



**B2C E-TİCARETİN  
KOLAYLAŞTIRILMASINA  
VE HACMİNİN  
ARTMASINA YÖNELİK  
İYİLEŞTİRİCİ ÖNERİLER**

 **utikad**

Uluslararası Taşımacılık ve  
Lojistik Hizmet Üretenleri Derneği

**2022**



# **B2C E-TİCARETİN KOLAYLAŞTIRILMASINA VE HACMİNİN ARTMASINA YÖNELİK İYİLEŞTİRİCİ ÖNERİLER**

Eserin telif hakları UTİKAD'a aittir. Eserin bazı bölümleri veya paragrafları sadece araştırma veya özel çalışmalar yapmak amacıyla referans vermek suretiyle kullanılabilir.

## **Hazırlayan**

Ezgi Demir  
UTİKAD Sektörel İlişkiler Departmanı

## **Yayın Tarihi**

Ocak 2022

Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik Hizmet Üretenleri Derneği

[utikad@utikad.org.tr](mailto:utikad@utikad.org.tr)

[www.utikad.org.tr](http://www.utikad.org.tr)

## **UTİKAD**

1986 yılında kurulan Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik Hizmet Üretenleri Derneği (UTİKAD); lojistik sektörünün en geniş kapsamlı sivil toplum kuruluşu olarak Türkiye’de ve uluslararası alanda kara, hava, deniz, demir yolu, kombine taşımacılık, depolama, gümrükleme faaliyetlerinde bulunan ve lojistik hizmet üreten 535 firmayı aynı çatı altında toplamaktadır.

UTİKAD, Türk Lojistik Sektörünün sesi olarak lojistik firmalarını ve taşıma işleri organizatörlerini yurt içinde pek çok platformda temsil etmekte, sektörün gücünü ve dinamiklerini ortaya koyan faaliyetler yürütmektedir.

UTİKAD, lojistik sektörünün dünya çapındaki en büyük sivil toplum kuruluşu olan Uluslararası Taşıma İşleri Organizatörleri Dernekleri Federasyonu’nun (FIATA) Türkiye temsilciliğini üstlenmiştir; ülkemizi FIATA Başkanlık Divanında Kıdemli Başkan Yardımcısı ile Genişletilmiş Yönetim Kurulu Üyesi olarak ve çalışma gruplarında görev alarak temsil etmektedir.

Avrupa Taşıma İşleri Organizatörleri, Taşımacılık, Lojistik ve Gümrükleme Hizmetleri Derneği (CLECAT) üyesi olan UTİKAD aynı zamanda Ekonomik İşbirliği Teşkilatı Lojistik Hizmet Sağlayıcıları Dernekleri Federasyonu (ECOLPAF) kurucu üyesidir. UTİKAD, Türkiye’yi temsil eden tek lojistik sivil toplum kuruluşu olarak Birleşmiş Milletler Avrupa Ekonomik Konseyi (UNECE) İntermodal Taşımacılık ve Lojistik Çalışma Grubu üyesidir.

## SUNUŞ

Elektronik ticaretin dünyada olduğu gibi ülkemizde de yükselişiyle e-ticaret hacminde artış gözlenmiştir. Türkiye'nin e-ihracat potansiyelinin ortaya konması ve yaşanan sorunlara ışık tutmak amacıyla dönemin UTİKAD Yönetim Kurulu Üyesi Nil Tunaşar başkanlığında, UTİKAD üyelerinden oluşan E-Ticaret Odak Grubu kurulmuştur. Odak grubu çalışmalarının sonucu olarak 2019 yılında "Türkiye'de E-Ticaret ve E-İhracat - Gelişim Potansiyeli ve Lojistik Süreçler Raporu" hazırlanmıştır. Söz konusu rapor sektörle ve ilgili kamu kurumları ile paylaşılmıştır.

2019 yılında hazırlanan raporu takiben e-ticaret sektöründeki gelişmeler yakından izlenmeye devam edilmiştir. Raporda gündeme getirilen bazı sorunların varlığını sürdürdüğü, bazı sorunların çözüme ulaştığı gözlemlenmiş ve bunların yanı sıra sektörün yeni sorunlarla da karşı karşıya kaldığı tespit edilmiştir.

Bu durum tespitini ortaya koymak için UTİKAD E-Ticaret Odak Grubu tarafından çalışmalar sürdürülmüş, sektörün görüşleri alınmış ve çözüm önerileri geliştirilmiştir. Yine bu süreçte ulusal/uluslararası alanda e-ticaret ile ilgili raporlar ve istatistikler taranmış ve güncel gelişmeler takip edilmiştir. Tüm bu hazırlıkların sonrasında İnovasyon ve E-Ticaret Odak Grubu Serdar Ayırtman başkanlığındaki odak grubu üyelerinin katkılarıyla "B2C E-Ticaretin Kolaylaştırılması ve Hacminin Artmasına Yönelik İyileştirici Öneriler Raporu" ortaya çıkmıştır.

Firmaların nihai tüketiciye ulaşma noktasında yaşadıkları sorunların, e-ticaretin gelişimine engel olan süreçlerin ortaya konulduğu raporda; getirilen somut çözüm önerileri ile e-ticaretin payının artırılarak sadece İstanbul, Ankara, İzmir gibi metropol kentlerimizde değil; Türkiye'nin her yerinde yayılması ve geliştirilmesi hedeflenmektedir.

Rapordaki tüm talep edilen kolaylaştırma ve iyileştirmelerin yanı sıra raporun son bölümünde yer alan "Bütünleştirici Öneriler" ile "E-Ticaretin Gelişmesini Destekleyici Altyapı Önerileri" bölümlerindeki maddelerin hayata geçirilmesinin Türkiye'nin bir lojistik merkez olarak büyümesine, Edirne'den Kars'a tüm ihracatçı/potansiyel ihracatçılara ulaşılmasına, desteklenmesine, bilgi sahibi olunmasına ve rekabetin artmasına katkı sağlayacağı inancındayız.

Raporun hazırlanma aşamasında bizimle tecrübelerini ve bilgilerini paylaşan değerli UTİKAD İnovasyon ve E-Ticaret Odak Grubu üyelerimize sağladıkları büyük destek için teşekkürlerimizi sunarız.

## **GÖRÜŞLERİYLE RAPORA KATKIDA BULUNAN**

### **UTİKAD İNOVASYON VE E-TİCARET ODAK GRUBU ÜYELERİ**

- Serdar Ayırtman – UTİKAD Yönetim Kurulu Üyesi, İnovasyon ve E-Ticaret Odak Grubu Başkanı
- Nil Tunaşar – UTİKAD İnovasyon ve E-Ticaret Odak Grubu Üyesi
- Caner Aydın – UTİKAD Yönetim Kurulu Üyesi, İnovasyon ve E-Ticaret Odak Grubu Üyesi
- Turgut Erkeskin – UTİKAD İnovasyon ve E-Ticaret Odak Grubu Üyesi
- Işın Sarıkaya - DHL Worldwide Express Taşımacılık ve Ticaret A.Ş.
- Onur Külçebaş – DHL Worldwide Express Taşımacılık ve Ticaret A.Ş.
- Melike Özeke - Ekol Lojistik A.Ş.
- Ali Doğmuş – Ekol Lojistik A.Ş.
- Selçuk Utku – DHL Global Forwarding Taşımacılık A.Ş.
- Hüseyin İsteal – UPS SCS Uluslararası Nakliyat Ltd.Şti.
- Volkan Tarım – UPS SCS Uluslararası Nakliyat Ltd.Şti.
- Zeynep Yıldırım – UPS SCS Uluslararası Nakliyat Ltd.Şti.
- Yasemin Gül – UPS SCS Uluslararası Nakliyat Ltd.Şti.
- Yalçın Dorman – TİM A.Ş.

**İÇİNDEKİLER**

Yönetici Özeti.....	7
BÖLÜM 1 Dünyada ve Türkiye’de E-Ticaretin Güncel Durumu.....	10
1.1. Dünyada E-Ticaretin Güncel Durumu.....	11
1.2. Türkiye’de E-Ticaretin Güncel Durumu.....	16
BÖLÜM 2 E-Ticarette Yaşanan Son Gelişmeler.....	20
2.1. Brexit – Birleşik Krallık’ın Avrupa Birliği’nden Ayrılması.....	21
2.2. ICS 2.....	22
2.3. De Minimis KDV’nin Kaldırılması.....	23
2.4. Çin’in E-Ticaret Dinamikleri.....	24
BÖLÜM 3 Operasyon Süreçlerinin Kolaylaştırılması ve İyileştirici Öneriler.....	27
3.1. Çıkış İşlemleri.....	28
3.2. İade Ürünler.....	30
BÖLÜM 4 Maliyet Odaklı Kolaylaştırmalar ve İyileştirici Öneriler.....	32
BÖLÜM 5 Bütünleştirici Öneriler.....	35
BÖLÜM 6 E-Ticaretin Gelişmesini Destekleyici Altyapı Önerileri.....	37
Sonuç.....	40
Kaynakça.....	41

**GRAFİK TABLOSU**

Grafik 1: COVID-19 Pandemisinden Sonra İlk Kez İnternette Alışveriş Yapanlar.....	11
Grafik2: COVID-19 Pandemisi Sonrasında Öncekinden Daha Çok İnternette Alışveriş Yapanlar.....	12
Grafik 3: Çevrimiçi Alışverişlerde Kullanılan Ödeme Yöntemleri.....	13
Grafik 4: COVID-19 Pandemisi Sonrasında Tüketicilerin Tercih Edecekleri Satın Alma Yolları.....	14
Grafik 5: 2018-2020 Çevrimiçi Perakende Satışlar.....	14
Grafik 6: UNCTAD B2C E-Ticaret Endeksi 2020 – İlk 10 Ekonomi.....	15
Grafik 7: Türkiye E-Ticaret Hacmi (Milyar TL).....	16
Grafik 8: Türkiye’de E-Ticaret Harcamaları.....	16
Grafik 9: Türkiye’de En Çok Artış Gösteren Sektör Karşılaştırması 2017-2020 (Milyar TL).....	17
Grafik 10: Türkiye’de E-Ticarette En Çok Alışveriş Yapılan İller.....	17
Grafik 11: UNCTAD B2C E-Ticaret Endeksi 2020 - Türkiye.....	18
Grafik 12: Seçili Ülkelerde Perakende E-Ticaret Satışlarının Bileşik Yıllık Büyüme Oranı Tahmini 2021-2025 .....	18
Grafik 13: Çin Perakende E-Ticaret Satışları 2019-2025.....	25

## YÖNETİCİ ÖZETİ

"B2C E-Ticaretin Kolaylaştırılması ve Hacminin Artmasına Yönelik İyileştirici Öneriler Raporu" UTİKAD E-Ticaret Odak Grubu üyelerinin sağladığı katkıyla oluşturulmuştur. Raporda ülkemizde en fazla kullanılan e-ticaret modeli olan Business to Customer (B2C)'da yaşanan sorunlar, mevcut duruma etkileri ve talep edilen kolaylaştırma ve iyileştirmeler ele alınmaktadır.

Rapor; "Dünyada ve Türkiye'de E-Ticaretin Güncel Durumu", "E-Ticarette Yaşanan Son Gelişmeler", "Operasyon Süreçlerinin Kolaylaştırılması ve İyileştirici Öneriler", "Maliyet Odaklı Kolaylaştırmalar ve İyileştirici Öneriler", "Bütünleştirici Öneriler", "E-Ticaretin Gelişmesini Destekleyici Altyapı Önerileri" başlıklı 6 bölümden oluşmaktadır.

### Dünyada ve Türkiye'de E-Ticaretin Güncel Durumu

Raporun ilk bölümünde dünyada ve Türkiye'de e-ticaretin genel durumu hakkında bilgi verilmiştir. Dünyada ve Türkiye'de e-ticaretin artış oranları, e-ticarette en çok tercih edilen sektörler, COVID-19 pandemisinin etkisi, Türkiye'de en çok e-ticaretten faydalanan kullanıcıların olduğu iller, en çok iade edilen ürün grupları gibi bilgilere yer verilmiştir.

2020'de iki milyardan fazla insan çevrimiçi mal veya hizmet satın aldı ve 2020 yılı boyunca e-perakende satışları dünya çapında 4,2 trilyon ABD dolarını aştı. Dünyada COVID-19 pandemisinin ilanından sonra ilk kez internetten alışveriş yapan tüketicilerin ülkelere göre payında artış gözlemlendi. E-ticarette alışveriş için tüketicilerin en çok tercih ettikleri sektörler bilişim, teknoloji ve giyim oldu. Tüm dünyada e-ticaret pazarındaki gelirin 2021 yılında 3.284.927 milyon ABD dolarına ulaşması öngörülmektedir.

E-ticaret hacmi Türkiye'de 2019 yılında 136 milyar liradan 226 milyar 200 milyon liraya yükseldi. Türkiye'de e-ticarette en çok tercih edilen ürün sektörlerinde beyaz eşya, giyim, elektronik, mobilya-dekorasyon, çiçekçilik yer alırken pandemi etkisiyle birlikte gıda-market sektöründe %200'ün üzerinde bir artış yaşanmıştır. Türkiye'de, e-ticarette iade ve iptal işlemlerinin %46'sı en çok satışın gerçekleştirildiği beyaz eşya sektöründe olmaktadır. Türkiye'nin e-ticaret pazarındaki gelirin 2021 yılında 16.281 milyon ABD dolarına ulaşacağı tahmin edilmektedir.

### E-Ticarette Yaşanan Son Gelişmeler

Raporun bu bölümünde son dönemlerde e-ticarette gümrük uygulamaları ile ilgili yaşanan gelişmeler ele alınmıştır. 2021 yılının başında Birleşik Krallık'ın Avrupa Birliği'nden ayrılması, Avrupa Birliği gümrük işlemlerinde geliştirilmiş yeni kargo bilgi sistemi olan İthalat Kontrol Sistemi 2 (ICS 2) ve Avrupa Birliği'ndeki ithalatlarda geçerli olan vergi muafiyetinin kaldırılması başlıkları bu bölüm altında incelenmiştir.

**Brexit – Birleşik Krallık'ın Avrupa Birliği'nden Ayrılması:** 31 Ocak 2020 tarihinde saat 23.00 itibarıyla Birleşik Krallık resmi olarak Avrupa Birliği'nden ayrıldı. Birleşik Krallık'ın Avrupa Birliği'nden ayrılmasının ardından ülkelerle Serbest Ticaret Anlaşmaları gerçekleştirdi. Brexit sürecinde Türkiye ile Birleşik Krallık arasında yürütülen müzakereler sonucunda da Türkiye - Birleşik Krallık Serbest Ticaret Anlaşması 29 Aralık 2020 tarihinde imzalanmıştır.

**ICS 2:** Avrupa Birliği, kargolara varış öncesi geniş kapsamlı bir ön bilgi sistemi olan İthalat Kontrol Sistemi 2 (ICS2) ile desteklenen yeni bir gümrük güvenlik ve emniyet programı uygulamaktadır.



İthalat Kontrol Sistemi 2 (ICS2), varışlarından önce AB'ye giren tüm mal ve eşyalar hakkında veri toplamak adına oluşturulmuş yeni bir BT sistemidir. Sistem, yeni gümrük güvenlik önlemleri sayesinde Avrupa'nın tek pazarını ve vatandaşlarını daha iyi korumayı hedeflemektedir. Sürüm 2, 1 Mart 2023 tarihinde yürürlüğe girecek ve Sürüm 1'in yanı sıra Navlun Sevkiyatı ve Lojistik Hizmet Sağlayıcıları, Havayolu Taşımacılığını da kapsayacaktır.

**De Minimis KDV'nin Kaldırılması:** 1 Temmuz 2021'den itibaren Avrupa Birliği'nde yeni KDV e-ticaret paketi yürürlüğe girdi. AB, KDV için 22 €'luk De Minimis KDV'yi kaldırdı, yani 1 Temmuz itibarıyla KDV, değeri ne olursa olsun AB'ye giren tüm mallar için geçerli olacak.

**Çin'in E-Ticaret Dinamikleri:** Çin'in perakende e-ticaret pazarı 2013 yılından bu yana dünyanın en büyüğü olmaktadır. Çin, dünyanın en kalabalık ülkesi olarak en çok çevrimiçi alıcı ve satıcıya sahiptir. Çin hükümeti de e-ticareti ekonomik büyümenin önemli bir itici gücü olarak görmektedir.

### **Operasyon Süreçlerinin Kolaylaştırılması ve İyileştirici Öneriler**

Bu bölümde sektördeki operasyon süreçlerine yönelik sektör temsilcileri tarafından yapılan değerlendirmeler sonucunda "Çıkış İşlemleri" ve "İade Ürünler" başlıkları altında mevcut durumun getirdiği sorunlar, mevcut durumun yarattığı etkiler, konu hakkında talep edilen kolaylaştırma ve iyileştirmelere yer verilmiş; ilgili kurumlar belirtilmiştir.

**Ürünlerin Ambara Alınması ve Beyan Verilmesi:** Birçok e-ihracat gönderisi mesai saati bitimine doğru veya bitiminden sonra havalimanına getirilmektedir. Ürünlerin ihracat ambarına alınma ve beyan zorunluluğu bulunmakta olup aynı gün içinde çıkış işlemlerinin yapılması çoğunlukla mümkün olamamaktadır, ürünlerin çıkışı ertesi güne kalabilmektedir. Kurye çıkışı olan gönderiler ile aynı süreçte ele alınabilmesi için ETGB ile mikro ihracatların Numune, TSP HAR, vb. kurye olarak ETGB beyanlarında 24 saat içinde verilebilmesi sağlanabilir.

**E-Arşiv Fatura ile İşlem Yapılması:** ETGB sistemi ile e-fatura sistem entegrasyonu olmadığından ancak e-arşiv fatura ile işlem yapılabilmektedir. E-faturanın, beyanname numarası sonradan yazılacak şekilde hazırlanması sağlanabilir.

**ETGB'lerin Kapanma İşlemleri:** E-ihracat işlemleri ile ilgili gümrük personeli ETGB kapatmasını geç yapmakta hatta bazen hiç yapmamaktadır. İlgili gümrük personelleri tarafından ETGB'nin beyan edildiği gün içerisinde kapatılması sağlanmalıdır.

**Hatalı Beyanlar:** Ağır değişiklik taleplerinde dilekçelerin verilmesi, incelenmesi ve sonuca bağlanması 2 ay; hafif değişiklik taleplerinde ise 1 ay sürebilmektedir. Elektronik ortamda bu düzeltmelerin yapılmasına imkan tanınmalıdır.

**Kurumlar Arası Yazışmalar:** Kurumlar arası bilgi alışverişi elektronik ortam yerine posta ile gönderilen resmi yazılar üzerinden yapılmaktadır. Kurumlar arası yazışma süreci ortadan kaldırılmalıdır.

**Kısmi İade Edilen Ürünler:** Birden fazla farklı ürün içeren gönderilerde alıcılar genellikle ürünlerin bir veya birkaçını kısmi olarak iade etmek istemektedir. Yapılacak bir entegrasyon ile (referans kodu gibi) eşleşme yapılabilmeli ve tüm süreç hemen tamamlanabilmelidir.

**Bedelsiz Gidip İade Edilen Gönderiler:** Bedelsiz gidip iade edilen gönderiler için de vergi dairesi yazışması aranmaktadır. Göndericinin TSPA\_HAR muafiyet kodu ile beyan edilen bedelsiz gönderisi için vergi iadesinden faydalanamayacağı açıkken, tekrar vergi dairesi yazışmasına gerek olmamalıdır.

### **Maliyet Odaklı Kolaylaştırmalar ve İyileştirici Öneriler**

Raporun bu bölümünde sektöre yönelik maliyet kaynaklı konular değerlendirilmiştir. Sektör temsilcilerinin görüşleri doğrultusunda tespit edilen üç sorun mevcut durum, mevcut durumun etkileri ve talep edilen kolaylaştırma ve iyileştirmeler kapsamında işlenmiştir.

**Damga Vergisi:** Bedelli ETGB'ler damga vergisinden muaf iken, damga vergisi bedelsiz ETGB gönderileri için söz konusudur. ETGB işlemleri dolayısıyla doğan damga vergisi için muafiyet sağlanmalıdır.

**Evrensel Posta Hizmeti Katılım Payı:** %2,35 oranındaki Evrensel Posta Hizmeti Katılım Payı aynı gönderi için birden fazla firma tarafından her seferinde ayrı ayrı ödenmektedir. Evrensel Posta Hizmeti Katılım Payının gönderinin sadece yurt içine tekabül eden kısmından alınması ve KDV'de olduğu gibi mahsup yoluyla ödenebilmesi sağlanmalıdır.

**Destek ve Teşvikler:** E-ihracat yapan firmalara yönelik mevcut teşvik ve destek paketleri arttırılmalıdır. E-ihracat yapan firmalar teşvik kapsamına alınmalıdır.

### **Bütünleştirici Öneriler**

Sektör temsilcilerinin katkı sunduğu bir diğer bölüm olan "Bütünleştirici Öneriler" kısmında e-ihracatın klasik ihracattan ayrılmasının ve e-ihracat mevzuatı hazırlanmasının e-ihracatla ilgili uygulamalardan ve mevzuattan kaynaklanan sorunların çözümüne katkı sağlayacağı, ayrıca firmaların çeşitli destek ve teşviklerden yararlanmasına imkan vereceği belirtilmiştir. Kurulması önerilen E-İhracat Geliştirme Merkezi ile de firmaların halihazırda yüklendiği maliyetlerin azaltılacağı ve lojistik süreçlerin hızlanacağı öngörülmektedir.

**E-İhracatın Klasik İhracattan Ayrılması ve E-İhracat Mevzuatı Hazırlanması:** E-ihracatın klasik ihracattan ayrılması e-ihracat hacminin artmasına destek olacaktır.

**E-İhracatı Geliştirme Merkezi Kurulması:** Tam donanımlı olarak kurulacak E-İhracatı Geliştirme Merkezi maliyetler ve lojistik süreçler konusunda yaşanan sorunların çözümüne büyük katkı sağlayacaktır.

### **E-Ticaretin Gelişmesini Destekleyici Altyapı Önerileri**

Raporun son bölümünde e-ticaretin geliştirilmesine yönelik olarak 11 maddeden oluşan bir öneri listesi sunulmuştur. Listedeki öneriler gerek eğitim gerek mevzuat düzenlemesi gerekse dijitalleşme ve uygulama kolaylıkları sunma bakımından farklı içerikler barındırmaktadır.

# **BÖLÜM 1**

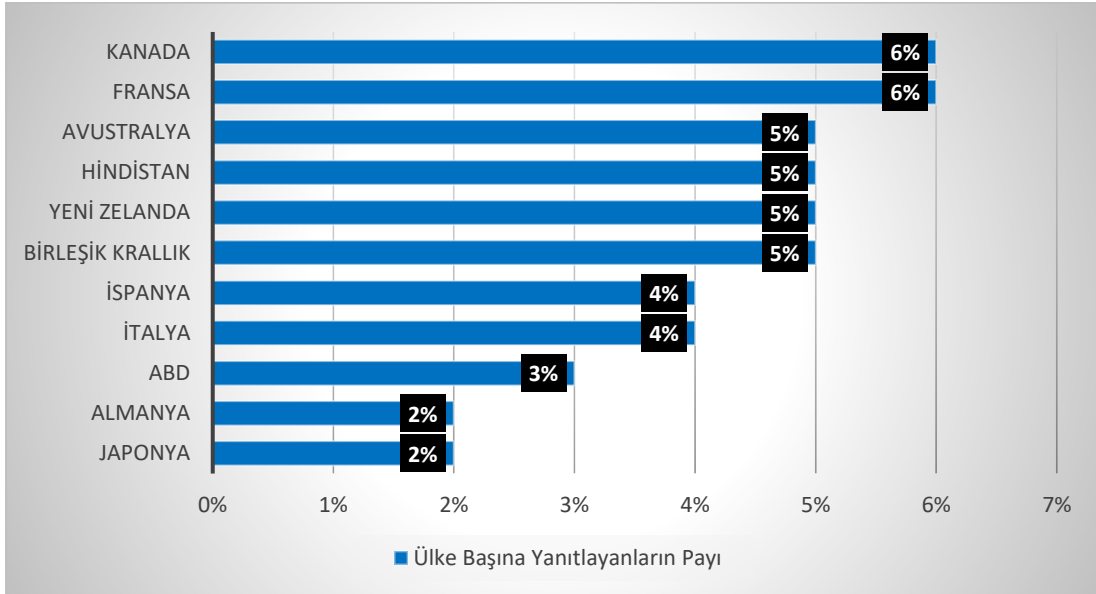
# **DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE E-TİCARETİN GÜNCEL DURUMU**

## 1.1. Dünyada E-Ticaretin Güncel Durumu

E-ticarete olan ilgi tüm dünyada artışını sürdürmektedir. Dijitalleşme günlük yaşamın içine de yerleşmiş, birçok perakende sektörü e-ticarete dahil oldu. Tüketicilerin çoğu artık e-ticarete daha çok güvenmeye başladı ve alışveriş kolaylığını yaşadı. 2020'de iki milyardan fazla insan çevrimiçi mal veya hizmet satın aldı ve 2020 yılı boyunca e-perakende satışları dünya çapında 4,2 trilyon ABD dolarını aştı.<sup>1</sup>

2020 yılının başından itibaren dünyayı etkisi altına alan COVID-19 pandemisi bu artışın en önemli faktörlerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Pandemi e-ticaret firmaları için krizin fırsata çevrilmesini sağladı. Dijital altyapısı güçlü olan, alternatif çözümler üretebilen esnek yapıdaki firmalar pandeminin zorluklarını fırsata dönüştürmeyi başarabildi. Dünyada COVID-19 pandemisinin ilanından sonra ilk kez internetten alışveriş yapan tüketicilerin ülkelere göre payında artış gözlemlendi.

Grafik 1: COVID-19 Pandemisinden Sonra İlk Kez İnternette Alışveriş Yapanlar



Kaynak: Statista

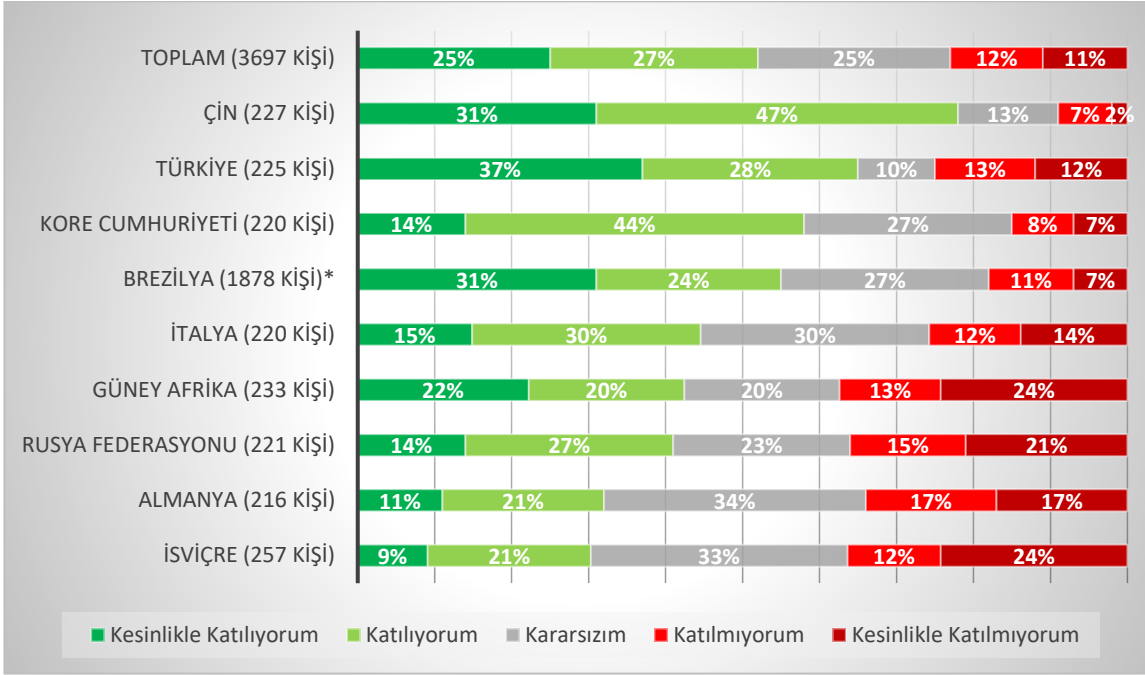
Kanada ve Fransa'da tüketicilerin yaklaşık %6'sı ilk kez internetten ürün alırken, Avustralya, Hindistan, Yeni Zelanda ve Birleşik Krallık'ta bu oran %5 seviyesindedir. İspanya ve İtalya'da tüketicilerin %4'ü internetten ilk kez alışveriş yapmıştır. ABD'deki tüketicilerin %3'ü, Almanya ve Japonya'daki tüketicilerin ise yaklaşık %2'si ilk defa internetten alışverişini denemiştir.<sup>1</sup>

UNCTAD tarafından Ekim 2020 yılında yayınlanan "COVID-19 ve E-Ticaret: 9 Ülkedeki Çevrimiçi Tüketicilerin Anketinden Elde Edilen Bulgular Raporu"nda gelişmekte olan ekonomilerdeki tüketicilerin çevrimiçi alışverişe yöneldikleri tespit edilmiştir. Çin, Türkiye, Kore Cumhuriyeti, Brezilya, İtalya, Güney Afrika, Rusya Federasyonu, Almanya ve İsviçre'den 3697 kişinin yer aldığı anket çalışmasında "COVID-19 pandemisi sonrasında öncekinden daha çok internetten alışveriş yapıyorum" diyenlerin 225 kişi arasında Türkiye'de *Kesinlikle Katılıyorum* diyenlerin oranı %37, *Katılıyorum* diyenlerin oranı ise %28 iken, bu oranlar 227 kişi arasında Çin'de %31 *Kesinlikle Katılıyorum*, %47

<sup>1</sup> Statista, E-Commerce Worldwide - Statistics & Facts

*Katılıyorum* şeklinde belirlenmiştir. Bir diğer yüksek artışın Kore Cumhuriyeti'nde yaşandığı elde edilen veriler sonucunda söylenebilir. Kore Cumhuriyeti'nde 220 kişiden %14'ü COVID-19 pandemisi sonrasında öncekinden daha çok internetten alışveriş yaptığını kesinlikle katılırken, %44'lük orandaki kişiler de katıldıklarını bildirmiştir. Toplamda yer alan 3697 kişiye bakıldığında ise %25'i *Kesinlikle Katılıyorum*, %27'si *Katılıyorum*, %25'i *Kararsızım*, %12'si *Katılmıyorum*, %11'i ise *Kesinlikle Katılmıyorum* yanıtı vermiştir.

Grafik 2: COVID-19 Pandemisi Sonrasında Öncekinden Daha Çok İnternette Alışveriş Yapanlar



\* Brezilya için metodoloji farklılıkları sebebiyle sonuç diğer ülkelere göre farklılık gösterebilir.

Kaynak: UNCTAD - COVID-19 ve E-Ticaret: 9 Ülkedeki Çevrimiçi Tüketicilerin Anketinden Elde Edilen Bulgular Raporu

2020'de iki milyardan fazla insan çevrimiçi mal veya hizmet satın aldı ve 2020 yılı boyunca e-perakende satışları dünya çapında 4,2 trilyon ABD dolarını aştı.

Söz konusu anket çalışmasında yer alan bir başka soruda çevrimiçi alışverişlerde kullanılan ödeme yöntemleri üzerine olmuştur. Çin %92'lik oranla yerel ödeme platformları olan Alipay'i tercih etmektedir. Almanya'daki tüketicilerin %72'si PayPal ile Türkiye'deki tüketicilerin %68'i ise standart kredi kartı ile alışverişlerini tamamlamaktadır.

Grafik 3: Çevrimiçi Alışverişlerde Kullanılan Ödeme Yöntemleri

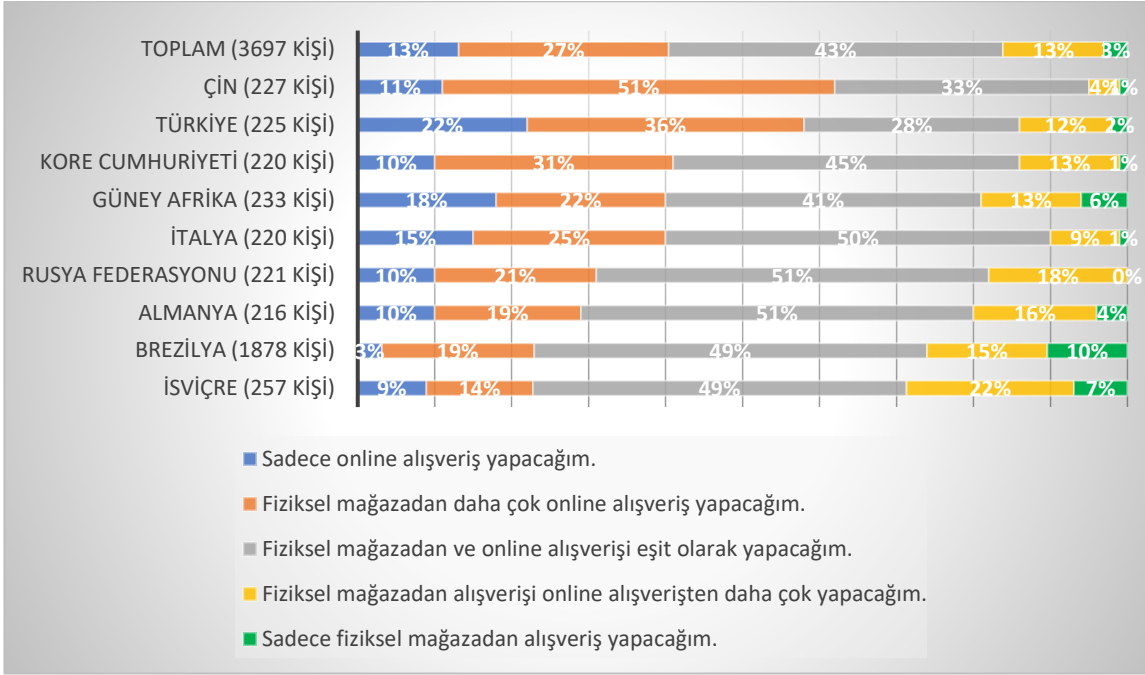


\* Brezilya için metodoloji farklılıkları sebebiyle sonuç diğer ülkelere göre farklılık gösterebilir.

Kaynak: UNCTAD - COVID-19 ve E-Ticaret: 9 Ülkedeki Çevrimiçi Tüketicilerin Anketinden Elde Edilen Bulgular Raporu

"COVID-19 ve E-Ticaret: 9 Ülkedeki Çevrimiçi Tüketicilerin Anketinden Elde Edilen Bulgular Raporu"nda katılımcılara sorulan "COVID-19 pandemisi sonrasında hangi satın alma yollarını tercih edeceksiniz" sorusuna Çin'deki 227 kişinin %51'i fiziksel bir mağazadan daha çok online satın alacağını belirtmiştir. Türkiye'de 225 kişinin %36'sı aynı yanıtı verirken %22'si online alışveriş yapacağını, %28'i ise online alışveriş ve fiziksel mağazadan alışverişe eşit olarak devam edeceğini bildirmiştir. 3697 toplam kişinin %43'ü de yine hem online alışverişten hem de fiziksel mağazadaki alışverişten eşit olarak devam edeceği raporda yer almıştır.

Grafik 4: COVID-19 Pandemisi Sonrasında Tüketicilerin Tercih Edecekleri Satın Alma Yolları



Kaynak: UNCTAD - COVID-19 ve E-Ticaret: 9 Ülkedeki Çevrimiçi Tüketicilerin Anketinden Elde Edilen Bulgular Raporu

E-ticarette alışveriş için tüketicilerin en çok tercih ettikleri sektörler bilişim, teknoloji ve giyim oldu. Ancak bu sıralamaya pandemi ile birlikte kişisel bakım ürünleri ve gıda – market alışverişleri de üst sıralardan dahil oldu. COVID-19 pandemisi sebebiyle, çevrimiçi perakende satışların toplam perakende satışlar içindeki payı 2020’de %16’dan %19’a yükseldi. Çevrimiçi perakende satışlar birkaç ülkede belirgin bir şekilde büyüdü ve Kore Cumhuriyeti bir önceki yıl %20,8 ile 2020’de %25,9 ile en yüksek payı bildirdi.<sup>2</sup>

Grafik 5: 2018-2020 Çevrimiçi Perakende Satışlar

Ülkeler	Çevrimiçi Perakende Satışlar (\$ milyar)			Perakende Satışlar (\$ milyar)			Çevrimiçi Paylaşım (Perakende Satışların Yüzdesi)		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
<b>Avustralya</b>	13.5	14.4	22.9	239	229	242	5.6	6.3	9.4
<b>Kanada</b>	13.9	16.5	28.1	467	462	452	3.0	3.6	6.2
<b>Çin</b>	1,060.4	1,233.6	1,414.3	5,755	5,957	5,681	18.4	20.7	24.9
<b>Kore Cumhuriyeti</b>	76.8	84.3	104.4	423	406	403	18.2	20.8	25.9
<b>Singapur</b>	1.6	1.9	3.2	34	32	27	4.7	5.9	11.7
<b>Birleşik Krallık</b>	84.0	89.0	130.6	565	564	560	14.9	15.8	23.3
<b>ABD</b>	519.6	598.0	791.7	5,269	5,452	5,638	9.9	11.0	14.0
	1,770	2,038	2,495	12,752	13,102	13,003	14	16	19

Kaynak: UNCTAD

<sup>2</sup> UNCTAD, PRESS/PR/2021/009

UNCTAD tarafından hazırlanan "B2C E-Ticaret Endeksi 2020"de İsviçre endeksin en üst sırasında yer almıştır. Endekste ilk 10 ülke ekonomisinden 8'i Avrupa ülkesidir. Çin ve ABD dünyanın en büyük B2C pazarları olmakla birlikte, endekste sırasıyla 12. ve 55. sırada yer almışlardır. Her iki ülkede mutlak ölçülerde başta olsalar dahi karşılaştırmalarda geri kalmaktadır.<sup>3</sup>

Grafik 6: UNCTAD B2C E-Ticaret Endeksi 2020 – İlk 10 Ekonomi

2020 Sıralaması	Ekonomi	İnternet Kullananların Payı (2019 veya sonrası)	Hesabı Olan Kişilerin Kullanımı (+15, 2017)	Güvenli İnternet Sunucuları (Standart, 2019)	Dünya Posta Birliği (UPU) Posta Güvenilirliği Puanı (2019 veya sonrası)	2020 Endeks Değeri	Endeks Değişikliği (2018-19)	2019 Sıralaması
1	İsviçre	97	98	92	97	95.9	0.6	2
2	Hollanda	96	100	94	93	95.8	01	1
3	Danimarka	97	100	100	81	94.5	0.1	6
4	Singapur	89	98	94	97	94.4	-0.3	3
5	Birleşik Krallık	96	96	84	98	93.6	0.1	4
6	Almanya	93	99	90	91	93.4	-0.1	9
7	Finlandiya	95	100	88	91	93.4	-0.1	5
8	İrlanda	88	95	92	98	93.4	0.7	7
9	Norveç	98	100	84	88	92.6	-0.1	8
10	Hong Kong	92	95	88	92	91.8	0.3	14

Kaynak: UNCTAD B2C E-Commerce Index 2020

UNCTAD B2C E-Ticaret Endeksi 2020'de İsviçre'nin ilk sırada yer almasında, İsviçre nüfusunun çoğunun (Eurostat'a göre 2019 yılında nüfusun %97'si internet kullanmıştır.) internet kullanmasının, bankacılık kullanımının yüksek (2017 Findex anketine göre 15 yaş ve üstü nüfusun %98'inin banka hesabı bulunmaktadır.) olmasının, güvenli sunucuların fazla olmasının ve posta güvenilirliği açısından UPU'ya göre dünyada 7. sırada, genel posta gelişiminde ise 1 numarada yer almasının etkisi olduğu bildirilmektedir.

Tüm dünyada e-ticaret pazarındaki gelirin 2021 yılında 3.284.927 milyon ABD dolarına ulaşması öngörülmektedir. Gelirin yıllık %6,53'lük bir büyüme oranı (Bileşik Yıllık Büyüme Oranı 2021-2025) göstermesi ve bunun sonucunda 2025 yılına kadar 4.230.885 milyon ABD doları öngörülen pazar hacmine ulaşması beklenmektedir. E-ticaret pazarında, kullanıcı sayısının 2025 yılına kadar 4.934,6 milyon kullanıcıya denk olması tahmin edilmektedir.<sup>4</sup>

<sup>3</sup> UNCTAD B2C E-Commerce Index 2020

<sup>4</sup> Statista, E-Commerce-Worldwide

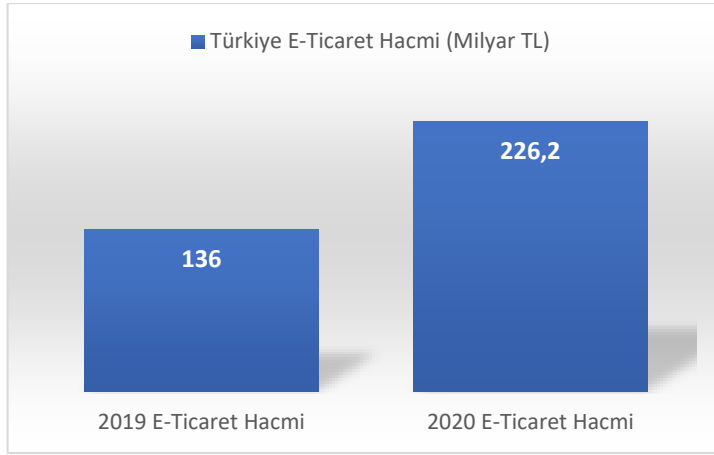


## 1.2. Türkiye’de E-Ticaretin Güncel Durumu

Türkiye’de dünyada olduğu gibi e-ticarette gelişme kaydetmektedir. E-ticaret hacmi Türkiye’de 2019 yılında 136 milyar liradan 226 milyar 200 milyon liraya yükseldi. 2019 ve 2020 yılları arasında %66 artış söz konusudur.<sup>5</sup>

Haziran-Aralık 2020 dönemlerinde Türkiye’nin genel ihracatı 108 milyar Amerikan doları olarak gerçekleşmiştir. E-ihracatı ise aynı dönemde 1,4 milyar Amerikan doları olmuştur. Bu durumda e-ihracatın genel ihracat içindeki payı %1,3’tür.<sup>6</sup>

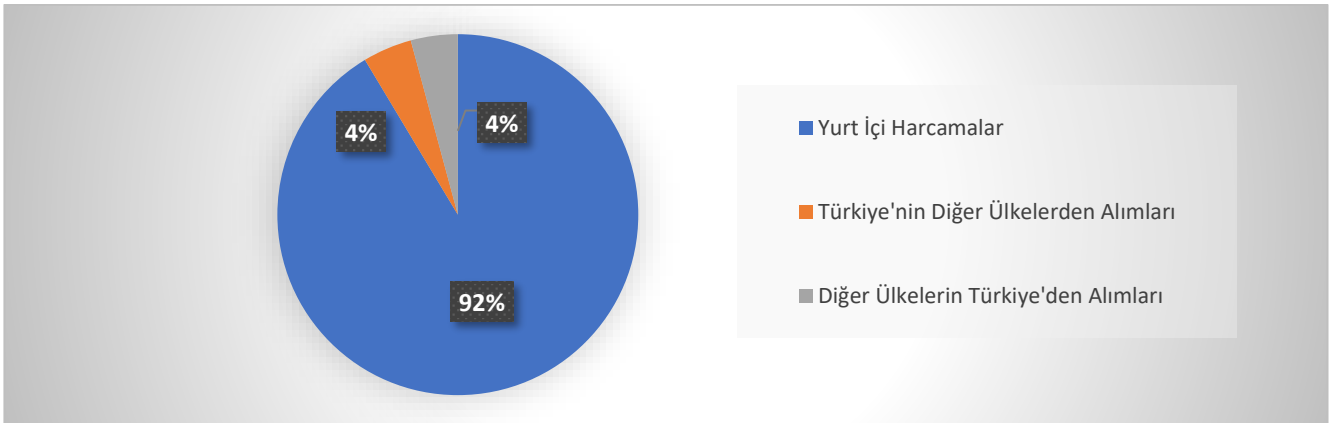
Grafik 7: Türkiye E-Ticaret Hacmi (Milyar TL)



Kaynak: E-Ticaret Bilgi Platformu

2020 yılındaki e-ticaret tutarının 207 milyar lirayla %91,4’ünü yurt içi harcamalar, 9,3 milyar lirayla %4,2’sini diğer ülkelerin Türkiye e-ticaret sitelerinden yaptığı harcamalar, 9,9 milyar lira ile %4,4’ünü ise yurt dışından yapılan alımlar oluşturmuştur. Toplam e-ticaret içindeki perakende ticaretin payı ise %64’tür.<sup>7</sup>

Grafik 8: Türkiye’de E-Ticaret Harcamaları



Kaynak: E-Ticaret Bilgi Platformu

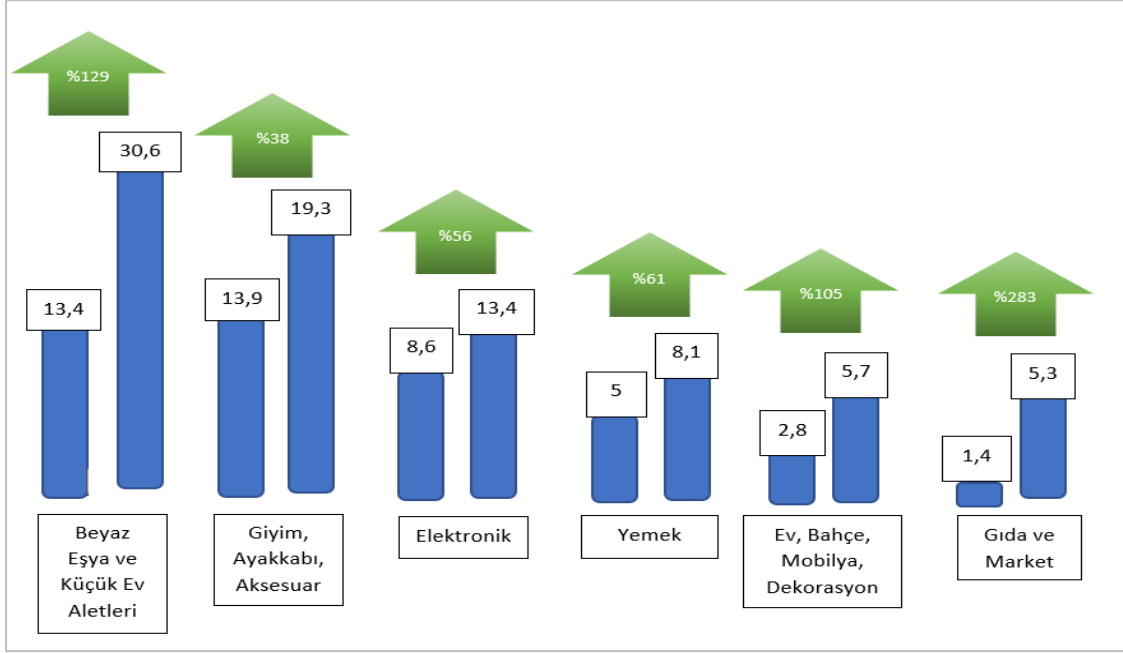
<sup>5</sup> E-Ticaret Bilgi Platformu

<sup>6</sup> Ibid.

<sup>7</sup> Ibid.

Türkiye’de e-ticarette en çok tercih edilen ürün sektörlerinde beyaz eşya, giyim, elektronik, mobilya-dekorasyon, çiçekçilik yer alırken pandemi etkisiyle birlikte gıda-market sektöründe %200’ün üzerinde bir artış yaşanmıştır. Havayolları, seyahat taşımacılık, konaklama, eğlence ve sanat sektörlerinde ise yine pandeminin etkisiyle geçen seneye göre %46’ya varan düşüşler meydana gelmiştir.<sup>8</sup>

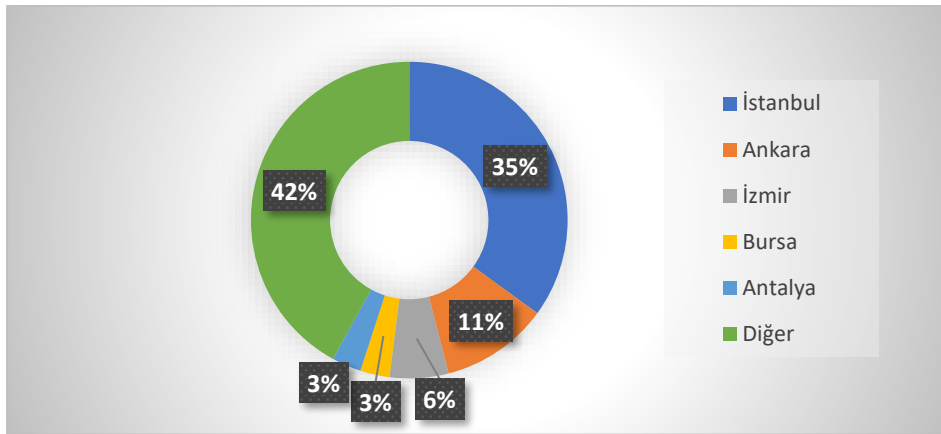
Grafik 9: Türkiye’de En Çok Artış Gösteren Sektör Karşılaştırması 2019 – 2020 (Milyar TL)



Kaynak: E-Ticaret Bilgi Platformu

Türkiye’de e-ticaret ile yapılan alışverişlerin ilk üç sıralamasında sırasıyla %35’lik oran ile İstanbul, %11 ile Ankara ve %6 oran ile İzmir gelmektedir. Üç büyük ilin ardından ise e-ticaretten yararlanan iller %3’lük bir oran ile Bursa ve Antalya’dır.<sup>9</sup>

Grafik 10: Türkiye’de E-Ticarette En Çok Alışveriş Yapılan İller



Kaynak: E-Ticaret Bilgi Platformu

<sup>8</sup> Ibid.

<sup>9</sup> Ibid.

Türkiye’de, e-ticarette iade ve iptal işlemlerinin %46’sı en çok satışın gerçekleştirildiği beyaz eşya sektöründe olmaktadır. Beyaz eşya sektörünü %35 ile giyim, ayakkabı ve aksesuar, %8 ile havayolları, %6 ile seyahat ve %4 ile ev, bahçe ve mobilya sektörü takip etmektedir.<sup>10</sup>

UNCTAD B2C E-Ticaret Endeksi 2020’de Türkiye’de 152 ülke arasında 57. sırada yer almaktadır. 2019 yılında aynı endeksin 54. sırasında bulunan Türkiye 3 sıralık bir düşüş yaşamıştır.

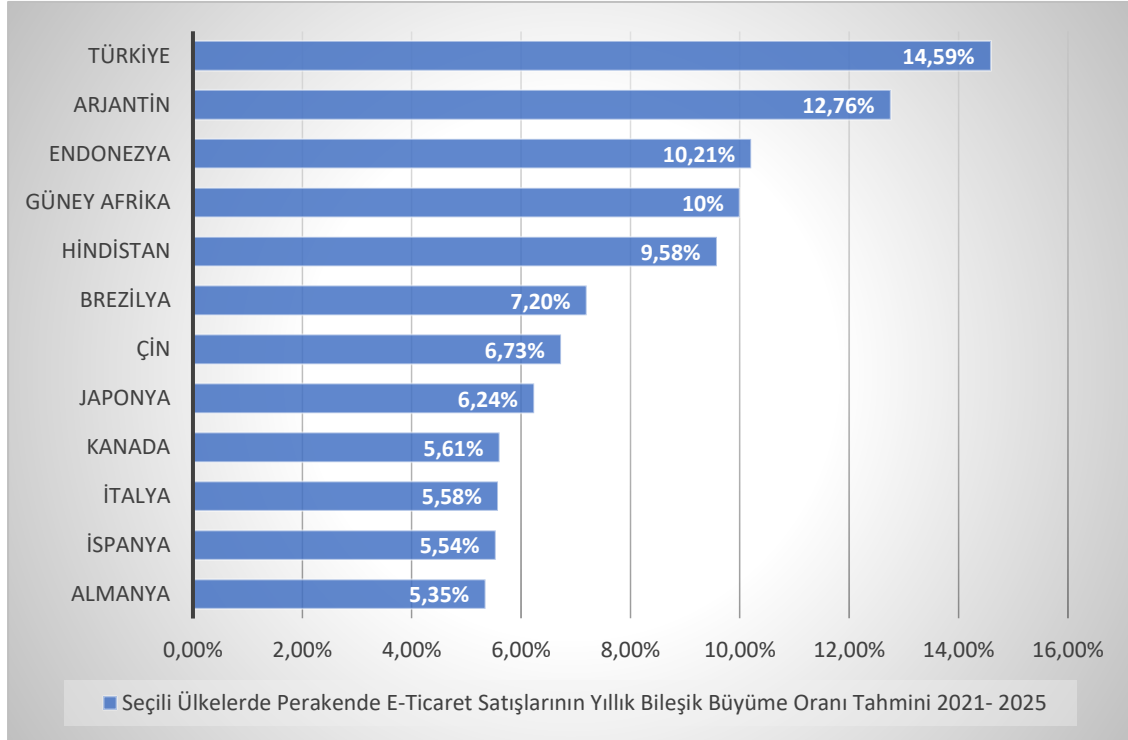
Grafik 11: UNCTAD B2C E-Ticaret Endeksi 2020 – Türkiye

2020 Sıralaması	Ekonomi	İnternet Kullanıcıların Payı (2019 veya sonrası)	Hesabı Olan Kişilerin Kullanımı (+15, 2017)	Güvenli İnternet Sunucuları (Standart, 2019)	Dünya Posta Birliği (UPU) Posta Güvenilirliği Puanı (2019 veya sonrası)	2020 Endeks Değeri	Endeks Değişikliği (2018-19)	2019 Sıralaması
57	Türkiye	74	69	70	63	68.8	-3.0	54

Kaynak: UNCTAD B2C E-Commerce Index 2020

Türkiye’nin son sektör hesaplamalarına göre, 2020-2025 yılları arasında bileşik yıllık büyüme oranı %14,59 ile perakende e-ticaret gelişimi açısından ilk sırada yer alacağı tahmin edilmektedir.<sup>11</sup>

Grafik 12: Seçili Ülkelerde Perakende E-Ticaret Satışlarının Bileşik Yıllık Büyüme Oranı Tahmini 2021-2025



Kaynak: Statista

<sup>10</sup> Ibid.

<sup>11</sup> Statista, Retail E-Commerce Sales CAGR Forecast in Selected Countries from 2021 to 2025

Türkiye'nin e-ticaret pazarındaki gelirinin 2021 yılında 16.281 milyon ABD dolarına ulaşacağı tahmin edilmektedir. Gelirin yıllık %14,59'luk bir büyüme oranı (Bileşik Yıllık Büyüme Oranı 2021-2025) göstermesi ve bunun sonucunda 2025 yılına kadar 28.068 milyon ABD doları öngörülen piyasa hacmine ulaşması beklenmektedir. Pazarın en büyük segmenti, 2021 yılında 6.814 milyon ABD doları öngörülen pazar hacmi ile moda sektörüdür. E-ticaret pazarında, kullanıcı sayısının 2025 yılına kadar 58,0 milyon kullanıcıya denk olması beklenmektedir. 2021 yılında toplam e-ticaret alışverişlerinin %80'inin kartlar ile yapılacağı tahmin edilmektedir.<sup>12</sup>

*E-ticaret hacmi  
Türkiye'de 2019  
yılında 136 milyar  
liradan 226 milyar  
200 milyon liraya  
yükseldi.*



*Türkiye'de e-ticaret  
ile yapılan  
alışverişlerin ilk  
sirasında %35'lik oran  
ile İstanbul yer  
almaktadır.*

<sup>12</sup> Statista, E-Commerce-Turkey

# **BÖLÜM 2**

# **E-TİCARETTE YAŞANAN SON GELİŞMELER**

## 2. E-Ticarette Yaşanan Son Gelişmeler

Değişen ve gelişen dünyada e-ticaret alanında son zamanlarda özellikle gümrük alanında düzenlemeler yapılmıştır. Dijitalleşmenin ön plana çıktığı günümüzde süreçlerin kontrollü yürütülmesi ve verilerin kayıt altına alınabilmesi için çalışmalar ortaya konmaktadır. Böylece gümrük süreçlerinin hızlanmasıyla e-ticarette daha hızlı ve güvenilir bir hizmet anlayışı ortaya çıkmaktadır.

Son dönemlerde e-ticarette gümrük uygulamaları ile ilgili yaşanan gelişmeleri üç başlık altında ele almak mümkündür. 2021 yılının başında Birleşik Krallık'ın Avrupa Birliği'nden ayrılması, Avrupa Birliği gümrük işlemlerinde geliştirilmiş yeni kargo bilgi sistemi olan İthalat Kontrol Sistemi 2 (ICS 2) ve Avrupa Birliği'ndeki ithalatlarda geçerli olan vergi muafiyetinin kaldırılması önemli yenilikler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Çin'in e-ticarette son dönemlerde yaşadığı büyük yükseliş ise e-ticarette ele alınması ve analiz edilmesi gereken bir gelişmedir. Çin'deki e-ticaret dinamiklerinin oluşturduğu gücün sonuçları ortadadır. Bu dinamikler örnek olarak uygulanması gereken yaklaşımları içermektedir.

### 2.1. Brexit – Birleşik Krallık'ın Avrupa Birliği'nden Ayrılması

31 Ocak 2020 tarihinde saat 23.00 itibarıyla Birleşik Krallık resmi olarak Avrupa Birliği'nden ayrıldı. 31 Aralık 2020'de sona ermek üzere İngiltere ile Avrupa Birliği'nin gelecekteki ilişkilerini müzakere etmek üzere bir geçiş dönemi başladı. Avrupa Birliği hukukuna tabi olan İngiltere'de geçiş dönemi süresince de Avrupa Birliği gümrük birliğinde kalmaya devam etti. Birleşik Krallık Avrupa Birliği'nden ayrılmasının ardından ülkelerle Serbest Ticaret Anlaşmaları gerçekleştirdi. Böylece Birleşik Krallık ile Avrupa Birliği ülkeleri arasında uygulanan gümrük süreçlerinde değişimler yaşandı. 1 Ocak 2021 tarihi itibarıyla tüm gönderiler için Gümrük Beyannamesi hazırlanması şartı getirildi. İngiltere'ye mal ithal etmek için Ocak 2022'den itibaren geçerli olacak tüm gümrük kontrolleri firmaların uyum sağlayabilmesi için aşamalar halinde gerçekleştirilmektedir. Ürünlerin anlaşmalarda belirtilen "Menşe Kuralları" gereksinimlerini karşılaması koşuluyla, ürünler ithal ve ihraç edilmektedir.<sup>13</sup>



Brexit sürecinde Türkiye ile Birleşik Krallık arasında yürütülen müzakereler sonucunda da Türkiye-Birleşik Krallık Serbest Ticaret Anlaşması 29 Aralık 2020 tarihinde imzalandı. Ticarette tercihli muamele bakımından 1 Ocak 2021 tarihi itibarıyla uygulanmaya başlanan Anlaşma, 20 Nisan 2021 tarihinde yürürlüğe girdi.<sup>14</sup>

Taşımacıların, Birleşik Krallık taşımalarında kullanmak üzere; GB uzantılı EORI numaraları almaları gerekmektedir. Ayrıca Kuzey İrlanda'ya gerçekleştirilecek taşımacılık faaliyetleri için de XI uzantılı bir EORI numarası alınması zorunluluk haline geldi. Türkiye ile İngiltere arasında imzalanan Serbest Ticaret Anlaşması kapsamında tercihli ticarete konu eşyanın menşe ispat belgesi "menşe" beyanıdır. Menşe beyanı, tüm ihracatçıların fatura veya ilgili bir ticari belge üzerinde kendi kendilerine

<sup>13</sup> Birleşik Krallık Kamu Web Sitesi, Brexit, Summary: The UK's new relationship with the EU

<sup>14</sup> T.C. Ticaret Bakanlığı Web Sitesi, Brexit ve Birleşik Krallık STA, Brexit Süreci Kapsamında Türkiye-Birleşik Krallık Ticari İlişkileri

bulunabilecekleri beyandır. Menşe beyanı hiçbir makam tarafından onayına tabi tutulmayacaktır. Menşe ispat belgesi olarak başka bir belge kullanılmayacaktır.<sup>15</sup>

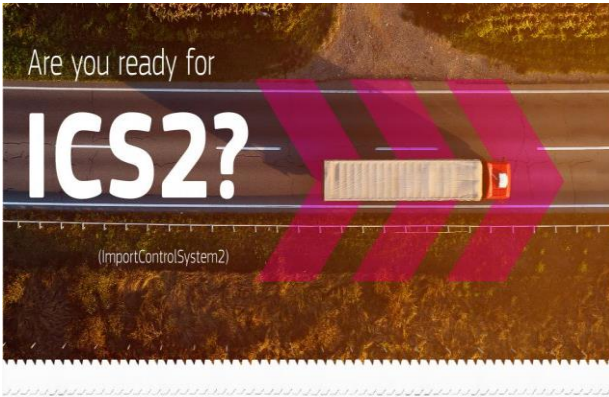
## 2.2. ICS 2

Avrupa Birliği, kargolara varış öncesi geniş kapsamlı bir ön bilgi sistemi olan İthalat Kontrol Sistemi 2 (ICS2) ile desteklenen yeni bir gümrük güvenlik ve emniyet programı uygulamaktadır.

İthalat Kontrol Sistemi 2 (ICS2), varışlarından önce AB'ye giren tüm mal ve eşyalar hakkında veri toplamak adına oluşturulmuş yeni bir BT sistemidir. Ekonomik Operatörler (EO-İşi gereği gümrük mevzuatı kapsamına dahil faaliyetlerde bulunan kişi ve kurumlar), güvenlik verilerini Giriş Özet Beyanı (ENS) aracılığıyla İthalat Kontrol Sistemi'ne bildirmek zorunda kalacaklardır.

Sistem, yeni gümrük güvenlik önlemleri sayesinde Avrupa'nın tek pazarını ve vatandaşlarını daha iyi korumayı hedeflemektedir. Bu sistem, serbest ticaret akışını, küresel iş modellerine uyarlanmış verilere dayalı olarak geliştirilen gümrük güvenlik işlemleri aracılığıyla daha da kolaylaştıracaktır.

ICS2 ile güvenliğe yönelik tehditlere karşı AB vatandaşlarının ve iç pazarının korunmasının artırılması, AB Gümrük yetkililerinin, yüksek risk tehdidi içeren sevkiyatları daha kolay saptamasına ve tedarik zincirinin en uygun noktasında müdahale etmesine izin verilmesi, AB'nin dış sınırlarında meydana



gelebilecek krizlere yönelik müdahale senaryolarında hedeflenen orantılı gümrük önlemlerinin desteklenmesi, meşru ticaret için sınırlar arası gümrük işlemlerinin kolaylaştırılması, Ekonomik Operatörler (EO) ve AB Gümrük İdareleri arasında bilgi alışverişinin basit hale getirilmesi amaçlanmaktadır.

İthalat Kontrol Sistemi'nin 1. sürümü 15 Mart 2021 tarihinde yürürlüğe girdi ve Posta Operatörleri, Hızlı Kargo Taşımacılığı, Üçüncü Ülke Posta

Operatörlerini kapsamaktadır. Sürüm 2, 1 Mart 2023 tarihinde yürürlüğe girecek ve Sürüm 1'in yanı sıra Navlun Sevkiyatı ve Lojistik Hizmet Sağlayıcıları, Havayolu Taşımacılığını da kapsayacaktır. Operatörler, hava taşımacılığındaki tüm mallar için ENS veri setini doldurmak zorundadır. Posta, ekspres ve genel kargo gönderilerinde hava yoluyla taşınan tüm mallar, ön yükleme dosyalama gerekliliklerine ek olarak, varış öncesi ENS veri gerekliliklerini tamamlamaya tabi olacaktır. Sürüm 3 ise 1 Mart 2024 tarihinde yürürlüğe girecek olup ilk 2 sürüme ilave olarak Denizyolu, Demiryolu ve Karayolu Taşımacılığı, AB Sınırları Dahilinde Mal ve Eşya Alan İşletmeleri de kapsamına alacaktır. Operatörler, posta ve ekspres gönderiler de dahil olmak üzere bu sektörlerdeki tüm mallar için ENS veri setini doldurmak zorundadır. Denizyolu, karayolu ve demiryolu taşıyıcılarının ENS verilerini ICS2'ye göndermeleri gerekecektir. Bu, bu taşıma modlarını kullanarak mal taşıyan posta ve ekspres taşıyıcıların yanı sıra lojistik sağlayıcılar gibi diğer tarafları ve ayrıca belirli durumlarda AB'de yerleşik nihai alıcıların ENS verilerini ICS2'ye göndermesini içerir.<sup>16</sup>

<sup>15</sup> UTİKAD Dergisi 23. Sayı

<sup>16</sup> UTİKAD Dergisi 26. Sayı



### 2.3. De Minimis KDV'nin Kaldırılması

1 Temmuz 2021'den itibaren Avrupa Birliği'nde yeni KDV e-ticaret paketi yürürlüğe girdi. Sınır ötesi Business to Customer (B2C) e-ticaretinde KDV kuralları, gümrük formaliteleri ve düşük değerli konsinyelerin ithalatı ve ihracatına yönelik süreçlerde değişikliğe gidildi. Özellikle AB, KDV için 22 €'luk De Minimis KDV'yi kaldırdı, yani 1 Temmuz itibarıyla KDV, değeri ne olursa olsun AB'ye giren tüm mallar için geçerli olacak.

AB'de ithal edilen ve değeri 150 €'yu geçmeyen malların online satışında KDV'nin beyanını ve ödemesini kolaylaştırmak ve basitleştirmek için "Import One Stop Shop" (IOSS) adlı elektronik portal geliştirildi. Ayrıca, IOSS'ye kaydolmamış satıcılar veya platformlar tarafından yapılan satışları yönetmek için özel düzenlemeler getirilmiştir. İthalattan sonra ödenmesi gereken KDV, varış ülkesindeki parselin teslim edilmesiyle alıcıdan tahsil edilecektir. İşletmeciler tarafından tahsil edilen KDV, ilgili makamlara aylık olarak ödenecektir.<sup>17</sup>

*1 Ocak 2021 tarihi itibarıyla İngiltere'ye tüm gönderiler için Gümrük Beyannamesi hazırlanması şartı getirildi.*

*ICS2 1 Mart 2023 tarihinde yürürlüğe girecek.*

*AB, KDV için 22 €'luk De Minimis KDV'yi kaldırdı.*

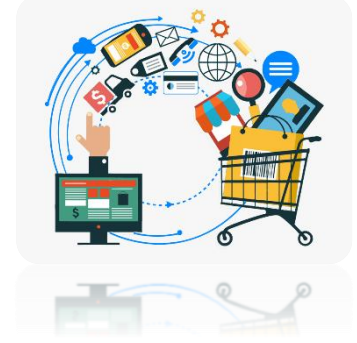
<sup>17</sup> Avrupa Komisyonu, VAT for E-Commerce



## 2.4. Çin'in E-Ticaret Dinamikleri

Çin'in perakende e-ticaret pazarı 2013 yılından bu yana dünyanın en büyüğü olmaktadır. Satışları, dünyanın dokuz kat büyümesine kıyasla on yılda 2020'ye kadar 34 kat büyüdü. 2020'de satışları 2,3 trilyon ABD doları olarak gerçekleşti. Bu da dünyadaki 4,3 trilyon ABD doları tutarındaki e-ticaret pazarının yarısından fazlasını temsil etmektedir.

Çin, dünyanın en kalabalık ülkesi olarak en çok çevrimiçi alıcı ve satıcıya sahiptir. 2020 yılının sonunda, kendisinden sonraki en büyük pazar olan ABD nüfusunun iki katından fazla olarak 782 milyon çevrimiçi tüketiciye sahipti. En büyük e-ticaret platformu olan Alibaba-Taobao'nun ülkede 4,5 milyon aktif satıcısı bulunmaktadır. Buna karşılık, ABD'li e-ticaret devi Amazon'un dünya çapında 1,5 milyon aktif satıcısı bulunmaktadır.



Çin'in e-ticaret pazarı büyüklüğünün yanı sıra çeşitlilik de göstermektedir. Pekin, Şanghay, Guangzhou ve Shenzhen gibi daha zengin şehirler önemli olmaya devam etse de büyümenin ana iticileri daha küçük ve daha az varlıklı şehirlerdir. Bu şehirlerdeki tüketiciler, şehirlerindeki fiziksel perakende mağazalarına sınırlı erişim sebebiyle çevrimiçi mağazalara yönelen gelişmekte olan orta gelirli alıcıları temsil etmektedir.



Çin'de e-ticaret satışlarının yüzde 90'ından fazlası mobil cihazlar üzerinden yapılırken, ABD'de bu satışların yüzde 43'ü mobil cihazlardan yapılmaktadır. Mobil ödemeler, akıllı telefonların ve ödeme uygulamalarının yaygın olarak benimsenmesiyle 2012'den sonra gerçekleşti. Mobil ödemelerin payı 2019'da yüzde 4'ten yüzde 85'e yükseldi. Kredi kartı kültürünün olmaması da büyümeyi artırdı.

Tüketiciler malların hızlı, güvenli, rahat ve ucuz bir şekilde teslim olmasını istemektedir. Bunun için şirketler depo otomasyonuna ve akıllı lojistik teknolojisine büyük yatırımlar yaptılar. Örneğin, ülkenin en büyük çevrimiçi teslimat şirketi olan Cainiao'nun ülke çapında bir paket sunması ortalama 48 saat sürmektedir. JD günümüzde 200'den fazla şehirde aynı veya ertesi gün teslimat sunmaktadır. On yıl önce bu sayı sadece altı şehir ile sınırlıydı.



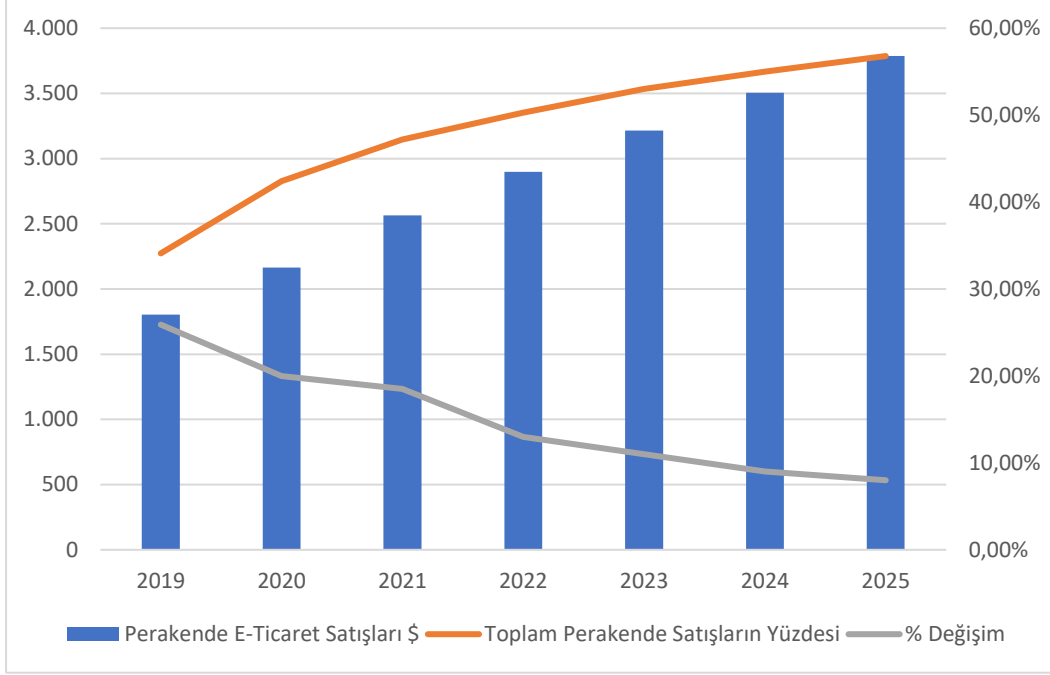
Çin Hükümeti de e-ticareti ekonomik büyümenin önemli bir itici gücü olarak görmektedir. Çin'deki e-ticaret hizmeti verenlerin çoğu, kalkınmanın farklı aşamalarında hükümet tarafından yetiştirilmiş ve desteklenmiştir. Yüksek mobil internet kullanımı, özellikle internetin erişilebilirliği ve hızı olmak üzere altyapıya yapılan yatırımla desteklenmiştir. Lojistik depolama, şehir planlamasında e-ticaret lojistiği için ayrılmış arazi ile daha kolay hale getirilmektedir. Hükümet tarafından yapılan finansal düzenlemeler de finansal teknolojinin yenilik yapmasına ve gelişmesine izin vermiştir.

Tüm bunların yanında Çinli tüketicilerin yeni teknolojiye karşı açık fikirliliği de Çin'de e-ticaretin hızlı gelişimine katkı sağlamıştır.<sup>18</sup>

<sup>18</sup> Hsiao Chink Tang is a Research Associate at the Centre of Applied Macroeconomic Analysis, Australian National University. <https://www.eastasiaforum.org/2021/10/13/what-is-driving-chinas-e-commerce-growth/>

eMarketer'da yer alan bilgiye göre, Çin e-ticaret pazarının 2025'te 3,786 trilyon ABD dolarına ulaşması beklenmektedir.

Grafik 13: Çin Perakende E-Ticaret Satışları 2019-2025



Kaynak: eMarketer

Çin'in e-ticarette yükselişinin sebepleri arasında aşağıdaki maddeleri sıralamak mümkündür:

- ✚ Alibaba'nın ortaya çıkışı,
- ✚ Yenilikçi dijital ödeme sistemleri,
- ✚ İade yapılması ve geri ödemelerin güvence altına alınmasına dayalı basit güven sistemi,
- ✚ Düşük maliyetli teslimat hizmetleri,
- ✚ Akıllı telefon odaklı bir ticaret kültürü.



Çin Başbakanı tarafından 1 Ocak 2019 tarihi itibarıyla denizaşırı e-ticareti desteklemek üzere tek işlem üst sınırının 2.000 RMB'den 5.000 RMB'ye, yıllık harcama limitinin ise 20.000 RMB'den toplam 26.000 RMB'ye yükseltildiği ve serbest bölgeler için daha fazla madde eklendiği açıklanmıştır.

Çin'deki e-ticaret patlaması tüketimin artması ve buna paralel olarak istihdam yaratılması sayesinde gerçekleşti. Hükümet tarafından desteklenen e-ticaret pazarında büyüme potansiyelinin tam olarak ortaya çıkarılması için bütüncül bir yaklaşım sergilenmektedir.

Çin pazarına girmek isteyen uluslararası birçok firma Çin'in önde gelen e-ticaret platformlarıyla anlaşmalar gerçekleştirilmektedir.

Çin'deki tüketicilerin çoğu Çin'de olmayan ya da çok pahalıya satılan uluslararası ürünler için sınır ötesi alışverişe yönelmektedir. Ayrıca yapılan araştırmalar Çinli tüketicilerin gıda güvenliği endişesiyle de uluslararası markalara ulaşmak için e-ticaretten yararlandığını ortaya koymaktadır.

E-ticaret için Çin'de kurulan "Özel Ticaret Bölgeleri" de 2015 yılından itibaren ülkeyi bu alanda ön plana çıkaran bir diğer unsur olmuştur. Bu bölgeler, ürünlerin daha hızlı incelenmesi ve sınır ötesi e-ticaret ithalatı ve ihracatı hakkındaki bilgilerin daha kolay paylaşılması için basitleştirilmiş düzenlemelerle sınır ötesi çevrimiçi alışveriş için basitleştirilmiş bir sistem sağlamaktadır.

Sınır ötesi e-ticaret perakende ithalat listesine dahil edilen ürünler belirli bir kota dahilinde sıfır tarifeden yararlanmakta ve ithalat KDV'leri ile tüketici vergilerinin yasal vergiye tabi tutarın %70'i oranında tahsil ettirmektedir. Yüksek talep gören ürünler için de vergi kategorisi genişletilmeye devam etmektedir. Aynı zamanda, sınır ötesi e-ticaret yoluyla ihracatı daha da artırmak için uluslararası uygulamalar doğrultusunda ihracat vergisi indirim politikalarının daha da iyileştirilmesi yönünde Çin Hükümetinin çalışmaları sürmektedir.<sup>19</sup>

*Çin Hükümeti e-ticareti ekonomik büyümenin önemli bir itici gücü olarak görmektedir.*

*Çin e-ticaret pazarının 2025'te 3,786 trilyon ABD dolarına ulaşması beklenmektedir.*

*E-ticaret için Çin'de kurulan "Özel Ticaret Bölgeleri" de 2015 yılından itibaren ülkeyi bu alanda ön plana çıkaran bir diğer unsur olmuştur.*

<sup>19</sup> Seo Agency China

## **BÖLÜM 3**

# **OPERASYON SÜREÇLERİNİN KOLAYLAŞTIRILMASI VE İYİLEŞTİRİCİ ÖNERİLER**

### 3. Operasyon Süreçlerinin Kolaylaştırılması ve İyileştirici Öneriler

#### 3.1. ÇIKIŞ İŞLEMLERİ

##### 3.1.1. Ürünlerin Ambara Alınması ve Beyan Verilmesi

###### 3.1.1.a. Mevcut Durum:

Birçok e-ihracat gönderisi mesai saati bitimine doğru veya bitiminden sonra havalimanına getirilmektedir. Ürünlerin ihracat ambarına alınma ve beyan zorunluluğu bulunmakta olup aynı gün içinde çıkış işlemlerinin yapılması çoğunlukla mümkün olamamaktadır, ürünlerin çıkışı ertesi güne kalabilmektedir. 2020/25 sayılı Genelge'de "7) Operatör hızlı kargo firmaları ve posta idaresi tarafından yetki kapsamında gerçekleştirilen ihracat işlemlerinde ETGB'nin tescilinde eşyanın geçici depolama yerine alınmış olma şartının aranmaması yönündeki talepler, gerekli fiziki koşullar ve risk analizi göz önünde bulundurularak gümrük idarelerince değerlendirilir ve bu değerlendirme sonucuna göre sarı hatta işlem gören taşıma senedi kapsamı eşyanın geçici depolama yerine alınmaksızın ihracat işleminin gerçekleştirilmesi imkan dahilindedir. Kırmızı hatta işlem gören taşıma senedi kapsamı eşya mutlak surette geçici depolama yerine alınarak muayene işlemi tamamlanır." olarak belirtilmektedir; dolayısıyla bu konuda bir düzenleme mevcuttur. Sadece şartların ve gerekliliklerin düzenlenerek bildirilmesi yeknesaklık açısından önemlidir.

###### 3.1.1.b. Mevcut Durumun Etkileri:

Mevcut sistemde talep edilen işlem ve prosedürler sonucunda gönderinin 1 gün gecikmeli olarak ülkemizden çıkması, hızlı teslimatın çok önemli olduğu e-ihracatta Türk ihracatçılar için önemli bir dezavantaj oluşturmaktadır.

###### 3.1.1.c. Talep Edilen Kolaylaştırma ve İyileştirmeler:

Ürünlerin Aynı Gün Çıkışının Sağlanabilmesi: Aynı gün mikro ihracat için ambar çıkışı ilgili Gümrük Müdürlüğü'nün izni ile yapılabilmektedir. Kurye çıkışı olan gönderiler ile aynı süreçte ele alınabilmesi için ETGB ile mikro ihracatların Numune, TSP HAR, vb. kurye olarak ETGB beyanlarında 24 saat içinde verilebilmesi sağlanabilir.

Ayrıca mevzuatta 8'li GTİP yeterli görünmekle birlikte sistem 12'li GTİP istemektedir. Avrupa'da da kullanıldığı üzere 8'li GTİP uygulaması zaman kaybını önlemek ve hataları aza indirmek için faydalı olacaktır.

###### 3.1.1.d. İlgili Kurum: T.C. Ticaret Bakanlığı

##### 3.1.2. E-Arşiv Fatura İle İşlem Yapılması

###### 3.1.2.a. Mevcut Durum:

ETGB sistemi ile e-fatura sistem entegrasyonu olmadığından ancak e-arşiv fatura ile işlem yapılabilmektedir. E-arşiv için faturaların çıktısı alınıp kaşelenmektedir.

**3.1.2.b. Mevcut Durumun Etkileri:**

ETGB'li işlemlerde e-faturanın kullanılamaması süreçleri uzatmaktadır.

**3.1.2.c. Talep Edilen Kolaylaştırma ve İyileştirmeler:**

E-Fatura ile ETGB Sistem Entegrasyonu Sağlanması: E-faturanın, beyanname numarası sonradan yazılacak şekilde hazırlanması ve entegrasyonun sağlanmasıyla e-fatura da ETGB'de kullanılabilir.

**3.1.2.d. İlgili Kurum:** T.C. Ticaret Bakanlığı

**3.1.3. ETGB'lerin Kapanma İşlemleri****3.1.3.a. Mevcut Durum:**

E-ihracat işlemleri ile ilgili gümrük personeli ETGB kapatmasını geç yapmakta hatta bazen hiç yapmamaktadır. ETGB'nin zamanında ve doğru bilgilerle kapatılmaması halinde uçağa yüklenebilmesi için ETGB kapaması "diğer" olarak yapılmaktadır.

**3.1.3.b. Mevcut Durumun Etkileri:**

ETGB'lerin zamanında ve doğru bir şekilde kapatılmaması ("diğer" seçeneği işaretlenerek kapatılması) firmaların KDV iadelerini geç almalarına neden olmaktadır. Ayrıca satış tutarının yüksek olduğu durumlarda bankalar yurt dışından yapılan para transferini onaylamamaktadır.

**3.1.3.c. Talep Edilen Kolaylaştırma ve İyileştirmeler:**

E-ihracat İle İlgili İşlemlerin Uzman Personeller Tarafından Yapılması: İlgili gümrük personelleri tarafından ETGB'nin beyan edildiği gün içerisinde ve "diğer"den farklı bir grup ile kapatılması sağlanmalıdır. Ayrıca farkındalığın artırılması için gümrük personeline konu hakkında eğitimler verilmelidir.

**3.1.3.d. İlgili Kurum:** T.C. Ticaret Bakanlığı

**3.1.4. Hatalı Beyanlar****3.1.4.a. Mevcut Durum:**

Konşimento değişikliği, alıcı adı, gönderici adı gibi değişiklikler "ağır değişiklik"; tutar yanlışlığı, döviz kuru gibi değişiklikler "hafif değişiklik"ler olarak değerlendirilmektedir. Ağır değişiklik taleplerinde dilekçelerin verilmesi, incelenmesi ve sonuca bağlanması 2 ay; hafif değişiklik taleplerinde ise 1 ay sürebilmektedir.

**3.1.4.b. Mevcut Durumun Etkileri:**

Hatalı beyanlarda değişikliklerin kabul edilip düzeltilmesi çok uzun sürmekte, operasyonel süreçler uzamakta, firmalar KDV iadesi alamamaktadır.

**3.1.4.c. Talep Edilen Kolaylaştırma ve İyileştirmeler:**

Hatalı Beyanların Düzeltilmesi İle İlgili Süreçlerin İyileştirilmesi: Hatalı beyan dilekçelerinde değişikliğin onaylanma süreci kısaltılmalı, süreç iyileştirilmeli ve basitleştirilmelidir. Elektronik ortamda bu düzeltmelerin yapılmasına imkan tanınmalıdır.

**3.1.4.d. İlgili Kurum:** T.C. Ticaret Bakanlığı

**3.2. İADE ÜRÜNLER****3.2.1. Kurumlar Arası Yazışmalar****3.2.1.a. Mevcut Durum:**

Kurumlar arası bilgi alışverişi elektronik ortam yerine posta ile gönderilen resmi yazılar üzerinden yapılmaktadır. Vergi dairelerinden gümrük müdürlüklerine yazı gitmeden iade yapılmamaktadır.

**3.2.1.b. Mevcut Durumun Etkileri:**

KDV iadesi sorgulaması için kurumlar arası yazışmaların posta ile yapılması iade sürecini uzatmaktadır. E-ihracatın satıştan dönen iade oranı %10 ile %30'lara kadar çıkabilmektedir. Dolayısı ile iade süreçlerindeki aksamalar aslında ihracatımızı kötü etkileyen önemli unsurlardandır. Resmi kurumlar arası yazışmalar ve evrak gereksinimleri süreci çok zorlamaktadır.

**3.2.1.c. Talep Edilen Kolaylaştırma ve İyileştirmeler:**

KDV İadesi Sorgulamasının Sistem Üzerinden Yapılması: VEDOP üzerinden KDV iadesi sorgulaması yapılmalı, kurumlar arası yazışma süreci ortadan kaldırılmalı ve deneme süreci başlayan "Tek Pencere" sisteminin geliştirilmesi takip edilmelidir.

**3.2.1.d. İlgili Kurumlar:** T.C. Ticaret Bakanlığı, T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı

**3.2.2. Kısmi İade Edilen Ürünler****3.2.2.a. Mevcut Durum:**

Birden fazla farklı ürün içeren gönderilerde alıcılar genellikle ürünlerin bir veya birkaçını kısmi olarak iade etmek istemektedir.

**3.2.2.b. Mevcut Durumun Etkileri:**

Kısmi iadede süreçler çok fazla uzatmakta, çoğunlukla kısmi iade yapılamamaktadır.

**3.2.2.c. Talep Edilen Kolaylaştırma ve İyileştirmeler:**

İadelerin Tamamlanma Süresinin Kısaltılması: Tam ve kısmi iadelerde, işlem ve prosedürlerde yapılacak iyileştirmeler ile iade süreci kısaltılmalı ve elektronik ortama alınarak kolaylaştırılmalıdır. Yapılacak bir entegrasyon ile (referans kodu gibi) eşleşme yapılabilmesi ve tüm süreç hemen tamamlanabilmelidir.

Farklı ülkelerde bu iadeler hemen alınıp tekrar ihracata konu edilebilmekte ve bu gibi sorunlar yaşanmamaktadır. Sistemde yapılacak işaretleme ile kısmı veya tamamen iade şeklinde ETGB ile iade girişine izin verilmesi, daha sonra yapılacak kontrol ve vergi süreçlerinin akabinde yapılabilirdir.

**3.2.2.d. İlgili Kurumlar:** T.C. Ticaret Bakanlığı, T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı

### **3.2.3 Bedelsiz Gidip İade Edilen Gönderiler**

#### **3.2.3.a. Mevcut Durum:**

Bedelsiz gidip iade edilen gönderiler için de vergi dairesi yazışması aranmaktadır.

#### **3.2.3.b. Mevcut Durumun Etkileri:**

Vergi iadesine konu olmamasına rağmen, yazışma yapılarak ilave iş yükü doğurmaktadır.

#### **3.2.3.c. Talep Edilen Kolaylaştırma ve İyileştirmeler:**

Bedelsiz Gidip İade Edilen Gönderiler İçin Vergi Dairesi Yazışması Aranmaması: 2020/25 sayılı Genelge'nin 24-b maddesinde "*Teşvik, sübvansiyon veya parasal iadeye ya da ayniyet tespitine konu olmayan ihracat eşyası için TSPA\_HAR muafiyet kodu ile beyan yapılır ve bu durumda eşya kodu alanına GTİP girilmesi zorunluluğu bulunmamaktadır. GTİP beyanı yapılmış olsun ya da olmasın, TSPA\_HAR muafiyet kodlu ETGB'ler KDV iade taleplerinde kullanılamazlar. TSPA\_HAR muafiyet kodu ile yapılan ihracat beyanında da brüt 300 kilogram miktar ve 15000 Avro değer limitleri uygulanır*" ifadesi vardır. Göndericinin TSPA\_HAR muafiyet kodu ile beyan edilen bedelsiz gönderisi için vergi iadesinden faydalanamayacağı açıkken, tekrar vergi dairesi yazışmasına gerek olmamalıdır.

**3.2.3.d. İlgili Kurumlar:** T.C. Ticaret Bakanlığı



# BÖLÜM 4

## MALİYET ODAKLI KOLAYLAŞTIRMALAR VE İYİLEŞTİRİCİ ÖNERİLER

## 4. Maliyet Odaklı Kolaylaştırmalar ve İyileştirici Öneriler

### 4.1. Damga Vergisi

#### 4.1.a. Mevcut Durum:

Bedelli ETGB'ler damga vergisinden muaf iken, damga vergisi bedelsiz ETGB gönderileri için söz konusudur.

#### 4.1.b. Mevcut Durumun Etkileri:

Damga vergisi ve Evrensel Posta Hizmeti Katılım Payı tutarları nihai tüketiciye yansımakta ve bu durum e-ihracatta maliyetleri yükseltmektedir.

#### 4.1.c. Talep Edilen Kolaylaştırma ve İyileştirmeler:

ETGB İşlemlerinin Damga Vergisi'nden Muaf Olması: ETGB işlemleri dolayısıyla doğan Damga Vergisi için muafiyet sağlanmalıdır.

**4.1.d. İlgili Kurumlar:** T.C. Ticaret Bakanlığı, T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı

### 4.2. Evrensel Posta Hizmeti Katılım Payı

#### 4.2.a. Mevcut Durum:

Hali hazırda yurt dışı kurye, posta gönderilerinin toplam ücreti üzerinden alınan %2,35 oranındaki Evrensel Posta Hizmeti Katılım Payı aynı gönderi için birden fazla firma tarafından her seferinde ayrı ayrı ödenmektedir.

#### 4.2.b. Mevcut Durumun Etkileri:

Söz konusu tutar nihai alıcıya yansıdığı için maliyetler yükselmektedir.

#### 4.2.c. Talep Edilen Kolaylaştırma ve İyileştirmeler:

Evrensel Posta Katılım Payının Çoklu Ödenmemesi: Evrensel Posta Hizmeti Katılım Payının gönderinin sadece yurt içine tekabül eden kısmından alınması ve KDV'de olduğu gibi mahsup yoluyla ödenebilmesi sağlanmalıdır.

**4.2.d. İlgili Kurumlar:** T.C. Ticaret Bakanlığı, T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı

### 4.3. Destek ve Teşvikler

#### 4.3.a. Mevcut Durum:

E-ihracat yapan firmalara yönelik mevcut teşvik ve destek paketleri arttırılmalıdır.

#### 4.3.b. Mevcut Durumun Etkileri:

E-ihracat destek ve teşvik kapsamına girmediği için firmalar Eximbank gibi bankaların verdiği kredilerden yararlanamamaktadır.

#### **4.3.c. Talep Edilen Kolaylaştırma ve İyileştirmeler:**

E-İhracatın Destek ve Teşvik Kapsamına Alınması: E-ihracat yapan firmalar teşvik kapsamına alınmalı, firmaların bankalar tarafından sağlanan teşvik ve kredilerden yararlanması sağlanmalı, teşvik kapsamında göndericilerin KDV iadesinde olduğu gibi yurt dışı gümrük işlemlerinin bedeline yönelik iade alması sağlanmalıdır.

**4.3.d. İlgili Kurumlar:** T.C. Ticaret Bakanlığı, T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı

# BÖLÜM 5

# BÜTÜNLEŞTİRİCİ ÖNERİLER

## 5. Bütünleştirici Öneriler

### 5.1. E-İhracatın Klasik İhracattan Ayrılması ve E-İhracat Mevzuatı Hazırlanması

**5.1.a. Gerekçe:** E-İhracatın klasik ihracattan ayrılması e-İhracat hacminin artmasına destek olacaktır.

**5.1.b. Uygulamanın Yararları:** E-İhracatla ilgili uygulamalardan ve mevzuattan kaynaklanan sorunların çözümüne katkı sağlayacaktır. Ayrıca firmaların çeşitli destek ve teşviklerden yararlanmasına imkan verecektir.

#### 5.1.c. Talep Edilen Uygulamalar:

1. E-İhracatla ilgili tüm mevzuatın tek bir mevzuat altında toplanması
2. Mevzuatın yürürlükteki tüm uygulama, prosedür ve işlemleri içermesi

**5.1.d. İlgili Kurumlar:** T.C. Ticaret Bakanlığı, T.C. Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı, T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı

### 5.2. E-İhracatı Geliştirme Merkezi Kurulması

**5.2.a. Gerekçe:** Tam donanımlı olarak kurulacak E-İhracatı Geliştirme Merkezi maliyetler ve lojistik süreçler konusunda yaşanan sorunların çözümüne büyük katkı sağlayacaktır.

**5.2.b. Uygulamanın Yararları:** E-İhracat Geliştirme Merkezi ile firmaların halihazırda yüklendiği maliyetler azaltılmış, lojistik süreçler hızlanmış olacaktır. Maliyetlerin azalması ve daha hızlı, daha kolay teslimatın yapılabilmesi ile Türkiye'nin e-İhracat hacmi ve uluslararası rekabet gücü artacaktır.

#### 5.2.c. Talep Edilen Uygulamalar:

1. Merkezin dağıtım ve depolama merkezi olarak faaliyet göstermesi
2. Karayolu ile hızlı kargo taşımacılığı için gümrük işlemlerinin merkezde yapılabilmesi
3. Firmaların merkeze bağlı depo kurabilmesi ve yurt dışından gelen iade ürünleri geçici olarak merkezde depolayabilmesi
4. Merkez içerisinde hızlandırılmış gümrük işlemleri uygulanması
5. Merkez içerisinde yer alan firmalardan kurumlar vergisi alınmaması
6. Firmaların altyapı harcamalarının desteklenmesi.

**5.2.d. İlgili Kurumlar:** T.C. Ticaret Bakanlığı, T.C. Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı

## **BÖLÜM 6**

# **E-TİCARETİN GELİŞMESİNİ DESTEKLEYİCİ ALTYAPI ÖNERİLERİ**

## 6. E-Ticaretin Gelişmesini Destekleyici Altyapı Önerileri

1. E-ihracatı kolaylaştırmak için geçici depo alanlarının kullanılmasının yanı sıra AEO sertifikalı tesislerin/antrepoların da e-ihracat çıkışları için mevzuat olarak gerekli alt yapının sağlanması koşuluyla kullanılabilir olması, çıkış hacimlerinin artırılmasının ve e-ihracatın kolaylaşmasının önünü açacaktır.
2. Yurt dışındaki belli başlı gümrükleme programları ile entegrasyon yapılmalı ve gümrükleme süreci sadeleştirilmelidir. E-ihracatı hızlandırmak ve yurt dışındaki gümrükleme sürecini kolaylaştırmak adına Türkiye'deki firmaların yaygın olarak kullandıkları gümrük programları ile yurt dışındaki firmaların yaygın olarak kullandıkları gümrük programlarının entegrasyonu sağlanmalıdır. Ya da bu programlara entegre olmuş gümrükleme yazılımları ile entegrasyon kurulmalıdır.
3. ETGB beyanlarının, e-imza bağlantılarının, ilgili Gümrük Tarife Kodlarının, faturaların vb. ilgili süreçlerdeki sistemlerin daha hızlı ve aktif kullanıcı kolaylığı sağlayan yazılımları geliştirilmeli ve sistemler arası bilgi akışı ile bağlantı kolaylıkları sağlanmalıdır.
4. Gümrük memurları gün içinde hem normal ithalat/ihracatları hem de ETGB işlemlerini yürütmektedir. E-ihracatta hızın en önemli unsurlardan biri olduğu kabul edilirse ETGB işlemleri için gümrük memurlarının diğer işlemlerinin bitmesinin beklenmesi servis hızını etkilemektedir. Gümrükler içerisinde e-ihracat/e-ithalata özel ek birimlerin/memurların olması ve bu yönde bir bölüm oluşturulması faydalı olacaktır.
5. E-ihracat yapmak isteyen ve yeni başlayacak ihracatçılar için destek paketlerinin oluşturulması ve başlangıçta bilgi/danışmanlık hizmeti almak isteyen firmalara bu anlamda destek olmak faydalı olacaktır. E-ihracata giriş yapmak isteyen/yeni giriş yapan kişi ve kuruluşların bu konuda bir rehber ihtiyacı bulunmaktadır. Kamu bünyesinde konu hakkında uzman personelden oluşan bir ekip kurularak sektöre girişte mevzuat ve altyapı desteği oluşturulmalıdır. Bu kapsamda farklı bölgelerde açılacak destek ofisleriyle de KOBİ'ler için e-ihracat destek programları geliştirilerek sadece büyük şehirlerimizde değil Anadolu'da bulunan birçok girişimciyi de bu sisteme dahil edebilecektir.
  - a. Eğitim paketleri,
  - b. Yazılım desteği (Gümrük, muhasebe vs.),
  - c. Yurt dışındaki muhasebe kayıtlarının tutulması ve buna bağlı danışmanlık desteği. (Özellikle IOSS kullanacak firmaların yurt dışında oluşan KDV ödemeleri ile ilgili Avrupa Birliğinde bir muhasebe danışmanı ya da bu işlemleri takip edebilmeleri için kendi bünyelerinde oluşacak muhasebe birimi için destek verilebilir. Özellikle 1 Temmuz 2021'den itibaren geçerli olan IOSS elektronik portalı ile KDV'lerin ilgili destinasyon ülkesinin oranına göre ödenmesi ve bunun ilgili ülke vergi birimlerine yönlendirilmesinden kaynaklı böyle bir durumun meydana gelebileceği gözlemlenmiştir. Buna ek olarak IOSS başvurularını da yine Avrupa'daki muhasebe firmaları belirli bedeller ile danışmanlık hizmeti kapsamında vermektedirler. Bu konuda ihracatçıya destek olunarak, hangi firmalardan destek alınabileceği, nasıl

ulaşılabilirliği ve piyasadaki fiyatlandırma modellerinin olduğunu gösteren dokümanlar oluşturulabilir.)

6. Geçiş dönemlerinde değişim ve dönüşüm için gereken zamanın sektöre verilmesi gerekmektedir. Sektörü etkileyen konularda yapılacak değişimlerin öncesinde sektör geri bildirimleri alınarak belli bir süre sonrasında değişiklikler yürürlüğe konmalıdır. Son dönemde kargo firmalarına ve e-ticaret satışı yapan firmalara posta kodu ile getirilen zorunluluk sektörde zaman olarak gerekli hazırlıkların yapılmasına imkan sağlamamıştır. Bu anlamda talep edilen mevzuatsal ve sektörel değişikliklerin zamanlama açısından sektörün fikrinin alınarak yapılması yoluyla ilerlenmesi, bütün partiler için en uygun olacak zaman diliminin belirlenerek ortak kararlar hayata geçirilmesi önemlidir.
7. Posta kodlarının efektif bir şekilde kullanılması sektörel standardizasyon ve kalite açısından büyük önem göstermektedir. Posta kodlarının efektif şekilde kullanılmasını sağlayacak önlemler devlet tarafından yaygınlaştırılmalıdır. Mevcut posta kodları tüm lokasyonlarda optimum şekilde belirlenmiş değildir. Örneğin Bursa'nın Karacabey ilçesi tüm köyleri ile birlikte tek bir posta kodu altında gözükmektedir. Ancak kargo firmaları uzak köy ve mahallelere haftanın belirli günlerinde hizmet vermektedir. Bu operasyonel çeşitliliğin yönetimi mevcut posta kodları ile sistemler üzerinde sağlanamamaktadır. Her bir posta kodu kendi içerisinde operasyonel bütünlük oluşabilecek şekilde tanımlanmalıdır.
8. Özellikle metropol şehirlerde emisyonları azaltmak için elektrikli araçlarla dağıtım yapılması giderek önem kazanmaktadır. Bu alanda en önemli sorunlardan birisi elektrikli araçlar için paket konsolidasyon ve şarj noktalarının oluşturulmasıdır. Mevcut durumda her kargo firması bir otopark, vb. yer ile anlaşarak bu ihtiyaçları kendisi çözmeye çalışmaktadır. Gelişmiş ülkelerde belediyeler kargo firmaları için böyle alanlar tahsis etmekte ve kargo firmaları bu alanları sistematik şekilde kullanabilmektedir.
9. E-ticaretin yoğun olduğu dönemlerde (özellikle Kasım ayı) belgeli araç kullanmak konusunda geçici belge veya buna benzer bir kolaylaştırma kargoda yaşanılacak darboğazı çözmek için değerlendirilmelidir.
10. Karayolu Taşıma Yönetmeliği kapsamında M1/M2 yetki belgesine sahip kargo firmalarının araç parkının 1/6'sı kadar özmal araç yatırımı yapması gerekmektedir. Bu durum kargo firmalarının finansal ve operasyonel esnekliğini olumsuz yönde etkilemektedir. Kargo firmalarının araç parklarını özmal ya da kiralık olması fark etmeksizin oluşturabilmesi sağlanmalıdır.
11. E-ticaret sektöründe sezona bağlı değişkenlik çok fazladır. Gelişmiş ülkelerde, yüksek sezonlarda esnek işgücü kullanılabilirliği şeklinde uygulamalar bulunmaktadır (Örneğin Amazon Flex ile otomobili ve boş zamanı olan birisi seçtiği bir zaman aralığında kargo dağıtımını yapabilmektedir). Ülkemizde ise kargo dağıtım yapacak kişilerin SRC belgesi olması, aracının Bakanlıkça taşıt kartına bağlanması, teslimat noktası olacak yerin şube olarak tanımlanması gibi bürokratik şartlar bulunmaktadır. Bu konularda bazı sektör uygulamaları yaygınlaşmaktadır ama yasal dayanakları henüz tanımlanmamış durumdadır.



## SONUÇ

E-ticaret tüm dünyada hızlı ve etkili bir şekilde büyümeye devam etmektedir. E-ticaret firmaları tüketiciye daha iyi bir hizmet sunabilmek için çaba harcamaktadır. Altyapılarını güçlendiren, dijitalleşmeye önem veren, yenilikçi fikirlere açık olan ve değişimlere ayak uyduran firmaların diğer firmalara göre daha ileride olduğu ortadadır. E-ticarette firmaları öne çıkaran diğer önemli iki unsur ise hız ve güvenilirliktir. Tüm bu detayları bir araya getirebilen firmalar için başarı kaçınılmaz olacaktır. Firmaların kendi başarıları için gelişmelerinin yanı sıra dünyadaki gelişmeleri ve değişimleri de yakından takip etmeleri, günün trendlerine uyum sağlamaları, bunu firma bünyesinde uygulamaya almaları, kamu idaresi düzeyinde yapılan değişiklikleri dikkate almaları önem taşımaktadır.

Raporda yer verilen mevcut durumdaki sorunların çözüme kavuşturulmasıyla e-ticaret Türkiye’de daha ileri seviyelerde gelişmeler kaydedecektir. Talep edilen kolaylaştırma ve iyileştirmelerin hayata geçmesiyle birlikte hem sektöre olan ilgi artacak hem de sektöre giriş kolaylaşacaktır.

Raporda ortaya konan mevcut durum etkilerinin en aza indirgenmesi için sektörün, ilgili kamu kurumlarının ve sivil toplum kuruluşlarının ortak hareket etmesi önemlidir.

E-ticaretin Türkiye’nin sadece büyük şehirlerinde değil diğer tüm şehirlerinde de yaygınlaşmasının hedeflenmesi, Türkiye’nin jeopolitik konumunun avantajlarından yararlanılması e-ticaretin gelişimine katkı sağlayacaktır.

## KAYNAKÇA

Avrupa Komisyonu, VAT for E-Commerce, [https://ec.europa.eu/taxation\\_customs/business/vat/vat-e-commerce\\_en](https://ec.europa.eu/taxation_customs/business/vat/vat-e-commerce_en)

Birleşik Krallık Kamu Web Sitesi, Brexit, Summary: The UK's new relationship with the EU, <https://www.gov.uk/government/publications/summary-the-uks-new-relationship-with-the-eu/summary-the-uks-new-relationship-with-the-eu>

E-Ticaret Bilgi Platformu, İstatistikler, <https://www.eticaret.gov.tr>

eMarketer, China Ecommerce Forecast 2021, <https://www.emarketer.com/content/china-ecommerce-forecast-2021>

Hsiao Chink Tang is a Research Associate at the Centre of Applied Macroeconomic Analysis, Australian National University. <https://www.eastasiaforum.org/2021/10/13/what-is-driving-chinas-e-commerce-growth/>

Seo Agency China, Chinese Cross Border E-Commerce New Annual Spending Limit Increase, <https://seoagencychina.com/chinese-cross-border-e-commerce-new-annual-spending-limit-increase/>

Statista, Retail E-Commerce Sales CAGR Forecast in Selected Countries from 2021 to 2025, <https://www.statista.com/forecasts/220177/b2c-e-commerce-sales-cagr-forecast-for-selected-countries>

Statista, E-Commerce Worldwide - Statistics & Facts, <https://www.statista.com/topics/871/online-shopping/>

Statista, E-Commerce-Worldwide, <https://www.statista.com/outlook/dmo/ecommerce/worldwide>

Statista, E-Commerce-Turkey, <https://www.statista.com/outlook/dmo/ecommerce/Turkey>

Statista, Share of Consumers That Shopped Online for the First Time Since the Coronavirus Pandemic Was Declared in 2020, by Country, <https://www.statista.com/statistics/1192388/first-time-online-shoppers-since-covid-19/>

T.C. Ticaret Bakanlığı Web Sitesi, Brexit ve Birleşik Krallık STA, Brexit Süreci Kapsamında Türkiye-Birleşik Krallık Ticari İlişkileri, <https://ticaret.gov.tr/dis-iliskiler/brexit-ve-birlesik-krallik-sta>

UNCTAD B2C E-Commerce Index 2020, [https://unctad.org/system/files/official-document/tn\\_unctad\\_ict4d17\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/tn_unctad_ict4d17_en.pdf)

UNCTAD - COVID-19 and E-Commerce Findings from a Survey of Online Consumers in 9 Countries Report, [https://unctad.org/system/files/official-document/dtlstictinf2020d1\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/dtlstictinf2020d1_en.pdf)

UNCTAD, Global E-Commerce Jumps to \$26.7 Trillion, Covid-19 Boosts Online Retail Sales, <https://unctad.org/press-material/global-e-commerce-jumps-267-trillion-covid-19-boosts-online-retail-sales>

UTİKAD Dergisi 23. Sayı, <https://www.utikad.org.tr/images/HizmetDergi/utikaddergisi23sayi-42989.pdf>

UTİKAD Dergisi 26. Sayı, <https://www.utikad.org.tr/images/HizmetDergi/utikaddergisi26sayi-86114.pdf>



Uluslararası Taşımacılık ve  
Lojistik Hizmet Üretenleri Derneği