK DAVRANIŞIN, DUYGUSAL ZEKÂ VE BAZI DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLER AÇISINDAN GELİŞİMSEL BİR EĞRİDE İNCELENMESİ	45
YAŞ DÜZELTİLMESİNE YÖNELİK VERİLEN MAHKEME KARARLARININ BİRTAKIM KANUNİ DÜZENLEMELER İLE GEÇERSİZ KILINMASI	46
ÖRGÜTSEL STRES İLE İŞ PERFORMANSI ARASINDAKİ İLİŞKİ	48
DEPREM VE KONUT POLİTİKALARI	49
KOVİD-19’UN İŞLETMELERE ETKİLERİ VE YAPILMASI GEREKENLER	51
İNGİLİZCE HAZIRLIK OKULU ÖĞRENCİLERİNİN DİL ÖĞRENME STRATEJİLERİNİ KULLANIMLARI VE BAŞARI PUANLARININ İNCELENMESİ	53
SÜRDÜRÜLEBİLİR YEREL MUTFAK	54
ÇİKOLATA TÜKETİMİ VE HEDONİK TUTUM	56
ÖĞRETMEN GÖRÜŞLERİ DOĞRULTUSUNDA YABANCI UYRUKLU ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNİN YAŞADIKLARI SORUNLAR	57
SELECTED PSYCHOLOGICAL AND PERSONALITY TRAITS OF CONSUMER BEHAVIOUR ON THE MARKET OF AGRICULTURAL PRODUCTS IN ALBANIA AND SLOVAKIA MIND GENOMICS	58
YARARLANICILARIN GÖZÜNDEN MEVCUT SOSYAL YARDIM SİSTEMİ: BİR YEREL ARAŞTIRMA ÖRNEĞİ	59
TÜTÜN BAĞIMLILIĞI İLE ALEKSİTİMİ, DUYGU DÜZENLEME VE ÖFKE İFADE TARZI İLİŞKİLERİNİN İNCELENMESİ	60
1980 DARBESİ SONRASINDA ORTAYA ÇIKAN ANAP İKTİDARI VE İCRAATLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ	61
TÜRKİYE’DE TEKRARLI OKUMA STRATEJİSİNİN KULLANILDIĞI ARAŞTIRMALARIN İNCELENMESİ	63
AKICI OKUMA BECERİLERİNİN GELİŞTİRİLMESİNDE TEKRARLI OKUMA STRATEJİSİNİN KULLANIMI	65
CUMHURBAŞKANLIĞI OFİSLERİNİN İDARENİN BÜTÜNLÜĞÜ İLKESİ KAPSAMINDA İNCELENMESİ	66
DİL POLİTİKALARI İLE İLGİLİ YAPILMIŞ LİSANSÜSTÜ TEZLERİN İNCELENMESİ	67
AİLEDE ÖZGÜRLÜK ALGISI ÖLÇEĞİ (AÖAÖ): GEÇERLİK VE GÜVENİRLİK ÇALIŞMASI	68
ÇEKİRDEK AİLEYE AİLE BÜYÜKLERİNİN MÜDAHALESİ ÖLÇEĞİ (ÇAABMÖ): GEÇERLİK VE GÜVENİRLİK ÇALIŞMASI	69
ÇALIŞANLARIN KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN VE KİŞİSEL DEĞERLERİNİN, İŞ DEĞERLERİNE VE ÖRGÜTSEL BAĞLILIĞA OLAN ETKİSİ	70

ELİT SPORCULAR İÇİN DESTEK PROGRAMLARI VE UYGULAMALARI: AVRUPA - TÜRKİYE KARŞILAŞTIRMASI ..	72
FULL PAPER PROCEEDINGS.....	73
LIBRARIES AND BOOKSHIPS AS COMMON EDUCATIONAL INSTITUTIONS OF THE PERIOD OF PRINCIPALITIES' PERIOD	74
LÛGAT-İ ÇAĞATAY VE TÜRKİ-İ OSMÂNÎ'DE GEÇEN BİR KELİME TİŞ HALI 'OHAGURO'	81
ÖĞRETMEN ADAYLARININ PEDAGOJİK-EPİSTEMOLOJİK İNANÇ SİSTEMLERİ İLE TEKNOLOJİK PEDAGOJİK ALAN BİLGİSİ YAPILARININ İNCELENMESİ	88
SOYUT KUTSALDAN SOMUT KUTSALA: "LOGOS"UN TOPLUMSALLAŞMA SÜRECİNE KISA BİR BAKIŞ	96
ÖĞRETİM ELEMANLARININ TEKNOLOJİK PEDAGOJİK ALAN BİLGİSİ YETERLİLİK DÜZEYLERİNİN FARKLI DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ	104
İDARENİN ULUSLARARASI KORUMA BAŞVURU SAHİPLERİNİ İDARİ GÖZETİM ALTINA ALMA YETKİSİNE İLİŞKİN KISA BİR DEĞERLENDİRME	111
GENÇLERİN DİJİTAL VATANDAŞLIK ALGISI	121
SOSYAL MEDYA VE YÖNETİME KATILIM: TÜRKİYE'DE DURUM	134
ANADOLU'DA GİRİŞİMCİLİK VE ENDÜSTRİYEL TURİZM MİRASINA YANSIMASI: ADANA İLİ ÖRNEĞİ*	138
ANTALYA KALEİÇİ ARKEOLOJİK SONDAJ KAZISINDAN ANTİK SERAMİK ATÖLYESİ/FIRIN KALINTILARI.....	146
NÂBİZÂDE NÂZİM'İN ESÂTİR BAŞLIKLİ ESERİNİN TRANSKRİPSİYONU.....	153
PANDEMİ SÜRECİNİN TARIM VE GIDA SİSTEMİ ÜZERİNE ETKİLERİ.....	162
İCRA VEKİLLERİ HEYETİ PROGRAMLARINA YANSIYAN SOSYAL POLİTİKA SÖYLEMLERİ (3 MAYIS 1920-29 EKİM 1923).....	168
INVESTIGATION OF THE EFFECTS OF GDP PER CAPITA, CARBONDIOXIDE EMISSION, TRADE AND TECHNOLOGICAL INNOVATION ON THE ELECTRICITY GENERATION FROM RENEWABLE ENERGY IN TURKEY	175
"ÖZPETEK SİNEMASINDA ZAMAN VE MEKAN TEMELİNDE BELLEK"	179
KAMUOYUNDA FARKINDALIK YARATMAK: DAVRANIŞSAL HALKLA İLİŞKİLERİN KULLANIMI "GIDANI KORU-SOFRANA SAHİP ÇIK" KAMPANYASI	187
WASHBACK EFFECTS OF KPSS EXAM ON ACADEMICS.....	195
TURKISH EFL STUDENTS' ANXIETY LEVELS AND THEIR BELIEFS ABOUT CORRECTIVE FEEDBACK	202
MEMLÛKLAR DÖNEMİ'NDE KADIN ALGISI VE SALGIN HASTALIKLARA KADINLARIN NEDEN OLDUĞUNA DAİR KAYITLAR HAKKINDA BİR DEĞERLENDİRME	210
KONUT PİYASASINDA FİYATLANDIRMA VE KONUT BALONU	216
TÜRKİYE DE KONUT ARZ VE TALEP UYUMSUZLUĞUNU AZALTACAK ÇÖZÜMLER	222
ŞU'ARÂ SURESİNİN DİLİN İŞLEVLERİ AÇISINDAN TAHLİLİ	228
TÜKETİCİLERİN ÇEVRE BİLİNÇLİ MARKA TERCİHLERİNDE ÖLÜM KAYGISININ ROLÜ.....	235
AB İLERLEME RAPORLARI ÇERÇEVESİNDE TÜRKİYE'DE KATI ATIK YÖNETİMİNİN İNCELENMESİ	243
SAAS APPLICATIONS ON CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT	250
HAYVANA YÖNELİK HABERLERİN KARŞILAŞTIRMALI SÖYLEM ANALİZİ: PANDEMİ DÖNEMİ VE İZMİR DEPREMİ SONRASI.....	257
TEK PARTİ DÖNEMİ KİMLİK POLİTİKASINDA MÜZİK (1923-1950).....	262
TÜRKİYE'DE SOSYAL REFAH VE LİBERAL POLİTİKA TARTIŞMALARI BAĞLAMINDA ÇOCUKLARA YÖNELİK SOSYAL POLİTİKALAR	270
ADLİ MUHASEBE KAVRAMINA VE ADLİ MUHASEBECİLİĞİN FAALİYET ALANLARINA GENEL BİR BAKIŞ.....	276

KANUNLARIN ANAYASAYA UYGUNLUĞUNUN SİYASAL DENETİMİNDE ÇİFT MECLİS SİSTEMİ ÖRNEĞİ OLARAK 1961 ANAYASASI DÖNEMİ	282
DIFFERENCES OF L1 USE BY TEACHERS AND STUDENTS IN AN ENGLISH COURSE IN FOUNDATIONAL SCHOOLS AND PUBLIC SCHOOLS IN TURKEY	288
SOSYAL MEDYA KULLANIM KOŞULLARINDA YER ALAN RUHSAT HÜKÜMLERİNİN FOTOĞRAF ESERİ BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ	294
MOLEKÜLER GASTRONOMİNİN DOĞUŞU VE KULLANIM ALANLARI.....	303
AĞAÇ TABANLI REGRESYON MODELLERİYLE GAYRİMENKUL YATIRIM ORTAKLIKLARI ENDEKSİNİN TAHMİN EDİLMESİ.....	310
COVID-19 PANDEMİSİNİN E-TİCARET PAZARYERİ WEB SİTELERİNE ETKİSİ: BOYLAMSAL BİR ARAŞTIRMA.....	317
ULUSLARARASI PAZARLARDA TÜKETİCİLERİN MARKA ALGISI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	325
THE RELATIONSHIP BETWEEN VOCABULARY SIZE AND ACADEMIC SUCCESS: A CASE STUDY IN TURKEY	332
İŞBAŞI EĞİTİM PROGRAMI SONRASI İSTİHDAM EDİLEBİLİRLİK BECERİLERİNİN İŞE ALIMA ETKİSİ	339
DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERE GÖRE İŞBAŞI EĞİTİM PROGRAMI SONRASI, İSTİHDAM EDİLEBİLİRLİK BECERİLERİNİN ANALİZİ.....	346
21. YÜZYIL YETİŞKİN EĞİTİMİNDE UZAKTAN ÖĞRENME	354
ÖZEL YETENEKLİ ÖĞRENCİLERİN SOSYAL BECERİLERİNİN GELİŞİMİ AÇISINDAN MÜZİK EĞİTİMİNİN ÖNEMİ	362
EVALUATION OF THE ONLINE LEARNING PROCESS DURING THE COVID-19 PANDEMIC PERIOD TOWARDS BETTER FUTURE APPROACHES OF HIGHER EDUCATION PERSPECTIVES ON THE BALKANS.....	369
SANAL KAYTARMA DAVRANIŞININ NEDENLERİ VE SONUÇLARININ İNCELENMESİ.....	381
BELEDİYELERDE STRATEJİK PLANLARIN BAŞARISINDA ÖRGÜT KÜLTÜRÜNÜN ÖNEMİ	391
TÜKETİCİLERİN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİNE GÖRE SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM DAVRANIŞLARINDAKİ FARKLILIKLARIN İNCELENMESİ	398
ÇAĞDAŞ KADIN PENCERESİNDE İSLAMCI KADIN	405
PANDEMİ DÖNEMİNDE FİNANSAL PİYASALARIN GÜVEN ENDEKSLERİ AÇISINDAN İNCELENMESİ.....	413
VIOLENCE TYPES AGAINST CHILDREN AND THE SIGNIFICANCE OF RAISING AWARENESS OF CHILDREN AGAINST VIOLENCE	427
ORTAOKUL DÜZEYİNDE GEOMETRİ KAVRAM YANILGILARI ÜZERİNE YAPILAN LİSANSÜSTÜ TEZLERİN BETİMSSEL İÇERİK ANALİZİ	432
YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİNİN MENÜLERİNDEKİ YÖRESEL GIDA ÜRÜNLERİ VE COĞRAFİ İŞARETLİ GIDA ÜRÜNLERİNİN KULLANIM DÜZEYLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ: ISPARTA ÖRNEĞİ.....	439
ADİYAMAN PESTİLİNİN COĞRAFİ İŞARET TESCİLİ KAPSAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ	445
RİSK KAVRAMININ MUHASEBE STANDARTLARI AÇISINDAN İNCELENMESİ: HALKA AÇIK İŞLETMELERİN, RİSKE YÖNELİK AÇIKLAMALARININ DEĞERLENDİRİLMESİ.....	451
TURİZM VE ENGELLİ BİREYLER ALANINDA YAPILAN ÇALIŞMALARIN YÖNELİMLERİ: BİR İÇERİK ANALİZİ	458
ÖĞRENCİLERİN PERSPEKTİFİNDEN ÇOCUKLARA İNGİLİZCE ÖĞRETİMİ DERSİNİN PROGRAM DEĞERLENDİRMESİ	475
KATMA DEĞER VERGİSİ ORANLARININ FİYATLARA DOĞRU YANSITILMAMASI: HAKSIZ REKABET VE EKONOMİK ETKİLERİ	483
ÇOCUKLARIMIZ İÇİN ŞİDDETLE MÜCADELE.....	492
OTEL RESTORANLARINDA GIDA İSRAFI ALGISINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA.....	501

GENÇLERİN AHLAK TERBİYESİNDE BİR ARAÇ OLARAK MÜSLÜMAN ADABI: “ ADAB-ÜL-SÂLİHİN” (DİNİ BÜTÜNLERİN EDEBİ) ESERİ TEMELİNDE	509
KONAKLAMA İŞLETMELERİ VE TEDARİKÇİLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİLERDE SADAKAT KAVRAMI: KAVRAMSAL BİR DEĞERLENDİRME	513
WEBGL TEKNOLOJİSİNİN TARİHSEL ANLATI OLUŞTURMAK İÇİN İLETİŞİM ARACI OLARAK KULLANIMI.....	525
MESLEK LİSESİ İLE ANADOLU LİSESİ ÖĞRENCİLERİNİNİN BEDEN EĞİTİMİ DERSİNE YÖNELİK TUTUMLARININ İNCELENMESİ	532

KATMA DEĞER VERGİSİ ORANLARININ FİYATLARA DOĞRU YANSITILMAMASI: HAKSIZ REKABET VE EKONOMİK ETKİLERİ

Beyhan İNCEKARA

İstanbul Kent Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi
beyhan.incekara@kent.edu.tr.

Murat Can PEHLİVANOĞLU

İstanbul Kent Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu
can.pehlivanoglu@kent.edu.tr.

Özet

Maliye politikasının araçlarından biri vergiler olup, katma değer vergisi (KDV) dolaylı vergilerin en önemli türünü oluşturmaktadır. Bununla beraber devletin KDV'nin yansıtılması ve toplanmasında sorunlar yaşadığı, özellikle KDV oranlarında indirimlerin yürürlüğe konduğu dönemlerde bazı işletmelerin KDV oranlarını doğru uygulamadığı tespit edilmektedir. Bu kapsamda bazı işletmelerin mal veya hizmetlerinin satış fiyatını eski vergi oranı döneminde uygulanan KDV dahil satış fiyatını aynen muhafaza edecek şekilde değiştirdikleri görülmektedir. Oysa bu durum katma değer vergisinin mali ve mali olmayan amaçlarının gerçekleştirilmesini olumsuz etkilemektedir. Mikro düzeyde incelendiğinde, KDV oranı indirimlerini fiyatlara yansıtan işletmelerin satışları ile yansıtmayan işletmelerin satışlarının aynı olmadığı, bunun haksız rekabete yol açtığı ve piyasanın işleyişini bozduğu değerlendirilmektedir. Mikro ölçekte yaşananlar makro düzeyde ülke göstergelerine de yansımaktadır. KDV oranlarının fiyatlara doğru yansıtılmamasının özellikle enflasyona, kamu harcamalarına ve gelirlerine, ekonomik büyümeye, tasarruf ve yatırımlara olumsuz etkileri olmaktadır. İşletmelerce KDV hariç satış fiyatı artırılmak suretiyle indirim öncesi dönemdeki KDV dahil fiyat ile aynı satış fiyatının ortaya çıkarıldığı haller çoğu zaman satıcı işletmenin tanıtım ve reklamlarında ya da alıcılara yaptığı açıklamalarda KDV oranı indiriminin uygulandığı yönündeki bir beyanı ya da izlenimi uyandırması şeklinde gerçekleşmektedir. Bu eylemle mücadelede, KDV oranlarını doğru şekilde uygulayan rakip işletmelerce işletilebilecek en önemli yasal düzenlemeyi ise 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu'nun (TTK) haksız rekabet hükümleri ve özellikle TTK m. 55(1)(a)(2) hükmü oluşturmaktadır. Bu çalışmada KDV oranlarındaki indirimleri uygulamayarak tüketicinin, rakip işletmelerin ve son tahlilde devletin mağduriyetine sebep olan işletmelerin bir taraftan ekonomiye mikro ve makro düzeyde olumsuz etkileri incelenirken diğer taraftan bu eylemlerinin TTK dairesinde haksız rekabet hali teşkil ettiği değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Katma Değer Vergisi, Haksız Rekabet, KDV İndirimleri, Türk Ticaret Kanunu, Makroekonomi, Mikroekonomi.

MISAPPLICATION OF VALUE ADDED TAX RATES IN SALES PRICES: UNFAIR COMPETITION AND ECONOMIC IMPLICATIONS

Abstract

Taxes are one of the tools of fiscal policy, and value added tax (VAT) represents one of the most important indirect taxes. It is known that the state experiences difficulties in VAT reflection and collection, and that VAT rates are misapplied by some businesses especially during the times of VAT rate discounts. Accordingly, it is seen that some businesses change the sales prices of their goods or services in order to maintain their VAT included sales price same as the price before VAT rate discounts. This situation negatively effects the fiscal and non-fiscal goals of VAT. When analyzed at micro level, it is understood that the sales of businesses which duly reflect the VAT rate discounts and which do not duly reflect are not the same, and that this causes an unfair competition and harms the functioning of the market. The micro level implications of the abovementioned practice also influence macro level country indicators. Especially, inflation, state spending and income, economic growth, savings and investments are negatively affected. The practice of maintaining the sales price as same as the price before VAT rate discounts by raising the VAT excluded sales price, in most cases, occurs pursuant to the seller's presentations, advertisements or statements to the buyers regarding the

application of VAT rate discounts to the goods or services. 6102 numbered Turkish Commercial Code's (TCC) unfair competition rules and, in particular, TCC Article 55(1)(a)(2) appears among the best legal rules that may be used to contest the legality of this practice by competitor businesses. In this study, the micro level and macro level economic implications of the misapplication of VAT rate discounts is examined, and it is expressed that this practice should be accepted as a practice of unfair competition under TCC.

Keywords: Value Added Tax, Unfair Competition, VAT Discounts, Turkish Commercial Code, Macroeconomy, Microeconomy.

GİRİŞ

Türk hukukunda devletin vergilendirme yetkisi temelini T.C. Anayasası'ndan (Anayasa) almaktadır. Herkes kamu giderlerini karşılamak üzere mali gücüne göre vergi ödemekle yükümlü olup (Anayasa m. 73(1)), vergi oranlarını kanunun belirttiği sınırlar içinde değiştirme yetkisi Cumhurbaşkanına verilebilmektedir (Anayasa m. 73(4)). Bu doğrultuda, 3065 sayılı Katma Değer Vergisi Kanunu (KDVK) m. 28 ile katma değer vergisi (KDV) oranı vergiye tabi her bir işlem için yüzde 10 olarak öngörülmeyle beraber, Cumhurbaşkanı bu oranı dört katına kadar artırmaya ve yüzde bire kadar indirmeye, yine bu oranlar dahilinde muhtelif mal ve hizmetler için farklı vergi oranları tespit etmeye yetkili kılınmıştır. Nitekim son olarak 30.07.2020 tarihli ve 2812 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararına ekli Mal ve Hizmetlere Uygulanacak Katma Değer Vergisi Oranlarının Tespitine İlişkin Kararda Değişiklik Yapılmasına Dair Karar⁴⁷ ile bir kısım mal ve hizmetlerde KDV oranı indirime gidilmiştir.

KDV oranlarındaki değişikliklerin yürürlüğe girmesine karşın piyasada bazı işletmelerin KDV oranlarını mal veya hizmetlerinin satış fiyatlarını yansıtmadığı; mal veya hizmetlerinin satış fiyatını eski vergi oranı döneminde uygulanan KDV dahil satış fiyatını aynen muhafaza edecek şekilde değiştirme yönünde eylemlerde buldukları gözlemlenmektedir⁴⁸. Anılan eylemin vergi oranı indirimi gereği gibi uygulayan işletmeler ile indirimi gereği gibi uygulamayan işletmeler arasında bir haksız rekabete sebep olduğu kuşkusuzdur. Üstelik alıcıların ve özellikle tüketicilerin talebinin arttığı vergi indirimi dönemlerinde indirimli alışveriş yapacakları öngörüldüğünde, bu beklentilerinin suiistimal edilmesinin piyasaya güveni sarsacağı da aşıkardır.

Özellikle tüketimde kullanılan KDV gibi dolaylı vergilerin en önemli türünü oluşturan bu vergi türünün fiyatlara yansıtılmaması önemli makroekonomik sorunlar ortaya çıkarmaktadır. KDV'deki indirimleri satış fiyatlarına yansıtan işletmelerin tüketimleri artarken toplam tüketimde denge sorunu ortaya çıkacaktır. Bu da piyasa yapısını ve dinamiklerini bozacaktır. Ayrıca verginin yansımaları sorunu yaşanarak kamu gelirlerinde bir azalma oluşacak ve bütçe açığı meydana gelecektir. Yine haksız rekabet yaratan işletmeler enflasyonun kompozisyonu etkileyecek fiyat farklılıklarına yol açacaktır.

Bu çalışmada öncelikle KDV oranı indirimi vergi hariç satış fiyatlarını artırmak suretiyle nihai satış fiyatlarına yansıtmayan işletmelerin⁴⁹ bu eylemlerinin vergi oranı indirimi yürürlükteki haliyle uygulayan işletmelere karşı 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu (TTK) dairesinde bir haksız rekabet hali teşkil ettiği değerlendirilmektedir⁵⁰. Bu doğrultuda, KDV oranlarını doğru uygulayan işletmelerin oranları doğru uygulamayan işletmelerle mücadele etmek amacıyla haksız rekabet hükümlerini işletmelerinin olanaklı olduğu ortaya konulmaktadır. Çalışmanın diğer bölümünde KDV indirimlerinin yarattığı etkiler makroekonomik göstergeler açısından incelenmektedir. Bu durumun yarattığı

⁴⁷ 31.07.2020 tarihli 31202 sayılı Resmî Gazete.

⁴⁸ Bkz. Reklam Kurulu Kararı, D. 2019/266 T. 10.12.2019.

⁴⁹ Örneğin, vergi oranı değişimi öncesi KDV dahil satış fiyatı 100 TL olan bir malın vergi oranı indirimi sonrası KDV dahil satış fiyatının yine 100 TL olduğu işletmeler gözlemlenmektedir (<https://www.haberturk.com/tuketiciye-kdv-indirimleri-uyarisi-2773762-ekonomi> (E.T. 08.10.2020)).

⁵⁰ Mal veya hizmetin KDV hariç satış fiyatı değiştirilmeksizin, KDV oranı indirimine rağmen halen eski (yüksek) KDV oranının uygulanması hali ise bu çalışmanın kapsamına alınmamıştır.

enflasyon, tüketim, kamu gelirleri azalması, bütçe açığı ve piyasa dinamikleri gibi doğrudan etkiler ve yatırımlar, faiz ve piyasa dinamikleri gibi dolaylı etkiler değerlendirilmektedir.

1. KDV ve Haksız Rekabet

KDVK Alman KDV kanunundan esinlenerek hazırlanmış olup, KDV Türkiye’de 1985 yılından bu yana uygulanmaktadır (Öner (2015): 229). KDVK m.1(1) uyarınca, Türkiye’de ticari, sınai, zirai faaliyet ve serbest meslek faaliyeti çerçevesinde yapılan teslim ve hizmetler KDV’ye tabidir. Bir muamele vergisi olarak nitelenen KDV, harcamaların vergilendirilmesine ilişkin görülmektedir. Bu doğrultuda KDV, malların ve hizmetlerin satışından alınan ve vergi indirimine de olanak vererek her aşamada katılan değer artışını temel alan, çok aşamalı ve genel bir satış vergisi olarak tanımlanmaktadır⁵¹. Vergiye adını veren “katma değer” ise bir malın satış değeri ile bunun yapılması için gerekli girdilerin alış fiyatı arasındaki farktan oluşmaktadır⁵².

Anayasa’nın 48. Maddesi çerçevesinde rekabet bir hak olmakla beraber, bu hakkın hukuka uygun kullanımı için rekabetin başkalarının hak ve menfaatlerini ihlal edecek şekilde gerçekleştirilmemesi gerekmektedir (Kılıç ve Kılıç (2018): 94). Nitekim Anayasa’nın 167. maddesinde ifade edilen piyasaların düzenli ve sağlıklı işlemesi için alınacak tedbirlerin kapsamına haksız rekabet kurallarının da girdiği kabul edilmektedir (Can (2013): 109). Bu doğrultuda getirilen düzenlemelerden biri olan TTK haksız rekabet hükümleri suretiyle bütün katılanlar menfaatine dürüst ve bozulmamış rekabetin sağlanması amaçlanmıştır (TTK m. 54(1)). Ancak bir eylemin haksız rekabet teşkil ettiğinin kabulü için öncelikle bu eylemin haksız rekabet kuralları karşısında hukuka aykırılığının ortaya konabilmesi gereklidir. Bunun belirlenebilmesi için aşağıda öncelikle KDV mükellefiyeti kavramı üzerinden KDV oranı indirimini uygulama ve nihai satış fiyatını belirleme sürecinde işletmelerin yükümlülükleri incelenmekte ve akabinde mezkûr eylemin haksız rekabet niteliği değerlendirilmektedir.

1.1. KDV Mükellefiyeti ve Uygulaması

Türk vergi hukukunda vergi alacağını doğumu, vergi kanunlarının vergiyi bağladıkları olayın veya hukuki durumun tekemmülüne bağlıdır. Nitekim KDV’de vergiyi doğuran olay, mal teslimi ve hizmet ifası hallerinde malın teslimi veya hizmetin yapılması (KDVK m. 10(a)) ya da malın tesliminden veya hizmetin yapılmasından önce fatura veya benzeri belgeler verilmesi halinde bu belgelerde gösterilen miktarla sınırlı olmak üzere fatura veya benzeri belgelerin düzenlenmesidir (KDVK m. 10(b)). Bu anlamda KDV sisteminde kişi değil işlemin vergilendirildiği görülmektedir (Öner (2015): 232).

213 sayılı Vergi Usul Kanunu (VUK) m. 8 uyarınca vergi mükellefi vergi kanunlarına göre kendisine vergi borcu düşen gerçek veya tüzel kişi olup, vergi sorumlusu da verginin ödenmesi bakımından alacaklı vergi dairesine karşı muhatap olan kişidir. Yine VUK m. 8(3) uyarınca, kural olarak, mükellefiyet veya vergi sorumluluğuna ilişkin ilgili taraflar arasındaki sözleşmeler vergi dairelerini bağlamaz. Bu doğrultuda, KDV mükellefleri mal teslimi ve hizmet ifası hallerinde bu işleri yapanlar olarak öngörülmüştür (KDVK m. 1(a)). Dolayısıyla, mal veya hizmetin alıcısı KDV mükellefi ya da sorumlusu olmayıp, satıcı işletme vergiyi alıcı adına değil kendi adına ödemektedir⁵³.

Satış işlemleri açısından KDV’yi alıcıdan tahsil etme ve ödeme yükümlülüğü satıcıya yüklenmiş olup, vergi hukuku açısından KDV’nin satış bedeline dahil ya da hariç şekilde tahsili yine alıcı ve satıcının tasarrufuna bırakılmıştır⁵⁴. Verginin alıcı tarafından mı yoksa satıcı tarafından mı üstlenileceği borçlar hukukuna ilişkin bir konu olarak değerlendirilmektedir. Uygulamada KDV’nin satıcı işletme tarafından alıcıdan tahsil edildiği gözlemlenmekte, nitekim bu durum KDV’nin dolaylı bir satış vergisi olarak nitelenmesini doğrulamaktadır (Bulutoglu (2004): 191). Dolayısıyla, satıcının KDV’yi alıcıdan tahsil etmediği hallerde KDVK dairesinde vergiyi satıcı işletmenin üstlendiği kabul edilmektedir⁵⁵. KDV’nin mal veya hizmetin bedeline dahil olup olmadığı sözleşmede açıkça kararlaştırılmamış ise

⁵¹ Bkz. Anayasa Mahkemesi Kararı E. 2010/11 K. 2011/153 T. 17/11/2011.

⁵² Bkz. Anayasa Mahkemesi Kararı E. 2010/11 K. 2011/153 T. 17/11/2011.

⁵³ Yargıtay 13. Hukuk Dairesi E. 2004/10203 K. 2005/1185 T. 01/02/2005.

⁵⁴ Yargıtay Hukuk Genel Kurulu E. 2004/19- 456 K. 2004/531 T. 13/10/2004.

⁵⁵ Yargıtay 15. Hukuk Dairesi E. 2015/944 K. 2015/4911 T. 09/11/2015.

toplam sözleşme bedelinin KDV'yi içerdiği kabul olunacak ve alıcıdan ayrıca KDV istenemeyecektir⁵⁶.

O halde bir KDV oranı indirimi gerçekleştiğinde, bunu fiyatlara yansıtma yükümlülüğü ürün veya hizmet satan işletme üzerinde olup, KDV'nin alıcı mı yoksa satıcı mı tarafından üstlenileceği sözleşme özgürlüğü çerçevesinde tarafların takdirindedir⁵⁷. Üstelik KDV hariç satış fiyatının artırılması suretiyle KDV oranı indirimi öncesi dönemle sonrası dönemde uygulanan satış fiyatının aynı tutulması şeklindeki eylemin kendisi doğrudan bir vergi kaybına yol açmamakta ya da hatalı, fazladan ya da alınmaması gereken bir verginin tahsili söz konusu bulunmamaktadır⁵⁸. Bununla beraber, ilk bakışta vergi hukuku bağlamında hatalı olmayan ve satıcıyla alıcının sözleşme özgürlüğüne istinaden gerçekleştirilmiş hukuka uygun bir eylem olarak görülebilecek bu eylemin TTK haksız rekabet hükümleri dairesinde hukuka uygun olup olmadığının ayrıca araştırılması gerekmektedir.

1.2. Haksız Rekabet Hali Olarak KDV Oranı İndiriminin Fiyata Yansıtılmaması

KDV oranı indiriminin KDV hariç satış fiyatı arttırılmak suretiyle mal veya hizmetin satış fiyatına yansıtılmamasına ilişkin olarak vergi hukukunda özel bir düzenleme bulunmamaktadır. Ancak bu davranış sebebiyle KDV oranı indirimini fiyatlarına yansıtan işletmeler, bu oranı gereği gibi yansıtmayan işletmelere nazaran ilgili satıştan daha az kazanç elde etmekte, yani kurallara uyan işletmeler kurallara uymayan işletmeler karşısında iktisadi olarak dezavantajlı duruma düşmektedir. Zira anılan işletmeler vergi oranı indirimi nedeniyle KDV dahil satış fiyatlarının indirimine uğramaması için kasıtlı olarak KDV hariç satış fiyatlarını arttırmakta, böylece vergi oranı indirimi döneminde toplam satış bedelinde indirim olacağı güven ve beklentisine sahip olan alıcılar nezdinde yanılgıya sebep olarak ve bu yanılgıdan faydalanarak kazançlarını arttırmaktadır. Bu halde rekabet hakkının kötüye kullanılması nedeniyle artık piyasanın bozulduğunun ve rekabetçi bir piyasadan beklenen işlevlerin de gerçekleşemediğinin kabulü gerekecektir (Karakılıç (2016): 109).

Haksız rekabete ilişkin yasa hükümleri, rekabet hakkının dürüstlük kuralları çerçevesinde kullanılmasını temin etmek ve rekabet hakkının kötüye kullanılmasını engellemek amacıyla yürürlüğe konmuştur⁵⁹. Haksız rekabete hukuku vasıtasıyla piyasa katılımcılarının davranışları mikro düzeyde kontrol edilmeye çalışılmaktadır (Karakılıç (2016): 109). Nitekim TTK m. 54(2) uyarınca *“rakipler arasında veya tedarik edenlerle müşteriler arasındaki ilişkileri etkileyen aldatici veya dürüstlük kuralına diğer şekillerde aykırı davranışlar ile ticari uygulamalar haksız ve hukuka aykırıdır”*⁶⁰. Bir eylemin haksız rekabet oluşturup oluşturmadığı önce TTK m. 55 üzerinden incelenmekte, şayet eylem burada belirtilenler eylem veya uygulama türlerinden birinin kapsamına girmiyor ise bu defa eylemin TTK m. 54 genel hükmüne uyup uymadığı saptanmaktadır (Dinç (2015): 144). Dolayısıyla TTK m.

⁵⁶ Yargıtay Hukuk Genel Kurulu E. 2004/19- 456 K. 2004/531 T. 13/10/2004.

⁵⁷ “Verginin etikette gösterilme mecburiyeti” kenar başlıklı KDVK m. 57 uyarınca, perakende satışı yapılan mallara ait etiketlerde KDV'nin satış fiyatına dahil olup olmadığı açıkça belirtilir ve vergi satış fiyatından hariçse bunun miktarı ayrıca gösterilir. Benzer şekilde, “Fiyat Etiketleri” kenar başlıklı 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun m. 54(1) dairesinde perakende satışa arz edilen malların üzerinde kolaylıkla görülebilir ve okunabilir şekilde tüketicinin ödeyeceği tüm vergiler dahil satış fiyatı ve birim fiyatının gösterilmesi zorunlu olup, bu hüküm hizmetlerin tarife ve fiyatları için de aynen uygulanmaktadır.

⁵⁸ Nitekim vergi adı altında para tahsil edilerek haksız kazanç elde edilmesinin önlenmesi amacıyla 06.05.2018 tarihinde yürürlüğe konan 7104 sayılı Kanun ile KDVK m. 8(2)'de yapılan değişiklikle, fazla veya yersiz hesaplanan verginin satıcı tarafından alıcıya geri verilmesinin şart olduğu KDVK lafzına işlenmiştir. Dolayısıyla hatalı olarak işletilen KDV oranıyla tahsil edilmiş tutarın vergi dairesine ödenmiş olması halinde satıcı açısından bir sebepsiz zenginleşme hali bulunmayacağı kabul edilmektedir (Yargıtay Hukuk Genel Kurulu E. 2011/625 K. 2012/27 T. 01/02/2012 (www.kazanci.com.tr)).

⁵⁹ Yargıtay H. G. K. E. 2017/117 K. 2018/1883 T. 11/12/2018 (www.kazanci.com.tr).

⁶⁰ Türk hukukunda haksız rekabete ilişkin olarak TTK dahil çeşitli kanunlarda çeşitli hükümler bulunmakta olup (örneğin, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu m. 83- 84, 3577 sayılı İthalatta Haksız Rekabetin Önlenmesi Hakkında Kanun), genel hüküm niteliğindeki bir düzenleme de 6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu'nda (TBK) yer almaktadır. Ancak konuya dair TBK m. 57 hükmünün sadece tacir olmayanlar arasındaki uyumsuzluklarda uygulanabileceği (Özel ve Özdemir (2017): 196.), ticari işlerde TTK haksız rekabet hükümleri uygulanacağı ve üstelik TTK hükümlerinin uygulanması için fail veya mağdurdan ikisinin de tacir olmasının gerekli bulunmadığı ifade edilmektedir (Akpınar (2019): 56).

54(2) dahilinde bulunmakla beraber TTK m. 55'te sayılmamış bir hal de haksız rekabet olarak değerlendirilebilmektedir. TTK m. 55 hükmünde sayılan davranış ve ticari uygulamalar ise örnek niteliğinde olup, en çok rastlanılan hallerin görünüş şekilleri durumundadır (Kendigelen (2016): 83). KDV oranı indiriminin KDV hariç satış fiyatı arttırılmak suretiyle mal veya hizmetin satış fiyatına yansıtılmaması eyleminin çoğu zaman satıcı işletme tarafından yapılacak bir reklam veya açıklamayla eşgüdümlü gerçekleşecektir. O halde bu eylemin haksız rekabet teşkili açısından TTK m. 55(1)(a)(2) hükmü doğrudan uygulanabilecektir. Dolayısıyla eylemin haksız rekabet olduğunun kabulü için TTK m. 54 dahilinde ayrıca incelenmesine gerek bulunmamaktadır⁶¹.

1.3. Gerçek Dışı veya Yanıltıcı Açıklamalarla Kendini ya da Üçüncü Kişiyi Rekabette Öne Geçirmek Suretiyle Haksız Rekabet

TTK m. 55(1)(a)(2) dairesinde kendisi, ticari işletmesi, işletme işaretleri, malları, iş ürünleri, faaliyetleri, fiyatları, stokları, satış kampanyalarının biçimi ve iş ilişkileri hakkında gerçek dışı veya yanıltıcı açıklamalarda bulunmak veya aynı yollarla üçüncü kişiyi rekabette öne geçirmek başlıca haksız rekabet hallerindedir. Bu çerçevede maddede kendi iş veya ürünlerini veya üçüncü kişilerinkilerinin gerçek dışı, aldatıcı veya yanıltıcı açıklamalarla üstün hale getirilmesi düzenlenmekte olup, madde kapsamında özellikle aldatıcı reklamların girdiği ifade edilmektedir (Arkan (2019): 355).

TTK m. 55(1)(a)(2) uyarınca bir eylemin haksız rekabet olarak kabul edilebilmesi için (1) ortada bir açıklama bulunmalı, (2) açıklama açıklamayı yapanın kendi şahsı, ticari işletmesi, işletme işaretleri, malları, iş ürünleri, faaliyetleri, stokları, satış kampanyalarının biçimi ve iş ilişkileri hakkında olmalı ve son olarak (3) bu açıklama gerçek dışı veya yanıltıcı olmalıdır (Ülgen ve ark. (2015): 541). Bu kapsamda “gerçek dışı” kavramı yalan, doğru olmayan, gerçeği saptıran anlamında, “yanıltıcı” kavramı ise açıklamaların, seçilen sözcüklerin veya yapılan karşılaştırmaların hedef kitlede bıraktığı genel izlenimle açıklama konusunun olduğundan değişik algılanması anlamında kullanılmıştır (Bozer ve Göle (2017): 198). Bu anlamda doğru olsa bile yanlış intiba uyandıracak açıklamalar yanıltıcı sayılmalıdır (Nomer (2016): 151). Üstelik gerçek dışı veya yanıltıcı beyanların alıcıların alım kararlarını etkilemeye yönelik olup olmadığının ispatı da şart değildir (TTK m. 55(1)(a)(2) Madde Gereğesi). Anılan haksız rekabet halinin gerçekleşmesi için bir övme durumunun söz konusu olması da gerekmemekte, davranışın aldatıcı olması yeterli görülmektedir (Poroy ve Yasaman (2015): 342). Hangi şekilde avantajlı konuma getirilmenin haksız rekabet olacağı ise madde metninde belirtilmemekle beraber, müşterinin alım- satım kararını etkileyebilecek açıklamalar her durumda madde kapsamında mütalaa edilmektedir (Ülgen ve ark. (2015): 540).

Mezkûr madde dairesinde yapılan açıklamanın gerçek dışı olup olmadığının tespitinde tek ölçüt açıklamanın doğru olup olmadığı iken, açıklamanın yanıltıcı olup olmadığı tespit edilirken ise orta yetenekteki olağan muhatabın algısı değerlendirilecektir (Nomer (2016): 154). TTK m. 55(1)(a)(2) madde gereğesinde hükmün uygulanma alanına ilişkin olarak bir ürün içerisindeki sağlığa zararlı maddeyi açıklamalara yazmamak, yanlış coğrafi köken vermek ve ürün gramajını yanlış yazmak örnekleri verilmiştir. O halde ortada bir reklam bulunmasa dahi, örneğin manda yoğurdu olmadığı halde yoğurdun manda yoğurdu olarak satılması için yapılan açıklamalar rekabette avantajlı duruma gelme neticesini doğuracak ve haksız rekabet olarak kabul edilecektir (Poroy ve Yasaman (2015): 342). Nitekim kendi yapmadığı bir işi sanki kendisi yapmış gibi açıklamaların röportaj yoluyla yapılması halinde dahi TTK m. 55(1)(a)(2) kapsamında haksız rekabetin gerçekleşebileceği içtihat olunmuştur⁶².

Bir satıcı işletmenin KDV oranı indirimi uygulanması gereken bir mal veya hizmetin KDV hariç fiyatını artırarak yeni KDV oranı eklendiğinde KDV oranı indirimi öncesi dönemki KDV dahil fiyat ile aynı satış fiyatının ortaya çıktığı haller çoğu zaman satıcı işletmenin tanıtım ve reklamlarında ya da alıcılara yaptığı açıklamalarda KDV oranı indiriminin uygulandığı yönündeki bir beyanı ya da bu

⁶¹ Bir davranış veya uygulamanın hukuka uygun bir nedeni bulunuyorsa eylemin TTK m. 54 dahilinde vurgulanan dürüstlük kuralını ihlal ettiği kabul edilemeyeceğinden bu tür bir eylemin TTK m. 55 dairesinde haksız rekabet de sayılmaması gerektiği yönünde bkz. (Poyraz (2011) : 66).

⁶² Yargıtay 11. H.D. E. 2014/4049 K. 2014/11107 T. 11.06.2014 (www.kazanci.com.tr).

izlenimi uyandırması şeklinde ve bununla bağlantılı olarak gerçekleşecektir⁶³. Zira KDV indirimlerinin açıklandığı dönemlerde, daha ucuz fiyatta alım yapma beklentisiyle satıcı işletmelere yoğun şekilde başvuru söz konusu olabilmektedir. Bu halde vergi oranı indiriminin uygulanacağı beklentisiyle alıcı tarafından kendisine başvurulmuş satıcı işletme, hele ki tanıtım, reklam veya açıklamalarında vergi oranı indiriminin uygulandığından söz edildiği durumlarda, aslında nihai satış fiyatında herhangi bir değişiklik yapmamış olmasına rağmen alıcı nezdinde nihai satış fiyatında önceki döneme göre indirim yapıldığı düşüncesini yaratacaktır. Bu durum hiç kuşkusuz orta yetenekteki olağan muhatabı yanılgıya düşürecek niteliktedir. Satıcı işletme böylece kendi ürün veya hizmetinin fiyatı hakkında gerçek dışı veya yanıltıcı bir açıklama yapmış olacak ve bu surette ürün veya hizmetini alıcıya satacak ve neticede diğer işletmeler karşısında rekabette kendisine avantaj sağlamış olacaktır. Dolayısıyla satıcı işletmenin bu eylemi TTK m. 55(1)(a)(2) dairesinde haksız rekabet teşkil edecektir.

Yine satıcı işletmenin alıcıya KDV oranı indirimine ilişkin sözlü ya da tanıtım veya reklam bağlamında yazılı hiçbir açıklama yapmamasının da TTK m. 55(1)(a)(2) tahtında haksız rekabet olarak değerlendirilebileceği vurgulanmalıdır. Zira salt fiyat etiketinde gösterilen nihai satış tutarı dahi fiyata dair alıcıya karşı bir irade açıklaması olduğundan, kendi içerisinde yanıltıcılığı haiz bir açıklama olarak kabul edilebilecektir⁶⁴. Diğer yandan, sözleşme ilişkilerinde, sözleşmede veya kanunda açıkça belirtilmediği hallerde dahi, dürüstlük kuralının taraflara bazı yan borçlar yüklediği kabul edilmektedir (Oğuzman ve Barlas (2019): 304). Bu kapsamda, yan borçların bazı hallerde açıklamada ve bilgilendirmede bulunma (aydınlatma) yükümlülüğü şeklinde ortaya çıkabileceği, genel bir aydınlatma yükümlülüğünden söz edilemeyecekse de olayın şartları ve tarafların durumu 4721 sayılı Türk Medeni Kanunu m. 2 karşısında gerekli kılıyorsa aydınlatma yükümlülüğünün mevcut olacağı ifade edilmektedir (Oğuzman ve Barlas (2019): 306). Nitekim KDV hakkında alıcının gereği gibi bilgilendirilmesinin satış sözleşmesinin yan yükümlülüklerinden olan açıklama yükümlülüğü kapsamında değerlendirilmesi gerektiği içtihat olunmuştur⁶⁵. Dolayısıyla KDV konusundaki açıklama yükümlülüğünün, ister TMK m. 2 ister TTK m. 18(2) uyarınca basiretli bir iş adamı gibi davranma yükümlülüğü kapsamında olsun, satıcının mal veya hizmet satımına ilişkin asli ya da yan edim yükümlülüğü değil de bir yan yükümlülük olarak kabulü durumunda dahi (Serozan (2018): 5), bu defa satıcı işletmenin KDV oranı indirimi öncesi dönemdeki fiyatı ve sonraki dönemdeki satış fiyatı farklılığına dair alıcıya herhangi bir açıklama yapmaması başlı başına kendiliğinden yanıltıcı sayılabilecektir.

2. Vergilerin Fiyatlara Yansıtılmamasının Ekonomiye Etkileri

Maliye Politikasının en önemli araçları vergilerdir. Vergilerin ilk amacı kamu harcamalarının finansmanını sağlama olmasıyla birlikte buna ilave olarak vergilerin mali amacı yanında mali olmayan amaçları da (ekonomik ve sosyal amaç) bulunmaktadır (Şaşmaz ve Yayla, 2019:318).

Dönem içerisinde dünya ekonomilerinde vergilerin yansıtılmasında ve toplanmasında sıkıntılar oluşmuştur. Buradaki en önemli faktörün vergi psikolojisiyle ilgili olduğu görülmektedir. Mükelleflerin vergiye karşı tutum ve davranışlarını etkileyen ekonomik, mali, sosyal, kültürel, kurumsal, siyasal ve yönetsel etkenler bulunmaktadır. Verginin konusu ve bireylerin ödeme güçleri; mükelleflerin vergi yükünü hissetme dereceleri, vergi baskısı mükellefin adalet ve eşitlik algılaması verginin harcandığı yerin bilincinde olunması ve kamu hizmetlerinden yararlanma düzeyi gibi faktörler vergi psikolojisi üzerinde etkili olmaktadır (Taşkın,2010:71).

⁶³ Bkz. Reklam Kurulu Kararı, D. 2019/266 T. 10.12.2019 (www.kazanci.com.tr).

⁶⁴ Örneğin, 6502 sayılı Kanun dairesinde yürürlüğe konan Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği (R.G. T. 10.01.2015 R.G. S. 29232) ekinde listelenen örnek haksız ticari uygulamalar içerisinde “girdi maliyeti ve döviz kuru artışı gibi fiyat değişimlerinden etkilenmemesine rağmen bu durumlardan etkileniyormuş gibi hareket ederek tüketiciye sunulan mal veya hizmetin fiyatında haklı bir gerekçe olmaksızın artış yapmak” eylemi tüketiciler açısından bir haksız ticari uygulama olarak değerlendirilmiştir (Ek. A. 19). O halde KDV oranı değişiminden kaynaklı salt fiyat artışının dahi kendi içerisinde yanıltıcı bir eylem ve hatta irade açıklaması olarak kabul edilmesi, güncel idari uygulama kapsamında mümkün görülmelidir.

⁶⁵ Yargıtay 19. Hukuk Dairesi E. 2013/16574 K. 2014/1532 T. 20/01/2014 (www.kazanci.com.tr).

Vergilerin yansıtılması ve optimum oranda toplandığı için vergilerin ekonomi içerisindeki payının artırılması bunun için de vergi sisteminde şu düzenlemelere ihtiyaç duyulmaktadır (Paksoy ve Bakan,2010:155):

- Vergi kaynaklarının özel sektörden kamu sektörüne aktarımı sağlanmalıdır.
- Vergi kaynakları özel sektör içerisinde ağırlıklı olarak stratejik olan bölgelere aktarılmalıdır.

Vergilerin fiyatlara yansıtılmaması konusu incelenirken Katma Değer Vergisi özelinde incelenmesi gerekmektedir. Çünkü dolaylı vergiler çeşitli tüketimler üzerinden yapılmaktadır. Mikro düzeyde bakıldığında; KDV indirimlerini fiyatlara yansıtan işletmelerin satışları ile yansıtmayan işletmelerin satışları aynı değildir. Bu durum da haksız rekabete yol açmakta ve piyasa işleyişini bozmaktadır. Tam rekabet veya tekeli rekabet piyasa yapısına sahip firmalar sürdürülebilirliği sağlamada güçlük çekmektedir. Bununla birlikte toplam arz ve toplam yapısı da dengeden uzaklaşmaktadır. Mikro ölçekteki bu etkiler makro düzeyde ülkelerin göstergelerine yansımaktadır.

2.1. Vergilerin Fiyatlara Yansıtılmamasının Mikroekonomik Etkileri

Vergilerin fiyatlara yansıtılmaması sorunu en çok tüketim üzerinden alınan Katma Değer Vergisinde görülmektedir. İşletmelerden bazılarının bu vergiyi yansıtmaması sonucu haksız rekabet sorunu oluşur fiyatlar arası farklılıklar özellikle tam rekabet ve tekeli rekabet yapısında bulunan piyasa dinamiklerini olumsuz yönde etkilemektedir. Bununla birlikte KDV'nin fiyatlara yansıtılması sonucu daha ucuzlayan ürünlere talep artarken diğer taraftan yansıtmayan işletmelerde yüksek fiyatlar sebebiyle karlılık rasyoları diğer firmaların üstünde gerçekleşebilmektedir. Türkiye ekonomisi dolaylı vergilerin ağırlıkta olduğu bir ekonomi olduğu için mal ve hizmetlerin içerisinde yer alan bu vergilerin gelir olarak devlet bütçesine yansımada dalgalanmalar oluşacaktır. Bu da kamu harcamalarının toplam talebi artırma fonksiyonunu negatif yönde etkileyecektir. Toplam talebin azalması da tüketicinin daralmasına neden olacaktır. Toplam talebin düşüşü toplam arzı azaltarak işletmeleri ve karlılığın sürdürülebilirliğini azaltacaktır.

2.3. Vergilerin Fiyatlara Yansıtılmamasının Enflasyona Etkileri

Vergilerin en önemli etkileri enflasyonda ortaya çıkmaktadır. Özellikle KDV gibi tüketim üzerinden alınan vergiler söz konusu işletme faaliyeti gıda gibi temel ürünler ise çekirdek enflasyonu, değilse de TÜFE (Tüketici Fiyat Endeksi) etkilemektedir. Bununla birlikte uzun dönemde satış hasılatının etkilenmesi ile üreticinin maliyetini arttırarak ÜFE'yi etkilemektedir. KDV indirimleri fiyatlara yansıtıldığında fiyatlar ucuzlamakta ve fiyatlar genel düzeyi yani enflasyon düşmektedir. Tam tersi durumda enflasyonda belirsizlikler yaşanıp artış trendi oluşmaktadır.

2.4. Vergilerin Fiyatlara Yansıtılmamasının Kamu Harcamaları ve Kamu Gelirlerine Etkileri

Türkiye'de vergiler ve başta merkezi bütçe olmak üzere kamu harcamaları temel maliye politika araçları olarak kullanılmış ve kullanılmaya devam edilmektedir (Altınar ve Çalcalı, 2019:408). KDV gibi vergilerin fiyatlara yansıtılmaması verginin optimum şekilde toplanmamasına sebep olmaktadır. KDV'nin işletmeler tarafında vergilere yansıtılmaması direkt makroekonomik etkilerden sayılmaktadır. Kamu gelirlerindeki bu artış kamu harcamalarının altında kalarak bütçe açığına sebep olmaktadır. Bütçe açıklarının finansmanı için de devletler ya iç borç ya da dış borç arayışına gireceklerdir. Borçlanmanın azaltılması vergi sisteminin düzenli işlemesi ve denetimine bağlıdır.

2.5. Vergilerin Fiyatlara Yansıtılmamasının Ekonomik Büyümeye Etkileri

Kamu gelirlerinin en önemli faktörü olan hem tutar olarak hem de GSYİH'ye olan oranı ekonominin üretim kapasitesini ve dolayısıyla toplumun refah düzeyini önemli ölçüde etkilemektedir (Akıncı,2019:101). KDV oranlarındaki değişimin fiyatlara yansımaması dolaylı olarak uzun dönemde ekonomik büyümeyi etkilemektedir. Çünkü ekonomideki kapasite kullanım oranı başta olmak üzere üretim hacmini işletmeler belirlemede fiyat politikaları ve vergi sistemleriyle desteklemektedir. Örneğin; KDV'deki bir indirim fiyatlarına yansıtmayan bir işletme fiyat yüksekliği baz alınır ise daha az üretim ve satış yapacak ve toplam arzı dolayısıyla da ekonomik büyümeyi etkileyecektir. Milli Geliri oluşturan kalemlerden birisi de kamu harcamalarıdır. Türkiye, dolaylı vergilerden kaynaklanan

kazancı yüksek bir ülkedir. Dolaylı vergilerden elde edilen gelirlerin azalması aynı zaman kamu harcamalarının finansmanında yaşanan düşüslere neden olacaktır. Kamu harcamalarında yaşanan düşüşün, milli gelire negatif etkisi nedeniyle ekonomi daralacaktır.

2.6. Vergilerin Fiyatlara Yansıtılmamasının Tasarruf ve Yatırımlar Etkileri

Bir ülkede ekonomik büyümenin sermaye birikiminin sağlanması zorunludur. Sermaye birikimi için de yeterli miktarda tasarruf gerekmektedir. Ülkelerde faiz, kar payı ve sermaye kazancı gibi tasarruf faktörlerinden vergi alınması tüketime nazaran tasarrufların maliyetini arttırdığı gibi, bireysel tercihleri de olumsuz etkilerken tasarrufun maliyetini azaltan bir vergi indirimi ise olumlu etkilemektedir (Demircan,2003:105).

KDV gibi dolaylı vergilerdeki değişimlerin fiyatlara yansıtılmamasının tasarruf ve yatırımlar üzerinde dolaylı etkileri görülmektedir. Yapılan satış hasılatı daha az veya daha çok tasarruf yapılmasına ve kümülatif tasarruf üzerinde de buna bağlı etkiler yaratmaktadır. Tasarrufların yatırımlara dönüştüğü varsayımı altında yatırım hacminde değişikliklere neden olmaktadır. Buna ilave olarak kamu harcamalarıyla yapılan yatırımlar vergilerin yansıtılmaması nedeniyle sekteye uğramaktadır.

SONUÇ

Bazı işletmeler vergi oranı indirimi nedeniyle KDV dahil satış fiyatlarının indirimine uğramaması için kasıtlı olarak KDV hariç satış fiyatlarını artırmakta, böylece vergi oranı indirimi döneminde toplam satış bedelinde indirim olacağı güven ve beklentisine sahip olan alıcılar nezdinde yanılığa sebep olarak ve bu yanılığın faydalanarak kazançlarını diğer işletmelere nazaran artırmaktadır. İşletmelerce KDV hariç satış fiyatı artırılmak suretiyle indirim öncesi dönemdeki KDV dahil fiyat ile aynı satış fiyatının ortaya çıkarıldığı haller çoğu zaman satıcı işletmenin tanıtım ve reklamlarında ya da alıcılara yaptığı açıklamalarda KDV oranı indiriminin uygulandığı yönündeki bir beyanı ya da açıklama yaparak veya açıklama yapması gerektiği halde yapmayarak yanıltıcı izlenim uyandırması şeklinde gerçekleşmektedir. Bu eylemlerle mücadelede KDV oranları indirimlerini doğru şekilde yansıtan rakip işletmelerce işletilebilecek önemli bir yasal düzenlemeyi TTK haksız rekabet hükümleri ve özellikle TTK m. 55(1)(a)(2) hükmünün oluşturmakta olduğu bu çalışmayla ortaya konulmuştur.

KDV oranlarındaki indirimleri fiyatlara doğru yansıtmayarak tüketicinin, rakip işletmelerin ve son tahlilde devletin mağduriyetine sebep olan işletmelerin bir taraftan ekonomide mikro ve makro düzeyde olumsuz neticelere sebep olduğu aşıkardır. Mikro düzeyde işletmelerin verimliliğini, sürdürülebilirliğini ve karlılığını etkileyen bu durum makro düzeyde sağlıklı işlemeyen vergi gelirleri ve buna bağlı bozulan kamu harcamalarıyla karşılaşılmasına sebep olmaktadır. Bununla birlikte olumsuz etkilenen kamu harcama ve gelir dengesi sonrasında enflasyon ve toplam talep başta olmak üzere büyüme gibi birçok makroekonomik değişkeni etkilemektedir.

KAYNAKLAR

- AKINCI, A. (2019), Türkiye’de Vergi Gelirlerinin Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisi, *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(1), 100-106.
- ALTINER, A., ÇALCALI Ö. (2019), Türkiye’de Vergi Gelirleri ve Bütçe Harcamalarının Ekonomik Büyüme ile Etkileşimi, *Maliye Dergisi*, 176:406-427, 406-427.
- AKPINAR, E. (2019), Haksız Rekabet Düzenlemelerinin Tarihi Gelişimi ve Genişleyen Uygulama ve Koruma Alanı, *KTO Karatay Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 4(1), 51- 84.
- ARKAN, S. (2019), *Ticari İşletme Hukuku*, Ankara: BTHAE.
- BOZER, A., GÖLE, C. (2017), *Ticari İşletme Hukuku*, Ankara: BATHAE.
- BULUTOĞLU, K. (2004), *Türk Vergi Sistemi*, İstanbul: Batı Türkeli Yayıncılık.
- DEMİRCAN, E. (2003), Vergilendirmenin Ekonomik Büyüme Ve Kalkınmaya Etkisi, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı: 21, 97-116.
- DİNÇ, S. (2015), 6102 S. TTK’ya Göre Haksız Rekabet Halleri ve Haksız Rekabet Davaları, *MÜHFD*, 4(2), 139- 173.
- KARAKILIÇ, H. (2016), Piyasa Ekonomisi Açısından Rekabet ve Haksız Rekabet Hukuku İlişkisi, *BATIDER*, 32(3), 107- 151.
- KENDİGELEN, A. (2016), *Yeni Türk Ticaret Kanunu: Değişiklikler, Yenilikler ve İlk Tespitler*, İstanbul: 12 Levha Yayıncılık.

- KILIÇ, F., KILIÇ, Ü. (2018), Haksız Rekabet, G. ALTUN içinde *Prof. Dr. Hüseyin Hatemi'ye 80. Yıl Armağanı* (s. 89- 105), İstanbul: 12 Levha Yayıncılık.
- NOMER, F. (2016), Haksız Rekabet Hukuku, İstanbul: 12 Levha Yayıncılık.
- OĞUZMAN, K., BARLAS, N. (2019), *Medeni Hukuk*, İstanbul: Vedat Kitapçılık.
- OZAN, C. (2013), Rekabetin Korunmasına İlişkin Anayasal Düzenlemeler: Yeni Anayasada Nasıl Bir Rekabet, *BATIDER*, 29(2), 97- 121.
- ÖNER, E. (2015), *Türk Vergi Sistemi*, Ankara: Seçkin Yayınevi.
- ÖZEL, Ç., ÖZDEMİR, S. (2017), Türk Hukukunda Haksız Rekabete İlişkin Düzenlemeler, *D.E.Ü. Hukuk Fakültesi Dergisi, Prof. Dr. Şeref Ertaş'a Armağan*, 19 (Özel Sayı) 2017, 189- 206.
- PAKSOY, S., BAKAN S.(2010), Türkiye'de Uygulanan Vergi Politikaları Ve Ekonomik Büyüme Üzerine Etkileri: (1980 Sonrası), *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, C.9 S.32 (150-170).
- POROY, R., YASAMAN, H. (2015), *Ticari İşletme Hukuku*, İstanbul: Vedat Kitapçılık.
- POYRAZ, Z. (2011), *İş Şartlarına Uymamak Suretiyle Haksız Rekabet: Legal*.
- SEROZAN, R. (2018), *Borçlar Hukuku Özel Bölüm*, İstanbul: 12 Levha Yayıncılık.
- ŞAŞMAZ, M., YAYLA, Y. (2019), Vergilerin Makroekonomik Etkilerinin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Literatür İncelemesi, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (41): 317-328.
- TAŞKIN, Y. (2010), Vergi Psikolojisi Ve Vergiye Karşı Mükellef Tepkileri, *Maliye Araştırma Merkezi Konferansları*, 54. Seri, (67-90).
- ÜLGEN, H., HELVACI, M., KENDİGELEN, A., KAYA, A., NOMER, F. (2015), *Ticari İşletme Hukuku*, İstanbul: 12 Levha Yayıncılık.