

T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
MUHASEBE PROGRAMI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

E-TİCARET FİRMALARINDA MUHASEBENİN ÖRGÜTLENMESİ VE KURAMSAL BİR UYGULAMA

Orçun AKTAŞ

Danışman
Prof. Dr. A. Seha SELEK

2008

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “**E-Ticaret Firmalarında Muhasebenin Örgütlenmesi Ve Kuramsal Bir Uygulama**” adlı çalışmanın, tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Tarih

10/01/2008

Orçun AKTAŞ

İmza

YÜKSEK LİSANS TEZ SINAV TUTANAĞI

Öğrencinin

Adı ve Soyadı : Orçun AKTAŞ
Anabilim Dalı : İşletme Anabilim Dalı
Programı : Muhasebe
Tez Konusu : E-Ticaret Firmalarında Muhasebenin
Örgütlenmesi Ve Kuramsal Bir Uygulama
Sınav Tarihi ve Saati :

Yukarıda kimlik bilgileri belirtilen öğrenci Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün tarih ve sayılı toplantısında oluşturulan jürimiz tarafından Lisansüstü Yönetmeliği'nin 18. maddesi gereğince yüksek lisans tez sınavına alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini dakikalık süre içinde savunmasından sonra jüri üyelerince gerek tez konusu gerekse tezin dayanağı olan Anabilim dallarından sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin,

BAŞARILI OLDUĞUNA OY BİRLİĞİ O
DÜZELTİLMESİNE O* OY ÇOKLUĞU O
REDDİNE O**

ile karar verilmiştir.

Jüri teşkil edilmediği için sınav yapılamamıştır. O***
Öğrenci sınava gelmemiştir. O**

* Bu halde adaya 3 ay süre verilir.
** Bu halde adayın kaydı silinir.
*** Bu halde sınav için yeni bir tarih belirlenir.

Tez burs, ödül veya teşvik programlarına (Tüba, Fulbright vb.) aday olabilir. Evet
Tez mevcut hali ile basılabilir. O
Tez gözden geçirildikten sonra basılabilir. O
Tezin basımı gerekliliği yoktur. O

JÜRİ ÜYELERİ

İMZA

..... Başarılı Düzeltme Red

..... Başarılı Düzeltme Red

..... Başarılı Düzeltme Red

ÖZET
Yüksek Lisans Tezi
E-Ticaret Firmalarında Muhasebenin Örgütlenmesi Ve
Kuramsal Bir Uygulama
Orçun AKTAŞ

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
İşletme Anabilim Dalı
Muhasebe Programı

İnternet, kısaca dünyayı sanal olarak saran bir ağıdır. Yaşamın hemen hemen her noktasında kendini göstermektedir. Bu ağın ortaya çıkardığı en önemli kavramlardan biri de kuşkusuz E-Ticarettir.

E-Ticaret, İnternet aracılığıyla, kullanıcıların birbirleriyle her türlü veri, ürün ya da hizmet değiş tokuşuna olanak vermektedir. E-Ticaret uygulamaları çok hızlı bir şekilde yayılmaktadır. Firmalar da, rekabet güçlerini koruyabilmek ve yeni müşteriler kazanabilmek için E-Ticaret kavramına önem vermek zorunda kalmışlardır. E-Ticaretin farklı türleri bulunmaktadır. İşletmeden işletmeye (B2B) ve İşletmeden Tüketiciye (B2C) E-Ticaret, en çok gerçekleştirilen E-Ticaret türleridir. Ayrıca uygulamaları çok hızlı bir şekilde ekonomik hayata yerleşen E-Devlet kavramı da büyük önem taşımaktadır.

E-Ticaret kavramı ekonomik hayatın içine girdikçe, ekonomik hayatın herhangi bir sektöründe faaliyet gösteren firmalar, E-Ticaret pastasından dilim almaya çalışmaktadırlar. Bu yönde elektronik ortamda kurulan firmaların sayısı arttıkça muhasebe bilimine daha çok gereksinim duyulmaktadır. Bu nedenle elektronik iş danışmanlarına, E-Ticaret muhasebecilerine, elektronik denetim müşavirlerine olan talep de hızla artmaktadır. E-Ticarete gösterilen ilgi, muhasebeci, denetçi ve müşavirlerin de E-Ticaretin beraberinde getirdiği muhasebe tekniklerine odaklaşmalarını gerekli kılmaktadır.

E-Ticaret ve muhasebe düzeni arasındaki ilişki, muhasebe kavramlarının E-Ticaret işlemleri ile ilgili kavramlara adapte edilmesi ile güçlendirilebilir. Önemli olan E-Ticaret işlemleri ile ortaya çıkan yeni durumların, muhasebe uygulamalarının hangi noktasına denk geldiğini tespit edebilmektir.

Anahtar Kelimeler: 1- E-Ticaret, 2- İnternet, 3- Muhasebe, 4- E-Ticaret Firmaları

ABSTRACT

Master Thesis

**The Organization of Accounting in the E-Commerce Firms and
a Theoretical Application**

Orçun AKTAŞ

Dokuz Eylul University

Institute of Social Sciences

Department of Business Administration

Accounting Program

In brief the Internet is a network which is involved the whole world. It lifts effectiveness almost on the all point of life. Certainly, one of the most important concepts that this network has been introduced is E-Commerce.

E-Commerce enables to exchange with each other all sorts of data, product or service by the Internet. E-Commerce applications are rapidly range over a wide field rapidly. Also the firms have been let it to attach importance to E-Commerce concept for keeping their competitive power and getting new customers. There are different types of E-Commerce. Business to Business (B2B) and Business to Consumer (B2C) are the most-widely executed E-Commerce types. Also E-Governance concept that becomes firmly established in economic life is critically important.

When the E-Commerce comes to the economic life, the firms which have operations in any sector of economic life have to work too hard to take an interest in E-Commerce sector. In this way, the increase of number of the firms which established in electronic form makes the Science of Accounting more necessary. In these case electronic business consultants, E-Commerce accountants, electronic independent auditors come into demand rapidly. Interest in the E-Commerce force accountants, auditors and advisor to focus on the accounting techniques which E-Commerce introduce.

The relation with between E-Commerce and Accounting organization can be strengthen to bring Accounting concepts in harmonization with concepts about E-Commerce transactions. Major issue is to determine which accounting applications chime in the E-Commerce transactions.

Keywords: 1- E-Commerce, 2- Internet, 3- Accounting, 4- E-Commerce Firms

**E-TİCARET FİRMALARINDA MUHASEBENİN ÖRGÜTLENMESİ VE
KURAMSAL BİR UYGULAMA**

İÇİNDEKİLER

YEMİN METNİ.....	i
YÜKSEK LİSANS TEZ SINAV TUTANAĞI.....	ii
ÖZET.....	iii
ABSTRACT.....	v
İÇİNDEKİLER.....	vii
KISALTMALAR.....	xii
ŞEKİLLER VE TABLOLAR LİSTESİ.....	xiv
GİRİŞ.....	xv

BİRİNCİ BÖLÜM

İNTERNET İLE İLGİLİ GENEL BİLGİLER

1.1. İNTERNETİN TANIMI VE TARİHSEL GELİŞİMİ.....	1
1.1.1. İnternetin Tanımı.....	1
1.1.2. İnternetin Tarihsel Gelişimi.....	2
1.2. İNTERNETLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR.....	4
1.2.1. ISS (İnternet Servis Sağlayıcıları).....	4
1.2.2. Sunucu (Server).....	5
1.2.3. Host (Ana Makine).....	5
1.2.4. IP Adresi ve Alan Adı (Domain Name).....	5
1.2.5. Elektronik Posta (E-Mail).....	7
1.2.6. WWW (World Wide Web) Arabirimi.....	7

İKİNCİ BÖLÜM

ELEKTRONİK TİCARET (E-TİCARET) İLE İLGİLİ GENEL BİLGİLER

2.1. E-TİCARETİN TANIMI VE KAPSAMI	9
2.1.1. E-Ticaretin Tanımı.....	9
2.1.2. E-Ticaretin Kapsamı.....	12
2.2. E-TİCARET İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR	14
2.2.1. Elektronik İmza	14
2.2.2. Açık ve Gizli Anahtarlar	16
2.2.3. Dijital Sertifika	17
2.2.4. Şifreleme.....	18
2.2.5. Onay Makamı.....	18
2.3. E-TİCARETİN GELİŞİMİ	18
2.3.1. Küreselleşme ve Dünyada E-Ticaret	19
2.3.2. Türkiye’de E-Ticaret	22
2.3.3. E-Ticarete Güncel Durum.....	25
2.4. E-TİCARETTE TARAFLAR.....	27
2.5. E-TİCARETİN ARAÇLARI.....	28
2.5.1. Klasik E-Ticaret Araçları.....	29
2.5.1.1. Telefon.....	29
2.5.1.2. Faks	29
2.5.1.3. Televizyon	30
2.5.1.4. Elektronik Ödeme Araçları.....	30
2.5.2. İnternet.....	31
2.5.3. İntranet.....	33
2.5.4. Extranet	34
2.5.5. Elektronik Veri Değişimi (EDI)	36
2.6. E-TİCARETİN TÜRLERİ	37
2.6.1. E-Ticaretin Gerçekleşme Şekline Göre	37
2.6.2. E- Ticaretin Dayandığı Ortamın Niteliğine Göre	38
2.6.3. E-Ticarete Konu Olan Taraflara Göre.....	38
2.6.3.1. İşletmeden İşletmeye E-Ticaret (Business to Business - B2B).....	38
2.6.3.2. İşletmeden Tüketicieye E-Ticaret (Business to Consumer - B2C).....	41
2.6.3.3. Tüketiciden Tüketicieye E-Ticaret (Consumer to Consumer - C2C)....	43
2.6.3.4. İşletmeden Devlete E-Ticaret (Business to Government - B2G)	44

2.6.3.5. Tüketiciden Devlete E-Ticaret (Consumer to Government - C2G)	44
2.6.3.6 E-Devlet	45
2.6.3.7. Tüketiciden İşletmeye E-Ticaret (Consumer to Business - C2B).....	47
2.7. E-TİCARETTE ÖDEME ARAÇLARI.....	48
2.7.1. Klasik Ödeme Araçları	48
2.7.1.1. Kredi Kartı İle Ödeme	48
2.7.1.2. Elektronik Fon Transferi (EFT)	49
2.7.1.3. Doğrudan Borçlandırma	50
2.7.1.4. Borç Kartları (Debit Cards)	50
2.7.1.5. Elektronik Çek	51
2.7.2. Yeni Ödeme Araçları	51
2.7.2.1. Elektronik Para	51
2.7.2.2. Ticari Banka Paraları	52
2.7.2.3. Smart Kartlar	53
2.7.2.4. Araçlar Aracılığıyla Yapılan Ödemeler	53
2.7.2.5. Toplu Ödemeler	53
2.7.2.6. Mobil Ödemeler	54

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

MUHASEBE ÖRGÜTLENMESİ İLE İLGİLİ GENEL BİLGİLER

3.1. ÖRGÜT VE ÖRGÜTLENME KAVRAMLARI	55
3.1.1. Örgüt Kavramı.....	55
3.1.2. Örgütlenme Kavramı	56
3.2. MUHASEBENİN ÖRGÜTLENMESİ İLE İLGİLİ GENEL AÇIKLAMALAR.....	56
3.2.1. Muhasebe - Örgütlenme İlişkisi	56
3.2.2. Muhasebenin Örgütlenmesi	57
3.2.3. Muhasebe Örgütlenmesinin Gereği.....	58
3.2.4. Muhasebe Örgütlenmesinin Yararları	58
3.4. MUHASEBENİN YAPISAL ÖRGÜTLENMESİ.....	59
3.4.1. Yapısal Örgütlenme	59
3.4.2. Muhasebenin Genel Örgüt Yapısı İçindeki Yeri	60
3.4.3. Muhasebenin Örgütlenmesi Kapsamında Yararlanılacak İlkeler.....	60
3.5. MUHASEBE BELGELERİNİN DÜZENLENMESİ	62
3.5.1. Genel Olarak Belge Kavramı.....	62

3.5.2. Belgeleme İlkeleri.....	63
3.5.3. Muhasebede Kullanılan Belgeler.....	64
3.5.3.1. Fatura.....	64
3.5.3.2. İrsaliyeli Fatura.....	67
3.5.3.3. Perakende Satış Belgeleri.....	67
3.5.3.4. Gider Pusulası.....	68
3.5.3.5. Müstahsil Makbuzu.....	68
3.5.3.6. Serbest Meslek Makbuzları.....	69
3.5.3.7. Ücret Bordrosu.....	70
3.5.3.8. Ücret Bordrosu Yerine Geçen Belgeler.....	70
3.5.3.9. Taşıma ve Otel İşletmelerine İlişkin Belgeler.....	70
3.5.3.10. İletişim Belgeleri.....	71
3.5.4. Muhasebede Kullanılan Fişler.....	72
3.6. MUHASEBE DEFTERLERİ.....	72
3.6.1. Defter Tutma Gerekliği.....	73
3.6.2. Muhasebede Tutulacak Defterler.....	74
3.6.2.1. Günlük Defter (Yevmiye Defteri).....	74
3.6.2.2. Büyük Defter (Defter-i Kebir).....	75
3.6.2.3. Envanter Defteri.....	75
3.6.2.4. İşletme Hesabı Defteri.....	75
3.6.3. Elektronik Ortamdaki Kayıtlar ve Defter Düzeni.....	76
3.6.4. Defter Tutmaya İlişkin Kurallar.....	78
3.6.5. Defterlerin Onaylanması.....	79

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

E-TİCARET FİRMALARI İÇİN MUHASEBE ÖRGÜTLENMESİ VE KURAMSAL UYGULAMA

4.1. E-TİCARET VE MUHASEBE.....	81
4.1.1. E-Ticaretin Muhasebe Sistemine Etkileri.....	81
4.1.2. E-Ticaret ve Muhasebe Düzeni.....	83
4.2. KURAMSAL BİR UYGULAMA.....	85
4.2.1. Firma Hakkında Genel Bilgiler.....	85
4.2.2. Firmanın Hesap Planı.....	86
4.2.3. Firmanın Sipariş Sistemi.....	88

4.2.4. E-Ticaret İle İlgili Harcamaların Muhasebeleştirilmesi	91
4.2.4.1. Temel Harcamaların Muhasebeleştirilmesi	91
4.2.4.2. Web Sitesi Maliyetleri	94
4.2.5. E-Ticaret İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi.....	97
4.2.5.1. Örnek Olay 1	98
4.2.5.2. Örnek Olay 2	101
4.2.5.3. Örnek Olay 3	102
4.2.5.4. Örnek Olay 4	103
SONUÇ.....	107
KAYNAKLAR.....	109

KISALTMALAR

A.Ş.	: Anonim Şirket
AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
ADSL	: Asymmetric Digital Subscriber Line (Asimetrik Sayısal Abone Hattı)
ARPA	: Advanced Research Project Agency (İleri Proje Araştırma Kurumu)
ATM	: Automated Teller Machine (Otomatik Para Çekme Makineleri)
B2B	: Business to Business (İşletmeden İşletmeye E-Ticaret)
B2C	: Business to Consumer (İşletmeden Tüketicie E-Ticaret)
B2G	: Business To Government (İşletmeden Devlete E-Ticaret)
C2B	: Consumer to Business (Tüketiciden İşletmeye E-Ticaret)
C2C	: Consumer to Consumuer (Tüketiciden Tüketicie E-Ticaret)
C2G	: Consumer to Government (Tüketiciden Devlete E-Ticaret)
CORBA	: Common Object Request Broker Architecture (Ortak Nesne İstem Aracısı Mimarisi)
DNS	: Domain Name Server (Alan Adı Sunucuları)
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
DSL	: Digital Subscriber Line (Sayısal Abone Hattı)
DTM	: Dış Ticaret Müsteşarlığı
E-...	: Elektronik - ...
EDI	: Electronic Data Interchange (Elektronik Veri Değişimi)
EFT	: Elektronik Fon Transferi
ETİK	: E-Ticaret Kurulu
ETKK	: E-Ticaret Koordinasyon Kurulu
http	: Hypertext Transmission Protocol (Hipermetin Aktarma İletişim Kuralı)
IFAC	: International Federation of Accountants - Uluslararası Muhasebeciler Federasyonu
IP	: Internet Protocol (İnternet Protokolü)
ISS	: İnternet Servis Sağlayıcıları
İGEME	: İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi
KDEP	: Kısa Dönem Eylem Planı
KDV	: Katma Değer Vergisi
KOBİ	: Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler

KOSGEB	: Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
MEB	: Milli Eğitim Bakanlığı
MET	: Mobile Electronic Transactions (Mobil Elektronik İşlemler)
OBI	: Open Buying on the İnternet (İnternet Yoluyla Satın alma)
ODTÜ	: Ortadoğu Teknik Üniversitesi
OECD	: Organisation for Economic Co-operation and Development (Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü)
POS	: Point of Sale (Satış Noktası)
PPTP	: Point-to Point Tunelling Protocol (Noktadan Noktaya Tünel Protokolü)
s.	: Sayfa
SET	: Secure Electronic Transactions (Güvenli Elektronik İşlemler)
SPK	: Sermaye Piyasası Kurulu
SSL	: Secure Sockets Layer (Soket Düzeyi Güvenlik)
TCP/IP	: Transmission Control Protocol (İletim Kontrol Protokolü) / İnternet Protokol (İnternet Protokolü)
TTK	: Türk Ticaret Kanunu
TÜBİTAK	: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
UNCITRAL	: United Nations Commission on International Trade Law (Birleşmiş Milletler - Uluslararası Ticaret Hukuku Komisyonu)
UNCTAD	: United Nations Conference on Trade and Development (Birleşmiş Milletler Ticaret Ve Kalkınma Konferansı)
URL	: Uniform Resource Locator (Birörnek Kaynak Bulucu)
vb.	: ve benzeri
VUK	: Vergi Usul Kanunu
WTO	: World Trade Organization (Dünya Ticaret Örgütü)
WWW	: World Wide Web (Dünya Çapında Ağ)

ŞEKİLLER VE TABLOLAR LİSTESİ

Şekil 1 - İnternetin Gelişim Süreci	s.19
Şekil 2 - Türkiye'de İnternet Kullanım Oranları	s.26
Şekil 3 - Örnek Üyelik Formu	s.89
Şekil 4 - Sipariş Süreci	s.91
Tablo 1 - Dünyada İnternet Kullanıcı Sayısı En Yüksek 20 Ülke	s.20
Tablo 2 - Dünyadaki E-Ticaret Hacminin Yıllara Göre Dağılımı	s.22
Tablo 3 - B2B ve B2C E-Ticaretin Karşılaştırılması	s.43

GİRİŞ

Dünyanın bütününü saran İnternet sayesinde farklı noktalardaki bilgisayar başındaki kullanıcılar birbirleriyle iletişim kurabilmektedirler. Bu iletişimin ortaya çıkardığı en önemli sonuçlardan biri de E-Ticaretir. Günümüzde pek çok işletme İnternet aracılığıyla E-Ticaret yapmaktadır. Bu çalışmada da E-Ticaret ve muhasebe arasındaki etkileşim örnek bir uygulama yoluyla açıklanmaktadır.

Çalışmanın birinci bölümünde E-Ticaret işlemlerinin gerçekleştiği temel platform olan İnternet kavramı üzerinde durulmaktadır. İnternet ile ilgili temel kavramlar, İnternetin dünyadaki ve Türkiye'deki tarihsel gelişimi açıklanmakta ve İnternet kullanım oranları ile ilgili bilgiler verilmektedir.

İkinci bölümde ise ayrıntılı bir şekilde E-Ticaret kavramı işlenmektedir. Konu ile ilgili olarak E-Ticaretin farklı tanımlamaları, E-Ticaret ile ilgili temel kavramlar, dünyadaki ve Türkiye'deki gelişimi, E-Ticaret'te kullanılan araçlar, E-Ticaretin türleri ve ödeme araçları açıklanmaktadır. E-Ticaret işlemlerinin büyük çoğunluğunu oluşturan İşletmeden İşletmeye (B2B) ve İşletmeden Tüketicieye (B2C) E-Ticaret ayrıntılı olarak incelenmektedir. Bu bölümde ayrıca E-Ticaretin türlerinden biri olarak değerlendirilen ve çok yeni bir kavram olan E-Devlet üzerinde de durulmaktadır.

Üçüncü bölümde muhasebe örgütlenmesine ilişkin genel bilgiler yer almaktadır. Öncelikle örgüt ve örgütlenme kavramları açıklanarak muhasebe ve örgütlenme arasındaki ilişki ortaya konulmaya çalışılmıştır. Daha sonra muhasebenin yapısal örgütlenmesi, muhasebenin genel örgüt yapısı içindeki yeri ve muhasebe işlemlerinde kullanılan belgeler ve defterle hakkında bilgiler verilmiştir.

Dördüncü bölümde, E-Ticaretin muhasebe sistemi üzerindeki etkileri kuramsal bir uygulama yardımıyla irdelenmektedir. E-Ticaret ve muhasebe düzeni oluşturulmasına ilişkin açıklamalar ve yorumlamalar yer almaktadır. Aynı bölümde kuramsal uygulama çerçevesinde bir E-Ticaret firması kurgulanmıştır. Söz konusu bu firma hakkında genel bilgiler verilmiş; ayrıca örnek olaylarda kullanılmak üzere firma adına bir hesap planı oluşturulmuştur. En son olarak B2B ve B2C E-Ticaret ağırlıklı olmak üzere, olası E-Ticaret durumları ile ilgili örnek olaylar çözümlenmeye çalışılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

İNTERNET İLE İLGİLİ GENEL BİLGİLER

Bu bölümde günümüzde ekonomik ve sosyal yaşamın içine çok hızlı bir şekilde giren İnternet kavramı ile ilgili genel bilgiler verilecektir. Bu kapsamda İnternetin tanımı, tarihsel gelişimi ve İnternet ile ilgili genel kavramlar açıklanacaktır.

1.1. İNTERNETİN TANIMI VE TARİHSEL GELİŞİMİ

E-Ticaret ile ilgili açıklamalara başlamadan önce, E-Ticaretin gerçekleştiği ortam olan İnternet ile ilgili bazı açıklama ve tanımlamalar yapmak bu çalışmanın daha iyi anlaşılabilmesi açısından faydalı olacaktır.

1.1.1. İnternetin Tanımı

İnternet, en basit ve tek sözcüklük anlamı ile bir “ağ” olarak tanımlanabilir. Sözcük anlamı olarak bakıldığında İnternet, İngilizcedeki “International Network” sözcüklerinin kısaltılmış halidir ve “Uluslararası Ağ” anlamına gelmektedir. Türk Dil Kurumu ise İnternet kavramını “Genel Ağ” olarak açıklamıştır.¹ Bu açıklamaları destekleyen bir tanımlamaya göre de İnternet, dünyanın dört bir yanındaki veri tabanlarını ve bilgisayarları birbirine bağlayan büyük bir ağıdır.²

İnternet, farklı ülkelerden, farklı insanların bağlı olduğu, birbirleriyle haberleşebildikleri ve bilgi dahil her türlü alış verişi gerçekleştirebildikleri bir sanal ortamdır.

Milyonlarca insanı birbirine bağlayan İnternet üzerinde, birçok bilgi ve hizmet birimleri çeşitli ağlara dağıtılmış durumdadır. Temel amaç, bu ağları oluşturan bilgisayarlar arasındaki iletişimi sağlamaktır. Söz konusu iletişimi gerçekleştirmek için de “ortak bir konuşma dili” ne gereksinim bulunmaktadır. Bu ortak dil de,

¹ Türk Dil Kurumu, Güncel Türkçe Sözlük
<http://www.tdk.gov.tr/TR/SozBul.aspx?F6E10F8892433CFFAAAF6AA849816B2EF4376734BED947CD&Kelime=internet> (01.05.2007)

² Suat Koyuncu, “İnternet Adresleri Rehberi”, **BYTE Türkiye**, Cilt:3, Sayı:2, 1996, s.4

TCP/IP³ adı verilen, dosya paylaşımlarını, elektronik posta gönderimleri gibi farklı protokolleri kapsayan bir ana protokoldür. Bu protokolün kullanımı ile bilgisayarlar birbirleriyle iletişim kurarak karşılıklı veri alış verişinde bulunabilmektedirler.

TCP/IP uyumlu olması koşulu ile dünyanın her hangi bir yerinde bulunan her hangi bir bilgisayarın İnternete bağlanıp, İnternet içinde bulunan diğer bilgisayarlar ile veri alışverişini gerçekleştirmesi olanaklıdır. Böyle bir altyapının bir sahibi ve bu altyapıyı denetleyen bir merkezi otorite bulunmamaktadır.⁴

1.1.2. İnternetin Tarihsel Gelişimi

Bilgiyi paylaşmanın en kısa yolu olan İnternetin temeli Sovyet Rusya ile ABD arasındaki rekabete dayanmaktadır. Sovyet Rusya'nın 1957 yılında ilk yapay dünya uydusu olan Sputnik'i uzaya göndermesiyle birlikte Pentagon⁵ ARPA⁶ projesini hayata geçirmiştir. Bu projenin amacı, savaştan önce ya da savaş sırasında haberleşme kanallarının kullanılamayacak şekilde tahrip edilmesi halinde dahi, komuta merkezinden balistik füze üslerine gereken emirlerin verilmesini ve savaşın sevk ve idaresini sağlayacak kesintisiz bir haberleşme sistemi yaratılmasıdır.

Bu açıklamalardan da anlaşılacağı gibi ARPA'nın amacı, askeri stratejilere hizmet etmek; savaş sırasında sevk ve idarenin kesintiye uğramasını engellemek olarak belirlenmiştir. Pentagon'un 1968 yılında dört üniversite arasında güvenli bir askeri iletişim ağı geliştirmek amacıyla kurduğu ARPA NET, ARPA projesinin ağ adı olarak kayıtlara geçmiştir.⁷

Burada önemli olan nokta, günümüzde hiçbir denetime tabi tutulamayan, tamamen şeffaf bir yapıda olan internetin, geçirmiş olduğu dönüşümdür. Bu dönüşüm oldukça hayret verici boyuttadır. Çünkü Pentagon'un hiyerarşik düzeni altında ve büyük bir gizlilik esas alınarak yapılandırılan İnternet; bu düzenden tamamen sıyrılarak tam tersi bir konuma yerleşmiştir. Aslında diğer açıdan bakıldığında; Pentagon'un amacı da herhangi olası bir düşman tehdidi altında, sevk

³ TCP/IP : Transmission Control Protocol (İletim Kontrol Protokolü) / İnternet Protokol (İnternet Protokolü)

⁴ Sait Güran ve Teoman Akünel, "İnternet ve Hukuk", **İnternet ve Hukuk Forumu Kitapçığı**, İstanbul, 2000, s.11

⁵ Pentagon: Amerika Birleşik Devletleri Savunma Bakanlığı

⁶ ARPA: Advanced Research Project Agency (İleri Proje Araştırma Kurumu)

⁷ Ali Işingör, "İnternet ve Teknoloji", **Power**, Aralık, 2000, s.59

ve idareyi sekteye uğratmayacak ve söz konusu düşman denetiminden uzak bir haberleşme sistemi oluşturmaktı. Ancak burada özellikle belirtilmesi gereken konu, böyle bir düzeneğe sadece bir kurumun sahip olmasıdır.

Buraya kadar temeli anlatılan İnternet, Pentagon ve savunma araştırmaları yürüten üniversiteler arasındaki ağın kurulması ile birlikte diğer üniversiteler arasında da yoğun bir iletişimin kurulmasını sağlamıştır. Bir çok üniversite ve araştırma kurumları bilgisayar merkezleri kurarak ya da mevcut sistemlerini geliştirerek bu haberleşme ağına dahil olmaya ve karşılıklı bilgi alışverişinde bulunmaya başlamışlardır. Bu gelişmelerin ışığında özel kuruluşlar ve resmi kurumlar da ağ içindeki yerlerini almaya başlamışlardır.

Haberleşme ağının amacı, bilgi iletişimi olduğu için, asıl hedef ağa dahil olan bilgisayarların, bir başka deyişle kullanıcıların sanal bir ortamda haberleşmeleri-konuşmalarıdır; bu da daha önce adı geçen TCP/IP yönteminin geliştirilmesi ile sağlanmıştır. Bu yöntemin, İnternetin özellikle kurumsal olarak düzenlenmesi bakımından en çarpıcı özelliği, dünyada bilgi iletişiminin sürekli ve serbestçe yapılabileceği bir açık platform oluşturmak üzere tasarlanmış olmasıdır.

Diğer taraftan, iç organizasyonu -ve mimarisi- bakımından da İnternet, önceden tanımlanmış bir ya da sınırlı birkaç uygulama için tasarlanmış değildir; üzerinde her türlü yeni uygulamanın yapılmasına olanak verecek genel ve esnek bir altyapı olarak planlanmıştır.⁸

Türkiye açısından İnternetin gelişimi incelendiğinde, ülkemizin bu konuda diğer teknolojik gelişmelere oranla daha hızlı bir ilerleme gerçekleştirdiği görülmektedir. İnternet'in Türkiye'ye tam olarak gelmesi 1993 yılında olmuştur. İnternet teknolojisi Türkiye'ye ilk olarak, 1987 yılında Ege Üniversitesi'nin öncülüğünde kurulan, Türkiye Üniversite ve Araştırma Kurumları Ağı ile gelmiştir. 12 Nisan 1993 tarihinde de Ankara-Washington arasında kiralık hatla kurulan bağlantı ile Türkiye internetle tanışmıştır. Bu yüzden 12 Nisan, Türkiye'de internetin doğum günü olarak kabul edilmektedir.

⁸ Güran ve Akūnal, s. 60

Aynı yıl ODTÜ ve Bilkent üniversiteleri ilk Türk web sitelerini yayına verdi. 1994 yılında da kurumlara ve firmalara internet hesapları verilmeye başlanmıştır; bu arada ilk internet servis sağlayıcı Tr.net de hizmete girmiştir. 1996'da Türkiye'nin ilk internet altyapısı olan TURNET'in devreye girmesiyle birlikte İnternet hizmeti vermek üzere birçok servis sağlayıcı firma faaliyete geçmiştir. Böylece sadece akademik kuruluşlar ve büyük şirketlerdeki kişilerin yararlanabildiği İnternet, kurulan bu servis sağlayıcı işletmeler sayesinde herkes tarafından yararlanılabilir duruma gelmiştir.

1998'de de Ulaştırma Bakanlığı bünyesinde İnternet Üst Kurulu oluşturulmuş, daha sonra bu kurul, İnternet Kurulu olarak faaliyetlerini sürdürmeye devam etmiştir. Kurulun, 8-21 Nisan tarihleri arasını "İnternet Haftası" olarak ilan etmesi, İnternet kullanımının ülkemizde yaygınlaşmasını sağlamıştır.⁹

1.2. İNTERNETLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR

İnternet olgusu ekonomik ve günlük hayatın içine girdikçe bu kavramın ilgili olduğu bazı terimler de çok sık bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Bu başlık altında da söz konusu terimlerle ilgili bazı tanımlamalar ve açıklamalar yapılacaktır. İnternetin temelini oluşturan bu terimlerin açıklanması çalışmanın daha iyi anlaşılabilmesi açısından son derece önemlidir.

1.2.1. ISS (İnternet Servis Sağlayıcıları)

İnternet sistemi içinde asıl birinci derece önem taşıyan oyuncu ve dinamik kimlikteki hukuki birim İnternet Servis Sağlayıcısı (ISS) işletmelerdir. Bunlar bireylerin (özel kişilerin ve özel hukuk ya da kamu hukuku tüzel kişilerin) İnternete bağlanmalarını, İnternet üzerinden iletişim kurmalarını ve İnternetin sağladığı olanakları kullanmalarını temin eden aracı unsurlardır. İnternete geçiş ISS aracılığı ile olur. Şu halde İnternetin anahtarını elinde tutan ISS'dir.¹⁰

⁹ Melih Bayram Dede, "Türkiye'de internet ne zaman doğdu?", **Eğitimbilim**, 07.11.2006
<http://www.melihbayramdede.com/2006/11/07/turkiyede-internet-ne-zaman-dogdu/> (01.02.2007), s.1

¹⁰ Güran ve Akunal, s. 18

1.2.2. Sunucu (Server)

Sunucu, belli kapasitesi olan ve diğer bilgisayarlara hizmet sağlayan bir ana bilgisayar ya da programdır. Adından da net bir şekilde anlaşılacağı gibi Sunucu, kendisine o anda bağlı olan kullanıcılara İnternet sunumu yapmakta ve hizmet/destek sağlama işlevini yerine getirmektedir. ISS işletmeleri, üstlendikleri çeşitli hizmetleri yerine getirebilmek için sunucuları kullanırlar. Sunucu bu anlamda ISS işletmelerinin kullandıkları bir araç, sistem içindeki bir objedir.

Herhangi bir özel ya da tüzel kişinin kendi başına sunucu hizmeti vermesi de mümkündür; diğer bir deyişle, bir özel ya da tüzel kişi, kendine ait bilgileri bir manyetik ortamda saklayarak sunucu işlevi görebilir. Sunucu işlevi söz konusu edildiği zaman, asıl olan bu kişinin kendi bilgisayarında başkalarına ait bilgileri saklamasıdır; ancak bu bilgilerin İnternet ortamında kullanılmasına gelince, kendisi İnternete bağlantı kurma olanağına sahip değilse (yani aynı zamanda ISS değilse), bu olanağa sahip olan bir araçtan yani bir ISS'den destek alacaktır. Bu destek de, ISS ile yapacağı bir sözleşmeye dayanacaktır.¹¹

1.2.3. Host (Ana Makine)

Host, bilgilerin saklandığı ve İnternete bağlı bulunan bilgisayardır. ISS işletmesinin bir abonesine, Web sayfasını kendi bilgisayarında saklaması ve bu sayfaya İnternette girilmesine olanak vermesi işlemine hosting adı verilmektedir; bu nedenle de ISS işletmeleri aynı zamanda birer host olarak anılmaktadırlar.¹²

1.2.4. IP Adresi ve Alan Adı (Domain Name)

IP¹³ adresi, en basit bir şekilde, hostların (ana makine) ve internete bağlı bilgisayarların adresi olarak tanımlanabilir. Nasıl ki her işyerinin, her bir bireyin bir posta (yazışma) adresi olabileceği gibi İnternete bağlı her hostun ve he bilgisayarın da bir IP adresi vardır. IP adresi, her biri 0-256 sayıları arasında olan dört sayıdan oluşmaktadır. Bu sayıları birbirinden ayırt etmek için “.” Karakteri kullanılır. Örneğin; “144.122.25.3” şeklindeki bir IP adresi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi'ne bağlı bulunan bir bilgisayara ait bir adrestir.

¹¹ Güran ve Akunal, s. 20-21

¹² Güran ve Akunal, s. 21

¹³ IP: Internet Protocol (İnternet Protokolü)

IP adresleri Statik IP ve Dinamik IP olmak üzere iki türdür. Her kullanıcıya internete bağlandıkları anda bilgisayarlarına bir IP adresi atanmaktadır; bu IP adresi çoğunlukla Dinamik IP olmaktadır; başka bir deyişle, servis sağlayıcısında o an boş bulunan bir IP adresi kullanıcıya IP adresi olarak atanmakta ve her bağlantıda IP adresinin son rakamı farklı olmaktadır. Bazı IP adresleri sabit olup hiç değişmemektedir; bu tür IP adresleri de Statik IP olarak adlandırılmaktadır.

Bir bilgisayarın IP adresi varsa, İnternet üzerindeki tüm bilgisayarlar bu adresi kolayca bulabilir. Başka bir deyişle bir sitenin IP adresi biliniyorsa, bu IP adresi sisteme girilerek bu siteye erişim sağlanabilir. Ancak bu rakamları akılda tutmak zor olduğundan her bir IP adresine karşılık gelen alan adları verilmiştir. Çoğu ISS işletmelerinde bulunan özel sunucu bilgisayarlardan (Alan Adı Sunucuları - Domain Name Server- DNS) oluşan bir ağ, hangi alan adının hangi İP adresine karşılık geldiği bilgisini tutar ve kullanıcıları doğru adreslere yönlendirir. İnternet'te trafiğin işlemesi bu IP adreslerine bağlıdır. Böylece hiçbir karışıklık olmaksızın sistem işlemeye devam eder.¹⁴

Alan adları üç bölümden oluşmaktadır; alan adı, kuruluş tipi (alan adı uzantısı) ve ülke kodu. IP adreslerinde olduğu gibi bu üç unsur birbirinden “.” yardımıyla ayrıştırılır.

İnternet üzerinde faaliyet gösterene bir işletmeye ulaşabilmek için o işletmenin İnternet adresinin bilinmesi gerekmektedir. İşletmeler İnternet adreslerini belirlerken genellikle kendi kuruluşlarının adını ya da markalarını kullanmaktadırlar. Alan adı kaydı yukarıda belirtildiği gibi ISS işletmeleri tarafından gerçekleştirilmektedir. Yapılacak olan alan adı kaydı uluslararası bir kayıt olduğundan, aynı alan adını taşıyan başka bir İnternet adresi ile karşılaşma riski oldukça yüksektir.¹⁵

¹⁴ <http://www.ipnedir.com/> (01.02.2007)

¹⁵ Selçuk Burak Hasıloğlu, **Enformasyon Toplumunda Elektronik Ticaret ve Stratejileri**, Türkmen Kitapevi, Yayın No: 143, İstanbul, 1999, s.49-51

1.2.5. Elektronik Posta (E-Mail)

Elektronik Posta kavramı adından da anlaşılacağı gibi, herhangi bir kağıt ya da kalem gereksinimi olmadan tamamen dijital ortamda oluşturulan sanal mektuplardır. Elektronik Postaların kullanılabilmesi için hem alıcının hem de göndericinin birer elektronik posta adresine gereksinimleri vardır; bu adresler de tamamen ev adreslerinde olduğu gibi sanal mektubun geldiği ve gideceği yerleri açıklar.

Elektronik Posta, İnternete bağlı çok sayıdaki kullanıcının birbiriyle haberleşmek için kullandıkları elektronik mesaj iletim sistemi ve İnternet hizmetleri içinde en fazla kullanılan hizmet türüdür.¹⁶

Elektronik Postanın adres yapısı iki bölümden oluşmaktadır: Yerleşim (kullanıcı) ve Alan adı. Bu iki bölümü ayırmak için “@” sembolü kullanılır.¹⁷ “kenanpars@deu.edu.tr” örnek bir elektronik posta adresidir ve Dokuz Eylül Üniversitesi’nden alınmıştır. “kenanpars”, kullanıcının posta kimliğini, “deu.edu.tr” ise bu kullanıcının hangi alan adında bulunduğunu belirtir.

Daha önceleri sadece düz yazı olarak gönderilebilen Elektronik Postalar günümüzde artık daha karmaşık yapılar haline dönüşmüşlerdir. Düz yazının yanı sıra kişiler aralarında resim, doküman, video, müzik parçaları vb. gibi pek çok dosya paylaşımı yapılabilmektedir. Böylece yer kavramı ortadan kalkarak çok uzak mesafedeki kişiler birbirleriyle anında iletişim kurabilmekte ve dosya paylaşımı yapabilmektedirler. Böyle bir durumun ticaret hayatına etkisi kuşkusuz son derece yüksek olacaktır.

1.2.6. WWW (World Wide Web)¹⁸ Arabirimi

1992 yılında ABD kaynaklı bir şirket olan CERN tarafından geliştirilen World Wide Web, Hypertext teknolojisini kullanarak İnternet kaynaklarına erişimi sağlayan başka bir olanaktır.

¹⁶ İbrahim Kırçova ve Pınar Öztürk, **İnternette Ticaret ve Hukuksal Sorunlar**, İstanbul Ticaret Odası, Yayın No: 2000-29, İstanbul, 2000, s.9

¹⁷ Hasiloğlu, s.53

¹⁸ World Wide Web: Dünya Çapında Ağ ya da Genel Ağ olarak Türkçeleştirilebilir; Türk Dil Kurumu karşılık olarak Genel Ağ terimini önermişse de henüz kabul görmemiştir.

Genelde kısaca "Web" olarak kullanılan World Wide Web kavramı, dünyanın her yerindeki binlerce 'web sunucuları' adı verilen bilgisayarlarda kayıtlı milyonlarca dosyadan oluşan bir bütündür. Bu dosyalar; metin belgeleri, görüntüler, sesler, programlar, etkileşimli ortamlar ve bilgisayar dosyalarına kaydedilen diğer bütün bilgileri kapsar. Web, muhtemelen şimdiye kadar oluşturulan en geniş kapsamlı ve çok çeşitli bilgiler toplamıdır.

Web, broşür kitapçıklardan oluşan dev bir kütüphaneye benzetilebilir. Her kitabın bir web adresi vardır. Buna URL (Uniform Resource Locator)¹⁹ adı verilmektedir. Tipik bir web adresi <http://www.yahoo.com> şeklindedir. Bu adreste iki bölüm vardır; "http" (Hypertext Transmission Protocol)²⁰ ve www (web). Bir web adresinde o adresi kullanan kuruluşun adı genellikle yer alır. Ancak bu ad daha önce bir kişi tarafından kayıtlı olarak alındı ise o zaman yasal sorunlar ortaya çıkmaktadır. Adresin sonunda alan adı belirleyicisi vardır. Bunlar; *com, edu, gov org, mil, net* olabilir. Ayrıca İngiltere gibi ülkelerde bu alan adları değişebilir.

"Web", dosyaları bir arada tutan, bir dosyayı diğerine aktaran ve onları internet üzerinden yollayan bir bağlantı sistemidir. Zaten uygulamada dünyayı saran bir örümcek ağına benzetilmektedir. Tim Berners-Lee tarafından geliştirilen HTML adlı bilgisayar dili bir dosyanın ilgili bağlantıları içermesine olanak tanır. Böyle bir bağlantı (hiper bağlantı - "hiperlink"), ilgili dosyanın yerini internet üzerinde saptamak için gerekli bilgileri kapsar. İnternete bağlanıp bir Web tarayıcısı kullanıldığında ulaşılan bilgilerin çok yakınlarda bir yerde mi yoksa dünyanın diğer ucunda bir yerde mi olduğuna bakmadan, Web'de görüntülere ulaşılabilir, sesler duyulabilir, metinler okunabilir ya da Web'le doğrudan etkileşime girilebilir. Örneğin; Singapur'da kayıtlı bir sayfa kullanıcıyı New York'ta kayıtlı bir borsa haberine, Frankfurt'ta kayıtlı bir resme, Tokyo'da kayıtlı bir ses dosyasına rahatlıkla bağlayabilir. Web sunucuları, internet ve Web tarayıcı bileşimi, bu bilgiyi, onu oluşturan parçaları birbirinden ayırmadan birleştirir ve bunu bir bütün olarak kullanıcılara sunar.²¹

¹⁹ Uniform Resource Locator: Birörnek Kaynak Bulucu ya da Tektip Kaynak Konumlayıcı

²⁰ Hypertext Transmission Protocol: Hipermetin Aktarma İletişim Kuralı

²¹ http://www.meb.gov.tr/belirliqunler/internet_haftasi_2005/www.htm, (01.02.2007)

İKİNCİ BÖLÜM

ELEKTRONİK TİCARET (E-TİCARET) İLE İLGİLİ GENEL BİLGİLER

Bu başlık altında, çalışmanın temelini oluşturan E-Ticaret ²² ile ilgili genel bilgiler verilecektir. Konunun daha iyi anlaşılabilmesi açısından E-Ticaretin tanımı yapılarak sınırları çizilmeye çalışılmıştır. E-Ticaret işlemleri sırasında sıkça karşılaşılan bazı temel kavramlar açıklanarak E-Ticaretin gelişim süreci ve hem dünyadaki hem de Türkiye'deki güncel durumu irdelenmiştir. Ayrıca E-Ticaretin türleri farklı kriterler yardımıyla açıklanmıştır. E-Ticaret yapabilmek için gerekli araçlar üzerinde durulmuş ve kullanılan ödeme araçları hakkında bilgiler verilmiştir.

2.1. E-TİCARETİN TANIMI VE KAPSAMI

İnternetin ekonomik hayattaki sınırları ortadan kaldırması ile birlikte ticaret de yeni bir boyut kazanmıştır. Geleneksel ticaret anlayışında yer alan, tarafların fiziki olarak karşılaşması gerekliliği ortadan kalkmıştır. Artık alıcılar, daha sonraki bölümlerde de aktarılacak olan, herhangi bir E-Ticaret aracını kullanarak buldukları yerden gereksinim duydukları alışverişini gerçekleştirebilmektedirler. Bu bölümde E-Ticaret kavramının tanımı ve sınırları ile ilgili bilgiler aktarılacaktır.

2.1.1. E-Ticaretin Tanımı

E-Ticaret ile ilgili tanımlamalar, E-Ticaretin kapsamına göre çeşitlilik göstermektedir. Genel olarak bakıldığında E-Ticaret, İnternet üzerinden mal ya da hizmet satın alma hareketi olarak anlaşılmaktadır. Kredi kartıyla İnternet üzerinden yapılan işlemlere eşdeğer bir anlam yüklenen kavram, bu haliyle oldukça sınırlı kalmaktadır. Ancak çalışmanın ileriki bölümlerinde de görüleceği üzere E-Ticaret oldukça geniş bir alanı kapsamaktadır.

Gerek uluslararası kuruluşlarca, gerekse konuyla ilgili çeşitli kaynaklarda birbirine yakın ancak konuya farklı açılardan bakan tanımlamalar vardır.

²² Çalışmanın bundan sonraki bölümlerinde Elektronik Ticaret kavramı yerine E-Ticaret kavramı kullanılacaktır.

Dünya Ticaret Örgütü'nün (WTO) yaptığı tanımlamaya göre E-Ticaret; mal ve hizmetlerin üretim, reklam, satış ve dağıtımlarının telekomünikasyon ağı üzerinden yapılmasıdır.²³

Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) tarafından yapılan tanıma göre E-Ticaret, kurumların ve bireylerin katıldığı ve metin, ses ve görsel imaj gibi sayısallaştırılmış verinin işlenerek, açık ya da kapalı ağlar üzerinden iletilmesine dayanan ticaretle ilgili işlemlerdir.²⁴

Birleşmiş Milletler - Uluslararası Ticaret Hukuku Komisyonu (UNCITRAL) ise E-Ticareti, ticari aktiviteler kapsamında her türlü veri mesajının, Elektronik Veri Değişimi (Electronic Data Interchange), internet, e-mail gibi yöntemlerin yanında, telekopi ve fax gibi daha az karmaşık veri iletim yöntemleri kullanılarak elektronik ortamda değişimi olarak tanımlanmıştır.²⁵

Avrupa Komisyonu'nun 1997 yılında yapmış olduğu tanıma göre E-Ticaret, işletme faaliyetlerinin elektronik olarak yapılmasıdır. Bu faaliyet metin, ses ve video verilerinin elektronik olarak işlenmesi ve aktarımına dayanmaktadır. E-Ticaret bu boyutuyla mal hizmet alımı ödemelerinin dijital olarak yapılmasını kapsamaktadır. Bu faaliyetler hem mamulleri (tüketici malları, özellikli elektronik donanımları) ve hizmetleri (bilgi hizmeti, finansal ve yasal hizmetler) hem de geleneksel faaliyetleri (sağlık, bakım, eğitim) kapsamaktadır.²⁶

Eski adıyla E-Ticaret Koordinasyon Kurulu (ETKK), yeni adıyla E-Ticaret Kurulu (ETİK) tarafından da, Mayıs 1998 tarihli Hukuk Çalışma Grubu Raporunda E-Ticarete ilişkin bir tanımlama yapılmıştır. Bu tanımlamaya göre E-Ticaret, bireyler ve kurumların; açık ağ ortamında (İnternet) ya da sınırlı sayıda kullanıcı tarafından ulaşılabilen kapalı ağ ortamlarında (İntranet) yazı, ses ve görüntü şeklindeki sayısal bilgilerin işlenmesi, iletilmesi ve saklanması temeline dayanan ve bir değer yaratmayı amaçlayan ticari işlemlerinin tümünü ifade etmektedir. Bu çerçevede, ticari sonuçlar doğuran ya da ticari faaliyetleri destekleyecek eğitim, kamuoyunu

²³ http://www.wto.org/english/thewto_e/glossary_e/electronic_commerce_e.htm, 05.03.2007

²⁴ [http://www.oilis.oecd.org/olis/1997doc.nsf/43bb6130e5e86e5fc12569fa005d004c/5352fc26cbe7c81dc1256553004ea017/\\$FILE/11E76503.ENG](http://www.oilis.oecd.org/olis/1997doc.nsf/43bb6130e5e86e5fc12569fa005d004c/5352fc26cbe7c81dc1256553004ea017/$FILE/11E76503.ENG), 05.03.2007

²⁵ <http://daccessdds.un.org/doc/UNDOC/GEN/N97/763/57/PDF/N9776357.pdf?OpenElement>, 05.03.2007

²⁶ Aziz Özbek, "Elektronik Ticaret ve Vergilendirilmesi", **Vergi ve Muhasebeciyle Diyalog**, Sayı: 148, 2000, s.44.

bilgilendirme, tanıtım-reklam vb. amaçlar için elektronik ortamlarda yapılan işlemler de E-Ticaret kapsamında değerlendirilmektedir.²⁷

Buraya kadar yapılan tanımlamalar dikkate alındığında E-Ticaret; bireyler, özel ve kamu kurumlarının birbirleriyle ve kendi bünyesindeki iş, yönetim, üretim ve tüketim faaliyetlerinin yürütülmesi için açık ve kapalı ağlar üzerinden elektronik araçlar kullanılarak, metin, ses ve görüntü verilerinin elektronik olarak işlenmesi, iletilmesi ve saklanması temeline dayanan ticari işlemler olarak tanımlanabilir.

E-Ticaret, özellikle iletişim teknolojilerinin de yardımı ile artık yalnızca bir satış kanalı ya da farklı bir mağaza olarak değerlendirilmemelidir. E-Ticaret, tamamlanması gereken bir proje olarak anlaşılmamalıdır; aksine E-Ticaret, sürekli kendini yenileyen bir süreçtir. İşin nasıl yapıldığını değiştirir ve büyük bir yatırım gerektirir. Bu, bilgisayarları açıp peynir almak için İnternete girmek değil; işletmelerin ağa tedarikçilerini de dahil etmeleri demektir.²⁸ Çalışmanın bundan sonraki bölümlerinde de ayrıntılı olarak anlatılacağı üzere E-Ticaret, işletmelere yeni tedarik zinciri, ürün dağıtım hizmeti, üretim maliyetlerinde azalma, doğrudan satış ve ekonomik açıdan yaşamsal daha bir çok fırsatı da beraberinde getirmektedir.

Ekonomist'te yapılan bir araştırmaya göre İnternet iş yapma şeklini alt üst etmektedir. İnternet yoluyla, satma ve satın almanın ötesinde süreçlere ve organizasyonun kültürüne yönelen bir gidiş söz konusudur.²⁹ Bu aşamada E-İş ve E-İşletme kavramlarından bahsedilmesi yerinde olacaktır. Bu konuyla ilgili olarak söylenebilecek ilk şey E-İş kavramının E-İşletme kavramından daha kapsamlı olduğudur.

E-İş, işletmelerin İnternet teknolojilerini kullanarak dahili iş süreçlerini ve iş ilişkilerini, bilgi transferlerini elektronik ortamda güvenli bir şekilde oluşturmaları ve ürettikleri malları ve hizmetleri bu elektronik ortamda satmaları ya da satın almalarıdır.³⁰ Bu noktada E-İş kavramı ile E-Ticaret kavramları birbiriyle örtüşmektedir.

²⁷ <http://www.E-Ticaret.gov.tr/raporlar/hukuk.htm>, 25.05.2007

²⁸ Jonathan Gaw, "E-Valuating E-Commerce", **Special to R&I**, 01.02.2000

<http://www.rimag.com/archives/2000/02a/sr-E-Commerce.asp>, 25.05.2007

²⁹ Paul Pedley, "Electronic Commerce", **Managing Information**, Mart 2000, s. 42

³⁰ Esmahan Arıcı, **Elektronik Ticaret**, Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı Yayını, Ankara, 2000, s.11

E-iş büyük oranda, var olan müşterileri elde tutmak, yeni müşteriler kazanmak ve müşterilerle ilişkileri geliştirmek; hizmet satış ve bilgilendirme servisleri ile mümkün olan en kısa zamanda müşterilere ulaşmak; üretimde ve her türlü iş projesinde maliyeti düşürüp verimi arttırmak gibi konularda İnternet (ya da İntranet) ve özellikle web teknolojilerinin kullanılmasını içermektedir.³¹

E-İşletme denildiği zaman tedarik, üretim, pazarlama, stok yönetimi, satış, finans, muhasebe, insan kaynakları gibi iş süreçlerinin İnternet teknolojilerini kullanarak gerçekleştiren işletmeler anlaşılır.³² E-İşletme, iş felsefesini, stratejilerini, süreçlerini ve yapısallığını bütünleştirerek müşterilerinin kendisi ile herhangi bir zamanda, herhangi bir kanaldan, öğrenmek, satın almak, kaynak paylaşmak ya da hizmet almak için ilişki kurmalarını sağlar.

2.1.2. E-Ticaretin Kapsamı

E-Ticaret ile ilgili bilgi teknolojileri, bilgi otoyolu, iletişim teknolojileri kavramları iç içe geçmiştir. Dolayısıyla, bir elektronik iletişimde E-Ticaretin nerede başlayıp nerede bittiğini belirlemek güç olmaktadır. Tanımı gereği, her hangi bir ticari sonuç doğuran bir elektronik iletişim E-Ticaret olarak kabul edilse de, örneğin firmalar arasında bilgi paylaşımı çoğu zaman ticari bir faaliyete temel teşkil ettiğinden E-Ticaret olarak sayılabilecektir. Aynı şekilde, ticari ya da ekonomik sonuç doğuran sağlık, eğitim, kamu yönetiminde kolaylıklar gibi iletişim teknolojileri kullanımının E-Ticaret sayılıp sayılmayacağı tartışmalıdır. Dolayısıyla sonsuz gibi görülen bilgi bulutu içerisinde, E-Ticaretin sınırlarını belirlemek oldukça zordur.³³

Geniş anlamda E-Ticaret, ticaretin yönetilmesinde elektronik araç ve teknolojilerin kullanılmasını ifade etmektedir. Kavram, özellikle iş hayatı içinde işletmeden - işletmeye ve işletmeden - tüketiciye olan dijital işlemleri kapsamaktadır. Bilgi teknolojileri aynı zamanda eğlence, iletişim, vergi ödeme, şahsi finansman yönetimi, araştırma ve eğitim gibi ticari olmayan faaliyetlerde de kullanılabilir.³⁴

³¹ Adem Özbay ve Jan Devrim, **7'den 77'ye Yeni Başlayan Herkes İçin E-Ticaret Rehberi**, Hayat Yayınları, 2000, s.31

³² Arıcı, s.12

³³ Murat İnce, **Elektronik Ticaret: Gelişme Yolundaki Ülkeler İçin İmkanlar ve Politikalar**, DPT Yayınları, Ankara, 1999, s.28.

³⁴ Hüseyin Ertaş, **İnternet Ekonomisi (E-Ticaret)**, Konya Ticaret Odası, Yayın No:21, Konya, 2000, s.63

Sınırları keskin bir çizgi ile ayrıştırılmamasa da E-Ticaretin kapsamı, diğer bir deyişle kapalı ve açık ağlar kullanılarak yapılabilecek iş ve ticaret aktiviteleri şu şekilde sıralanabilir:³⁵

- Mal (taşınır, taşınmaz) ve hizmetlerin (bilgi servisleri, danışmanlık, finans, hukuk, sağlık, eğitim, ulaştırma, vb.) elektronik alışverişi
- Üretim planlaması yapma ve üretim zinciri oluşturma
- Tanıtım, reklam ve bilgilendirme
- Sipariş verme ve anlaşma yapma
- Elektronik banka işlemleri ve fon transferi
- Elektronik konşimento gönderme ve gümrükleme işlemleri
- Elektronik ortamda üretim izleme ve stok yönetimi
- Ortak tasarım geliştirme ve mühendislik
- Elektronik ortamda kamu alımları
- Elektronik Para ile ilgili işlemler
- Elektronik hisse alışverişi ve borsa
- Ticari kayıtların tutulması ve izlenmesi
- Doğrudan tüketiciye pazarlama
- Sayısal imza, elektronik noter vb. Güvenilir Üçüncü Taraf (TTP) işlemleri
- Sayısal içeriğin anında dağıtımı
- Anında bilgi oluşturma ve aktarma
- Elektronik ortamda vergilendirme
- Fikri mülkiyet haklarının transferi

E-Ticaret temel olarak üç farklı şekilde ortaya çıkmaktadır:

- İnternet
- İntranet
- Extranet

İnternet yoluyla ticaret herkese açık olan ve kişilerin web sitesinden istedikleri hizmeti ya da ürünü, gerekli ödemeyi yaptıktan sonra elektronik olarak ya da fiziksel olarak almasıdır. Burada ödeme kredi kartı ya da çek gibi geleneksel

³⁵ Zeynep Ersoy, **Elektronik Ticaret ve Ticaret Noktaları**, İGEME, Ankara, 1999, s.42.

yöntemlerle yapılabileceği gibi, bir sonraki başlıkta işlenecek olan farklı ödeme araçları ile de yapılabilmektedir.

İntranet ise, web sayfasının işletmenin çalışanları ile iletişimde kullanılmasıdır. Çalışanlar, işletme içi kurallar, günlük haberler, işletme içi iş ilanları gibi işletme ile ilgili her türlü bilgiye bu yol ile ulaşabilmektedirler. Burada web sitesine giriş sadece işletme çalışanları ile kısıtlı olmaktadır.

Extranet ise, İtranet'in şirketin iş ortaklarını da kapsayacak şekilde genişletilmiş halidir. Bir işletmenin bu üç yöntemden birini kullanıyor olması onun E-Ticaret yaptığının bir göstergesidir.³⁶

2.2. E-TİCARET İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR

Bu bölümde E-Ticaretin güvenli ve sağlıklı bir şekilde gerçekleşebilmesi için gerekli olan elektronik imza, açık ve gizli anahtarlar, dijital sertifika, şifreleme ve onay makamı gibi kavramlar açıklanacaktır.

2.2.1. Elektronik İmza

E-Ticaretin kullanıcılar tarafından benimsenebilmesini sağlayacak en önemli unsurlardan biri, İnternet ortamında yapılmakta olan işlemlerin güvenliğinin sağlanabilmesidir. Bu, taraflar arasında iletilen bilginin gizliliğinin ve tarafların kimliklerinin doğruluğunun, kurulacak olan teknik ve yasal altyapı ile sağlanmasıyla gerçekleşir. Söz konusu teknik ve hukuki altyapı içerisinde elektronik imza kavramı çok büyük bir öneme sahiptir. Bu yüzden E-Ticarette ilerleme kaydetmeye çalışan ülkeler, önceliği elektronik imza kavramına vermektedirler. Günümüzde Almanya, Singapur ve ABD'nin bazı eyaletlerinde elektronik imza hem teknik altyapı olarak tanımlanmış hem de hukuki açıdan uygulamaya konulmuştur.

5070 sayılı Elektronik İmza Kanunu'na göre elektronik imza, başka bir elektronik veriye eklenen veya elektronik veriyle mantıksal bağlantısı bulunan ve kimlik doğrulama amacıyla kullanılan elektronik veriyi tanımlar. Elektronik imza; bir bilginin üçüncü tarafların erişimine kapalı bir ortamda, bütünlüğü bozulmadan

³⁶ Banu Durukan, "İnternet Ekonomisi, Elektronik İşletmeler ve Finansal Yönetim", **İşletme ve Finans Dergisi**, Sayı: 183, 2001, s.73

(bilgiyi ileten tarafın oluşturduğu orijinal haliyle) ve tarafların kimlikleri doğrulanarak iletildiğini elektronik veya benzeri araçlarla garanti eden harf, karakter ya da sembollerden oluşur.³⁷

Elektronik imza kavramı çok genel bir tanım olup kişilerin elle atmış olduğu imzaların tarayıcıdan geçirilmiş hali olan sayısallaştırılmış imzaları, kişilerin göz retinası, parmak izi ya da ses gibi biyolojik özelliklerinin kaydedilerek kullanıldığı biyometrik önlemleri içeren elektronik imzaları veya bilginin bütünlüğünü ve tarafların kimliklerinin doğruluğunu sağlayan sayısal imzaları içermektedir.³⁸

Sayısal imza, imzalanan metine göre farklılık gösterir ve içeriğin matematiksel fonksiyonlardan geçirilerek eşsiz olduğu düşünülen bir değer bulunması sureti ile elde edilir. Yani kişilerin, elle atılan imzada olduğu şekilde tek imzası yoktur; bunun yerine imzalamada kullanılan anahtarları vardır.³⁹

5070 sayılı Elektronik İmza Kanunu'nda ve bu metinde geçen "elektronik imza" kavramı sayısal imzayı işaret etmektedir.

Elektronik imza, kullanıcılarına üç temel alanda ayrıcalık sunmaktadır; verinin izinsiz ya da yanlışlıkla değiştirilmesini, silinmesini ve veriye ekleme yapılmasını önlemek (Veri Bütünlüğü); mesajın ve mesaj sahibinin iletiminin geçerliliğini sağlamak (Kimlik Doğrulama ve Onaylama); bireylerin elektronik ortamda gerçekleştirdikleri işlemleri inkar etmelerini önlemek (İnkâr Edilemezlik).⁴⁰

Elektronik imzanın; bankalar ve finans kurumları, şube ağına sahip sigorta şirketleri, kamu kurum ve kuruluşları, holdingler ve diğer büyük şirketler, üniversiteler, yüksek iletişim ve bilgi güvenliği gereksinimi olan organizasyonlar başta olmak üzere orta ve uzun vadede yaygın bir uygulama alanı bulabileceği değerlendirilmektedir. Kamusal alandaki her türlü başvurular (ÖSS, KPSS, LES sınav başvuruları, pasaport başvuruları), kurumlar arası iletişim, sosyal güvenlik uygulamaları, sağlık uygulamaları, elektronik oy verme işlemleri sırasında elektronik

³⁷ 5070 Sayılı Elektronik İmza Kanunu (23 Ocak 2004 Tarih, 25355 Sayılı Resmi Gazete) <http://rega.basbakanlik.gov.tr/main.aspx?home=http://rega.basbakanlik.gov.tr/eskiler/2004/01/20040123.htm&main=http://rega.basbakanlik.gov.tr/eskiler/2004/01/20040123.htm>, 01.06.2007

³⁸ <http://www.e-imza.gen.tr/index.php?Page=ElmzaNedir&YaziNo=4>, 01.06.2007

³⁹ http://www.e-ticaret.gov.tr/e_kutuphane/sozluk.htm, 01.06.2007

⁴⁰ <http://www.e-imza.gen.tr/index.php?Page=ElmzaNedir&YaziNo=6>, 01.06.2007

imzanın kullanılabileceği tahmin edilmektedir. Ticari alanda elektronik imzanın uygulanabileceği alanlar da şöyle açıklanabilir: İnternet bankacılığı, sigortacılık işlemleri, kağıtsız ofisler, e-Sözleşmeler, e-Sipariş...

2.2.2. Açık ve Gizli Anahtarlar

Açık ve gizli anahtar kavramlarının daha iyi anlaşılabilmesi açısından önce anahtar ve sayısal imza kavramlarının açıklanmasında fayda bulunmaktadır. Anahtar, şifreleme ve şifre çözme sırasında kullanılan sayı dizisi olarak tanımlanmaktadır. Başka bir ifadeyle anahtarlar, sayısal karakterlerin oluşturduğu bir koddur. Sayısal imza (dijital imza) ise elektronik ortamdaki yazışmalara eklenen, yazıyı gönderenin kimliğini ve gönderilen yazının iletim sırasında bozulmadığını kanıtlamaya yarayan bir elektronik imza türü olarak tanımlanabilir.⁴¹

Açık ve gizli anahtarlar sayısal imzayı oluşturan ikili anahtar sisteminin elemanlarıdır. Açık anahtarlar, bir kullanıcının kendisine ait olan iki anahtarından kamuya açık olanıdır. Açık anahtarlara söz konusu anahtar sahibi dışındaki kişiler de erişebilmektedirler. Açık anahtarlar herkesçe bilinir ya da bir veri tabanından (telefon rehberi gibi) ulaşılabilir. Gizli anahtarlar ise sadece kullanıcının kendisi tarafından bilinir ve kullanılır.

Sayısal imza, yazının içeriğine ve imzalayanın gizli anahtarına bağlı bir kriptografik (şifreleme/şifre çözme) yöntemle atıldığı için, sayısal imzanın doğrulanmasında, imzayı atanın açık anahtarı kullanılır. Sayısal imza; veri mesajına eklenen sayısal (bilgisayarlarca kullanılan ikili sistem açısından) değerdir. İmzacının gizli şifreleme anahtarına bağlı matematiksel bir usul kullanılarak, bu sayısal değer, yalnızca imzacı tarafından üretilebilmektedir. Bu matematiksel usul açık anahtarla şifreleme esasına dayanmaktadır. Bu matematiksel usuller bir veri mesajına uygulandığında mesajı dönüştürmekte ve mesajı alan taraf imzacının açık anahtarını bildiğinden, dönüşümün imzacının açık anahtarına karşılık gelen gizli anahtarıyla gerçekleştirilip gerçekleştirilmediğini ve dönüşümden sonra orijinal mesajın değişip değişmediğini kusursuz olarak tespit imkanına sahip olmaktadır. Eğer veri mesajı, bir onay makamı tarafından verilen bir sayısal imza sertifikasının

⁴¹ http://www.e-ticaret.gov.tr/e_kutuphane/sozluk.htm, 01.06.2007

geçerlilik süresi içinde imzalanmışsa, bu sayısal imza güvenli elektronik imza olarak kabul edilmektedir.⁴²

2.2.3. Dijital Sertifika

Dijital sertifikalar, ya da diğer adıyla dijital kimlikler, gerçek hayattaki ehliyet, pasaport ya da üyelik kartlarının elektronik ortamdaki benzerleridir. Dijital Sertifikaların elektronik olarak gösterilmesiyle kişiler kimliklerini ispat edebilir, çevrimiçi bilgi ya da hizmetlere erişme izinlerini kullanabilirler.

Dijital sertifikalar kişi ya da kurumların kimliğini, dijital bilgiyi imzalamak ve şifrelemek için kullanılan bir çift elektronik anahtara bağlar. Dijital sertifikalar, kişi ve kuruluşların ticari ve kişisel işlemlerini iletişim ağları üzerinde güvenli bir şekilde gerçekleştirmelerini sağlar.⁴³

Dijital sertifika ile İnternet üzerinde yapılan işlemlerde internet tarayıcısı aracılığıyla kullanıcı kendi kimliğini kanıtlamış olmaktadır. Bu sertifikalar İnternet üzerindeki alışverişlerde, ticari faaliyetlerde ve bilgilerin şifrlenmesinde kullanılır. E-Ticaret yapan işletmeler ve finansal kurumlar başta olmak üzere birçok kurum İnternet üzerinde gerçek ve yasal bir şirket olduklarını kanıtlamak için sertifikaya gereksinim duymaktadırlar. Ayrıca İnternet bankacılığı, online alışveriş gibi iletilen bilginin gizliliği ve doğruluğunun çok önemli olduğu işlemlerin yaygınlaşması ve bu siteleri kullanan kişilerin de kimliklerinin doğrulanabilmesi için şifre kullanımının yanı sıra dijital sertifikanın da kullanılması güvenliğin artırılmasını sağladığından, birçok işletme, müşterilerinden dijital sertifika talep etmeye başlamışlardır. Türkiye’de ise gerek gerekli altyapının henüz oluşturulmaması gerekse de yasal düzenlemelerin eksik olması nedeniyle dijital sertifikalar henüz kullanılamamaktadır. İş Bankası ve Garanti Bankası, sayısal imza içeren e-postalar gönderebilmektedirler. Ancak Avrupa Birliği’ne (AB) uyum çalışmaları ile beraber yasal düzenlemelerin gerçekleştirilerek dijital sertifikaların kullanılması beklenmektedir.

⁴² <http://www.e-ticaret.gov.tr/raporlar/hukuk.htm>, 05.06.2007

⁴³ <http://eticaret.garanti.com.tr/icerik/goster.asp?c=3&t=a&i=231020011823351023201083705>, 05.06.2007

2.2.4. Şifreleme

Şifreleme, elektronik ortamda iletilen mesajın bilgiye dönüştürülmesi işlemidir. Böylece gönderilen herhangi bir bilginin gizliliği korunmuş ve bütünlüğü bozulmamış olur. Şifrelemenin, daha çok İnternet üzerinden mal ve hizmet alışverişlerinde kredi kartı kullanımı esnasında önemi artmaktadır. İnternet üzerinden alışveriş yapan birçok insan, kredi kartı bilgilerinin üçüncü şahıslar tarafından ele geçirilmesinden endişe duydukları için, alışveriş ile ilgili işlemlerini telefon aracılığıyla tamamlamayı seçmektedirler. Bu sorunun çözülmesi için, İnternet satış faaliyeti içerisinde bulunan birçok işletme, güvenlik sunucuları (server) kullanmaya başlamışlardır. Bu sunucular telefon hattı aracılığıyla gönderilen bilgilerin üçüncü kişilere ulaşımını engellemek amacıyla şifrelenmesini sağlamaktadırlar. Özetle şifreleme, elektronik ortamda iletilen bilginin dönüştürülmesi işlemidir; şifreleme sayesinde gönderilen herhangi bir bilginin gizliliği korunmuş olunur.⁴⁴

2.2.5. Onay Makamı

Gönderenin kimliğinden emin olmak amacıyla gönderenin sayısal imzasını açmada kullanılan açık anahtarın gerçekten gönderene ait olup olmadığının tespiti için onay kurumlarına gereksinim vardır. Onay kurumu hangi açık anahtarın kime ait olduğunu belirlemektedir. Onay kurumu her kullanıcıya bir elektronik kimlik belgesi verir. Bu belge herkesin ulaşabileceği bir yere kaydedilmektedir. Bu belgede kullanıcının kimlik bilgileri, açık anahtarı, elektronik kimlik belgesinin seri numarası ve elektronik kimlik belgesini veren onay kurumunun adı ile sayısal imzası bulunur.⁴⁵

2.3. E-TİCARETİN GELİŞİMİ

E-Ticaretin gelişimi yarattığı fırsatlar ve beraberinde getirdiği riskler bakımından özellikle işletmeler ve devletler için önem taşımaktadır. Bu bağlamda, bu kısımda E-Ticaretin gelişimi ile yan yana giden küreselleşme ve uluslararası ticaret değerlendirilecek ve Türkiye ile dünyada E-Ticaret alanındaki gelişmeler incelenecektir.

⁴⁴ Murat Çak, **Dünya'da ve Türkiye'de Elektronik Ticaret ve Vergilendirilmesi**, İstanbul Ticaret Odası Dergisi, İstanbul, 2002, s.20

⁴⁵ Murat Kaya, "E-Ticaret", **Biltek**, Şubat 2001, s.9

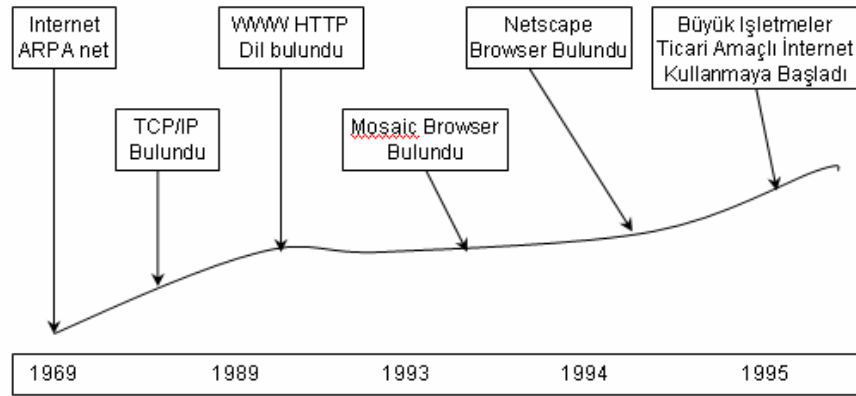
2.3.1. Küreselleşme ve Dünyada E-Ticaret

Sanayi devrimini tam olarak gerçekleştirmiş ekonomilerin büyük bir hızla yaşadığı değişim, etkilerini tüm dünyada da beklenen bir hızla göstermiştir. Küreselleşme, artan rekabet koşulları, iletişim ve bilgi teknolojilerindeki köklü değişimler ve bunun sonucu iletişimin hızlanması ve bilginin paylaşımı, ekonomik işleyişi yeni bir düzleme ve de boyuta taşımıştır.⁴⁶ Bu değişimin en belirgin göstergesi olarak da E-Ticaret örnek verilmektedir.

1933 yılından itibaren ortaya çıkan, 1955 yılının sonlarında ise yaygınlaşmaya başlayan “web” temelli uygulamalar, birimleri coğrafi anlamda dağınık olan işletmeler üzerindeki bütünleşme eğilimlerinde fazlasıyla bir etki yaratmıştır.⁴⁷

İnternetin ortaya çıkışı ve internette var olan çeşitli sistemlerden yararlanarak, kullanıcıyı her türlü bilgiye ulaştıran www (world wide web) ara birimi E-Ticaretin doğuşunda büyük öneme sahiptir. Şekil 1’de İnternetin gelişimi ve E-Ticaret ile olan ilişkisi gösterilmiştir.

Şekil 1 - İnternetin Gelişim Süreci



Kaynak: Murat İnce, E-Ticaret: Gelişme Yolundaki Ülkeler İçin İmkanlar ve Politikalar, DPT Yayınları, Ankara, 1999

⁴⁶ M. Burak Su ve Önder Savaşçı, “Elektronik Ticaret Devriminin Boyutları”, **Activite Line Finans Dergisi**, Sayı: 9, İstanbul, 2002, s.32

⁴⁷ Çak, s.14-15

Çalışmanın birinci bölümünde de açıklandığı gibi E-Ticaretin alt yapısı olan internet, öncelikle Amerika Birleşik Devletleri Gelişmiş Savunma Araştırma Projeleri Ajansı tarafından nükleer savaş tehlikesine karşı geliştirilmiş bir iletişim kanalıydı. Günümüz anlamında İnternet kullanımı fizikçiler için bilgi paylaşımını kolaylaştırmak amacıyla geliştirilmiştir. Ticari işletmeler bunu elektronik katalog yaratmak için kullandıklarında E-Ticaretin perakende kanalı kendiliğinden ortaya çıkmış sayılmaktadır.⁴⁸ Buradan hareketle E-Ticaret kavramının gelişiminin doğrudan internet ve web teknolojisinin gelişmesiyle bağlantılı olduğu rahatlıkla söylenebilir.⁴⁹ Bu amaçla Tablo 1’de gösterilen dünyadaki İnternet kullanıcılarının sayısı bir fikir vermesi açısından çalışmaya eklenmiştir.

Tablo 1 - Dünyada İnternet Kullanıcı Sayısı En Yüksek 20 Ülke (30.06.2007 İtibariyle)

Ülke	Nüfus (Milyon)	İnternet Kullanıcısı (Milyon)	Nüfusa Oranı (Yüzde)	Tüm Dünyadaki Kullanıcılara Oranı (Yüzde)
1. ABD	301,97	210,58	69,70	18,00
2. Çin	1317,43	162,00	12,30	13,80
3. Japonya	128,65	86,30	67,10	7,40
4. Almanya	82,51	50,43	61,10	4,30
5. Hindistan	1129,67	42,00	3,70	3,60
6. Brezilya	186,77	39,14	21,00	3,30
7. İngiltere	60,36	37,60	62,30	3,20
8. Güney Kore	51,30	34,12	66,50	2,90
9. Fransa	61,35	32,93	53,70	2,80
10. İtalya	59,55	31,48	52,90	2,70
11. Rusya	143,41	28,00	19,50	2,40
12. Meksika	106,46	22,70	21,30	1,90
13. Kanada	32,44	22,00	67,80	1,90
14. Endonezya	224,48	20,00	8,90	1,70
15. İspanya	45,00	19,77	43,90	1,70
16. Vietnam	85,03	16,51	19,40	1,40
17. Türkiye	75,86	16,00	21,10	1,40
18. Avustralya	20,98	15,09	71,90	1,30
19. Tayvan	23,00	14,50	63,00	1,20
20. Filipinler	87,24	14,00	16,00	1,20

Kaynak: <http://www.internetworldstats.com/top20.htm>, 01.09.2007

⁴⁸ Yaprak Gülcan, “Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerde Elektronik Ticaretin Kullanımı: İzmir Örneği”, **İktisat İşletme ve Finans**, Sayı: 17(200), Kasım 2002, s.92

⁴⁹ H.Bahadır Akın, **Yeni Ekonomi**, Çizgi Kitapevi Yayınları, Konya, 2001, s.55

İşletmeler, küresel anlamda bilgi tedarikini internetten karşılarken, kendi içlerinde işletmelere özgü web temelli iletişim ağları oluşturmaktadır ve bu çerçevede bugünkü durumu hayal olarak görülen E-Ticaret inanılmaz boyutlara gelmektedir.⁵⁰

E-Ticaretin gelişiminin tarihsel sürecinde iki önemli unsur belirleyicidir. Bu unsurlardan birincisi internetin, bilgisayar, haberleşme ve televizyon yayımcılığı sektörlerinin gittikçe iç içe geçmesi, ikincisi ise piyasaların küreselleşmesi ve liberalizasyonudur.⁵¹ Ayrıca, internet kullanımının artması, iletişim yapısının güçlenmesi ve güvenlik konusundaki endişelerin büyük oranda ortadan kalkmasını sağlayan güvenlik teknolojilerinin gelişmesi, E-Ticaretin hızla yaygınlaşmasını sağlamaktadır.⁵²

Gelişen yeni teknolojilerin katkısı ile geleneksel ticaretten E-Ticarete doğru yönelişle birlikte geçmişin yazılı formları, görüşmeler, dergiler, kataloglar gibi araçların yerini internet üzerindeki web sayfaları, elektronik posta ya da elektronik veri değişimi (EDI) almaya başlamıştır.

E-Ticaret, işletmelere, tüketicilere sunduğu olanaklar ve devlet idaresinde meydana getirdiği avantajlar sayesinde yeni ekonomik düzen içerisinde gittikçe büyük bir yere ve öneme sahip olacaktır.

Dünya E-Ticaret hacminin büyük bir kısmını Kuzey Amerika, Avrupa ve Uzakdoğu-Pasifik ülkeleri (Japonya, Çin, Singapur Avustralya-Yeni Zelanda) oluşturmaktadır. E-Ticaret hacmi doğumundan bu yana katlanarak artış göstermiştir. 1997 yılındaki tahminler 2005 yılında E-Ticaret hacminin 1 trilyonu bulacağı yönündeydi, fakat 2005 yılında bu rakam 19 trilyondu. Bu da E-Ticaretin ne kadar hızlı geliştiğinin en sağlıklı göstergesidir.

Dünyada E-Ticaret oluşumuna bakıldığında küçük birkaç site deneyiminden sonra bir iki yıl içerisinde devleşen 'Amazon.com' 'Dixons' gibi şirketler başı çekmektedir. Tabi ki bu ülkelerde E-Ticaret sadece devleşen şirketlerle değil

⁵⁰ Akın, s.45

⁵¹ Nuray Korkmaz, **Sorularla İnternet ve E-Ticaret Rehberi**, İstanbul Ticaret Odası, Yayın No:37, İstanbul, 2002, s.52

⁵² Özbay ve Devrim, s.79

devletlerin bu yöntemi benimsemesi ile gelişmiştir. E-Ticaretin oluşturacağı istihdam ve düşük maliyetler öngörülmüş, bu nedenle gerekli yasalar çıkarılmış ve teşvik uygulamaları devletler tarafından yapılmıştır. Ayrıca bu ülkelerde E-Ticaretin günlük yaşama girmesinden çok daha önemlisi, devlet politikalarının, özellikle de ekonomik faaliyetlerle ilgili olan programları uygulayanların, E-Ticaretin ekonomik büyüme anlamındaki değerini algılamış olmalarıdır.⁵³

Tablo 2' de, bu hızlı gelişimi gözler önüne serecek bazı veriler yer almakta ve dünya genelinde 2004 yılına kadar olan E-Ticaret hacmi gösterilmektedir.⁵⁴

Tablo 2 - Dünyadaki E-Ticaret Hacminin Yıllara Göre Dağılımı

Hacim	Yıllar
47 Milyar dolar	1998
133 Milyar dolar	1999
327 Milyar dolar	2000
574 Milyar dolar	2001
1.1 Trilyon dolar	2002
2.7 Trilyon dolar	2003
7.3 Trilyon dolar	2004

Kaynak : <http://bilisim.milliyet.com.tr>, 2005, 01.07.2007

2.3.2. Türkiye'de E-Ticaret

1990'lı yılların sonlarında bütün dünyada yayılan İnternet teknolojileri ve E-Ticaret uygulamalarının yakından izlenmesi amacıyla Türkiye'de bazı girişimler hayata geçirilmiştir. 1997 yılında Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın bünyesinde E-Ticaret Koordinasyon Kurulu, 1998 yılında Ulaştırma Bakanlığı'na bağlı çalışan İnternet Üst Kurulu ve aynı yıl Başbakanlık bünyesinde Kamu-Net Üst Kurulu kurulmuştur. Ayrıca, Bilge (Gümrük Müsteşarlığı), TTNNet (Türk Telekom A.Ş.), Kobi-Net (KOSGEB), Tuena (TÜBİTAK) gibi projeler de 1990'ların sonlarında yürütülmüştür. Diğer bakanlıklar ve kurumlar ise kendi alanlarında bilişim teknolojilerine geçiş amaçlı çeşitli projeler yürütmüşlerdir. Bu kurumların ve projelerin başlıca amaçları bilişim teknolojilerinin gelişimi için teknik ve hukuki altyapının hazırlanması, devlet kurum ve kuruluşlarının işleyişlerinin elektronik ortama taşınması ile etkinliğin

⁵³ <http://bilisim.milliyet.com.tr/detay.asp?id=1928&sayfa=2>, 01.07.2007

⁵⁴ 2005, 2006 ve 2007 yıllarına ilişkin farklı kaynaklarda farklı rakamlar belirtilmekte olduğu için, daha kesin olan 2004 rakamları çalışmaya eklenmiştir.

artırılması, kişilerin ve şirketlerin iletişim teknolojilerine erişiminin ve uyumunun desteklenmesi ile gelişmelerin takip edilmesi olarak sıralanabilecektir.

2000 yılında ise 23 - 24 Mart tarihlerinde Lizbon'da gerçekleştirilen Avrupa Konseyi toplantısını takiben, gelecek on yılda dünyadaki en rekabetçi ve dinamik bilgi ekonomisi hedefi ile 19 - 20 Haziran tarihlerinde Feira'da e-Avrupa Eylem Planı kabul edilmiştir. Bu hedefe ve eylem planına destekte bulunmak için aday ülkeler e-Avrupa+ adı verilen bir eylem planı hazırlamaya karar vermişlerdir. Türkiye'nin de bu harekete katılması için Şubat 2001'de Avrupa Komisyonu davette bulunmuştur. E-Avrupa+ eylem planının hedeflerine ulaşılması için 2003 yılı ortak bir tarih olarak belirlenmiştir.⁵⁵

Bu gelişmelerin ışığı altında, Başbakanlık tarafından 2002 yılında "e-Türkiye Girişimi Eylem Planı" 2003/48 sayılı Başbakanlık Genelgesi ile hayata geçirilmiştir. Bu taslak kapsamında yapılacak çalışmaların, tüm okulların internete bağlanması ve eğitimden, internete ucuz ve kolay erişime, e-çevre ve e-sağlık konularına kadar 56 alt başlıkta ele alınması projelenmiştir. Kapsamının genişliği ve içeriğinin bilimsel ve teknik araştırma gerektirmesi nedeniyle Başbakanlık koordinasyonunda 13 alt çalışma grubu kurulmuştur. Bu komisyonlarda çeşitli kamu kurumları, sivil toplum kuruluşları, özel sektör ve üniversitelerden 360 temsilci e-Türkiye Girişimi Eylem Planı'nda görev almıştır.⁵⁶

2003 yılı Mart ayından sonra 2003/12 Sayılı başka bir Başbakanlık Genelgesi ile Hükümet Programı'nda ve Acil Eylem Planı'nda yer verilen "e-Dönüşüm Türkiye" olarak adlandırılan projenin koordinatörlüğü Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) Bilgi Toplumu Dairesine bırakılmıştır. Söz konusu yeni plan, 2003 ve daha önceki yıllara ilişkin çalışmaların derlenmesini amaçlamaktadır. Daha önce E-Türkiye Girişimi kapsamında oluşturulan çalışma gruplarının koordinatörleri ile işbirliği içerisinde çalışılarak Haziran 2003 tarihinde 2003 ve 2004 yıllarını kapsayan Kısa Dönem Eylem Planı (KDEP) hazırlanmıştır. Söz konusu bu KDEP kapsamında, çalışma grupları ve koordinasyonundan sorumlu kuruluşlar yeniden şekillendirilmiştir. Buna göre; eğitim ve insan kaynakları (MEB); teknik altyapı ve bilgi güvenliği (Ulaştırma Bakanlığı); hukuki altyapı (Adalet Bakanlığı), E-Devlet

⁵⁵ http://www.europa.eu.int/information_society/eeurope/2005/index_en.htm, 01.07.2007

⁵⁶ T.C. Başbakanlık, **e-Türkiye Girişimi Eylem Planı**, Ağustos 2002, <http://www.edevlet.net/raporveyayinlar/e-TurkiyeEylemPlanı2002.pdf>, 01.07.2007

(DPT), E-Ticaret (DTM), standartlar (TSE Başkanlığı), e-sağlık (Sağlık Bakanlığı) ve izleme (Türkiye Bilişim Derneği) çalışma grupları belirlenmiştir. Plan'daki eylemlerden sorumlu olan kuruluşların sorumlu oldukları eylemlerin gerçekleşme durumuyla ilgili olarak hazırladıkları ilerleme ve değerlendirme raporlarını üç ayda bir DPT'ye iletmeleri öngörülmüştür.⁵⁷

2005 yılı Ocak ayı Değerlendirme Raporu'na göre daha önceden oluşturulan 73 eylem planından 23 tanesinin hayata geçirilmiştir. Alan olarak incelendiğinde özellikle hukuki altyapı, E-Devlet ve E-Sağlık konusunda ciddi ilerlemeler kaydedilmiştir. E-Ticaret ile ilgili yatırım ve gereksinimleri karşılama devam etmektedir. Gerçekleştirilmesi planlanan E-Ticaret eylemleri arasında KOBİ'lerde E-Ticaret ve E-iş bilincinin oluşturulması, ortak E-Ticaret bilgi havuzunun oluşturulması ve dış ticarete E-belgenin uluslararası dolaşımının sağlanması gibi başlıklar sayılmaktadır.

2005 yılı Mart ayında yürürlüğe konulan "e-Dönüşüm Türkiye Projesi: 2005 Eylem Planı" ile eylem sayısı 50'ye düşmektedir.⁵⁸ Tamamlanan eylemler çıkartılmakta ve daha çok uygulamaya yönelik bir yaklaşım benimsenmektedir. Buna göre E-Ticarete yönelik nitelikli eleman yetiştirilmesi ve istihdamı, güvenli internet kullanımı konusunda toplumda bilinç yaratılması, bilgisayar sahipliğinin yaygınlaştırılması, Türkiye Yatırım Portalı, iş ve işçi bulma platformu kurulması gibi eylemleri yeni yaklaşıma örnek olarak göstermek olanaklıdır. E-Ticaret başlığı altında ise fazla değişiklik olamamakla birlikte KOBİ'lere E-Ticaret destekleri, ticari defterlerin elektronik ortamlarda tutulması ya da Merkezi Tüzel Kişilik Bilgi Sistemi'nin oluşturulması gibi eylem planları ile önceki planda belirlenen benzer sorunlara daha pratik çözümler aranmaktadır.

KDEP ve 2005 Eylem Planı genel olarak belirlenmiş konuların derinliklerine inmek yerine genel olarak bilgi toplumuna geçişin sağlanmasını amaçlamaktadır. Buna bağlı olarak bilişim teknolojilerine ilişkin hukuki ve teknik altyapının oluşturulması, kamuda elektronik sistemlere geçilmesi ile bilgi paylaşımının artırılması ve daha az bürokrasi ile sistemin işletilmesi, ekonomik ve sosyal alanlarda iyileşme sağlamak için bilişim teknolojilerinin kullanımının desteklenmesi

⁵⁷ DPT Müsteşarlığı, **e-Dönüşüm Türkiye Projesi Kısa Dönem Eylem Planı (2003 - 2004)**, Eylül 2004, s.9-10

⁵⁸ DPT Müsteşarlığı, **e-Dönüşüm Türkiye Projesi: 2005 Eylem Planı**, 2005

temeline dayanmaktadır. Ayrıca E-Avrupa ve E-Avrupa+ hedeflerine uyumun gerçekleştirilmesi gibi başlıca amaçlar taşımaktadır. Ancak yerel yönetimlerle koordinasyon zorlukları, bilişim teknolojilerine erişim maliyetinin yüksek olması ve bilgi sistemlerinin oluşturulmasının zaman alması bu amaçlara ulaşma yolunda ortaya çıkabilecek engellerden bazıları olarak sayılabilirler.

2.3.3. E-Ticarette Güncel Durum

Dünya Ekonomik Forumu (World Economic Forum) tarafından 2001 yılından bu yana hazırlanan “Küresel Bilgi Teknolojisi” raporlarında, ülkelerin bilgi toplumuna geçişteki hazırlıkları ve bu konudaki çeşitli göstergeleri dikkate alarak bir sıralama yapılmaktadır.

Bu sıralamanın yapılmasında, teknik altyapı göstergeleri kadar, ülkelerin hizmetlerin sunumu ve geliştirilmesindeki durumu, teknoloji üretme yetenekleri, insan sermayesi, hukuki düzenlemeleri gibi pek çok ölçüt değerlendirilmektedir. Türkiye, 2004 - 2005 yılı raporunda değerlendirmeye alınan 104 ülke arasında 52'nci sırada, 2005 - 2006 yılı raporunda 115 ülke arasında 48'nci sırada yer alırken, 2006 - 2007 raporunda 122 ülke arasında 52'nci sırada yer almıştır.⁵⁹

2005 yılı Haziran ayında yapılan “Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanımı Araştırması” sonuçlarına göre hanelerin % 8,66'sı İnternete erişim olanağına sahiptir. Bu oran bir önceki yılın aynı döneminde % 7,02 olarak belirlenmiştir.

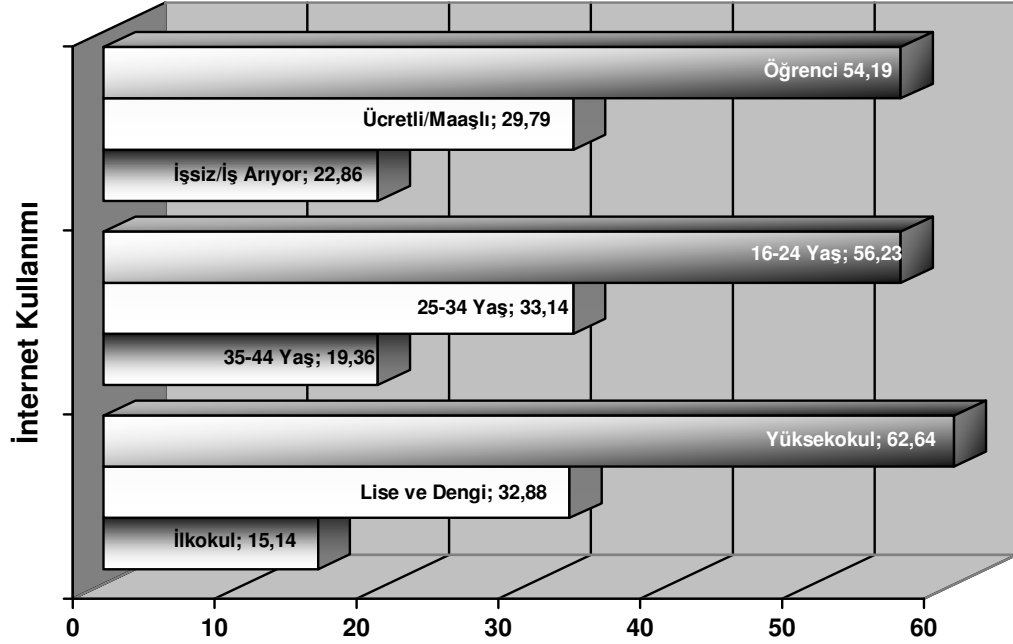
Araştırma kapsamında, 16 - 74 yaş grubundaki hanehalkı bireylerinin 2005 yılı Nisan-Haziran döneminde bilgisayar ve İnternet kullanım oranları sırasıyla %17,65 ve %13,93' tür. Bu oranlar sırasıyla kentsel yerleşim yerlerinde %23,16 ve %18,57 kırsal yerleşim yerlerinde ise % 8,28 ve %6,05' tir. Bir önceki yılın aynı döneminde bilgisayar ve İnternet kullanım oranı %16,80 ve %13,25 olarak gerçekleşmiştir.

En yaygın kullanılan İnternet bağlantı türü, % 52,27 ile modem (normal telefon üzerinden bağlantı) ile % 19,27 ile DSL (ADSL, SDSL vb.) dir.

⁵⁹ <http://www.bilgitoplumu.gov.tr/edtr.asp>, 01.07.2007

Araştırma sonuçlarına göre İnternet erişim olanağı olan hanelerin %67,65'i internet erişimini kişisel bilgisayar üzerinden sağladığı görülmüştür.⁶⁰

Şekil 2- Türkiye’de İnternet Kullanım Oranları



Kaynak: Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanımı Araştırması Sonuçları 2005, DİE

Türkiye’de yapılan E-Ticaretin hacmi ise Bankalararası Kart Merkezi verilerine göre 2005 yılının ilk üç ayında 242,7 milyon YTL olarak gerçekleşmiştir. İşlem sayısı ise yaklaşık 3,5 milyon olarak saptanmaktadır. Söz konusu verilerden, 12 milyon YTL’ilk hacim ile yapılan yaklaşık 40,500 işlem yurtdışı bankalara ait kredi kartları ile yurtiçi sanal POS araçları ise gerçekleşmiş bulunmaktadır.⁶¹

2001 yılında 69,7 milyon \$ olarak gerçekleşen E-Ticaretin, 2004 sonu itibariyle ise 614,3 milyon \$ olması beklenmekteydi.⁶² Yapılan bir araştırmaya göre ise 2005 yılı Mart ayı itibariyle son bir yıl içerisinde internet üzerinden yapılan alışverişlerde %14 oranında bir artış ile toplamda 1,8 milyar \$ düzeyinde harcama

⁶⁰ DİE “Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanımı Araştırması Sonuçları”, 2005
<http://www.bilgitoplumu.gov.tr/yayin/hanehalkibilisim2005.xls>, 01.07.2007

⁶¹ Bankalararası Kart Merkezi, **2005 Yılıının İlk 3 Ayında E-Ticaret Hacmi 272.340.000- YTL'ye Ulaştı**, Haberler, 2005, <http://www.bkm.com.tr/haber3.html>

⁶² Dış Ticaret Müsteşarlığı, E-ticaret Genel Koordinatörlüğü. Aktaran: Vikipedi, **E-Ticaret Hacmi ve Türkiye'deki Durum**, 2005, http://tr.wikipedia.org/wiki/Elektronik_ticaret

yapıldığı söylenmektedir. En çok müzik dalında artış yaşanırken, oyun ve spor malzemelerine yapılan harcamalarda artış, iş ve yatırım alanındaki harcamalarda ise düşüş gözlemlendiği belirtilmektedir.

Veriler göz önüne alındığında Türkiye’de de E-Ticaretin arttığı görülmektedir. Ancak internet kullanım oranları ve sayısal okuryazarlık henüz gelişmiş ülkelerin çok gerisindedir. Yapılan çalışmalar sonucu elde edilen ilerlemelerin sürdürülmesi ve yeni eylem planlarının en kısa zaman içerisinde hayat geçirilmesi, Türkiye’nin bu yeni oluşan pazarda yer edinebilmesi için bir zorunluluk olmaktadır.

2.4. E-TİCARETTE TARAFLAR

E-Ticaretin tarafları farklı bireyleri, firmaları ve resmi kurumları kapsar. Diğer bir deyişle klasik anlamda fiziki olarak yapılan ticaret işlemlerine taraf olan kişiler, kurumlar E-Ticaret işlemlerinde de taraf oluşturmaktadırlar. E-Ticaretin oluşabilmesi için öncelikle bir alıcı yani tüketici, bir satıcı, satılan malın ya da hizmetin üreticisi ve gerektiği durumlarda banka olmalıdır. Bazı durumlarda banka olmadan da doğrudan E-Ticaret yapılabilir. Yine bazı durumlarda satıcı ve üretici aynıdır.

E-Ticaretin tarafları şunlardır:⁶³

- Alıcı
- Satıcı
- Üretici
- Bankalar
- Nakliye şirketleri
- Sivil toplum örgütleri
- Üniversiteler
- Onay kurumları, elektronik noterler
- Dış Ticaret Müsteşarlığı
- Gümrük Müsteşarlığı
- Diğer kamu kurumları

⁶³ Atif Ünalı, “E-Ticaretin ABC’si”, **Çerçeve**, Yıl: 9, Sayı:26, Nisan 2001, s.29

Alıcılar, elektronik ortamda sunulan mal ya da hizmetleri satın alan bireyler, yani tüketiciler ya da işletmelerdir. Satıcılar, elektronik ortamda mal ya da hizmetleri satan birey ya da işletmelerdir. Üreticiler, elektronik ortamda üretim faaliyetlerini izleyen ve koordine eden işletmelerdir. Bankalar, elektronik ortamda ve özellikle internet kanalında müşterilerine finansal hizmet sunarlar. Komisyoncular, elektronik ortamda gerçekleştirilen ticari faaliyetlerde alıcı ile satıcıyı buluşturan ortamı sağlayan ve bu ortamda gerçekleşen ticaretten komisyon talep eden kurumlardır. Nakliye şirketleri, satışı yapılan malların taşınmasında görev alırlar. Özel sektör bilgi teknolojileri, E-Ticareti geliştiren ve yaygınlaşmasını sağlayan çalışmalar yapan şirketlerdir. Sivil toplum örgütleri E-Ticareti kullanan ve E-Ticaret sayesinde dinamizm kazanan kurumlardır. Ayrıca özellikle İnterneti yoğun bir şekilde haberleşme aracı olarak kullanan bireyler, kendi içlerinde bir sivil toplum örgütünü meydana getirirler. E-Ticaretin en yaygın şekilde kullanan yerlerden biri eğitim kurumları özellikle de üniversitelerdir. Bilgiye ulaşmanın en kolay yolu internettir ve bu gerçekten hareketle her üniversitenin kendi web sitesi bulunmaktadır. Onay kurumları, elektronik noterler, güvenlik problemini çözmek açısından önem arz eder. Dış ticaret müsteşarlığı, gümrük müsteşarlığı E-Ticaretin uluslararası boyutu açısından büyük önem taşır. Çeşitli yasal düzenlemelerin yapılması, tarife ve sınırlamaların uygulamaya sokulması bu kurumların çalışmaları ile olanaklıdır.

E-Ticaret yalnızca özel sektörü ve bireyleri değil, kamu kurum ve kuruluşlarını da ilgilendirir. Özellikle son yıllarda Kamu kurum ve kuruluşları da internetten yararlanmakta ve E-Ticaret yapmaktadırlar. Söz konusu kamu kurum ve kuruluşları vermiş oldukları hizmetlerin bir kısmını İnternet üzerinden de sunmaktadırlar. Bu durum elektronik devlet kavramını meydana getirmiştir. Elektronik devlet konusu E-Ticaretin türleri kapsamında ilerleyen bölümde ayrıntılı olarak aktarılacaktır.

2.5. E-TİCARETİN ARAÇLARI

Bu başlık altında E-Ticaret işlemlerini gerçekleştirebilmek için gerekli olan araçlar irdelenecektir. Söz konusu araçlar, klasik araçlar ve İnternet, intranet, extranet ve elektronik veri değişimi gibi daha yeni araçlar olarak sınıflandırılmıştır.

2.5.1. Klasik E-Ticaret Araçları

Bu kapsamda, telefon, faks, televizyon gibi iletişim araçları açıklanacaktır. Ancak kabul etmek gerekir ki bu elektronik araçlar, gerçek anlamda E-Ticaret işlemleri başlamadan önce de taraflar arasındaki iletişimi hızlandırmaktadır. Bu açıdan iletişim teknolojilerinin geleneksel ticarete uygulanmasının ilk örnekleri olarak kabul edilebilir.

2.5.1.1. Telefon

E-Ticaretin bilinen en eski ve en önemli aracı olan telefon aynı zamanda İnternet ağının da temelini oluşturmaktadır. Çünkü telefonlar da ağ sistemi ile çalışmaktadırlar. Telefonun çok sayıda özelliği ticari işlemlerde telefonu en yaygın kullanılan bir araç haline getirmiştir. Telefon teyit aracı olarak kullanılmasının yanı sıra, ürün siparişi vermekte de kullanılmaktadır.

Telefon sisteminin işlerliğini yitirmesi şu an için olanaksız görünmektedir. Bunun nedeni de var olan İnternet sisteminin telefon ağları üzerinden sunulmasıdır. Bu açıdan telefon, işletmelerin günümüzde de önemli işlemlerini gerçekleştirme konusunda sık başvurdukları bir araç olarak güncelliğini korumaktadır.

Kablosuz telefonlar olan cep telefonları da dikkate alındığında, bir mekana bağlı kalıp telefon bekleme devri de kapanmış bulunmaktadır. Ayrıca söz konusu telefonların sahip oldukları özellikler dikkate alındığında bir araç yardımıyla, ilerleyen başlıklarda aktarılacak olan birçok araç aynı anda kullanılabilir.

2.5.1.2. Faks

Klasik E-Ticaret araçlarından faks geleneksel mektup hizmetinin yerini alarak çok hızlı bir şekilde doküman transferini gerçekleştirmektedir. Faks bu özelliğiyle teleksin yerini almıştır. Pahalı olması, sesli iletişime imkan tanımaması, faks fotoğraflarının düşük kalitede olması, interaktif iletişimi sağlamaması, nihai tüketiciler açısından yaygın kullanılmaması faksın eksik yönleridir.⁶⁴

⁶⁴ Murat Ördök, "İnternet, Bilgi Teknolojilerinin Gelişimi ve Elektronik Ticaretin Dünya Ticaretine Etkileri", İGEME'den Bakış, Sayı: 12, Ekim-Aralık 1999, s.86.

2.5.1.3. Televizyon

Görsel ve işitsel özellikleriyle tüketiciler üzerinde daha etkili olan televizyon, özellikle reklâm bakımından işletmeler için önemli bir araçtır. Eğlence ve bilgilenme ihtiyacı ile hemen her evde bulunan televizyon, telefonun yardımı ile evde alışverişi mümkün kılmaktadır. Televizyon, çok yönlü iletişime imkân sağlamaması ile eleştirilirken, yeni dijital televizyon teknolojileri bu sorunu büyük ölçüde ortadan kaldırmaktadır. 1990'lı yıllarda ortaya çıkan, videotex olarak adlandırılan, uzaktaki bir bilgisayardan bilginin televizyon ekranına aktarıldığı iletim sistemiyle evden alışverişin hızla artacağı tahmin edilmekteydi. Ulaşımındaki gecikmeler, mal ve hizmetlerin kalitesi, garanti ve geri ödemedeki sorunlar ile fiziksel olarak ürüne dokunamamak televizyon aracılığıyla alışverişin önündeki engeller olarak kabul edilmektedir. Bununla beraber, tüketicinin geleneksel alışverişe doymuş olması, ürün hakkında televizyondan kapsamlı bilgi alabilme imkânı ile evde alışverişin rahatlığı ve güvenliği bu yöntemin yaygınlaşacağına dair inancı desteklemekteydi. Ancak televizyon aracılığıyla alışverişin sağladığı imkânları ve daha fazlasını sağlayan internetin aynı dönemde yaygınlaşmış olmasının, televizyonun ticaret aracı olarak kullanımının artmasına engel olmuş olabileceğini tahmin etmek mümkündür.

2.5.1.4. Elektronik Ödeme Araçları

Elektronik ödeme ve fon transfer sistemleri ile bankaya gitmeden kişisel bankacılık işlemleri yani ödeme, havale, para çekme ve yatırma, menkul kıymet alım satımına olanak veren kredi kartları, ATM makineleri, POS makineleri önem arz etmektedir.

Elektronik ödeme ve fon transfer sistemi (EFT) günümüzde sadece kapalı ağlarda ve para aktarılmasında kullanıldığından ticaret sürecinde sınırlı bir bölüme hitap etmekte idi. Ancak günümüzde EFT sistemi daha kullanılabilir hale getirilerek sistemin işlerliği arttırılmıştır. Finans sektöründe gerçekleştirilen E-Ticaret uygulamalarından olan EFT işlemleri ayrıca piyasadaki nakit sıkıntısı sorununu aşmakta önemli rol oynamaktadır. Bankalar işlemlerini elektronik ortamda EFT yoluyla takip etmekte ve bu şekilde etkin fon yönetimi sağlamaktadırlar. Bugün için ülkemizde gerçekleştirilen EFT işlemlerinin büyük kısmı Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nda kurulan piyasa işlemlerinden oluşmaktadır. Söz konusu sistemde; para

piyasa işlemleri, açık piyasa işlemleri, menkul kıymet piyasaları işlemleri, döviz ve efektif piyasa işlemleri, döviz devirleri, bankalar arası fon transferi ve diğer işlemler mevcuttur.⁶⁵

2.5.2. İnternet

Çalışmanın ilk bölümünde İnternet kavramı ve gelişimi hakkında detaylı bilgi aktarıldığı için bu bölümde İnternetin E-Ticaret üzerindeki araç etkisi değerlendirilecektir.

İnternet dışında kalan araçlar birlikte kullanılmak zorundadır ve geleneksel yöntemlere bağımlıdır. Bunlar üzerinde hukuki geçerliliği haiz belge transferi gerçekleştirilmediğinden, geçerli bir sözleşmenin bunlar aracılığıyla gerçekleştirilmesi mümkün değildir. Oysa yürütülen çalışmaların tamamlanması halinde, İnternet üzerinden transfer edilen verilerin güvenliliği sağlanacak ve bunların hukuki geçerliliği kabul edilecektir. Böylece İnternet (açık ağ) bu araçların tüm fonksiyonlarına sahip, hukuki geçerliliğe haiz ticari işlemlerin yapılabildiği sanal bir ortam oluşturacaktır.⁶⁶

Günümüzde internet, yeni bir kitle iletişim aracı olarak kullanılmaktadır ve bu yönüyle sadece iş ve çalışma biçimlerinde değil, aynı zamanda eğlenme, öğrenme ve alışveriş gibi toplumsal hayatın her alanında köklü değişimler yaratan bir araçtır

İnternet E-Ticaret işlemlerinin tüm aşamalarının üzerinde gerçekleştirebildiği tek araçtır.⁶⁷ Şu an için bakıldığında internetin getirmiş olduğu değişimden etkilenmemiş her hangi bir işletme ya da daha geniş kapsamlı olarak düşünülürse herhangi bir sektör düşünülemez. En basit bir şekilde işletmelerin bir mail adreslerinin bulunması bile bu değişime kayıtsız kanlamayacağıının bir göstergesidir.

İnternet, kısa bir zaman içinde çok sayıda insana ulaşan bir E-Ticaret aracıdır. 2002 yılında Antalya Akdeniz Üniversitesi'nde düzenlenen "Bilgi Teknolojisinin Türkiye'de Gelişmesi ve Önemi, Küresel İnterneti Desteklemenin

⁶⁵ Ercan Alptürk, "Elektronik Fon Transferi (EFT) İşlemlerinin Ödemeler Sistemindeki Yeri", Yaklaşım, Sayı: 101, Mayıs 2001, s.204.

⁶⁶ Aziz Özbek, "Bilgisayar Yazılım Programları ve Vergi Hukukundaki Yeri", **Vergi Sorunları**, Sayı: 142, Temmuz 2000, s.189-204.

⁶⁷ Pelin Büyükbalı ve İlkin Gelişen, "Elektronik Ticaret", **Global Dergisi**, Sayı:7, Şubat 2000, s. 14

Önemi, Bilgi Toplumu ve Güncel Tartışmalar ile İnternet Gazeteciliği konulu konferansta aktarılan bir bilgi İnternetin ne kadar hızlı bir etki yaptığını çok çarpıcı bir şekilde gözler önüne sermektedir. Buna göre; radyo otuz sekiz yılda, televizyon on üç yılda, bilgisayar on altı yılda, internet dört yılda elli milyon kullanıcıya ulaşmıştır ve internet üzerinden E-Ticaret konusu iş hayatında benzeri görülmemiş bir ilgi düzeyi oluşturmuştur.⁶⁸

İnternet ortamı, ticari işlemlerde bir ya da daha fazla insan tarafından ses, görüntü ve yazılı metinlerin aynı anda interaktif bir biçimde zaman ve mekan sınırı olmaksızın, daha düşük maliyetlerle iletilmesini sağladığından diğer araçlara göre daha önemli bir yere sahiptir. İnternetle birlikte iletişim ve ticaretin önündeki engeller azalmıştır.⁶⁹

İnternetin çıkış noktası düşünüldüğünde ilk akla gelen olgu paylaşımıdır. Bu paylaşım bir ücret karşılığı olabileceği gibi iki kişinin e-mail yoluyla haberleşmesi şeklinde de olabilir. Ayrıca fiziki bir obje paylaşımına konu olabilirken aynı zamanda bilgi de İnternet aracılığıyla ücretli ya da ücretsiz olarak kullanıcılar arasında yer değiştirebilmektedir. İnternet sayesinde insanlar pek çok alandaki bilgiye kolay, ucuz, hızlı ve güvenli bir şekilde erişebilmektedir.

İnternetin günlük yaşama girmesiyle ortaya çıkan ve göz ardı edilmeyecek büyüklüğe ulaşan internet toplumunun alt grupları olan elektronik topluluklar, özellikle ticari faaliyetlerin de bu alana kaymasından dolayı, tüketici olarak da ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri farklı bir araç elde etmiş bulunmaktadır.

İnternet, E-Ticaret açısından en etkin araçtır. Bir hizmetin üretim, reklam, satın alım, ödeme ve teslimat aşamaları internet aracılığı ile yapılabilir. Aynı zamanda internet, ses, görüntü ve yazılı bir metni iletilme işlemlerini aynı anda ve diğer E-Ticaret araçlarına göre daha hızlı yapabilmektedir ve internet aracılığıyla yapılan bu işlemlerin diğer E-Ticaret araçlarına göre maliyeti oldukça düşüktür⁷⁰

⁶⁸ Bilgi Teknolojisinin Türkiye'de Gelişmesi ve Önemi, Küresel İnterneti Desteklemenin Önemi, Bilgi Toplumu ve Güncel Tartışmalar ile İnternet Gazeteciliği, Akdeniz Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Antalya, 2002. Aktaran: <http://www.habervitrini.com/haber.asp?id=53454>, 01.07.2007

⁶⁹ Büyükbalı ve Gelişen, s.14

⁷⁰ Sabahat Özbay ve Selma Akyazı, **Elektronik Ticaret**, Detay Yayıncılık, Ankara,2004, s.19

Bunların yanı sıra internet, E-Ticaret açısından işletmelerin potansiyel müşterilerine marka bilinci kazandıran ve mal ya da hizmet ile ilgili daha fazla bilgi edinebilmelerini sağlayan, sipariş ve rezervasyon hizmetlerinde oldukça etkin bir rol oynayan, bilgi akışına her yönü ile destek veren güçlü bir araç konumundadır.⁷¹

2.5.3. İtranet

İtranet, IntraNetwork ifadesinin bir kısaltması olarak bilinir ve internetin bir türevidir. İşletme içindeki gelişmiş bir bilgisayar ağı modelidir.⁷² Diğer bir ifadeyle, işletme içinde kullanılan kapalı devre bir İnternet sistemidir.

İtranetler, genellikle işletme içindeki iletişimin daha etkin bir şekilde yönetilmesi açısından önemlidirler. İnternet üzerinde yayınlanan normal bir açık web sitesine ait kuralların hepsi intranet ortamındaki web sitesi için de geçerlidir. Ancak bu iki web sitesi arasındaki en temel fark, İnternet üzerindeki bir web sitesi tüm İnternet kullanıcılarının erişimine açıkken, intranet üzerinde yayın yapan web sitesine sadece o işletme içindeki yetki sahibi kişiler tarafından erişiminin olmasıdır. Bu açıklamadan da anlaşılacağı üzere intranet aslında yerel ve sınırlı bir İnternet sisteminden başka bir şey değildir.

İşletmenin kendi ve şubeleri içindeki İnterneti olan intranet bilginin işletme içinde paylaşılması ve istenildiği an erişilmesi açısından büyük faydalar sağlar. Bir işletmede intranet insanların satın alma ve üretimden, satış, pazarlama ve tahsilata kadar çeşitli alanlarda en yeni teknolojilerle, birbirlerine olabildiğince yakın çalışmalarına olanak sağlar, yetkili olmayan kişiler bu bilgilere ulaşamazlar.

İtranetler genellikle üç kategoriye ayrılır:

- İşletme içi iletişim araçları
- İletişimin yanında, karşılıklı etkileşim çalışmalarının da kullanılabildiği yapılar.
- Tüketicilerin ya da birlikte çalışılan şirketlerin de erişebildikleri yapılar⁷³

⁷¹ Hasiloğlu, s.48

⁷² Hasiloğlu, s.68

⁷³ Korkmaz, s.16

Bir intranet sitesinin mutlaka internete bağı olması gerekli değildir. İtranet sitelerinin çoğuna web üzerinden erişilemez, ya da erişimde çeşitli güvenlik önlemleri ile karşılaşılır. İtranet siteleri olan işletmelerin ayrıca web sayfaları vardır. Bu sistemlerin birbirinden ayrı olarak tanımlanması ile şirket içi çalışmaların güvenliği daha yüksek olur ve intranet, internet ortamının sağladığı tüm kolaylığı işletme bünyesine adapte ederken, personelin internete olan bağlantısını engelleyerek iş zamanı kayıplarını engellemektedir.⁷⁴

İtranet sisteminin kullanımı konusunda bir örnek verecek olursak; İsveç iletişim pazarının %50'sine sahip olan Telia 30.000 personelinin tamamının yararlandığı intranet sitesini 1994 yılının sonundan beri kullanmaktadır. Şirket BOSS (Business Operations and Support System) olarak isimlendirdiği sistem aracılığı ile 1999 ortalarında 100 GB büyüklüğünde olan müşteri bilgilerini intranet ortamında kullanmaktadır. Bu bilgilere şirket dışında çalışan personelin taşınabilir bilgisayarlar aracılığı ile erişebilmesi olanaklı durumdadır ve bir satıcı, müşteri hakkındaki bilgilere istediği yerden ulaşabilmektedir. Günde 6 milyon yeni veri eklenen BOSS sistemi, firewall⁷⁵ (güvenlik duvarı) yazılım ve donanımları ile korunan HP9000 sunucularında saklamakta ve toplanan bilgi iki ay sonra otomatik olarak arşive aktarılmaktadır.⁷⁶

2.5.4. Extranet

Extranet, en basit ifadeyle intranet sisteminin işletme içi çalışanların yanı sıra önemli müşteri ve iş ortaklarına genişletilmesidir.⁷⁷ Extranet sistemleri, internet ile işletme dahilinde kullanılmakta olan intranet sistemleri arasında bir köprü olarak tanımlanabilir. Extranet sistemleri sanal duvarlarla internet kullanıcılarından ayrılarak, işletme içi ya da birlikte çalışılan işletmeler arası iletişimde internet altyapısının kullanılması amacını taşımaktadır.

⁷⁴ Coşkun Dolanbay, **E-Ticaret Strateji ve Yöntemleri**, Meteksan Sitem Yayınları, Ankara, 2000, s.14

⁷⁵ Firewall (Güvenlik Duvarı): İnternet üzerinden bilgisayarlara erişmeye çalışan bilgisayar korsanlarını, virüsleri ve solucanları engellemeye yardımcı olan yazılım kodu parçası ya da donanımdır (Kaynak: <http://www.microsoft.com/turkiye/athome/security/protect/firewall.msp>, 21.06.2007)

⁷⁶ Dolanbay, s.16

⁷⁷ <http://www.microsoft.com/turkiye/girisimci/themes/maximize/makecustomerspartteam.msp>, 16.06.2007

Extranet, kullanıcıların iş yapma biçimlerini kolaylaştırdığından verimliliği artırır. Ayrıca yeni pazarlar açma, maliyetleri düşürme ve teknoloji karmaşasını azaltma konularında destek sağlar.

Özellikle merkezi olmayan işletmelerin bünyesinde çeşitli amaçlara yönelik olarak hazırlanan intranet sitelerine tüketici ilişkilerinin de eklenmesi, extranet sistemlerine geçiş anlamına gelmektedir. Extranet sistemleri aracılığı ile hem işletme içi bilgi sistemleri kontrol altında tutabilir (intranet), hem de elektronik ortamın potansiyelini yakalamak için fırsatlar değerlendirilebilir(internet).⁷⁸

Büyük şirketler extranet'leri yıllardır kullanmaktadır. Otomobil endüstrisi sipariş süreçlerini hızlandırmak ve tedarikçilere parça ve tasarım değişikliklerini bildirmek için Extranet sitelerini geniş kapsamlı olarak kullanmaktadır. Tedarikçiler de teklifleri almak, fiyat teklifi göndermek, belge sağlamak ve hatta ödemeleri toplamak için bu siteleri kullanmaktadır.⁷⁹

Extranet kullanımına verilebilecek en güçlü örnek, Netscape, Oracle ve Sun Microsystems arasında kurulu olan ve JavaScript ve CORBA (Common Object Request Broker Architecture) standardizasyonu amacı ile kullanılan extranet ile, Microsoft ile American Express arasında PPTP (Point-to Point Tunelling Protocol) aracılığı ile kullanılan ve OBI (Open Buying on the İnternet) standardına yönelik olarak bilgi değişiminde kullanılan extranetlerdir.⁸⁰

Extranetin işlevleri olarak şunlar sayılabilir:⁸¹

- Extranet sitesi işletme ve ortaklarının birlikte çalışmasına olanak tanınması için oluşturulan bir özel şirket web sitesidir.
- Kullanıcılar extranet sitesine İnternet'e bağlanır gibi tarayıcıyla bağlanırlar.
- Extranetler belgeler, resimler, ses, video ve ileti panoları da dahil normal web siteleriyle aynı tür içeriği barındırabilir.
- Extranetler erişen her müşteri için özelleştirilebilir.

⁷⁸ Dolanbay, s.16

⁷⁹ <http://www.microsoft.com/turkiye/girisimci/themes/maximize/makecustomerspartteam.msp>,
16.06.2007

⁸⁰ Dolanbay, s.16

⁸¹ <http://www.microsoft.com/turkiye/girisimci/themes/maximize/makecustomerspartteam.msp>,
16.06.2007

2.5.5. Elektronik Veri Değişimi (EDI)⁸²

E-Ticaretin önemli araçlarından EDI, Dış Ticaret Müsteşarlığı E-Ticaret Genel Koordinatörlüğü resmi web sitesinde ticaret yapan iki kuruluş arasında, insan faktörü olmaksızın bilgisayar ağları aracılığı ile belge ve bilgi değişimini sağlayan bir sistem olarak tanımlanmaktadır.⁸³

EDI'nin tarihsel gelişimine bakıldığında, özellikle 1960'lı yılların sonuna doğru, demiryolu, havayolu gibi taşıma ağırlıklı firmaların kağıt üzerinde işlem yapmanın iş süreçlerinde aksamalara neden olduğunu fark etmeleri ile birlikte EDI için ilk adımlar atılmaya başlanmıştır. Ancak bu dönemde bilgisayarlar çok pahalı ve günümüze göre yetersiz cihazlardı. Ayrıca çok az sayıda firma bu cihazlardan yararlanmaktaydı.⁸⁴

EDI esas olarak, kamu ve özel sektör kuruluşlarının etkin biçimde iletişim kurmaları ihtiyacından doğmuştur. Geleneksel ticari işlemlerde, mektuplar, notlar gibi yapılanmamış (unstructured) dokümanlarla birlikte faturalar, sipariş formları, teslim belgeleri gibi standart şekilde yapılanmamış (structured) dokümanlar kullanılmaktadır. Elektronik posta (e-mail) yapılanmamış tipte dokümanların iletilmesinde kullanılırken EDI yapılanmamış mesaj değişimini sağlamaktadır.

EDI'de amaç, sipariş alınması, ticari sözleşmelerin ve faturaların hazırlanması gibi işlemler ile gümrük, bankacılık gibi işlemlerin yapılmasında manüel sistemde karşılaşılan tekrarların önlenmesiyle maliyetlerin düşürülmesini ve işlemlerin en az hatayla en kısa sürede tamamlanmasını sağlamaktır.

EDI'nin kullanıcılarına sağladığı en temel ve en klasik yarar, belgelerin varacakları yere ulaşma süreleri ve buna bağlı olarak sipariş sürelerinin azaltılmasıdır. Bir başka ifadeyle her şeyin zamanında yapılarak hiçbir kaynağın

⁸² Çalışmanın bundan sonraki bölümlerinde Elektronik Veri Değişimi kavramı yerine, bu kavramın İngilizce karşılığı olan Electronic Data Interchange kavramının baş harflerini temsil eden kısaltması "EDI" kavramı kullanılacaktır.

⁸³ <http://www.e-ticaret.gov.tr/tanim/tanim.htm>, 16.06.2007

⁸⁴ Yasin Atlaş, "Elektronik Veri Değişimi (EDI)", http://www.bilgiyonetiimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=504., 12.06.2007

boşa harcanmaması planlanmaktadır. EDI'nin doğrudan sağladığı bir başka yarar ise iletişimde insan unsuruna olan ihtiyacı ortadan kaldırmasıdır.⁸⁵

2.6. E-TİCARETİN TÜRLERİ

E-Ticaret ile ilgili olarak farklı kaynaklarda farklı bakış açıları ile farklı sınıflandırmalar yapılmaktadır. Çalışmada, literatürde geçen sınıflandırmalar açıklanmış, ancak bu sınıflandırmalardan en yaygın olarak kullanılan taraflarına göre sınıflandırma ayrıntılı olarak açıklanmıştır.

2.6.1. E-Ticaretin Gerçekleşme Şekline Göre

E-Ticaret, elektronik araçlarla ve kısmen ya da tamamen elektronik ortamda gerçekleşmektedir. E-Ticaret hem mal ve hizmetlerin sipariş edilmesi hem de sipariş edilen mal ve hizmetlerin teslimini (ifasını) içermektedir. Bu sebeple, konunun daha kolay ortaya konabilmesi açısından E-Ticarete konu mal ve hizmetlerin bu açıdan bir sınıflandırmaya tabi tutulması gerekmektedir.

Malların çoğunluğu ile bazı hizmetler sanal ortamda sipariş edilebildiği halde teslim ve ifanın geleneksel yollarla yapılması gerekmektedir. Daha açık bir ifadeyle, bu tür işlemlerde ticaretin tamamen sanal ortamda yapılması mümkün değildir. Örneğin, giyecek eşyası, gıda maddeleri ve benzeri mallar internet ortamında sipariş edilebilir. Ancak bunların teslimi geleneksel yollarla gerçekleşecektir. Aynı şekilde taşımacılık hizmetleri, emlak ve araç kiralama hizmetleri, tamir ve benzeri hizmetler de elektronik ortamda (online) sipariş edilebildiği halde anılan hizmetlerin ifası geleneksel yoldan gerçekleşmek zorundadır. Buna karşılık, bazı mal ve hizmetlerin sanal ortamda sipariş edilmesi yanında geleneksel yöntemlerle teslimi (ifası) mümkün bulunmamaktadır. Bu tür mal ve hizmetler "*sayısal mallar/hizmetler*" olarak anılmaktadır. Sayısal mallara örnek olarak, müzik kaset ve disketleri, kitap, dergi, gazete ve benzeri yayınlar, çeşitli fotoğraflar, videokasetleri sayılabilir. Çeşitli danışmanlık (muhasabe, vergi, hukuk, mühendislik, mimarlık vs.) hizmetleri, finansal hizmetler, reklamcılık hizmetleri, bazı tıbbi hizmetler, eğitim hizmetleri, çeşitli yayıncılık faaliyetleri de sayısal hale getirilebilen ve sanal ortamda sipariş edilebilen ve satın alınabilen hizmetlerin başlıcalarıdır. Elektronik posta, video konferans

⁸⁵ <http://www.customs-edi.gov.tr/icerik.aspx?id=edinedir>, 02.07.2007

şekliyle görüşmeler, çeşitli bilgisayarlar ve ağlardaki bilgi bankalarına erişim gibi bazı telekomünikasyon hizmetleri ise sadece sanal ortamda gerçekleşebilmektedir⁸⁶

2.6.2. E- Ticaretin Dayandığı Ortamın Niteliğine Göre

E-Ticaretin, internet gibi açık ağlar ile işletme içi kapalı sistemler aracılığıyla gerçekleşmesine göre de sınıflandırılması mümkündür.⁸⁷ Kapalı sistemlere örnek olarak ATM kartları kullanımı ve 1970'lerin başından itibaren firmalar arasında uygulanan EDI örnek verilebilir.⁸⁸

2.6.3. E-Ticarete Konu Olan Taraflara Göre

E-Ticaret ile ilgili en yaygın sınıflandırma, E-Ticarete konu olan taraflar esas alınarak yapılan sınıflandırmadır. E-Ticaret, kullanılan teknolojiler ve uygulamalar benzer olmasına rağmen taraflarına göre kategorilere ayrılır:⁸⁹

- İşletmeden İşletmeye E-Ticaret (B2B)
- İşletmeden Tüketicie E-Ticaret (B2C)
- Tüketiciden Tüketicie E-Ticaret (C2C)
- İşletmeden Devlete E-Ticaret (B2G)
- Tüketiciden Devlete E-Ticaret (C2G)
- Tüketiciden İşletmeye E-Ticaret (C2B)

2.6.3.1. İşletmeden İşletmeye E-Ticaret (Business to Business - B2B)

İşletmeden işletmeye E-Ticaret (B2B); işletmeler arasındaki mal, hizmet ve bilgi alışverişinin internet ortamında gerçekleştirilmesidir.⁹⁰ B2B E-Ticaret, işletmelerin toptan ticaret, hizmet, teknoloji, imalat ürünleri ve sanayi malları satın alımı gibi işlemlerini kapsar.

⁸⁶ Niyazi Cangir, "Elektronik Ticaretin ya da İnternetin Vergilendirilmesi-I", **Yaklaşım**, Sayı: 69, Eylül 1998, s.53-54.

⁸⁷ Cangir, s.54

⁸⁸ Gülçin Aytekin, **Elektronik Ticaret**, Dış Ticaret Müsteşarlığı Yayınları, Yayın No:157, Ankara, 1998, s.4

⁸⁹ İsmail Bakan ve Mustafa Taşlıyan, "Elektronik Ticaret Konusunda Gelişmiş Ülkelerin Deneyimleri Işığında Ülkemiz KOBİ'lerine Öneriler: Bir Alan Çalışması", **Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı**, Kocatepe Üniversitesi, Afyon, 2003, s.761

⁹⁰ Ayla Yazıcı, "Elektronik Ticaretin Ekonomik Boyutu", **Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, Cilt:18, Anadolu Üniversitesi Basımevi, Eskişehir, 2002, s.91

Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı tarafından 2001 yılında yayınlanan E-Ticaret ve Geliştirme Raporuna göre B2B E-Ticaret, özellikle büyük işletmelerin internet üzerinden endüstri girdileri satın almak, nihai çıktılarını satmak ve bilgi değişimini sağlamak için fazla sayıda alıcı, tedarikçi ve ortakların bir araya gelip geliştirdikleri online ticaret platformudur.⁹¹

İşletmelerin bilgisayar ağlarını kullanarak özel ve genel ağlar dahilinde tedarik ve satış işlemlerini yürüttükleri B2B E-Ticaret, dünyada gerçekleşen E-Ticaret hacminin % 80'lik payından daha yüksek bir orana sahiptir. B2B E-Ticaret sadece internet üzerinden değildir. EDI sistemi de B2B'nin büyük bir bölümünü oluşturmaktadır.⁹² Ayrıca B2B E-Ticaret, EDI sisteminin yanı sıra, ürün veri değişimi, danışmanlık veri tabanları ve bilgi verme işlemlerini de kapsar.⁹³

B2B E-Ticarete amaç, otomasyona dökülmüş sistemlerin ortaklaşa iş yapılan birimlere entegrasyonu ile malların, hizmetlerin ve bilgilerin işletmeler arasında satışının, kullanımının ve paylaşımının sağlanmasıdır.⁹⁴

B2B E-Ticaretin yaygınlaşmasında en önemli nedenler, işlem maliyetlerinin azalması, ürün ve hizmet kalitesinin artması, tüketici hizmetlerinin düzelmesi, açıklık ve verimliliğin artmasıdır.⁹⁵

Firmalar İnternet ortamında hiç tanımadığı başka firmalarla bir araya gelerek büyük kazançlar elde edebilmektedirler. Beraber hareket ederek satın almada büyük indirimlere ulaşabilmekte, elektronik pazaryerleri aracılığıyla farklı firmalarla alışveriş yapabilmekte ya da sanal çarşılar aracılığıyla farklı kesimlere ulaşabilmektedirler.⁹⁶

B2B sistemleri alım satım sürecinde bütün işlemleri elektronik ortamda gerçekleştirmeye olanak tanıdığı için maliyetler radikal biçimde azalır. Ama B2B sistemleri aracılığıyla maliyetleri azaltmanın asıl yolu, ürün ya da hizmet tedarikinde elektronik pazaryerlerini kullanmaktır. Ürün ya da hizmet tedarikini, bütün opsiyonları

⁹¹ E-Commerce and Development Report 2001 (Internet Edition), UNCTAD Secretariat, New York and Geneva, 2001, s.63, http://www.unctad.org/en/docs/ecdr2001_en.pdf, 01.07.2007

⁹² M. Emre Civelek ve Edin Güçlü Sözer, **İnternet Ticareti**, Beta Yayınları, İstanbul, 2003, s.124

⁹³ Bakan ve Taşlıyan, s.761

⁹⁴ Çak, s.39

⁹⁵ Recep Demir, "Ülkelerin Elektronik Ticarete Hazırlık Değerlendirmesi", **Dış Ticaret Dergisi** 6, Sayı: 22, Temmuz, 2001, s.46

⁹⁶ Ercan Alptürk, "Elektronik Pazar Yerleri ve B2B", **Vergi Sorunları Dergisi**, Sayı: 198, Mart 2005, s.33-34.

görerek en düşük fiyat sunan şirketleri inceleyerek gerçekleştirmek, tedarik zincirinin yarattığı maliyetlerin, şaşırtıcı oranlarda azalmasına yol açar.⁹⁷

B2B E-Ticarete artan ilginin nedenlerinden birisi de, B2B E-Ticaretin, B2C E-Ticaretten daha çok kazanç getirdiği ve potansiyelinin daha büyük olduğu gerçeğidir. Ancak burada sorulması gereken, bu durumun daha ne kadar süreceğidir. Çünkü işletmeler birbirlerinden ne alırlarsa alsınlar bunu en sonunda ya tüketiciye satmaktadırlar ya da tüketici pazarını geliştirecek süreçte kullanılmaktadırlar. Askeri harcamalar ve kamusal çalışmalar dışında, tüketici harcamaları işletme harcamalarını aşmalıdır. Eğer B2C E-Ticaretin geliri, B2B E-Ticaretin geliriyle aynı ölçüde değilse geleneksel ticaret verimli çalışıyor demektir. Bu ise birçok firmanın hızla B2B E-Ticarete katılırken, mallarını yine tüketiciye klasik yöntemle ulaştırmaları anlamına gelir ve bu da demektir ki işletmeler ürünlerini tam olarak tüketici ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde geliştirme fırsatını kaçırmaktadırlar.⁹⁸

Yukarıda bahsi geçen avantajların elde edilmesi çok kolay olmamaktadır. Çünkü B2B E-Ticaret süreçlerinin işletmeler tarafından çok iyi tasarlanması gerekmektedir. Bu kapsamda işletmelerin B2B E-Ticarete tam uyumunu sağlayacak, iletişim güvenliğine ve ticari prosedürün düzgün işlemesine olanak tanıyan, iyi düzenlenmiş bir sürecin olması gerekmektedir.

B2B E-Ticaretin işlem değeri cinsinden en çok yapıldığı sektörler bilgisayar ve elektronik, otomotiv, petro kimya sektörleridir. Ayrıca elektrik, gaz, telefon ve su hizmetlerine ilişkin kullanım bedellerinin ödenmesi de uygulamada çok sık rastlanan bir durumdur.

B2B E-Ticaret sitelerinin firmalara sağladığı başlıca hizmetler şunlardır:⁹⁹

1. Katalog Hizmeti: B2B siteleri firmalara kendilerini ve ürünlerini tanıtıcı internet sayfaları oluşturma imkanı sağlar. Şirketler için etkili bir tanıtım aracı olan online katalogların, gerçek hayattaki potansiyel müşterilere gönderilen kataloglardan ya da broşürlerden hiçbir farkı yoktur.

⁹⁷ <http://www.kobinet.org.tr/haber.php?id=44>, 01.07.2007

⁹⁸ Munindar P. Singh "The E-Commerce Inversion", **Internet Computing**, Eylül-Ekim 1999, s.4-5

⁹⁹ <http://www.kobinet.org.tr/haber.php?id=45>, 01.07.2007

2. Alım Satım Hizmetleri: B2B sitelerinin önemli bir bölümü üyelerine kendi aralarında online ticaret yapma imkanı sağlayan teknolojik altyapıya sahiptir. Dolayısıyla alıcı ile satıcı arasındaki alışverişe ilişkin bütün süreçler elektronik ortamda tamamlanmaktadır.
3. Müzayede Hizmetleri: B2B sitelerinin birçoğu tıpkı bireysel tüketicilere yönelik açık artırma sitelerinde olduğu gibi, açık artırma ya da eksiltme yapılmasına imkan tanır. Fakat B2B sitelerinde gerçekleşen açık artırma firmadan firmaya gerçekleşir. Bu şekilde şirketlere stoklarında kalan ürünleri satma veya toptan ticarete yönelik özel kampanyalar yapma olanağını sunar.
4. Bilgi Değiş Tokuşu Hizmeti: B2B sitelerinin en temel fonksiyonu bu siteler aracılığıyla bir araya gelen firmaların birbirlerini alım satım taleplerinden haberdar etmeleridir. Sektörlere yönelik şeffaflığı artıran elektronik pazar yerleri, fiyat seviyelerinin optimum düzeyde oluşmasına yardımcı olur.

2.6.3.2. İşletmeden Tüketicie E-Ticaret (Business to Consumer - B2C)

Tüketici odaklı E-Ticaret, internet üzerinden doğrudan tüketicilere ürünler satma ya da bankacılık, borsa aracı kurumluğu gibi hizmetler verme şeklinde gerçekleşmektedir.¹⁰⁰

Sanal mağaza olarak da anılan işletmeden tüketiciye E-Ticaret (B2C) ile internette işletmeler elektronik ortamda, bilgisayardan otomobile, kitaptan pizzaya birçok ürünün doğrudan tüketiciye satışını yapmaktadırlar. Elektronik bankacılık ve sigortacılık hizmetleri, seyahat, bilgisayar yazılım ve donanım, turizm hizmetleri, mali hizmetler ve ürün satışı, elektronik ürünler B2C E-Ticaretin en yaygın kullanım alanlarıdır.¹⁰¹

1998 yılına kadar B2C E-Ticaret işlemleri, B2B E-Ticarete göre daha fazlaydı, çünkü online alışveriş büyük bir ilgiyle karşılanmıştı. Bu ilgi yeni bir oluşuma duyulan ilk meraktan kaynaklanmaktadır. Fakat 2000 yılı B2B E-Ticaretin

¹⁰⁰ Çak, s.4

¹⁰¹ Erdal Kılıç, "E-İş'in Neresindeyiz?", **Çerçeve**, Yıl:9, Sayı:27, Aralık 2001, s.119

uzun vadede B2C E-Ticarete göre daha önemli olduğunu sergilemiştir. B2C E-Ticaretin internet kullanıcıları içerisinde kullanım açısından yüksek oranlarda olduğu söylenemez. Aslında E-Ticaret işlemlerinin küçük bir bölümü tüketici odaklı durumdadır. Bu durumun oluşmasındaki etkili olan nedenler tüketicilerin yerleşik alışveriş alışkanlıklarından kolayca vazgeçememeleri ve bu şekilde bir alışveriş işleminin oluşturduğu güvenlik sorunlarıdır. Ayrıca tüketiciler hesaplı ürünleri tercih ettiklerinden, işlem hacmi olarak B2B E-Ticaretin gerisinde kalır.¹⁰²

Tüketiciler için E-Ticaretin önemi, şeffaf fiyat yapısı, kıyaslanabilir ürün seçenekleri ve yedi gün yirmi dört saat alışveriş yapma olanağı sağlamasından kaynaklanmaktadır. Tüketiciler, İnternet üzerinden satın alma kararı verirken daha fazla enformasyona ulaşabilmektedirler. Böylece, hem zaman kazanmakta hem de istediklerini ve ihtiyaçlarını tam karşılayan satıcıları bulabilmektedirler.¹⁰³ Burada sorun oluşturabilecek tek konu güvenlidir. Ancak adı geçen güvenlik sorunları da geliştirilen çeşitli yöntem ve uygulamalarla tarihteki kronolojinin içinde kendine bir yer aramaya başlamıştır.

B2C E-Ticaret üreticiler için de büyük önem taşımaktadır. B2C E-Ticaret, satıcılara daha düşük maliyetle potansiyel satış olanağı ve değişen piyasa koşullarına hızlı uyum olanağı sunar, müşteri hizmetleri ve ilişkilerinde işletmeler önemli üstünlükler sağlarlar. İşletmeler bu sayede daha kârlı hale gelebilmekte ve sosyal sorumluluk bilinci ile bu kazançlarını yeni yatırımlara yönlendirebilmektedir.

Hacim olarak daha fazla işlem hacmine sahip olan B2B E-Ticaret ve tüketici alışkanlıklarıyla yakından ilişkili olan B2C E-Ticaretin karşılaştırılmasına yönelik sonuçlar Tablo 3'teki gibi özetlenebilir. Adı geçen E-Ticaret türleri karşılaştırılırken geleneksel ticaretin de içinde bulunan unsurlar açısından bir değerlendirme yapılmıştır.

¹⁰² Işıl Eteş, "Elektronik Ticaretin geleceği ve Ülkemiz Dış Ticaretine Yansımaları" **İGEME'den Bakış**, Yıl:6, Sayı:22, Eylül - Aralık, 2002, s.45

¹⁰³ İsmet Barutçugil, **Bilgi Yönetimi**, Kariyer Yayınları, İstanbul, 2002, s.33

Tablo 3 - B2B ve B2C E-Ticaretin Karşılaştırılması

E-Ticaret		
	B2B E-Ticaret	B2C E-Ticaret
Taraf Olanlar	Kurumsal Müşteri	Son kullanıcı
Fiyatlandırma	Fiyat kırma, ve açık artırma	Katalog ve sabit fiyatlar
Karar Verme İnisiatifi	İşletme kurallarına uygun karar verici	Tüketicinin Kendisi
Reklam	Doğrudan tedarik talep zinciri	Dürtü, reklam
E-pazaryeri ya da Portal Seçme	Değer, iş ortaklığı ve eşit koşullar	Marka sürümü fiyat ve reklam
Anlaşma Anlayışı	Anlaşma ve iş oluşum detayları daha önemli	Anlaşmada hoşgörü
Ödeme Esnekliği	Ödeme sistemleri daha karmaşık	Tüketicilerin kredi kartları, havale
Erişilebilirlik	Yerel, kişisel katalog	İnternet erişimi ile arama

Kaynak: Philips Charles ve Meeker Mary, The B2B internet Report, Collobrative Commerce, Marga Stanley Dean Witter Equity Research, 2000, s.23.

2.6.3.3. Tüketiciden Tüketicie E-Ticaret (Consumer to Consumer - C2C)

Tüketiciden tüketiciye E-Ticarete (C2C), tüketiciler birbirleri ile iletişim kurarak ekonomik faaliyette bulunabilmektedirler. Alıcılar, aracılar ve satıcılar bu ticaret türünün taraflarıdır.

Aracı işletme ya da birey internet platformunu oluşturur ve ortamı yaratır. Bu ortam sanal işletmelerdir. C2C E-Ticaret, kullanılmış eşya alım-satımından, yazılım pazarlamasına kadar pek çok alanda kendini gösterebilmektedir.

Bu açıdan bakıldığında aslında C2C, B2C E-Ticaret modeline dönüşmektedir. Elindeki çeşitli malzemeleri satmak isteyen taraf İşletme ayağını oluştururken bu malzemeleri satın alma isteği içinde olan taraf tüketici ayağını oluşturmaktadır. İki sistem arasındaki temel fark ticarete konu olan malzeme ya da malların satıcı tüketici tarafından kullanılmış, yararlanılmış mallar olmasıdır.

2.6.3.4. İşletmeden Devlete E-Ticaret (Business to Government - B2G)

Hemen hemen her ürün ve hizmet konusunda en büyük alıcı devlettir. Bu gerçekten hareketle milyonlarca mal ve hizmeti satın alan birçok devlet, alımlarını internet üzerinden yapmaya başlamıştır.¹⁰⁴

Vergiler, sosyal güvenlik, istatistik ve izinlerin elektronik yoldan izlenmesi ve düzenlenmesi, kamu ihalelerinin elektronik ortamda duyurulması, işletmeden devlete E-Ticarete (B2G) örnek olarak gösterilebilir.¹⁰⁵

Kurumların vergi ödemelerini İnternet üzerinden gerçekleştirmeleri, gerekli başvuruları yine İnternet aracılığıyla yapmaları, aslında devletten işletmelere doğru bir hizmet akışını işaret etmektedir. Burada hizmeti sunan, başka bir deyişle satıcı durumunda bulunan devlet ve bu hizmetleri -zorunlu- olarak satın alan işletmeler alıcı sıfatıyla bir akış oluşturmaktadırlar.

2.6.3.5. Tüketiciden Devlete E-Ticaret (Consumer to Government - C2G)

Tüketiciden devlete E-Ticaret (C2G), tüketicilerin devletle olan ilişkilerinin elektronik ortamda yapılmasıdır.¹⁰⁶

Bu ayırmada ise, vergi ödemesi, sosyal güvenlik primleri ödemeleri, pasaport başvurusu, ehliyet başvurusu örnek olarak verilebilir.¹⁰⁷ Örneğin; İstanbul Emniyet Müdürlüğü'nün online pasaport başvurusunu kabul etmesi, ÖSYM'nin Tıpta Uzmanlık Sınavı, Öğrenci Seçme Sınavı gibi sınavların sonuçlarını İnternette duyurulması bu konudaki en somut örneklerdir.¹⁰⁸

Aslında bu ayırmada tüketici yerine birey kavramının yerleştirilmesi ve böyle algılanması gerekmektedir. Çünkü bu E-Ticaret türü ile amaçlanan, ekonomik anlamda bir kazanç elde etmek değil tam tersi kamu yararını esas alarak bireylerin yaşamlarını kolaylaştırmaktır. Bürokrasinin en düşük seviyeye çekilerek bireylere geleneksel yoldan sağlanan hizmetlerin, internet yoluyla sağlanması amaçlanmıştır.

¹⁰⁴ Kırçova, s.22

¹⁰⁵ Bakan ve Taşlıyan, s.762

¹⁰⁶ Bakan ve Taşlıyan, s.762

¹⁰⁷ Kılıç, s.120

¹⁰⁸ Özbay, s.43

Literatürde, tüketiciden devlete doğru olan bu E-Ticaret türü, E-Devlet¹⁰⁹ olarak da geçmektedir. Ancak E-Devlet, başlı başına yeni bir oluşum ve yeni bir modeldir.¹¹⁰ Bu nedenle E-Devlet kavramı bir sonraki başlık altında ayrıntılı olarak işlenecektir.

2.6.3.6 E-Devlet

Öncelikle açıklanması gereken konu tüketiciden devlete doğru ve işletmeden devlete doğru gerçekleşen E-Ticaret türleri ile E-Devlet arasındaki ilişkinin boyutudur. Çünkü her iki E-Ticaret modeli de E-Devlet olarak nitelendirilmektedir. Üzerinde önemle durulması gereken nokta, E-Devlet kavramının söz konusu bu iki modele göre daha kapsamlı bir yapıda olmasıdır. Başka bir deyişle, E-Devlet, hem tüketiciden devlete hem de işletmeden devlete E-Ticaret modellerini içine almaktadır.

Açıklandığı gibi farklı bakış açıları ile farklı kaynaklarda E-Devletin çeşitli yönleri ön plana çıkarılarak tanımlamalar yapıldığı görülmektedir. Bu çerçevede yapılan bir tanıma göre E-Devlet, çağdaş toplumlarda devlet ve birey ilişkilerinde, devletin vatandaşa karşı yerine getirmekle yükümlü olduğu görev ve hizmetler ile vatandaşların devlete karşı olan görev ve hizmetlerinin karşılıklı olarak elektronik iletişim ve işlem ortamlarında kesintisiz ve güvenli olarak yürütülmesi demektir.¹¹¹

Benzer bir yaklaşımla E-Devlet kavramı, geleneksel devlet modeline göre daha ileri, temelde güçlü bir Bilgi Teknolojisi altyapısına ve uygulamalarına dayanan “daha iyi bir devlet yapısını” ifade etmektedir.¹¹²

Bir başka tanımda ise E-Devlet, kamu kuruluşları, vatandaşlar ve ticari kurumlar arasındaki bilgi, hizmet ve mal alışverişlerinde bilgi teknolojilerinin kullanılarak performans ve verimlilik artışını hedefleyen devlet modeli olarak tanımlanmaktadır.¹¹³

¹⁰⁹ E-Devlet kavramı yabancı literatürde E-Government olarak geçmektedir.

¹¹⁰ Hasan Aykın, "Yeni Ekonomi, E-Devlet ve Gelir İdaresi-I", **Yaklaşım**, Sayı: 100, Nisan 2001, s.80.

¹¹¹ Ali Arifoğlu, Abdullah Körnes, Ali Yazıcı, M.Kemal Akgül ve Ahmet Ayvalı, **E-Devlet Yolunda Türkiye**, Türkiye Bilişim Derneği, Ankara, 2002, s.12

¹¹² OECD, **The E-Government Imperative: Main Findings, Policy Brief**, OECD Observer, March 2003

¹¹³ Arifoğlu ve Diğerleri, s.22

E-Devlet, en geniş anlamıyla daha iyi bir devlet yapısının oluşturulmasını amaçlar, yani E-Devlet, “E”den çok, “devlet”e odaklanmaktadır. E-Devleti oluşturan temel unsurlar, e-Şirket, e-Kurumdur, e-Vatandaş gibi taraflardır. E-Devletin sunacağı temel hizmetlerin yönü üç grupta toplanmaktadır. Bu gruplar Devletten Devlete, Devletten Vatandaşa, Devletten İş Yaşamına şeklinde sıralanmaktadır.¹¹⁴ Bu açıklamadan da anlaşıldığı gibi E-Devlet, tüketiciden ve işletmelerden devlete olan akışı içine almaktadır.

E-Devletin yapısı, bilinen devlet yapısı ve örgütlenmesi, devlet-vatandaş ilişkisinden farklı yapı, örgütlenme ve ilişkiyi ifade etmemektedir. Bir ülkede; devlet tüzel kişiliği, gerçek kişiler ve diğer tüzel kişiler (örneğin şirketler, dernekler, ...) bulunmaktadır. Bu üçlü arasındaki ilişkinin elektronik ortamda yapılması ortaya yeni bir yapı konduğunu göstermez. E-Devlet ile ilgili şu ana kadar yapılan çalışmalarda karşılaşılan en önemli sorun, kavram kargaşası yaşanmasıdır.

E-Devlet ile ilgili yapılan çalışmalarda, aktarılan bilgilerde kavram kargaşası yaşanmasının nedeni E-Devlet kavramının sadece kamu yönetimi uzmanları, siyaset bilimcileri, bürokratlar tarafından değil aynı zamanda bilişim ve haberleşme uzmanları tarafından da ele alınmasıdır. Bilişim uzmanları ve bunun gibi farklı uzmanlık alanlarından E-Devlet kavramına ilgi duyan ve bu konuda faydalı olabilecek çalışmalar yürüten diğer kişilerin öncelikle E-Devlet sözcüğü içindeki esas unsur olan devlet kavramı üzerinde durması gerekmektedir. Fiziki devletin yapısının, bu yapının hukuki özelliklerinin ve bu yapının sorunlarını dikkatle irdeleyip, bu sorunlara ilişkin çözümler sunan E-Devlet konusuna eğilmeleri daha sağlıklı sonuçlar verecektir.

E-Devlet, salt teknoloji merkezli düşünülüp tartışılacak bir konu değildir. Kamu kurum ve kuruluşlarına sadece bilgisayar ve modemler döşemekle kamu dönüştürülmüş olmayacaktır. Böyle bir yaklaşım, kamunun hantal ve kusurlu işleyişini, yolsuzluk süreçlerini modernize etmek anlamına gelir ki e-Dönüşüm sürecinde sadece bilgisayarlara odaklanmak memurları, devletin hizmet sunduğu kesimlere karşı hizmet odaklı hale getirmeyecektir.¹¹⁵ Bu nedenle E-Devlet, geniş kapsamlı düşünülmeli, konunun her boyutuna önem verilmelidir.

¹¹⁴ http://www.digitaldevlet.net/e-devlet_nedir.htm, 12.06.2007

¹¹⁵ A. Ramazan Altınok, **Türkiye İçin e-Devlet Yol Haritası, E-Dönüşüm İçin Bir Strateji ve Örgütlenme Modeli Önerisi**, Ankara, 2003, s.11.

Türkiye açısından E-Devlet çalışmaları ele alındığında göze çarpan ve önemli olabilecek konular açıklanmıştır. Öncelikle E-Devlet, hukuk devletin gereklerine uygun olmalıdır. Bunlar; temel hakların güvenceye bağlanması, yasaların anayasaya uygunluğu, yasaların genel olması, yönetimin hukuka bağlılığıdır.¹¹⁶

E-Devlet, kamu hizmetlerinin daha etkili bir şekilde sunumuna yönelik bir proje olduğu gerçeğinden yola çıkarak, gerek E-Devlet çalışmalarını yürüten kamu görevlilerinin, gerek E-Devlet üzerinde çalışan araştırmacıların söz konusu kamu hizmetinin ve ilkelerinin ne olduğunu bilmesi gerekir. Kamu hizmeti, siyasal organlar tarafından kamuya yararlı olarak kabul edilen, bir kamu kuruluşunun ya kendisi ya da yakın denetimi ve gözetimi altında özel kesim tarafından yürütülen faaliyetlerdir.¹¹⁷ Bu ilkeler şöyle açıklanabilir:

Süreklilik (kesintisizlik) ve düzenlilik; kamu hizmetlerinin sürekli ve düzenli yürütülmesidir. Değişkenlik (uyarlama); değişen ve gelişen koşullara ve teknik yeniliklere kendilerini uyumlu hale getirmeleridir. Nesnellik ve eşitlik; idarenin bu hizmetleri yürütürken nesnel davranmak ve yan tutmaması zorunluluğuna işaret etmektedir. Bedelsizlik; idarenin yürüttüğü kamu hizmetlerinden (özellikle bazı temel kamu hizmetlerinden) kazanç elde edememesini açıklamaktadır.¹¹⁸ Daha önce de belirtildiği gibi E-Devlet kamu hizmetlerinin sunumuna dair yeni bir uygulama olduğu için, tamamen bu ilkeleri esas alarak işleyecektir.

2.6.3.7. Tüketiciden İşletmeye E-Ticaret (Consumer to Business - C2B)

Tüketiciden işletmeye olan E-Ticarete (C2B), ürüne olan talep, fiyatın belirlenmesi açısından çok önemlidir. Bir anlamda, tersine açık artırma süreci denilebilir.C2B E-Ticaretin en güzel örneklerine havayolu taşımacılığında rastlanır. Bu işletmelerde, bilet fiyatları müşteriler tarafından belirlenir ve böylece işletme, müşterilerine en uygun fiyatta bileti sunabilir.¹¹⁹

¹¹⁶ A. Şeref Gözübüyük, **Anayasa Hukuku**, Turhan Kitapevi, Ankara, 2000, s.164

¹¹⁷ Metin Günday, **İdare Hukuku**, İmaj Yayınları, Ankara, 2002, s.285.

¹¹⁸ Günday, s.286-289

¹¹⁹ Yazıcı, s.12.

2.7. E-TİCARETTE ÖDEME ARAÇLARI

Hızlı bir şekilde yayılan E-Ticaret, beraberinde kendisi gibi bir çok yeniliği de ekonomik yaşama kazandırmıştır. Bu bölümde söz konusu yeniliklerden biri olan E-Ticaret işlemleri sırasında başvuru olan ödeme araçları, klasik ve yeni ödeme araçları olarak iki başlık altında irdelenecektir.

2.7.1. Klasik Ödeme Araçları

Klasik ödeme araçları olarak kredi kartları, Elektronik Fon Transferi, doğrudan borçlandırma, borç kartları (debit cards) ve elektronik çek irdelenecektir.

2.7.1.1. Kredi Kartı İle Ödeme

İnternet üzerinden yapılan alışverişlerde en çok kullanılan ödeme aracı kredi kartıdır. Kredi kartının tüm dünyada standart bir ödeme altyapısına sahip olması ve kullanıcı kitlesinin genişliği, en çok kullanılan ödeme aracı olmasına neden olmuştur.¹²⁰ Pek çok ülkede banka kartları içerisinde en büyük paya sahip olan kredi kartlarında, hileli kullanımlardan ve işlemlerden dolayı kredi kartı veren ticari işletmeler sorumlu tutulduğundan dolayı kredi kartları güvenli bir ödeme aracı olarak görülmektedir. Alışveriş sırasında kredi kartı bilgilerinin üçüncü şahıslarca ele geçirilmesinin önlenmesi amacıyla bu bilgilerin şifrelenmesi esasına dayanan SSL¹²¹ ve SET¹²² protokolleri kullanılmakta, böylece alışveriş güvenliği kolaylıkla sağlanmaktadır.¹²³

SSL network (ağ) üzerindeki veri transferi sırasında güvenlik ve gizliliğin sağlanması amacıyla Netscape tarafından geliştirilmiş bir güvenlik protokolüdür. 1996 yılında 3.0 versiyonunun çıkarılmasıyla hemen hemen bütün İnternet tarayıcılarının (Microsoft Explorer, Netscape Navigator vb.) desteklediği bir standart haline gelmiş ve kısa zamanda çok geniş uygulama alanları bulmuştur. SSL şifrelemesi ile gönderilen bilginin kesinlikle ve sadece doğru adreste deşifre edilebilmesini sağlar. Bilgi ya da veri gönderilmeden önce otomatik olarak şifrelenir

¹²⁰ <http://eticaret.garanti.com.tr/icerik/goster.asp?t=a&c=1&i=44>, 04.04.2007

¹²¹ SSL: Secure Sockets Layer - Soket Düzeyi Güvenlik

¹²² SET: Secure Electronic Transactions - Güvenli Elektronik İşlemler

¹²³ Cemal Erdoğan, "Avrupa Birliği'nde Elektronik Ödeme Sistemlerindeki Gelişmeler", **Bankacılar Dergisi**, Sayı: 48, Mart 2004, s.82.

ve sadece doğru alıcı tarafından deşifre edilebilir. Her iki tarafta da doğrulama yapılarak işlemin ve bilginin gizliliği ve bütünlüğü korunur. SSL protokolünde 40 bit ve 128 bit şifreleme kullanılmaktadır. 128 bit şifrelemede 2¹²⁸ değişik anahtar vardır ve bu şifrenin çözülebilmesi çok büyük bir maliyet ve zaman gerektirir. Kötü niyetli bir kişinin 128 bit'lik şifreyi çözebilmesi için 1 milyon dolarlık yatırım yaptıktan sonra 70 yıla yakın gibi bir zaman harcaması gerekir. Bu örnek bile SSL güvenlik teknolojisinin gelişmişliğini ve etkinliğini göstermektedir. SET ise banka kartları ve ödemeler ile ilgili bilgilerin güvenliğini sağlamak amacıyla Visa, Mastercard, Microsoft, Netscape, GTE, IBM, SAIC, Terisa Systems ve Verisign'ın katılımıyla oluşan bir konsorsiyum tarafından geliştirilmiştir. SET protokolünde alışveriş, sanal cüzdan ve e-sertifika aracılığı ile daha güvenli bir ortamda gerçekleştirilir. SET, alışveriş işlemi sırasında ödeme bilgisi gizliliğini, kart kullanıcısının gerçek kart sahibi olduğunu ve işyerinin banka ile anlaşmalı bir işyeri olduğunu garantiler. SSL ve SET teknolojileri E-Ticaret güvenliğinin belkemiğini oluşturmaktadırlar. E-Ticaret güvenliği ile ilgili tüm uygulamalar bu belkemiği üzerinde yapılanmaktadır.¹²⁴

Kredi kartı işlemlerinde beş taraf söz konusudur.¹²⁵ Bu taraflar şu şekildedir:

- Mal ve hizmet alımında ödeme aracı olarak kredi kartı kullanan Kart Hamilleri
- Mal ve hizmet sunumunda ödeme aracı olarak kartı kabul eden Üye İşyerleri
- Kart Hamilinin Bankası
- Üye İşyerinin Bankası
- Bankalar arası Kart Merkezi

2.7.1.2. Elektronik Fon Transferi (EFT)

EFT sisteminin temel işlevi, bankalar arasında her türlü haberleşmeyi, hareketleri, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası ile bankalar arasındaki işlemleri, senet ve maaş ödemelerini, kamu hizmetlerine ilişkin (su, elektrik, doğalgaz) ödemelerini istatistiksel veri iletişimini hızlı ve etkin bir şekilde sağlamaktır.

¹²⁴ <http://www.pahali.com/haber.php?id=5>, 04.04.2007

¹²⁵ Efraim Turban, **Electronic Commerce**, Prentice Hall, USA, 2000, s.284

Türkiye'deki EFT sistemi anında mutabakat sistemi ile çalışmaktadır. Bu sistemde işlem, ödemeler gönderen bankanın Merkez Bankası'ndaki hesabından lehtarın Merkez Bankası'ndaki hesabına yapılan aktarma ile gerçekleştirilir. Her ödeme nihai ve geri dönülmezdir. Bu nedenle ödemeyi alan banka Merkez Bankası'ndaki hesabına alacak kaydedilmiş fonları öderken bir risk taşımamaktadır.

Bankalar gün başında ya da gün içinde, serbest tevdiat hesaplarından Merkez Bankası EFT merkezi bilgisayarlarından takip edilen hesaplara gerekli tutarları aktarmaktadırlar. Gün boyunca yapılan işlemler bankanın hesabı borçlandırılarak ve alıcı bankanın hesabı alacalandırılarak ödenmektedir. Bankalar gün içinde yapılan tüm işlemleri anında kendi bilgisayarlarından izleyebilmektedirler. Fon yetersizlikleri bankaların serbest hesaplarından yaptıkları aktarımlarla karşılanmaktadır. Gün içinde yapılan işlemler için gün sonunda Merkez Bankası'ndan mutabakat raporu alınmakta ve her katılımcı için oluşan bakiye katılmaları Merkez Bankası Ankara Şubesi'ndeki hesaplarına iade edilmektedir.¹²⁶

2.7.1.3. Doğrudan Borçlandırma

Sınır ötesi işlemlerde kullanılmayan bu yöntemde ödeme yapacak kişi hesap bilgilerinin ödemenin yapılacağı bankaya ya da ödeme yapılacak kişiye göndermektedir. Ödeme alacaklı banka tarafından gelen istek üzerine kişinin hesabından havale yoluyla yapılmaktadır. Doğrudan borçlandırma sistemleri bazı ülkelerde fatura, vergi, maaş, prim ve emekli aylığı ödemelerinde kullanılmaktadır.¹²⁷

2.7.1.4. Borç Kartları (Debit Cards)

Borç kartlarının internet üzerinden yapılan alışverişlerde kullanıldığı bazı Avrupa ülkeleri bulunmaktadır. Borç kartları doğrudan borçlandırma sistemi gibi işlemektedir. Ancak doğrudan borçlandırma sisteminden farklıdır. Kartın bizzat kendisi kullanıldığından daha fazla güvenlidir. Kart sahibi bilgisayara bağlı bir kart okuyucu aracılığıyla kendi kimliğini doğrulamakta ve onay vermektedir. Borç kartlarının kullanımı oldukça sınırlıdır.¹²⁸

¹²⁶ Deniz Gökçe, **Para ve Finans Ansiklopedisi**, Cilt:1, Creative Yayıncılık, İstanbul, 1996, 487-488

¹²⁷ Erdoğan, s.82

¹²⁸ Erdoğan, s.83

2.7.1.5. Elektronik Çek

Elektronik çek, E-Ticaret gerçekleştiren sitelerin ödemeleri çek olarak kabul etmelerini ve işleyebilmelerini sağlayan bir ödeme sistemidir. Elektronik çek, ABD'de Financial Services Technology Consortium (www.fstc.org) tarafından SDML (Signed Document Markup Language) adı verilen bir işaretleme dili kullanılarak geliştirilmiştir. Elektronik çek sisteminde, ödemeler kredi kartı olmadan banka hesabı bilgilerinin gerekli olanlarının E-Ticaret sitesine girilmesi yoluyla yapılır. Kullanıcı bir anlamda ticaret sitesine çek keserek ödeme yapmış olur. Bankadaki sistemler yapılan transferleri her gün temizleyerek bahsedilen hesapta alışverişin tamamlanması için gerekli şartların yeterli olup olmadığını kontrol ederler ve bu durumdan E-Ticaret sitesini şifreli kanallarla haberdar ederler. Bu işlemler takas merkezi olarak adlandırılan finansal kurumlar tarafından da yürütülebilir. Kullanılması kolay bir sistem olmakla birlikte, daha yaygın kullanımı için gerekli sistemlerin finans sektörü tarafından kabul görmesi gereklidir. Bu hizmet ülkemizde herhangi bir kuruluş tarafından henüz uygulamaya konulmamıştır.¹²⁹

2.7.2. Yeni Ödeme Araçları

Bu bölümde elektronik para, ticari banka paraları, scratch kartlar, araçlar aracılığıyla yapılan ödemeler, toplu ödemeler ve mobil ödemeler irdelenecektir.

2.7.2.1. Elektronik Para

Elektronik para, satış noktası terminalleri vasıtasıyla, iki cihaz arasında doğrudan transferleri veya internet gibi açık bilgisayar ağları üzerinden ödemeleri yapmak için önceden ödenmiş ödeme mekanizmalarına denir.¹³⁰

Elektronik para, internette kullanılmak üzere geliştirilmiş bir para birimidir ve günlük hayatta kullanılan mağaza çeklerinin internet ortamındaki karşılığı olarak da görülebilir. Bu sistemden yararlanmak isteyen kişilerin ilk olarak elektronik para hizmeti sunan şirketlerce geliştirilen özel yazılımlardan birini bilgisayarlarına yüklemeleri ve o şirketle çalışan bir bankada hesap açtırmaları gerekmektedir. Daha

¹²⁹ <http://eticaret.garanti.com.tr/icerik/goster.asp?t=a&c=1&i=44>, 04.04.2007

¹³⁰ Basel Komite, "Elektronik Bankacılık ve Elektronik Para Faaliyetleri İçin Risk Yönetimi", **Bankacılar Dergisi**, Sayı:33, Haziran 2000, s.81.

sonra söz konusu kişiler bankadaki paraları karşılığında, İnternet üzerinde yapacağı alışverişlerde kullanmak üzere elektronik para birimi satın alabilmektedirler. Dolar ya da Euro gibi para birimleri karşılığında alınabilen bu İnternet parası, yazılım aracılığıyla bilgisayara yüklenmekte ve yapılan alışverişler karşılığında ilgili adreslere gönderilmektedir.

Bundan sonra elektronik para ile anlaşmalı mağazaların sitelerinden ya da kendisi gibi elektronik para yazılımını kullanan diğer taraflar ile sanal alışveriş yapabilirler. Elektronik para yazılımı, istenilen miktarda paranın bir banka hesabından çekilerek, internet üzerinden yapılacak harcamalarda kullanılmak üzere elektronik ortamda saklanmasını sağlar. Her elektronik paranın normal hayatta olduğu gibi bir seri numarası vardır. İnternet üzerinden bir harcama yapıldığında belli seri numaralı elektronik paralar alışveriş yapanın bilgisayarından silinerek alışveriş yapılan bilgisayara geçirilir. Böylelikle, para akışı aynen günlük hayatta olduğu gibi gerçekleştirilir. Türkiye'de henüz uygulanmayan bu ödeme sistemine örnek olarak CyberCash (www.cybercash.com) ve DigiCash (www.digicash.com) örnek olarak verilebilir.¹³¹

2.7.2.2. Ticari Banka Paraları

İnternet üzerinden çalışan açık artırma sitelerinin başarısı kişiden kişiye ödeme yapabilen sistemleri ortaya çıkarmıştır. Online kişisel ödemeler olarak da adlandırılan bu sistemler, banka hesaplarıyla aynı işleyişe sahiptir. Burada, müşteri ödeme hizmet sağlayıcısına ayrılmış ve sadece bu amaç için kullanılmak üzere hesaplar açmaktadır. Bu hesaplardaki fonlar internet üzerinde yapılan ödemelerde kullanılmaktadır.

Bu ödeme sistemini getirdiği en önemli yenilik şudur. Elektronik posta ile birlikte servis sağlayıcıya ait web sitesinin kullanıcılar ve hizmet sağlayıcı arasında bir iletişim platformu olarak kullanılmasıdır. Bir diğer yenilik de yeni hesap açmadaki kolaylık olarak görünmektedir.

¹³¹ <http://eticaret.garanti.com.tr/icerik/goster.asp?t=a&c=1&i=44>, 04.04.2007

Avrupa Birliğindeki bankacılık düzenlemeleri bu tür ödemelerde kullanılan araçların ticari banka paraları veya elektronik para olmalarını zorunlu tutmaktadır. Bir başka ifadeyle, ödemeye aracılık yapan kuruluşların bankacılık veya elektronik para kuruluşu lisansına sahip kuruluşlar olması zorunludur.¹³²

2.7.2.3. Smart Kartlar

Smart kartlar, kart temelli bir ödeme aracı olup, kredi kartlarında bulunan manyetik şeritler yerine özel mikroçipi bulunan plastik bir karttır. Bu çip sayesinde plastik bir karta, elektronik para da dahil olmak üzere, her türlü bilginin yüklenmesi mümkün olmaktadır.¹³³

Smart kart hizmeti sunan işletmelerin ilk hedefi, kullanıcılarını servislerinden daha fazla yararlandırmaktır. Aynı zamanda banka kartı, kredi kartı, sürücü belgesi, elektronik cüzdan, kütüphane üyelik kartı vs. birçok programı bir arada toplayabilen Smart kartların en önemli özelliklerinden birisi de son derece güvenli oluşlarıdır. Bu nedenle ABD ordusu dünyada Smart kartları ilk kullanan kurum olmuştur.

2.7.2.4. Aracılar Aracılığıyla Yapılan Ödemeler

Aracılar müşterilerine mevcut ödeme araçlarını bir arada sunmaktadır. Satıcılara yapılan ödemelerin sorumluluğunu aracı üstlenir. Müşterilerin aracıya yönlendirilmesi ve online ödeme yapılmasından satıcılar sorumludur. Ödemenin başarılı bir şekilde yapılmasından sonra, aracı satıcıyı bilgilendirir. Daha sonra malın dağıtım yapılır.¹³⁴

2.7.2.5. Toplu Ödemeler

İnternet üzerinden gerçekleştirilen küçük tutarlı ödemelerin biriktirilerek topluca ve tek bir işlem olarak gerçekleştirilmesi amacıyla geliştirilen bir ödeme şeklidir. Kredi kartı ile yapılan ödemelerde olduğu gibi bu ödemelerde de gecikmiş ödeme söz konusudur. Toplu tutarlar işlemleri yeni bir ödeme aracından çok işlem

¹³² Erdoğan, s.85

¹³³ Haydar Akyazı ve Uygur Arpak, "Elektronik Ticarete Ödeme Araçları", **Banka ve Ekonomik Yorumlar Dergisi**, Haziran 2000, s.4

¹³⁴ Erdoğan, s.85

maliyetlerini azaltmaya yönelik olarak mevcut ürünlere eklenmiş bir aşama olarak değerlendirilmektedir. Bazıları çok küçük tutarda olan bu tür ödemelerin geleneksel ödeme sistemleri ve araçları kullanılarak yapılması, satıcı için olduğu kadar müşteri için de maliyetlidir.¹³⁵

2.7.2.6. Mobil Ödemeler

Mobil telefonlar aracılığıyla ödeme yapılan, e-mobil veya m-ödeme olarak adlandırılan birçok girişim bulunmaktadır. M-ödeme modelleri finansal kuruluşlarda para transferini sağlayan yeni bir ödeme kanalı sunmaktadır. Bazı modeller mobil telefonla ulaşılabilen hesaplar için önceden ödenmiş çözümler de sunmaktadırlar. Bu hesaplarda toplanan e-para veya şirket paraları ürün ve hizmet alımları için kullanılmaktadır.

Mobil telefonların kişiselleştirilme özelliğinin olması, kolay ve sürekli taşınabilmesi nedeniyle ödeme aracı olarak kişisel bilgisayarlara oranla kullanım oranı Avrupa'da daha fazladır. Ayrıca, mobil telefonlar, insanlı ve insansız ödeme terminallerinde, internette yapılan işlemler için ödemelerde ve kişiler arası (bazı modellerde) ödemelerde olmak üzere farklı ödeme tipleri için kullanılmaya elverişli yapılar sunmaktadır. Farklı m-ödeme modelleri arasında işlem yapmaya olanak tanıyan yapıların da oluşturulması için modeller bulunmaktadır. Örneğin: MOBEY forum, Mobile Electronic Transactions (MET) inisiyatifi, (Mobile Payments Forum ve PayCircle vb.). Bu girişimler mobil telefonların finansal hizmetler alanında kullanımını artırmakta, finansal hizmetlerde teknolojinin kullanımını teşvik etmekte ve mobil iletişim ile finans sektörüne ait standartları belirleyen yapılar arasında bağlantı sağlamaktadır.¹³⁶

¹³⁵ Erdoğan, s.85

¹³⁶ Erdoğan, s.85-86

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

MUHASEBE ÖRGÜTLENMESİ İLE İLGİLİ GENEL BİLGİLER

Bu bölümde genel olarak muhasebe örgütlenmesi ile ilgili konular açıklanacaktır. Öncelikle örgüt ve örgütlenme kavramlarının tanımları yapılarak muhasebe ile örgüt-örgütlenme kavramları arasındaki ilişki irdelenecektir. Ayrıca muhasebenin örgütlenmesinin gerekçeleri açıklanarak muhasebenin yapısal örgütlenmesi üzerinde durulacak ve muhasebe belgelerinin düzenlenmesi ile ilgili genel bilgiler aktarılacaktır.

3.1. ÖRGÜT VE ÖRGÜTLENME KAVRAMLARI

Muhasebenin örgütlenmesine geçmeden önce örgüt ve örgütlenme kavramlarının açıklanması, konunun daha iyi anlaşılabilmesi açısından önem taşımaktadır. Bu başlık altında örgüt ve örgütlenme kavramlarına ilişkin genel açıklamalara yer verilmiştir.

3.1.1. Örgüt Kavramı

Örgüt, yaşayan en küçük varlık olan organizma kökünden türetilmiştir. Geniş anlamda ele alındığında tıpkı bir canlı gibi hayati işlevleri olan bir iskeleti ya da çerçeveyi andırır. Temel varlığı düzenleme ve planlama işlevlerini kapsar.¹³⁷

Örgüt, beşeri ve fiziki kaynakların eşgüdümlemiş olarak bir araya getirildiği bir açık sistemdir. Bir örgütten söz edebilmek için her şeyden önce örgütün ulaşmak istediği ortak bir amacının bulunması gerekmektedir. Ayrıca, insan ve diğer fiziki kaynakların bir araya getirilmesi gerekliliği ve örgüt üyelerinin tutum ve davranışlarını belirleyen, belirli ölçülerde sınırlayan bir yapılanma gereksinimi göz önünde bulundurulmalıdır.

Bu açıklamalarla birlikte, örgütler, çevreden bazı girdileri alıp işleyerek enerjiye dönüştüren ve sonuçta çıktılarını yine aynı çevreye veren açık bir sistem olarak tanımlanabilir.¹³⁸

¹³⁷ İter Akat, Gönül Budak ve Gülay Budak, **İşletme Yönetimi**, Barış Yayınları, İzmir, 1999, s.152

¹³⁸ Akat ve Budak, s.19

Bu açıdan bakıldığında, örgüt, bazı parçalardan oluşmakta ve çevre içinde hayatını sürdürmektedir. Böylece bir sistem olan örgüt, çevre adı verilen daha geniş bir sistemin alt sistemi olarak değerlendirilebilir.

3.1.2. Örgütlenme Kavramı

Örgütlenme, işletme yönetiminde planlama işlevinden sonra gelen önemli işlevdir. Geniş anlamda ele alındığında, örgütlenme, beşeri, fiziksel ve teknik olanakları ve araçları, işletmenin amacını gerçekleştirecek şekilde düzenlemek ve hizmete koymak olarak tanımlanabilir.¹³⁹

Örgüt ve örgütlenme kavramları açıklandıktan sonra bir sonraki başlık altında bu kavramların muhasebe ile olan ilişkisi üzerinde durularak muhasebenin örgütlenmesi irdelenecektir.

3.2. MUHASEBENİN ÖRGÜTLENMESİ İLE İLGİLİ GENEL AÇIKLAMALAR

Çalışmanın uygulama ile ilgili bölümüne geçmeden önce, çalışmanın temel konularından biri olan muhasebenin örgütlenmesi ile ilgili bazı bilgiler bu başlık altında irdelenecektir. Muhasebe ve örgütlenme kavramları arasındaki ilişki ve muhasebenin örgütlenmesine ilişkin açıklamalar yapılacak; bu örgütlenmenin gerekliliği ve sağlayacağı yararlar üzerinde durulacaktır.

3.2.1. Muhasebe - Örgütlenme İlişkisi

Örgüt ve örgütlenme ile ilgili yapılan açıklamalar doğrultusunda, muhasebe kavramı, bir örgütün kaynaklarının oluşumunu, bu kaynakların kullanıma biçimini, örgütün işlemleri sonucunda bu kaynaklarda meydana gelen artış ya da azalışları ve örgütün finansal açıdan durumunu açıklayan bilgileri üreten ve bunları ilgili kişi ve kuruluşlara ileten bir bilgi sistemi olarak tanımlanabilir.¹⁴⁰

¹³⁹ Akat ve Budak, s.155

¹⁴⁰ Orhan Sevilengül, **Genel Muhasebe**, Gazi Kitapevi, Ankara, 2005, s.9

Örgütlerin genel organizasyon yapısı içinde; yönetimi destekleyici bir fonksiyon olarak bilinen muhasebenin etkinliği, örgütün sahip olduğu değerler, normlar, standartlar ve inançlar gibi faktörlerin etkisine bağlıdır. Diğer bir deyişle, muhasebe bölümünün, örgütün organizasyon yapısında aldığı konum, muhasebenin işlevi ve etkinliğini gösterir.¹⁴¹

İşletmeler, çalışma alanları, fonksiyonel yapıları, hukuki oluşumları ve daha farklı ayrımlara göre çeşitlilik göstermektedirler. Bu çeşitliliğin varlığı göz önünde bulundurularak, her işletmenin kendine özgü ve beklentilerine uygun muhasebe bilgi sisteminin örgütlenmesi gereği ortaya çıkmaktadır.

3.2.2. Muhasebenin Örgütlenmesi

Muhasebenin örgütlenmesi, diğer bir deyişle muhasebe organizasyonu, yer ve zamana göre oluşturulan kendi içerisinde uyumlu, esnek ve güvenli öğelere bölünen ve bütün bu öğeleri aynı türden özünde kapsayan, amaca, plana ve denetime uygun bir bütün olarak tanımlanabilir.¹⁴²

Muhasebe fonksiyonları ile ilgili işlerin belirlenmesi, gruplandırılması, gruplara ayrılan işlerin kademeler ve kadrolar halinde düzenlenerek aralarındaki ilişkilerin kurulması ve her kadronun belirli yetkilerle donatılması ile muhasebenin örgütlenmesi tamamlanmış olur.¹⁴³ Diğer bir deyişle muhasebe organizasyonu hayata geçirilmiş sayılır.

Muhasebenin örgütlenmesi işlemleri kapsamında, işletmede kullanılacak muhasebe belgeleri, muhasebe defterleri, hesap planı, defterlerin nasıl tutulacağı ve muhasebede sonuç çıkarma sistemleri düzenlenir. Çıkarılan sonuçların analizinin nasıl yapılacağı ve nasıl raporlanacağı belirlenir. Muhasebeye bilgi akışının hangi bölümlerden nasıl geleceği, muhasebeden bilgi çıkışının ve raporların hangi bölümlere nasıl ve ne zaman gideceği saptanır. Muhasebeye ilişkin planlamanın nasıl yapılacağı, istatistiki verilerin nasıl derleneceğine karar verilir. Geçmiş döneme ait belgelerin sınıflandırılması ve arşivlenmesi ile ilgili çalışmalar gerçekleştirilir.

¹⁴¹ Hayrettin Usul ve Serpil Düzenli, "Muhasebe Sisteminin Oluşturulmasında Örgüt İklimi Etkisi", **Muhasebe ve Finansman Dergisi**, Sayı:32, Ekim 2006, s.117

¹⁴² Mehmet Yazıcı, **Muhasebe Tümleri ve Örgütlenmesi**, Marmara Üniversitesi İİBF Nihad Sayar Eğitim Vakfı Yayın No: 522/756, İstanbul, 1998, s.283

¹⁴³ Doğan Argun, **Seyahat Acentaları ve Tur Operatörlerinde Muhasebe Organizasyonu**, Alfa Yayınları, İstanbul, 1998, s.19

Bütün bu işleri yapacak personelin seçimi, eğitimi ve görevlerin dağıtılması da muhasebe örgütlenmesinin bir parçasıdır.¹⁴⁴

3.2.3. Muhasebe Örgütlenmesinin Gereği

İşletmelerde muhasebe örgütlenmesi, işletme türlerine göre çok farklı olduğu gibi, işletmelerin büyüklüklerine göre de farklı olabilir. İşletmelerin büyümeleri ve teknolojik gelişmenin sonucunda gereksinimleri karşılamak amacıyla, muhasebe örgütlenmesinin gereğini üç yönlü bir gelişme ortaya çıkarmıştır. Bunlar;¹⁴⁵

- Muhasebe elemanlarında artış
- Uzmanlaşma
- Otomasyon

İşletmelerin muhasebe bölümlerinde görevlendirilen çok sayıdaki personelin eşgüdümlü olarak etkin ve verimli çalışabilmesi, muhasebenin örgütlenmesi kapsamında yapılacak işlerin ayrıntılı olarak tanımlanması, personelin uzmanlaşma durumuna göre görev ve sorumlulukların dağıtılması ve kontrol mekanizmasının kurulması ile mümkün olmaktadır.

Ayrıca muhasebe servislerinde yerine getirilen fonksiyonların günümüz koşullarına uygun olarak elektronik ortamda sağlıklı bir biçimde bütünleştirilmesini sağlamak, yine muhasebe örgütlenmesinin gereğini ortaya çıkarmaktadır.

3.2.4. Muhasebe Örgütlenmesinin Yararları

Muhasebenin örgütlenmesi kapsamında sayılan işlemlerin ve işlevlerin yerine getirilmesi makro ve mikro düzeyde bir takım yararlar sunmaktadır.¹⁴⁶

- Her şeyden önce, muhasebe organizasyonunun ve muhasebe işlemlerinin kurala bağlanması piyasaların sağlıklı bir şekilde işlemesine, işletme yöneticilerinin ve üçüncü kişilerin aydınlatılmasına yardımcı olur.

¹⁴⁴ Ahmet Durmuş ve Mehmet Arat, İşletmelerde **Muhasebe Örgütlenmesi**, Marmara Üniversitesi Nihad Sayar Eğitim Vakfı Yayınları No:496/730, İstanbul, 1995, s.6

¹⁴⁵ Fatih Coşkun Ertaş, **İşletmelerde Muhasebe Organizasyonu ve Muhasebe Mesleği**, Seçkin Yayınları, Ankara, 2002, s.107

¹⁴⁶ Ertaş, s.106-107

- Muhasebe organizasyonu, iktisadi araştırma yapabilecek yetenekli eleman yetişmesini sağlayabilir ve araştırmaya elverişli olan veri toplanmasında yardımcı olur.
- Muhasebe organizasyonu, muhasebe işlerini kolaylaştırıcı etkide bulunur. Böylece, işletmelerde çalışan personelin daha az yıpranmasına ve muhasebe işlerinin daha düzenli bir şekilde yürütülmesine yardımcı olur.
- Muhasebe organizasyonu ile işletmeler arasında farklı muhasebe uygulamaları ortadan kalkar ve her işletme aynı muhasebe kurallarını uygulayacağından, sonuçların kıyaslanması kolaylaşır. Ayrıca muhasebe uygulamalarına açıklık getirdiğinden işletmelerin denetimi kolaylaşır. Muhasebe, işletmeler arasında konuşulan ortak bir dil gibidir.
- Muhasebenin örgütlenmesi, muhasebe eğitim ve öğretiminin daha verimli bir şekilde yürütülmesini sağlayabilir.
- Muhasebenin örgütlenmesi ile sağlanan aynı tür muhasebe uygulamaları bilgisayarların muhasebede kullanılmasını da kolaylaştırmaktadır.

3.4. MUHASEBENİN YAPISAL ÖRGÜTLENMESİ

Muhasebe ve örgütlenme arasındaki ilişki ve muhasebenin örgütlenmesi ile ilgili genel bilgiler bir önceki başlık altında açıklanmıştı. Bu başlığın kapsamında da muhasebe örgütlenmesinin genel örgüt yapısı içindeki yeri irdelenecektir.

3.4.1. Yapısal Örgütlenme

Muhasebe, işletmelerin vazgeçilmez nitelikteki temel fonksiyonlarından biridir. Ülkemizde mali işler, finansal işler, hesap işleri diye adlandırılan bu fonksiyonun örgütlenmesi, öncelikle işletmenin yapısal örgütlenmesine bağlıdır. Diğer bir deyişle, muhasebenin örgütlenmesinin ilk adımı, işletmede muhasebe faaliyetlerini yürüten organın, tüm örgüt içindeki yerinin belirlenmesi ve bu organın kendi yapısal örgütlenmesidir. Bu yapısal düzenleme, olması gereken ilişkileri belirlediğinden biçimsel örgütlenmeyi açıklar ve örgütün şeması ya da örgüt şeması şeklinde ortaya konur.¹⁴⁷

¹⁴⁷ Fahir Bilginoğlu, **Muhasebe Organizasyonu**, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Muhasebe Enstitüsü Yayın No:54, İstanbul, 1988, s.37

Genel olarak işletmelerin muhasebe bölümlerinde ortak bazı işler yürütülmekle beraber her işletmenin faaliyet konusuna göre farklı muhasebesel işlemler gerçekleşebilmektedir. Buna göre bir işletmedeki muhasebe bölümünün yeri, diğer bir işletmenin genel örgüt yapısı içinde aynı yerde olmamaktadır. Bu nedenle işletmelerin, amaçlarına etkin ve verimli biçimde ulaşmalarını sağlayacak örgüt yapısını oluşturmaları gerekmektedir.

3.4.2. Muhasebenin Genel Örgüt Yapısı İçindeki Yeri

Firmalarda muhasebe bölümü, firmanın küçük veya büyük olmasına bağlı olarak örgütlenme farklılıkları göstermektedir. Küçük firmalarda genel muhasebe ve finansal işler aynı bölüm altında toplanırken, büyük firmalarda durum daha farklı olmaktadır.¹⁴⁸ Küçük firmalarda, genellikle dönemle ilgili kârın saptanmasına ve vergi hazırlıklarına ulaştıracak nitelikte ve dar kapsamda muhasebe bilgisi üreten muhasebe sistemleri söz konusudur.¹⁴⁹ Büyük firmalar, finansal yönetim ile mali yönetimi birbirinden ayırma yolunu seçmektedirler. Muhasebe örgütlenmesi de mali işler biriminin altında bir bölüm olarak işlemlerini yürütmektedir.

Birçok firmada ortaklar genel kurulda firmanın başına bir yönetim kurulu seçerler. Büro yönetiminin başı genel müdürdür. Genel müdüre yardımcı olarak genellikle üretimden sorumlu genel müdür yardımcısı, personelden ve satışlardan sorumlu genel müdür yardımcısı ve muhasebe-finansmandan sorumlu genel müdür yardımcısı olmak üzere üç genel müdür yardımcısı bulunur. Finans genel müdür yardımcısına muhasebe, krediler, bütçe müdürü gibi müdürlükler bağlıdır. Bunlara da servisler bağlıdır. Bazen bütün görevleri bir müdür götürür ve ona da bütün servisler bağlıdır. Büyük firmalardaysa organizasyon şeması firmanın ihtiyacına göre gelişmiş olarak uygulanır.¹⁵⁰

3.4.3. Muhasebenin Örgütlenmesi Kapsamında Yararlanılacak İlkeler

Muhasebe bölümünde yürütülen faaliyetlerin sistemli, verimli, kendi içerisinde ve diğer bölümlerle uyumlu olabilmesi için bir dizi ilkeler ve kurallara gereksinim duyulmaktadır. Muhasebenin örgütlenmesi için yürütülen çalışmalarda yönetim ve organizasyon yazınında yer alan ilkelerden yararlanılır.

¹⁴⁸ Şerif Şimşek, **İşletme Bilimlerine Giriş**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2000, s.279

¹⁴⁹ Oya Yıldırım ve Nergis Tek, **Finansal Muhasebe**, Birleşik Matbaacılık, İzmir, 2004, s.12

¹⁵⁰ Osman Okka, **Finansal Yönetime Giriş**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2005, s.16

Daha önceden de açıklandığı gibi muhasebenin örgütlenmesi firmaların özelliklerine göre farklılık gösterebilmektedir. Bu nedenle muhasebenin örgütlenmesi için kullanılacak temel ilkelere biri “faaliyetlerin tanımlanması” ilkesidir.

Bu ilkeye göre, faaliyetler analiz edilip tanımlanır ve bir sınıflandırma içine yerleştirilir. Böylece işlevler ve bunlar için gerekli olan nitelikler doğru bir şekilde belirlenebilir. Bundan sonra yapı içinde faaliyetler ve işlevleri belirten bölümler, birimler ve alt birimler ortaya konabilir.¹⁵¹

Yukarıda bahsedilen ilkelere ilişkin uygulamalar yerine getirildikten sonra birbirleri ile ilişkili işler ya da temel iş faaliyetleri, yönetilebilecek büyüklükteki bölümler içinde gruplandırılır. Bu işlem, bölümlere ayırma işlemi olarak açıklanabilir. Bölümlere ayırma işlemi yapılırken bazı temel ilkeleri göz önüne almak gerekir. Çünkü organizasyonun başarılı olabilmesi büyük ölçüde bu işleme bağlıdır. Bölümlere ayırma ilkeleri aşağıdaki gibi sıralanabilir:¹⁵²

- Örgüt içinde birbirine benzeyen işlerin dikkate alınması
- Uzmanlaşmadan yararlanma
- Kontrol
- Eşgüdümlemeyi kolaylaştırma
- Giderleri azaltma

Örgütsel faaliyetleri firmanın fonksiyonlarına göre bölümlere ayırma, uygulamada en çok ve yaygın biçimde kullanılan yöntemdir. Buna göre üretim, pazarlama, muhasebe, insan kaynakları gibi örgüt faaliyetleri tepe yöneticisine bağlı birincil düzey ve daha alt düzeydeki organlara ayrılır.

Örgütteki yetki ve sorumlulukların açık ve kesintisiz olarak en üst kademeye en alt kademeye birbirine bağlanması, hiyerarşik yapı ilkesi ile sağlanır ve ancak oluşturulan bu basamaklar ile açık bir örgüt yapısı kurulabilir. Böylece işbölümü ve uzmanlaşma ilkesine göre belirlenen görevler, gerektirdikleri yetki ve sorumluluklarına göre hiyerarşik bir şekilde birbirine bağlanır. Bunun sonucunda

¹⁵¹ Akat ve Budak, s.159

¹⁵² Akat ve Budak, s.170

muhasebe bölümünde yapılacak işlerin dökümü ve bu işlerin alt gruplamasıyla servisler (kısım, şube) oluşturulur.¹⁵³

Muhasebe örgütlenmesi kapsamında son aşama iş ve mevki tanımlarının yapılarak kadrolara dağıtılmasıdır. İş ve mevki tanımlaması, yetki ve sorumlulukların, ilişkilerin ve görevlerin belirtilmesiyle işin hedeflerinin ve niteliğinin anlaşılmasının sağlanması işidir. Esas olan işin neyi gerektirdiği ve çalışanın neyi yapması gerektiğini açıkça gözler önüne serilebilir..

3.5. MUHASEBE BELGELERİNİN DÜZENLENMESİ

Muhasebe örgütlenmesinin sağlıklı bir şekilde gerçekleşebilmesi için muhasebe ile ilgili işlemlerin doğru ve kesin bir şekilde yürütülmesi zorunludur. İşlemlerin doğruluğu ancak belgelere dayandırılmaları yoluyla sağlanabilir. Bu başlık altında muhasebe işlemlerine konu olan belgeler üzerinde durulacaktır. Öncelikle belge kavramı genel olarak açıklanacak, daha sonra belgeleme ilkeleri ele alınacaktır. Son olarak da Vergi Usul Kanunu kapsamında yer alan muhasebe belgeleri hakkında bilgi verilecek ve muhasebe işlemlerinde kullanılan muhasebe fişleri açıklanacaktır.

3.5.1. Genel Olarak Belge Kavramı

Sözcük anlamı olarak belge; “bir gerçeğe tanıklık eden yazı, fotoğraf, resim, film vb. vesika, doküman”dır. Bu tanıma göre, bir olayı kanıtlayıcı özelliği bulunan her türlü yazılı, görsel ya da elektronik kayıt belge kapsamına girmektedir.

Muhasebe dilinde kullanılan belgeler ise bu tanımdan farklı olarak “muhasebeye konu olabilecek işlemleri kişi, yer, zaman, nitelik ve nicelik gibi açılardan saptayan, ortaya koyan ve kanıtlayan yazılı nesnelere” olarak tanımlanmaktadır.¹⁵⁴

Muhasebe, ilgili kişi ya da kurumlara bilgi üreten ve bunları değerlendiren bir sistemdir. Bu sistem içinde üretilen bilgilerin güvenilirliği söz konusu bu bilgilerin belgelendirilmesi ile olanaklıdır. Muhasebe bilgilerinin bir taraftan ona gereksinim

¹⁵³ Bilginoğlu, s.39

¹⁵⁴ Durmuş ve Arat, s.17

duyan işletme ile ilgili taraflara yararlı olabilmesi, diğer taraftan da muhasebe kayıtlarının geçerliliğinin kanıtlanabilmesi ve mali raporların objektif olarak hazırlanabilmesi için objektif belgelere dayandırılmalarına bağlıdır.

Belgeleme konusu, muhasebe uygulamalarına yön veren “Muhasebenin Temel Kavramları” arasında “*Tarafsızlık ve Belgelendirme Kavramı*” kendisine yer bulmaktadır. Bu kavrama göre muhasebe kayıtlarının gerçek durumu yansıtan ve usulüne uygun olarak düzenlenmiş objektif belgelere dayandırılması ve muhasebe kayıtlarına esas alınacak yöntemlerin seçilmesinde tarafsız ve ön yargısız davranılması gerekmektedir.

3.5.2. Belgeleme İlkeleri

Etkin bir muhasebe örgütlenmesinin oluşturulabilmesi ve muhasebeden beklenen işlevlerin doğru bir şekilde gerçekleşebilmesi için iyi bir belge düzeninin oluşturulmuş olması gerekmektedir. İyi bir belge düzeninin oluşturulabilmesi için de aşağıda belirtilmiş olan bazı ilkelerden yararlanılmaktadır. Söz konusu belgeleme ilkeleri şöyledir:¹⁵⁵

- Yapılan her bir kayıt bir belgeye dayanmalıdır
- Bir işleme birden fazla belge konu olabileceği için belgenin türü kesin olarak belirlenmelidir. (Fatura, irsaliye vb. gibi)
- Belgeler üzerinde hiçbir şey okunmaz hale getirilmemeli, gerekli değişiklik paraf edilerek gösterilmelidir.
- Belge üzerinde ilgili hesaplar belirtilerek ön kayıt sağlanmalıdır.
- Muhasebe kaydından sonra belge üzerine işaret konarak, belgenin ikinci kere kayda geçmesi önlenmelidir.
- Aynı işlemin fazla olması halinde “toplu bir belge” düzenlenerek rasyonel çalışma düzeni sağlanmalıdır.
- Belgelerle yapılacak işlemlerde kolaylık sağlanabilmesi ve hataların önlenmesi için belgeler numaralanarak tasnif edilmeli ve gerektiğinde ulaşılabilecek şekilde arşivlenmelidir.
- Tüm belgeler yetkili kişi tarafından imzalanmalıdır. Ayrıca hazırlayan kişi tarafından da paraf edilmelidir.

¹⁵⁵ Bilginoğlu, s.56

3.5.3. Muhasebede Kullanılan Belgeler

Muhasebe belgelerinin kullanımlarına ilişkin düzenlemeler Vergi Usul Kanunu (VUK)¹⁵⁶ ve Türk Ticaret Kanunu (TTK)¹⁵⁷ içinde yapılmıştır. Önceki başlıklar altında da belirtildiği gibi muhasebeye konu olacak işlemlerin belgeye bağlanması esastır. Çünkü işlem ve kayıtların belgelenmesi belge ile olanaklıdır. Kullanma mecburiyeti getirilen belgelerin, öngörülen zorunlu bilgileri taşıyamaması halinde bu belgeler vergi kanunları bakımından hiç düzenlenmemiş sayılır; ayrıca aksi hüküm bulunmadığı sürece kanuna göre tutulan ve üçüncü kişilerle olan ilişkilere ve işlemlere ait olan kayıtların belgelenmesi zorunludur.¹⁵⁸

Muhasebe kayıtlarında her iki kanunda da (VUK ve TTK) belirtilen belgeler kullanılmaktadır. Bir ihtilaf sırasında konusuna göre daha esas olan belge dikkate alınacaktır. Örneğin; vergi matrahı ile ilgili bir ihtilafa fatura, gider makbuzu; alacak ile ilgili bir ihtilafa fatura ve tahsilat makbuzu ya da banka dekontu delil olarak konu olacaktır.¹⁵⁹

Muhasebe belgelerinin saklanması konusunda her iki kanunda da yasal zorunluluk getirilmiş olup, saklama süresi VUK'a göre 5 yıl¹⁶⁰, TTK'ye göre 10 yıl¹⁶¹ olarak belirtilmiştir.

Bu bölümde muhasebe işlemlerinin dayanağını oluşturan muhasebe belgeleri Vergi Usul Kanunu kapsamında ele alınacaktır.

3.5.3.1. Fatura

Fatura, satılan emtia ya da yapılan iş karşılığında müşterinin borçlandığı tutarı göstermek üzere emtiayı satan ya da işi yapan tüccar tarafından müşteriye verilen ticari belgedir.¹⁶²

¹⁵⁶ Çalışmanın bu bölümünde Vergi Usul Kanunu yerine kısaca VUK kullanılacaktır.

¹⁵⁷ Çalışmanın bu bölümünde Türk Ticaret Kanunu yerine kısaca TTK kullanılacaktır.

¹⁵⁸ 213 Sayılı Vergi Usul Kanunu, Madde 227

¹⁵⁹ Argun, s.22

¹⁶⁰ 213 Sayılı Vergi Usul Kanunu, Madde 253

¹⁶¹ 6762 Sayılı Türk Ticaret Kanunu, Madde 68

¹⁶² 213 Sayılı Vergi Usul Kanunu, Madde 229

Fatura üzerinde en az aşağıdaki bilgilerin bulunması gerekmektedir:¹⁶³

- Faturanın düzenlenme tarihi, seri ve sıra numarası
- Faturayı düzenleyenin adı, varsa ticaret unvanı, iş adresi, bağlı olduğu vergi dairesi ve hesap numarası
- Müşterinin adı, ticaret unvanı, adresi, varsa vergi dairesi ve hesap numarası
- Malın ya da işin türü, miktarı, fiyatı ve tutarı
- Satılan malların teslim tarihi ve irsaliye numarası, (Malın alıcıya teslim edilmek üzere satıcı tarafından taşındığı ya da taşıtırıldığı durumlarda satıcının, teslim edilen malın alıcı tarafından taşınması ya da taşıtırılması halinde alıcının, taşınan ya da taşıtırılan mallar için sevk irsaliyesi düzenlenmesi ve taşıtta bulundurulması şarttır.)

Malın, bir mükellefin birden çok iş yerleri ile şubeleri arasında taşındığı ya da satılmak üzere bir komisyoncu ya da diğer bir aracıya gönderildiği hallerde de, malın gönderen tarafından sevk irsaliyesine bağlanması gereklidir. Bu bentte yazılı irsaliyeler hakkında fiyat ve bedel ile ilgili bilgiler hariç olmak üzere, bu madde hükmü ile VUK'un 231 inci maddesi hükmü uygulanır. İrsaliyelerde malın nereye ve kime gönderildiği ayrıca belirtilmelidir.

Son tüketicilerin tüketim amacıyla perakende olarak satın aldıkları malları kendilerinin taşıması ya da taşıtırması halinde bu mallara ait fatura ya da perakende satış fişinin bulunması şartıyla sevk irsaliyesi aranmaz.

Faturanın düzenlenmesinde aşağıda belirtilmiş olan kurallara uyulması gerekmektedir:¹⁶⁴

- Faturalar birbirini izleyen sıra numaralarından oluşur. Aynı firmanın çeşitli şube ve kısımlarında her biri aynı numara ile başlamak üzere ayrı ayrı fatura kullanıldığı zaman bu faturaları şube ve kısımlarına göre şube ya da kısmın isimlerinin yazılması ya da özel işaretle seri ayrımının yapılması zorunludur.

¹⁶³ 213 Sayılı Vergi Usul Kanunu, Madde 230

¹⁶⁴ 213 Sayılı Vergi Usul Kanunu, Madde 231

- Faturalar mürekkeple, makine ile ya da kopya kurşun kalemle doldurulur.
- Faturalar en az bir asıl ve bir örnek olarak düzenlenir. Birden fazla örnek düzenlendiği takdirde her birine kaçınıcı örnek olduğu işaret edilir.
- Faturaların baş tarafında iş sahibinin ya da namına imzaya yetkili olanların imzası bulunur.
- 01.01.2004 tarihinden geçerli olmak üzere 5035 Sayılı Kanun'la değişen haline göre fatura, malın teslimi ya da hizmetin yapıldığı tarihten itibaren en geç yedi gün içinde düzenlenir. Bu süre içerisinde düzenlenmeyen faturalar hiç düzenlenmemiş sayılır.
- VUK'un 232. Maddesinin birinci fıkrasına göre fatura düzenlemek zorunda olanlar, müşterinin adı ve soyadı ile bağlı olduğu vergi dairesi ve hesap numarasının doğruluğundan sorumludur. Fatura düzenleyen istemesi halinde müşteri kimliğini ve vergi dairesi hesap numarasını gösterir belgeyi sunmak zorundadır.

İkinci sınıf tüccarlar, kazancı basit usulde tespit edilenlerle defter tutma zorunluluğu bulunan çiftçiler:¹⁶⁵

- Birinci ve ikinci sınıf tüccarlara
- Serbest meslek erbabına
- Kazançları basit usulde tespit olunan tüccarlara
- Defter tutma zorunluluğu bulunan çiftçilere
- Vergiden muaf esnaflara sattıkları emtia ya da yaptıkları işler için fatura vermek ve bunlar da fatura istemek ve almak zorundadırlar.

Yukarıdakiler dışında kalanların, birinci ve ikinci sınıf tüccarlar ile kazancı basit usulde belirlenenlerden ve defter tutma zorunluluğu bulunan çiftçilerden satın aldıkları emtia ya da onlara yaptırdıkları iş bedelinin Maliye Bakanlığı'nın bu konu için belirlediği tutarı¹⁶⁶ geçmesi durumunda ya da bedelin bu tutardan daha az olduğu durumlarda bile, karşı tarafın istemesi durumunda emtiayı satanın ya da işi yapanın fatura vermesi zorunludur.

¹⁶⁵ 213 Sayılı Vergi Usul Kanunu, Madde 232

¹⁶⁶ 378 Sıra No'lu VUK Genel Tebliği ile 2008 Yılı için bu tutar 01.01.2008'den itibaren 600,00-YTL olarak değiştirilmiştir.

3.5.3.2. İrsaliyeli Fatura

Mükelleflerin faaliyetlerini aksatmadan yürütmelerini sağlamak ve uygulamayı kolaylaştırmak amacıyla VUK'un mükerrer 257. Maddesinin Maliye Bakanlığı'na verdiği yetkiye dayanılarak fatura ve sevk irsaliyesinin ayrı belgeler olarak değil, isteyen mükellefler açısından "irsaliyeli fatura" adı altında tek belge olarak düzenlenmesi ve kullanılması esası getirilmiştir.¹⁶⁷

İrsaliyeli faturada; faturayı düzenleyen adı, ticari unvanı, iş adresi, bağlı olduğu vergi dairesi ve hesap numarası, malın türü, miktarı, fiyatı ve tutarı ile nereye ve kime gönderildiği; müşterinin adı, ticari unvanı, adresi, varsa vergi dairesi ve hesap numarası, faturanın seri ve sıra numarası, düzenleme tarihi ve saati ile anlaşmalı matbaa ile ilgili bilgiler yer almaktadır. İrsaliyeli fatura en az üç nüsha olarak düzenlenir.

Satılan malın alıcıya teslim edilmek üzere satıcı tarafından taşındığı ya da taşıtırılması durumunda, satıcı tarafından irsaliyeli fatura düzenlenebileceği gibi ayrı ayrı fatura ve sevk irsaliyesi de düzenlenebilecektir. İrsaliyeli fatura düzenlenmesi durumunda ayrıca sevk irsaliyesi de düzenlenmiş olması gerekli değildir. Teslim edilen malın alıcı tarafından taşınması ya da taşıtırılması durumunda ise, sevk irsaliyesinin alıcı tarafından düzenlenmesi gerekmektedir.

Aynı kuruluşun birden çok işyerinin ya da şubesinin bulunması ve bunlar arasında mal gönderilmesinin söz konusu olması durumunda, bu taşıma işlemleri için yalnız sevk irsaliyesinin düzenlenmesi yeterlidir.¹⁶⁸

3.5.3.3. Perakende Satış Belgeleri

Birinci ve ikinci sınıf tüccarlar ile kazancı basit usulde belirlenen, defter tutma zorunluluğu bulunan çiftçilerin fatura vermek zorunda olmadıkları satışları ve yaptıkları işlerin bedelleri aşağıdaki belgelerden herhangi biri ile belgelendirilir:

¹⁶⁷ VUK Sıra No:211, 12.09.1991 Tarih ve 20989 Sayılı Resmi Gazete

¹⁶⁸ Yıldırım ve Tek, s.35

- Perakende satış fişleri
- Makineli kasaların kayıt ruloları
- Giriş ve yolcu taşıma biletleri

Perakende satış fişi ve makineli kasaların kayıt ruloları ve biletlerde, işletme ya da mükellefin adı, düzenlenme tarihi ve alınan paranın tutarı gösterilir.

Perakende satış fişi ile giriş ve yolcu taşıma biletleri seri ve sıra numarası birbirini izler. Bu fiş ve biletler kopyalı iki nüsha olarak düzenlenir ve bir nüshası müşteriye verilir. Makineli kasa kullanıp da müşteriye fiş verilememesi halinde, perakende satış fişi düzenlenmesi ve müşteriye verilmesi zorunludur.¹⁶⁹

3.5.3.4. Gider Pusulası

Birinci ikinci sınıf tüccarlar, kazancı basit usulde belirlenenlerle defter tutma zorunluluğu bulunan serbest meslek erbabının ve çiftçilerin vergiden muaf esnafa yaptırdıkları işler ya da onlardan satın aldıkları emtia için düzenlenip işi yapana ya da emtiayı satana imza ettirecekleri gider pusulası vergiden muaf esnaf tarafından verilmiş fatura yerine geçer. Bu belge, birinci ve ikinci sınıf tüccarların, kişisel eşyalarını satan kimselerden satın aldıkları altın, mücevher gibi kıymetli eşya için de düzenlenir.

Gider pusulası, işin kapsamı, emtianın türü, miktarı, tutarı ile iş ücretini ve işi yaptıran ve yapanın ya da emtiayı satın alan ve satanın adlarıyla soyadlarını (Tüzel kişilerde unvanlarını) ve adresleri ile işlem tarihi gibi bilgileri içerir. Gider pusulaları iki nüsha olarak düzenlenir ve bir nüshası işi yapana ya da malı satana verilir. Gider pusulaları birbirini izleyen seri ve sıra numaralıdır.¹⁷⁰

3.5.3.5. Müstahsil Makbuzu

Birinci ve ikinci sınıf tüccarlar ile kazancı basit usulde belirlenenler ve defter tutma zorunluluğu bulunan çiftçiler, gerçek usulde vergiye tabi olmayan çiftçilerden satın aldıkları malların bedelini ödedikleri sırada iki nüsha makbuz düzenlemek ve

¹⁶⁹ 213 Sayılı Vergi Usul Kanunu, Madde 233

¹⁷⁰ 213 Sayılı Vergi Usul Kanunu, Madde 234

bunlardan birini imzalayarak satıcı çiftçiye vermek ve diğerini ona imzalatarak almak zorundadırlar.

Mal tüccar ya da çiftçi adına yetkili bir kişi ya da aracı tarafından alındığında bu makbuz bunlar tarafından düzenlenir ve imza olunur. Çiftçiden avans üzerine yapılan alımlarda, makbuz, malın teslimi sırasında verilir. Müstahsil makbuzunun tüccar ya da alıcı çiftçi nezdinde kalan nüshası fatura yerine geçer.

Müstahsil makbuzunda en az aşağıda yazılı bilgiler bulunur:

- Makbuzun tarihi
- Malı satın alan tüccar ya da çiftçinin soyadı, adı, unvanı ve adresi
- Malı satan çiftçinin soyadı, adı ve ikametgâh adresi
- Satın alınan malın cinsi, miktarı ve bedeli

3.5.3.6. Serbest Meslek Makbuzları

Serbest meslek erbabı, mesleki faaliyetlerine ilişkin; her türlü tahsilat için iki nüsha serbest meslek makbuzu düzenlemek ve bir nüshasını müşteriye vermek, müşteri de bu makbuzu istemek ve almak zorundadır.¹⁷¹

Serbest meslek makbuzlarının üzerinde aşağıdaki bilgilerin bulunması gerekmektedir:

- Makbuzu verenin soyadı, adı ya da unvanı, adresi, vergi dairesi ve hesap numarası
- Müşterinin soyadı, adı ya da unvanı ve adresi
- Alınan paranın miktarı
- Paranın alındığı tarih

Bu makbuzlar serbest meslek erbabı tarafından imzalanır. Serbest meslek makbuzları birbirini izleyen seri ve sıra numaralıdır.¹⁷²

¹⁷¹ 213 Sayılı Vergi Usul Kanunu, Madde 236

¹⁷² 213 Sayılı Vergi Usul Kanunu, Madde 237

3.5.3.7. Ücret Bordrosu

İşverenler her ay ödedikleri ücretler için “Ücret Bordrosu” düzenlemek zorundadırlar. Gelir Vergisi Kanununa göre vergiden muaf olan ücretlerle diğer ücret üzerinden vergiye tabi hizmet erbabına yapılan ücret ödemeleri için bordro tutulmaz.

Ücret bordrolarına en az aşağıdaki bilgiler yazılır:

- Hizmet erbabının soyadı, adı, ücretin alındığına dair imzası ya da mührü (Ücretin ödenmesinde ayrıca makbuz alan işverenlerin tutacakları ücret bordrosuna imza ya da mühür konulması zorunlu değildir)
- Varsa vergi karnesinin tarih ve numarası
- Birim ücreti (Aylık, haftalık, gündelik, saat ya da parça başı ücreti)
- Çalışma süresi ya da ücretin ilgili olduğu süre
- Ücret üzerinden hesaplanan vergilerin tutarı

Bordronun hangi aya ait olduğu baş tarafında gösterilir. Bir aya ait bordro ertesi ayın yirminci gününe kadar hazırlanıp tarihlenerek, firma sahibi ya da müdürü ile bordroyu düzenlemek üzere görevlendirilmiş kişi tarafından imzalanır.¹⁷³

3.5.3.8. Ücret Bordrosu Yerine Geçen Belgeler

Genel, katma, özel bütçeli daire ve müesseselerle belediyelerin ve 3659 Sayılı Kanuna tabi müesseselerin ücret ödemelerinde kullandıkları vesikalar ücret bordrosu yerine geçer.¹⁷⁴

3.5.3.9. Taşıma ve Otel İşletmelerine İlişkin Belgeler

Taşıma işletmeleri ile otel, motel ve pansiyon gibi konaklama yerleri (kazancı basit usulde belirlenenler dahil) aşağıda yazılı belgeleri düzenlemek zorundadırlar:¹⁷⁵

¹⁷³ 213 Sayılı Vergi Usul Kanunu, Madde 238

¹⁷⁴ 213 Sayılı Vergi Usul Kanunu, Madde 239

¹⁷⁵ 213 Sayılı Vergi Usul Kanunu, Madde 240

- **Taşıma İrsaliyeleri:** Ücret karşılığında taşıma faaliyeti gösteren bütün gerçek ve tüzel kişiler taşıdıkları eşya için, VUK'un 209. Maddesinde yazılı bilgilerle, sürücünün ad ve soyadı ve aracın plaka numarasını belirten ve seri ve sıra numaralı irsaliye kullanmak zorundadırlar. Bu irsaliyenin bir nüshası eşyayı taşıtırana, bir nüshası eşyayı taşıyan aracın sürücüsüne ya da kaptanına verilir ve bir nüshası da taşımayı yapan tarafından saklanır. Bu hükmündekiler nakliye komisyoncuları ile acenteleri de kapsar.
- **Yolcu listeleri:** Şehirlerarasında yapılan yolcu taşımalarında VUK'un 233. Maddesi gereğince yolcu taşıma bileti kesmek zorunda olan mükellefler, (T.C. Devlet Demiryolları hariç) taşıtların her seferi için birbirini takip eden seri ve sıra numaralı ve oturma yerlerini planlı şekilde gösteren iki nüsha yolcu listesi düzenlerler. Bu listenin bir nüshasını sefer sonuna kadar taşıtta ve diğer nüshasını işyerinde bulundururlar. Yolcu taşıma biletlerinin komisyoncu ya da acenteler tarafından kesilmesi halinde yolcu listeleri 3 nüsha olarak düzenlenir ve bir nüshası bu kişiler tarafından saklanır. Yolcu listelerinde; yolcu listesini düzenleyen işletmenin adı ya da unvanı ile adresi, taşıtı işleten mükellefin adı, soyadı varsa unvanı, adresi vergi dairesi ve hesap numarası, taşıtın plaka numarası, sefer tarihi ve hareket saati, bilet numaraları işaretlenmek suretiyle yolcu sayısı ve toplam hasılat tutarı gibi bilgiler bulunur.
- **Günlük müşteri listeleri:** Otel, motel ve pansiyon gibi konaklama yerleri, odaları, bölmeler ve yatak planlarına uygun olarak birbirini takip eden seri ve sıra numaralı günlük müşteri listeleri düzenlerler ve işletmede bulundururlar. Bu listelerde mükellefin adı, soyadı, varsa unvanı ve adresi, oda numaraları yazılmak suretiyle müşterinin adı, soyadı ve oda ücreti ve listenin düzenleme tarihi ile ilgili bilgiler bulunur.

3.5.3.10. İletişim Belgeleri

Tüccarların her türlü ticari işlemleri nedeniyle yazdıkları ve aldıkları mektuplar (Telgraflar ve hesap özetleri dahil) iletişim belgelerini kapsar. Gönderilen ve gelen iletişim belgelerinin, işlerin gereğine göre dosyada saklanması zorunludur.¹⁷⁶

¹⁷⁶ 213 Sayılı Vergi Usul Kanunu, Madde 241

3.5.4. Muhasebede Kullanılan Fişler

Muhasebede defter kayıtları yanında, muhasebe fişleri üzerine yapılan ve ön kayıt ya da hazırlık kayıtları diye adlandırılan kayıtlar da söz konusudur. Belirli bir iş hacminden sonra, iş bölümüne olanak vermesi nedeni ile ya da mekanik muhasebenin bir koşulu olarak, muhasebe fişleri kayıt organı olarak kullanılır. Diğer bir deyişle, muhasebeye gelen belgeler önce muhasebe fişleri diye adlandırılan belgeler üzerinden muhasebeleştirilir, daha sonra bu işlemi izleyen işlemler yasal ve yardımcı defterlere aktarılır.¹⁷⁷

İşletmelerde kasa hesabını ilgilendiren işlemlerin gösterildiği belgelere “Kasa Fişi” adı verilir. Kasa fişleri de kasa tahsil (alındı) fişi ve kasa tediye (ödeme) fişleri olmak üzere iki gruba ayrılır. Kasa Hesabı dışındaki hesaplara ait işlemler için de “Mahsup Fişleri” kullanılır. Aşağıda söz konusu fişlere ilişkin açıklamalar yer almaktadır:

- **Kasa tahsil (alındı) fişi:** Belirli bir paranın kasa (vezne) sorumlusu tarafından alındığını kanıtlamak amacıyla işletmenin çeşitli birimlerince kesilerek vezneye gönderilen bir belgedir.
- **Kasa tediye (ödeme) fişi:** Belirli bir paranın kasa (vezne) sorumlusu tarafından ödenmesi gerektiğini kanıtlamak amacıyla, işletmenin çeşitli birimlerince kesilerek vezneye gönderilen bir belgedir.
- **Mahsup fişi:** İşletmelerde Kasa Hesabı dışında kalan hesapları ilgilendiren işlemler için kullanılan belgelerdir.¹⁷⁸

3.6. MUHASEBE DEFTERLERİ

Bu başlık altında, firmaların faaliyetlerine uygun olanını seçip kullanmak zorunda oldukları muhasebe defterleri üzerinde durulacaktır. Öncelikle defter tutma amacı üzerinde durulacak daha sonra muhasebe işlemlerinde kullanılan defterler hakkında bilgi verilecektir. Ayrıca konu bütünlüğü açısından elektronik ortamdaki kayıtlar ve elektronik cihazla belge düzenleme koşulları da ele alınacaktır.

¹⁷⁷ Bilginoğlu, s.56

¹⁷⁸ Yıldırım ve Tek, s.47

3.6.1. Defter Tutma Gerekliği

İşletmelerin kuruluş biçimleri ne olursa olsun, yaptıkları işlemleri belli kurallara bağlı olarak kayıt altına almaları gerekir. Bu gereklilik hem yasalarla hükme bağlanmış hem de yapılan işlemlerin niteliğinden ortaya çıkmış bir olgudur. Hiçbir yasal düzenlemenin olmadığı bir durumda bile işletmelerin bu zorunluluğu duyacağı açıktır. Şöyle ki, işletme sahibi, işletmesiyle ilgili alışlarını, satışlarını, giderlerini ve gelirlerini herhangi bir yere kaydetmek suretiyle belirli dönemler itibariyle gerçek durumunu öğrenmek, borçlarını, alacaklarını izlemek ve faaliyet sonunda ne kadar kazanıp ne kadar kaybettiğini bilmek isteyecektir. Bu ve benzeri nedenler defter tutma gereğini açık bir şekilde ortaya koymaya yeterlidir.¹⁷⁹

Defter tutma amacı ve tutulacak defterlerle ilgili olarak TTK'de ve VUK'da açıklayıcı, emredici hükümler vardır:

TTK'nin 66. Maddesine göre her tacir, ticari işletmesinin iktisadi ve mali durumunu, borç ve alacak ilişkilerini ve her iş yılı içinde elde edilen sonuçları belirlemek amacıyla, işletmesinin türü ve öneminin gerektirdiği bütün defterleri ve özellikle, diğer kanunların hükümleri saklı kalmak üzere, aşağıdaki defterleri Türkçe olarak tutmak zorundadır. Bu açıklamayla defter tutma gerekliliğine vurgu yapılmıştır.

VUK'un 171. Maddesine göre mükellefler bu kanuna göre tutacakları defterleri vergi uygulaması bakımından aşağıdaki amaçları gerçekleştirecek şekilde tutarlar:

- Mükellefin vergi ile ilgili servet, sermaye ve hesap durumunu belirlemek
- Vergi ile ilgili faaliyet ve hesap sonuçlarını belirlemek
- Vergi ile ilgili işlemleri belli etmek
- Mükellefin vergi karşısındaki durumunu hesap üzerinden kontrol etmek ve incelemek
- Mükellefin hesap ve kayıtlarının yardımıyla üçüncü şahısların vergi karşısındaki durumlarını (Emanet amaçlı değerler dahil) kontrol etmek ve incelemek

¹⁷⁹ Ertaş, s.41

Görüldüğü gibi aslında firmaların kendi mali durumlarını ortaya çıkarmak, oluşan değişiklikleri belirleyebilmek, ortaya çıkan aksaklıkları çözüme kavuşturmak, ilgili kişilere bilgi sunmak ve daha birçok nedenden dolayı defter tutma gereği duymaktadırlar. Bu gereklilik kanunlarla zorunlu hale getirilmiştir. Bir sonraki başlık altında söz konusu bu defterler Vergi Usul Kanunu kapsamında ele alınarak açıklanacaktır.

3.6.2. Muhasebede Tutulacak Defterler

Bu başlık altında firmaların Vergi Usul Kanunu'nun 182. Maddesi kapsamında tutmaları gereken muhasebe defterleri irdelenecektir. Bu madde kapsamına giren defterler günlük defter (yevmiye defteri), büyük defter (defter-i kebir) ve envanter defterinden oluşmaktadır. Ayrıca işletme hesabı defteri de konunun bütünlüğü açısından açıklanacaktır.

3.6.2.1. Günlük Defter (Yevmiye Defteri)

Günlük defter, kayda geçirilmesi gereken işlemlerin tarih sırasıyla ve madde halinde düzenli olarak yazıldığı defterdir. Günlük defterler ciltli ve sayfaları birbirini takip eden sıra numaralı olur. Mükellefler dilediklerinde günlük defter ve tutulması zorunlu diğer defterlerini hareketli yapraklı olarak kullanabilirler.¹⁸⁰

Ticari işlemler günlük deftere tarih sırasına göre ve madde şeklinde işlenir. Ticari işlem nedeniyle borçlanacak ve alacaklanacak hesap günlük deftere işlenirken belirlenir. Günlük defter, muhasebeleştirilmenin gerçekleştirildiği defterdir. Bu nedenle bu defter üzerinde yapılan yanlışlıklar muhasebe kurallarına uygun olarak düzeltilebilir.¹⁸¹

¹⁸⁰ 213 Sayılı Vergi Usul Kanunu, Madde 183

¹⁸¹ Yıldırım ve Tek, s.50

3.6.2.2. Büyük Defter (Defter-i Kebir)

Büyük defter, içinde muhasebe hesaplarının yer aldığı ve günlük deftere geçirilerek muhasebeleştirilmiş olan işlemlerin buradan alınarak usulüne göre hesaplara dağıtıldığı ve sınıflandırıldığı defterdir.¹⁸²

Büyük defterdeki kayıtların en az aşağıdaki bilgileri içermesi gerekmektedir:

- Tarih
- Günlük defter madde numarası
- Tutar
- Toplu hesaplarda yardımcı sonuç hesapların isimleri

Günlük defterde olduğu gibi, büyük defter de ciltli ve sayfaları birbirini takip eden sıra numaralı olur. Ancak bu defterlerin sayfalarının numaralanması günlük defterden ayrı bir özellik gösterir. Aynı numara defterin hem sol hem de sağ sayfasına yazılır.

Büyük defterde hesaplar hesap planındaki sıraya göre açılır.

3.6.2.3. Envanter Defteri

Envanter defterine işe başlama tarihinde ve izleyen her hesap döneminin sonunda çıkarılan envanterler (envanter listeleri) ve bilançolar kaydedilir ve bu tarihe "Bilanço Günü" denir. Envanter defteri ciltli ve sayfaları birbirini takip eden sıra numaralı olur.¹⁸³

3.6.2.4. İşletme Hesabı Defteri

İkinci sınıf tüccarların tutmak zorunda oldukları defterlerdir. Diğer defterler gibi ciltli ve birbirini takip eden sıra numaralıdır. İşletme hesabının sol tarafını gider, sağ tarafını gelir bölümü oluşturur.

¹⁸² 213 Sayılı Vergi Usul Kanunu, Madde 184

¹⁸³ 213 Sayılı Vergi Usul Kanunu, Madde 185

Gider bölümüne satın alınan mallar ya da yaptırılan hizmetler karşılığında ödenen ya da borçlanılan tutarlar ve işletme ile ilgili diğer bütün giderler kayıtlanır. Gelir bölümüne ise satılan mal bedeli ya da yapılan hizmet karşılığı olarak tahsil edilen tutarlarla tahakkuk eden alacaklar ve işletme faaliyetinden elde edilen diğer bütün gelirler kayıtlanır.

Gayrimenkuller ve tesisat gibi amortismanına tabi olan değerler işletme hesabına yerleştirilmez. VUK'un 189. Maddesi uyarınca amortisman kaydı tutulmak koşuluyla bu değerler üzerinden her yıl ayrılan amortismanlar gider olarak kaydedilebilir. Gider ve gelir kayıtlarının en az aşağıdaki bilgileri içermesi gereklidir:¹⁸⁴

- Sıra numarası
- Kayıt tarihi
- İşlemin türü
- Tutar

3.6.3. Elektronik Ortamdaki Kayıtlar ve Defter Düzeni

Firmaların, faaliyetlerini teknolojik gelişmelere paralel olarak gittikçe artan bir yoğunlukta elektronik ortamda sürdürmekte oldukları daha önceki bölümlerde de belirtilmişti. Aynı şekilde muhasebe belgeleri de bu ortamda düzenlenmekte ve muhasebe defterlerine kayıtlar elektronik sistemlerden yararlanılarak yapılmaktadır.¹⁸⁵

Muhasebe sürecinde kullanılan bu belgeler ve muhasebe defterlerine ilişkin kayıtlar konusunda yasal düzenlemeler VUK kapsamında yapılmıştır. Yapılan bu düzenlemeler aşağıdaki gibidir:¹⁸⁶

Maliye ve Gümrük Bakanlığı; mükelleflere, niteliklerini belirlediği elektronik cihazları kullandırmak yoluyla belge düzenletmeye ve kullanılacak özel cihazlardan çıkarılan pulları belgelere ekletmeye yetkilidir. Elektronik cihazlarla

¹⁸⁴ 213 Sayılı Vergi Usul Kanunu, madde 194

¹⁸⁵ Yıldırım ve Tek, s.56

¹⁸⁶ 213 Sayılı Vergi Usul Kanunu, Mükerrer Madde 242

düzenlenen belgeler ile özel cihazlardan çıkarılan pulları içeren belgeler bu Kanun hükümlerine uygun olarak düzenlenmiş belge hükmündedir.

Elektronik cihazların belirlenen niteliklere uygunluğu 06.12.1984 gün ve 3100 Sayılı Kanunun 5. Maddesine göre kurulan komisyonun görüşü alınarak Maliye ve Gümrük Bakanlığı'nca onaylanır.

Maliye ve Gümrük Bakanlığı, elektronik cihazlarla ya da kullanılacak özel cihazlardan çıkarılan pulları eklemek yoluyla belge düzenleme yetkisini; iş grupları, sektörler, bölgeler, yerleşim birimleri, yıllık hasılat tutarları itibariyle ya da sabit bir işyerinde faaliyet gösterilip gösterilmediğine göre ayrı ayrı ya da topluca kullanabilir.

Mükellefler, 3100 Sayılı Kanuna göre nitelikleri belirlenen ödeme kaydedici cihazlar ile birinci fıkrada belirtilen cihazları piyasadan sağlayabilecekleri gibi, Maliye ve Gümrük Bakanlığı'ndan da sağlayabilirler. Maliye ve Gümrük Bakanlığı bu cihazları sağlamaya, zimmet karşılığı vermeye bu konularla ilgili bütçe işlemlerini yapmaya ve diğer usul ve esasları belirlemeye yetkilidir.

Bakanlıkça zimmet karşılığı verilen cihazların bozulması, çalınması gibi nedenlerle kullanılamaz hale gelmesi halinde cihaz bedelinin 6183 Sayılı Kanun hükümlerine göre mükelleften tahsili yoluna gidilir.

Elektronik defter, şekil hükümlerinden bağımsız olarak bu Kanuna göre tutulması zorunlu olan defterlerde yer alması gereken bilgileri kapsayan elektronik kayıtlar bütünüdür.

Elektronik belge, şekil hükümlerinden bağımsız olarak bu Kanuna göre düzenlenmesi zorunlu olan belgelerde yer alan bilgileri içeren elektronik kayıtlar bütünüdür.

Elektronik kayıt, elektronik ortamda tutulan ve elektronik defter ve belgeleri oluşturan, elektronik yöntemlerle erişimi ve işlenmesi mümkün olan en küçük bilgi ögesini ifade eder.

Bu Kanunda ve diğer vergi kanunlarında defter, kayıt ve belgelere ilişkin olarak yer alan hükümler elektronik defter, kayıt ve belgeler için de geçerlidir. Maliye Bakanlığı, elektronik defter, belge ve kayıtlar için diğer defter, belge ve kayıtlara ilişkin usul ve esaslardan farklı usul ve esaslar belirlemeye yetkilidir.

Maliye Bakanlığı; elektronik defter, belge ve kayıtların oluşturulması, kaydedilmesi, iletilmesi, saklanması ve sunulması ile defter ve belgelerin elektronik ortamda tutulması ve düzenlenmesi uygulamasına ilişkin usul ve esasları belirlemeye, elektronik ortamda tutulmasına ve düzenlenmesine izin verilen defter ve belgelerde yer alması gereken bilgileri internet de dahil olmak üzere her türlü elektronik bilgi iletişim araç ve ortamında Maliye Bakanlığı'na ya da belirleyeceği gerçek ya da tüzel kişilere aktarma zorunluluğu getirmeye, bilgi aktarımında uyulacak format ve standartlar ile uygulamaya ilişkin usul ve esasları belirlemeye, bu Kanun kapsamına giren işlemlerde elektronik imza kullanım usul ve esaslarını düzenlemeye ve denetlemeye yetkilidir.

3.6.4. Defter Tutmaya İlişkin Kurallar

Defterlerin tutuluşuna ilişkin bazı kurallar aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Zorunlu defterlerde kayıtlar Türkçe tutulmalıdır.¹⁸⁷
- Defterler mürekkeple ya da makine ile yazılır. Kopya kağıdı kullanılması, ıstampa ve diğer damga araçlarıyla kopya konulması da söz konusudur.¹⁸⁸
- Günlük defter dışındaki defterde yapılan yanlışlıklar yanlış rakam ve yazı okunacak şekilde üstü çizilmek, üst ya da yan tarafına ya da ilgili bulunduğu hesaba doğrusu yazılarak yapılabilir. Defterlere geçirilen bir kaydı kazıyarak, çizerek ya da silerek okunamaz bir hale getirmek yasaktır.¹⁸⁹
- Defterlerde kayıtlar arasında çizilmeksizin boş satır bırakılamaz ve atlanamaz. Ciltli defterlerde, defter sayfaları ciltten koparılamaz. Onaylı hareketli yaprakların da sırası bozulamaz ve yırtılamaz.¹⁹⁰

¹⁸⁷ 213 Sayılı Vergi Usul Kanunu, Madde 184

¹⁸⁸ 213 Sayılı Vergi Usul Kanunu, Madde 216

¹⁸⁹ 213 Sayılı Vergi Usul Kanunu, Madde 217

¹⁹⁰ 213 Sayılı Vergi Usul Kanunu, Madde 218

- İşlemlerin defterlere zamanında kaydedilmesi gerekmektedir. İşlemlerin işin boyutuna ve gereğine uygun olarak muhasebenin düzen ve açıklığını bozmayacak bir zaman içinde kaydedilmesi gereklidir. Yasal düzenlemelere göre bu süre on gündür. Kayıtlarını devamlı olarak muhasebe fişleri, primanota ve bordro gibi yetkili amirlerin imza ve parafını taşıyan düzenli belgelere dayanarak yürüten firmalarda, işlemlerin bunlara işlenmesi, deftere işlenmesi hükmündedir. Ancak bu kayıtların esas defterlere 45 günden daha geç bir sürede aktarılmasına izin verilmemektedir.¹⁹¹

3.6.5. Defterlerin Onaylanması

Tacirlerin tutmakla yükümlü oldukları defterler arasında aşağıda belirtilenlerin onaylanması zorunludur:¹⁹²

- Günlük defterler ve envanter defterleri
- İşletme defteri
- Çiftçi işletme defteri
- İmalat ve İstihsal Vergisi defterleri
- Nakliyat Vergisi defteri
- Yabancı nakliyat kurumlarının hasılat defteri
- Serbest meslek kazanç defteri

Kanunda belirtilmiş olan defterleri kullanacak olanlar, bunları aşağıda yazılı zamanlarda tasdik ettirmek zorundadırlar:¹⁹³

- Defterin kullanılacağı yıldan önce gelen son ayda
- Hesap dönemleri Maliye Bakanlığı tarafından belirlenenler, defterin kullanılacağı hesap döneminden önce gelen son ayda
- Yeniden işe başlayanlar, sınıf değiştirenler ve yeni bir mükellefiyete girenler bu olayların gerçekleştiği tarihten başlayarak on gün içinde

¹⁹¹ 213 Sayılı Vergi Usul Kanunu, Madde 219

¹⁹² 213 Sayılı Vergi Usul Kanunu, Madde 220

¹⁹³ 213 Sayılı Vergi Usul Kanunu, Madde 221

- Vergi muafiyeti kalkanlar, muafıktan çıkma tarihinden başlayarak on gün içinde
- Onaylanması gereken defterlerin dolması nedeniyle ya da çeşitli nedenlerle yıl içinde yeni defter kullanmak zorunda olanlar bunları kullanmaya başlamadan önce

Defterlerini ertesi yılda da kullanmak isteyenler Ocak ayı, hesap dönemleri Maliye Bakanlığı'nca belirlenenler bu dönemin ilk ayı içinde onaylarını yenilemek zorundadırlar.¹⁹⁴ Defterler, iş yerinin, iş yeri olmayanlar için ikametgahın bulunduğu yerdeki noter ya da noterlik görevini yürütmekle yükümlü olanlar tarafından; menkul kıymet ve kambiyo borsası acenteleri için borsa komiserliği tarafından onaylanır.¹⁹⁵

¹⁹⁴ 213 Sayılı Vergi Usul Kanunu, Madde 222

¹⁹⁵ 213 Sayılı Vergi Usul Kanunu, Madde 223

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

E-TİCARET FİRMALARI İÇİN MUHASEBE ÖRGÜTLENMESİ ve KURAMSAL UYGULAMA

Bu bölümde, buraya kadar aktarılan tüm bilgilerin ışığı altında, E-Ticaret ve muhasebe arasındaki ilişki üzerinde durularak kuramsal bir uygulama yardımıyla konu daha da somut bir hale getirilmeye çalışılacaktır. Bu kapsamda, konu örnek olaylar yardımıyla aktarılacak ve özellikli bazı durumlar üzerinde durulacaktır.

4.1. E-TİCARET VE MUHASEBE

Örgüt, örgütlenme ve muhasebenin bu kavramlarla olan ilişkisi ile birlikte muhasebenin örgütlenmesi ile ilgili önceki bölümde genel açıklamalara yer verilmişti. Bu bölümde, günümüzde çok hızlı bir şekilde ekonomik hayata giren E-Ticaret kavramının muhasebe ile olan etkileşimi üzerinde durulacaktır. Ekonomik hayatta faaliyet gösteren bütün birimlerin az ya da çok muhasebe ile bir ilişkisi bulunmaktadır. Bu nedenle bu bölümde E-Ticaret ve muhasebe arasındaki ilişki irdelenecektir.

4.1.1. E-Ticaretin Muhasebe Sistemine Etkileri

Öncelikle klasik ve kapsamlı bir muhasebe tanımının yapılmasında büyük fayda vardır. Ekonomik açıdan ele alındığında muhasebe, işletme içi ve işletmeler arası karşılıklı ilişkilerden doğan, tamamen ya da kısmen mali nitelikte olan, para ile ifade edilebilen, işlemlere ilişkin bilgilerin; toplanması, kaydedilmesi, sınıflandırılması ve düzeltilmesi, anlamlı ve güvenilir bir şekilde özetlenmesi, denetlenmesi, raporlanması ve yorumlanması, sonuçların işletme ile ilgili kişi ve kurumlara iletilmesi fonksiyonlarını yerine getiren teknik, sanat ve uygulama yönleri olan bir bilim olarak tanımlanabilmektedir.¹⁹⁶

Günümüzde E-Ticaret hacmi çok uluslu Amerikan firmalarının öncülüğünde tüm dünyada hızla yayılmaktadır. Türkiye’de de şirketler kesimi daha geniş müşteri kitlesine ulaşabilmek, ticari faaliyetlerini değişen koşullara adapte edebilmek

¹⁹⁶ Yıldırım ve Tek, s.11

amacıyla bu alana yönelmeye başlamışlardır.¹⁹⁷ Burada önemli olan nokta, E-Ticaret işlemlerinden kaynaklanan işlemlerin, muhasebe ilkeleri doğrultusunda kayıt altına alınmasının geleneksel ekonomideki faaliyetlerden çok farklı olmamasıdır. Ayrıca, böyle bir farklılığın olmaması herhangi bir karışıklığın ortaya çıkma olasılığını da azaltmaktadır.¹⁹⁸

E-Ticaret kavramı ekonomik hayatın içine girdikçe, ister küçük ya da orta ölçekli olsun ister büyük ölçekli işletme olsun, ekonomik hayatın herhangi bir kulvarında faaliyet gösteren tüm firmalar, E-Ticaret pastasından dilim almaya çalışmaktadırlar. Bu yönde elektronik ortamda kurulan işletmelerin sayısı arttıkça muhasebe bilimine daha çok gereksinim duyulmakta; elektronik iş danışmanlarına, E-Ticaret muhasebecilerine, elektronik denetim müşavirlerine olan talep de hızla artmaktadır. E-Ticarete gösterilen ilgi, muhasebeci, denetçi ve müşavirlerin de E-Ticaretin beraberinde getirdiği muhasebe tekniklerine odaklaşmalarını gerekli kılmaktadır.¹⁹⁹

İnternet ortamında yürütülen E-Ticaret gün geçtikçe önemli bir boyut kazanmaktadır. Bu doğrultuda internet ortamında elektronik ortamda ticaret yapan işletmelerin bağımsız denetimleri de önemli ve yeni risk unsurları taşımaktadırlar. Bu risklerin tanınması ve bu risklere karşı tedbir alınması doğrultusunda IFAC²⁰⁰ tarafından yeni bir yönerge yayınlanmıştır. Söz konusu yönergenin adı Finansal Tabloların Denetiminde E-Ticaretin Etkisi (Elektronic Commerce - Effect on the Audit of Financial Statements.) bu yönergenin kapsamı aşağıdaki öğeleri bünyesinde barındırır.²⁰¹

- Denetimde 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

¹⁹⁷ Nuri Karataş ve Murat Yılmazsoy, "Sorular ve Cevaplar", **Vergi Dünyası Dergisi**, Maliye Hesap Uzmanları Derneği Yayını, Sayı: 234, Şubat 2001, s.182

¹⁹⁸ Jale Akkaş, "Elektronik Ticaret ve Elektronik İş Uygulamaları Muhasebe ve Finansal Raporlamayı Nasıl Etkileyecek", **Active Bankacılık ve Finans Dergisi**, Yıl:2, Sayı:4,2000, s.82

¹⁹⁹ Akkaş, s.78

²⁰⁰ IFAC: The International Federation of Accountants - Uluslararası Muhasebeciler Federasyonu

²⁰¹ <http://www.tmud.org.tr/bulten%208.htm>, 02.06.2007

- E-Ticaretle uğraşan işletmelerin iç kontrol sistemlerinin incelenmesinde karşılaşılan işlemin doğruluğu ve bilginin güvenilirliği gibi endişeler
- Elektronik kayıtların denetim kanıtları üzerindeki etkisi

Tespit edilen sorunların bazıları İnternet üzerinden yapılan işlemlerde yeni iş modellerinin kullanılmasından kaynaklanmakta, bazı sorunlar ise eski ekonomi faaliyetlerini ilgilendirmektedir. İnternet sitelerinde rastlanan reklam iş ortaklıkları, kupon ve iade promosyon programları, sermaye piyasası araçları aslında eski ekonominin faaliyetleridir. Bu bağlamda ABD SPK'sı İnternet üzerinden yapılan işlemlerin muhasebeleştirilmesinde mümkün olduğunca, eski ekonomideki muhasebe modellerinin esas alınması görüşündedir.²⁰²

4.1.2. E-Ticaret ve Muhasebe Düzeni

Bu başlık altında, muhasebe düzeni ile açıklanmak istenen muhasebe verilerinin oluşturulmasını sağlayan defter ve belgeler üzerinde durulacaktır. Tüm çağdaş vergi sistemlerinde olduğu gibi Türk vergi sistemi de beyan esasına dayanmaktadır. Beyanın dayanağı ise yasal defterler ve belgelerdir.

Kanunların belirttiği usul ve yöntemlere uygun olarak tutulmuş defterler, sahipleri lehine delil olmaktadır.²⁰³ Bu açıklamadan yola çıkılarak, belgelere dayandırılarak, gerekli kanuni zorunluluklar yerine getirilerek yapılan beyanlar doğru kabul edilmektedir denebilir.

E-Ticaret, kağıdın kullanılmadığı bir ortamda diğer bir deyişle sanal bir platformda gerçekleştirilmektedir. Bu ticarete ilişkin defter ve belge kayıtlarının da doğal olarak bu sanal ortamda gerçekleşeceğinin kabul edilmesi gerekir. Ancak mevcut düzenlemeler sanal ortamdaki kayıtların kağıda aktarılmadığı sürece geçerli kabul edilmeyeceğini vurgulamaktadır. Yürürlükteki sistem bir bütün olarak değerlendirildiğinde bunun gerekli olduğu da kuşkusuzdur. Çünkü sanal ortamdaki kayıtların ve belgelerin değiştirilebilmesi; böylece özellikle de belge düzeni konusunda getirilen hükümlerin delinerek vergi kaybına yol açılması mümkündür. Diğer bir deyişle, hukuk düzeni, ticari ilişkilerde, bir ticari belgenin kabul edilmesi ve geçerliliğini ve söz konusu ticari ilişkinin ispatını yazılılık koşuluna bağladığında,

²⁰² Akkaş, s.79

²⁰³ Altuğ, s.230

bilgisayar kayıtlarının delil olarak kullanılabilmesinden söz edilememektedir. Bu durumda kağıt belge ile bilgisayar kayıtlarının aynı hukuki tanımlamadan yararlanması bir yasa konusudur ve bu yasayla hukuken aynı sonucu doğuracak bilgisayar kayıtlarının, güvenilirlik ve değiştirilemezlik açısından hangi kurallara bağlı olacağı, nasıl saklanacağı belirlenmek durumundadır.²⁰⁴

Yukarıdaki açıklamadan da anlaşılacağı üzere defter ve muhasebe kayıtlarının belgelere dayanması gerekliliği söz konusu kayıtların delil oluşturabilmesi açısından çok önemlidir. E-Ticaret ortamındaki belge düzeni ile ilgili sorunların aşılması durumunda defter ve muhasebe düzenine ilişkin sorunlar da aşılmış olacaktır. E-Ticaret ortamında belge düzeni konusundaki karşılaşılabilecek sorunlar ise şöyle özetlenebilir:

- Sistemde kullanılan belgelerin kontrol edilerek kayıt dışının önüne geçilmesi
- Alıcı ve satıcının yüz yüze gelmediği bu ortamda kişilerin kimlikleri konusundaki bilgilerin doğruluğunun garanti edilmesi

Bu iki sorunun aşılması için belge düzeni konusunda mevcut işleyişteki işlevlerin elektronik ortama uyarlanması gerekmekte olup mükelleflerin bu konuda yetkilendirilmiş ve teknik koşulları Maliye Bakanlığının koordinasyonluğunda belirlenmiş web sitelerinden belgelerini temin etmeleri sağlanabilir.²⁰⁵

E-Ticaret ulusal ve uluslararası boyutta ele alındığında, tutulması gereken kayıtların Birleşmiş Milletler İstatistik Ofisi (UNSTAT), EUROSTAT vb. uluslararası kuruluşların tanım ve standartlarına uygun olması gerekir. Ancak, E-Ticarete konu olan gayri fiziki malların uluslararası bir standart tanımlaması oluşturulmadığından, bu alandaki gelişmeler izlenmekte ve diğer ülkelerin istatistik kurumları ile gerekli temaslar sürdürülmekte olup, ülkemizde uygulanacak standartların belirlenmesi çalışmaları söz konusu gelişmeler sonucunda başlatılacaktır.

²⁰⁴ Billur Yaltı Soydan, "E-İmza ve E-Belge: Kağıtsız ve Mürekkepsiz Dünyada Hukuk-1", **Vergi Sorunları Dergisi**, Sayı: 151, Nisan 2001, s.135

²⁰⁵ İsmail Güneş, "Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesi" 8. Türkiye'de İnternet Konferansı, 19-21 Aralık 2002, İstanbul, s.12-13

E-Ticaretin ölçümü ve gelişiminin takip edilmesinde karşılaşılan güçlüklerin giderilmesi için;

- Mevcut sınıflama yapısına ilave bir kod sisteminin geliştirilmesi,
- İşyerleri tarafından tutulan muhasebe kayıtlarının içinde E-Ticaretin ayrı bir kalem olarak tutulmasının sağlanması çözüm olarak önerilmektedir.²⁰⁶

4.2. KURAMSAL BİR UYGULAMA

Buraya kadar yapılan açıklamalarda, E-Ticaretin yeni ve gelişen bir model olduğu, çeşitli ödeme araçları ile farklı ülkelerde bulunan kullanıcıların bile birbiriyle çeşitli unsurları paylaşabildikleri üzerinde duruldu. Çalışmanın bundan sonraki bölümünde E-Ticaret işlemlerinin muhasebeleştirilmesi, örnek bir uygulama yardımıyla açıklanacaktır.

Öncelikle E-Ticaret uygulamalarından kaynaklanan ve muhasebeye konu olan işlemlerin muhasebeleştirilmesinde farklı bir sistemin kullanılmadığının belirtilmesi gerekmektedir. Başka bir deyişle halen yürürlükte bulunan Tek Düzen Hesap Planı kapsamındaki kullanılan hesaplar ile gerçekleştirilen kayıtlama süreci E-Ticaret firmaları için de hiçbir farklılık olmaksızın geçerlidir. Burada önemli olan nokta bir sonraki bölümde de aktarılacağı üzere hangi işlemin hangi hesap ve düzenleme kavramına girdiğinin doğru tespit edilmesidir. Ayrıca söz konusu işlemlerle ilgili alt hesap tanımlamalarının, İnternet ve E-Ticaret için ayrıntılı ve açıklayıcı bir şekilde yapılması da çok büyük önem taşımaktadır.

Uygulamaya geçmeden önce E-Ticaret işlemlerinin muhasebeleştirilmesi ile ilgili bazı genel açıklamalara yer verilmiştir.

4.2.1. Firma Hakkında Genel Bilgiler

Günsel Elektronik Hizmetler A.Ş. İzmir’de tek merkezde faaliyet gösteren bir firmadır. Fiziksel mağazası bulunmayan firma sadece İnternet üzerinden satış yapmaktadır. Firmanın müşterileri arasında son tüketiciler olduğu gibi kurumsal bazı firmalar da bulunmaktadır. Bu firmanın satışlarını gerçekleştirdiği www.bakkal.com

²⁰⁶ <http://eticaret.garanti.com.tr/icerik/goster.asp?t=a&c=4&i=031120011717421023201084705>,
01.08.2007

isimli bir web sitesi bulunmakta ve bu web sitesi Günsel Elektronik Hizmetler A.Ş.'nin tescilli bir markasıdır.

İnternet üzerinden çok farklı ürünler satan firmanın web sitesinden alışveriş yapılabilmesi için siteye ücretsiz üye olunması gerekmektedir. Sipariş verilen ürünler yaklaşık olarak 3-4 iş günü içerisinde müşterinin adresine teslim edilmektedir. Firmaya yapılan ödemelerin büyük bir çoğunluğu kredi kartı aracılığıyla yapılmaktadır. Firma, Ateşbank ile anlaşmalıdır ve kredi kartlarıyla yapılan ödemeler bu bankanın İzmir ili Kordon Şubesi'nde toplanmaktadır. Müşteriler söz konusu bankanın kredi kartını kullanarak alışveriş yaptıklarında, yaptıkları alışverişin %1'i oranında puan toplamaktadırlar. Topladıkları bu puanları daha sonraki alışverişlerinde para olarak kullanabilmektedirler.

Firma ürünlerinin dağıtımını anlaşmalı olduğu kargo firmaları aracılığıyla yapmaktadır. Kargo ücretleri firma tarafından değil, satın alma işlemi gerçekleştiren müşteriler tarafından karşılanmaktadır. Sadece belli ürünlerin satışında promosyon olarak kargo ücretleri Günsel A.Ş. tarafından karşılanmaktadır.

4.2.2. Firmanın Hesap Planı

İşletmelerde ticari faaliyetler nedeni ile sermaye unsurlarında oluşan değişikliklerin saptanmasında kullanılan hesaplar bir plana göre açılırlar. Açılan bu hesapları içeren şemaya "Hesap Planı" adı verilir. Hesap planları, belli kuralları temel alarak muhasebe bilgilerinin organize edilmesini ve sistemleştirilmesini sağladığından, muhasebe bilgi sisteminin temel taşlarından biridir. İşletmenin nitelik ve faaliyetine uygun olarak seçilmiş bir hesap planı, muhasebenin işletme yönetiminde etkili olmasında en büyük yardımcıdır.²⁰⁷

Daha önce de belirtildiği gibi, E-Ticaret işlemlerinin muhasebeleştirilmesi konusunda hesapların ayrıntılı olarak ve firma gereksinimlerine uygun bir şekilde düzenlenmesi son derece önem taşımaktadır. Firmanın kendi içinde oluşturduğu hesap planı bir sonraki sayfadadır.

²⁰⁷ Yıldırım ve Tek, s.78

- 100 KASA
100.00 YTL Kasası
- 102 BANKALAR
102.01 Ateşbank Kordon Şubesi
102.02 Demirbank Konak Şubesi
- 103 VERİLEN ÇEKLER ve ÖDEME EMİRLERİ
103.01 Ateşbank Kordon Şubesi
- 108 DİĞER HAZIR DEĞERLER
108.01 Elektronik Paralar
108.02 Elektronik Çekler
- 120 ALICILAR
120.01 Kerim Balkan
120.02 Ateşbank Kordon Şubesi
120.03 Ali Çetinkaya
- 153 TİCARİ MALLAR
153.01 Cep Telefonları
153.02 Spor Aletleri
153.03 Elektronik Aletler
- 180 GELECEK AYLARA AİT GİDERLER
180.01 Abonelik ve Aidat Giderleri
- 280 GELECEK YILLARA AİT GİDERLER
280.01 Abonelik ve Aidat Giderleri
- 191 İNDİRİLECEK KDV
- 220 ALICILAR
220.03 Ali Çetinkaya
- 255 DEMİRBAŞLAR
255.01 Bilgisayarlar
- 260 HAKLAR
260.01 Tescil Giderleri
- 265 WEB SİTESİ KULLANIM GİDERLERİ
- 268 BİRİKMİŞ AMORTİSMANLAR
268.01 Web Sitesi
268.02 Marka Hakları
- 391 HESAPLANAN KDV
- 600 YURTIÇİ SATIŞLAR
600.01 Cep Telefonları
600.02 Spor Aletleri
- 601 YURTDIŞI SATIŞLAR
601.01 Elektronik Aletler

- 611 SATIŞ İSKONTOLARI (–)
 - 611.01 Elektronik Aletler İskontoları
- 621 SATILAN TİCARİ MALLAR MALİYETİ
- 760 PAZARLAMA SATIŞ VE DAĞITIM GİDERLERİ
 - 760.01 Dışardan Sağlanan Fayda ve Hizmetler
 - 760.01.01 ADSL Abonelik ve Aidat Giderleri
 - 760.02 İnternet Reklamları
- 770 GENEL YÖNETİM GİDERLERİ
 - 770.01 Demirbaş Eşya Bakım ve Onarım
 - 770.02 Amortismanlar ve Tükenme Payları
 - 770.02.01 Web Sitesi
 - 770.02.02 Marka Hakları
 - 770.03 Dışarıdan Sağlanan Fayda ve Hizmetler
 - 770.03.01 ADSL Abonelik ve Aidat Giderleri
 - 770.04 Banka Komisyon Giderleri

Çalışmada, firmanın aylık mali tablo düzenlediği ve sürekli envanter yöntemini kullandığı var sayılmıştır. Sürekli envanter yöntemi ile satılan ticari mallar anında stoktan düşülmekte ve ilgili gelir tablosu hesaplarına aktarılmaktadır. Çalışmada sürekli envanter yönteminin kullanılma nedeni, verilen örneklerde satılan ticari malların stoktan düşürülmesi işlemi anında gösterebilmektir.

4.2.3. Firmanın Sipariş Sistemi

Firma hakkında genel bilgiler verilirken de değinildiği gibi www.bakkal.com sitesinden alışveriş yapılabilmesi için üyelik formunun doldurularak sisteme üye olunması ve üye tarafından belirlenen kullanıcı adı ve şifre ile siteye giriş yapılması gerekmektedir. Şekil-3'te sisteme ait örnek bir üyelik formu sunulmaktadır.

Şekil-3'te gösterildiği gibi, sisteme üye olmak isteyen bir kişi, üyelik formunda yer alan ad, soyad, e-posta adresi, telefon numarası gibi kişisel bilgilerini sisteme tanımlamaktadır. Üyelik işlemleri tamamlandıktan sonra kişi ile iletişim, bu üyelik formunda tanımlanmış olduğu e-posta adresi ve telefon numarası aracılığı ile sağlanır. Ancak üye, istediği zaman bu bilgilerini değiştirerek bilgilerini güncelleyebilmektedir. Üye kişinin istemesi durumunda kampanyalar, yeni ürünler, indirim fırsatları gibi haberler düzenli olarak üyenin tanımlanmış olduğu e-posta adresine ulaştırılmaktadır.

Şekil 3 - Örnek Üyelik Formu

Sizi de www.bakkal.com üyeleri arasında görmekten mutluluk duyacağız. Üye olmak için lütfen aşağıdaki formu doldurunuz.

Üyelik Bilgileri

İsim * : Kerim
Soyisim * : Balkan
E-Posta * : kerim.balkan@hotmail.com
Doğum Tarihi * : 27 / 02 / 1975
Cinsiyet * : Kadın Erkek

İletişim Bilgileri

Ülke * : Türkiye
Şehir * : İzmir
İlçe * : KONAK
Telefon No * : +90-232 5411616
Dahili No :
Cep Telefon : +90- 555 6626677

Üyelik Şifresi

Mağazamızın güvenli bölgelerinde kullanacağınız bir şifre seçiniz.
Şifreniz en az 5 karakter uzunluğunda olmalıdır. Lütfen şifrenizi kimseye paylaşmayınız. Şifreniz ilk girilenden farklı

Şifre * : *****
Şifre Tekrar * : *****

Bizi Nereden Duydunuz?

Tanıdıklarımdan
 Arama Motoru
 İnternet Siteleri
 Gazete ve Dergiler
 Televizyon
 Bilbord
 Radyo
 Diğer

bakkal.com'a Katıl

* (*) Doldurulması zorunlu alanlar.

www.bakkal.com, çalışmanın Kredi Kartı ile Ödeme başlığı altında açıklanan SSL güvenlik protokolüne sahiptir. Satın alma aşamasında üye, SSL güvenlik protokolü ile bilgilerinin güvenli bir şekilde korunduğu ve bu bilgilere başka kişiler tarafından erişim olanağının bulunmadığı konusunda bilgilendirilir. Bu sistem şöyle çalışmaktadır: Günsel A.Ş. "Verisign"dan almış olduğu güvenlik sertifikasını www.bakkal.com'dan, alışveriş yapacak olan üyesinin sistemine yükler. Üye, sitenin güvenli bölgesine eriştiğinde, SSL sayesinde www.bakkal.com ile kendi arasında gidip gelen bilgiler şifrelenerek taşınmaktadır. Satın alma işlemleri sırasında üye ile www.bakkal.com arasındaki hatta erişilse bile bu şifreleme nedeniyle bilgilere erişim olanaksız denecek kadar zordur.

Yukarıda da açıklandığı gibi ilk aşama, kişinin üye olarak sisteme giriş yapmasıdır. Bu noktadan sonra üye, kategori sayfalarından ürün kategorisi seçerek ya da arama özelliğini kullanarak satın almak istediği ürünün sayfasına ulaşabilmektedir. Bu sayfada, söz konusu ürüne ait, ürünün üretici firmasından edinilen resmi bilgiler ve teknik özellikler üyenin bilgisine sunulur. Üye ürünü almaya karar verdiği zaman ürünü sanal alışveriş sepetine koyar ve ödeme yapmak için yine sanal olan bir kasaya yönlendirilir.

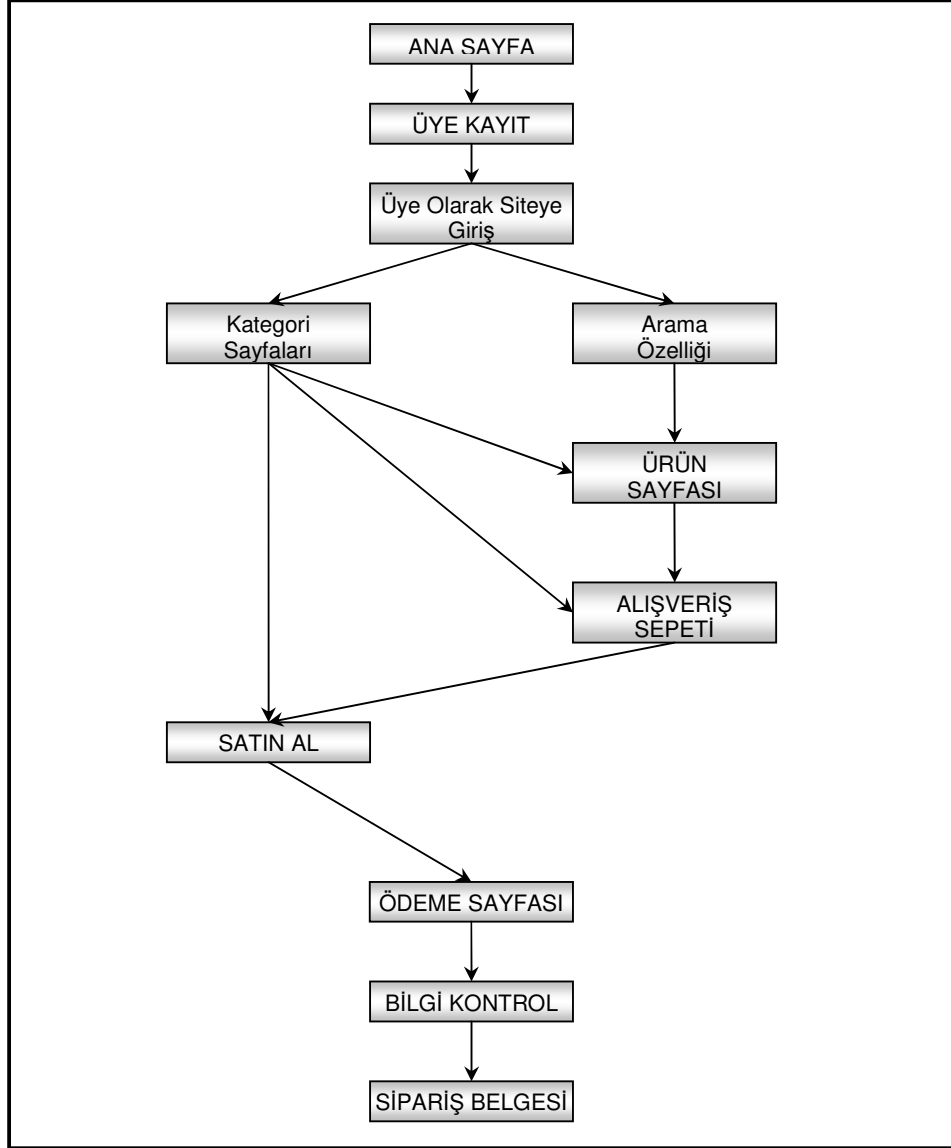
Üye, “satın al” butonunu tıkladıktan sonra, faturalandırma işlemleri başlamaktadır. Üyenin sepetinde toplanan ürünlerin ya da seçilen tek bir ürünün teslimat seçeneği üye tarafından belirlendikten sonra toplam tutar üye tarafından onaylanması için son bir kere daha görüntülenmektedir. Üye, bilgilerin doğruluğunu onaylayarak sipariş verme işlemlerini tamamlamaktadır. www.bakkal.com tarafından üyeye, siparişinin durumunu kontrol edebilmesi için bir sipariş numarası atanmaktadır.

Üyenin onayından sonra, ödeme bilgileri Günsel A.Ş.'nin anlaşmalı olduğu Ateşbank Kordon Şubesine gönderilerek ödeme bilgilerinin doğruluğunun kontrol edilmesi aşaması gelmektedir. Banka, işlemin onaylandığına ya da onaylanmadığına dair bilgileri tekrar Günsel A.Ş.'ye bildirmektedir. Bu aşamada satın alma işlemi ile ilgili ödeme bilgilerinin doğrulandığı ve satış işleminin onaylandığına ilişkin bir e-mail, üyenin sistemde kayıtlı bulunan e-mail adresine gönderilmektedir.

Bu noktadan sonra yapılacak olan işlemler lojistik olarak ürünün üye müşteriye, belirtmiş olduğu teslimat adresinde teslimi ile ilgilidir.

Şekil 4'te firmanın sipariş ve ödeme sistemine ilişkin bir akış şeması gösterilmektedir.

Şekil 4 - Sipariş Süreci



4.2.4. E-Ticaret İle İlgili Harcamaların Muhasebeleştirilmesi

Bu alt başlık altında, firmanın E-Ticaret amaçlı bir yapacağı harcamaların ve E-Ticaret işlemlerinin üzerinde durulacaktır.

4.2.4.1. Temel Harcamaların Muhasebeleştirilmesi

Günsel A.Ş. E-Ticaret işlemlerinde kullanmak üzere, Bilgisayar A.Ş.'den 5 adet bilgisayar satın almıştır. Bu bilgisayarlar arasında bir ağ oluşturulacak ve

siparişler bu bilgisayarlardan takip edilecektir. Söz konusu bilgisayarların fiyatı 1.250-YTL+KDV'dir.²⁰⁸ Ayrıca firma, bilgisayarlar arasında bir ağ kurulumu için de yine Bilgisayar A.Ş.'den teknik destek hizmeti almıştır. Bilgisayar A.Ş.'nin vereceği bu hizmet karşılığında Günsel A.Ş.'nin ödeyeceği tutar 300,00-YTL+KDV'dir.

5 adet bilgisayar 08.08.2007 tarihinde Günsel A.Ş.'ye teslim edilmiştir. Firma bilgisayarların bedelini Ateşbank bankasının çekini keşide ederek ödemiştir. Ağ kurulumu da bilgisayarların teslim edildiği gün gerçekleştirilmiş olup firma, bu işlem karşılığı olan 300,00-YTL+KDV'yi nakit olarak ödemiştir.

Bilgisayarların satın alınması ile ilgili muhasebe kaydı

08/08/2007	
255 DEMİRBAŞLAR 255.01 Bilgisayarlar	6.250,00-
191 İNDİRİLECEK KDV	1.125,00-
103 VERİLEN ÇEKLER ve ÖDEME EMİRLERİ 103.01 Ateşbank Kordon Şubesi	7.375,00-
/	

Ağ kurulumuna ilişkin muhasebe kaydı

08/08/2007	
770 GENEL YÖNETİM GİDERLERİ 770.01 Demirbaş Eşya Bakım ve Onarım	300,00-
191 İNDİRİLECEK KDV	54,00-
100 KASA 100.00 YTL Kasası	354,00-
/	

Günsel A.Ş., E-Ticaret yapabilmek için kullanması zorunlu İnternet hizmetlerinden yararlanabilmek için Telekom A.Ş.'den ADSL aboneliği başlatmıştır. Firma, ADSL aboneliğinin bir yıllık ücreti olan 732,00- YTL+KDV'yi peşin olarak 12.08.2007 tarihinde ödemiştir. Firma, adı geçen abonelik giderinin %20'sini yönetim gideri, geri kalan %80'inini pazarlama ve satış gideri olarak paylaşmaktadır.

²⁰⁸ Çalışmada KDV oranı %18 olarak alınacaktır.

Söz konusu abonelik giderine ilişkin tutar peşin olarak ödenmiştir. Ancak, yapılan harcamanın bir bölümü Ağustos 2007 - Aralık 2007 dönemine ait; geri kalan kısmı da Ocak 2008 - Temmuz 2008, diğer bir deyişle gelecek döneme aittir. Muhasebenin dönemsellik ilkesi gereği 2007 ve 2008 dönemine ait giderler ayrı ayrı hesaplanarak uygun hesaplarda gösterilmelidir. Bu işleme ilişkin hesaplama aşağıdaki gibi olacaktır:

1 Ay başına düşen gider	$732,00\text{- YTL} \div 12 \text{ Ay} = 61,00\text{- YTL}$
Ağustos 2007 – Aralık 2007	$61,00\text{- YTL} \times 5 \text{ Ay} = 305,00\text{- YTL}$
Ocak 2008 – Temmuz 2008	$61,00\text{- YTL} \times 7 \text{ Ay} = 427,00\text{- YTL}$

Yapılan hesaplardan da anlaşılacağı gibi, 2007 dönemine ait 5 aylık (Ağustos - Aralık) 305,00- YTL tutarındaki gider, içinde bulunulan yıla aittir; bu giderlerin 180 GELECEK AYLARA AİT GİDERLER hesabı altında muhasebeleştirilmesi gerekmektedir. İçinde bulunulan yıla ait dönemler geldikçe ilgili maliyet hesaplarına aktarım yapılır. 2008 yılına ait olan 427,00- YTL tutarındaki giderler, bir hesap dönemini aşan giderler olduğu için duran varlıklar grubu altında yer alan 280 GELECEK YILLARA AİT GİDERLER hesabı altında muhasebeleştirilir.

ADSL aboneliğine ilişkin muhasebe kaydı

12/08/2007	
180 GELECEK AYLARA AİT GİDERLER <i>180.01 Abonelik ve Aidat Giderleri (Ağustos 2007 - Aralık 2007)</i>	305,00-
280 GELECEK YILLARA AİT GİDERLER <i>280.01 Abonelik ve Aidat Giderleri (Ocak 2008 - Temmuz 2008)</i>	427,00-
191 İNDİRİLECEK KDV	131,76-
100 KASA <i>100.00 YTL Kasası</i>	863,76-
/	

Ağustos ayı sonunda, ilgili aya ait abonelik giderinin %20'si 770 GENEL YÖNETİM GİDERLERİ hesabına; %80'i 760 PAZARLAMA SATIŞ VE DAĞITIM GİDERLERİ hesabına aktarılacaktır.

Ağustos ayı sonunda gerçekleşen giderin ilgili maliyet hesaplarına aktarılması

31/08/2007		
760 PAZARLAMA SATIŞ VE DAĞITIM GİDERLERİ	48,80-	
760.01 Dışarıdan Sağlanan Fayda ve Hizmetler		
760.01.01 ADSL Abonelik ve Aidat Giderleri	48,80- YTL	
770 GENEL YÖNETİM GİDERLERİ	12,20-	
770.03 Dışarıdan Sağlanan Fayda ve Hizmetler		
770.03.01 ADSL Abonelik ve Aidat Giderleri	12,20- YTL	
180 GELECEK AYLARA AİT GİDERLER		61,00-
180.01 Abonelik ve Aidat Giderleri (Ağustos 2007)		
/		

4.2.4.2. Web Sitesi Maliyetleri

Web sitesi kurma maliyetleri İnternet şirketlerinin en önemli maliyet kalemlerindedir. Bu maliyetler şirket bünyesinde geliştirilen yazılımlara benzemektedir.²⁰⁹ Web sitesi geliştirme faaliyetleri beş aşamada incelenebilir. Buna bağlı olarak web sitesi için yapılan harcamaların muhasebeleştirilmesi yapılaş aşamalarına göre farklılık göstermektedir. Özelliklerin ve amaçların tanımlanması, alternatiflerin değerlendirilmesi ve tercihlerin ortaya konması gibi planlama aşaması maliyetleri ortaya çıktığında gider yazılır. Alan adı sahip olma, donanım geliştirme gibi web sitesi uygulaması ve altyapı geliştirme aşaması maliyetleri aktifleştirilir. Web sayfasının görünümü için yapılan tasarım harcamalarının yer aldığı üçüncü aşamada oluşan maliyetler aktifleştirilir. İçerik geliştirme aşamasında oluşan maliyetler gider yazılır. Site grafiklerini güncelleme, web sitesinin işletimi için gerekli personelin eğitimi gibi web sitesinin yönetilmesine ilişkin olarak ortaya çıkan maliyetler gider yazılır.²¹⁰

Öncelikle web sitesinin hangi bilanço tarafında, hangi kalem altında yer alacağını belirlemek gerekmektedir. Web sitesi, işletmenin sahip olduğu bir varlıktır; o halde bu konuyla ilgili yapılacak işlemler bilançonun aktif kısmını

²⁰⁹ Akkaş, s.83

²¹⁰ Akın Akbulut, "Bilgisayar Yazılımı ve Web Sitesi Geliştirme Maliyetlerinin Muhasebeleştirilmesi", **Vergi Dünyası Dergisi**, Sayı:287, Temmuz 2005, s.43-46.

etkilemektedir. 1 Sıra No'lu Muhasebe Sistemleri Uygulama Genel Tebliği'nde yer alan hesap açıklamalarında 26 numaralı Maddi Olmayan Duran Varlıklar hesap grubunun açıklamasına bakıldığında durum daha da netlik kazanacaktır. Söz konusu açıklama şöyledir:

“Maddi Olmayan Duran Varlıklar, herhangi bir fiziksel varlığı bulunmayan ve işletmenin belli bir şekilde yararlandığı veya yararlanmayı beklediği aktifleştirilen giderler ile belli koşullar altında hukuken himaye gören haklar ve şerefiyelerin izlendiği hesap grubudur.”²¹¹

Web sitesi giderlerinin maddi duran varlıklar grubu içinde aktifleştirilmesi uygun bir yöntem gibi görünmemektedir. Çünkü maddi duran varlıklar, işletme faaliyetlerinde kullanılmak üzere edinilen ve tahmini yararlanma süresi bir yıldan fazla olan fiziki varlık kalemlerinin ve bunlarla ilgili birikmiş amortismanların izlendiği hesap grubudur.²¹² Açıklamadan da anlaşılacağı gibi varlığın fiziksel bir yapıya sahip olması temel unsurdur. Ancak web sitesi, firmanın sahip olduğu fiziki bir varlık değil; sanal ortamda sahip olduğu bir varlıktır.

Bu açıklamaların ışığı altında web siteleri maddi olmayan duran varlıklar içinde kendine yer bulması gerektiğini söylemek daha doğru olacaktır. Çözüme kavuşturulması gereken bir diğer konu da Tek Düzen Hesap Planı'nda “web sitesi kullanım giderleri” adı altında bir hesabın bulunmamasıdır. Böyle bir durumda ne yapılacağı konusunda benzer bir olgudan yola çıkılarak çözüm bulunabilir. Örneğin; kredi kartı satışlarının çok yoğun olduğu işletmelerde önemlilik kavramına uygun olarak kredi kartı slipleri tutarları ayrı bir bilanço hesabı kapsamında izlenebilir. Bu amaçla “10 Hazır Değerler” grubunda boş bulunan hesaplardan işletmeler için uygun olan ve kullanılmayan bir hesap -104, 105, 106, 107- kredi kartı slipleri için kullanılabilir. Kredi kartı slipleri için boş bir hesabın kullanılması durumunda bu hesap, kart türlerine (visa, mastercard vb.); taksitli satışlarda sliplerin vadelerine vb. özelliklerine göre bölümlenebilir.²¹³ Buradan hareketle, web sitesi maliyetleri için de böyle bir hesap oluşturulabilir.

²¹¹ 1 SIRA NO' LU MUHASEBE SİSTEMİ UYGULAMA GENEL TEBLİĞİ, 26.12.1992 Tarih ve 21447 Mükerrer Sayılı Resmi Gazete

²¹² 1 SIRA NO' LU MUHASEBE SİSTEMİ UYGULAMA GENEL TEBLİĞİ, 26.12.1992 Tarih ve 21447 Mükerrer Sayılı Resmi Gazete

²¹³ Yıldırım ve Tek, s.175 (Ayrıca bkz. 2 Sıra No'lu Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliği)

Günsel A.Ş., 18.08.2007 tarihinde E-Ticaret işlemlerini gerçekleştireceği web sitesinin tasarımı için Demirtaş Web Tasarım Hizmetleri A.Ş. adında bir web tasarım firması ile anlaşmaya varmıştır. Anlaşmaya göre kurulacak olan web sitesi ile Günsel A.Ş. sipariş, ödeme, üye işlemlerini takip edebilecek ve yeni ürünleri sisteme dahil ederek ürünle ilgili bilgileri müşterilerine sunabilecektir. Günsel A.Ş., web sitesi tasarımı, bu siteye ilişkin alan adı (www.bakkal.com) alınması, ayrıca bu sitenin yayınlanması için gerekli olan web hosting hizmetleri karşılığında Demirtaş A.Ş.'ye 800 YTL+KDV'yi web sitesi yayınlanmaya başladığı gün peşin olarak ödeyecektir. Demirtaş A.Ş. gerekli işlemleri 22.08.2007 tarihinde tamamlamış ve web sitesi www.bakkal.com, bu tarihten itibaren İnternet üzerinden yayınlanmaya başlamıştır. Firma, www.bakkal.com adresini ticaret unvanı olarak tescil ettirebilmek adına 200 YTL+KDV ödemeyi peşin olarak gerçekleştirmiştir.

Günsel A.Ş. web sitesi ile ilgili yaptığı harcamaları aktifleştirebilmek adına yukarıda açıklandığı gibi ilgili hesap grubu altındaki 265 kodlu boş hesabı "Web Sitesi Kullanım Giderleri" adı altında kullanacaktır. Edinilen haklar, maliyet bedelleri ile kayıt edilir. Yararlanma süreleri belli ise o süre içerisinde, belli değil ise 15 yıl içerisinde eşit taksitlerle amortisman tabii tutularak yok edilir. Firma da söz konusu haklara ilişkin yararlanma süresine bir sınırlama getiremediği için Vergi Usul Kanunu'nda belirtilen 15 yıllık süreyi esas alarak amortisman ayırma işlemlerini gerçekleştirecektir. Firma, 7/A Maliyet Hesap Seçeneğini kullanmaktadır.

Web Sitesi Giderlerinin Muhasebeleştirilmesi

22/08/2007	
265 WEB SİTESİ KULLANIM GİDERLERİ	800,00-
191 İNDİRİLECEK KDV	144,00-
100 KASA 100.01 YTL Kasası	944,00-

www.bakkal.com adresinin tescil giderlerinin muhasebeleştirilmesi

22/08/2007	
260 HAKLAR	200,00-
260.01 Tescil Giderleri	
191 İNDİRİLECEK KDV	36,00-
100 KASA	236,00-
100.01 YTL Kasası	
/	

Firmanın dönem sonunda ayıracağı amortisman kaydı (%6,66)

31/12/2007	
770 GENEL YÖNETİM GİDERLERİ	66,66-
770.02 Amortismanlar ve Tükenme Payları	
770.02.01 Web Sitesi	53,33-
770.02.02 Marka Hakları	13,33-
268 BİRİKMİŞ AMORTİSMANLAR	66,66-
268.01 Web Sitesi	53,33-
268.02 Marka Hakları	13,33-
/	

4.2.5. E-Ticaret İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi

Bu bölümde, E-Ticaret işlemlerinin muhasebeleştirilmesi örnek olaylar yardımıyla açıklanacaktır. Söz konusu örnek olaylar sisteme üye olan kişilerin vermiş oldukları siparişler üzerinden oluşturulmuştur. Örnek olaylar içinde İşletmeden İşletmeye E-Ticaret (B2B) ve İşletmeden Tüketicieye E-Ticaret (B2C) işlemleri ile ilgili ortaya çıkabilecek özellikli durumlar üzerinde durulacaktır.

4.2.5.1. Örnek Olay 1

Günsel A.Ş.'nin sipariş izleme sistemine 01.09.2007 tarihinde aşağıdaki gibi bir sipariş ulaşmıştır:

BAŞARILI Online Provizyon alındı
MASTERCARD 3250 17** **** 2584 11/11 Kerim Balkan
HSBD BANK GOLD CARD
195.82.34.1

Sipariş No / Tarih: 15448 03 Eylül 2007 Pazartesi 15:56
KERİM BALKAN
76 SOKAK NO:38 KAT:4 DAİRE:8 ÜÇKUYULAR
İZMİR
Tel: 0 232 5411616 Faks:

SAMSUNG U600 (1 GB HAFIZA KARTI HEDİYE)-Kırmızı 1 Adet 430,77 YTL

Sipariş Toplamı:	430,77,-YTL
Kargo Ücreti	0,00,-YTL
İndirim Toplamı	0,00,-YTL
Ara Toplam	430,77,-YTL
Toplam KDV	77,54,-YTL
Genel Toplam	508,31,-YTL

Bu verilere göre, Kerim Balkan isimli bir üye, www.bakkal.com üzerinden U600 model Kırmızı Renkli ve 1 GB Hafız Kartı Hediye Samsung marka bir cep telefonu sipariş etmiştir. Siparişini 03.09.2007 tarihinde sahip olduğu kredi kartı ile gerçekleştirmiştir.

İnternet ortamında müşteri kredi kartı numarasını verdiği firmanın web sitesi sistemi aracılığıyla alınan provizyon sonucunda para, firmanın banka hesaplarına geçmiştir. Ancak banka bu işlem karşılığında 8,31-YTL tutarında komisyon kesintisi yapmıştır.

Kredi kartı ödemesinin firmanın Demirbank Konak Şubesindeki hesabına geçmesi

03/09/2007	
102 BANKALAR <i>102.02 Demirbank Konak Şubesi</i>	500,00-
770 GENEL YÖNETİM GİDERLERİ <i>770.04 Banka Komisyon Giderleri</i>	8,31-
120 ALICILAR <i>120.01 Kerim Balkan</i>	508,31-
/	

Bu işleme ilişkin dikkat edilmesi gereken nokta, firmanın kredi kartı ile yaptığı satışlarına ilişkin muhasebe kayıtlarında doğrudan 102 BANKALAR hesabının borçlandırılmış olmasıdır. Çünkü müşteri siparişini verip sisteme girdiği kredi kartı numarası aracılığıyla ödemeyi gerçekleştirdiği anda ürün bedeli firmanın bankadaki hesabına geçmektedir. Bu nedenle muhasebe kayıtlarında 108 DİĞER HAZIR DEĞERLER yerine 102 BANKALAR hesabı kullanılmıştır.

Günsel A.Ş. gelen bu siparişi değerlendirerek ürünü, stoklarında bulunduran tedarikçileri araştırarak KANLI İLETİŞİM A.Ş. ile iletişime geçmiş ve tedarik sürecini başlatmıştır. Tedarikçi ile söz konusu ürün için 04.09.2007 tarihinde teslim edilmek üzere 338,98-YTL+KDV fiyattan anlaşmaya varılmıştır. Ödeme Günsel A.Ş.'nin Ateşbank Kordon Şubesi aracılığıyla KANLI İLETİŞİM A.Ş.'nin bankasına havale yoluyla gerçekleştirilmiştir.

Ürünün Tedarik Edilmesine İlişkin Muhasebe Kaydı

04/09/2007	
153 TİCARİ MALLAR <i>153.01 Cep Telefonları</i>	338,98-
191 İNDİRİLECEK KDV	61,02-
102 BANKALAR <i>102.01 Ateşbank Kordon Şubesi</i>	400,00-
/	

Ürünün tedarikçi firmadan alınmasına ilişkin bu kayıt, daha önceki bölümlerde aktarılan B2B E-Ticaret işlemlerine bir örnek oluşturmaktadır. Günsel A.Ş. fiziki bir depo bulundurmadığı için web sitesi üzerinden satışını yaptığı ürünleri

stoklarında bulundurmamaktadır. Tedarik Zinciri Yönetimi ile tedarikçilerinden anında ürünü tedarik edip müşterilerine ulaştırmaktadır. Bu açıdan bakıldığında B2B E-Ticaret işlemlerinin muhasebesel olarak kayıt altına alınması diğer E-Ticaret işlemlerinden farklı olmamaktadır. İlerleyen örneklerde B2B hizmet satışına ilişkin muhasebe kayıtları da açıklanacaktır.

Ürün, tedarikçi firmadan tedarik edilerek müşteriye ulaştırılmak üzere 05.09.2007 tarihinde kargo şirketine teslim edilmiştir. Ürünle birlikte ürüne ait fatura da düzenlenerek ürün paketine iliştilmiştir.

Fatura düzenlenmesi ile yapılacak muhasebe kaydı

05/09/2007			
120 ALICILAR <i>120.01 Kerim Balkan</i>		508,31-	
391 HESAPLANAN KDV			77,54-
600 YURTIÇI SATIŞLAR <i>600.01 Cep Telefonları</i>			430,77-
/			

Satılan ticari malın maliyetinin Gelir Tablosu hesabına aktarılması ve ürünün stoktan düşülmesi ile ilgili muhasebe kaydı

05/09/2007			
621 SATILAN TİCARİ MALLAR MALİYETİ		338,98-	
153 TİCARİ MALLAR <i>153.01 Cep Telefonları</i>			338,98-
/			

4.2.5.2. Örnek Olay 2

Günsel A.Ş.'nin sipariş izleme sistemine 10.09.2007 tarihinde aşağıdaki gibi bir sipariş ulaşmıştır:

BAŞARILI Online Provizyon alındı
VISA 2584 24** **** 1476 09/10 Cemal Evin
ATEŞBANK PLATIN CARD
192.65.21.1

Sipariş No / Tarih: 21254 10 Eylül 2007 Pazartesi 10:14
CEMAL EVİN
36 SOKAK NO:24/2 DAİRE:2 KÜÇÜKYALI
İZMİR
Tel: 0 232 6244785 Faks:

DUNLOP T 801 1.5 hp MOTORLU KOŞU BANDI 1 Adet 444,00 YTL

Sipariş Toplamı:	444,00-YTL
Kargo Ücreti	6,00-YTL
İndirim Toplamı	0,00-YTL
Ara Toplam	444,00-YTL
Toplam KDV	81,00-YTL
Genel Toplam	531,00-YTL
Puan Kullanımı	EVET 531.000 Ateşpuan (531,00-YTL)

Müşteri, Ateşbank'a ait kredi kartını kullanarak ödeme işlemini gerçekleştirmiştir. Ayrıca siparişinin detaylarında, sahip olduğu, karşılığı 531,00-YTL olan 531.000 Ateşpuanını alışverişi esnasında kullanmak istediğini belirtmiştir. Bu durumda müşteri, tutarı KDV dahil 531,00-YTL olan ürün bedelinin tamamını puanları ile ödemiş olacaktır. Firmanın söz konusu ürüne ait faturayı bankaya kesmesi gerekmektedir. Ürünün maliyet bedeli 345,00-YTL'dir.

Puan ile yapılan ödeme sonucu yapılacak kayıt

10/09/2007		
102 BANKALAR <i>120.02 Ateşbank Kordon Şubesi</i>	531,00-	
391 HESAPLANAN KDV		81,00-
600 YURTIÇİ SATIŞLAR <i>600.02 Spor Aletleri</i>		444,00-
/		

Satılan ticari malın maliyetinin Gelir Tablosu hesabına aktarılması ve ürünün stoktan düşülmesi ile ilgili muhasebe kaydı

10/09/2007		
621 SATILAN TİCARİ MALLAR MALİYETİ	345,00-	
153 TİCARİ MALLAR <i>153.02 Spor Aletleri</i>		345,00-
/		

Böyle bir işlemde, kullanıcı ürün bedelini kredi kartında biriken puanlarıyla ödemektedir. İşleme ait fatura kullanıcı adına düzenlenecektir. Ürün bedelinin işletme hesabına geçirilmesi banka aracılığıyla gerçekleşmektedir.

4.2.5.3. Örnek Olay 3

Günsel A.Ş., www.bakkal.com, sitesinin tanınırlığını arttırmak ve daha çok satış yapabilmek amacıyla reklam çalışmaları gerçekleştirmeye karar vermiştir. Firma, araştırmalarının ardından reklamlarının, faaliyet gösterdiği platform olan İnternet üzerinden yapılmasını daha doğru bulmuştur. Bu nedenle yine İnternet platformunda faaliyet gösteren ve dijital ürünlerle ilgili katalog, tanıtım, organizasyon işleri yapan www.digitaldunya.com ile 01.10.2007 tarihinde anlaşmaya varmıştır. Anlaşmanın süresi üç aydır. Günsel A.Ş., web sitesinin www.digitaldunya.com web sitesinde üç ay süre ile reklamının yapılması karşılığında www.digitaldunya.com web sitesinin sahibi Dünya A.Ş.'ye 1.500,00-YTL+KDV ücret ödemeyi taahhüt etmiştir. Söz konusu ücretin 500-YTL'lik kısmı ile işleme ait ortaya çıkan toplam KDV tutarı olan 270-YTL peşin olarak ödenmiştir. Geriye kalan 1.000,00-YTL firmanın anlaşmalı bankası olan Ateşbank Kordon Şubesi'nden yapılacaktır.

Günsel A.Ş.'nin reklam harcamalarına ilişkin muhasebe kaydı

01/10/2007		
760 PAZARLAMA SATIŞ VE DAĞITIM GİDERLERİ <i>760.02 İnternet Reklamları</i>	1.500,00-	
191 İNDİRİLECEK KDV	270,00-	
100 KASA <i>100.01 YTL Kasası</i>		770,00-
102 BANKALAR <i>102.01 Ateşbank Kordon Şubesi</i>		1.000-
/		

Firmanın başka bir İnternet sitesinde yapmış olduğu bu reklama ait harcama, muhasebe kayıtlarına alınırken Pazarlama, Satış ve Dağıtım Gideri olarak değerlendirilmiş ve 760 PAZARLAMA SATIŞ DAĞITIM GİDERLERİ hesabı altında giderleştirilmiştir.

4.2.5.4. Örnek Olay 4

Günsel A.Ş. www.bakkal.com üzerinden 01.11.2007-15.11.2007 tarihleri arasında alışveriş yapanlara tüm ürünler için geçerli olmak üzere % 15 oranında indirim yapacağını duyurmuştur.

Yunanistan'da yaşayan Ali Çetinkaya, liste fiyatı 2.000,00- Euro olan dijital video kamerayı satın almak 03.11.2007 tarihinde sipariş geçmiştir. Ali Çetinkaya, ödemeyi elektronik para ile peşin fiyatına 12 taksit ve ilk taksiti peşin olarak gerçekleştirecektir. Sipariş aynı gün www.bakkal.com sipariş sistemine ulaşmış ve gerekli onaylama işlemleri gerçekleştirilmiştir. Ali Çetinkaya da satış şartlarını içeren satış sözleşmesini 03.11.2007 tarihinde internet üzerinden onaylamıştır.

Sözleşme gereği Ali Çetinkaya ilk taksitin ödemesini aynı gün gerçekleştirmiştir. Ürün, 04.11.2007 tarihinde kargoya verilmiş; 06.11.2007 tarihinde üye müşteriye ulaşmıştır.

Söz konusu dijital video kameranın firma tarafından edinilme maliyeti 1.000,00- Euro+KDV'dir. Firma dijital video kamerayı Teknik A.Ş.'den satın almıştır.

Ürünle ilgili ödeme, Teknik A.Ş.'ye elektronik çek kullanılarak yapılmıştır. Ürün 05.11.2007 tarihinde Günsel A.Ş.'nin stoklarına girmiştir. Yapılan işlemlerle ilgili döviz kuru 1 EURO = 1,62-YTL olarak alınmıştır.

Ürünün tedarik fiyatı: 1000,00- Euro X 1,62- YTL = 1.620,00- YTL+KDV

Ürünün Tedarik Edilmesine İlişkin Muhasebe Kaydı

05/11/2007	
153 TİCARİ MALLAR <i>153.03 Elektronik Aletler</i>	1.620,00-
191 İNDİRİLECEK KDV	291,60-
108 Diğer Hazır Değerler <i>108.02 Elektronik Çekler</i>	1.911,60-
/	

İskontonun hesaplanması:

İskontosuz fiyat	:2000,00- Euro X 1,62- YTL =	3.240,00-YTL
% 15 İskontolu fiyat	:2.000,00- Euro X 0,85 =	1.700,00-Euro
	1.700,00- Euro X 1,62- YTL =	2.754,00-YTL
İskonto tutarı	:3.240,00-YTL – 2.754-YTL =	486,00-YTL
Aylık taksit tutarı	:2.754,00- YTL / 12 =	229,50-YTL

Vadeli satış işlemine ilişkin muhasebe kaydı

06/11/2007	
220 ALICILAR <i>220.03 Ali Çetinkaya</i>	2.295,00-
120 ALICILAR <i>120.03 Ali Çetinkaya</i>	229,50-
108 DİĞER HAZIR DEĞERLER <i>108.01 Elektronik Paralar</i>	229,50-
611 SATIŞ İSKONTOLARI (-) <i>611.01 Elektronik Aletler İskontoları</i>	486,00-
601 YURTDIŞI SATIŞLAR <i>601.01 Elektronik Aletler</i>	3.240,00-
/	

Yukarıdaki kayıt, müşteri tarafından Kasım 2007'ye ait ilk taksitin elektronik para ile peşin olarak ödenmesi ve bu ödemenin 108 DİĞER HAZIR DEĞERLER hesabı altında gösterilmesi; bir yıl içinde paraya dönüşmesi öngörüldüğü için Aralık 2007'ye ilişkin ikinci taksitin 120 ALICILAR hesabına aktarılması ve geri kalan on aylık taksit tutarının, izleyen yılda (2008) tahsil edileceği için 220 ALICILAR hesabına aktarılması kayıdır. Örnekte de görüldüğü gibi www.bakkal.com'un yapmış olduğu %15'lik indirim 611 SATIŞ ISKONTOLARI (-) hesabı altında muhasebeleştirilmiştir.

Satılan ticari malın maliyetinin Gelir Tablosu hesabına aktarılması ve ürünün stoktan düşülmesi ile ilgili muhasebe kaydı

06/11/2007	
621 SATILAN TİCARİ MALLAR MALİYETİ	1.620,00-
153 TİCARİ MALLAR 153.03 Elektronik Aletler	1.620,00-

Bir gün sonra (07.11.2007) Elektronik paranın, bankadaki hesaplara geçirilmesine ilişkin muhasebe kaydı

06/11/2007	
102 BANKALAR 102.01 Ateşbank Kordon Şubesi	229,50-
108 DİĞER HAZIR DEĞERLER 108.01 Elektronik Paralar	229,50-

Müşteri tarafından ikinci taksitin (Aralık 2007) ödenmesine ilişkin muhasebe kaydı

06/12/2007	
108 DİĞER HAZIR DEĞERLER 108.01 Elektronik Paralar	229,50-
120 ALICILAR 120.03 Ali Çetinkaya	229,50-

Bir gün sonra (07.12.2007) Elektronik paranın, bankadaki hesaplara geçirilmesine ilişkin muhasebe kaydı

07/12/2007		
102 BANKALAR 102.01 Ateşbank Kordon Şubesi	229,50-	
108 DİĞER HAZIR DEĞERLER 108.01 Elektronik Paralar		229,50-
/		

SONUÇ

Özellikle 1990'lı yılların başlarından itibaren İnternet kullanımının artması ile E-Ticaret son on yılda ciddi düzeyde yaygınlaşmış ve E-Ticaret ile ilgili işlemlerin hacmi sürekli artış göstermiştir. Bu artışın en önemli ve geçerli nedeni de E-Ticaretin, hem firmalar hem de tüketiciler tarafından benimsenmiş olmasıdır. Geleneksel ticaret ile E-Ticaret arasındaki en büyük ayırım, E-Ticaretin geleneksel ticaret anlayışında yer alan zaman ve yer kavramlarını ortadan kaldırmasıdır. Başka bir deyişle, dünyanın herhangi bir noktasında bulunan bir kullanıcı, zaman sınırlaması olmaksızın yani günün herhangi bir saatinde; yerinden kalkmadan istediği ürün ya da hizmete sahip olabilmektedir.

Firmalar açısından düşünüldüğünde de E-Ticaretin geleneksel ticarete göre yine pek çok üstünlüğü bulunmaktadır. Söz konusu firmalar, sadece faaliyet göstermekte oldukları fiziki alanda değil dünyanın herhangi bir noktasında bulunan tüketicilere ürünlerini ya da hizmetlerini zaman ve yere bağlı kalmaksızın sunabilmektedirler. Kısaca firmalar, E-Ticaret yardımıyla yeni müşteriler ve daha kârlı yeni pazarlar bulma olanağına sahiptirler.

Dünya genelinde sürekli ve çok hızlı bir artış eğilimi gösteren E-Ticaret, küreselleşmenin doğal bir sonucu olarak ülkemizde de hızla artmaktadır. Ancak bu artışın, dünya genelindeki artışa göre çok hızlı olduğunu söylemek çok doğru olmayacaktır. Bu da ülkemiz insanların E-Ticaret konusunda gerek güvenlik açısından gerek alışkanlıkları açısından bir takım kuşkuları olduğunu açıkça gözler önüne sermektedir. Başta Avrupa ülkeleri olmak üzere pek çok ülkede tüketiciler, otomobillerini dahi İnternet üzerinden satın almaktayken, ülkemizde daha çok kitap, CD, cep telefonu gibi ürünler E-Ticaret yoluyla edinilmektedir.

E-Ticaret işlemleri, bilgi çağının yaşandığı günümüzde, birçok firmanın temel faaliyetlerini oluştururken, bu işle meşgul olan söz konusu bu firmaların E-Ticaret ile önemli satış rakamlarına ulaştıkları görülmektedir. E-Ticaret firmalarının muhasebe düzenlerinin oluşturulması için gerekli düzenlemelerin yapılması gerekmektedir. Ayrıca E-Ticaret işlemlerinin muhasebeleştirilmesi ile ilgili ulusal ya da uluslararası ayrıntılı ve genel kabul görmüş bir düzenlemenin olmadığı söylenebilir. Bu kapsamda ortaya çıkan sorunlara şu an için yorumlama yoluyla çözüm bulunmaya

çalışılmaktadır. Ancak farklı yorumlamaların bulunduğu göz önüne alındığında, genel geçer bir uygulama ya da uygulamaların bir an önce oluşturularak hayata geçirilmesi yerinde olacaktır.

İşletmeden İşletmeye (B2B) ve İşletmeden Tüketicieye (B2C) günümüzde en çok karşılaşılan ve ticari işlemlerin yoğun olarak gerçekleştirildiği E-Ticaret türleridir. Diğer E-Ticaret türleri daha çok ekonomik ve sosyal hayatı kolaylaştırmaya yönelik olan ve devlet tarafından, verilen hizmetlerin İnternet üzerinden kullanıcılarına sunulmasını içeren uygulamalardır. Bu nedenle çalışmanın dördüncü bölümünde B2B ve B2C'de karşılaşılan ekonomik hareketlerin muhasebeleştirilmesine değinilmiştir.

E-Ticaretin bu hızlı yükselişinin ilerleyen yıllarda daha da büyük bir ivme kazanarak devam edeceği beklenmektedir. E-Ticaret alanında ulusal ve uluslararası düzeyde pek çok firma faaliyet göstermektedir. Bu nedenle bu firmaların işlemlerini ortak bir dilde yapabilmeleri için muhasebe uygulamalarının da bir standarda bağlanması yerinde olacaktır. Çalışmanın dördüncü bölümü altında E-Ticaretin Muhasebe Sistemine Etkileri konusu aktarılırken de değinildiği üzere aslında geleneksel ticaret işlemleri ile E-Ticaret işlemleri arasında muhasebesel anlamda çok büyük bir fark bulunmamaktadır. Sadece daha ayrıntılı hesap tanımlamalarının yapılması ve var olan muhasebe sisteminin, ekonomik hayat üzerinde bu kadar çok etkili olan E-Ticaret işlemlerini içerir bir duruma getirilmesi daha faydalı olacaktır.

KAYNAKLAR

1 SIRA NO' LU MUHASEBE SİSTEMİ UYGULAMA GENEL TEBLİĞİ,
26.12.1992 Tarih ve 21447 Mükerrer Sayılı Resmi Gazete

213 Sayılı Vergi Usul Kanunu (10 Ocak 1961 Tarih ve 10703 Sayılı Resmi Gazete)

5070 Sayılı Elektronik İmza Kanunu (23 Ocak 2004 Tarih ve 25355 Sayılı Resmi Gazete)

<http://rega.basbakanlik.gov.tr/main.aspx?home=http://rega.basbakanlik.gov.tr/eskiler/2004/01/20040123.htm&main=http://rega.basbakanlik.gov.tr/eskiler/2004/01/20040123.htm>, 01.06.2007

6762 Sayılı Türk Ticaret Kanunu (09 Temmuz 1956 Tarih ve 9353 Sayılı Resmi Gazete)

AKAT İter, BUDAK Gönül ve BUDAK Gülay, **İşletme Yönetimi**, Barış Yayınları, İzmir, 1999

AKBULLUT Akın, "Bilgisayar Yazılımı ve Web Sitesi Geliştirme Maliyetlerinin Muhasebeleştirilmesi", **Vergi Dünyası Dergisi**, Sayı:287, Temmuz 2005

AKIN H.Bahadır, **Yeni Ekonomi**, Çizgi Kitapevi Yayınları, Konya, 2001

AKKAŞ Jale, "E-Ticaret ve Elektronik İş Uygulamaları Muhasebe ve Finansal Raporlamayı Nasıl Etkileyecek", **Active Bankacılık ve Finans Dergisi**, Yıl:2, Sayı:4, 2000

AKYAZI Haydar ve ARPAK Uygur, "E-Ticarete Ödeme Araçları", **Banka ve Ekonomik Yorumlar Dergisi**, Haziran 2000

ALPTÜRK Ercan, "Elektronik Fon Transferi (EFT) İşlemlerinin Ödemeler Sistemindeki Yeri", **Yaklaşım**, Sayı: 101, Mayıs 2001

ALPTÜRK Ercan, "Elektronik Pazar Yerleri ve B2B", **Vergi Sorunları Dergisi**, Sayı: 198, Mart 2005

ALTINOK A. Ramazan, **Türkiye İçin e-Devlet Yol Haritası, E-Dönüşüm İçin Bir Strateji ve Örgütlenme Modeli Önerisi**, Ankara, 2003

ALTUĞ Osman, **Muhasebe ve Hukuk İlişkileri**, Türkmen Kitapevi, İstanbul, 1999

ARGUN Doğan, **Seyahat Acentaları ve Tur Operatörlerinde Muhasebe Organizasyonu**, Alfa Yayınları, İstanbul, 1998

ARICI Esmahan, **E-Ticaret**, Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı Yayını, Ankara, 2000

ARİFOĞLU Ali, KÖRNES Abdullah, YAZICI Ali, AKGÜL M.Kemal ve AYVALI Ahmet, **E-Devlet Yolunda Türkiye**, Türkiye Bilişim Derneği, Ankara, 2002

ATLAŞ Yasin, "Elektronik Veri Değişimi (EDI)", http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=504, 12.06.2007

AYKIN Hasan, "Yeni Ekonomi, E-Devlet ve Gelir İdaresi-I", **Yaklaşım**, Sayı: 100, Nisan 2001

AYTEKİN Gülçin, **E-Ticaret**, Dış Ticaret Müsteşarlığı Yayınları No:157, Ankara, 1998

BAKAN İsmail ve TAŞLIYAN Mustafa, "E-Ticaret Konusunda Gelişmiş Ülkelerin Deneyimleri Işığında Ülkemiz KOBİ'lerine Öneriler: Bir Alan Çalışması", **Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı**, Kocatepe Üniversitesi, Afyon, 2003.

Bankalar arası Kart Merkezi, **2005 Yılı'nın İlk 3 Ayında E-Ticaret Hacmi 272.340.000- YTL'ye Ulaştı**, Haberler, 2005, <http://www.bkm.com.tr/haber3.html>

BARUTÇUGİL İsmet, **Bilgi Yönetimi**, Kariyer Yayınları, İstanbul, 2002

Basel Komite, “Elektronik Bankacılık ve Elektronik Para Faaliyetleri İçin Risk Yönetimi”, **Bankacılar Dergisi**, Sayı:33, Haziran 2000

Bilgi Teknolojisinin Türkiye'de Gelişmesi ve Önemi, Küresel İnterneti Desteklemenin Önemi, Bilgi Toplumu ve Güncel Tartışmalar ile İnternet Gazeteciliği, Akdeniz Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Antalya, 2002.

Aktaran: <http://www.habervitrini.com/haber.asp?id=53454>, 01.07.2007

BİLGİNOĞLU, Fahir, **Muhasebe Organizasyonu**, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Muhasebe Enstitüsü Yayın No:54, İstanbul, 1988

BÜYÜKABALI Pelin ve GELİŞEN İlkin, “E-Ticaret”, **Global Dergisi**, Sayı:7, Şubat 2000

CANGİR Niyazi, “E-Ticaretin ya da İnternetin Vergilendirilmesi-I”, **Yaklaşım**, Sayı: 69, Eylül 1998

CİVELEK M. Emre ve SÖZER Edin Güçlü, **İnternet Ticareti**, Beta Yayınları, İstanbul, 2003

ÇAK Murat, **Dünya’da ve Türkiye’de E-Ticaret ve Vergilendirilmesi**, İstanbul Ticaret Odası Dergisi, İstanbul, 2002

DEDE Melih Bayram, “Türkiye’de internet ne zaman doğdu?”, **Eğitimbilim**, 07.11.2006 <http://www.melihbayramdede.com/2006/11/07/turkiyede-internet-ne-zaman-dogdu/> (01.02.2007)

DEMİR Recep, “Ülkelerin E-Ticarete Hazırlık Değerlendirmesi”, **Dış Ticaret Dergisi 6**, Sayı: 22, Temmuz, 2001

Dış Ticaret Müsteşarlığı E-Ticaret Genel Koordinatörlüğü. **E-Ticaret Hacmi ve Türkiye'deki Durum**, 2005

Aktaran: Vikipedi, http://tr.wikipedia.org/wiki/Elektronik_ticaret

DİE “Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanımı Araştırması Sonuçları”, 2005
<http://www.bilgitoplumu.gov.tr/yayin/hanehalkibilisim2005.xls>, 01.07.2007

DOLANBAY Coşkun, **E-Ticaret Strateji ve Yöntemleri**, Meteksan Sitem Yayınları, Ankara, 2000

DPT Müsteşarlığı, **e-Dönüşüm Türkiye Projesi Kısa Dönem Eylem Planı (2003 - 2004)**, 2004

DPT Müsteşarlığı, **e-Dönüşüm Türkiye Projesi: 2005 Eylem Planı**, 2005

DURMUŞ Ahmet ve ARAT Mehmet, **İşletmelerde Muhasebe Örgütlenmesi**, Marmara Üniversitesi Nihad Sayar Eğitim Vakfı Yayınları No:496/730, İstanbul, 1995

DURUKAN Banu, “İnternet Ekonomisi, Elektronik İşletmeler ve Finansal Yönetim”, **İşletme ve Finans Dergisi**, Sayı: 183, 2001

ERDOĞDU Cemal, “Avrupa Birliği’nde Elektronik Ödeme Sistemlerindeki Gelişmeler”, **Bankacılar Dergisi**, Sayı: 48, Mart 2004

ERSOY Zeynep: **E-Ticaret ve Ticaret Noktaları**, İGEME, Ankara, 1999

ERTAŞ, Fatih Coşkun, **İşletmelerde Muhasebe Organizasyonu ve Muhasebe Mesleği**, Seçkin Yayınları, Ankara, 2002

ERTAŞ Hüseyin, **İnternet Ekonomisi (E-Ticaret)**, Konya Ticaret Odası, Yayın No:21, Konya, 2000

ETEŞ Işıl, “E-Ticaretin geleceği ve Ülkemiz Dış Ticaretine Yansımaları” **İGEME’den Bakış**, Yıl:6, Sayı:22, Eylül - Aralık, 2002

GAW Jonathan, “E-Valuating E-Commerce”, **Special to R&I**, 01.02.2000
<http://www.rimag.com/archives/2000/02a/sr-E-Commerce.asp>, 25.05.2007

GÖKÇE Deniz, **Para ve Finans Ansiklopedisi**, Cilt:1, Creative Yayıncılık, İstanbul, 1996

GÖZÜBÜYÜK A. Şeref, **Anayasa Hukuku**, Turhan Kitapevi, Ankara, 2000

GÜLCAN Yaprak, "Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerde E-Ticaretin Kullanımı: İzmir Örneği", **İktisat İşletme ve Finans**, Sayı: 17(200), Kasım 2002

GÜNDAY Metin, **İdare Hukuku**, İmaj Yayınları, Ankara, 2002

GÜNEŞ İsmail, "E-Ticaretin Vergilendirilmesi" 8. Türkiye'de İnternet Konferansı, 19-21 Aralık 2002, İstanbul

GÜRAN Sait ve AKÜNAL Teoman, "İnternet ve Hukuk", **İnternet ve Hukuk Forumu Kitapçığı**, İstanbul, 2000

HASILOĞLU Selçuk Burak, **Enformasyon Toplumunda E-Ticaret ve Stratejileri**, Türkmen Kitapevi, Yayın No: 143, İstanbul, 1999

İŞİNGÖR Ali, "İnternet ve Teknoloji", **Power**, Aralık, 2000

İNCE Murat, **E-Ticaret: Gelişme Yolundaki Ülkeler İçin İmkanlar ve Politikalar**, DPT Yayınları, Ankara, 1999

KARATAŞ Nuri ve YILMAZSOY Murat, "Sorular ve Cevaplar", **Vergi Dünyası Dergisi**, Maliye Hesap Uzmanları Derneği Yayını, Sayı: 234, Şubat 2001

KAYA Murat, "E-Ticaret", **Biltek**, Şubat 2001

KILIÇ Erdal, "E-İş'in Neresindeyiz?", **Çerçeve**, Yıl:9, Sayı:27, Aralık 2001

KIRÇOVA İbrahim ve ÖZTÜRK Pınar, **İnternette Ticaret ve Hukuksal Sorunlar**, İstanbul Ticaret Odası, Yayın No: 2000-29, İstanbul, 2000

KORKMAZ Nuray, **Sorularla İnternet ve E-Ticaret Rehberi**, İstanbul Ticaret Odası, Yayın No:37, İstanbul, 2002

KOYUNCU Suat, "İnternet Adresleri Rehberi", **BYTE Türkiye**, Cilt:3, Sayı:2, 1996

OECD, **The E-Government Imperative: Main Findings, Policy Brief**, OECD Observer, Mart 2003

OKKA Osman, **Finansal Yönetime Giriş**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2005

ÖRDEK Murat, "İnternet, Bilgi Teknolojilerinin Gelişimi ve E-Ticaretin Dünya Ticaretine Etkileri", **İGEME'den Bakış**, Sayı: 12, Ekim-Aralık 1999

ÖZBAY Adem ve DEVRİM Jan, **7'den 77'ye Yeni Başlayan Herkes İçin E-Ticaret Rehberi**, Hayat Yayınları, 2000

ÖZBAY Sabahat ve AKYAZI Selma, **E-Ticaret**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2004

ÖZBEK Aziz, "E-Ticaret ve Vergilendirilmesi", **Vergi ve Muhasebeciyle Diyalog**, sayı: 148, 2000

ÖZBEK Aziz, "Bilgisayar Yazılım Programları ve Vergi Hukukundaki Yeri", **Vergi Sorunları**, Sayı: 142, Temmuz 2000

PEDLEY Paul, "Electronic Commerce", **Managing Information**, Mart 2000

SEVİLENGÜL Orhan, **Genel Muhasebe**, Gazi Kitapevi, Ankara, 2005

SİNGH Munindar P. "The E-Commerce Inversion", **Internet Computing**, Eylül-Ekim 1999

SOYDAN Billur Yaltı, "E-İmza ve E-Belge: Kağıtsız ve Mürekkepsiz Dünyada Hukuk-1", **Vergi Sorunları Dergisi**, Sayı: 151, Nisan 2001

SU M. Burak ve SAVAŞCI Önder, "E-Ticaret Devriminin Boyutları", **Activite Line Finans Dergisi**, Sayı: 9, İstanbul, 2002

ŞİMŞEK Şerif, **İşletme Bilimlerine Giriş**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2000

T.C. Başbakanlık, **e-Türkiye Girişimi Eylem Planı**, Ağustos 2002, <http://www.edevlet.net/raporveyayinlar/e-TurkiyeEylemPlani2002.pdf>, 01.07.2007

TURBAN Efraim, **Electronic Commerce**, Prentice Hall, ABD, 2000

Türk Dil Kurumu, Güncel Türkçe Sözlük
<http://www.tdk.gov.tr/TR/SozBul.aspx?F6E10F8892433CFFAAF6AA849816B2EF4376734BED947CDE&Kelime=internet> 01.05.2007

UNCTAD Secretariat, E-Commerce and Development Report 2001 (Internet Edition), New York and Geneva, 2001
http://www.unctad.org/en/docs/ecdr2001_en.pdf, 01.07.2007

USUL Hayrettin ve DÜZENLİ Serpil, "Muhasebe Sisteminin Oluşturulmasında Örgüt İklimi Etkisi", **Muhasebe ve Finansman Dergisi**, Sayı:32, Ekim 2006

ÜNALDI Atıf, "E-Ticaretin ABC'si", **Çerçeve**, Yıl: 9, Sayı:26, Nisan 2001

YAZICI Ayla, "E-Ticaretin Ekonomik Boyutu", **Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, Cilt:18, Anadolu Üniversitesi Basımevi, Eskişehir, 2002

YAZICI Mehmet, **Muhasebe Tümlerleri ve Örgütlenmesi**, Marmara Üniversitesi İİBF Nihad Sayar Eğitim Vakfı Yayın No: 522/756, İstanbul, 1998

YILDIRIM Oya ve TEK Nergis, **Finansal Muhasebe**, Birleşik Matbaacılık, İzmir, 2004

<http://bilisim.milliyet.com.tr/> (Milliyet İnternet - Bilim ve Teknoloji)

<http://daccessdds.un.org/> (Official Documents System of the United Nations)

<http://eticaret.garanti.com.tr/> (Garanti E-Ticaret)

<http://rega.basbakanlik.gov.tr> (T.C. Resmi Gazete)

<http://tr.wikipedia.org> (Vikipedi Özgür Ansiklopedi)

<http://www.bilgitoplumu.gov.tr/> (Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı - Bilgi Toplumu Dairesi Başkanlığı)

<http://www.bkm.com.tr> (Bankalar arası Kart Merkezi)

<http://www.customs-edi.gov.tr/> (Gümrük Müsteşarlığı - Elektronik Veri Değişimi Web Sayfası)

<http://www.digitaldevlet.net/> (Digital Devlet - E-Devlet Portalı)

<http://www.edevlet.net> (eDevlet Technologies)

<http://www.e-imza.gen.tr/> (Elektronik İmza Portalı)

<http://www.E-Ticaret.gov.tr/> (Dış Ticaret Müsteşarlığı E-Ticaret Genel Koordinatörlüğü)

<http://www.europa.eu.int/> (Europa - The European Union On-Line)

<http://www.habervitrini.com> (Haber Vitrini)

<http://www.internetworldstats.com/>

<http://www.ipnedir.com/> (IP Nedir?)

<http://www.kobinet.org.tr/> (KOBINET)

<http://www.meb.gov.tr/> (Milli Eğitim Bakanlığı Resmi Web Sitesi)

<http://www.melihbayramdede.com>

<http://www.microsoft.com/> (Microsoft)

<http://www.oecd.org/> (Organisation for Economic Co-operation and Development)

<http://www.pahali.com/> (Pahali.com Alışveriş Sitesi)

<http://www.rimag.com> (Restaurants & Institutions)

<http://www.tdk.gov.tr> (Türk Dil Kurumu)

<http://www.tmud.org.tr/> (Türkiye Muhasebe Uzmanları Derneği)

<http://www.unctad.org/> (United Nations Conference on Trade and Development)

<http://www.wto.org/> (World Trade Organization Website)