

KOBİ'ler için E-ihracata Giriş dersi



Son yıllarda online pazaryerlerinin sunduğu hizmetlerin yanı sıra devlet teşvikleri ile de desteklenen e-ihracat, KOBİ'lere önemli fırsatlar sunuyor. Geleneksel ihracata göre yatırım maliyetleri son derece düşük olan e-ihracata başlamak için bilmeniz gerekenleri araştırdık.

SELENAY YAĞCI

Pandemiyle birlikte tüm dünyada e-ticaret kullanmaya başlayan tüketici kitlesinin, yüzde 50'den fazlası kalıcı olacak. Bu sebeple e-ihracat yapan KOBİ'ler için dünyadaki fırsatlar daha da arttı. E-ihracat, özellikle son birkaç yıldır alıcı kitlesinin hızla artarak genişlemesi sonucu satıcılar açısından ülkemizin ve dünyanın en trend ticaret şekillerinden biri haline geldi. Teknolojinin gelişimi, gönderim maliyetlerinin azalması, tarafları korumak amacıyla düzenlenen yasal ve sağlanan diğer kolaylıklarla birlikte e-ihracat kelimesini Türkiye'de duymayan kalmadı.

Biz Türkiye'de e-ihracat desek de dünyada sınır ötesi e-ticaret olarak anılıyor. Kısaca, online kanallarla yurt dışından alınan siparişleri, mikro ihracat kuralları çerçevesinde müşteriye ulaştırmak demek... E-ihracatın en çok tercih edilen türlerinden biri B2C yani doğrudan tüketiciye ulaşmak... Küresel B2C e-ticaret pazarının, 2027'ye kadar 7.9 milyar dolara ulaşması bekleniyor. COVID-19 krizinin ortasındaki 2020'de de pazarın 4 milyar dolara ulaştığı tahmin ediliyor. Yani 2020-2027 döneminde ortalama yüzde 10 büyümeye öngörülüyor.

İnternet üzerinden yurtdışı satış yapan mikro ihracatçıya yüzde 50 vergi muafiyeti getirilmesi sektör adına çok olumlu bir gelişme oldu. Özellikle KOBİ'ler için çok önemli bir fırsat barındırıyor. Türkiye'de e-ticaret yapan kayıtlı 68 bin 457 KOBİ var. Ancak e-ihracat yapan firma sayısı çok kısıtlı. ETBİS, e-ticarete yurtdışı ödemelerin payını yüzde 9 olarak belirtiyor.

Türkiye, 2020-2024 yılları arasında e-ticaret'in en fazla büyümeye göstereceği ülkeler listesinde Arjantin, Endonezya ve Hindistan'ın da önünde yer alarak en fazla büyüme beklenen ülke konumunda bulunuyor. E-ihracat genel ihracat içindeki payı dünya ortalaması yüzde 5,5 iken, Türkiye'de bu rakam yüzde 0,5'lerde. Önümüzdeki

3 yıl içinde 10 kat büyümeye gösterecek, dünya ortalamasına gelmemiz bekleniyor. Türkiye'de e-ihracat ekosistemindeki firmaların en çok e-ihracat yaptığı ülkeler sırasıyla Amerika, Almanya, Suudi Arabistan, Fransa, Birleşik Krallık, İtalya, Hollanda, Ürdün, Birleşik Arap Emirlikleri ve İspanya...

Amazon, Alibaba, eBay gibi global platformların Türkiye'nin potansiyeli için pazardaki varlıklarını güçlendirmeye 2021 yılında da devam etmesi bekleniyor. TOBB'un da ana gündem maddesi e-ihracat, çünkü e-ticaretin büyümesindeki güç olarak öne çıkıyor. Türkiye'nin 2023 hedeflerinde; e-ticaretin 350 milyar TL'ye ulaşması planlanırken, e-ihracatın bu hedef içindeki payı 70 milyar TL.

ETGB sisteminin avantajları nedir?

Elektronik Ticaret Gümrük Beyanı (ETGB) sistemi e-ihracata başlayanların ilk bilmesi gereken konulardan biri. E-ihracat yapanlar için prosedürlerden arındırılmış bir sistem var. Türkiye'den yurtdışına yapacağınız bir satışta KDV hariç fatura tutarı 15 bin Euro'dan az ve satışa konu olan malların ağırlığı 300 kilogramdan hafif ise, bu ihracat mikro ihracat olarak yapılabilir. ETGB sistemi üzerinde tüm prosedürler yetkili kargo firmaları aracılığıyla gerçekleştiriliyor. ETGB sistemi ile yapılan mikro ihracat işlemleri sonrasında KDV iadesi de alınabiliyor. Klasik ihracatta olduğu gibi gümrük müşavirine ihtiyaç olmuyor.

Gümrükleme masrafları ve gümrükleme hızı düşüldüğünde bu sistemin KOBİ'ler açısından sunduğu avantaj çok önemli.

Günümüzde e-ihracat KOBİ'ler için de takip edilmesi gereken bir trend değil, geleceği yakalamak için bir ihtiyaç haline aldı. E-ihracat yapmak, 7 gün 24 saat bütün dünyaya açık bir vitrininiz olması anlamına geliyor. KOBİ'leri, e-ihracat yoluyla hali hazırda sattıkları ürünlerle farklı ülkelerin pazarlarında kendilerine müşteri bulabiliyor. İç piyasa ile sınırlı kalmayarak hızlı, kolay ve güvenli bir biçimde ürünlerini tüm dünyadan alıcılarla buluşturabiliyor.

Ayrıca e-ihracat özellikle pandemi sürecinde daralan ekonomiler için de kritik bir öneme sahip. E-ihracat, müşterilerine fiziksel temas

olmadan ulaşabilmek, ticari faaliyetlerini devam ettirmek ve yeni pazarlar arayanlar için en doğru yöntem olarak öne çıkıyor.

Peki ekosisteme dahil olmak için neler yapmalı?

Uzmanlar, başlangıç olarak online pazar yerlerinin tercih edilmesi gerektiğini söylüyor. Çünkü kendi web sitenize müşteri çekmek için arama motoru optimizasyonu (SEO) gibi bazı araçlara ve dijital reklama ihtiyacınız var. Pazaryerleri bunları sizin için yapıyor. Başka bir avantajı ise dil bilmeye gerek bırakmaması. İstedığınız ülkede otomatik olarak yerel dille ürünlerinizi satılabiliyorsunuz. Türkiye'deki pazaryeri temelli e-ticaret sitelerinin yabancı muadilleri Amazon ve eBay en çok bilineni ama dünyanın en büyük üçüncü alışveriş devi Etsy'nin adı az anılıyor. Ancak Etsy kullanıcılarının, Türk satıcılara ilgisi yoğun. Türk ev hanımları bile burada yöresel ve el emeği ürünler satıyor. Trendyol ve GittiGidiyor gibi yerli pazaryerleri de KOBİ'lerin Türkiye'den dünyaya açılmasına aracılık ediyor. Buralara hesap açarak satış yapmaya başlayabilir, böylelikle ilk adımı atabilirsiniz. Tüm işlemler için yapılan masraflar, klasik ihracat prosedürleri ile kıyaslanamayacak kadar az.

E-ihracatın temel avantajları olarak; banka teminatına gerek olmaması, ödeme almak için online ödeme kuruluşları ile anlaşma yapılabilmesi, geleneksel ihracata göre riskin minimal olması, geleneksel ticarete göre hedef pazara ulaşmanın çok daha kolay olması, dijital pazarlama teknikleri, derinlemesine pazar araştırması yapmaya imkan vermesi, ürünler için sertifika veya uyumluluk belgesi gibi prosedürler gerekmemesi, kur farkının bazı durumlarda fayda yaratması, B2C gümrükleme vergi muafiyetleri olması olarak sıralanabilir.

Ayrıca Alibaba, Amazon, Etsy ve Rakuten gibi küresel pazar yerlerinde satış yapmak isteyenlerin üyelik bedelleri de devlet tarafından karşılanıyor.

E-ihracatta dikkat edilmesi gerekenler

- E-ihracatın sürdürülebilirliği için yerel ticaret kurallarını detayları ile bilmek ve uygulamak önemli.
- Sınır ötesi pazarlarda e-ticaret yapmaya çalışan firmalar dolandırıcılara karşı dikkatli olmalı. Bu sebeple yerel müşteri davranışları konusunda tecrübeli ödeme kanalları seçilmeli.
- Sınır ötesi e-ticarete tutarlı ve öngörülebilir lojistik sistemler kullanılmalı.
- Yerel vergilendirme ve e-ticaret kanunları ayrıntılı olarak incelenmeli.
- Bazı sınır ötesi pazarlarda e-ticaret yapan firmalar, operasyonel süreçlerini yerel unsurlar dışında farklı kanallarla yürüttüklerinde hükümet müdahaleleri ile karşı karşıya kalabiliyor.
- Sınır ötesi e-ticarete ödeme süreçleri zorluklar içerebilir. Ürünü teslim alan

müşteri ek vergilerle karşılaştığında hayal kırıklığı yaşayabiliyor. Bu sebeple yerel vergilendirmeleri iyi anlamak ve müşterinin buna göre ödeme yapmasını sağlamak çok önemli. Aksi takdirde satın alma iade ile sonuçlanır ve işletmeye ve markaya zarar verir.

- Farklı ülkelerdeki pazarlara aynı şekilde davranmak hata olacaktır. Örneğin; Amerika ve Çin'in tüketici tabanı ve kültürleri çok farklı. Bu sebeple e-ihracatta hedef pazarın hassasiyetleri ve kültürü dikkate alınmalı.
- Web sitesinde yerleştirme (lokalisasyon) yapılırken online tercüme araçları yerine profesyonel tercümanlar kullanılmalı. Aksi durumda kelime yanlış yorumlara yol açabilir.
- Ulusal bayramlar, e-ihracatın önemli başlıklarından. Hedef pazara uygun tatil kampanyaları düşünülmeli.

Kargoda dikkat edilmesi gerekenler nelerdir?

E-ihracat kargo işlemleri, e-ihracat kargo firmaları tarafından yürütülür. Kargo gönderilerinin işlemlerinde Gümrük Genel Tebliği hükümleri uygulanır. 300 kilo ağırlığındaki ve 15 bin Euro değerindeki kati ve satış amacıyla yapılan ve farklı bir mevzuatı gerektirmeyen e-ihracat işlemlerinde, e-ihracat kargo koşulları geçerli. Türkiye'de hizmet veren e-ihracat kargo firmaları şu şekilde; DHL, FedEx, TNT, MNG Kargo, PTT, Yurtiçi Kargo, Express Kargo.

E-ihracat kargo işlemleri yürütülmesi için dikkat edilmesi gereken bazı hususlar ise şunlar;

- Limitler aşırsa Gümrük Müşavirliği firması aracılığıyla detaylı beyan ile işlem yapılması gerekir.
- E-ihracat kargo gönderileri için dolaylı temsil yetki belgesi, ihracat bilgi formu (iş emri), Maliye onaylı fatura (Türkçe, İngilizce) gibi evraklar gerekir.
- E-ihracat kargo için Elektronik Ticaret Gümrük Beyanı (ETGB) gerekir. ETGB beyanları, lisanslı taşıyıcı firmalar tarafından elektronik ortamda düzenlenir.
- E-ihracat için kati ve satış amaçlı ihracatlar lisanslı kargo firması ile gönderilebilir. Farklı rejim gerektiren, örneğin fuar amaçlı gönderiler e-ihracat kapsamı dışında kalır.

Ülkelerin sunduğu avantajlardan faydalanın

Bireysel müşterinize direkt satış yaptığınız için, müşterinizin ülkesindeki B2C (firmadan direkt tüketiciye) gümrükleme vergi muafiyetlerinden de faydalanabiliyorsunuz. Bazı ülkelerin B2C gümrük vergisi muafiyetleri:

- Avrupa Birliği ülkelerinde hazır giyim kategorisindeki ürünlerde 22 Euro'ya kadar gönderiler için gümrük vergisi ve KDV almyor.
- Rusya'ya gönderilen sipariş tutarı 1.000 Euro'yu geçmeyen ürün grupları gümrük vergisi ve yurt dışı KDV'den muaf tutuluyor. Rusya pazarında, özellikle kürk ve deri gibi

ürünlerde gümrük vergisi muafiyetleri sunuyor.

- Ukrayna, 150 Euro'ya kadar gönderiler için gümrük vergisi ve KDV muafiyeti uyguluyor.
- Amerika'ya gönderilen 800 dolara kadar olan e-ihracat gönderileri, gümrük vergisi ve yurt dışı KDV'den muaf tutuluyor.
- Azerbaycan, aylık 500 Euro altındaki siparişler için gümrük vergisi ve KDV muafiyeti uyguluyor.
- Körfez ülkelerinde 270 dolar altındaki siparişler gümrük vergisi ve KDV'de muaf tutuluyor.

Trendyol ile KAGİDER'in 'Gelecek Kadınların' projesi 3 bin kadını hedefliyor

Kadın girişimcilerin dijital kanallarda önünü açacak önemli bir iş birliğine imza atıldı. Trendyol ile Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER) iş birliğine giderek, 'Gelecek Kadınların' programını başlattı. 3 yılda 3 bin kadına girişimcilik ve e-ticaret eğitimleri verilmesi hedeflenen Trendyol Gelecek Kadınların Programı'na katılan kadın girişimciler e-ticaret operasyonları, satış artırma yolları ve müşteri memnuniyetini yükseltme gibi birçok farklı konuda gelişim olanağı bulacak. Programla, moda alanının önemli isimleriyle

birlikte tasarlanan ve sadece Trendyol'da satışa sunulacak koleksiyonun gelirinin tamamıyla binlerce kadının girişimcilik yolculuğuna destek olunması hedefleniyor. Kadın girişimcilerin yanında olmayı her zaman sorumlulukları olarak gördüklerini belirten Trendyol Kurucusu ve CEO'su Demet Mutlu, "Kadınların hayatın her alanında güçlenmesi, sosyal ve ekonomik kalkınmada güçlü bir pozitif etki yaratıyor. KAGİDER ile başlattığımız 'Gelecek Kadınların' programı ile de daha fazla kadının dijital ekonomide var olmasına katkı sağlayacağız" dedi. Trendyol satıcıları arasında kadın girişimci

sayısının Türkiye ortalamasının üzerinde olduğunu belirten Demet Mutlu, "Trendyol olarak platformumuzda kadınların katılmasına büyük önem veriyoruz. Satıcılarımızda çalışan kadın oranı da yüzde 54 ile Türkiye ortalamasının üzerinde. Türkiye'de kadın işverenlerin oranı yüzde 10 iken, Trendyol satıcılarımızın yüzde 25'i kadınlardan oluşuyor. Sadece pandemi döneminde 17 bin kadın girişimci platformumuzda satışa başladı. Ayrıca Trendyol'un ikinci el platformu Dolap'taki 1.1 milyon satıcıdan yaklaşık 400 bini ev kadını ve dolap üzerinden kullanmadıkları eşyaları satarak ev ekonomisi-

ne destek oluyolar" açıklamasında bulundu. KAGİDER Başkanı Emine Erdem de 'Gelecek Kadınların' projesi kapsamında KAGİDER Pusula'ya (www.kagiderpusula.org) 14. modül olarak yeni bir modül ekledik. Bu modülde hem genel girişimcilik eğitimleri hem de pazaryerinde satış yapan girişimcilerin ihtiyaç duyacakları başlıklar yer alıyor. Örneğin, Dijital Girişim, Marka Yönetimi, Tüketici Deneyimleri ile Girişimi Büyütmek, E-Ticaret Hukuku, Influencer Marketing, Ürün Yükleme Hakkında İpuçları, Doğru Maliyet Doğru Fiyat vs. Trendyol'un sağladığı güçlü destek ile gerçekleştirdi-

ğimiz, daha fazla kadın girişimcinin e-ticarete var olmasını sağlayacak 'Gelecek Kadınların' programının örnek bir proje olmasını diliyoruz" dedi. Trendyol Gelecek Kadınların Programı'na kaynak yaratmak için oluşturulan koleksiyon, moda alanında öncü duruşlarıyla tanınan Başak Dizer, Ceylan Atıncı, Hande Can, Nur Bilen Yavuzer, Rachel Araz, Serra Türker, Yasemin Taciroğlu, Tuvana Büyükcınar ve Zeynep Tosun ile birlikte tasarlandı. Koleksiyonun tanıtım çemkirlerinde bu isimlerle birlikte Seda Domanç ve Zeynep Üner de yer aldı.