

# E-ticarette kadın gücü büyüyor

Pandemi ile birlikte alışveriş şeklimizden, iş yapış biçimimize, sosyal hayattan, özel yaşantıya kadar her alanda yepyeni bir döneme geçildi. Dijitale yatırım yapan ya da yaptığı işi dijital ortama taşıyan kadın girişimciler süreci fırsata çevirerek e-ticaret alanında önemli adımlar atmaya başladılar.

Dengeli bir ekonomik büyüme için kadın girişimciler ve kadın istihdamı oranı büyük önem taşıyor. Pandemi süreciyle birlikte yaşanan dijital dönüşüm her sektörde hızlandı. Alışveriş şeklimizden, iş yapış biçimimize, sosyal hayatımızdan, özel yaşamımıza kadar her alanda yepyeni bir döneme geçildi. Dijitale yatırım yapan ya da yaptığı işi dijital ortama taşıyan kadın girişimciler yaşanan süreci iyi değerlendirerek e-ticaret alanında önemli başarıları imza attılar. Türkiye'de Meydanticaret.com'un altyapısını kullanarak hizmet alan kadın girişimcilerin sayısı yüzde 50, IdeaSoft'dan hizmet alanlar ise yüzde 95 arttı.

Meydanticaret.com'un Kurucusu Şerif Temizkan, geçen yıl altyapılarını kullanarak e-ticarete atılan kadınların oranını yüzde 13 olduğunu, rakamın şu dönemde yüzde 19.5'a çıktığını söyledi. Temizkan, "Pandemi sonrası evlerde geçiren süre ile birlikte kadınların aksesuar, gıda, hediyelik eşya, kozmetik, dermokozmetik, ev tekstili gibi alanlarda herhangi bir fiziki mağaza açmadan e-ticaret odaklı iş kurduklarını gözlemledik. İsteyen herkesin e-ticarete başlamak olabileceği konusunda farkındalık artırılmalı, kadınlar ekonomik bağımsızlığı kazanarak e-ticarete büyümeyi sürdürmeli" dedi.

## E-TİCARET FIRSAT AKTİFİĞİ SAĞLIYOR

İşlerini e-ticarete taşıyan kadınların, ekonomik faaliyetlere katılımı artırmak ve e-ticarete güçlü şekilde hizmet yürütmelerini öneminde dikkat çeken Temizkan şunları söyledi: "E-ticaret kadınlar için yeni fırsatlar sunuyor ve dijital dönüşümlerini destekliyor. İşlerini yeni kuran kadın girişimciler için e-ticaret kanalı, ticari yaşama uygun maliyetle açılmaya sağladığından da önem taşıyor. Evlerinde ya da atölyelerinde ürettikleri ürünleri çevrimiçi platformlar aracılığıyla satışa sunarak ticarete atılan kadınların sayısını geçen yıl artırdılar."

E-ticaret sektöründeki girişimci ve istihdam sayısında da ciddi bir artış olduğu söylenen e-ticaret altyapı sağlayıcısı IdeaSoft

SELENA YAĞCI  
selema.yagcidunya.com

CEO'su ve TOBB E-ticaret Meclis Üyesi Seyhun Özkara, "Pandemide kadın müşterilerimizin payı oldukça arttı. Bu dönemde ev hanımları ve daha önce çalışmama hayatında yer alan kadınların, günümüzde e-ticarete yönelmiş olduklarını görüyoruz. Taki, tekstil, gıda ürünleri ve hediyelik eşyaya yönelik olarak evlerde yapılan üretim hızla arttı. Ağırklıklı kadınlar üzerinden ve kadınların organize ettiği grup işleri yapıyor" dedi.

Şimdiye kadar işini online kanallara taşıyan ve e-ticarete girmek isteyen binlerce kadın girişimciye eğitim verdiklerini söyleyen Özkara, "2019 yılında gerçekleştirdiğimiz "E-ticaret Kadınları" projesi ile iş hayatına örnek isteyen pek çok kadına destek verdik, çalışmalarımız hala devam ediyor.

İsteyen herkesin e-ticarete başarılı olabileceği konusunda farkındalık artırılmalı, kadınların ekonomik bağımsızlığı kazanarak e-ticarete büyümeyi sürdürmeli" dedi.

## e-ticaret dünyasından...

### ■ TÜRKİYE'DE ONLINE ALIŞVERİŞE YENİ SOLUK: LEBEDESTEN.COM

İsmi kumaş, antika, mücevher ve çeşitli kıymetli eşyaların satıldığı kapalı çarşı olan Lebedesten.com, Türk yeteneklerini bir araya getirmek için kollanıyordu. Türk kültürü ve tarihi birikiminden beslenen sözünü ettirmiş markalar, özlenebiliyor ve modern bakış açısıyla beğeniliyor.



Lüks segmentte konumlanan e-ticaret sitesi Lebedesten.com, Arzu Kaprol, AYJE, BAQA, Bee Goddess, Dilek Hanif, Faund, FİLKK, Kutnia, Lando Studio, Mels Görül, Niyazi Erdoğan, Ninon, Nisse, Özlem Suer, Raisa&Vanessa, Saude Istanbul, Serena Uzyel, Sorci and Fofa, Sirmanson ve Sisters gibi Türkiye'nin önde gelen lüks moda, mücevher ve dekorasyon markalarının tasarımlarına ev sahipliği yapıyor.

### ■ AŞIRI SICAKLARDA E-TİCARET YÜZDE 30 ARTIYOR

Aşırı sıcak havalarda e-ticaret sitelerinden yapılan alışveriş yüzde 30'a yakın artıyor. Avantaj.com, üyelerinin aşırı sıcak havalarda alışveriş alışkanlıklarındaki değişimi araştırıyor. Araştırmada, İstanbul, Ankara ve İzmir'deki üyelerin Temmuz ayında sıcaklıkların mevsim normallerinde seyrettiği günlerle yüzde 40 derecelere yaklaştığı günlerde alışverişleri kıyaslandı. Araştırmaya göre, hava sıcaklığının 25-30 derece gibi mevsim normallerinde ya da biraz altında olduğu günlerde dijital alışverişte değişim yaşanıyor. 30-35 derecelik sıcaklıklarda ise e-ticarette yüzde 10-15'lik artış gözlemleniyor. İnsanların ev ve ofislere hapsedildiği, sıcaklığın 38-40 derecelere çıktığı günlerde, özellikle saat 12:00 ila 16:00 arasında e-ticaret yüzde 30 artışla tavan yapıyor.

**EN FAZLA ARTIŞ MARKETTE**  
Kavurucu sıcaklarda satın alınmalarda işlem adedi olarak en fazla artış, yüzde 45 ile



marketlerin online sitelerinden yapılan alışverişlerde görülüyor. Firsat sitelerindeki işlem adedi yüzde 25 artarken, kozmetik ürün satan sitelerin işlem adedindeki artış yüzde 15, elektronik ve küçük ev eşyası satan sitelerdeki işlem adedi artış ise yüzde 13 oluyor. Aşırı sıcaklardan dolayı sisteme yeni giren müşterilerin büyük çoğunluğunu 55 yaş üstü oluşturunca, Çalınan kadınlar da aşırı sıcaklarda öğle tatilinde ofislerde kalmayı tercih ediyor, alışverişlerini dijital mağazalardan yapıyor.

### ■ PANDEMİDE PİJAMALAR DA ONLINE SATIN ALINDI

Pandemi döneminde hem sokağa çıkma kısıtlamaları hem de uzaktan çalışmanın artması insanların evlerinde daha çok vakit geçirmelerini sağlarken bu durum özellikle pijama satışlarını artırdı. Daha önce koyu renk pijamaların tercih edildiği ancak pandemi döneminde renkli pijamalara olan ilgiyi artırdığı söylenen i çiyim markası Suwen'in Satış ve Pazarlamada Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Can Dilek, özellikle çiçekli ve çizgili desenlerin öne çıktığını kaydetti.

### ■ İNTERNET SATIŞLARI 7 KART ARTTI

Türkiye'de ürünlerini 3 ana satış kanalı üzerinden pazarladıklarını, ana satış kanallarının perakende mağazacılık olduğunu dile getiren Dilek, toptan satış kanallarının da bulunduğunu, pandemi döneminde ise öne çıkan satış kanallarının e-ticaret olduğunu belirtti. Dilek, "Geleneksel ve dijital mağazalardan ürün

fırsat sağlıyor.

### 3 YILDA 3 BİN KADIN EĞİTİM ALACAK

KAGİDER ve Trendyol işbirliğiyle yürütülen "Gelecek Kadınların" projesinde ise online eğitim platformu KAGİDER Pusula'da kadın girişimcilerin e-ticaret yetkinliklerini artıracak kapsamlı bir eğitim modülü devreye alındı. Modülde genel girişimcilik eğitimlerinin yanı sıra pazaryerinde satış yapan girişimcilerin ihtiyaç duyacakları başlıklar yer alıyor. Bunlar arasında Dijital Girişim, Marka Yönetimi, Tüketici Deneyimleri ile Girişimi Büyütmek, E-Ticaret Hukuku, Influencer Marketing, Ürün Yükleme Hakkında İpuçları, Doğru Maliyet Doğru Fiyat gibi konular başlıklarını oluşturuyor. Alanlarında uzman isimler tarafından hazırlanan ve ilham veren başarı öykülerinin de paylaşıldığı videolarla girişimci kadınların bilgi birikimini arttırmak amaçlanıyor. Bir yılın sonunda kadın eğitiminden geçecek 300 kadın tedarikçinin girişimlerini Trendyol'da satmasını sağlamak, üç yılın sonunda ise 3 bin kadına eğitim verilmesi hedefleniyor. Projenin ilk aşamasında moda alanındaki öncü duvarlarla tanışan isimler gardropplarının vazgeçilmez parçalarını oluşan özel bir koleksiyon hazırladılar ve bu özel parçaları Trendyol'da, Gelecek Kadınların Butiği'nde satışa sundular. Satışın gelirleri girişimci kadınların desteklemek amacıyla KAGİDER'e aktarıyor.

### 'KADINLARIN DİJİTAL TİCARETE KATILIMI EKONOMİYE DE KAZANDIRACAK'

KAGİDER Başkanı Emine Erdem konuya ilişkin şunları söyledi:

"Türkiye'de halen istihdam sağlayan 134 bin kadın girişimci ve kendi hesabına çalışan 825 bin kadın var. Kadın girişimcilerin yüzde 71'i ürünlerini pazarlama ve satış konusunda destek ihtiyacı hissediyor. TÜİK verilerine göre her 31 kişiden biri internet üzerinden alışveriş yapıyor. Ancak kadın tedarikçilerin oranı yüzde 11'de kalıyor. COVID-19 ile birlikte yaşanan dijital dönüşüm e-ticareti ekonomideki ağırlığını daha da artırdı. Dijital kanallar kadın girişimcileri pazara erişimde avantaj sağlıyor. Gelişen yeni ekonomik koşullarda kadınların dijital ekonomideki varlığını artması bir zorunluluk haline geldi."

## Evde üretip dijitalde satana vergi muafiyeti

**Evlerde** üretilen malların internetten satışında esnaf muafiyeti tanıandı. Aynı bir iş yeri açmadan ve sanayi tipi veya seri üretim yapabilen makine ve alet kullanmadan oturduldukları evlerde imal ettikleri malları, internet ve benzeri elektronik ortamlar üzerinden satanlar "esnaf muafiyeti" kapsamına alındı.

**Kimler muafiyetli?**  
Tebliğe göre, evlerde kendi el emekleriyle imal ettikleri havlu, örtü, çarşaf, çorap, halı, kilim, dokuma

malzemeleri, kırpıntı deriden üretilen mamuller, örgü, dantel, her nevi nakış çileri ve turistik eşya, hasır, sepet, süpürge, paspas, fırça, yapma çiçek, pul, payet, boncuk işleme, tığ örgü işleri, ip ve uganlar, tarhana, erişte, mantı gibi ürünleri bir iş yeri açmadan satanlar esnaf muafiyetinden faydalanabilecek. Muafiyetten yararlanılması için ikametgahının bulunduğu yerdeki tarha yetkili vergi daireesine başvurarak "esnaf vergi muafiyeti belgesi" alınacak. Bu belgeyi alarak esnaf muafiyetinden faydalanılmamış 3 yılda bir tarha yetkili vergi dairelerine başvurarak durumlarını güncellemeleri önem taşıyor. Türkiye'de kurulu bankalardan internetten gerçekleştirilen satış gelirlerinin tahsilini ve bu gelirleri üzerinden tevkifat yapılması için bir ticari hesap açılması ve tüm hasılatın münhasıran bu hesap aracılığıyla tahsil edilmesi gerekiyor. Bankalar da bu ticari hesaplara aktarılan tutarları üzerinden, aktarım tarihi itibarıyla yüzde 4 gelir vergisi tevkifatı yapacak ve bir ay ila ilişkin aktarılan tutarlar

üzerinden tevkif edilen vergileri beyan edip ödeyecek. Etnaf muafiyetinden yararlanan kişilerin bir veya üzeri işçi çalıştığı durumlarda tevkifat oranı yüzde 2 olacak. İndirimi oranını uygulaması için ilgili ayda bir işçinin en az 10 gün çalışması gerekiyor. Bir takvim yılında elde edilen hasılatın 2021 yılı için 240 bin liraya aşmaması halinde, içinde bulunulan takvim yılında esnaf muafiyetinden faydalanılabilecek, izleyen takvim yılının başından itibaren ise bu haktan yararlanılamayacak. Muafiyet için şartları kaybedenler, izleyen takvim yılı başından itibaren gerçek usulde vergilendirilecek ve tekrar aynı muafiyetten faydalanamayacak. Birden fazla ürün imal edenlere internet ve benzeri elektronik ortamlar üzerinden satılması durumunda, elde edilen hasılatın ilgili yıl içinde geçerli olan tutarı aşmaması şartı, her bir ürün için aynı ayın değil, tüm ürünlerden elde edilen toplam hasılat için geçerli olacak. Etnaf muafiyetinden faydalanılmamış mükellefler tescilli, belge düzenleme, defter tutma, beyanname verme gibi yükümlülükleri bulunmayacak.

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) ile Hepsiburada, Girişimci Kadımlara Teknoloji Gücü programıyla önemli bir iş birliği imza attı. İş birliğiyle dahilinde işini e-ticarete taşıyarak büyümek isteyen girişimci kadınlar için kapsamlı bir destek programı sunuluyor.

Programda Türkiye genelini-



satın alan müşteri profillerinin salgın öncesine kadar farklıydı. Ancak zorunlu evde kalma süreci, tüketicileri dijital alışverişe belli ölçüde alıştırdı. Özellikle ev giyim ve iç giyim kategorisinde dijital deneyimi olabildiğince güçlü tutmaya çalıştı. Bunun neticesinde pek çok mağaza müşterisini suwen.com.tr den alışveriş yaparak deneyim kazandı. 2020 yılı sonu itibarıyla, 2019'a kıyasla yurt içi e-ticaret satışlarında 7 kat büyüdük" dedi.