



T.C.

GAZİOSMANPAŞA ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**MUHASEBE UYGULAMALARI AÇISINDAN  
İŞLETMELERDE ELEKTRONİK TİCARET**

**Hazırlayan**

Esra KANGAL

İşletme Ana Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

**Danışman**

Prof. Dr. Fatih Coşkun ERTAŞ

TOKAT – 2010

MUHASEBE UYGULAMALARI AÇISINDAN İŞLETMELERDE  
ELEKTRONİK TİCARET

Tezin Kabul Ediliş Tarihi: 13.10.2010

Jüri Üyeleri (Unvanı, Adı Soyadı)

Başkan: Prof. Dr. F. Coşkun ERTAŞ

Üye: Doç. Dr. Nevri YÖRÜK

Üye: Yrd. Doç. Dr. Halit ÇİÇEK

Üye: .....

Üye: .....

İmzası

.....  
.....  
.....  
.....

Bu tez, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun ...12/07/2010 tarih ve 24-10 sayılı oturumunda belirlenen jüri tarafından kabul edilmiştir.

Enstitü Müdürü: Prof. Dr. Mustafa BALOĞLU  
Enstitü Müdürü

.....  
Mühür  
İmza: .....

**T.C.**  
**GAZİOSMANPAŞA ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE**

Bu belge ile, bu tezdeki bütün bilgilerin akademik kurallara ve etik ilkelere uygun olarak toplanıp sunulduğunu, bu kural ve ilkelerin gereği olarak, çalışmada bana ait olmayan tüm veri, düşünce ve sonuçlara atıf yaptığımı ve kaynağını gösterdiğimi beyan ederim.

(13/10/2012)

Tezi Hazırlayan

Öğrencinin

Adı ve Soyadı

*Esa KANGAL*  
İmzası  
*E. Kangal*

## **TEŐEKKÖR**

Tez çalıőmamın başından sonuna kadar olan desteği ve katkılarından dolayı değerli hocam ve tez danıőmanım Sayın Prof. Dr. Fatih Coşkun ERTAŞ' a, haklarını asla ödeyemeyeceğim aileme ve eőime teőekkürlerimi sunarım.

**ESRA KANGAL**

**TOKAT-2010**

## ÖZET

Teknoloji dünyasında yaşanan gelişmelerin bir sonucu olarak, günümüzde işletmeler ticari faaliyetlerini elektronik ortamlarda gerçekleştirmeye başlamıştır. Elektronik ortamlarda yapılan bu ticaret herkes tarafından benimsenerek ulusal ve uluslar arası düzeyde hızla artmış ve yaygınlaşmaya devam etmektedir.

Elektronik ticaret yeni bir konu olmamasına rağmen özellikle internet teknolojisindeki gelişmelerle hızlı bir artış göstermiştir. Elektronik ticaretin asıl aracı internettir. Önceleri tamamen askeri amaçlar doğrultusunda geliştirilen internetin bugün en önemli alanlarından biri ‘zaman yer ve personel tasarrufu’ sağlaması nedeniyle kuşkusuz ticari faaliyetlerdir.

Elektronik ticaret işletme süreçleri ve işlemlerinde değişiklikler meydana getirir. Tüm bu gelişmeler kuşkusuz muhasebe kayıtlarını da etkilemekte ve yakından ilgilendirmektedir. Muhasebe teorik yapısı içinde sözü edilen gelişmeler için sistematik çözümler getirmek zorundadır. Bu tez çalışması ile elektronik ticaretin bir aracı olan internet ortamında gerçekleştirilen satış işlemlerinin muhasebe kayıtlarına yansıtılmasındaki uygulamalar üzerinde durulmuştur.

İlk bölümde elektronik ticaretle ilgili temel kavramlara yer verilmiş, ikinci bölümde elektronik ticaretin muhasebe ve vergi sistemine etkisi ele alınmış ve daha sonra muhasebe uygulamaları açısından işletmelerdeki elektronik ticarete yönelik ampirik bir araştırmaya yer verilmiştir. Anket yöntemi ile yapılan bu araştırmada, toplanan veriler doğrultusunda işletmelerin elektronik ticarete yönelik tutum ve beklentileri ortaya konmaya çalışılmıştır.

**Anahtar kelimeler:** Elektronik ticaret, e-ticaret, muhasebe

## ABSTRACT

As a result of developments taking place in the world of technology, operations have started to realize their activities electronic mediums. Everyone has adapted the e-commerce carried out in electronic base and. It has been continuing to be common in national and international grounds.

Even though, e-commerce is not a new deal, it has shown a rapid increase especially along with the developments on internet technologies. The main tool of e-commerce is internet. Primarily, one of the most crucial ground of internet which has been developed in accordance with entirely military aims is commercial activities since they provide, 'savings for time on staff.'

E-commerce creates changes in operation processes and operations. All these developments also undoubtedly affect accounting record sand are closely related. Accounting has to bring a bout systematic solutions for associated it has been focused on the developments in its own theoretical structure this thesis study, practices on reflections of sale operations to accounting records which have been realized internet mediums being a tool of e-commerce.

In the first chapter, main concepts related to e-commerce have been explained, in the second chapter influence of e-commerce on accounting and taxing systems has been studied and then a research has been conducted on e-commerce in operations in terms of accounting practices. In this study that has been condected via method questionnaire, in the light of collected data it has been aimed at being suggested behaviors and expectations towards e-commercial activites of operations.

Key words: electronic commerce, e-commerce, accounting

## İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
ABSTRACT .....	ii
İÇİNDEKİLER.....	iii
TABLolar LİSTESİ.....	vi
ŞEKİLLER LİSTESİ .....	vii
KISALTMALAR LİSTESİ.....	viii
1. GİRİŞ.....	1
2.ELEKTRONİK TİCARET HAKKINDA GENEL BİLGİLER .....	3
2.1. ELEKTRONİK TİCARET TANIMLARI.....	3
2.2. ELEKTRONİK TİCARETİN KAPSAMI.....	6
2.3. ELEKTRONİK TİCARETİN TEMEL ÖZELLİKLERİ.....	7
2.4. ELEKTRONİK TİCARETİN ARAÇLARI .....	8
2.4.1. Telefon.....	9
2.4.2. Faks .....	10
2.4.3. Televizyon .....	10
2.4.4. Elektronik Ödeme ve Para Transfer Sistemleri .....	10
2.4.4.1. Kredi kartları.....	11
2.4.4.2. Elektronik Para.....	12
2.4.4.3. Elektronik Çek .....	12
2.4.4.4. Elektronik Fon Transferi (EFT) .....	13
2.4.4.5. Akıllı Kartlar .....	14
2.4.5. Elektronik Veri Değişimi (EDI).....	14
2.4.6. İnternet:.....	16

2.5. ELEKTRONİK TİCARET HACMİNİN TÜRKİYEDE ULAŞTIĞI SON DURUM .....	19
2.6. ELEKTRONİK TİCARET ŞEKİLLERİ.....	21
2.6.1. Firma-Firma (İşletmeler Arası) Elektronik Ticaret.....	22
2.6.2. İşletmeden Tüketiciye (B2C) Elektronik Ticaret.....	22
2.6.3. İşletme-Devlet Arasında Elektronik Ticaret (B2G).....	23
2.6.4. Tüketici-Devlet Arasında Elektronik Ticaret (C2G).....	23
2.7. ELEKTRONİK TİCARETİN TARAFLARI.....	24
2.8. ELEKTRONİK TİCARETİN ETKİLERİ VE KARŞILAŞILAN SORUNLAR .....	25
2.8.1. Elektronik Ticaretin Etkileri.....	25
2.8.1.1. Olumlu Etkileri.....	25
2.8.1.2. Olumsuz Etkileri .....	27
2.8.2. Elektronik Ticarete Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri.....	28
2.8.2.1. Finansal Sorunlar ve Çözüm Önerileri .....	29
2.8.2.2. Yasal Sorunlar ve Çözüm Önerileri .....	33
2.8.3. Altyapısal Sorunlar .....	36
2.8.2.3. Sosyal Sorunlar ve Çözüm Önerileri.....	37
3. ELEKTRONİK TİCARETTE MUHASEBE UYGULAMALARI VE VERGİLENDİRME.....	38
3.1. ELEKTRONİK TİCARETİN MUHASEBE SİSTEMİNE ETKİSİ.....	38
3.2. BELGE VE KAYIT DÜZENİ.....	44
3.2.1. Elektronik Fatura.....	47
3.2.2. Elektronik Ticaret İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi .....	50
3.2.3. Web Sitesi Maliyetlerinin Muhasebeleştirilmesi .....	53
3.3. ELEKTRONİK TİCARET İŞLEMLERİNİN VERGİLENDİRİLMESİ	59



3.3.1. Elektronik Ticaret İşlemlerinin Türkiye’deki Çeşitli Vergiler Açısından İncelenmesi.....	60
3.3.1.1. Gelir ve Kurumlar Vergisi Açısından.....	60
3.3.1.2. Katma Değer Vergisi Açısından .....	62
3.3.2. Elektronik Ticarete Vergileme İlkeleri: .....	63
3.3.3. Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesinde Sorun Yaratıcı Genel faktörler.....	65
4. LİTERATÜR TARAMA.....	70
5. MUHASEBE UYGULAMALARI AÇISINDAN İŞLETMELERDE ELEKTRONİK TİCARETE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA .....	74
5.1. ARAŞTIRMANIN AMACI .....	74
5.2. ARAŞTIRMANIN KAPSAM VE PLANI.....	74
5.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ .....	74
5.4. VERİLERİN ANALİZİ.....	75
5.5. ARAŞTIRMADAN ELDE EDİLEN BULGULAR .....	75
6. SONUÇ.....	88
KAYNAKÇA .....	92
EKLER.....	98
EK 1: MUHASEBE UYGULAMALARI AÇISINDAN İŞLETMELERDEKİ .....	98
ÖZGEÇMİŞ.....	101

## TABLOLAR LİSTESİ

<b>Tablo 2.1:</b> Değişik Araçlara Göre Belge Aktarım Maliyetleri .....	18
<b>Tablo 2.2:</b> Elektronik Ticaretin Tarafları .....	24
<b>Tablo 5.1:</b> Ankete Katılan İşletmelerin Sektör Dağılımları .....	76
<b>Tablo 5.2:</b> Ankete Katılan İşletmelerin Hukuki Durumları.....	76
<b>Tablo 5.3:</b> Ankete Katılan İşletmelerdeki Çalışan Sayısı Dağılımı .....	77
<b>Tablo 5.4:</b> Ankete Katılan İşletmelerin Yıllık Cirolarına Göre Dağılımı .....	77
<b>Tablo 5.5:</b> Ankete Katılan İşletmelerin Fiyatlandırma Tercihlerinin Dağılımı	77
<b>Tablo 5.6:</b> Ankete Katılan İşletmelerin Muhasebe Kayıtlarının Tutulduğu Yere Göre Dağılımı .....	78
<b>Tablo 5.7:</b> İşletmelerin Yaptıkları E-Ticaret İşlemleri Sırasında Maliyet Çıkarma Durumları.....	78
<b>Tablo 5.8:</b> İşletmelerin Elektronik Ticaret Yapmaya Başlamış Oldukları Yıllara Göre Dağılımları .....	79
<b>Tablo 5.9:</b> İşletmelerin Elektronik Ticaret Yaparken Tercih Ettikleri Satış Yöntemlerine Göre Dağılımları .....	79
<b>Tablo 5.10:</b> Bağımlı Değişkenlerin Değerlendirilmesi .....	81
<b>Tablo 5.11:</b> İşletmelerin Elektronik Ticarete Muhasebe Uygulamalarına Yönelik Faktör Analizi Sonuçları .....	85

**ŞEKİLLER LİSTESİ**

- Şekil 2.1:** Çeşitli Teknolojilerin 50 Milyon Kullanıcıya Ulaşma Süreleri ..... 18
- Şekil 2.2:** Türkiye'deki E- Ticaret İşlemlerinin Yıllar itibari ile artışı..... 20
- Şekil 2. 4:** Sanal POS Üzerinden Gerçekleştirilen E-Ticaretin Toplam Kredi Kartı İçindeki Kullanım Payı ..... 21
- Şekil 2.3:** Sanal POS üzerinden gerçekleştirilen e-ticaret işlemleri ..... 20

## KISALTMALAR LİSTESİ

<b>AB</b>	: Avrupa Birliği
<b>ABD</b>	: Amerika Birleşik Devletleri
<b>BKM</b>	: Bankalar arası Kart Merkezi
<b>B2B</b>	: İşletmeden İşletmeye Elektronik Ticaret
<b>B2C</b>	: İşletmeden Tüketiciye Elektronik Ticaret
<b>B2G</b>	: İşletme Devlet Arasında Elektronik Ticaret
<b>C2G</b>	: Tüketici-Devlet Arasında Elektronik Ticaret
<b>ECOM</b>	: Japonya Elektronik Ticaret Merkezi
<b>EDIFACT</b>	: İdari, Ticaret ve Nakliyata İlişkin Elektronik Veri Değişimi
<b>EVD - EDI</b>	: Elektronik Veri Değişimi
<b>EFKS</b>	: Elektronik Fatura Kayıt Sistemi
<b>EFT</b>	: Elektronik Fon Transferi
<b>ETKK</b>	: Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu
<b>E- TİCARET</b>	: Elektronik ticaret
<b>GVK</b>	: Gelir Vergisi Kanunu
<b>HS</b>	: Hesap
<b>IAS</b>	: Uluslar arası Muhasebe Standartları
<b>IFAC</b>	: Uluslararası Muhasebeciler Federasyonu
<b>IP</b>	: Internet Protocol
<b>KDV</b>	: Katma Değer Vergisi
<b>KDVK</b>	: Katma Değer Vergisi Kanunu
<b>KMO</b>	: Keiser-Meyer-Olkin Değeri
<b>OECD</b>	: Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı
<b>SDML</b>	: İmzalı Doküman Biçimleme Dili
<b>SET</b>	: Secure Electronic Transaction
<b>SNS</b>	: Singapur Network sistemi
<b>SSL</b>	: Secure Sockets Layer
<b>TCP/IP</b>	: İletişim Kontrol protokolü/ İnternet Protokolü

	(Transmission Control Protocol/ Internet Protokol)
<b>TTK</b>	: Türk Ticaret Kanunu
<b>UNCITRAL</b>	: Birleşmiş Milletler Uluslar arası Ticaret Hukuku Komisyonu
<b>UNCTAD</b>	: Birleşmiş Milletler Ticaret Ve Kalkınma Konferansı
<b>UN-CEFACT</b>	: Birleşmiş Milletler İdari, Ticari ve Ulaşım İlgili Uygulama ve Usulleri Kolaylaştırma Merkezi
<b>VUK</b>	: Vergi Usul Kanunu
<b>WTO</b>	: Dünya Ticaret Örgütü
<b>WWW</b>	: Dünya Çapında Ağ (World Wide Web)

## 1. GİRİŞ

Bilgi toplumunda varlık gösterebilme sürecinde bilgi teknolojilerinden yararlanmak kaçınılmazdır. Söz konusu teknolojiler kurumları önemli ölçüde etkilemiş, bunun sonucunda da sanal kuruluşların ortaya çıkmasına ve geleneksel işletmelerinde sanal işletmeciliğe dayalı hareket etmelerine neden olmuştur.

Özellikle 20. yüzyılda kendisini gösteren küreselleşme ve bilişim teknolojilerindeki hızlı gelişim ve bunların sonucu olarak internetin ortaya çıkması ticari faaliyetlerin elektronik ortamlara taşınmasına sebep olmuştur.

Elektronik ticaretin işlem maliyetlerini azaltması, müşteri hizmetlerinde hız ve kaliteyi arttırması ve yeni ürün yaratabilme özelliği küresel rekabeti teşvik etmektedir.

Tüm bu gelişim ve değişimlerden işletmelerin temel fonksiyonları da etkilenmiştir. Elektronik ortamda gerçekleştirilen ticari faaliyetlerin artması ile birlikte, işletme fonksiyonları içerisinde yer alan muhasebe faaliyetlerinin de değişen ortama kendini uydurması gerekliliği ortaya çıkmıştır.

Bu araştırmanın temeli elektronik ticaretin bir aracı olan internet ortamında gerçekleştirilen satış işlemlerinin muhasebeleştirme ve vergi sürecini ne şekilde etkilediği üzerinde araştırma çalışması yapmaktır.

İkinci bölümde elektronik ticaretle ilgili temel kavramlara yer verilmiş, elektronik ticaretin tanımı, kapsamı, araçları ve ödeme sistemlerine yer verilecektir.

Üçüncü bölümde, elektronik ticaretin muhasebe düzenine etkisi ve elektronik ticaretin işlemlerinin muhasebe uygulamaları üzerinde durulacaktır. Elektronik ticaret uygulamaları, muhasebe sistemini de etkilemekte ve yakından ilgilendirmektedir. Bilişim teknolojileri uygulaması işletmelere hız, maliyet tasarrufu ve optimum çalışma zemini sağlamaktadır.

Son olarak Elektronik ticaret işlemlerinin, işletmenin ne gibi çeşitlilik ve farklılıklarına neden olduğunu ortaya koymak amacıyla yapılan anket çalışması ve bu anket çalışmasının sonuçlarını içeren uygulamaya yer verilmiştir. Çalışma,

ampirik araştırmadan elde edilen bulguların sonuç bölümünde ele alınmasıyla tamamlanacaktır.

## **2.ELEKTRONİK TİCARET HAKKINDA GENEL BİLGİLER**

Bilişim teknolojilerinde kaydedilen gelişmeler iş hayatında köklü değişimlere yol açmıştır. Dijital devrimin açtığı internet çağı, teknolojiye mesafeli kişileri dahi etkisi altına almıştır. Bu değişime ayak uydurabilmek yeni dönemde ayakta kalabilmek için bir zorunluluktur.

Bilgi teknolojilerindeki hızlı gelişmeler ekonomik faaliyetlerin alanını da değiştirmekte, geleneksel ticaretin yanı sıra elektronik ticaret yeni bir alan olarak hızla gelişmektedir. E-Ticaret ile internet sadece bir bilgi ve iletişim aracı olmaktan çıkmış güçlü bir ticaret aracı haline gelmiştir. E-ticaretten geri kaldığında gelecekte rekabet gücünü kaybedeceğinin farkına varan işletmeler, rekabet yeteneğini korumak geliştirmek için E-Ticaret çalışmalarına başlamaktadırlar (Parlakkaya, 2005: 168).

Küresel ekonomi tartışmalarına bağlı olarak gelişen ve rekabetin değişen yüzünü de ifade eden elektronik ticaret kavramı, günümüzde sıkça telaffuz edilmekte olan bir kavramdır (Sevim, 2005: 92).

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin üretimi olan internetin, ticari amaçlarla kullanılmaya başlanması, yeni bir ticaret boyutunun oluşmasını sağlamıştır. Bu yeni ekonominin ticari boyutu ise elektronik ticaret olmuştur. E-Ticaret hem üretim hem de tüketim kesimi benimsenmiş ve hızla gelişmiştir (Coşkun, 2004: 244).

### **2.1. ELEKTRONİK TİCARET TANIMLARI**

Elektronik ticaret kavramı 1990'lı yıllardan itibaren hayatımıza girmeye başlamıştır. Bu kavramın önemi her geçen yıl artmasına karşılık elektronik ticaretin genel kabul görmüş bir tanımı bulunmamaktadır. Farklı kurum ve kuruluşlarca değişik şekillerde tanımlanmıştır.

Elektronik ticareti tanımlamak görüldüğü kadar kolay değildir. Çünkü, elektronik ticaret hızla hareket eden bir hedeftir. Tanımlama çok hızlı değişir ve elektronik iletişimin etkileri genişledikçe, ekonominin daha fazla sektörünü içine alarak genişlemektedir (Choi v.d., 1998: page 12).



WTO' (Dünya Ticaret Örgütü) nun tanımına göre elektronik ticaret; mal ve hizmetlerin üretim, reklam, satış ve dağıtımlarının telekomünikasyon ağları üzerinden yapılmasıdır (Parlakkaya, 2005: 168).

UNCTAD (Birleşmiş Milletler Ticaret Ve Kalkınma Konferansı)'ın tanımına göre Elektronik Ticaret; mal ve hizmetlerin bilgisayar aracılığındaki internet ve diğer ağlar üzerinden yapılan farklı ekonomik birimler arası alım veya satımdır (E- Commerce and Development Report, 2001: 6).

UN-CEFACT (Birleşmiş Milletler İdari, Ticari ve Ulaşım İlgili Uygulama ve Usulleri Kolaylaştırma Merkezi) ise Elektronik Ticaretin iş, yönetim ve tüketim faaliyetlerinin yönetilmesi için yapılanmış ve yapılmamış iş bilgilerinin, üreticiler, tüketiciler ve kamu kurumları ile diğer organizasyonlar arasında elektronik araçlar (e-posta ve mesajlar, elektronik bülten panoları, www teknolojisi, akıllı kartlar, elektronik fon transferi, elektronik veri değişimi vb.) üzerinden paylaşılmasıdır (Küpoğlu, 2008: 13).

UNCITRAL (Birleşmiş Milletler Uluslar arası Ticaret Hukuku Komisyonu) 'ın tanımına göre e-ticaret; ticari aktiviteler kapsamında her türlü veri mesajının, elektronik ve değişimi, internet, e-mail gibi yöntemlerin yanında, faks gibi daha az karmaşık veri iletim yöntemleri kullanılarak elektronik ortamda değişimidir.

OECD (Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı) 'nin tanımına göre elektronik ticaret; sayısallaştırılmış, yazılı metin, ses ve görüntünün işlenmesi ve iletilmesine dayanan kişileri ve kurumları ilgilendiren tüm ticari işlemlerdir. En yaygın ve genel kabul görmüş tanım 1997 yılında yapılan bu tanımdır. OECD, elektronik ticaret sürecini şu şekilde tanımlamıştır ([www.eticarerehberi.com](http://www.eticarerehberi.com)).

- Ticaret öncesi firmaların elektronik ortamda bilgilenmesi ve araştırma yürütmesi,
- Firmaların elektronik ortamda buluşması, Ödeme sürecinin yerine getirilmesi,

Avrupa Komisyonu'nun 1997 yılında yapmış olduğu bir tanımlamaya göre; elektronik ticaret, işletme faaliyetlerinin elektronik olarak yapılmasıdır. Bu faaliyetler metin, ses ve video verilerinin elektronik olarak işlenmesi ve aktarımına dayanmaktadır. Bu faaliyetler hem mamulleri (tüketici malları) ve hizmetleri (bilgi, finans ve yasal hizmetleri) hem de geleneksel faaliyetleri (sağlık, bakım ve eğitim) kapsamaktadır (Canpolat, 2001: 13).

Japonya Elektronik Ticaret Merkezinin (ECOM) yapmış olduğu tanıma göre ise; Elektronik Ticaret her türlü bilgisayar ağları üzerinden, ürünün tasarımı, üretilmesi ve tanıtımının yapılması ile ticari muamele ve hesapların ödenmesi gibi tüm faaliyetlerin yerine getirilmesidir. (Canpolat, 2001: 13)

ETKK (Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu) 'nın Hukuk çalışma Gurubunun Mayıs 1998 tarihli raporunda Elektronik Ticaret; Bireyler ve kurumların açık ağ ortamında (internet) ya da sınırlı sayıda kullanıcı tarafından ulaşılabilen kapalı ağ ortamlarında (intranet) yazı, ses ve görüntü şeklindeki sayısal bilgilerin işlenmesi, iletilmesi ve saklanması temeline dayanan ve bir değer yaratmayı amaçlayan ticari işlemlerin tümünü ifade etmektedir (Canpolat, 2001:14).

İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi'nin (İGEME) yapmış olduğu tanıma göre, "Elektronik ticaret, doğrudan fiziksel bağlantı kurmaya ya da fiziksel bir değiş tokuş işlemine gerek kalmadan tarafların elektronik ortamda iletişim kurulmasına neden olan her türlü iş etkinliğidir" (Selek ve Gönen, 2005: www.)

Bu tanımlar sadece satıcı ile alıcı arasındaki ilişkileri kapsamamakta, oldukça geniş ve çok yönlü ilişkileri bünyesinde barındırmaktadır. Dolayısıyla ticari sonuçlar doğuran veya ticari faaliyetleri etkileyen eğitim, tanıtım, reklam, kamuoyu bilgilendirme gibi elektronik ortamlarda yapılan işlemler de elektronik ticaret kapsamında değerlendirilmektedir (Canpolat, 2001: 14).

Yapılan bu tanımlamaların kapsamında bazı farklılıklar olmakla birlikte temel ortak unsurları içermektedir. Bunlar;

- Elektronik ticaret açık ya da kapalı ağlar üzerinden yapılmaktadır,

- Elektronik ticaretin tarafları birey yâda organizasyonlardır.(kamu, özel sektör kuruluşları, üreticiler, tüketiciler)

- Elektronik ticaret “elektronik işlemler bütünüdür.

Şeklinde sıralanabilir (Coşkun, 2004: 245).

Son olarak ise elektronik ticareti kısaca bilgisayar ağları kullanılarak yapılan satın alma, satma, pazarlama ve hizmet verme faaliyetlerinin tümüdür (Olca, 2006: 78).

## **2.2. ELEKTRONİK TİCARETİN KAPSAMI**

Elektronik ticaret kavramı kar amacı güden veya gütmeyen tüm kuruluşları kapsamaktadır (Eli bol, 2004: 306). Elektronik ticaret aracılığıyla bireyler, vatandaşlar ve işletmeler, kurumlar ve devletin gerçekleştirebileceği işlemler sınırsız olmakla birlikte, kapalı ve açık ağlar kullanılarak yapılabilecek iş ve ticaret aktiviteleri şu şekilde sıralanabilir (Canpolat, 2001: 20 );

- Mal ve hizmetlerin elektronik alış-verişi,
- Üretim planlaması yapma ve üretim zinciri oluşturma,
- Tanıtım, reklam ve bilgilendirme,
- Sipariş verme,
- Sözleşme yapma,
- Elektronik banka işlemleri ve fon transferi,
- Elektronik konşimento gönderme,
- Gümrükleme,
- Elektronik ortamda üretim izleme,
- Elektronik ortamda sevkiyat izleme,
- Ortak tasarım geliştirme ve mühendislik,
- Elektronik ortamda kamu alımları,
- Elektronik para ile ilgili işlemler,

- Elektronik hisse alış-verişi ve borsa,
- Ticari kayıtların tutulması ve izlenmesi,
- Doğrudan tüketiciye pazarlama,
- Sayısal imza, elektronik noter gibi güvenilir üçüncü kişi işlemleri,
- Sayısal içeriğin anında dağıtımı,
- Anında bilgi oluşturma ve aktarma,
- Elektronik ortamda vergilendirme,
- Fikri, sınai ve ticari mülkiyet haklarının korunması ve transferi.

Ulusal ve uluslar arası platformda yürütülen elektronik ticaret çalışmaları işletmelerin pazar payının arttırılması, maliyetlerin düşürülmesi, müşteri hizmetlerinin geliştirilmesi ve benzeri birçok gerekçeye dayandırılarak başlatılmıştır. Ancak, bir işlemin elektronik ticaret kapsamına girebilmesi için bazı özellikleri taşıması gerekmektedir (Akbulut, 2007: 7).

Bunlar;

- E-ticaret elektronik ortamda gerçekleşmelidir,
- İki veya daha fazla taraf arasında mal/hizmet alım satımı olmalıdır,
- Metin, ses ve görüntü şeklindeki sayısal bilgilerin işletilmesi, iletilmesi ve saklanması temeline dayanmalıdır,
- Bir değer yaratmayı amaçlamalıdır,
- Ticari nitelikte bir işlem olmalı veya ticari işlemi desteklemelidir.

### **2.3. ELEKTRONİK TİCARETİN TEMEL ÖZELLİKLERİ**

Elektronik ticaretin ileriye dönük politika belirlenmesi açısından önem arz eden bazı özellikleri aşağıda yer almaktadır.

Elektronik ticaret ortamı, mevcut sistem içerisinde sadece çok uluslu büyük firmaların söz sahibi oldukları alanlarda orta ve küçük boy işletmeler için de elverişli bir iş ortamı sunmaktadır.

Elektronik ticarete üretici ile tüketici arasındaki mesafe ortadan kalkmakta ve araçlara olan ihtiyaç azalmaktadır. Gerçekten, internet kanalıyla yapılan ticarete sınırlı sayıda dağıtıcı veya satış temsilcisi ve benzeri profesyonelce çalışan kişiler dışında araçlara gerek duyulmamaktadır. Bankacılık ve finansal konular gibi bilgi teminine ilişkin bazı hizmetlerde ise çoğu kez araçlara hiç ihtiyaç kalmamaktadır.

İnternet birçok ticari faaliyetin yapılış şeklini ve mahiyetini değiştirmektedir.

Elektronik ticaret ile birlikte bazı hallerde geleneksel mal ve hizmet ayrımı yetersiz kalmaktadır. Gerçekten elektronik ticarete konu olan sayısal (digital) ürünler geleneksel mal ve hizmet tanımına uymamaktadır (Cangir, 1998: 53).

İnternet kullanıcıları arttıkça ve ticaretin pek çok alanı elektronik ticaret etkinliklerinin etkilerini hissetmeye başladıkça kanun koyucular ve medyada bu konuda çalışmalar yapmaya başlamıştır. Bu çalışmalarını içeren konular online satışlar için vergilendirme, evrensel online etkinlikleri için gelir vergileri, telif hakları, ihlalleri ve elektronik suçlarla mücadele için küresel yapı, dijital dolaşımdaki para yönetmelikleri ve parasal politikalar, online ticari işlemlerde tüketicinin korunması gibi çoğaltılabilir (Choi, v.d., 1998).

#### **2.4. ELEKTRONİK TİCARETİN ARAÇLARI**

Geniş anlamda elektronik ticaret tanımı içinde elektronik ticaretin altı tane temel aracı vardır. Bunlar telefon, faks, televizyon, elektronik ödeme ve para transfer sistemleri, elektronik veri değişimi (EDI) ve internettir. Ancak, elektronik ticaret kavramı daha çok internet üzerinden yapılan ticaret şekli için kullanılmakta ve çoğu zaman elektronik ticaret yerine 'internette ticaret' denmektedir. Bununla beraber teknolojik gelişmeler elektronik ticaret araçları arasına taşınabilir. Sistemler (Mobil telefonlar, kablosuz bilgi aygıtları, palm top bilgisayarlar vb.) ve dijital televizyon sitemlerini de katmıştır ( Elibol, 2004: 313).

İnternet ve elektronik veri değişimi (EDI) elektronik ticaret açısından diğer araçlara göre daha önemli ve gelecekte daha yoğun kullanılacak bir niteliğe

sahiptir. Bunun sebebi internet aracılığıyla yapılan elektronik ticaretin bir veya daha fazla kişi arasında ses, görüntü ve yazılı metinlerin aynı anda interaktif biçimde iletilmesi nedeniyle klasik ticaret yöntemine göre, işlemler daha kısa sürede tamamlanmakta ve nispeten daha düşük maliyetle gerçekleşmektedir (Canpolat, 2001: 17 ).

Elektronik ticaret denilince ilk akla gelen internet üzerinden yapılan ticari işlemlerdir. Oysa bilgisayarın ve internet erişiminin gelişmediği dönemlerde de telefon, faks, teleks, televizyon, elektronik ödeme ve para transfer sistemleri, EVD gibi teknolojik temelli araçlar kullanılarak ta elektronik ticaret yapılmaktaydı (Semerci, 2007: 14 ).

Ancak, bu iletişim araçlarının çoğu tek taraflı iletişim olanağı sağlamaktadır ve alış-verişin gerçekleşmesi için birbirine destek sağlaması gerekmektedir.

#### **2.4.1.Telefon**

Elektronik ticaretin bilinen en eski ve önemli aracı olan telefon, esnek ve interaktiftir. Onu çok sayıda özelliği, ticari işlemlerde telefonu en uygun araç haline getirmiştir. Dünya çapında milyon hatlık bir alana yayılmıştır. Telefonla ürün siparişi verilmekte ve teyit aracı olarak kullanılmaktadır. Örneğin siparişi telefonla alıp ödemeyi kredi kartıyla yapmak, ticari işlemlerde yaygın olarak kullanılmaktadır (Canpolat, 2001: 15). Telefon karşılıklı iletişimi iyi sağlar fakat internet ticaretine göre daha pahalıdır (Elibol, 2004: 313).

Maliyet dezavantajına rağmen telefon sisteminin işlerliğini yitirmesi şu an için olanaksız görünmektedir. Bunun nedeni var olan faks ve internet sisteminin telefon ağları üzerinden sunulmasıdır (Aktaş, 2008: 29).

OECD ülkelerinde her iki şahsın kullanımına bir telefon düşmektedir. Ayrıca telefon kullanımının kolaylığı ve giderek ucuzlaması yaygınlaşmasını arttırmaktadır ( Karaca, 2006: 9).

### 2.4.2. Faks

İnternet öncesi yapılan iş organizasyonlarında geleneksel mektup hizmetinin yerini alan faks il hızlı bir iletişim sağlanmakta ve belge transferi gerçekleştirilmektedir. Bu özelliği ile elektronik ticaret aracı haline gelmiştir. Telefona göre daha pahalıdır ve interaktif olmasına rağmen belgelerin görüntü kalitesi iyi değildir. Nihai tüketiciler tarafından yaygın kullanılmamaktadır (Uzunoğlu, 2002: 16 ).

İnternet teknolojisi ile elektronik postanın ortaya çıkması, faksın geçerliliğini yitirmesine neden olmuştur (Canbaz, 2006: 23).

### 2.4.3. Televizyon

Televizyon çok yaygın olmasına rağmen tekyönlü bir iletişim aracıdır. Mal hizmet tanıtımı, pazarlama tek taraflı yapılan bir işlemdir. Buna rağmen televizyonlarda reklam ve icaba davet (satın almaya) yoluyla tek yönlü iletişim kurularak “ evde alış-veriş” giderek artmaktadır (Canpolat, 2001: 15).

Ancak müşteriler tarafından icaba davet kabulü başka bir iletişim aracını gerektirmektedir ki bu da telefondur ve bu maliyet alıcıya aittir ( Semerci, 2007: 14).

Yani televizyon üzerinden ürünün reklamı yapılmakta telefon veya faksla sipariş edilmekte ve kredi kartıyla ödeme yapılmaktadır (Elibo1, 2004: 314). Ancak televizyon aracılığıyla alış-verişin sağladığı imkanları hatta daha fazlasını sağlayan internetin aynı dönemde yaygınlaşması televizyonun ticaret aracı olarak kullanımına engel olabileceği tahmin edilmektedir. Ayrıca ulaşımda gecikmeler, garanti ve geri ödemede sorunlar ve ürüne fiziksel olarak dokunamamak bu ticaret aracının önündeki engellerdir ( Aktaş, 2008: 30 ).

### 2.4.4. Elektronik Ödeme ve Para Transfer Sistemleri

Elektronik ödeme ve para transfer sistemleri, elektronik ticaretle kullanılmaları nedeniyle, elektronik ticareti önemli ölçüde kolaylaştırmakta ve ayrılmaz bir parçası haline gelmektedir. Ancak bankamatikler, kredi, borç ve akıllı

kartlar sadece para aktarılmasında kullanıldıkları için ticarete sınırlı bir işleve sahiptir (Canpolat, 2001: 16).

Elektronik ödeme, ödemenin ağ veya başka bir veri transfer yöntemiyle gerçekleştirilmesidir. Gelişen teknoloji sayesinde paranın daha çabuk ve daha güvenli hareket etmesi fikri doğmuştur. Yeni teknolojiler, internet üzerinde, malların ve hizmetlerin bedellerini işlemlerin yapılmadığı anda ödemeyi olası kılmıştır. Elektronik ödeme sistemleri de paranın daha çabuk ve güvenli dolaşımını sağlamak için oluşturulmuştur (<http://www.tcmb.gov.tr>). Elektronik ticaret gelişme unsurlarında en önemlisi elektronik ticarete uygun, güvenli bir ödeme sistemidir. İnternet üzerinden güvenli bir şekilde ödeme yapılabilmesi için kullanılan başlıca unsurlar; kredi kartları, akıllı kartlar, elektronik para, elektronik çek, elektronik fon transferi olarak sıralanabilir (Özel, 2006: 15).

#### **2.4.4.1. Kredi kartları**

Günümüzde elektronik ödeme araçlarından en yaygın olanı kredi kartlarıdır. Kredi kartları ilk defa 1960'larda uygulamaya konmuş ve bu güne kadar teknoloji ve yaygınlık bakımından büyük ilerlemeler kaydedilmiştir (Özel, 2006: 16). Kredi kartının tüm dünyada standart bir ödeme altyapısına sahip olması ve kullanıcı kitlesinin genişliği internet üzerinden yapılan alış-verişlerde en çok kullanılan ödeme yöntemi olmasını sağlamıştır (Canbaz, 2006: 26).

Kredi kartı ile ödeme yapma işleminde özellikle güvenlik konusunda büyük kaygı duyulmaktadır. Kişisel bilgilerin yasadışı şekilde kullanılması riskinin olması büyük sorun teşkil etmektedir.

Yapılan alış-veriş sırasında kredi kartı bilgilerinin üçüncü şahısların eline geçmesini önlemek amacıyla, bu bilgilerin şifrenmesi esasına dayalı SSL(Secure Sockets Layer) adı verilen bilginin doğru kişiye güvenilir olarak iletimi ve SET (Secure Electronic Trasaction) adı verilen güvenli bilgi aktarımını sağlama protokolleri kullanılmaktadır. Dünya'da yaygın olarak kullanılan SET Türkiye'de bankalar tarafından kullanılmaktadır.



31 Mart 2006 tarihinde başlayan (chip&pin) sistemi sayesinde çipli kredi kartları ile yeni bir dönem başlamıştır. Chip&pin kredi kartı kopyalama, kayıp ve çalıntı riskini önemli ölçüde azaltan bir güvenlik yöntemidir. Bu yöntemde kredi kartı üzerindeki çip, kartı kopyalama riskini azaltırken, şifre (Pin) ise kartın kaybolması ve çalınması durumunda başkaları tarafından kullanılmasını önemli ölçüde engeller (<http://www.cardfinans.com.tr/kampanyalar/chippin.jsp>).

#### **2.4.4.2. Elektronik Para**

Elektronik para elektronik ortamda kullanılabilen bir para birimidir. (<http://www.e-ticaretmerkezi.net>). Elektronik para sistemini ilk geliştiren bir Hollanda şirketi olan DigiCash' tir.

Elektronik para sisteminden yararlanmak isteyen kişilerin, özellikle elektronik para hizmetini sunan şirketler tarafından geliştirilen özel yazılımlardan birini bilgisayarlara yüklemeleri ve o şirketle çalışan bir bankada hesap açtırmaları gereklidir. Bundan sonra anlaşmalı mağazalarla alış-veriş yapabilirler. Elektronik para yazılımı, istenilen miktarda paranın banka hesabından çekilerek, internet üzerinden yapılacak harcamalarda kullanılmak üzere elektronik ortamda saklanmasını sağlar (Canbaz, 2006: 29). Tüketici bu değeri nakit para gibi kullanabilmektedir. Ve her elektronik paranın bir seri numarası vardır. Elektronik paranın kullanılabilmesi için bazı güvenlik sorunlarının giderilmesi, hukuki alt yapının oluşturulması, maliye ve vergi politikalarının, elektronik ticaretle uyumlu hale getirilmesi gerekmektedir (<http://www.bilgiyönetimi.org>).

#### **2.4.4.3. Elektronik Çek**

Elektronik çek, elektronik ticaret gerçekleştiren internet sitelerinin ödemeleri çek olarak kabul etmelerini sağlayan bir ödeme sistemidir. Yani internet ortamında, klasik ticarete kullanılan çekin fonksiyonlarını yerine getirmektedir. Elektronik çek, ABD'de Financial Service Tecnology Consorsiyum (Finansal Hizmetler Teknolojisi Konsorsiyumu) tarafından SDML (Signed Document Markup Language-İmzalı Döküman Biçimleme Dili) adı verilen bir işaretleme dili kullanılarak gerçekleştirilen güvenlik, hız ve tüm elektronik

süreçlerin verimliliğiyle beraber yasal altyapı kurulumu, iş süreçleri ve kağıt çekler ile tüketici tercihlerini birleştiren yeni bir ödeme aracıdır (Karabıyık, 2008:81). Bu sistemde, ödemeler kredi kartı olmadan banka hesabı bilgilerinin gerekli olanlarının elektronik ticaret sitesine girilmesi ile yapılır. Kullanıcı bir anlamda ticaret sitesine çek keserek ödeme yapmış olur (Erdağ ve Batuman, 2006: 70-71). E-çek sisteminin yöntem ve süreçlerinin açık ve net olması, banka müşterileri tarafından rahat bir şekilde anlaşılması, kullanımının kolay olması ve güvenli olması gibi nedenleriyle yeni bir ödeme aracı olarak yer almasını kolaylaştırmaktadır (Karabıyık, 2008:84).

#### **2.4.4.4. EFT (Elektronik Fon Transferi)**

EFT (Electronic Fonds Transfer), herhangi bir aracı kullanılmaksızın, fonları fonları bir hesaptan diğerine aktarma sürecine verilen isimdir. Günümüzde sadece kapalı ağlarla ve para aktarılmasında kullanıldığından ticaret sürecinde sınırlı bir bölüme hitap etmektedir (Arıkan, 2006: 21).

Bir başka tanıma göre bankalar arasındaki ödemelerin elektronik mesaj alış-verişi yoluyla (EDI), Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası'ndaki hesaplar arasında anında gerçekleşmesini sağlayan sistemdir (Gülmez, 2000: 201).

EFT sistemi bir bankadan diğerine Türk Lirası cinsinden ödeme gönderilmesini sağlayan elektronik ödeme sistemidir.

EFT sisteminin amaçları şöyle özetlenebilir;

- Nakit dolaşımını azaltmak
- Ödemenin güvenli, güvenilir, hızlı ve risksiz bir biçimde gerçekleşmesini sağlamak
- Sağlıklı ve hızlı bilgi sağlamak
- Para politikasının etkin olarak kullanılmasını sağlamak
- Elektronik bankacılık uygulamalarının gelişimini sağlamak

(<http://eft.tcmb.gov.tr/eft.tanitim.htm>).

EFT sistemi kendi alanında Dünya’da erken örneklerden biri olarak 1 Nisan 1992’den beri Türkiye’de işlemektedir ([www.tcmb.gov.tr](http://www.tcmb.gov.tr)).

EFT sisteminin temel işlevi, bankalar arasında her türlü haberleşmeyi, havaleleri, Merkez Bankası ile bankalar arasındaki işlemleri, çek, senet ve maaş ödemelerini, kamu hizmetlilerine yönelik (su, elektrik) ödemeleri ve istatistiksel veri işlemlerini hızlı ve etkin bir şekilde sağlamaktır (Gülmez, 2000: 202).

EFT sistemi, kaynakların etkin ve verimli bir şekilde kullanılmasına imkan verdiği için bankaların daha düşük maliyette hizmet vermesini sağlar (Gülmez, 2000: 202).

#### **2.4.4.5. Akıllı Kartlar**

Akıllı kart, kart temelli bir ödeme aracıdır. Akıllı kartta kredi kartında bulunan manyetik şeritler yerine özel bir çip bulunmaktadır. Bu çip akıllı karta elektronik para dahil olmak üzere her türlü bilginin yüklenmesi sağlamaktadır. En önemli özelliği kullanıcısının bütün kişisel bilgilerini içerisinde barındırmasıdır. (<http://www.makalem.com>). Günümüzde gelişen teknoloji ile beraber elektronik ticaretin yaygınlaşması ile birlikte akıllı kartlar popülerlik kazanmaktadır.

Bu kartları diğer kartlardan ayıran en önemli özelliği, daha güvenli olmasıdır. Akıllı kart sisteminden her tüketici için kişisel tanıtım numarası bulunmakta, bu kodu tüketici her işlemde sonra doğrulamakta ve işlem tamamlanmaktadır (Özel, 2006: 17).

Akıllı kartlar dünyada uzun süreden beri kullanılmasına rağmen Türkiye’de yeni kullanılmasının temel nedenlerinden biri maliyetinin yüksek olmasıdır. Bankalar manyetik bantlı kartlar için 30-40 Cent maliyete katlanırken akıllı kartların maliyeti 2-3 Dolar olabilmektedir (<http://www.hurriyetim.com.tr>). (Özel, 2006: 18).

#### **2.4.5. Elektronik Veri Değişimi (EDI)**

Elektronik ticareti bilgisayar ortamına taşıyan ilk uygulama elektronik veri değişiminin (Electronic Data Interchange-EDI) kullanımınıdır. Elektronik veri değişimi, insan faktörü olmaksızın bilgisayar ağları aracılığıyla yapılmış bilgi ve

belge değişimini sağlayan bir sistem, olarak elektronik ticaretin önemli araçlarından biridir (Canpolat, 2001: 16).

Özellikle EDI ve internet diğer elektronik ticaret araçlarına göre daha çok ön plana çıkmıştır.

EDI kamu ve özel sektör kuruluşlarının etkin biçimde iletişim ihtiyacından doğmuştur ve modern bilgi teknolojilerinin getirdiği avantajlardan yararlanmaktadır. EDI ile iki işletme veya işletme ile kamu kuruluşu önceden belirlenmiş bir mesaj formatı, bu formata yerleştirilecek veri ve bu veriyi anlamlı bir dile çeviren bir söz dizini ile bilgisayarlar arasında bilgi değişimi yapılmaktadır. EDI kullanımı bir dizi standart form gerektirmektedir. Sadece kullanıcılara açık olduğu için çok güvenli bir sistemdir (Canpolat, 2001: 16).

Önceleri EDI, iş hayatında kağıt savurganlığını azaltıcı bir değer olarak görülmüştür. Günümüzde ise bu özelliğine ek olarak yöneticilerin bilgilerinin analizini yapmalarına imkan sağlayan bir araç görünümündedir (Gülmez, 2000: 203).

EDI sayesinde mallar satıcıdan tam zamanında alınır ve ürünler müşterilere tam zamanında sevk edilir. Böylelikle depo işleri azalır, stok maliyetleri düşer. Müşteri siparişleri elektronik olarak gelir ve hemen işleme konulur. Karşılıklı faturalar elektronik olarak yollanır ve veri tabanları güncellenir (Gülmez, 2000: 204). Bu şekilde önemli ölçüde zaman ve işlem maliyetlerinden tasarruf sağlanır.

EDI'de amaç, ticaret için gerekli olan yazışmaların ve işlemlerin (Sipariş alma, faturaların hazırlanması, gümrük, bankacılık, sigorta ve buna benzer işlemlerin) yapılmasında maliyetin düşürülmesi ve işlemlerin en az hata ile en kısa sürede tamamlanmasıdır. Bu yolla maliyetlerin %5-20 arasında azaldığı, zaman tasarrufunun ise %50 lere ulaştığı ileri sürülmektedir (Canpolat, 2001: 16). Singapur tüm ticari işlemlerini EDI sistemini kullanarak yürüten ilk ülkedir. 1989 yılında Singapur Network sistemi (SNS) kurulmuştur. SNS in kuruluşundan önce

2-3 gün süren işlemler 15-20 dakikada tamamlanmaktadır. Singapur limanının Dünyanın en hızlı mal sevkiyatı yapan limanı olduğu bilinmektedir.

Yaklaşık yirmi senedir standart dokümanların işletmeler arasında elektronik veriler olarak iletilmesi ve karşılıklı değişime EDI uygulamalarını bazı sektörler yoğun olarak kullanılmaktadır.

EDI bir işletmenin diğer işletmelere olan her türlü iş evrakı, alış-verişini elektronik olarak ve belirli bir veri standardı yardımıyla gerçekleştirilmesi işlemidir. Bu işlem temel iş verilerinin bilgisayarda diğerlerine gönderilmesinde kullanılacak işlem setlerinin veya mesajların standardize edilerek belirli format oluşturulması prensibine dayanmaktadır ([www.biymed.com](http://www.biymed.com)).

Ancak her endüstrinin kendi ihtiyaçlarına uygun gördüğü EDI veri standartlarını kullanması maliyetleri arttırmaktaydı. Sonuç olarak farklı gurupların bir araya gelmesiyle uluslar arası EDIFACT (Electronic Data Interchange Administration , Commerce and Transport) oluşturuldu. Yaklaşık on yıl önce uluslar arası ticaretin etkinliğini arttırmak amacıyla, ticari verilerin içeriğine elektronik yoldan ulaşabilmek için bir dünya standardına gereksinim duyulduğu için bu girişim başlatılmıştır. Günümüzde üç tane set EDI standardı bulunmaktadır. Bu standartlar; döküman ve formların değişimi için formatları, karakter setlerini ve veri elementlerini tanımlamaktadır ([www.biymed.com](http://www.biymed.com)).

#### **2.4.6. İnternet**

Elektronik ticareti günümüzdeki konumuna getiren vasıta internet olmuştur. İnternet, birbiriyle tüm Dünya üzerine yayılmış bilgisayar ağlarının birleşmesinden oluşan devasa bir bilgisayar ağıdır. Bu küresel iletişim ağı ticareti de daha kolay hale getirmiştir. Diğer elektronik ticaret araçlarından farkı ise çok yönlü olması ve çok geniş alanlara hitap etmesidir (Coşkun, 2004: 247).

Kısa bir sürede İnternet küresel ekonominin temeli haline geldi. Dünya çapında bir milyardan fazla kişi hem işyerinde hem sosyal yaşantılarında interneti kullanıyor. Son otuz yıldır, deneysel araştırma ağı olarak gelişmektedir ve günümüzde mali piyasalar ve sağlık hizmetlerinden enerji ve ulaşımına kadar

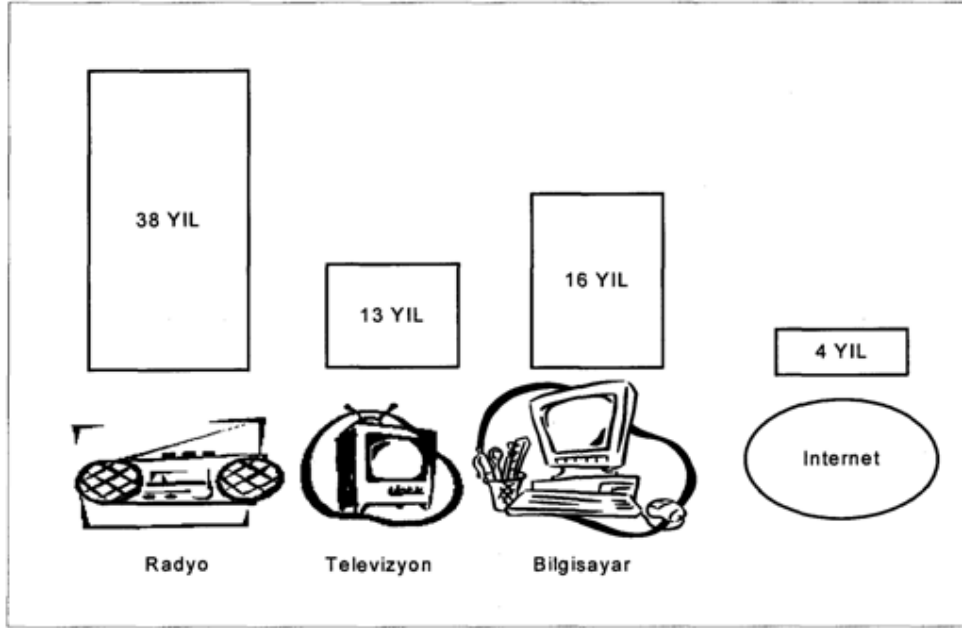
ekonomimizi destekleyen faaliyetler ve altyapıların yanı sıra çok sayıda ekonomik faaliyetin de temelini oluşturmaktadır (OECD Policy Brief, 2008:1).

İnternet ağların ağıdır. Her bir ağ, bileşen bilgisayarların birbirileri ile “konuşması”na olanak veren radyo sinyalleri gibi kablolu ya da kablosuz araçlarla bağlanan bilgisayarlardan oluşmaktadır. Bilgisayarlar ağ ile donatıldıklarında, bir bilgisayardaki dosyaya ağ üzerindeki herhangi bir diğer bilgisayar üzerinden ulaşılabilir; mesaj alışverişinde bulunulabilir ve yazıcılar gibi sınırlı kaynaklar paylaşılabilir. Büyük ya da küçük her bir ağ, İnternet hariç olmak üzere bir şirkete ya da tek bir gruba ait olabilir ve bunlar tarafından yönetilebilir (OECD Policy Brief, 2008:5).

Kuşkusuz internetin en büyük özelliği ise ticarete mesafeleri ortadan kaldırmasıdır. Tüketicilerin dünyanın öbür ucunda satılan bir malı alabilmesi, üreticilerin ise bu sayede coğrafi sınırların ötesinde daha geniş tüketici kitlesine uzanmasını sağlamaktadır (Coşkun, 2004: 247).

İnternet elektronik ticaret işlemlerinin tüm aşamalarının üzerinde gerçekleştirebildiği tek araçtır. Hiçbir sektör yoktur ki internetle çalışmanın getirdiği değişimlerden etkilenmemiş olsun.

İnternet kısa bir zaman içinde çok sayıda insana ulaşan bir elektronik ticari araçtır. Örneğin, aşağıdaki şekilde görüldüğü gibi radyo otuz sekiz yılda, televizyon on üç yılda, bilgisayar on altı yılda, internet dört yılda elli milyon kullanıcıya ulaşmıştır. İş hayatında benzeri görülememiş bir ilgiyle karşılaşmıştır (<http://hilalyildirirkeser.blogspot.com>).



**Şekil 2.1. Çeşitli Teknolojilerin 50 Milyon Kullanıcıya Ulaşma Süreleri**

İnternet ortamı, ticari işlemlerde bir veya daha fazla insan tarafından ses, görüntü ve yazılı metinlerin aynı anda interaktif bir biçimde zaman ve mekan sınırı olmadan, daha düşük maliyetle iletilmesini sağladığı için diğer araçlara göre daha önemli bir yere sahiptir (<http://hilalyildirirkeser.blogspot.com>) ve birim maliyet açısından çok avantajlıdır. Yapılan bir araştırmaya göre New York - Tokyo arasındaki bir iletişimin maliyeti aşağıdaki gibi tespit edilmiştir.

**Tablo 2.1. Değişik Araçlara Göre Belge Aktarım Maliyetleri**

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

Kaynak: (Ekin, 1998:93)

İnternetin olumlu yönlerine karşın, olumsuz yönlerinin de olduğu ve çözülmesi gereken birçok sorunu da ortaya çıkardığı bilinmektedir. İnternet teknik yapısı itibarıyla denetime müsait değildir, hatta denetime olanak vermeyecek bir şekilde gelişmiştir. Teknik standartların belirsizliği, işlemlerin yasal düzeni, sözleşmenin kurulması, hükümsüzlüğü, bilginin güvenlik ve gizliliği, elektronik

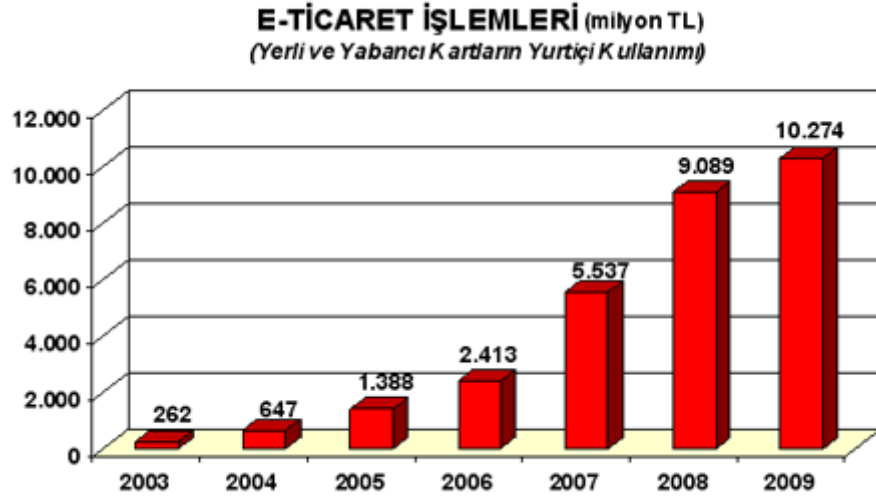
imza, devletin rolü, vergilendirme, internet işlemlerinin usul hukuku açısından durumu, tüketicinin korunması, internetin önündeki temel sorunlardan bazılarıdır (Canpolat, 2001: 18-19).

## **2.5. ELEKTRONİK TİCARET HACMİNİN TÜRKİYEDE ULAŞTIĞI SON DURUM**

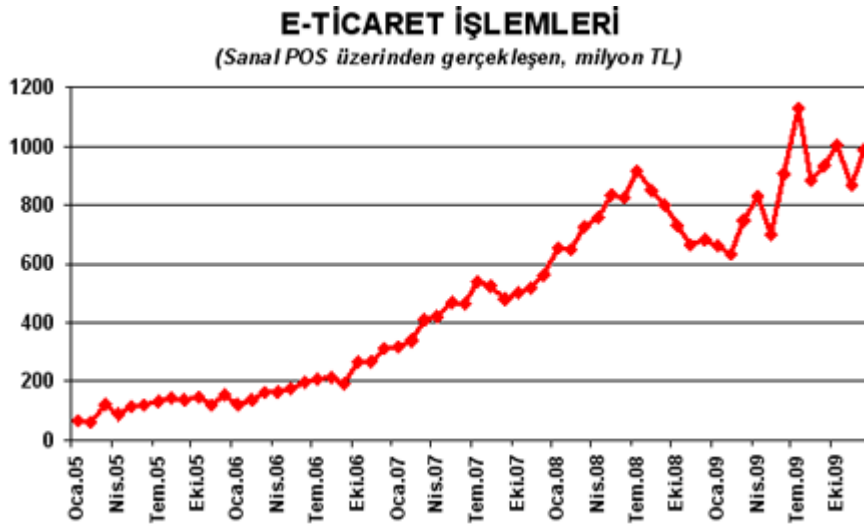
Bilgi ve iletişim teknolojilerine dayanan yeniliklerin başında gelen İnternet ve İnternet aracılığıyla yapılan elektronik ticaret, çağımıza damgasını vurmuştur. Çünkü İnternet radyo, TV ve yazılı basın gibi bir medya ortamı demektir ve diğerlerine nazaran düşük maliyeti ve etkili yapısı nedeniyle daha avantajlıdır. Ayrıca iletişim alt yapısının güçlenmesi ve güvenlik konusundaki endişelerin büyük oranda kalkmasını sağlayan güvenlik teknolojilerinin gelişmesi ile e-ticaret, tüm dünya ülkelerinde olduğu gibi, ülkemizde de yaygınlaşmaya başlamıştır (Çımat ve Yayman, 2005:www.yaklasim.com). 2003 yılında sadece 260 milyon TL seviyesinde olan Türkiye'deki e-ticaret hacmi, her yıl yaklaşık ikiye katlanarak büyüme göstermiş ve 2008 yılı sonunda 9 milyar TL seviyesine ulaşmıştır. Global krizin etkisi ile nispeten düşük gerçekleşen 2008 yılının son aylarındaki rakamlar, yıllık bazda 10 milyar TL seviyesine ulaşılmasına engel olmuştur (<http://blog.sanalmimarlar.com/2010>).

Bankalar arası Kart Merkezi (BKM) tarafından açıklanan verilere göre, özellikle yılın ikinci yarısındaki toparlanmanın etkisi ile 2009 yılında e-ticaret hacmi yıllık bazda 10 milyar TL seviyesini aşarak 10,3 milyar TL seviyesinde gerçekleşmiştir.

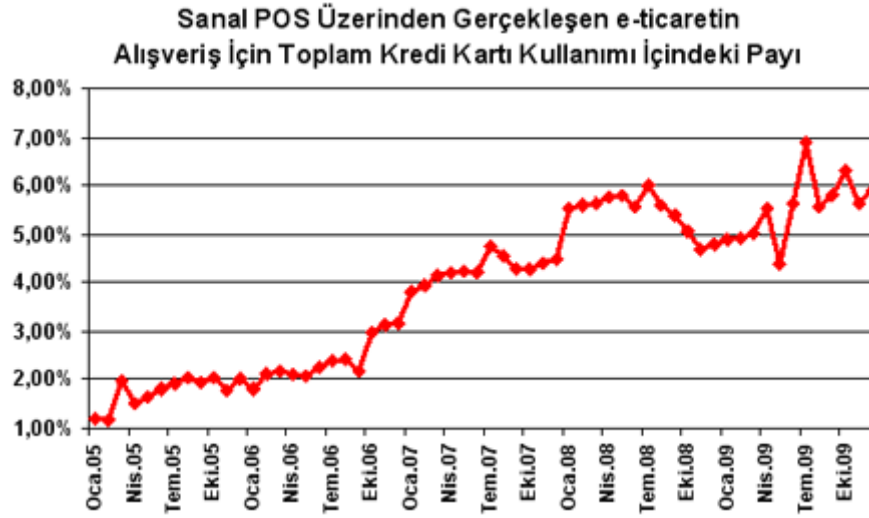




Şekil 2.2. Türkiye'deki E- Ticaret İşlemlerinin Yıllar itibari ile artışı



Şekil 2.3. Türkiye'de Sanal POS üzerinden gerçekleştirilen e-ticaret işlemleri



**Şekil 2. 4. Türkiye’de Sanal POS Üzerinden Gerçekleştirilen E-Ticaretin Toplam Kredi Kartı İçindeki Kullanım Payı**

Alışveriş amaçlı kredi kartı kullanımı içinde e-ticaretin payı, sanal mimarlar tarafından geliştirilen SM E-ticaret Endeksi ile incelendiğinde, Ocak 2005 tarihinde 100 seviyesinden başlayan endeksin, 2008 yılında 300 seviyesine ulaştığı ve 2009 yılının son aylarında bu seviyeyi de aşarak, yılı 311,54 seviyesinden kapattığı görülmektedir (<http://blog.sanalmimarlar.com/2010>).

## 2.6. ELEKTRONİK TİCARET ŞEKİLLERİ

Yeni ekonomi olarak da adlandırılan internet ekonomisi, geleneksel örgüt yapısını değiştirirken, yeni örgütlerin ya da organizasyonların ortaya çıkmasına öncülük etmektedir. İnternet teknolojisi geleceğin iş dünyasını şekillendirmekte ve yeni iş modellerinin ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Gülmez, 2000: 222).

Elektronik ticaret, değişik kişi ve guruplar arasında yapılabilmektedir. Elektronik ticarete tarafları baz alan bir sınıflandırma yapıldığında firma-firma (B2B), firma-tüketici (B2C), tüketici-devlet (C2G), firma-devlet (B2G), olarak dört grupta inceleyebiliriz.

### 2.6.1. Firma-Firma (İşletmeler Arası) Elektronik Ticaret

“Business to business” (B2B) denilen firmadan-firmaya elektronik ticaretle eğer ürün ve hizmet, satıcıdan yine satış yapmak üzere başka bir satıcıya geçiyorsa bu durumda kurumlar arası ticaretten bahsedilebilir.

B2B elektronik ticaret, işletmelerin toptan ticaret, hizmet, teknoloji, imalat ürünleri ve sanayi malları satın alımı gibi işlemleri kapsar.

İşletmelerin bilgisayar ağlarını kullanarak özel ve genel ağlar dahilinde tedarik ve satış işlemlerini yürüttükleri B2B elektronik ticaret bugün dünyada gerçekleşen elektronik ticaret hacminin %80 lik payından daha yüksek bir orana sahiptir (<http://hilalyildirirkeser.blogspot.com/> ).

İnternet öncesinde firmalar arasındaki elektronik ticaretin büyük bir bölümü EDI ya dayalı olmasına rağmen, internetle beraber elektronik ticaretin firma-firma kategorisine altyapı oluşturan EDI uygulamaları, web ortamına taşınarak işletme maliyetleri önemli ölçüde düşürülmüştür (Uzunoğlu, 2002: 18). B2B elektronik ticaret EDI nın yanı sıra ürünün veri değişimi, danışmanlık veri tabanları ve talep üzerine bilgi verme işlemlerini de kapsar. B2B elektronik ticaretin yaygınlaşmasında en önemli nedenler, işlem maliyetinin azalması, ürün ve hizmet kalitesinin artması, tüketici hizmetlerinin düzelmesi, açıklık ve verimliliğin artmasıdır (<http://hilalyildirirkeser.blogspot.com>). En çok yapıldığı sektörler ise bilgisayar, elektronik ürünler, motorlu araçlar, elektrik, gaz, telefon ve su hizmetler, kağıt ve ofis malzemeleridir.

### 2.6.2.İşletmeden Tüketicie (B2C) Elektronik Ticaret

“World Wide Web-www teknolojisindeki hızlı gelişmeler sonucu ortaya çıkan sanal mağaza uygulamaları ile internette firmaların elektronik ortam aracılığıyla bir çok ürünün doğrudan tüketiciye satışının yapılmasıyla gelişen elektronik ticaret şeklidir”. Ve hızla gelişen bir konumdadır (<http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl-gos-php?nt=2412> ).

Genellikle perakende alışverişleri içerir. Bilgisayardan, otomobile, kitaptan, pizzaya birçok ürünün doğrudan tüketiciye satışını kapsamaktadır.

Günde yirmi dört saat/ haftada yedi gün açık ve Dünyanın her yerinde şubesi olan mağaza açma maliyetleri, internet ile küçük ve orta boy işletmelerin karşılaya bileceği seviyeye inmiş, genel giderin düşük olması satış fiyatlarını da düşürmüştür. İşletme-tüketici ticareti hızla büyümektedir ve büyüme daha çok eğlence, seyahat, habercilik finans hizmetleri ve elektronik posta gibi nesnel olmayan hizmetler de gerçekleşmektedir (Uzunoğlu, 2002: 40).

B2C de fiyatlar ürünler ve ürünün teslim koşulları yayınlanmıştır. Fiyat üzerinde müşterinin herhangi bir pazarlık şansı yoktur. Bununla beraber günümüzde B2C elektronik ticaret oranı B2B ye göre daha düşüktür. Bunun nedenleri ise tüketicilerin elektronik ticareti tam olarak tanımaması, internetteki güvenlik sistemlerine kuşkulu yaklaşım ve tüketicinin elektronik ticaretle elde edeceği kazançtan habersiz oluşlarıdır.

Yaygın gsm kullanımı ile birlikte wap teknolojisi de tıpkı web teknolojisi gibi gelişmekte yer ve zaman kısıtları olmaksızın elektronik ticaret yapılan uygun bir ortam haline gelmiştir ([www.elektronikticaretrehberi.com](http://www.elektronikticaretrehberi.com)).

### **2.6.3. İşletme-Devlet Arasında Elektronik Ticaret (B2G)**

Kamu yararının esas alındığı bu mekanizmada kar elde etme güdüsü besleyen devlet, daha önceleri klasik yöntemlerle verilen hizmetlerin vatandaşlara daha hızlı ve kolay sunulması esasını benimsemiştir.

Elektronik ortamda vergilendirme, istatistiki bilgiler ve çeşitli izinlerin elektronik ortamda verilmesi, denetlenmesi ve düzenlenmesi, sosyal güvenlik hizmetleri, elektronik imza, şifreleme, elektronik noter, elektronik ticarete kullanılacak standartlar, gümrükleme sigortacılık, kamu ihalelerinin elektronik ortamda duyurulması, elektronik ortamda hukuki ve cezai sorumluluğun düzenlenmesi gibi birçok konu bu kapsamdadır (Canpolat, 2001: 19).

### **2.6.4. Tüketici-Devlet Arasında Elektronik Ticaret (C2G)**

E-Devlet olarak ta isimlendirdiğimiz elektronik devlet tüketici ile kamu idaresi arasında her türlü vergi, sağlık ve hukuksal etkinliği bu alanda niteleyebiliriz. Henüz çok yaygın olmayan bu kategoride ehliyet, pasaport

başvuruları, sosyal güvenlik primleri, vergi ödemeleri ve benzeri uygulamalar elektronik devlete geçişi sağlamaya çalışmaktadır. Ülkemizde 2008 Aralık ayı itibariyle elektronik devlet uygulamasına başlanmıştır ([www.elektronicticaretrehberi.com](http://www.elektronicticaretrehberi.com)). (Elektronik devlet, kamu hizmetlerinin vatandaşlara, işletmelere, diğer kamu kurumlarına ve diğer ülkelere bilgi ve iletişim teknolojileri yardımıyla etkin ve verimli bir şekilde sunulmasıdır) ([www.igeme.org.tr](http://www.igeme.org.tr)).

Devletin, elektronik devlete dönüşmesi sonucu, işlemlerin sıra beklemeye gerek kalmadan, bilgisayar aracılığıyla yapılması, kamu kesiminin personel sayı ve yapısında dönüşüm yaşanması, kırtasiye harcamalarının azaltılması, işlemlerin şeffaflaşması ve yolsuzluğun önüne geçilmesi gibi olumlu etkilerinin olması beklenmektedir (Elibol, 2004: 318).

## 2.7. ELEKTRONİK TİCARETİN TARAFLARI

Elektronik ticaretin tarafları farklı bireyleri, endüstrileri ve resmi kurumları kapsar. Elektronik ticaret tarafları aşağıdaki gibi sıralanabilir;

**Tablo 2.2. Elektronik Ticaretin Tarafları**

Alıcılar	Nakliye Şirketleri	Elektronik Noter
Satıcılar	Özel Sektör Bilgi Teknolojileri	Dış Ticaret Müsteşarlığı
Üretici/İmalatçılar	Sivil Toplum Örgütleri	Gümrük Müsteşarlığı
Komisyoncular	Üniversiteler	Sanayi Ve Ticaret Bakanlığı
Sigorta Şirketleri	Onay Kurumları	Diğer Kamu Kurum ve Kuruluşları

Ülkelerin elektronik ticaretin tarafları olan kamu ve özel sektör kuruluşlarını elektronik geçiş sürelerini kısalttıkları, yeni yeterli teknik altyapıyı kurdukları, ihtiyaç duyulan kurumsal yapıları oluşturdukları ve hukuk düzenlemelerini gerçekleştirdikleri ölçüde uluslar arası piyasada rekabette üstünlük sağlayacakları tartışmasıdır. Yeni ulusal kurumlarca yerine getirilmesi gereken birçok görev bulunmaktadır.

## **2.8. ELEKTRONİK TİCARETİN ETKİLERİ VE KARŞILAŞILAN SORUNLAR**

Elektronik dönüşüm süreci, günümüzde coğrafi sınırları ortadan kaldırmış, sermayenin dünya üzerindeki mesafe farkını saniyelere indirmiş, dizüstü bilgisayarlar ve internet ağı pazar araştırması araçlarımız haline gelmiştir. Dünya coğrafyası ekran kanalıyla evlere, işyerlerine taşınmakta, dünyanın bir ucundaki fabrika ziyaret edilebilmektedir.

Bu hızlı değişime dayalı olarak her alanda olduğu gibi ticaret de farklı bir boyut kazanmış ve firmalar ticari faaliyetlerini web tabanlı sistemlere kaydırmışlardır. Ancak “elektronik dönüşüm” süreci tek başına ekonomik boyutuyla yani verimlilik, sürat, maliyet ve kar ekseninde değerlendirmek doğru bir yaklaşım olmaz. “Elektronik dönüşüm” sadece ekonomik, ticari ve iş bazlı bir değişim değil, birey ve toplum üzerinde de önemli etkileri olan sosyal bir değişimdir ([www.igeme.org.tr](http://www.igeme.org.tr)).

OECD'nin yaptığı bir çalışmada elektronik ticaretin ekonomik yaşama etkileri şu şekilde sıralanmıştır:

### **2.8.1. Elektronik Ticaretin Etkileri**

Elektronik ticaretin ekonomik ve toplumsal hayatta giderek kendisine daha fazla yer edinmesine bağlı olarak ortaya çıkan olumlu etkileri aşağıda özetlenmiştir.

#### **2.8.1.1. Olumlu Etkileri**

- E-ticaret'in en önemli artışı bireylerin ve ticari işletmelerin müşterilerine global olarak erişmesini sağlamasıdır.
- Satışlar ve karlar 24 saat boyunca ticaretin aktif olması ile birlikte tatillere rağmen artar.
- Müşteriler de karşılaştırma olasılığının artması ile birlikte daha kaliteli ürünlere daha ucuz fiyatlarla ulaşabilmektedir.
- Çevrimiçi alışveriş zaman kazandırmakla kalmaz, aynı zamanda para tasarrufu da sağlar

- Karşılaştırma olasılığının artması ile aynı ürün daha uygun fiyatlara bulunabilmektedir.
- Düşen reklam maliyetleri de işletmelere çok fazla fayda sağlamaktadır. Aynı zamanda işletmeler müşteri hizmetleri sunarak müşteri sayısını da artırabilmektedir ([www.thefreelibrary.com](http://www.thefreelibrary.com) 11 şubat 2010).
- Gereken ticari belgeler elektronik ortamda hazırlanmakta ve bu bilgi ve belgeler ilgililerin kullanımına sunulmaktadır. Böylece, işlemler minimum hata ile kısa bir süre içinde ve kırtasiye masrafı ödenmeksizin tamamlanmaktadır.
- Malların üretiminden satışına kadar olan zincirde değişiklikler olmakta, alıcı ve satıcının bir araya gelmesi gerekmediğinden, özellikle hizmet ticaretinde işlem maliyetleri düşmekte, aracılardan yerini web sayfaları veya elektronik bülten panoları almaktadır.
- Daha hızlı bir şekilde ürün geliştirilmesi, test edilmesi ve müşteri ihtiyaçlarının tespit edilmesi mümkün kılındığından, talebe karşı arz tarafı daha hızlı uyum göstermektedir (Elibol, ve Kesici, 2004: 323).
- Ulusal ve uluslararası ticari işlemlerin elektronik ortamda yürütülmesi (üretici,satıcı, alıcı, aracı, gümrük idaresi, sigortacı, nakliyecisi, bankalar ve diğer kamu kurumları kapsamında) zamanın etkin kullanılmasını sağlamaktadır. Böylece ürünlerin sipariş edilmesi ile teslimi arasında geçen süre asgariye inmekte, zamandan kaynaklanan maliyetler ile stok maliyetleri düşmektedir.
- Tüketiciler için işlem maliyetleri ve nakliye masrafları düşmektedir. Tüketiciler evlerinden çıkmadan sorun yaşamadan ve zaman harcamadan sanal mağazalardan alışveriş yapabilmektedirler.
- E-ticaret (internet), yeni bir çok iş, görev ve unvanlar ortaya çıkarmıştır. Bu iş alanları internet servis ve içerik sağlayıcıları, web sayfası hazırlayıcıları gibi doğrudan internete ilişkin hizmetler olabileceği gibi, insanların evlerinde oturarak internet üzerinden hizmet üretmeleri de olabilir. Örneğin

mülakat ve danışmanlık yapma, rapor, oyun ve eğlence hazırlama bu kapsamda görülmektedir.

- E-ticaret, ekonomik bir olgu olmasına karşın, sosyal ve politik yaşamı etkilemektedir. Ekonominin bilgi ve bilgiyi yönetme temeline dayanması, eğitim, kültür, sağlık ve sosyal güvenlik gibi alanlarda internet kullanılmasını yaygınlaştırmıştır. Bu durum sosyal politikaların yeniden gözden geçirilmesine yol açmıştır.

- Organizasyonlar ve işletmeler dönüşmekte, geleneksel yöneticilerinin sayısı azalmakta, daha fazla uzmanlaşmakta, yatay ve dikey olarak küçülmekte ancak etkinliği artmaktadır.

- E- ticaret, işletmeler arası verinin paylaşılmasına, işletme çalışanlarının işbirliğine, koordinasyonuna, müşterilerin öneri ve taleplerinin değerlendirilmesine büyük ölçüde kolaylıklar getirmiştir (Canpolat, 2001: 22).

- Elektronik ticaretin getirdiği diğer bir yenilik daha önceleri devletlerin ve işletmelerin tekelinde olan bilgiye çok daha hızlı ve kolay ulaşma imkanı sağlamasıdır. Veri tabanlarına kolay ulaşım ve e-posta, geleneksel eğitim ve öğretim alışkanlıklarını değiştirmektedir. Tüketiciler internet sayesinde, yeni mamul ve ürün bilgilerine kolay ulaşabilmekte, bilgi sahibi olmakta ve alternatif ürünleri karşılaştırarak, kolayca satın alabilmektedir.

- Elektronik ticaret, mal ve hizmetlerin çoğu kez üreticiden tüketiciye aracısız olarak ulaşmasını sağladığından, maliyet ve zaman açısından hem satıcı hem de tüketicinin lehinedir ([www.turnamedia.com](http://www.turnamedia.com) , 02.07.2010).

#### **2.8.1.2. Olumsuz Etkileri**

- Elektronik ticaretin sağladığı olanaklara karşın, üreticiler, aynı tür ürünleri elektronik yoldan pazarlayan pek çok üretici ile rekabet etmek zorunda kalacaklardır. Hayatta kalabilmeleri için daha esnek ve etkin olmaları, kendilerini artan rekabete hazırlamaları gerekmektedir (Elibol, ve Kesici: 324).

- E-ticaret, bilim ve teknolojiyi üreten, süratle ekonomik ve toplumsal faydaya dönüştüren gelişmiş ülkeler ile endüstri toplumu olmadan bilgi



toplumu olmaya çalışan geri kalmış ve gelişmekte olan ülkeler arasındaki refah düzeyi farkını daha da artıracaktır.

- Elektronik ticaret (internet), bir yandan yeni iş alanları, görev ve unvanlar ortaya çıkarırken, diğer yandan da organizasyonların yatay ve dikey olarak büzülmesi ve geleneksel ticarete rol alan bazı unsurların ortadan kalkması nedenleriyle işgücü fazlası ortaya çıkacak, dolayısıyla işsizlik artacaktır.

- E-ticaret (internet), bütünü ile ele alındığında teknik yapısı itibarı ile denetime müsait bir nitelikte değildir. İnternete girmek, yararlanmak ve çeşitli olanakları kullanmak için herhangi bir yasal formalite, başvuru izni, onay gibi işlemler söz konusu değildir. İnternetin hukuki anlamda bir sahibi yoktur; belli bir işleticisi ve/veya yöneticisi de yoktur. Bu nedenle internetin kullanımında ortaya çıkabilecek suistimalleri, aşırılıkları, usulsüzlükleri, kural dışı davranışları denetleyip, yaptırım uygulayacak merkezi bir otorite de bulunmamaktadır. İnternetin bu niteliği, uluslararası ya da uluslar üstü organizasyonlar tarafından dikkate alınmalı ve çözüm üretilmelidir (Canpolat, 2001: 23).

- E-ticaretin en büyük dezavantajı internetin finansal para aktarımları açısından güvenlik açıklarının bulunmasıdır. İnsanlar kişisel bilgilerinin ele geçirilmesinden endişe etmektedir.

- Elektronik ticaret çabuk bozulan ürünler için bir ticaret sunmamaktadır. Bunun nedeni insanların hala bu tür ürünleri geleneksel yolla almak istemeleridir.

Elektronik ticaretin avantajlarını ve dezavantajlarını inceledikten sonra, avantajlarının çok daha ağır bastığı aşıkardır. İşletmeyi daha çok sayıda insanlara tanıtmak için gereken en önemli şeyler güven inşa etmek ve teknik problemlerin üstesinden gelmektir ([www.thefreelibrary.com](http://www.thefreelibrary.com) 11 şubat 2010).

### **2.8.2. Elektronik Ticarete Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri**

Günümüzde elektronik ticaret hacmi hızla artış göstermesine rağmen beklenen seviyeyi henüz yakalayamamıştır. Çünkü internete dayalı olarak gelişen elektronik ticaret yeni sorunları da beraberinde getirmektedir. Bunları

finansal, yasal, altyapısal ve sosyal sorunlar olarak dört başlık halinde toplayabiliriz.

### **2.8.2.1. Finansal Sorunlar ve Çözüm Önerileri**

İnternete girmek için birinci koşul bir bilgisayara sahip olmak, ikinci koşul bu bilgisayara modem takılmasını sağlamaktır. Üçüncü olarak bir telefon aboneliğine ihtiyaç vardır. Dördüncü olarak ta internet servis sağlayıcılara ihtiyaç vardır. Bu dört unsurun toplam maliyeti internette işlem yapmanın başlangıç maliyetini oluşturur. Bu başlangıç maliyeti ile internette işlem yapma maliyetinin yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Yapılan bir araştırmada Avrupalı tüketicilerin online alışverişe, ABD'li tüketicilerden üç kat daha fazla harcama yaptıkları ortaya çıkmıştır. Diğer taraftan OECD tarafından yayınlanan bir rapora göre, yüksek telefonhat ücretleri, firmalar arası e-ticaretin gelişimini engellemektedir. Türkiye'de, bu maliyetler tüketicilerin satın alma gücüne göre yüksek olmakla birlikte, OECD üyesi ülkeler arasında en düşük düzeyde olanlar arasındadır. E-ticaretin gelişmesinin önündeki en önemli engellerden biri, herkesin kolay ve ucuz ulaşacağı bir ortamın oluşturulamamasıdır ([www.e-ticaretmerkezi.net](http://www.e-ticaretmerkezi.net), mart 2010).

Diğer bir sorun ise, sanal ortamdaki ödeme araçlarını oluşturmaktır. Dünya üzerinde internetin gittikçe yaygınlaşması sonucu ticaretinde bu yeni iletişim kanalıyla yapılmaya başlaması, üretici ve tüketicilere yeni alım satım olanakları sunmuş, buna bağlı olarak da yeni ödeme şekilleri doğmuştur. 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-para'nın 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 olması ve para ve mali politikalarla vergilendirme ile ilgili sistemlerin e-para kullanımına uygun hale getirilememesidir (Kırveli, 2006: 75).

Elektronik ticaretle birlikte hem vergi hukukunda hem de vergi politikalarında yeni gelişme ve sorunların ortaya çıkması kaçınılmazdır. Uluslar arası elektronik ticarete verginin tahsilatı, ödeme araçlarının geliştirilmesi, gümrük prosedürlerinin basitleştirilmesi ve elektronik ticarete uygun hale getirilmesi önemlidir ve çözüme kavuşturulması gerekir (Canpolat, 2001: 23).

Özellikle vergisel sorunlara her ülke kendi yasal çerçevesinden bakmaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojisindeki gelişmeler bir taraftan vergi idaresine teknolojik imkanlardan yararlanarak performansını artırma imkanı sunmakta, bir taraftan da vergiden kaçınma ve vergi kaçakçılığı imkanlarını arttırmaktadır. Bu durumda, vergi idaresinin, teknolojik imkanlardan en fazla yararlanması ve ortaya çıkabilecek vergi kayıp ve kaçaklarını da en aza indirmesi gerekmektedir.

Elektronik ticaretin vergilendirilmesi konusuna uluslararası düzeyde ve mümkün olduğunca da mevcut vergileme ilke ve kavramlarına dayanılarak ortak bir çözüm bulunması düşüncesi genel kabul görmüş durumdadır. Böylece, BM ve OECD gibi kuruluşlarda gerekli çalışmalar başlatılmış durumdadır (Yükçü ve Gönen, 2009: 6).

Ülkemizde vergi idareleri bugünkü donanımlarıyla ve geleneksel denetim teknikleriyle, sayısallaştırılmış ürünlerin satışlarına ilişkin kontrolleri uygulayacak kapasiteye sahip değillerdir. Özellikle elektronik ticaretten kazanç sağlandığı zaman, bu kazancın nereden elde edildiği ve vergi mükellefinin sanal ortamda kimliği ve ikametgâhına ilişkin bilgilerin doğruluğunu belirlemek oldukça zordur (Yükçü ve Gönen, 2009: 6).

#### Çözüm Önerileri

Finansal sorunların temel noktasını ödemeler oluşturmaktadır. 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 (Kırveli, 2006: 78).

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 (Secure Sockets Layer), 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 (<http://www.bilgiportal.com/v1/idx/19/242/Gvenlik/makale/ETicarette-Gvenlik.html>).

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 (Kırveli, 2006: 80).

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 (Kırveli, 2006: 80).

SET (Secure Electronic Transaction), elektronik ticarete, internet üzerinde güvenli bilgi aktarımını sağlamak amacıyla aralarında VISA, MasterCard ve IBM'in de olduğu kuruluşlar tarafından geliştirilen bir protokoldür. SET uyumlu ilk alışveriş, 18 Temmuz 1997'de San Francisco'da yapılan tanıtımla İspanya ve Singapur'da bulunan sanal mağazalardan gerçekleştirilmiştir. Garanti Bankası Şubat 1998'de gerçekleştirdiği SET uyumlu alışverişle, bu protokolü kullanmaya başlayan Dünya'da yedinci, Avrupa'da dördüncü ve Türkiye'de ilk kuruluş olmuştur (<http://www.bilgiportal.com/v1/idx/19/242/Gvenlik/makale/ETicarette-Gvenlik.html>).

Amaç, internet üzerinden kredi kartıyla güvenli ödeme yapabilmektir. Diğer bir deyişle, kullanıcının kredi kartı ikinci taraflarca okunmamalı ve ödeme emrindeki mal miktarı, ödeme miktarı zaman bilgisi vb. diğer bilgiler, hem alıcı, hem satıcı hem de aracı kurum olarak banka tarafından inkar edilemez nitelikte olmalıdır

SET, özellikle on-line (gerçek zamanda) kredi kartı bilgileri iletimi için geliştirilmiş bir standarttır. SET, kredi kartı ile yapılan online ödemelerde, bilgilerin internet üzerinden aktarımında gizlilik ve güvenlik entegrasyonunu sağlar. SET protokolü sadece müşteri (ürün siparişi veren kredi kartı sahibi) ile sanal dükkan (e-dükkan) ve kredi kartı şirketi arasındaki ödeme fazını şifreler (<http://www.bilgiportal.com/v1/idx/19/242/Gvenlik/makale/ETicarette-Gvenlik.html>).

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 problemlerinin çözümlerine henüz ulaşamamıştır (Kırveli, 2006: 80).

Diğer bir güvenli çözüm yöntemi dijital imza olabilir. Günlük hayatta kullanılan imzalarda olduğu gibi, dijital imzalar da elektronik ortamda gönderilen bilginin veya e-mail'in kime ait olduğunu göstermek için kullanılır. Dijital imzaların oluşturulmasında ve doğrulanmasında dijital sertifikalar kullanılır. Gönderdiğiniz veriyi imzalamak için kendinize ait bir dijital sertifikanız bulunmalıdır(<http://www.bilgiportal.com/v1/idx/19/242/Gvenlik/makale/ETicaret/e-Gvenlik.html>).

### **2.8.2.2. Yasal Sorunlar ve Çözüm Önerileri**

Gelişen elektronik ticaret pazarı ve bu alandaki ticaret ilişkileri, yeni hukuksal düzenlemelere ihtiyaç duyulmasını sağlamıştır. Klasik ticaret için kullanılan ve geçerliliği küresel olarak kabul görmüş hukuksal düzenlemeler bazı durumlarda yetersiz kalmaktadır. Mevcut kanunların yetersiz kaldığı durumların başında uluslararası e-ticaret işlemleri gelmektedir. Ticaret ilişkisinde bulunan iki tarafın, klasik ticarete uluslararası hükümleri vardır. Ancak konu e-ticaret olunca ülkelerin bu alandaki standartlarını oluşturmamış ve konunun sınırlarını açıkça belirleyememiş olması karışıklığa yol açmaktadır. Elektronik ticaretin önündeki başlıca hukuksal sorunlar şu şekilde sıralanabilir;

- a) Fikri mülkiyet hakları
- b) Vergilendirme
- c) Onay işlemleri
- d) Uluslararası kanunlardaki eksiklikler
- e) Kişilerin gizlilik hakları
- f) Elektronik belgelerin geçerliliği sorunu
- g) Sayısal imzanın geçerliliği sorunu
- h) Servis sağlayıcıların sorumluluklarının belirlenmesi

i) Kanunların elektronik ortamlar göz önüne alınarak tekrar gözden geçirilmesi gerekliliği

j) Fiziksel malların teslimi ile ilgili olarak elektronik onay ve kabul belgelerinin geçerliliği

k) Klasik ticarete konu olan kişi ve kuruluşların mevcut yasal statüleri ve fiili durumlarının, elektronik ticaret gerekleri çerçevesinde yeniden düzenlenmesi ([www.elektonikticaretrehberi.com](http://www.elektonikticaretrehberi.com), haziran 2010).

Elektronik ticaretin günlük yaşamda ağırlığını hissettirmesiyle birlikte; hukuki düzenleme alanları da internet hukukunu birinci derecede ilgilendirir hale gelmiştir. İnternet alan isimlerinin korunması, kişisel verilerin korunması, tüketicinin korunması, elektronik kayıtların şekli, içeriği ve ispatı, elektronik sözleşme ve yabancı unsurlu işlemler konuları dikkat çeken başlıklar arasında yer almaktadır. Dijital imza, bilgisayar suçları, siber suçlar ve internet servis sağlayıcıların sorumlulukları internet hukukunun güncel konuları arasına girmiş ve tartışılmaya başlanmıştır (Alptürk, 2003:190).

Türkiye’de Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu Hukuk Çalışma Gurubu Raporunda kısaca elektronik ticarete ilişkin faaliyetler ve yasal düzenleme alanları incelenmiş ve temel olarak tüketicinin korunması, elektronik parayı kullanıma sunacak olan kurumla ilgili öncü bir yaklaşım sergilenmesi, elektronik ödeme araçlarının yasa dışı faaliyetler için kullanılmasının önlenmesi, elektronik işlemler sırasında açıklanan kişisel verilerin gizliliği ve korunması ile çevrimiçi ticaret sırasında haksız rekabet ve aldatıcı reklamların engellenmesi ve kamu alımlarında çevrimiçi sisteminin kullanımı konularında fikir birliğine varılmıştır.

#### Çözüm Önerileri

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 kamu oyuna açılması ve mevcut

kurumlarda eşgüdüm içerisinde çalışacak uygun kurumsal yapılanma modeli için gerekli hukuki altyapı hazırlanacaktır.

- Elektronik ticarete ilişkin temel yasal düzenleme çalışmaları sonuçlandırılacak, gelişimini 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 hızda 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. 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.

- İnternet çağında telif hakları konusu Türkiye’de hemen hemen hiç gündeme gelmemiştir. Ancak, konu Türkiye’de bilim ve kültür hayatına olması çok istenilen yaratıcılığın kazandırılmasıyla doğrudan ilgilidir ([www.elektonicticaretrehberi.com](http://www.elektonicticaretrehberi.com), haziran 2010).

### 2.8.2.3. Altyapısal Sorunlar

İnternetle birlikte alt yapı sorunu üst düzeye çıkmıştır. Ülkelerin internet bağlantısını kolaylaştırma ve erişim hızını artırma yönünde çalışmaları vardır. Etkin bir alt yapının sağlanamaması ve çoğu ülkenin kamu idaresince yürütülen telekom faaliyetleri, özel sektörün bu alanda faaliyetlerini kısıtlamaktadır. Kısıtlanan faaliyetler beraberinde yüksek maliyetler ve kalitesiz ancak pahalı erişim seçeneklerini beraberinde getirmektedir. Son yıllarda uydu üzerinden erişim ve daha yüksek kalitede kablolar kullanılarak mevcut imkanların iyileştirilmesi yönünde yine özel sektör tarafından çalışmalar hızlandırılmıştır. Teknik bir olgu olarak elektronik ticaretin önündeki altyapı sorunlarının iyileştirilmesi büyük ölçüde kamu idaresini ilgilendirmektedir. ([www.elektronicticaretrehberi.com](http://www.elektronicticaretrehberi.com), haziran 2010)

#### Çözüm Önerileri

- Telekomünikasyon altyapısı iyileştirilmeli herkesin bu hizmetlerden yararlanmasına imkan tanınmalıdır.
- İletişim ve bilgi teknolojileri pazarlarının rekabete açılmasının önündeki engeller kaldırılmalıdır.
- İletişim alanındaki teknik standartlar belirlenmelidir.
- Elektronik sistemler ve işlemler içinde yer alan hizmet sağlayıcılar, kullanıcılar ve tüketiciler için güven ortamı tesis edilmelidir. ([www.e-ticaretmerkezi.net](http://www.e-ticaretmerkezi.net), Mart 2010)

#### 2.8.2.4. Sosyal Sorunlar ve Çözüm Önerileri

Elektronik ticaretin önündeki sosyal sorunlar ve çözüm önerileri şöyle sıralanabilir;

- a-)Kamu ve özel sektörün koordinasyon eksikliğini giderilmesi
- b) Elektronik ticarete ait sayısal verilerin oluşturulma yöntemlerinin geliştirilmesi, analizlerin sağlıklı yapılması
- c) Elektronik ticaret içinde yer alacak kurumların oluşturulması, bu kurumlar arasındaki hiyerarşi ve/veya işbirliği hususlarının irdelenmesi, idari alt yapının kurulması
- d) Elektronik ticaretle ilgilenen kişi ve kuruluşlar için, ilgili merciler tarafından, elektronik ticareti tanıtıcı eğitim programlarının hazırlanması
- e) Elektronik ticaretin gerektirdiği bilgisayar sistemlerini edinmek isteyen kişi ve kuruluşlara, gerekli finansman desteğinin sağlanması
- f) Ticaret noktalarının ülkemizde de hızla geliştirilmesi için gerekli fiziki ve hukuki çerçevenin oluşturulması
- g) Devletin elektronik ticarete öncülük görevini yerine getirmesi, pilot projeleri uygulamaya sokup halkı bilinçlendirmesi ([www.elektronikticarethberi.com](http://www.elektronikticarethberi.com), haziran 2010).

### **3. ELEKTRONİK TİCARETTE MUHASEBE UYGULAMALARI VE VERGİLENDİRME**

#### **3.1. ELEKTRONİK TİCARETİN MUHASEBE SİSTEMİNE ETKİSİ**

Eğer bir faaliyet varlıkları, kaynakları etkiliyorsa, gelirlere veya giderlere neden oluyorsa, mali tablolarda açıklanması gereken olaylara götürüyorsa bu faaliyetler muhasebe sistemi ile ilgili demektir (IFAC,2002:11).

E-ticaret, işletme varlıklarını ve kaynaklarını etkiler, gelir veya giderlere neden olur. Bu nedenle e-ticaret muhasebe sistemiyle ilgili bir faaliyettir denilebilir (Parlakkaya, 2005:172).

Elektronik ticaret günümüzde herkesin yoğun ilgisini çekmektedir. Türkiye’de de işletmeler geniş müşteri kitlesine ulaşmak için, ticari faaliyetlerini değişen koşullara adapte edebilmek için bu alana yönelmeye başlamışlardır.

Bankacılıktan reel sektöre kadar hemen hemen her kesimde e-ticaret girişimleri hızla artmaya başlamıştır. Özellikle büyük şirketler ölçek ekonomisinden faydalanmak için “Business to business” işlemlerini internet üzerinden yapmak için girişimler yapmaktadırlar (Akkaş, 2000:1).

Kurulan internet şirketlerinin sayısının sürekli artması e-iş danışmanlarına, e-ticaret muhasebecilerine ,e-ticaret denetim müşavirlerine olan talebi arttırmaktadır. E-ticarete gösterilen ilgi muhasebeci, denetici ve müşavirlerin de, e-ticaretin beraberinde getirdiği muhasebe tekniklerine odaklanmalarını gerekli kılmıştır (Akkaş,2000:1).

Günümüz iş ortamında zamanlılık (yani; bilginin dağılım ve erişilebilirlik hızı) gitgide önem kazanan başka bir faktördür. Yıllık ve ya hatta 3 aylık raporlar bile pazar ile ilgili bilgi gereksinimini karşılamak üzere temel gelişmeleri yeterli zamanda yakalayamamaktadırlar. Ürün döngüleri kısalmıştır ve şirket stratejileri hiçbir zaman olmadığından daha da hızlı bir şekilde kullanışsız hale gelmişlerdir. Dönemsel raporlarda şu an kullanılan sistem, on yıllardır kullanılmaktadır ama iş

ortamı köklü değişimler geçirmektedir. Etkin Pazar hipotezinin, mali raporlamada karşılaştırılabilir bir açıklaması olmalıdır (Schneider, 1998:104).

İçinde bulunduğumuz dönemde teknoloji, istenilen, aslına uygun muhasebe verilerini işlem düzeyinde elde etmek ve ne zaman isterse yetkili olan kişinin, gereksinim duyduğu veriyi elde etmek üzere topladığı ya da işlediği ortamı sağlamak için vardır. Sonuç olarak, çağımızdaki üreticinin ürünü olan ve belki de çok iyi bir şey olmayan “tek beden herkese uyar, al ya da bırak” yaklaşımına sahip üreticinin mali tablolarının aksine, muhasebe verisi oldukça yüksek oranda güvenilir tüketici ürünü haline gelecektir. Modelin veri depolama ve çıkarımı parçası, mali raporlama için tamamen farklı bir paradigmanın gelişimi ile ilgili bir içerik sunmaktadır (Schneider, 1998:105).

Elektronik ticaretle birlikte muhasebe sisteminin özünde bir değişiklik olmamıştır. E-ticaret işlemlerinden kaynaklanan işlemlerin, kayıt altına alınması geleneksel ekonomideki faaliyetlerden çok farklı değildir. Elektronik ticaret işlemlerinin muhasebeleştirilmesi 01.01.1994 tarihinden itibaren uygulamaya konulan Tek Düzen Hesap Planına göre yapılmaktadır. Fakat şekil farklılığı kaçınılmazdır. Tutulması zorunlu defterler ve çıkarılan tabloların elektronik ortamlarda otomatik yapıldığı düşünülüğünde işlerde hızlanma, doğruluk oranının yüksekliği, kayıt ve kırtasiye tasarrufu gibi değişiklikler olmuştur (Yükçü, ve Gönen, 2009:7).

İnternet haberleşme ve bilgi boyutunu değiştirdiği gibi ticaret hayatına da farklı bir hız ve canlılık getirmiştir. Bu değişiklik daha çok ödeme sisteminde, sipariş sisteminde ve maliyetlerde göstermektedir. Elektronik ticaretin müşteri ve zaman kısıtını ortadan kaldırması sayesinde bazı sanal firmalar gerçek mağazaların yapamayacakları kadar satış yapmaktadırlar.

Bu durum, yeni Türk Ticaret Kanunu yasa tasarısına sermaye şirketlerine web sitesi yapma zorunluluğu hükmünü koydurmuştur ve bu hükme göre sermaye şirketlerinin web sitesinin kolaylıkla güncellenebilir olması gerekmektedir. Finansal tabloların, bunların dipnotlarını, yıllık raporların ve şirketle ilgili benzer kayıtların web sitesinde yayınlanması istenmektedir. Ayrıca web sitesine

konulması gereken içeriği usulüne uygun bir şekilde koymayanlara 6 aya kadar hapis cezası düzenlemesi getirilmiştir (Arıkan, 2006:57).

Elektronik ticaret ABD'deki şirketlerin öncülüğünde başlamış ve yaygınlaşmıştır. ABD'deki Sermaye Piyasası Kurulu'nun (Securities Exchange Commission) internette faaliyet gösteren şirketlerin muhasebe uygulamaları üzerinde yaptığı araştırma sonucunda topladığı bilgiler üç temel noktaya işaret etmektedir (Akkaş, 2000:2).

1-) İnternet şirketleri arasında farklı muhasebe uygulamaları bulunmaktadır.

2-) Mevcut muhasebe prensip ve standartları internette yürütülen işlemlerin nasıl muhasebeleştirileceğine değinmemektedir.

3-) ABD SPK'sı bir takım uygulamaların genel kabul görmüş muhasebe standartları ile uyumlu olmadığı görüşündedir.

Tespit edilen sorunların bazıları internet üzerinden yapılan işlemlerde yeni iş modellerinin kullanılmasından kaynaklanmakta bazı sorunlar ise eski ekonomik faaliyetlerini ilgilendirmektedir. İnternet sitelerinde rastlanan reklam iş ortakları, kupon ve iade promosyon programları aslında eski ekonominin faaliyetleridir.

Bu bağlamda ABD SPK'sı internet üzerinden yapılan işlemlerin muhasebeleştirilmesinde mümkün olduğunca, eski ekonomideki muhasebe modellerinin baz alınması görüşündedir (Akkaş, 2000:2).

İşletme Yönetimi, elektronik muhasebe bilgi sisteminde üretilen bilgilerin güvenilirliğini sağlamak zorundadır. Bunun içinde bilgi teknolojisi riskleri iyi tanınmalıdır. Elektronik muhasebe bilgi sisteminin güvenilirliği, bilgi teknolojisi sisteminin güvenilirliğine bağlıdır. Bunun sağlanması ise bilgi teknolojisi sisteminin sık sık kontrol edilmesine bağlıdır. Elektronik muhasebe bilgi sisteminde üretilen bilgi, sistemin hatasız çalışması durumunda güven verir. Muhasebe bilgilerinin güvenilir olması için IFAC (İnternational Federation Of Accountents) tarafından elektronik muhasebe ilkeleri geliştirilmiştir (Dinç ve Varıcı, 2008:200).

Bunlar

- Muhasebe bilgilerinin güvenilirliği ile ilgili ilkeler,
- Muhasebe bilgi süreci ile ilgili ilkeler'dir.

Muhasebe verileri, bilgi teknolojileri uygulamaları aracılığı ile elde edildiğinden beri, muhasebe bilgi sisteminin güvenliği daha da önemli hale gelmiştir. Bu yüzden işletme yönetimi muhasebe verilerinin güvenlik derecesini artırmak, gerekli tedbirleri almak, geliştirmek ve uygulamak zorundadır.

Bilgi teknolojisi sisteminde, aşağıdaki güvenlik ilkeleri uygulandığı zaman, daha güvenilir muhasebe bilgileri üretilebilmektedir. Bu ilkeler genel kabul görmüş muhasebe ilkelerine ilaveten yeni güvenlik ilkeleri olarak ortaya konmuştur (IFAC,2002:10).

- **Bütünlük:** Bu ilke, muhasebe verileri ve bilgileri tamamlanıp doğrulanması,sistemin işler hale gelmesi ve tüm bu veri,bilgi ve sistemin yetkisiz kişiler tarafından sisteme girilerek yetkisiz veri değişimi yapılmasına karşı korunmasını ifade eder.
- **Uygunluk:** Bu ilke, yönetimin işletme faaliyetlerini sürdürebilmesi için donanım, yazılım, bilgi ve verilerin sürekli bir şekilde var olması ve yazılım, donanım, bilgi, veri ve gerekli bilgi teknolojisi organizasyonunun makul bir zaman dilimi içinde işletilebilir olmasını ifade eder. Örneğin dijital kayıt ve defterlerin, kısa bir sürede insanlar tarafından okunabilir hale getirilmesi önemlidir. Bu dönüşümün kısa sürede ve güvenli bir şekilde olması gerekir.
- **Gizlilik:** Bu ilke, üçüncü kişilerden elde edilen bilgilerin yetkin olmaksızın başkalarına iletilemeyeceğini veya açıklanamayacağını ifade eder.
- **Güvenilirlik:** Bu ilke, güvenilirlik ilkesini kabul etmiş kişilere işlemlerin izlettirilmesi ile alakalıdır. Ancak yetki prosedürleri kullanılarak

yapılabilir. Veri ve bilgiler otomatik değiştirildiği zaman, karşı tarafın dijital imza prosedürleri kullanarak tanınması önemlidir.

- **Yetkililik:** Sadece belli kişilerin belli veri, bilgi ve sistemi kullanabilmesi ve sadece yetkili kişilerin bu sistem için tanımlanmış hak ve yetkileri kullanabilmesi anlamına gelir.
- **Kabul Edilebilirlik:** Bu ilke, bilgi teknolojisi içeren prosedürlerin arzulanen yasal sonuçları da beraberinde getirmesi yeteneği olarak tanımlanır.

#### **Muhasebe bilgi süreci ilkeleri:**

Elektronik işletme faaliyetleri, işletmenin varlıklarını veya borçlarını, gelir ve giderlerini, mali tablolardaki sonuçları etkilediği kesindir. Bu yüzden elektronik işletme faaliyetlerinin muhasebe sistemi ile ilişki içindedir.

Eğer muhasebe sistemi, muhasebe bilgileri güvenlik ilkeleri ile muhasebe bilgileri güvenlik ilkeleri ile muhasebe bilgi süreci ilkelerine uyuyorsa o zaman muhasebe bilgilerinin güvenilirliği daha da artar. Muhasebe bilgi süreci ilkeleri ise aşağıdadır (IFAC, 2002:11).

- **Eksiksizlik:** Bu ilke elektronik işletmelerde yapılan işlemlerin kapsamını ve ölçüsünü anlatır. Her işlem teker teker tanımlanmalı ve ayrı ayrı kaydedilmelidir. İşlemlerin eksiksiz yapılması işlemin yapıldığının kanıtlanmasına yardımcı olur.
- **Doğruluk:** Bu ilke üretilen bilgilerin, elektronik işletme işlemlerini doğru bir şekilde yansıtmasını ifade eder. Kayıtlı işlemler gerçek durumları yansıtmalıdır.
- **Zamanlama:** İşlemlerin zamanında kaydedilmesi gerektiğini ifade eder. İşlemlerin ortaya çıktığı an ile işlemlerin kaydedildiği an arasındaki mesafe artarsa fazladan kontrol faaliyetlerinde bulunmak gerekir.
- **Değerlendirilebilirlik:** Bu ilke Finansal Tablolar'daki her açıklama ve bilginin doğrulanabilir olmasını ifade eder.

- **Sıralama:** Muhasebe sisteminde ortaya çıkan muhasebe verilerinin, aktif-pasif, gelir-gider şeklinde sınıflandırması ve kronolojik olarak sıraya konulmasını ifade eder.
- **Değiştirilemezlik:** Bu ilke işlemlerin kaydedildikten sonra bir daha değiştirilemeyeceğini ifade eder.
- **Saklanabilirlik:** Elektronik işletme işlemlerinin, kayıtlarının, belgelerinin ve defterlerinin güvenli bir şekilde saklanması ile ilgilidir. Bu aynı zamanda yasal bir zorunluluktur.

İnternet ortamında yürütülen e-ticaret gün geçtikçe önemli bir boyut kazanmaktadır. Bu doğrultuda internet ortamında ticaret yapan işletmelerin bağımsız denetimleri de önemli ve yeni risk unsurları taşımaktadır. Bu risklerin tanınması ve bu risklere karşı tedbir alınması doğrultusunda IFAC tarafından yeni bir yönerge yayınlanmıştır. Bu yönergenin adı Finansal Tabloların Denetiminde E-Ticaretin Etkisi(Electronic Commerce-Effect on the Audit of Financial Statements). Söz konusu yönerge aşağıdaki öğeleri kapsamaktadır (Aktaş, 2008: 82-83).

-Denetimdeki e-ticaretin etkisini anlamak için gerekli bilgi ve beceri düzeyi,

-Denetlenen şirketin sektörü, çevresi ve faaliyetleri hakkında denetçinin sahip olması gereken bilginin kapsamı,

-E-ticaretle uğraşan işletmelerin karşılaştıkları hukuki riskler, iş riskleri ve diğer riskler,

-E-ticaretle uğraşan işletmelerin iç kontrol sistemlerinin incelenmesinde karşılaşılan işlemin doğruluğu ve bilginin güvenilirliği gibi endişeler,

-Elektronik kayıtların denetim kanıtları üzerindeki etkisi,



### 3.2. BELGE VE KAYIT DÜZENİ

E-ticaret sadece ticaretin şeklini değiştirmekle kalmamış, işletmelerde muhasebe sistemini etkileyen elektronik faturalama, elektronik arşivleme ve EDI(EVD), gibi kavramları da ortaya çıkarmıştır (Parlakkaya, 2005: 172).

Elektronik faturalama; tüm ülkelerde standart hale getirilmiş disiplinler halinde kurumların faturalarının elektronik olarak saklanması ve kurumlar arasında transferini öngören bir sistemdir. Bu faturalar elektronik olarak arşivlenir ve ilgili kurumlara elektronik olarak gönderilir.

Elektronik arşivleme; verilerin elektronik ortama girilmesi, endekslenmesi, saklanması ve elektronik ortamda belgelerin görüntülenmesini ifade eder.

Elektronik Veri Değişimi (EDI-EVD) daha öncede açıklandığı gibi siparişler ve diğer muhasebe verilerinin güvenli ve doğru bir şekilde internet üzerinden muhasebe sistemlerine transfer edilmesini sağlar (Parlakkaya, 2005:172).

Ticaretin hukuk altyapısı sözleşme kurumudur. Bu bağlamda, elektronik ticarete, elektronik sözleşmeler vasıtasıyla yapılır. Türkiye'nin de belirlediği Kıta Avrupası Sözleşme hukuku kurallarına göre sözleşmelerin hukuki geçerliliği belirli sözleşmeler haricinde hiçbir şekilde bağlı değildir. Kanunen yazılı şekillerin arandığı hallerde ise tarafların irade beyanlarının yazılı yapılması ve bunun imza ile teyit olunması ve resmi şekil arandığı hallerde işleme resmiyet kazandıracak kurum önünde sözleşmesi gerekmektedir (Akbulut,2007:455).

Elektronik sözleşme (e-sözleşme) kavramı, Avrupa Parlamentosu ve Konseyi'nin 8.6.2000 tarih ve 2000/31/EC sayılı Elektronik Ticaret Direktifi'nin 1. maddesinde düzenlenmiştir. Direktifte, e-sözleşmenin tanımı yapılmamış fakat e-sözleşmelerin, kağıda dayanan, geleneksel usul ve araçlarla yapılan sözleşmelerle eşit hukuki statüde olması amaçlanmıştır (Akbulut, 2007: 457).

İnternetin günlük hayata sıra dışı bir hızla girip, her alanda kullanılabilir hale gelmesi, hukuku da etkilemiştir. Sözleşmelerin kurulmalarından başlayarak

belgelerin, özellikle faturaların teyit mektuplarının, ihtar ve ihbarların, taşıma senedinin, sigorta poliçesinin elektronik ortamda oluşturulması ve bu belgelerin bir kısmının elektronik ortamda saklanmaya başlanması; şirketlerde yönetim kurulu, genel kurul gibi organların toplantılarına ilişkin çağrıların e-posta ile yapılması, toplantıya katılmanın öneri sunmanın, oy kullanmanın fiziki olarak değil sanal yolla gerçekleştirilmesi, kararların aynı yolla alınıp güvenli elektronik imza ile imzalanması kanun koyucuları yeni kanunlar çıkarmaya veya mevcut kanunlarda değişiklik yapmaya yöneltmiştir. Almanya, Fransa ve İskandinav ülkeleri başta olmak üzere bir çok ülke, 2000 yılından beri e-postayı, e-ticareti ve yönlendirilmiş e-mesajı ticaretin bir parçası haline getirmişlerdir (TTK tasarısı, 2005:4). Türkiye’de de bu gelişmeler ışığında yeni bir Türk Ticaret Kanunu Taslağı hazırlanmıştır. Söz konusu taslakta 6762 sayılı Türk Ticaret Kanunu’nda yer almayan elektronik işlemlere ilişkin düzenlemeler de bulunmaktadır. Bunlar kısaca aşağıdaki başlıklar altında toplanabilir (Akbulut,2007:469);

- 1- Web sitesi oluşturma zorunluluğu,
- 2- Beyanlar, belgeler ve senetler,
- 3- Güvenli elektronik imza,
- 4- Elektronik ortamda yönetim kurulu ve genel kurul,
- 5- Elektronik posta (e-posta) ile yapılacak işlemler,
- 6- Elektronik ortamda yapılacak diğer işlemler,
  - a- Defter ve belgelerin elektronik ortamda tutulması,
  - b- Ticaret sicil kayıtlarının elektronik ortamda tutulması
  - c- Web sitesinde gösterilmesi gereken hususlar.

Tüm çağdaş vergi sistemlerinde olduğu gibi Türk vergi sistemi de beyan esasına dayanmaktadır. Beyanın dayanağı ise yasal defter ve belgelerdir. Belge düzeni, beyan usulünün zorunlu bir unsurudur. Belgeleme yükümlülüğü vergi

denetimi açısından ve mükellefler için de ispat açısından önemlidir (Arıkan, 2006:59).

Geleneksel teslimin söz konusu olduğu mal ve hizmetler için defter ve belge düzeni geleneksel yollara sürdürülebilir ancak tamamen elektronik ortamda gerçekleşen sayısal mal ve hizmetler için kağıda dayalı bir kayıt düzeni öngörülmesi gerçekçi değildir. Bu mal ve hizmetlere ilişkin defter ve belge kayıtları da elektronik ortamda gerçekleşecektir (Parlakkaya, 2005:172).

Elektronik ticaret ortamında belge düzeni konusunda karşılaşılabilecek sorunlar ise şunlardır;

- Sistemde kullanılan belgelerin kontrol edilerek kayıt dışının önüne geçilmesi,
- Alıcı ve satıcının yüz yüze gelmediği bu ortamda kişilerin kimlikleri konusundaki bilgilerin doğruluğunun garanti edilmesi, böylece sahte ve muhteviyatı itibarıyla yanıltıcı belge düzenlenmesinin önlenmesi.

Bu iki sorunun aşılması için belge düzeni konusunda mevcuttaki işlevlerin elektronik ortama uyarlanması gerekmektedir (Aktaş, 2008:84).

Ayrıca bilgisayarda tutulan defter ve belgelerin manyetik ortamlarda saklanması, muhasebedeki işlerin hızlanması, yapılan yanlışların hemen belirlenebilmesi, hatanın anında ortadan kaldırılması, kayıt ve kırtasiye tasarrufu sağlaması gibi faydalı yönleri vardır. Elektronik muhasebede dikkat edilmesi gereken en önemli unsur, belgelerin sonradan değiştirilmesidir. Bunun için önlemler alınmalıdır. Örneğin; bir defaya mahsus kayıt yapılabilen disklerin kullanılması şeklinde olabilir. Ayrıca kullanılan yazılımların da ticari belgelerin belli bir süreden sonra değiştirilmesine ve silinmesine imkan vermeyecek şekilde hard disk yada CD’lerde saklanmasına izin verilmelidir (Dinç ve Varıcı, 2008:206).

Artık elektronik beyanname, elektronik bildirge, elektronik devlet gibi birçok uygulamada elektronik ortamda gönderilebilmekte ve sisteme aktarılabilmektedir. Bunun için gerekli altyapı tamamlanmıştır. Verilerin

elektronik ortamda gönderilmesi uygulaması elektronik devlet anlayışı bünyesinde gittikçe genişletilmektedir (Dinç ve Varıcı, 2008:206).

### 3.2.1. Elektronik Fatura

Fatura, ticari faaliyetlerde kullanılan önemli belgelerin başında gelmektedir. VUK' un 229. maddesine göre : fatura, satılan mal veya yapılan iş karşılığında müşterinin borçlandığı tutarı göstermek üzere malı satan veya işi yapan tarafından müşteriye verilen ticari bir belgedir (Ertaş, 2007:23). VUK'un 230. maddesinde ise faturanın şekli belirtilerek içermesi gereken asgari bilgiler sayılmıştır.

E-ticarette kağıdın kullanılmadığı sanal bir ortam söz konusudur. Daha önce sanal ortamdaki kayıtlar çok fazla güvenilir kabul edilmediği için uygulamada sanal ortamdaki kayıtlar, yasal defterlere aktarılmadığı sürece vergi sistemimize göre geçerli kabul edilmemektedir.

Ancak yapılan yasal değişiklikler sonucunda 213 sayılı Vergi Usul Kanunu'nun mükerrer 242. Maddesinin 2 numaralı fıkrası hükmü ile Maliye Bakanlığı'na verilmiş olan elektronik defter ve belge düzenine ilişkin yetki 2006 yılında kullanılmıştır. Anılan yetkiye istinaden yayımlanan 361 seri numaralı Vergi Usul Kanunu genel tebliğinde; Vergi Usul Kanunu uyarınca kağıt ortamında düzenlenen, tutulan, muhafaza ve ibraz edilen defter ve belgeler yerine, aynı bilgileri içeren elektronik defter ve belgelerin oluşturulması, kaydedilmesi, iletilmesi, muhafazası ve ibrazına ilişkin usul ve esaslar belirtilmiştir (Akarca, 2008: [www.muhasabedergisi.com](http://www.muhasabedergisi.com)). Bu tebliğde düzenlenen e-fatura, yeni bir belge türü olmayıp, kağıt fatura ile aynı hukuki niteliklere sahiptir ([www.efatura.gov.tr](http://www.efatura.gov.tr). 07.09.2010).

E-Fatura Uygulamasının sağlıklı bir biçimde gelişmesini sağlamak amacı ile, uygulamanın kademeli bir biçimde yaygınlaştırılması planlanmaktadır. Bu bakımdan başlangıç olarak, anonim ve limited şirket statüsünü haiz mükelleflerin uygulama kapsamında e-Fatura gönderme ve/veya almasına izin verilmesi uygun görülmüştür. Gerçek kişilerin ise e-Fatura Uygulaması bünyesinde e-Fatura

göndermeleri ve almaları mümkün bulunmamaktadır (VUK 397 no'lu Genel Tebliği, 2010) .

Uygulamadan faydalanmak isteyen mükelleflerin (anonim ve limited şirketlerin); elektronik ortamda tutmak istedikleri defter ve belgelerini, elektronik muhasebe sistemlerini oluşturan donanım ve muhasebe programlarını, kayıtların nasıl oluşturulduğu ve saklandığını, personel ve sistem güvenliklerini içeren bir rapor hazırlamaları ve elektronik defter ve belgelerin veri formatında tutulması ve gönderilmesine ilişkin aşamalı bir planla birlikte yazı ekinde Başkanlığa göndermeleri gerekmektedir.

Başvuru üzerine işyerinde Başkanlık personeline yapılacak tespitten sonra, şartları taşıyan mükelleflerle Başkanlık arasında bir protokol yapılacak ve uygulama öncesi hazırlık dönemine başlayabilecekleri bir yazı ile kendilerine bildirilecektir.

Hazırlık döneminin mükellef için yeterli olmaması halinde, döneme ilişkin süre Başkanlıkça uzatılabilecektir. Ancak, bu dönem her halükarda 5 yıldan fazla sürmeyecektir. Hazırlık dönemi içinde mükellefler, sadece elektronik ortamda tutmak istedikleri defter ve belgelerini hem elektronik ortamda hem de kağıt ortamında tutacaklardır. Hazırlık dönemini başarı ile geçiren mükellefe, elektronik defter ve belge uygulaması için bir izin belgesi verilecektir. Mükellefler, yapılan protokolda belirlenen tarihten itibaren defter ve belgelerini yalnızca elektronik ortamda tutabileceklerdir.

İzin alan mükellefler alış ve gider belgelerini, veri formatındaki bilgileri içerecek şekilde elektronik kayıt ve belge haline getirecekler, ayrıca bu belgeleri orijinal haliyle de kağıt ortamında muhafaza edeceklerdir. Mükellefler, anlaşmalı matbaalarda bastırmak veya notere tasdik ettirmek suretiyle Vergi Usul Kanunu uyarınca düzenlemek zorunda oldukları belgelerin aslını, kağıt ortamında düzenleyerek ilgili kişiye verecek, ancak bu belgelerin ikinci nüshalarını veri formatına uygun şekilde elektronik ortamda elektronik belge olarak muhafaza edeceklerdir (VUK 397 no'lu Genel Tebliği, 2006).

Mükellefler, elektronik defter ve belgeleri Başkanlığın belirleyeceği dönemlerde DVD-R'lara kaydedecekler ve Gelir İdaresi Başkanlığına göndereceklerdir. Başkanlıkça ön denetime tabi tutularak, belirlenmiş olan formata uygunluğu kabul edilen veriler, vergi kanunları karşısında kağıt ortamında tutulan defter ve belgeler gibi kabul edilecektir.

Ayrıca mükelleflerin, verilerini Başkanlığa göndermiş olmaları, defter ve belgelere ilişkin muhafaza ve ibraz ödevlerini ortadan kaldırmamaktadır. Sisteme dahil olan kurumlardan kağıt ortamında ya da güvenli elektronik imza ile imzalanmış fatura alan alıcılar bu faturaları yasal defterlerine kaydederek gider gösterebilecek ve indirim konusu yapabileceklerdir (VUK 397 no'lu Genel Tebliği, 2006).

E-Faturanın veri bütünlüğünün sağlanması ile kaynağının inkar edilemezliği Mali Mühürle garanti altına alınmaktadır. Mührün doğruluk ve geçerlilik kontrolünün ancak elektronik ortamda yapılabilmesi nedeniyle e-Faturanın kağıda basılarak saklanması söz konusu değildir. Bu nedenle mükellefler, düzenledikleri ve aldıkları e-Faturaları, üzerindeki Mali Mühür'ü de içerecek şekilde kanuni süreler dahilinde kendi bünyelerindeki elektronik, manyetik veya optik ortamlarda muhafaza ve istendiğinde elektronik, manyetik veya optik araçlar vasıtasıyla ibraz edeceklerdir.

Muhafaza ve ibraz yükümlülüğü, arşivlenen faturaların doğruluğuna, bütünlüğüne ve değişmezliğine ilişkin olan her türlü elektronik kayıt ve veri, veritabanı dosyası, saklama ortamı ile doğrulama ve görüntüleme araçlarının tümünü kapsamakta olup, e-Faturalara istendiğinde kolaylıkla erişilemeyi, anlaşılabilir ve eksiksiz bir biçimde görüntüleyebilmeyi ve faturaların okunabilir kağıt baskılarını üretebilmeyi sağlayacak biçimde yerine getirilmelidir (VUK 397 no'lu Genel Tebliği, 2010) .

Vergi Usul Kanunu kapsamında yapılacak düzenlemeler çerçevesinde kullanılmak üzere, tüzel kişi ve diğer kurum, kuruluş ve işletmelere ait veri bütünlüğünün, kaynağın ve içeriğinin garanti altına alınması ile gerekli durumlarda gizliliğin sağlanması fonksiyonlarının yerine getirilmesi amacı ile oluşturulan ve e-Fatura

Uygulamasını bünyesinde yapılan işlemlerde kullanılması zorunlu olan Mali Mühür, Başkanlık adına TÜBİTAK-UEKAE tarafından hazırlanan elektronik sertifika alt yapısını ifade etmektedir. Kullanım alanı ve bahsedilen fonksiyonları nedeni ile Mali Mühürün, kurumun bildirilen yetkili veya yetkililerinin kontrolü altında kullanılması, yetkili kişi veya kişilerin değişmesi halinde de yeni yetkili veya yetkililerin derhal belirlenmesi ve bunlara ait bilgilerin Başkanlıkça belirlenecek yöntemlerle bildirilmesi zorunludur (VUK 397 no’lu Genel Tebliği, 2010) .

E-Fatura Uygulaması, Vergi Usul Kanunu kapsamında düzenlenmesi zorunlu olan fatura dışında kalan belgelerin de taraflar arasında dolaşımına imkan verecek şekilde tasarlanmıştır. Bu çerçevede, taraflar arasında elektronik belge olarak dolaşımı Başkanlıkça uygun bulunanlar, ilgili format ve standartların duyurulmasının ardından, e-Fatura Uygulaması aracılığı ile gönderilip alınabilecektir (VUK 397 no’lu Genel Tebliği, 2010) .

### **3.2.2. Elektronik Ticaret İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi**

Elektronik satış işlemlerinin muhasebeleştirilmesiyle klasik satış işlemlerinin muhasebeleştirilmesi arasında düzenlenecek belgeler, yapılacak kayıtlar ve kullanılacak hesaplar arasında bir fark yoktur. Yani yapılacak satışın “e-li” veya “e-siz” olması kullanılacak ana hesabı etkilemez.(Can, ve Karabınar, 2005:4)

Elektronik ticarete sayısal mal ve hizmetlerin teslimi elektronik ortamda gerçekleşirken, malların çoğunluğu ve bazı hizmetler geleneksel yöntemlerle teslim edilmektedir. Elektronik ticarete en çok kullanılan ödeme şekli ise, kredi kartı ile ödemedir. Kredi kartı ile ödeme, sipariş verildikten sonra internet üzerinden yapılabileceği gibi, güvenlik sorunlarında dolayı teslim anında kapıda da yapılabilir (Parlakkaya,2005:173).

Ödemenin satış anında yapılması ile daha sonra teslim edildiği anda yapılması arasındaki farklılık muhasebe kayıtlarına da yansiyabilir.

Ödeme ile mal veya hizmetin teslimi arasında bir zaman farkı ortaya çıkıyorsa, mal veya hizmetin teslimi gerçekleşinceye kadar alıcının verdiği siparişe ilişkin yaptığı ödeme tek düzen hesap planında “340 Alınan Sipariş Avansları Hesabı”nda izlenmelidir. Mal veya hizmetlerinin tesliminin (genellikle kargo şirketleri aracılığıyla) gerçekleşmesiyle bu hesap ilgili satış hesabıyla kapatılmalıdır. Müşterinin kredi kartıyla yaptığı ödeme tutarı işletmelerin bankalardaki hesaplarına aktarılincaya kadar uygun bir geçici hesapta izlenmelidir. Bu uygun geçici hesap konusunda henüz bir görüş birliği sağlanamamasına karşın “108 Diğer Hazır Değerler” hesabı ve “127 Diğer Ticari Alacaklar” hesabı kullanılmaktadır. Bu araştırmanın kapsamında yer alan Sivas ve Kayseri illerinde faaliyet gösteren muhasebeciler her iki hesabı da kullanmaktadır. İki hesabın da kullanılması vergi kayıp ve kaçığına yol açmadığı için iki uygulamada kabul görmektedir. Bundan başka hali hazırda tek düzen hesap planında yer almayan “107 Kredi Kartından Alacaklar” gibi hesaplar da önerilmektedir (Elitaş, Demirel ve Aydemir, 2007:205).

Buna göre sipariş alındığında yapılması gereken kayıt;

-----/-----	
107 Kredi Kartından Alacaklar	XXX
(108 Diğer Hazır Değerler, 127 Diğer Ticari Alacaklar)	
340 Alınan Sipariş Avansları	XXX
-----/-----	

İşletmeye gelen siparişler hazır hale getirilip gerekli belgeler düzenlendikten sonra mal veya hizmet müşteriye ulaştırıldığında yapılacak yevmiye kaydı aşağıdaki gibi olacaktır.



-----/-----

340 Alınan Sipariş Avansları	XXX
600 Yurtiçi Satışlar	XXX
391 Hesaplanan KDV	XXX

-----/-----

-----/-----

621 Satılan Ticari Mal Maliyeti	XXX
153 Ticari Mallar	XXX

-----/-----

İşletme sözü edilen satıştan kaynaklanan alacağının bankadaki ticari mevduat hesabına geçtiğini öğrendiğinde aşağıdaki kaydı yapacaktır.

-----/-----

102 Bankalar	XXX
107 Kredi Kartından Alacaklar	XXX
(108 Diğer Hazır Değerler, 127 Diğer Ticari Alacaklar)	

-----/-----

Yukarıdaki yevmiye kayıtlarından da anlaşılacağı üzere e-satış işlemlerinin kayıtlara alınmasında klasik satış işlemlerinden bir fark yoktur. Dolayısıyla bu aşamada herhangi bir özellik arz etmemektedir.

Para kartları ile yapılan alış-verişlerde ise para kartını kullanan müşterinin ilgili hesabında ne kadar para varsa o miktarda alış-veriş yapmasına imkan tanınmaktadır. Bu işlemde müşteri kendi hesabındaki mevcut parayı kullanmaktadır. Banka ile bir kredi ilişkisine girmemektedir. Ayrıca para kartı ile yapılan işlem sonucunda alış-veriş bedeli müşterinin hesabına doğrudan geçmektedir. Bu nedenle bu iki farklı nitelikteki kartla yapılan işlemlerin farklı hesaplarda izlenmesi gerektiği daha doğru olur. Bu amaçla para kartı ile yapılan

alış-verişlerde tek düzen hesap planından “hazır değerler” hesap gurubundan bir hesabın kurulması uygun olacaktır. Bunun ise “105 Para Kartı Hesabı” gibi bir hesabın varlığı ile sağlanabilir (Elitaş, Aydemir ve Demirel,2007:206).

Müşterinin para kartı ile internet üzerinden alış-veriş yapması durumunda satıcı işletme açısından yapılacak kayıtlar;

-----/-----		
105 Para Kartı Hesabı	XXX	
105.01.....		
600 Yurtiçi Satışlar Hesabı		XXX
391 Hesaplanan KDV		XXX
-----/-----		
-----/-----		
621 Satılan Malın Maliyeti	XXX	
153 Ticari Mallar Hesabı		XXX
-----/-----		

Para kartı ile yapılan satışlarda satış bedelinin tahsil edilmesi durumunda satıcı işletmenin yapacağı kayıt;

-----/-----		
102 Bankalar Hesabı	XXX	
102.01 .....Bankası		
105 Para Kartı Hesabı		XXX
105.01.....		
-----/-----		

### 3.2.3. Web Sitesi Maliyetlerinin Muhasebeleştirilmesi

İnternete ilişkin spesifik yasaların olmaması web sitesi sahiplerini bütünüyle hukuk dışı bırakmayacaktır. Sonuçta internet üzerinden gerçekleştirilen bir çok işlem ve eylem sanal olmaktan çıkıp gerçek hayata uygulanmaktadır. Bu sebeple web sitesi sahipleri attıkları her adımda teknik danışmanları kadar yasal danışmanlarının da fikirlerini de almalıdır. Yapılacak bir hata, atlanacak bir nokta

bir çok maddi ve manevi kayba yol açabilir. Bu yüzden henüz problemler ortaya çıkmadan ihtiyaçlar ve öngörüler doğrultusunda gerekli hazırlıklar yapılmalıdır. (Akbulut, 2007:111)

Web sitesi oluşturulurken yapılan harcamaların ne şekilde ele alınacağı ulusal mevzuatımızda ayrıntısıyla ele alınmış değildir.

Web sitesi kurma maliyetleri internet şirketlerinin en önemli maliyetlerini oluşturur. Eğer web sitesi gelecekte işletmeye ekonomik fayda sağlayacak ve işletmenin nakit akımlarını artıracak ise bu tür maliyetlerin uluslar arası uygulamalar çerçevesinde aktifleştirilmesi gerekir. Web sitesi maliyetleri maddi duran varlık grubu içerisinde sınıflandırılmalıdır. Bununla birlikte reklam ve bakım amaçlı harcamaları içeren web sitesi maliyetlerinin giderleştirilmesi gerekir. Yine uluslar arası düzenlemelere uygun olarak web sitesine ait maliyetlerin aktifleştirilmesini takip eden dönemlerde bir değer kaybı oluşmuş ise (diğer bir deyişle gelecekte elde edilecek muhtemel gelirlerin web sitesi maliyetleri için yapılan harcamaları karşılayamayacağı düşünülüyorsa) bu maliyetlerin aktiften silinmesi gerekir (Akkaş, 2000:6).

Web sitesinin oluşturulması ile işlerin bitmediği açıktır. Yeni mal veya hizmetlerin sitede yer alması durumunda web sitesinin güncellenmesi gerekir. Bu durumda maliyetlerin nasıl muhasebeleştirileceği konusunda açık yargılar yoktur.

Web sitesi tamamlandıktan sonra işletim aşamasındaki faaliyetler dolayısıyla yapılan harcamalar gider yazılır. Bunlar ;

- Web sitesinin işletimini sağlamak için elemanların eğitimi
- İnternet arama motorlarını kullanımı için web site kaydı
- Site grafiklerini güncelleme
- Düzenli yedeklemeleri yapmak
- Yeni linkler yapmak
- İlave fonksiyonlar ve özellikler eklemek

- Web sitesi için rutin güvenlik kontrollerini yapmak
- Kullanıcı analizini yapmak (Akbulut, 2007:121)

### **Araştırma Geliştirme Maliyetleri**

İşletmeler zaman zaman zaman ar-ge yapma ihtiyacı duymaktadırlar.

**Araştırma:** yeni bir bilimsel yada teknik bilgi ve anlayış kazanma amacıyla üstlenilen özgün ve planlı incelemedir.

**Geliştirme:** ticari üretim yada kullanıma başlamadan önce,yeni veya önemli ölçüde geliştirilmiş malzeme, aygıt, ürün, süreç yada hizmetlerin üretim planı veya tasarımında araştırma sonuçları ya da diğer bilgilerin uygulanmasıdır.(Akbulut, 2007:70)

Elektronik ticaret yapan işletmelerde ar-ge faaliyetlerine ihtiyaç duyacaktır. Bunların nasıl muhasebeleştirilmesi gerektiği, hizmetin işletme içinden veya işletme dışından olmasına göre iki farklı şekilde incelenecektir.

### **1.Araştırma ve Geliştirme Hizmetinin İşletme Dışından Sağlanması Durumu:**

Kendi araştırma ve geliştirme departmanına sahip olmayan işletmeler, bu hizmetleri işletme dışında bulunan uzman kurum ve kuruluşlar aracılığıyla sağlayabilirler. İşletme böyle bir hizmeti (dolayısıyla maddi olmayan varlığı) elde edebilmek için gerek varlığını gerekse kaynaklarını kullanır ve hizmeti aktifine geçirir. Bu durum şöyle bir örnekle açıklanabilir;

İşletme bir araştırma kurumuna ürün geliştirme çalışması yaptırmıştır. Söz konusu araştırma bedeli peşin ödenmiştir. Bu durumda yapılacak muhasebe kaydı; (KDV ihmal edilmiştir)

263 Araştırma Geliştirme Giderleri	XXX
100 Kasa	XXX

Şeklinde olacaktır.

İşletmenin her dönem sonunda yapacağı itfa kaydı aşağıdaki gibi olacaktır;

750 Araştırma Geliştirme Giderleri	XXX
750.06 Amortisman ve Tükenme Payları	
268 Birikmiş Amortismanlar	XXX

630 Araştırma ve Geliştirme Giderleri	XXX
751 Araştırma ve Geliştirme Giderleri Yans.	XXX

Yansıtma hesabı aşağıdaki gibi kapanacaktır;

751 Araştırma ve Geliştirme Giderleri Yansıtma Hs.	XXX
750 Araştırma ve Geliştirme Giderleri	XXX

## **2.Araştırma Geliştirme Hizmetinin İşletme İçinden Sağlanması Durumu**

Araştırma ve geliştirme hizmetleri işletme içinde kurulan ilgili departmanda yerine getiriliyorsa, bu departmanın yaratacağı giderler dönem giderlerine aktarılır. Bu durum şu örnekle açıklanabilir;

İşletme kendi bünyesinde kurulan araştırma ve geliştirme departmanı ile ilgili olarak aşağıdaki giderlere katlanmıştır. Katlanılan giderlerin bedeli peşin ödenmiştir.

İlk madde ve malzeme giderleri : X

İşçi ücretleri : X

Elektrik giderleri : X

Amortisman giderleri : X

-----/-----	
750 Araştırma ve Geliştirme Giderleri	XXX
750.0 İlk Madde ve Malzeme Gideri X	
750.1 İşçi Ücret ve Giderleri X	
750.3 Dış. Sağ. Fayd. Hizm. X	
750.4 Çeşitli Giderler X	
750.6 Amortisman Tük. Pay. X	
100 Kasa	XXX
150 İlk Madde Malzeme	XXX
257 Birikmiş Amortismanlar	XXX
-----/-----	

İşletmenin katlanmış olduğu giderlerin tamamı araştırma safhasıyla ilgiliyse veya araştırmanın safhasıyla birlikte geliştirme safhasıyla da ilgili olup her iki faaliyet ayrılamıyorsa söz konusu giderler dönem gideri olarak muhasebeleştirilir. İşlemin muhasebeleştirilmesi aşağıdaki gibi olacaktır.

-----/-----	
630 Araştırma ve Geliştirme Giderleri	XXX
751 Araştırma Geliştirme Giderleri Yans.	XXX
751.0 İlk Madde Malzeme Gideri X	
751.1 İşçi Ücret ve Giderleri X	
751.3 Dış.Sağ. Fayd. Hizm.	X
751.4 Çeşitli Giderler	X
751.6 Amortisman ve Tük Payl.	X
-----/-----	

İşletmenin geliştirme safhasında katlandığı giderle ilişkili olarak söz konusu giderler aktifleştirilebilir.

Bu durumda;

-----/-----		
263 Araştırma Geliştirme Giderleri	XXX	
630 Araştırma ve Geliştirme Giderleri	XXX	
751 Arş. Gel. Giderleri Yans.		XXX
751.0 İlk Madde Malz. Gid.	X	
751.1 İşçi Ücret Giderleri	X	
751.3 Dış Sağl. Fayd. Hizm.	X	
751.4 Çeşitli Giderler		X
751.6 Amortisman ve Tük. Payl.	X	
-----/-----		

Şeklinde kayıt yapılır.

Aktifleştirilen geliştirme maliyetlerinin maddi olmayan duran varlığın ekonomik ömrü içerisinde itfa edilmesi gerekir. Bu durumda gelecek dönemin sonunda şu kayıt yapılır;

-----/-----		
750 Araştırma ve Geliştirme Giderleri		XXX
750.6 Amortisman ve Tükenme Payları	XXX	
268 Birikmiş Amortismanlar		XXX
-----/-----		

Aktifleştirilen geliştirme maliyetlerinden sağlanan ekonomik yararlar, bazen gideri arttırmak yerine işletme tarafında başka bir varlığın üretiminde kullanılır. Bu durumda söz konusu maliyetlere ilişkin amortisman dönem gideri değil, varlığın maliyeti olarak muhasebeleştirilir. Böyle bir durumda yapılacak kayıt;

-----/-----	
730 Genel Üretim Giderleri	XXX
730.6 Amortisman ve Tükenme Payları	XXX
268 Birikmiş Amortismanlar	XXX
-----/-----	

şeklinde olacaktır (Akbulut, 2007:73-76).

### **3.5. ELEKTRONİK TİCARET İŞLEMLERİNİN VERGİLENDİRİLMESİ**

Elektronik ticaretle bağlantılı olarak tartışılan konulardan birisi de vergilendirme konusudur.

Elektronik ticaretin vergilendirilmesine yönelik olarak ülkelerin, uluslar arası ekonomik birliklerin ve bağımsız kuruluşların büyük bir çaba içerisinde olduğu görülmektedir. Bu çabanın temelinde elektronik ticaret hacminin bilişim teknolojilerindeki gelişmelere paralel olarak ortaya çıkan yüksek artış bulunmaktadır. Elektronik ticaret hacminin çok büyük oranlarda artması, vergi idarelerinin elektronik ortamda yapılan ticari işlemleri vergisel açıdan almaya zorlamaktadır. Ancak hiçbir aracıya gereksinim olmadan doğrudan doğruya elektronik ortam yoluyla aktarılabilen dijital ürünlerin varlığı, vergi idarelerinin vergi mükelleflerinin belirlenebilmelerine ilişkin çabalarını boşa çıkarmakta ve bu konuda vergilemeye ilişkin sorunlar yaratmaktadır (Ceran ve Çiçek, 2007:295).

Elektronik ticaretin en önemli özelliği gümrük sınırlarını bertaraf ederek ticareti kolay bir şekilde global düzeye taşımasıdır. Kurulma maliyeti geleneksel şirketlere göre daha ucuza mal olan sanal şirketler dünya piyasalarına kolayca açılabilmiş ve bu şirketler daha önce karşılaşmadıkları karmaşık vergi kanun ve uygulamaları ile karşılaşmışlardır. Elektronik ticaretin bu özelliği vergilendirme yetkisi sorununu da beraberinde getirmiştir. Aynı zamanda dijital ürünlerin niteliğinin belirlenememesi vergileme konusunda sorun ortaya çıkarmaktadır. Bu ürünlerin hizmet olarak mı yoksa mal olarak mı değerlendirileceği, gayri maddi hak kapsamına girip girmeyeceğinin tespit edilmesi, bu ürünlerin satışından elde



edilecek gelirin hangi kazanç kapsamına gireceğini yani ne şekilde vergilendirileceğini belirleyen etmenlerdir (İYMMO Rapor, 2009:17).

E- ortamda yapılan ticari işlemler bakımından vergiyi doğuran olayın varlığını ortaya koymak; gerek çok uluslu bir ortak vergileme anlayışı ve gerekse fiziki mallar gibi somut ürünlerin yanında enformasyon ve veri kaynakları gibi dijital ürünlerin alışverişlerinin de yapılabiliyor olmasından ve de elektronik ödeme sisteminin gelişiminden ötürü elektronik ticaretin vergilendirilmesi güçleşmektedir. Özellikle E ticaretin üç boyutlu olabileceği ve üç ayrı ülkede (üretildiği ülke, üretenin mukimi olduğu ülke ve alıcı ülkede) gerçekleşmesi hallerinde verginin konusu, vergiyi doğuran olay ve vergi mükellefinin tanımının yapılması ve kazancın nerede ve kim tarafından elde edildiğinin belirlenmesinde zorluklar vardır. Ayrıca bu konularda, geleneksel ticari yöntemlere uygulanan mevcut vergi kanunlarından çözüm üretilmesi de olanaklı değildir (Bahar, 2009: www.yaklasim.com)

### **3.5.1. Elektronik Ticaret İşlemlerinin Türkiye'deki Çeşitli Vergiler Açısından İncelenmesi**

#### **3.5.1.1. Gelir ve Kurumlar Vergisi Açısından**

Vergiler ödeme gücünün göstergesi olarak kabul edilen gelir, servet ve tüketim üzerinden alınmaktadır. Gelir üzerinden alınan vergiler, gerçek kişilerin gelirlerini vergilendiren kişisel gelir vergisi ve kurumların toplam safi kazançları üzerinden objektif esaslara göre alınan kurumlar vergisi olarak ikiye ayrılmaktadır (Bakkal, 2001:235).

Gelir Vergisi Kanununun 1. maddesinde gelir, “bir gerçek kişinin bir takvim yılı içinde elde ettiği kazanç ve iratların safi tutarıdır” şeklinde tanımlanmıştır.

Gelir Vergisi Kanunu (GVK), gelirin tanımlanmasında elektronik ticaret geleneksel ticaret açısından bir ayırım getirmemiştir. Bu bakımdan elektronik ticarete gelir, sanal ortamda gerçekleşen ve gerçek kişilerin bir takvim yılında ticari ve mesleki faaliyetlerinden elde ettiği kazançların net toplamı üzerinden

vergilendirilmesi gerektiği bir gerçektir. Fakat bu durumda gerçek kişilerin sınır ötesi ticari ve mesleki faaliyetlerde nasıl vergilendirileceği uluslar arası platformda tartışma konusudur. Bu bakımdan gelir ve kurumlar vergisi açısından mükellefiyetler önem kazanacaktır (Tarakcı, 2006:65).

Elektronik ticaretin vergilendirilmesinde en temel konulardan biri gerçek kişilerin, gerekse tüzel kişilerin mükellef olma durumlarının hangi kriterlere göre belirleneceği sorunudur. Bu sorunun çözümü çifte vergilendirmenin önlenmesi açısından da önem taşımaktadır (Tarakcı, 2006:66).

Gelir vergilendirilmesinde ülkemiz de dahil olmak üzere çağdaş vergi sistemlerinde “ikametgah ilkesi” ve “kaynak ilkesi” olmak üzere iki temel ilke benimsenmiştir. İkamet ilkesi ülkelerin kendi mukimleri tarafından elde edilen gelirleri vergilendirmesi, kaynak ilkesi ise ülkelerin kendi sınırları dahilinde yürütülen faaliyetlerden doğan gelirleri vergilendirmesidir. Buna karşılık, iç hukuk düzenlemeleriyle dış ülkelerde ödenen verginin mahsubu ya da dış ülkelerde elde edilen gelirin vergiden istisna edilmesi yöntemleriyle çifte vergilendirme önlenmeye çalışılmaktadır. Türk vergi sisteminde esas olarak ikametgah ilkesi benimsenmiştir. Bu doğrultuda tam ve dar mükellefiyet olmak üzere iki tür mükellefiyet kabul edilmiştir (Uzunoğlu,2002:128).

Tam mükellefiyette kişi Türkiye içinde ve dışında elde ettiği kazançların tamamı üzerinden vergilendirildiği halde, dar mükellefiyette yalnız Türkiye’de elde ettiği kazançlar üzerinden vergilendirilir

İnternet ortamında web siteleri aracılığı ile kazanç elde eden gerçek ve tüzel kişilerin vergi mükellefiyeti söz konusudur. Verginin mükellefini belirlemede en büyük sıkıntı, ticaret ayağında birinin yurt dışında olduğu hallerde vergilendirmek bakımından “Dar Mükellef” “Tam Mükellef” konusunda ortaya çıkacaktır. Çünkü bir işlemin taraflarının birden fazla ulusun vergilendirme alanına giren kişilerden oluşu çifte vergilendirmeyi gündeme getirebilecektir. Bu sebeple de sorunun çok uluslu veya ikili vergi anlaşmaları ile veya bu konuda uluslararası kabul görececek vergisel düzenlemeler ve ihtilaflarda yargı yerinin de belirtileceği global düzeyde ticaret anlaşmaları akdedilmesini gerektirmektedir.

Elektronik ticaretle iştibal eden tacirler geleneksel ticari faaliyetlerin vergilendirilmesinde olduğu gibi mevcut yasal dzenlemelere gbre vergilendirilmeleri s3z konusudur. Ticari kazancın elde edilmesi bakımından “Kaynak ¼lke” ilkesi 3ne çıkarken Serbest Meslek Faaliyeti, gayri maddi varlıklar ve haklardan elde edilen Sermaye Değer Artış Kazancı ve kiralama işlemlerinde “mukim ¼lke” ilkesi 3ne çıkmaktadır. T¼rkiye’de yerleşik olmayan kişilerin T¼rkiye’de bulunan bir işyeri veya daimi temsilcileri aracılığıyla elde edecekleri kazançlar T¼rkiye’de ve tam m¼kellef kapsamında vergilenecektir. Ancak daimi temsilci ve işyeri olmadan diğer ¼lke mukimlerinin T¼rkiye’de elde ettikleri kazançlar dar m¼kellefiyet kapsamında vergilendirilecektir (Bahar,2009: www.yaklasim.com).

E-ticarette bazı hallerde kişilerin mukim oldukları yerin belirlenmesi g¼leŐecektir. Daha doğrusu gelişmeler, 3zellikle kurumları mukim oldukları ¼lkeyi belirleme konusunda inisiyatif kullanma konumuna getirmiştir. Teknolojik gelişmeler; şirketlerin y3netimi, denetimi ve diğer faaliyetlerinin farklı farklı ¼lkelerde icra edilmesine ve b3ylelikle kanuni ve iş merkezini farklılaştırmak için 3nemli imkan vermekte kişilere yerlerini değiştirmeden de başka bir ¼lkede faaliyette bulunma, o ¼lkenin ekonomik ve ticari hayatına katılabilme imkanı sağlamaktadır. Artık internet yoluyla değişik alanlarda danışmanlık, muhasebe, tıp, mimarlık, m¼hendislik gibi hizmetlerin sunulması uygulamaları başlamış olup bu t¼r hizmetler hem kullanım hem de çeşit olarak gittikçe artmaktadır. Teknolojinin sağladığı imkanlar dolayısıyla başka bir ¼lkede belli bir s¼re kalmadan da o ¼lkede hizmet yapma veya başka ticari faaliyetlerde bulunma m¼mk¼n olmaktadır (G3k, 2007:www.yaklasim.com)

### **3.5.1.2. Katma Değer Vergisi Açısından**

D¼nya ¼lkelerinin çoğunda genel t¼ketim vergisi olarak Katma Değer Vergisi (KDV) uygulanmaktadır. Hali hazırda bulunan mevcut KDV mevzuatları, mal teslimleri ve 3zellikle de hizmet itfalarının b¼y¼k 3l¼de her ¼lkenin kendi sınırları içerisinde gerçekleştiği d3nemlerde geliştirilmiştir. Ancak e-ticaret işlemleri bu ticaretin yapısını değiştirmektedir. E-ticaret işlemleri ile birlikte KDV

uygulamalarında ortaya çıkabilecek sorunlar büyük ölçüde işlemin özelliği ve işleme taraf olanların mükellefiyetine bağlı bulunmaktadır. E-ticaret işlemleri ile ilgili olarak KDV sorunları uluslararası mal teslimleri ve özellikle de hizmet itfaları ile ilgili olarak beklenmektedir.( Tekşen ve Tekin, 2007:234)

Katma değer vergisi, mal ve hizmet ticareti üzerinden tarh edilen önemli bir tüketim vergisidir. Günümüzde KDV, elektronik ticaret açısından çözüme ulaşılması gereken öncelikli bir konu haline gelmiştir. Yürürlükteki mevzuatımızda kullanılan KDV’de “**varış ülkesi**” prensibi uygulanmakta, bir başka deyişle mal ve hizmetler tüketildikleri yerde KDV’ye tabi tutulmaktadır. Bu prensibe göre, ülkeler ihraç ettikleri mal ve hizmetlere KDV istisnası uygularken, ithal ettikleri ürünlerden KDV tahsil etmektedirler. Konuyu elektronik ticaret açısından değerlendirdiğimizde; KDV yönünden e-ticaret işlemleri iki gruba girmektedir.

#### i) İnternet Üzerinden Sipariş Edilerek Teslim Edilen Fiziki Mallar

Elektronik ticaret yoluyla yapılan işlemlerin birçoğu fiziki malların teslimi ile sonuçlanmaktadır. KDV malların teslim edildiği yerde tarh ve tahakkuk ettirildiği için fiziki malların tesliminde KDV açısından herhangi bir sorunla karşılaşılmamaktadır (Selek ve Gönen,2005:www.yaklasim.com).

#### ii) Dijital Ürünlerin On-Line Teslimi Şeklinde Sunulan Hizmetler

Dijital ürünlerde yabancı bir ülkeden ekonomik bir değeri olan herhangi bir dijital ürünün Türkiye’ye gönderilmesi durumunda, bir ürünün vergi otoritesince belirlenmesi ve vergilendirilmesi oldukça zordur. Bu bağlamda, teknolojik gelişmeleri izlemek ve dijital ürünlerin uluslararası dolaşımının vergi otoriteleri tarafından izlenebilmelerine imkan tanıyan birtakım gelişmelerin ortaya çıkmasından sonra kararlar almak daha isabetli olacaktır.(Selek ve Gönen, 2005: )

### **3.5.2. Elektronik Ticarete Vergileme İlkeleri:**

Uluslar arası alanda; elektronik ticaretin vergilendirme prensiplerinin oluşturulması, elektronik ticaretin vergi kayıp ve kaçaklarına yol açmasının önlenmesi, çifte vergilendirme sorunlarının aşılması, mükellefiyetin belirlenmesi, elektronik ticaretten elde edilen gelirin niteliğinin tespit edilmesi ve gelişmelerle

uyumlu, etkili bir vergi idaresinin oturtulması konuları önem taşımaktadır (Çımat; 2005:www.yaklasim.com)

Elektronik ticaretin vergilendirilmesinde uyulması gereken temel ilkelerle ilgili 1998 yılında Ottova’da OECD tarafından düzenlenen konferansta vergilendirmeye ilişkin temel çerçeve kurallar oluşturulmaya çalışılmıştır. Bu konferansta elektronik ticaret için belirlenen ilkeler aşağıdaki gibidir(Ceran ve Çiçek, 2007;295).

**Tarafsızlık ilkesi**, elektronik ticarete konu olan ürünlerle, genel ticarete konu olan ürünler arasında farklı durum yaratılmayacağı, mükelleflerin vergisel avantajlar yada dezavantajlar nedeniyle, söz konusu ticaret biçimlerinden herhangi birine yönelmelerine sebebiyet verilmeyeceğini ifade eder.

**Sadelik ve basitlik ilkesi**, vergi kurallarının, mükelleflerin vergiyi doğuran her işlem,n vergisel sonucunu önceden tahmin edebilecekleri kadar açık ve basit olmasını ve vergi kurallarında istikrarın sağlanmasını ifade etmektedir.

**Etkinlik ilkesi**, vergilendirmenin doğduğu zamanında, miktarda vergiyi ortaya çıkarması ve adaletli olmasını ifade eder. Vergi kaçırma veya vergiden kaçınma olasılıklarının en aza düşürülmesi gereklidir.

**Esneklik ilkesi**, elektronik ticaret sonucu ortaya çıkabilecek yeni gelir unsurlarını vergilendirecek olumlu esnekliğe sahip olmayı ifade ederken, elektronik ticaretin vergi gelirlerinde bir azalmaya neden olmaması için, vergi sisteminin esnekliği yüksek vergilerden oluşturulmasını zorunlu kılmaktadır. Böylece, mevcut vergi konularının elektronik ticaretten elde edilecek gelirleri de kapsayacak biçimde genişletilmesi sağlanacaktır.

**İdare ve uyum maliyetlerinin düşük olması**, oluşturulacak vergi sisteminin, hem vergi idaresinin maliyetlerini hem de vergi mükelleflerinin katlandıkları uyum maliyetlerini ez aza indirmesini ifade eder.

**Çifte vergilendirmeden kaçınma**, vergi mükellefiyetinin tam olarak kavranamamasını ifade eder. Çünkü elektronik ticarete konu olan ürünlerin uluslar arası alanda serbestçe dolaşımını arttırdığı için mükellefiyetlerin

belirlenmesinde sorun çıkmaktadır. Bunun için de mevcut uluslar arası verileme ilkelerinin, ulusal vergileme kurallarına uydurulması ve mükellefiyete ilişkin açık kuralların belirlenmesi, yani elektronik ticaretin vergilendirilmesinde ülkeler arasında bir standardizasyon gereklidir.

Ottawa’da yapılan konferansta üzerinde anlaşmaya varılan husus, elektronik ticaret için mevcutlara ek bir vergi konulmaması olmuştur. (Tekşen ve Tekin,2007:3)

### **3.5.3. Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesinde Sorun Yaratan Genel faktörler**

Rasyonel bir vergi sisteminin en önemli amacı olan mali amaç; vergi gelirlerini, birey ve kurumlardan, ödeme güçlerini gözeterek, yatay ve dikey adaleti göz önünde bulundurarak en düşük masrafla toplamaktır. Elektronik ticaretin dünya ticaretinde yer almaya başlaması, alıcı ve satıcıların birbirlerini görmeden bilgisayarları aracılığı ile bağlantı kurabilmeleri, vergi otoritelerinde gelir kaybı endişesinin belirmesine yol açmıştır. Elektronik ticaret, mali amacın gerçekleştirilmesi önünde bir engel olarak ortaya çıkmıştır. Elektronik ticaretin vergilendirilmesi konusunda; elektronik ortamda transfer edilen bilgiyi esas alan “**bit vergisi**” gibi bir verginin uygulanması veya internet üzerinden yapılan ticari işlemlerden hiç vergi alınmaması şeklinde iki görüş ileri sürülmektedir. Bu görüşlerin elektronik ticaretin gelişimini olumsuz yönde etkileyeceği iddia edilmektedir (Çımat ve Yayman, 2005:www.yaklasim.com).

Elektronik ticaretin henüz yeni bir uygulama olması nedeniyle bu ticaret türü ile ilgili bazı sorunlar da gündeme gelmektedir. Bu sorunlar; ulusal ve uluslararası platformda benzerlik göstermekle birlikte, çözümler konusunda ortak görüş sağlanamamaktadır. Her ülke özellikle vergi sorunlarına kendi yasal çerçevesinden bakmaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojisindeki gelişmeler bir taraftan vergi idaresine teknolojik imkanlardan yararlanarak performansını artırma imkanı sunmakta, diğer taraftan da vergiyi ödeyememe ve vergi kaçakçılığı olasılığını artırmaktadır. Bu durumda, vergi idaresinin, teknolojik olanaklardan maksimum düzeyde yararlanması

ve ortaya çıkabilecek vergi kayıp ve kaçaklarını da en aza indirmesi gerekmektedir (Selek ve Gönen, 2005:www.yaklasim.com).

Günümüzde elektronik ticaret kavramı ile ilgili işlemlerin vergilendirilmesinde ortaya çıkan temel problemleri aşağıdaki maddeler halinde sıralamak mümkündür (Çımat ve Yayman, 2005:www.yaklasim.com).

-Ülkeler arasındaki web tabanlı gelirlerin vergilendirilmesine ilişkin belirsizliklerin yer alması,

- Ülkeler itibariyle web sunucusunun vergilendirilmesinin farklılık arz etmesi,

- Web sitelerini konuk eden firmaların yabancı müşterilerinin vergi sorumlusu sayılıp sayılmayacağına belirlenmesindeki güçlüklerin bulunması,

- Veri iletişim alt yapısının ulusal ve küresel rekabete alınması konusunda belirsizliğin hüküm sürmesi,

- Elektronik ortamda sağlanan kanıtların tanınması için mevcut kanunlardaki değişikliklere ihtiyaç duyulması,

- Elektronik ticaretin muhasebeleştirilmesinde güçlüklerin ortaya çıkması,

- Elektronik ticaret ortamının vergi denetiminin güçleştirilmesi olasılığı yüksek olduğundan modern denetim yöntem ve tekniklerine ihtiyaç duyulması.

İstanbul Yeminli Mali Müşavirler Odası ise 2009 mart ayında yayınladığı raporda elektronik ticaretin vergilendirilmesinde sorun yaratan genel faktörleri elektronik ticaretin global düzeyde olması, web sunucusunun uzaktan işletilebilmesi, kimliklerin ve işlemlerin gizliliği, dijital ürünler, fiziksel varlığı bulunmayan şirketler ve işyeri kavramının fiziksel mekanı esas almasının yarattığı sorunlar olarak sıralamıştır.

Yukarıda belirtilen sorunları minimize etmek için elektronik ticaretin vergilendirilmesi sırasında; global bir yaklaşımın benimsenmesi, çifte vergilemeden kaçınılması, yeni vergilerin getirilmesi, basit bir vergi toplama ve ödeme mekanizmasının oluşturulması, aynı ürünün tüketicilerin ve firmaların kararlarını etkilemeyecek şekilde eşit olarak vergilendirilmesi, tüketici gizliliğine önem verilmesi

ve yapılacak tüm düzenlenmelerin en kısa sürede Anayasa'ya uygun olarak hayata geçirilmesi gibi ilkelerin göz önünde bulundurulmasında fayda vardır (Selek, ve Gönen, 2005:www.yaklasim.com ).

E-ticaretin vergilendirilmesi bakımından diğer bir sorunda, gerek fiziki (maddi) malların ve gerekse dijital ürünler ile gayri maddi malların elektronik ortamda gerçekleşen alım-satımında, vergiyi doğuran olayın kavranabilmesindeki zorluklardır. Çünkü Devletlerin vergilendirme konusunda yaptıkları düzenlemeler, genellikle coğrafi ölçütlere dayanmaktadır. Oysa elektronik ticarete fiziki herhangi bir yere bağımlılık bulunmamaktadır. Böyle olunca da uluslararası vergilendirmenin temel ilkelerinden biri olan mukimlik ilkesi anlamını yitirmektedir (Bahar,2009:www.yaklasim.com).

Çözüm bekleyen hususlar ise; verginin konusu, vergiyi doğuran olay, kazancı elde eden ya da verginin mükellefi ya da vergi ilişkisinin borçlu tarafı kim olacağı, web tabanlı gelirler aracılığı ile gerçekleştirilen on-line mal ve hizmet satış kazançlarının hangi vergilendirme rejimine dahil edileceği konulardır (Bahar, 2009:www.yaklasim.com)

Elektronik ticaretin vergilendirilmemesi rekabet tarafsızlığını bozmasının yanı sıra, yüksek gelirlilere dolaylı olarak gelir aktarılması anlamına geldiğinden, gelir dağılımı üzerinde olumsuz bir etkiye yol açmaktadır. Örneğin, perakende satış vergisinin internet yoluyla yapılan satışlara uygulanmaması durumunda, tüketiciler internet üzerinden alış-veriş yapmayı tercih ettikleri ölçüde bu vergi, etkinsizliğe yol açacaktır. Bunun yanı sıra, esasen bilgisayar alabilecek kadar parası olanların satış vergisinden kaçınabilme olanaklarının olduğunu göz önüne alarak, verginin gelir dağılımı üzerinde gerileyici etkiye yol açtığını söylenebilir.

Elektronik ticaretin nasıl vergilendirileceği konusunda dört görüş vardır:

- Birincisi; Elektronik ortamın bir serbest ticaret bölgesi gibi değerlendirilmesi ve vergilendirilmemesi, bu yol aynı ticari işlemleri geleneksel yollarla yapanlar aleyhine rekabet eşitsizliği doğurur. Bu durum verginin en temel



ilkelerinden biri olan adalet-genellik ilkesine aykırı bir sonucun çıkmasına neden olacaktır (Ceran ve Çiçek, 2007:296-297).

- İkincisi: Elektronik işlemlerin ticari mahiyet ve önemlerinin dikkate alınmadan bir “**bit vergisi**” ile vergilendirilmesidir. Bu vergi ile mal ve hizmetlerin vergilendirilmesinden ziyade, satış esnasında kullanılan bilgilerin vergilendirilmesi öngörülmektedir. Bit vergisinde matrahı gönderilen verilerin oluşturulması, sadece ticari işlemlerin değil aynı zamanda haberleşme amaçlı elektronik işlemlerin de vergilendirilmesine yol açacaktır (Çımat ve yayman, 2005:www.yaklasim.com). Ancak bit vergisi sadece elektronik noterler kanalıyla yapılan işlemlerde ve damga vergisi yerine kullanılan özel bir e-ticaret vergisi olarak kullanılabilir (Ceran ve Çiçek, 207:297).

-Üçüncüsü; elektronik ticaretin mevcut mevzuata göre vergilendirilmesidir. Bu durum vergiden kaçınmaya sebebiyet verecektir. Elektronik ticaret ortamının mevcut kanunlarla takip edilmesi ve denetimi de güçtür.

-Dördüncüsü, vergi kanunları ve uluslar arası vergi anlaşmalarına elektronik ticaret için yeni hükümler konularak vergilendirilmesi ve gerekirse yeni vergilerin ihdası. Bu çözüm en uygun çözüm gibi görünmektedir. Gelir idaresi, elektronik ticaretin teknik alt yapısında meydana gelen gelişmeleri yakından takip etmeli ve hukuki alt yapının oluşturulması aşamasında vergi kanunlarında değişiklik ( gerekirse yeni vergi ihdası) yapılmasında zaman kaybetmemesi gerekmektedir. Ancak yeterince karmaşık olan vergi mevzuatını daha da karmaşık hale getirilmemesi için yeni vergi ihdası en son çare olarak dikkate alınmalıdır. (Ceran ve Çiçek, 2007:297)

Öne sürülen bu dört görüşten e-ticaretin öncelikle mevcut vergileme düzenlemeleriyle çözümlenmesi yaklaşımı özellikle gelişmiş ülkeler tarafından kabul görmektedir (Ceran ve Çiçek, 2007:298). Elektronik ticaretin vergilendirilmesi konusunda devletlerin yalnız başlarına vergisel bir çözüm üretmeleri mümkün değildir. Elektronik ticaret konusunda hukuksal yapısını tamamlamış örnek bir ülke olmadığı gibi, uluslararası platformlarda, vergileme

alanında yapılan tartışmalar da devam etmektedir. Elektronik ticaretin ulusal mevzuat ve anlaşma hukuku çerçevesinde değerlendirildiğinde vergi hukukunun temel kavramları olan ikametgah, işyeri ve kaynak ilkelerinin ortaya çıkardığı sorunlar gelirin ve harcamaların vergilendirilmesinde karşımıza çıkmaktadır (Tokaç,2009:www.bilgidenetim.com). Vergisel alanlarda yapılacak bir düzenleme devletin ekonomiye müdahalesi gibi algılanıp, sermayenin ülke dışına çıkmasına neden olabilir. Bu sebeple uluslar arası alanda önlemler alınması, dünyada elektronik ticaretin vergilendirilmesi konusunda önemli bir adım olacaktır (Çımat ve Yayman, 2005).

#### 4.LİTERATÜR TARAMA

İnternetin hızla yaygınlaşması ve buna bağlı olarak da ticaretin elektronik ortamlarda yapılmaya başlanması, işletme fonksiyonlarında değişikliklere neden olmuştur. Bu değişimden muhakkak ki muhasebe fonksiyonu da etkilenmiştir. Aşağıda elektronik ticaretin muhasebe ve vergi uygulamalarına olan etkilerine değinen çalışmalar kısaca özetlenmiştir.

Canpolat (2001), çalışmasında elektronik ticaretin tanımları, tarafları, düzenlediği ilişkiler, elektronik ticarete karşılaşılan sorunlar üzerinde durmuş ve elektronik ticaret konusunda çalışmalar yapan uluslar arası kuruluşlardan bahsetmiştir. Ayrıca bölgesel ve uluslar arası kuruluşların elektronik ticarete ilişkin politikalarından bahsetmiş ve Türkiye’deki elektronik ticarete ilişkin altyapı çalışmalarından ve elektronik ticaret koordinasyon kurulu faaliyetlerinden ve Türkiye’deki diğer elektronik ticaret kurumları çalışmalarına değinmiştir. Türkiye’nin ekonomik ve toplumsal dönüşümü sağlayabilmesi ve rekabetçi dünyada yerini alabilmesi için ulusal bilim ve teknoloji politikaları oluşturmasının zorunlu hale geldiğini ve kamu ve özel kesime bu konuda büyük görevler düştüğünden bahsetmiştir.

Coşkun (2004), çalışmasında yeni ekonominin temel dayanaklarından biri ve ticari alana yansımaları olan elektronik ticaretin kavram olarak yeni olmasına karşılık, ticari alanda çok önceden yerini almış bir ticaret biçimi olduğuna değinmiştir. Elektronik ticaretin klasik araçları olarak kabul edilen telefon, faks, televizyon, EFT ve EVD’nin ticari işlemlerde çok uzun zamandır kullanılmasına karşın, günümüzde elektronik ticaretin internetle özdeşleştirildiğinden bahsetmiştir ve elektronik ticarete mevcut teknolojik gelişmeler ve yapılan düzenlemeler dışında güvenlik faktörünün de etkiliği olduğuna değinmiştir.

Canbaz (2008), çalışmasında bilişim teknolojisindeki hızlı gelişmeler karşısında mevcut yasal düzenlemelerin yetersiz kaldığını elektronik ticaret uygulamalarının muhasebe kayıtlarına nasıl yansıtacağı ve mali nitelikteki olayların nasıl muhasebeleştirileceği sorunlarından bahsetmiştir. Mevcut muhasebe standartlarının elektronik ticaret uygulamalarının nasıl

muhasebeleştirileceğine değinmediğinden ve bu konuda halen yeterince kaynak olmadığından bahsetmiştir. Elektronik ticaret konusunda en önemli eksikliğin hukuk konusunda olduğuna değinmiş, mali nitelik taşıyan eylemlerin vergilendirme ve muhasebeleştirilmesinde hukuk kurallarının yetersiz olduğundan bahsetmiştir.

Ceran ve Çiçek(2007), çalışmasında internet ve e-ticaret alanında ortaya çıkan teknolojik gelişmelerin geleneksel olmayan farklı ürünler ve dağıtım kanallarını ortaya çıkarması ile e-ticaretle ilgili işlemlerin vergilendirilmesinde birçok açıdan önemli sorunlar yarattığından bahsetmiş, e-ticaretin vergilendirilmesinde Gelir, Kurumlar Vergisi ve Katma Değer Vergisi (KDV) yönünden ülkeler arasında web tabanlı gelirlerin nasıl vergilendirileceği, hangi vergi rejimine tabi tutulacağı, KDV açısından hangi vergi dairesi tarafından vergilendirileceği konularında sorunlar bulunduğunu, tüm bu sorunlara OECD tarafından çeşitli çözümler bulunmaya çalışıldığını, AB'nin ise bu konudaki çalışmalarını özellikle KDV üzerinde yoğunlaştırdığından bahsetmiştir.

Akbulut (2007), çalışmasında bilişim ekonomisinden bahsetmiş, e-ticaretin gerçekleşme koşulları, elektronik defter ve belge düzeni, elektronik imza ve kayıtlar, web tabanlı bilgi depolama, gayrimaddi iktisadi kıymetleri değerlendirme gibi konulara değinmiştir.

Choi, Whinston ve Stahl (1997), çalışmalarında elektronik ticaret, elektronik ticaret ödemeleri, online vergiler ve diğer yasal sorunlardan bahsetmişlerdir.

Tarakçı (2006), çalışmasında elektronik ticaretin klasik ticaretten farklı olarak fiziki ortam yerine sanal ortamda gerçekleşmesi, mevcut vergileme sistemleriyle bazı sorunlar yarattığını ve bu konunun uluslar arası platformda çok fazla tartışılır olduğunu, e-ticarette fiziki ve dijital ürün ayrımı yapılmadığını ve sorunların genellikle dijital ürünlerden kaynaklandığından söz etmiştir. Dijital ürünlerin nasıl vergilendirileceği konusunda henüz tam bir görüş birliği olmadığından; ve bunun gibi sorunlar yüzünden e-ticaretle geleneksel ticaret arasında bir vergi adaletsizliği ortaya çıktığından bahsetmiş bu bakımdan e-

ticarete özgü yeni bir vergi getirilmesi hakkında görüşlerin olduğundan söz etmiştir.

Aksakal (2006), elektronik belge düzenleme ve defter tutmanın özellikle müşteri sayısı ve işlem hacmi yüksek olan şirketlerde büyük kolaylıklar sağlayacağı, kağıt ortamında müşterilere vermeleri gereken belgeleri elektronik ortamda elektronik belge olarak muhafaza edebilmenin öneminden bahsetmiştir.

Can (2005), çalışmasında Günümüz toplumunda “bilgiye ulaşmanın rasyonel yolunun internetten geçtiğini” ifade ederek, e-ticaret olarak adlandırılan söz konusu uygulamada; alıcı ve satıcıların fiziki olarak karşı karşıya gelmeksizin alış veriş yapabilme olanakları olağanüstü biçimde genişlemiş ve işlem hacmi bazında çok önemli boyutlara ulaştığını belirtmiştir. Tüm bu gelişmeler, kuşkusuz muhasebe uygulamalarını da kesinlikle etkilemekte ve yakından ilgilendirmektedir. Muhasebe teorik yapısı içinde temel kavramları, standartları ve kuralları ile sözü edilen gelişmeler için sistematik çözümler getirmek zorunda olduğuna değinmiştir.

Uzunoğlu (2002), Türkiye ve dünyada e-ticaretin gelişiminden bahsetmiş ve Türkiye’de e-ticaretin vergilendirilmesini incelemiş, e-ticaretle ilgili kuruluşlardan bahsetmiştir.

Parlakkaya (2005), Elektronik ticaretin ,hem kuruluşları hem de bireyleri ilgilendiren, ticari etkinliklere ait her türlü işlemlerin bilgisayar ağları üzerinden yapıldığından bahsetmiş. Ayrıca e-ticaretin, işletme süreçleri ve işlemlerinde değişiklikler meydana getirdiğinden söz etmiş ve e-ticaretin işletme süreçleri ve işlemlerinde meydana getirdiği değişikliklerden muhasebe sistemlerinin de etkilenmesinin kaçınılmaz olduğuna değinmiştir. Çalışmada e-ticaretin muhasebe uygulamalarına etkileri ele alınmaktadır.

Sevim (2005), çalışmasında dijital uygulamaların yaygın olarak kullanılması ve hemen hemen bütün işlemlerin gerek internet gerekse de diğer dijital araçlar yardımı ile dijital olarak gerçekleştirilebilir hale gelmesinin, yeni (dijital) ekonomi ve yeni muhasebe kavramlarını gündeme getirdiğinden

bahsetmiş. Geleneksel muhasebe bilgi sistemlerinin bu gelişmeleri izleyemediği ve sunulan bilgilerin yetersiz kaldığı gibi konularda yaygın görüşler olduğundan söz etmiştir. Bu yetersizlikleri ortadan kaldırabilmek amacıyla; muhasebe uygulayıcılarının dijital uygulamalar konusunda eğitimi, onlara bilgi ve beceri kazandırılmasının büyük önem arz ettiğine değinmiştir.

Tekin (2007), çalışmasında e-ticaret işlemlerinin nasıl vergilendirileceği ve vergilendirilmede karşılaşılan sorunlara değinerek, çözüm önerileri sunmayı amaçlamıştır.

## **5.MUHASEBE UYGULAMALARI AÇISINDAN İŞLETMELERDE ELEKTRONİK TİCARETE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA**

### **5.1. ARAŞTIRMANIN AMACI**

Bu araştırmanın amacı, ilgili veriler ışığında işletmelerde sürekli artan e-ticaret uygulamalarının muhasebe mevzuatı açısından incelenmesidir. Gittikçe büyüyen bu yeni ekonominin işletmelerin üretkenliğini, satışlarını, karlılığını, maliyet oranlarını ne şekilde etkilediği öğrenilmeye çalışılmıştır. Elektronik ticaretle ortaya çıkan yeni değerlerin uygulanmasındaki mali nitelikteki işlemlerin muhasebeleştirilmesindeki farklılıkları ve işletmelerin elektronik ticaret muhasebe ve vergi uygulamalarındaki mevcut durumlarını ortaya koymaya çalışılmıştır. Elektronik ticaret yapan işletmelerin hem mevcut durumlarını hem de geleceğe yönelik beklentilerinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

### **5.2. ARAŞTIRMANIN KAPSAM VE PLANI**

Bu araştırmanın temel kapsamı elektronik ticaret araçlarından biri olan internet üzerinden satıştır. Bu araştırma sadece Kayseri ve Sivas ilinde elektronik ticaret(internet üzerinden satış) yapan firmalara uygulanmıştır. Elektronik ticaret yapan firmalara internet üzerinden tarama yapılarak [www.firmasec.com](http://www.firmasec.com) ve [www.e-firmalar.com](http://www.e-firmalar.com) adresinden ulaşılmıştır. Bankalar Arası Kart merkezinin verilerine göre Kayseri’de toplam 220, Sivas’ta ise 130 tane sanal işyeri mevcuttur. Ancak bunların belirli bir kısmı bilfiil internet üzerinden satış yapmaktadır. Bazılarının ise sadece web sitesi mevcuttur. Firmaların sitelerinden telefon numaralarına ulaşılmış ve firmalar tek tek aranarak fiilen internet üzerinden satış yaptıkları öğrenildikten sonra anket konusu ile ilgili bilgi verilmiş ve anket gönderilmiştir. Toplam 95 firmaya ulaşılmıştır. Bunlardan 47 tanesi ankete cevap vermiştir.

### **5.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ**

Araştırmada birincil veri toplama yöntemlerinden olan anket yöntemi kullanılmıştır. Geniş bir literatür taraması ile hazırlanan anket çalışmasına göre şekillenmiştir. Anket formu hazırlanırken konuyla ilgili yayınlar incelenerek anket

sorularının yapılan uygulamaları ve var olan sorunları ortaya koyabilecek şekilde hazırlanması amaçlanmıştır. Ayrıca firmaların elektronik ticaret yaparken kullandıkları yöntem ve uygulamaların işletmelerin çeşitli özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediği araştırılmıştır. Anket formu iki ana bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde ankete katılan işletmelere yönelik temel bilgiler sorulmakta ikinci bölümde ise likert ölçeği uygulanarak verilen ifadelerle katılım düzeyinin belirtilmesi istenmektedir. Anket web sayfası şeklinde hazırlanmış ve işletmelere e-posta ile gönderilmiştir. E-posta içerisinde verilen bir web sayfası bağlantısıyla firmalar anket formuna yönlendirilmiştir. Cevaplar işaretlendikten sonra anında veri tabanına kaydedilerek işletmelerin cevap göndermesi için mail atmalarına gerek kalmamıştır.

#### **5.4. VERİLERİN ANALİZİ**

Ankette elde edilen veriler SPSS (Statistical Package for Social Sciences) 17.0 paket programı aracılığıyla analize tabi tutulmuştur. Çalışmada ilk 9 soruya öncelikle frekans analizi yapılmıştır. Daha sonra 5’li likert ölçeği şeklinde hazırlanmış soruların ortalaması alınmış ve yüzdelerine göre göre sıralama yapılmıştır. Son olarak verilerin daha anlamlı ve özet olarak sunulmasını sağlamak için faktör analizi yapılmıştır.

Yapılan bir araştırma için güvenilirlik analizi, veri toplama aracının yani anketin güvenilirliğinin bir göstergesidir. Güvenilirlik; bir ölçme aracında (test) bütün soruların birbiriyle tutarlılığını, ele alınan ölçmede türdeşliğini ortaya koyan bir kavramdır. (Özdamar, 2004) güvenilirlik katsayısı (Alpha- Alfa) 0.00 ile 1.00 arasında bir değer alır. Alfa değeri 1’e yaklaştıkça verilerin güvenilirliği artar. Bu durumun tersinde de yani Alfa değeri 0’a yaklaştıkça verilerin güvenilirliği azalır. Araştırmada Alfa değeri 0,890 olarak bulunmuştur. Yani yapılan araştırmanın güvenilir olduğu sonucuna varılmıştır.

#### **5.5. ARAŞTIRMADAN ELDE EDİLEN BULGULAR**

İşletmelere yönelik elde edilen temel bilgilere yönelik hazırlanan frekans tabloları aşağıda sunulmaktadır.



**Tablo 5.1. Ankete Katılan İşletmelerin Sektör Dağılımları**

	Frekans	Yüzde(%)
Hizmet	28	59,6
Tekstil	3	6,4
Elk-elektronik	3	6,4
Bilgisayar-bilişim	9	19,1
Danışmanlık	2	4,3
Eğitim	2	4,3
Toplam	47	100,0

Ankete katılan firmaların %59,6' sını hizmet sektöründe, %19,1' i bilgisayar-bilişim sektöründe faaliyet göstermektedir. Bunları sırasıyla %6,4 ile tekstil, yine %6,4 ile elk-elektronik, %4,3 ile danışmanlık ve % 4,3 ile eğitim sektörü izlemektedir. Sonuç itibarı ile hizmet sektörü marka bilinirliğine ulaşmakta gereken uzun zaman ve yüksek yatırım maliyeti ihtiyacı duymadığından ön plana e ticaret faaliyetleri hususunda öne çıkmaktadır.

**Tablo 5.2. Ankete Katılan İşletmelerin Hukuki Durumları**

	Frekans	Yüzde (%)
Tek kişi işletmesi	20	42,6
Adi şirket	4	8,5
Limited şirket	19	40,4
Anonim şirket	4	8,5
Toplam	47	100,0

Tabloda da görüleceği üzere ankete katılan firmaların %42,6'sını tek kişi işletmesi, % 40,4'ü limited şirkettir. Daha düşük sermaye gereksinimi ve hantal yönetim yapısından uzak kalmak amacıyla yeni oluşan elektronik ticaret şirketleri şahıs işletmeleri veya limited şirket olarak örgütlenmişlerdir. Elektronik ticaret yapan işletmeler genellikle hizmet ve alım satım konularında faaliyet gösterdiklerinden çok yüksek yatırım maliyeti ihtiyacı duymamaktadırlar. Geriye kalan firmaların %8,5'i adi şirket ve %8,5' anonim şirkettir.

**Tablo 5.3. Ankete Katılan İşletmelerdeki Çalışan Sayısı Dağılımı**

	Frekans	Yüzde (%)
1-10	29	61,7
11-50	16	34,0
51-100	1	2,1
101-250	1	2,1
Toplam	47	100,0

Ankete katılan firmaların %61,7'si 1-10 arasında personel istihdam etmektedir. 11-50 arası personel çalıştıran firmalar ise toplam katılımın %34'ünü oluşturmaktadır. Ankete katılan diğer firmaların %2,1'inde 51-100 arasında personel, %2,1'inde ise 101-250 arasında personel çalışmaktadır. Elektronik ticaret yapan firmaların büyük bölümünü çok küçük çaptaki işletmeler oluşturmaktadır.

**Tablo 5.4. Ankete Katılan İşletmelerin Yıllık Cirolarına Göre Dağılımı**

	Frekans	Yüzde (%)
< 25 milyon TL	30	63,8
25-50 milyon TL	11	23,4
50-75 milyon TL	1	2,1
75-100 milyon TL	2	4,3
100 milyon ve daha fazla	3	6,4
Toplam	47	100,0

Ankete katılan firmaların %63,8'inin yıllık cirosu 25 milyon liranın altında, %23,4'ünün yıllık cirosu 25-50 milyon lira arası, %2,1'inin yıllık cirosu 50-75 milyon lira arasında ve %4,3'ünün yıllık cirosu 75-100 milyon lira arasındadır.

**Tablo 5.5. Ankete Katılan İşletmelerin Fiyatlandırma Tercihlerinin Dağılımı**

	Frekans	Yüzde (%)
Maliyet esasına göre	28	59,6
Hedef kara göre	3	6,4
Piyasa esasına göre	15	31,9
Pazarlık esasına göre	1	2,1
Toplam	47	100,0

Tabloda da görüldüğü üzere elektronik ticaret yapan firmaların %59,6'sı maliyet esasına göre, %31,9' u piyasa esasına göre fiyatlandırma yapmaktadır. %6,4'ü hedef kara göre, %2,1'i ise pazarlık esasına göre fiyatlandırma

yapmaktadır. Sonuç itibarı ile elektronik ticarete de geleneksel ticarete de fiyatlandırma tercihleri değişmemektedir (aynı kalmaktadır).

**Tablo 5.6 Ankete Katılan İşletmelerin Muhasebe Kayıtlarının Tutulduğu Yere Göre Dağılımı**

	Frekans	Yüzde (%)
İşletme içinde muhasebe servisinde	9	19,1
Serbest muhasebeci mali müşavir bürosunda	38	80,9
toplam	47	100,0

Ankete katılan firmaların %80,9'u gibi büyük bir bölümünün muhasebe kayıtları serbest muhasebeci mali müşavir bürosunda, %19,1'inin muhasebe kayıtları ise işletme içinde muhasebe servisinde tutulmaktadır. Firmaların çoğunluğunu çok küçük ve küçük çaptaki işletmeler oluşturduğu için ayrı bir muhasebe elemanı çalıştırmayı tercih etmemiştir. Bu durum kalifiye muhasebe personeli çalıştırmanın yüksek maliyetli kabul edilmesi veyahut kurumsallaşma sürecine henüz geçilmemiş olması ile de ilgilidir.

**Tablo 5.7. İşletmelerin Yaptıkları E-Ticaret İşlemleri Sırasında Maliyet Çıkarma Durumları**

	Frekans	Yüzde (%)
Evet	31	66,0
Hayır	16	34,0
Toplam	47	100,0

Ankete katılan firmalar yaptığımız e-ticaret işlemleri sırasında maliyet çıkarıyor musunuz sorusuna %66 evet, %34 hayır cevabı vermiştir. Elektronik ticaret işlemlerinde maliyet hesaplama işlemleri diğer satış yöntemlerine kıyasla daha belirgin oluşu ve pazarlama maliyetlerinin minimum seviyede oluşu ile de alakalıdır.

**Tablo 5.8. İşletmelerin Elektronik Ticaret Yapmaya Başlamış Oldukları Yıllara Göre Dağılımları**

	Frekans	Yüzde (%)
1996-2000	3	6,4
2001-2005	3	6,4
2005 ve sonrası	41	87,2
Toplam	47	100,0

Tabloda da görüldüğü gibi 1996-2000 yılları arasında elektronik ticaret yapan firma oranı %6,4 iken özellikle 2005 yılından sonra %87,2'lere ulaşmıştır. Ülkemizde 90'lı yıllardan itibaren (1993 - 1994) hayatımıza girmeye başlayan internet son yıllarda özellikle elektronik ticaret faaliyetlerinin artmasında önemli bir rol oynamıştır. Günümüzde artık işletmeler web siteleri üzerinden tüm dünyaya çok düşük maliyetlerle ulaşabilmekte ve ürünlerinin satışını yapabilmektedir. Kurulan web siteleri başta elektronik ticaret olmak üzere müşterilerle iletişim kurmanın önemli bir aracı haline gelmiştir.

**Tablo 5.9. İşletmelerin Elektronik Ticaret Yaparken Tercih Ettikleri Satış Yöntemlerine Göre Dağılımları**

	Frekans	Yüzde (%)
Komisyonless olarak kredi kartı ile satış	19	40,4
Komisyon ile kredi kartı ile satış	20	42,6
Para kartı ile satış	8	17,0
Toplam	47	100,0

Ankete katılan firmaların %40,42'ü elektronik ticaret işlemlerinde komisyonless olarak kredi kartı ile satış tercih ettiklerini, %42,6'sı ise komisyon alarak kredi kartı ile satış tercih ettiklerini belirtmiştir. Araştırmaya katılanların %17'si ise para kartı ile satış tercih etmektedir. Kredi kartlarına yapılan komisyon ve benzeri giderler diğer satış yöntemlerine göre ciddi maliyet unsuru teşkil etmemekte aynı zamanda müşteriler hakkında bilgi sahibi olmak açısından maliyetsiz bir işlem türüdür.

**Bağımlı değişkenlerin değerlendirilmesi**

Kesinlikle katılmıyorum	: 1
Katılmıyorum	: 2
Kararsızım	: 3
Katılıyorum	: 4
Tamamen katılıyorum	: 5

Katılımcıların bağımlı değişkenlere katılım düzeyleri tablo 12’de görölmektedir.

**Tablo 5.10. Bağımlı Değişkenlerin Değerlendirilmesi**

<b>Değişkenler</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Standart sapma</b>
İşletmemiz elektronik ticaret hakkında yeterli bilgiye sahiptir	3,3191	1,12494
Tüm ürünlerimizin satışını internetten yapabiliyoruz	3,0213	1,32680
müşterilerimiz e-ticarete adapte olmuştur	2,9787	1,15136
E- ticaret üretkenliğimizi artırmıştır	3,4681	1,29968
E-ticaret satışlarımızı artırmıştır	3,5957	1,24516
E- ticaret karlılığımızı artırmıştır	3,7021	1,01970
E- ticaret müşteri geri bildiriminde kolaylık sağlıyor	3,6170	1,03321
E- ticaret mevzuat açısından yetersiz sayılmaktadır	3,2128	,97660
E-ticaretin muhasebeleştirilmesi ve vergilendirilmesi açısından yeterli bilgiye sahibiz	3,2128	1,08219
E-ticaret ortamındaki defter ve muhasebe düzeni konusundaki sorunların aşılması belge düzeni konusundaki sorunların aşılması ile mümkündür	3,7447	,94335
Elektronik ortamda gerçekleştirilen ticari işlemlerin muhasebeleştirilme ilkeleri belirlenmelidir	3,8511	1,10294
Elektronik ortamdaki muhasebe ve defter kayıtlarının tutulmasında yetişmiş personel yoktur	3,4468	1,13843
E-ticaret işlemlerini takip eden denetçilerin olmayışı sorun yaratmaktadır	3,5745	1,05799
Kredi kartı ile satışlarda puan kullanımı muhasebeleştirmede farklılıklar ortaya çıkarmaktadır	3,3404	1,06886
E-ticaret yapan firmalar farklı muhasebe kayıtları tutabilmektedir	3,4043	,92453
Vergi usul kanununda düzenleme yapılarak mevcut hükümlerin elektronik ortama entegre edilmesi gereklidir	3,9362	,91851
Vergiden kaçınma e ticarete mümkün olmamaktadır	3,4468	1,19434
Çifte vergilendirme e ticaret için sorun yaratmaktadır	3,4043	1,11627
Mevcut muhasebe standartları e-ticaretin muhasebeleştirilmesi açısından yetersizdir	3,4468	1,05930
Web sitesine verilen reklamlar maliyeti düşürmektedir	3,4468	1,28213
Maliyetler pazarlama satış gideri olarak muhasebeleştirilmelidir	3,6809	1,12494
Maliyetler dönem gideri olarak muhasebeleştirilmelidir	3,6383	1,20552

Günümüzde küreselleşme ve bilişim teknolojisi ile birlikte ulusal sınırlar önemini yitirmiş ve işletmeler için elektronik ticaret önemli bir boyut kazanmıştır. İşletmelerin elektronik ticaret hakkında yeterli bilgiye sahip olduğu görüşüne katılımcıların % 8,5'i kesinlikle katılmamış, %12,8'i katılmamış, % 29,8'i kararsız kalmış, %36,2'si katılmış ve %12,8'i kesinlikle katılmıştır. Günümüzde elektronik ticaretin önemi gittikçe artmasına rağmen işletmelerin yaklaşık %30'u bu konuyla ilgili net bir fikir sahibi değildir. Ancak yaklaşık %49'u yeterli bilgiye sahip olduğunu düşünmektedir.

Tüm ürünlerimizin satışını internetten yapabiliyoruz görüşüne, katılımcıların %10,6'sı kesinlikle katılmamış, %36,2'si katılmamış, %10,6'sı kararsız, %25,5'i katılmış, %17'si tamamen katılmıştır.

Müşterilerimiz e-ticarete adapte olmuştur görüşüne, katılımcıların %10,6'sı kesinlikle katılmamış, %27,7'si katılmamış, % 21,3'ü kararsız kalmış, %34'ü katılmış, %6,4'ü tamamen katılmıştır.

E-ticaret işletmeler için çeşitli avantajlar sağlamıştır. E-ticaret üretkenliğimizi artırmıştır görüşüne, katılımcıların %25,6'sı katılmamış, %8,5' i kararsız kalmış, %66,9' u katılmıştır. Katılımcıları büyük çoğunluğu bu görüşe olumlu bakmaktadır. E-ticaret satışlarımızı artırmıştır görüşüne ise %70,2 gibi bir çoğunluk olumlu bakmakta iken, %10,8 gibi bir oranda kesinlikle katılmamaktadırlar.

E-ticaretin karlılığı artırdığı görüşüne hiç katılmayanlar %4,3 iken, %19,1'i kararsız kalmış, %48,9'u katılmış, %19,1'i ise tamamen katılmıştır.

Elektronik ticaretle yapılan satışlar sonucunda müşteri görüşleri yine teknolojik yollarla çok çabuk öğrenilebilmektedir. E-ticaret müşteri geri bildiriminde kolaylık sağlıyor görüşüne katılımcıların %12,8'i katılmazken,% 21,3'ü kararsız kalmış,% 66 gibi büyük bir oranda ise bu görüşe katılmışlardır.

E-ticaretin mevzuat açısından yetersiz olduğunu düşünenler % 51'lerde iken, %21,3'ü kararsız kalmış, %27,7'si ise katılmamıştır.

E-ticaretin muhasebeleştirilmesi ve vergilendirilmesi açısından yeterli bilgiye sahibiz görüşüne, katılımcıların %4,3'ü kesinlikle katılmazken, %25,5'i katılmamış, %25,5'i kararsız kalmış, %34'ü katılmış, %10,6'sı tamamen katılmıştır.

Katılımcılar defter ve muhasebe düzeni konusundaki sorunların aşılması belge düzeni konusundaki sorunların aşılması ile mümkündür görüşüne, %74,5 gibi bir oranla katılmaktadırlar.

Elektronik ortamda gerçekleştirilen ticari işlemlerin muhasebeleştirilme ilkeleri belirlenmelidir görüşüne, %83 gibi büyük bir oranda katılmaktadırlar.

Elektronik ticaretin gelişimi önündeki engellerin başında bilgi ve eleman eksikliği gelmektedir. Elektronik ortamda muhasebe ve defter kayıtlarının tutulmasında yetişmiş personel yoktur görüşüne, katılımcıların %8,5'i kesinlikle katılmazken, %10,6'sı katılmamış, %23,4'ü kararsız kalmış, %42,6'sı katılmış, %14,9'u tamamen katılmıştır.

E-ticaret işlemlerini takip eden denetçilerin olmayışı sorun yaratmaktadır görüşüne katılımcılar, %12,8 oranında katılmazken, %27,7'si kararsız kalmış, %59,6'sı ise katılmıştır.

Kredi kartı ile satışlarda puan kullanımı muhasebeleştirmede farklılıklar ortaya çıkarmaktadır görüşüne, katılımcıların %19,1'i katılmazken, %27,7'si kararsız kalmış, %53,2'si katılmıştır. Katılımcıların yarıdan fazlası kredi kartı ile yapılan satışlarda puan kullanımının muhasebe kayıtlarını etkilediğini düşünmektedir. Aynı zamanda e -ticaret yapan firmalar farklı muhasebe kayıtları tutabilmektedir görüşüne katılımcıların %44,7'si kararsız kalırken, yine yaklaşık bir oranla %44,6'sı katılmıştır.

Ticaret hayatında istenmeyen durumlar olduğunda hukuki yollara başvurulmaktadır. Vergi kanunda elektronik ticaretin vergilendirilmesiyle ilgili açık hükümler henüz bulunmamaktadır. Bu yüzden Vergi usul kanununda düzenleme yapılarak mevcut hükümlerin elektronik ortama entegre edilmesi



gereklidir görüşüne, katılımcıların %6,4'ü katılmazken, %12,8'i kararsız kalmış ve %70,8'i gibi büyük bir çoğunluğu katılmıştır.

Vergiden kaçınma e ticarete mümkün olmamaktadır görüşüne, katılımcıların %8,5'i kesinlikle katılmazken, %12,8'i katılmamış, %23,4'ü kararsız kalmış, %36,2'si katılmış, %19,1'i ise tamamen katılmıştır. Çifte vergilendirme konusu da mevzuatta elektronik ticaret açısından yetersiz kaldığı için, çifte vergilendirme e ticaret için sorun yaratmaktadır görüşüne %53,2 gibi yüksek bir oranda katılmışlardır. %25,5'i ise kararsız kalmıştır.

Mevcut muhasebe standartları e-ticaretin muhasebeleştirilmesi açısından yetersizdir görüşüne, ankete katılanların %12,8'i katılmazken, %40,4'ü kararsız kalmış, %46,8'i katılmıştır.

Son yıllarda küçük veya büyük bir çok işletmenin web sayfası oluşturduğunu görmekteyiz. Artık işletmeler reklam aracı olarak interneti de kullanmaktadırlar. Web sitesine verilen reklamlar maliyeti düşürmektedir görüşüne, %57,4 gibi yüksek bir oranda katılırken, % 27,6 gibi bir oranda katılmamaktadırlar.

Bir işletme için maliyetleri minimize edebilmek önemlidir. Maliyetler pazarlama satış gideri olarak muhasebeleştirilmelidir görüşüne, katılımcıların %25,5'i kararsız kalırken, %63,4'ü katılmışlardır. Bununla beraber maliyetler dönem gideri olarak muhasebeleştirilmelidir görüşüne ise yine aynı oranda %63,8'lik bir oranda katılmışlardır.

### **Faktör Analizi Sonuçları**

Faktör analizi bağımlı değişkenlerin analizinde kullanılan bir tekniktir. Veriler arasındaki ilişkilere dayanarak verilerin daha anlamlı ve özet olarak sunulmasını sağlayan bir analiz türüdür. (Gülmez, ). Faktör analizinin ana amacı veri setini küçülterek benzer özellikler taşıyan değişkenleri belirli gruplarda toplayarak daha kolay anlaşılabilir hale getirmektir.(Osman çevik).Araştırmada veri sayısını azaltmak için faktör analizi uygulanmıştır.Yapılan faktör analizinde örneklemin uygun olup olmadığını belirlemek için Keiser-Meyer-Olkin (KMO)

testi yapılmıştır. KMO' nun 0,50' den küçük çıkması değişkenlerin faktör analizine uygun olmadığını ifade ederken, 0,60' dakilerin vasat, 0,80'lerdekinin çok iyi değerleri ifade ettikleri kabul edilmiştir.(norusis 1992, Serkan akıncı) KMO değeri 0,73 çıkmıştır. Uygulanan ölçeğin, güvenilirliği ve tutarlılığını belirleme kapsamında hesaplanan Cronbach Alpha değeri de yüksek çıkmıştır (0,837). 16 açıklayıcı değişken 3 faktöre indirgenmiştir ve özdeğeri 1' den büyük değerler dikkate alınmıştır.

**Tablo 5.11. İşletmelerin Elektronik Ticarete Muhasebe Uygulamalarına Yönelik Faktör Analizi Sonuçları**

<b>Faktör adları (değişkenler)</b>	<b>Faktör Yüklere</b>	<b>Varyans Yüdesi</b>	<b>Özdeğeri (%)</b>	<b>Cronbach alpha</b>
<b>Faktör 1: işletmelerin elektronik ticaret hakkındaki görüşleri</b>		<b>14,807</b>	<b>1,592</b>	<b>0,722</b>
Tüm ürünlerimizin satışını internetten yapabiliyoruz	0,751			
Müşterilerimiz e-ticarete adapte olmuştur	0,673			
İşletmemiz e-ticaret hakkında yeterli bilgiye sahiptir	0,658			
e-ticaret müşteri geri bildiriminde kolaylık sağlıyor	0,623			
e-ticaretin muhasebeleştirilmesi ve vergilendirilmesi açısından yeterli bilgiye sahibiz	0,458			
<b>Faktör 2: muhasebe kayıtlarındaki yeterlilik, farklılıklar açısından elektronik ticaret</b>		<b>17,399</b>	<b>2,085</b>	<b>0,691</b>
Mevcut muhasebe standartları e-ticaretin muhasebeleştirilmesi açısından yetersizdir.	0,716			
Elektronik ortamda gerçekleştirilen ticari işlemlerin muhasebeleştirilme ilkeleri belirlenmelidir.	0,685			
Kredi kartı ile satışlarda puan kullanımı muhasebeleştirmede farklılıklar ortaya çıkarmaktadır.	0,683			
E-ticaret işlemlerini takip eden denetçilerin olmayışı sorun yaratmaktadır	0,523			
Genelde e-ticaret mevzuat açısından yetersiz sayılmaktadır.	0,473			
<b>Faktör 3: vergilendirme ve gider dağıtımı açısından elektronik ticaret</b>		<b>19,380</b>	<b>5,093</b>	<b>0,817</b>

Maliyetler dönem gideri olarak muhasebeleştirilmelidir.	0,803			
Çifte vergilendirme e-ticaret için sorun yaratmaktadır.	0,736			
Vergiden kaçınma e-ticarete mümkün olmamaktadır.	0,736			
E-ticaret yapan firmalar farklı muhasebe kayıtları tutabilmektedir.	0,623			
e-ticaret ortamındaki defter ve muhasebe düzeni konusundaki sorunların aşılması belge düzeni konusundaki sorunların aşılması ile mümkündür.	0,599			
Maliyetler pazarlama satış gideri olarak muhasebeleştirilmelidir.	0,545			

KMO: 0,730 Bartlett Test: 288,596

Anlamlılık (significiance) : 0.000 Cronbach Alpha: 0,837

Tablo 5.11.'de faktörlerin isimleri, faktör yükleri, varyans yüzdeleri ve güvenilirlik katsayıları verilmiştir.

Birinci faktör “işletmelerin bilgi düzeyi ve adaptasyonu bakımından elektronik ticaret” olarak isimlendirilmektedir. “Tüm ürünlerimizin satışını internetten yapabiliyoruz.”, “Müşterilerimiz e-ticarete adapte olmuştur.”, “İşletmemiz e-ticaret hakkında yeterli bilgiye sahiptir.”, “e-ticaret müşteri geri bildiriminde kolaylık sağlıyor.”, “e-ticaretin muhasebeleştirilmesi ve vergilendirilmesi açısından yeterli bilgiye sahibiz.” Gibi 5 değişkenden oluşmaktadır. Bu faktör toplam varyansın %14,8’ ini oluşturmaktadır.

İkinci faktör “muhasebe kayıtlarındaki yeterlilik, farklılıklar açısından elektronik ticaret” olarak adlandırılmakta ve 5 değişkenden oluşmaktadır. Bunlar; “Mevcut muhasebe standartları e-ticaretin muhasebeleştirilmesi açısından yetersizdir.”, “Elektronik ortamda gerçekleştirilen ticari işlemlerin muhasebeleştirilme ilkeleri belirlenmelidir.”, “Kredi kartı ile satışlarda puan kullanımı muhasebeleştirmede farklılıklar ortaya çıkarmaktadır.”, “E-ticaret işlemlerini takip eden denetçilerin olmayışı sorun yaratmaktadır.”, “Genelde e-ticaret mevzuat açısından yetersiz sayılmaktadır.” Gibi e-ticaretin

muhasebeleştirilmesi sürecindeki sorunları ortaya çıkarmaya yöneliktir. Bu faktör toplam varyansın %17,3' ünü oluşturmaktadır.

Üçüncü faktör “vergilendirme ve gider dağıtımını açısından elektronik ticaret” olarak adlandırılmakta ve 6 değişkenden oluşmaktadır. Bunlar; “Maliyetler dönem gideri olarak muhasebeleştirilmelidir.”, “Çifte vergilendirme e-ticaret için sorun yaratmaktadır.”, “Vergiden kaçınma e-ticarette mümkün olmamaktadır.”, “E-ticaret yapan firmalar farklı muhasebe kayıtları tutabilmektedir.”, “e-ticaret ortamındaki defter ve muhasebe düzeni konusundaki sorunların aşılması belge düzeni konusundaki sorunların aşılması ile mümkündür.”, “Maliyetler pazarlama satış gideri olarak muhasebeleştirilmelidir.” Gibi maliyet ve vergilendirme sorunlarına değinmektedir. Bu faktör toplam varyansın %19,38'ini oluşturmaktadır.

Birinci faktörde en yüksek orana sahip olan değişken tüm ürünlerin satışının internet üzerinden yapılabiliyoruz değişkenidir. Araştırmaya katılan firmaların büyük çoğunluğunu hizmet( alışveriş siteleri) işletmeleri oluşturduğu için internet üzerinden satış yaparak geniş bir pazar alanına sahip olmayı hedefleyen işletmeler bu guruba dahil olmaktadır. İkinci faktörde en yüksek orana sahip değişken Mevcut muhasebe standartları e-ticaretin muhasebeleştirilmesi açısından yetersizdir değişkenidir. Bu durum mevcut muhasebe standartlarının ve vergi kanunlarının elektronik ticaret yönünden yeterli düzenlemeler barındırmadığını ifade etmektedir.

Üçüncü faktörde en yüksek orana sahip değişken ise Maliyetler dönem gideri olarak muhasebeleştirilmelidir değişkenidir. İşlemeler ankette yer alan ‘maliyetler pazarlama, satış ve dağıtım gideri olarak muhasebeleştirilmelidir.’ Değişkeni de olmasına rağmen maliyetlerin dönem gideri olarak muhasebeleştirilmesini tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

## 6.SONUÇ

Küresel bir alanda doğmuş olan elektronik ticaret; elektronik alışveriş, tanıtım, reklâm, bilgilendirme, sipariş verme, anlaşma yapma, elektronik bankacılık, kamu alımları, elektronik para işlemleri, borsa işlemleri, ihaleler, elektronik ortamda vergilendirme, satış sonrası hizmetler, sayısal içeriklerin online teslimi, anında bilgi oluşturma ve aktarma gibi pek çok değişik faaliyeti içermektedir. Elektronik ticaret hem malları hem de hizmetleri bünyesinde barındırmaktadır. Bu yeni ticaret şekli ile hem fiziksel varlığı olmayan mal ve hizmetlerin online olarak teslimi, hem de somut mal ve hizmetlerin elektronik ortamda sipariş edilmesi mümkündür. Bu çok yönlü yapısı ile elektronik ticaret, yeni iş sahaları ve yeni pazarlar yaratmaktadır.

Elektronik ticaretin en önemli aracı haline gelen internet 1990'lı yılların başından itibaren ekonomik alanda da kullanılmaya başlamış ve olağan üstü bir hızla yaygınlaşmıştır. Bu yaygınlaşma, sadece kullanıcı açısından değil, sunulmaya başlanan hizmetler içinde geçerlidir. İnternet artık hayatımızın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Elektronik ticaretin dünyada sergilemiş olduğu yükseliş trendi, onu bazı sektörlerdeki işletmeler için zorunlu ve kaçınılmaz bir hale getirmiştir.

Sanal ortam işletmeler arasındaki kuruluş yeri, kuruluş zamanı, sermaye, çalışan sayısı gibi faktörleri birbirine denk hale getirmiştir. Bu durum özellikle küçük işletmelere, büyük işletmelerle rekabet edebilme fırsatını sağlamıştır. Çalışmamızda da elektronik ticaret yapan işletmelerin çoğunluğunun, hem çalışan sayısı açısından hem de yıllık ciroları bakımından küçük işletmeler olduğu görülmektedir.

Elektronik ticaret hacmi tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de hızla artmaktadır. Buna bağlı olarak çalışmamızda yıllar itibarıyla elektronik ticaret yapan firmaların sayısının gittikçe arttığı görülmektedir. 2005 ve önceki yıllarda elektronik ticaret yapan firma oranı %12'lerde iken 2005 ve sonraki yıllarda %80'lere kadar çıkmıştır.

Elektronik ticaret yapan firmalar genellikle bazı sektörlerde yoğunlaşmıştır. Bu çalışmaya katılan işletmelerin yaklaşık %59'u hizmet sektöründe, %19'u da bilgisayar-bilişim sektöründe faaliyet göstermektedir. Özellikle hizmet sektöründe yatırım maliyetleri düşük olduğundan ve yazılım, müzik ve sinema eserleri gibi ürünler geleneksel teslim yöntemi kullanılmadan internet yöntemi ile indirilebilen ürünler olduğundan maliyetleri oldukça düşük olmaktadır.

İşletmelerin doğru ekonomik kararlarla teknolojik gelişimi ve dönüşümünü sağlayabilmesi, rekabetçi dünyada yerini alabilmesi için; bilim ve teknolojiyi üreten, endüstriye uygulayabilen ve toplumsal faydaya dönüştürülebilir konuma gelmesi için elektronik ticareti, bilgi ve iletişim teknolojileri yeteneğini geliştirmenin bir aracı olarak görmesi ve buna yönelik politikalara öncelik vermesi kuşkusuz büyük önem taşımaktadır. Buna rağmen yapılan bu araştırmada firmaların yaklaşık %30'u elektronik ticaret hakkında net bir fikir sahibi değildir. %49'u ise elektronik ticaret hakkında yeterli bilgiye sahip olduğunu düşünmektedir. Ancak elektronik ticaretin teknolojik gelişimi ve dönüşümü için bu konuda yetişmiş bilgili, deneyimli elemanların daha fazla olması gerekmektedir.

Elektronik ticaret işletmeler için çeşitli avantajlar da sağlamıştır. Yapılan bu çalışmada işletmelerin %50'sinden fazlası elektronik ticaretin üretkenliği artırdığı, satışları artırdığı ve buna bağlı olarak ta karlılığı artırdığını düşünmektedir.

Elektronik ticaretin önümüzdeki yıllarda giderek yaygınlaşacağı beklentileri artmaktadır. Ulusal ve uluslar arası düzeyde faaliyet gösteren elektronik ticaret şirketlerinin çok fazla olması şu an yürürlükte bulunan ve yetersiz olan çeşitli mevzuatların daha da yetersiz olmasına neden olacaktır. Yapılan bu çalışmada da elektronik ticaretin mevzuat açısından yetersiz olduğunu düşünenlerin oranı %52'lere kadardır. Ancak elektronik ticaretin daha güvenli daha şeffaf hale getirilebilmesi için Adalet Bakanlığı tarafından hazırlanan Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Tasarısı

hazırlanarak başbakanlığa gönderilmiştir. Bu tasarıya göre tüketiciye, önceden izin alınmadan tanıtım ve promosyon amaçlı elektronik posta gönderilmesi mümkün olmayacak. Elektronik ticaretin yaygınlaştırılmasının, tüketicilerin ya da elektronik ortamda işlem yapan kimselerin güveninin sağlanmasına bağlı olduğu ifade edilen Tasarı'da, "Bu güvenin sağlanması için, elektronik ortamda şeffaflık ve erişilebilirlik şarttır. Bu nedenle, elektronik ticaretle uğraşanlar için güvenin ve şeffaflığın sağlanması amacıyla bir takım yükümlülüklerin getirilmesi öngörülmektedir" denilmektedir. Tasarı, vatandaşların siparişini elektronik iletişim araçlarıyla vermiş olması hâlindeki durumlara da düzenlemeler getiriyor. Buna göre, hizmet sağlayıcı, siparişin onaylanması aşamasında ve ödeme bilgilerinin girilmesinden önce, ödeyeceği toplam bedel de dâhil olmak üzere, sözleşmenin şartlarının alıcı tarafından açıkça görülmesini sağlayacak. Hizmet sağlayıcı, alıcının siparişini aldığını gecikmeksizin elektronik iletişim araçlarıyla teyit edecek ve sipariş ve siparişin alındığının teyidi, tarafların söz konusu beyanlara erişiminin mümkün olduğu anda gerçekleşmiş sayılacak. ([www.milliyet.com.tr/28.07.2010](http://www.milliyet.com.tr/28.07.2010)).

E-ticaretin işletme süreçlerinde etkilediği alanlardan biri de muhasebedir. E-ticaret işlemlerinde mal ve hizmetlerin teslim ve ödeme şekilleri muhasebeleştirilmeyi etkilemektedir. E-ticarette sayısal mal ve hizmetler elektronik ortamda teslim edilirken, diğer mal ve hizmetlerin teslimi geleneksel yöntemlerle yapılmaktadır. Geleneksel teslimin söz konusu olduğu mal ve hizmetler için defter ve belge düzeni geleneksel yollarla sürdürülebilir. Ancak, teslimi elektronik ortamda yapılan mal ve hizmetlerin e- ticaretinde kağıda dayalı bir düzen gerçekçi değildir. Bu teslimlere ilişkin defter ve belge kayıtlarının elektronik ortamda gerçekleştirilmesi gerekir. Buna bağlı olarak bu çalışmada elektronik ticaretin muhasebeleştirilmesi açısından yeterli bilgiye sahibiz diyenlerin oranı %34 iken %25'i kararsız kalmıştır ve elektronik ticaret yapan şirketlerin farklı muhasebe kayıtları tutabileceğini düşünenler %44'iken, kararsızların oranı da %44'lerdedir. Yine işletmelerin %83'ü elektronik ticaret işlemlerinin muhasebeleştirme

ilkelerinin yetersiz olduğunu düşünmektedir. Yani elektronik ticaret işlemlerinin ortak bir dilde muhasebeleştirilmesinin gerekli olduğu önem kazanmaktadır.

E-ticaretten kaynaklanan faaliyetlerin muhasebeleştirilmesi eski ekonomidekinden çok farklı değildir. Değişen işlemlerin yapıldığı zemindir. İnternet kullanımının her alanda hızla yayılmasıyla muhasebe ve finansal raporlama sistemlerinde düzenleyici çözümler ihtiyacı artacaktır.

Vergileme ilke ve kuralları elektronik ticaret dikkate alınarak gözden geçirilmeli; vergileme konusunda elektronik ticarete ilişkin ulusal politika kuralları belirlenmeli, elektronik ticaret ortamının vergi denetimini güçleştirilmesi nedeniyle, muhtemel vergi geliri kayıplarının telafisi için, iletişim teknolojisinin sunduğu olanaklardan da yararlanılarak yeni denetim yöntem ve teknikleri geliştirilmeli, elektronik ticaretin vergilendirilmesinde, sistem adil ve etkin olmalı, kurallar açık, yeterli derecede esnek ve dinamik, vergi kayıp ve kaçaklarını önleyici nitelikte olmalıdır. Yapılan bu çalışmada da vergiden kaçınmanın ve çifte vergilendirmenin elektronik ticaret açısından sorun yarattığını düşünenlerin oranı %50'den fazladır.

Sonuç itibarıyla, e- ticaretin yaygınlaştırılması için; gerekli teknik ve idari yapının kurulması, hukuki düzenlemelerin gerçekleştirilmesi, elektronik ticaretin özendirilmesi ve ulusal politika ve uygulamaların uluslar arası politikalar ve uygulamalarda uyumunun sağlanması gerekmektedir. Bu nedenle, kamu ve özel kesime büyük görevler düşmektedir.



## KAYNAKÇA

AKARCA, Akif (2008), “Elektronik Fatura ve Bunların Muhafazası”,  
<http://www.muhasabedergisi.com/vergi-haberleri/elektronik-fatura-ve-bunlari-muhafazasi.html.10.06.2010>

AKBULUT, Akın (2007), Bilişim Ekonomisi ve E-Ticaret, Maliye Hesap Uzmanları Derneği.

AKGÜL, Aziz, ve Osman ÇEVİK (2003), İstatistiksel Analiz Teknikleri, Emek Ofset Ltd.Şti., Ankara.

AKKAŞ, Jale (2000), “Elektronik Ticaret ve Elektronik İş Uygulamaları Muhasebe ve Finansal Raporlamayı Nasıl Etkileyecek?”, Active Bankacılık ve Finans Dergisi, 2000(14):1-7.

AKSAKAL, Ülkü (2006), “Elektronik Belge Düzenleme ve Defter Tutma Yaygınlaştırılmalıdır” [www.muhasabefinans.com](http://www.muhasabefinans.com)

AKTAŞ, Orçun (2008), “E-Ticaret Firmalarında Muhasebenin Örgütlenmesi ve Kurumsal Bir Uygulama”, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

ALPTÜRK, Ercan (2003), “Elektronik Ticaretin Omurgası İnternet Hukukunda Hangi Aşamadayız?”, Mükellefin Dergisi, 2003(126):188-193.

ARIKAN, İhsan Okan (2006), Elektronik Ticaret Uygulamalarının Hasılat Standardına göre Muhasebeleştirilmesi ve Raporlanması, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

BAHAR, Cevdet Okan (2009), “Elektronik Ticaretten Elde Edilen Kazançların Vergilendirilmesi”, e-yaklaşım, sayı:194, Şubat 2009

BAKKAL, Ufuk, (2001) “Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesi-II”, Yaklaşım yayınları, 2001(97).

BAKKAL, Ufuk (1998) “Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesi II”, Yaklaşım yayınları

CAN,Ahmet Vecdi ve Selahattin KARABINAR (2005) “E-Satış İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesinde Kullanılan Hesapların Eleştirisi”,E-Yaklaşım Dergisi,2005(29).

CANBAZ,Serdar (2006), Türkiye’de Elektronik Ticaret Uygulamasında Karşılaşılan Muhasebe Sorunları,Yüksek Lisans Tezi,Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,Edirne.

CANGİR, Niyazi.(1998) “Elektronik Ticaretin ya da İnternetin Vergilendirilmesi -I ”, Yaklaşım,1998(69):52-53

CANPOLAT,Önder, (2001), “E-Ticaret ve Türkiye’deki Gelişmeler”,Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Hukuk Müşavirliği,Ankara Mart 2001

CERAN,Yunus ve Recep ÇİÇEK (2007), “E-Ticaretin Vergilendirilmesine İlişkin Türk Vergi Sisteminde Katma Değer Vergisi Açısından Bir Değerlendirme”,Celal Bayar Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi,14(1):191-304

CHOİ, Soon-yong veAndrew WHINSTON ve Dale STAHL (1998), “Economics of Electronic Commerce”, Macmillan Computer Publishing.

CHURCHILL,Gilbert A. (1999), Marketing Research:Methodological Foundations,Seventh Edition, The Dryden Press

COŞKUN,Neslihan 2004, “Elektronik Ticaretin Gelişiminde Temel Dinamikler ve Gelişimi Önündeki Engeller”,Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,13(2):243-255

ÇİMAT,Ali ve Derya YAYMAN (2005), “E-Ticaret ve Vergilendirilmesi”,E-Yaklaşım Dergisi,2005(20)

DİNÇ,Engin ve İdris VARICI (2008), “E-İşletme Olgusunun Muhasebe İlke ve Uygulamalarına Etkisi”,Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,10(1):191-211

“E-commerce Then and Now”, <http://web.ebscohost.com>, Hospital Materials Management; Oct2008, Vol. 33 Issue 10, p1-4, 4p

E-commerce and Development Report (2002), İnternet Version Prepared by the UNCTAD Secreteriat , United Nations New York and Geneva ,2001

EKİN,Nusret (1998), Bilgi Ekonomisi'nde Elektronik Ticaret,İTO Yayınları,No:1998-61,İstanbul.

ELİBOL, Halil ve Burcu KESİCİ (2004), “Çağdaş İşletmecilik Açısından Elektronik Ticaret” Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,2004(11): 303-329.

ELİTAŞ,Cemal ve Oğuzhan AYDEMİR ve Bilge Leyli DEMİREL (2007), “Elektronik Ticaret ve Muhasebe Sistematiği”,Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 2007(13):195-210

ERDAĞ, Nevzat, ve Emel BATUMAN (2006), Elektronik Ticaret El Kitabı, Arıkan Basım Yayın Dağıtım Ltd. Şti.

ERTAŞ,Fatih Coşkun (2007), Muhasebe organizasyonu,Seçkin Yayıncılık,Ankara.

GÖK,Abdülkerim (2007), “E-Ticaret ve Vergilendirilmesi”,E-Yaklaşım Dergisi, 2007(47).

GÜLMEZ,Mustafa (2002), İnternet Yoluyla Pazarlama ve Türkiye’de Web Sitesi Olan Bazı Firmalar Üzerine Bir Uygulama,Doktora Tezi,Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,Sivas.

IFAC (International Federation of Accountants), (2002), “E-Business and the Accountant, Information Tecnology Committe, <http://www.ifac.org> Ağustos 2010.

İGEME'den Bakış e-özel sayısı (2007), İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi yayını, sayı:34

İYMMO Rapor (2009), “Elektronik Ticaretin vergilendirilmesi Sorunu”, 15 Mart 2009, s:15-20 [www.istanbulymmo.org.tr/iymmo/maliplatform/2009](http://www.istanbulymmo.org.tr/iymmo/maliplatform/2009).

KARABIYIK,Ayşegül (2008), “Alternatif Ödeme Aracı Olarak: Elektronik Çek Sistemi (E-Çek)-1”, Muhasebe ve Finansman Dergisi, 2008(38):81-84

KARACA,Derya (2006), Avrupa Birliği’nde E-Ticaret Kavramı,AB’de ve Türkiye’de Bu Konuda Yapılan Hazırlıklar,Çalışmalar ve E-Ticaretin Vergilendirilmesi,Yüksek Lisans Tezi,Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,İstanbul.

KARAGÜL,Arman Aziz (2001), İnternet Ortamında Sipariş Alma ve Satış İşlemlerinin Muhasebe Bilgi Sistemlerine Etkisi ve Bir Uygulama,Yüksek Lisans Tezi,Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,Eskişehir.

KIRVELİ,Murat (2006), Kayıt dışı Elektronik Ticaretin Elektronik veya Elektronik Ortamlı Ürün/Hizmet/Satıcı Firmaların Fiyatlandırma Politikasına Etkisi ve Anket Uygulaması, Yüksek Lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

KÜPOĞLU,Can (2008), Dünyada ve Türkiye’de perakendecilik ve E-Ticaret Karşılaştırması,Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul

OECD Policy Brief “The Future of the Internet Economy”, Haziran 2008

OLCAY,Dilek (2006), “E-Ticaretin Temelleri”,Pusula Yayıncılık,İstanbul.

ÖZDAMAR,Kazım (2004), Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi,Kaan Kitabevi,Eskişehir.

ÖZEL,Hasan Alp (2006), E-Ticaretin Türkiye Ekonomisi Üzerine Etkileri,Yüksek Lisans Tezi,On sekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,Çanakkale.

PARLAKKAYA,Raif 2005:”Elektronik Ticaret ve Muhasebe Uygulamalarına Etkileri”,Selçuk Üniversitesi Karaman İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi,5(2):168-175.

SCHNEIDER, Bruce, DIWALE, Abhinay, AHADIAT, Nasrollah (1998), “Electronic Commerce and Third Party Initiated Transactions: A Conceptual Exploration”, Cal Poly Pomona Conference, 97-108

SELEK, Seha ve Seçkin GÖNEN (2005), “Türk Vergi Sistemi Açısından Elektronik İşlemlerinin Vergilendirilmesi”, E-Yaklaşım Dergisi, 2005(23).

SEMERCİ, Murat (2007), Elektronik Ticaretin İşleyişi, Denetimi ve Muhasebeleştirilmesi, Yüksek Lisans Tezi, Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimsel Enstitüsü, Kahramanmaraş.

SEVİM, Adnan (2005), “Dijital Uygulamaların Muhasebe Eğitimi Üzerine Etkileri”, XXIV. Türkiye Muhasebe Eğitimi Sempozyumu, 89-105, Muğla.

SPIEGEL, Murray R., STEPHENS Larry J. (1999), “İstatistik”, (Çev: ESİN, A. ÇELEBİOĞLU, S.), Nobel Yayınları, Ankara.

TARAKÇI, Selvi (2006), E-Ticaretin Vergilendirilmesi ve Getirdiği Sorunlar, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

TAŞKIN, Gaffar ve Şenel KABAKÇI (2003), Elektronik Ticaret, Yeni Çizgi Yayınları, Ankara.

TEKŞEN, Ömer ve Muzaffer TEKİN (2007), “E-Ticaret İşlemlerinin Vergisel Açıdan Değerlendirilmesi”, E-Yaklaşım Dergisi, 2007(170).

Türk Ticaret Kanunu Tasarısı 2005, 1 Eylül 2010.

TOKAÇ, Gökhan (2009), “Elektronik Ticarete Vergilendirme ve E-Ticaretin Türk Vergi Hukuku Açısından Değerlendirilmesi”, <http://www.bilgidenetim.com/makale/goster/323>, (04.09.2010)

UZUNOĞLU, Hakan (2002), “Türkiye’de Elektronik Ticaretin Gelişmesi İçin Alınması Gereken Önlemler ve Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesinin Değerlendirilmesi”, [www.makalem.com](http://www.makalem.com), 2002

UZUNOĞLU,Hakan (2002),”E-Ticaretin Vergilendirmesinin İncelenmesi ve Değerlendirilmesi”,Yüksek Lisans Tezi,Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,Ankara.

YÜKÇÜ,Süleyman ve Seçkin GÖNEN (2009), “Türkiye’de Elektronik Ticaretin Muhasebeleştirilmesine İlişkin Uygulama Önerileri”,Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi,23(2):1-13

Vergi Usul Kanunu 361 Sıra No’lu Genel Tebliği 2006, 30 Ağustos 2010

VUK 397 no’lu Genel Tebliği, 2006

<http://www.muhasabedergisi.com/vergi-haberleri/elektronik-fatura-ve-bunlarn-muhafazasi.html>.10.06.2010

[http://www.elektronicticaretrehberi.com/e-ticaret\\_engeller\\_sorunlar.php](http://www.elektronicticaretrehberi.com/e-ticaret_engeller_sorunlar.php)

<http://www.igeme.org.tr/igeme/section-igeme-yayinlarimiz-yurtici.cfm/index.cfm>

<http://www.firmasec.com/firma/ara/e-ticaret/>

<http://www.e-firmalar.com/E-Ticaret-Hizmetleri-Firmalari.html>

<http://www.admdlaw.com/> [The Free Library](#) > Business and Industry > [Business, international](#) > [Mondaq Business Briefing](#) > [June 16, 2009](#)

<http://web.sciencedirect.com>, International journal of accounting information systems,volume1,issue1,march2000,pages 1-8

<http://www.olimpus.com.tr/main/detay.asp?b=2&id=422>

(<http://www2.tbmm.gov.tr/d22/1/1-1138.pdf>)

(<http://www.gib.gov.tr/index.php?id=1028>)

[http://www.efatura.gov.tr/c/document\\_library/get\\_file?uuid=d48fbb1d-86b8-4ade-a11b-7389b53397af&groupId=16,](http://www.efatura.gov.tr/c/document_library/get_file?uuid=d48fbb1d-86b8-4ade-a11b-7389b53397af&groupId=16)

(<http://www.cardfinans.com.tr/kampanyalar/chippin.jsp>, 07.07.2010

<http://www.biymed.com/pages/makaleler/makale34.htm> (03.07.2010)

<http://hilalyildirirkeser.blogspot.com>. (07.07.2010)

<http://blog.sanalmimarlar.com/2010/02/turkiye%E2%80%99de-e-ticaret-raporu-2009>

## EKLER

### EK 1: MUHASEBE UYGULAMALARI AÇISINDAN İŞLETMELERDEKİ E-TİCARETE YÖNELİK ANKET ÇALIŞMASI

#### Sayın Yetkili,

Bu anket çalışması muhasebe uygulamaları açısından işletmelerdeki e-ticarete yönelik olarak hazırlanmıştır. Vereceğiniz bilgiler sadece bu bilimsel çalışma için kullanılacak ve kesinlikle gizli tutulacaktır. Anketteki tüm soruların eksiksiz olarak cevaplanması çalışmamızın verimliliği açısından çok önemlidir. Değerli vaktinizi ayırdığınız ve ankete gösterdiğiniz ilgiden dolayı şimdiden teşekkür ederiz.

Öğr. Gör. Esra Takcı KANGAL

Cumhuriyet Üniversitesi Kangal Meslek Yüksekokulu

[etakci@cumhuriyet.edu.tr](mailto:etakci@cumhuriyet.edu.tr)

#### 1.firmanız aşağıdaki sektörlerden hangisinde faaliyet göstermektedir?

Hizmet otomotiv gıda tekstil yapı-inşaat

Elek.-elektronik kimya bilgisayar-bilişim danışmanlık eğitim

Eğlence emlak finans mobilya makine

Sağlık-sigorta taşıma-lojistik turizm diğer

#### 2. İşletmenizin hukuki yapısı nasıldır ?

Tek kişi işletmesi. ( ) Adi şirket. ( ) Kollektif şirket. ( )

Komandit şirket. ( ) Sermayesi paylara bölünmüş komandit şirket. ( )

Limited şirket. ( ) Anonim şirket. ( )

#### 3. İşletmenizdeki çalışan sayısı ne kadardır?

1-10 11-50 51-100 101-250 250 ve daha fazla

#### 4. firmanızın yıllık cirosu ne kadardır?

0< <25 milyon TL

25< < 50 milyon TL

50< < 75 milyon TL

75< <100 milyon TL

100 milyon TL ve daha fazla

**5. firmanızda fiyatlandırma nasıl yapılmaktadır?**

Maliyet esasına göre fiyatlandırma() hedef kara göre fiyatlandırma  
Piyasa esasına göre fiyatlandırma() pazarlık esasına göre fiyatlandırma()  
Diğer(belirtiniz)

**6. işletmenizde muhasebe kayıtları ne şekilde tutulmaktadır?**

- \* İşletme içinde muhasebe servisinde
- \* Serbest muhasebeci mali müşavir bürosunda

**7.E-ticaret işlemleri sırasında maliyet çıkarıyor musunuz ?**

Evet hayır

**8.hangi yıldan itibaren elektronik ticaret yapmaya başladınız?**

1995 ve öncesi 1996- 2000 2001-2005 2005 ve sonrası

**9.e-ticarette hangi satış yöntemini tercih ediyorsunuz?**

- komisyonsuz olarak kredi kartı ile satış
- komisyonlu olarak kredi kartı ile satış
- para kartı ile satış



İFADELER	Kesinlikle katılmıyorum	katılmıyorum	kararsızım	katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
10.İşletmemiz elektronik ticaret hakkında yeterli bilgiye sahiptir					
11.Tüm ürünlerimizin satışını internetten yapabiliyoruz.					
12.Müşterilerimiz e-ticarete büyük oranda adapte olmuştur					
13. e-ticaret uygulamaları üretkenliğimizi artırmıştır					
14. e-ticaret uygulamaları satışlarımızı artırmıştır					
15. e-ticaret uygulamaları karlılığımızı artırmıştır					
16.e-ticaret uygulamaları müşteri geri bildiriminde kolaylık sağlıyor					
17.Genelde e-ticaret mevzuat açısından yetersiz sayılmaktadır.					
-ticaretin muhasebeleştirilmesi ve vergilendirilmesi açısından yeterli bilgiye sahibiz.					
19. e-ticaret ortamındaki defter ve muhasebe düzeni konusundaki sorunların aşılması ancak belge düzeni konusundaki sorunların aşılması ile mümkündür.					
20. Elektronik ortamda gerçekleştirilen ticari işlemlerin Muhasebeleştirilme ilkeleri belirlenmelidir.					
21. Elektronik ortamdaki muhasebe ve defter kayıtlarının tutulmasında yetişmiş personel yoktur					
22. e-ticaret işlemlerini takip eden denetçilerinin olmayışı sorun yaratmaktadır.					
23. Kredi kartı ile satışlarda puan kullanımını muhasebeleştirmede farklı ortaya çıkarmaktadır.					
24. e-ticaret yapan şirketler farklı muhasebe kayıtları tutabilmektedir.					
25. Vergi usul kanununda düzenleme yapılarak mevcut hükümlerin elektronik ortama entegre edilmesi gereklidir					
26. Vergiden kaçınma ve Vergi kaçırma e-ticarette mümkün olmamaktadır.					
27. Çifte vergilendirme e-ticaret için sorun yaratmaktadır					
28. Mevcut muhasebe standartları e-ticaretin muhasebeleştirilmesi açısından yetersizdir.					
29. Web sitesine verilen reklamlar maliyeti düşürmektedir					
30.web sayfasının yapılışı ve yenilenmesi sırasında oluşan maliyetler pazarlama satış gideri olarak muhasebeleştirilmelidir.					
31. web sayfasının yapılışı ve yenilenmesi sırasında oluşan Maliyetler dönem gideri olarak muhasebeleştirilmelidir.					

### **ÖZGEÇMİŞ**

Esra KANGAL, 1983 Yılında Sivas'ın Gürün İlçesinde doğmuştur.2001 yılında Sivas Selçuk Anadolu Lisesi'nden mezun olmuştur.2002 yılında Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü'nde lisans eğitimine başlamış, 2006 yılında lisans eğitimini tamamlayarak aynı yıl Cumhuriyet Üniversitesi Kangal Meslek Yüksek Okulu'nda Muhasebe Bölümü'nde öğretim görevlisi olarak çalışmaya başlamıştır. 2007 yılında Gazi Osman Paşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı'nda Yüksek lisans eğitimine hak kazanarak eğitime devam etmiştir. Halen Cumhuriyet Üniversitesi Kangal Meslek Yüksek Okulunda Öğretim Görevlisi olarak çalışmaktadır.