

ELEKTRONİK TİCARET VE MUHASEBE UYGULAMALARINA ETKİLERİ

Raif PARLAKKAYA*

Özet

Elektronik ticaret(e-ticaret), hem kuruluşları hem de bireyleri ilgilendiren, ticari etkinliklere ait her türlü işlemlerin bilgisayar ağları üzerinden yapılmasıdır. Yapılan işlemler, sayısal veriye dönüştürülmüş metin, ses ve görsel imajların işlenmesi ve iletilmesini içerir. E-ticaret, işletme süreçleri ve işlemlerinde değişiklikler meydana getirir. E-ticaretin işletme süreçleri ve işlemlerinde meydana getirdiği değişikliklerden muhasebe sistemlerinin de etkilenmesi kaçınılmazdır. Bu çalışmada e-ticaretin muhasebe uygulamalarına etkileri ele alınmaktadır.

Abstract

Electronic commerce(e-commerce) refers generally to all forms of transactions relating to commercial activities, including both organizations and individuals, that are based on the processing and transmission of digitized data, including text, sound and visual images. E-commerce bring out the changes on business processes and transactions. It is inevitable that accounting systems are affected by the changes brought out of e-commerce business processes and transactions. This study examines the effects of e-commerce on accounting practices.

1.GİRİŞ

Bilgi teknolojilerindeki hızlı gelişmeler ekonomik faaliyetlerin alanını da değiştirmekte, geleneksel ticaret yanında elektronik ticaret yeni bir alan olarak hızla gelişmektedir. E-ticaret ile fiziksel uzaklık ve zaman kavramlarının ortaya koyduğu kısıtlamalar ortadan kalkmış bulunmaktadır. E-ticaret ile internet, sadece bir bilgi iletişim aracı olmaktan çıkmış, güçlü bir dağıtım ve ticaret aracı haline gelmiştir. E-ticareti kullanmaması dolayısıyla gelecekte rekabet yeteneğini kaybedeceğinin farkına varan işletme sayısı her geçen gün artmakta ve rekabet yeteneklerini korumak ve geliştirmek için işletmeler e-ticaret çalışmalarına başlamaktadırlar.

Ticari işlemlerin elektronik ortamda yapılması, diğer işletme süreçleri ve işlemleri yanında muhasebe uygulamalarını da etkileyecektir. Bu çalışmanın amacı, elektronik ticaretin muhasebe uygulamalarına etkilerini ortaya koymaktır. Çalışmamızda önce elektronik ticaretle ilgili genel bilgiler verilmiş, daha sonra elektronik ticaretin muhasebe uygulamalarına etkileri üzerinde durulmuştur.

2.GENEL OLARAK ELEKTRONİK TİCARET

2.1.Elektronik Ticaretin Tanımı ve Kapsamı

Bilindiği gibi mal ve hizmetlerin satılması ve satın alınması işlemlerine ticaret denir. Bu işlemlerin elektronik ortamda internet üzerinden yapılması e-ticaret kavramını ortaya çıkarmıştır. E -ticaret çeşitli kuruluşlar tarafından farklı şekillerde tanımlanmaktadır. Bu tanımların bazıları şöyledir:

Dünya Ticaret Örgütü (World Trade Organization-WTO) elektronik ticareti, “mal ve hizmetlerin üretim, reklam, satış ve dağıtımlarının telekomünikasyon ağları üzerinden yapılması” şeklinde tanımlamaktadır(WTO, 1998).

* Doç.Dr., Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı(Organization for Economic Co-operation and Development -OECD) e-ticareti, kuruluşlar ve bireylerin katıldığı ticari etkinliklere ait sayısal veriye dönüştürülmüş metin, ses ve video görüntülerinin işlenmesi ve iletilmesini içeren her türlü işlemin bilgisayar ağları üzerinden yapılması şeklinde tanımlanmaktadır(Carter, 2002, s.2).

Türkiye’de ise Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu (ETKK) Mayıs 1998 tarihli Hukuk Çalışma Grubu raporunda e-ticaret, “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, s.200).

Özetle, e-ticaret, internet üzerinden ticaret yapmak ya da ticaretin elektronik ortamda yapılan şekli olarak tanımlanabilir.

Herhangi bir ticari sonuç doğuran elektronik işlemler e-ticaretin kapsamına girmektedir. E-ticaret kapsamı içerisinde, tüketim malları ve spesifik ekipmanlar gibi mamuller, bilgi hizmeti, finansal ve yasal hizmetler gibi hizmetler ve sağlık, bakım ve eğitim gibi geleneksel faaliyetler yer almaktadır (Özbay ve Devrim, 2000,s.33). 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, s.33).

E-ticaret, mal ve hizmetlerin sipariş edilmesi ve teslimini kapsar. E-ticarete sipariş işlemleri bütün mal ve hizmetler için elektronik ortamda gerçekleşirken, malların çoğunluğu ve bazı hizmetler geleneksel yöntemlerle teslim edilmektedir. Geleneksel yöntemlerle teslimin söz konusu olduğu e-ticaret şekline dolaylı e-ticaret denir. Ancak sayısal mal ve hizmetler olarak adlandırılan; müzik kasetleri, gazete, dergi, kitap, fotoğraf, video filmleri, çeşitli danışmanlık hizmetleri, tıbbi hizmetler ve eğitim hizmetleri gibi mal ve hizmetlerin siparişi, teslimi ve bedelinin ödenmesi elektronik ortamda on-line olarak gerçekleştirilmektedir. Elektronik ortamda teslimin söz konusu olduğu bu e-ticaret şekline doğrudan e-ticaret denir. Dolaylı e-ticaretin etkinliği; posta sistemi, gümrük sistemi ve ulaşım sistemi gibi dışsal faktörlerin de etkinliğine bağlı iken, doğrudan e-ticarete ise, coğrafi sınırların varlığı hiçbir şekilde hissedilmeden, internet erişiminin olduğu bütün dünyayı kapsayan elektronik pazarın tüm potansiyelinin tam bir şekilde kullanılabilmesi mümkün olabilmektedir (Arıkan, 2001).

2.2.E-Ticaret Araçları

E-ticaretin temel araçları, telefon, faks, televizyon gibi geleneksel iletişim araçları yanında elektronik ödeme ve para transfer sistemleri, elektronik veri değişimi ve internettir (İyibozkurt, 2000, s.83).

Telefon, faks ve televizyon geleneksel e-ticaret araçlarıdır. Telefon alıcı ve satıcı arasında karşılıklı iletişim sağlanmasında, faks doküman transferinde, televizyon ise ürünlerin reklam ve tanıtımının yapılmasında kullanılır. E-ticaret işlemlerinin gerçekleştirilmesi için geleneksel e-ticaret araçlarının birlikte kullanılması gerekir. Söz

konusu e-ticaret araçlarının işleyişinde, televizyon ile ürünlerin reklamı yapılmakta, telefon veya faksla sipariş edilmekte ve ödemesi de kredi kartıyla yapılmaktadır.

Elektronik ödeme ve para transfer sistemleri; bankamatikler, kredi kartları, akıllı kartlardır. Söz konusu araçlar, e-ticareti önemli ölçüde kolaylaştırmakta ve sistemin ayrılmaz bir parçası haline gelmektedirler (Canpolat, 2001, s.16).

Elektronik Veri Değişimi (EVD), ticaret yapan iki kuruluş arasında insan faktörü olmaksızın bilgisayar ağları aracılığıyla belge ve bilgi değişimini sağlayan bir sistemdir (Özbay ve Devrim, 2000, s.36). EVD e-ticaretin en önemli araçlarından biridir. EVD ile standart bilgiler diğer bilgisayar sistemlerine kolayca aktarılmaktadır. EVD, alım siparişleri ve satış emirleri gibi ticari dokümanların direkt olarak bilgisayardan bilgisayara değişimidir (Bodnar ve Hopwood, 1998, s.480).

Elektronik posta (e-mail) yapılanmamış dokümanların iletilmesinde kullanılırken, EVD yapılanmış mesaj değişimini sağlamaktadır (Canpolat, 2001, s.16). Özel bir telekomünikasyon alt yapısı ve standart formlar gerektiren EVD uygulaması sadece kullanıcılara açık olması nedeniyle son derece güvenli bir sistemdir. Ancak, maliyetleri yüksek olması nedeniyle çok fazla yaygınlaşmamıştır (Canpolat, 2001, s.16)

EVD'nin yararları dört başlık altında toplanabilir. Bunlar (Bodnar ve Hopwood, 1998, s.480; Ertaş, 2000, ss.3-4):

(i) Kağıda yazmaya, kopya almaya, elle dosyalama veya bilgileri tekrar kayda geçirmeye gerek kalmaksızın işlemler yapılabildiğinden önemli maliyet ve zaman tasarrufu sağlanır.

(ii) İnsanlar tarafından yapılan veri girişlerinin azalması ile hataların minimize edilmesi sağlanır.

(iii) İşlemlerin daha hızlı bir şekilde tamamlanması sağlanır. Bu durum işletmelerde stokların azaltılmasına ve JIT (Tam Zamanında) teslim uygulamalarına da yardım eder.

(iv) Ortaya çıkacak yeni fırsatlardan yararlanma konusunda işletmeye avantaj sağlar.

İnternet, dünya üzerinde hizmetleri paylaşma, açık ve direkt bir şekilde iletişim kurma olanağı sağlayan global bir ağıdır (Lodhia, 2002). İnternet, bilgisayarlar arasında kurulmuş bulunan bir haberleşme ağıdır. 2002 yılı sonu itibarıyla dünya çapında 673 milyon internet kullanıcısı olması beklenmekte ve bu rakamın 2005 yılında bir milyara çıkacağı tahmin edilmektedir. 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). İnternetin multimedya özelliği nedeniyle, bilgi ve belgeler internet yoluyla hem ses hem de görsel olarak kullanıcıya ulaşmakta, kullanıcı bu verileri saklayabilmekte, üzerinde değişiklik yapabilmekte ve geri gönderebilmektedir. İnternet söz konusu multimedya özelliği nedeniyle sanal ortamlara dayalı ticaret alanları yaratmaktadır (Canpolat, 2001, s.17). Ayrıca internet diğer e-ticaret araçlarına göre önemli maliyet avantajına sahiptir. Elektronik posta, bir bilgisayardan diğerine/ diğerlerine veya bir kişiden diğer kişiye/ kişilere gönderilen elektronik mesajdır. E-posta ile başlayan elektronik iletişim, günümüzde kağıda dayalı klasik yöntemlerin yerini almaktadır. İnternet ile elektronik mesajlar, birkaç dakika içerisinde e-posta adresi olan dünyanın herhangi bir

yerindeki alıcısına şehiriçi telefon tarifesiyle daha düşük ücret ile hızlı ve güvenli olarak ulaştırılmaktadır.

Müşterilerinizin veya diğer firmaların size her zaman ve her durumda ulaşması, e-posta ile mümkün olabilmektedir. Firmanızın tel ve faks numaralarının değişmesi, taşınmanız, tatilde veya seyahatte olmanız e-postalarınızın size ulaşmasına engel olmamaktadır.

İnternet türevleri olan intranet ve extranet de e-ticaret araçları arasında sayılmaktadır. Intranet örgüt içi bilgisayar ağıdır. Extranet ise, firma intranetlerinin iş ortakları, müşteriler ve bayilerin ortak kullanımına açılması ile oluşan ağı ifade eder (Hasiloğlu, 1999, s.74).

Yukarıda kısaca değinildiği gibi çok sayıda e-ticaret aracı olmakla birlikte, e-ticaret çoğu zaman internet ve diğer ağlar üzerinden yapılan ticaret olarak algılanmakta ve değerlendirmeler bu araçlar üzerinde yoğunlaşmaktadır(Canpolat, 2001, s.14). Bu nedenle internet ve EVD diğer araçlara göre daha çok kullanılan ve gelecekte de daha yoğun kullanılması beklenen araçlardır.

2.3.E-Ticaret Şekilleri

E-ticaret şekilleri; İşletmelerle İşletmeler, İşletmelerle Tüketiciler, İşletmelerle Devlet ve Vatandaşla Devlet arasında olmak üzere dört başlık altında toplanabilir (Bozkurt, 2000, s.65).

(i)İşletmelerle İşletmeler Arasında E-Ticaret : B2B (Business to Business) olarak adlandırılan bu e-ticaret şekli, bir işletmenin başka bir işletme ile yaptığı e-ticarettir. Bu e-ticaret şeklinde, mal ve hizmetler satıcıdan yine satmak üzere başka bir işletme tarafından satın alınır.

(ii)İşletmelerle Tüketiciler Arasında E-Ticaret: B2C (Business to Consumer) olarak adlandırılan bu e-ticaret şekli, bireysel kullanıcı ile web ortamındaki satıcı arasında gerçekleştirilen e-ticarettir (Karagül, 2001, s.39). Bu e-ticaret şeklinde, işletmenin web sitesi üzerinden tüketicilere doğrudan satış yapılmaktadır.

(iii)İşletmelerle Devlet Arasında E-Ticaret: İşletmelerle kamu kuruluşları arasındaki ticari işlemleri kapsayan bu e-ticaret şekli; kamu ihalelerinin elektronik ortamda ilanı, tekliflerin elektronik ortamda verilebilmesi, vergi ödemeleri, gümrük işlemleri ve sosyal güvenlik işlemleri gibi işlemlerden oluşur.

(iv)Vatandaşlarda Devlet Arasında E-Ticaret: E-devlete geçiş, diğer bir deyişle kamu hizmetlerinin elektronik ortamda yapılmasını kapsayan bu e-ticaret şekline; ehliyet, pasaport işlemleri, evlilik, doğum ve ölüm kayıtları gibi işlemler örnek olarak verilebilir.

2.4.E-Ticarette Ödeme Şekilleri

E-ticarette en çok kullanılan ödeme yöntemi kredi kartı ile ödemedir. Müşteri sipariş edeceği mali belirleyip sipariş verdikten sonra, ödeme seçenekleri ekrana gelir. Kredi kartı ile ödeme yapacaksa ekranda kredi kartı ile ilgili bilgilerin girileceği bir form görülür. Bu forma kredi kart numarası, son kullanma tarihi, kredi kartı türü ve banka adı gibi bilgiler girilir. Kredi kartı ve kişisel bilgiler internet üzerinden gönderilirken çalınmasını engellemek için, bu bilgilerin şifreli olarak gönderilmesini sağlayan yeni yazılımlar ve teknolojiler geliştirilerek ek güvenlik sağlanmıştır.

Kredi kartı ile ödeme seçeneğinde ödeme işlemi, teslim anında da yapılabilir. İnternet üzerinden ödemenin güvenlik sorunlarından kaynaklanan güvensizlik nedeniyle müşteri kredi kart bilgilerini internette vermek istemeyebilmektedir. Bu durumda kredi kartı ile ödeme, teslim anında kapıda gerçekleşmektedir.

E-ticarette kullanılacak bir diğer kart tabanlı ödeme, akıllı (smart) kart kullanımı yoluyla ödemedir. Akıllı kart, kredi kartında bulunan manyetik şeritler yerine özel mikro çipi bulunan bir plastik karttır. Bu özel mikro çip ile plastik karta her türlü bilgi yüklenebilmektedir. Akıllı karta belli bir miktar para yüklemesi yapılmakta ve karta yüklenen para bitinceye kadar kart kullanılabilir. Karta yüklenen paranın bitmesi durumunda karta yeniden para yüklemesi yapılabilir.

E-ticarette kartla ödeme yanında, elektronik çek kullanımı, elektronik para ile ödeme, teslim anında kapıda nakit ödeme yapma gibi ödeme şekilleri de bulunmaktadır.

3.E-TİCARETİN MUHASEBE UYGULAMALARINA ETKİLERİ

Eğer bir faaliyet varlıkları, kaynakları etkiliyorsa, gelirlere veya giderlere neden oluyorsa, mali tablolarda açıklanması gereken olaylara götürüyorsa, bu faaliyet muhasebe sistemiyle ilgili demektir (IFAC, 2002, s.11). E-ticaret, işletme varlıklarını ve kaynaklarını etkiler, gelirlere veya giderlere neden olur ve mali tablolarda açıklanması gereken olaylara götürür. Bu nedenle e-ticaret muhasebe sistemiyle ilgili bir faaliyettir.

E-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 ve EVD gibi kavramları da ortaya çıkarmıştır.

Elektronik faturalama, tüm ülkede standart hale getirilmiş disiplinler dahilinde kurumların faturalarının elektronik olarak saklanması ve kurumlar arasında elektronik ortamda transferini öngören bir sistem olarak tasarlanmaktadır (Büyükbalkan, 2002, s.12). 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 (Büyükbalkan, 2002, s.11).

EVD ve elektronik faturalama, ekonomik olayları muhasebe sistemlerine ileten birincil araçlardır (Schneider, Diwale ve Ahadiat, 1998. s.103). EVD, siparişler ve diğer muhasebe verilerinin güvenli ve doğru bir şekilde internet üzerinden e-ticaret işlemine taraf olan işletmelerin muhasebe sistemlerine transfer edilmesini sağlar.

E-ticaret işleminde teslim ve ödeme şekilleri ile işletmede kullanılan bilgisayar programı(ticari yazılım) da muhasebe uygulamasını etkilemektedir. Geleneksel teslimin söz konusu olduğu mal ve hizmetler için defter ve belge düzeni geleneksel yollarla sürdürülebilir, ancak tamamen elektronik ortamda gerçekleşen sayısal mal ve hizmetler için kağıda dayalı bir kayıt düzeni öngörülmesi gerçekçi değildir (Cangir, 1999). Bu mal ve hizmetlere ilişkin defter ve belge kayıtları da kağıt kullanılmadan elektronik ortamda gerçekleşecektir. Bu durumda, yasal zorunluluklar nedeniyle e-ticaret işlemlerinin de geleneksel ticarete olduğu gibi defter ve belgelerde izlenmesi gerektiğinden elektronik ortamda tutulacak defter ve kullanılacak belgeler konusundaki sorunların çözümünü

gerekmektedir. Bu sorunun çözümü, kullanılan bilgisayar programlarının belli standartları taşımasının sağlanması ile mümkün olabilecektir.

E-ticarette, sayısal mal ve hizmetlerin teslimi elektronik ortamda gerçekleşirken, malların çoğunluğu ve bazı hizmetler geleneksel yöntemlerle teslim edilmektedir. E-ticarette en çok kullanılan ödeme şekli ise, kredi kartı ile ödemedir. Kredi kartı ile ödeme, sipariş verildikten sonra internet üzerinden yapılabileceği gibi, güvenlik sorunlarından dolayı teslim anında kapıda da yapılabilir. Ancak kapıda ödeme geleneksel teslim yöntemlerinin söz konusu olduğu mal ve hizmetlere için geçerli bir yoldur. Diğer ödeme şekilleri; akıllı kart kullanımı, elektronik çek kullanımı, elektronik para ile ödeme ve yine sadece geleneksel teslim yöntemi kullanılan mal ve hizmetler için geçerli olan teslim anında nakit ödemedir. E-ticarette ilgili muhasebeleştirme işlemi, ödeme şekli dikkate alınarak geleneksel ticaretle aynı şekilde olacaktır.

İşletmede kullanılan muhasebe programı e-ticarette entegrasyona sahipse, satış ve ödeme şekli ile ilgili bilgiler otomatik olarak satış, üretim, dağıtım v muhasebe bölümlerine gönderilmekte ve muhasebeleştirme işlemleri anında gerçekleşmektedir. Kullanılan muhasebe programı muhasebe sisteminin ihtiyaç duyduğu verileri otomatik olarak oluşturmaktadır (Ulucan, 2002, s.36). Bu durum, muhasebe bölümlerinde çalışan ve belge sayısında ve buna bağlı olarak maliyetlerde önemli ölçüde azalmaya neden olmaktadır. Ayrıca, muhasebe işlemlerinin güvenilirliği de artmaktadır. Kullanılan muhasebe programı e-ticaret ile entegrasyona sahip değilse, elektronik posta ile gelen siparişlerin muhasebe sistemine manuel olarak girilmesi gerekecektir. Bu durum, çalışan ve belge sayısının ve buna bağlı olarak maliyetlerin artmasına ve muhasebe işlemlerinde güvenilirliğin azalmasına neden olacaktır.

Günümüzde gelişmiş KKP (Kurumsal Kaynak Planlaması) ya da ERP (Enterprise Resource Planning) olarak adlandırılan programlar ile, muhasebe, stok, üretim gibi işletmeye ait çeşitli fonksiyonel alanlar arasında tam entegrasyon mümkün olabilmektedir. E-ticaret modülünü de kapsayan KKP sistemleri ile siparişin verildiği andan mal ve hizmetin teslimine kadar gerçekleşen tüm e-ticaret işlemleri sistem tarafından otomatik olarak gerçekleştirilmektedir.

E-ticaretten sağlanan gelirin ölçülmesi ve tahakkuk ettirilmesinde ise, gelirin muhasebeleştirilmesine ilişkin 18 nolu Uluslar arası Finansal Raporlama Standardı(UFRS) (International Financial Reporting Standard-IFRS 18: Revenue) ve bu standarda uygun olarak TİMÜDESK (Türkiye Muhasebe ve Denetim Standartları Kurulu) tarafından hazırlanan 4 nolu Satışlar ve Diğer Olağan Gelirler adlı Türkiye Muhasebe Standardının dikkate alınması gerekir.

18 nolu UFRS'ye göre; mal satışının hasılat olarak kaydedilebilmesi için, malların sahipliğiyle ilgili önemli risk ve getirilerin alıcıya nakledilmiş olması, işletmenin, satılan malların yönetimiyle sahipliğin gerektirdiği şekilde ilgili olmaması ve söz konusu mallar üzerinde etkin bir kontrolün bulunmaması, hasılatın güvenilir bir şekilde ölçülebilmesi, işleme ilgili ekonomik faydanın işletme tarafından elde edileceğinin muhtemel olması ve işleme ilgili olarak yüklenilen veya yüklenilecek olan maliyetlerin güvenilir bir şekilde ölçülebilmesi şarttır (IASB, 1995). Perakende satışlarda sahiplikle ilgili önemli risk ve getiriler aksine bir hüküm yoksa ve sözleşme yapılmamışsa, satışın hukuken gerçekleşmesi ile alıcıya geçer (SPK, 2003, s.213). Hizmet satışları için hizmet sunumu ile ilgili işlemlerin sonuçlarının güvenilir bir şekilde tahmin edilebildiği durumda, işleme ilgili

hasılat için işlemin bilanço tarihindeki tamamlanma düzeyi dikkate alınmak kaydıyla mal satışları ile aynı şartlar geçerlidir(IASB, 1995). Satışlar ve Diğer Olagan Gelirler adlı 4 nolu Türkiye Muhasebe Standardı da 18 nolu UFRS ile aynı hükümleri içermektedir (TMUDES, 2001, ss.120-122).

4.SONUÇ

Bilgi teknolojilerindeki gelişmeleri takip edemeyen işletmelerin uluslar arası platformlarda rekabet güçlerini kaybedecekleri bir gerçektir. Gelişme yolundaki ülkelerin ekonomilerindeki etkinliği sağlayabilmeleri için bu gelişmeleri yakından takip etmeleri ve uygulamaları gerekmektedir. Günümüzde işletmeler geleneksel ticaret yanında e-ticaret sistemini uygulayarak bir çok avantaj elde edebileceklerdir. E-ticaret, hem kuruluşları hem de bireyleri ilgilendiren ticari etkinliklere ait her türlü işlemlerin bilgisayar ağları üzerinden yapılmasıdır. E-ticaret ile coğrafi sınırlar ve zaman kısıtlaması olmaksızın bütün dünyayı kapsayan elektronik pazarın tüm potansiyelinden yararlanmak mümkün olabilmektedir.

E-ticaretin işletme süreçlerinde etkilediği alanlardan biri de muhasebedir. E-ticaret işlemlerinde mal ve hizmetlerin teslim ve ödeme şekilleri muhasebeleştirmeyi 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. Bu işlemlerin elektronik ortamda sağlıklı bir şekilde yapılabilmesi için, özellikle geriye yönelik değiştirme yapılmamasını sağlamak üzere kullanılan ticari yazılımların belli standartlara sahip olması gerekir.

E-ticaret yapan işletmelerde kullanılan bilgisayar programları da, muhasebe uygulamasını etkilemektedir. Bilgisayar programında; muhasebe, stok, üretim vb. modüllerin entegre çalışır hale gelmesi, daha da iyisi bunların tam entegrasyonunun olduğu e-ticareti de kapsayan Kurumsal Kaynak Planlama sistemlerinin kullanılmasıyla siparişin verildiği andan ürünün teslimine kadar gerçekleşen tüm işlemler bilgisayar programı tarafından otomatik olarak gerçekleştirilecektir. Bu durum işletmeler için çalışan ve belge sayısında ve buna bağlı olarak maliyetlerde önemli ölçüde azalmaya ve işlemlerin güvenilirliğinin artmasına neden olmaktadır.

KAYNAKÇA

- ARIKAN, A. S., (2001), "Elektronik Ticaret, Hukuk ve Noterler", Elektronikteki Gelişmeler ve Hukuk Sempozyumu, Ankara, http://www.enoter_hukuk_tripod.com/saadet_arikan.htm, E.T.:25.06.2003.
- BODNAR, G.H. ve HOPWOOD, W.S., (1998), *Accounting Information Systems*, 7th.ed., Prentice Hall, New Jersey.
- BOZKURT, V. (2000), "Elektronik Ticaretin Ekonomik ve Toplumsal Boyutu", *Elektronik Ticaret*, Der. Veysel Bozkurt, Alfa Basım Yay., İstanbul.
- BÜYÜKBALKAN,U. (2002), *E-Türkiye ve Muhasebe Mesleğinin Geleceği*, Ankara SMMMO, Ankara.

- IASB(International Accounting Standard Board),(1995), IAS:18 Revenue, http://www.iasb.org/standards/summary_ias01to19.asp E.T.:25.06.2003
- CANGİR, N., (1999), *Elektronik Ticarette Vergilendirme*, <http://www.bilimsurasi.org.tr/listeler/tbs-e/ekonomi/Feb/att-0012/01-vergi-doc>, E.T.:15.06.2003
- CANPOLAT, Ö., (2001), *E-Ticaret ve Türkiye'deki Gelişmeler*, T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Tüketicinin ve Rekabetin Korunması Genel Müdürlüğü Yay., Ankara.
- CARTER, J., (2002), *Developing E-Commerce Systems*, Prentice Hall., New Jersey.
- ERTAŞ, S.,(2000), “Elektronik Ticaret: Tanımı, Gelişimi, Avantajları,Güvenliği”, *Elektronik Ticaret*, Der.Veyssel Bozkurt, Alfa Basım Yay., İstanbul.
- ETKK(Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu), (1998), “Elektronik Ticaret Hukuk Çalışma Grubu Raporu”, *Elektronik Ticaret*, Der.Veyssel Bozkurt, Alfa Basım Yay., İstanbul.
- HASILOĞLU, S.B.,(1999), *Elektronik Ticaret ve Stratejileri*, Türkmen Kitabevi Yay., İstanbul.
- IASB(International Accounting Standard Board), (1995), IAS:18 Revenue, <http://www.iasb.org/standards/summaryias01to19.asp> E.T.:15.03.2003
- IFAC(International Federation of Accountants),(2002), E-Business and the Accountant, Information Technology Committee, <http://www.ifac.org> , E.T.: 18.05.2003
- İYİBOZKURT, E.,(2000), “Küreselleşme ve Elektronik Ticaret: A. Smith'e Varış”, *Elektronik Ticaret*, Der.Veyssel Bozkurt, Alfa Basım Yay., İstanbul
- KARAGÜL, A.A.(2001), *İnternet Ortamında Sipariş Alma ve Satış İşlemlerinin Muhasebe Bilgi Sistemine Etkisi ve Bir Uygulama*, Anadolu Ün.Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Y.L. Tezi), Eskişehir.
- LODHIA, S. K.,(2002) “A Model For Triple Bottom Line Reporting on the World Wide Web”, <http://www.aanz.org/web2002/posters/lodhiask.pdf> (20.12.2002)
- ÖZBAY, A. ve DEVRİM, J.,(2000) *E-Ticaret Rehberi*, Hayat Yay., İstanbul.
- SCHNIDER, B., DIWALE, A. Ve AHADIAT, N., (1998), “Electronic Commerce and Third Party In Initiated Transactions: A Conceptual Exploration”, *Maastricht School of Management Accounting Journal*, (Fall).
- SPK(Sermaye Piyasası Kurulu),(2003), *Muhasebe Standartları*, <http://spk.gov.tr>
- TMUDESK(Türkiye Muhasebe ve Denetim Standartları Kurulu),(2001), *Türkiye Muhasebe Standartları 2001*, Ankara.
- ULUCAN, F., (2002), *Elektronik Ticaret İşletmelerinde Muhasebe Düzeni*, Marmara Ün.Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Y.L. Tezi), İstanbul.
- WTO(World Trade Organization), (1998), “Study from WTO secretariat highlights potential trade gains from electronic commerce”, Press Releases, <http://www.wto.org/> E.T.05.01.2004