

## KÜRESEL REKABET ORTAMINDA ELEKTRONİK TİCARETİN MUHASEBE BİLGİ SİSTEMİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Baki YILMAZ\*

### ÖZET

Günümüzün küresel rekabet ortamında faaliyet gösteren işletmeler arasında rekabetin giderek artması işletmelerde bilgi teknolojilerinin hızlı ve sürekli gelişmesine neden olmuştur. Bilgi teknolojilerindeki hızlı ve sürekli gelişmelerin sonucunda ortaya çıkan ve rekabetin en dinamik yönlerinden biri olan elektronik ticaret (e-ticaret); hem kuruluşları hem de bireyleri ilgilendiren, ticari etkinliklere ait her türlü işlemlerin elektronik ortam üzerinden yapılmasını sağlayarak, işletmeler arasında rekabetin, esnekliğin, kalitenin ve hızın yükselmesi sürecini başlatmıştır.

E-Ticaret, işletme süreçleri ve işlemlerinde değişiklikler meydana getirir ve bu değişiklik işletme varlıklarını ve kaynaklarını etkiler, gelirlere ve giderlere neden olur ve finansal tablolarında açıklanması gereken olay ve işlemleri ön plana çıkarır. Bu nedenle e-ticaret, işletmelerde süreç ve işlemleri etkileyen yönüyle muhasebe bilgi sisteminin bir parçası olarak ön plana çıkmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Küresel Rekabet: Elektronik Ticaret: Muhasebe Bilgi Sistemi

## EVALUATION OF ELECTRONIC COMMERCE IN TERMS OF ACCOUNTING INFORMATION SYSTEM IN GLOBAL COMPETITIVE ENVIRONMENT

### ABSTRACT

Ever-increasing competition between companies carrying on activities in today's global competitive environment medium has caused fast and permanent development of information technologies in companies. Electronic commerce (e-commerce), which has appeared in the result of fast and permanent developments in information technologies and is one of the most dynamic aspects of competition, has started the process of the rise in competition, flexibility, quality and speed by providing every kind of operations pertaining to commercial activities, in which both institutions and individuals are interested, to be made through electronic media.

E-commerce creates changes in the business processes and operations and these changes affect the business assets and resources, cause incomes and expenditures and bring events and operations necessary to be explained in financial tables to the foreground. So e-commerce, with its aspect affecting processes and operations in companies, comes to the foreground as a part of accounting information system.

**Key Words:** Global Competition: Electronic Commerce (e-commerce): Accounting Information System (AIS)

---

\* Yrd.Doç.Dr., Selçuk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

## 1. GİRİŞ

Bilgi toplumuna geçişle birlikte bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, dünyanın her yanında faaliyet gösteren işletmeleri yeni fırsatlarla karşı karşıya bırakmıştır. Bu fırsatlar özellikle ekonomik faaliyetlerin yapısında etkili olmuştur.

Küreselleşme tartışmaları; ekonomik, siyasal, kültürel ve sosyal bir çok açılımları beraberinde getirmektedir. Bu tartışmalar ile ön plana çıkan en önemli kavram "rekabet olgusu"dur. Rekabet, günümüzdeki değişimi net bir şekilde ifade eden kavramdır (Sevim, 2009;95)

Küresel rekabet ortamında ekonomik faaliyetlerin yapısı bilgi teknolojilerinin gelişim sürecine paralel olarak köklü bir biçimde değişmiştir. Bu değişim süreci bilginin doğuşunda, aktarılmasında ve üretilmesinde elektronik teknolojilerinin kullanımını artırmıştır.

Günümüzde yüz yüze, yazılı kayıt sistemine dayanan iş yapma şekilleri ve uzaklık-zaman kavramlarının ortaya koyduğu ticari engeller ortadan kalkarak yerini giderek artan bir biçimde elektronik/web tabanlı bilgi işlem sürecine bırakmıştır. Teknolojik gelişmelerin etkisiyle işletmelerin faaliyet gösterdiği alanlarda üretim biçimlerinden dağıtım biçimlerine, iş yapma biçimlerinden müşterilerine ulaşma yöntemlerine kadar çok sayıda ciddi değişimler yaşanmaktadır. Bu süreçte e-ticaret, özellikle uluslararası ticari işlemlerde internet kullanımı ile hem birçok sanal malın hem de geleneksel fiziki malların alım satımına olanak sağlayarak ticarete yeni ve büyük bir ticaret kanalı biçimine gelmiştir. Günümüzde hemen hemen tüm sektörlerde geleneksel pazarlama ve müşteri ilişkileri faaliyetleri, internet'in sağladığı pazarlama, bilgiye ulaşma ve maliyeti düşürme gibi kolaylıklardan yararlanacak biçimde yeniden düzenlenmiştir (Seyidoğlu, 2000;123).

Elektronik ticaret günümüzde giderek artarak güçlü bir dağıtım ve ticaret aracı haline gelmiştir. Dağıtım ve ticaret işlemlerinin elektronik ortamda yapılması diğer işletme süreçlerinin yanında özellikle muhasebe uygulamalarını etkileyerek, elektronik ticaretin muhasebe bakış açısıyla değerlendirilmesi gereğini ortaya çıkarmıştır.

Çalışmamızda önce elektronik ticaretle ilgili genel bilgiler verilmiş, daha sonra elektronik ticaretin muhasebe bilgi sistemi açısından değerlendirilmesi yapılmıştır.

## 2. ELEKTRONİK TİCARET VE KAPSAMI

Günümüzde küresel rekabetin artmasıyla yaşanan teknolojik gelişmelerin ve işletmelerin bilgi sistemi yönetimi anlayışı yapısının değişmesi, işletmeleri

büyük ölçüde etkileyerek daha yenilikçi, daha verimli, daha esnek ve daha dinamik olmaya zorlamıştır. Bu gelişmeler, ticari faaliyetler için gerekli bilgi, belge, veri ve kayıtların elektronik ortama aktarılmasına ve işlemlerin bu ortamda yapılabilmesine olanak sağlayarak elektronik ticareti, ticaretin önemli bir aracı haline getirmiştir.

İki taraf arasında bir değişim aracı ile yapılan mal ve hizmet alış ve satışı olarak tanımlanabilen ticaretin elektronik ortamda bir araç ile yapılması sonucu ortaya çıkan e-ticaretin pek çok tanımı yapılmaktadır.

Elektronik Ticaret (WTO, 1998; Carter, 2002; 2 ;www.eticaret.org/kavram.htm, 2009);

- Dünya Ticaret Örgütü (World Trade Organization-WTO): “Mal ve hizmetlerin üretim, reklam, satış ve dağıtımlarının telekomünikasyon ağları üzerinden yapılmasıdır”.
- Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (Organization for Economic Co-operation and Development-OECD): “Sayısallaştırılmış yazılı metin, ses ve görüntünün işlenmesi ve iletilmesine dayanan, kişileri ve kurumları ilgilendiren tüm ticari işlemlerdir”.
- Birleşmiş Milletler Yöntem, Ticaret ve Ulaştırma İşlemlerini Kolaylaştırma Merkezi (United Nations Centre for the Facilitation of procedures and practices for Administration, Commerce and Transport-UN-CEFACT): “İş, yönetim ve tüketim faaliyetlerinin yürütülmesi için yapılanmış ve yapılmamış iş bilgilerinin, üreticiler, tüketiciler ve kamu kurumları ile diğer organizasyonlar arasında elektronik araçlar üzerinden paylaşılmasıdır”.
- Wurman ve diğerleri elektronik ticareti, ilgililer arasında buluşma, anlaşma ve gerçekleştirme adımlarının otomatikleştirdiği bir sistem ve hizmetlerin ve ürünlerin stok, değişim, reklam, dağıtım ve ödenmesinde elektronik iletişim kanallarını kullanan faaliyetler birliği (Wurman ve diğ., 1998;17-24) şeklinde tanımlamıştır.
- Elektronik Ticaret bilgisayar ağları aracılığı ile ürünlerin üretiminin, tanıtımının, satışının, ödemesinin ve dağıtımının yapılmasıdır (Schoop, 2005; 65). Elektronik Ticaret yoluyla mal ve hizmet ticareti, ürün tasarımı, üretim, pazarlama, reklam, tanıtım, sipariş verme, sözleşme yapma, banka işlemleri ve fon transferi, mühendislik hizmetleri, kamu alımları, elektronik para (sanal para) çıkarma, borsa işlemleri, e-noterlik, fikri mülkiyet haklarının devri, kiralama işlemleri vb. yapılmaktadır (Bozkurt, 2000;7).

- Türkiye’de ise Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu (ETKK) elektronik ticareti, “bireyler ve kurumların açık ağ (internet) ya da sınırlı sayıda kullanıcı tarafından ulaşılabilen kapalı ağ ortamlarında yazı, ses ve görüntü biçimindeki sayısal bilgilerin işlenmesi, iletilmesi ve saklanması temeline dayanan ve bir değer yaratmayı amaçlayan ticari işlemlerin tümünü ifade etmektedir” şeklinde tanımlanmıştır (ETKK, 1998;:200; Parlakkaya, 2005;169).
- Elektronik ticaret, bir firmanın tedarikçiler, müşteriler, ortaklar, yatırımcılar ve tüm ilgili kişi ve gruplarla olan karşılıklı etkileşim yollarını geliştirmek üzere, bağlantı ağları ve iletişim teknolojisindeki gelişmelerin sistematik olarak kullanılmasıdır (Alagöz, 2007; 11).

Elektronik ticaret kavramının gelişimiyle birlikte bilgisayar sistemleri, veri tabanları ve çeşitli elektronik sistemler, elektronik ticaret uygulamalarının tüm dünyada yaygınlaşmasına; uygulamaların kültürel, sosyal ve ekonomik alanları da kapsamına olarak bu yönlere pek çok değişiklik meydana gelmesine sebep olmuştur.

Elektronik ticaret, bir araç ile ticaret yapmak ya da ticaretin elektronik ortamda yapılan şekli olarak tanımlanabilir. Herhangi bir ticari sonuç doğuran elektronik işlemler e-ticaretin kapsamına girmektedir. Elektronik ticaret, her türlü bilgisayar ağları üzerinden, ürün tasarımı, üretilmesi, tanıtımın yapılması, ticari muameleler hesapların ödenmesi ile ilgili tüm etkinlikleri kapsar ([www.elektronikticaretrehberi.com/e-ticaret\\_genel\\_bilgiler.php](http://www.elektronikticaretrehberi.com/e-ticaret_genel_bilgiler.php),2009). Elektronik ticaret bu boyutuyla mal ve hizmet alımı, sayısal içeriğin anında dağıtılması, elektronik fon transferi, elektronik hisse alışverişi, elektronik konşimento, elektronik açık arttırma, ortaklaşa tasarım ve mühendislik, anında kaynaktan sunma, kamu alımları, doğrudan tüketiciye pazarlama, satış sonrası servisler ve ödemelerin dijital olarak yapılması gibi geniş bir kapsama sahiptir (Özbay ve Devrim, 2000; 33; Parlakkaya, 2005;169).

Elektronik ticaret, örgütsel ve bireysel seviyede tüm ticari faaliyetlerle ilgili işlemleri kapsamaktadır. Bu alanda üretilmiş, işlenmiş ve aktarılmış tüm sayısal veriler, metinler, sesler ve görsel imajların işlenmesi ve aktarılmasına dayanmaktadır. Bu alandaki önemli konular arasında tüketicinin korunması, rekabet, finans ve ödeme sistemleri, vergilendirme, fikri, sınai ve ticari mülkiyet hakları, güvenlik, yasal düzenlemeler, uyumsuzlukların sona erdirilmesi mekanizmaları bulunmaktadır (Canpolat, 2001; 12).

Elektronik ticarete her türlü bilginin elektronik ortamda saniyeler içerisinde dünyanın herhangi bir yerinden başka bir yerine nakledilmesi kendi başına bir devrim olduğu gibi diğer devrimlere de ivme kazandırabilecek ve insanlık

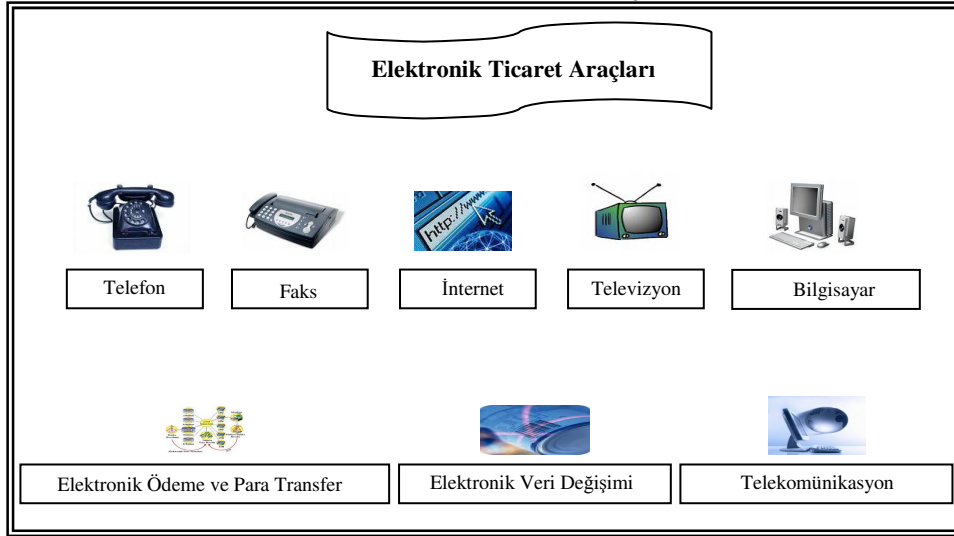
hayatının her boyutunu hızla değiştirebilecek bir potansiyele sahip olmasıyla da ayrı bir önem taşımaktadır (Şahin, 2008;38).

### 3. ELEKTRONİK TİCARETİN ARAÇLARI VE MODELLERİ

Elektronik ticaretin yapılabilmesini sağlayan araçlar şu şekilde sıralanabilir (Randall, 1999; 14) :

- Telefon
- Faks
- İnternet
- Televizyon
- Bilgisayar
- Elektronik ödeme ve para transfer sistemleri
- Elektronik veri değişimi
- Telekomünikasyon

Şekil 1: Elektronik Ticaret Araçları



- Telefon, faks ve televizyon geleneksel elektronik ticaret araçlarıdır. Telefon alıcı ve satıcı arasında karşılıklı iletişim sağlanmasında, faks doküman transferinde, televizyon ise ürünlerin reklam ve tanıtımının yapılmasında kullanılır (Parlakkaya, 2005; 169-170). Televizyonun

internete bağlanması ile kullanıcı elektronik ticaret yapabilir hale gelmektedir (Özbay ve Akyazı, 2004;17).

- Elektronik ödeme ve para transfer sistemleri, elektronik ticarete kullanılmaları nedeniyle, Elektronik Ticaret'i önemli ölçüde kolaylaştırmakta ve ayrılmaz bir parçası haline gelmektedirler. Ancak otomatik gişe makineleri olan ATM (Automated Teller Machines) ler, kredi, borç ve akıllı kartlar sadece para aktarılmasında kullanıldıkları için ticarete sınırlı bir işleve sahiptirler (Yenigün, 2003;8) .
- Elektronik veri transferi, ticaret yapan iki işletme arasında, bilgisayar ağları aracılığı ile belge, bilgi ve veri değişimini sağlayan bir sistem olarak elektronik ticaretin araçlarından biridir.
- Günümüzde e-ticaretin ayrılmaz ve hızlı bir şekilde gelişen temel aracı olan internet, çok yönlü iletişim sağlayan bir ticaret aracıdır ve işlemler internet sayesinde bilgisayar ortamında ve oldukça hızlı bir şekilde yerine getirilebilmektedir (Canpolat, 2001; s.17).
- Elektronik ticaretin altyapısını sağlayan telekomünikasyon, bilgi paylaşımını en üst düzeye ulaştıran ve yaygın bir hale gelmesini sağlayan klasik ama en önemli araçlardan biridir.

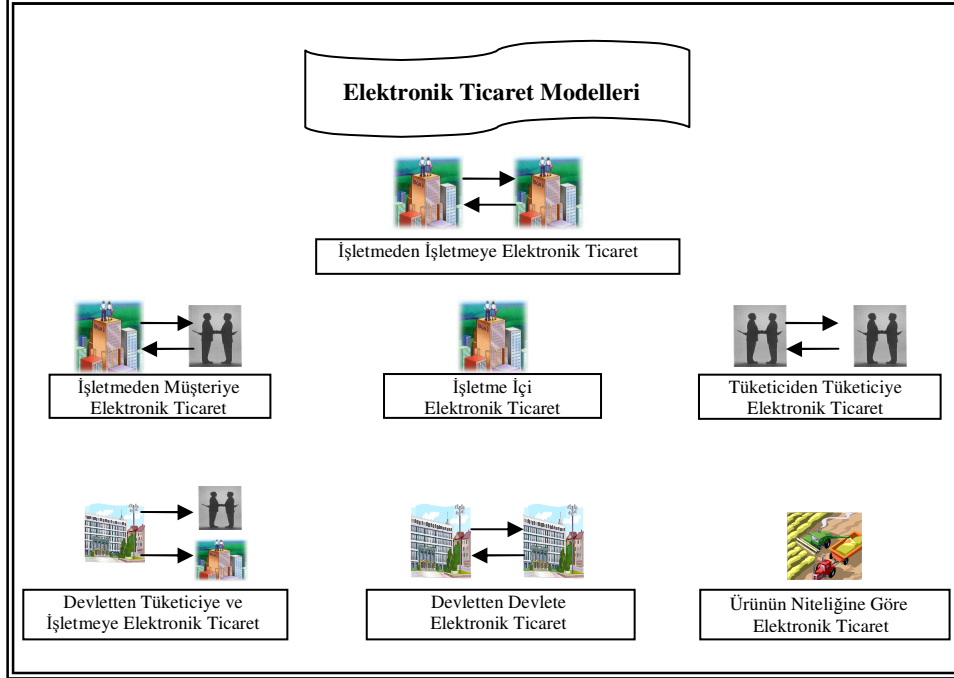
Elektronik ortamda ticaret yapan tarafların işlemlerini kolaylaştıran ve hızlandıran elektronik ticaret araçları günümüzde teknolojinin gelişimine bağlı olarak sürekli yenilenmektedir.

Elektronik ticaret modelleri şu şekilde sıralanabilir (Zerenler, 2007; 73-100):

- İşletmeden işletmeye elektronik ticaret
- İşletmeden müşteriye elektronik ticaret
- İşletme içi elektronik ticaret
- Tüketiciden tüketiciye elektronik ticaret
- Devletten tüketiciye ve işletmeye elektronik ticaret
- Devletler arasında elektronik ticaret
- Ürünün niteliğine göre elektronik ticaret

Elektronik Ticaret Modelleri şekil 2' de gösterilmiştir.

Şekil 2: Elektronik Ticaret Modelleri



**İşletmeden işletmeye yapılan elektronik ticaret**, işletmelerin internet üzerinden satın alma ve satma eylemlerinin alıcı, tedarikçi ve diğer ilgililerin bir araya gelip geliştirdikleri bilgi değişimi olarak yapılan ticaret modelidir (Trepper, 2000; 13).

**İşletmeden müşteriye yapılan elektronik ticaret**, elektronik araçlar kullanılarak doğrudan müşterilere çeşitli ürünlerin satılması işlemlerini kapsayan ticaret modelidir.

**İşletme içi elektronik ticaret**, işletme birimleri arasında yapılan ve bir iş akışı uygulamasını kapsayan ticaret modelidir.

**Tüketiciden tüketiciye elektronik ticaret**, tüketicilerin kendi aralarında kendilerine ait bir takım ürünlerini belli şartlar altında ve bir işletme aracı ile alıp sattıkları ticaret modelidir.

**Devletten tüketiciye ve işletmeye elektronik ticaret**, kamu kurumları ile vatandaşlar arasındaki tüm ilişkilerin bilgi ve iletişim teknolojileri ile "daha iyi bir yönetime ulaşma" (Torres ve Diğ., 2005; 218) amacının gerçekleşmesini kapsayan ticaret modelidir.

*Devletler arasında elektronik ticaret*, kamu kuruluşlarının diğer ülkelerdeki kamu kuruluşlarından yaptıkları ithalat ve ihracata ilişkin elektronik ortamda yapılan ticaret modelidir.

*Ürünün niteliğine göre elektronik ticaret*, dolaylı ve dolaysız olmak üzere iki grupta değerlendirilebilir (Zerenler, 2007; 97-98). Dolaylı ticarete ürünün tanıtımı ve siparişi elektronik ortamda yapılırken, ürünün teslimi geleneksel usullere göre kargo ve posta aracılığıyla yapılmaktadır; dolaysız ticarete ise ürünün teslimi de tamamen elektronik ortamda gerçekleşmektedir.

#### 4. MUHASEBE BİLGİ SİSTEMİ VE ELEKTRONİK TİCARET

Muhasebe bilgi sistemi, temel yönetim bilgi sistemlerinin en önemlisi ve eskisidir (Sürmeli, 1994;7). Muhasebe bilgi sistemi, bir örgütün kaynaklarının oluşumu, bu kaynakların kullanılma biçimi, örgütün faaliyetleri sonucunda bu kaynaklarda meydana gelen artış ve azalışları ve örgütün finansal açıdan durumunu açıklayan bilgileri üreten, bunları ilgili kişi ve kuruluşlara ileten bir sistemdir. Bu süreç, karar alma durumunda olanların tutarlı karar alabilmeleri amacıyla varlıklar, kaynaklar ve faaliyet sonuçlarına ilişkin doğru ve güvenilir bilgileri zamanında sağlama amacına yönelik olarak faaliyet gösterir (Atabey ve Diğ., 2006;7).

*Şekil 3: Muhasebe Bilgi Akışı-Finansal Nitelikli Olay ve İşlemler*

GİRDİ	SÜREÇ	ÇIKTI
Bilgi ve Belgeler	Defterler                      Mizanlar	Mali Tablolar

Kaynak: Sürmeli, 1994: 39

Şekil 3’de görüldüğü gibi işletme faaliyetlerine ilişkin muhasebe bilgi akışı, her sistemde olduğu gibi girdi, süreç ve çıktı akışını izler.

İşletmede meydana gelen finansal nitelikli olaylar, işletmenin varlık ve kaynak yapısı ile faaliyet sonuçları üzerinde değişmeye yol açarlar. Bu nedenle, muhasebe bilgi sisteminin ilgi alanını işletmede ortaya çıkan finansal nitelikli olay ve işlemler oluşturur. Muhasebe bilgi sisteminde bilginin güvenli, zamanlı, tarafsız, anlaşılır ve tutarlı olması onu daha kullanışlı ve yararlı hale getirir (Karasioğlu, 2001;2).

İşletmeler açısından son derece önemli olan muhasebe bilgi sisteminin ekonomik ve teknolojik gelişmelere uyum sağlamasının gerekliliği tartışılmazdır. Günümüzde elektronik ticaretin hacmi çok uluslu amerikan firmalarının öncülüğünde tüm dünyada hızla yayılmaktadır (Karataş ve



Yılmazsoy, 2001; 182). Elektronik ticaret yapan firmalar geleneksel usulde ticaret yapan firmaların kullanacağı temel muhasebe ilke ve kurallarını kullanmaktadırlar. Bu sebeple geleneksel ticarete kullanılan muhasebe düzeni elektronik ticaret için de geçerli olacak ve kullanılacaktır (Semerci, 2007;59).

Elektronik ticaretin işletme süreçleri ve işlemlerinde meydana getirdiği değişikliklerden muhasebe sistemlerinin de etkilenmesi kaçınılmazdır. E-ticaret sadece ticaretin şeklini değiştirmekle kalmamış, işletmelerde muhasebe sistemini etkileyen elektronik faturalama, elektronik arşivleme gibi kavramları da ortaya çıkmıştır (Parlakkaya, 2005;172). Kullanılan defterlerin ve oluşturulan tabloların elektronik ortamlarda yapılması, işlerde hızlanma, doğruluk oranının yüksekliği, kağıt ve kırtasiye tasarrufu gibi değişikliklerin olmasını mümkün kılmaktadır (Yükçü ve Gönen, 2009;7-8).

Elektronik ticaret uygulamalarının muhasebe bilgi sistemi açısından getirdiği en önemli sorun sistemin girdi sürecinde yer alan belge düzeninin elektronik olması ve bununla ilgili olarak hukuki düzenlemelerin tam yer almaması ve bu nedenle farklı uygulamaların yapıldığının görülmesidir (Yıldız ve Canbaz, 2008; 72).

İşletmelerde muhasebe bilgi sistemi bakış açısıyla elektronik ticaret uygulamalarının etkilerini şu şekilde özetlemek mümkündür:

- Muhasebe bilgi sisteminin temeli olan finansal nitelikli olay ve işlemlerin dijital ortamlarda sunulması, elektronik ticaret uygulamalarının etkilerini daha da genişletecektir.
- Bir işletmede elektronik ticaret uygulamalarının genişlemesi durumunda; işletmeyle ilgili tüm finansal bilgiler daha düzenli ve kolay erişilebilir bir şekilde olacağından yöneticiler ihtiyaç duydukları bilgileri zamanında ve istedikleri biçimde elde edebileceklerdir.
- İşletme yöneticilerinin geleceğe ait finansal bilgi öngörülerinin ve yönetsel planlarının dayandığı kararların tutarlılığı ve doğruluk derecesinde artış olacaktır.
- Elektronik ticaret yapan işletmelerin, diğer işletmelere oranla finansal yapıları daha etkin olacaktır.
- Çok hızlı bilgi iletilmesi nedeniyle muhasebe bilgi akışı ilgili taraflara daha etkin ve verimli bir şekilde ulaşacaktır.
- Elektronik ticaret işleminde teslim ve ödeme şekilleri ile işletmede kullanılan bilgisayar programı da muhasebe bilgi sistemi uygulamalarını kolaylaştıracaktır.
- Elektronik ticaret uygulamaları muhasebe belge sayısında ve maliyetlerde önemli ölçüde azalmaya neden olacaktır.

- Belge ve kayıt düzeni için yeni programların geliştirilmesi sağlanacaktır.
- Elektronik ticaret muhasebecilerine olan talep artacaktır (Akkaş, 2000;1)
- Varlıklar, kaynaklar ve faaliyet sonuçlarına ilişkin doğru ve güvenilir bilgilerin tam zamanında sağlama amacı elektronik ticaretin güvenilirliğini artıracaktır.

## 5. SONUÇ

Küreselleşmenin dinamik gücü bilgi ve iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmelerdir. Bu gelişmeler özellikle elektronik ticaret uygulamaları ile dijital çağın ticaret şeklini, anlayışını ve uygulanışını belirlemektedir. Dünyada yaşanan küreselleşme olgusuyla birlikte rekabet olgusu her geçen gün artmakta, tüketicilerin kendi ihtiyaç ve beklentilerine uygun bir şekilde sunulan ürünlerin talep edilmesi nedeniyle ürün talep süreleri giderek kısalmakta ve ürün çeşidi hızla çoğalmaktadır. Bu gelişmeler sonucunda işletmeler, rekabet üstünlüğü sağlayabilmek için çok çeşitli ürünleri hızlı bir şekilde uygun maliyetle ve istenilen kalite düzeyinde piyasaya sürmek durumundadırlar. Bu durumu sağlayan elektronik ticaret uygulamaları yeni ekonomi ve yönetim modellerinin önemli bir işlem aracıdır. Bilgi ve iletişim teknolojileriyle sürekli yenilenen elektronik ticaret uygulamaları, kaliteli, sürekli, eş zamanlı ve güvenilir hizmetlerin sağlanması ve sunulmasına olanak sağlamaktadır.

Küresel rekabet ortamında bilgi ve iletişim teknolojilerinden muhasebe bilgi sistemi uygulamalarında yararlanma olanakları arttıkça, muhasebenin işletmelerin yönetimine yönelik işlevi ve önemi de artmaktadır. İşletmelerde finansal bilgi üretimini sağlayan muhasebe bilgi sisteminin, küresel rekabet ortamında işletme yönetiminin ihtiyaç duyduğu finansal nitelikli bilgileri tam, açık, anlaşılır, zamanlı ve güvenilir düzeyde dijital muhasebe organizasyonu içerisinde sağlaması, işletme faaliyetlerinin daha hızlı, esnek, yenilikçi ve planlı bir yapıda olmasını sağlayacaktır.

## YARARLANILAN KAYNAKLAR

### KİTAPLAR

Adem Özbay, Jan Devrim (2000), *E-Ticaret Rehberi, Bilgi Teknolojileri Dizisi* 7, Hayat Yayınları, İstanbul.

Ali Şahin (2008), *Türk Kamu Yönetiminde Yapısal Dönüşüm ve E-Devlet*, Çizgi Kitabevi, Konya.

- Charles Trepper (2000), *E-Commerce Strategies*, Washington, Microsoft Pres.
- Fehmi Karasioğlu (2001), *İnternet Tabanlı Finansal Raporlama*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Halil Seyidoğlu (2000), *Uluslararası Elektronik Ticaretin Gelişimi*, Halil Aksu'ya Armađan Kitabı, İTÜ, İşletme Fak. Yay. İstanbul.
- J. Carter (2002), *Developing E-Commerce Systems*, Prentice Hall., New Jersey.
- Muammer Zerenler (2007), *Dijital İş Yaşamı: Tüm Boyutlarıyla Elektronik Ticaret*, Gazi Kitabevi, Ankara.
- Murat Semerci (2007), *Elektronik Ticaretin İşleyişi, Denetimi ve Muhasebeleştirilmesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş.
- N.Ata Atabey, Raif Parlakkaya, ve Ali Alagöz, (2006), *Genel Muhasebe*, Atlas Kitabevi, Konya.
- Ömer Canpolat (2001), *E-Ticaret ve Türkiye'deki Gelişmeler*, T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Tüketicinin ve Rekabetin Korunması Genel Müdürlüğü Yay., Ankara.
- Sabahat Özbay ve Selma Akyazı (2004), *Elektronik Ticaret*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Veysel Bozkurt (2000), *Elektronik Ticaret*, Alfa Yay., Ankara.

## **DERGİLER**

- Ali Alagöz (2007), "Web Sitesi Maliyetlerinin Muhasebeleştirilmesi", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı:18, s.11.
- Fehmi Yıldız ve Serdar Canbaz (2008), "Türkiye'de Elektronik Ticaret Uygulamasında Karşılaşılan Muhasebe Sorunları İle İlgili Bir Araştırma", *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, Sayı:37, Ocak, s.72.
- Jale Akkaş (2000), "Elektronik Ticaret ve Elektronik İş Uygulamaları Muhasebe ve Finansal Raporlamayı Nasıl Etkileyecek ?", *Active Bankacılık ve Finans Dergisi*, No:14, Ağustos-Eylül, s.1.
- Lourdes Torres, Vicente Pina ve Basilio Acerete, (2005), "E-government Development on Delivering Public Services Among EU Cities", *Government Information Quarterly*, Vol.:22, Issue:2, 217-218.
- Mareike Schoop (2005), "A Language-Action Approach to Electronic Negotiations An International" *Journal on Communication, Information Technology and Work*, Vol. 1, No. 1, 62-79.

- N. Karataş,. ve M.Yılmazsoy (2001), “Sorular ve Cevaplar”, *Vergi Dünyası Dergisi*, Sayı: 234, ss. 182–183.
- P.Wurman, W. Walsh ve M.Wellman (1998), *Flexible Double Auctions for Electronic Commerce: Teheory and Implementation*, Decision Support Systems, 17-24.
- Raif Parlakkaya (2005), “Elektronik Ticaret ve Muhasebe Uygulamalarına Etkileri”, *Selçuk Üniversitesi Karaman İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Sayı:2, Cilt:5.
- Süleyman Yükçü ve Seçkin Gönen (2009), “Türkiye’de Elektronik Ticaretin Muhasebeleştirilmesine İlişkin Uygulama Önerileri”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt: 23, Sayı: 2.

## **İNTERNET**

- Adnan Sevim, “Dijital Uygulamaların Muhasebe Eğitimi Üzerine Etkileri, <http://www.mu.edu.tr/iibf/tmes24/kitap/2-2.pdf>, 2009.
- Cüneyt Yenigün, “Küresel Pazar ve Elektronik Ticaret, [http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl\\_gos.php?nt=458](http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=458), 08/05/2009.
- WTO(World Trade Organization), (1998), “Study from WTO Secretariat Highlights Potential Trade Gains From Electronic Commerce”, <http://www.wto.org>, 05/01/2004.
- [www.eticaret.org/kavram.htm](http://www.eticaret.org/kavram.htm), 01/04/2009.