

İÇİNDEKİLER

SUNUŞ	7
TEŞEKKÜR	13
İÇİNDEKİLER	15
KISALTMALAR	27
TABLOLAR DİZİNİ	37
ŞEKİLLERİ DİZİNİ	39
GRAFİKLER DİZİNİ	41
GİRİŞ	43

BİRİNCİ KISIM

KONVANSİYONEL VE REVİZYONİST VERGİ EGEMENLİĞİ: *EGEMENLİK 1.0 vs. EGEMENLİK 2.0*

BİRİNCİ BÖLÜM

DİJİTAL DEVLET TEORİSİ: *DİJİTAL DÜZLEMDE DEVLET VE UNSURLARI*

I. KONVANSİYONEL DEVLETE BAKIŞ	58
II. KONVANSİYONEL DEVLETİN UNSURLAR	60
A. KONVANSİYONEL DEVLETİN İNSAN UNSURU	61
B. KONVANSİYONEL DEVLETİN TOPRAK UNSURU	63
C. KONVANSİYONEL DEVLETİN İKTİDAR UNSURU	65
III. DİJİTALLEŞME SÜRECİNDE DEVLET KONSEPTİ	67
A. DİJİTAL DEVLET KONSEPTİ	68
1. Dijital Devlet Etkileşim Kategorileri: <i>E–Devlette Değer Zinciri</i>	69
2. E–Devlet 2.0 ve Mobil Devlet Konsepti	73
B. DİJİTALLEŞME SÜRECİNDE DEVLETİN UNSURLARI	74
1. Devletin İnsan Unsuru Bağlamında Dijital Topluluk, Ulus ve Vatandaş(lık)	74
a. Sanal Topluluklar ve Sosyal Ağlar	77
b. Çevrimiçi Topluluk ve Forumlar	79
2. Devletin Toprak Unsuru Bağlamında Dijital Saha, Ülke ve Vatan	79
3. Devletin İktidar Unsuru Bağlamında Dijital Egemenlik, İktidar ve Yetki	81

İKİNCİ BÖLÜM

VERGİLENDİRMEYE GİRİŞ

I. VERGİ TEORİSİ DAHİLİNDE VERGİ(LENDİRME)NİN ELEMANLARI	86
A. VERGİNİN NİTELİĞİ.....	87
B. VERGİNİN ALACAKLISI VE BORÇLUSU.....	87
C. VERGİYİ DOĞURAN OLAY VE VERGİNİN KONUSU	89
D. VERGİNİN MATRAHI, TARİFESİ VE ORANI	90
E. VERGİLERİN AMAÇ VE İŞLEVİ	92
F. VERGİLERİN SÜREKLİLİĞİ VE KARŞILIKSIZLIĞI	93
G. VERGİLENDİRMEDE HUKUKİ CEBRİLİK	94
H. VERGİNİN ÖDENME YÖNTEMİ	94
II. İDARİ İŞLEM TEORİSİNDE VERGİ(LENDİRME)NİN ELEMANLARI	95
A. VERGİLENDİRMEDE YETKİ UNSURU	96
B. VERGİLENDİRMEDE ŞEKİL (BİÇİM/USUL) UNSURU	99
C. VERGİLENDİRMEDE SEBEP UNSURU	101
D. VERGİLENDİRMEDE KONU UNSURU	102
E. VERGİLENDİRMEDE AMAÇ UNSURU	104
III. VERGİLERİN KENDİNE ÖZGÜLÜĞÜ–TAXADIOSYNCRASY.....	105

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

VERGİ EGEMENLİĞİNİN GENEL TEORİSİ: KONVANSİYONEL**VERGİ EGEMENLİĞİ – EGEMENLİK 1.0**

I. VERGİ EGEMENLİĞİNE DAİR KAVRAM AĞI: HAK-KUDRET-YETKİ.....	113
A. VERGİLENDİRME HAKKI: TEORİK VE NORMATİF İDDİA	114
B. VERGİLENDİRME KUDRETİ: TANITMA VE KABUL ETTİRME	118
C. VERGİLENDİRME YETKİSİ: HUKUKİ ÇERÇEVEDE YETKİNİN SOMUTLAŞTIRILMASI	121
II. KONVANSİYONEL VERGİ EGEMENLİĞİ: EGEMENLİK 1.0	125
A. KONVANSİYONEL VERGİ EGEMENLİĞİNE GENEL BAKIŞ	126
B. KONVANSİYONEL VERGİ EGEMENLİĞİNİN ESASI	129
C. KONVANSİYONEL VERGİ EGEMENLİĞİNİN BİLEŞENLERİ	131
D. KONVANSİYONEL VERGİ EGEMENLİĞİNİN AKTÖRLERİ: DEVLETİN İNSAN UNSURU İTİBARIYLA.....	133
E. KONVANSİYONEL VERGİ EGEMENLİĞİNİN SINIRLARI–VERGİ YETKİ ALANI: DEVLETİN TOPRAK UNSURU İTİBARIYLA	135

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

**KONVANSİYONEL VERGİ EGEMENLİĞİNDE PARADİGMA KAYMASI:
REVİZYONİST VERGİ EGEMENLİĞİ – EGEMENLİK 2.0**

I. VERGİ EGEMENLİĞİNİ DÖNÜŞTÜRÜCÜ FAKTÖRLER.....	148
A. KÜRESELLEŞME.....	148
B. PİYASALAŞMA VE TİCARİLEŞME	150
C. OTORİTESİZLEŞME	154
D. MÜŞTERİLEŞME	157
E. TEKNOLOJİ VE DİJİTALLEŞME	158
1. Verginin Tahsiline Teknolojinin Etkisi.....	159
2. Verginin Kaynağı ve Konusuna Teknolojinin Etkisi.....	160
3. Vergilerin Amaçsallığına Teknolojinin Etkisi.....	161
4. Kanunların Uygulanması ile Vergiyi Doğuran Olaya Teknolojinin Etkisi.....	163
5. Vergilerin Teorik Dayanağına Teknolojinin Etkisi	166
6. Mükellef Tipine Teknolojinin Etkisi	168
7. Egemen Devletin Vergiye Bakışına Teknolojinin Etkisi.....	170
II. VERGİ EGEMENLİĞİNİ ZAYIFLATAN VE SINIRLANDIRAN FAKTÖRLER	171
A. SINIRLANDIRMA İLE ZAYIFLAMA ARASINDAKİ ANLAMSAL FARK	172
B. SINIRLANDIRAN FAKTÖRLER: <i>VERGİ PAYDAŞLIĞI</i>	173
C. ZAYIFLATAN FAKTÖRLER: <i>EGEMENLİK KAYBI VE ULUSLARARASI VERGİLENDİRME SORUNLARI</i>	177
1. Uluslararası Vergiden Kaçınma ve Vergi Kaçakçılığı	180
2. Westfalyan Egemenlik Anlayışı, Korumacılık ve Vergi Arbitrajı.....	182
3. Zararlı ve Haksız Vergi Rekabeti	184
4. Vergi Matrahının Ulusötesileşmesi	185
5. Agresif Vergi Planlaması, Kazanç Aktarımı ve Matrah Aşınması	187
6. Düzenlemeden Yoksun Vergi Cennetleri.....	188
7. Süper Vergi Cennetleri	190

BEŞİNCİ BÖLÜM

VERGİ EGEMENLİĞİNE İLİŞKİN SWOT ANALİZİ

I. GÜÇLÜ YÖNLER (+)	195
II. ZAYIF YÖNLER (–).....	201
III. FIRSATLAR (+)	208
IV. TEHDİTLER (–).....	214

İKİNCİ KISIM
TEKNOLOJİNİN VERGİ EGEMENLİĞİNİ DÖNÜŞTÜRÜCÜ ETKİSİ:
POST-REVİZYONİZM

BİRİNCİ BÖLÜM
VERGİLENDİRMEDE TEKNOLOJİ VE KULLANIMI:
TAXTECH OKURYAZARLIĞI

I.	TEKNOLOJİYE GİRİŞ	232
A.	ANLAMSAL OLARAK TEKNOLOJİ.....	233
B.	SÜREÇ OLARAK TEKNOLOJİ: <i>SANAYİ DEVRİMLERİ</i>	234
1.	Endüstri 1.0 ve Endüstri 2.0: <i>Endüstriyel Devrimden Teknolojik Devrime</i>	237
2.	Endüstri 3.0: <i>Post-Endüstriyel Çağ</i>	239
3.	Endüstri 4.0: <i>Dijital Çağdan Akıllı Üretim Çağına</i>	241
C.	KATEGORİK OLARAK TEKNOLOJİ	243
D.	TEKNOLOJİ VE DİJİTALLEŞME	248
1.	Dijitalleşme: ‘Analog’ ve ‘Dijital’ Ayrımı.....	248
2.	‘Elektronik’ ve ‘Dijital’ Ayrımı.....	251
3.	‘Sanal’, ‘Elektronik’ ve ‘Dijital’ Ayrımı	253
4.	‘Siber’ Kavramı	254
5.	Yapay Yaşam	256
II.	VERGİLENDİRME VE TEKNOLOJİ.....	257
A.	VERGİLENDİRMEDE TEKNOLOJİK ÖNGÖRÜ	258
B.	VERGİLENDİRMEDE TEKNOLOJİYE HAZIR OLMA.....	262
C.	VERGİLENDİRMEDE TEKNOLOJİ YAYILIMI	267
D.	VERGİLENDİRMEDE TEKNOLOJİK KAPASİTE	270
E.	VERGİLENDİRMEDE TEKNOLOJİ YÖNETİMİ	272
F.	VERGİLENDİRMEDE TEKNOLOJİ KULLANIMI	275
1.	Vergi Teknolojileri: <i>TaxTech</i>	277
2.	Vergi İdarelerinde Teknoloji Kullanımı.....	283
3.	Vergi İdarelerinde Dijitalleşme ve Dijital Dönüşüm	286
4.	Vergilendirmede Teknoloji Kullanımının Değerlendirmesi	300

İKİNCİ BÖLÜM
ENDÜSTRİ 4.0 SÜRECİNDE VERGİLENDİRME

I.	ENDÜSTRİ 4.0’A GENEL BAKIŞ	306
A.	ENDÜSTRİ 4.0 EKOSİSTEMİ: <i>TEMEL BİLEŞEN VE UNSURLARI</i>	307
B.	ENDÜSTRİ 4.0’IN AYIRT EDİCİ ÖZELLİKLERİ	309

C.	ENDÜSTRİ 4.0'IN AMAÇ VE HEDEFLERİ	310
D.	ENDÜSTRİ 4.0'IN FIRSAT, RİSK VE ZORLUKLARI.....	312
E.	ENDÜSTRİ 4.0'DA TEKNOLOJİ TRENDLERİ	314
II.	ENDÜSTRİ 4.0'IN VERGİ YÖNETİMİNE YANSIMASI: <i>VERGİ İDARESİ 3.0</i>	315
A.	VERGİ İDARESİ 1.0 VE VERGİ İDARESİ 2.0	316
B.	VERGİ İDARESİ 3.0	318
1.	Vergi İdaresi 3.0'ın Unsurları.....	318
2.	Vergi İdaresi 3.0 Terminolojisi.....	321
III.	ENDÜSTRİ 4.0'IN VERGİLENDİRME AÇISINDAN TAŞIDIĞI ANLAM	324
A.	ENDÜSTRİ 4.0'IN DOLAYSIZ VERGİLERE YANSIMALARI	326
B.	ENDÜSTRİ 4.0'IN DOLAYLI VERGİLERE YANSIMALARI	329
C.	ENDÜSTRİ 4.0'IN İSTİHDAM ÜZERİNDEN ALINAN VERGİLERE YANSIMALARI	332
IV.	POST-ENDÜSTRİ 4.0'IN VERGİLENDİRME AÇISINDAN ANLAM	340
A.	ENDÜSTRİ 5.0: <i>İNSAN MERKEZLİ TEKNOLOJİK YENİLEŞİM</i>	341
B.	ENDÜSTRİ 6.0: <i>SÜRDÜRÜLEBİLİR VE AKILLI TEKNOLOJİK YENİLEŞİM</i>	344

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TEKNOLOJİ TRENDLERİ VE VERGİLENDİRME

I.	BÜYÜK VERİ ANALİTİĞİ VE VERGİ	350
A.	BÜYÜK VERİ VE BÜYÜK VERİ ANALİTİĞİNE GENEL BAKIŞ	352
1.	Büyük Veri Analitiğinde Kullanılan Analiz Teknikleri	355
2.	Büyük Vergi Analitiğinin Özellikleri	355
3.	Büyük Veri Analitiğinin Bileşenleri	360
4.	Büyük Veri Analitiğinde Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar	361
B.	VERGİLENDİRMEDE BÜYÜK VERİ ANALİTİĞİ.....	363
1.	5V'nin Vergilendirme Açısından Taşıdığı Anlam.....	364
2.	Büyük Veri Analitiği Tekniklerinin Vergilendirme Alanında Kullanımı	366
3.	Büyük Veriye Geçmeden Önce Sağlanması Gereken Kurumsal ve Teknik Koşullar	367
4.	Vergilendirmede Büyük Veri Analitiğinin Fiilî Kullanım Şekilleri	370
5.	Vergilendirmede Büyük Veri Analitiği Kullanımının Getirdiği Riskler ..	374
II.	YAPAY ZEKÂ VE VERGİ	377
A.	ANLAMSAL OLARAK YAPAY ZEKÂ: <i>YAPAY ZEKÂ NEDİR?</i>	379
B.	MCCARTHY'NİN YZ ANLAYIŞI VE ZEKÂ TARTIŞMALARI	381
C.	YZ'NİN BİLEŞENLERİ VE ÇALIŞMA ALANLARI	383

D.	YZ UYGULAMA VE TEKNİKLERİ: MAKİNELERİ İNSAN GİBİ DAVRANDIRAN ÖZELLİKLER	385
1.	Makine Öğrenimi	387
a.	Makine Öğrenimi Yöntemleri	388
b.	Derin Öğrenme	394
c.	Yapay Sinir Ağları	396
d.	Karar Ağaçları.....	399
2.	Otomatik Akıl Yürütme ve Uzman Sistemler	400
3.	Bilgi Temsili	403
4.	Doğal Dil İşleme ve Anlama	405
E.	YZ TÜRLERİ VE ROBOTİK SİSTEMLER	406
1.	YZ Türleri.....	406
2.	Robotik Sistemler ve Kategorileri	408
F.	YZ'YE DAİR ETİK VE HUKUKİ LİK TARTIŞMALARINA GENEL BAKIŞ	412
1.	YZ'nin Etik ve Hukukî Boyutu	413
2.	YZ ve Hukukî Statü ve Sorumluluk Tartışmaları	416
G.	VERGİLENDİRMEDE YAPAY ZEKÂ	420
1.	Verginin Kaynağına Olan Etkisi İtibarıyla Vergilendirilebilir Süje Olarak YZ.....	421
2.	Vergilendirmede Açıklayıcı YZ ve Hukukî Tekillik	435
3.	YZ'nin Vergilendirme Alanında Kullanımı, Risk ve Potansiyeli	437
4.	Üretken YZ'nin Vergilendirme Açısından Taşıdığı Anlam	443
5.	Ajentik YZ'nin Vergilendirme Açısından Taşıdığı Anlam.....	451
III.	DAĞITIK DEFTER–BLOK ZİNCİR TEKNOLOJİLERİ VE VERGİ.....	454
A.	BLOK ZİNCİRİNİN TEKNOLOJİK UNSURLARI.....	457
1.	Güçlü ve Zayıf Yönleriyle Blok Zincir Teknolojisi	459
2.	Blok Zincir Teknolojisinin Uygulama Alanları	463
B.	BLOK ZİNCİRİN VERGİLENDİRME ALANINDA KULLANIMI.....	466
IV.	BULUT BİLİŞİM VE VERGİ.....	470
A.	GENEL ÇERÇEVESİYLE BULUT BİLİŞİM	471
1.	Bulut Bilişimde Temel Hizmet Sağlama Modelleri	471
2.	Bulut Bilişim Türleri.....	474
B.	VERGİLENDİRME ALANINDA BULUT BİLİŞİM KULLANIMI	476
V.	NESNELERİN İNTERNETİ VE VERGİ	478
A.	GENEL ÇERÇEVESİ İLE IoT.....	480

1. IoT Kategorileri	481
2. IoT'un Yapısı ve Unsurları	482
B. IoT VE VERGİLENDİRME ETKİLEŞİMİ	483
1. IoT'nun Vergilendirmede Katman Tabanlı Teorik Kullanım Modeli	487
2. IoT'un Vergisel Etkileri	488
3. IoT'un Vergilendirmede Fııl Kullanım Alanları	490
4. IoT'un Vergilendirmede Potansiyel Kullanım Alanları	492
VI. SÜRÜKLEYİCİ TEKNOLOJİLER VE VERGİ	495
A. SÜRÜKLEYİCİ TEKNOLOJİLER	498
B. SÜRÜKLEYİCİ TEKNOLOJİLERİN VERGİLENDİRMEDE KULLANILABİLİRLİĞİ ..	501
1. Sürükleyici Teknolojilerin Vergilendirmede Fııl Kullanım Alanları	503
2. Sürükleyici Teknolojilerin Potansiyel Kullanım Alanları	505
VII. VERGİLENDİRMEDE TEKNOLOJİ TRENDLERİNİN KULLANIM ÖRNEKLERİ	510
A. BÜYÜK VERİ VE ANALİĞİNE YÖNELİK KULLANIM ÖRNEKLERİ	512
B. YZ VE MAKİNE ÖĞRENİMİNE YÖNELİK KULLANIM ÖRNEKLERİ	518
C. BLOK ZİNCİRE YÖNELİK KULLANIM ÖRNEKLERİ	526
D. BULUT BİLİŞİME YÖNELİK KULLANIM ÖRNEKLERİ	529
E. IoT'A YÖNELİK KULLANIM ÖRNEKLERİ	530

ÜÇÜNCÜ KISIM

DEĞER YARATIMI VE YENİ DİJİTAL EKONOMİLER: *PRE-REFORMİZM*

BİRİNCİ BÖLÜM

DEĞER YARATIMI: *DİJİTAL EKONOMİ VE VERGİLENDİRME*

I. 'DEĞER' VE 'DEĞER YARATIMI'	543
A. DEĞER YARATMA MODELİ	544
1. Değeri Tanımlamak	545
2. Değeri Yaratmak	546
3. Değeri Sunmak	546
4. Değeri Sürdürmek ve Korumak	547
B. DEĞERLER KÜMESİ	548
II. DİJİTAL EKONOMİDE DEĞER YARATIMININ UNSURU OLARAK <i>E-TİCARET</i>	548
A. GENEL OLARAK <i>E-TİCARET</i>	549
1. E-İş ve E-Ticaret İlişkisi	551
2. E-Pazar(Lama) (Yerleri) ve E-Ticaret İlişkisi	553

3. Dijital İşletme(cilik) ve E-Perakende(cilik)	555
4. E-Ticaretin Sağladığı Faydalar ve Gelişimine Etki Eden Faktörler.....	557
B. E-TİCARET PAZARYERİ OLARAK İNTERNET: <i>TÜRSEL VE SAYISAL GELİŞİMİ</i>	558
1. İnternetteki Dönüşümün E-Ticaret Üzerindeki Etkileri	559
a. İnternetin Gelişim Evreleri.....	560
b. İnternetteki Gelişimin E-Ticaret Üzerindeki Etkileri.....	564
2. Dünyada İnternet Kullanım Düzeyi ve İnternet Kullanıcıları-Dijital Popülasyon	567
3. Küresel E-Ticaretin Nicel Görünümü	574
C. DEĞER ZİNCİRİ OLARAK E-TİCARET MODELLERİ.....	578
1. İşletmeden İşletmeye E-Ticaret Modeli	578
2. İşletmeden Tüketicie E-Ticaret Modeli.....	580
3. Tüketiciden Tüketicie E-Ticaret Modeli.....	581
4. Tüketiciden İşletmeye E-Ticaret Modeli.....	582
5. İşletmeden Hükümete E-Ticaret Modeli	583
6. İşletmeden Çalışana E-Ticaret Modeli.....	584
D. E-TİCARET TÜRLERİ.....	585
1. İş Birlikçi Ticaret	585
2. Mobil Ticaret.....	586
3. Sosyal Ticaret	588
4. Sessiz Ticaret.....	592
5. Televizyon Ticareti	592
6. Sanal Ticaret ve Sanal Girişim	593
E. E-TİCARETİN YARATTIĞI MALİ RİSKLER	595
III. VERGİLENDİRMEDE DEĞER YARATIMI VE YARATILDIĞI YER	597
A. ULUSLARARASI VERGİLENDİRMEDE DEĞER YARATIMI	598
B. DİJİTAL EKONOMİ CEPHESİNDE DAİMÎ İŞYERİ-MEVCUDİYET	602
1. Dijital Ekonomide Daimî İşyeri ve Mevcudiyet	603
a. Daimî İşyerinin Unsur ve Esasları.....	605
b. Dijital Ekonomide Daimî İşyeri Tespitinde Sunucu Unsuru: <i>OECD Şerhleri</i>	611
c. SDP'ye Dayalı Daimî İşyeri ve Kazanç Atfı Kuralları: <i>AB Komisyonu Teklifi</i>	621

İKİNCİ BÖLÜM

**VERGİNİN UNSURLARIYLA DİJİTAL DEĞER VE DEĞER YARATIMI:
KATILAN TEKNO-AKTÖRLER, YARARLANANLAR VE DOĞDUĞU ALANLAR**

I.	VERGİNİN KONUSU OLARAK DİJİTAL DEĞER	631
A.	ANA EKONOMİK DEĞER OLARAK ÜRÜN.....	633
B.	DONANIM.....	634
C.	YAZILIM	635
1.	Program	637
2.	Uygulama ve Mobil Uygulamalar	638
II.	VERGİ DOĞURAN OLAY OLARAK DİJİTAL DEĞER YARATIMI: <i>DİJİTAL ETKİLEŞİM</i>	641
A.	DİJİTAL DEĞER YARATIMINDA ÇEVİRİMİÇİLİĞİN VE ÇEVİRİMDİŞİLİĞİN YERİ	642
B.	DİJİTAL ETKİLEŞİM	644
III.	MÜKELLEF OLARAK DİJİTAL DEĞERİ YARATANLAR.....	646
A.	DİJİTAL ÜRETİM AKTÖRLERİ: <i>OPERATÖRLER, GELİŞTİRİCİLER, SİSTEM ANALİSTLERİ, PROGRAMCILAR VE KODLAYICILAR</i>	647
B.	DİJİTAL ALTYAPI AKTÖRLERİ: <i>HİZMET SAĞLAYICILARI</i>	650
C.	DİJİTAL TEDARİK AKTÖRLERİ: <i>TEDARİKÇİ, DAĞITICI, SATICI VE TACİR</i>	656
IV.	DEĞERİN YARARLANICILARI: <i>MUHEMEL VERGİ TAŞIYICILARI</i>	659
A.	HEDEF KİTLE	661
B.	KULLANICI VE ARA KULLANICI	662
C.	NİHAİ KULLANICI, TÜKETİCİ VE SOSYAL MÜŞTERİ	663
V.	DİJİTAL VERGİ YETKİ ALANI VE DEĞERİN YARATILDIĞI YER OLARAK 'DİJİTAL SAHA'	666
A.	DİJİTAL ÇEVRE VE ÇEVİRİMİÇİ ÇEVRE	668
B.	DİJİTAL EKOSİSTEM VE DİJİTAL SİSTEM: <i>DİJİTAL HABİTAT VE DİJİTAL DÜZEN</i>	670
C.	DİJİTAL ALAN, PLATFORM, MECRA, KANAL VE SAHA	675
D.	DİJİTAL EKOSİSTEMDE DEĞER YARATIMI VE SUNUCU ÖLÇÜTÜNE ALTERNATİF ANLATI	678

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YENİ DİJİTAL EKONOMİLER: WEB 3.0 MODELLERİ VE OLUŞUMLAR

I.	DİJİTAL MEDYA EKONOMİSİ	685
A.	DİJİTAL MEDYA EKONOMİSİ TÜRLERİ.....	689
1.	Çevrimiçi Dijital Yayıncılık Ekonomisi	689
2.	Çevrimiçi Canlı Yayıncılık Ekonomisi	691

3. Sosyal Medya Ekonomisi.....	693
B. DİJİTAL MEDYA EKONOMİSİNDE YARATILAN ANA EKONOMİK DEĞER.....	693
C. DİJİTAL MEDYA EKONOMİSİNİN AKTÖRLERİ.....	695
1. Dijital Medya Platform Sağlayıcısı İşletmeler.....	695
2. İçerik Üreticileri.....	701
a. Metin Tabanlı İçerik Üreticileri	702
b. Video, Ses ve Müzik Tabanlı İçerik Üreticileri	708
c. E–Ticaret İçerik Üreticileri Olarak Sosyal Medya Etkileyicileri	714
D. DİJİTAL MEDYA EKONOMİSİNİN VERGİLENDİRME AÇISINDAN TAŞIDIĞI ANLAM	716
1. Dijital Medya Platformlarının Vergisel Statüsü	718
2. İçerik Üreticilerinin Vergisel Statüsü	720
3. İçerik Üreticilerinin Dışsal Belirtiler Esaslı Vergilendirilebilirliği.....	745
a. Varsayımsal Vergilendirme	746
b. Varsayımsal Vergilendirme Teknikleri	749
c. Dışsal Belirtiler Esaslı Vergilendirme.....	752
d. Teknoloji Trendlerinin Kullanımıyla İçerik Üreticilerinin Dışsal Belirtiler Esaslı Vergilendirilmesi	755
II. PLATFORM EKONOMİSİ: <i>SERBEST GEÇİM VE PAYLAŞIM EKONOMİSİ</i>	760
A. GENEL HATLARIYLA PLATFORM EKONOMİSİ	762
B. SERBEST GEÇİM VE PAYLAŞIM EKONOMİSİ	767
1. Serbest Geçim Ekonomisi	769
2. Paylaşım Ekonomisi	770
C. PLATFORM EKONOMİSİNDE VERGİSEL POZİSYONLAR VE VERGİLENDİRİLEBİLİR KAZANÇLAR.....	771
D. PLATFORM EKONOMİSİNİN VERGİLENDİRME AÇISINDAN TAŞIDIĞI ANLAM	773
III. TOKEN EKONOMİSİ	781
A. TOKEN EKONOMİSİNE DAHİL OLAN İKTİSADİ DEĞERLER: <i>DİJİTAL VARLIKLAR</i>	783
1. Kripto Paralar	787
a. Kripto Paraların Avantaj, Fırsat ve Risk ve Dezavantajlarına Genel Bakış	789
b. Birincil Kripto Para: <i>Başarılı Bir Kripto Para Girişimi Olarak Bitcoin</i>	796
c. İkincil Kripto Paralar: <i>Altcoinler</i>	799
d. Sayılarla Kripto Paralar	801
e. Stabil Koinler.....	805
2. Dijital Tokenlar	813

a. Değiştirilebilir Tokenlar	813
b. Değiştirilemez Tokenlar	816
3. Merkeziyetsiz Finans ve Merkeziyetsiz Kitle Fonlaması	818
B. TOKEN EKONOMİSİNE DAHİL DİJİTAL VARLIKLARIN VERGİLENDİRME KARŞISINDAKİ KONUMU	822
1. Token Ekonomisinde Vergisel Pozisyonlar	822
2. Token Ekonomisinde Dijital Varlıkların Vergiye Konu Edilebilirliği	824
IV. OYUN EKONOMİSİ	832
A. BLOK ZİNCİR OYUNLARI	836
1. Oyna Kazan Oyunlar	837
2. Hareket Et Kazan Oyunlar	839
3. Blok Zincir Oyunlarının Vergilendirme Karşısındaki Durumu	840
B. ESPOR	844
1. Esportun Aktörleri	844
2. Esportcuların Vergilendirme Karşısındaki Durumları	845
3. Oyuncu Dışı Aktörlerin Vergilendirme Karşısındaki Durumları	847

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

YENİ DİJİTAL ÖDEME YÖNTEM VE ARAÇLARI

I. KONVANSİYONEL ÖDEME YÖNTEM ARAÇLARINA GENEL BAKIŞ	851
II. YENİ VE POTANSİYEL ÖDEME YÖNTEM VE ARAÇLARI	852
A. VERGİ BORCUNUN İFASINDA ALTERNATİF–POTANSİYEL ÖDEME YÖNTEMLERİ	853
1. Bağımsız Dijital Bankalar: <i>Siber Bankalar veya Neobankalar</i>	854
2. Üçüncü Taraf Ödeme Ağ Geçitleri	858
3. Mobil Ödemeler	866
B. VERGİ BORCUNUN İFASINDA ALTERNATİF/POTANSİYEL ÖDEME ARAÇLARI	871
1. Dijital Paralar	872
a. Elektronik Para ve Elektronik Nakit	874
b. Sanal Para	875
2. Dijital Para Birimlerine Dair Teorik Bir Gruplandırma: <i>Merkez Bankalarının Dijital Para Birimleri ile İlişisini Anlamak</i>	877

SON KISIM

REFORMİST VERGİ EGEMENLİĞİ: EGEMENLİK 3.0

KAYNAKÇA	901
KAVRAM DİZİNİ	945