

2021, Türkiye için e-ihracat yılı olabilir

İMAM GÜNEŞ

Dijitalleşmedeki büyük dönüşüm, ihtiyaçlarla birleşince e-ticaret, ekonomilerin vazgeçilmez haline geldi. Ülkeler arası ticaretin de en güncel maddelerinden birini oluşturdu. Yaşanan hızlı gelişimle birlikte kısa süre içinde sağlıklı ve doğru adımları atan şirketler, e-ticaret ve e-ihracatta, öne geçme fırsatı yakalayacak. Ülke olarak yatırım aştahlı, hızlı aksiyon alabilen özel sektörümüz, çoklu üretim yeteneğimiz ve lojistik avantajlarımız, küresel e-ticaret için de en büyük gücümüz. E-ihracatta yaşananları ve beklentileri doğru analiz etmemiz gerekiyor. Bu noktada geçmişte önemli açılımlar sergileyen Ticaret Bakanlığı'nın gündeminde, dijitalleşme ve e-ticarete ilişkin düzenlemelerin bulunduğunu belirtmek isterim.

Ticaret Bakanlığı ödenen beri e-ticaret ve e-ihracatın önünün açılması için önemli çalışmalar gerçekleştirdi. Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan

ile yakın zamanda yeni çalışma konularına ilişkin yaptığımız görüşmeden yansıyanları aktarmak isterim. Ticaret Bakanı Pekcan, dijital pazarlama faaliyetlerine yönelik desteklerin önümüzdeki dönemde artarak sürdürüleceğini söylüyor. Bakan Pekcan, e-ihracatın artırılmasına yönelik çalışmalarını ve devlet desteklerini hızlandıracaklarını kaydediyor. Pekcan, görüşmemizde e-ticaret ile ilgili şu bilgileri bizimle paylaşmıştı: "Firmalarımızın e-ticaret sitelerine üyeliklerini, sanal ticaret heyetleri ve sanal fuarlara katılımını ve sanal fuar düzenlenmesini destek kapsamına aldık. Firmalarımızı e-ihracata yönlendirmek amacıyla e-ticaret sitelerinin üyelik giderlerini 2020 yılı için yüzde 80, takip eden yıllarda ise yüzde 60 oranında desteklemeye devam ediyoruz. Sanal ticaret heyetleri ve sanal fuarlara katılım için iş dünyamızı temsil eden çatı örgütlerin yapacakları masraflar ve sanal fuar organizasyonları giderlerini de yüzde 50 ora-



Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan

nda destekliyoruz. Bakanlık olarak, firmalarımızın yeni ticaret dinamiklerine uyumlu olarak, dijitalleşme süreçlerinden en iyi şekilde faydalanmalarını sağlamaya ve yurt dışı pazarlara giriş faaliyetlerine destek olmaya devam edeceğiz".

Yeni düzenleme beklentisinin sektör oyuncularının da en önemli gündem maddelerinden olduğunu belirtelim ve e-ticarete ilişkin kimi verilerle yazımıza devam edelim. Hazine ve

Maliye Bakanlığı ile Stratejik ve Bütçe Bakanlığı'nca hazırlanan ve Cumhurbaşkanlığı tarafından onaylanan yıllık programa göre, e-ticaretin toplam perakende satışlar içindeki payı yükseliyor. 2021'de perakende pazarında e-ticaretin oranının yüzde 7'den 8'e, güven damgası alan e-ticaret sitesi sayısının 25'ten 100'e çıkarılması öngörülmüyor. Geçen yıl 213 milyar lira düzeyinde olan e-ticaret hacminin bu yıl 240 milyar liraya yükselmesi bekleniyor.

Özel sektörün yüksek yatırım heyecanıyla yeni devlet desteklerinin ve uygulamalarının devreye girmesiyle birlikte Türkiye'nin e-ticarete yönelik performansı, bu yıl beklenenin üzerinde gerçekleşebilir. Küresel zemin ve talep de e-ihracatın önünün açılması için son derece müsait.

Dijitalleşmede gördüğümüz radikal dönüşüm, pandemi koşullarıyla da birleşince küresel e-ticarette çok hızlı bir büyümeyi beraberinde getiriyor. Artık sadece B2C değil B2B, B2G hatta

C2C ilişkileri dahi artık dijital ortama taşındı. Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı (UNCTAD) verilerine göre, 2015 yılında 915 milyonu yerel, 163 milyonu uluslararası olmak üzere toplam 1,08 milyar e-ticaret kullanıcısı varken, 2018 yılında bu rakam yerelde 1,11 milyara, uluslararası alanda ise 330 milyon olmak üzere toplamda 1,45 milyara yükseldi.

ABD, ÇİN VE JAPONYA İLK 3'TE

UNCTAD'ın, 2017 ve 2018'e ait küresel e-ticarette performansı en iyi olan ülkeleri açıkladığı rapora göre, her iki yılda da ABD, Çin ve Japonya toplam e-ticaret satışlarında ilk üç ülke oldu. ABD, 2017'de toplam satışların 8,1 trilyon dolarını B2B satışlardan, 753 milyar dolarlık kısmını ise B2C satışlardan elde etti. ABD'den sonra e-ticarette ikinci büyük hacme Japonya sahip oluncukülkenin 2017'de 2,98 trilyon dolar olan e-ticaret hacmi 2018'de 3,28 trilyon dolara yükseldi.

E-ihracatı artıracak 8 teşvik

SELENAY YAĞCI

Türkiye'de e-ihracat yapan firmalar, yurt dışındaki faaliyetleri kapsamında önemli miktarda devlet teşviki alabiliyor. Bu destekler çoğunlukla ihracat teşviklerinin bazılarının e-ihracatı da kapsamıyla oluşuyor. DÜNYA olarak e-ihracata katkı sunan, yürürlükteki devlet teşviklerine ilişkin bir derleme yazı hazırladık.

Devlet desteklerinden yararlanmak için öncelikli şartlardan birisi şahıs şirketi olmamak... Sonrasında ihracatçı birliğine üye olmak ve marka tescilli yaptırmak gerekiyor. Tüm teşvik sistemi marka bazlı işliyor. Bunun yanı sıra web sitesinin faaliyet gösterilecek ülkenin diline uygun şekilde hazırlanmış olması şartı aranıyor. E-ihracat ile satılacak olan ürünlerin Türkiye'de üretilmiş olması da gerekiyor. Pek çok firmanın koşulları sağlayarak alabileceği e-ihracat devlet destekleri ile şirketin büyüme sürecinde özellikle faydalı olurken, şu anda birçok şartı gerektiren e-ihracat teşviklerinin KOBİ'ler için daha kolaylaştırılması bekleniyor. Sektör yetkililerinden aldığımız bilgiye göre Ticaret Bakanlığı'nın da genel ihracatın dışında e-ihracata daha özel teşvikler için harekete geçtiği belirtiliyor. Teşvikler pazaryeri ve reklam desteklerinde arttırılacak ve KOBİ'lerin erişiminde kolaylık sağlayacak.

Şu an genel ihracat destekleri dışında yalnızca yabancı e-ticaret siteleri üyeliklerinin ödemesi devlet tarafından yapılıyor. Ticaret Bakanlığı, ön onay verdiği Amazon, Alibaba gibi e-ticaret sitelerine toplu üyeliklerde destek veriyor. Burada TOBB, TİM ya da DEİK gibi kurumların başvuru yapması gerekiyor. Ancak iş birliği kuruluşlarının toplu üyelik desteğinden yararlanabilmesi için, her başvuruda en az 250 şirketi e-ticaret sitesine üye yapmış olması gerekiyor. Bu olduğu takdirde iş birliği kuruluşlarına yüzde 80 oranında ve her bir şirket için e-ticaret sitesi başına yıllık en fazla 2 bin dolar tutarında destek veriliyor. E-ihracat için beyannamelerin kolaylaştırılması üzerine çalışılıyor.



E-ihracat, pandemiyle birlikte çok hızlı bir gelişim içine girdi. Rakamlar çok hızlı büyüyor. Bu alanda, devlet-özel sektör iş birliğini en iyi uygulayan ülkeler yanışta öne geçecek. Türkiye'de yeni teşviklerin devreye girmesi beklenirken, e-ihracatı özendirerek destekler de bulunuyor. E-ihracat yapan ve yapacak şirketlerin önünü açacak devlet destekleri konusunda bir yazı hazırladık.

► MARKA TESCİL VE KORUNMA DESTEĞİ

Sınır ötesi e-ticaret kapsamındaki hizmet, ürün ya da yurt içinde tescilli yapılmış olan markaların yurtdışındaki tescilli ve korunması için harcanacak olan kalemleri ifade ediyor. Bunun içindeki marka, başka bir tescil olup olmadığının araştırmasının yapılması ve patent bürosu hizmetleri gibi giderler ile konuya ilişkin zorunlu giderler destekleniyor. Ancak tescilin yenilenmesi ile ilgili giderler bu desteğin kapsamında yer almıyor. Bu kalemde devlet destekleri oranı ise yüzde 60 civarında oluyor.

► YURTDIŞI PAZAR ARAŞTIRMA GEZİ DESTEĞİ

En çok 2 çalışan, en çok 1+10 gün, maksimum 20 gün ve maksimum 3 ülke için geçerli olan yurtdışı pazar araştırma gezileri desteği; yalnızca uçak, tren ya da otobüs ile yapılan ulaşım giderlerini,

araç kiralama giderlerini ve konaklama giderlerini kapsıyor. Devlet destekleri oranı ise yüzde 70 civarında oluyor. Gezi başına 5 bin dolara kadar destek alabilirken, 50 bin dolar sınırı var. Bir yılda 30 ülkeye devlet desteği ile gidebiliyorsunuz.

► RAPOR DESTEĞİ

Bakanlığın uygun gördüğü kurumlardan alınan ya da kuruluşlara yaptırılan pazar araştırması, veri izleme ve değerlendirme faaliyetleri, şirket ya da marka odaklı raporlar ve yabancı şirket alımına dair ihtiyaç duyulan mali ve hukuki analiz raporları için yapılan giderler destekleniyor. Ancak devlet desteği alabilmek için bakanlık ön onayı zorunlu tutuluyor. Alınacak olan raporların ise en çok 2 senelik olması gerekiyor. Destek oranı ise yüzde 60 civarında oluyor.

► BELGE ALIM DESTEĞİ

Çevreye, kaliteye ve insan sağlığına dair teknik mevzuat ile uyum sağlayabilmek adına edinilen belge, izin, ruhsat, sertifika, danışmanlık, eğitim ve diğer tüm belgelendirme giderleri, belge alım desteği ile destekleniyor. Örneği "Helal Sertifikası" için başvurulabilir. Desteğin kapsamı içinde doküman inceleme gideri, belge kullanım ücreti, belgelendirme tetkik gideri, zorunlu kayıt ücreti, danışmanlık, eğitim, yenileme gideri ve analiz gideri de yer alıyor. Destek oranı ise yüzde 50 civarında oluyor.

► YURTDIŞI REKLAM VE TANITIM DESTEĞİ

E-ihracat yapan şirketlerin yurtdışıya yönelik Facebook, Youtube hatta Google reklamları da destek kapsamına giriyor. Gerçekleştirileceği her türlü reklam, tanıtım, pazarlama,

sponsorluk, televizyon reklamı, radyo reklamı, gazete ilanı, dergi ilanı, internet reklamları, sosyal medya reklamları, açık hava reklamları, özel tanıtım gideri olarak geçen kokteyl, konferans, seminer ve ürün lansmanları gibi bütün faaliyetler destekleniyor. Yurtdışında birimi bulunmayan ya da bulunmayan tüm şirketler için farklı ülkelerde yüzde 60 oranında destek sağlanıyor. Limit 150 bin dolar. Eğer bir ülkede biriminiz ya da marka tesciliniz varsa o ülke için ekstra 150 bin dolar daha destek alabiliyorsunuz.

► YURTDIŞI BİRİM KİRA DESTEĞİ

Yurt dışında faaliyetlerde bulunan şirketlerin veya şubelerinin açtığı birimlerin vergi, resim ve harç da dahil olmak üzere brüt kira ve komisyona dair harcamaları destekleniyor. Sınai-Ticari şirketler için mağaza, kiosk, ofis, depo ve reyon destek oranı yüzde 50 oluyor. Ticari şirketler için ise mağaza, kiosk, ofis, depo ve reyon destek oranı yüzde 40 oluyor.

► YURTDIŞI FUAR DESTEĞİ

E-ihracat yapan şirketlerin yurt dışında gerçekleştireceği fuarlar yüzde 50 oranında destekleniyor. Ancak tutarlar genel nitelikli fuarlar ile sektörel nitelikli fuarlar arasında değişiklik gösteriyor. Prestijli fuarlar ise maksimum 2 yıl boyunca destekleniyor.

► İLERİ TEKNOLOJİ ŞİRKET SATINALMA DESTEĞİ

Yabancı bir şirket ya da marka odaklı olan raporlarla yabancı şirketin alım işlemlerine dair alınması gereken mali ve hukuki raporlar için yapılan tüm giderler bu destek ile karşılanabiliyor. Bakanlık tarafından ön onay alınmasının zorunlu olduğu desteğin oranı ise yüzde 75 civarında oluyor.

ABD pazarı fırsat sunuyor

Amerika pazarı, e-ticaret uygulamaları kapsamındaki hizmet alımlarında ilk sırada yer alarak bu alanın en büyük pazarı ünvanını alıyor. Dünyanın dört bir yanından ABD'ye önemli oranda ürün akışı var. Geçen yılki performansıyla Türkiye'nin konvansiyonel ihracatta önemli oranda performans sergilediği ABD pazarı, Türk e-ihracat şirketleri için de ciddi fırsatlar barındırıyor. Ancak her ülkede olduğu gibi bu pazarda da dikkat edilmesi gereken noktalar var. ABD pazarına yönelik hizmet üretmek için faaliyete geçen Barlas Consulting Kurucu Okan Barlas, e-ihracatta rekabetin yükselmesiyle birlikte artan danışmanlık hizmeti veren firmalar konusunda seçici ve dikkatli olunmasını öneriyor. Barlas, "Danışmanlık hizmetini internet üzerinden verdiğini iddia eden birçok firma var ancak bu firmaların bazıları yanıltıcı veya doğru olmayan bilgiler veriyorlar. Öte yandan markalar, danışmanlık hizmeti almaya başladıktan sonra sürpriz maliyetlerle karşılaşabiliyor" dedi. Okan Barlas, "Online pazar yerlerinde özellikle de Amazon'da hesap açılırken, Amerika'da şirketinizin olması işinizi çok kolaylaştırıyor. Danışmanlık verdiğimiz firmaların ihtiyaçları doğrultusunda kurması gereken şirket türüne birlikte karar veriyor, kurum için gerekli evrakları topluyoruz. Şirket kurulduktan sonra ise vergi numarası gibi evrakların hızlıca çıkarılmasına ve banka hesaplarının açılmasına aracılık ediyoruz" dedi. Barlas, "Tüm süreçleri devletten de onayladığı bir e-dokümantasyon firması üzerinden ilerletiyoruz. Danışmanlığımız, şirketleri kurulduktan sonra ilgili eyalet sitelerinden kendi firmalarına ait tüm bilgileri kontrol edebiliyorlar. Son 6 ayda 120'den fazla şirketin açılışına aracılık ettik ve bu sayı ihracat artışıyla doğru orantılı olarak her geçen gün artıyor" diye konuştu.