

Sınır Ötesi Ticarete E-İhracat İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi*

Gökhan BARAL¹ , Yasin TEKDEMİR² 

¹Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Ferizli Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon, Sakarya, Türkiye. baral@subu.edu.tr

² Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Uluslararası İşletme Yönetimi Bölümü, Sakarya, Türkiye. t57.yasin@hotmail.com

ÖZ

E-ihracat muhasebesi ile klasik ihracat muhasebesi tek düzen hesap planı üzerinden yapılmakta ve aracı kurumların dahil olması durumunda muhasebeleştirme açısından birtakım farklılıklar söz konusu olmaktadır. Fakat e-ihracat işlemlerinin muhasebeleştirme süreçlerinde bu farklılıkların çoğunlukla bilinmediği veya meslek mensupları tarafından dikkate alınmadığı görülmektedir. Her geçen gün artmakta olan e-ihracat işlemleri ülkeler açısından önemli bir konuma gelmekte ve buna bağlı olarak e-ihracat muhasebe işlemlerinin de doğru şekilde yapılması önem arz etmektedir.

Bu çalışmanın amacı; sınır ötesi e-ihracat süreçlerini tanımlamak ve sınır ötesi e-ihracat işlemlerinin muhasebe işleyişinde yaşanan problemleri tespit etmek ve çözüm yollarını sunmaktır. Bu kapsamda çalışmada, e-ticaretin bir kolu olan e-ihracat işlemlerinin muhasebeleştirilmesi konusunda muhasebe kaydı uygulamaları örnek olay yöntemi kullanılarak ortaya konulmaktadır. Yapılan araştırma sonucunda muhasebe işlemlerinin uygulamasında, e-ihracat muhasebe işlemlerinin klasik ihracat muhasebe işlemlerinden farklılık gösterdiği ortaya çıkmıştır. Bu farklılıklar şu şekildedir; e-ticaret faaliyetinde bulunan işletmeler yapmış olduğu e-ticaret faaliyetini, e-pazar yerleri üzerinden gerçekleştirirse burada e-pazaryerleri satış yapan firmaya komisyon ve hizmet bedeli faturası kesmesi gerekmektedir. Diğer bir farklılık ise e-ihracat faaliyetleri kapsamında mikro ihracat kurallarına göre yapılan işlemlerde gümrük işlemlerine tabii olmadan satışların yapılabildiğidir. Ayrıca çalışmanın e-ticaret işlemleri ile uğraşan muhasebe meslek mensuplarına ve bu konuda çalışma yapacak araştırmacılara katkı sağlayacağı, güncel muhasebe prosedürlerini takip edebilecekleri bir kaynak olabileceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sınır ötesi ticaret, e-ihracat, e-ticaret muhasebesi, e-ihracat muhasebesi

Accounting of E-Export Transactions in Cross-Border Trade

ABSTRACT

E-export accounting and classical export accounting are carried out over a uniform chart of accounts and there are some differences in terms of accounting if intermediary institutions are involved. However, in the accounting processes of e-export transactions, it is seen that these differences are mostly unknown or not taken into account by the professionals. E-export transactions, which are

*Bu çalışmada Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü “Uluslararası E-Ticaret İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi” adlı yüksek lisans tezinden yararlanılmıştır.

increasing day by day, have an important position in terms of countries, and accordingly, it is important to perform e-export accounting transactions correctly.

The aim of this study; to define cross-border e-export processes and to identify the problems experienced in the accounting process of cross-border e-export transactions and to offer solutions. In this context, in this study, accounting records practices for the accounting of e-export transactions, which is a branch of e-commerce, are presented using the case study method. As a result of the research, it has been revealed that e-export accounting transactions differ from classical export accounting transactions in the application of accounting transactions. These differences are as follows; If businesses engaged in e-commerce activities carry out their e-commerce activities through e-Marketplaces, they are required to issue a commission and service fee invoice to the company that sells e-marketplaces. Another difference is that within the scope of e-export activities, sales can be made without being subject to customs procedures in transactions made according to micro export rules. In addition, it is thought that the study will contribute to accounting professionals dealing with e-commerce transactions and researchers who will work on this subject, and may be a source where they can follow up-to-date accounting procedures.

Keywords: Cross-border trade, cross-border e-commerce, cross-border e-commerce accounting, cross-border e-commerce accounting

1. Giriş

Ticaret insanlık tarihi boyunca var olan bir kavramdır. İnsanlar ihtiyaçları için farklı alışveriş metotları geliştirmişlerdir. Tarih boyunca ticaret birçok değişikliklere uğrayarak günümüze kadar gelmiştir. Bu gelişmelerin en büyük ayağından bir tanesi yeni nesil ticaret sistemleri oluşturmaktadır. 1995 yılında ortaya çıkan e-ticaret farklı şekillerde gelişerek günümüze kadar gelmiştir.

İlk olarak yerel olarak ortaya çıkan e-ticaret, günümüzde ise sınır ötesi (e-ihracat) ticaret olarak şekillenerek internet aracılığıyla işletmeleri dünya için bir yerel pazar haline getirmiştir. Bu güncel gelişmeler insan hayatını kolaylaştırmasının yanında bazı sorumluluklar, yükümlülükler ve problemler ortaya çıkarmıştır. Ticari faaliyet kapsamında yapılan her türlü alışveriş işlemlerinin kayıt altına alınması gerekmektedir. E-ticaret aracılığıyla ortaya çıkan satıştan doğan gelirinde muhasebeleştirilmesi ve kayıt altına alınması gerekmektedir.

Farklı kurum ve kuruluşların e-ticaret tanımları şu şekildedir;

Ekonomik İş Birliği ve Kalkınma Teşkilatı'na (OECD) göre e-ticaret; metin, ses ve görsel imaj gibi sayısallaştırılabilen verilerin kodlar üzerinden işlenerek açık veya kapalı ağ sistemleri üzerinden iletilmesini sağlayan ticari faaliyetlerinin bütünü olarak tanımlanmaktadır. Dünya Ticaret Örgütü'ne (WTO) göre e-ticaret; ürün ve hizmetlerin üretim, reklam, satış ve dağıtım faaliyetlerinin telekomünasyon ağı üzerinden yapılmasıdır (Akpınar, 2017:20). Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu(ETTK)na göre e-ticaret; fiziki bir ortamda buluşmadan elektronik bir ortam üzerinden gerçekleştirilen çevrimiçi iktisadi ve ticari faaliyetlerin bütünü olarak adlandırılmaktadır (URL-1).

İnternet üzerinden yapılan e-ticaret faaliyetlerinin başlamasıyla birlikte yeni uygulamalar ortaya çıkmıştır. Bu uygulamalarla birlikte hukuka uygun bir şekilde yasal düzenlemelerin yapılması gerekmektedir. E-ticaretin ortaya çıkmasıyla birlikte ticarete yeni kavramlar ortaya çıkmıştır. Ortaya çıkan bu yeni kavramlar işletmeler tarafında farklı olarak algılanmıştır(Canbaz,2006: 67).

Bu çalışmada ilk olarak Kavramsal çerçeve üzerinde durulmuştur. Bu başlık altında; e-ticaret, sınır ötesi e-ticaret, e-ihracat kavramları üzerinde durulmuştur. Çalışmada e-ihracat faaliyetinde bulunan bir işletmenin karşılaşacağı ve e-ihracat işlemlerinde yapması gereken muhasebe kaydı örnekleri, örnek olay yönteminden yararlanılarak ele alınmıştır. Son olarak sonuç ve değerlendirme kısmında araştırmadan elde edilen bulgular değerlendirilmiştir.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Literatür Çalışması

Yök tez kataloğu “Dış Ticaret” yazıp arandığında 2011 yılına kadar geri gidilerek arama yapılmış olup 780 adet tez taramaya tabii tutulmuştur. Taranan tezlerden sadece 9 adedi dış ticaret ve muhasebe konularının birlikte işlendiği tezlerdir. Genelde incelenen tezler iktisat, ekonomi, istatistiksel konulardan oluşmuştur. Bunun yanında finansman, krediler ve kur değerlemeleri konularında tezler olsa da e-ihracat konusuyla direkt bağlantıları bulunamamıştır

Aşağıda dış ticaret ve muhasebe konularının birlikte işlendiği 9 tezin bilgileri verilmiştir:

Çamur (2022) tezinde muhasebe standartlarının dış ticaret işlemlerinde uygulamasını göstermeye çalışmış klasik ihracat ve ithalat konuları ele almıştır.

Ulutaş (2020) tezinde kur değişiminin muhasebe standartlarıyla dış ticaret yapan şirketlerde uygulanması halinde mali tablolara bunun etkisi tartışılmıştır.

Pehlivan (2021) tezinde dış ticaret işlemlerinin Türkiye Muhasebe Standartları çerçevesinde değerlendirilmesi ve muhasebeleştirilmesi ile ihracat ve ithalat işlemlerinde uygulama örneklerine yer verilmiştir.

Yılmaz (2020) Dış Ticaret İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi TMS 2 ve TMS 21 standartlarının VUK ile karşılaştırılması verilmiştir.

İzol (2018) tezinde ihracat ve ithalat işlemlerinin muhasebesi ve bir işletmede uygulaması gösterilmiştir.

Ağsakal (2015) Dış ticaret işlemlerinin UFRS ye göre muhasebeleştirilmesi çalışılmıştır.

Turna (2015) Türkiye Muhasebe Standartları Çerçevesinde Dış Ticaret İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi çalışılmıştır. Model işletmelerde uygulama örnekleri verilmiştir.

Ayhan (2014) Dış Ticaret İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi ve Serbest Bölge Uygulaması konu edilmiş uygulama örneği vardır.

Müderrişoğlu (2013) tezinde Muhasebe Kuramı ve Mevzuat Açısından Dış Ticaret İşlemlerinin İncelemesi yapılmıştır.

Dış ticaret ve muhasebe kelimeleriyle arama yaptığımızda yakın konular bulunsa da e-ihracat ve e-ihracatın muhasebesi konuları ayrı arama gereği duyularak sadece e-ihracat kelimesiyle arama yapılarak aşağıdaki çalışmalar bulunmuştur:

Uzun'un (2021) çalışmasında; Dünya e-ihracat rakamları ile Türkiye rakamları arasında mukayeseli nicel analiz yapılmıştır. Türkiye'nin önündeki engeller belirtilip ve e-ihracatın artırılması için tavsiyelerde bulunulmuştur.

Satıcı'nın (2019) çalışmasında; e-ihracatın temel unsuru olan lojistik konusunu firmalardan örnekler vererek teorik olarak incelemiştir.

Hepyaşar'ın (2019) çalışmasında; e-ihracatın temel unsurlarından e-gümrükleme sorunlarına değinilmiştir. Gümrüklerde bekleyişin marka değerini düşüreceği maliyetleri arttıracığı belirtilmiştir.

Delibal'ın (2019) çalışmasında; elektronik pazaryeri kullanımının avantaj dezavantajları 32 firmadan alınan cevaplarla değerlendirilmiştir. E-ihracatta ödeme alma, lojistik v.b sorunlar tespit edilmiştir. Mikro ihracatın kolaylaştırıcı etkisinden bahsedilmiş olmakla birlikte yeterli olmadığı belirtilmiştir.

Yalçın'ın (2016) çalışmasında; elektronik pazaryeri olan Alibaba.com ile ilgili yazışmalar yapılarak ve literatür incelenerek elektronik pazaryerlerine giriş yöntemleri incelenmiş ve bu yöntemlerle KOBİ'ler için kazanılacak fırsatlara vurgu yapılmıştır.

E-İhracat ile ilgili olarak yapılan literatür çalışmaları ile konunun anlaşılması sağlanmış olup lojistik, gümrükleme, elektronik pazar yerleri konumuzun parçaları olup çalışmamıza katkıları olmuştur.

2.2. E-Ticaret

İnsanlığın var oluşundan itibaren ticarete birçok değişim meydana gelmiştir. Ticaret, mal ve hizmetlerin satılması veya satın alınması şeklinde tanımlanmıştır. İlk olarak insanlar pazar adı verilen bir merkezde konumlanan alıcı ve satıcıların ortak bir noktada buluşarak insanların birbirleriyle yüz yüze gelerek ürünlerini takas etmişlerdir. Yaşanan gelişmeler ışığında paranın ve yazının bulunmasıyla birlikte yaşanan değişimler ticaret alanına da yansımıştır (Gugu, 2020: 1).

Dijital dönüşüm ile birlikte yeni çalışma alanlarının ortaya çıkmış, otomasyon sistemleri gelişmiş, yeni ödeme şekilleri ortaya çıkmış ve geleneksel alışveriş ortamlarının yerini elektronik platformlar almıştır (Bağdat ve Koç, 2020: 214). Bu etki ile ticaret sürekli gelişen ve değişen bir yapıya sahip olmuştur. 20. Yüzyılın sonuna doğru yaşanan bilgi ve iletişim teknolojilerindeki ilerlemeler küreselleşme sürecini hızlandırmıştır. Bununla birlikte yaşanan gelişmeler ülkelerin ticari faaliyetlerine de önemli bir katkıda bulunmuştur.

İletişim teknolojilerindeki gerçekleşen gelişmeler, uluslararası ticareti her boyutuyla etkilemiştir. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gerçekleşen gelişmeler, ülkelerin ticari faaliyetlerini zaman ve maliyet bakımından önemli ölçüde tasarruf sağlamalarına olanak tanımıştır. (Şeker,2017: 76).

Günümüzdeki rekabetçi iş dünyası işletmelerin devamlılığını sağlayabilmesi ve büyümesi için internet ve iletişim teknolojileri bir ana unsur haline gelmiştir. İnternet sayesinde işletmeler ticari faaliyetlerine genişletmekte ve bilgi alışveriş olanakları sağlamaktadır. İşletmelere iş partnerleri, müşterileri ile iş birliği yapma ve hızlı bir iletişim seçeneği sağlamaktadır. İş yapma biçimleri bakımından önemli bir etkiye sahip olan internet e-ticaretin üzerindeki etkisini günden güne artırmaktadır. (Kalalı, 2021:3).

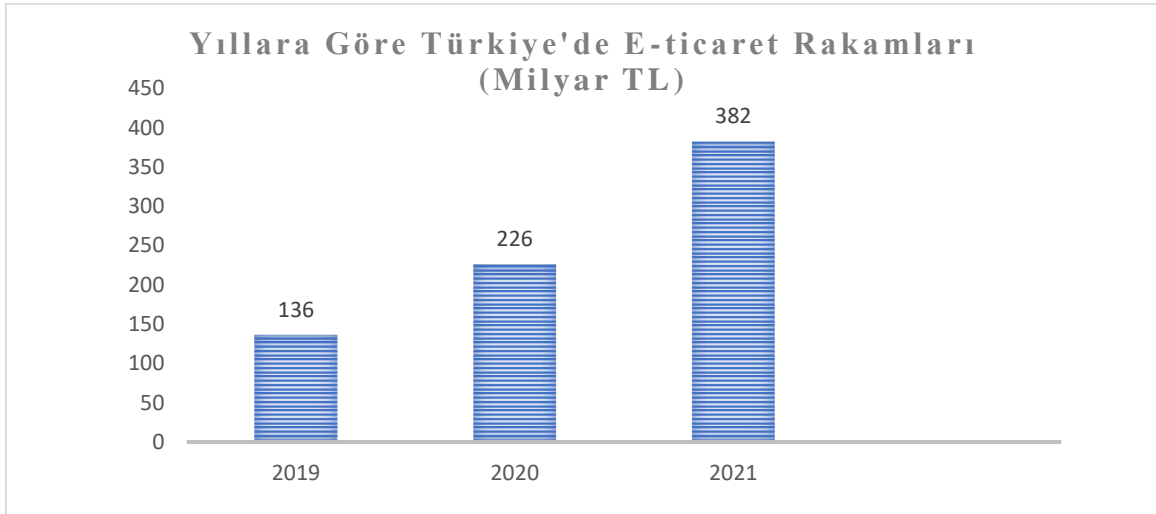
E-ticaret, geleneksek olarak kullanılan bilgi teknolojilerinin imkanlarının kullanılmasıyla internet üzerinden satıcıları, müşterileri, tedarikçileri ve bayileri bir araya getiren bir alışveriş

sistemidir. Ürün veya hizmet satan-alan şirketler dünyanın herhangi bir yerinde internet üzerinden alışveriş işlemlerinin yapılmasıdır (Marangoz, 2011:184).

2.3. Türkiye’de E-ticaretin Gelişimi

Ekonominin küreselleşmesi ile yaşanan gelişmeler, ticarete bazı yeniliklere ve değişimlere yol açmıştır. Bu yenilik ve değişimler Türkiye’de birçok alanı etkilemiştir. Ulusal ve uluslararası alanda faaliyet gösteren firmalar bu etkilenmenin ilk basamaklarını oluşturmaktadırlar. Bu firmalar yaşanan değişimlere uyum sağlama mücadelesi vermektedir (Kandemir vd., 2016:134).

Elektronik ticaret kavramı Türkiye’de 1992 yılında Merkez Bankası ile bankalar arasında meydana gelen Elektronik Fon (EFT) Transferi ile ortaya çıkmıştır (Aydemir, 2004: 21). 1997 yılında Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu’nun (ETTK) kurulmasına, elektronik ticaret ağının oluşturulması için Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu karar vermiştir. ETTK ile birlikte internet üzerinden yapılan işlemlerin güvenliğini sağlama, gizliliğin oluşturulması amacıyla çalışmalar yapılmasına karar verilmiştir (Şanlı, 2005: 212).



Şekil 1: Türkiye’nin Yıllara Göre E-Ticaret Harcamaları (URL-2)(27.11.2022).

Şekil 1’de Türkiye’nin son 3 yılının e-ticaret rakamları yer almaktadır. 2019 yılında 136 milyar TL olan yurtiçi harcamalar göstergeleri, 2021 yılında ise 382 milyar TL olarak karşımıza çıkmaktadır. Son 2 yılda Türkiye’de e-ticaret harcamalarında 246 milyar TL’lik bir artış meydana gelmiştir. 2020 yılında 2019 yılına göre e-ticaret harcamaları %66,17 artmıştır. 2021 yılında ise 2020 yılına bakarak %69,02’lik bir büyüme söz konusu olmuştur.

2.4. Dünya’da E-Ticaretin Gelişimi ve Mevcut Durumu

Günümüzde ülkelerin birbiri ile olan iletişim ağının gelişmesi sonucunda mesafeler ortadan kalkmakta, sanayi ve hizmet üretiminin küresel erişim hızı artmakta ve elektronik ticaretin hacmi her geçen gün büyümektedir (Koç ve Bağdat, 2020: 30). Ancak elektronik ticaretin temelleri 20. Yüzyılın ikinci yarısında Amerika Birleşik Devletleri’nde atılmıştır (Bahçeci, 2022:137). İlk ortak ağ çalışmaları üniversite taban merkezli olmak suretiyle başlatılmıştır. Üniversitelerin ortaklaşa kullandıkları bu ağ yolu ile etkin kaynak kullanımının ortaklaştırılması esas hedef olarak belirlenmiştir. 1970 yılına geldiği İleri Proje Araştırma

Ajansı'nın kurulmasıyla askeri manada meydana getirilen araştırmalar internet ağının ve dolayısı ile e-ticaretin günümüzdeki manası ile bilinen alt yapısının meydana getirilmesini sağlamıştır (Otuzoğlu, 2017).

1980 yılında yaşanan gelişmelere bağlı olarak küresel çapta kendinden söz ettiren e-ticaret insan yaşamında önemli bir konuma gelmiştir. 1982 yılında France tarafından bulunan minitel sistem, bugün ki internet altyapısının temelini oluşturmaktaydı. Minitel sistem içerisinde uzaktan alışveriş yapmayı sağlamasıyla birlikte haberleşme ağlarını da geliştirmekteydi. Bu ağ üzerinden tanımlanan alışverişlerde kredi kartından faydalanılması ve ödemelerin ay sonunda faturayı yansıtması bulunduğu dönem için büyük bir yenilik olarak elektronik ticaretin tarihinde ana unsur olarak karşımıza çıkmaktadır (Yıldırım, 2011: 37).

Elektronik ticaret küresel çapta her geçen büyümektedir. Tablo 1 'de küresel elektronik ticaret satışları verilmektedir. 2021 yılı itibariyle dünya genelinde e-ticaret satışları 4,9 trilyon \$ olarak gerçekleşmiştir. Bu rakam toplam satışların yaklaşık %19'una karşılık gelmektedir. 2025 yılına ulaşıldığı zaman ise uluslararası e-ticaret satışlarının 7,3 trilyon \$ seviyelerine ulaşarak toplam satışların içerisindeki payının %24'ünü oluşturacağı tahmin edilmektedir.

Tablo 1: Küresel E-Ticaret Satışları (Utku ve Dümenli, 2022:16). (*Tahmini)

Yıllar	E-Ticaret Satışları	Toplam Satışlar İçerisindeki Payı
2019	3.351	% 13
2020	4.248	% 17
2021	4.938	% 19
2022*	5.542	% 21
2023*	6.151	% 22
2024*	6.767	% 23
2025*	7.391	% 24

Dünya'da e-ticaretin gelişimi ve büyümesi her geçen gün devam etmektedir. Rekabet kurumunun yayınladığı verilere göre 2020-2024 yılları arasında perakende e-ticaret büyüme tahminleri Tablo 2'de verilmiştir. Tablo 2'de dünyada gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere yer verilmiştir. Gelişmiş bir ülke olan İngiltere'nin 2020-2024 yılları arasında perakende e-ticaret hacmi büyüme oranı %4,7 olarak tahmin edilmektedir. Büyüme tahminlerine baktığımız zaman en dikkat çekici ülkeler Türkiye (%20,2) ve Arjantin'dir (%16,3).

Tablo 2: Perakende e-ticaretin 2020-2024 yılları arasında ülkeler bazında beklenen büyüme oranları (%) (Rekabet Kurumu, Nisan 2021)

İngiltere	4,7
Avustralya	5,8
ABD	6,2
Fransa	6,4
Meksika	6,5
Almanya	6,5
Brezilya	9,1
Güney Afrika	10
Hindistan	13,1
Arjantin	16,3
Türkiye	20,2

2.5. Sınır Ötesi E-Ticaret

Dijital platform sistemlerini kullanarak çevrimiçi bir şekilde (online) olarak sipariş edilen, ticarete taraf olan alıcı ve satıcıların farklı ülkelerde bulunduğu geleneksel yöntemler ile teslim edilen malların haiz olduğu işlemler sınır ötesi e-ticaret olarak adlandırılmaktadır (e-ticaret rehberi, 2021:3). Worldef (2022) sınır ötesi e-ticaret fırsatlar ve problemler raporuna göre sınır ötesi e-ticareti etkileyen faktörleri ve sınır ötesi e-ticarete başlıca sorunlarını 7 başlık altında toplamıştır. Bu başlıklar aşağıda gibi ifade edilmektedir.

Sınır ötesi e-ticaretin gelişimi etkileyen faktörler şunlardır;

- Global pazaryerlerinin büyüklüğü,
- Uluslararası ticarete liberalleşme eğilimlerinin ivme kazanması,
- Teknoloji sistemlerinin ödeme sistemlerini geliştirmesi,
- Sınır ötesi e-ticareti teşvik edici düzenlemeler,
- Dünyanın hızlı bir şekilde küreselleşmesi,
- Asya-Pasifik bölgesinin sınır ötesi e-ticaretteki rolü,
- Kadınların e-ticaret ve sınır ötesi e-ticarete katılım sağlaması,

Sınır ötesi e-ticarete başlıca sorunlar

- Sınır ötesi pazara giriş imkanlarının zor olması,
- Büyük e-ticaret firmalarının tekelleşme ve rekabet bozucu uygulamaları,
- Sınır ötesi işlemlerde iade sorunları
- Lojistik sistemleri ve tedarik yönetim zincirlerindeki karışıklıklar,
- Dolandırıcılık ve sahte ürünlerin iade süreçleri,
- Küresel ekonomideki yaşanan enflasyonist süreçler,
- Sınır ötesi ödemeler sistemlerinin altyapı yetersizliği ve vergilendirme sorunları sınır ötesi ticarete en fazla karşılaşılan sorunlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tablo 3’da verilen bilgilere göre küresel e-ticaretin bölgesel dağılımları verilmiştir. Tablodaki bilgilere göre dünya e-ticaretindeki en büyük payla Asya Pasifik bölgesi 2.448 milyar dolar ile ilk sırada yer almaktadır. Asya Pasifik bölgesini ikinci sırada ise Çin Halk Cumhuriyeti takip etmektedir. Küresel ticarete en düşük payı ise Ortadoğu bölgesi almaktadır.

Küresel elektronik ticaret pazarı 3,9 trilyon dolara ulaşmıştır. 2.1 trilyon dolar e-ticaret hacmiyle pazarın %53,3’üne sahip olan Çin en büyük e-ticaret hacmine sahiptir. Çin’i 706 milyar dolar ile takip eden ABD dünyadaki ikinci e-ticaret pazar büyüklüğüne sahiptir. 2020 itibarıyla dünya e-ticaret hacminin %71’4’ünü ABD ve Çin oluşturmaktadır. (Dünyada e-ticaretin gelişimi ve Çin’de e-ticaretin incelenmesi raporu, 2021:16).

Tablo 3: *Küresel e-ticaretin bölgesel dağılımı 2020 (Dünyada e-ticaretin gelişimi ve Çin’de e-ticaretin incelenmesi raporu, 2021:16).*

Bölgeler	Milyar Dolar (\$)
Asya Pasifik	2.448
Çin	2.088
Kuzey Amerika	749
ABD	709
Avrupa	591
Batı Avrupa	498
Merkez ve Doğu Avrupa	93
Latin Amerika	84
Ortadoğu	42

Sınır ötesi ticaret işlemleri e-ihracat ve e-ithalat olmak üzere ikiye ayrılmaktadır:

2.5.1. E-İthalat

E-ithalat işlemleri sınır ötesi işlemlerden sayılmaktadır. E-ithalat, online kanallar kullanılarak yurtdışına verilen siparişlerin, hızlı kargo ve posta yöntemi aracılığıyla alıcı ülkedeki müşteriye ulaştırılmasıdır. E-ihracatta, ihracat işlemleri teşvik edilirken e-ithalatta tam tersi bir durum söz konusudur. Ülkedeki üreticilerin korunması için e-ithalatta ilave vergiler konularak ithalat maliyetleri arttırılmaktadır (Gürsoy, 2020:245).

2.5.2. E-ihracat

E-ihracat, yurtdışında bulunan müşterilere online satış kanalları üzerinden satış ile gerçekleştirilen ticari faaliyetlerin tümü olarak tanımlanmaktadır. E-ihracata konu olan ürünlerin satışı için e-ticaret platformlarına gerek duyulmaktadır. Bu işlemlerde e-ticaret platformlarını bireysel müşteriler tarafından seçilmektedir. Seçilen ürünler işletme tarafından KDV’siz satış faturası düzenlenerek (ETGB) Elektronik Ticaret Gümrük Beyanı kapsamında satışı gerçekleştirilmektedir (E-ihracat ortak akıl çalıştay, 2019:10).

Başka bir tanıma göre e-ihracat; farklı bölge veya ülkelerde bulunan tüketicilerin satıcılardan sanal pazaryerleri üzerinden alışveriş yapması ve ürünlerin sınır ötesi taşımacılık-lojistik ile iletilip/alınmasıdır (Saydam,2022:37).

2.5.2.1. Mikro ihracat

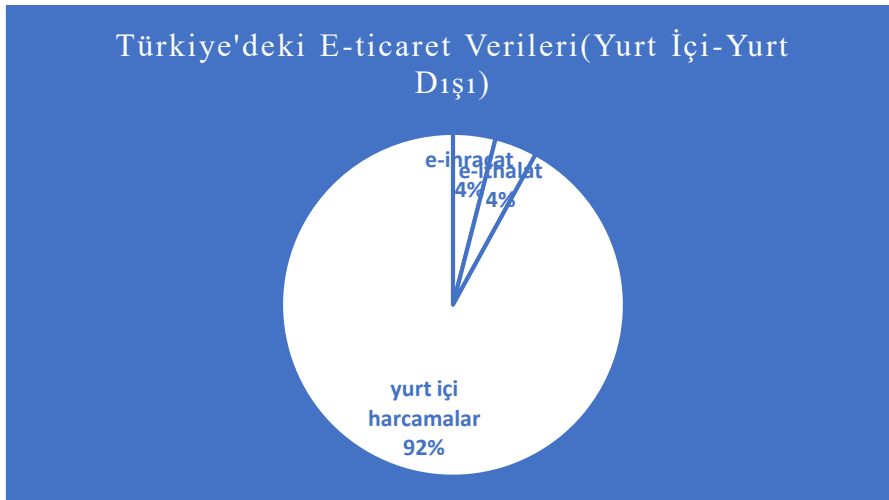
Mikro ihracat, 10/03/2013 tarihli ve 28583 sayılı Gümrük Genel Tebliğine göre, brüt kilogramı 300 ve maddi değeri 15.000 euro'yu geçmeyen ihracata konu olan, e-ticaret pazaryerleri üzerinden satılan ürün ve hizmetlerin bütünüdür (URL-4).

E-ihracat olarak yapılan işlemler yukarıda verilen 300 kg ve 15.000 Euro miktarlarını geçmediği zaman mikro ihracat kuralları geçerli olmaktadır. Ancak yapılacak işlemler bu miktar ve tutarların üzerinde ise burada yapılan işlemler de klasik ihracat koşulları geçerli olacaktır. Mikro ihracat olarak yapılan işlemlerin muhasebesi aynı e-ihracattaki muhasebe işlemleri gibidir. Burada yapılan ihracat işlemleri 102 Bankalar, 601 Yurtdışı satışlar hesaplarla kayıt altına alınmaktadır. E- ihracatta kullanılan hesaplar mikro ihracatta da aynı şekilde kullanılmaktadır. Lojistik giderleri ve Elektronik Ticaret Gümrük Beyanı yetkili firmaların komisyonları gider olarak kaydedilmektedir.

Mikro ihracat işlemleri incelendiğinde, işlemin yapılabilmesi için gerekli olan belgeler aşağıdaki şekilde ortaya çıkmaktadır (URL-6);

- Dolaylı temsil yetki belgesi,
- İhracat bilgi formu,
- E-arşiv fatura veya maliye tarafından onaylanmış fatura,
- İmza sirküleri belgesinin kopyası ve orijinal dolaylı temsil belgesi,
- Nakliye firmasından alınacak konşimento kopyası

2021 Türkiye'de 382 milyar TL e-ticaret harcaması gerçekleşmiştir. Şekil 2'de ise Türkiye'deki e-ticaret verileri verilmektedir. Şekil 2'ye göre Türkiye'de gerçekleşen 382 milyar TL'nin %92'si yani 349 milyar TL yurt içinde gerçekleşmiştir. 382 milyar TL'nin %4'üne denk gelen 16,4 milyar TL ise e-ihracat alanında gerçekleşmiştir. E-ithalat alanında gerçekleşen işlemler 16,5 milyar TL ile %4'lük kısma tekabül etmektedir.



Şekil 2: Türkiye'deki e-ticaret verileri (yurt içi-yurt dışı) (URL-3)

2.5.2.2. E-İhracatta ödeme yöntemleri

Klasik ticarete, alışveriş esnasında tüketici ve müşteri yüz yüze gelerek alışverişini tamamlamaktadır. Yapılan ticari işlemlerde genellikle nakit veya kredi kartı gibi ödeme yöntemleri tercih edilmektedir. Ancak e-ticarete ise böyle bir durum söz konusu değildir ve yapılan ödemeler her iki taraf için de güvenlik kaygısı oluşturmaktadır. Bu yüzden uluslararası alanlarda kullanılan ödeme yöntemleri tercih edilmelidir.

Dünya’da kullanılan en yaygın ödeme araçları şu şekildedir; (URL-5).

- Kredi kartları,
- Banka kartları,
- Dijital cüzdanlar,
- Elektronik para,
- Sanal POS,
- EFT (Elektrik Fon Transferi)
- Online Banka Havalesi

2.5.2.3. E-İhracat ile ihracat arasındaki farklar

Klasik ihracat ile ihracat arasında bir takım farklılık vardır. Bu farklılıkları (Türkiye İhracatçılar Meclisi E-İhracat Ortak Çalışmayı, 2019:11) raporunda şu şekilde ifade edilmektedir.

- Klasik ihracatta standart gümrük işlemleri uygulanmaktadır ve gümrük beyannamesi düzenlenirken, gümrük müşavirine ihtiyaç vardır. Ancak elektronik ihracatta ise taşıyıcı firmanın düzenlemiş olduğu ETGB (Elektronik Ticaret Gümrük Beyannamesi) belgesi yeterlidir,
- Klasik ihracatta alıcı ülkedeki gümrükleme süresi 2-7 iş günü sürerken elektronik ihracatta ise e-gümrükleme sayesinde çoğu işlem 12-48 saat içerisinde çözülmektedir,
- Klasik ihracatta B2C gümrükleme vergi muafiyetleri geçerli değilken, elektronik ihracatta ise B2C gümrükleme vergi muafiyetleri tam geçerlidir,
- Klasik ihracatta gümrükleme ve konsolidasyon imkanları kısıtlı iken, elektronik ihracatta geniş ve kolay uygulanabilmektedir,
- Klasik ihracatta ihracat operasyon hazırlığı detaylı ve zor iken, elektronik ihracatta basit ve kolaydır,
- Klasik ihracatta satış öncesi ve sonrası operasyon maliyetleri yüksek ve genellikle özel araştırma isterken, elektronik ihracatta kurallar şeffaf ve maliyetler düşük şekilde gerçekleşmektedir,
- Klasik ihracatta uçtan uca hizmet alabilme imkanı planlanması zor ve masraflı iken, elektronik ihracatta planlanması kolay ve ekonomiktir,
- Klasik ihracatta marka tescil sertifikası, belgelerin tercümesi veya apostil şerhi, satıcı ve alıcı şirketlerinin karnesi, hijyen sertifikası, laboratuvar analiz çoğunlukla zorunlu iken, elektronik ihracatta çok az bir ürün grubunda istenmektedir.

2.5.2.4. E-ihracatta dikkat edilmesi gerekenler

E-ihracatta dikkat edilmesi gereken konular aşağıdaki şekilde sayılabilir (E-ticaret ve e-ihracat, 2021:20);

- E-ihracatın devamlılığını sağlayabilmek için ihracat yapılan ülkenin kurallarını iyi bilmek ve uygulamak gereklidir,
- E-ticaret ve e-ihracat yapan firmalar ödeme sistemlerini kullanırken temkinli olmalıdır. Bu nedenle yerelde bulunan ödeme sistemleri kullanılmalıdır,
- İhracat işlemlerinde öngörülebilir ve tutarlı lojistik sistemleri kullanılmalıdır,
- İhracat yapılacak ülkelerin vergi ve e-ticaret kanunları ayrıntılı bir şekilde incelenmelidir,
- Sınır ötesi pazarlarda yapılan işlemlerde, e-ticaret firmaları operasyonel süreçlerde yerel unsurlar dışında farklı kanallarla yürüttüğü işlemlerde hükümet müdahaleleri ile karşı karşıya kalma ihtimali vardır. Bu yüzden yapılacak ticari faaliyet işlemlerinde o ülkenin yerel unsurları tercih edilmelidir,
- İhracat işlemlerinde ülkelerin kültürel farklılıkları ve değerleri göz önünde bulundurularak hedef pazar analizi yapılmalıdır.
- Web sitelerinde yerelleştirme işlemleri yapılırken profesyonel tercümanlar kullanılmalıdır. Online tercüme araçları tercüme yapıldığı zaman müşteri açısından yanlış anlaşılabilir durumu ortaya çıkabilmektedir,
- Ülkelerin kendi vergilendirme sistemlerini iyi bilmek ve buna göre ödeme profili iyi tanımlamak gerekmektedir. Çünkü müşteri bir ürünü teslim aldığı zaman kapıda ekstradan bir vergi ödemek zorunda kalabilir. Bu işlem müşteride memnuniyetsizlikle sonuçlanarak satın alma iade ile sonlanabilir ve işletmeye, markaya zarar verebilmektedir.

2.5.2.5. E-ihracatta kullanılan belgeler

E-ihracat işleminde kullanılan belgeler aşağıdaki şekildedir (Gürsoy, 2020:73):

1. Fatura,
2. ETGB- İhracat Bilgi Formu,
3. İhracat Talimat Yazısı,
4. Packing Listesi,
5. Elektronik Ticaret Gümrük Beyannamesi,
6. Kargo Dökümü Belgesi,
7. İhracat Yükleme Formu.

3. Örnek Olay

3.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Yöntemi

Bu çalışmanın amacı; sınır ötesi e-ihracat süreçlerini tanımlamak ve sınır ötesi e-ihracat işlemlerinin muhasebe işleyişinde yaşanan problemleri tespit etmek ve çözüm yollarını sunmaktır. Bu kapsamda çalışmada e-ihracat faaliyetinde bulunan bir işletmenin karşılaşacağı ve e-ihracat işlemlerinde yapılması gereken muhasebe kaydı örnekleri, örnek olay yönteminden yararlanılarak ele alınmıştır. Çalışmada, klasik ihracat ve e-ihracat muhasebe işlemlerinin nasıl yapıldığı ortaya konularak, bu işlemler sırasında ortaya çıkması muhtemel problemlerin

çözümü için öneriler sunulmaktadır. Ayrıca çalışmanın e-ihracat muhasebesi alanında yazılan kaynakların kısıtlı olmasından dolayı öncü bir kaynak olarak yerini alacağı düşünülmektedir.

3.2. E-İhracat İşlemlerin Muhasebeleştirilmesi

Aşağıda e-ihracat işlemlerinin muhasebeleştirilmesi gösterilmektedir. E-ihracat işlemlerinde genel olarak kullanılan muhasebe hesapları aşağıdaki gibidir.

102 Bankalar (ödeme ve tahsilatta tercih edilir), 108 Kredi kartı ile satışlarda tercih edilir, 120 Alıcılar, 136 Diğer Çeşitli Alacaklar, 153 Ticari Mallar, 191 İndirilecek KDV, 320 Satıcılar, 329 Diğer Ticari Borçlar, 601 Yurtdışı Satışlar, 610 Satış İadesinde tercih edilir, 611 Satış İskontosunda tercih edilir, 760 Pazarlama Satış Dağıtım Giderleri e-ihracatın muhasebeleştirme işlemlerinde kullanılan hesaplardır (Gürsoy, 2020:113).

Aracı firmaların olması durumunda e-ihracatın klasik ihracat muhasebe işlemlerinden farklılaştığı sorunu ile karşılaşmıştır. Çalışmamızda e-ihracatta aracı firma sorununun tespiti yapılmış ve çözüm yolu aşağıda örnekte verilmiştir.

Eğer aracı kurum olursa e-ihracat sanal pazarlama devir kaydı oluşturularak borç kısmına 136 Diğer Çeşitli Alacaklar hesabına kayıt edilirken, 120 Alıcılar hesabı alacak kısmına kayıt edilmektedir. Daha sonra e-pazaryerleri kendi komisyonunu alarak kalan tutarı işletmenin hesabına aktarmaktadır. Bu işlem e-ihracat sanal pazarlama firması komisyon kaydı hesabı açılarak hesabının borç kısmına 760 Pazarlama Satış Dağıtım Gideri hesabı kullanırken, alacak kısmında ise 329 Diğ. Tic. Borçlar hesabı çalıştırılmaktadır. Yapılan ticari işlemlerinin sonunda e-ticaret satışından kalan tutar ise firmanın hesabına aktarılmaktadır. Bu işlem ise sanal pazarlama firması tarafından yapılmaktadır. Sanal pazarlama firmasının yapması gereken kayıt işlemine göre 102 bankalar hesabı borç tarafında çalıştırılmaktadır. E-Ticaret firması diğer firmaya devir için 136 Diğer Çeşitli Alacaklar hesabının alacak tarafına kayıt yapılması gerekmektedir.

Örnek: Emek e-Ticaret Ltd. Şti tarafından satış fiyatı 2.500 dolar (\$) olan ticari mallar, e-ticaret faaliyeti kapsamında aracı kurum (komisyoncu) ile yurt dışı alıcıya satılmıştır.

E-İhracat ile ilgili alış ve giderler tablosu aşağıdaki gibidir.

Boyabat AG'ye e-ihracat kapsamında satış	2.500 \$
İmalatçı Serdivan A.Ş, ticari mal alımı; 1.750 \$+ 315 KDV	2.065 \$
456.com, Aracı Kurum Komisyonu; 250 \$ +00 KDV	250 \$
XYZ Kargo, Kargo-Lojistik Gideri : 10 \$ + 00 KDV	25 \$
Pazarlama ve İşletme Gideri: 50 \$ + 9 KDV	59 \$
ETGB İşlem Günü 1. dolar \$ =8.000 Türk Lirasıdır.	
Not: İhracat yapılmak amacıyla yurtdışı komisyon ve taşımacılık KDV'den muaftır.	

E-ihracat yurt içi mal alışı kaydı:

E-İhracat için İmalatçı Serdivan A,Ş'den "Mal Alış Fatura" kaydı aşağıdaki gibidir.

$$1.750 * 8,000 = 14.000 \text{ TL}$$

$$14.000 * 0,18 = 2.520 \text{ TL}$$

$$14.000 + 2.520 = 16.520 \text{ TL}$$

1x.1x.202x	Borç	Alacak
153 Ticari Mallar	14.000	
191 İndirilecek KDV	2.520	
320 Satıcılar <i>imalatçı Serdivan A.Ş</i> <i>e-ihracatta imalatçıdan mal satın alma</i>		16.250


Yukarıdaki yevmiye klasik ihracat ile e-ihracat da aynıdır.

E-ihracat satış kaydı:

E-İhracatta “satış faturası” aşağıdaki gibidir.

$$2.500 \$ * 8,0000 = 20.000 \text{ TL Satış Faturası tutarı olacaktır.}$$

NOT; Elektronik İhracatta, ETGB düzenlenir. Elektronik ihracatta KDV istisnasıdır.

	Özelleştirme No	TR1.2	Mal ve Hizmet Bedeli	20.000 TL
	Senaryo	TİCARİFATURA		
	Fatura Tipi	SATIŞ	KDV %18	00 TL
	Fatura No	GD152638		
	Fatura Tarihi	10.10.2022		
	İrsaliye No	000508200	TOPLAM TUTAR	20.000 TL
	İrsaliye Tarihi	10.10.2022		

NOT: e-fatura, ETGB ile eşleştirilir.

E-ihracat “ETGB” muhasebe kaydı aşağıdaki gibidir.

1x.1x.202x	Borç	Alacak
120 Alıcılar <i>Boyabat A.G Yurt Dışı Alıcı</i>	20.000	
601 Yurt Dışı Satışlar <i>e-ihracatta mal satışı ETGB kaydı</i>		20.000

Yukarıdaki yevmiye klasik ihracat ile e-ihracat da aynıdır.

E-ihracat sanal pazarlama firmasına devri kaydı:

E-İhracatta satış tutarının, satışı yapan “sanal pazarlama firmaya devri” kaydı aşağıdaki gibidir.

$$\text{XYZ Kargo; } 25 \$ * 8,0000 = 200 \text{ TL}$$

20.000 – 200 = 19.800 Kalan kısım alıcıdan onay alınana kadar sanal pazarlama firmasında kalmaya devam eder.

1x.1x.202x	Borç	Alacak
136 Diğ.Çeş. Alacaklar 456.com	19.800	
136 Diğ.Çeş. Alacaklar XYZ Kargo	200	
120 Alıcılar Yurt İçi Alıcı e-ihracatta, sanal firmaya cari devri		20.000

Buradaki farklılık; klasik ihracatta ve şirket kendi internet sitesinden satış yapıyorsa 136 Diğer Çeşitli Alacaklar Hesabının kullanma gereği yoktur. Sanal Pazarlama Firması üzerinden ihracat yapılıyorsa alacağın sanal firmaya devri yapılmaktadır.

E-ihracat sanal pazarlama firması komisyon kaydı:

E-İhracatta “sanal pazarlama firması komisyon” kaydı aşağıdaki gibidir.

456.com, Aracı Kurum Komisyonu : 250 \$ *8, 0000 = 2.000 TL

1x.1x.202x	Borç	Alacak
760 Pazarlama Satış D.Gideri	2.000	
329 Diğ.Tic.Borçlar 456.com e-ihracat, sanal firma komisyon gideri		2.000

Buradaki farklılık; klasik ihracatta ve şirket kendi internet sitesinden satış yapıyorsa 329 Diğer Ticari Borçlar Hesabını kullanma gereği yoktur. Sanal Pazarlama Firması üzerinden ihracat yapılıyorsa sanal firma komisyon gideri sanal firmaya borçlar olarak yazılmaktadır.

E-ihracat kargo firması lojistik gideri kaydı:

E-İhracatta “kargo firması, lojistik gideri ” kaydı aşağıdaki gibidir.

XYZ Kargo ; 25 \$ *8, 000 = 200 TL

1x.1x.202x	Borç	Alacak
760 Pazarlama Satış D.Gideri	200	
329 Diğ.Tic.Borçlar XYZ Kargo e-ihracat, kargo, lojistik gideri		200

Buradaki farklılık; klasik ihracatta ve şirket kendi internet sitesinden satış yapıyorsa 329 Diğer Ticari Borçlar Hesabının kullanma gereği yoktur. Sanal Pazarlama Firması üzerinden ihracat yapılıyorsa kargo lojistik giderleri sanal firmaya borçlar olarak yazılmaktadır.

Yevmiyede KDV olmamasının sebebi; Türkiye gümrük bölgesi dışına , serbest bölgeler arasında veya serbest bölgeden sonraki ihracata yönelik taşımacılık işleminde KDV uygulanmamasındandır (Gürsoy, 2020, s.120).

E-ihracatta cari hesaplar arası devir-mahsup kaydı:

E-Ticarete; satış, alıcı tarafından onaylandıktan sonra “ cari hesaplar arasında mahsup” kaydı aşağıdaki gibidir.

1x.1x.202x	Borç	Alacak
329 Diğ. Tic.Borçlar Xyz Kargo	200	
329 Diğ. Tic.Borçlar 456.Com	2.000	
136 Diğ.Çeş. Alacaklar Xyz Kargo		200
136 Diğ.Çeş. Alacaklar 456.Com <i>e-ihracat, kargo, lojistik gideri</i>		2.000

Buradaki farklılık; klasik ihracatta ve şirket kendi internet sitesinden satış yapıyorsa 136 Diğer Çeşitli Alacaklar Hesabının ve 329 Diğer Ticari Borçlar Hesabının kullanma gereği yoktur. Sanal Pazarlama Firması üzerinden ihracat yapılıyorsa cari hesaplar arasında mahsup yapma gereği doğmaktadır.

E-ihracatta kalan tutarın e-ticaret firmasına devri kaydı:

E-Ticarete; satış, alıcı tarafından onaylanır. Cari hesaplar arasında yapılan mahsup kaydından sonra “sanal pazarlama firması tarafından kalan tutar e-ihracat firması banka hesabına devir” kaydı aşağıdaki gibidir.

((20.000 – (2.000 +200)) = 17.800 TL ihracatçı firma hesabına devredilir.

1x.1x.202x	Borç	Alacak
102 Bankalar	17.800	
136 Dğ.Tic.Alacaklar 456.com <i>e-ihracat, sanal firmadan kalan tahsilat</i>		17.800

E-ihracatta çeşitli pazarlama-işletme gideri kaydı:

E-ihracatta; satış ile ilgili haberleşme, ulaşım gibi “ pazarlama gideri” kaydı aşağıdaki gibidir.

59 \$ * 8, 0000= 472 TL

472 * 0, 18 = 84,96 TL

472 TL +84,96 TL = 556,96 TL işletme gideri kaydı yapılacaktır.

1x.1x.202x	Borç	Alacak
760 Pazarlama Satış Dağıtım Gideri	472	
191 İndirilecek KDV	84,96	
102 Bankalar		556,96

E-İhracat işlemlerinde KDV işlemleri ve KDV iadesi:

191 indirilecek KDV hesabında biriken KDV tutarı $2.520+84,96=2.604,96$ TL'dir. Yıl sonunda 190 Devreden KDV çıkması halinde KDV iadesi talep edebilir. KDV iadesi; klasik ihracat ile e-ihracat da aynıdır.

4. Sonuç ve Değerlendirme

E-Ticaret yeni bir satış kanalı olarak karşımıza çıkmıştır. Bugün yerel ve uluslararası alanlarda söz sahibi olan firmaların birçoğu bilişim-ağ sistemlerini kullanarak ürünlerini daha fazla kar etmek, ürünleri tanıtmak ve müşteri portföyünü genişletmek amacıyla elektronik ticaret yapmaktadır. Ulusal ve uluslararası alanda e-ticaret her geçen gün artmaktadır. E-Ticaret diğer bir yandan yerel olan firmalara uluslararası alanlara açılma fırsatı sunmaktadır. Uluslararası alana açılan firmalar küresel düzeyde rekabete ortak olarak tüketiciler için fayda sağlamıştır. E-Ticaret sayesinde tüketiciler, yerelde olmayan ürünler haricinde ürünler ile tanışmıştır. Bu sayede işletmeler tüketicilere maksimum düzeyde fayda sağlayarak tüketicilerin gereksinimleri karşılamıştır. Elektronik ticaret her geçen gün değişen dünya düzeninde gelişmekte ve kendini yenilemektedir. Bu bilgiler ışığında son zamanlarda işletmeler ulusal alandan daha çok uluslararası alanlarda çalışmak istemektedir.

Günümüzün küresel ekonomik trendlerini, uluslararası elektronik ihracat ve ithalat türleri oluşturmaktadır. Her geçen gün büyüyen dünya ekonomisinden e-ticarete kendi payını almaktadır. Yerel e-pazaryeri olarak hizmet veren işletmeler e-ticaret sayesinde uluslararası alana açılma fırsatı bulmuştur. Bu sayede dünyadaki büyük veya küçük ölçekli firmalar, e-ticaret pazaryerleri sayesinde ortak bir pazar haline gelmiştir.

Çalışmada, e-ihracat muhasebe işlemlerinde kullanılan hesaplar ve muhasebe işlemlerinin nasıl uygulandığı farklılıklarıyla birlikte ifade edilmiştir. E-ihracatın bir diğer unsuru mikro ihracatta vergi mevzuatlarından ve mali müşavirlerle yapılan bire bir görüşmelerden 300 kg ve 15.000 Euro'yu geçmeyen satışlarda klasik ihracat kuralları dışında ürünlerin satışının yapıldığı izlenmiştir. Mikro ihracat olarak yapılan işlemlerin muhasebesi aynı e-ihracattaki muhasebe işlemleri gibidir. Burada yapılan ihracat işlemleri 102 Bankalar, 601 Yurtdışı Satışlar Hesapları'nda kayıt altına alınmaktadır. E- ihracatta kullanılan hesaplar mikro ihracatta da aynı şekilde kullanılmıştır.

Çalışmada; yapılan mülakatlarla, klasik ihracat ile e-ihracatın farklılıklar gösterdiği görülmüştür. Şirket kendi internet sitesinden satış yapmışsa klasik ihracat işlemleri ile e-ihracat işlemleri benzerdir. Ancak şirket, e-ticarete aracı bir firma aracılığıyla(sanal pazaryerinde) ürünlerinin satışını gerçekleştirirse farklılıklar görülmektedir. Burada aracı kurum ürünü kendi satmış gibi gösterip ücreti alıcıdan tahsil etmektedir. Daha sonra aracılık faaliyetleri veya hizmet bedeli olarak komisyon ücretleri düşüldükten sonra kalan işletmenin hesabına yatırılmaktadır. Kargo giderleri, pazarlama giderleri, iade masrafları kesintileri yapılmaktadır. Bu süreçler ihracat bedelinin tahsil süresini uzatmakta ihracat bedeli aracı firmada uzun süre kalabilmektedir. Burada gerçekleşen işlemlerdeki kesilen hizmet bedelleri ve komisyonlar e-ihracat ile klasik ihracat muhasebe işlemlerinin farklılık boyutunu oluşturmaktadır. Yapılan araştırmadan, mali müşavirlerle yapılan görüşmelerden bazı meslek mensuplarının bu farklılıkları algılayamadığı, yapılan muhasebe işlemlerinin klasik ihracattaki gibi yapıldığı

tespit edilmiştir. Bunun sonucunda muhasebe kayıtları ve mali tablolar doğru bilgi veremez hale gelebilmektedir.

Yapılan tüm işlemlerinin kayıt edilmesi, muhasebeleştirilmesinin muhasebe kurallarına ve hukuka uygun bir şekilde düzenlenmesi gerekmektedir. Aksi durumda oluşacak yanlışlıklar firmalar için yaptırımlara maruz kalmasına neden olacak, firmaların büyümesine ve güvenilirliğine zarar verecektir.

Çalışma sonucunda sonraki araştırmalar için aşağıdaki önerilerde bulunmaktadır:

- Yapılan çalışma e-ticarete, e-ihracatta yapılan ticaretin anlaşılması uygulanması ve muhasebe işlemlerinin kolaylaşmasını sağlayacaktır.
- Bu çalışma e-ticaret alanında yapılacak nicel çalışmalara öncü doküman olabilir.

Kaynakça

- Ağsakal, A.(2015). Dış ticaret işlemlerinin UFRS ye göre Muhasebeleştirilmesi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.Akpınar, E. N. (2017). Türkiye'de Elektronik Dış Ticaretin Gelişimi ve İstihdam İlişkisi. *Harran Education Journal*, 18-31.
- Aydemir, İ. (2004). Elektronik Ticaret Alanındaki Rekabet Sorunları. Ankara: Rekabet Kurumu.
- Ayhan, E. (2014). Dış Ticaret İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi ve Serbest Bölge Uygulaması, Bülent Ecevit Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Zonguldak.
- Bağdat, A. ve Koç, İ. (2020). Dijital Ekonominin Vergilendirilmesi ve E-Muhasebenin Etkisi. Endüstri 4.0'dan Toplum 5.0'a Güncel Yaklaşımlar, Ed:Çiğdem, S. ve Boztaş, A., Nobel Yayıncılık: Ankara.
- Bahçeci, İ. (2022). Covid- 19 Pandemisinin E-Ticaret Üzerinde Etkisi. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 135-146.
- Canbaz,S.(2006). Türkiye'de Elektronik Ticaret Uygulamasında Karşılaşılan Muhasebe Sorunları(Yüksek Lisans Tezi),Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Çamur, T. (2022). Dış Ticaret İşlemlerinin Türkiye Muhasebe Standartlarına Göre Muhasebeleştirilmesi ve Bir Uygulama, Tarsus Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Tarsus.
- Delibal, Ö.(2019), Türk girişimcilerin e-ihracat faaliyetlerinde global elektronik pazaryerlerinde karşılaştıkları sorunlar ve mikro ihracat uygulaması, Anadolu Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir.
- Deliçay, M. (2021, Ocak). Perakende E-Ticaretin Yükselişi (Fırsatlar,Sorunlar,Öneriler). Ankara: T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji Ve Bütçe Başkanlığı.
- Ebru İnce, C. S. (2021). E-Pazaryeri Platformları Sektör İncelemesi Ön Raporu. Ankara: Rekabet Kurumu.
- Gugu, E. (2020). Elektronik Ticaret Ve Uluslararası Ticarete Kullanılan Pazarlama Yöntemleri. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Gürsoy, Y. (2020). E-Ticaret E-İhracat E-İthalat İşlemleri Muhasebe Uygulamaları. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Hepyaşar, H.(2019), E-ihracatın gümrük sorunları ve çözüm önerileri, Marmara Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi,İstanbul.
- İzol, S. (2018).Dış Ticarete İhracat ve İthalat İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi ve Bir Uygulama,İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kalalı, G. (2021). Kalalı, G. (2021). Türkiye'de E-Ticaret Ve İşletmelerin Uluslararası Rekabetçiliğini Geliştirmek İçin Kullandıkları İhracat Odaklı E-Ticaret Uygulamaları (Yüksek Lisans Tezi). Kayseri: Nuh Naci Yazgan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Koç, İ. ve Bağdat, A. (2020). Sosyal Medya Platformlarının Kayıt Dışılık Bağlamında Vergisel Açıdan Değerlendirilmesi. *Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 6 (1), 29-42.
- Marangoz, M. (2011). Girişimciler İçin Sınırsız Ticaret: E-Ticaret. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 181-201.
- Mehmet Utku, Ş. D. (2022). E-Ticarete Devlet Teşvikleri Ve Muhasebeleştirilmesi. Ankara: Paradigma Akademi.
- Müderrişoğlu, K. (2013). Muhasebe Kuramı ve Mevzuat Açısından Dış Ticaret İşlemlerinin İncelemesi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara
- Otuzoğlu, C. (2017). E-Ticaret Ve E-Ticarete İlişkin Yasal Düzenlemeler, Muhasebeleştirilmesi Ve Tfrs 15 Kapsamında İncelenmesi. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Pehlivan Ç.Y. (2021). Dış Ticaret İşlemlerinin Türkiye Muhasebe Standartları Çerçevesinde Değerlendirilmesi ve Muhasebeleştirilmesi, Sakarya Üniversitesi, İşletme Enstitüsü, Sakarya.
- Uzun, M. (2021). Türkiye'nin e-ihracatta mevcut durumu ve potansiyeli,İstanbul Ticaret Üniversitesi / Dış Ticaret Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi,İstanbul.
- Satıcı, N. (2019). E-ihracatta lojistik uygulama ve modelleri, Bahçeşehir Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi,İstanbul.
- Saydam, S. G. (2022). Mikro İhracatta Karşılaşılan Sorunlar Ve Mikro İhracat Performans Ölçeğinin Geliştirilmesi (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü.
- Suzan Duygu Bedir Erişti, A. K. (2013). Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Aöf.
- Şanlı, B. (2005). Küreselleşmenin İtici Gücü Yeni Ekonomi, Elektronik Ticaret Ve Türkiye Açısından Bir Değerlendirme. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 201-218.
- Şeker, A. (2017). Uluslararası Ticarete İnternet Kullanımının Rolü: Türkiye Örneği. *Ege Akademik Bakış* , 75-88.

- T.C. Ticaret Bakanlığı. (2021). Sınır Ötesi Elektronik Ticaret (E-Ticaret) Rehberi. Ankara: Ticaret Araştırmaları Ve Risk Değerlendirme Genel Müdürlüğü.
- T.C. Ticaret Bakanlığı . (2021). Dünyada E-Ticaretin Gelişimi Ve Çin’de E-Ticaretin İncelenmesi. Ankara: .C. Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü.
- Tuğrul Kandemir, Z. K. (2016). Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Muhasebe Eğitimine Bakış Açılırları: Afyon Kocatepe Üniversitesi Meslek Yüksekokulları Örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 133-151.
- Turna, İ.(2015). Türkiye Muhasebe Standartları Çerçevesinde Dış Ticaret İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi, Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.
- Türkiye İhracatçılar Meclisi. (2019). E-İhracat Ortak Akıl Çalıştayı Nisan 2019. İstanbul: Tim (Türkiye İhracatçılar Meclisi).
- Uludağ İhracatçı Birlikleri. (2021). E-Ticaret Ve E-İhracat. Bursa: Arge Şubesi.
- Ulutaş, H.A. (2020). Türkiye’de Dış Ticaret Sektöründe Kur Değişiminde Uygulanan muhasebe Standartlarının İşletme Finansal Tablolarına Etkisi, İstanbul Okan Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Worlddef. (2022). Sınır Ötesi E-Ticaret (E-İhracat) Fırsatlar Ve Problemler. Worlddef Yayınları.
- Yalçın, Ö.(2016), Uluslararası pazarlara açılma yöntemleri ve e-ihracat uygulamaları, Gedik Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans, İstanbul.
- Yıldırım, E. (2011). Türkiye’de Perakende Ticaret Yapan Firmalarda Eticaretin Uygulanabilirliği Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Bilişim Enstitüsü.
- Yılmaz, E. (2020). Dış Ticaret İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi TMS 2 ve TMS 21 Kur Değişimin Etkileri standartlarının VUK ile Karşılaştırılması, Işık Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Url-1 < <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.6563.pdf> > Erişim Tarihi, 9.10.2022.
- Url-2 < https://ihracatdestek.org.tr/uploads/e-ticaret-e-ihracat-rehber_1625752409.pdf > Erişim Tarihi, 10.10.2022.
- Url-3 <<https://www.eticaret.gov.tr/istatistikler>> Erişim Tarihi, 27.10.2022.
- Url-4 < <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2011/07/20110720-16.htm>> Erişim Tarihi, 15.10.2022.
- Url-5 <<https://Worlddef.Net/E-İhracat/Sinirotesi-Odeme-Yontemleri/> > Erişim Tarihi, 5.02.2023
- Url-6 < <https://gumruk.dhl.com.tr/mikro-ihracat>> Erişim Tarihi, 11.04.2023