

e-ticareti geliştirecek DEVLET DESTEKLERİ

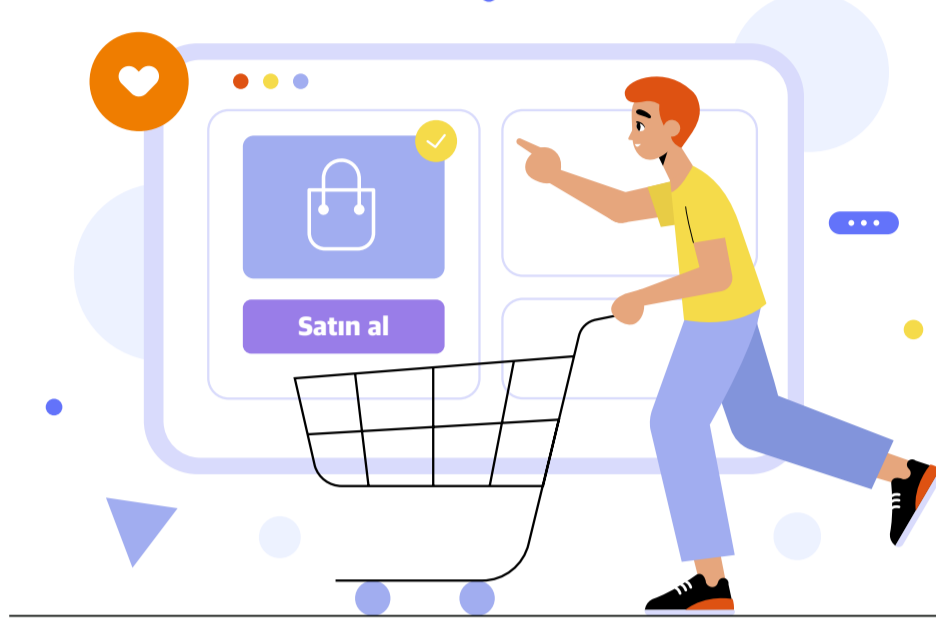
90'lı yıllarla birlikte az sayıdaki ihtisas sahibi şirketin yönlendirdiği e-ticaret, artık hemen her şirketin ve kişinin kolaylıkla dahil olabileceği bir noktaya taşındı. Salgınla birlikte de ticari yaşamın en sıcak gündemi haline geldi. Peki, e-ticaretin önünü açma noktasında devlet teşviklerinin ne kadar farkındayız? Yazımız, genç girişimciden, hibelere ve e-ihracata uzanan alanlarda destek sunan devlet kurumlarıyla ilgili ayrıntılı bilgileri içeriyor.

MEHMET ÖZCAN

Elektronik ticaret kavramı, artık hepimizin hayatına girmiş durumda. E-ticaretin kapsamı, başlangıçta finans, teknoloji, bilişim ürünleri, emtia gibi standart vasıfta mal ve hizmetler ile sınırlıydı ve ticarete konu ürünlerin arkasında güvenilir kurumlar bulunmaktaydı. Zamanla ödeme ve teslimat yöntemlerindeki gelişmelere paralel olarak maliyetler azaldı. İnternet ve mobil cihaz kullanımı yaygınlaştı, tüketicilere ürünlerini kişiselleştirme imkanı sunan yazılımlar geliştirildi. Tüketiciler alışkanlıklarının değiştiğine ve e-ticaret uygulamalarının meyve-sebze alışverişini dâhil hemen her alana yayıldığına şahit olduk. Günümüzde e-ticaret siteleri ve sosyal ağlar ucuz ve etkin pazarlama kanalları olarak yaygın şekilde kullanılıyor.

E-ticaretin temel avantajları olarak; stok, mağaza, personel maliyetlerini azaltması, markalaşmanın kısa sürede sağlanabilmesi, geniş müşteri kitlelerine ve ihracat pazarlarına kolay erişim, hız, 24 saat satış yapma ve ürünleri detaylı olarak tanıtmaya imkanı sunması ifade edilebilir. Tüketicilere ürünün fiziki olarak inceleme olanağı tanınamaması, teslimat için bekleme gereği, sıkça iade-değişim ihtiyacı ortaya çıkması, güven konusunda tereddütler gibi dezavantajları da bulunuyor.

Olumlu ve olumsuz yönleriyle e-ticaret hacmi, dünyada ve ülkemizde güçlü artış trendini sürdürmekte. 2019 yılında global e-ticaret hacmi, 25 trilyon doları aştı. Bu miktarın yaklaşık %20'si doğrudan tüketiciye yönelik (B2C) işlemlerden oluşmakta ve 2 milyara yakın kişinin online alışveriş yaptığı hesaplanmaktadır. Ülkemizde de durum farklı değil. Tüketicilere yönelik e-ticaret pazarının yıllık büyüme hızı, 2015-2019 döneminde yüzde 35 olarak hesaplanıyor. TÜBİSAD verilerine göre 2019 yılı pazar hacmi 83 milyar TL. Akabinde yaşadığımız pandemi sürecinin e-ticaret pazarında büyük bir sıçramayı tetiklediğini sanırım hepimiz günlük yaşantımızda



%5

TÜRKİYE'DE E-İHRACATIN E-TİCARET İÇİNDEKİ PAYI

400
milyar dolar

2021 GLOBAL E-İHRACAT HEDEFİ

gözlemleyebiliyoruz. Ticaret Bakanlığı verilerine göre, pandemi etkisinin hissedildiği 2020 yılında sadece Ocak-Haziran döneminde önceki yılın aynı dönemine kıyasla %64 artış ile 91 milyar TL e-ticaret hacmi oluşmuş durumda. Pandemi tedbirlerinin geçen Mart ve sonrasında hayata geçtiği göz önüne alınırsa, 2020 yılındaki artışın %64'ün de üzerinde olduğunu öngörmek mümkün. Pandeminin çok önemli bir etkisi, iş süreçlerinin internet ortamına aktarılması ve pazarlama imkânları sayesinde oluşturmaları. Benzer şekilde, müşteriler de internet üzerinden alışveriş alışkanlıkları geliştirdiler. Dolayısıyla, e-ticaretin ulaştığı hacmin büyük ölçüde kalıcı olacağına söyleyebiliriz. Yeni normalde bütün mamüllerin satışları gibi çok sınırlı sektörler dışında kalan işletmelerin e-ticaret imkânlarını göz ardı etmeleri mümkün görünmüyor.

Elektronik ihracatın e-ticaret içindeki payı, %8. Global B2C e-ticaret hacminin 2021'de 5 milyar doları aşacağı tahmin ediliyor. Bu durumda 400 milyar dolarlık bir e-ihracat pazarından bahsedebiliriz. Bu rakamın çok daha fazla olacağı yönünde görüşler de var. Ülkemizde ise e-ticaret içinde ihracatın oranı %5. E-ihracatçı adayları için PayPal Cross Border Shopping Report - 2018 çalışmasındaki sınır ötesi online alışverişe en yakın tüketicilerin yakın coğrafyamızdaki Ortadoğu, Afrika ve Doğu Avrupa bölgelerinde yer aldığı bulgularını paylaşalım. E-ihracatta ilk 3 sektör ise sırasıyla hazır giyim (%30), elektronik (%19) ve sağlık-güzellik ürünleri (%10).

E-ticaret yapan firmalar iki grupta tanımlanabilir. İlk grupta tanınan, büyük ölçekli firmalar yer alıyor. Bu firmalar, ürün

ve hizmetlerini satış noktalarının yanı sıra internet üzerinden de pazarlıyorlar. İkinci grup, görece küçük olan KOBİ statüsündeki işletmeler ve yeni girişimcilerden oluşuyor. E-ticaret, özellikle büyük reklam ve pazarlama bütçesi olmayan, dağıtım ve satış kanalları için yatırım yapamayacak bu gruptaki firmalara müthiş fırsatlar sunuyor. Dünyanın en büyük şirketleri listesinde birkaç yıl önce kurulmuş işletmelerin yer alması, internetin sağladığı, markalaşma ve pazarlama imkânları sayesinde. Ayrıca, yeni ve küçük ölçekli ihracatçı adaylarının parsiyel veya daha küçük kargo gönderilerinin yurt içi - yurt dışı taşıma ve gümrük işlemleri, bu alanda hizmet sunan e-ticaret siteleri sayesinde oldukça kolaylaşmış durumda. Ülkemizde e-ticareti destekleyen teşvik ve vergi uygulamaları da aşağıda sunulmaktadır.

Elektronik ticarete hızlı büyüme sürecinin devam etmesi bekleniyor. Aslında bu süreci, ticari faaliyetlerde kaçınılmaz bir yapısal dönüşüm olarak tanımlamak daha doğru. Mal ve hizmet teminlerini mağaza veya ofise gitmeden yapmayı tercih eden insanların sayısı gün geçtikçe artıyor. Maliyet ve diğer avantajlarını da düşündüğümüzde, firmaların marka değerleri, dağıtım ve satış kanalları ne kadar güçlü olursa olsun e-ticaretin dışındaki kalarak rekabet etmeleri neredeyse imkânsızlaşta.

Diğer yandan, e-ticaret, iyi fikirleri ve uygulama becerisi olan girişimciler için de büyük fırsatlar sunuyor. Markalaşma, pazarlama, ihracata yönelik lojistik operasyonlar artık daha kolay ve ucuz. İş geliştirme, tanıtım aşamalarında teşviklerden, take-off aşamasında vergisel desteklemlerden yararlanılması da mümkün.



TİCARET BAKANLIĞI DESTEKLERİ

- E-ticaret sitesi yıllık üyelik ücretlerinin %60'ı, site başına 9.590 TL'ye kadar destekleniyor.
- Yurtdışında gerçekleştirilecek reklam ve tanıtım harcamaları ülkeye bağlı olarak asgari %60 oranında ve yılda 250.000 dolara kadar destekleniyor. İnternet üzerinden veya uygun sosyal ağ platformları kanalıyla gerçekleştirilecek faaliyetler, dijital reklam harcamaları da bu kapsamda değerlendiriliyor.
- Uluslararası ticaret veri tabanlarından alınacak rapor bedelleri %60 oranında ve yılda 200.000 dolara kadar destekleniyor.
- Sanal fuar katılım harcamaları %50 oranında ve faaliyet başına 50.000 dolar tutarına kadar destekleniyor.
- eticaret.gov.tr sitesi üzerinden site tasarımı, teslimat ve hukuki gereksinimler tüm boyutları ile e-ihracata yönelik eğitim hizmeti veriliyor.

* Doğrudan e-ticaretle ilgili desteklere yer verilmiştir. Ticaret Bakanlığına sağlanan ihracata yönelik muhtelif desteklerden e-ticaret faaliyetleri için de yararlanılabilir.

GİRİŞİMCİLİK DESTEĞİ

- Özellikle genç girişimci tarafından yeni kurulacak işletmeler, KOSGEB girişimci desteğinden yararlanabilirler. Bu kapsamda geri ödemesiz, 100.000 TL uygun şartlarda geri ödemesiz destek sağlanmaktadır. Destek oranı %60 ile 90 arasında değişmektedir. Yararlanmak için 40 saatlik girişimcilik eğitimini almış olmak gerekiyor.

HİBE DESTEKLERİ

- e-ticaret platformu geliştirmek amaçlı yazılım projeleri KOSGEB veya TÜBİTAK'tan %75 ve üzerinde oranlarla destek alabilir.

YATIRIM TEŞVİK BELGESİ

- Teşvik belgesi makine-teçhizat listelerinde makine-teçhizatın yanı sıra yazılımlara da yer verilebilmekte. Uluslararası satışlara yönelik sipariş, üretim, teslimat süreçlerini yürütme amaçlı yazılım ve donanımlar KDV'den istisna edilerek temin edilebilir. Teşvik belgesi türüne göre Kurumlar Vergisi indirimine konu edilebilir.

MİKRO İHRACATTA GELİR VERGİSİ İSTİSNASI

- Gerçek kişilerin, dolaylı temsilci olarak yetkili kılınan Posta İdaresi ya da kargo taşımacılığı yapan şirketler tarafından düzenlenen elektronik ticaret gümrük beyannamesiyle gerçekleştirildiği ihracattan elde ettikleri kazancın %50'si gelir vergisine tabi kazançtan indirilebilir. Bu indirimden yararlanabilmek için GVK'nun 89/16. maddesinde belirtilen koşulları sağlamak gerekiyor. Sözünü ettiğimiz uygulama daha ziyade küçük ölçekli girişimlere yönelik bir düzenleme içermektedir.

GENÇ GİRİŞİMCİLER İÇİN GELİR VERGİSİ İSTİSNASI

- Ticari, zirai veya mesleki faaliyeti nedeniyle adlarına ilk defa gelir vergisi mükellefiyeti tesis olunan ve mükellefiyet başlangıç tarihi itibarıyla yirmi dokuz yaşını doldurmamış tam mükellef gerçek kişilerin, faaliyete başladıkları takvim yılından itibaren üç vergilendirme dönemi boyunca elde ettikleri kazançlarının 75.000 Türk lirasına kadar olan kısmı, GVK Mükerrer 20. Maddesindeki koşulları sağlamak şartıyla gelir vergisinden istisna tutuluyor. Özellikle start-up niteliğinde olan e-ticaret sitesi girişimcileri için önemli bir destek olarak görünüyor.

Bu yıl Sevgililer Günü harcamaları üç kat arttı

Ödeme kuruluşu PayTR, Sevgililer Günü haftasında yapılan harcamalara ilişkin verileri açıkladı. Yapılan açıklamaya göre Sevgililer Günü haftasında internetten alışveriş hacmi geçen yılın aynı dönemine kıyasla 3 kat arttı. Sadece 14 Şubat gününde ise geçen yıla göre artış yüzde 75 seviyesinde gerçekleşti. Ortalama harcama tutarının 120 TL olduğu hafta boyunca, en yoğun alışveriş yapılan saat dilimi ise 18:00-21:00 arası oldu. Verilere göre en çok harcama yapılan kategori "Ev eşyaları" olurken, ikinci sırada "aksesuar ve konfeksiyon mağazaları", üçüncü sırada "bilgisayar ve benzeri elektronik ürünler", dördüncü



sırada "evcil hayvan mağazaları, evcil hayvan yemi ve malzemeleri", beşinci sırada ise "kozmetik mağazaları" kategorileri yer aldı. "Kadın hazır giyim mağazaları" kategorisinin ise alt sıralarda yer almasıyla dikkat çekti.

Parkurda.com 3 milyon TL iş hacmi hedefliyor Tezmaksan, KOBİ'lere dönük e-ticaret kanalını hizmete açtı

HASANKUŞ/İSTANBUL

Pandemi dolayısıyla tedarik zincirinde de değişiklikler söz konusu. Artık birçok iş süreci dijital üzerinden yürüyor. Bu kapsamda KOBİ'lerin işlerini dijital gücünü kullanarak büyütme imkanı tanımak amacıyla parkurda.com faaliyete geçirildi. Tezmaksan tarafından hizmete açılan site, KOBİ'lere özel yeni e-ticaret kanalı olarak konumlandırıldı. parkurda.com'un kuruluşunun ilk dört ayında yaklaşık 450 bin TL'lik bir iş hacmi oluştu. Şirket, 2021 yılında ise bu rakamın 3 milyon TL'ye ulaşmasını hedefliyor. Yakın zamanda platformu Amerika ve Avrupa'da da açacakları bilgisini

veren Tezmaksan Genel Müdürü Hakan Aydoğdu, platformun dil entegrasyonunun bitmek üzere olduğunu ifade etti.

İş ağı platformunun fason iş almak isteyenler ile fason iş vermek isteyenleri buluşturan e-ticaret temelli bir dijital kanal olduğunu söyleyen Hakan Aydoğdu, 28 bin orta ve küçük ölçekli KOBİ'nin web sayfalarını oluşturmadığını ve iş ağı platformunun bu yapıya da kendilerini tanıtmaya noktasında da alan açacağını vurguladı. Türkiye'nin KOBİ'lerinin e-ticaret sistemine dahil edilmesiyse, yurtdışındaki taleplere daha hızlı cevap vermenin mümkün olabileceğini söyleyen Aydoğdu, "Bunu yapabilirsek Türkiye'nin talaşlı imalat sanayisi B2B gö-



rüşmelerle yabancı sanayiciden iş alabilecektir. 2021 yılında sınırları aşan yapısı, talep ve beklentilerdeki çeşitlenmenin fazlalaşmasıyla parkurda.com'un ciddi bir ekonomik değer oluşturmasını bekliyoruz. Amerika ve Avrupa'ya da açılacaktır. Özellikle otomotiv ve savunma sanayinde tecrübe kazanmış KOBİ'lerimiz var ve fiyat olarak Avrupalı rakiplerine göre çok daha avantajlılar" dedi.