

Bölüm 2

E-TİCARET VE MUHASEBE İŞLEMLERİ

Ayşe Nur BUYRUK AKBABA¹

GİRİŞ

Teknolojinin gelişmesi ve internet kullanımının günlük hayatta yaygınlaşması ile e-ticaret geleneksel ticareti uygulayan işletmeler için de uygulanması gerekli duruma gelmiştir. Sadece web tabanlı e-ticaret faaliyetinde bulunan işletmelerde bulunmakla birlikte hem geleneksel satış tekniklerini uygulayan hem de elektronik ortamda ticaretini yapan işletmelerde günümüzde faaliyet göstermektedir.

E-ticaret, elektronik temele dayalı alıcıların ve satıcıların bir araya gelerek alım satım işlemlerinin gerçekleştirilmesidir. E-ticaret faaliyetinde bulunabilmek için bazı araçlara, sürece ihtiyaç vardır. E-ticaretin türüne göre işlemler yapılmakta, yapılan işlem süreci de bu faaliyete göre uygulanmaktadır. Muhasebe işlemleri de e-ticarette yapılan işlemlere göre yapılması gerekmektedir.

E-ticaret işlemleri ve muhasebe işlemlerinin neler olabileceğine dair yapılan çalışmalar, geçmişten günümüze kadar gelişim süreci esas alınarak çalışmada konuya ilişkin bilgiler sunulmaya çalışılmıştır. Çalışmanın ilk bölümünde e-ticaret ile ilgili bazı kavramlar ele alınmış, e-ticaretin gelişim süreci, türleri ele alınmıştır. Son bölümde ise e-ticaret işlemlerinde muhasebe işlemlerine ve örneklerine yer verilmiştir.

BAZI KAVRAMLAR

Bu bölümde; e-ticaret kavramına, e-ticaretin gelişim sürecine ve e-ticaret türlerine yer verilmiştir.

E-Ticaret Kavramı

E-ticaret, elektronik ortamda alıcının ve satıcının bir araya gelmesidir (Erboy, 2013:5 5). E-ticaret ticari faaliyetlerin bilgisayar ve iletişim teknolojilerindeki gelişime göre yeni elektronik dağıtım kanalları kullanılarak yapılan ticarettir (Türkmen ve Songür, 2010: 233). İnternetin kullanılmaya başlaması ile üretilen

¹ Doç. Dr., Bitlis Eren Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, abuyruk@beu.edu.tr

nusudur.

E-ticarete ilişkin muhasebe uygulamalarının incelenmesi sonucunda işletmelerin özellikle e-ticaretin gerektirdiği özel işlemlere ilişkin düzenlemeler yapılması, geleneksel ticarete göre uygulanan düzenlemelere ek yeni düzenlemeler yapılması konusunda ihtiyaç söz konusudur. Hem vergisel hem de muhasebe ile ilgili daha kesin çalışmalar yapılması ve tüm bu faaliyetleri yapan işletmelerinde uygulaması gerektiği konusunda kesin düzenlemeler yapılması ile işlemlere ilişkin belirsizlik ve sorunların ortadan kalkabileceği söylenebilir. Sorunların ortadan kalkması ile işletmeler daha şeffaf, açık ve doğruyu yansıtan bilgileri sunabilmeleri mümkündür.

KAYNAKLAR

1. Akçi, Y. ve Annaç Göv, S. (2015). Tüketicilerin E-ticaret algılarının incelenmesi (Gaziantep ve Adıyaman örneği), *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (13), 413-433.
2. Aktepe, C. ve Çiftci, H. S. (2017). E-ticaret şirketlerinin uluslararasılaşma süreci: örnek işletme incelemesi. *Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4 (1), 95-117.
3. Aksu, M. ve Gürbüz, A. (2018). Türkiye hayvancılık sektöründe e-ticaret engelleri, *Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi*, 7(5), s.726-735.
4. Alagöz, A. (2007). Web sitesi maliyetlerinin muhasebeleştirilmesi, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18, 11- 24.
5. Altuntaş, C. (2011). Elektronik ticaretin muhasebeleştirilmesi ve vergilendirilmesi sorunları, bir uygulama”, *İstanbul Üniversitesi SBE*.
6. Aydın, Y. ve Dündar, H. (2018). Elektronik ticaretin muhasebeleştirilmesi ve vergilendirilmesi konusunda SMMM’lerin görüşleri: Sivas ilinde araştırma”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 21 (1), 51-77.
7. Basu, S. (2007). *Global Perspectives on E-commerce taxation law*, Ashgate Publishing.
8. Dal, E. (2019). Online yemek siparişi üzerine faaliyet gösteren e-ticaret firmalarında cüzdan hesaplarından yapılan işlemlerin ve özellikli hususların vergisel açıdan değerlendirilmesi, *Mali Çözüm Dergisi*, Eylül-Ekim 2019, 209-214.
9. Demirdöğmez, M., Gültekin, N. ve Taş, H. Y. (2018). Türkiye’de E-ticaret sektörünün yıllara göre gelişimi, *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 8 (15), 2216-2237.
10. Durukal, E., Doğaner M. ve Armağan, E. (2019). E-ticaret sitelerinde algılanan sosyal medya pazarlaması faaliyetlerinin e-sadakat etkisi, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11 (1), 129-143.
11. Elitaş, C., Aydemir O. ve Demirel, B. L. (2007). Elektronik ticaret ve muhasebe sistematiği, *Selçuk Üniversitesi İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 7 (13), 195-210.
12. Erboy, N. (2013). E-dış ticaret ve girişimcilik üzerine etkileri, *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 5 (8), 50-61.
13. Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu (KGGK), “TMS/TFRS Seti 2020”, (Erişim Tarihi: 10.07.2020).
14. Keleş, A. (2018). Güçlü zayıf yönleri ile gelişen e-ticaret iş modeli drop-shipping, *Turkish Studies Economics, Finance and Politics*, Volume 13/22, 271-283.
15. Manzoor, A. (2010). *E-commerce: an introduction*, Lambert Academic Publishing.
16. Marangoz, M., Yeşilıdağ B. ve Arıkan Saltık, I. (2012). E-ticaret işletmelerinin web ve sosyal ağ

- sitelerinin içerik analizi yöntemiyle incelenmesi, *IUYD* 2012, 3(2), s.53-78.
17. Özseven, T. ve Ersöz, T. (2016). E-ticaret verilerinin müşteri profili açısından değerlendirilmesi, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 12 (28), 85-98.
 18. Parlakaya, R. (2005). Elektronik ticaret ve muhasebe uygulamalarına etkileri, *Selçuk Üniversitesi Karaman İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 5 (2), 168-175.
 19. Ratnasingam, P. (2003). Inter-organizational trust for business to business e-commerce, Idea Group Inc (IGI).
 20. Türen, U., Gökmen Y. ve Tokmak, İ. (2011). Türkiye'de e-ticaret işlem hacmini etkileyen faktörler üzerine bir araştırma: model önerisi, *Savunma Bilimleri Dergisi*, 10 (1), 49-71.
 21. Türkmen, B. ve Songür, N. (2010). KOBİ'lerde e-ticaret kullanımına yönelik bir araştırma: OSTİM örneği, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23, 231-242.
 22. Yükçü, S. ve Gönen, S. (2009). Türkiye'de elektronik ticaretin muhasebeleştirilmesine ilişkin uygulama önerileri, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23 (2), 1-13.