

ETİD BAŞKAN YARDIMCISI HAKAN ÇEVİKOĞLU:

e-ticaret sektöründe yeni bir dönem başlayacak

Yeni adımlarla e-ticaretin altyapısı güçlendiriliyor

Güven damgası alan e-ticaret şirketi sayısı 30'a ulaştı

E-ticaret uygulamalarına yönelik geçen hafta önemli bir yasal düzenleme devreye alındı. 12 Mart itibarıyla yürürlüğe giren Ürün Güvenliği ve Teknik Düzenlemeler Kanunu, sektörün önünü açacak yenilikleri içeriyor. Yasal düzenleme ile, e-ticaret uygulamaları gözetim ve denetim kapsamına alınırken, sağlıklı büyümenin de önü açılmış olacak. Yasa ile birlikte e-ticaret sitelerinde 'güven damgası' kullanımı devrede olacak.

Elektronik Ticaret İşletmecileri Derneği (ETİD) Başkan Yardımcısı ve PttAVM.com Genel Müdürü Hakan Çevikoğlu, konu ile ilgili yaptığı açıklamada, "Yasa ile birlikte e-ticaret sektöründe yeni bir dönem başlayacak. Ciddi idari para cezaları ve yaptırımlar öngören düzenleme ile e-ticaretin daha sağlıklı gelişmesinin de önü açılacak. 2020 yılında 200 milyar liramız üzerine çıkan e-ticaret sektörünün hacmi daha hızlı ve güvenli şekilde büyüyebilecek" dedi.

Yürürlüğe giren yasaya ilişkin detayları paylaşan Hakan Çevikoğlu, "Yasa kapsamında güvensiz ve standartlara uygun olmayan ürünler satan e-ticaret sitelerine erişim engeli getirilebilecek. Geçilecek uygulama ile güvensizliği tespit edilen ürünlerin vatandaşın geri çağırılması da sağlanacak. Yeni dönemin en büyük parolası izlenebilirlik olacak diyebiliriz. Bakanlığın getirdiği bu izlenebilirlik ile güvensiz ürünün asıl sorumlusunun tespit edilmesi sağlanmaya çalışılıyor. Bu da e-ticaretin altyapısının güçlendirilmesi adına son derece önemli bir adım" diye konuştu.

#### GÜVEN DAMGALI KRİTİK ÖNEME SAHİP

Güvenli ürün ve güvenli platformun birbirinden farklı konular olduğuna dikkat çeken Çevikoğlu, "Öncelikle platformların güvenliğiyle alakalı Ticaret Bakanlığımız ve TOBB'un iş bir-

# E-TİCARET ARTIK daha güvenli olacak



## YÜKSELİŞ TRENDİ SÜRÜYOR

**E-ticaretin genel ticaret içerisindeki payından da bahseden Hakan Çevikoğlu, "Türkiye'de toplam perakende pazarı içinde e-ticaretin oranı 2017 yılında yüzde 4 civarındaydı. 2018 yılında bu oran yüzde 5'lere çıktığı görüldü. Son verilere bakıldığında ise artış net bir şekilde görülmüştür. ETİS verilerine göre, e-ticaret'in genel ticaret içerisindeki payı 2019 yılının ilk 6 ayında**

**yüzde 8,4'ken 2020'nin ilk 6 ayında yüzde 14,2 olarak gerçekleşmiş. Pandemi sürecinin bu oranı artırdığı aşikâr. Ancak e-ticaretin hayatı kolaylaştırması noktasında, daha önce hiç online alışveriş yapmamış olanların da bu dönemde e-ticareti deneyimlemesi çok önemli. Bu rakamların önümüzdeki dönemlerde de yükseliş trendini sürdürmesi sürpriz olmaz" dedi.**

eticiler öncelikli olarak alışveriş yaptıkları yerlerin güvenli platform olduğuna emin olmalı. Bunun ardından aldıkları ürünün üzerindeki bilgilere dikkat etmeli. Ürünün dışında, alışverişlerin 3D ödeme ile yapılması da tüketici adına önemli bir unsur. Ayrıca bunun yanı sıra kullanılan sitenin ve site eğer bir pazaryeri ise ürünün alınacağı satıcının kullanıcı yorumlarını incelemek de güvenli alışveriş için faydalı olacaktır" diye konuştu.

#### FAHİŞ FİYAT BELİRLEYEN TAKİBE ALINIYOR

Vatandaşın alışveriş yaparken mağdur olmamaları sağlamak için ülkemizin ilk güven damgası alan platformu PttAVM olarak kapsamlı çalışmalar yürüttüklerini anlatan Hakan Çevikoğlu, "Pandemi döneminde vatandaşın mağdur etmeye yönelik fiyat belirleyen 40'ın üzerinde satıcı hakkında inceleme başlatmıştık. İnceleme sonucunda maske, dezenfektan gibi birçok üründe fahiş fiyat uyguladığını tespit ettiğimiz satıcılarla yollarımızı ayırdık. Vatandaşlarımızın herhangi bir mağduriyet yaşamaması adına denetimlerimizi artırmak için var gücümüzle çalışıyoruz" ifadelerini kullandı.

liğiyle hayata geçirilen TRGO olarak bilinen Güven Damgası sistemimiz var. Bu, alışveriş yaptığınız e-ticaret sitelerinin güvenli olduğunu ifade eden bir damga. Logoya tıklanıldığında Bakanlığın sistemine gidilerek firma teyit edilebiliyor. Bu sayede vatandaşlar söz konusu yöntemle güvenli siteden alışveriş yaptıklarını öğrenebiliyorlar. Halihazırda 30 civarında bu damgayı almış e-ticaret platformu var".

Güven damgalı sitelere ilişkin değerlendirmelerini sürdüren Hakan Çevikoğlu, "Bu damgayı alanlar arasında genel pazaryerlerinden

tutun da tatlıdan sigortaya, kuruyemiştenden mobilyaya kadar birçok sektörde faaliyet gösteren firmalar var. Elektronik ticarete olan ilginin daha da artmasıyla bu tip uygulamaların gerekliliğini bir kez daha görmüş oluyoruz" dedi.

#### GÜVENLİ ALIŞVERİŞ İÇİN TAVSİYELER

Vatandaşlara e-ticaret alışverişleriyle ilgili bazı önerilerde bulunan Hakan Çevikoğlu, "Uluslararası bazı araştırmalar tüketicilerin e-ticaret yoluyla alışveriş yaparken halen güvenlik konusunda endişeler taşıdığını gösteriyor. Tü-



Gülşah Gürkan

DOĞAL KOZMETİKTE DÜNYA MARKASI HEDEFİ VAR

## Gülsha, salgın sürecinde e-ticaret satışını 2.5 kat artırdı

#### Hasat zamanı Isparta'nın turizmi canlanıyor

Gülşah Gürkan, Türkiye'nin butik turizm konusunda önde gelen turizm acentelerinin, bir ay süren gül hasadını bir turizm festivali haline getirdiğini söylüyor. Gürkan, "2019 yılında her gün 40 ayrı turisti hasadımızda misafir ettik. Bu sayede bölgedeki oteller de kalkındı. 2020'yi pandemi ile geçirdik ancak 2021 için umutluyuz. Hasat turizminin kent ekonomisine büyük katkısı oldu" şeklinde konuşuyor.

Latince ismi 'Rosa Damascena' olan gül çeşidinin yüzde 60'ı Türkiye, Bulgaristan ve İran'da üretiliyor. Osmanlı döneminde Bulgaristan'da çokça yetiştirilmesinden dolayı dünya onu Bulgar gülü olarak biliyor. Oysa anavatanı, Isparta. Üç kuşaktır dünya parfüm devlerine gül yağı ve suyu üreten bir ailenin kızı olan Gülşah Gürkan, güle doğduğu topraklardan bir başarı hikayesi yaratmak ve Isparta gülünü dünyada markalaştırmak için yola çıkmış. 2011 yılında doğal gül hammaddeli cilt bakım markası Gülsha'yı kuran Gürkan, aradan geçen 9 yılda dünyada 1000'i aşkın satış noktasına ve uluslararası pazar yerlerine dahil olmuş durumda. Öyle ki Gülsha'nın üretimini yüzde 70'i ihracata gidiyor. En büyük ilgi ise Uzakdoğu, ABD

ve Avrupa'dan. Ürünlerin yüzde 60'ı ABD, Çin, Hong Kong, Singapur, Malezya ve Tayvan'a ihraç ediliyor. Almanya'da da satışları yükseliyor.

#### Leeds'ten mezun bir makine mühendisi...

Gülsha Kozmetik Yönetim Kurulu Başkanı Gülşah Gürkan, Isparta gülünden Çin'e ve ABD'ye uzanan 'güzelleştirme' serüvenini paylaştı.

1993'de İngiltere'deki Cheltenham Koleji'nden mezun olan Gürkan, aynı ülkedeki Leeds Üniversitesi'nden 1996 yılında makine mühendisi olarak mezun olmuş. İş hayatına danışman olarak başlayan Gürkan, üç yılın sonunda ailesinin toprakları Isparta'ya dönerek, güle nasıl bir katma değer sağlayabileceğini düşünmüş. Gürkan, "Neden kendi ürünümüzü üretmeyelim, kendi markamızla dünya güzellik ve kozmetik sektöründe boy göstermeyelim ki" diye düşünerek 2011'de Gülsha'yı kurmuş. Gürkan o günleri şöyle anlatıyor: "Kollarımızı sıvadık, ambalajlarımızı tanıtmış İtalyan tasarımcılara ürettik, Fransız uzmanlarla Ar-Ge yaptık. Markamız Gülsha, Unifree Duty Free'lere giren ilk Türk markası oldu. Havalimanlarında 12 noktamız var. Dünyaya tanınmamız için en güzel adres havalimanları oldu."

Gürkan'ın üzerinde titizlikle durduğu konuların başında online satış kanalı geliyor. Genç girişimci, dünya çapında hizmet verecek, kapasitesi yüksek internet satış sitelerini kurduklarını ve online pazar yerlerine dahil olduklarını anlatıyor. Gülşah Gürkan, şirketindeki gelişmeleri şöyle aktarıyor: "Biz belki salgını en erken hissedene marka olduk. 2019 Aralık ayında satışlarımız düştü. Çünkü bizi havalimanı mağazamızda keşfeden Çinliler'in sayısı hızla azaldı. Önlemlerimizi aldık. Ancak ilk toparlanan da biz olduk. Online satışlarımız bu süreçte 2,5 kat arttı. Uzakdoğulu müşteriler kalitesinden emin oldukları ürünlere karşı çok sadık. Bizi internetten buldular ve ürünlerini almayı sürdürdüler."

#### Dezenfektan elleri tahrip edince el kremimiz yok sattı

Tam pandemiden önce Gülsha'nın bir el kremi çıkardığını da kaydeden Gürkan şunları söylüyor: "Pandemiye yatırımla yakalandığımız dediler. Ama şansa inanırım. Dezenfektan elimizi mahvedince el kremimiz yok sattı. Biz tamamen doğal üretim yapıyoruz. Yani sentetik hiçbir şey üretmiyoruz. Bu yüzden gülümüzü hasat ederiz, hasat kadar ürün üretiriz. Bizi özel kılan da bu. Talepleri çok iyi değerlendirip ürün geliştirmeliyiz. Yeni bir ambalaj çalışmamız var, salgın var diye işimizi durdurmadık. Her 4-5 yılda bir ambalajınızı güncellenmeniz gerekir. Yakın zamanda ambalajlarımızı yenileyeceğiz. Ar-Ge'ye de devam ediyoruz. Standart piyasada olan formülasyonu kullanmıyoruz. Kendi özgün ürün yapımızı oluşturuyoruz ve bu yoldan yürümeye devam edeceğiz".