



TÜRKİYE CUMHURİYETİ
TİCARET BAKANLIĞI

E-İhracat Pazarları ve Ülke Gümrük Uygulamaları Rehberi

İhracat Genel Müdürlüğü
E-İhracat, Dijital Pazarlama,
Davranışsal Kamu Politikaları ve
Yeni Nesil Teknolojiler Daire Başkanlığı

Gümrükler Genel Müdürlüğü
Muafiyetler ve E-Ticaret
Gümrük İşlemleri Dairesi



E-İHRACAT PAZARLARI ve ÜLKE GÜMRÜK UYGULAMALARI REHBERİ

| T.C. Ticaret Bakanlığı |
Mart, 2025

1.	KÜRESEL E-TİCARET GÖRÜNÜMÜ	22
2.	SINIR ÖTESİ E-TİCARET	25
3.	TÜRKİYE’NİN E-TİCARET GÖRÜNÜMÜ	26
3.1.	ÖDEME YÖNTEMLERİ BAZINDA E-TİCARET HACMİ.....	27
3.2.	E-TİCARET HARCAMALARININ YURT İÇİ-YURT DIŞI DAĞILIMI	28
4.	ÜLKELERE İLİŞKİN YAPILAN TESPİTLER	30
4.1.	PAZARYERLERİ	33
4.2.	SOSYAL MEDYA	34
4.3.	GÜMRÜK MUAFİYETLERİ VE VERGİLER.....	35
4.4.	E-TİCARET HARCAMALARI	35
4.5.	DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI.....	36
5.	ÜLKELERİN E-İHRACAT PERSPEKTİFİNDEN İNCELENMESİ	38
5.1.	AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ (ABD)	38
5.1.1.	PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER	39
5.1.2.	SOSYAL MEDYA	40
5.1.3.	GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ.....	41
5.1.4.	E-TİCARETE YÖNELİK DÜZENLEMELER.....	42
5.1.5.	DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI	43
5.1.6.	LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 17 (2023).....	43
5.1.7.	İPUÇLARI.....	43
5.2.	ALMANYA FEDERAL CUMHURİYETİ	45
5.2.1.	PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER	46
5.2.2.	SOSYAL MEDYA	47
5.2.3.	GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ.....	48
5.2.4.	E-TİCARETE YÖNELİK DÜZENLEMELER.....	49
5.2.5.	DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI	50
5.2.6.	LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 3 (2023).....	51
5.2.7.	İPUÇLARI.....	51
5.3.	AVUSTRALYA	52
5.3.1.	PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER	53

5.3.2.	SOSYAL MEDYA	55
5.3.3.	GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ.....	55
5.3.4.	E-TİCARETE YÖNELİK DÜZENLEMELER.....	56
5.3.5.	DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI	57
5.3.6.	LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 19 (2023).....	58
5.3.7.	İPUÇLARI.....	58
5.4.	BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ (BAE)	61
5.4.1.	PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER	61
5.4.2.	SOSYAL MEDYA	62
5.4.3.	GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ.....	62
5.4.4.	E-TİCARETE İLİŞKİN ÜLKE ÖZELİNDE DÜZENLEMELER	63
5.4.5.	DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI	63
5.4.6.	LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 7 (2023).....	63
5.4.7.	İPUÇLARI.....	64
5.5.	BİRLEŞİK KRALLIK.....	65
5.5.1.	PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER	66
5.5.2.	SOSYAL MEDYA	66
5.5.3.	GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ.....	68
5.5.4.	E-TİCARETE İLİŞKİN ÜLKE ÖZELİNDE DÜZENLEMELER	69
5.5.4.	DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI	69
5.5.5.	LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 19 (2023).....	70
5.5.6.	İPUÇLARI.....	70
5.6.	BREZİLYA.....	72
5.6.1.	PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER	73
5.6.2.	SOSYAL MEDYA	73
5.6.3.	GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ.....	74
5.6.4.	E-TİCARETE YÖNELİK DÜZENLEMELER.....	75
5.6.5.	DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI	75
5.6.6.	LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 51 (2023).....	76
5.6.7.	İPUÇLARI.....	76
5.7.	ÇİN HALK CUMHURİYETİ	78
5.7.1.	PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER	79

5.7.2. SOSYAL MEDYA	80
5.7.3. GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ.....	81
5.7.4. E-TİCARETE İLİŞKİN ÜLKE ÖZELİNDE DÜZENLEMELER VE POLİTİKALAR	81
5.7.5. DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI	82
5.7.6. LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 19 (2023).....	82
5.7.7. İPUÇLARI.....	82
5.8. ENDONEZYA	84
5.8.1. PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER	85
5.8.2. SOSYAL MEDYA	85
5.8.3. GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ.....	85
5.8.4. E-TİCARETE YÖNELİK DÜZENLEMELER.....	86
5.8.5. DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI	88
5.8.6. LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 61 (2023).....	88
5.8.7. İPUÇLARI.....	89
5.9. FİLİPİNLER	90
5.9.1. PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER	90
5.9.2. SOSYAL MEDYA	91
5.9.3. GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ.....	91
5.9.4. E-TİCARETE YÖNELİK DÜZENLEMELER.....	92
5.9.5. DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI	94
5.9.6. LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 43 (2023).....	95
5.9.7. İPUÇLARI.....	95
5.10. FRANSA.....	96
5.10.1. PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER	97
5.10.2. SOSYAL MEDYA	98
5.10.3. GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ.....	99
5.10.4. E-TİCARETE YÖNELİK DÜZENLEMELER.....	100
5.10.5. DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALAR	105
5.10.6. LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 13 (2023).....	105
5.10.7. İPUÇLARI.....	105
5.11. GÜNEY AFRİKA	106
5.11.1. PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER	106

5.11.2. SOSYAL MEDYA	107
5.11.3. GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ.....	107
5.11.4. E-TİCARETE YÖNELİK DÜZENLEMELER.....	108
5.11.5. DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI.....	108
5.11.6. LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 19 (2023).....	109
5.11.7. İPUÇLARI.....	109
5.12. GÜNEY KORE	110
5.12.1. PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER	111
5.12.2. SOSYAL MEDYA	111
5.12.3. GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ.....	112
5.12.4. E-TİCARETE YÖNELİK DÜZENLEMELER.....	112
5.12.5. DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI.....	113
5.12.6. LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 17 (2023).....	113
5.12.7. İPUÇLARI.....	113
5.13. HİNDİSTAN.....	114
5.13.1. PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER	114
5.13.2. SOSYAL MEDYA	115
5.13.3. GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ.....	116
5.13.4. E-TİCARETE İLİŞKİN ÜLKE ÖZELİNDE DÜZENLEMELER	116
5.13.5. DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI.....	117
5.13.6. LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 38 (2023).....	117
5.13.7. İPUÇLARI.....	117
5.14. İSPANYA	119
5.14.1. PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER	119
5.14.2. SOSYAL MEDYA	120
5.14.3. GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ.....	122
5.14.4. E-TİCARETE İLİŞKİN ÜLKE ÖZELİNDE DÜZENLEMELER	123
5.14.5. DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALAR	124
5.14.6. LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 13 (2023).....	124
5.14.7. İPUÇLARI.....	124
5.15. JAPONYA	126
5.15.1. PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER	127

5.15.2.	SOSYAL MEDYA	130
5.15.3.	GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ.....	131
5.15.4.	E-TİCARETE İLİŞKİN ÜLKE ÖZELİNDE DÜZENLEMELER	132
5.15.5.	DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI	132
5.15.6.	LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 13 (2023).....	132
5.15.7.	İPUÇLARI.....	133
5.16.	KANADA	135
5.16.1.	PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER	135
5.16.2.	SOSYAL MEDYA	136
5.16.3.	GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ.....	136
5.16.4.	E-TİCARETE YÖNELİK DÜZENLEMELER	137
5.16.5.	DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI	140
5.16.6.	LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 7 (2023).....	141
5.16.7.	İPUÇLARI.....	141
5.17.	MALEZYA	143
5.17.1.	PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER	144
5.17.2.	SOSYAL MEDYA	145
5.17.3.	GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ.....	146
5.17.4.	E-TİCARETE İLİŞKİN ÜLKE ÖZELİNDE DÜZENLEMELER	146
5.17.5.	DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI	147
5.17.6.	LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 26 (2023).....	147
5.17.7.	İPUÇLARI.....	147
5.18.	MEKSİKA	149
5.18.1.	PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER	149
5.18.2.	SOSYAL MEDYA	151
5.18.3.	GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ.....	152
5.18.5.	DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI	153
5.18.6.	LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 66 (2023).....	154
5.18.7.	İPUÇLARI.....	154
5.19.	MISIR	156
5.19.1.	PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER	156
5.19.2.	SOSYAL MEDYA.....	157

5.19.3.	GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ.....	158
5.19.4.	E-TİCARETE İLİŞKİN ÜLKE ÖZELİNDE DÜZENLEMELER	159
5.19.5.	DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI	159
5.19.6.	LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 57 (2023).....	160
5.19.7.	İPUÇLARI.....	160
5.20.	NİJERYA.....	161
5.20.1.	PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER	161
5.20.2.	SOSYAL MEDYA	161
5.20.3.	GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ.....	162
5.20.4.	E-TİCARETE İLİŞKİN ÜLKE ÖZELİNDE DÜZENLEMELER	162
5.20.5.	DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI	163
5.20.6.	LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 88 (2023).....	163
5.20.7.	İPUÇLARI.....	163
5.21.	PAKİSTAN.....	164
5.21.1.	PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER	164
5.21.2.	SOSYAL MEDYA	164
5.21.3.	GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ.....	165
5.21.4.	E-TİCARETE İLİŞKİN ÜLKE ÖZELİNDE DÜZENLEMELER	165
5.21.5.	DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI	165
5.21.6.	LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 122 (2018).....	166
5.21.7.	İPUÇLARI.....	166
5.22.	RUSYA FEDERASYONU	167
5.22.1.	PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER	167
5.22.2.	SOSYAL MEDYA	168
5.22.3.	GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ.....	169
5.22.4.	E-TİCARETE YÖNELİK DÜZENLEMELER.....	169
5.22.5.	DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI	170
5.22.6.	LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 88 (2023).....	171
5.22.7.	İPUÇLARI.....	171
5.23.	ŞİLİ.....	172
5.22.1.	PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER	172
5.22.2.	SOSYAL MEDYA	174

5.23.3.	GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ.....	174
5.23.4.	E-TİCARETE İLİŞKİN ÜLKE ÖZELİNDE DÜZENLEMELER	175
5.23.5.	DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI	176
5.23.6.	LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 61 (2023).....	176
5.23.7.	İPUÇLARI.....	176
5.24.	TAYLAND	178
5.24.1.	PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER	178
5.24.2.	SOSYAL MEDYA	178
5.24.3.	GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ.....	179
5.24.4.	E-TİCARETE İLİŞKİN DÜZENLEMELER.....	179
5.24.5.	DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI	180
5.24.6.	LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 34 (2018).....	180
5.24.7.	İPUÇLARI.....	180
5.25.	VİETNAM	181
5.25.1.	PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER	181
5.25.2.	SOSYAL MEDYA	181
5.25.3.	GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ.....	182
5.25.4.	E-TİCARETE İLİŞKİN DÜZENLEMELER.....	182
5.25.5.	DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI	183
5.25.6.	LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 43(2023).....	184
5.25.7.	İPUÇLARI.....	184
2. BÖLÜM:	ÜLKE GÜMRÜK UYGULAMALARININ İNCELENMESİ	196
1.	GÜMRÜK UYGULAMALARI İLE İLGİLİ GENEL BİLGİLER	197
2.	SINIR ÖTESİ E-TİCARET.....	198
3.	GELENEKSEL TİCARET İLE SINIR ÖTESİ E-TİCARET SÜREÇLERİNİN FARKI (ROL ALAN AKTÖRLER).....	198
4.	DE MİNİMİS.....	198
5.	SINIR ÖTESİ E-TİCARETTE EN ÇOK KARŞILAŞILAN VERGİ/ÜCRET TÜRLERİ	199
6.	DIŞ TİCARETTE KULLANILAN TESLİM ŞEKİLLERİ (INCOTERMS).....	200
7.	SINIR ÖTESİ E-TİCARET TERMİNOLOJİSİ	203
8.	ULUSLARARASI ANLAŞMALAR UYARINCA SINIR ÖTESİ E-TİCARETE KONU EDİLEMEYECEK EŞYA	211
1.	AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ.....	212

1.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ.....	212
1.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	212
1.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ.....	212
1.4.	BELGELER	215
1.5.	POSTA OFİSİ	216
1.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	216
3.		218
2.	ALMANYA FEDERAL CUMHURİYETİ.....	218
1.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ.....	218
1.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	218
1.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ.....	218
1.4.	BELGELER	221
1.5.	POSTA OFİSİ	221
1.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	222
3.	AVUSTRALYA.....	223
3.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ	223
3.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	223
3.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ.....	224
3.4.	BELGELER	227
3.5.	POSTA OFİSİ	227
3.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	227
4.	BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ	228
4.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ.....	228
4.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	228
4.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ.....	228
4.4.	BELGELER	230
4.5.	POSTA OFİSİ	230
4.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	230
5.	BİRLEŞİK KRALLIK.....	231
5.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ.....	231
5.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	231
5.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ.....	231

5.4.	BELGELER	234
5.5.	POSTA OFİSİ	234
5.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	234
6.	BREZİLYA.....	235
6.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ.....	235
6.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	235
6.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ.....	236
6.4.	BELGELER	238
6.5.	POSTA OFİSİ	238
6.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	238
7.	ÇİN HALK CUMHURİYETİ	239
7.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ.....	239
7.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	239
7.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ.....	239
7.4.	BELGELER	242
7.5.	POSTA OFİSİ	242
7.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	242
8.	ENDONEZYA	243
8.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ.....	243
8.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	243
8.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ.....	243
8.4.	BELGELER	245
8.5.	POSTA OFİSİ	245
8.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	245
9.	FİLİPİNLER.....	246
9.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ.....	246
9.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	246
9.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ.....	247
9.4.	BELGELER	248
9.5.	POSTA OFİSİ	248
9.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	248
10.	FRANSA.....	249

10.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ.....	249
10.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	249
10.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ.....	249
10.4.	BELGELER	253
10.5.	POSTA OFİSİ	253
10.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	253
11.	GÜNEY AFRİKA	254
11.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ.....	254
11.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	254
11.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ.....	254
11.4.	BELGELER	255
11.5.	POSTA OFİSİ	255
11.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	255
12.	GÜNEY KORE	256
12.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ.....	256
12.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	256
12.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ.....	256
12.4.	BELGELER	258
12.5.	POSTA OFİSİ	258
12.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	258
13.	HİNDİSTAN	259
13.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ.....	259
13.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	259
13.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ.....	259
13.5.	POSTA OFİSİ	261
13.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	261
14.	İSPANYA	263
14.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ.....	263
14.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	263
14.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ.....	263
14.4.	BELGELER	265
14.5.	POSTA OFİSİ	266

14.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	266
15.	JAPONYA	267
15.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ.....	267
15.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	267
15.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ.....	267
15.4.	BELGELER	268
15.5.	POSTA OFİSİ	268
15.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	269
16.	KANADA	270
16.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ.....	270
16.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	270
16.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ.....	272
16.4.	BELGELER	275
16.5.	POSTA OFİSİ	275
16.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	275
17.	MALEZYA	276
17.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ.....	276
17.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	276
17.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ.....	276
17.4.	BELGELER	277
17.5.	POSTA OFİSİ	278
17.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	278
18.	MEKSİKA	279
18.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ.....	279
18.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	279
18.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ.....	280
18.4.	BELGELER	281
18.5.	POSTA OFİSİ	282
18.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	282
19.	MISIR	283
19.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ.....	283
19.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	283

19.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ.....	283
19.4.	BELGELER	285
19.5.	POSTA OFİSİ	286
19.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	286
20.	NİJERYA.....	287
20.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ.....	287
20.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	287
20.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ.....	287
20.4.	BELGELER	287
20.5.	POSTA OFİSİ	287
20.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	288
21.	PAKİSTAN.....	289
21.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ.....	289
21.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	289
21.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ.....	290
21.4.	BELGELER	291
21.5.	POSTA OFİSİ	292
21.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	292
22.	RUSYA FEDERASYONU	294
22.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ.....	294
22.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	294
22.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ.....	294
22.4.	BELGELER	295
22.5.	POSTA OFİSİ	295
22.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	295
23.	ŞİLİ.....	296
23.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ.....	296
23.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	296
23.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ.....	296
23.4.	BELGELER	298
23.5.	POSTA OFİSİ	298
23.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	299

24.	TAYLAND	300
24.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ.....	300
24.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	300
24.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ	300
24.4.	BELGELER	301
24.5.	POSTA OFİSİ	301
24.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	301
25.	VİETNAM	302
25.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ.....	302
25.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	302
25.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ	302
25.4.	BELGELER	304
25.5.	POSTA OFİSİ	304
25.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	304
26.	ARJANTİN	306
26.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ.....	306
26.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	306
26.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ	306
26.4.	BELGELER	308
26.5.	POSTA OFİSİ	308
26.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	309
27.	AZERBAYCAN	310
27.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ.....	310
27.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	310
27.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ	310
27.4.	BELGELER	311
27.5.	POSTA OFİSİ	311
27.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	312
28.	BOSNA HERSEK	313
28.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ.....	313
28.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	313
28.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ	314

28.4.	BELGELER	316
28.5.	POSTA OFİSİ	316
28.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	317
29.	CEZAYİR	318
29.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ.....	318
29.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	318
29.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ	318
29.4.	BELGELER	320
29.5.	POSTA OFİSİ	320
29.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	320
30.	ÇEKYA.....	321
30.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ.....	321
30.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	321
30.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ	321
30.4.	BELGELER	323
30.5.	POSTA OFİSİ	323
30.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	324
31.	FAS.....	325
31.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ.....	325
31.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	325
31.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ	325
31.4.	BELGELER	328
31.5.	POSTA OFİSİ	328
31.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	328
32.	GÜRCİSTAN.....	329
32.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ.....	329
32.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	329
32.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ	329
32.5.	POSTA OFİSİ	330
32.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	330
33.	İTALYA	331
33.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ.....	331

33.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	331
33.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ.....	331
33.4.	BELGELER	334
33.5.	POSTA OFİSİ	335
33.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	335
34.	KAZAKİSTAN	336
34.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ.....	336
34.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	336
34.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ.....	337
34.4.	BELGELER	338
34.5.	POSTA OFİSİ	338
34.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	338
35.	KIRGIZİSTAN	339
35.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ.....	339
35.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	339
35.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ.....	339
35.4.	BELGELER	342
35.5.	POSTA OFİSİ	342
35.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	342
36.	ÖZBEKİSTAN.....	344
36.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ.....	344
36.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	344
36.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ.....	344
36.4.	BELGELER	345
36.5.	POSTA OFİSİ	345
36.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	346
37.	PARAGUAY.....	347
37.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ.....	347
37.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	347
37.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ.....	347
37.4.	BELGELER	350
37.5.	POSTA OFİSİ	350

37.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	350
38.	ROMANYA	351
38.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ.....	351
38.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	351
38.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ.....	351
38.4.	BELGELER	354
38.5.	POSTA OFİSİ	354
38.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	354
39.	SİNGAPUR.....	356
39.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ.....	356
39.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	356
39.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ.....	356
39.4.	BELGELER	358
39.5.	POSTA OFİSİ	358
39.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	359
40.	SUUDİ ARABİSTAN	360
40.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ.....	360
40.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	360
40.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ.....	360
40.4.	BELGELER	361
40.5.	POSTA OFİSİ	361
40.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	362
41.	TUNUS.....	364
41.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ.....	364
41.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	364
41.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ.....	364
41.4.	BELGELER	365
41.5.	POSTA OFİSİ	365
41.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	366
42.	UKRAYNA.....	367
42.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ.....	367
42.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	367

42.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ.....	367
42.4.	BELGELER	369
42.5.	POSTA OFİSİ	369
42.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	369
43.	URUGUAY.....	370
43.1.	DE MİNİMİS LİMİTİ.....	370
43.2.	VERGİ UYGULAMALARI.....	370
42.3.	GÜMRÜK İŞLEMLERİ.....	370
42.4.	BELGELER	372
42.5.	POSTA OFİSİ	372
42.6.	YASAK VE KISITLI EŞYA.....	373
SINIR ÖTESİ E-TİCARETTE YARARLANILABİLECEK BAZI ULUSAL VE ULUSLARARASI KAYNAKLAR.....		374



E-ticaretin dünya genelinde artan önem ve trendi, ülkemizin küresel ekonomik güç olmasında e-ticaretin gücünü kullanmanın önemini açıkça ortaya koymaktadır. Ticaret Bakanlığı olarak ülkemizin dijital dönüşümüne öncülük ederek; markalarımız ile ürünlerimizin küresel pazarlara başarıyla ulaşmasını ve e-ticaret alanında da Türkiye'nin önemli bir tedarik üssü olmasını hedefliyoruz.

Küresel ticaretin hız kazandığı bir dönemde, pandeminin de etkisiyle birlikte sınır ötesi e-ticaret uluslararası düzeyde kritik bir konu haline gelirken bu alandaki gelişmeler, gümrükler ve uluslararası ticaret politikaları üzerinde çok boyutlu bir etki yarattı. Bu durum, gümrük idarelerine teknolojiye ve uluslararası işbirliğinden yararlanarak, küresel ticaret sistemlerinin bütünlüğünü koruması ve aynı zamanda sınır ötesi e-ticaretin büyümesini de kolaylaştırması açısından önemli sorumluluklar yükledi.

Bu çerçevede, Bakanlığımızın "Uzak Ülkeler Stratejisi"ni merkeze alarak e-ihracat özelinde belirlenen potansiyel ülkelere yönelik kapsamlı bir çalışma gerçekleştirdik. Söz konusu çalışma; ihracatçılarımızın potansiyel pazarlara yönelik strateji ile yol haritalarını oluştururken ihtiyaç duyabilecekleri her bilgiye tek bir kaynaktan ulaşabilmelerini sağlamayı amaçlamaktadır. Çalışma, aynı zamanda ülkemizin genel ihracatı içinde e-ihracatın payının yüzde 10'a çıkarılması hedefine de hizmet edecektir.

İki ana bölümden oluşan bu kapsamlı rapor, farklı ülkelerin potansiyellerini ve eğilimlerini inceleyerek, ihracatımızı küresel ölçekte daha da güçlendirmeye yönelik stratejik bir yol haritası sunmakta; dolayısıyla ülkemizin e-ihracat sektörünün yükselişini desteklemek adına önemli bir kaynak niteliği taşımaktadır. Rapor, ülkelerin e-ticaret ekosistemlerinin genel durumunu ve gümrük uygulamalarının kilit noktalarını yansıtmakta ve önemli fırsatları vurgulamaktadır.

Uluslararası veri tabanları ve Bakanlığımızın yurt dışı temsilciliklerinden elde edilen bilgilerle hazırlanan bu rapor; karar alıcılar, iş dünyası ve diğer paydaşlar için önemli bir referans kaynağı olmaya adaydır. Ayrıca, e-ihracat alanında yeni fırsatların yaratılması, ihracatçılarımızın küresel pazarlarda rekabet edebilirliğinin artırılması, ülkemiz ürünlerinin bilinirliğinin ve yüksek katma değerli ürünlerin e-ihracat yoluyla ihracatının artırılması ve ülkemizin e-ihracat sektöründeki rolünün güçlendirilmesi adına önemli adımların da önünü açacaktır.

Prof. Dr. Ömer BOLAT
Ticaret Bakanı



TÜRKİYE CUMHURİYETİ
TİCARET BAKANLIĞI

1. Bölüm

E-İhracat Pazarları Rehberi

İhracat Genel Müdürlüğü

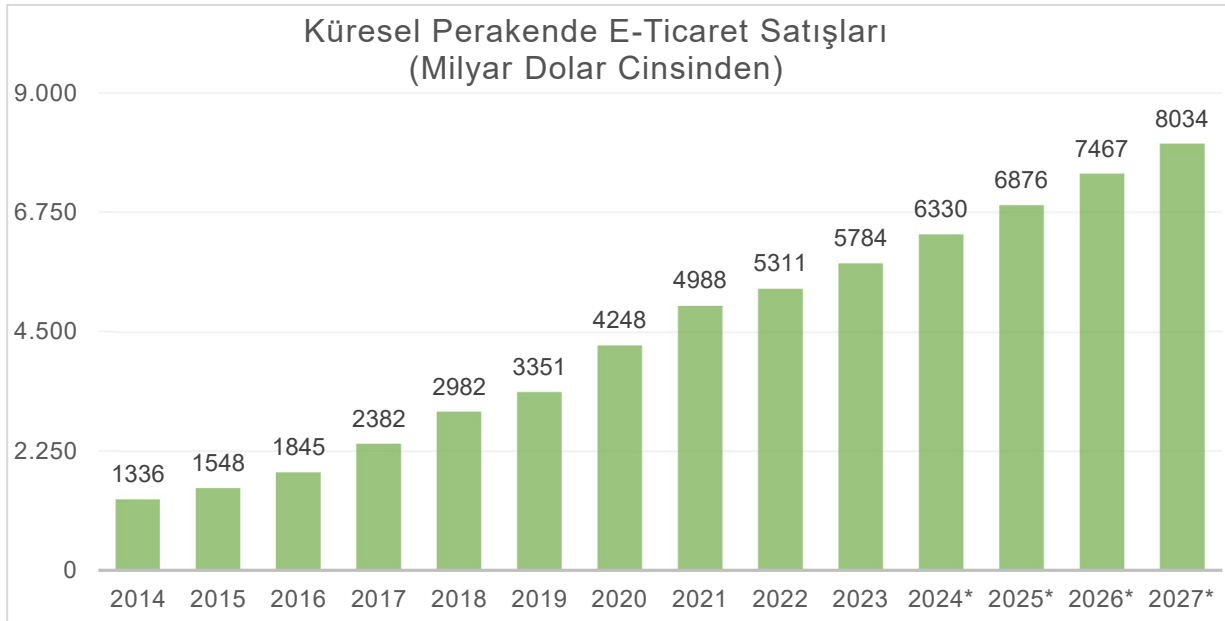
E-İhracat, Dijital Pazarlama,
Davranışsal Kamu Politikaları ve
Yeni Nesil Teknolojiler Daire Başkanlığı



1. KÜRESEL E-TİCARET GÖRÜNÜMÜ

Dijital dönüşümün getirdiği yenilikler ve internet kullanım oranlarının artışı ile yükselme eğiliminde olan e-ticaret, Covid-19 salgını ile birlikte tüketici alışkanlıklarını da değiştirerek bu sektörde yeni fırsatlar yaratmıştır.

Dijitalleşmenin ve değişen tüketim alışkanlıklarının beraberinde gelen yeni iş modellerinin bir sonucu olarak e-ticaretin genel perakende içindeki payının gösterdiği artış, B2B e-ticaret modelleri ile satıcıların doğrudan tüketiciye ulaşabileceği satış modelleri (B2C) üzerinde çalışılması gerekliliğini doğurmuştur. Yapılan çalışmalara göre, küresel B2C e-ticaret hacmi 2021 yılında 4,9 trilyon ABD doları olarak gerçekleşmiştir. Bu rakam 2022 yılında bir önceki yıla göre %6,47 artarak 5,3 trilyon ABD dolarına ulaşırken; 2023'te ise 5,7 trilyon ABD doları olmuştur. Küresel e-ticaretin toplam perakende satışlar içerisindeki payı 2023 yılında %19,4 oranında gerçekleşirken; bu oranın 2027 yılına kadar %22,6'ya ulaşması öngörülmektedir.¹



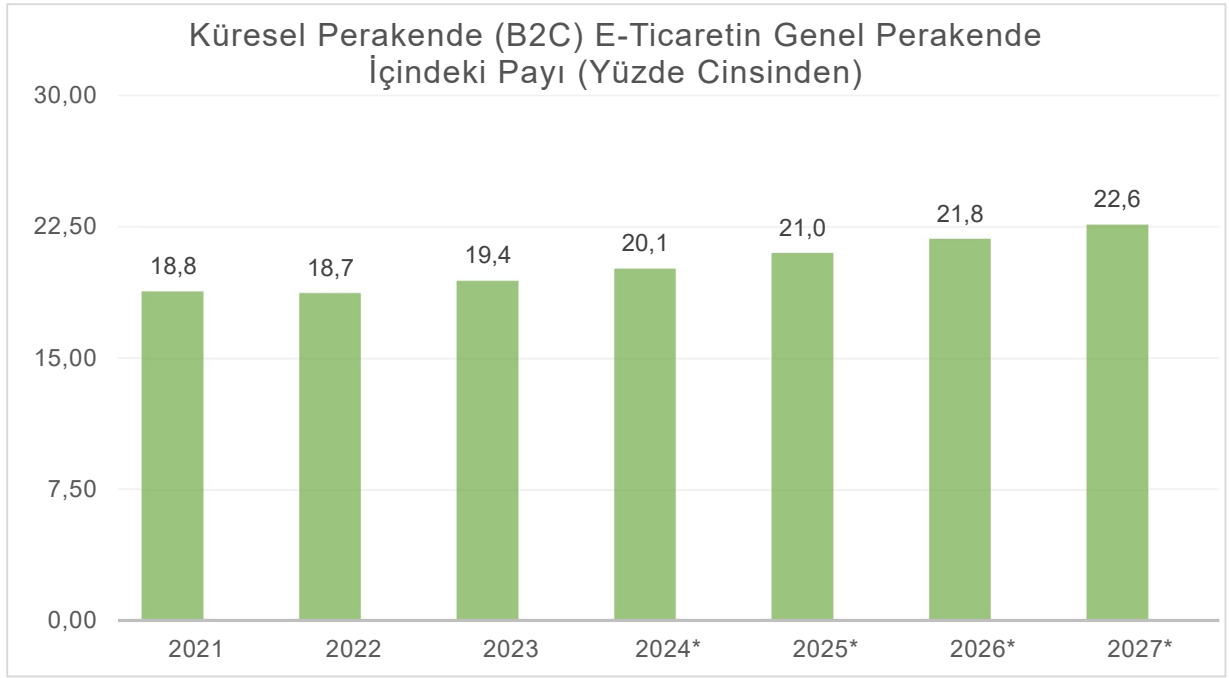
Kaynak: Statista (06/2023)² ("*" işaretli yıllar tahmini tutarları ifade etmektedir.)

Yukarıda yer alan tabloda görüldüğü üzere küresel e-ticaret satışları istikrarlı bir şekilde artarak 2014 yılından 2021 yılına kadar yaklaşık 4 kat yükselmiştir. 2023 yılından 2027 yılına kadar ise satış grafiklerinin ivme kaybetmeden yükselmesi beklenmektedir.

Yapılan çalışmalara göre, 2022 yılı itibariyle küresel e-ticarete en önemli aktör rolünü %50,88'lik payıyla Çin üstlenirken; Çin'i %19,9 payla Avrupa takip etmiş ve %18,68'lik payla Amerika Birleşik Devletleri ise üçüncü sırada yer almıştır. Hâlihazırda Çin'de yapılan ödemelerde büyük oranda dijital yöntemlerin tercih edilmesi, e-ticaretteki önderliğini kanıtlar niteliktedir.

¹ Global e-commerce share of retail sales 2027 | Statista

² Global retail e-commerce sales 2014-2027 | Statista



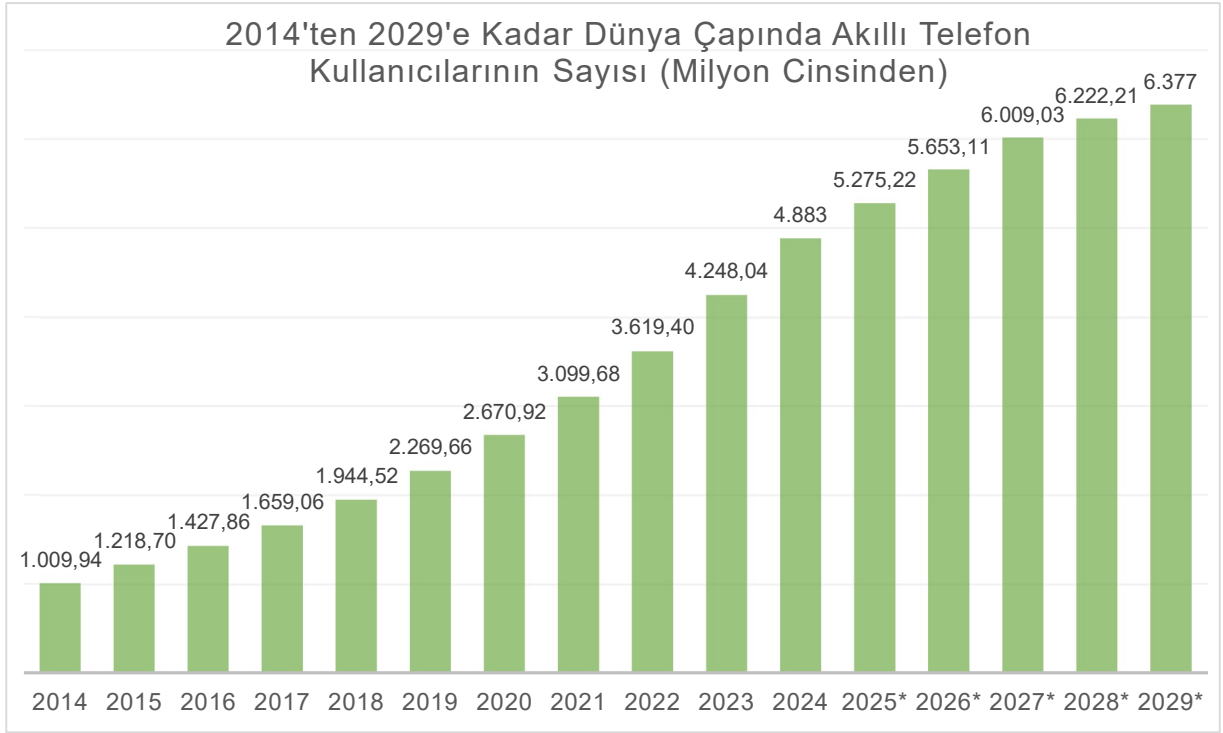
Kaynak: Statista (02/2024)³ ("*" işaretli yıllar tahmini tutarları ifade etmektedir.)

Salgın öncesi küresel ölçekte gerçekleştirilen market alışverişlerinde e-ticaretin payı düşük iken, salgın döneminde %18,8'e yükselmiş ve salgın sonrasında ise %19,4 ulaşmıştır. 2024 yılından itibaren %20'yi aşması beklenmektedir. Küresel perakende e-ticaret payının yıllık bazda artış göstermesi ise küresel e-ticaretteki yükselişle paralellik göstermektedir.

Küresel e-ticaret satışları analiz edildiğinde, dünya genelinde gerçekleştirilen çevrim içi satışların %54,3'ünün mobil cihazlar üzerinden yapıldığı görülmektedir.⁴ Mobil cihazların yüksek kullanım oranlarının pazar büyümesini etkileyen ana faktörlerden biri olması sebebiyle; ülkelerin mobil cihaz kullanım oranlarının incelenmesi fazlasıyla önem arz etmektedir.

³ [Global e-commerce share of retail sales 2027 | Statista](#)

⁴ [eCommerce - Worldwide | Statista Market Forecast](#)



Kaynak: Statista (02/2024)⁵ ("*" işaretli yıllar tahmini tutarları ifade etmektedir.)

Zira e-ticaret sitelerine erişim kolaylaştıkça, mobil cihazlar üzerinden yapılan alışverişlerde de artış görülmektedir. Mobil cihazlarla birlikte mobil ağ aboneliklerinin artışı mobil cihazlar üzerinden yapılan alışverişlerde de artışı açıklayan etkenler olarak değerlendirilebilir.

Bu doğrultuda, e-ticarete mobil cihaz kullanım oranları Hindistan'da %80,⁶ Güney Kore'de %65,6⁷, ABD'de %53,⁸ olarak kayıtlara geçmekte iken; Çin'de %49,8'lik⁹ bir paya sahiptir. Mevcut durumda, çevrimiçi alışveriş yapılırken mobil cihaz kullanım oranının giderek artacağı ve; ilerleyen süreçte mobil cihaz kullanım oranında daha da artış yaşanmasıyla e-ticarete ilişkin büyük sıçramaları da beraberinde getirebileceği öngörülmektedir.

⁵ Global: number of smartphone users 2014-2029 | Statista

⁶ eCommerce - India | Statista Market Forecast

⁷ eCommerce - South Korea | Statista Market Forecast

⁸ eCommerce - United States | Statista Market Forecast

⁹ eCommerce - China | Statista Market Forecast

2. SINIR ÖTESİ E-TİCARET

Yurt dışı çevrim içi alışveriş (ihracat ve ithalatın toplamı) olarak tanımlanan sınır-ötesi e-ticaret hem alıcılar hem de satıcılar için pek çok fırsatı ve kolaylığı içerisinde barındırmaktadır. Sınır ötesi e-ticaret alıcılara, farklı ülkelerin markalı ürünlerine aracısız bir şekilde ve daha uygun maliyetler ile ulaşabilme imkanı tanımaktadır.

Sınır ötesi e-ticaret ile konvansiyonel ihracat karşılaştırıldığında; e-ihracatın özellikle satıcılar yani ihracatçılar için birçok avantaj sağlayacağı görülmektedir.

Bunlardan bazıları;

- Dünyanın her yerinden ve daha büyük alım gücüne sahip müşteri edinebilme,
- Daha basit bir ihracat operasyon hazırlık süreci,
- Hedef pazarlarda ürünlerin test edilebilme şansı,
- Siparişe göre üretim yaparak ihracatta düşük risk oranları,
- Toptan satışlara nazaran daha yüksek kar payları,
- Ödeme süreçlerinde düşük risk oranları

olarak sıralanabilir.

Söz konusu avantajların yanı sıra sınır ötesi e-ticaretin dezavantajları da bulunmaktadır. Çevrim içi satış kanalları yoluyla gerçekleşen ve e-ticaretin alt kırılımı olarak nitelendirilen e-ihracatta e-satıcılar ülkelerin farklı yasal düzenlemelerine uyum sağlamak zorundadır. Öte yandan e-ihracatta; alışveriş süreci boyunca döviz kurlarındaki değişimi yönetmek, ödeme işlemlerini sorunsuz bir şekilde tamamlamak ve sınırlar arasında sevkiyat/teslimat operasyonlarını ivedilikle gerçekleştirmek gibi çeşitli zorluklar da mevcuttur. Fakat zaman geçtikçe ve sınır ötesi e-ticaret daha yaygın bir hale geldikçe; söz konusu zorlukların da asgariye indirgeneceği öngörülmektedir.

Hâlihazırda e-ihracat; geleneksel ihracata nazaran daha basittir. Ülkeler arasındaki duvarları kaldıran sınır ötesi e-ticaret, farklı kültürlerin ihtiyaçlarına da yanıt vermekte; gelişim sürecinde yapılan düzenlemeler ise beklentilere ilişkin daha hızlı sonuç alınmasını sağlamaktadır.

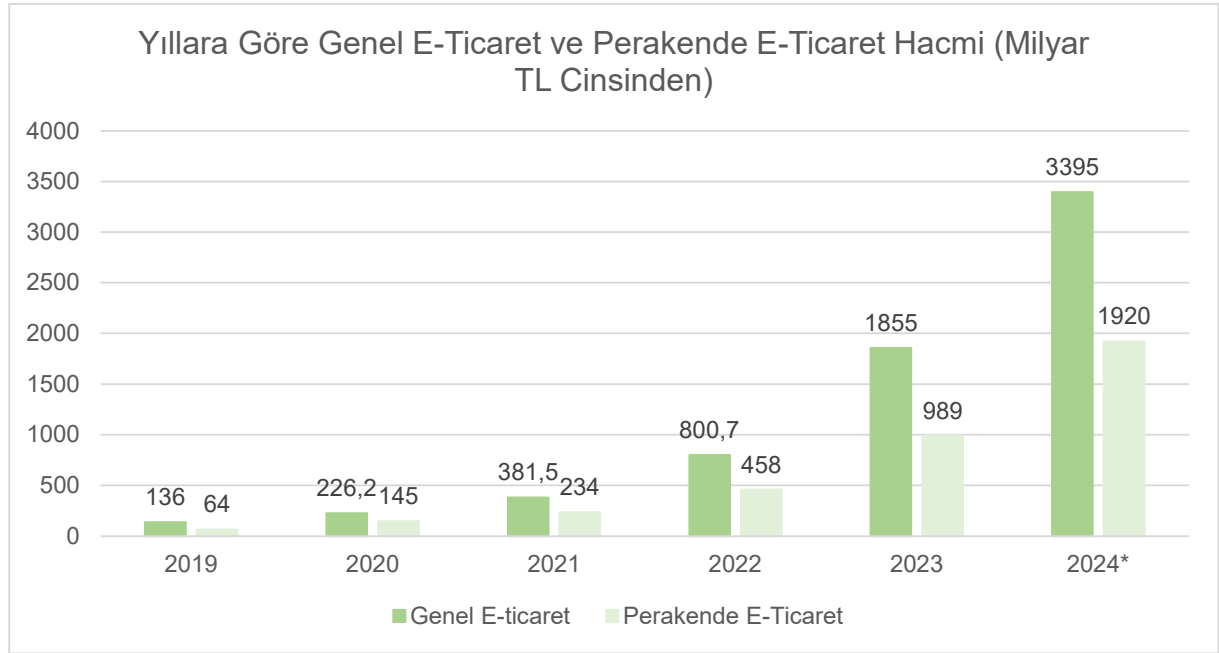
Sınır ötesi e-ticaret uygulamalarında yerele odaklanmak da oldukça önem arz etmektedir. Özellikle, öncesinde yapılacak pazar analizleri, firmalarımızın gerçek veriler hakkında detaylı çıkarımlar elde etmesini sağlamaktadır. Bölgesel düzeyde daha aktif olabilmek adına yerel ödeme seçenekleri tercih edilebilir. Bu ödemeler sırasında ortaya çıkan ek maliyetlerin hangi durumlarda oluştuğuna dair araştırmalar ise daha net bir fiyat analizini beraberinde getirebilir.

3. TÜRKİYE’NİN E-TİCARET GÖRÜNÜMÜ

Salgın nedeniyle değişen tüketici alışkanlıkları ve dijitalleşmenin etkisiyle ülkemizde de e-ticaretin öneminin günbegün arttığı görülmektedir. Elektronik Ticaret Bilgi Sistemi (ETBİS) verilerine göre, 2023 yılında ülkemizde e-ticaret hacmi bir önceki yıla göre %131,67’lik artışla 1,85 trilyon TL olarak gerçekleşmiştir.

E-ticaretin genel ticarete oranına bakıldığında söz konusu oran 2022 yılında %18,3 iken 2023 yılında %2 artarak %20,3 olarak gerçekleşmiştir.¹⁰

Ülkemizde e-ticaret hacmi 2023 yılında bir önceki yıla göre %115,15 artarak 1,85 trilyon Türk lirasına ulaştı. (77,89 milyar dolar) İşlem sayısı ise bir önceki yıla göre %22,25 artarak 5,87 milyar adet olarak gerçekleşmiştir.¹¹



Kaynak: T.C. Ticaret Bakanlığı Türkiye’de E-Ticaretin Görünümü¹²

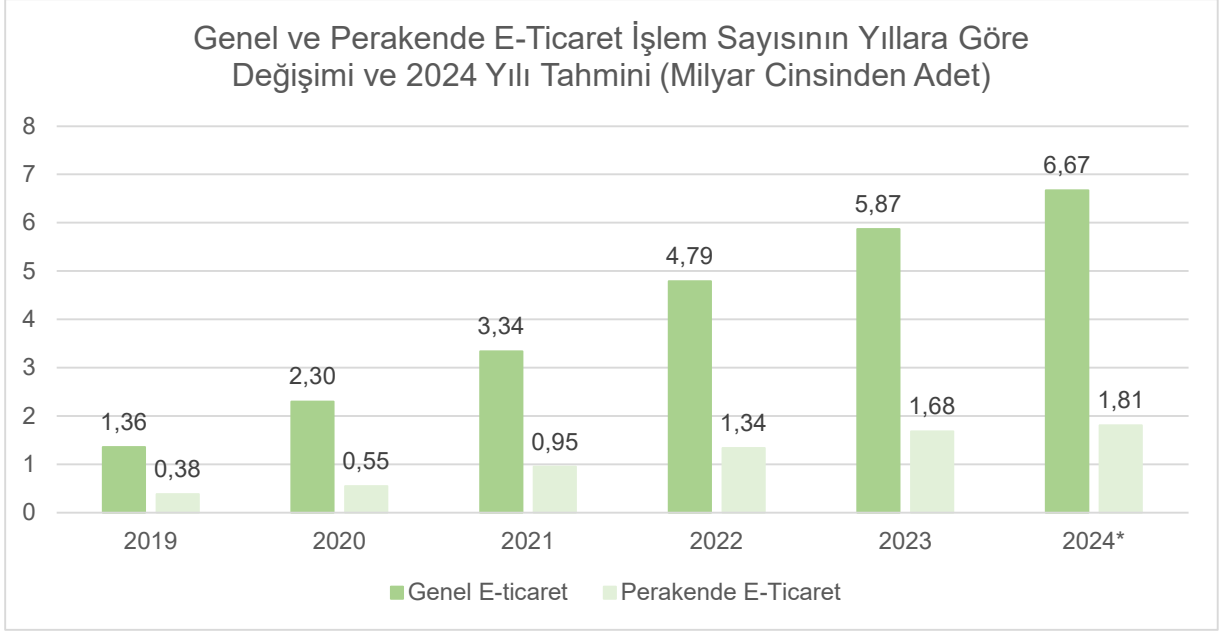
2023 yılında sipariş adetleri %22,54 artış ile 4 milyar 790 milyon adetten 5 milyar 870 milyon adede yükselmiştir.¹³

¹⁰ Türkiye’de E-Ticaretin Görünümü Raporu

¹¹ Türkiye’de E-Ticaretin Görünümü Raporu

¹² Türkiye’de E-Ticaretin Görünümü Raporu

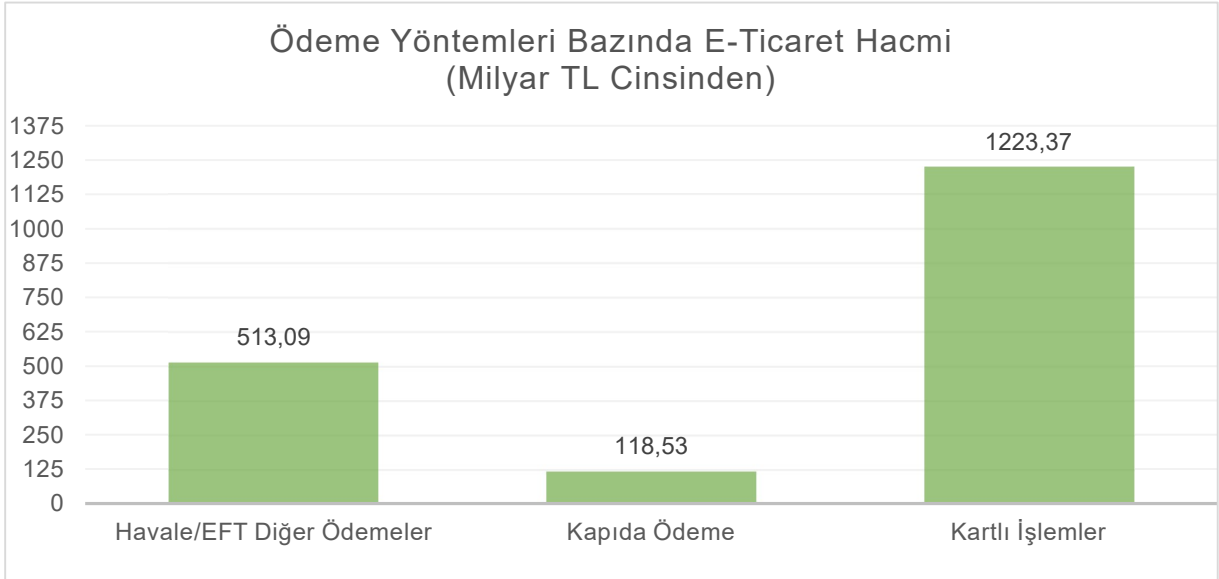
¹³ Türkiye’de E-Ticaretin Görünümü Raporu



Kaynak: T.C. Ticaret Bakanlığı Türkiye’de E-Ticaretin Görünümü¹⁴

3.1. ÖDEME YÖNTEMLERİ BAZINDA E-TİCARET HACMİ

2023 yılında ödeme yöntemleri bazında toplam e-ticaret hacminin %27,66’sını 513,09 milyar TL ile Havale/EFT ve diğer ödemeler oluştururken, %3,75’ini 118,53 milyar TL ile kapıda ödeme, %65,95’ini 1 trilyon 223,37 milyar TL ile kartlı işlemler oluşturmaktadır.

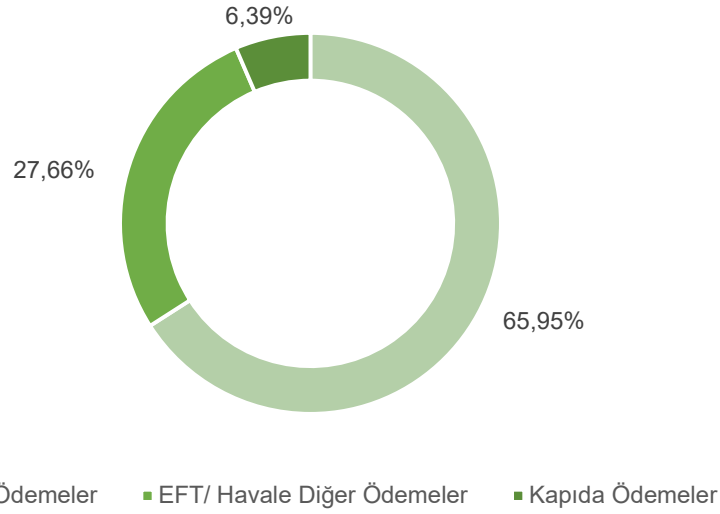


Kaynak: T.C. Ticaret Bakanlığı Türkiye’de E-Ticaretin Görünümü¹⁵

¹⁴ Türkiye’de E-Ticaretin Görünümü Raporu

¹⁵ Türkiye’de E-Ticaretin Görünümü Raporu

Ödeme Yöntemlerinin E-Ticaret Hacmi İçindeki Dağılımı

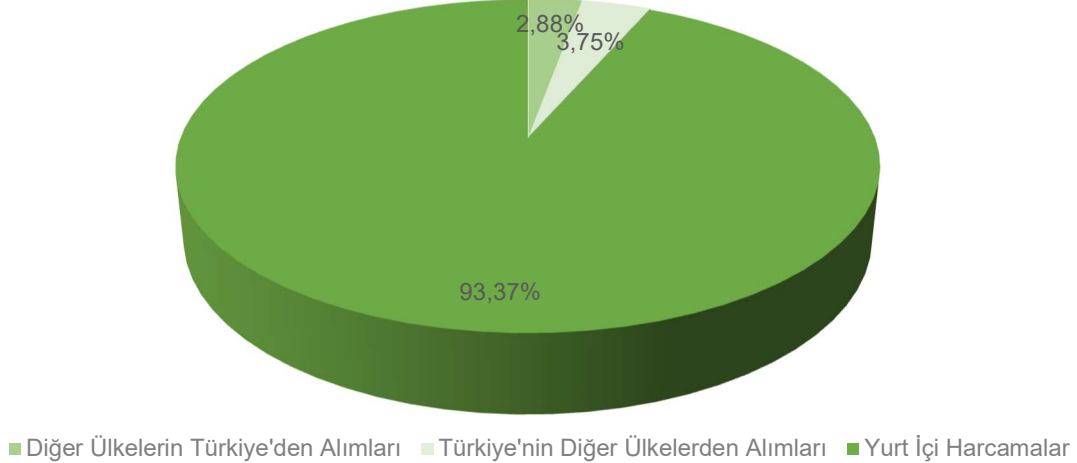


Kaynak: T.C. Ticaret Bakanlığı Türkiye’de E-Ticaretin Görünümü¹⁶

3.2. E-TİCARET HARCAMALARININ YURT İÇİ-YURT DIŞI DAĞILIMI

2023 yılında; yurt içi harcamaların payı %93,37’lik oran ile 1732,01 milyar TL (72,73 milyar ABD doları) olarak gerçekleşirken, diğer ülkelerin ülkemiz e-ticaret sitelerinden yaptığı harcamalar %2,88’lik oran ile 53,42 milyar TL (2,24 milyar ABD doları) vatandaşlarımızın yurt dışından yaptığı alımlar %3,75’lik oran ile 69,56 milyar TL (2,92 milyar ABD doları) olarak gerçekleşmiştir.¹⁷ (2023 yılı için ortalama döviz kuru esas alınmıştır. Buna göre, 2023 yılı ortalama döviz kuru 1 ABD Doları = 23,81 Türk Lirası olarak belirlenmiştir. ¹⁸)

2023 Yılındaki E-Ticaret Harcamalarının Yurt İçi-Yurt Dışı Dağılımı



Kaynak: T.C. Ticaret Bakanlığı Türkiye’de E-Ticaretin Görünümü¹⁹

¹⁶ Türkiye’de E-Ticaretin Görünümü Raporu

¹⁷ Türkiye’de E-Ticaretin Görünümü Raporu

¹⁸ <https://www.exchangerates.org.uk/USD-TRY-spot-exchange-rates-history-2023.html>

¹⁹ Türkiye’de E-Ticaretin Görünümü Raporu

Statista verilerine göre, 2018-2023 yılları arasında küresel e-ticarete en büyük artışın %24'lük oran ile ülkemizde yaşanması öngörülmektedir.

E-ticaret alışverişlerinin önemli bir göstergesi olan sosyal medya kullanıcı sayısı ülkemizde 70 milyona yakındır.²⁰ Özellikle 2022 ile 2023 yılları arasında kullanıcı sayısı 2,19 milyon (%3,24) artmış; hâlihazırda ülkemizde Meta'ya ait Facebook'un kullanıcı sayısı 35 milyona yaklaşmıştır.

²⁰ [Turkey: number of social media users 2029 | Statista](#)

4. ÜLKELERE İLİŞKİN YAPILAN TESPİTLER

Söz konusu çalışma kapsamında, ülkelerdeki e-ticaret hacimleri, potansiyelleri, hukuki düzenlemeleri ve eğilimleri göz önünde bulundurularak ilave başlıklar altında değerlendirilmeye tabi tutulmuştur. Bu çalışmada, Statista, eMarketer gibi veri tabanlarının yanı sıra Bakanlığımızın söz konusu ülkelerde bulunan yurt dışı temsilciliklerinden elde edilen veriler kullanılmıştır. Diğer taraftan her ülke e-ihracat verilerini farklı bir yöntemle ele alabilmekte; bu nedenle e-ihracat istatistiklerinin hesaplanma yöntemleri de çeşitlilik gösterebilmektedir.

E-ihracat analizi kapsamında, belirlenen 25 ülkeye yönelik olarak bazı başlıklara ilişkin değerlendirmelere ve dünya ortalamalarına kıyasla ülkemiz verilerine aşağıdaki tabloda yer verilmektedir.

Öte yandan, ülkemizde ve çalışma kapsamında incelenen ülkelerde faaliyet gösteren “En Çok Tercih Edilen Sosyal Medya Platformları” ve “Sosyal Medya Platformlarının Kullanıcı Oranları” ekte yer alan grafiklerde sunulmaktadır.

Ek olarak, ülkeler özelinde çevrimiçi mağaza ve sosyal medya platformları vb. tercihler hızla değişebildiği için, daha güncel ve kapsamlı bilgilere ulaşmak için yerel pazar araştırmalarının takip edilmesinde fayda bulunmaktadır.

Bu Raporun ilk kısmını oluşturan **E-Ihracat Pazarları** başlıklı 1. Bölümde “Pazaryerleri ve Özel Günler” alt başlığı altında yapılan değerlendirmeler, ülkelerin e-ticaret pazarlama stratejilerini inceleyerek büyük ölçekli kampanya ve etkinliklerin e-ticaret hacmine olan etkisini ortaya koymaktadır. “Sosyal Medya” ve “E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler” alt başlıkları, dijital platformların e-ticaret üzerindeki etkilerini ve ülkelerin e-ticaret alanında uyguladıkları düzenlemelerin etkinliğini değerlendirmektedir.

“Dijital Cüzdanlar ve Ödeme Sistemleri ile Hızlı Kargo Firmaları” alt başlığı, ödeme ve lojistik süreçlerinin e-ticaretin gelişimine katkısını ele alarak, ihracatçılarımızın bu alandaki stratejilerini güçlendirmeyi hedeflemektedir. Diğer yandan, “Ülkenin Lojistik Performans Endeksindeki Sırası” alt başlığı altında yapılan değerlendirmeler, e-ticaret lojistiği için önemli bir gösterge olacak ve etkili adımların atılmasına yardımcı olacaktır. “İpuçları” bölümü ise, sınır ötesi e-ticaret pazarında başarılı olmak için dikkate alınması gereken önemli faktörleri içermekte olup ihracatçılarımızın ve sektördeki paydaşların yol haritasını şekillendirmeye katkı sağlayacaktır. İncelemekte olduğunuz raporun ilk bölümünde ilgili ülkenin e-ticarete ilişkin hap bilgiler yer almaktadır.

Bu Raporun ikinci kısmını oluşturan **“Ülke Gümrük Uygulamaları”** başlıklı 2. Bölümde ise; başta Bakanlığımızca belirlenen hedef pazarlar olmak üzere, ihracatçılarımızın yoğun olarak ihracat yaptığı ülkeler ile e-ihracatımız için potansiyel arz eden ülkelerde geçerli gümrük ve dış ticaret prosedürlerinin ayrıntılarına yer verdik. Bu bilgiler ihracatçılarımızın diğer ülke gümrük idarelerinde karşılaşılabileceği sorunları en aza indirmek için destek sağlayarak rehberlik edecek ve hedef ülkelerde rekabet avantajı yaratacaktır.

2. Bölümün ilk kısmında sınır ötesi e-ticaret temelinde gümrük iş ve işlemlerine yönelik genel bilgiler, uluslararası uygulamalar ve gümrük terimlerine yer verilmiştir. Ardından ülkeler bazında e-ticarete önemli bir avantaj sağlayan “De Minimis limiti” başlığı yer almıştır. Devamında o ülkeyle yapılacak ticarete karşılaşılabilecek muhtemel vergilere “Vergi Uygulamaları” kısmında, gönderinin gümrükte beklemelere sebebiyet vermeden son alıcıya ulaştırılabilmesi için bilinmesi gereken ayrıntılara “Gümrük İşlemleri” başlığında, eşyanın sorunsuz teslimi için ihtiyaç duyulabilecek izinlere ise

“Belgeler” başlığında yer verilmiştir. Son olarak ülkenin resmi posta servisi bilgileri ile ihracatta mutlaka dikkat edilmesi gereken “Yasak ve Kısıtlı Eşya” bölümünde yasak ve kısıta konu eşya bilgilerine yer verilmiştir.

25 ÜLKENİN KÜRESEL E-TİCARET GÖRÜNÜMÜ

ÜLKE	NÜFUS (Milyon Kişi)	İNTERNET KULLANIM ORANI (%)	ÇEVİRİMİÇİ ALIŞVERİŞ YAPANLARIN NÜFUSA ORANI (%)	E-TİCARETTE MOBİL KULLANIM ORANI	E-TİCARET PAZAR HACMİ (Milyar ABD Doları)	KÜRESEL E- TİCARETTEKİ PAYI (%)	KİŞİBAŞI E-TİCARET HARCAMASI (ABD\$)	E-TİCARETİN GENEL PERAKENDE İÇİNDEKİ PAYI (%)	TOPLAM SOSYAL MEDYA KULLANICILARININ ÜLKE NÜFUSUNA ORANI (%)
AFRİKA									
Güney Afrika	62,46	76,45%	20,7%	50,7%	7,7	0,13%	606,1	6,8%	42,8%
Nijerya	227,71	55,4%	11,3%	53,2%	9,02	0,15%	374,1	1,6%	16,2%
ASYA (ASEAN hariç)									
Çin	1.410	77,5%	76,4%	49,8%	2987	51,31%	1450	25,9%	74,2%
Güney Kore	51,54	97,2%	75,0%	65,6%	98,1	1,69%	2560	23,9%	93,4%
Japonya	124,04	84,9%	44,9%	50,5%	195,5	3,36%	2060	13,7%	78,1%
Hindistan	1.441,70	51,5%	17,0%	80,2%	100,44	1,73%	241,9	3,6%	32,2%
Pakistan	236,1	45,7%	10,2%	58,0%	12,5	0,21%	766,6	2,9%	29,5%
OKYANUSYA									
Avustralya	26,88	94,9%	61,3%	44,5%	32,78	0,56%	2109	14,9%	78,3%
ASEAN									
Endonezya	279,96	66,5%	21,6%	67,4%	75,62	1,30%	769,9	8,8%	66,5%
Filipinler	114,16	58,9%	19,0%	54,4%	16	0,27%	971,3	6,8%	73,4%
Vietnam	100,77	82,42%	30,8%	54,0%	20,5	0,35%	471,6	6,8%	73,3%
Tayland	70,26	76,54%	27,6%	67,8%	26,5	0,46%	1117	11,9%	68,3%
Malezya	33,46	97,56%	29,1%	58,8%	13	0,22%	704,2	8,2%	78,5%
KUZEY AMERİKA									
ABD	337,12	93,73%	81,3%	53,1%	1124	19,31%	4110	24,1%	70,1%
Kanada	40,86	92,53%	60,3%	37,0%	80,27	1,38%	2710	14,4%	81,9%
Meksika	132,27	78,6%	70,4%	39,6%	44,07	0,76%	483,3	9,2%	70,0%
LATİN AMERİKA									
Brezilya	205,37	84,3%	65,6%	55,5%	69,75	1,20%	305	9,2%	66,30%
Şili	20,08	91,0%	52,8%	39,2%	11	0,19%	951,7	9,3%	77,4%
MENA BÖLGESİ									
Mısır	107,78	72,2%	18,2%	44,9%	7,81	0,13%	343,4	2,7%	40,00%
B.A.E	9,78	99,99%	44,8%	65,7%	3,51	0,06%	1470	13,8%	112,3%
AVRUPA*									
Almanya	84,56	94,0%	60,2%	45,2%	98,18	2%	2.110	16,0%	81,40%
Birleşik Krallık	68,43	90,17%	78,20%	63,80%	209,45	3,60%	2.480	24,9%	82,80%
Fransa	66,09	84,25%	52,80%	41,8%	81,01	1,39%	2.110	15,60%	78,2%
İspanya	48,38	89,59%	43,30%	44,20%	42,21	0,73%	1.708,0	11,20%	83,6%
Rusya Federasyonu	142,92	83,4%	34,30%	43,00%	77,38	1,33%	655,7	8,10%	73,5%
TOPLAM	5442,68				5443,3				
TÜRKİYE	87,23	84,08%	20,6%	49,7%	27,65	0,48%	1195,00	6,5%	80,91%
DÜNYA	7920	67,1%	40,1%	54,3%	5821		1537	16,3%	60%

Kaynak: eMarketer, Statista, EcommerceDB ve Ticaret Müşavirlerimizin yönlendirdiği çeşitli platformlardan edinilen bilgiler doğrultusunda derlenmiştir.

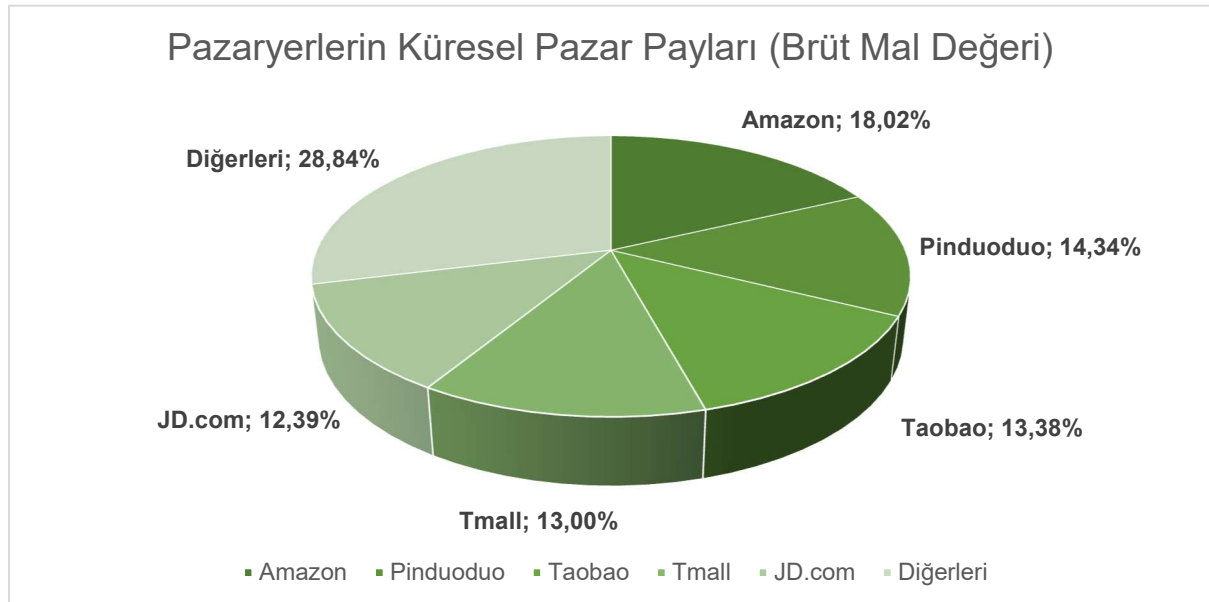
Yukarıdaki tabloda görüldüğü üzere 2023 yılındaki e-ticaret hacmi hâlihazırda tam anlamıyla belirlenmemiş olsa da mevcut veriler 5,7 trilyon ABD dolara işaret etmektedir. 2023 yılında küresel ekonomi yaklaşık olarak 104,476 trilyon ABD doları olarak ölçümlenmiştir.²¹ E-ticaretin küresel ekonomiye olan katkısı %5,57 civarındadır. Yukarıda yer alan tabloda; kıtaların mavi sütunlarında istatistiklerin toplamı yer almaktadır. Fakat bahsi geçen istatistikler tüm kıtanın değil sadece tabloda yer alan ülkelerin toplamıdır. Örneğin dünya küresel e-ticaret hacmi çalışma kapsamında belirlenen 25 ülkenin toplamını, Avrupa'nın istatistikleri sadece Almanya, Birleşik Krallık, Fransa, İspanya ve Rusya'nın toplamını kapsamaktadır.

4.1. PAZARYERLERİ

Ülke başlıklarının altında ilk sırada yer alan "Pazaryerleri" bölümünde, bölgelere ilişkin önem arz eden yurt dışı çevrim içi pazaryerleri tespit edilmiş; firmalarımızın bu platformlarda yer alabilmesine yönelik gerekli adımlar belirtilmiştir.

Amazon ve Alibaba gibi küresel pazaryerlerinin incelenen bu ülkelerde yapılanmalarının bulunduğu görülmektedir. Söz konusu platformların yanısıra, yerelleşmenin ön plana çıktığı, bölgesel bazda popülaritesi bulunan pazaryerleri de bulunmaktadır. Örneğin Latin Amerika'nın büyük bir bölümünde söz sahibi olan Mercado Libre, Güneydoğu Asya Uluslar Birliği (ASEAN) ülkelerinde Shopee ve Kuzey ve Orta Afrika'da faaliyet gösteren Jumia bölgesel bazda hakimiyet gösteren pazaryerlerinden bazılarıdır. Benzer şekilde Japonya, Güney Kore, Güney Afrika ve Şili gibi bazı ülkelerde sırasıyla Rakuten, Coupang, Takealot, Falabella; İspanya, Fransa, Birleşik Arap Emirlikleri, Mısır, Almanya ve Birleşik Krallık da ise sırasıyla El Corte Inglés, leboncoin.fr, Noon.com, Jumia.eg ve amazon.co.uk gibi yerel pazaryerlerinin etkili olduğu tespit edilmiştir.

EcommerceDB'ye göre pazaryerleri arasında Amazon'un küresel e-ticaretin %18,02, Pinduoduo %14,34, Taobao %13,38, Tmall %13,00, JD.com %12,39'luk paya sahiptir.²²



Kaynak: eCommerceDB (05/2024)

²¹ Global GDP 1985-2028 | Statista

²² Top online marketplaces worldwide by GMV | ECDB.com (ecommercedb.com)

"Pazaryerleri" başlığı altında bu ülkelerdeki çok kanallı satış modelinin (çevrim içi ve fiziki mağaza kanalıyla satış yapılan kanal) yanı sıra diğer e-ticaret modelleri de (canlı yayın-live streaming) incelenmiştir. Ayrıca, ülke özelinde çevrim içi alışverişlerin en yoğun olduğu Black Friday (Efsane Gün, Kara Cuma), 11.11 ve Singles Day (Bekârlar Günü) gibi günler de raporda detaylandırılmıştır. Örneğin 2023 yılında ABD'deki Black Friday gününde, sadece çevrim içi satışlarla 10,40 milyar²³ ABD dolarına ulaşarak yeni bir rekora imza atılmıştır. Çin'de ise 2023 yılında gerçekleştirilen çevrim içi satışlar, yaklaşık 2,98 trilyon ABD dolarına²⁴ tekabül etmektedir.

Öte yandan, sosyal medya platformları aracılığıyla yapılan satışların büyük bölümünde (Çin-Wechat vb. hariç) ödeme sistemlerinin bahsi geçen platformlara entegre olmaması nedeniyle verilere erişim sorunu yaşanabilmektedir. Bu bağlamda, "Sosyal Medya" dijital pazarlama bağlamında ayrı bir başlık olarak ele alınmıştır.

4.2. SOSYAL MEDYA

Sosyal medya hem e-ticaretin dijital pazarlama kanalları ile alışverişlerin arttırılmasına hem de firmaların hedef kitle tüketicilerine kolaylıkla erişmesine imkân sağlamaktadır. Bu noktada, küresel sosyal medya platformlarının ülkelere özel popülaritesinin tespitinin yapılması ve sosyal medya kullanıcılarının geçirdikleri zamana ilişkin verilerin analiz edilmesi, e-ihracat yapmak isteyen firmalarımız için son derecede önem arz etmektedir. Gerek rapora konu ülkelerde gerekse tüm dünyada en yaygın kullanılan sosyal ağların; Facebook, Youtube, Whatsapp, Facebook Messenger, Instagram, Weixin/Wechat, Tiktok ve QQ gibi küresel ölçekli uygulamalar olduğu görülmüştür. Güney Kore'de KakaoTalk&Story, Japonya ve Tayland'da LINE, Brezilya'da ise Zendesk, Zenvia, Botsify, Manychat gibi sosyal ağların yerelde ve bölgesel bazda hâkimiyetlerini sürdürdüğü görülmüştür.

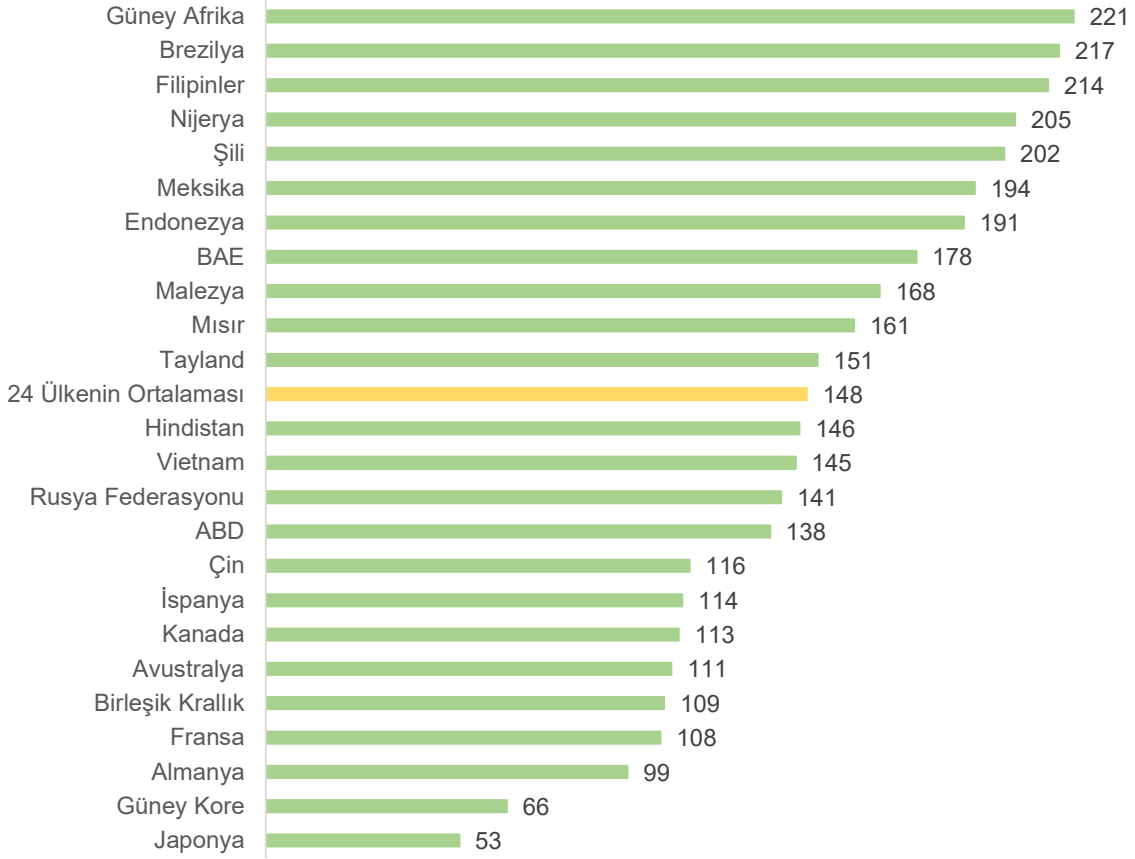
2023 yılında sosyal medyada en çok zaman geçiren ülkeler sırasıyla Kenya (223 dk), Güney Afrika (221 dk), Brezilya (217 dk), Filipinler (214 dk) iken Japonya (53 dk), Güney Kore (66 dk), Hollanda (90dk), Avusturya (92 dk) sosyal medyada en az vakit geçiren ülkeler arasında yerini almıştır.²⁵ Analizi yapılan 25 ülkenin sosyal medya kullanım ortalaması ise 148 dakikadır. Fakat Pakistan'a dair bir veri bulunamadığı için bahsi geçen ortalamaya dahil edilmemiştir.

²³ [Holiday Shopping 2023 - EMARKETER Trends, Forecasts & Statistics](#)

²⁴ [Retail Ecommerce Sales in China Forecasts: EMARKETER Estimates and Historical Data](#)

²⁵ <https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024/> 227. Sayfa

24 Ülkenin Sosyal Medyada Geçirilen Günlük Ortalama Süre (Dakikalar Cinsinden)



Kaynak: We Are Social 2024 Raporu (03/2024)²⁶

4.3. GÜMRÜK MUAFİYETLERİ VE VERGİLER

Sınır ötesi ticaret ve e-ihracat özelinde; ülkelerin bireysel gönderilere uyguladıkları bazı muafiyetler bulunmaktadır. Bu muafiyetler, ticarete konu gönderinin hedeflenen ülkeye teslimat sürelerindeki öncelikler sebebiyle satıcıların mikro ihracatı (satıcının malı, ülkesinden siparişe bağlı olarak doğrudan varış ülkesindeki tüketiciye göndermesi) değerlendirilmesine imkân sağlayabilmektedir. Bireysel gönderilerde gümrük muafiyetlerinin olmaması ya da düşük tutarlarda olması durumunda ise satıcının, uygulanan gümrük vergilerini ödeyerek o ülkede malını hazır bulundurması tercih edilebilir.

Bu bağlamda, ABD (800 ABD doları), Çin (770 ABD doları), Avustralya (1000 Avustralya doları), Güney Kore (150 ABD doları) belirli koşullarda önemli gümrük muafiyetlerine sahiptir. Yukarıda belirtilen limitlere kadar ihraç edilen eşyalar için gümrük vergisi ödenmemektedir.

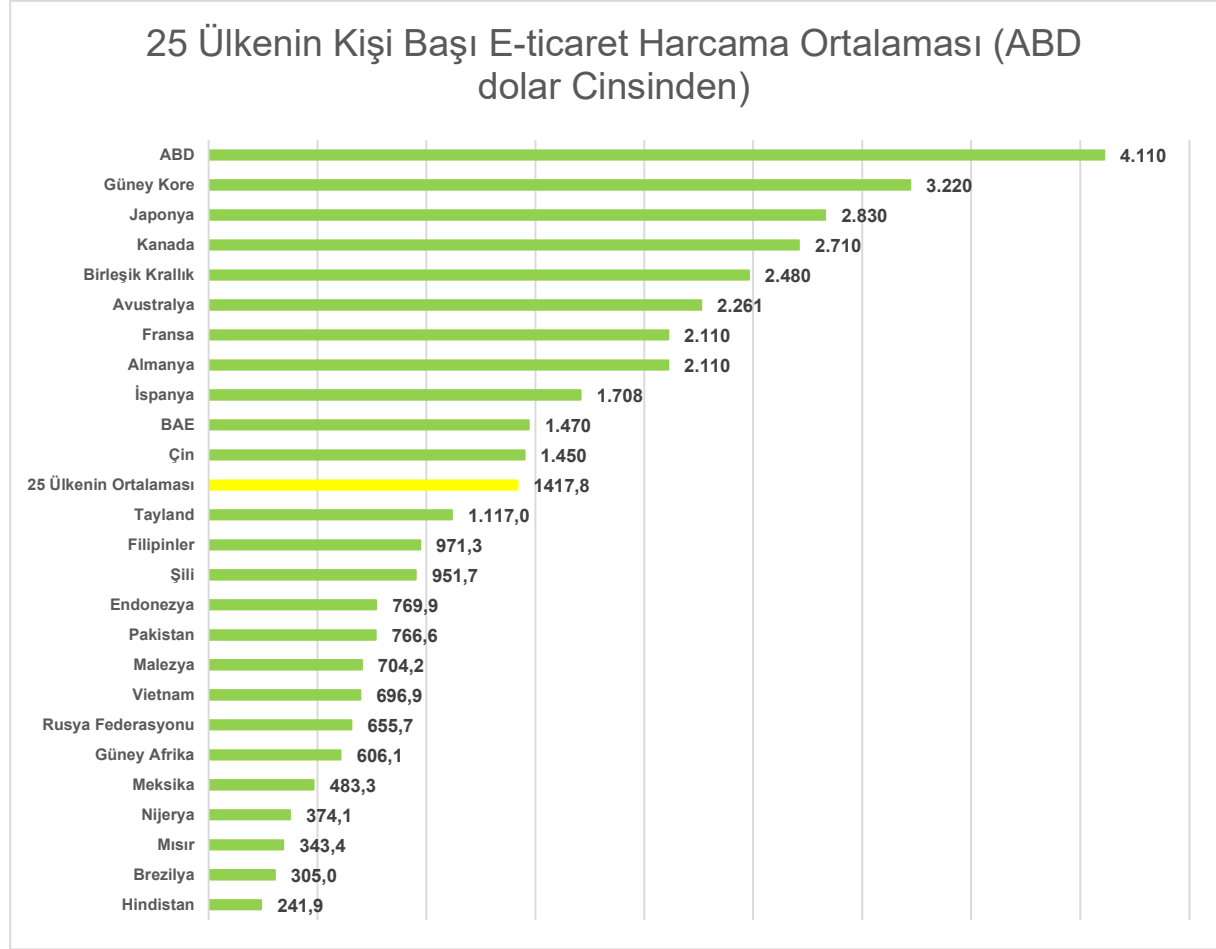
4.4. E-TİCARET HARCAMALARI

Ülkeler bazında yapılan toplam e-ticaret harcamalarının, harcama yapan nüfusa bölünmesi ile yıllık bazda çevrim içi ortalama tüketim harcamaları da hesaplanmıştır. Bu hesaplama göre;

²⁶ Digital 2024: Global Overview Report — DataReportal — Global Digital Insights

2023 yılında ABD, kişi başı 4.110 ABD doları²⁷ ile kişi başı e-ticaret harcaması kategorisinde belirlenen ülkeler arasında birinci sırada yer almıştır. Güney Kore (3.220 ABD doları)²⁸, Japonya (2.830 ABD doları)²⁹, Avustralya (2.109 ABD doları)³⁰, Çin (1.450 ABD doları)³¹ ve Kanada (2.710 ABD doları)³² yıllık ortalama 1.000 ABD dolarının üstünde tüketim yapılan ülkeler arasındadır.

Belirlenen 25 ülkenin kişi başı e-ticaret harcama ortalaması 1.177 ABD doları ve dünya ortalaması 1.537 ABD doları³³ iken ülkemizde bu rakam 1.195 ABD dolarıdır³⁴.



Kaynak: Statista

4.5. DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI

Günümüzde kredi kartları haricinde, elektronik cihazlar ve mobil uygulamalar aracılığıyla bir yazılım üzerinden yapılan ödemeler, e-ticarete giderek yaygınlaşmaktadır.

²⁷ [eCommerce - United States | Statista Market Forecast](#)

²⁸ [eCommerce - South Korea | Statista Market Forecast](#)

²⁹ [eCommerce - Japan | Statista Market Forecast](#)

³⁰ [eCommerce - Australia | Statista Market Forecast](#)

³¹ [eCommerce - China | Statista Market Forecast](#)

³² [eCommerce - Canada | Statista Market Forecast](#)

³³ [eCommerce - Worldwide | Statista Market Forecast](#)

³⁴ [eCommerce - Turkey | Statista Market Forecast](#)

2023 yılında yayımlanan Statista Küresel E-Ticaret Raporuna göre, dijital/mobil cüzdanların küresel kullanım oranı %50'dir.³⁵ Asya Pasifik ülkelerinde yaklaşık %70 oranında dijital/mobil cüzdan kullanıldığı bilinmekte; bu oran Latin Amerika ülkelerinde ise %21'lere kadar gerilemektedir.³⁶

E-ihracatın en önemli özelliklerinden biri de gönderilerin alıcılara hızlı ve hasarsız bir şekilde ulaştırılmasıdır. Yapılan araştırmalarda müşteri memnuniyetinin teslimat süresi ve gönderi ücreti ile ters orantılı olduğunu göstermektedir. 2024 yılında internet kullanıcıları ile yapılan bir araştırma; e-ticarete yönelik karar almada ücretsiz teslimatın en etkili faktör olduğunu göstermektedir.³⁷

Bunun yanında Hindistan, Meksika ve Şili gibi dağıtım kanallarının karmaşık olduğu ülkelerde ise hizmet alınacak hızlı kargo firmalarının veya alternatif pazara giriş yollarının tespitiyle önem arz ettiği belirtilmektedir.

Bu çerçevede gerçekleştirilen çalışmada, ülkeler bazında gerek hızlı kargo gerekse sipariş karşılama (fulfillment) hizmeti veren çözüm ortaklarına yer verilmiştir.

³⁵ [E-commerce payment methods market share 2027 | Statista](#)

³⁶ [Digital wallet share, by region 2027 | Statista](#)

³⁷ <https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024/> Sayfa 448

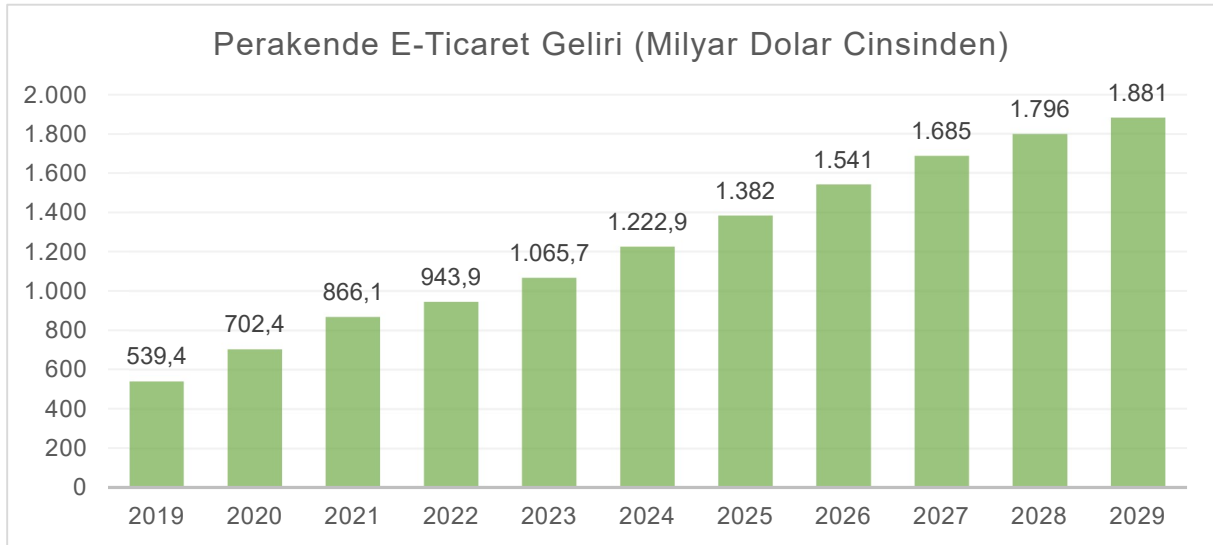
5. ÜLKELERİN E-İHRACAT PERSPEKTİFİNDEN İNCELENMESİ



5.1. AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ (ABD)

Yaklaşık 337,1 milyon nüfusa sahip³⁸ olan Amerika Birleşik Devletleri (ABD), 28.78 trilyon ABD doları³⁹ gayrisafi yurt içi hasılasıyla dünyanın en büyük ekonomisi durumundadır. Ülke nüfusunun %93,73'ünün internet kullandığı⁴⁰ ve akıllı telefon kullanım oranının %92,72⁴¹ olduğu ABD'nin perakende ticaretinde e-ticaret payı ise %24,1 düzeyindedir⁴².

ABD'nin 2023 yılında toplam e-ticaret geliri 1.065,68 milyar ABD dolarına dolarına ulaşmıştır.⁴³ Bu rakam, 2022 yılına göre %12,9; 2021 yılına göre %23,04'lik bir artış anlamına gelmektedir. 2023 yılı itibariyle ABD'nin e-ticaret hacmi 1,124 trilyon ABD doları olarak gerçekleşmiştir.⁴⁴ ABD'nin küresel e-ticaretteki payı %19,31 seviyesinde; çevrim içi alışveriş yapanların kullanıcı sayısı 2023 yılında 259,06 milyondur.⁴⁵



Kaynak: Statista (05/2023)⁴⁶ (“*” işaretli yıllar tahmini tutarları ifade etmektedir.)

ABD'nin e-ticaret gelirindeki artışı birkaç sebebe dayandırmak mümkündür. Öncelikle dünyada internetin en yaygın olduğu ülke ABD'dir. Amerikalıların dijital yatkınlığı e-ticarete de yansımaktadır. Benzer şekilde e-ticarette Amazon, e-Bay gibi değerli, küresel şirketlere sahip olunması da e-ticaret gelirindeki yüksek artışlarda kritik rol oynamaktadır.

³⁸ T.C. Ticaret Bakanlığı

³⁹ T.C. Ticaret Bakanlığı

⁴⁰ U.S.: internet usage reach 2020-2029 | Statista/

⁴¹ U.S.: smartphone penetration 2014-2029 | Statista

⁴² <https://ecommercedb.com/markets/us/all>

⁴³ U.S.: e-commerce ad spending 2019-2029 | Statista

⁴⁴ US Retail Ecommerce Sales Forecasts: EMARKETER Estimates and Historical Data

⁴⁵ U.S.: e-commerce number of users 2020-2029 | Statista

⁴⁶ U.S.: e-commerce ad spending 2019-2029 | Statista

5.1.1. PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER

ABD'nin önde gelen e-ticaret pazaryerleri olarak, Amazon, e-Bay, Walmart, Wayfair, ETSY, Target, Home Depot, Best Buy ve Chewy sayılabilir.

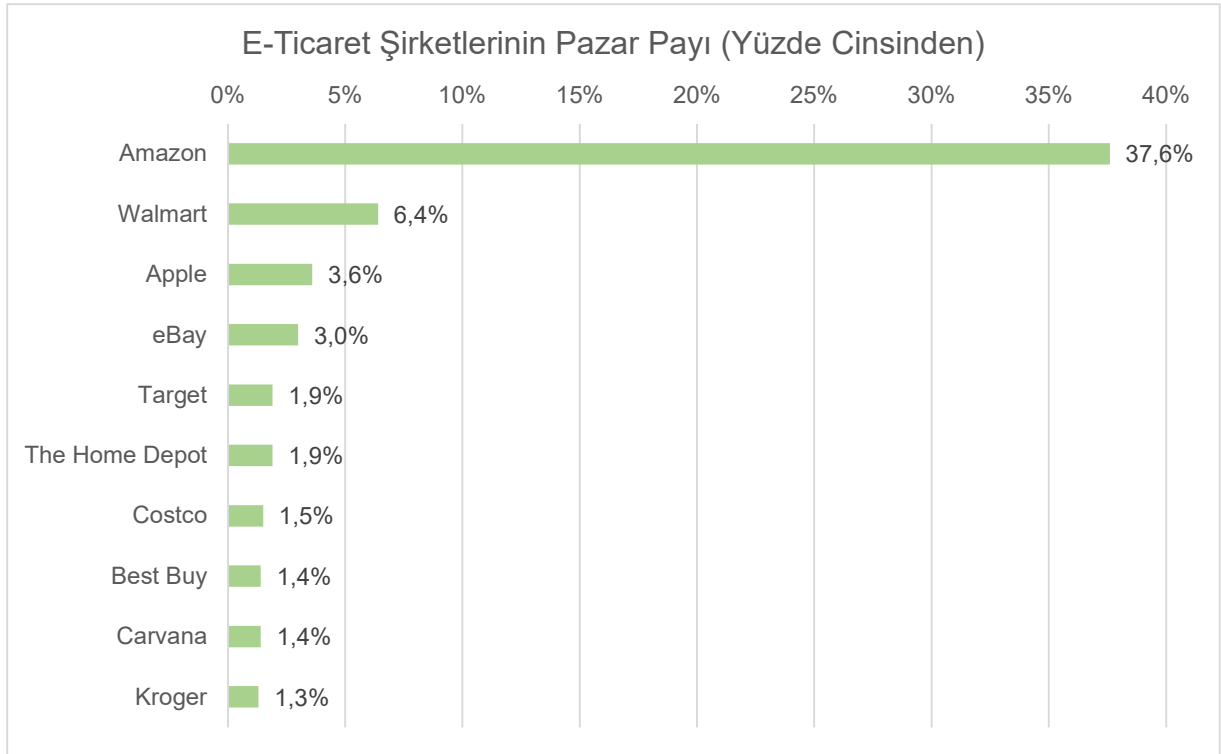
Shopify pazaryeri tüm dünyada olduğu gibi ABD'de de yükselen bir değere sahiptir. Walmart ve Target gibi şirketler esasen fiziksel mağazacılık alanında faaliyet gösterebilir de son dönemde hızlı bir şekilde çevrim içi alışverişe de yönelmeye başlamışlardır. Bu kapsamda, Macy's, Home Depot gibi Target, JCPenney ve Nordstrom gibi önde gelen perakende zincirleri sektörün önemli oyuncularına haline gelmiştir. Macy's, geniş bir moda ve ev ürünleri yelpazesi sunarken; Home Depot, yapı malzemeleri ve bahçe ürünleriyle öne çıkmaktadır. Target, uygun fiyatlı ve çeşitli tüketici ürünleriyle geniş bir kitleye hitap etmektedir. JCPenney, uygun fiyatlı giyim ve ev eşyalarıyla bilinirken; Nordstrom, daha yüksek kaliteli moda ve aksesuar seçenekleriyle lüks segmentte yer almaktadır. Bu mağazalar, mobil uygulamalar, web siteleri ve fiziksel mağazalar arasında sorunsuz bir geçiş sağlayarak müşteri memnuniyetini artırır ve modern tüketicinin beklentilerini karşılayarak rekabet avantajı sağlamaktadır.

Home Depot, Macys ise çok kanallara sahip diğer önemli zincir mağazalardır. Chewy ise kedi-köpek mamaları satışında önde gelen şirketler arasındadır. Bunun yanında, ETSY gibi satış kanalları da yaygın olarak kullanılmaktadır. Küçük firmalar için söz konusu platformlar, yüksek miktarlarda ürün stoku tutmaya gerek kalmadan büyük firmalar ile rekabete girebilme kolaylığı sağlamaktadır.

Amerika Birleşik Devletleri'nde bulunan çok kanallı mağazalar (Omni-Channel Stores), müşterilere hem fiziksel mağazalarda hem de çevrim içi platformlarda alışveriş yapma imkanı sunarak alışveriş deneyimini zenginleştirmektedir.

ABD'de e-ticarete en çok satılan ürün grupları hazır giyim, tekstil, ev tekstili, aksesuar, gıda, içecek, sağlık, kişisel bakım ve kozmetik ürünleri, hediyelik eşya, kitap, mobilya, tüketici elektroniği ve ofis araç gereçleridir.

Özellikle Noel dönemi, Kara Cuma (Black Friday), Siber Pazartesi (Cyber Monday) gibi özel gün ve haftalarda çevrim içi alışverişler önemli miktarda artış göstermektedir.



Kaynak: Statista (03/2024)⁴⁷

Tüm dünyada olduğu gibi Amazon, ABD’de de en hâkim e-ticaret sitesi konumunu korumaktadır. Öte yandan, fiziki mağazalarıyla bilinen Walmart da e-ticaretin önemini fark ederek bu alanda yaptığı yatırımlara hız kazandırmaktadır.

5.1.2. SOSYAL MEDYA

Yapılan son araştırmalar, 2023’nin üçüncü çeyreğinde ABD’de kişi başına internette geçirilen ortalama sürenin günlük 7 saat 3 dakika olduğunu göstermektedir.⁴⁸ Geçirilen bu zamanın 2 saat 18 dakikalık kısmı sosyal medya platformlarında geçirilmekte olup, hâlihazırda ülkede 2023 yılında 339,9 milyonluk nüfusun⁴⁹ %93,73’inin internet kullanıcısı olduğu⁵⁰ ve %70,1’inin aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmektedir⁵¹. 2022 yılında 372,2 milyon mobil aboneliğin olduğu⁵² (bir kişide birden fazla abonelik olabilmektedir) ve %58’inin aktif mobil sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmektedir. Facebook, Instagram, TikTok, iMessage ve FB Messenger ülkede yaygın olarak kullanılan sosyal medya platformlarıdır.

⁴⁷ [Largest online retailers in the U.S. 2023 | Statista](#)

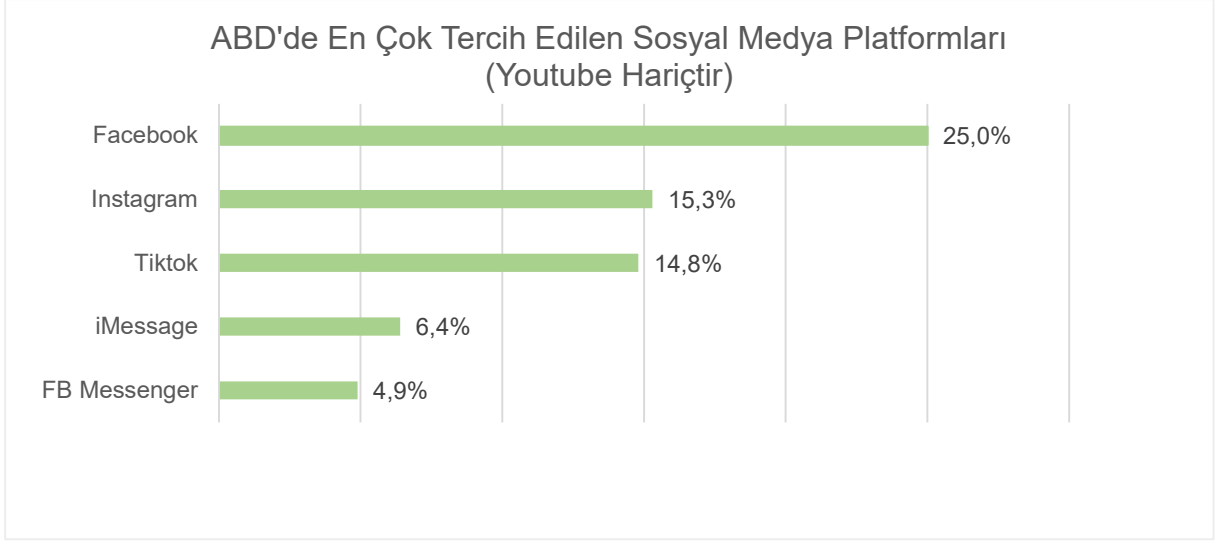
⁴⁸ [U.S. average daily media use 2023 | Statista](#)

⁴⁹ [U.S. Population 1950-2024 | MacroTrends](#)

⁵⁰ [U.S.: internet usage reach 2020-2029 | Statista](#)

⁵¹ <https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024/> Sayfa 215

⁵² [U.S. mobile cellular subscriptions 1984-2022 | Statista](#)



Kaynak: We Are Social Digital 2024⁵³

5.1.3. GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ

1930 Tarife Yasası'nın 321(a)(2)(C) Bölümü, CBP'ye (U.S. Customs and Border Protection- Gümrük ve Sınır Koruma Ajansı), adil perakende değeri 800 ABD dolarından fazla olmayan nitelikli ithalatların gümrük vergilerinden ve vergilerden muafiyet sağlaması için yetki vermektedir. Bu muafiyet "de minimis" olarak bilinmektedir.

Bu kapsamda, ABD'ye gönderilen 800 ABD dolarının altındaki e-ihracat gönderileri gümrük vergisinden muaf tutulmaktadır. Bu sınırı aşan ürünlerde ise resmi giriş (formal entry) yapılması ve belirlenen gümrük vergilerinin ödenmesi gerekmektedir.

Siparişlerin doğrudan posta veya kurye ile gönderilmesi durumunda, gönderilerin gümrükten geçmesi gerekecektir. Bu noktada, ürünlerin nasıl gümrükten geçirilerek zamanında teslim edilebileceğine dair CBP tarafından yayımlanan e-ticaret uyumluluk kılavuzunun incelenmesi faydalı olacaktır.

Section 321 kapsamında düzenlenen bu uygulama günde tek bir sevkiyatla sınırlıdır. Öte yandan, halihazırda ÇHC menşeli birçok ürüne uygulanan Section 301 önlemleri, Section 201 (korunma önlemleri) ve diğer ülkelerin yanı sıra ülkemiz menşeli demir-çelik ve alüminyum ürünlerine de uygulanmakta olan Section 232 önlemleri de minimis uygulamasından faydalanabilmektedir.

ABD'de katma değer vergisi bulunmamakta, benzer niteliklere sahip satış vergisi uygulanmaktadır. Satış vergileri eyalet bazında değişiklik gösterdiği gibi bazen yerel yönetimler bazında da değişebilmektedir. Genel olarak verginin oranı, gelişmesi öngörülen bölgelerde daha düşük tutulmaktadır. Uygulamada çoğu eyalet satılan malların üstüne %4,5 ila %9 arasında satış vergisi uygulamaktadır.

Gümrük uygulamaları hakkında daha detaylı bilgi için raporun "*Ülke Gümrük Uygulamaları*" bölümünü inceleyebilirsiniz.

⁵³ <https://datareportal.com/reports/digital-2024-united-states-of-america> Sayfa 61

5.1.4. E-TİCARETE YÖNELİK DÜZENLEMELER

ABD, milli posta hizmetleri kapsamında, e-ticaret firmalarına uzun yıllar düşük ücret izleme politikası yürütmüştür. 2020 yılında özellikle Çin'den gelen gönderilere yönelik önlem almak amacıyla; UPU (Universal Postal Union-Dünya Posta Birliği) Anlaşması kapsamında ülkelere uyguladığı fiyat politikasından çıkarak, kendi fiyat listelerini (self-declaration) ilgili üyelere bildirmiştir.

ABD'de e-ticaret ekosisteminde yer alan firmalara sağlanan en önemli destek, kümelenme, serbestlik ve finansmana ulaşımıdır.

E-ticaretten sorumlu kuruluşlar Ticaret Bakanlığı (Department of Commerce) altında faaliyet gösteren Federal Ticaret Komisyonu (Federal Commerce Commission), sınır ötesi ticaret özelinde ise Uluslararası Ticaret İdaresi (International Trade Administration)'dir.

ABD'de e-ihracata yönelmek isteyenlere, Uluslararası Ticaret İdaresi tarafından kurulan ofisler aracılığıyla danışmanlık destekleri verilmektedir.

ABD'de üretilip ihraç edilen ürünler haricinde, ABD'den ihraç edilen ancak başka bir yerde üretilen malların iadesi söz konusu olduğunda; bu ürünler gümrüksüz muameleye uygun olabilmektedir. CBP, ABD'den ihraç edilen ve bilahare ABD'ye iade edilen ve değeri artırılmayan veya durumu iyileştirilmeyen yabancı menşeli malların, ihracattan sonraki üç yıl içinde iade edilmesi koşuluyla vergiden muaf tutulacağını açıklayan bir düzenleme de yayımlanmıştır.

Dolayısıyla bir şirket, başka bir ülkeden bir ürün ithal etmiş ve daha sonra yurtdışındaki bir müşteriye satmışsa ve bu müşteri ürünü iade ederse, ABD'ye geri girişi gümrükten muaftır. Bir ürünü iade etmek veya değiştirmek isteyebilecek tüketicilere yurt dışında mal satan perakendeciler için bu nokta önem arz etmektedir.

Diğer taraftan CBP, nitelikli ithalatlar için kamuya gümrüksüz gönderilerin faydalarını sağlarken, yasadışı ticarete karşı koruma sağlamak amacıyla e-ticaret ortamında Bölüm 321 gönderilerini izlemek için de iki yeni test programı hayata geçirmiştir.

ABD'de; posta, çevrim içi veya telefon siparişleri için müşteriye teslimat süreleri düzenlenmiştir. Federal Ticaret Komisyonu 30 gün kuralı uyarınca, satıcının teslimat için reklamı yapılan süreyi veya böyle bir süre belirlenmemişse 30 gün olarak varsayılan süreyi karşılayamaması halinde, gecikme için müşterinin onayının alınması gerekmektedir. Federal Ticaret Komisyonu (FTC) Yasası kapsamında FTC, aldatıcı veya haksız ticari uygulamaları önlemek de dahil olmak üzere tüketiciyi korumaya ilişkin yasaları uygulamaktadır.

Çocukların Çevrimiçi Gizliliğini Koruma Yasası (COPPA) çerçevesinde, 13 yaşın altındaki çocuklardan bilgi toplayan çevrimiçi hizmetlerin belirli gizlilik kurallarına uyması gerekmektedir.

Gramm-Leach-Bliley Yasası (GLBA) çerçevesinde, şirketlerin tüketicilerin finansal bilgilerini koruması gerekmektedir.

CAN-SPAM Yasası kapsamında, ticari e-postalar için gereklilikler belirlenmiş olup, alıcılara kendilerine e-posta gönderilmesinin durdurulması hakkı verilmiştir.

Ödeme Kartı Endüstrisi Veri Güvenliği Standardı (PCI DSS), işletmelerin kredi kartı bilgilerini korumak için uyması gereken güvenlik standartlarını belirlemektedir.

Son olarak, Engelli Amerikalılar Yasası (ADA), daha çok fiziksel alanlara odaklanmakla birlikte, web sitelerinin engelli kişiler için erişilebilir olmasını zorunlu kılmakta ve e-ticareti etkilemektedir. Söz

konusu yasa kapsamında, kendi web siteleri üzerinden e-ticaret yapan ABD’de yerleşik bazı firmalarımızın davalara maruz kaldığı durumlar görülebilmektedir.

5.1.5. DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI

Ülkede tercih edilen önemli dijital ödeme sistemlerinin başında Paypal, Amazon Pay, Google Pay, Apple Pay, Mastercard Paypass, Venmo, Zelle, Stripe, Square Cash, Master Pay ve Cash App gelmektedir.

Tercih edilen hızlı kargo çözümleri ise United States Postal Service, UPS, FedEx, DHL, Sendle’dır. Aynı zamanda ülkede ShipBob, FreightPros, Simpl, ShipMonk, WhiteBox, Amazon tarafından sipariş karşılama hizmetleri verilmektedir.

5.1.6. LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 17 (2023)⁵⁴

Lojistik Performans Endeksi (LPI), ülkelerin ticaret lojistiği performanslarında karşılaştıkları zorlukları ve fırsatları ve performanslarını artırmak için neler yapabileceklerini belirlemelerine yardımcı olmak amacıyla oluşturulmuş bir kıyaslama aracıdır. Bu endekste, ülkeler aldıkları puana göre aynı sırayı paylaşabilmektedir.

5.1.7. İPUÇLARI

ABD’de ürünlerin etiketlenmesi sırasında izlenecek kurallara riayet edilmesi ciddi önem arz etmektedir.

ABD pazarına girecek firmalarımızın bir veya daha fazla sayıda çevrim içi satış sitesi platformuna üyeliklerinin yanı sıra, gönderilen malların fiziki olarak depolanacağı, elleçleneceği, paketleneyeceği, malın müşteriden iade süreçlerinin yönetilebileceği, fiziki bir sipariş karşılama merkezi olarak adlandırılan sipariş karşılama hizmeti ve satıcının bu sisteme çevrim içi olarak entegre olabilmesi; satışların ve iade süreçlerinin hızlı ve güvenli bir şekilde gerçekleşmesine ilişkin kritik rol oynamaktadır.

ABD’de e-ticaret satışlarında iade oranları oldukça yüksek olup, 2023 yılı itibarıyla ortalama iade oranı %17,6’dır. Bu oranlar tatil harcamaları gibi dönemsel alışverişlere göre değişiklik göstermekte; hazır giyim sektörü %25 ile iadelerde ilk sırada yer almaktadır. ABD’li tüketiciler, iade süreçlerinin ücretsiz ve hızlı şekilde tamamlanmasını beklemekte; bu nedenle e-ticarete başarıya yönelik reklamı yapılan iade politikalarının ve üçüncü taraf lojistik sağlayıcıların (third party logistics-3PL) bu talepleri karşılaması da mühim bir noktadır. Söz konusu durumda, iade sonrası taşıma maliyetlerinin yüksekliği sebebiyle, yüksek sayıdaki iadelerin nasıl idare edileceğinin finansal olarak analizinin yapılması ve iade edilen ürünlerin sipariş karşılama hizmeti veren bir hizmet sağlayıcıda birleştirilerek toplu şekilde geri gönderilmesi seçeneğinin değerlendirilmesi faydalı olacaktır.

Lojistik, e-ihracatın en önemli başlıklarından biridir ve hızlı teslimata önem veren Amerikalı çevrim içi tüketiciler, hizmet aldıkları e-ihracat firmalarından yeniden sipariş verme eğilimindedir. Bu sebeple e-ihracat ve mikro ihracat uzmanı ekspres kargo firmaları ile çalışmak önemlidir. E-ticaret sitesinde ya da çevrim içi pazaryeri mağazasında teslimat bilgilendirmelerine ve sürelerine önem verilmeli, lojistik süreçler iyi takip edilmelidir.

⁵⁴ **2023 | Logistics Performance Index (LPI) (worldbank.org)**

Bunun yanında e-ticaretin lojistik ayağında öne çıkan söz konusu sipariş karşılama hizmetlerin alınabileceği Fulfillment Center'ların (Sipariş Karşılama Merkezleri) ülkede önemini giderek artırmaktadır.

Söz konusu merkezler firmaların satışlarının artmasına paralel olarak teknolojik imkanların vasıtası ile operasyonel süreçleri hızlandıran ve kolaylaştıran bir yapı arz etmekte ve geleneksel depolara alternatif olarak, ürün satışından itibaren depolamanın yanı sıra envanter yönetimi, reklam tanıtım, müşteri memnuniyeti, ürün takipleri gibi alanlardaki diğer hizmetleri de içermekte ve hem şirketlere hem de bireylere hitap etmektedir.

Firmalarımız ürün gamlarına göre, ABD'de hizmet veren sipariş karşılama merkezlerini seçebilmektedir. Bu konuda, firmalarımızın anılan merkezlerle çalışmasında kriter olarak alabilecekleri konuların başında, ürünlerine göre sipariş karşılama merkezlerinin lokasyonu (örneğin mobilya firmasının emlak ücretlerinin görece daha düşük olduğu eyaletlere yönelmesi gibi.) ve daha önce hizmet verilen referans firmalara bakılarak seçilmesinin yararlı olabileceği değerlendirilmektedir.

Sipariş karşılama hizmeti alan ve/veya ülkede depo kuran ihracatçı firmaların ihtiyaç duyacakları şirket kurulumu, muhasebe konularında ortak hizmet alımına imkân sağlanmasının ABD pazarına girişte büyük fayda sağlayacağı öngörülmektedir.

Amazon gibi pazaryerlerinde sipariş karşılama hizmetinin yanı sıra dijital tanıtım ve hesap yönetimi firmalarımız tarafından doğru planlanmalıdır. Ayrıca, saat farkı ve müşteri hizmetlerindeki beklentiler de göz önünde bulundurularak, yerel olarak müşteri hizmetlerinin nasıl ve ne zaman sunulacağının planlanması da önemlidir.

Sınır ötesi e-ticaretteki başarının önünde önemli bir engel, müşterilerin yerel olarak bir temsilciyle muhatap olamamasıdır. ABD'li tüketicilerin dörtte biri doğrudan ve zamanında müşteri hizmeti sunulmasını talep etmektedir.

Diğer taraftan, küresel bir ekonomi dergisinin verdiği bilgilere göre; ABD'li tüketicilerin çevrim içi pazar platformlarında geçirdiği ortalama süre 1 ila 3 dakika iken aynı süre Çin'de ise 30 dakika olarak gerçekleşmiştir. Bununla birlikte ABD'li tüketiciler halen Çinli tüketicilere nazaran 3,3 kat daha fazla süreyi alışveriş merkezlerinde geçirmektedir. Bu durum ABD'li tüketicilerin çevrim içi pazaryerlerinde hedef ürün odaklı davrandıklarını göstermektedir.

Bu anlamda, yerel tüketicilerin gecikmeli ancak salgının etkisi ile hızlanan bir ivme ile e-ticarete yöneldiği dikkate alındığında; firmalarımızın hem mevcut pazaryerlerine hem de fiziki mağazacılıktan çevrim içi ticarete yatırımlarını arttıran çok kanallı satış ağını kullanan zincir mağazalara ağırlık vermeleri yerinde olacaktır.

Sınır ötesi alışveriş, ABD'nin kendi e-ticaret olanaklarının ölçeği nedeniyle, diğer ülkelerdeki kadar yaygın değildir. Ülkede internet üzerinden alışveriş yapanların %33'ü yurt dışından alışveriş yaparken, uluslararası satışlar ülkenin e-ticaret pazarının sadece %7'sini oluşturmaktadır.

Bununla birlikte, e-ticaret önemli bir pazar oluşturarak 2023 yılında %7,6'lık artışla 1.119 milyar ABD dolarına ulaşmıştır.⁵⁵ ABD'li müşterilerin yurt dışından alışveriş yapma isteği, inişli çıkışlı olmasına rağmen artmaktadır. Ayrıca, mevcut gümrük muafiyetleri de dikkate alındığında mikro işletmeler ile kadın ve genç girişimcilerimizin ETSY gibi platformlar vasıtasıyla ülkenin e-ticaret pazarında mikro-ihracat yöntemi ile satış yapabilecekleri değerlendirilmektedir.

⁵⁵ U.S. Census Bureau

5.2. ALMANYA FEDERAL CUMHURİYETİ



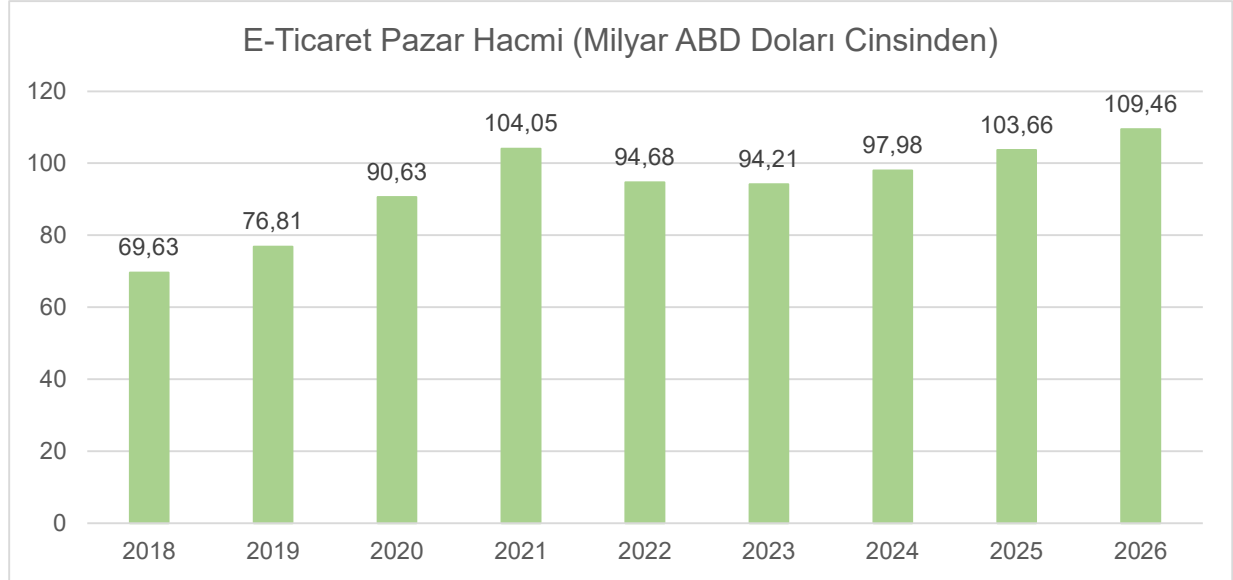
Almanya 84,5 milyon nüfusuyla⁵⁶, dünyadaki en büyük e-ticaret pazarlarından biridir. Gayrisafi yurt içi hasılası 4,59 trilyon ABD dolara⁵⁷ ulaşan ülkenin ekonomisi dünyanın dördüncü sırada yer almakta ve son derece gelişmiş bir sosyal piyasa ekonomisine sahiptir.

Almanya'da e-ticaret, perakende sektörünün vazgeçilmez bir parçasıdır. Bu çerçevede, Almanya hem uluslararası çevrim içi perakendeciler hem de hizmet sağlayıcılar için birçok fırsat sunmaktadır. Ülkede 16 yaş ve üzerindeki internet kullanıcılarının %95'i çevrim içi mal ve hizmet satın almakta; Bitkom'a göre bu oran 58 milyon dijital alıcıya denk gelmektedir. Almanya'da her yıl büyümeye devam eden bir alan olan B2C e-ticaretin çevrim içi geliri 21. yüzyılın başlarında 1,1 milyar avro iken 2023'de bu rakam 89,4 milyar avroya çıkmıştır.⁵⁸

E-ticaret hacmi ise 92,18 milyar ABD dolarına ulaşmıştır.⁵⁹ Bu durum Almanya'yı AB içinde birinci ve dünya sıralamasında Çin, ABD, Büyük Britanya, Japonya ve Güney Kore'nin ardından altıncı sıraya yerleştirmektedir.⁶⁰

Almanya'nın önde gelen çevrim içi mağazaları, Almanya e-ticaret pazarının yaklaşık %40'ını oluşturmaktadır. Alman tüketicilerin çevrim içi alışverişe yatkınlığı istatistiklere de yansımaktadır.

Ülkede, 2025 yılına kadar e-ticaret kullanıcı sayısının 68,4 milyona yükseleceği tahmin edilmektedir.



Kaynak: eMarketer (07/2024)⁶¹

⁵⁶T.C. Ticaret Bakanlığı

⁵⁷T.C. Ticaret Bakanlığı

⁵⁸E-commerce revenue in Germany 2023 | Statista

⁵⁹Retail Ecommerce Sales in Germany Forecasts: EMARKETER Estimates and Historical Data

⁶⁰Germany Trade and Invest

⁶¹eMarketer - Germany E-commerce Sales

5.2.1. PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER

Almanya'nın e-ticaret hacmi, 2018 yılından itibaren düzenli bir artış kaydederek, 2020 yılında 90,63 milyar ABD dolarına ulaşmıştır. Bu dönemde yaşanan sıçrama, 2021 yılında da devam etmiş ve hacim 104,05 milyar ABD dolarına yükselmiştir. Ancak, 2022 ve 2023 yıllarında hafif bir gerileme meydana gelmiş; e-ticaret hacmi sırasıyla 94,68 milyar ve 94,21 milyar ABD doları olarak gerçekleşmiştir. 2024 yılı için yapılan tahminler, e-ticaret hacminin toparlanarak 97,98 milyar ABD dolarına çıkacağı yönündedir. 2025 ve 2026 yıllarına yönelik projeksiyonlar ise Almanya'nın e-ticaret hacminin sırasıyla 103,66 milyar ve 109,46 milyar ABD doları seviyelerine ulaşacağını öngörmektedir.

Almanya'daki e-ticaret gelirinde en büyük payı %24,1 ile Moda sektörü almaktadır. Bunu, %23,9 ile Hobi ve Eğlence, %21,5 ile Elektronik, %10,0 ile Mobilya ve Ev Eşyaları, %8,4 ile Bakım Ürünleri, %6,4 ile Gıda ve kalan %5,7 ile Yapı Market kategorileri izlemektedir.⁶²

Alman çevrim içi perakendecilerin gelir bazında ilk sırasında, her alanda satış yapan "amazon.de" yer alır iken söz konusu platformu "otto.de" takip etmektedir. Moda perakendecisi olan "zalando.de" de ilk üçte yer almaktadır.

Pandemi nedeniyle son iki yıldır piyasaya yüzden fazla yeni oyuncu katılmıştır. Söz konusu 214 adet çevrim içi pazaryerinin 72'si sürdürülebilirliğe odaklanmakta ve/veya ikinci el ürünler sunmaktadır.

Çevrim içi pazaryerleri daha iyi fiyat koşulları oluşturmaları, daha geniş ürün yelpazesi sunmaları ve sağladıkları konfor sayesinde, Almanya'daki tüketiciler arasında giderek popüler hale gelmektedir. "Sendcloud" tarafından yapılan güncel bir araştırma, Alman tüketicilerin %93'ünün çevrim içi pazaryerleri aracılığıyla alışveriş yaptığını ve %30'unun uluslararası mağazalardan sipariş verdiği tespit etmiştir.⁶³

Ülke pazarında müşteri tercihleri bakımından teslimat seçenekleri de çok önemli bir rol oynamaktadır. Müşterilerin %60'ı, tercih ettikleri teslimat seçeneği mevcut değilse, çevrim içi pazardaki sipariş sürecini iptal etme eğilimindedir. Tüketicilerin %40'ı, en popüler platform olan Amazon Prime'a abonelik yaptırmıştır. 2021 yılı itibarıyla Almanya'daki en önemli çevrim içi pazaryerleri; Amazon, eBay, Otto, Zalando, Etsy, About You, Shop Apotheke, Alternate, Hood.de ve Avocado Store'dur.⁶⁴

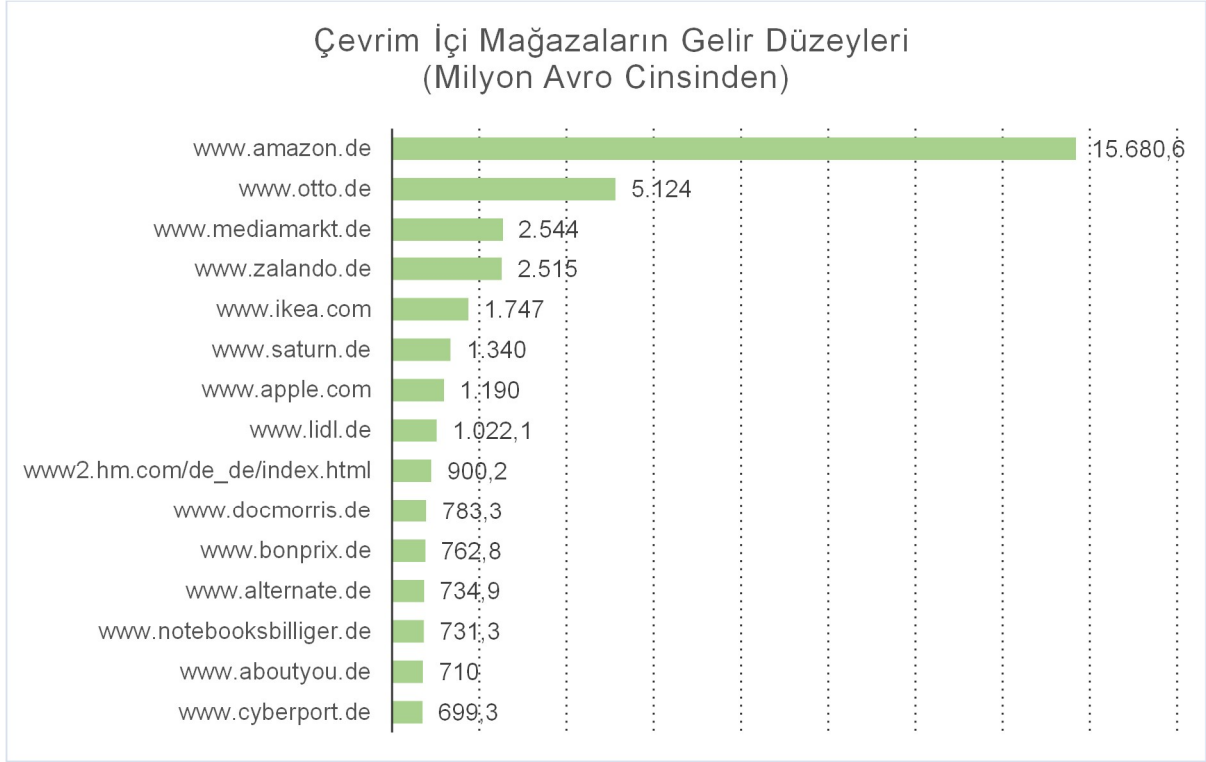
Almanya'da e-ticaret hacminin arttığı belli başlı özel günler; Black Friday, Sevgililer Günü, Noel ve Yılbaşı dönemi, Karneval (Fasching), Siber Pazartesi (Cyber Monday), Cadılar Bayramı (Halloween), Paskalya, Anneler Günü, Schulanfang (Okulun ilk günü) günleridir.

MediaMarkt, Lidl, Obi, Rewe ve Galeria Kaufhof, hem fiziksel hem de çevrimiçi alışveriş imkanları sunmaktadır. MediaMarkt, elektronik ve ev aletlerinde; Lidl, uygun fiyatlı gıda ürünlerinde; Obi, DIY ve bahçecilik malzemelerinde; Rewe, taze ve organik gıda seçeneklerinde; Galeria Kaufhof ise moda ve ev eşyalarında geniş ürün yelpazesi ile dikkat çekmektedir. Bu mağazalar, alışverişini kolaylaştıran çok kanallı hizmetleri ile müşteri memnuniyetini artırmaktadır.

⁶² <https://ecommercedb.com/markets/de/all>

⁶³ Sendcloud 2021/2022 E-commerce Delivery Compass

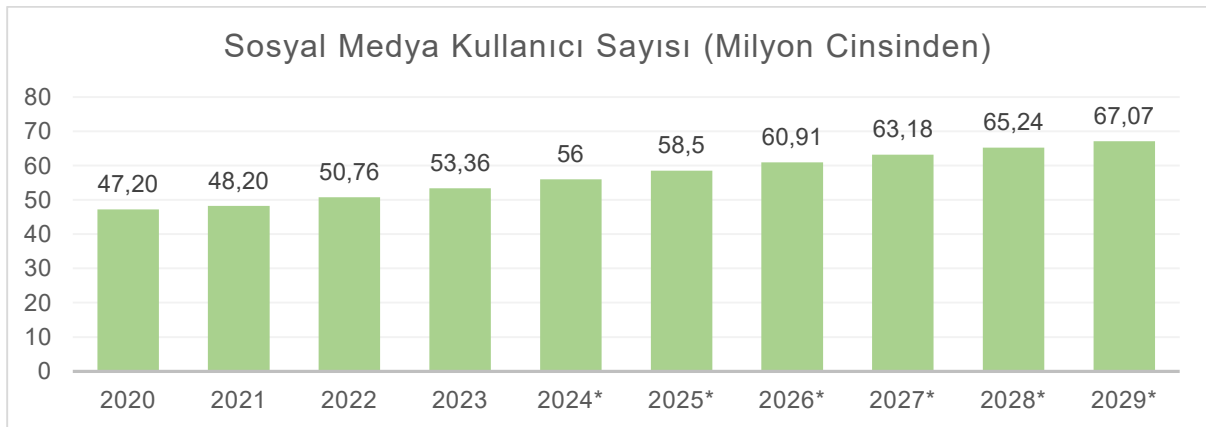
⁶⁴ <https://www.gtai.de/en/invest/industries/consumer-industries/e-commerce>



Kaynak: Statista (10/2022)⁶⁵

5.2.2. SOSYAL MEDYA

Almanya'da 2022 yılında 50,76 milyon olan sosyal medya kullanıcısı sayısı, 2023'de 53,36 milyona yükselmiştir.⁶⁶ 2020'den bu yana ülkedeki sosyal medya kullanıcı sayısında yaklaşık %13,05'lik bir artış meydana gelmiştir. 2029 yılına kadar 67 milyondan fazla sosyal medya kullanıcısı olacağı tahmin edilmektedir.



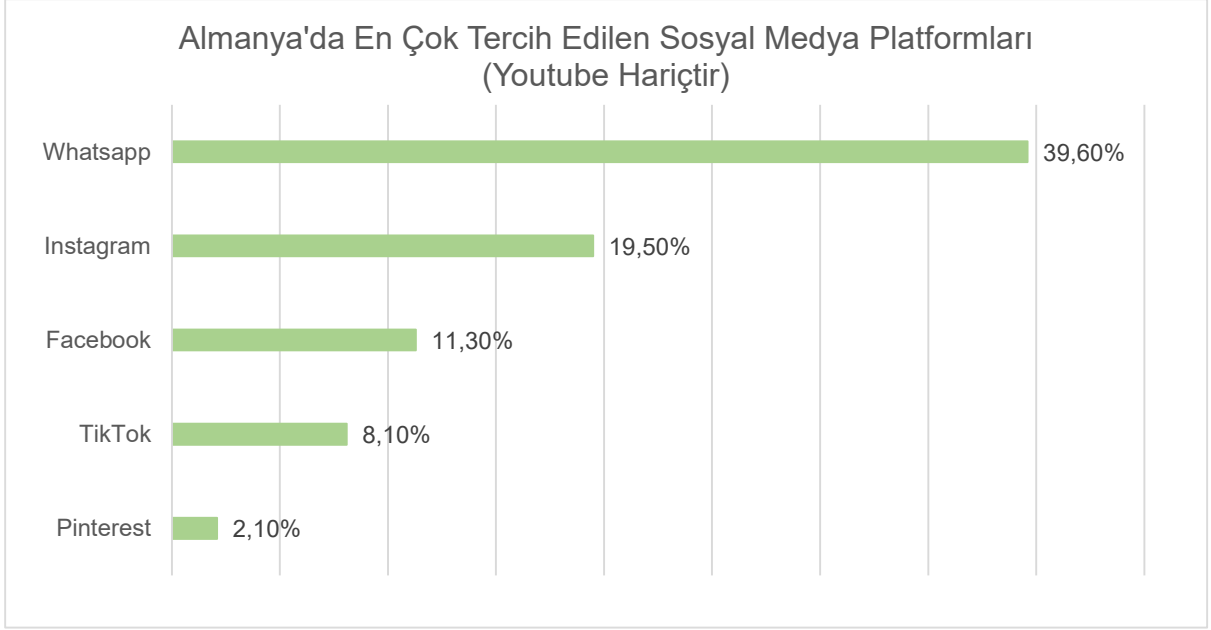
Kaynak: Statista (10/2023)⁶⁷ ("*" işaretli yıllar tahmini tutarları ifade etmektedir.)

Bununla birlikte ülkede en çok tercih edilen sosyal medya platformları Whatsapp, Instagram, Facebook, TikTok ve Pinteresttir.

⁶⁵ E-commerce: top 100 online shops Germany | Statista

⁶⁶ Germany: social media users 2020-2029 | Statista

⁶⁷ Germany: social media users 2020-2029 | Statista



Kaynak: We Are Social: Digital 2024⁶⁸

Tüketim alışkanlıkları dikkate alındığında, insanlar ikinci el ürün satın almayı ya da satıcıların tavsiyelerini dinlemeyi tercih etmektedir. Fakat artık mağaza çalışanları, yakın çevre ve satış personellerinin üstlendiği görev, günümüzde dijital meslektaşlar olan "influencer"lara devredilmiştir.

5.2.3. GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ

AB üyesi olmayan bir ülkeden internet aracılığıyla Almanya'ya verilen siparişlerde, ithalattan dolayı bir vergi kesintisinin ortaya çıkıp çıkmayacağı veya ne ölçüde ortaya çıkacağı, gönderilen malların fatura tutarına bağlıdır. Özel kişiler ve ticari alıcılar için geçerli olan bu vergi kesintileri, aşağıdaki sınır değerleri göz önünde bulundurularak gerçekleştirilmektedir.

Avrupa Birliği tarafından, üye olmayan ülkelere, 1 Temmuz 2021 tarihi itibarıyla 22 avro olan KDV istisnası yürürlükten kaldırılmış ve işletmeden son tüketiciye (B2C) satışlarda, değeri 150 avroyu aşmayan sevkiyatlarda geçerli olacak IOSS (Import One-Stop Shop- Tek Noktadan İthalat Merkezi) adında yeni bir KDV sistemi kurulmuştur. 22 avroya kadar olan satışlarda KDV istisnası kaldırılarak 150 avroyu aşmayan sevkiyatlarda her AB üyesi ülke tarafından belirlenmiş oranda KDV tahsil edilme uygulamasına geçilmiştir. Nihai fatura bedeli 150 avroyu aşmıyorsa, ürün gümrük vergilerinden muaf tutulur.

Ürünün nihai fatura bedeli 150 avrodan fazla ise vergiler gümrük tarifesine göre hesaplanır. Böylece, 1 Temmuz 2021'den itibaren, üçüncü bir ülkeden veya üçüncü bir bölgeden AB'ye ithal edilen tüm ticari mallar, değerlerine bakılmaksızın KDV'ye tabi olacaktır. Alkollü ürünler, tütün ürünleri, kavrulmuş kahve, çözünür kahve ve kahve içeren ürünler için tüketim vergisi (VSt) tahsilatı ve ödemesi satış değerinden bağımsız olarak tahsil edilmektedir.

Ayrıca, 1 Temmuz 2021 tarihinden itibaren, Avrupa Birliğinde gerçekleşen sınır ötesi B2C satışlar için OSS uygulaması başlamıştır. Bugüne kadar yürürlükte olan uygulamada, ürünlerini bir AB ülkesinden diğer üye ülkelerdeki alıcılara satan işletmeler, satışlarının belirli bir eşiği aştığı her bir üye devlette VAT (Value Added Tax- Katma Değer Vergisi) kaydı yaptırmakla yükümlüydü. Bu eşik ise ülkeden ülkeye değişmekteydi. Geçerli olan yeni uygulamada ise, AB genelinde e-ticaret için 10.000 Avro

⁶⁸ <https://datareportal.com/reports/digital-2024-germany> Sayfa 60

değerinde bir eşik değer belirlenmiştir. Bu eşğin üzerinde çevrim içi satış gerçekleştiren işletmeler, VAT yükümlülüklerini kayıt olacakları tek bir çevrim içi platform olan OSS üzerinden gerçekleştirebilecektir. Ödemeler, satış yapılan ülkenin KDV yüzdesine göre yapılacaktır.

OSS sistemine kayıt işlemleri, firmanın yerleşik olduğu ülkede yapılabilecektir. Almanya'da bu işlemler ile ilgili yetkili kurum Bundeszentralamt für Steuern (BZSt-Federal Merkez Vergi Dairesi)'dur. AB genelinde belirlenen bu 10.000 € değerindeki eşğin altındaki sınır ötesi satışlarda ise, VAT için getirilen iç kurallar uygulama alanı bulmaya devam edecektir.

Böylece, AB'deki alıcılara ithal edilen malları satan tedarikçilerin ve elektronik ara yüzlerin, alıcının mallar teslim edildiği anda KDV'yi ödemesini sağlamak yerine, KDV'yi tahsil etmesine, beyan etmesine ve vergi makamlarına iletmesine olanak tanınacaktır.

Bu uygulamalar ile e-ticaret yapan bütün firmaların AB içerisinde vergiye tabi olmasının sağlanacağı, AB'de KDV dolandırıcılığı ile mücadelede yardımcı olacağı ve dolayısıyla AB şirketleri arasında adil rekabeti sağlayacağı değerlendirilmektedir.

Gümrük uygulamaları hakkında daha detaylı bilgi için raporun "*Ülke Gümrük Uygulamaları*" bölümünü inceleyebilirsiniz.

5.2.4. E-TİCARETE YÖNELİK DÜZENLEMELER

Avrupa Birliği içinde uyumlaştırılmış yasal düzenlemelerin yanı sıra Almanya'da Medeni Kanun Bürgerliches Gesetzbuch (BGB) kapsamındaki genel hüküm ve koşullara ilişkin düzenlemeler ile sözleşme hukuk kuralları başta olmak üzere;

- Haksız Rekabete Karşı Yasa (Gesetz Gegen Den Unlauteren Wettbewerb- UWG),
- Fiyat Teklifi Genelgesi (Preisangabenverordnung- PrAngV),
- Telemedya Yasası (Telemediengesetz- TMG),
- Gizlilik Yasası (Bundesdatenschutzgesetz- BDSG),
- Paketleme Yasası (Verpackungsgesetz- VerpackV),
- Tüketiciyi Koruma Yasası (Verbraucherschutz- BMUV),
- Yayın ve Elektronik Medyada İnsan Onurunun Korunması ve Küçüklerin Korunmasına İlişkin Anlaşma (Staatsvertrag über den Schutz der Menschenwürde und den Jugendschutz in Rundfunk und Telemedien- JMStV),
- Menkul Kıymetler Yasası ve Mali Denetim Yasası (Wertpapierhandelsgesetz- WpHG),
- Ticari Marka İhlali Yasası (Gesetz über den Schutz von Marken und sonstigen Kennzeichen- Markengesetz- MarkenG) kapsamındaki düzenlemelere e-ticaret yaparken uyma zorunluluğu bulunmaktadır.

Bu çerçevede, Almanya'da e-ticarete ilişkin yapılan en yaygın hatalar arasında; tüketicilerin cayma hakları konusunda uygun şekilde bilgilendirilmemesi, baskıda yanlış bilgi ve adil olmayan hüküm ve koşulların kullanılması, ürün etiketlemesi, fiyatlandırma ve nakliye maliyetleri ile çevrim içi anlaşmazlık sistemleri konusunda eksik bilgi verilmesi, telif haklarının ve ticari markaların ihlali yer almaktadır.

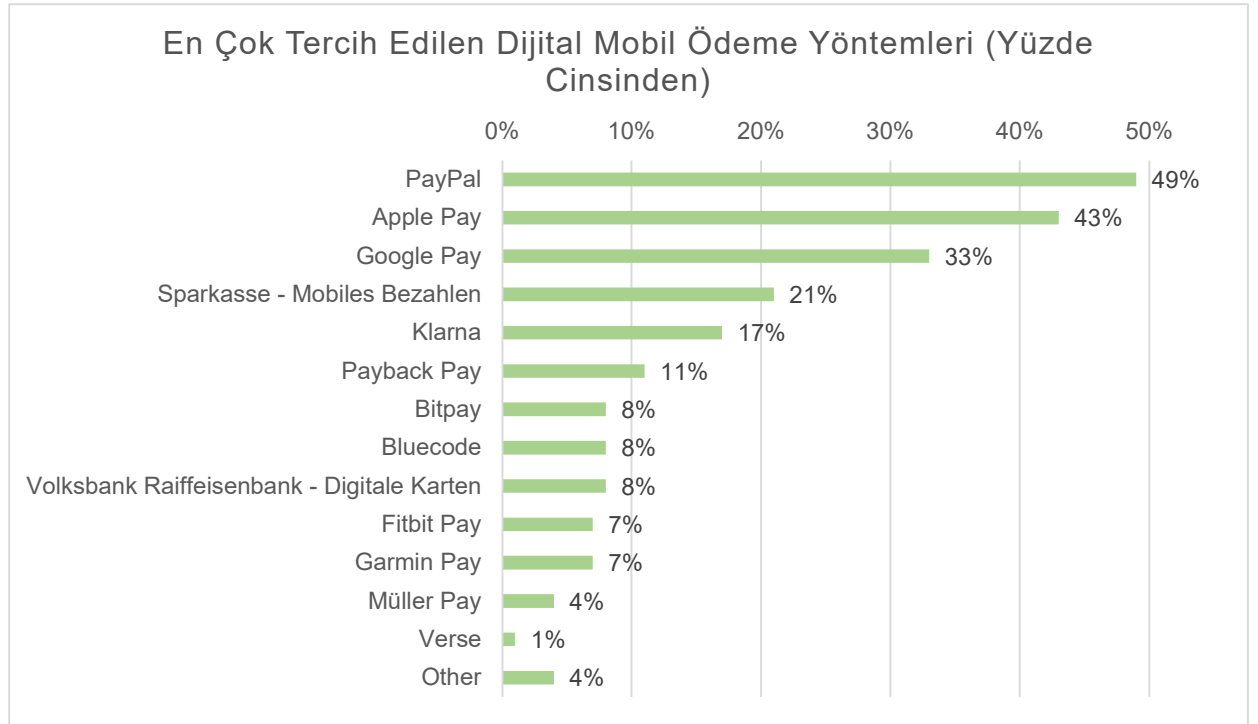
Bununla birlikte, ülkedeki e-ticaret sitelerinde ürünlerini sergilemek ve satmak isteyen firmaların vergi dairelerinden bir vergi kimlik numarası alması zorunluluğu bulunmaktadır.

5.2.5. DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI

Almanya'da yapılan çevrim içi alışveriş işlemlerinde ödeme şekilleri büyük ölçüde ürüne bağlıdır. Federal E-ticaret ve Mesafeli Satış Ticaret Birliği (Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V.- bevh) verilerine göre, hizmet alımlarında kredi kartı kullanma oranı %35'i bulurken, ürün alımlarında bu oran %12 civarındadır. Almanya'da çevrim içi alışveriş yapanların %40'ı satın aldıkları ürünler için faturalandırılmayı tercih etmektedir. Çevrim içi ödeme sistemleri (örneğin PayPal, SOFORT Überweisung ve Giropay) genel olarak en popüler ödeme yöntemleridir. Ayrıca, Google Pay, Apple Pay ve Alipay gibi ödeme uygulamaları da ülkede kullanılmaktadır.

Dolayısıyla Almanya'yı hedefleyen e-ihracatçıların yerel ödeme altyapılarını sağlamaları gerekmektedir. Almanya'da e-ticaret yapmak için satıcıların yalnızca kredi kartı ile ödeme seçeneği sunması, satış hedeflerine ulaşma noktasında dezavantaj yaratabilmektedir. Ülkede kredi kartlarında Visa, MasterCard, PayPal ve American Express ile kapıda ödeme sistemleri mevcuttur.

Almanya'da hızlı kargo hizmetleri Ceva Logistics LLC, C H Robinson Worldwide, DB Schenker Inc, DHL Global Forwarding GmbH, DHL Supply Chain GmbH ve Dsv tarafından sunulmaktadır. Sipariş karşılama hizmetleri ise Active Ants Germany, Huboo Germany ve Schenker Deutschland AG tarafından sağlanmaktadır.



Kaynak: Statista (05/2024)⁶⁹

⁶⁹ [Biggest contactless payment brands at POS in Germany 2024 | Statista](#)

5.2.6. LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 3 (2023)⁷⁰

Lojistik Performans Endeksi (LPI), ülkelerin ticaret lojistiği performanslarında karşılaştıkları zorlukları ve fırsatları ve performanslarını artırmak için neler yapabileceklerini belirlemelerine yardımcı olmak amacıyla oluşturulmuş bir kıyaslama aracıdır. Bu endekste, ülkeler aldıkları puana göre aynı sırayı paylaşabilmektedir.

5.2.7. İPUÇLARI

Almanya'da herhangi bir ürün satmak için e-ticaret oldukça pratik bir ihracat modelidir. Almanya'da e-ihracat yapmak için ürünlerin satışı, diğer Avrupa ülkelerinde olduğu gibi Almanya'nın yasal prosedürleri ve standartlarında, anayasa çerçevesinde yapılabilir.

Türkiye'den Almanya'ya e-ihracatın arttırılabileceği ürünler; hazır giyim, elektrikli aletler, ev tekstili, takı ve aksesuar, hediyeelik eşya, kişisel bakım ürünleri, temizlik ürünleri, ayakkabı, deri ürünleri, kitap, büro malzemeleri, kuru gıda ve ev dekorasyonu ürünleri olarak sıralanabilmektedir.

Türkiye'den Almanya'ya e-ticaret yolu ile ürün satmanın iki temel yolu mevcuttur;

- Firmaların kendi internet siteleri üzerinden satış yapmaları ve
- Birçok firmanın satış yaptığı tanınmış e-ticaret siteleri üzerinden satış yapmaları

Firmaların kendi internet sitelerini yüzlerce müşteriye çekecek ve potansiyel müşterileri alışverişe ikna edecek çekici bir rota haline getirmek, uzun dönem yatırımları gerektiren zorlu ve masraflı bir süreç oluşturabilir. Bu çerçevede, firmalar tarafından müşterilerin siparişlerini vermeden önce sisteme giriş hatalarının belirlenmesi ve bunların düzeltilmesi için teknik araçların sunulmasından müşterinin siparişi kabul etmesine yönelik sözleşmeyi kaydetme seçeneğine kadar süreçle ilgili yükümlülüklerin yerine getirilmesi önem arz etmektedir.

Diğer taraftan, medyada sıklıkla reklamı görünen, müşterilerin güvendiği ve her gün binlerce müşterinin ziyaret ettiği e-ticaret sitelerinde satış yapmanın kısa dönemli kazanç için çok daha avantajlı, kolay ve masrafsız olduğu değerlendirilmektedir.

Bunun yanı sıra, ülkede mobil cihazların sıklıkla kullanılıyor olması sebebiyle, sabit perakende mağazaları ile çevrim içi ticaret arasındaki ilişki, örneğin çok kanallı ve çapraz kanallı hizmetler şeklinde daha önemli hale gelmektedir. Bunun bir örneği, Covid-19 krizinin ardından popülerlik kazanan Click & Collect (Tıkla ve Al) hizmetleridir. Click & Collect prensibi ile ürünler çevrim içi olarak sipariş edilmekte ve bir mağazadan teslim alınmaktadır.

Ayrıca, Almanya'da e-ticaret alanında faaliyet gösteren önemli birlikler ve dernekler ile yapılacak iş birliklerinin de ihracatçı firmalarımız için faydalı olacağı düşünülmektedir.

Bununla birlikte, çevrim içi satış platformlarında sergilenen ürünler ile müşteriye gönderilen ürünlerin aynı olması, ürünlerin çevresel ve sosyal kriterlere uygun şekilde üretilmesi; çevrim içi platformlarda satışların yapılmasından sonra da müşteri memnuniyetinin takip edilmesi ve satış sonrası garanti ve hizmet devamlılığının sağlanması gibi hizmetler, sadık müşteriler bulunması ve Almanya'yla e-ticaretimizin sürdürülebilir kılınması bakımından önem arz etmektedir.

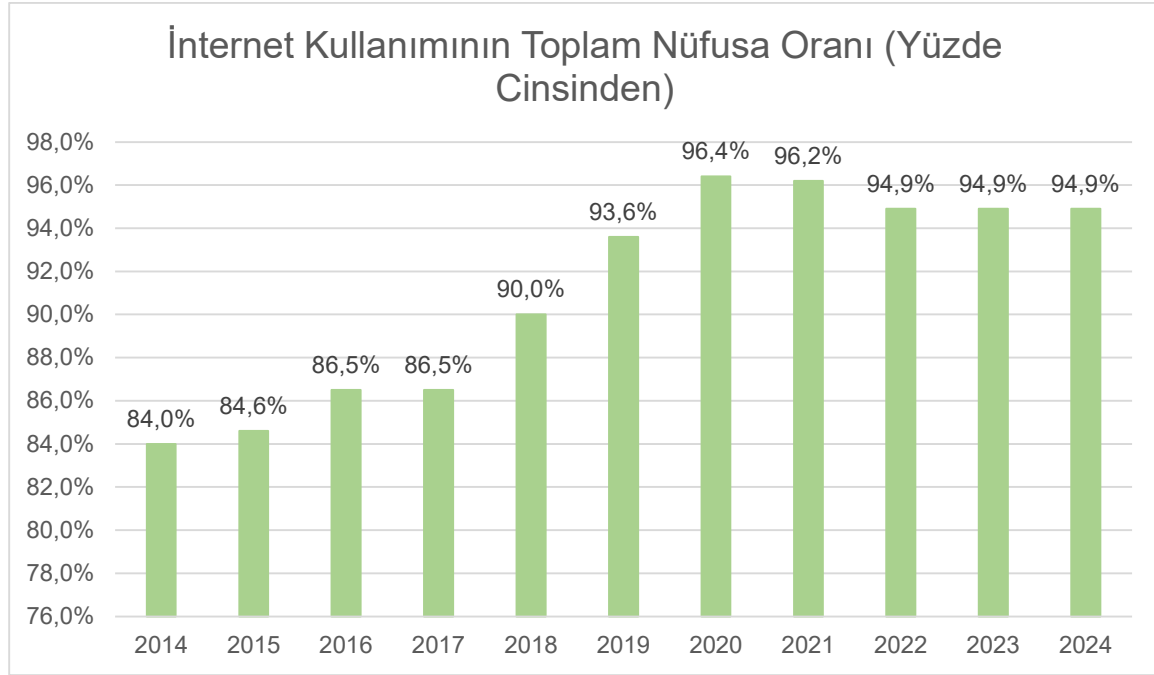
⁷⁰ 2023 | Logistics Performance Index (LPI) (worldbank.org)



5.3. AVUSTRALYA

Avustralya, 26,8 milyon nüfusu⁷¹ ve 1,79 trilyon ABD dolarına⁷² ulaşan gayrisafi yurt içi hasılasıyla G20 ülkeleri arasında ülkenin ekonomisi on ikinci sırada bulunmaktadır. Avustralya'da nüfusun %94,9'u internet kullanmaktadır.

IBISWorld sektör raporuna göre, Avustralya'daki çevrim içi alışveriş endüstrisinin pazar büyüklüğü, 2018 ile 2023 arasında yılda ortalama %10,8 büyümeye kaydetmiştir.



Kaynak: We Are Social: Australia 2024 (03/2024)⁷³

Salgın ve ülkede yaşanan kısıtlamalar nedeni ile büyük bir sıçrama gösteren e-ticaret sektörünün söz konusu yükselen eğilimini sürdürmesi beklenmektedir. Avustralya'nın e-ticaret hacmi 2023 yılında 32,78 milyar ABD dolarına ulaşmıştır.⁷⁴ ve e-ticaretin genel perakende içerisindeki payı %14,9⁷⁵ olarak gerçekleşmiştir.

Avustralyalı kullanıcıların internet kullanımı çok çeşitli işlevleri kapsamaktadır. Tüketicilerin çoğu interneti bir arama motoru aracılığıyla bilgiye erişmenin yanı sıra çevrim içi alışveriş ve sosyal medya platformları için de kullanmaktadır.

2023 yılında, Avustralya'da yetişkinlerin %86'sı günde birden fazla kez mobil telefonları aracılığıyla internete erişim sağlamaktadır. Buna ek olarak, %5'i interneti hiç kullanmamaktadır, %4'ü haftada birkaç kez, %3'ü ise günde bir kez internete erişmektedir. Aylık veya daha seyrek internete girenlerin

⁷¹ T.C. Ticaret Bakanlığı

⁷² T.C. Ticaret Bakanlığı

⁷³ <https://datareportal.com/reports/digital-2024-australia> Sayfa 29

⁷⁴ Retail Ecommerce Sales in Australia Forecasts: EMARKETER Estimates and Historical Data

⁷⁵ <https://ecommercedb.com/markets/au/all>

oranı ise %1'in altındadır. Bu veriler, mobil cihazların internet kullanımındaki önemini açıkça ortaya koymaktadır.⁷⁶ 2023 yılında telefonda harcanılan vakit ortalama 3 saat 22 dakikadır.⁷⁷

Avusturalya'da çevrim içi alışveriş yapanların %30'u haftada bir, %29'u iki haftada bir, %22 ise ayda bir çevrim içi alışveriş yapmaktadır.⁷⁸ Bu oran gelişmiş ülke ortalamasının üstünde bir çevrim içi alışveriş sıklığı anlamına gelmektedir. Ülkede kişi başına düşen yıllık çevrim içi tüketim tutarı 2023 yılında 1.831 ABD doları⁷⁹ olarak gerçekleşmiştir.

5.3.1. PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER

Ülkede çevrim içi pazaryerlerinde sırasıyla Amazon ve E-Bay başı çekmekte olup Facebook Marketplace, Catch, The Iconic ve Kogan diğer tercih edilen pazaryerleri konumundadır.⁸⁰

E-ticarette öne çıkan ürün gruplarını gıda ve kişisel bakım ürünleri, giyim eşyası, oyuncak, ev eşyaları dekor malzemeleri, hobi ürünler, elektronik ürünler ve medya, mobilya ve elektrikli ev aletleri oluşturmaktadır. Ülkede en hızlı artış gösteren kategori giyim sektörüdür. Giyim alanında güçlü olan çok kanallı zincir mağazalar arasında, Kmart Australia aylık 24,1 milyon ziyaretçi⁸¹ ve Big W aylık 13,8 milyon ziyaretçi⁸², market alışverişlerinde Woolworths ortalama aylık 24,7 milyon ziyaretçi⁸³ ve Coles aylık 16,9 milyon ziyaretçi⁸⁴ ve teknolojik ürünlerde JB Hi-Fi aylık 14 milyon ziyaretçi⁸⁵, trafiği almaktadır.

Kara Cuma, Bekârlar Günü, Ücretsiz Nakliye Günü (Free Shipping Day), Hediyeleşme Günü (Boxing Day), Sevgililer Günü ülkede tüketimin arttığı özel günlerdir.

Avustralya'daki Myer, JB Hi-Fi, Woolworths ve Bunnings Warehouse, fiziksel çevrim içi alışveriş seçenekleriyle çeşitli ürünler sunmaktadırlar. Myer moda ve ev eşyalarında, JB Hi-Fi elektronikte, Woolworths gıda ve günlük ihtiyaçlarda, Bunnings ise kendin yap ve bahçecilik ürünlerinde öne çıkmaktadırlar. Bu mağazalar, alışverişini kolaylaştıran çok kanallı hizmetleri ile dikkat çekmektedirler.

⁷⁶ [Australia: adult mobile phone internet access by frequency 2023 | Statista](#)

⁷⁷ <https://datareportal.com/reports/digital-2024-australia>

⁷⁸ [Australia: online shopper purchase frequency 2023 | Statista](#)

⁷⁹ [eCommerce - Australia | Statista Market Forecast](#)

⁸⁰ [Australian Ecommerce Report 2023 - IAB Australia](#)

⁸¹ [kmart.com.au Traffic Analytics, Ranking & Audience \[April 2024\] | Similarweb](#)

⁸² [bigw.com.au Traffic Analytics, Ranking & Audience \[April 2024\] | Similarweb](#)

⁸³ [woolworths.com.au Traffic Analytics, Ranking & Audience \[April 2024\] | Similarweb](#)

⁸⁴ [coles.com.au Traffic Analytics, Ranking & Audience \[April 2024\] | Similarweb](#)

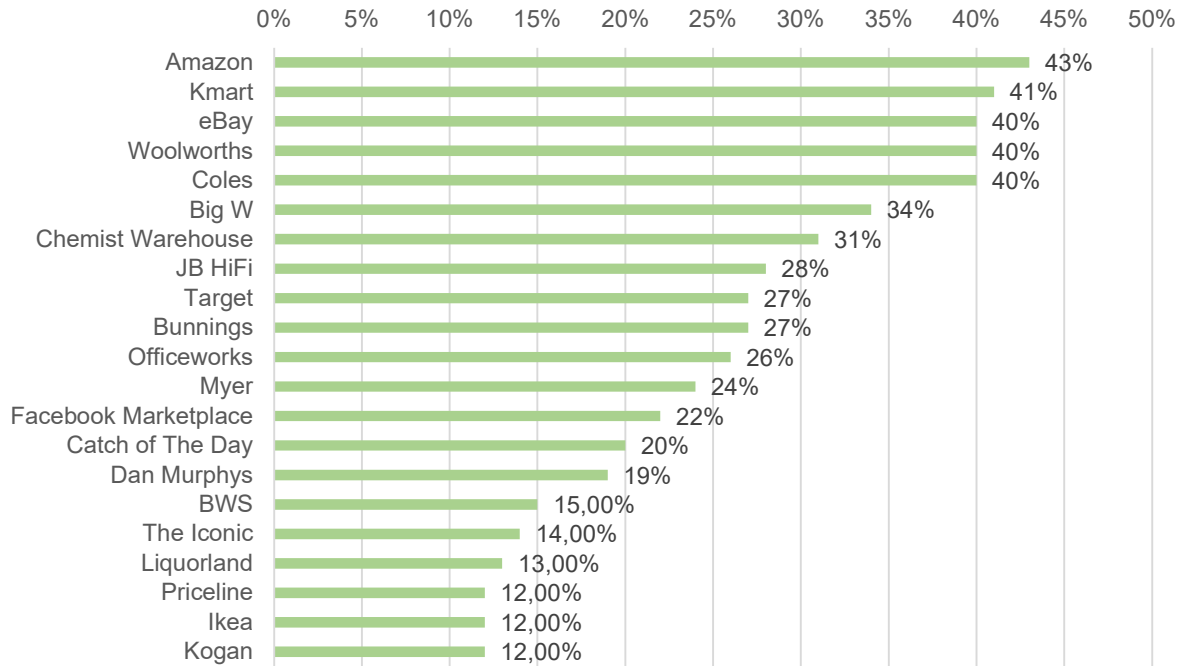
⁸⁵ [jbhifi.com.au Traffic Analytics, Ranking & Audience \[April 2024\] | Similarweb](#)

Çevrim İçi Alışveriş Yapılan Kategoriler (Yüzde Cinsinden)



Kaynak: Statista (05/2024)⁸⁶

Tüketiciler Tarafından En Çok Tercih Edilen Pazaryerleri (Yüzde Cinsinden)



Kaynak: Statista (09/2023)⁸⁷

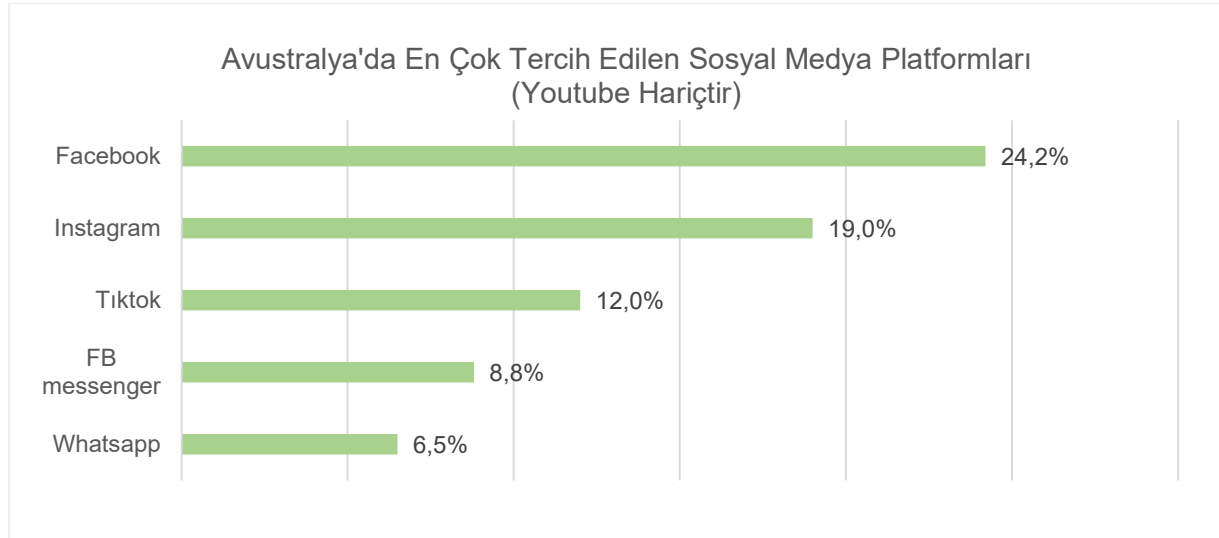
⁸⁶ Most popular categories for online purchases in Australia 2024 | Statista

⁸⁷ Australia: popular online retailers and marketplaces 2023 | Statista

5.3.2. SOSYAL MEDYA

2023 verilerine göre, Avustralya'da 20,8 etkin milyon sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır.⁸⁸

Ülkede en tercih edilen sosyal medya platformları Facebook, Instagram, TikTok, FB Messenger, Whatsapp olarak sıralanmaktadır. We Are Social: Digital 2024 verilerine göre Avustralyalılar sosyal medyada günde ortalama 1 saat 51 dakika zaman geçirmektedir.⁸⁹



Kaynak: We Are Social: Digital 2024⁹⁰

5.3.3. GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ

Avustralya'ya ithalatla gümrük vergileri %0 ila %5 seviyesinde olup tarife satırlarının yaklaşık yarısında gümrük vergisi uygulanmamaktadır. Tarife satırı bazında gümrük vergileri <https://www.abf.gov.au/importing-exporting-and-manufacturing/tariff-classification/current-tariff/schedule-3> adresinden sorgulanabilmektedir.

Bunun yanında, Avustralya'da tüm ürün ve hizmetlere yönelik olarak %10 oranında KDV (GST-Goods and Services Tax) uygulanmaktadır.

Avustralya'ya e-ticaret yoluyla yapılan satışlarda vergi yükümlülükleri, satış bedelinin 1.000 Avustralya Dolarının altında veya üstünde olmasına göre belirlenmektedir.

Buna göre, 1.000 Avustralya Dolarının üstünde bedele sahip olan satışlarda, eşyanın tüm vergilerinin (%10 GST ve varsa gümrük vergisi) gümrükte ödenmesi gerekmektedir. Bu durumda, ayrıca söz konusu ticaret için gümrük beyannamesi doldurulması zorunluluğu bulunmaktadır.

Diğer taraftan, bedeli 1.000 Avustralya Doları veya bu değer altında olan eşya (low value imported goods-düşük bedelli ithal eşya) için ithalat aşamasında vergi ödenmemektedir. Bunun yanında, düşük bedelli ithal eşya için alıcı tarafından %10 GST ödenmesi gerekmektedir. Ayrıca, yurtdışındaki tedarikçinin Avustralya'da GST kaydı olmayan nihai tüketicilere yaptığı 1.000 Avustralya Doları altındaki satışların geçmiş 12 aylık dönemde toplam değeri 75 bin Avustralya Dolarını aşılıyor ise söz konusu tedarikçinin Avustralya GST sistemine kaydolması gerekmektedir. Bu durumda, tedarikçi tarafından nihai tüketiciden tahsil edilen GST'nin Avustralya vergi idaresine (ATO-Australian Taxation

⁸⁸ APAC: number of social media user accounts by country 2024 | Statista

⁸⁹ Digital 2024: Australia — DataReportal — Global Digital Insights

⁹⁰ Digital 2024: Australia — DataReportal — Global Digital Insights Sayfa 60

Office) yatırılması gerekmektedir. Öte yandan, elektronik ticaretin pazaryeri gibi bir elektronik hizmet sağlayıcı üzerinden yapılması durumunda, genel itibarıyla, tedarikçinin değil elektronik hizmet sağlayıcının GST sistemine kayıt zorunluluğu ortaya çıkmaktadır.

Konuya ilişkin gerekli bilgilere, <https://www.abf.gov.au/buying-online/buying-online> ve <https://www.ato.gov.au/business/international-tax-for-business/non-resident-businesses-and-GST/> adreslerinden erişilmesi mümkün bulunmaktadır.

Gümrük uygulamaları hakkında daha detaylı bilgi için raporun "**Ülke Gümrük Uygulamaları**" bölümünü inceleyebilirsiniz.

5.3.4. E-TİCARETE YÖNELİK DÜZENLEMELER

Avustralya Federal Devleti, elektronik işlemler ile ilgili kuralları "Electronic Transactions Act 1999"⁹¹ (Elektronik İşlemler Yasası)" ve "Electronic Transactions Regulations 2020 (Elektronik İşlemler Yönetmeliği)" kapsamında belirlenmiştir.

Bu çerçevede, Avustralya'da elektronik işlemlerin düzenlemelere tabii tutulduğu göz önüne alındığında, ülkenin e-ticaret açısından elverişli bir hukuki düzene sahip olduğu çıkarımında bulunmak mümkündür. Bunun yanı sıra, Avustralya'da münhasıran e-ticarete yönelik olarak uygulanan bir kanuni düzenleme bulunmamakta olup tüketici haklarının korunmasına ilişkin "The Australian Consumer Law (Avustralya Tüketici Yasası)", kullanıcı onayı olmadan spam mesaj gönderilmesinin yasaklanmasına ilişkin "Australian Spam Act 2003 (Avustralya Spam Yasası)" ve kişisel verilerin korunmasına ilişkin "The Privacy Act 1988 (Mahremiyet Yasası)" hükümleri e-ticaret için de uygulanmaktadır.

Bununla birlikte, Avustralya Hazinesi tarafından yayımlanmış olan "The Australian Guidelines for Electronic Commerce"⁹²(Elektronik Ticaret İçin Avustralya Yönergesi)", ülkede e-ticarette uyulması gereken genel prensipleri düzenlemektedir. Söz konusu düzenlemede, e-ticarette adil ticaret ilkeleri olarak,

- Yanıltıcı veya aldatıcı işlemlerde bulunulmaması,
- Ürünler ve hizmetlerle ilgili yanlış ve yanıltıcı sunumlar yapılmaması,
- Satış veya ödeme için tüketicilerin taciz edilmemesi veya baskı altında tutulmaması,
- Sözleşme şartlarının tedarikçinin meşru çıkarlarını korumak için makul ölçüde gerekli olmasını sağlamak da dahil olmak üzere aşırı davranışlarda bulunulmaması,
- Tedarik edilen malların tanımına uygun olduğundan emin olunması,
- Tedarik edilen malların satılabilir kalitede olmasının ve tüketici tarafından tedarikçiye bildirilen herhangi bir amaca uygun olmasının sağlanması,
- Sağlanan hizmetlerin gereken özen ve beceriyle sunulmasının ve tüketici tarafından tedarikçiye bildirilen herhangi bir amaca makul ölçüde uygun olmasının sağlanması sayılmaktadır.

Bununla birlikte, Avustralya'nın imzaladığı on altı Serbest Ticaret Anlaşmasının (STA) on dördünde e-ticaret fasılları bulunmaktadır. Bunlar; ASEAN-Avustralya-Yeni Zelanda, Şili, Çin, Hong Kong,

⁹¹ <https://www.ag.gov.au/rights-and-protections/e-commerce>

⁹² [The Australian Guidelines for Electronic Commerce | Treasury.gov.au](https://www.treasury.gov.au/guidelines-for-electronic-commerce)

Endonezya, Japonya, Güney Kore, Malezya, Peru, Singapur, Tayland, Birleşik Krallık, Birleşik Devletler ile Trans-Pasifik Ortaklığı için Kapsamlı ve Aşamalı Anlaşmadır.

Avustralya hükümetinin STA'larını güncel ve iş dünyasıyla ilgili tutma taahhüdünün bir parçası olarak, dijital ticaret hükümleri Avustralya'nın müzakere ettiği STA'ların önemli bir parçası olmaktadır.

Söz konusu STA'lar dijital işletmelerdeki yatırımcılara birtakım avantajlar sağlayan kuralların yanı sıra işletmeler ve tüketiciler için teknolojik ürünlerde tarife indirimini desteklemektedir.

Avustralya'nın ilgili kurumu Department of Foreign Affairs and Trade (Dışişleri ve Ticaret Bakanlığı)'ın internet sayfasında ⁹³, Avustralya'nın STA müzakerelerinde dijital ticaret ve dijital ekonomi başlıklarındaki temel prensipleri özetlenmektedir. Buna göre e-ticaret açısından değerlendirildiğinde, e-ticarete ilişkin düzenlemelerin kamuya açık olmasına ilişkin "şeffaflık" prensibi, e-ticaret tüketicilerinin geleneksel tüketicilerin sahip olduğu haklara sahip olmasına ilişkin "çevrim içi tüketicinin korunması" prensibi, "çevrim içi tüketicilerin kişisel verilerinin korunması" prensibi, "çevrim içi tüketicilerin spam mesajlara karşı korunması" prensibi ve "e-ticarete gümrük vergisi uygulanmaması" prensibi ön plana çıkmaktadır.

5.3.5. DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI

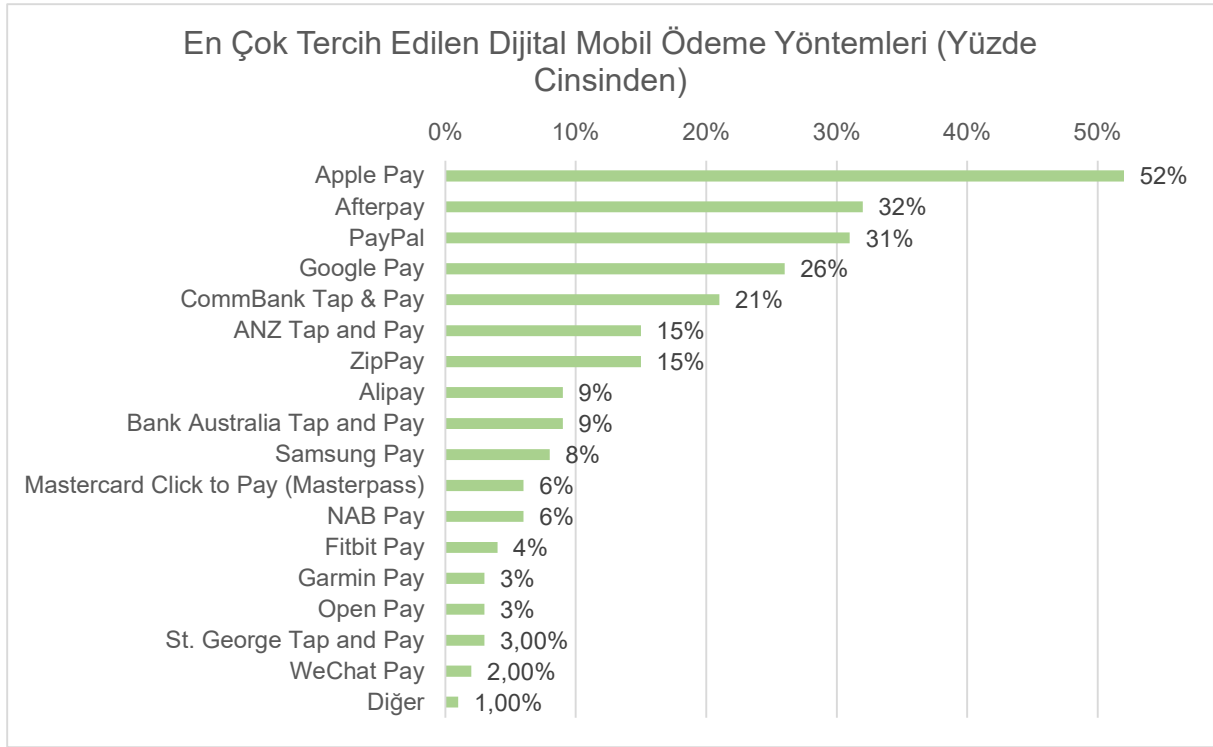
E-ticaret ödemelerinde mobil cüzdan ve dijital ödeme sistemlerinin e-ticaret ödemelerindeki payı %26'dır.⁹⁴ Bu ödeme sistemlerinde en yaygın olanı %81 kullanım oranıyla PayPal'dır. BPAY, %52, After Pay ("Şimdi Al, Sonra Öde" modeli) %41'lik oranına sahiptir. Ayrıca, Apple Pay %37, Google Pay %25 de yaygın kullanılan ödeme sistemleridir.⁹⁵

Ülkede kullanılan hızlı kargo çözümleri Australia Post, DHL Express Australia Toll, Fedex Express Australia, TNT, StarTrack ve UPS'tir. Pazaryerlerinin yanı sıra Linfox, Kings Transport, BCR 3 PL, Invenco Sydney Logistic ve Yusen Logistics sipariş karşılama hizmeti veren başlıca firmalardır.

⁹³ [Digital trade & the digital economy | Australian Government Department of Foreign Affairs and Trade \(dfat.gov.au\)](https://dfat.gov.au/digital-trade/)

⁹⁴ [Australia: online payment methods by type 2022 | Statista](https://www.statista.com/statistics/1108881/online-payment-methods-by-type-2022/)

⁹⁵ [Biggest e-commerce payment brands in Australia 2024 | Statista](https://www.statista.com/statistics/1108881/biggest-e-commerce-payment-brands-in-australia-2024/)



Kaynak: Statista (05/2024)⁹⁶

5.3.6. LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 19 (2023)⁹⁷

Lojistik Performans Endeksi (LPI), ülkelerin ticaret lojistiği performanslarında karşılaştıkları zorlukları ve fırsatları ve performanslarını artırmak için neler yapabileceklerini belirlemelerine yardımcı olmak amacıyla oluşturulmuş bir kıyaslama aracıdır. Bu endekste, ülkeler aldıkları puana göre aynı sırayı paylaşabilmektedir.

5.3.7. İPUÇLARI

Avustralya'da e-ticaret pazarı, özellikle Covid-19 süreciyle birlikte önemli bir büyüme eğilimi göstermiştir. Sektörün enflasyondan arındırılmış net hasılatının, önümüzdeki 5 yıllık süreçte de yıllık ortalama %7,4 seviyesinde genişleyerek 73,8 milyar Avustralya dolarına (yaklaşık 47,7 milyar ABD doları) ulaşması beklenmektedir. Ana sektörler olarak bakıldığında, giyim eşyası, ayakkabı, kişisel aksesuarlar, hırdavat ile muhtelif ev eşyası sektörlerinin Avustralya e-ticaret pazarında öne çıktığı değerlendirilmektedir. Ayrıca, ilgili çevrelerle yapılan görüşmelerde, otomotiv yedek parçalarının da bir başka büyüyen e-ticaret pazarı olarak ön plana çıktığı tespit edilmiştir.

Genel itibarıyla 65 bin ABD doları seviyesinde kişi başı milli gelire sahip olması, 1,6 trilyon ABD doları düzeyinde milli gelirin yaklaşık yarısının hanehalkı tüketim harcamalarından oluşması, ülkenin tüketim ürünlerinde imalatçı bir ülke konumunda olmaması, yine tüketim ürünlerinde düşük veya sıfır gümrük vergileri uygulaması ve tarife dışı engellerin bulunmadığı bir ithalat rejimine sahip olması, Avustralya'yı e-ticaret pazarı için önemli bir potansiyel olarak ön plana çıkarmaktadır. Bu çerçevede, Avromonitor International'ın 2021 tarihli raporunda Avustralya; Güney Kore, Birleşik Krallık ve ABD'nin ardından en cazip dördüncü e-ticaret pazarı olarak değerlendirilmektedir.

⁹⁶ [Biggest contactless payment brands at POS in Australia 2024 | Statista](#)

⁹⁷ [2023 | Logistics Performance Index \(LPI\) \(worldbank.org\)](#)

Bunun yanı sıra, Avustralya'nın kendine özgü coğrafi koşulları, geleneksel ticarete olduğu gibi e-ticaret pazarında da satın alma davranışları üzerinde etkili olmaktadır. Bu çerçevede, marka güvenilirliğinin ve bilinirliğinin sağlanması, teslimat sürelerinin kısaltılması, teslimat aşamalarına ilişkin düzenli bilgi paylaşımında bulunulması, iade süreçleri dâhil olmak üzere satış sonrası hizmetlerin etkin ve hızlı bir şekilde yürütülmesi ve Noel, Black Friday gibi tüketimin yoğun olduğu dönemlerde yeterli stokla çalışılması gibi faktörler, Avustralya e-ticaret pazarında başarı için kilit rol oynamaktadır. Avustralya'nın dijital reklamcılık sektör kuruluşu The Interactive Advertising Bureau tarafından yapılan bir araştırmaya göre, 2023 yılında tüketicilerin çevrim içi alışverişte tercih sebepleri sırasıyla %67 ile "kolaylık/pratiklik", %48 ile "düşük fiyat", %46 ile "ücretsiz teslimat", %44 ile "indirimler" ve %37 ile "fiyat karşılaştırması" olmuştur. Söz konusu araştırmada, tüketicilerin tercih sebeplerinden "kolaylık/pratiklik" bir önceki yıla göre 10 puan, "ücretsiz teslimat" 2 puan gerilerken "düşük fiyat"ın 2 puan, "indirimler"ın 10 puan ve "fiyat karşılaştırması"nın 8 puan artış kaydettiği belirlenmiştir. Benzer şekilde, tüketicilerin 2023 yılında favori markalarını tercih sebeplerinde birinci sırada %77 ile "fiyatının karşılığı (value for money)" ve ikinci sırada %39 ile "olumlu yorumlar" gelirken üçüncü sırada %37 ile ankete bu yılda eklenen seçenek olan "hayat pahalılığı sıkıntılarına karşı uygun" seçeneği gelmektedir. Buna göre, Avustralya'nın mevcut makro ekonomik koşullarının hanehalkı harcanabilir gelirleri üzerinde yarattığı baskının, 2023 yılında tüketicilerin çevrim içi alışveriş yönelimlerinde fiyata bağlı etkenlerin güç kazanmasına yol açtığı değerlendirilmektedir. Bu çerçevede, Avustralya e-ticaret pazarında faaliyet gösterecek firmalarımız için kısa vadede fiyata bağlı koşulların belirli fırsatlar yaratabileceği değerlendirilmektedir. Bunun yanında, Avustralya çevrim içi alışverişte tüketici tercihlerinde fiyat-dışı faktörlerin hala önemli bir rol oynadığı da görülmektedir. Bu itibarla, orta ve uzun vadede bu pazarda faaliyetlerini güçlendirmek isteyen firmalarımızın etkin sipariş kiralama hizmetleriyle veya depo kiralama yoluyla tüketiciye hızlıca teslim edilmek üzere stok bulundurarak ülkede fiilen yer almalarının ve marka/ürün bilinirliği ile güvenilirliğine dönük stratejiler geliştirmelerinin Avustralya e-ticaret pazarına yönelik ihracatımızın geliştirilmesi adına önemli kazanımlar sağlayabileceği varsayılmaktadır.

Bunun yanında, Avustralya'nın yüksek tüketici bilinci, çevrim içi alışveriş tercih sebeplerinde de etkili olmaktadır. Bu çerçevede, "etik markalardan alışveriş yapmak benim için önemlidir" ifadesine tüketicilerin %45'i, "sürdürülebilir olduğunu bildiğim markalardan alışveriş yapmayı tercih ederim" ifadesine ise tüketicilerin %47'si olumlu cevap vermektedir.

Tüketicilerin yaş grupları bazında çevrim içi ticarete ürün keşfetme araçları incelendiğinde ise 19-29 (%55) ve 30-39 (%44) yaş gruplarında sosyal medyanın, 40-49 (%41) yaş grubunda fiyat karşılaştırma sitelerinin, 50-59 (%68) yaş grubunda internet aramalarının ve 60-69 (%34) yaş grubunda tanıtıcı e-postaların ön plana çıktığı görülmektedir.

Ayrıca, önümüzdeki süreçte Avustralya e-ticaret pazarında teknolojik gelişmelerin önemli bir rol oynaması öngörülmektedir. Bu çerçevede, öncelikle yakın gelecekte e-ticarette mobil cihaz kullanımının daha da artması ve buna bağlı olarak mobil-uyumlu internet siteleri ve uygulamalar yoluyla tüketici çevrim içi mağaza ziyareti deneyimlerinin geliştirilmesi ve anlık (impulsive) satın almaların güçlenmesi beklenmektedir. Teknolojik gelişmelere bir başka örnek olarak, giyim, ayakkabı ve aksesuar sektörlerinde tüketicilerin satın alma öncesinde sanal prova yapabilecekleri teknolojilerin önem kazanacağı tahmin edilmektedir. Bunun yanında, Avustralya e-ticaret pazarında başta After Pay olmak üzere "Şimdi Al, Sonra Öde" yöntemlerinin ilerleyen süreçte pazar payını daha da genişletmesi beklenmektedir.

Buna ilaveten, Amazon Avustralya'nın geçtiğimiz beş yıl içerisinde ülkenin e-ticaret pazarında payını önemli düzeyde arttırdığı bilinmektedir. Firma, hâlihazırda ülkede altı adet depo ile faaliyet

göstermektedir. Firma tarafından 2022 yılında Batı Sidney'de açılmış olan robotik sipariş karşılama deposu, güney yarımkürenin en büyük sipariş karşılama tesisi olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca, firmanın Sidney'de toplam değeri 490 milyon Avustralya doları olan ve 2026 yılında faaliyete geçmesi beklenen iki adet sipariş karşılama merkezi yatırımı bulunmaktadır. Amazon Australia, pazar rekabetinde hızlı teslimata öncelik vermektedir.

Avustralya'da çevrim içi tüketicilerin çoğunluğu (%61), sınır ötesi alışveriş yaparak 4,2 milyar ABD doları değerinde pazar oluşturmuştur. Bu durum, ülke genelindeki toplam e-ticaret hacminin %10'una denk gelmektedir. En popüler sınır ötesi alışveriş destinasyonları sırasıyla Çin, ABD ve İngiltere'dir. Günümüzde Avustralyalı tüketiciler, ABD'den yapılan sınır ötesi alışverişlerde 10 günlük teslimat süresini kabul edilebilir bulmaktadır.

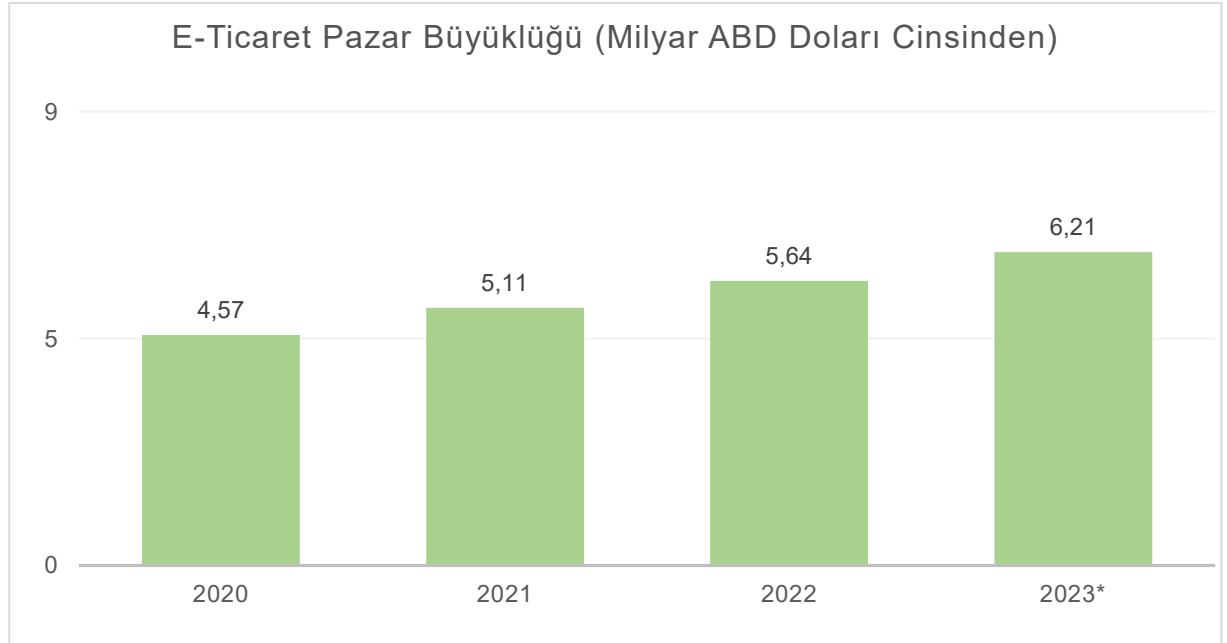
Artan sınır ötesi e-ticaret talebini karşılamak için uluslararası lojistik sağlayıcıları, ek kapasiteye yatırım yapmaktadır. Örneğin, DHL, güneybatı Pasifik bölgesindeki e-ticaret kapasitesini ve teslimat hızını artırmak amacıyla 2021 yılında yeni bir Avustralya-Singapur kargo hizmeti başlatmıştır.

Son olarak, özellikle uluslararası pazaryerlerinin, pazaryerinde satışa sunulan ürünlerin fiyatlarının adil düzeyde belirlenmesine ilişkin sıkı kontrol ve denetim mekanizmalarının bulunduğu ve muadil ürünlere kıyasla pazarı bozucu düzeyde adil değer altında fiyat belirleyen işletmelere ciddi ticari yaptırımlar uygulayabildikleri bilinmektedir.

5.4. BİRLEŞİK ARAP EMİRLİKLERİ (BAE)

Nüfusunun %99,99'u internet kullanıcısı olan Birleşik Arap Emirlikleri'nde (BAE)⁹⁸, e-ticaretin potansiyeli oldukça büyüktür. 2024 yılında Birleşik Arap Emirlikleri'nin nüfusu 9,78 milyona ulaşmış⁹⁹ olup; 527,8 milyar ABD dolarına tekabül eden gayri safi mili hasılası ve 53,91 ABD dolarlık¹⁰⁰ kişi başına düşen gelirle yüksek alım gücüne sahip olması ve ülke halkının tamamının internet kullanması nedeniyle ülkedeki e-ticarettaki potansiyelinin oldukça yüksek olduğu görülmüştür. 2023 yılında e-ticaret pazar hacmi 3,51 milyar ABD Doları olarak ölçülmüştür.¹⁰¹

E-ticaretin genel perakendeye oranı %13,8'dir¹⁰². Bu oran, neredeyse her 6 kişiden 1'inin çevrim içi alışveriş yaptığına işaret etmektedir.



Kaynak: Statista (02/2024)¹⁰³ ("*" konulan yıllar tahmini tutarları ifade etmektedir.)

5.4.1. PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER

Noon.com, Amazon.ae (Souq), Wadi.com, Carrefouruae.com, Letstango.com, Awok.com & El grocer.com, Namshi BAE'deki en popüler pazaryerleridir. Ülkede birçok özel gün bulunmaktadır. Bunlardan ilki ve en önemlisi Dubai Shopping Fest (Alışveriş Festivali) olup; tarihi değişiklik göstermekle birlikte genellikle ocak veya şubat aylarına denk gelmektedir. Bir diğer özel gün olan Ulusal Gün (2 Aralık) ise ülkenin kuruluş günü olarak kutlanmakta; çevrim içi mağazalar özel günler için indirim ve promosyonlar sunmaktadır. Ramazan (Eid Al-Fitr) ve Kurban Bayramı da ülkede indirimlerin uygulandığı özel günler arasında yer almaktadır. Benzer şekilde bahsi geçen günlerin

⁹⁸ [Countries with the highest internet penetration rate 2024 | Statista](#)

⁹⁹ [T.C. Ticaret Bakanlığı](#)

¹⁰⁰ [T.C. Ticaret Bakanlığı](#)

¹⁰¹ [United Arab Emirates Retail Ecommerce Sales Forecasts: EMARKETER Estimates and Historical Data](#)

¹⁰² <https://ecommercedb.com/markets/ae/all>

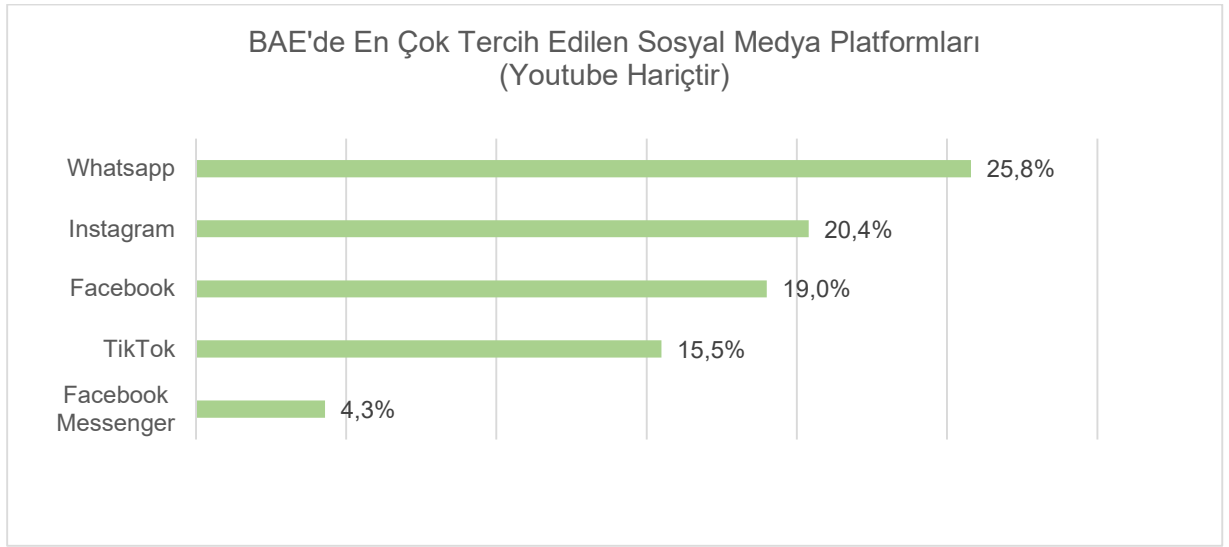
¹⁰³ [UAE: retail value of retail e-commerce 2023 | Statista](#)

yanı sıra Kara Cuma ve Bekârlar Günü (Singles Day) de e-ticarete önemli günler olarak nitelendirilmektedir.

Birleşik Arap Emirlikleri'ndeki Choithrams, Sivvi, Sharaf DG ve Pan Emirates, çok kanallı hizmetlerle hem fiziksel hem de online alışveriş imkanı sunmaktadır. Choithrams gıda, Sivvi moda, Sharaf DG elektronik ve Pan Emirates ev mobilyaları alanında öne çıkmaktadır. Bu mağazalar, alışverişini kolay ve esnek hale getirmektedir.

5.4.2. SOSYAL MEDYA

WhatsApp, Instagram, Facebook, TikTok ve Twitter en çok kullanılan sosyal ağlardır. 2023 yılında nüfusun %112'ü sosyal medya platformlarını kullanmaktadır.¹⁰⁴ Bu doğrultuda e-ticaretin gelişmesi açısından sosyal ağlarda reklam verilmesi oldukça avantajlıdır. Ülkede sosyal medyada geçirilen ortalama süre 2 saat 58 dakikadır.¹⁰⁵



Kaynak: We Are Social: Digital 2024¹⁰⁶

5.4.3. GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ

Birleşik Arap Emirlikleri, 1996 yılından bu yana Dünya Ticaret Örgütü'nün (DTÖ), 1998 yılından beri 17 Arap ülkesinden oluşan Pan-Arab Serbest Ticaret Alanı'nın (PAFTA) ve ayrıca Arap Körfezine kıyısı bulunan altı Arap ülkesinden meydana gelen Körfez İşbirliği Konseyi (KİK/GCC) üyesidir.

Türkiye ile BAE arasında 3 Mart 2023 tarihinde "Türkiye Cumhuriyeti ile BAE Arasında Kapsamlı Ekonomik Ortaklık Anlaşması" imzalanmıştır. İmzalanan anlaşma ile mal ticaretinde pazara giriş kapsamında tüm tarife satırlarının %80'i taraflarca taviz kapsamına alınmış olup Türkiye'nin küresel anlamda rekabetçi otomobiller, ticari araçlar, beyaz eşya, petro-kimya ürünleri, tekstil ve halı, ayakkabılar, plastik ürünleri ile makineler ve çeşitli elektronik cihazlar başta olmak üzere pek çok sektörde önemli kazanımlar elde edilmiştir.

BAE, petrol fiyatının düşmesinden kaynaklanan gelir düşüşünü telafi etmek amacıyla 2018 yılında %5 oranında KDV'yi yürürlüğe koymuştur.

¹⁰⁴ [Digital 2024: The United Arab Emirates — DataReportal — Global Digital Insights](#)

¹⁰⁵ [Digital 2024: Global Overview Report — DataReportal — Global Digital Insights](#)

¹⁰⁶ [Digital 2024: The United Arab Emirates — DataReportal — Global Digital Insights Sayfa 59](#)

İthal mallar için genellikle %5 oranında Gümrük Vergisi uygulanmaktadır. Tütün ürünleri ve enerji içecekleri için %100, alkol, karbonatlı ve tatlandırılmış içecekler için %50 oranında Özel Tüketim Vergisi uygulanmaktadır. Tarım ürünleri, basılı materyaller, ilaçlar, endüstriyel veya imalat amaçlı ithal edilen ürünler bazı durumlarda vergiden muaf tutulmaktadır.

1 Haziran 2023 tarihinden itibaren başlayacak ve takip eden yeni mali yıl için geçerli olmak üzere, vergiye tabi geliri 375.000 AED'yi (yaklaşık 100.000 dolar) aşan ticari işletmeler için %9 oranında kurumlar vergisi uygulanmaya başlanmıştır. Gerçek kişiler tarafından istihdamdan, gayrimenkulden ve diğer yatırımlardan elde edilen kişisel gelir veya BAE'de lisanslı veya başka bir şekilde izin verilen bir ticari faaliyetten kaynaklanmayan kazançlardan elde edilen diğer gelirler için kurumlar vergisi uygulanmayacaktır.

Gümrük uygulamaları hakkında daha detaylı bilgi için raporun "*Ülke Gümrük Uygulamaları*" bölümünü inceleyebilirsiniz.

5.4.4. E-TİCARETE İLİŞKİN ÜLKE ÖZELİNDE DÜZENLEMELER

Birleşik Arap Emirlikleri (BAE), ülkedeki e-ticaret faaliyetlerini yönetmek için çeşitli düzenlemeleri uygulamaya koymuştur. Ülkede Elektronik İşlemler ve Ticaret Kanunu ile elektronik işlemler ve e-ticaretin kullanımı düzenlenmekte; elektronik sözleşmeler, elektronik imzalar ve elektronik ödeme sistemleri için yasal çerçeve çizilmektedir. E-ticareti desteklemeye yönelik güçlü ve gelişmiş bir altyapı oluşturulmuştur.

Hükümet e-ticaretin önünü açmak için birtakım girişimlerde bulunmaktadır. CommerCity; işletmelere ürünlerini ve hizmetlerini satabilecekleri kapsamlı bir çevrim içi pazaryeri sunan bir e-ticaret serbest bölgesi olup; söz konusu hükümet girişimlere örnek teşkil etmektedir. Dubai 10X ise şehri diğer tüm şehirlerden on kat daha yenilikçi ve girişimci yapmak amacıyla kurduğu bir girişimdir. Bu girişim, e-ticaret işletmelerine büyümelerine ve başarılı olmalarına yardımcı olmak için gerekli kaynakları ve desteği sağlamayı hedeflemektedir.

5.4.5. DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI

Birleşik Arap Emirlikleri'nde en çok kullanılan dijital cüzdanlar ve çevrim içi ödeme yöntemleri Apple Pay, Google Pay, Samsung Pay, Vise Checkout ve Mastercard'tır. Bu ödeme yöntemlerine ek olarak Paypal, cashU, Mada ve PayFort'ta tercih edilen yöntemler arasındadır.

Hızlı kargo hizmeti sunan firmalar arasında Kuehne + Nagel International, Dsv, DB Schenker Inc, DHL Global Forwarding GmbH bulunmaktadır. Aramex UAE, Ceva Logistics, Naqel Express, Store & Deliver ise ülkemizdeki sipariş karşılama şirketleridir.

5.4.6. LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 7 (2023)¹⁰⁷

Lojistik Performans Endeksi (LPI), ülkelerin ticaret lojistiği performanslarında karşılaştıkları zorlukları ve fırsatları ve performanslarını artırmak için neler yapabileceklerini belirlemelerine yardımcı olmak amacıyla oluşturulmuş bir kıyaslama aracıdır. Bu endekste, ülkeler aldıkları puana göre aynı sırayı paylaşabilmektedir.

¹⁰⁷ 2023 | Logistics Performance Index (LPI) (worldbank.org)

5.4.7. İPUÇLARI

Birleşik Arap Emirlikleri (BAE) e-ticaret sektöründe hızla büyüyen bir pazardır ve yüksek internet kullanımı işletmelerin e-ticarete potansiyel müşterilere ulaşmasını kolaylaştırmaktadır. Ancak, ülkede başarılı bir e-ticaret işletmesi kurmak için dikkat edilmesi gereken hususlar bulunmaktadır.

BAE'de mobil cihazlar, masaüstü bilgisayarlarından daha yaygın olarak kullanılmakta; bu nedenle e-ticaret sitesi ve uygulamalar için mobil dostu bir tasarım seçilmesi önem arz etmektedir. E-ticaret sitesinde listelenen ürün yelpazesi geniş ve güncel olmalıdır.

Ayrıca, BAE ile hâlihazırda yatırım ve teşvikleri karşılıklı koruma, çifte vergilendirmeyi önleme, hava ulaştırma, ekonomik ve teknik iş birliğini sağlamaya yönelik ikili anlaşmalarımız bulunmaktadır. Bunun yanı sıra, Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu (BDDK) ile BAE Merkez Bankası arasında iş birliği anlaşması bulunmaktadır. Anılan iş birliğine dair detaylı bilgi için Müşavirliğimiz ile iletişime geçilebilir.



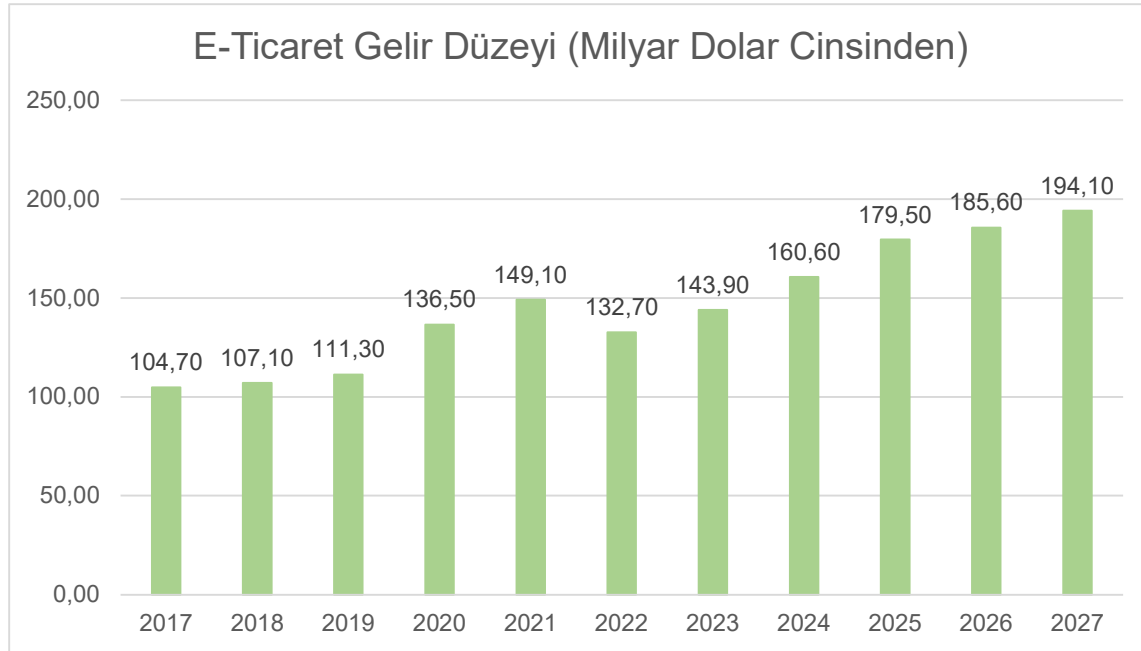
5.5. BİRLEŞİK KRALLIK

2024 yılında 68,4 milyonluk nüfusu¹⁰⁸ ile dünyada yirmi birinci sırada yer alan Birleşik Krallık 3,49 trilyon dolar¹⁰⁹ gayri safi yurt içi hasılası ile dünyanın altıncı büyük ekonomisidir.

Birleşik Krallık, Avrupa'daki en gelişmiş e-ticaret pazarına sahiptir. 2023 yılında ülkede kaydedilen e-ticaret kullanıcı sayısı 60 milyondur.¹¹⁰ Avrupa'nın en gelişmiş e-ticaret pazarı olmasının yanı sıra perakende sektöründe de Avrupa'da ilk sırada yer almaktadır. Yalnızca perakendede, çevrim içi satışlar, 2023'de ülkedeki toplam perakende satışların yaklaşık %24,9'unu oluşturmaktadır.¹¹¹ Covid-19 salgını sonucunda 2020 yılında internet perakende satışları %47 artarak son 10 yılda kaydedilen en yüksek orana ulaşmıştır. Söz konusu hızlı büyüme salgın sürecine özgü olsa da, önümüzdeki yıllarda Birleşik Krallık'ın e-ticaret gelirinin tüm alanlarda istikrarlı bir şekilde artması beklenmektedir.

2023 yılında e-ticaret hacmi 209,45 milyar ABD doları seviyesine ulaşmıştır.¹¹²

Ülkede çevrim içi perakendecilikte en güçlü pozisyon; hâlihazırda en fazla geliri elde eden ve 2025 yılına kadar her yıl artması öngörülen moda sektöründedir. EcommerceDB verilerine göre, Birleşik Krallık'ta moda sektörü e-ticaret gelirinin %28,4'ünü oluşturmaktadır.¹¹³ Açıklanan hükümet rakamları, perakende satışların dörtte birinden fazlasının tekstil, giyim ve ayakkabı markalarının çevrim içi kanallarından yapıldığını göstermektedir. Tüketici elektroniği ise gelir açısından bir sonraki en yüksek hasılat yapan kategori olarak kaydedilmiştir.



Kaynak: Statista (07/2023)¹¹⁴ ("*" konulan yıllar tahmini tutarları ifade etmektedir.)

¹⁰⁸ T.C. Ticaret Bakanlığı

¹⁰⁹ T.C. Ticaret Bakanlığı

¹¹⁰ E-commerce users in the United Kingdom 2025 | Statista

¹¹¹ <https://ecommercedb.com/markets/gb/all>

¹¹² UK Retail Ecommerce Sales Forecasts, Estimates, & Historical Data (emarketer.com)

¹¹³ eCommerce Market UK - Data, Trends, Top Stores | ECDB.com (ecommercedb.com)

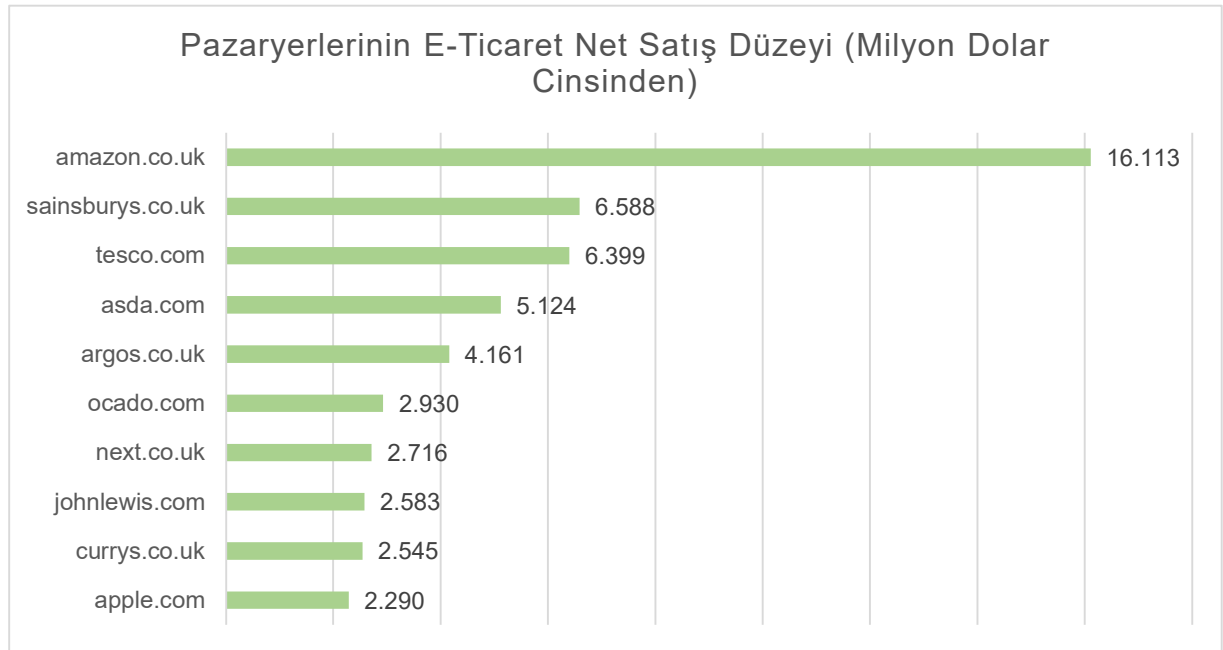
¹¹⁴ E-commerce revenue forecast in the United Kingdom 2017-2027 | Statista

5.5.1. PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER

E-ticaret net satışlarına göre, 2021'de Birleşik Krallık'ta en iyi çevrim içi mağazaların başında "amazon.co.uk" gelmekte; listeyi sırasıyla "argos.co.uk", "johnlewis.com", "currys.co.uk" ve "ocado.com" takip etmektedir. Bunun yanı sıra ASOS, Argos ve Etsy ülkede faaliyet gösteren pazaryerleri arasındadır.

Ülkede, Yeni Yıl (1 Ocak), Kutsal Cuma (7 Nisan), Paskalya (10 Nisan), Mayıs Tatili (1 Mayıs), Bahar Tatili (29 Mayıs), Yaz Tatili (28 Ağustos), Noel Tatili (25 Aralık) ve Boxing Day (26 Aralık) ve resmî tatillerin yanı sıra Sevgililer Günü (14 Şubat), Anneler Günü (19 Mart), Babalar Günü (18 Haziran), Kara Cuma (24 Kasım) ve Siber Pazartesi (27 Kasım) günleri de alışveriş için önemli tarihlerdendir.

Birleşik Krallık'taki Marks & Spencer, Currys PC World, Tesco, John Lewis ve B&Q, hem fiziksel hem de online alışveriş seçenekleriyle çeşitli ürünler sunmaktadırlar. Marks & Spencer giyim ve gıdada, Currys PC World elektronikte, Tesco süpermarket ürünlerinde, John Lewis yüksek kaliteli ev eşyaları ve moda ürünlerinde, B&Q ise DIY ve bahçecilik ürünlerinde öne çıkmaktadır. Bu mağazalar, çok kanallı hizmetlerle alışverişini kolaylaştırmaktadır.



Kaynak: Statista (2024)¹¹⁵

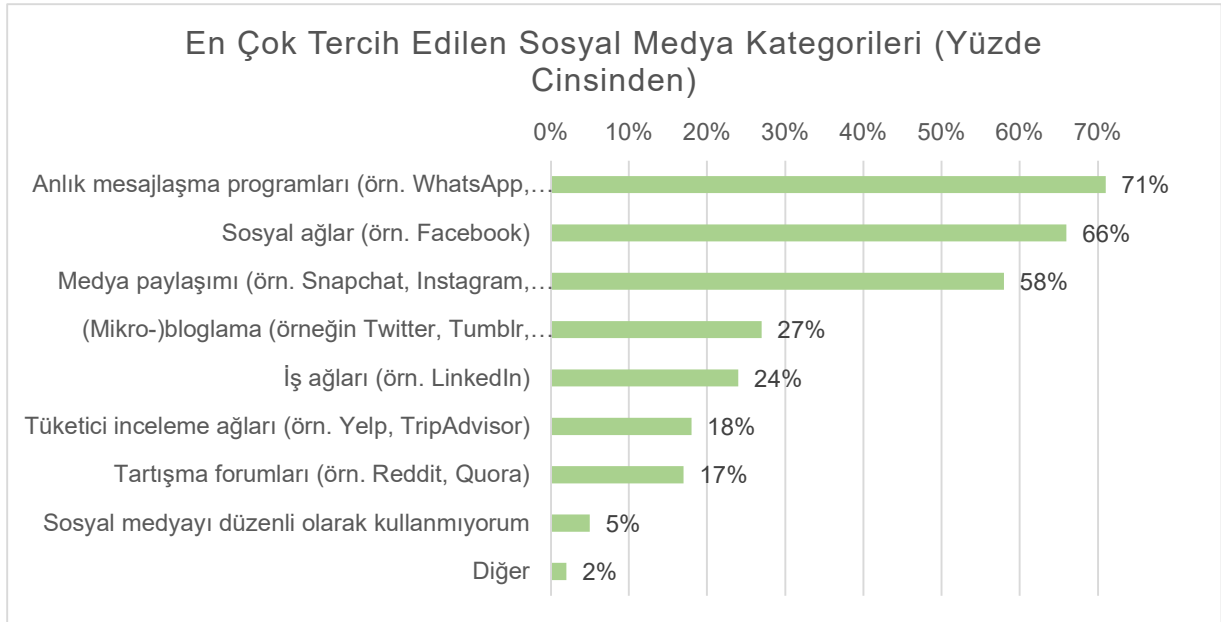
5.5.2. SOSYAL MEDYA

2023 yılı itibariyle Birleşik Krallık'ta 59,25 milyondan fazla akıllı cep telefonu kullanıcısı bulunmaktadır.¹¹⁶ Aktif sosyal medya kullanıcılarının sayısı ise 56,2 milyona ulaşmıştır.¹¹⁷ Bu sebeple mobil e-ticaret, Birleşik Krallık'ta her geçen gün artmaktadır.

¹¹⁵ UK: Top online stores 2023 | Statista

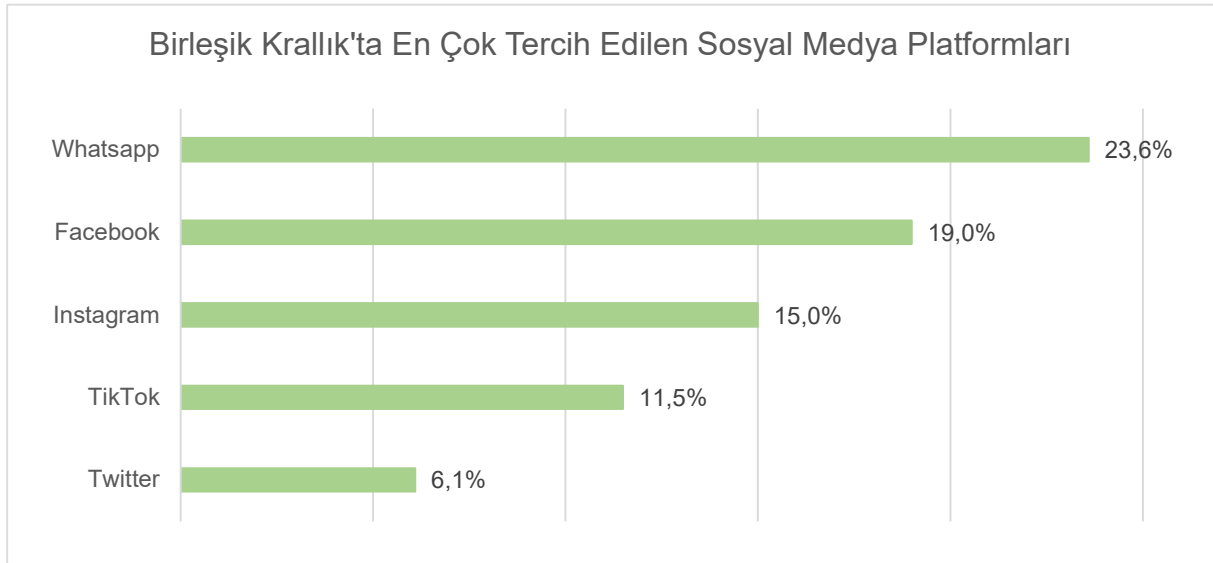
¹¹⁶ United Kingdom (UK): number of smartphone users 2020-2029 | Statista

¹¹⁷ Social media penetration UK 2024 | Statista



Kaynak: Statista (02/2024)¹¹⁸

Statista verilerine göre, 2022-2023 yılı arasında Birleşik Krallık'ta en çok kullanılan sosyal medya platformları; anında mesajlaşma uygulamaları (WhatsApp, Facebook Messenger, WeChat) olmuştur. Bu uygulamaları sosyal ağlar (Facebook vb.), medya paylaşım platformları (Snapchat, Instagram, YouTube, Pinterest) takip etmiştir.



Kaynak: We Are Social: Digital 2024¹¹⁹

Ülkede en çok tercih edilen sosyal medya platformları ise sırasıyla Whatsapp, Facebook, Instagram , TikTok ve Twitter (X)'dir.

¹¹⁸ [Most used social media platforms by type in the UK 2023 | Statista](#)

¹¹⁹ [Digital 2024: The United Kingdom — DataReportal – Global Digital Insights](#)Sayfa 60

5.5.3. GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ

Birleşik Krallık'ın AB'den ayrılması ve AB ile bir serbest ticaret anlaşması akdetmesi neticesinde 1 Ocak 2021 tarihi itibarıyla ülkemizle AB arasındaki Gümrük Birliği, Birleşik Krallık ile ilişkilerimizde geçerliliğini yitirmiştir. Türkiye ve Birleşik Krallık arasında 29 Aralık 2020 tarihinde bir serbest ticaret anlaşması imzalanmıştır.

1 Ocak 2021 tarihinde işlerlik kazanan Birleşik Krallık-Türkiye Serbest Ticaret Anlaşması, Gümrük Birliği ile getirilen kazanımları korumuş, sanayi ürünlerinde gümrük vergilerini sıfırlamıştır.

Temel tarım ve işlenmiş tarım ürünlerinde AB ile mevcut tavizler ölçeklendirilerek ticari ilişkilerimize yansıtılmıştır. Anlaşma ile ayrıca, aralarında çikolata, şekerleme, bisküvi, üzüm suları, gıda müstahzarları ile taze sebze ve meyvelerin de yer aldığı 90 civarında tarım ve işlenmiş tarım ürününde Birleşik Krallık'ın değişen vergi yapısı uyarınca, AB ile mevcut düzenlemenin ötesine geçecek şekilde vergi muafiyeti getirilmiştir. Hizmet, yatırım, tarım ve işlenmiş tarım ürünlerinde yeni ticari ilişkiler geliştirilmesi konusunda mutabakat sağlanmıştır.

Birleşik Krallık düzenlemelerine göre; yurtdışından posta ile gönderilen ve değeri 135 Sterlin üzerindeki ürünler, gümrük vergisi ve KDV'ye tabidir. 135 Sterlinlik gümrük muafiyetine özel tüketim malları (tütün, alkol vb) (excise goods) dahil değildir.

Bununla birlikte, Birleşik Krallık'a ithal edilen ürünler için KDV (Value Added Tax / VAT - Katma Değer Vergisi) değeri 39 Sterlin altında olan ve hediye niteliğine haiz ürünler dışındaki tüm ürünlere uygulanmaktadır. Değeri 39 Sterlin üzerindeki hediyelerde KDV, ürünün toplam kıymeti üzerinden hesaplanır. Birleşik Krallık'ta standart VAT oranı %20 olup, bazı ürünlerde indirimli oran ya da temel gıda ürünlerinde olduğu gibi vergi muafiyeti uygulaması bulunmaktadır. 135 Sterlin'in altındaki ürünlerde satıcı, vergi tutarını toplam ödemeye dahil etmelidir. Birleşik Krallık dışında olup, Birleşik Krallık'ta yerleşik tüketiciye 135 Sterlin veya altında mal veya hizmet tedarik eden işletmelerin, VAT kaydı yaptırmaları gerekmektedir¹²⁰. İşletmeden işletmeye yapılan satışlarda, Birleşik Krallık'ta yerleşik işletmenin VAT kayıt bilgileri kullanılabildiğinden VAT kaydı yaptırmaya gerek kalmamaktadır¹²¹.

Yurtdışından Birleşik Krallık'a posta ile gönderilen ürünlere uygulanan vergiler aşağıdaki tabloda özetlenmektedir:

Değer	KDV	Gümrük Vergisi
£39 veya altı ve hediye niteliğinde	Muaf	Muaf
£39-£135	Uygulanmakta	Muaf
£135 ve üstü	Uygulanmakta	Uygulanmakta

Gümrük uygulamaları hakkında daha detaylı bilgi için raporun "*Ülke Gümrük Uygulamaları*" bölümünü inceleyebilirsiniz.

¹²⁰ <https://www.gov.uk/guidance/vat-and-overseas-goods-sold-directly-to-customers-in-the-uk>

¹²¹ <https://www.gov.uk/guidance/vat-and-overseas-goods-sold-directly-to-customers-in-the-uk#:~:text=VAT%20Accounting%20Scheme,->

,Goods%20that%20are%20outside%20the%20UK%20at%20the%20point%20of,separately%20shown%20on%20the%20invo

ice

5.5.4. E-TİCARETE İLİŞKİN ÜLKE ÖZELİNDE DÜZENLEMELER

Birleşik Krallık'ta elektronik ticaret için bir dizi yasal düzenleme bulunmaktadır. Brexit öncesi uygulamada olan 23 Ekim 2002 tarihli AB E-Ticaret Yönergesi¹²² yürürlüğünü kaybetmesi sonrasında, ticari internet sitelerinin operatörlerine ve kullanıcılara, hizmetler hakkında yasal yükümlülükler Birleşik Krallık iç hukukunun konu haline gelmiştir¹²³.

1 Ekim 2015 tarihli Tüketici Hakları Yasası, tüketiciye, mal ve hizmet satın aldığı anda açık bilgi edinme hakkı, belirli bir süre içinde siparişi iptal etme hakkı, malı iade hakkı gibi sunulan haklarla birlikte söz konusu hakların ihlal edilmesi durumunda sunulan çözümleri de kapsamaktadır. 2013 Tüketici Sözleşmeleri Yönetmeliği, tüketicilerle ilgilenen ve tüketiciler için iptal hakları getiren internet sitesi operatörlerine ek yükümlülükler getirmektedir¹²⁴.

Ayrıca, 23 Mayıs 2018 tarihli Birleşik Krallık Veri Güvenliği Yasası (General Data Protection Regulation / GDPR - Genel Veri Koruma Tüzüğü), ilgili internet sitesi kullanıcıları da dâhil olmak üzere kişisel verilerin kullanımına ilişkin birçok hüküm içermektedir. 2009 Hizmet Düzenlemelerinin Sağlanması Yasası, satıcıların müşterilere sunulan bilgileri belirtmesini ve şikâyetleri ele alırken belirli standartları karşılamasını gerektirmektedir.

Ayrıca, Birleşik Krallık GDPR (General Data Protection Regulation-Genel Veri Koruma Tüzüğü), ilgili internet sitesi kullanıcıları da dâhil olmak üzere kişisel verilerin kullanımına ilişkin birçok hüküm içermektedir. 2003 Gizlilik ve Elektronik İletişim Düzenlemeleri, elektronik iletişim yoluyla doğrudan pazarlamayı (hem talep edilen hem de talep edilmeyen) yönetmektedir. 2020 İş Kullanıcıları İçin Çevrim İçi Aracılık Hizmetleri Yönetmeliği, işletmeler tarafından tüketicilere ulaşmak için kullanılan çevrim içi platformların veya arama motorlarının sağlayıcılarına yükümlülükler getirmektedir.

Birleşik Krallık hukuk sistemi, Fikri Mülkiyet Hakları (Intellectual Property Rights-IPR) ile ilgili yüksek düzeyde koruma sağlamaktadır. Fikri Mülkiyet Ofisi (IPO); patentler, tasarımlar, ticari markalar ve telif hakları dâhil olmak üzere fikri mülkiyet haklarının korunmasından sorumlu resmi Birleşik Krallık devlet kurumudur.

5.5.4. DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI

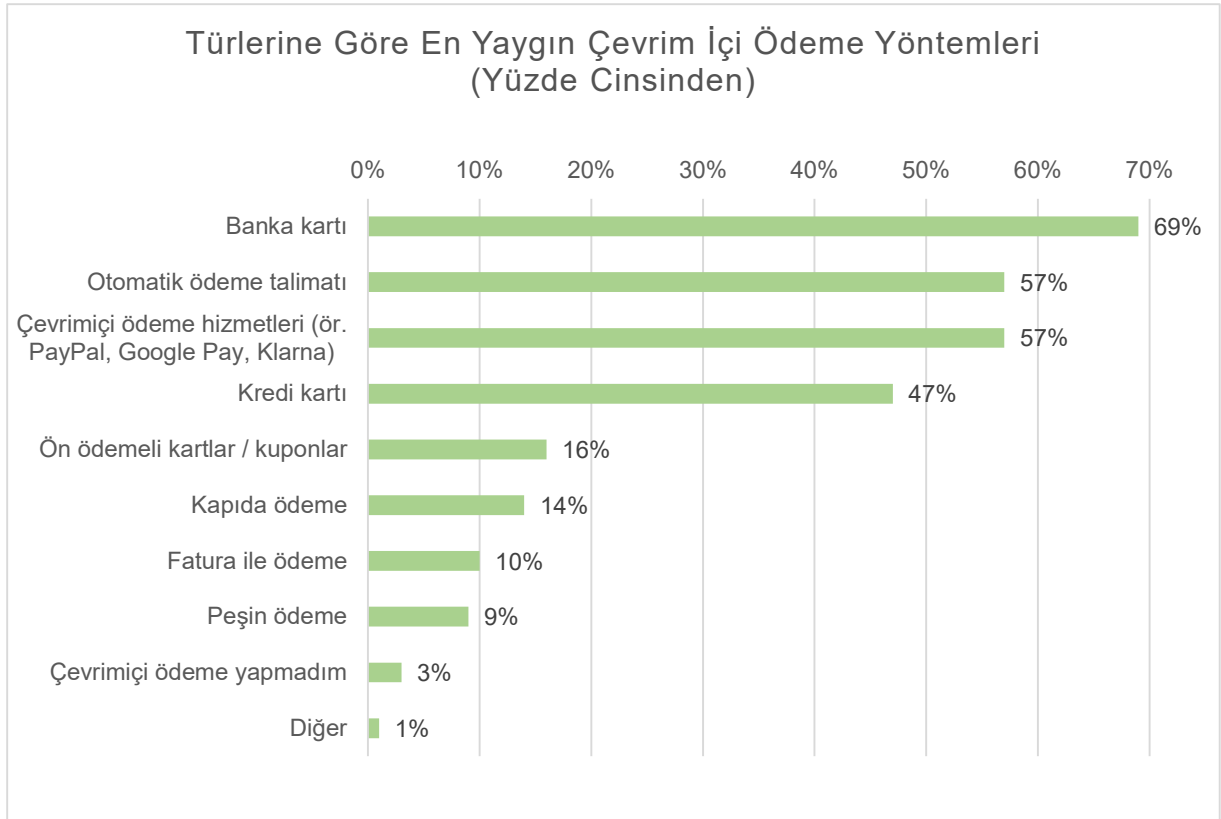
2023'te Birleşik Krallık'ta e-ticaret harcamalarında en çok tercih edilen ödeme şekli banka kartları olup, ardından sırasıyla çevrim içi ödeme hizmetleri, kredi kartları ve otomatik ödeme sistemleri gelmektedir.

Royal Mail, Parcel Force, UPS, DHL Express, Evri, DPD, Yodel, FedEx ve TNT ülkede yer alan hızlı kargo firmalarıdır. Öte yandan Amazon Fulfillment, Shopify, Huboo, Parcelhub, Fulfilmentcrowd ve Whistl ülkenin önde gelen sipariş karşılama hizmetleridir.

¹²² <https://www.legislation.gov.uk/ukxi/2002/2013/contents>

¹²³ <https://www.gov.uk/online-and-distance-selling-for-businesses>

¹²⁴ <https://www.legislation.gov.uk/ukxi/2013/3134/contents>



Kaynak: Statista (05/2024)¹²⁵

5.5.5. LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 19 (2023)¹²⁶

Lojistik Performans Endeksi (LPI), ülkelerin ticaret lojistiği performanslarında karşılaştıkları zorlukları ve fırsatları ve performanslarını artırmak için neler yapabileceklerini belirlemelerine yardımcı olmak amacıyla oluşturulmuş bir kıyaslama aracıdır. Bu endekste, ülkeler aldıkları puana göre aynı sırayı paylaşabilmektedir.

5.5.6. İPUÇLARI

Birleşik Krallık'ta e-ihracat yapmak isteyen firmaların dikkat etmesi gereken bazı noktalar bulunmaktadır. İngiliz tüketiciler, çevrim içi alışverişlerde hızlı ve güvenli teslimata önem vermekte; bu nedenle e-ihracat firmaların hızlı ve takip imkanı sunan teslimat seçenekleri sunabilmeleri gerekmektedir.

Ülkede e-ihracat için çevrim içi ödeme sistemlerine entegre olmak da kritik bir noktadır. Birleşik Krallık'ta toplam moda harcamalarının yaklaşık %80'i çevrim içi alışveriş ile yapılmakta; yetişkinlerin yaklaşık %70'i Apple Pay ve Google Pay gibi dijital cüzdanlar kullanmaktadır. Birleşik Krallık'ın gayri safi yurt içi hasılanın yaklaşık %10'u e-ticaret satışlarından oluşmaktadır.

Birleşik Krallık'taki toplam perakende pazarının %26'sını elektronik ticaret oluşturmaktadır. 2024 yılının ilk yarısında Birleşik Krallık nüfusunun %82'si, çevrim içi olarak en az bir ürün satın almıştır.

¹²⁵ [Most common online payments by type in the UK 2024 | Statista](#)

¹²⁶ [2023 | Logistics Performance Index \(LPI\) \(worldbank.org\)](#)

İngiliz tüketiciler çevrim içi alışveriş yapmadan önce ürün yorumlarına dikkat etmekte ve yorumlara erişimin çevrim içi alışveriş için önemli bir etken olduğunu belirtmektedir. Trustpilot, Yelp, feefo, Google reviews, which.co.uk gibi tüketici yorumlarına yer veren ve tüketici sorun veya şikayetlerini ve bunların yanıtlarını barındıran elektronik platformlarına ilgi giderek artmıştır.

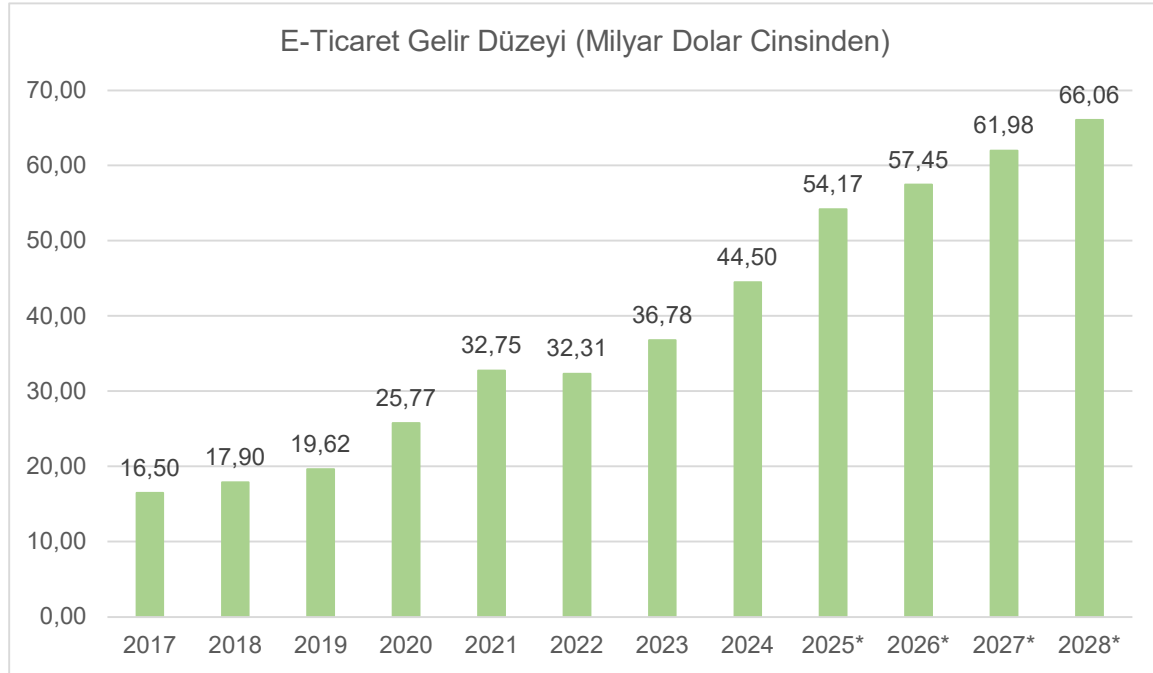
Diğer taraftan, İngiliz tüketicilerin %96'sı, çevre dostu teslimat seçeneklerini "e-ticaretin kalitesi" olarak değerlendirmekte; bu doğrultuda tüketiciler, e-ticarette çevre dostu teslimat ve geri dönüştürülebilir ambalaj seçenekleri sunan e-ticaret platformlarına yönelmektedir.



5.6. BREZİLYA

205,37 milyonluk nüfusa sahip olan Brezilya¹²⁷, 2,3 trilyon ABD dolarına¹²⁸ ulaşan gayrisafi yurt içi hasılasıyla dünyanın en büyük onuncu ekonomisi konumunda yer almıştır. 2023 yılı itibariyle ülke nüfusunun internet kullanım oranı %84,3'tür.¹²⁹ Özellikle koronavirüs pandemisi sırasında güçlü ilerleme kaydeden çevrim içi satışlar, Brezilyalı tüketiciler arasında giderek daha fazla yaygınlaşmaktadır. Brezilya, 2022 yılında 83,8 milyon, 2023 yılında ise 87,8 milyondan fazla sanal tüketici kaydetmiştir. Ülkede e-ticarete mobil kullanım oranı ise %55,5 olarak gerçekleşmiştir¹³⁰.

2023 yılında, ülkedeki e-ticaret hacmi, 2022'nin aynı dönemine göre %13,9 artış göstererek 185,7 milyar Brezilya realine (yaklaşık 37 milyar ABD Doları) ulaşmıştır. E-ticaretin genel perakende içindeki payı %9,2 olarak gerçekleşmiştir¹³¹. Brezilya E-Ticaret Birliği (Associação Brasileira de Comércio Eletrônico-ABCOMM) verilerine göre sipariş başına harcanan ortalama tutar, 2023 yılında 470,0 Brezilya Reali (yaklaşık 94,0 ABD Doları) olmuştur ve yaklaşık 395,11 milyon adet sipariş gerçekleşmiştir¹³².



Kaynak: Statista (10/2023)¹³³ (“*” konulan yıllar tahmini tutarları ifade etmektedir.)

Brezilya'da e-ticaret, Brezilya Kalkınma, Sanayi, Ticaret ve Hizmetler Bakanlığı'nın görev alanına girmekte ve e-ticaret konusunda düzenleyici ilave bir kurum bulunmamaktadır. Diğer taraftan, kamu

¹²⁷ T.C. Ticaret Bakanlığı

¹²⁸ T.C. Ticaret Bakanlığı

¹²⁹ Latin America & Caribbean: online penetration by country 2023 | Statista

¹³⁰ Faturamento do Ecommerce no Brasil (abcomm.org)

¹³¹ <https://ecommercedb.com/markets/br/all>

¹³² Valor gasto com compras pela internet no Brasil cresceu 10% em 2023 | VEJA (abril.com.br)

¹³³ Brazil: E-commerce revenue 2017-2028 | Statista

kurumu olmamakla birlikte, e-ticaret şirketlerinin bilgi ve deneyim paylaşımında bulunması ve KOBİ'lerin dış pazar payının artırılması amacıyla oluşturan ABCOMM bulunmaktadır.

5.6.1. PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER

Tüm Latin Amerika'da olduğu gibi Brezilya pazarında da 2023 yılı Aralık ayı itibarıyla, Mercado Livre, çevrim içi pazaryerleri arasında %42,0 pay ile ilk sırada yer almaktadır¹³⁴. Statista verilerine göre; şirket 2021 yılında bölgede yaklaşık %20'lik bir e-ticaret pazar payına sahip idi.

2023 yılı itibarıyla; Mercado Livre'nin ardından ülkede en çok tercih edilen pazaryerlerini Shopee, Amazon Brasil, Magazine Luiza, Americanas, AliExpress, iFood, Casas Bahia, Netshoes ve Shein olarak sıralamak mümkündür. Bahsi geçen platformlar Sevgililer Günü, Kara Cuma, Noel, Anneler Günü, Babalar Günü, Çocuk Bayramı günleri kapsamında alışveriş kampanyaları düzenlemektedir. Bunlardan Americanas, Ocak 2023 tarihinde yaşadığı finansal sıkıntılardan dolayı konkordato ilan etmiştir. Buna bağlı olarak, şirket 2023 yılının ilk beş ayında aktif müşteri sayısında Mayıs 2022-2023 tarihleri arasında %12,1 oranında düşüş yaşanmıştır.

Covid-19 salgınının etkisi ile 2020 yılından bu yana Brezilya'da e-ticarete özellikle moda, elektronik, gıda ve kişisel bakım ürünlerinin pazar payı genişlemiştir.

E-ticarete en çok satılan ürün gruplarını telefon (%20,3), ev aletleri (%15,9), eğlence (%12,6), bilgi teknolojileri (%10,3), moda ve aksesuarları (%9,6) oluşturmaktadır. Brezilya'nın gıda ve mobilya haricinde birçok ürün grubunda ithalata dayalı bir ekonomisi bulunmaktadır.

Brezilyalı tüketiciler tarafından 2023 yılında satın alınan ürünler arasında ev aletleri (%19,67), telefon (%13,46), ev ve dekorasyon (%11,64), bilişim (% 11,41) ve moda ve aksesuar (%10,24) ürünleri yer almaktadır¹³⁵. Brezilya'nın gıda ve mobilya haricinde birçok ürün grubunda ithalata dayalı bir ekonomisi bulunmaktadır.

5.6.2. SOSYAL MEDYA

Brezilya'da en çok erişilen sosyal medya platformları YouTube, Facebook ve Instagram'dır. Brezilya sosyal medya kullanıcıları sayısı 2023 yılında 131,5 milyon olmuştur. Sosyal medya kullanımında Brezilya, Latin Amerika'da ilk sırada gelmektedir¹³⁶.

2023 yılında Brezilya'daki sosyal medya kullanıcılarının sayısı toplam nüfusun %64,8'sini kapsamaktadır. Sosyal medyada geçirilen günlük ortalama süre 3 saat 31 dakikadır^{137 138}.

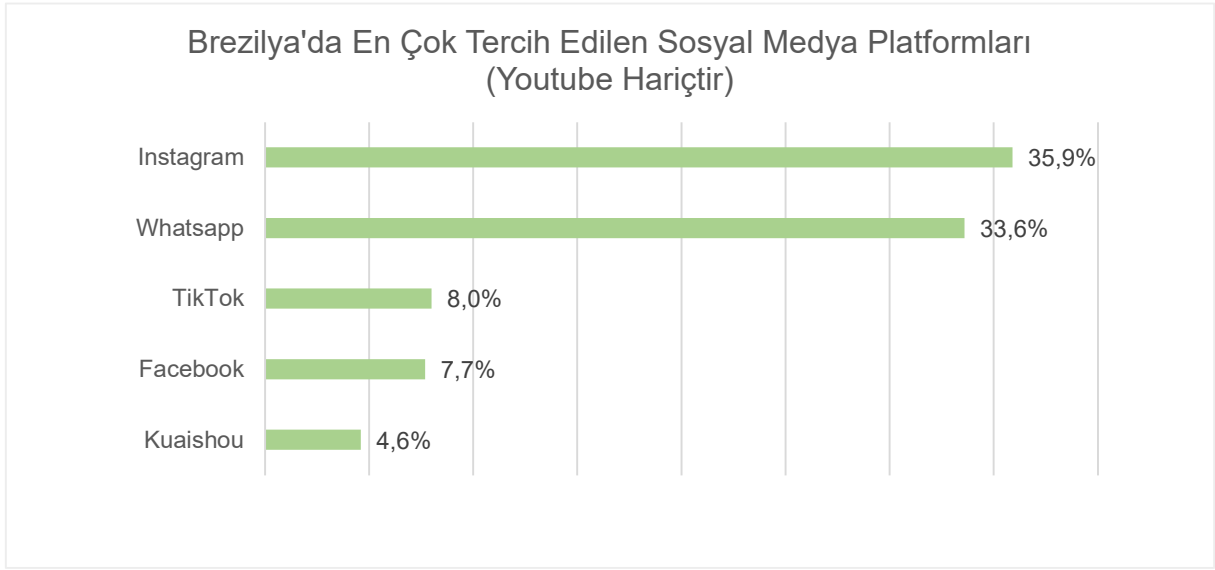
¹³⁴ No Mercado Livre, a ordem é ganhar market share - NeoFeed

¹³⁵ E-commerce no Brasil 2024: dados e cenário atual - edrone ; Faturamento do Ecommerce no Brasil (abcomm.org)

¹³⁶ Brasil é o terceiro maior consumidor de redes sociais em todo o mundo - Forbes

¹³⁷ Brasileiro fica 3 horas e 31 minutos por dia nas redes sociais (agenciavisia.com.br)

¹³⁸ Brazil: social network penetration 2028 | Statista



Kaynak: We Are Social: Digital 2024¹³⁹

5.6.3. GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ

28 Haziran 2024 tarihinde Brezilya Resmi Gazetesi'nde yayımlanan 14.902 sayılı Kanuna göre düzenlenen ve 28 Haziran 2024 tarihli ve 1.236 sayılı Geçici Tedbir doğrultusunda 1 Ağustos 2024 tarihinde yürürlüğe giren yasaya göre tüketiciler değeri 50 ABD Dolarına kadar olan ürünler için %20 İthalat Vergisi ödeyecektir. Bu tutarın üzerinde ve 3.000 ABD Dolarına kadar vergi %60 olacak ve ödenecek vergide 20 ABD Doları tutarında indirim olacaktır¹⁴⁰.

Uluslararası alışveriş yapan tüketiciler, %20 oranına ek olarak eyaletler tarafından uygulanan %17 oranında Mal ve Hizmet Dolaşımı Vergisini (ICMS) de ödemek zorundadır. Hükümete göre, yüzde 20'lik ithalat vergisi bireyler tarafından ithal edilen ilaçlar için geçerli olmayacak. 25 Ekim 2024 tarihinde Brezilya Resmi Gazetesi'nde yayımlanan 1.271 sayılı Geçici Tedbir'in 2. maddesi doğrultusunda, 31 Mart 2025 tarihine kadar geçerli olmak üzere, basitleştirilmiş vergilendirme rejimi kapsamında, gerçek kişi tarafından, kendi veya bireysel kullanımı için ithal edilecek ve değeri 10.000 ABD Dolarını veya başka bir yabancı para birimindeki eşdeğerini aşmayan ilaç sınıflarına ait nihai ürünlerin ithalat vergisi oranı %0'dır.

2016 yılından bu yana, Maliye Bakanlığı tarafından yayınlanan bir yönetmeliğe göre, bireyler tarafından ithal edilen ve değeri 10.000 ABD Doları sınırına kadar olan ilaçlar vergilendirilmemektedir. Bu durumlarda ithalat vergisi oranı %0'dır, ancak ilaçların piyasaya sürülmesi Ulusal Sağlık Gözetim Ajansı (Anvisa) tarafından belirlenen şartları yerine getirmelidir¹⁴¹.

Gümrük uygulamaları hakkında daha detaylı bilgi için raporun "*Ülke Gümrük Uygulamaları*" bölümünü inceleyebilirsiniz.

¹³⁹ Digital 2024: Brazil — DataReportal – Global Digital Insights

¹⁴⁰ https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2024/lei/l14902.htm
<https://www.congressonacional.leg.br/materias/medidas-provisorias/-/mpv/164357>

¹⁴¹ https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2024/Mpv/mpv1271.htm

5.6.4. E-TİCARETE YÖNELİK DÜZENLEMELER

Tüm ticari faaliyetlerde olduğu gibi, 11 Eylül 1990 tarih ve 8078 sayılı Tüketicuyu Koruma Yasası (Lei Nº 8.078, de 11 de setembro de 1990)¹⁴² elektronik ticaretteki faaliyetleri de düzenlemektedir. İşbu yasanın 12. Maddesi'ne göre ürünlerin tasarımından, imalatından, yapımından, montajından, formüllerinden, taşınmasından, sunumundan veya ambalajlanmasından kaynaklanan kusurların tüketicilerde neden olduğu zararların giderilmesinden, kusuru ne olursa olsun yerli veya yabancı üretici sorumludur.

Bununla beraber e-ticaret ve pazaryerlerine ait düzenlemeler, 15 Mart 2013 tarih ve 7962 sayılı Kanun Hükmünde Kararname (Decreto nº 7.962, de 15 de Março de 2013)¹⁴³ ve 14 Ağustos 2018 tarih ve 13709 sayılı Genel Veri Koruma Yasası (Lei Nº 13.709, de 14 de agosto de 2018)¹⁴⁴ ile düzenlenmektedir.

5.6.5. DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI

Brezilya'da e-ticaret ödemelerinde kart yöntemiyle ödeme %53'lük bir paya sahipken, nakit ödemeler %16, e-cüzdanlar ve banka transferleri ise %15'lik paylara sahiptir. Diğer ödeme yöntemleri ise %1'lik bir paya sahiptir.¹⁴⁵

PicPay, PayPal, Mercado Pago, ise en çok tercih edilen dijital ödeme sistemlerindendir.¹⁴⁶

¹⁴² [L8078compilado \(planalto.gov.br\)](http://www.planalto.gov.br/legislacao/compilado/leis/8078compilado.htm)

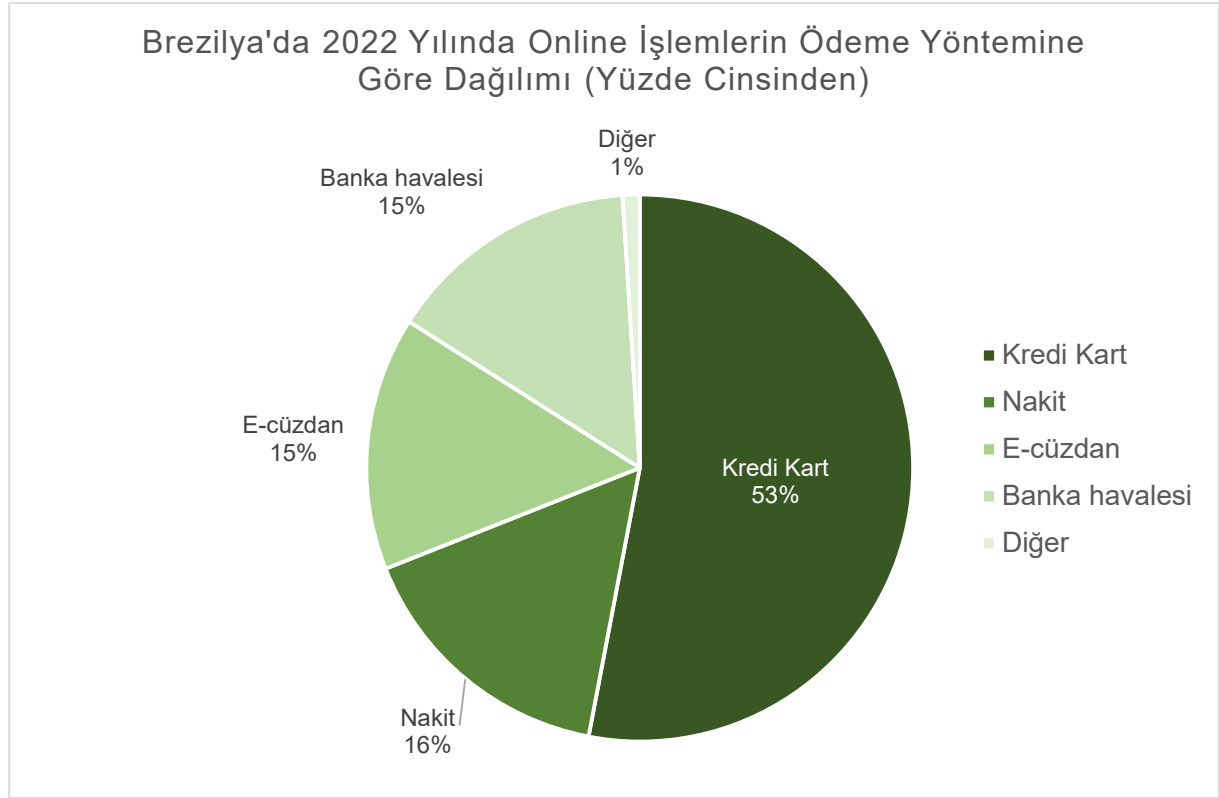
¹⁴³ [Decreto nº 7962 \(planalto.gov.br\)](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/decreto.n%207962.htm)

¹⁴⁴ [L13709 \(planalto.gov.br\)](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2018/leis/l13709.htm)

¹⁴⁵ [Brazil: online payment methods 2022 | Statista](https://www.statista.com/statistics/1091111/brazil-online-payment-methods-2022/)

¹⁴⁶ [Biggest contactless payment brands at POS in Brazil 2024 | Statista](https://www.statista.com/statistics/1234567/biggest-contactless-payment-brands-at-pos-in-brazil-2024/)

Ame Digital, Apple Pay, Mercado Pago, PayPal tercih edilen dijital ödeme sistemlerindendir.



Kaynak: Statista (04/2023)¹⁴⁷

Fedex, Vixpar, Solistica, JSL, Loggi XD firmaları hızlı kargo hizmetleri sunmaktadır¹⁴⁸.

Brezilya coğrafyası sebebiyle yerel lojistik hizmetlerinin oldukça dağınık olduğu bir pazardır ve bu nedenle tüm ülkeye dağıtım yapmak için birden çok lojistik hizmet sağlayıcısı ile çalışmaya ihtiyaç duyulmaktadır.

Yerel posta teşkilatı (Correios) dahi birçok noktaya etkin bir şekilde dağıtım yapamamaktadır. SHL Logistica, LogHouse ve Direct firmaları tarafından sipariş karşılama hizmeti verilmektedir.

5.6.6. LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 51 (2023)¹⁴⁹

Lojistik Performans Endeksi (LPI), ülkelerin ticaret lojistiği performanslarında karşılaştıkları zorlukları ve fırsatları ve performanslarını artırmak için neler yapabileceklerini belirlemelerine yardımcı olmak amacıyla oluşturulmuş bir kıyaslama aracıdır. Bu endekste, ülkeler aldıkları puana göre aynı sırayı paylaşabilmektedir.

5.6.7. İPUÇLARI

Brezilya e-ticaret pazarının 2024 yılında %10,45 oranında büyüyeceği tahmin edilmekte¹⁵⁰; önümüzdeki dönemde anılan sektöre yönelik politikaların güçlendirileceği ve uluslararası firmaların pazarda daha çok pay alması için yeni fırsatlar ortaya çıkacağı

¹⁴⁷ [Brazil: online payment methods 2022 | Statista](#)

¹⁴⁸ [Lista de Empresas de Transporte rodoviário de carga no Brasil - Econodata](#)

¹⁴⁹ [2023 | Logistics Performance Index \(LPI\) \(worldbank.org\)](#)

¹⁵⁰ [Previsão de crescimento do e-commerce para 2024 - E-Commerce Brasil \(ecommercebrasil.com.br\)](#)

öngörülmektedir. Bu bakımdan, önümüzdeki 5 yıl içerisinde Brezilya'nın e-ticaret alanında en cazip pazarlardan biri olacağı tahmin edilmektedir. Ancak, Serbest Ticaret Anlaşması (STA) olmayan ülkelere uygulanan yüksek gümrük vergisi oranları Brezilya pazarına girişi zorlaştırmaktadır.

Brezilya ve Latin Amerika özelinde Mercado Livre pazara giriş kanalı olarak kurgulanabilir. Pazara girişte en büyük sorun gümrük engelleridir. Ülke, geleneksel sınır ticareti engellerini (tarifeler, ithalat lisansı vb.) önemli bir ölçüde azaltmış olsa da birçok alanda oranlar yüksek kalmaya devam etmektedir.

Bu anlamda, Brezilyalı e-ticaret müşterilerinin moda ve aksesuarları alanında fiyata, telefon ve elektronik alanında ise kaliteye önem verdiği; ayrıca çevrim içi alışveriş yapan müşterilerin %32,49'unun düşük gelirli, %54,04'ünün orta gelirli ve %13,46'sının yüksek gelirli kesimden oluştuğu görülmektedir¹⁵¹.

Bunun yanı sıra müşterilerin büyük çoğunluğunun çok kanallı mağazaları tercih ettiği, mağazada beğendiği ürünün eve teslim edilmesini tercih ettiği gözlenmektedir. Söz konusu eğilimlerin önümüzdeki dönemde de devam etmesi beklenmektedir.

Moda, ayakkabı, aksesuar, ev tekstili ve kozmetik alanında markalı firmalarımızın, yüksek gelir grubunu hedefleyecek şekilde Brezilya'ya odaklanabilecekleri, ancak; dağıtımına ilişkin depo ve lojistik hizmeti ile birlikte pazaryeri ve mağaza yönetim hizmeti de sunan firmalardan hizmet almalarının firmalarımıza fazlasıyla fayda sağlayacağı görülmektedir.

Bu noktada ülke genelinde faaliyet gösteren yaklaşık 200 bin nakliye firması¹⁵² ile tek tek anlaşma yapmak yerine tek bir lojistik entegratörü ile çalışmak daha avantajlı olabilir. Firmaların birçoğu ülkedeki karışık lojistik altyapısı ile uğraşmak istememekte; bu nedenle sipariş karşılama çözümlerini tercih etmektedir.

¹⁵¹ [Faturamento do Ecommerce no Brasil \(abcomm.org\)](http://faturamento.do.Ecommerce.no.Brasil.abcomm.org)

¹⁵² [Transporte em números: setor contribui para a geração de empregos \(cnt.org.br\)](http://Transporte.em.numeros:setor.contribui.para.a.geracao.de.empregos.cnt.org.br)



5.7. ÇİN HALK CUMHURİYETİ

1,41 milyar nüfusa sahip olan Çin Halk Cumhuriyeti¹⁵³, dünyanın en kalabalık ikinci ülkesi konumunda olup, 18,5 trilyon ABD dolarına¹⁵⁴ ulaşan gayri safi yurt içi hasılası ile dünyanın en büyük ikinci ekonomisi durumundadır. Bunun yanı sıra, 2014 yılından bu yana satın alma paritesi bakımından dünyanın en büyük ekonomisi konumundadır.

Çin'in e-ticaret hacmi 2011'de yaklaşık 588 milyar ABD doları seviyelerinden, neredeyse 5 kat artarak, 2023 yılı itibarıyla 2,9 trilyon ABD dolarına ulaşmıştır.¹⁵⁵ Bu rakam dünyadaki en büyük ikinci e-ticaret pazarı olan ABD'nin e-ticaret hacminin iki katından fazlasına, toplam küresel e-ticaret hacminin %51,31'sine tekabül etmektedir.

Çin, 2021'de 1.359 milyar ABD dolarlık¹⁵⁶ gelirle en büyük e-ticaret pazarı konumuna gelmiş ve ABD'nin önüne geçmiştir. Ülkenin e-ticaret pazarı %9'luk bir artışla, 2021'de dünya çapındaki %18'lik büyüme oranına katkıda bulunmuştur.

2023 yılı itibarıyla ülke nüfusunun %77,5'i interneti etkin bir şekilde kullanmaktadır.¹⁵⁷ Nüfusunun %7,64'lık bir kesimi çevrim içi alışveriş tüketicisidir¹⁵⁸ ve ülkede e-ticarete mobil kullanım oranı %49,8'dir.¹⁵⁹

Ülkede, e-ticaretin genel perakende ticareti içerisindeki payı ise yaklaşık olarak %25,9 düzeyindedir.¹⁶⁰

Diğer taraftan, toplam e-ticaret satışlarının %46,6'lık bir bölümü, giderek yaygınlaşan sosyal e-ticaret kapsamında gerçekleşmiştir.¹⁶¹

¹⁵³ T.C. Ticaret Bakanlığı

¹⁵⁴ T.C. Ticaret Bakanlığı

¹⁵⁵ Retail Ecommerce Sales in China Forecasts: EMARKETER Estimates and Historical Data

¹⁵⁶ eCommerce - China | Statista Market Forecast

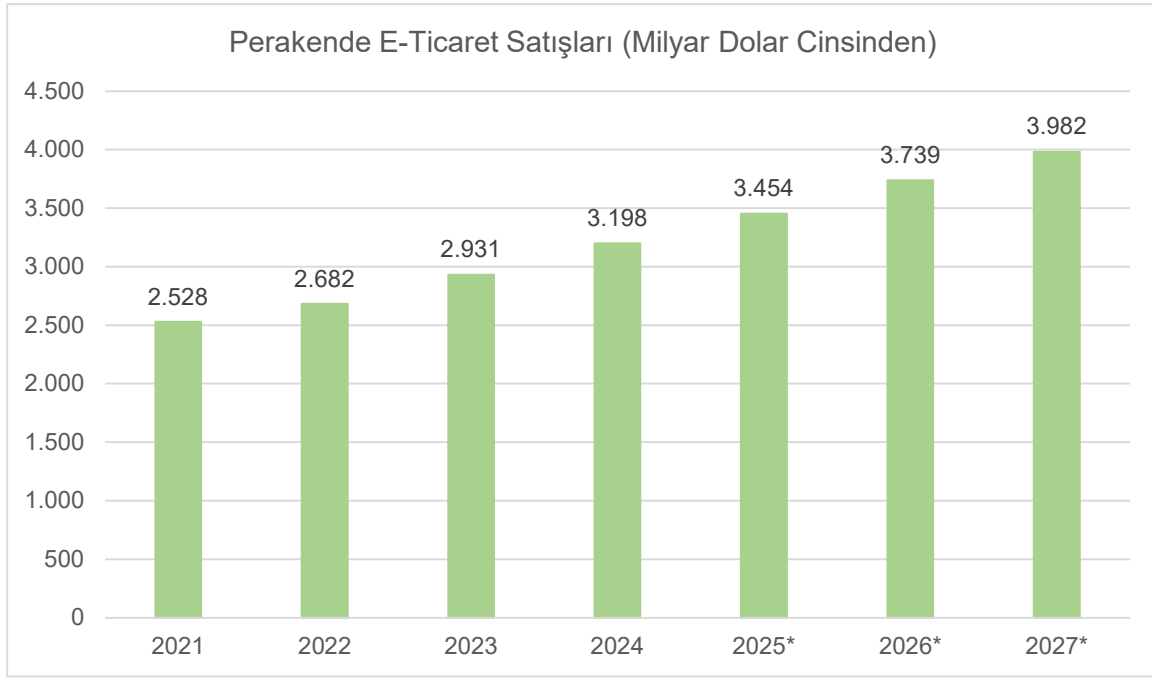
¹⁵⁷ China: internet penetration rate 2023 | Statista

¹⁵⁸ eCommerce - China | Statista Market Forecast

¹⁵⁹ eCommerce - China | Statista Market Forecast

¹⁶⁰ <https://ecommercedb.com/markets/cn/all>

¹⁶¹ eCommerce - China | Statista Market Forecast



Kaynak: Statista (10/2023)¹⁶² (“*” konulan yıllar tahmini tutarları ifade etmektedir.)

5.7.1. PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER

Çin’in e-ticaret pazarında irili ufaklı birçok çevrim içi pazaryeri bulunmasına rağmen Pinduoduo, Taobao, Tmall ve JD.com pazarın %90’ına hâkimdir.¹⁶³ Meituan, Missfresh firmaları da pazaryerlerine yatırım yapan orta ölçekli firmalardır.

Sosyal e-ticaret alanında Wechat, Xiaohongshi, Tiktok vb. platformlar ön plana çıkmaktadır. Kuaishou, Puoyin, Parklu ise orta ölçekli diğer sosyal medya platformlarıdır.

Çin’de diğer ülkelerden farklı olarak çok kanallı zincir mağazalarından alışveriş yaygın değildir. Ancak, Alibaba; Freshco markası ile JD ise 7Fresh markası ile hibrit modele geçiş yaparak süpermarket alanında fiziki mağazalar açmaktadır. Öte yandan, Alibaba’nın Futuremart ve Tao Cafe fiziki mağazaları kullanılan görsel yüz tanıma, RFID (Radio Frequency Identification- Radyo Frekans İle Kimlik Belirleme), otomatik stok kontrolü gibi teknolojiler ile stok optimizasyonu ve kasiyere ihtiyaç duymaksızın ödeme imkânı gibi kolaylıkları beraberinde getirmekte ve adeta fiziksel mağazaların gelecekteki bir prototipini temsil etmektedir.

Çin’deki çevrim içi alışverişin bir diğer önemli unsuru alışveriş festivalleridir. Bu alışveriş festivallerinden en önemlisi Single’s Day olup 2021 yılında bu etkinlik kapsamında Alibaba Group 84,5 milyar ABD doları, JD Global ise 55 milyar ABD dolarlık bir satış hacmine ulaşmıştır. Tüm platformlar üzerinden yapılan toplam alışveriş ise 154 milyar ABD doları olarak gerçekleşmiştir. Böylece bir önceki yıla ait etkinlikte gerçekleşen 137 milyar ABD dolarlık satış hacmi, 17 milyar ABD dolar değerinde arttırılmıştır.

Ülkede bunun dışında birçok alışveriş festivali bulunmakta olup, e-ticaret kapsamında yapılan alışverişlerin önemli bir kısmı festival sürecinde gerçekleştirilmektedir. Bunlardan en önemlileri olarak Çin Yeni Yılı, Bahar Bayramı ve ülkede faaliyet gösteren çevrim içi pazaryerlerinin kuruluş yıldönümleri

¹⁶² [China: retail e-commerce sales 2027 | Statista](#)

¹⁶³ [Top online marketplaces in Greater China by GMV | ECDB.com \(ecommercedb.com\)](#)

sıralanabilir. Alışveriş festivallerinde ulaşılan devasa ticaret hacmi, tanıtım faaliyetlerinin de bu dönemlerde yoğunlaşmasına neden olmaktadır.

Ülkede canlı yayın satışları ve sosyal e-ticaret; ülkenin e-ticaret ekosistemine yerleşmekte olan karakteristik bir özelliğini taşımaktadır. İlk kez 2014 yılında Taobao platformu üzerinden bu uygulama, diğer satış platformları tarafından da benimsenmiş ve Çin e-ticaret ekosisteminin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir.

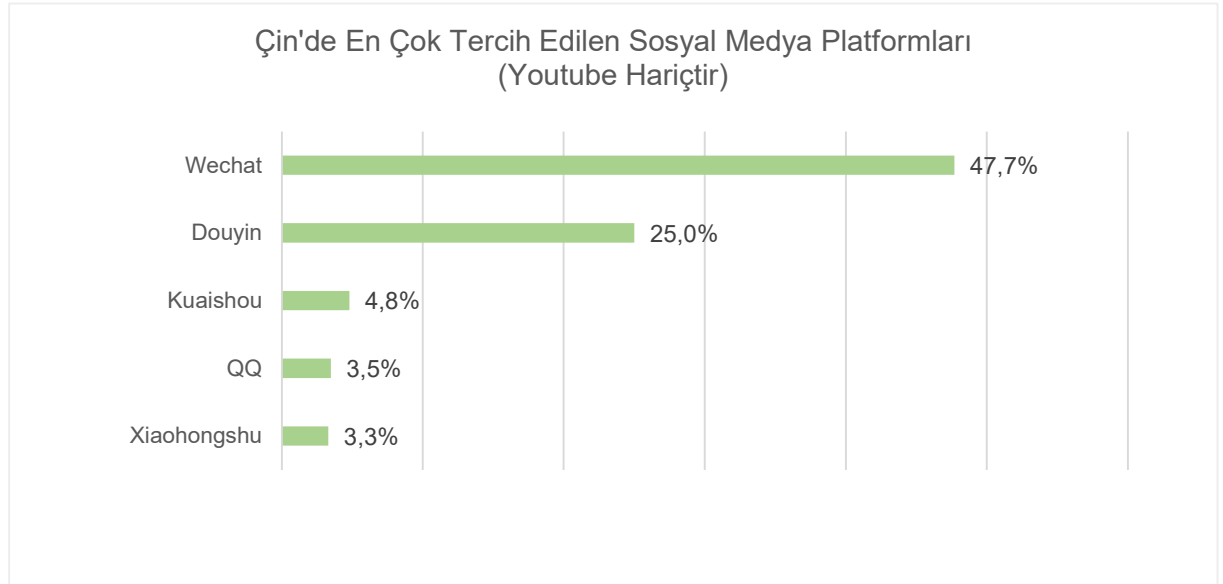
Sosyal medya platformları üzerinden sosyal medya etkileyicisi (influencer), canlı yayınlar kanalıyla ürün tanıtımı yapmakta ve bu yayınlar sırasında tüketiciler ürünü doğrudan alabilmektedir. Söz konusu eğilim çevrim içi alışverişi interaktif ve gerçek zamanlı bir sosyal aktivite haline getirirken tüketici davranışlarını da şekillendirmektedir.

Bu kapsamda e-ticaret platformları, sosyal medya etkileyicilerinin tüketici üzerindeki etkinlik endekslerini güncel olarak tutmakta ve satış stratejileri kapsamında bu kişileri kullanmaktadır. Çin hükümeti de çevrim içi pazarlamanın artan önemine kayıtsız kalmamış ve 2020 yılında çevrim içi pazarlamacılığı resmi meslekler listesine dâhil etmiştir.

Çin'deki Tmall, JD.com, Hema, Suning ve Home Depot China, çok kanallı perakende liderleridir. Tmall ve JD.com, geniş çeşitlilikteki ürünleriyle online alışverişin zirvesinde yer almaktadır. Hema, taze gıda ve hızlı teslimatıyla yenilikçi bir süpermarket deneyimi sunmaktadır. Suning, elektronikten ev eşyalarına kadar çeşitli ürünler sunan, online ve fiziksel mağazalara sahiptir. Bu zincirler, çevrim içi ve fiziksel alışveriş seçenekleriyle alışverişi kolaylaştıran çok kanallı hizmetler sunmaktadırlar.

5.7.2. SOSYAL MEDYA

Batı kaynaklı sosyal medya platformlarının kullanımının kısıtlı olduğu ülkede, bu platformlara alternatif uygulamalar, kamu ve özel sektör tarafından hayata geçirilmiştir. Çin'de 1,06 milyar sosyal medya kullanıcısı olup, sosyal medyada günlük olarak geçirilen zaman 1 saat 56 dakikadır.¹⁶⁴



Kaynak: We Are Social: Digital 2024¹⁶⁵

¹⁶⁴ [Digital 2024: China — DataReportal — Global Digital Insights](#) Sayfa 50

¹⁶⁵ [Digital 2024: China — DataReportal — Global Digital Insights](#) Sayfa 53

Ülkede birçok sosyal medya platformu faaliyet göstermekte olup bunlardan WeChat, Douyin (TikTok), QQ, Kuaishou ve Xiaohongshu en çok tercih edilen sosyal medya platformları olup, kullanıcı sayısı ve kullanım yoğunluğu bakımından da ön plana çıkmaktadır.

5.7.3. GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ

Çin'e belirli bir limit dâhilinde yapılan e-ithalat gümrük vergisinden muaf tutulmakta ve KDV indirimine tabii olmaktadır. Çin'de sınır ötesi e-ticarete konu olabilecek eşyalar "pozitif liste" adı altında düzenlenmekte ve bu liste periyodik aralıklarla güncellenmektedir. Mevcut listede Çin Gümrük tarife cetvelindeki 8'li GTİP bazında listelenmiş ürünlerin yaklaşık olarak %17'sini içermektedir. (8'li GTİP bazında 2023 sonu itibarıyla 1.476 kalem ürün)

Çin'e yapılacak e-ihracatta bireysel her tek partide yapılacak 5000 yuan (yaklaşık 777 ABD doları¹⁶⁶) ve yılda toplam 26.000 yuana (yaklaşık 4.000 ABD doları¹⁶⁷) kadar alımlar, gümrük vergisinden muaftır. (2023 yılı ABD/CNY kuru ortalaması 7,2'dir) Bu gönderilerden alınan KDV oranı 30% indirimli olarak uygulanmaktadır. (KDV ürünün değerinin %70'i üzerinden alınmaktadır)

Gümrük uygulamaları hakkında daha detaylı bilgi için raporun "[Ülke Gümrük Uygulamaları](#)" bölümünü inceleyebilirsiniz.

5.7.4. E-TİCARETE İLİŞKİN ÜLKE ÖZELİNDE DÜZENLEMELER VE POLİTİKALAR

Çin devlet politikaları ülkede e-ticaretin bu denli hızlı gelişmesine önayak olmuştur. İlk olarak Çin 2000'li yıllardan bu yana gelişmekte olan e-ticaret sektörünün faaliyetlerini kısıtlayıcı politikalardan kaçınmış, e-ticaret platformlarının vergilerden kaynaklanan maliyetlerini azaltma yoluna gitmiştir. Sektöre dair düzenlemeler sektörün belirli bir olgunluğa erişmesinden sonra ilk olarak 2018 yılında gündeme gelmiştir. Bu destekleyici mekanizmalara paralel olarak ülkenin lojistik ağı ve internet altyapısının geliştirilmesine yönelik altyapı çalışmaları e-ticaret ekosisteminin gelişmesinde katalizör görevi görmüştür.

Sınır ötesi e-ticaret alanında da devlet uygulamalarının sektörün gelişmesindeki rolü büyük olmuştur. Ülke içinde belirli bölgelerde E-Zone denen pilot bölgeler kurularak Çin'den ihraç edilecek eşyaların buralarda konsolide edilmesi ve lojistik faaliyetlerin maliyet-etkin şekilde kurgulanması sağlanmıştır. Bunun dışında da Çin'de belirli merkezlerde konsolidasyon istasyonları hizmet vermektedir.

Diğer taraftan, Çin diğer ülkelerin milli posta hizmetleri ile iş birliklerine giderek lojistik maliyetlerini Çin'in e-ihracatını destekleyecek şekilde optimize etmiştir. Bu doğrultuda, Çin'den kayıtsız gönderi şeklinde çıkan eşyanın, teslimat aşamasının diğer ülke milli posta hizmetlerince takibi, bu ülkelerin posta kotalarının kullanılması suretiyle UPU (Universal Postal Union- Dünya Posta Birliği) tarafından konulan kotaların aşılması yöntemleri Çin tarafından kullanılmıştır.

Çin son yıllarda sınır ötesi e-ticaretini geliştirme stratejisi kapsamında, e-ihracat ve e-ithalat için konumlanmış Cross Border Trade Zone (CBEC) bölgeleri oluşturmuştur. Bu bölgelerde e-ticareti kolaylaştırıcı mekanizmalar uygulanmaktadır. Bölge sayısı en son açılan 33 bölge ile 165'e çıkarılmıştır.

Gümrük uygulamaları hakkında daha detaylı bilgi için raporun "[Ülke Gümrük Uygulamaları](#)" bölümünü inceleyebilirsiniz.

¹⁶⁶ Kur 1 USD=6,5 RMB esas alınarak hesaplanmıştır.

¹⁶⁷ Kur 1 USD=6,5 RMB esas alınarak hesaplanmıştır.

5.7.5. DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI

Çin özelinde dijital cüzdan ve mobil ödeme yöntemleri diğer ülkelere kıyasla daha fazla tercih edilmektedir. E-ticaret ödemelerinin yaklaşık %52'si dijital cüzdanlar ve mobil ödeme üzerinden yapılmaktadır.¹⁶⁸

İstatistiklere göre, 2022'de Çin'de yaklaşık 904,44 milyon kişi mobil ödeme kullanmıştır.¹⁶⁹ 2022'de Çin'de katılımcılar arasında kullanılan başlıca e-ödeme platformları ise %95 ile Alipay, %93 ile WeChat Pay ve %23 ile Unionpaydır.¹⁷⁰

Çin e-ticaret ekosisteminde her bir çevrim içi pazaryeri kendi sipariş karşılama hizmetini sağlamaktadır. Ayrıca Annto, Brilliant Cold Storage Management Limited, Boxme China, Cainiao Network, Chevalier Cold Storage and Logistics Co. Ltd. (CCS), CMST firmaları da sipariş karşılama hizmetleri sunmaktadır. Bunun yanında S&F ve ZTO gibi hızlı kargo firmaları da faaliyet göstermektedir.

ZTO, Turkish Cargo ve PAL firmaları ortaklığında WeWorld Express firması kurulmuştur. Bu firma Çin'den yapılan gönderilerin lojistik operasyonlarını yönetmektedir.

5.7.6. LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 19 (2023)¹⁷¹

Lojistik Performans Endeksi (LPI), ülkelerin ticaret lojistiği performanslarında karşılaştıkları zorlukları ve fırsatları ve performanslarını artırmak için neler yapabileceklerini belirlemelerine yardımcı olmak amacıyla oluşturulmuş bir kıyaslama aracıdır. Bu endekste, ülkeler aldıkları puana göre aynı sırayı paylaşabilmektedir.

5.7.7. İPUÇLARI

Çin e-ticaret pazarı, gerek genel perakende satışları içerisindeki görece büyük hacmi gerekse de ekosistemin işleyiş dinamikleri ile nevi şahsına münhasır bir pazardır. E-ticaret pazarına giriş yapacak olan yabancı firmaların bir Ticaret Partneri ile çalışması çevrim içi pazaryerleri tarafından zorunlu tutulmaktadır. Ticaret Partneri ürünün pazara hazırlanmasından, tanıtım faaliyetlerine kadar birçok alanda teknik danışmanlık hizmeti vermekte ve bunun karşılığında yıllık aidat ve ürün satışından komisyon olarak ücret almaktadır. Firmalar ayrıca, çevrim içi pazaryerlerine tek seferlik teminat yıllık aidat ve ürün satışından komisyon olmak üzere farklı kalemlerde ödeme yapmak durumundadır.

Pazarda sosyal medya etkileyicilerinin tüketici davranışları üzerindeki etkisi büyüktür. Bu durum, tanıtım faaliyetlerinin Çin e-ticaret pazarının iç dinamiklerine uygun şekilde, çevrim içi tezgâhtarları ve sosyal medyayı önceleyen bir doğrultuda kurgulanmasını gerekli kılmaktadır.

Bunun dışında, Çinli tüketicilerin satın alma kararını etkileyen en büyük faktör teslimat hızıdır. E-ticaret tüketicileri, çevrim içi pazaryerlerinden aldıkları ürünü aynı gün içerisinde teslim almak istemektedir. Tüketicilerin bu yöndeki tercihi, çevrim içi pazaryerlerinin ülkenin birçok yerinde depolar kurarak ürün stoklanmasında ve lojistik ve depolama altyapılarını geliştirmesinde büyük rol oynamıştır.

¹⁶⁸ [Most common online payments by type in China 2024 | Statista](#)

¹⁶⁹ [China: number of online payment users 2022 | Statista](#)

¹⁷⁰ [China: leading e-payment services 2022 | Statista](#)

¹⁷¹ [2023 | Logistics Performance Index \(LPI\) \(worldbank.org\)](#)

Çin, dijital cüzdan ve mobil ödeme yöntemleri ile mobil cihazlar kanalıyla gerçekleştirilen e-ticaret alanlarında lider konumundadır. Bu doğrultuda, çevrim içi tüketiciler mobil ara yüzü olmayan siteleri kullanmayı tercih etmemekte ve rakip sitelere yönelmektedir.

Son yıllarda, Çin iç tüketimi teşvik etme politikası kapsamında, e-ithalatın önünü açan politikalar benimsenmektedir. Nitekim 5000 yuana (yaklaşık 777 ABD doları) kadar bireysel gönderiler gümrük vergisinden muaf tutulmakta ve KDV indirimine tabii olmaktadır.

Çin'de eyaletler, gelir ve gelişmişlik düzeyine göre dört sınıfa ayrılmaktadır. Pekin, Şanhay, Guangzhou ve Shenzhen'in başını çektiği gelir düzeyi yüksek Tier-1 şehirleri lüks ithal tüketim ürünlerinin daha fazla rağbet gördüğü bölgelerdir. Otuz şehirden oluşan nüfusu ve gelir düzeyi nispeten yüksek Tier-2 şehirlerinde de önemli bir potansiyel olduğu değerlendirilmektedir.

Mevcut durumda, özellikle Çin'in sınır ötesi e-ticaretinde, kozmetik, sağlık ürünleri, anne-bebek ürünleri ve giyim ön plana çıkan sektörlerdir. Bunun yanı sıra, Çin'de Y ve Z kuşağının yakın zamanda ev sahibi olma dönemine girecek olması nedeniyle ev tekstili ve dekorasyonu kategorisinin e-ticarete ön plana çıkacağı tahmin edilmektedir.

Çin'in dünya e-ticaret pazarındaki hacmi ve Z-kuşağının batılı ürünlere olan talebinin özellikle yukarıda sayılan alanlarda üretimi olan çok kanallı markalarımız tarafından değerlendirilerek, pazara giriş konusunda belirli alt sektör grupları ile ortak hareket etmesinin yararlı olacağı düşünülmektedir.

Çin'de çevrim içi alışveriş aynı zamanda sosyal etkinlik olarak da görülmektedir. ABD'de bir e-ticaret tüketicisinin çevrim içi pazaryerinde geçirdiği zaman ortalama 3 dakika iken, Çin'de bu süre 30 dakikaya kadar çıkabilmektedir.

Çin e-ticaret ekosisteminde faaliyet gösterecek olan yabancı firmaların birtakım hususlara dikkat etmesi gerekmektedir. Bunlardan ilkinin marka tescili oluşturmaktır. Pazara girmek isteyen firmaların markalarını, İngilizce ve Çince karakterlerle olmak üzere iki dilde de tescil ettirmesi büyük önem arz etmektedir.

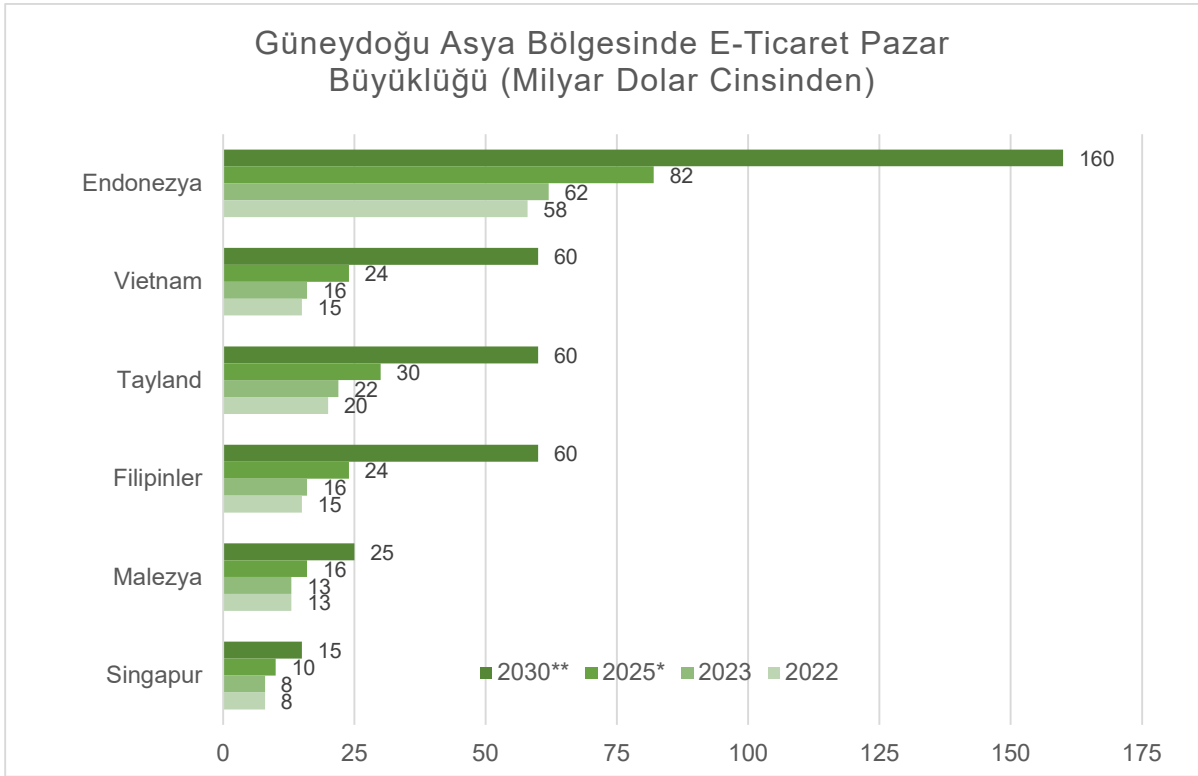
Çin'in yerel e-ticaret pazarında birçok seçenek, çeşitlilik ve yenilik olmasına rağmen, sınır ötesi alışveriş hala ülkenin önemli bir özelliğidir. Çevrim içi alışveriş yapanların %39'u yurtdışından alışveriş yapmaktadır. Sınır ötesi e-ticaret, toplam e-ticaretin %13,5'ini oluştururken, en popüler denizaşırı alışveriş hedefleri Japonya (%24), Avustralya (%14) ve ABD (%12)'dir.

Çin, dünya lideri bir e-ticaret pazarıdır ve büyük satış hacimleri, gelişmiş inovasyon kültürü ve canlı ticaret ortamı ile ön plana çıkmaktadır.

5.8. ENDONEZYA



Endonezya 279,9 milyon nüfus¹⁷² ve 1,47 trilyon ABD dolarlık¹⁷³ gayrisafi yurt içi hasılasıyla dünyanın en büyük on altıncı ekonomisi durumundadır. Son derece genç ve dinamik bir nüfusa sahip olan Endonezya, e-ticaret açısından da büyük potansiyel arz etmektedir. Toplam e-ticaret hacmi 2022 yılında 58 milyar ABD dolarına, 2023 yılında 75,62 milyar ABD dolarına ulaşmıştır.¹⁷⁴ 2030 yılına kadar bu rakamın 160 milyar ABD dolarına ulaşması beklenmektedir.¹⁷⁵



Kaynak: Statista (10/2023)¹⁷⁶ (“*” işaretli yıllar tahmini tutarları ifade etmektedir.)

2023 yılı itibarıyla ülkede yaklaşık 58,63 milyon aktif e-ticaret tüketicisi bulunmakta olup, bu rakamın 2029 yılında 99,1 milyona çıkacağı düşünülmektedir.¹⁷⁷ E-ticaret tüketicilerinin yaklaşık %16,69'u haftada en az iki defa çevrim içi alışveriş yapmaktadır.¹⁷⁸ Kişi başı yıllık e-ticaret harcaması 769,9 ABD doları tutarındadır.¹⁷⁹

¹⁷² T.C. Ticaret Bakanlığı

¹⁷³ T.C. Ticaret Bakanlığı

¹⁷⁴ Forecasts: EMARKETER Estimates and Historical Data

¹⁷⁵ E-commerce market size in SEA countries 2030 | Statista

¹⁷⁶ E-commerce market size in SEA countries 2030 | Statista

¹⁷⁷ Indonesia: e-commerce number of users 2020-2029 | Statista

¹⁷⁸ Indonesia: frequency of online purchases 2023 | Statista

¹⁷⁹ eCommerce - Indonesia | Statista Market Forecast

5.8.1. PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER

Ülkede faaliyet gösteren e-ticaret pazaryerleri arasında sırasıyla Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada ve Blibli ön plana çıkmaktadır.

Map Club (Seibu), Uniqlo, Max Fashions ise çoklu kanallara sahip önemli zincir mağazalardır.

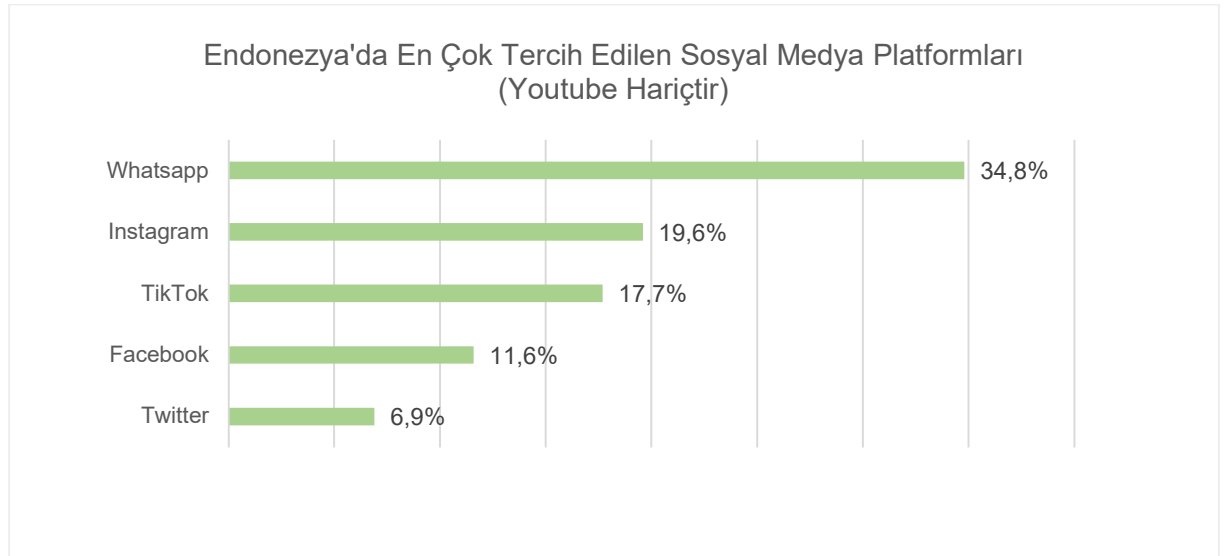
Ülkede birçok alışveriş festivali bulunmakta olup, en yüksek e-ticaret satış hacmine Ramazan Bayramı, Yeni Ay Yılı ve 11.11 Günü gibi özel günler kapsamında yapılan alışveriş etkinliklerinde ulaşılmaktadır.

Endonezya'daki Matahari Department Store, Erafone, Hypermart ve Sentral, moda, teknoloji ve gıda ürünleri sunan önde gelen çok kanallı perakende zincirleridir. Matahari geniş moda seçenekleriyle, Erafone mobil teknoloji ürünleriyle, Hypermart süpermarket ürünleriyle ve Sentral tüketici elektroniğiyle dikkat çekmektedir. Bu zincirler, online ve fiziksel mağazalarıyla esnek alışveriş deneyimleri sunmaktadırlar.

5.8.2. SOSYAL MEDYA

Ülkede sosyal medya kullanımı oldukça yaygındır. Hâlihazırda 139 milyon sosyal medya kullanıcısı olan ülkede en çok tercih edilen sosyal medya platformları sırasıyla Whatsapp, Instagram, TikTok, Facebook ve Twitter'dır.¹⁸⁰

Sosyal medyada bir günde geçirilen zaman 3 saat 11 dakikadır.¹⁸¹



Kaynak: We Are Social: Digital 2024¹⁸²

5.8.3. GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ

Endonezya'da sınır ötesi ticaret işlemlerinde üç aşamalı ithalat uygulaması bulunmaktaydı: Bu kapsamda, 3 ABD Dolarına kadar yapılan ithalatta gümrük vergisi muaflığı söz konusudur. 3-1.500 ABD Doları arasındaki ithal ürünler için gümrük bedeli ödenmekte fakat dokümantasyon zorunluluğu bulunmamaktadır ve bu kapsamda %7,5 gümrük vergisi ve %11 KDV ödenmektedir. Son olarak ise

¹⁸⁰ [Digital 2024: Indonesia — DataReportal — Global Digital Insights Sayfa 57](#)

¹⁸¹ [Digital 2024: Indonesia — DataReportal — Global Digital Insights Sayfa 57](#)

¹⁸² [Digital 2024: Indonesia — DataReportal — Global Digital Insights Sayfa 61](#)

1.500 ABD Doları üstü ithalatta gümrüklere ilişkin ilgili belge ve dokümantasyon zorunluluğu bulunmakta olup Endonezya'nın uyguladığı ithalat rejimine ait kurallar geçerli olmaktadır.

Diğer taraftan, Endonezya hükümetinin 18 Kasım 2023 tarihinde yürürlüğe soktuğu 96 numaralı Maliye Bakanlığı Regülasyonu ile (e-ticaret dahil) dış ticaret rejimine ilişkin birtakım mevzuatsal değişikliğe gidilmiştir. Bu çerçevede, 3 ABD Dolarına kadar yapılan ithalatta gümrük vergisi muaflığı devam etmekte birlikte yeni uygulama olarak KDV (%11) ödenmesi zorunlu hale getirilmiştir. Ayrıca, 3-1.500 ABD Doları arasındaki ithal ürünler için %7,5 gümrük vergisi ve %11 KDV ödenmesi uygulaması devam etmekte birlikte, belirli gümrük tarife pozisyonundaki mallar için bu özel uygulama iptal edilmiştir.

Ayrıca, Endonezya Ticaret Bakanlığının 26 Eylül 2023 tarihinde yayımladığı 31 numaralı düzenleme ile elektronik ticarete ilişkin birtakım ek mevzuatsal değişikliğe gidilmiştir. Bu çerçevede, sınır ötesinden parça başı mal ithalatı yaparak yerel e-ticaret pazar yeri üzerinden satışı yapan firmalar için asgari 100 ABD Doları (FOB) mal bedeli zorunluluğu getirilmiştir. Bu kapsamda 100 ABD Doları altındaki ürünlerin e-ticaret pazaryerlerinde parça başı satışı yasaklanmıştır. Ayrıca sınır ötesi ticaret kapsamında dış ticarete ilişkin geçerli yasa ve yönetmeliklerin (ithalat rejimi) hükümlerine uyulması zorunluluğu getirilmiştir. Böylelikle e-ticaret alanında faaliyetlerini gerçekleştirirken ilgili işletmeler, sadece işletme lisanslarına ilişkin faaliyet alanlarında sınırlı olmak kaydıyla, ithalatta gerekli mal ve hizmetler için belirlenen standartları ve teknik gerekliliklere uygunluğunu kanıtlayan belgeleri sağlamaları zorunluluğu getirilmiştir.

Gümrük uygulamaları hakkında daha detaylı bilgi için raporun *"Ülke Gümrük Uygulamaları"* bölümünü inceleyebilirsiniz.

5.8.4. E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler

Endonezya hükümetinin 25 Kasım 2019 tarihinde yayımladığı 80 numaralı Düzenleme ile ülke içi elektronik ticarete ilişkin mevzuatsal altyapı oluşturulmuştur. İlgili mevzuat, detaylı ticari aktörler tanımları, e-ticaret operatörleri için kontrol listeleri, elektronik sözleşmeler, kişisel verilerin korunması ve ticaret uygulamaları (vergileendirme, ödeme, ticari sözleşmeler, tüketicinin korunması ve nakliye) hususlarını kapsamaktadır.

Bu kapsamda e-ticarete taraflar ticari aktörler, tüketiciler, bireyler ve devlet kurumları olmak üzere ayrılmaktadır. Düzenleme kapsamında ticari aktörler hem yerel hem de yabancı şirketler olabilmektedir. Ticari aktörler; tacir, e-ticaret operatörleri ve aracı hizmet sağlayıcılar olarak üç grupta sınıflandırılmıştır. Bu çerçevede tacir, kendi elektronik sistemi veya bir e-ticaret operatörünün sağladığı elektronik sistem aracılığıyla elektronik olarak mal ve/veya hizmet sunan ticari aktör olarak tanımlanmıştır. Yabancı ticari aktörler Endonezya dışındaki özel veya tüzel kişiler (firmalar) olabilmekte ve yaptıkları faaliyetler Endonezya'da yapıyormuş gibi kabul edilmektedir. Bu kapsamda gerçekleştirilen işlem adedi, işlem hacmi, sevk edilen paket sayısı veya sevkiyat hacmi gibi birtakım eşikler üzerinden değerlendirme yapılmaktadır. Diğer taraftan, belirlenen eşikler kapsamında herhangi birini karşılayan yabancı bir ticari aktör, kendi adına hareket edebilecek bir "Endonezya Temsilcisi"ni ataması gerekmektedir.

Yukarıda bahsedilen yerli veya yabancı e-ticaret aktörlerinin e-ticaret faaliyetlerini devam ettirebilmeleri için işletme lisansı almaları gerekmektedir. Aracılık hizmetleri sunan operatörler, e-ticaret işlemlerinden doğrudan yararlanıcı değillerse işletme lisansından muaftırlar. İşletme lisans

işlemleri “Perizinan Berusaha Integrasi Secara Elektronik” (Elektronik Entegre İşletme Lisansları-Electronic Integrated Business Licenses) üzerinden yapılmaktadır.

E-ticaret operatörlerinin uyması gereken bazı kurallar bulunmaktadır. Bu kapsamda ilgili kurallar; Endonezya’da bulunan alan adı (domain) kullanılması (.id uzantısı gibi), bir veri merkezindeki kurulu server kullanımı, “Haberleşme ve Bilişim Bakanlığına” elektronik sistem operatörü olarak kaydolunması ve periyodik hazırlanan verilerin istatistik kurumuna iletilmesi olarak sıralanmaktadır.

İlgili mevzuat ile e-ticaret operatörlerinin veri saklama süreleri de belirlenmiştir. Bu çerçevede, mali işlemlerle ilgili verilerin saklama süresi 10 yıl iken, müşteriler, elektronik teklif ve kabuller, elektronik onaylar, ödeme onayları, sevkiyat durumları, anlaşmazlıklar ve ticari hak talepleri gibi diğer verilerin saklama süresi 5 yıldır.

Ayrıca toplanan kişisel verilerin ülke dışına çıkartılması yasak olmakla beraber, Endonezya Ticaret Bakanlığının belirlediği standartlar çerçevesinde verilerin gönderileceği ülkede de aynı standartların bulunması/uyuşması ile kullanımı mümkündür. İlgili mevzuat gereğince 2 yıllık geçiş süresi tanınmış ve diğer mevzuatsal düzenlemeler tamamlanmamıştır.

Bir diğer husus ise tacirin alıcılarına mal ve/veya hizmet teslimi konusundaki genel yükümlülüğünün yanı sıra, bir e-ticaret operatörü/işletmecisi sistemi aracılığıyla gerçekleştirilen bir e-ticaret işleminde, mal ve/veya hizmetin tesliminin sorumluluğu e-ticaret operatörünün kendisinde de bulunmaktadır. E-ticaret operatörleri, bir anlaşmaya dayalı olarak bir lojistik hizmet sağlayıcı ile iş birliği yapabilir. Mezkûr anlaşma, e-ticaret operatörü tarafından Endonezya Ticaret Bakanlığına bildirilmelidir.

Diğer taraftan e-ticaret mevzuatı kapsamında; doğrudan e-ticaret işlemlerinde vergilendirme konularına değinilmemektedir. Ancak, yürürlükteki yasa ve yönetmelikler kapsamındaki vergilendirme hükümleri ve mekanizması e-ticaret faaliyetleri için de geçerli sayılmaktadır. Bu çerçevede, katma değer ve stopaj vergileri uygulanmaktadır.

Son olarak, ilgili mevzuat kapsamına uygun olmayan ihlal durumlarında birtakım idari yaptırımlar söz konusudur. Bu kapsamda sırayla; resmi uyarma, öncelikli izleme listesine dâhil edilme, kara listeye alınma, e-ticaret operatörlük hizmetinin geçici olarak askıya alınması ve işletme ruhsatının iptali gibi idari yaptırım aşamaları bulunmakta olup, ilgili Bakanlığın yönetmeliklere tabi ek yaptırımları da olabilmektedir.¹⁸³

E-ticaret hususunda bir diğer mevzuat düzenlemesi de ülkenin Ticaret Bakanlığı tarafından 2020 yılında yayımlanan 50 numaralı yönetmeliktir. Mezkûr yönetmelik, 2019 yılında çıkarılan mevzuat kapsamında detay düzenlemeler içermektedir. Bu kapsamda yönetmelikte e-ticaret aktörleri detaylı tanımlanmıştır. Bu çerçevede, sosyal medya üzerinden e-ticaret yürüten yerel ve yabancılar da tacir tanımına eklenmiş olup aracı hizmet sağlayıcılar başlığına arama motorları da ilave edilmiştir.

Yukarıda belirtildiği üzere anılan aktörlerin 2019 yılındaki düzenlemeler ile e-ticaret faaliyeti yürütebilmek için işletme lisansı almaları zorunlu tutulmuştur. Bu kapsamda yeni düzenleme ile “Surat Izin Usaha Perdagangan Melalui Sistem Elektronik” (Elektronik Sistem Üzerinden Ticaret İzni-SIUPMSE) adı altında, “Single Submission System”¹⁸⁴ isimli çevrim içi tek pencere sistemi üzerinden başvuru yapılmaktadır. Söz konusu izin, başvuru yapan işletmelerin elektronik sistem sağlayıcı tescil belgesi, internet sitesi ve tüketici şikâyetleri için oluşturulan servis bilgilerinin “Tüketicinin Korunması ve Ticarete Uyum Genel Müdürlüğüne” iletilmesi gibi şartların yerine getirilmesinin akabinde verilmektedir. Yabancı tacirler, bağlı oldukları e-ticaret operatörlerine ilgili bilgileri vermekle

¹⁸³ <http://jdih.kemendag.go.id/peraturan/detail/1949/2>

¹⁸⁴ OSS System- <https://oss.go.id/portal/>

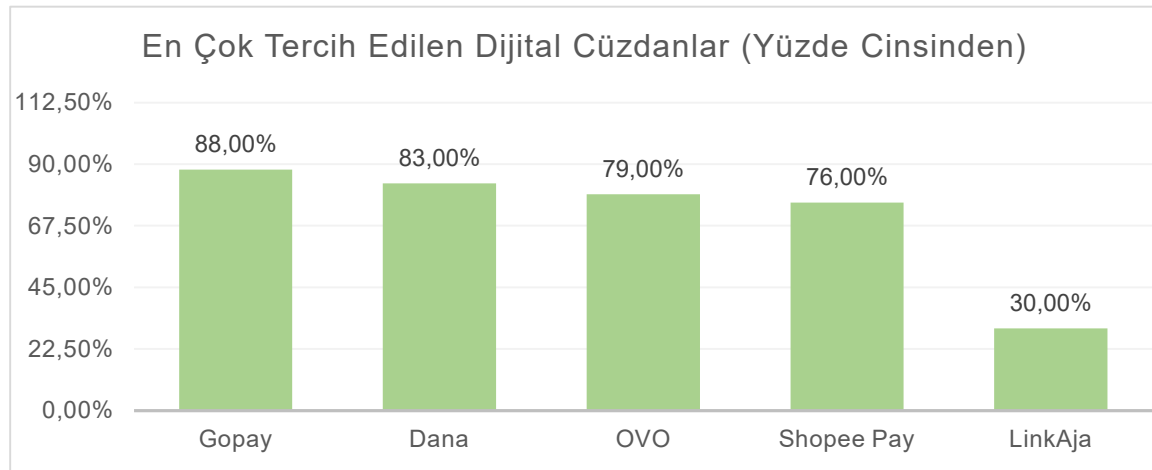
yükümlüdürler. Aracı hizmet sağlayan aktörler doğrudan e-ticaret işlemlerine taraf değillerse "SIUPMSE" almaları gerekmemektedir.

Ayrıca, e-ticaret işletmelerinin/operatörlerinin doğru olmayan bilgiler içermediği sürece pazarlama veya tanıtım amacıyla elektronik reklamlar üretmesine ve yaymasına izin verilmektedir. İlgili mevzuata uygun davranmayan e-ticaret aktörlerine idari uyarı ile internet sitesine erişimi kapatma cezası gibi çeşitli idari yaptırımlar mevzuatta yer almaktadır¹⁸⁵.

5.8.5. DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI

Ülkede kullanılan Touch 'n Go (%92), GrabPay (%51), Boost (%36), Bankaların Kendi Dijital Cüzdanları (%34), Paypal (%25) BigPay (%14) önemli dijital ödeme sistemleridir.¹⁸⁶

JNE, J&T, Express, POS Indonesia, TIKI (Titipan Kilat), SiCepat, Wahana, Ninja Express, DHL Express, Express & SAP Express hızlı kargo çözümleridir. DNR Corporation, Fulfillment Center Goodang, Gudanmu, Indotama Partner Logistics, Keepack, PT Antareja Prima Antaran (RPX) ülkenin önde gelen sipariş karışılama hizmetleridir.



Kaynak: Statista (07/2022)¹⁸⁷

5.8.6. LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 61 (2023)¹⁸⁸

Lojistik Performans Endeksi (LPI), ülkelerin ticaret lojistiği performanslarında karşılaştıkları zorlukları ve fırsatları ve performanslarını artırmak için neler yapabileceklerini belirlemelerine yardımcı olmak amacıyla oluşturulmuş bir kıyaslama aracıdır. Bu endekste, ülkeler aldıkları puana göre aynı sırayı paylaşabilmektedir.

¹⁸⁵ OSS System- <https://oss.go.id/portal/>

¹⁸⁵ JDIH Kemendag

¹⁸⁶ Malaysia: leading e-wallet services 2022 | Statista

¹⁸⁷ Indonesia: most used e-wallet apps 2022 | Statista

¹⁸⁸ 2023 | Logistics Performance Index (LPI) (worldbank.org)

5.8.7. İPUÇLARI

Bireysel gönderilerde uygulanan gümrük muafiyetinin çok düşük düzeyde olması; e-ticaret yapmak isteyen firmalarımız için Endonezya'da şirket kurmalarını veya Endonezyalı yerel firmalarla ortaklık kurarak e-ticaret faaliyetlerini sürdürmelerini zorunlu kılmaktadır. Endonezya pazaryerlerine satış yapan dağıtıcılar ile ülkeye giriş imkânlarının araştırılmasında yarar bulunmaktadır.

Endonezya'nın takımda coğrafyası, sınır ötesi teslimatı hızlı ve sorunsuz hale getirmeyi karmaşıklştırmaktadır. Ayrıca, ülke, 2019'un sonlarında de minimis ithalat kurallarını işletmeden tüketiciye e-ticaret için değiştirerek gönderi başına vergi muafiyetini 75 ABD dolarından 3 ABD dolarına düşürmüştür. Uluslararası işletmeler için en iyi seçenek, yerel ithalat ve lojistik sağlayıcılarıyla ortaklık kurmaktır. Şu anda alışveriş yapılan en popüler ülkeler Çin, Singapur ve Güney Kore'dir.

Dünyanın en büyük Müslüman nüfusuna sahip olan Endonezya için muhafazakâr giyimde küresel e-ticaret merkezi olma hedefiyle 2024 yılına kadar 311 milyar ABD doları büyüklüğünde bir pazar haline geleceği tahmin edilmektedir. Bu durum, ürünlerin ülke dışına ihraç edilmesi durumunda sipariş, teslimat ve iade lojistiğinde iyileştirmeler yapılmasını zorunlu kılabilir.



5.9. FİLİPİNLER

471,5 milyar ABD doları¹⁸⁹ gayrisafi yurt içi hasılasıyla ve 114,16 milyon¹⁹⁰ nüfusa sahip olan Filipinler Cumhuriyeti'nde nüfusun %58,9'u internet kullanmaktadır.¹⁹¹

2023 yılında 51,47 milyon e-ticaret kullanıcısı bulunmaktadır.¹⁹²

2023 yılında mobil internet kullanım oranı %74,98'dir.¹⁹³

Mobil uygulamalarda çevrim içi alışveriş için ürün arama trafiği yoğun olup, toplam e-ticaretin %54,4'ünü oluşturmaktadır.¹⁹⁴

E-ticaret tüketicilerinin yıllık kişi başı harcaması 2023 itibarıyla ortalama 971,3 ABD doları civarında gerçekleşmiştir.¹⁹⁵ Statista'ya göre ülkenin 2023 yılı e-ticaret hacmi 16 milyar ABD doları olmuştur.¹⁹⁶ 2025 yılı için ise 22 milyar ABD doları olması beklenmektedir. Filipinler'in 2025 yılı itibarıyla e-ticaretin; GSYİH'nin %25'ini oluşturması hedefi bulunmaktadır. 2022 yılında dijital ekonominin GSYİH'in %8,4'nü oluşturmaktadır.¹⁹⁷

5.9.1. PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER

2022 yılında yapılan son araştırmalara göre; Shopee, Lazada ve Zalora tüketicilerin en çok tercih ettiği çevrim içi pazaryerleri olarak ön plana çıkmaktadır. Farklı e-ticaret platformları da pazara girmek için çaba sarf etmekte; ancak hâlihazırda pazarda yüksek paya sahip olan Lazada ve Shopee firmaları hemen hemen pazarın tamamında hakimiyet sağlamaktadır.

Ayrıca, Metro Department Store, Imperial PH, Abenson ve Benson PH de diğer önemli oyuncular arasındadır.

Filipinler Cumhuriyeti'nde perakende sektöründeki büyük oyuncular, çevrim içi ticareti gelecek için yatırım yapılacak bir alan olarak görmekte ve bu alandaki yatırımlarını her geçen gün artırmaktadır.

Artan internet ve mobil cihaz penetrasyonu, internet hizmetinin ucuzlaması, teknolojik yeniliklerin çevrim içi ticareti her geçen gün daha da kolaylaştırması, lojistik sektörünün çevrim içi ticaret hacmine hızlı uyum sağlaması, çevrim içi alışverişe artan güven, güvenli ödeme araçlarındaki gelişim, genç ve orta sınıfın çevrim içi alışverişi daha fazla tercih ediyor olması gibi sebepler nedeniyle sektöre yönelik olumlu beklentiler devam etmektedir. Araştırmalar, çevrim içi satışlardaki yıllık büyümenin gelecekte %30'un üzerinde olacağını öngörmektedir.

Çevrim içi ticarete en çok tercih edilen ürünler olarak tüketici elektroniği, sağlık ve kişisel bakım ürünleri, tekstil, spor malzemeleri ile mobilya ve ev gereçleri olarak öne çıkmaktadır. Her ay ortasında

¹⁸⁹ [sefi.pdf \(bsp.gov.ph\)](#)

¹⁹⁰ [T.C. Ticaret Bakanlığı](#)

¹⁹¹ [Philippines: internet usage reach 2014-2029 | Statista](#)

¹⁹² [Philippines: e-commerce number of users 2027 | Statista](#)

¹⁹³ [Philippines: mobile internet usage reach 2010-2029 | Statista](#)

¹⁹⁴ [eCommerce - Philippines | Statista Market Forecast](#)

¹⁹⁵ [eCommerce - Philippines | Statista Market Forecast](#)

¹⁹⁶ [E-commerce market size in SEA countries 2030 | Statista](#)

¹⁹⁷ [Philippines: digital economy GDP share 2023 | Statista](#)

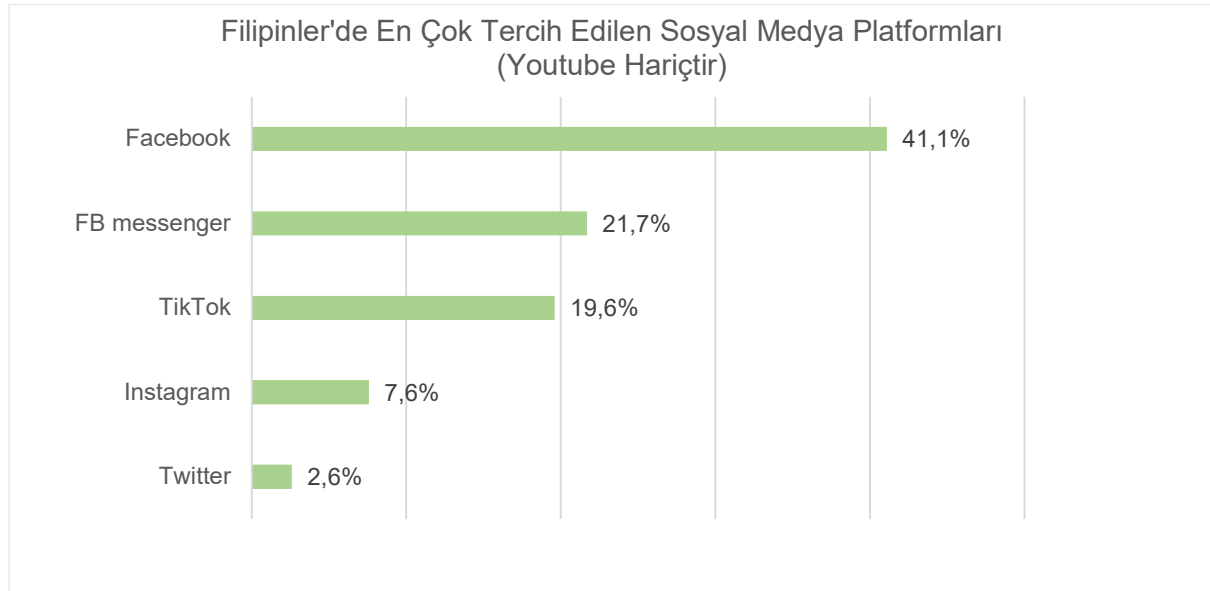
ve sonunda kampanyalar yapılmaktadır. Yılbaşı kampanyaları, Bekârlar Günü, Anneler Günü, Rizal Günü önemli günler arasında yer almaktadır.

Filipinler'deki Robinson's, Digital Walker, SM Department Store ve Wilcon Depot, çok kanallı perakende deneyimleriyle dikkat çekmektedirler. Robinson's ve SM geniş ürün yelpazesıyla moda ve ev eşyaları sunar, Digital Walker teknoloji tutkunlarına hitap eder, Wilcon Depot ise ev iyileştirme ve bahçecilik ürünleri sağlar. Bu zincirler, online ve fiziksel alışveriş seçenekleriyle alışverişi kolaylaştırmaktadır.

5.9.2 SOSYAL MEDYA

Filipinler'de bir kişi ortalama 8 saat 52 dakikasını internette geçirmekte¹⁹⁸; bu süre ile dünyada üçüncü sırada yer almaktadır¹⁹⁹. Bu Ülkede sosyal medya kullanımı oldukça yaygındır ve kullanıcılar Facebook ve Instagram olmak üzere çeşitli sosyal medya platformlarını kullanmaktadır.

Sosyal medya platformlarında geçirilen günlük zaman, ortalama 3 saat 43 dakikadır.²⁰⁰



Kaynak: We Are Social: Digital 2024²⁰¹

Ülkede en çok tercih edilen sosyal medya platformları Facebook, FB Messenger, TikTok, Instagram ve Twitter'dır.

5.9.3. GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ

Ülkede bireysel gönderiler de dâhil olmak üzere 10 bin Filipin pezosuna kadar olan gönderiler gümrük vergisinden muaftır. Bu tutarın üzerindeki gönderiler için Türkiye'ye MFN (Most Favored Nations-En Çok Kayırlan Ülke) ilkesi gereği diğer serbest ticaret anlaşması tarafı olan ülkelerden GTİP koduna göre belirlenen oranlarda gümrük vergisi tahsil edilmektedir.

¹⁹⁸ Digital 2024: The Philippines — DataReportal — Global Digital Insights Sayfa 27

¹⁹⁹ Digital 2024: Global Overview Report — DataReportal — Global Digital Insights Sayfa 59

²⁰⁰ Digital 2024: The Philippines — DataReportal — Global Digital Insights Sayfa 56

²⁰¹ Digital 2024: The Philippines — DataReportal — Global Digital Insights Sayfa 60

Aşağıda yer alan serbest ticaret anlaşmaları kapsamında belirtilen ülke ve ülke gruplarında GTİP koduna göre indirimli, sıfır veya sabit oranda gümrük vergisi uygulanmaktadır.

Filipinler'de tüm mallar ithal edildikten sonra gümrük vergisine tabidir. Filipinler, Birleşmiş Milletler'in Standart Uluslararası Ticaret Sınıflandırmasını (SITC) takip eder. İthalat tarifeleri yüzde 0 ila 65 arasında değişebilmektedir. Yerli üretimi yüksek olan sektörlerde ithal mallar tipik olarak daha yüksek tarifelere tabidir. Tarım dışı mallar için tarifeler ortalama yüzde 6-7'dir. Filipinler Gümrükleri ithal mallar için yüzde 12 oranında katma değer vergisi (KDV) uygulamaktadır. Filipinler Tarife Komisyonu, ithalatçılara <https://tariffcommission.gov.ph/tariff-book> adresinden erişilebilen bir 'tarife bulucu' web portalı uygulaması da başlatmıştır. Ayrıca, <https://finder.tariffcommission.gov.ph/search-by-code> linki üzerinden GTİP koduna ve serbest ticaret anlaşması (MFN dahil) detayına göre gümrük vergileri ve diğer tarife vergilerine ulaşılabilir.

Filipinler, altı bölgesel serbest ticaret anlaşmasının (STA) ve Japonya ile bir ikili STA üyesidir. Güneydoğu Asya Uluslar Birliği'nin (ASEAN) bir üyesi olarak Filipinler doğal olarak ASEAN Mal Ticareti Anlaşması'na (ATIGA) katılmıştır. Hassas gıda ürünlerine ilişkin bazı tarife çizgileri hala devam etmesine rağmen, ülke ASEAN içinde önemli oranda indirimli tarifelere sahiptir. Filipinler, ASEAN'a üye olması nedeniyle, ASEAN'ın imzaladığı beş STA'ya (Avustralya ve Yeni Zelanda, Çin, Hindistan, Japonya ve Kore) de taraftır. Ayrıca, Avrupa Birliği ile GSP+ anlaşması bulunmaktadır. Bu kapsamdaki geçerli tercihli tarife oranları bu bağlantıdan kontrol edilebilir; <http://finder.tariffcommission.gov.ph/> Ayrıca, Filipinler'in çeşitli uluslararası örgütlerin tarafı olarak veya münferit ülkeler ile tesis ettiği serbest ticaret anlaşmaları bulunmakta olup, bu anlaşmalar aşağıdaki gibidir;

- ASEAN-Avustralya-Yeni Zelanda Serbest Ticaret Anlaşması (AANZFTA)
- ASEAN-Çin Serbest Ticaret Anlaşması (ACFTA)
- ASEAN- Hindistan Serbest Ticaret Anlaşması (AIFTA)
- ASEAN-Hong Kong, Çin Serbest Ticaret Anlaşması (AHKFTA)
- ASEAN-Japonya Kapsamlı Ekonomik İşbirliği Anlaşması (AJCEPA)
- ASEAN-Güney Kore Serbest Ticaret Anlaşması (AKFTA)
- ASEAN Mal Ticareti Anlaşması (ATIGA)
- Filipinler-Japonya Ekonomik İşbirliği Anlaşması (PJEPA)
- Filipinler- Avrupa (EFTA Ülkeleri) Serbest Ticaret Anlaşması (PH-EFTA FTA)İlgili serbest ticaret anlaşmalarında ürün (GTİP Kodu) bazında gümrük vergisi oranları karşılıklı düşürülmüş veya sıfırlanmıştır. Serbest Ticaret Anlaşmalarına ilişkin detaylı bilgi <https://tariffcommission.gov.ph/free-trade-areas> adresinde yer almaktadır.

Gümrük uygulamaları hakkında daha detaylı bilgi için raporun "**Ülke Gümrük Uygulamaları**" bölümünü inceleyebilirsiniz.

5.9.4. E-TİCARETE YÖNELİK DÜZENLEMELER

Filipinler'de e-ticaret için çeşitli mevzuat ve düzenlemeler yayımlanmıştır. Söz konusu düzenlemelerden en önemlisi, Filipinler'de e-ticaret sitelerinde satış yapmak isteyen bir firmaların Filipin ticaret kanunlarına uygun şekilde Filipinler'de şirket kurmak zorunluluğu bulunmasıdır. Bu duruma ilişkin olabilecek istisnalar da mevcuttur.

Filipinler’de, birtakım istisnalar hariç olmak üzere (kamu hizmeti sağlayan firmalar ve diğer bazı muafiyetler), şirket kurulabilmesi için şirketin en az %60 oranında Filipinli ortak bulundurma şartı vardır. Dolayısıyla, pazaryerlerinde mağaza açmak isteyen bir firmanın Filipin Menkul Kıymet ve Borsa Komisyonu (Security and Exchange Commission-SEC) ve Filipin Ticaret ve Sanayi Bakanlığı (Department of Trade and Industry-DTI) nezdinde firma kurmaları, Filipinli ortak oranının en az %60 olması ve firmalarını kayıt altına almaları gerekmektedir.

Pazaryerleri hariç olmak üzere çok kanallı mağazalar ile anlaşarak doğrudan bu firmaların yurtdışından ithal ettiği ürünleri kendi platformları üzerinden satışa çıkarmaları halinde, ihracatı yapan şirketin Filipinler’de kayıt yükümlülüğü yoktur. Ayrıca, herhangi bir Filipinler’de mukim pazaryeri mağazasının yine e-ticaret dışı yollar ile ithal ettiği malları e-ticaret pazaryeri üzerinden satışa çıkarması halinde de ihracatçı şirketin Filipinler’de kayıt yükümlülüğü bulunmamaktadır.

Öte yandan, Filipinler’de herhangi bir e-ticaret platformu üzerinde yabancı bir şirketin oluşturacağı mağaza, e-ticaret platformu, çok kanallı mağaza, sipariş karşılama ağı, dağıtım sistemi vb. her türlü çevrim içi iş için Filipinler’de yukarıda belirtilen hususlar kapsamında şirket kurulması ve kayıt edilmesi gerekmektedir.

Yukarıda sayılan hususlardan, %60 oranında Filipinli ortak şartı bulundurmadan, e-ticaret siteleri üzerinde satış için, yabancı şirketin birden çok ülkede faaliyette bulunduğu tescillenmesi, merkezi yabancı ülkede bulunan şirketin yurtdışı şubesinin Filipinler’de SEC ve DTI nezdinde kayıt edilmesi, en az 200.000 ABD Doları (teknoloji firması olması ve en az 50 çalışanı Filipinler’de istihdam etmesi halinde 100.000 ABD Doları) ödenmiş sermaye bulundurulması halinde %100 yabancı sermaye ortaklıklı bir şirket açılışı ve kaydı ile e-ticaret platformlarından satış yapılabilir²⁰².

Buna göre, yabancı bir firmanın,

- Ana sözleşme hazırlaması,
- Yerel banka hesabı açması,
- TIT (Treasure in Trust hesabı açması),
- Yerleşik şirket müdürü ataması,
- Kayıt belgelerinin ilgili kamu kurumlarına ibraz edilmesi,
- Vergi İdaresi’nden (Bureau of Internal Revenue) vergi kimlik numarası alınması,
- SEC kayıt işlemlerini gerçekleştirmesi (şirket kuruluşu),
- İşletme izin ve lisanslarının ilgili kamu kurumlarından alınması,
- Yerel aracı acenta bulundurması,
- Ödenmiş sermaye şartlarını ihtiva etmesi,
- Yönetim Kurulu kararı ile Filipinler’de şube açılışı tesisi ve ilgili Filipin kurumlarına onaylatılması,
- Filipinler’de kayıtlı ofisi bulunması ve ilgili belediyeden ofis ikamet belgesi alınması ve kira sözleşmeleri ya da tapu belgelerinin belediyelere onaylatılması gerekmektedir.

²⁰² [E-Commerce Registration Services in the Philippines \(kittelsoncarpo.com\)](https://www.kittelsoncarpo.com) [Branch Office Registration Services in the Philippines \(kittelsoncarpo.com\)](https://www.kittelsoncarpo.com)

Filipinler’de e-ticaret işlemlerine yönelik diğer önemli düzenlemeler ve detaylı bilgiler aşağıda yer almaktadır.

"Elektronik Ticaret Yasası" olarak da bilinen 8792 sayılı "Elektronik Ticari ve Ticari Olmayan İşlemlerin Tanınması ve Kullanılması, Yasadışı Kullanımı İçin Cezalar ve Diğer Amaçlar İçin Cezalar Sağlayan Yasa" yayımlanmış olup bu yasa e-ticaret işlemlerine çatı düzenleme niteliğindedir. Aşağıda ilgili yasa için link yer almaktadır. Bu yasanın amacı, Filipinler’de e-ticaret için güvenli bir yasal çerçeve ve ortam sağlamaktır. Ayrıca, Ticaret ve Sanayi Bakanlığı'nın (DTI) ülkedeki gelişmeleri denetlemesine ve gerektiğinde e-ticareti kolaylaştırmak için politikalar ve düzenlemeler oluşturmaya olanak tanımaktadır.²⁰³

Öte yandan, Filipin Ticaret ve Sanayi Bakanlığı (DTI) tarafından yukarıda bahse konu tüm düzenlemeler ile birlikte e-ticaret yönelik her mevzuatın yayımlandığı portal hayata geçirilmiştir. İlgili portala aşağıda yer alan linkten erişim sağlanabilmektedir.

<https://ecommerce.dti.gov.ph/ecommerce-philippines-2022/regulatory-framework/>

5.9.5. DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI

Ülkede kullanılan Gcash -Grab Pay, Pay Maya önemli dijital ödeme sistemleridir. Lalamove- DHL- Grab Delivery ise kullanımı yaygın olan hızlı kargo çözümleridir. Ayrıca Lalamove ve Grab Delivery sipariş karşılama hizmetleri de vermektedir. Önemli pazaryerlerinden olan Lazada kendi kargo hizmeti olan Lazada Express firması kanalı ile dağıtım yapmaktadır. Ayrıca, NinjaVan şirketi de önemli bir hızlı kargo firması görünümündedir.

Ödeme Yöntemleri Pazar Payı (Yüzde Cinsinden)							
	2017	2019	2020	2021	2022	2023	2027
Nakit	%78	%66	%56	%48	%46	%44	%25
E-cüzdan, Dijital/mobil cüzdan	%1	%5	%13	%16	%17	%20	%43
Kredi kartı (2021'den beri 'charge card' dahil)*	%8	%14	%13	%14	%17	%17	%16
Banka kartı	%5	%8	%14	%16	%15	%15	%13
POS finansmanı*	-	-	%2	-	%1	%2	%2
Ön ödemeli kart	%8	%8	%2	%3	%3	%1	%1
Perakendeci/banka finansmanı (2021'de 'POS finansmanı'ndan ayrılmıştır)*	-	-	-	%3	-	-	%4
Şimdi Al, Sonra Öde (2021'de 'POS finansmanı'ndan ayrılmıştır)*	-	-	-	%0	-	-	-

²⁰³ Republic Act No. 8792 | Official Gazette of the Republic of the Philippines

Kaynak: Statista (03/2024)²⁰⁴ (*POS finansmanı bir tür tüketici finansmanıdır ve açık döngü kredi kartları, kapalı döngü mağaza kartları ve taksitli kredileri ifade etmektedir.)

Lalamove, DHLGrab Delivery, Lazada Express, NinjaVan ülkenin hızlı kargo firmalarıdır. Öte yandan Entrego, J&T Express Philippines, Ninjavan sipariş karşılama hizmetleri sunmaktadır. Ninjavan hem hızlı kargo hem sipariş karşılama yapan bir firmadır.

5.9.6. LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 43 (2023)²⁰⁵

Lojistik Performans Endeksi (LPI), ülkelerin ticaret lojistiği performanslarında karşılaştıkları zorlukları ve fırsatları ve performanslarını artırmak için neler yapabileceklerini belirlemelerine yardımcı olmak amacıyla oluşturulmuş bir kıyaslama aracıdır. Bu endekste, ülkeler aldıkları puana göre aynı sırayı paylaşabilmektedir.

5.9.7. İPUÇLARI

Bireysel gönderilerde uygulanan gümrük muafiyetinin çok düşük düzeyde olması sebebiyle Endonezya'da olduğu gibi e-ticaret yapmak isteyen firmalarımız büyük çoğunluğu distribütörlerden tedarik sağlamakta ve onların depolarını kullanmaktadır. Bu kapsamda, birçok ithal menşeli ürün e-ticaret için de olsa lisanslı distribütörler ve ithalatçılar tarafından aracı olarak ithal edilip depolanmaktadır. Bu yüzden, söz konusu e-ticarete girmek isteyen firmaların distribütör ağlarını kullanması faydalı olacaktır.

Filipinler e-ticaret pazarında, ürünlerin tescilleri, teknik şartlar ve gümrük koşulları firmalarımız için bir dezavantaj oluşturmaktadır. Ancak, ASEAN ülkelerinden birinde millileştirilmiş bir ürünün e-ticarete konu olması halinde uygulanacak bir muafiyetin firmalarımıza birtakım fırsatlar sağlayabileceği düşünülmektedir.

Filipinler'de internet üzerinden alışveriş yapanların yarısı, sınır ötesi alışveriş yapmış olup, satışlar toplam e-ticaretin %24'ünü oluşturmaktadır. Ülkedeki sürekli lojistik eksiklikler, ürünlerin hızlı ve kolay bir şekilde ithal ve ihraç edilmesini zorlaştırmaktadır. Ancak, teknoloji tabanlı bir dizi girişim, uçtan uca e-ticaret çözümleri sunmak amacıyla ortaya çıkmaktadır.

E-ticaret yapmak isteyen firmalarımızın, Filipinler'de bir şirket kurarak veya pazaryerlerine satış yapan dağıtıcılar ile ülkeye giriş imkânlarının araştırılmasında yarar bulunmaktadır. Bunun yanında Filipin Ticaret ve Sanayi Bakanlığı'nın e-ticaret için oluşturduğu platform ve derleme bilgilere yer aldığı dipnottan ulaşabilirsiniz.²⁰⁶

Ülkedeki en önemli pazaryerlerinden olan Lazada PH firması tarafından kendi platformları üzerinde firmaların kayıt işlemlerinde izleyeceği yollar ve prosedürler yayımlanmış olup bilgilere dipnottan ulaşabilirsiniz.²⁰⁷

Filipinler'de fikri mülkiyet, şirket kaydı, e-ticarete diğer kurallar ve düzenlemeler ile e-ticaret ile ilgili tüm mevzuatların toplu olarak yer aldığı platforma ilişkin bilgilere aşağıda yer alan dipnottan ulaşabilirsiniz.²⁰⁸

²⁰⁴ [Biggest POS payment methods in Philippines 2027 | Statista](#)

²⁰⁵ <https://lpi.worldbank.org/international/global>

²⁰⁶ [DTI | Basta e-Commerce MADALI | eCommerce Philippines 2022 Roadmap](#)

²⁰⁷ [Support Center | Getting started | Lazada PH | Lazada Seller Center](#)

²⁰⁸ [Related Laws and Policies | DTI ECommerce](#)

Fransa 2024 yılı Nisan tahminlerine göre 66,09 milyon²⁰⁹nüfus ve 3,13 trilyon Dolar²¹⁰ gayri safi milli hasıla ile dünyanın yedinci büyük ekonomisine sahiptir.

Fransa son yıllarda artan e-ticaret ile birlikte Avrupa'da Almanya ve İngiltere'nin ardından üçüncü büyük pazara sahip olup 2023 yılında e- ticaret müşterisi 51 milyonun üzerine ulaşmıştır.²¹¹

İşlem sayısına bakıldığında ise, 2023 yılında %4,9 artış ile 2,35 milyar adet işlem gerçekleştirilmiştir.²¹²

Mal grubunda 2022'de başlayan düşüş azalarak da olsa devam etmiş ve 2023 yılında satışlarda %1,8 oranında azalma olmuştur. Diğer taraftan, e-satışlar içerisinde mal satışlarının payı 61,2 milyar Avro (66 milyar Dolar)'dır. Ortalama sepet değeri 2023 yılında geçen yıla göre %1 oranında artarak 59 Avroya ulaşmıştır.

Hizmet gurubu ise büyümede etkili olmuştur ve 2023 yılında satışları %20 seviyesinde artırmıştır. Büyümede ise %12 seviyesindeki işlem sayısında artış ile %7 artarak ortalama 75 Avro seviyesine ulaşan sepet değeri etkili olmuştur.

2023 yılında yıllık ortalama kişi başı 2.110 ABD doları tutarında çevrim içi tüketim harcaması gerçekleştirilmiş²¹³ ve e-ticaret alışverişlerin %41,8'i ise mobil araçlar üzerinden yapılmıştır.²¹⁴

Diğer taraftan, pazaryerleri ve buradaki üçüncü taraf satışları Fransız e-ticaret müşterileri açısından önemli bir alışveriş kanalıdır. 10 müşterinin 6'sı pazaryerinde alışveriş yaparken üçüncü taraf satıcının varlığının farkındadır, aynı zamanda %61'lik bir kesim de satıcıları araştırarak karar vermektedir.²¹⁵

²⁰⁹ <https://ticaret.gov.tr/yurtdisi-teskilati/avrupa/fransa/genel-bilgiler>

²¹⁰ T.C. Ticaret Bakanlığı

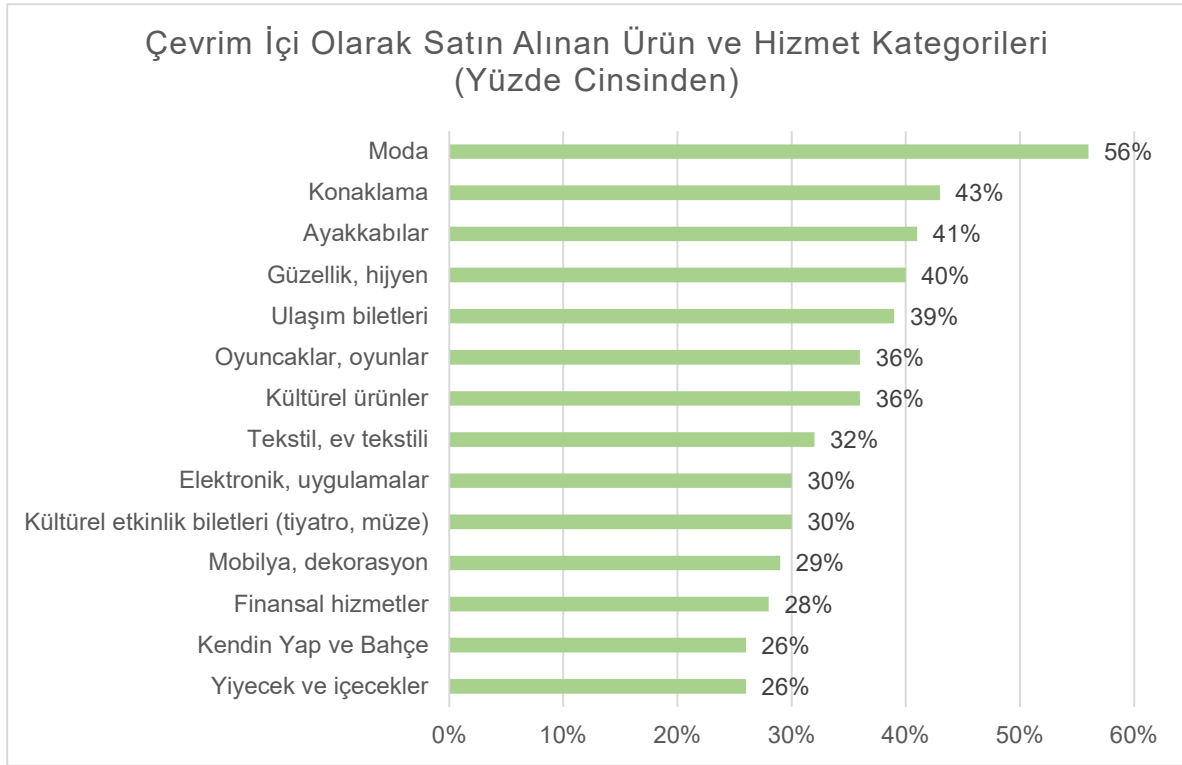
²¹¹ E-commerce in France – statistics & facts | Statista

²¹² Bilan du e-commerce en France : 160 milliards d'euros ont été dépensés en ligne en 2023 - Fevad, la Fédération du e-commerce et de la vente à distance

²¹³ eCommerce - France | Statista Market Forecast

²¹⁴ eCommerce - France | Statista Market Forecast

²¹⁵ Les Français achètent de plus en plus sur les marketplaces | Comarketing-News



Kaynak: Statista (07/2023)

5.10.1. PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER

Fransa'da başlıca pazar yerleri Amazon (www.amazon.fr/), VeePee (www.veepee.fr/), C Discount (www.cddiscount.com/), AliExpress (<https://fr.aliexpress.com/>), Ebay (www.ebay.fr/), Temu (www temu.com) ön plana çıkmaktadır.

Diğer taraftan daha düşük paya sahip olmakla birlikte, Rakuten (<https://fr.shopping.rakuten.com/>), Shein (<https://fr.shein.com/>), Rue du Commerce (www.rueducommerce.fr/), Westwing (www.westwing.fr/), La Redoute (www.laredoute.fr/) gibi Pazar yerleri de sayılabilir.²¹⁶

Diğer taraftan ciro açısından bakıldığında, ilk üçte 2022 yılında 5 milyar Doların üstünde ciro ile Amazon birinci, 1,78 milyar Dolar ile Veepee ikinci ve 1,4 milyar Dolar ile C Discount üçüncü konumdadır.²¹⁷

Statista'ya göre ziyaretçi sayısı bakımından, Amerikan kökenli Amazon ve Ebay ilk sırada yer almaktadır. Amazon ise tek başına Fransa e- ticaret ziyaretçilerinin %50'sine hâkim durumdadır. Diğer taraftan, AliExpres, Temu ve Shien firmaları ise Çinli firmalar olup sadece Aliexpres ve Temu'nun ziyaretçi payı %15'i aşmaktadır.

Fransa kökenli Galeries Lafayette, Le Printemps, Boulanger, Fnac, Darty, Carrefour, Leroy Merlin ve Castorama, çok kanallı hizmetler sunan ünlü perakende zincirleridir. Galeries Lafayette ve Printemps lüks moda ve ev ürünleriyle; Boulanger, Darty elektronik ve beyaz eşya da; Fnac kitap ve elektronik ürünlerle; Leroy Merlin ve Castorama ise kendin yap (DIY), yapı market, inşaat malzemeleri ile ev iyileştirme ürünleriyle; Carrefour ise geniş bir gıda ve tüketici ürünleri yelpazesıyla öne çıkarmaktadır.

²¹⁶ Paris Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği

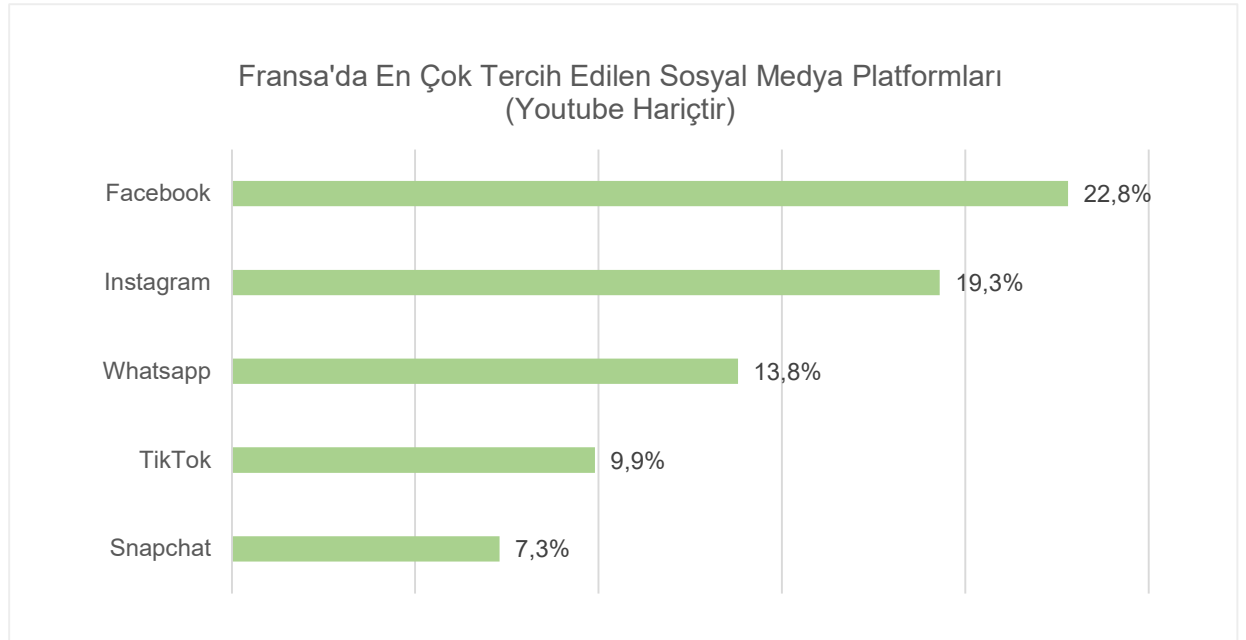
²¹⁷ France: top online stores 2022 | Statista

La Redoute bir Galeries Lafayette firmasıdır. Bu mağazalar, online ve fiziksel alışveriş seçenekleriyle müşterilere esneklik sunmaktadır.

Ülkedeki özel günler ise Kara Cuma (Vendredi Fou-Black Friday), Siber Pazartesi (Cyber Monday), Yaz İndirimleri (Soldes d'été), Kış İndirimleri (Soldes d'hiver), Anneler Günü (Fête des mères), Babalar Günü (Fête des pères), Sevgililer Günü (Noël Saint-Valentin), Kitap Günleri (Journées du Livre) ve Okul Açılışı (La rentrée)'dir.

5.10.2. SOSYAL MEDYA

2022 Statista verilerine göre, Fransızların %77,41 sosyal medya kullanmaktadır.²¹⁸ Ülkede en çok tercih edilen platform Meta'nın sahip olduğu Facebook'tur ve platformun ülkede aktif 27,36 milyon kullanıcısı vardır.²¹⁹ Ardından sırası ile Instagram, Snapchat ve Youtube platformları tercih edilmektedir. Ülkede Instagram'ın 25,07 milyon²²⁰, Snapchat'in 25,66 milyon²²¹ ve YouTube'un 50,70 milyon²²² aktif kullanıcısı bulunmaktadır.



Kaynak: We Are Social: Digital 2024²²³

Ülkedeki en popüler sosyal medya platformları sırasıyla Facebook, Instagram, Whatsapp, TikTok ve Snapchat'tir.

²¹⁸ [France: social network user penetration | Statista](#)

²¹⁹ [France: Facebook users 2019-2028 | Statista](#)

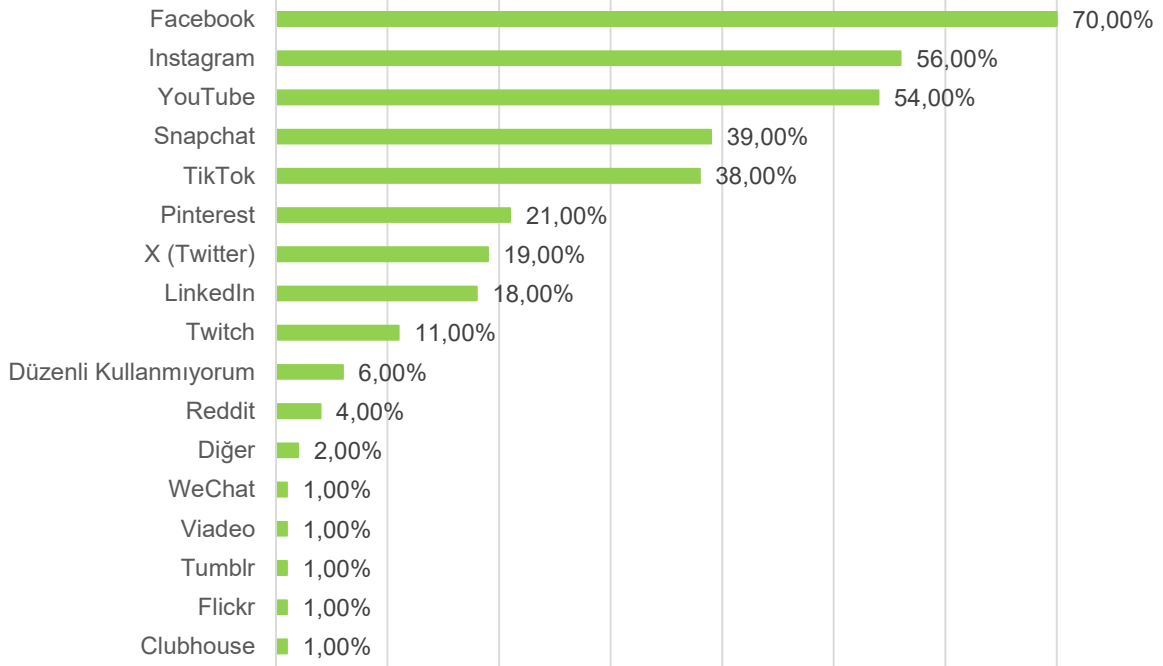
²²⁰ [France: Instagram users 2019-2028 | Statista](#)

²²¹ [France: Snapchat users 2019-2028 | Statista](#)

²²² [Digital 2024: France — DataReportal — Global Digital Insights](#)

²²³ [Digital 2024: France — DataReportal — Global Digital Insights](#) Sayfa 60

Mart 2024 itibarıyla Fransa'da Platformlara Göre Sosyal Ağ Kullanımı



Kaynak : Statista (05/2024)²²⁴

5.10.3. GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ

Avrupa Birliği (AB) Gümrük Birliği Anlaşması sayesinde Türkiye, Fransa'ya yaptığı sanayi ürünlerindeki ihracatlarda gümrük vergisinden muaf tutulmaktadır. Türkiye ile Fransa arasında ayrıca "Çifte Vergilendirmeyi Önleme" ve "Yatırımların Karşılıklı Teşviki ve Korunması" ikili anlaşmaları yürürlükte.

Fransa'da Taxe sur la Valeur Ajoutée (TVA) olarak bilinen Katma Değer Vergisi, AB düzenlemelerine dayanmaktadır ve standart oranı %20'dir. Kafe ve restoranlarda yapılan satışlar, sosyal hizmetler, sağlık ürünleri, sanat ve medya satışları için ürünün kategorisine göre %10, %5,5 ve %2,1 olan indirimli oranlar uygulanmaktadır.²²⁵

Fransa'da Kurumlar Vergisi standart oranı %33,3 iken, 2018 yılında çıkarılan yasa ile bu oran kademeli olarak düşürülmüştür. 2022 yılı Ocak ayı itibarıyla genel oran %25 seviyesine indirilmiştir.

Fransa'da yerleşik olmayan kişiler kazandıkları 27.519 avroya kadar olan gelirler için %20, bu eşiğin üzerindeki gelirler için %30 vergi ödemektedirler.

Gümrük uygulamaları hakkında daha detaylı bilgi için raporun "*Ülke Gümrük Uygulamaları*" bölümünü inceleyebilirsiniz.

²²⁴ Social network usage by brand in France 2024 | Statista

²²⁵ Page non trouvée | economie.gouv.fr

5.10.4. E-TİCARETE YÖNELİK DÜZENLEMELER

Fransa'da e-ticarete yönelik düzenlemeler Tüketici Kanunu ve Medeni Kanun'un bazı maddelerinde düzenlenmiştir. Ayrıca, ticaret ve e- ticaret alanındaki AB direktifleri de ticaretin düzenlenmesinde önemli rol oynamaktadır.

Ekolojik Geçiş ve Ekonomi, Finans ve İyileştirme Bakanlıkları tarafından France Logistique ve France Stratégie firmalarına amaçlarından biri şirketlerin çevre konusuna yönelik gönüllü taahhütlerini ortaya koymak olan "Sorumlu e-ticaret ve lojistik sektörlerinin geliştirilmesi" başlıklı bir sorumluluk verilmiştir. Bu kapsamda sektör "Sorumlu e-ticaret ve lojistik taahhüt sözleşmesini" imzalamıştır. Sektörün ana temsilcisi olan FEVAD (La Fédération Du E-Commerce Et De La Vente À Distance - E-Ticaret ve uzaktan Satış Federasyonu), tüm e-ticaret sektörünün çıkarlarının da dikkate alınmasını sağlarken, izleme, koordinasyon ve genel uyumu sağlamaya çalışmıştır.

Sözleşme şartları 10 somut taahhüdü dört ana eksen etrafında düzenlenmiştir:

- Tüketici bilgilendirilmesi: farkındalığı artırılması ve "Tüketici Aktörü"nü bilgilendirilmesi
- Paketleme: paketleme hacmini azaltmak ve yeniden kullanımı teşvik etmek
- Depolar ve teslimatlar: çevre dostu lojistiğe güvenmek
- İzleme: taahhütlerin uygulanmasına ilişkin raporlama

Bu taahhütler hâlihazırda bahse konu sözleşmeyi imzalamış olan şirketlere yöneliktir. FEVAD'ın rolü Şartı ilgili tüm şirketlere tanıtmaktır. FEVAD, şirketlerin rekabet gücünü garanti altına alırken daha adil bir ekolojik geçiş lehine vatandaşların meşru beklentilerini karşılamayı amaçlayan tüm girişimleri desteklemektedir.

Avrupa Parlamentosu ve Avrupa Konseyi, "tüketiciyi koruma yasasının daha iyi uygulanması ve modernizasyonu için" "Torba" olarak bilinen 2019/2161/EU sayılı Direktifi kabul etmiştir. Bu direktif, yeni teknolojileri kapsamak ve tüketici yasasını dijital çağa taşımak için aşağıdaki dört direktifin önemli kurallarını değiştirerek ek özel gereksinimler getirmiştir.

- Tüketici sözleşmelerinde haksız şartlara ilişkin 5 Nisan 1993 tarih ve 93/13/EEC sayılı Konsey Direktifi
- Tüketicilere sunulan ürünlerin fiyatlarının gösterilmesinde tüketicinin korunmasına ilişkin 16 Şubat 1998 tarih ve 98/6/EC sayılı Avrupa Parlamentosu ve Konsey Direktifi
- İç pazarda (UCP) haksız işletmeden tüketiciye ticari uygulamalara ilişkin 2005/29/EC sayılı Direktif
- Tüketici haklarına ilişkin 25 Ekim 2011 tarihli Direktif 2011/83/EU

E-ticaret yapanlar ve daha spesifik olarak çevrim içi platformlar, bu yeni hükümlerden doğrudan etkilenmiştir. Torba Direktif, özellikle ürünler çevrim içi pazaryerlerinde sunulduğunda hem çevrim içi pazaryeri sağlayıcısının hem de üçüncü taraf sağlayıcının sözleşme öncesi bilgilerin sağlanmasına dahil olmasını sağlamaktadır.

Fransa'da, "DDADUE Yasası" olarak bilinen, ekonomik ve mali konularda Avrupa Birliği hukukuna uyum sağlanmasına yönelik çeşitli hükümler içeren 3 Aralık 2020 tarihli ve 2020-1508 sayılı Yasa, Hükümete, Torba Direktifin iç hukuka aktarılması için Yasanın yayımlanmasından itibaren 14 ay içinde yönetmelikle düzenleme yapma yetkisi vermiştir.

Güçlendirilmiş bilgi yükümlülükleri, çevrim içi bildirim, cayma hakkı, fiyat indirimi hususlarında hükümler içeren ve "Omnibus" olarak bilinen (AB) 2019/2161 sayılı Direktifi, 22 Aralık 2021 tarihli ve 2021-1734 sayılı karar ile ulusla mevzuata aktarılmıştır ve 28 Mayıs 2022 tarihinde yürürlüğe girmiştir.

Fransız Tüketici Kanunu ve Medeni Kanun'un e- ticaret ilişkin bazı maddeleri ve uygulanmasına ilişkin bilgiler aşağıda açıklanmaktadır.

Satıcının Bilgilendirme Yükümlülükleri

Mesafeli satış sözleşmesi teklif eden profesyoneller, tüketiciye, aşağıdaki özel bilgiler de dahil olmak üzere, Tüketici Kanunu'nun L.221-5 maddesinde öngörülen bilgileri Fransızca olarak okunabilir ve anlaşılır bir şekilde iletmelidir:

- Meslek mensubunun kimliği (gerçek kişi ise soyadı ve ön adı, tüzel kişi ise şirket adı), kendisiyle iletişime geçilmesini sağlayan posta, elektronik ve telefon bilgileri. Ticaret ve Şirketler Siciline (RCS) kayıtlı ise sicil numarası, katma değer vergisine (KDV) tabi ise sicil numarası).
- Yurt dışında, Avrupa Birliği dışından satın alınması durumunda vergi ve gümrük vergileri eklenmelidir.
- Sunulan ürün veya hizmetlerin özelliklerine ilişkin bilgiler, tam olarak açıklanmalı ve fotoğraflar veya teknik veri sayfaları ile gösterilmelidir.²²⁶
- Tüm vergiler dâhil avro cinsinden fiyat bilgisi yer almalıdır.²²⁷

Çevrim İçi Satın Alırken Tüketici Hakları

Tüketici, bir profesyonelden (tüccar, hizmet sağlayıcı) çevrim içi satın alırken, Tüketici Kanunu'nun L.221-1 ve devamı Maddeleri hükümlerince yönetilen bir mesafeli sözleşme akdeder.

Bazı sözleşmeler, çevrim içi satın alma kurallarına tabi değildir (finansal hizmetler, kumar, turist paketi vb. ile ilgili sözleşmeler).

Yurt dışından satın alınması durumunda;

- "Roma I" yönetmeliğinin 6. maddesi uyarınca, tüketici, merkezi ulusal sınırlar dışında bulunan bir siteden satın aldığı anda, kendisinin Fransa'da ikamet etmesi ve faaliyetini profesyonelin yönetmesi şartıyla Fransız kanunları tarafından korunur.

Kanunen Sağlanan Garantiler:

Yasal uygunluk garantisi;

Satıcı, bir malı sözleşmeye uygun olarak teslim etmekle yükümlüdür ve teslim anında mevcut olan herhangi bir uygunluk eksikliğinden sorumludur.²²⁸

Gizli kusurlara karşı yasal garanti;

Satıcı, satılan malı kullanım amacına uygun olmaktan çıkaran veya malın kullanımını, alıcının bunları bilmesi halinde malı almayacağı veya daha düşük bir fiyat ödeyeceği ölçüde azaltan gizli ayıplardan sorumludur (Medeni Kanun'un 1641. Maddesi ve devamı).²²⁹

²²⁶ Tüketici Kanunu madde L. 111-1)

²²⁷ Tüketici Kanunu madde L.112-1)

²²⁸ Tüketici Kanunu'nun L.217-43 ila L.217-17 maddeleri

²²⁹ Medeni Kanun'un 1641. Maddesi ve devamı

Ticari garanti;

Yasal garantilere ek olarak, satıcı tarafından genellikle ek bir garanti sunulmaktadır: ticari garanti (veya sözleşmeden doğan garanti). Bu durumda satıcının alıcıyı bilgilendirmesi gerekmektedir (Tüketici Kanunu madde L.211-2).

Ticari Uygulamaların Uygulanmasına İlişkin Genel Kurallar

Profesyonelin faaliyeti bağlamında gerçekleştirdiği ticari uygulamalar haksız, yanıltıcı veya saldırgan olmamalıdır.

Bir ticari uygulama, mesleki özene aykırı olduğunda ve tüketiciyi başka türlü almayacağı bir ticari karara götürmesi muhtemel olduğunda haksızdır.

Haksız ticari uygulamaların iki kategorisi vardır:

- Yanıltıcı uygulamalar ²³⁰
- Agrasif uygulamalar ²³¹

Sözleşmenin Akdedilmesi

Satıcı, siparişi vermeden önce tüketiciye siparişinin şartlarını hatırlatmak zorundadır. Ayrıca, tüketici, sipariş vermesinin onu bunun için ödeme yapmak zorunda olduğu konusunda bilgilendirilmelidir.

Sipariş onay düğmesi "ödemeye yükümlülüğü olan sipariş" veya benzeri açık bir ifade içermelidir.

Sipariş onaylandıktan sonra, satıcı siparişi aldığını gereksiz gecikme olmaksızın ve elektronik olarak onaylamalıdır. Bu prosedür, siparişin kaydedildiğini garanti eder.

Satın Alma İşlemi Ne Zaman Yapılmalıdır?

Çevrim içi satışlar açısından, sipariş sırasında, sevkiyatta veya teslimatta (geri ödeme karşılığında) ödeme yapılacaktır. Satış sorumlusu kabul edilen ödeme yöntemini söyleyecektir.²³² Visa kartı gibi birkaç seçenek mümkündür.

Teslimat;

Satıcı, malların teslimi veya hizmetin yerine getirilmesi için tarih veya son tarih belirtmelidir. Bu tarihin veya sürenin belirtilmemesi veya taraflar arasında açık bir anlaşmanın bulunmaması halinde meslek mensubu, haksız bir gecikme olmaksızın ve sözleşmenin kurulmasından itibaren en geç otuz gün içinde malları teslim eder veya hizmetin ifasını gerçekleştirir.²³³

Belirtilen tarihte veya süre içinde teslim edilmemesi veya bunun sağlanamaması halinde sözleşmenin akdinden itibaren en geç otuz gün içinde müşteri, işin uzmanından yazılı olarak teslimatın yapılmasını veya temin edilmesini talep edebilir. Tüccarın bu yeni süre içinde de buna uymaması halinde, müşteri yine yazılı olarak sözleşmenin feshedilmesini talep edebilir. (Tüketici Kanunu madde L. 216-6).²³⁴

Sözleşme, bu mektubun tüccar tarafından alınmasıyla birlikte, tüccarın bu süre zarfında bir ifade bulunmaması halinde, feshedilmiş sayılacaktır.

²³⁰ Tüketici Kanunu'nun L.121-2 ile L.121-4 maddeleri

²³¹ Tüketici Kanunu'nun L.121-6 ve L.121-7 maddeleri

²³² Tüketici Kanunu madde L.221-14-3

²³³ Tüketici Kanunu madde L. 216-1.

²³⁴ Tüketici Kanunu madde L. 216-6

Bununla birlikte, tüketici iki durumda sözleşmeyi derhal (önceden yazılı bildirimde bulunmaksızın) feshedebilir:

- Teslimatın yapılmamasının satıcının teslimatı veya hizmeti yerine getirmeyi açıkça reddetmesinden kaynaklandığı durumlarda
- Teslim tarihinin tüketici için sözleşmenin temel bir koşulu olduğu durumlarda (sözleşmede belirtilmiş veya koşullardan kaynaklanan).

Cayma hakkı;

Cayma hakkı, tüketicinin kararını gerekçelendirmeden çevrim içi mal veya hizmet satın alma konusundaki fikrini değiştirmesine olanak tanır.

Cayma süresi on dört gündür, bu süre mal satışlarında malın teslim alınmasından, hizmet satışlarında ise sözleşmenin akdedildiği günden itibaren başlar.

Bununla birlikte, yasa belirli mal veya hizmetler için cayma hakkına ilişkin istisnalar getirmektedir (Tüketici Kanunu madde L.221-28):

- Tüketicinin özelliklerine göre yapılan mallar veya açıkça kişiselleştirilmiş, bozulabilir mallar ve hatta konaklama hizmetleri (konut konaklama hizmetleri dışında),
- Belirli bir tarihte veya belirli bir sıklıkta sağlanacak mal taşımacılığı,
- Araç kiralama,
- Yemek veya boş zaman etkinlikleri.

Tüketici, sözleşmenin kurulmasından önce, bu sözleşmeden cayma hakkının bulunup bulunmadığı ve gerekirse bu hakkı kullanma koşulları ve prosedürleri (cayma süresi, sözleşmenin başlangıç noktası) hakkında bilgilendirilmelidir. (madde L.221-5).

Standart cayma formu ve cayma hakkının kullanımına ilişkin standart bilgilendirme notu sırasıyla Tüketici Kanunu'nun R.221-1 ve R.221-3 maddelerinin eklerini oluşturur.

Tüketici kararını gerekçe göstermeden cayabilir.

Satıcı, cayma hakkıyla bağlantılı sözleşme öncesi bilgilendirme yükümlülüğüne uymazsa, gerçek kişi için en fazla 15.000 € ve tüzel kişi için 75.000 €'ya kadar idari para cezasına çarptırılabilir (madde L .242-13 Tüketici Kanunu).

Cayma hakkının kullanılması, aşağıdaki koşullarda sözleşmenin feshedilmesi sonucunu doğurur;

Geri ödeme, tüketici malları teslim alana kadar veya tüketici tüccara malların gönderildiğine dair kanıt sunana kadar (hangisi daha önceyse) ertelenebilir;

Geri ödeme, malların teslim alınmasına kadar veya tüketici, bu gerçeklerden ilkinin seçildiği tarih olmak üzere, malların gönderildiğine dair profesyonele kanıt sağlayana kadar ertelenebilir;

Geri ödeme, tüketici malları teslim alana kadar veya tüketici tüccara malların gönderildiğine dair kanıt sunana kadar (hangisi daha önceyse) ertelenebilir;

Sipariş edilen mallar mevcut değilse, teslimat eksikse, ürün kusurluysa veya bir fiyat hatası varsa satıcıyla iletişime geçilmelidir. Satıcı, siparişin düzgün şekilde yerine getirilmesinden sorumludur.

Anlaşmazlık durumunda;

Sipariş edilen mallar mevcut değilse, teslimat eksikse, ürün kusurluysa veya bir fiyat hatası varsa satıcıyla iletişime geçilmelidir. Satıcı, siparişin düzgün şekilde yerine getirilmesinden sorumludur.

Önce müşteri hizmetleri ile iletişime geçerek satıcı ile dostane bir çözüm aranması önerilmektedir. Çözüm bulunamazsa tüketici dernekleri, FEVAD, tüketici arabulucusu (Tüketici Kanunu madde L.616-1), DGCCRF ve mahkemelerle iletişime geçilebilir.

Dostane bir çözüm aranması;

Atılacak ilk adım, satıcıyla dostane bir çözüm bulmaktır. Çözüm bulunamazsa, alındığına dair taahhütlü mektup gönderilmelidir.

Cevabın tatmin edici olmadığı durumlarda, (Tüketici Kanunu madde L.133-4) belirtilen başka bir dostane çözüm yöntemine (tüketici derneği, Avrupa platformu, arabulucu, adalet uzlaştırıcısı vb.) başvurulabilir.

İletişim kurabilecek kurumlar;

Müşteriyi hakları konusunda bilgilendirebilecek, sulh yoluyla çözüm amacıyla müdahalede bulunabilecek ve olası bir yasal işlem için atılacak adımlarda yardımcı olabilecek onaylı tüketici kuruluşları aşağıda sıralanmaktadır:

- Üyelerine yardımcı olabilecek e-ticaret ve mesafeli satış federasyonu (FEVAD).
- Bir Avrupa ülkesinden bir satıcıyla anlaşmazlık olması durumunda, dostane bir çözüm aramak için Avrupa Komisyonu'nun "Çevrim İçi Uyuşmazlık Çözümü" sitesi aracılığıyla Avrupa Çevrim İçi Anlaşmazlık Çözümü Platformunu kullanılabilir.
- Başka bir Avrupa Birliği ülkesi olan Norveç veya İzlanda'dan bir tüccarla anlaşmazlık olması durumunda Avrupa Tüketici Merkezi Fransa ile iletişime geçilebilir.

ECC Fransa İletişim Bilgileri:

İnternet sitesi: www.avrope-consommateurs.eu

İrtibat Numarası: 0820 200 999

E-posta: info@cec-zev.eu

Dava açma yolu;

Dostane bir çözüme ulaşılamaması durumunda, yasal işlem başlatılabilir, Bu kapsamda satıcının yükümlülüklerini (teslimat, garanti, geri ödeme vb.) yerine getirmeyi reddetmesi durumunda aşağıdaki yollar izlenebilir:

- Miktar 4.000 € veya daha az ise yerel mahkemede (mahkeme sicil dairesi);
- Miktar 4.001 € ile 10.000 € arasında değişiyorsa bölge mahkemesinde;
- Meblağ 10.000 €'dan fazlaysa, mahkemede

yasal işlemler görülür.

Tüketici sorununun bildirilebileceği, şikâyetle bulunulabilecek ve tüketici haklarına ilişkin bilgi alınabilecek adres: signal.conso.gouv.fr

Tehlikeli ürünlere karşı uyarılar için: rappel.conso.gouv.fr

5.10.5. DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALAR

Ülkede en çok tercih edilen ödeme sistemleri arasında Square, Revolut, Payplug, Stripe, PayPal, Sumup, Adyen, Carte Bancaire, Lydia, Leetchi, Lemonway yer almaktadır. CMA GM, Groupe Geodis, Kuehne + Nagel, DHL ve DB Schenker ülkedeki en büyük hızlı kargo firmalarıdır. CLD Centre logistique de distribution, Dock Avenue 3PL, Euro Logistic, Geodis, Getbyrd France, Groupe Altrans ise ülkedeki en büyük sipariş karşılama hizmeti veren şirketlerdir.

5.10.6. LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 13 (2023)²³⁵

Lojistik Performans Endeksi (LPI), ülkelerin ticaret lojistiği performanslarında karşılaştıkları zorlukları ve fırsatları ve performanslarını artırmak için neler yapabileceklerini belirlemelerine yardımcı olmak amacıyla oluşturulmuş bir kıyaslama aracıdır. Bu endekste, ülkeler aldıkları puana göre aynı sırayı paylaşabilmektedir.

5.10.7. İPUÇLARI

Fransa'da e-ticarete başarılı olunması için, müşterilerin ihtiyaçlarını tanıyarak ürün çeşitliliği, makul fiyatlar, verimli ödeme sistemleri, mobil uyumlu internet sitesi, kaliteli marka imajı, profesyonel müşteri hizmetleri ve analitik ve pazarlama stratejilerinin kullanılması gerekmektedir. Ayrıca, pazardaki güncel eğilimleri analiz etmek önemlidir. Dikkate alınması gereken diğer noktalar arasında müşteri yorumlarının yönetimi, sosyal medya stratejilerinin uygulanması, SEO (Arama Motoru Optimizasyonu) ile ilgili çalışmalar, mobil uyumlu uygulama sunmak, güncel ve güvenilir kargo ve teslimat seçenekleri sunmak, güncel fırsatları ve promosyonları takip etmek, müşterilerin güvenini kazanmak için güvenli ödeme seçenekleri sunmak ve verilerinizi analiz etme ve kullanma becerilerinin geliştirilmesi yer almaktadır.

Fransız çevrim içi alışveriş yapanların yaklaşık yarısı, yurt dışından bir ürün satın almıştır ve bu, 2020 yılında 16,3 milyar avroluk bir pazar oluşturmaktadır. Çin, İngiltere ve Almanya uluslararası pazarlar arasında sırasıyla ilk üçte yer almaktadır. Şu anda, sınır ötesi e-ticaret, Fransa'daki toplam e-ticaretin %14,6'sını oluşturmaktadır. Fransa'ya satış yapmak isteyen yerli olmayan tüccarlar, Fransa'nın sıkı tüketici hakları düzenlemelerinin farkında olmalıdır. Yerel bir site oluşturulurken, Fransızca diline, satış, vergi ve iade kurallarına uyulmalıdır.

Dikkate alınması gereken diğer noktalar arasında ise müşteri yorumlarının yönetimi, sosyal medya stratejilerinin uygulanması, SEO (Arama Motoru Optimizasyonu) ile ilgili çalışmalar, mobil uyumlu uygulama sunmak, güncel ve güvenilir kargo ve teslimat seçenekleri sunmak, güncel fırsatları ve promosyonları takip etmek, müşterilerin güvenini kazanmak için güvenli ödeme seçenekleri sunmak ve verilerinizi analiz etme ve kullanma becerilerinizi geliştirmeyi içermektedir.

Diğer taraftan, Fransa pazarına e-ihracat yoluyla girmek isteyen firmalarımızın e-ticarete ilişkin ticaret konunu hükümlerini dikkate almaları, E-Ticaret ve Uzaktan Satış Federasyonu FEVAD'ın sitesini takip etmeleri de faydalı olacaktır.

²³⁵ [2023 | Logistics Performance Index \(LPI\) \(worldbank.org\)](https://www.worldbank.org/en/indicators/lpi)



5.11.GÜNEY AFRIKA

Güney Afrika, 62,46 milyon nüfusa²³⁶ sahip olup 2023 yılı sonu itibarıyla 373,2 milyar USD milli gelir²³⁷ düzeyine sahiptir. 2023 yılında nüfusunun %76,45'i internet kullanmakta olup²³⁸ 2024 yılında bu oranin %80,71'e ulaşması beklenmektedir. 2024 Ocak ayı itibarıyla ise 45,34 milyon internet kullanıcısının olduğu bilinmektedir.²³⁹ Güney Afrika'daki akıllı telefon kullanıcılarının sayısı her geçen gün artmaktadır. 2022 yılında akıllı telefon kullanıcısı sayısı 25,5 milyon olarak kaydedilmiş, 2023 yılında ise 26,3 milyon olarak tahmin edilmektedir.²⁴⁰

2022'de Güney Afrika e-ticaret kullanıcı sayısı 27 milyon kişiye ulaşmıştır.²⁴¹ Bu sayının 2027 yılına kadar 37,9 milyon kişi olması beklenmektedir.²⁴²

Research and Markets raporuna göre Güney Afrika'nın 2023 e-ticaret hacmi 7,7 milyar ABD doları olmuştur.²⁴³

EcommerceDB'ye göre 2023 yılında e-ticaretin dağılımına bakıldığında, sırasıyla %25,8 pay ile elektrik-elektronik, %20,7 pay ile moda, %19,9 pay ile hobi-eğlence gelmektedir.²⁴⁴

Güney Afrika e-ticaret pazarının diğer bir özelliği ise çevrim içi alışverişin genellikle gençler ve toplumun varlıklı kesimlerince tercih ediliyor olmasıdır. Ancak, çevrim içi alışveriş oranı genel perakendede e-ticaret oranının sadece %6,8 oluşturmaktadır.²⁴⁵

5.11.1. PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER

Takealot, önemli bir farkla Güney Afrika'daki en büyük çevrim içi perakendecidir ve %80 civarında bir pazar payına sahiptir.²⁴⁶

EcommerceDB'ye göre Takealot'dan sonra gelen en büyük pazaryerleri sırasıyla Bidorbuy, Makro, Ubuy, Zando, Etsy ve Farfetch'tir.²⁴⁷

Son günlerde TEMU isimli Çinli bir online Pazar yerinin GAC pazarına sosyal medya ve internet reklamları ile agresif bir giriş yaptığı ve kısa zamanda tüketicilerde ilgi uyandırmayı başardığı gözlenmektedir.

Diğer taraftan, ülkede önde gelen çok kanallı zincir mağazalara bakıldığında Takealot'dan sonra Massmart, çevrim içi perakende pazarındaki en büyük ikinci aktördür. Makro, Game, DionWired ve

²³⁶ [T.C. Ticaret Bakanlığı](#)

²³⁷ [T.C. Ticaret Bakanlığı](#)

²³⁸ [Internet usage in South Africa - statistics & facts | Statista](#)

²³⁹ [Africa number of internet users by country 2024 | Statista](#)

²⁴⁰ [Smartphone users in South Africa 2014-2023 | Statista](#)

²⁴¹ [E-commerce in South Africa - statistics & facts | Statista](#)

²⁴² [E-commerce in South Africa - statistics & facts | Statista](#)

²⁴³ [South Africa B2C Ecommerce Market Databook Report 2023: \(globenewswire.com\)](#)

²⁴⁴ [eCommerce Market South Africa - Data, Trends, Top Stores | ECDB.com \(ecommercedb.com\)](#)

²⁴⁵ <https://ecommercedb.com/markets/za/all>

²⁴⁶ [Top online marketplaces in South Africa by GMV | ECDB.com \(ecommercedb.com\)](#)

²⁴⁷ <https://ecommercedb.com/ranking/marketplaces/za/all>

Builders gibi markaları bünyesinde bulunduran Massmart, çevrim içi ticaret pazarının yaklaşık %10'unu elinde bulundurmaktadır.

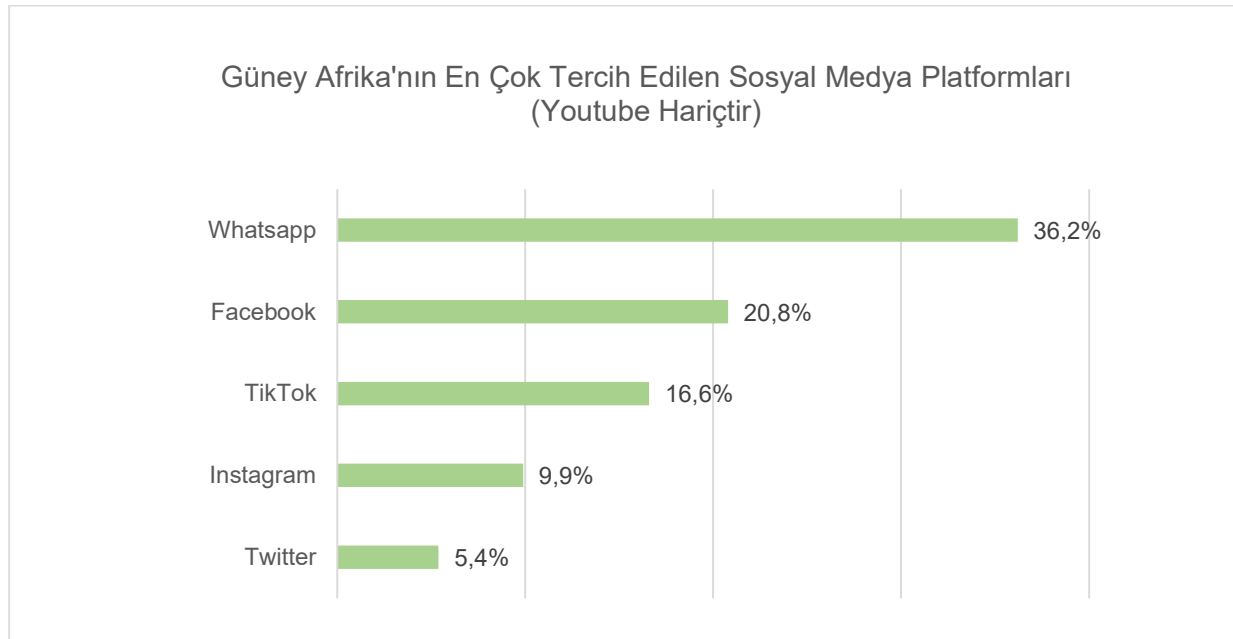
Superbalist, Mr Price, Truworths, Woolworths, Mr D, Ubereats, Zando ve Dis-Chem (Eczane) pazardaki diğer önemli aktörlerdir.

Kara Cuma ve Siber Pazartesi gibi uluslararası çevrim içi satış günleri Güney Afrika'da popüler olup, perakendecilere daha fazla müşteriye ulaşma fırsatları sunmaktadır. 2020'de Kara Cuma çevrim içi satışlarının 2019'a göre %50 arttığı ve bu satın almaların %66'sının mobil cihazlar üzerinden yapıldığı görülmüştür.

Güney Afrika'daki Foschini Group, Incredible Connection, Pick n Pay, Woolworths, Sportsmans Warehouse ve Builders Warehouse, çok kanallı hizmetler sunan önde gelen mağazalardır. Foschini Group moda ve yaşam tarzı, Incredible Connection teknoloji, Pick n Pay gıda, Woolworths yüksek kaliteli gıda ve moda, Sportsmans Warehouse spor malzemeleri, Builders Warehouse ise DIY ve ev iyileştirme ürünleri sunmaktadır. Bu zincirler, online ve fiziksel alışveriş seçenekleriyle müşterilere esnek alışveriş deneyimleri sağlamaktadır.

5.11.2. SOSYAL MEDYA

Bir kişi ortalama 9 saat 24 dakikasını internette²⁴⁸, bunun ortalama 3 saat 41 dakikasını ise sosyal medyada geçirmektedir.²⁴⁹



Kaynak: We Are Social: Digital 2024²⁵⁰

En sık kullanılan sosyal medya platformlarını Whatsapp, Facebook, TikTok, Instagram ve Twitter'tır.

5.11.3. GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ

Güney Afrika'da mal ithal eden bir kişi ithalatçı olarak kayıt yaptırmak zorundadır. Ancak, Güney Afrika'da yurtdışındaki bir e-ticaret platformundan kişisel kullanım amaçlı eşya alan bir kişinin bir

²⁴⁸ Digital 2024: South Africa — DataReportal — Global Digital Insights Sayfa 27

²⁴⁹ Digital 2024: South Africa — DataReportal — Global Digital Insights Sayfa 55

²⁵⁰ Digital 2024: South Africa — DataReportal — Global Digital Insights Sayfa 59

takvim yılında her biri 50.000 randı aşmayacak şekilde en fazla 3 işlem yapması koşuluyla ithalatçı olarak kaydolmasına gerek yoktur.

Güney Afrika'da e-ticaret pazarına yönelik gümrük muafiyeti bulunmamaktadır.

Güney Afrika e-ticaret pazarına yönelik KDV muafiyeti bulunmamakla birlikte, ürünler standart oranda %15 KDV'ye tabidir.

Gümrük uygulamaları hakkında daha detaylı bilgi için raporun "*Ülke Gümrük Uygulamaları*" bölümünü inceleyebilirsiniz.

5.11.4. E-TİCARETE YÖNELİK DÜZENLEMELER

Elektronik İletişim ve İşlemler Yasası (ECTA), e-ticaret ve elektronik kayıtlar hakkında yasal altyapıyı kurmak amacıyla Güney Afrika'da e-ticaret düzenlemesinde birincil mevzuat görevi görmektedir. ECTA, tüketicinin korunması, elektronik imzalar, elektronik kanıtlar ve siber suçlar dâhil olmak üzere elektronik iletişim ve işlemlere ilişkin usul ve esasları belirlemektedir. Bunun dışında yer aşağıdaki mevzuat listesinde e-ticarete yönelik aşağıdaki düzenlemeler bulunmaktadır:

Elektronik İletişim ve İşlemler Yasası (ECTA):

https://www.gov.za/sites/default/files/gcis_document/201409/a25-02.pdf

Tüketiciyi Koruma Yasası (CPA):

https://www.gov.za/sites/default/files/gcis_document/201409/321864670.pdf

Kişisel Bilgilerin Korunması Yasası (POPIA):

https://www.gov.za/sites/default/files/gcis_document/201409/3706726-11act4of2013protectionofpersonalinforcorrect.pdf

Ulusal Kredi Yasası 2005 (NCA):

<https://www.justice.gov.za/mc/vnbp/act2005-034.pdf>

İletişimin Dinlenmesi ve İzlenmesi ve İletişimle İlgili Bilgi Yasasının (RICA) Sağlanmasına İlişkin Yönetmelik:

https://www.gov.za/sites/default/files/gcis_document/201409/a70-02.pdf

5.11.5. DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI

PayPal, en çok tercih edilen dijital ödeme yöntemidir.²⁵¹ Ülkedeki en çok kullanılan ödeme yöntemleri banka kartı (%58), dijital cüzdan (%47), kredi kartı (%30), kapıda ödemedir (%29).²⁵²

Ülkede yer alan diğer dijital ödeme sistemleri, Mastercard Click to Pay, Ozow, Google Pay, PayFast, 1ForYou ve VodoPay'dir.²⁵³

Takealot'un eski adı Mr D Courier olan kurye ekibi ülkede çevrim içi ticaret alanındaki en büyük kargo hizmetidir. Takealot, her ay ortalama 1,6 milyon teslimat yapmaktadır.

²⁵¹ [Biggest e-commerce payment brands in South Africa 2024 | Statista](#)

²⁵² [Most common online payments by type in South Africa 2024 | Statista](#)

²⁵³ [Biggest e-commerce payment brands in South Africa 2024 | Statista](#)

Güney Afrika'da teslimat pazarının neredeyse tamamı özel kurye şirketleri tarafından kontrol edilmektedir. 2019 yılında Ulusal Posta Ofisi çevrim içi satın alımların sadece %10'unu teslim etmiştir.

DHL, Fedex, and TNT, The Courier Guy, MDS Collivery, Dawn Wing, Fastway ve SendR ülkenin diğer önemli hızlı kargo firmalarını oluşturmaktadır. Ülkede tercih edilen pazaryerleri olan Takealot, Amazon ve Zalando'nun sipariş karşılama hizmetleri mevcuttur.

5.11.6. LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 19 (2023)²⁵⁴

Lojistik Performans Endeksi (LPI), ülkelerin ticaret lojistiği performanslarında karşılaştıkları zorlukları ve fırsatları ve performanslarını artırmak için neler yapabileceklerini belirlemelerine yardımcı olmak amacıyla oluşturulmuş bir kıyaslama aracıdır. Bu endekste, ülkeler aldıkları puana göre aynı sırayı paylaşabilmektedir.

5.11.7. İPUÇLARI

Ülkenin diğer yerel dillerle birlikte resmi dili İngilizcedir ve alışverişlerde de İngilizce kullanılmaktadır.

Güney Afrika e-ticaret pazarının diğer bir özelliği ise çevrim içi alışverişin genellikle gençler ve toplumun varlıklı kesimlerince tercih ediliyor olmasıdır. Ülkenin e-ticaret pazarının hızlı ve gelişime açık olması, çevrim içi satışlardaki yıllık büyümenin gelecekte %30'un üzerinde olacağını öngörmektedir.

Takealot, MassMart ve Amazon'un, hedef pazaryerleri olarak belirlenmesi yerinde olacaktır.

Hazır giyim sektörünün, son yılların büyüme lideri elektronik sektörünü geride bırakarak en hızlı büyüyen kategori olduğu görülmektedir. Ancak, Güney Afrika'nın Madrid Protokolü'ne üye olmaması nedeni ile firmalarımızın bu pazara girişlerinde muhakkak markalarını tescil ettirmeleri gerektiği unutulmamalıdır.

²⁵⁴ [2023 | Logistics Performance Index \(LPI\) \(worldbank.org\)](https://www.worldbank.org/en/indicators/lpi)

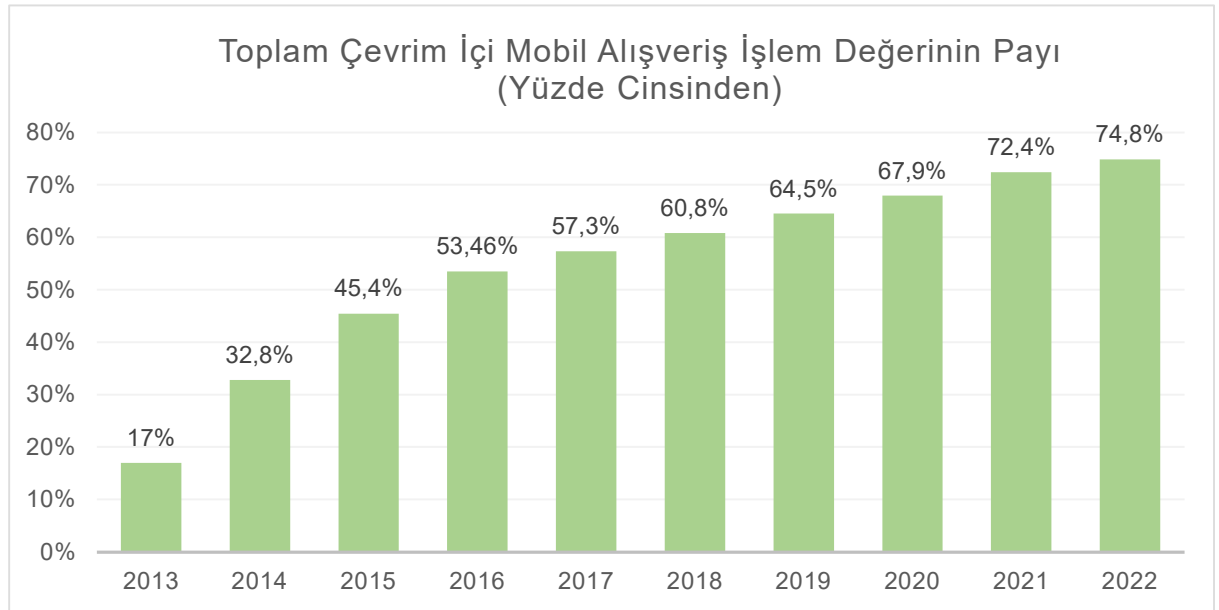


5.12.GÜNEY KORE

Güney Kore, 51,54 milyon nüfus²⁵⁵ ve 1,76 trilyon ABD dolarlık²⁵⁶ gayrisafi yurt içi hasılasıyla dünyanın en büyük on üçüncü ekonomisi olup Asya'nın da dördüncü büyük ekonomisidir. Ülkede nüfusun %97,2'i internet kullanmaktadır.²⁵⁷

Güney Kore'de bir kişi ortalama 5 saat 19 dakikasını internette geçirmektedir.²⁵⁸ Ülkede 2023 yılı itibariyle çevrim içi alışveriş yapanların oranı %75'dir.²⁵⁹

Ülkenin 2024 yılı ilk yarısında e-ticaret pazar büyüklüğü 136 milyar ABD doları olmuştur.²⁶⁰ Genel perakendede e-ticaretin payı %23,9'dur.²⁶¹ Mobil cihazın yüksek kullanım oranı, pazar büyümesini yönlendiren ana faktördür. Mobil cihaz üzerinden yapılan alışverişler 2022'de 74,8 milyar ABD doları olarak kaydedilmiştir.



Kaynak: Statista (03/2023)²⁶²

²⁵⁵ T.C. Ticaret Bakanlığı

²⁵⁶ T.C. Ticaret Bakanlığı

²⁵⁷ Countries with the highest internet penetration rate 2024 | Statista

²⁵⁸ Digital 2024: South Korea — DataReportal – Global Digital Insights Sayfa 27

²⁵⁹ South Korea: internet shopping usage 2022 | Statista

²⁶⁰ Retail Ecommerce Sales in South Korea Forecasts: EMARKETER Estimates and Historical Data

²⁶¹ <https://ecommercedb.com/markets/kr/all>

²⁶² South Korea: annual mobile shopping sales share 2022 | Statista

5.12.1. PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER

Ülkede faaliyet gösteren e-ticaret pazaryerleri arasında sırasıyla Coupang, Naver, Daangn (ikinci el), 11st, Gmarket, TMON, Auction ve interpark.com (bilet) ön plana çıkmaktadır.

Shinsegae, Lotte, E-mart ve Hyundai Mall önemli çok kanallara sahip ülke çapında yaygın alışveriş merkezleridir.

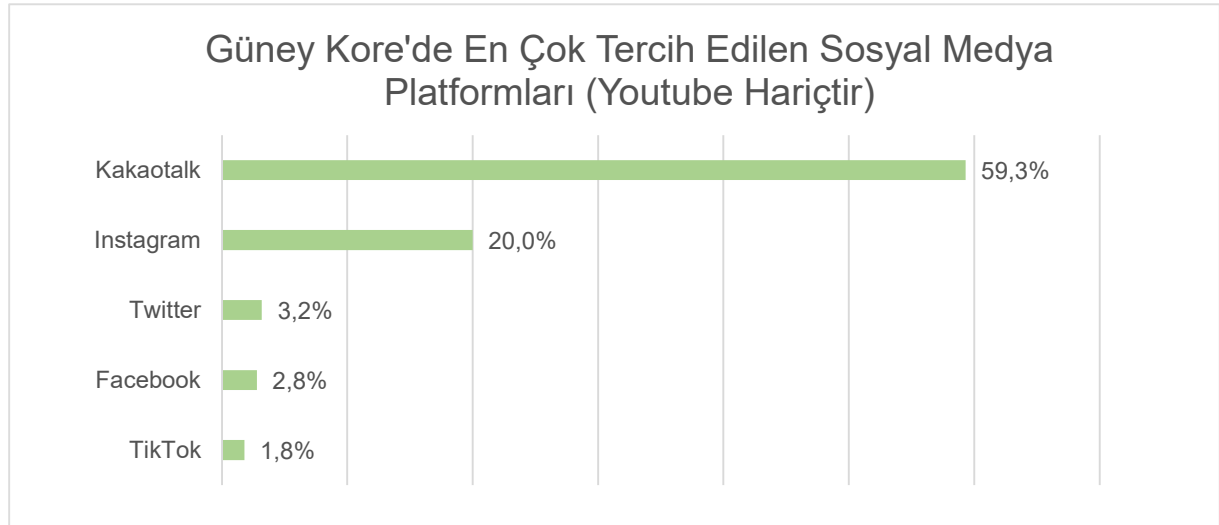
Hasat Bayramı (Chuseok), Ay takvimine göre kutlanan Yeni Yıl (Seollal), Noel, Ebeveyn Günü (8 Mayıs) ve Çocuk Bayramı gibi ulusal ve uluslararası çevrim içi satış günleri Güney Kore'de popüler alışveriş dönemleridir.

Güney Kore'deki Shinsegae, E-Mart, Coupang, Lotte Department Store, Olive Young ve Homeplus, çok kanallı alışveriş deneyimleri sunan lider mağazalardır. Shinsegae ve Lotte, lüks ürünlerle; E-Mart ve Homeplus, gıda ve günlük malzemelerle; Coupang, geniş çevrimiçi alışveriş seçenekleriyle; Olive Young ise güzellik ve sağlık ürünleriyle öne çıkarmaktadır. Bu zincirler, online ve fiziksel alışveriş kolaylıklarıyla müşterilere esneklik sağlamaktadır.

Ülkede halen TV Alışverişi (homeshopping) (Hyundai, CJ, Lotte) de aktif olarak kullanılmaktadır.

5.12.2. SOSYAL MEDYA

Ülkede sosyal medya kullanımı oldukça yaygın olup, en çok Kakao Talk (Messenger) & Story, Instagram, Naver Blog, Facebook, Youtube ve Twitter olmak üzere çeşitli sosyal medya platformları kullanılmaktadır. 2023 yılı itibarıyla sosyal medya kullanıcı sayısı 46,58²⁶³ milyon kişi olup, ülkede internette günlük geçirilen zaman 1 saat 06 dakikadır.²⁶⁴



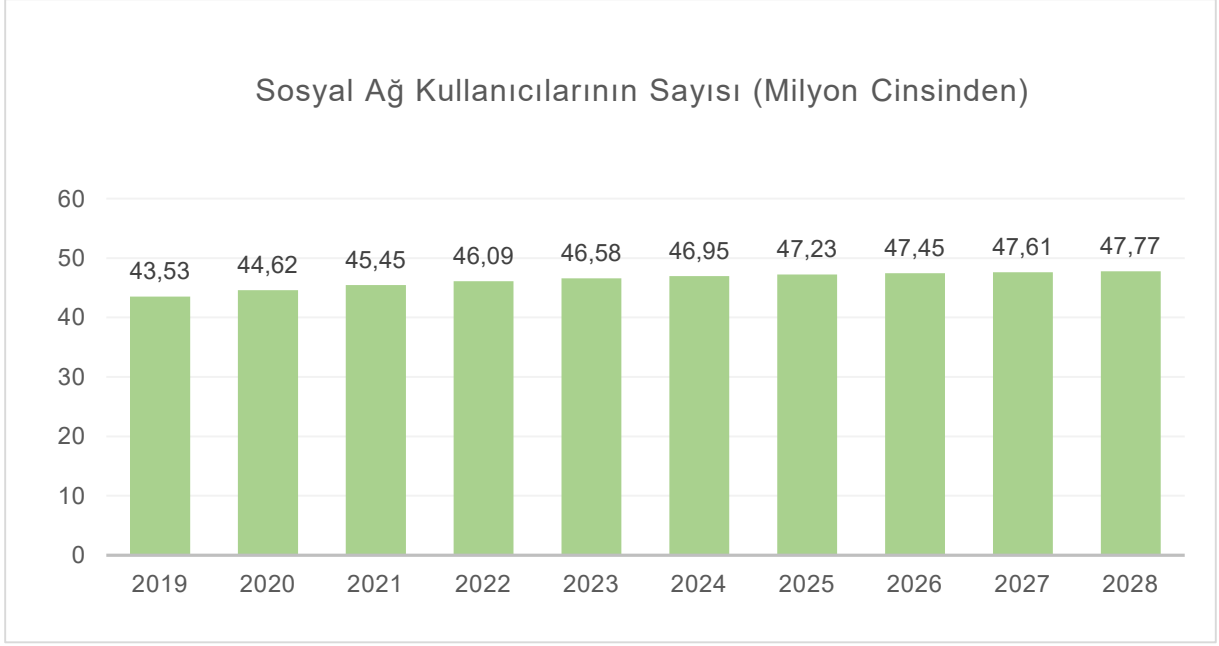
Kaynak: We Are Social: Digital 2024²⁶⁵

Güney Kore'de en çok tercih edilen mesajlaşma hizmeti Kakaotalk'dur. Mesajlaşma hizmetlerine ek olarak Kakao platformu içerisinde taksi, navigasyon gibi bir çok hizmeti de içinde barındırmaktadır. Kakao'nun ardından Instagram, Facebook, Twitter ve TikTok ülkede kullanılan diğer sosyal medya platformlarıdır.

²⁶³ [South Korea: social media advertising number of users 2019-2028 | Statista](#)

²⁶⁴ [Digital 2024: South Korea — DataReportal — Global Digital Insights Sayfa 55](#)

²⁶⁵ [Digital 2024: South Korea — DataReportal — Global Digital Insights Sayfa 59](#)



Kaynak: Statista. (11/2023)²⁶⁶ “*” işaretli yıllar tahmini tutarları ifade etmektedir.

5.12.3. GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ

150 ABD dolarının altındaki ekspres kurye hizmeti postali ürünler, gümrük vergisinden muaftır. ABD ile yapılan Serbest Ticaret Anlaşması gereğince , 200 ABD dolarının altındaki ekspres kurye hizmeti postali ürünler gümrük vergisinden muaf olup, 1.000 ABD Dolarına kadar olan ABD menşeli ürünler ise KORUS STA belgelendirmelerinden muaftır.²⁶⁷

Mal ve hizmetlerde katma değer vergisi oranı %10’dur. Ancak, temel gıda maddeleri ve sağlık hizmetleri gibi hayati giderler KDV’den muaftır.

Gümrük uygulamaları hakkında daha detaylı bilgi için raporun **“Ülke Gümrük Uygulamaları”** bölümünü inceleyebilirsiniz.

5.12.4. E-TİCARETE YÖNELİK DÜZENLEMELER

Güney Kore’de e-ticaretin yoğun kullanımı nedeniyle özellikle tüketicinin korunmasına ilişkin düzenlemeler dikkat çekmektedir. E-ticaret İşlemlerinde Tüketicinin Korunmasına İlişkin Kanun (Act on the Consumer Protection in the Electronic Commerce Transactions) ile e-ticarete ilişkin hususları ve tüketici haklarını düzenlemektedir.

Ayrıca Elektronik Ticaretin Kolaylaştırılmasına İlişkin Kanun (Electronic Trade Facilitation Act), Elektronik Belge ve İşlemlere İlişkin Çerçeve Yasası ve İhracatta Gümrük İşlemlerine İlişkin Tebliğ (Notice on Exports Customs Clearance) ile e-ticarete ilişkin diğer ilgili mevzuatlar olarak sıralanabilir.

²⁶⁶ South Korea: social media advertising number of users 2019-2028 | Statista

²⁶⁷ Korea Cross Border E-commerce Market (trade.gov)

5.12.5. DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO

FİRMALARI

Kakaopay, Naverpay, Ssgpay, Samasungpay, Tosspay önemli dijital ödeme sistemleridir. CJ, LG, CNS, Hanjin, Lotte, Logen, UPS, FEDEX, DHL, Korean Post Office ve CMT Global hızlı kargo çözümleridir.

Hanjin, Naver Fullfillment Alliance (CJ Korea Express, Hourbox, Wekeep, Pasto, Pumgo, Deliver Bird, Selfie), SM Global Korea, LGOS Global, Transcosmos Korea, Coupang, Lotte, Logen sipariş karşılama hizmetleri vermektedir.

5.12.6. LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 17 (2023)²⁶⁸

Lojistik Performans Endeksi (LPI), ülkelerin ticaret lojistiği performanslarında karşılaştıkları zorlukları ve fırsatları ve performanslarını artırmak için neler yapabileceklerini belirlemelerine yardımcı olmak amacıyla oluşturulmuş bir kıyaslama aracıdır. Bu endekste, ülkeler aldıkları puana göre aynı sırayı paylaşabilmektedir.

5.12.7. İPUÇLARI

Güney Kore'de perakende sektöründeki büyük aktörler, e-ticareti gelecek için yatırım yapılacak bir alan olarak görmekte ve yatırımlarını her geçen gün artırmaktadır.

Mobil cihazların çevrim içi alışverişlerde kullanım oranı, internet hizmetinin ucuzlaması, lojistik sektörünün e-ticaret hacmine hızlı uyum sağlaması, çevrim içi alışverişe artan güven, güvenli ödeme araçlarındaki gelişim, genç ve orta sınıfın çevrim içi alışverişini daha fazla tercih ediyor olması gibi sebepler nedeniyle sektöre yönelik olumlu beklentiler devam etmektedir.

Güney Korelilerin yarısından fazlasının çevrim içi müşteri olarak yurt dışından alışveriş yaptığı gözlemlenmiştir; ancak, bu alışverişlerde düşük maliyetli ürünlere odaklanılmıştır. Sınır ötesi e-ticaret, ülkedeki toplam e-ticaretin %5'ten azını oluşturmaktadır.

Son dönemde Çin menşeli TEMU, Aliexpress gibi Çin menşeli e-ticaret sitelerinin kullanımının oldukça artması nedeniyle Koreli e-ticaret sitelerinin karlılarının olumsuz etkilendiği gözlenmektedir.

Uluslararası tüccarlar, yerel bir pazaryerine veya platforma katılarak daha fazla ilgi çekebilmektedir. Alışveriş yapılan en popüler ülkeler Çin, ABD ve Japonya'dır. Popüler ithal ürünler arasında ise besin takviyeleri, giyim ve elektronik eşyalar bulunmaktadır. İthalatta %10 oranında bir sabit katma değer vergisi bulunmakta ve bu vergi, mallar gümrükten geçtikten 15 gün sonra ödenmektedir.

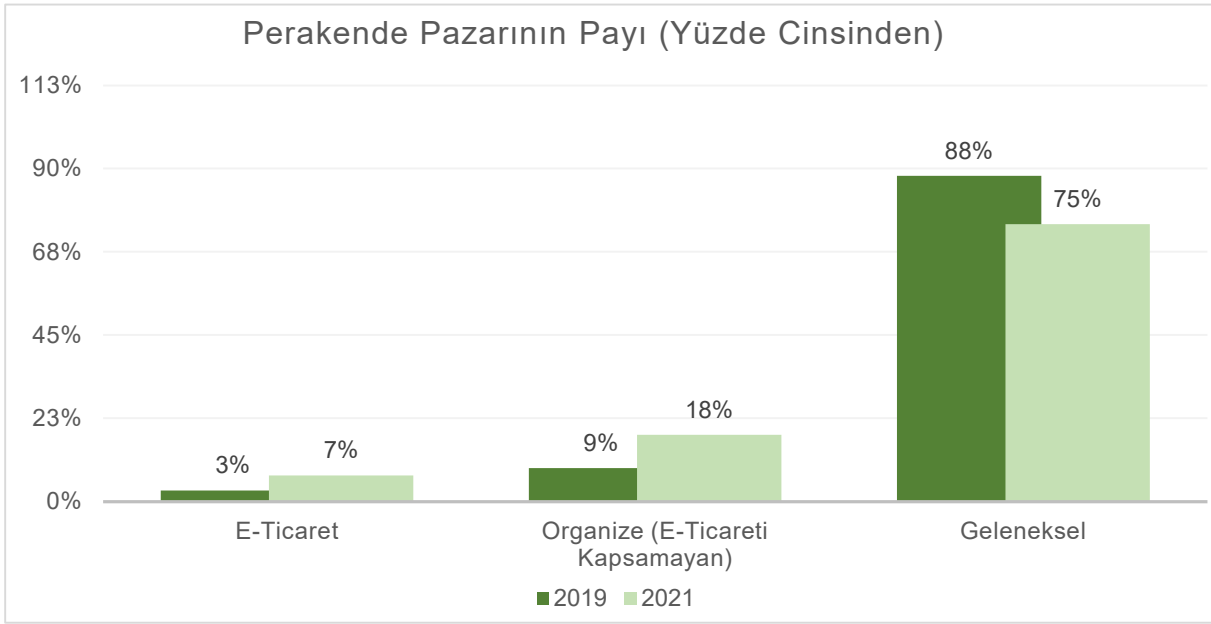
Güney Kore'de çevrim içi alışveriş yapanların yıllık kişi başına e-ticaret tüketim harcaması 3.750 ABD dolarıdır. Çevrim içi alışverişte yerel pazaryerlerinin hâkimiyeti, bireylerin yıllık harcama tutarları ve yerel dilin kullanım hususları, bu pazara girmek isteyen firmalarımız tarafından doğru değerlendirilmelidir.

²⁶⁸ 2023 | Logistics Performance Index (LPI) (worldbank.org)

5.13.HİNDİSTAN



2023 yılı itibariyle Hindistan 1.4 milyar nüfusu²⁶⁹ ve 3,93 trilyon ABD doları²⁷⁰ gayrisafi yurt içi hasılasıyla dünyanın en büyük altıncı; en fazla nüfusa sahip ikinci dünya ekonomisi durumundadır. Son derece genç ve dinamik bir nüfusa sahip olan Hindistan, e-ticaret açısından da büyük potansiyel arz etmektedir. E-ticaretin genel perakendedeki oranı 2023 yılında %3,6'dır²⁷¹.



Kaynak: Statista (12/2021)²⁷²

2023 yılı itibariyle ülkede 1,013 milyar kişi mobil cihaz kullanmaktadır.²⁷³ Çevrim içi alışveriş yapanların, yıllık kişi başına e-ticaret harcaması 241,9 ABD doları civarındadır.²⁷⁴ Buna ilaveten, Hindistan'daki hâlihazırda 180 milyonu aşkın e-ticaret alışveriş yapan tüketici sayısının iki sene içinde ABD'deki e-ticaret tüketicisi sayısını geçmesi beklenmektedir. Ülkenin e-ticaret hacmi 2023 yılında 98,10 milyar ABD dolarına ulaşmıştır.²⁷⁵

5.13.1. PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER

Ülkedeki en önemli pazaryerleri Flipkart, Amazon India, Myntra ve Meesho'dur. Söz konusu pazaryerlerine ait payların, toplam pazarın %93'ünün üzerinde olduğu tahmin edilmektedir²⁷⁶.

²⁶⁹ T.C. Ticaret Bakanlığı

²⁷⁰ T.C. Ticaret Bakanlığı

²⁷¹ <https://ecommercedb.com/markets/in/all>

²⁷² India: share of retail market by segment | Statista

²⁷³ India: smartphone users 2040 | Statista

²⁷⁴ eCommerce - India | Statista Market Forecast

²⁷⁵ Retail Ecommerce Sales in South Korea Forecasts, Estimates, & Historical Data (emarketer.com)

²⁷⁶ Top online marketplaces in India by GMV | ECDB.com (ecommercedb.com)

Amazon Hindistan, Amazon.com'dan sonra en fazla tedarikçinin dahil olduğu Amazon platformudur.

Snapdeal, Shopclues Tatacliq, Ajio, Paytm mall diğer önemli e-ticaret siteleri ve pazaryerleridir. Bunun yanında, kozmetik sektörü için Nykaa, mobilya sektöründe Pepperfry ve Urbanladder, ilaç ve tıbbi malzemede 1mg ve Netmeds önemli oyuncularındandır.

B2B alanında Udaan, Tradeindia, Indiamart, ExporterIndia, elndiabusines ve eWorldTrade önemli platformlar arasında sayılmaktadır.

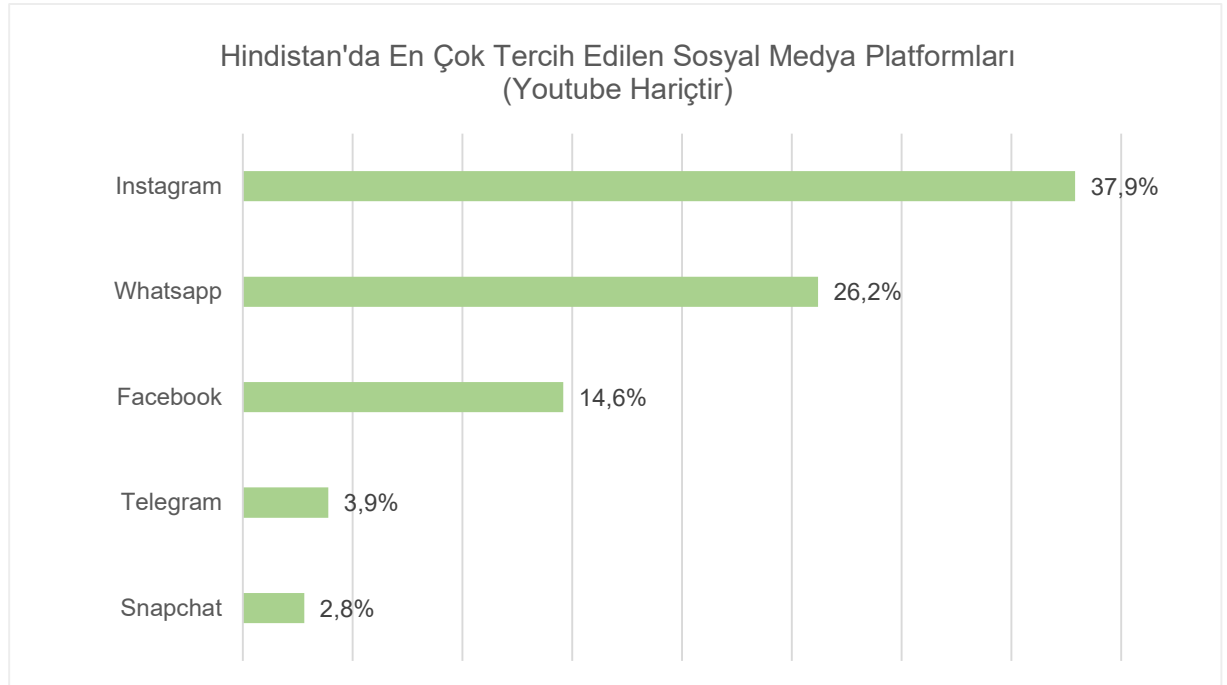
Entegre bir ödeme sağlayıcısı olan Razorpay'e göre, 2020-21 yıllarında yaşanan Covid-19 salgını sürecinde çevrim içi satışlarda en fazla artış yaşanan kategoriler; güzellik, sağlıklı yaşam ve kişisel bakım, elektronik, moda ve yaşam tarzı, gıda ve market, ev tekstili ve dekorasyonu olmuştur.

Ülkede Diwali, Navratri, Durga Puja, Dusshera ve Yılbaşı Günleri kapsamında alışveriş kampanyaları düzenlenmektedir.

Hindistan merkezli Myntra, Reliance Digital, Bigbasket ve Shoppers Stop, çok kanallı perakende deneyimleri sunmaktadır. Myntra moda ve yaşam tarzı, Reliance Digital elektronik, Bigbasket online gıda alışverişi, Shoppers Stop ise geniş kategoride ürünler sunar. Bu zincirler, online alışveriş ve mağazadan teslim alma gibi hizmetlerle müşterilere esneklik sağlar.

5.13.2. SOSYAL MEDYA

2023 yılında yapılan araştırmalara göre, Hindistan'da bir günde sosyal medyada geçirilen zaman ortalaması 2 saat 26 dakikadır.²⁷⁷ Hindistan'da en çok tercih edilen sosyal medya platformları sırasıyla: Instagram, Whatsapp, Facebook, Telegram ve Snapchat'tir.



Kaynak: We Are Social: Digital 2024²⁷⁸

²⁷⁷ [Digital 2024: India — DataReportal — Global Digital Insights](#)

²⁷⁸ [Digital 2024: India — DataReportal — Global Digital Insights Sayfa 59](#)

5.13.3. GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ

Ülkenin bireysel gönderilere ve e-ithalat kapsamında ülkeye giriş yapan gönderilere yönelik bir gümrük muafiyeti ve KDV indirimi politikası bulunmamaktadır. Standart KDV oranları %18, %12 ve %5 oranındadır.

Gümrük uygulamaları hakkında daha detaylı bilgi için raporun "*Ülke Gümrük Uygulamaları*" bölümünü inceleyebilirsiniz.

5.13.4. E-TİCARETE İLİŞKİN ÜLKE ÖZELİNDE DÜZENLEMELER

Hindistan'da e-ticarete satış yöntemleri B2B ve B2C olarak ikiye ayrılmaktadır. E-ticaret pazaryerlerinde satış yapabilmenin en önemli şartı Hindistan'da kurulu şirketin vergi numarasının (GST tax number) bulunmasıdır. Yabancı sermayeli şirketler e-ticarete yalnızca B2B olarak toptan satış yapabilmekte ve sadece pazaryeri hizmeti verebilmektedir. Bununla birlikte, yabancı sermayeli firmaların e-ticarete stok tutarak son kullanıcıya perakende olarak satış yapılmasına izin verilmemektedir.

Diğer taraftan, yabancı markalar Hindistan'a tek marka perakende ticaret (Single Brand Retail Trading) kanalıyla girebilir. Bu sayede ilgili markanın sahibi olan veya Hindistan'da temsil eden yabancı firmanın ilgili markalı ürünlerinin hem fiziki ticarete hem de e-ticarete perakende olarak satılmasına izin verilmektedir. Tek marka ile perakende ticaret kapsamında faaliyet gösterecek şirketin yabancı sermaye oranı %51'den fazla ise şirketin ilgili markaya yönelik ürünlerinin %30'unu Hindistan'dan temin etmesi veya aynı orandaki malı Hindistan'dan ihraç etmesi gerekmektedir. Tek marka perakende ticarete şirketin kuruluşundan itibaren iki sene boyunca ilk olarak e-ticarete B2C satış yapılmasına izin verilmekle birlikte ikinci senenin sonunda fiziki mağazanın da açılması gerekmektedir.

Pazaryeri modelinde e-ticaret firmalarının mal veya hizmetlerin satış fiyatını manipüle etmesi yasaktır. Yeni kurallar ayrıca, bir e-ticaret pazaryerinin, kendi ortaklığı olan bir şirket ile herhangi bir şirkete yani platformdaki tüm satıcılara adil hizmetler (örneğin, sipariş karşılama, lojistik, depolama, çağrı merkezi hizmeti ve ödeme koleksiyonları) sağlaması gerekliliğini getirmiştir. Hükümet, pazaryerlerinin belirli ürünlerin sadece kendi platformlarında satılmasına imkân sağlayacak imtiyazlı hakları yasaklamıştır.

2019'da Hindistan Hükümeti, ülkenin hızlı dijitalleşmesiyle artan e-ticaret seviyelerini düzenlemek için bir Ulusal E-Ticaret Politikası taslağı yayınlamıştır. Taslak politika tüketici verilerinin korunması, veri yerelleştirme, fikri mülkiyet ve rekabete odaklanmaktadır.

Temmuz 2020'de ise Tüketici İşleri, Gıda ve Kamu Dağıtım Bakanlığı Tüketicinin Korunması Kurallarını yayımlamıştır. Kurallar, ürün ve hizmetlerin menşe ülkesinin gösterilmesi, son kullanma tarihleri olan malların etiketlenmesi, iadeler, geri ödemeler, borsalar ve garanti hakkında bilgi dâhil olmak üzere çeşitli gereksinimleri içermektedir.

Haziran 2021'de Bakanlık tarafından, e-ticaret tüzel kişiliğinin tanımının değiştirilmesi, e-ticaret kuruluşlarının zorunlu kaydı, şikâyet düzeltme mekanizmasının kurulması, arama sonuçlarının manipülasyonunun yasaklanması ve flaş satışların yasaklanması gibi kurallarda ek değişiklikler önerilmiştir.

5.13.5. DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI

2023 yılında Google Pay, Paytm, PhonePe, Amazon Pay, PayPal, BHIM, MobiKwik, ve RazorPay sırasıyla en çok kullanılan dijital ödeme sistemleridir.²⁷⁹

Hindistan Ulusal Ödemeler Kurumu (National Payments Corporation of India - NPCI) tarafından 2016 yılında uygulamaya alınan ve UPI adı verilen bankalar ve hesaplar arasında doğrudan para transferine izin veren bir ödeme sistemi kullanılmaya başlanmıştır. Bu ödeme sistemi mikro işlemlere imkân tanınması ve anılan dijital cüzdanlara entegre edilmesi ile birlikte günlük kullanımda oldukça yaygınlaşmaktadır.

Yayımlanan raporlarda 2022 yılında gerçekleştirilen dijital ödemelerin %65'inin kredi kartı ve ön yüklemeli kartlar tarafından yapılırken geri kalan %35'lik kısmının UPI ve diğer ödeme sistemleri tarafından gerçekleştirildiği görülmüştür. 2022 yılında yapılan dijital ödemelerin ise bir önceki yıla nazaran %80'e yakın artış göstermesi dikkatleri çekmektedir.

Ayrıca, Hindistan tarafından uygulamaya alınması planlanan "e-Rupi" (dijital ödeme sistemi) ile birlikte banka hesabına da ihtiyaç duyulmadan ödeme yapılmasına olanak sağlanmakta iken; söz konusu sistemin mevduat dolaşımını dijitalleştirme yolunda önemli bir adım olduğu görülmektedir.

Blue Dart, Shiprocket Delhivery, FedEx, XpressBees, ShadowFax, WareIQ, QuickShift ülkedeki önemli hızlı kargo firmalardandır.

Delhivery eCommerce Logistics, Ecom Express Limited, Shadowfax Technologies Pvt. Ltd, WareIQ Logistics Private Limited, XpressBees Pvt Ltd ülkedeki önde gelen sipariş karşılama hizmetleri sunan şirketlerdir.

5.13.6. LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 38 (2023)²⁸⁰

Lojistik Performans Endeksi (LPI), ülkelerin ticaret lojistiği performanslarında karşılaştıkları zorlukları ve fırsatları ve performanslarını artırmak için neler yapabileceklerini belirlemelerine yardımcı olmak amacıyla oluşturulmuş bir kıyaslama aracıdır. Bu endekste, ülkeler aldıkları puana göre aynı sırayı paylaşabilmektedir.

5.13.7. İPUÇLARI

Hindistan'da tütün haricindeki tüm ürün gruplarında e-ticaret aracılığı ile satışın gerçekleştirilmesi mümkün iken; tüketici elektroniği, hazır giyim, hızlı tüketim ürünleri, takı- mücevherat, kozmetik ve mobilya kategorileri e-ticaret üzerinden satışı yapılan ürünler arasında ön plana çıkmaktadır. Bu noktada, takı-mücevherat, kozmetik sektörleri ve lüks tüketime yönelik Türk ürünleri ile pazarda yer alınabileceği değerlendirilmektedir.

Hindistan pazarının dinamikliği ve getirilen yeni yasal düzenlemeler ve en önemlisi hukuki gereklilikler nedeniyle yerel bir ortak dağıtıcı ile çalışılması zorunluluk arz etmektedir. Bu anlamda, ülkede yer alan yerel e-ticaret iş hizmet sağlayıcısı ekosisteminden yararlanılmasında fayda vardır.

Hindistan'ın e-ticaret pazarında, üçüncü taraf hizmet sağlayıcıları sayesinde görüntüleme, kataloglama, gelişmiş marka içeriği, hesap yönetimi, reklam, uluslararası nakliye, yurt içi ulaşım ve

²⁷⁹ [Biggest e-commerce payment brands in India 2024 | Statista](#)

²⁸⁰ [2023 | Logistics Performance Index \(LPI\) \(worldbank.org\)](#)

vergi yönetimi gibi hizmetlere daha hızlı erişim sağlanabilmektedir. Gerek e-ticaret hizmet sağlayıcılar gerekse de ürünlerin depolanması ve dağıtımı konusunda aranacak yerel ortaklar için Amazon'un ya da Flipkart'ın hizmet sağlayıcısı ağına ve vendors (satıcıdan malları yüksek miktarlarda, toptan fiyattan alır ve son tüketiciye satışlarını gerçekleştiren dağıtıcılar) listelerine ulaşmak yararlı olacaktır.

Ülkede sınır ötesi işlemler hem yaygındır hem de genel Hindistan e-ticaretinin önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Tüm satışların %25'i sınır ötesi iken çevrim içi alışveriş yapanların %49'u yurt dışından alışveriş yapmaktadır.

Alışveriş için en popüler ülkeler, küresel e-ticaret devleri Amerika Birleşik Devletleri, Çin ve Birleşik Krallık'tır. Hindistan'ın ithalat vergisi rejimi yerli tüccarların lehine gelişmektedir. 2019'un sonlarından bu yana, 5.000 Hindistan rupisi (yaklaşık 67 ABD doları) altındaki hediye veya kişisel ithalat olarak etiketlenmiş paketler üzerindeki sıfır vergi kaldırılmıştır. Hâlihazırda %41,2'lik bir oranda vergi uygulanmaktadır.

Ek olarak, Hindistan'daki dağıtım kanallarının karmaşıklığı ve geleneksel yapısı pazara girişte önemli bir zorluk olarak firmalarımızın karşısına çıkabilmektedir. Hindistan'daki e-ticaret pazar payının %69'dan fazlasına sahip olduğu tahmin edilen Amazon ve Flipkart sitelerinin ülke çapındaki kayıtlı tüm posta kodlarının %99'una dağıtım yapabildiği göz önünde bulundurulduğunda, anılan platformların pazara giriş avantajı sağladığı görülmektedir.



5.14.İSPANYA

İspanya 48,3 milyon nüfusa sahip²⁸¹ ve 1,64 trilyon dolarlık²⁸² gayrisafi yurt içi hasılasıyla dünyanın en büyük on dördüncü ekonomisidir. Nüfusun %89,59 internet kullanmakta²⁸³ iken çevrim içi alışveriş yapanların nüfusa oranı Statista verilerine göre, 2023 yılında %43,3 olarak kaydedilmiştir.²⁸⁴ E-ticaret hacmi 2023 yılında 44,18 milyar ABD dolar seviyesine ulaşmıştır.²⁸⁵

İspanya'nın 2022 yılında e-ticaret hacmi, 61,81 milyar ABD doları gerçekleşmiş olup, genel perakende sektöründeki oranı 2023 yılında %11,2 olarak kayıtlara geçmiştir.²⁸⁶

2023 yılında yıllık ortalama hane başı 1.708 ABD doları tutarında çevrim içi tüketim harcaması yapılmaktadır.²⁸⁷ E-ticaret alışverişlerin %42,2'si mobil üzerinden gerçekleşmektedir.²⁸⁸

E-ticaret konusunda yayınlanan en kapsamlı çalışmalardan biri, İspanya'nın en büyük dijital iletişim, reklamcılık ve pazarlama derneği olan IAB İspanya tarafından hazırlanan yıllık rapordur.

Satın alma rakamlarına göre, miktarlar büyük ölçüde değişiklik göstermektedir. Bahsi geçen IAB İspanya çalışmasına göre, 2023'te satın alma başına ortalama harcama 82 avro ve ortalama satın alma sıklığı ayda 3,4 kez olarak belirlenmiştir. Bu, yılda toplam 3.345,6 avroya tekabül etmektedir.

5.14.1. PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER

Amazon.es, Aliexpress, Shein, Temu, Miravia, El Corte Inglés ülkede en çok tercih edilen pazaryerleri ve alışveriş siteleridir²⁸⁹.

²⁸¹ T.C. Ticaret Bakanlığı

²⁸² T.C. Ticaret Bakanlığı

²⁸³ Spain: internet usage reach 2014-2029 | Statista

²⁸⁴ eCommerce - Spain | Statista Market Forecast

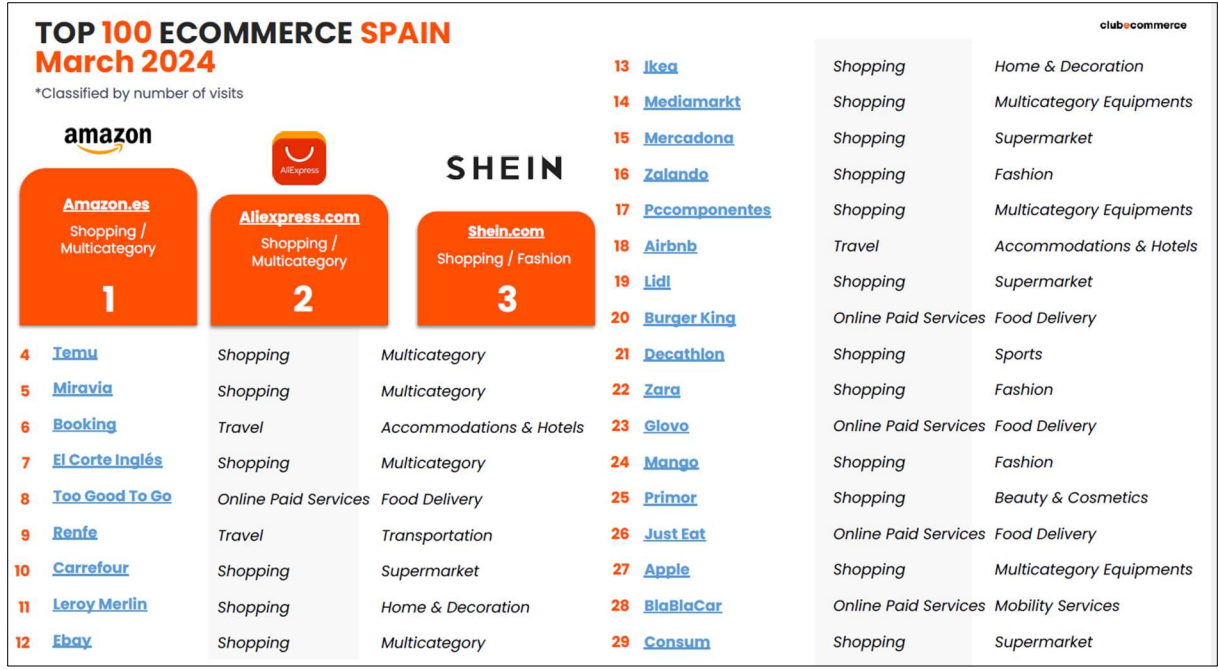
²⁸⁵ Retail Ecommerce Sales in Spain Forecasts: EMARKETER Estimates and Historical Data

²⁸⁶ <https://ecommercedb.com/markets/es/all>

²⁸⁷ eCommerce - Spain | Statista Market Forecast

²⁸⁸ eCommerce - Spain | Statista Market Forecast

²⁸⁹ Madrid Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği



Kaynak: Digital1to1

Ülkede birçok özel gün mevcuttur. Alışverişin en yoğun yapıldığı, resmî tatil ve indirim günleri aşağıda sıralanmaktadır.

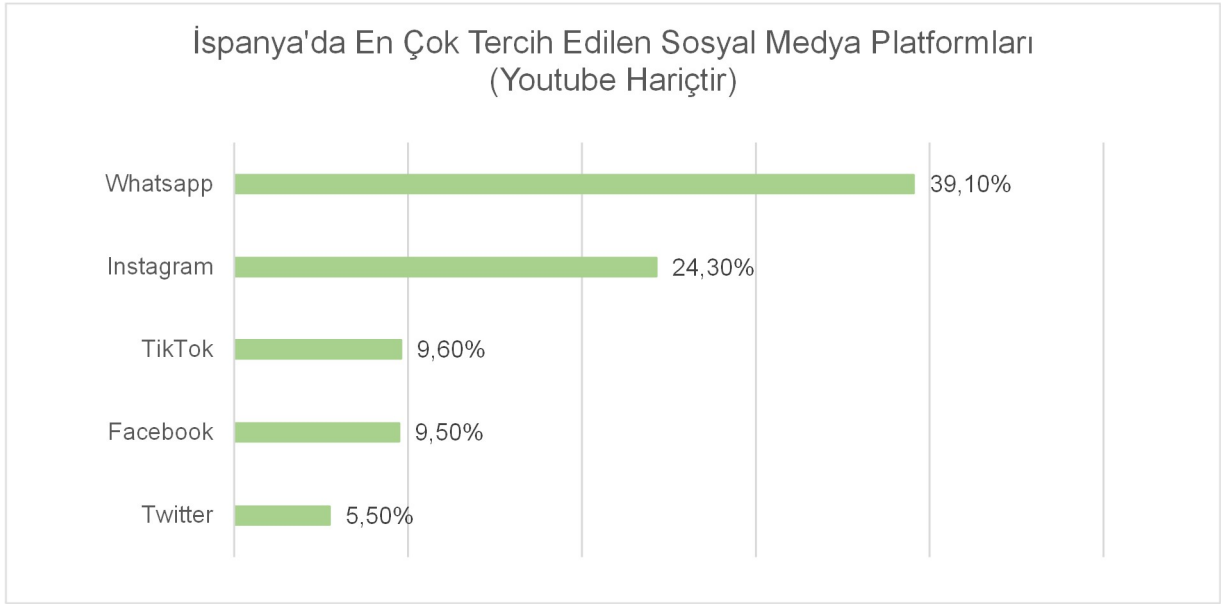
- Üç Krallar Günü (6 Ocak)
- Sevgililer Günü (14 Şubat)
- Babalar Günü (19 Mart)
- Anneler Günü (Mayıs ayının ilk Pazar günü)
- Kara Cuma (Black Friday) ve Siber Pazartesi (Cyber Monday)
- Noel (25 Aralık)

İspanya'daki El Corte Inglés, MediaMarkt, Mercadona ve Decathlon, çok kanallı alışveriş deneyimleri sunan lider mağazalardır. El Corte Inglés her türlü ürünü, MediaMarkt elektronik, Mercadona gıda ve günlük malzemeler, Decathlon ise spor ürünleri sunmaktadır. Bu zincirler, online alışveriş ve mağazadan teslim alma gibi hizmetlerle müşterilere esneklik sağlamaktadır.

5.14.2. SOSYAL MEDYA

Statista verilerine göre, İspanyolların %85'i sosyal medya kullanmaktadır.²⁹⁰ Ülkede en çok tercih edilen sosyal medya platformları sırasıyla Whatsapp, Instagram, Facebook, TikTok ve Twitter'dır.

²⁹⁰ Spain: social network penetration 2010-2023 | Statista



Kaynak: We Are Social: Digital 2024²⁹¹

IAB tarafından İspanya'da sosyal medyanın kullanımı hakkında yıllık olarak yayınlanan çalışmanın en güncel baskısı 2023 yılında yayınlanmıştır. Anılan belgede İspanya'daki kullanıcı profiline yönelik oldukça faydalı bilgiler yer almaktadır:

- 12 ila 74 yaş arasındaki internet kullanıcılarının %85'i sosyal medyayı kullanmaktadır.
- Sosyal medyayı kullananlar arasında kadınlar ve özellikle 18 ila 24 yaş arası gençler en yüksek kullanım yüzdesine sahiptir.
- Sosyal medya kullanıcısı olmayan internet kullanıcılarının sadece %11'i gelecek yıl herhangi bir sosyal ağa kaydolmayı planlamaktadır.
- Herhangi bir sosyal ağ kullanılmamasının başlıca sebebi ilgi eksikliği, gizliliğe yönelik endişeler veya zaman eksikliğidir.

Sosyal medya bilgisi ve yaygınlığına yönelik varılan sonuçlardan bazıları aşağıdaki gibidir:

- Facebook, WhatsApp ve Instagram bilgi ve kullanım açısından en sık tercih edilen platformlar olmaya devam etmektedir.
- Telegram, LinkedIn ve TikTok, 2022'ye kıyasla kullanıcı artışı en yüksek olan mecralardır.
- Tercih açısından Instagram, Facebook ve YouTube'un (WhatsApp'tan sonra) önünde yer almaktadır ve TikTok kullanıcılar tarafından en çok tercih edilen 5 sosyal medya arasındaki yerini korumaktadır.
- TikTok en yüksek büyümeye sahip medyadır (2020'den beri büyüme trendi devamlılık göstermektedir).
- WhatsApp ve YouTube, kullanıcıları arasında en yüksek puan alan sosyal ağlar olmaya devam etmektedir. Youtube'u sırayla BeReal ve Spotify takip etmektedir.
- Kullanıcıların %33'ü geçen yıl bir sosyal medya kanalını kullanmayı bırakmış; özellikle Facebook, Snapchat ve Twitter bu platformlar arasında yer almıştır.

²⁹¹ **Digital 2024: Spain — DataReportal – Global Digital Insights Sayfa 61**

Reklamcılık ve pazarlama alanındaki diğer ilginç sonuçlar ise:

- Sosyal medyada marka takibi azalma eğilimindedir. Nitekim kullanıcıların %43'ü sosyal medyada ticari bir markayı takip ettiğini (2021'de %48), bununla birlikte %45'i en sevdikleri markaları takip etmek için sosyal medyayı (2022'de %32) kullandıklarını belirtmiştir.
- Güncel gelişmelerden haberdar olmak (%61) markaları sosyal medyada takip etmenin ana sebebidir.
- 'Eğlence, kültür ve medya' ile 'Seyahat, ulaşım ve turizm' sektörleri en çok takip edilen konular olmaya devam etmektedir.
- Sosyal medyada profili olan markalara güvendiğini söyleyenlerin oranı artmış olsa da (2022'de %26'ya kıyasla %37), markaların sosyal medyadaki varlığı, markalara karşı güven seviyesini değiştirmemektedir (%54).
- İnternet kullanıcılarının %51'i sosyal medyada reklam gösterilmesinden rahatsız olmaktadır.

5.14.3. GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ

AB Gümrük Birliği Anlaşması sayesinde Türkiye, İspanya'ya yaptığı ihracatlarda gümrük vergisinden muaf tutulmaktadır. Türkiye ile İspanya arasında ayrıca "Çifte Vergilendirmeyi Önleme" ve "Yatırımların Karşılıklı Teşviki ve Korunması" ikili anlaşmaları yürürlüktedir.

İspanya'da Kurumlar Vergisi standart oranı %25 iken, yeni kurulan şirketler için ilk iki yıl %15 olarak uygulanmaktadır.

İspanya'da Katma Değer Vergisi standart oranı %21'dir. Bazı gıda maddeleri, su kaynakları, ilaçlar, engelliler için tıbbi cihazlar ve sosyal hizmetler için %4 ve %10 olmak üzere indirilmiş oranlar uygulanmaktadır. Bazı altın, külçe ve külçelerin vergilendirilmesi; hava ve deniz yoluyla topluluk içi ve uluslararası taşımacılık ise vergiden muaf tutulmaktadır. Enflasyonla mücadeleye yönelik tedbirler dahil olmak üzere hükümet tarafından gıda maddeleri gibi bazı ürün gruplarında geçici KDV indirimleri uygulanmaktadır.

İspanya hükümeti ekonomik durgunluk tehdidi ve artan fiyatlarla başa çıkmak için çeşitli ekonomik önlemler almıştır. Bu önlemler arasında dikkat çekenlerden biri belirli ürünlerde KDV oranlarının düşürülmesidir. Enflasyon oranı 2023'te önemli ölçüde azalsa da, özellikle gıda ve enerji ile ilgili ürünlerin fiyatları konusunda endişeler devam etti. Sonuç olarak, 2024'te belirli vergi oranlarında değişiklikler devam etmiş ve önceki oranlar (standart (%21), azaltılmış (%10) ve süper azaltılmış (%0)) olarak düzenlenmiştir.

KDV vergi oranlarına aşağıdaki bağlantıdan ulaşılması mümkündür:
<https://sede.agenciatributaria.gob.es/Sede/iva/calculo-iva-repercutido-clientes/tipos-impositivos-iva.html>

Gümrük uygulamaları hakkında daha detaylı bilgi için raporun "*Ülke Gümrük Uygulamaları*" bölümünü inceleyebilirsiniz.

5.14.4. E-TİCARETE İLİŞKİN ÜLKE ÖZELİNDE DÜZENLEMELER

İspanya, e-ticaret faaliyetlerini yönetmek ve tüketicilerin ve işletmelerin korunmasını sağlamak amacıyla çeşitli düzenlemeler ve politikalar uygulamaya koymuştur²⁹²

En önemli mevzuat düzenlemelerinden biri, İspanya'da elektronik işlemler ve e-ticaret için yasal çerçeveyi çizen İspanyol Bilgi Toplumu Hizmetleri ve Elektronik Ticaret Yasası'dır. Bu yasa elektronik sözleşmelerin, elektronik imzaların ve elektronik ödeme sistemlerinin kullanımını düzenlemekte ve çevrim içi ortamda tüketicilerin ve işletmelerin haklarını ve sorumluluklarını belirlemektedir.

Bir diğer önemli yasa da tüketicileri hem çevrim içi hem de çevrim dışı işlemlerde dolandırıcılık, yanlış beyan ve diğer istismar türlerinden korumayı amaçlayan İspanyol Tüketiciyi Koruma Yasası'dır. Bu yasa, bilgi edinme hakkı, bir işlemde cayma hakkı ve sözleşmeye uygun mal ve hizmet alma hakkı da dâhil olmak üzere tüketicilerin haklarını belirlemektedir. Yasa ayrıca işletmelerin ürün ve hizmetler hakkında açık ve doğru bilgi sağlamasını ve tüketici verilerini güvence altına almak için uygun önlemleri almasını gerektirmektedir.

Veri koruma açısından İspanya, ülkedeki kişisel verilerin toplanması, kullanılması ve saklanmasını düzenleyen İspanyol Veri Koruma Yasası'nı yürürlüğe koymuştur. Bu yasa, işletmelerin kişisel bilgilerini toplamadan önce bireylerden onay almalarını ve bu bilgilerin güvenliğini korumak için uygun önlemleri almalarını gerektirmektedir.

İspanya, e-ticarete fikri mülkiyeti korumak için ticari marka yasalarını da uygulamaya koymuştur. Bu yasalar, e-ticarete kullanılan ticari markalar, logolar ve diğer fikri mülkiyet biçimleri için yasal koruma sağlamakta ve mevcut ticari markalarla aynı veya benzer ticari markaların kullanılmasını yasaklamaktadır. İşletmelerin yasal koruma alabilmeleri için ticari markalarını tescil ettirmeleri gerekmektedir.

Vergilendirme açısından İspanya, ülkedeki işletmelerin e-ticaret işlemleri de dâhil olmak üzere mal ve hizmet satışlarından KDV tahsil etmesini gerektiren Katma Değer Vergisi (KDV) Kanunu'nu yürürlüğe koymuştur. İşletmelerin KDV için kayıt yaptırmaları, uygun KDV oranını tahsil etmeleri ve periyodik KDV beyannamesi vermeleri gerekmektedir.

Bu düzenleme ve politikaların genel amacı, tüketicilerin korunmasını sağlamak, İspanya'da e-ticaretin büyümesini ve gelişmesini teşvik etmek ve çevrim içi pazarın bütünlüğünü korumaktır. Açık yasal çerçeveler oluşturarak ve hem tüketicilerin hem de işletmelerin çıkarlarını koruyarak İspanya, e-ticaret faaliyetleri için güvenli ve emniyetli bir ortam yaratmayı amaçlamaktadır.

Invest in Spain tarafından hazırlanan rehberde, e-ticaret sektöründeki düzenlemelere ilişkin bir bölüm yer almaktadır. Bu bölüm, İspanya'da doğrudan uygulanabilir olan ulusal yasaları ve AB düzenlemelerini kapsayan daha geniş bir yasal çerçeveyi ele almaktadır. Bu kısımda yer alan bilgiler aşağıda özetlenmektedir:

- İspanya'da uygulanabilir diğer AB düzenlemeleri de bulunmaktadır. Örneğin, 20 Haziran 2019 tarihli Avrupa Parlamentosu ve Konseyi'nin (AB) 2019/1150 sayılı Kararnamesi, çevrimiçi aracı hizmetlerinin iş kullanıcıları için adil ve şeffaflığı teşvik etmeyi amaçlayan önemli bir Avrupa yasası olan Çevrimiçi Araçlar için Adillik ve Şeffaflığı Teşvik Etme Kararnamesi (Platform-to-Business (P2B) Regulation) olarak bilinir. 2019 yılından bu yana yürürlükte olan bu düzenleme, pazar yerleri ve arama motorları da dahil olmak üzere çevrimiçi aracı

²⁹² Avrupa Birliği'nin e-ticarete yönelik 2021 yılında yürürlüğe giren düzenlemelerine bu kısımda yer verilmemektedir.

hizmetlerin iş kullanıcıları için çeşitli yükümlülükler getirmektedir. Bunlar arasında sıralama parametrelerinin açıklanması, net ve şeffaf koşulların sağlanması, yan ürünlerin ve hizmetlerin tanımlanması, sözleşme feshi üzerinde sınırlamaların uygulanması ve iç şikayet işleme sistemlerinin kurulması bulunmaktadır. Uyumlaştırılmış bir düzenleyici çerçeve oluşturarak, P2B Düzenlemesi, Avrupa Birliği'nin dijital tek pazarında adil bir rekabet ortamı oluşturmayı, güveni artırmayı ve tüketici çıkarlarını korumayı amaçlamaktadır.

- Ayrıca Avrupa Komisyonu, dijital ortamı düzenlemek ve çevrimiçi ortamı daha güvenli hale getirmek için kapsamlı bir önlemler paketini 2022 yılında onayladı. Bu önlemlerin merkezinde, Dijital Hizmetler Kanunu (DSA) olarak da bilinen (AB) 2022/2065 sayılı Kararname ve Dijital Pazarlar Kanunu (DMA) olarak adlandırılan (AB) 2022/1925 sayılı Kararname bulunmaktadır. 17 Şubat 2024 tarihinden itibaren yürürlükte olan DSA, çevrimiçi ortamda yasadışı içeriğe karşı mücadele etmek ve kullanıcı haklarını korurken artan şeffaflık, bilgi açıklaması ve içerik düzenleme konusunda dikkat gerektiren dijital hizmet sağlayıcılarına yükümlülükler getirmektedir. 2 Mayıs 2023 tarihinden itibaren yürürlükte olan DMA, büyük dijital platformlara karşı rekabeti engelleyici davranışları ve adil olmayan uygulamaları önlemeyi hedeflemektedir, bunlar arasında kendi tercihlerini önceliklendirme ve tüketici seçimini engelleme bulunmaktadır. DMA'nın kapsamına girmek için platformların belirli kriterleri karşılaması gerekmektedir, bunlar arasında ciro eşikleri ve sürekli pazar hakimiyeti bulunmaktadır. Herhangi bir düzenlemeye uyumsuzluk, küresel cironun %10'unu aşan ciddi para cezaları ile sonuçlanabilir ve tekrarlayan ihlaller için cezaların artması olasılığı bulunmaktadır, bu da AB'nin adil ve rekabetçi bir dijital ortamı teşvik etme taahhüdünü göstermektedir.

5.14.5. DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALAR

Ülkede kredi/debit kartları, Bizum, PayPal, Apple Pay, Amazon Pay, Verse, N26 ve Revolut ödeme sistemleri arasında en çok tercih edilenlerin arasında yer almaktadır. Bu seçenekler arasında yerel bankalar ve finans kuruluşları tarafından sunulan özel cüzdanlar da bulunabilir.

Tüketicilerin tercih ettiği dijital cüzdan, kişisel ihtiyaçlarına, güvenliğine ve kullanım kolaylığına göre değişebilmektedir. Ulusal posta teşkilatı Correos'a ilaveten MRW, DHL, UPS ve FedEx İspanya'da en çok kullanılan kargo firmalarıdır. Adock, Amphora, Aza Logistics SL, DHL Spain ülkenin sipariş karşılama sunan firmalarıdır.

5.14.6. LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 13 (2023)²⁹³

Lojistik Performans Endeksi (LPI), ülkelerin ticaret lojistiği performanslarında karşılaştıkları zorlukları ve fırsatları ve performanslarını artırmak için neler yapabileceklerini belirlemelerine yardımcı olmak amacıyla oluşturulmuş bir kıyaslama aracıdır. Bu endekste, ülkeler aldıkları puana göre aynı sırayı paylaşabilmektedir.

5.14.7. İPUÇLARI

İspanyol tüketicilerin eğilimi, dijitalleşmeye doğru gitmektedir bu durum çevrim içi alışveriş tercihlerin artması ile doğrudan ilişkilidir. Ayrıca ülkede çevreci ve sürdürülebilir ürünler, fiyat/kalite dengesi olan

²⁹³ <https://lpi.worldbank.org/international/global>

ürünler, kolay ve güvenli ödeme seçenekleri, hızlı ve güvenli teslimat, yerel dilde müşteri desteği gibi faktörlere de önem verilmektedir. Ayrıca, ürün seçiminde tasarım ve moda eğilimleri önemli bir rol oynamaktadır.

İspanyol tüketiciler, cep telefonları, tabletleri ve bilgisayarları aracılığıyla çevrim içi alışveriş yapma ve dijital kanalları kullanma konusunda oldukça aktiftir. Bu, İspanyol e-ticaret pazarının hızla büyüdüğünü ve daha fazla tüketicinin çevrim içi alışveriş yapmaya başladığını göstermektedir.

Ülkede çevre ve insan sağlığına zarar vermeyen, sürdürülebilir ve doğaya dost ürünler tercih edilmektedir. Ürünlerin üretim süreci, paketlenme ve teslimatının da çevre dostu olması beklenmektedir.

Uluslararası çevrim içi alışveriş, popülerlik kazanmış ve İspanyol e-ticaretine başarılı bir şekilde entegre edilmiştir. Çevrim içi tüketicilerin %60'ı başka bir ülkeden alışveriş yapmıştır ve sınır ötesi harcamalar, İspanya'daki toplam e-ticaretin yaklaşık beşte birini (%19) oluşturmaktadır. En çok alışveriş yapılan ülkeler arasında Çin (%50), İngiltere (%10) ve Almanya (%10) yer almaktadır.

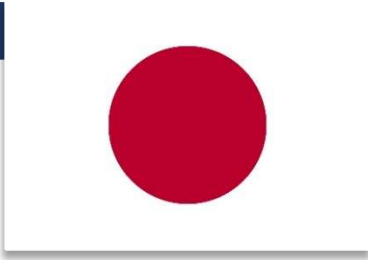
AliExpress gibi Çinli dev çevrim içi perakendeciler İspanya'da köklü bir geçmişe sahiptir. İspanyolca dil seçeneği sunmak, internet sitelerinin satışlarını artırmanın yanı sıra başarılı bir site yükleme işlevi de sağlayabilmektedir. Yerel raporlar, üç saniyeden daha uzun yükleme sürelerine sahip site kullanıcılarının %40'ının siteden ayrıldığını göstermektedir.

IAB İspanya'nın 2023 raporuna göre, çevrimiçi satın almalar için en önemli kriterler kolaylık (%96), geniş ürün yelpazesi (%92) ve fiyatlar (%89) olmaya devam etmektedir. Güvenilirlik, çevrimiçi alıcıların çoğunluğu (%75) için önemli bir unsurdur ve esas olarak önceki deneyime, güvenli ödeme yöntemlerine ve web sitesine ve markaya duyulan güvene bağlıdır.

Çevrimiçi ve çevrimdışı kanalları birleştirmek, çevrimiçi alışveriş için tercih edilen seçenek olmaya devam etmektedir. Çevrimiçi alıcıların %63'ü, satın alma işlemlerini hibrit bir şekilde (çevrimiçi ve çevrimdışı kanalları birleştirerek) yapmakta ve gelecekteki satın alma işlemleri için tercih edilen seçenek olmaya devam etmektedir. Daha genç insanlar önemli ölçüde daha fazla çevrimiçi satın alırken, 35 yaşından itibaren satın alma kanalı olarak fiziksel mağazalar hakimiyetini sürdürmektedir.

Uygun fiyatlar (%71), teklifler/promosyonlar (%68), satış sonrası servis ve teslimat süreleri (her biri %67), belirli bir e-ticaret platformunun seçilmesinde ana etkenler olmaya devam etmektedir. Kabul edilebilir bekleme süresi 3,2 gündür. 10 alıcıdan 8'i siparişlerini 5 gün içinde teslim almaları gerektiğini düşünüyor (%81), %12'si maksimum 24 saat içinde siparişlerini teslim almak istemektedir. Bir e-ticaret platformunun en önemli özellikleri arasında ikinci sırada yer alan siparişlerini iade etme kolaylığına tüketicilerin verdiği önemde bir artış görülmektedir.

Profesyonellerin bakış açısına göre rekabetçi fiyatlar (%42), ürün kalitesi (%31), iyi müşteri hizmetleri (%31) ile iade ve değişim kolaylığı (%28) bir e-ticaret platformu için en önemli unsurlardır.

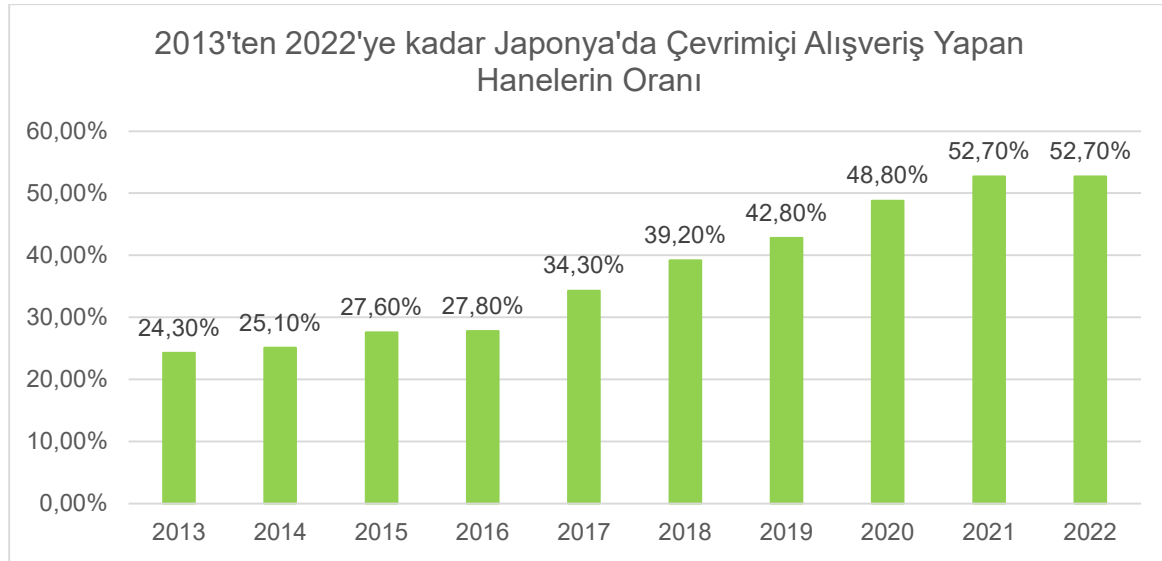


Japonya, 124,04 milyon nüfusa sahip²⁹⁴ ve 4,11 trilyon ABD dolarlık²⁹⁵ gayrisafi yurt içi hasılasıyla dünyanın en büyük üçüncü ekonomisidir. Datareportal raporuna göre, 2023 yılında nüfusun %84,9'ü internet kullanmakta iken²⁹⁶ 2023 yılında çevrim içi bir ürün veya hizmet satın alanların nüfusa oranı %44,9 olarak kaydedilmiştir²⁹⁷. Statista verilerine göre, bunun görece düşük olmasının nedeni yaşlı nüfus oranı (%70'i 35 yaş üstünde) ve geleneksel alışveriş modellerine kısmen bağlılıktır.

Japonya'nın 2023 yılında e-ticaret hacmi 195,5 milyar ABD doları olarak ölçümlenmiştir.²⁹⁸ genel perakende sektöründeki oranı 2023 yılında %12,4 olarak gerçekleşmiştir.²⁹⁹ Küresel B2C perakende e-ticarette ülkenin payı yaklaşık %3,41 olup, Çin, ABD, Birleşik Krallık'tan sonra en büyük e-ticaret pazarı konumundadır.

Statista verilerine göre, 2022 yılında aylık ortalama hane başı 17.720 Japon Yeni³⁰⁰ (yıllık 1637,32 ABD doları³⁰¹) tutarında çevrim içi tüketim harcaması yapılmaktadır. E-ticaret alışverişlerin %50,5'u mobil üzerinden yapılmaktadır.³⁰² Çin'de yaygın olan ve özellikle Uzak Doğu'da giderek yaygınlaşan canlı video üzerinden alışveriş (livestreaming e-commerce) oranı %5,8 oranındadır.

Yıllara göre e-ticaret kullanım oranları da 2012'den itibaren her yıl artış göstermiştir.



²⁹⁴ T.C. Ticaret Bakanlığı

²⁹⁵ T.C. Ticaret Bakanlığı

²⁹⁶ Digital 2024: Japan — DataReportal — Global Digital Insights Sayfa 27

²⁹⁷ Digital 2024: Japan — DataReportal — Global Digital Insights Sayfa 91

²⁹⁸ Retail Ecommerce Sales in Japan Forecasts, Estimates, & Historical Data (emarketer.com)

²⁹⁹ <https://ecommercedb.com/markets/jp/all>

³⁰⁰ Japan: average monthly household online spending 2022 | Statista

³⁰¹ 2022'nin ortalama Yen/Dollar Kuru

³⁰² eCommerce - Japan | Statista Market Forecast

Kaynak: Statista (07/2023)³⁰³

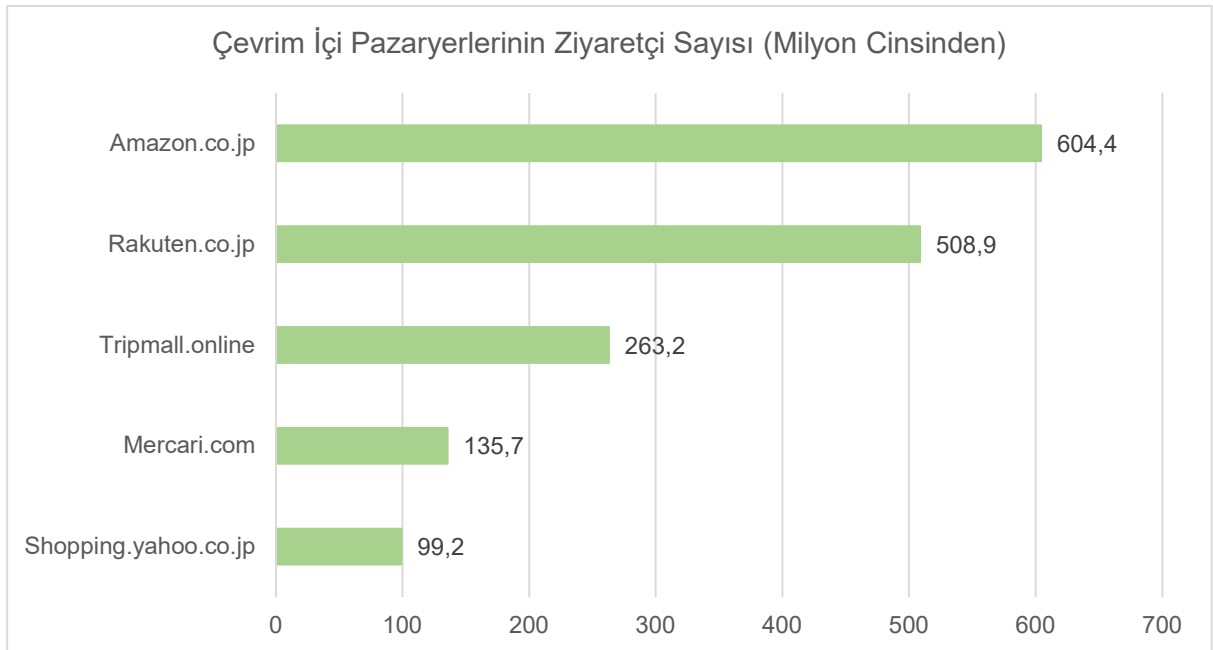
5.15.1. PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER

Yabancı markalar için önemli pazaryerleri olarak Rakuten Ichiba, Amazon, Yahoo Shopping ve Yahoo Auction sayılabilmektedir.

Rakuten, 100 milyondan fazla kayıtlı üyesiyle ülkedeki en büyük platformdur ve 2022'de brüt mal satışları yaklaşık (GMS) 35,8 milyar dolardır. Rakuten'in öne çıkmasındaki en büyük etkenlerden biri çevrim içi mağazaların tasarımını firmalara bırakması ve firmaların tıpkı ürün paketlerinde olduğu gibi son derece renkli, dikkat çekici görselli, reklam ve bilgi içeriği yüksek sayfalar hazırlamasının olabileceği değerlendirilmektedir. Ayrıca tüketicilerin güvenlik, ürün ve hizmetlerin kalitesi konusunda endişelenmeden alışverişin tadını çıkarmaları için Rakuten'in mağazaları çok dikkatli bir şekilde taradığı bilinmektedir.

Öte yandan 2022 yılından itibaren ise Amazon.co.jp daha fazla tıklanma almıştır. 2022 yılının ilk yarısında Amazon'da 603 milyon tıklanma bulunurken Rakuten'in 503 milyondur. Bu pazarda güçlü olan çok kanallı zincir mağazalar ise Aeon, Mitsui Fudosan (LaLaport) ve Parco'dur.

Japonya'daki Uniqlo, Bic Camera, 7-Eleven ve Isetan Mitsukoshi Holdings, çok kanallı alışveriş deneyimleriyle tanınmaktadır. Uniqlo kaliteli giyim, Bic Camera elektronik, 7-Eleven günlük ihtiyaçlar, Isetan Mitsukoshi ise lüks moda ve ev ürünleri sunmaktadır. Bu zincirler, çevrim içi alışveriş ve mağazadan teslim alma gibi hizmetlerle müşterilere esneklik sağlamaktadır.



Kaynak: Statista (08/2023)

Satın alma gücü yüksek olan Japon halkının sağlıklı yiyecek, içecek ve likörler, elektrikli ev aletleri, görsel/işitsel teknolojik donanımlar, bilgisayar ekipmanları, kitaplar, video, müzik ve yazılım gibi ürünlerde çevrim içi alışverişini tercih ettiği görülmektedir.

³⁰³ [Japan: online shopping penetration in households 2022 | Statista](#)

Amazon www.amazon.co.jp ve Rakuten Ichiba www.rakuten.co.jp Japon tüketicilere doğrudan perakende “B2C” satış için yapabileceğiniz en önde gelen çevrimiçi satış platformlarıdır.

Ülkemiz ihraç ürünlerinin bahse konu mağazalarda satışının yapılabilmesi için, ürünlerin Japon mevzuatına uygun olarak ithalatının tamamlanmış ve Japonya’da bulunan bir lojistik hizmet alanına depolanmış olması gerekmektedir. Söz konusu ithalat işlemleri Amazon veya Rakuten Ichiba tarafından da yapılmamakta olup, her iki platform da bu işlemlerin (farklı gereklilikler ile) tamamlanmış olmasını istemektedir. Diğer taraftan her iki platform lojistik merkezlere sahip olup, depolama ve dağıtım konusunda hizmet sunmaktadır.

Aşağıda her iki platform bakımından bahse konu iş süreçleri hakkında bilgi sunulmaktadır.

Amazon Japan

Amazon Japonya’daki faaliyetlerine 2000 yılında başlamıştır. Amazon Japonya’da, www.amazon.co.jp olarak faaliyet göstermekte ve Japonca ve yabancı kitaplar, CD’ler ve DVD’ler, PC yazılımları, oyunlar, elektronik, kırtasiye ve ofis malzemeleri, ev ve mutfak, oyuncaklar ve hobiler, spor, sağlık ve güzellik, kozmetik, saat, bebek ve hamile, giyim ve ayakkabı, mücevher ve yiyecek ve içecek dahil olmak üzere 200 milyondan fazla ürün sunan kapsamlı bir çevrimiçi mağazadır. Ayrıca, Amazon’un gücü, hem doğrudan işletilen kendi e-ticaret işletmesini hem de üçüncü taraf satıcı platformlarını desteklemesidir. Amazon’a göre, 150.000’den fazla KOBİ üçüncü taraf satıcı platformu aracılığıyla faaliyet göstermektedir.

Ürün merkezli bir alışveriş formatına sahip olan Amazon Japonya, Amazon Satıcı Hesabı açılması bakımından dünyanın diğer yerleri ile aynı işlem gerekliliklerine sahiptir. Buna ek olarak, Japonya’da elde edilen satış gelirleri, masraflar düşüldükten sonra satıcının tayin edilen banka hesabına çok kolay bir şekilde aktarılabilir. Amazon Japonya’nın bir diğer avantajı da müşteri siparişlerini hızlı, sorunsuz ve düşük maliyetle işleme koyabilmesi ve temel müşteri hizmetlerini sunabilmesidir. Kayıt ücreti aylık 4,900 JPY’dir. Bu nedenle, birçok denizaşırı tüccar ticarete Amazon ile başlamaktadır. Ancak, dezavantajlardan biri, müşteri desteğinin e-posta ile sınırlı olması olup, bu durum geri dönüş süresini ve müşteriyle iletişim kurmayı zorlaştırmaktadır. Diğer bir husus ise tüketicilerin ürün seçimi için sınırlı bilgiye sahip olmasıdır.

www.amazon.co.jp’de çevrimiçi mağaza açabilmek için Japonya’da şube açılması ya da şirket kurulması yoluna gidilebileceği gibi bunlar olmadan da e-ticaret işleri yapılması mümkündür. Ancak Japonya’da ticari işlemleri yapabilecek nitelikte hukuki bir ticari varlık kurulmadan ülkemizden gönderilecek eşyaların Japonya’ya ithalatının yapılması için ya kayıtlı ithalatçı (IOR) kullanılması ya da kendileri adına harç ve vergilerle ilgilenen bir Gümrük İşlemleri Vekili (ACP) atayarak yerleşik olmayan ithalatçı (IOR) olarak kendilerinin hareket etmesi gerekmektedir.

Japonya’daki www.amazon.co.jp’de ürün satmak için, özel bir şirketten fulfillment hizmeti satın almanız mümkün olabileceği gibi; ‘Fulfillment by Amazon’ olarak adlandırılan, Amazon’nun kendi ürün dağıtım mekanizması da bulunmakta ve bu hizmetin satın alınması durumunda Amazon tarafından ürünü satın alan müşterinin kapısına kadar teslim hizmeti sunulmaktadır. Öte yandan, bu hizmeti kullanmak için dahi öncelikle yukarıda belirtilen şekilde kayıtlı ithalatçı (IOR) belirlenmesinin yapılması gerekmektedir.

Amazon’da satıcı olarak platforma kayıt olma gerekliliklerini tamamlanmasının ardından, çeşitli hizmetler sunan üçüncü taraf firmaların listesine de ‘Amazon ‘Service Provider Network’ bağlantısından erişmek mümkündür.

https://sellercentral.amazon.com/gspn?ref_=sc_gspn_hp-ls_hp&sellFrom=TR&sellIn=JP&localeSelection=tr_TR

Amazon'da mağaza açma yöntemi için daha detaylı ve güncel bilgileri aşağıdaki bağlantılardan inceleyebilirsiniz.

-‘Amazon Expand to Japan’ (Genel bilgi) :

https://sell.amazon.com/global-selling/japan?ref_=sdus_gs_2nav_jp

-How To Start Selling On Amazon In Japan (Guidebook) :

https://m.media-amazon.com/images/G/01/AmazonServices/Site/AssetLibrary/Japan-SellingGuide_Eng.pdf?initialSessionID=apay%3D357-0176417-3602423&ld=SDUSAGSDirect&ldStackingCodes=SDUSAGSDirect

-Amazon Seller Central “Import and export inventory” :

<https://sellercentral.amazon.co.jp/help/hub/reference/external/201468520?locale=en-US>

-Amazon ‘Service Provider Network’:

https://sellercentral.amazon.com/gspn?ref_=sc_gspn_hp-ls_hp&sellFrom=TR&sellIn=JP&localeSelection=tr_TR

Rakuten Ichiba

Rakuten Ichiba, 1997 yılında kurulmuş bir çevrimiçi alışveriş platformudur. Japonya'nın e-ticaret pazar payının %26,8'i ile Japonya'nın en büyük e-ticaret pazarına sahiptir ve küresel olarak dördüncü büyük e-ticaret pazarı olarak kabul edilmektedir. 120 milyondan fazla üyeyi ve 55.000'den fazla mağazayı bir araya getiren Rakuten'in günlük yaklaşık 18 milyon aktif kullanıcısı bulunmaktadır. Yurtdışındaki şirketlerin Rakuten Ichiba'da bir çevrimiçi mağaza oluşturması mümkündür.

Rakuten Ichiba, alışveriş merkezi benzeri bir mağaza anlayışına sahip olup; şirketlere, tüm mağazalarda ortak olan genel bir düzen kullanmak yerine, ilgili tüm bilgilerin belirtilmesini mümkün kılan, son derece özelleştirilebilir bir dijital vitrin oluşturma fırsatı vermektedir. Ayrıca satış, promosyon veya yeni ürün gibi yeni önemli bilgileri sağlamak için istenildiği zaman güncellenebilmesine imkan sunmaktadır. Aynı durum, gerektiği kadar bilgi içerebilen ürün sayfaları için de geçerlidir. Bu özellik, müşterilerin ürünlerin özellikleri, fiyatı, aynı zamanda nakliye ve iade politikaları vb. gibi gerekli tüm bilgilere erişmesini sağlar.

Bir şirketin Rakuten Ichiba'da satış yapabilmek için başvuru sürecinden geçmesi gerekiyor ancak öncesinde Rakuten Ichiba'nın ayrıntılı tarama sürecinden geçilip geçilemeyeceğinin kontrol edilmesi uygun olacaktır. İlk ve en önemli sorun, iş yapmak için bir Japon kuruluşun varlığının gerekliliğidir. Rakuten Ichiba, bir şirketin yurtdışında yerleşik kuruluşuyla Rakuten Ichiba'da doğrudan mağaza açabileceği bir plan olan Doğrudan Mağaza Planı'nı yalnızca Fransa ve Almanya'ya sunmakta olup ülkemiz firmalarının bu uygulamadan yararlanabilme imkanı bulunmamaktadır. Bu bakımdan, ülkemizde mukim firmaların Rakuten Ichiba'da kendi mağazasını açmak için Japonya'da şube açmaları ya da şirket kurmaları zorunda olup, bahsi geçen platform tarafından doğrulanabilecek Japonya'ya ait bir adres, telefon numarası ve Japonya'ya ait bir banka hesap numarası sağlanması gerekmektedir.

Bu durumda Japonya'da yerleşik bir ithalatçı olacağından ayrıca bir kayıtlı ithalatçı bulunması ya da Gümrük İşlemleri Vekili atayarak yurtdışında yerleşik IOR sıfatıyla işlemlerin yürütülmesi gerekmeyecektir.

Ayrıca Rakuten Ichiba'ya Japonca müşteri hizmetleri sağlama yetkinliğinizi ispatlanmanızda ikinci bir zorluk olup, Rakuten Ichiba'da satış yapabilmek için bir şirketin uygun şekilde Japonya'da kurulmuş olması yanında halihazırda bir e-ticaret sitesine sahip olması veya üçüncü taraf bir platformda satış yapıyor olması da ayrı bir gerekliliktir. Şirketin ayrıca müşterilerin siparişlerini yerine getirebilmesi için güvenilir lojistik sistemi kurabilmesi ve Rakuten'deki ürünlerin JPY cinsinden satılması nedeniyle kur riskinden de sorumlu olacağını bilmesi önemlidir. Şirketin ayrıca kendi marka ismine sahip olması ve benzersiz bir üretici kimliği sunması ve UPC, EAN, JAN, ISBN gibi kabul edilebilir formatta barkodlu ürünlere sahip olması ve benzeri nitelikte Rakuten Ichiba tarafından belirlenen pek çok gerekliliği önceden dikkate alınması ve hazırlık yapması gerekliliği, Rakuten Ichiba'da mağaza açılmasına ilişkin ayrı zorluklardır.

Diğer taraftan Japonya'da şube ya da şirket kurmanın tercih edilmemesi halinde, Rakuten'de hâlihazırda faaliyet gösteren bir mağazanın sizin ürünlerinizi satışa sunulması denenebilecek başka bir yöntemdir.

Japonya'daki www.rakuten.co.jp'de ürün satmak için özel bir şirketten fullfilment hizmeti satın almanız mümkün olabileceği gibi; 'Rakuten süper logistics' olarak adlandırılan, Rakuten'in kendi ürün dağıtım mekanizmasından da hizmet alabilirsiniz. Rakuten tarafından müşteriye kapıya kadar teslim hizmeti sunulmaktadır.

Rakuten Ichiba hakkında güncel ve detaylı bilgileri aşağıdaki bağlantılardan inceleyebilirsiniz.

-Rakuten Ichiba hakkında (Genel bilgi) : <https://www.rakuten.co.jp/ec/sellinjapan/>

-How to open a shop on Rakuten Ichiba? : <https://marketplace.rakuten.net/how-it-works>

Japonya'da özellikle Hatsu-uri (Ocak ayı başı- New Year's Sale), 14 Şubat Sevgililer Günü, 14 Mart Sevgililer Günü (White day), 15 Ağustos Yaz Hediyesi (Ochugen), 15 Kasım Yedi-Beş-Üç (Shichi-Go-San), 24-25 Aralık Noel, Yıl Sonu Hediyesi (Oseibo) gibi özel gün ve dönemler önemlidir. Japonya'nın en büyük harcama tatili Yeni Yıl'dır. Japonlar yeni yıl için evlerini temizler ve yeni kıyafetler satın alır. Ayrıca, Japon firmalarının yıllık yaz ikramiyesi verdiği bilinen yaz aylarında Japonya'da sürekli olarak daha yüksek online harcama yapılmaktadır. Ortalama işçi ikramiyesi yaklaşık 3.000 dolardır ve bu ikramiyenin öncelikle lüks mallara, eğlenceye ve seyahatte kullanılır.

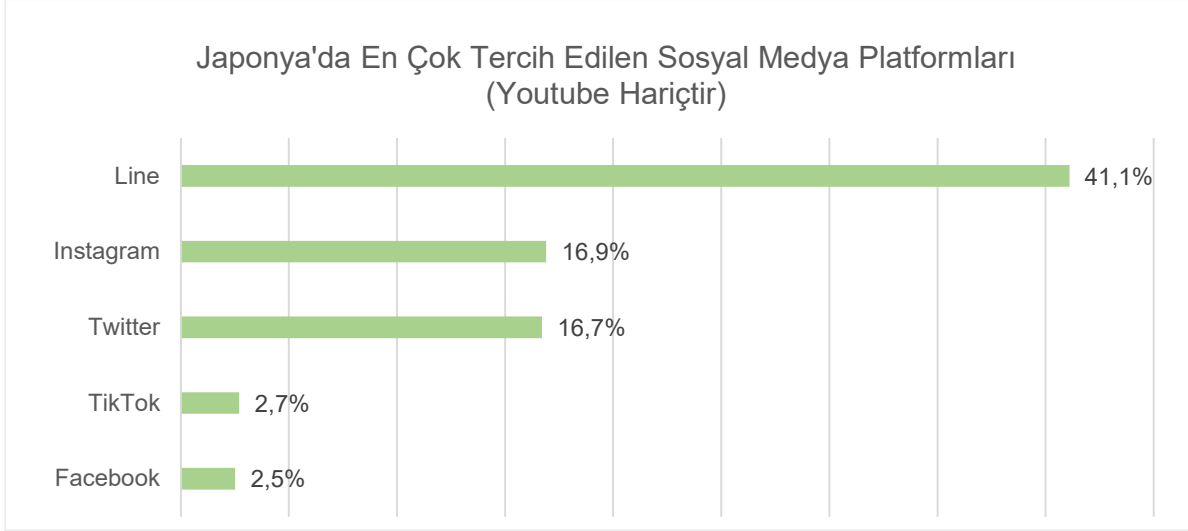
5.15.2. SOSYAL MEDYA

Ülkede sosyal medya ağı olarak Line, Instagram, Twitter(X), TikTok ve Facebook başta olmak üzere çeşitli sosyal medya platformları kullanılmaktadır.

Statista verilerine göre, sosyal medya kullanıcı sayısı 2023 yılında 105,81 milyon kişi olup³⁰⁴, sosyal medyada günlük geçirilen zaman 53 dakikadır.³⁰⁵

³⁰⁴ [Japan: number of social media users 2028 | Statista](#)

³⁰⁵ [Digital 2024: Japan — DataReportal – Global Digital Insights Sayfa 56](#)



Kaynak: We Are Social: Digital 2024³⁰⁶

5.15.3. GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ

Gümrük değeri 10.000 Yen (Temmuz 2023 itibarıyla yaklaşık 70 ABD doları) altı olan ürünler gümrük vergisinden muaf olup, 200.000 yene (1 Temmuz 2023 itibarıyla yaklaşık 1.400 ABD doları) kadar ise ürüne göre %3 ile %20 arasında değişmekte olan basitleştirilmiş tarife oranı uygulanmaktadır.

Japonya'da gıda ürünlerinde KDV oranı %8, diğer ürünlerde ve servislerde %10 olarak uygulanmaktadır.

Japonya'ya e-ticaret kapsamında mal gönderirken akılda tutulması gereken en önemli husus, Japonya'da bir İthalatçı Kaydı (IOR) gerekliliğidir. Bu, ihraç edilen malların Japonya'ya ulaştığında sorumluluğunu üstlenecek birini ifade eder. Japonya'nın popüler e-ticaret pazar yerleri olan Amazon Japonya ya da Rakuten Ichiba, kural olarak bir IOR olamayacağından, satıcıların IOR olabilecek bir gerçek veya tüzel kişiyi bulmaları gerekir. Alternatif olarak satıcılar, kendileri adına harç ve vergilerle ilgilenen bir Gümrük İşlemleri Vekili (ACP) atayarak yerleşik olmayan ithalatçı (IOR) şeklinde hareket edebilirler. IOR'ı olmayan tüm satıcıların, Gümrük İşlemleri Vekili (ACP) olarak bir hizmet sağlayıcı ataması zorunludur. Bir Gümrük İşlemleri Vekili (ACP) atandıktan sonra, azledilmediği sürece vekilliği devam eder. Ancak, Gümrük İşlemleri Vekili sadece harç ve vergilerden sorumludurlar. Malların yerel yasa ve yönetmeliklere uygun olmasını sağlamak satıcının sorumluluğundadır.

Yurt dışından Japonya'ya gönderilen ve gümrük kıymeti 200.000 JPY'in altında olan tüm posta gönderileri (özel yazışmalar hariç) gümrük denetiminden geçmelidir.

E-ticaret Pazar yerlerine gönderilen ürünlere ilişkin işlemlerinde, ihracatçının yurtiçinde yerleşik bir Gümrük İşlemleri Sorumlusu (Attorney for Customs Procedures) ataması gerekmektedir.

(Detaylı bilgi için: https://www.customs.go.jp/shiryo/leaflet_jimukanrinin_e.pdf)

Gümrük uygulamaları hakkında daha detaylı bilgi için raporun "*Ülke Gümrük Uygulamaları*" bölümünü inceleyebilirsiniz.

³⁰⁶ Digital 2024: Japan — DataReportal – Global Digital Insights Sayfa 59

5.15.4. E-Ticarete İlişkin Ülke Özelinde Düzenlemeler

Japonya köklü bir e-ticaret pazarına sahiptir ve hükümet adil ticareti teşvik etmek ve tüketici haklarını korumak için çeşitli düzenlemeleri uygulamaya koymuştur. Japonya'da e-ticareti düzenleyen temel mevzuat, 2000 yılında yürürlüğe giren Belirli Ticari İşlemler Yasası'dır. Bu yasa, tüketicilerin çevrim içi satın aldıkları ürün ve hizmetler hakkında tam olarak bilgilendirilmelerini sağlamak amacıyla çevrim içi reklamları, satış promosyonlarını ve sözleşme koşullarını düzenlemektedir. Ayrıca, tüketici ve kişisel bilgi/veri koruma yasaları online pazar için de geçerlidir.

Japonya hükümeti, e-ticaretin Japonya'da gelişmesini teşvik etmek amacıyla E-Ticaret Stratejik Başkanlığı'nı kurmuştur. Bu başkanlık, e-ticaret sektörünün büyümesini destekleyen ve müşterilerin çevrim içi alışverişte güvenini artırmayı amaçlayan politikaları ve önlemleri koordine etmektedir.

Mayıs 2020'de Japonya Meclisince, e-Ticaret platformlarının iş uygulamaları hakkında yıllık bir rapor sunmasını gerektirecek yeni bir yasa olan "Belirli Dijital Platformlarda Ticarete Şeffaflık ve Adilliğin Geliştirilmesi Yasası" kabul edilmiştir.

Hükümet, Japonya'daki e-ticaretin gelişmesini teşvik etmek için çeşitli girişimler başlatmıştır. Bu, küçük ve orta ölçekli işletmelerin (KOBİ'lerin) çevrim içi işletmelerini genişletmelerine yardım etmek ve potansiyel müşteriler ve ortaklar ile bağlantı kurmak gibi önlemleri içermektedir.

Ayrıca finansal teknoloji düzenlemesi ile hükümet, Japonya'da e-ödeme ve e-ticaret hizmetleri gibi finansal teknolojilerin gelişmesini teşvik etmek için düzenlemeler getirmiştir. Bu düzenlemeler, çevrim içi işlemler için güvenli ve kullanışlı bir ortam sağlamayı, müşterileri korumayı ve e-ticaret pazarında rekabete teşvik etmeyi amaçlamaktadır.

5.15.5. Dijital Cüzdanlar ve Ödeme Sistemleri İle Hızlı Kargo FİRMALARI

E-ticaret ödemelerinde mobil cüzdan/dijital cüzdan kullanım oranı %12³⁰⁷ iken yaygın ödeme araçları sırasıyla PayPay, Rakuten Pay, D Barai, Au Pay, Fami Pay, Line Pay & Merpay.³⁰⁸

Yamato Transport, Japan Post, Seino Transportation da hızlı kargo çözümleri arasındadır. Pazaryerlerinin yanı sıra Yamato Transport, Sagawa Xtorm, Transcosmos SGH Global Japan sipariş karşılama hizmetleri vermektedir.

5.15.6. Lojistik Performans Endeksinde Sırası: 13 (2023)³⁰⁹

Lojistik Performans Endeksi (LPI), ülkelerin ticaret lojistiği performanslarında karşılaştıkları zorlukları ve fırsatları ve performanslarını artırmak için neler yapabileceklerini belirlemelerine yardımcı olmak amacıyla oluşturulmuş bir kıyaslama aracıdır. Bu endekste, ülkeler aldıkları puana göre aynı sırayı paylaşabilmektedir.

³⁰⁷ [Japan: leading payment methods in online shopping 2022 | Statista](#)

³⁰⁸ [Biggest contactless payment brands at POS in Japan 2024 | Statista](#)

³⁰⁹ [2023 | Logistics Performance Index \(LPI\) \(worldbank.org\)](#)

5.15.7. İPUÇLARI

E-ticarete Japoncanın alternatif bir dilinin bulunmadığını bilmek önemlidir. Öncelikli olarak ürünün tüm Japon yönetmeliklerini karşıladığından ve Japonya'ya ithalat için uygun olduğundan emin olunmalıdır.

Japonya'da tüketicilerin kaliteli beklentisi yüksek olup, ürünün kapsamlı açıklaması ve iade kolaylığı oldukça önemlidir. Japonya'da çevrim içi satış yapılabilmesi için Japon bir ortakla çalışarak Japon diline uygun bir çevrim içi mağaza inşa edilmesi de ülkeye e-ihracatını arttırmak isteyen firmalarımız için tavsiye niteliğindedir.

Japon tüketicilerin tüketim alışkanlıkları geleneksel ihraç pazarlarımızdaki tüketicilerden oldukça farklıdır. Tercih edilen ürünlere ilişkin beklentiler haricinde ambalaj ve etiketlemeye dair de ciddi farklılıklar bulunmaktadır.

Ülkede geçerli olan standartlara ve tüketici taleplerine uygun ürün çeşitlendirmesi yapma gerekliliği, ihracatçılarımızın bu pazara girişlerindeki en büyük engellerdendir.

Ülkemiz ihraç ürünlerinin e-ticaret üzerinden satışının yapılabilmesi için, ürünlerin Japon mevzuatına uygun olarak ithalatının tamamlanmış ve Japonya'da bulunan bir lojistik hizmet alanına depolanmış olması gerekmektedir. Söz konusu ithalat işlemlerinin Amazon veya Rakuten Ichiba gibi başat platformlar tarafından yapılmadığı ancak e-ticaret sitelerinin bu işlemlerin (farklı ek gereklilikler ile) tamamlanmış olmasını istedikleri görülmektedir. Bununla birlikte önde gelen e-ticaret platformları, lojistik merkezlere sahip olup, depolama ve dağıtım konusunda ise hizmet sunmaktadır.

Amazon'da çevrimiçi mağaza açabilmek için Japonya'da şube açmak ya da şirket kurmak zorunluluk arz etmemektedir. Japonya'da bir ofisiniz veya ithalatçınız yoksa Amazon.co.'de ürün satabilmeniz için, adınıza harç ve vergilerle ilgilenen bir Gümrük İşlemleri Vekili (ACP) atayarak, yerleşik olmayan bir ithalatçı (IOR) olarak hareket etmeniz gerekmektedir.

Japonya Amazon'da ürün satmak için özel bir şirketten fullfilment hizmeti satın almanız mümkün olabileceği gibi; 'Fulfillment by Amazon' olarak adlandırılan, Amazon'nun kendi ürün dağıtım mekanizması da bulunmakta ve bu hizmetin satın alınması durumunda Amazon tarafından müşteriye kapıya kadar teslim hizmeti sunulmaktadır. Bununla birlikte, bu hizmeti kullanmak için dahi öncelikle bir kayıtlı ithalatçıdan (importer of record) Gümrük İşlemleri Vekili (ACP) kullanılarak kayıtlı ithalatçının (importer of record) belirlenmesi gerekmektedir.

Öte yandan, Rakuten Ichiba'da mağaza açmak için Japonya'da şube açmak ya da şirket kurmak zorunlu olup, bahsi geçen platform tarafından doğrulanabilecek Japonya'ya ait bir adres, telefon numarası ve Japonya'ya ait bir banka hesap numarası sağlanması gerekmektedir. Ayrıca Rakuten Ichiba'ya Japonca müşteri hizmetleri sağlama yetkinliğinizi ispatlanmanız gerekmektedir. Japonya'da şube ya da şirket kurmanın tercih edilmemesi halinde, Rakuten'de hâlihazırda faaliyet gösteren bir mağazanın sizin ürünlerinizi satışa sunmasını deneyebilirsiniz.

Japonya Rakuten'de ürün satmak için özel bir şirketten fullfilment hizmeti satın almanız mümkün olabileceği gibi; 'Rakuten süper logistics' olarak adlandırılan, Rakuten'in kendi ürün dağıtım mekanizmasından da hizmet alınması mümkündür. Rakuten tarafından kapıya kadar teslim hizmeti de sunulmaktadır.

Diğer taraftan, tüketicilerin kalite beklentisi, dağıtıcı ile çalışmanın gerekliliği ve yaşlı nüfusun yüksekliği nedeniyle geleneksel alışveriş modellerinin de önemli olduğu Japon pazarında, e-ticaret

sadece pazaryerleri ile sınırlı kalmamalıdır. Çok kanallı yöntemiyle satış yapan mağazalar hedeflenerek bu pazara girilmesi önem arz etmektedir.

Japonya'da sınır ötesi alışveriş oranı düşük olsa da e-ticaret satışlarının %9,5'ini veya 18,2 milyar ABD dolarını oluşturması nedeniyle önemlidir. ABD, Çin ve Kore ilk üç destinasyon arasındadır. "Şimdi Al, Sonra Öde" seçeneği Japonya'da gittikçe popüler hale gelmektedir. Yerli "Şimdi Al, Sonra Öde" markası Paidy, 2021 yılında PayPal ile iş birliği yaparak Japon çevrim içi müşterilerin dijital cüzdanları üzerinden doğrudan Paidy'ye erişmelerini sağlamıştır.

Yaklaşık 700.000 satıcı tarafından ödeme esnasında Paidy tüketicilere sunulmaktadır. Bu iş birliği ise Japon müşterilerin PayPal kabul eden herhangi bir uluslararası sitede Paidy'yi kullanmasına olanak tanıyarak sınır ötesi harcamaları artırabilir.

Firmalarımızın Japonya e-ticaret pazarında başarılı olabilmesi için Avrupalı tüketicilerden farklılaşmış olan alışkanlıklarını yakından incelemeleri önemlidir.

E-ticarete yükte hafif pahada ağır, Türkiye'ye mahsus, sezonu veya raf ömrü uzun, sağlıklı, doğal, organik ürünlerin tercih edilme olasılığı yüksektir. Ülkemiz özelinde markalı ürünlerin, sağlıklı uzun ömürlü gıda ve içecek ürünlerinin ve yaşlı nüfusa hitap eden ürünlerin pazarda potansiyel arz edebileceği düşünülmektedir.

Japon tüketicilere veya işletmelere ulaşmak için e-ticaret kanallarını kullanan şirketlerin göz önünde bulundurması gereken hususlar:

- Uygun bir e-ticaret platformu seçimi,
- Ödeme yöntemleri
- Müşteri sadakat programları ve puan sistemleri
- Nakliye lojistiği
- Müşteri hizmetleri, iadeler, satış sonrası hizmetler
- Pazara girmek isteyen şirketler Japonca reklam yapabilmeli, markalaşabilmeli ve müşteri desteği sağlayabilme hususları olarak özetlenebilir.



5.16.KANADA

40,86 milyonluk bir nüfusa sahip³¹⁰ olan Kanada 2,24 trilyon ABD doları³¹¹ ile dünyanın en büyük sekizinci gayri safi yurt içi hasılasına sahiptir. 2023 yılı verilerine göre, ülke nüfusunun %92,53 internet kullanmaktadır.³¹² Kanada'da e-ticaretin perakende ticaret içerisindeki payı %14,4 düzeyindedir.³¹³

2023 yılı eMarketer verilerine göre, Kanada'da e-ticaret hacmi 80,27 milyar ABD doları olarak gerçekleşmiştir.³¹⁴ Çevrim içi alışverişlerde mobil cihaz kullanım oranı ise %37,0'dir.³¹⁵

Kanada'da çevrim içi alışveriş yapanların genel nüfusa oranı %60,3 düzeyindedir.³¹⁶ Kişi başına düşen yıllık çevrim içi harcama ise 2.710 ABD doları seviyesindedir.³¹⁷

5.16.1. PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER

Ülkedeki en önemli pazaryerleri; Amazon, Walmart, eBay, BestBuy ve AliExpress'dir.³¹⁸

Costco, Etsy ve Newegg ülkedeki diğer önemli pazaryerleridir. Bu platformlardan Newegg; bilgisayar teknolojisi ve elektronik ürünlere, ETSY el yapımı ürünlere odaklanan sektöre özel pazarlama platformlarıdır.

Holt Renfrew, La Maison Simons, Ogilvy, Hudson's Bay, Canadian Tire, Marshalls, Nordstrom ülkede faaliyet gösteren çok kanallı zincir mağazalardır.

E-ticaretteki büyüme sadece satın alma hacminden değil, aynı zamanda Kanadalıların satın aldığı mal ve hizmetlerin genişliğinden de kaynaklanmaktadır. Kanadalıların ABD merkezli tüccarlardan satın aldığı ürünler hazır giyim ve aksesuarlar, ardından kitaplar, müzik ve videolar; tüketici elektroniği; oyuncaklar, hobiler ve oyunlar; sağlık ve güzellik ürünleri; ayakkabı; takı; ev eşyaları; spor malzemeleri, hobi, bahçe malzemeleri ürünleridir.

Kanada'da özellikle Şükran Günü, Cadılar Bayramı (Halloween), Yeni Yıl (Noel) ve Siber Pazartesi (Cyber Monday) gibi özel gün ve haftalarda çevrim içi alışveriş önemli miktarda artış göstermektedir.

Kanada'daki Hudson's Bay, Best Buy, Loblaw, Walmart ve Canadian Tire, çok kanallı alışveriş deneyimleri sunan lider mağazalardır. Hudson's Bay moda ve ev eşyalarında, Best Buy elektronikte, Loblaw gıda ürünlerinde, Walmart geniş kategoride uygun fiyatlı ürünlerde ve Canadian Tire otomobil, spor ve ev iyileştirme ürünlerinde öne çıkmaktadır. Bu zincirler, çevrim içi alışveriş ve mağazadan teslim alma gibi hizmetlerle müşterilere esneklik sağlamaktadır.

³¹⁰ T.C. Ticaret Bakanlığı

³¹¹ T.C. Ticaret Bakanlığı

³¹² Canada: internet usage reach 2020-2029 | Statista

³¹³ <https://ecommercedb.com/markets/ca/all>

³¹⁴ Retail Ecommerce Sales in Canada Forecasts: EMARKETER Estimates and Historical Data

³¹⁵ eCommerce - Canada | Statista Market Forecast

³¹⁶ Canada: e-commerce penetration rate 2020-2029 | Statista

³¹⁷ eCommerce - Canada | Statista Market Forecast

³¹⁸ Top online marketplaces in Canada by GMV | ECDB.com (ecommercedb.com)

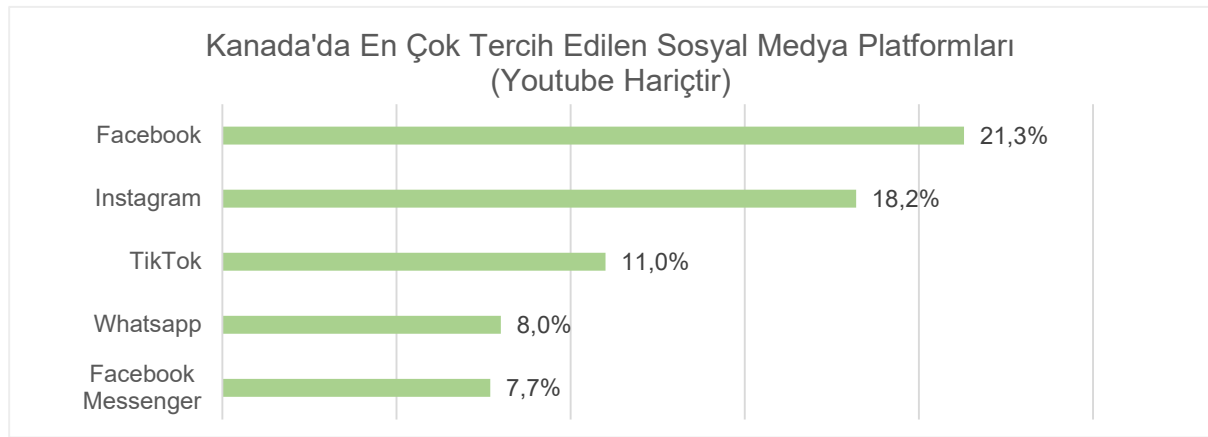
5.16.2. SOSYAL MEDYA

2023 yılı itibarıyla sosyal medya kullanıcılarının ülke nüfusuna oranı %92,52 olarak kaydedilmiştir.³¹⁹ Kullanıcıların en yaygın olarak kullandığı platformlar ise Facebook, Messenger, Instagram, Whatsapp & TikTok olarak sıralanmaktadır.³²⁰

Kanada'da internette günlük olarak geçirilen zaman 6 saat 18 dakikadır.³²¹ Geçirilen bu zamanın 1 saat 53 dakikalık kısmı ise sosyal medya platformlarında geçirilmektedir.³²²

Genç tüketicilerin sosyal medya sitelerine artan erişimi ve baskın varlığı söz konusudur. Bu etken göz önüne alındığında, geleneksel çevrim içi bilgi kaynaklarından ziyade sosyal medyayı kullandığı görülmektedir.

Hudson's Bay, Best Buy Canada, Loblaw Companies ve Walmart Canada ülkede çok kanallı mağazalar.



Kaynak: We Are Social: Digital 2024³²³

Facebook, Instagram, TikTok, Whatsapp ve FB Messenger ülkenin en çok tercih edilen sosyal medya platformlarıdır.

Tüketici tercihleri açısından, gençler mobil üzerinden satın alma işlemini gerçekleştirmeyi tercih etmekte olup, mobil reklamlara daha duyarlıdır.

5.16.3. GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ

Kanada Sınır Hizmetleri İdaresi (Canada Border Services Agency- CBSA) tarafından çevrim içi ithal satışlarda gümrük vergisi ve özel tüketim vergisinde eşik değer, 16 Amerikan doları (20 Kanada doları) olarak belirlenmiştir.

Kanada'da çevrim içi satışlarda %5 oranında federal GST vergisi tahsil edilmektedir. Perakende veya toptan satışta ve kiralamada her eyalette ayrı vergi tahsil etmektedir. Eyaletlerin bir kısmı federal GST ile kendi vergilerini birleştirip HST adında tek bir vergi almakta iken bazı eyaletler ayrı ayrı tahsilat yapmaya devam etmektedir. Özel olarak belirtilmedikçe e-ticaret ile ithal edilen ürünlere Alberta,

³¹⁹ [Social network penetration in Canada 2028 | Statista](#)

³²⁰ [Digital 2024: Canada — DataReportal – Global Digital Insights Sayfa 59](#)

³²¹ [Digital 2024: Canada — DataReportal – Global Digital Insights Sayfa 27](#)

³²² [Digital 2024: Canada — DataReportal – Global Digital Insights Sayfa 56](#)

³²³ [Digital 2024: Canada — DataReportal – Global Digital Insights Sayfa 60](#)

Northwest Territories, Nunavut ve Yukon için %5 oranında sadece GST; Ontario için %13 oranında sadece HST; New Brunswick, Newfoundland and Labrador, Nova Scotia ve Prince Edward Island için %15 oranında sadece HST; British Columbia ve Manitoba için %5 GST ve %7 eyalet vergisi (provincial sales tax-PST), Saskatchewan için için %5 GST ve %6 PST, Quebec için ise %5 GST ve %9,975 PST tatbik edilmektedir. 1 Temmuz 2021 tarihine kadar, Kanada'da yerleşik olmayan çevrim içi platform operatörleri ve yabancı şirketler, Kanada vatandaşlarına sundukları sanal ürün ve hizmetlerde, Excise Tax Act kapsamında, Federal veya Eyalet Vergilerine tabi tutulmamaktayken bu tarih itibarıyla, söz konusu ürün ve hizmetlerde Kanada vatandaşlarına yapılan 12 aylık satış tutarı 30.000 Kanada doları ve üzeri olan yabancı işletmeler Federal ve Eyalet Vergilerine tabi tutulmaktadır.

Gümrük uygulamaları hakkında daha detaylı bilgi için raporun "*Ülke Gümrük Uygulamaları*" bölümünü inceleyebilirsiniz.

5.16.4. E-TİCARETE YÖNELİK DÜZENLEMELER

Kanada'da e-ticaret alanında faaliyet gösteren işletmeler, ülkede fiziksel olarak faaliyette bulunan işletmelerin tabi olduğu mevzuata aynı şekilde tabidir. Kanada'da e-ticarete ilişkin federal düzeyde uyumlaştırma yapmak amacı ile bir çatı düzenleme mevcut olsa da esasen 10 Eyalet ve 3 Bölge Hükümetinin kendine ait ayrı e-ticaret mevzuatı bulunmaktadır.

Quebec Eyaleti dışında Eyalet ve Bölgelerin e-ticaret mevzuatları, Birleşmiş Milletler'in E-ticaret Model Yasasını (United Nations Model Law on Electronic Commerce) temel alarak hazırlanmıştır. Quebec Eyaleti'nin E-ticaret Kanunu ise kendine özgü biçimde kural ve düzenlemeler içermektedir.

Kanada'da Federal seviyede yapılan düzenlemelerin kapsamı genel olarak rekabet, yanlış yönlendiren reklam ve tanıtımlar, yayınlar, fikri-sınai mülkiyet hakları, dolandırıcılık ile mücadelele yöneliktir. Kanada'da e-ticaret mevzuatı uygulanırken sistemde yer alan ve Federal nitelikte kuruluşlar olan Kanada Rekabet Kurumu (Competition Bureau), Kanada Radyo-Televizyon ve Telekomünikasyon Komisyonu (Canadian Radio-Television and Telecommunications Commission; özellikle dolandırıcılık ile mücadele bakımından), Kanada Fikri-Sınai Mülkiyet Bürosu (Canadian Intellectual Property Office) ve Kanada Kişisel Verilerin Gizliliği Komisyonu Bürosu (Office of the Privacy Commissioner of Canada) sıkı işbirliği içerisinde çalışmaktadır.

Kişisel Verilerin Gizliliği prensibi ile ilgili Federal düzeyde geçerli olan "Personal Information Protection and Electronic Documents Act (Kişisel Bilgilerin Korunması ve Elektronik Belgeler Yasası-PIPEDA)" düzenlemesi, federal düzeyde kayıtlı olan işletmelerin yanı sıra verilerini Kanada ülkesi dışında kullanmak isteyen tüm işletmeleri kapsamaktadır. Kanun uyarınca, ticari faaliyetler esnasında kişisel bilgi toplayan kişi ve firmaların hakkında bilgi toplanan kişileri söz konusu verilerin tüm kullanım amaçlarına ilişkin olarak bilgilendirmeleri ve bu konuda rızalarını almaları gerekmektedir.

Federal ölçekte faaliyette bulunan bankalar, ulaştırma şirketleri, yayın kuruluşları ve telekom şirketleri PIPEDA'ya tabidir. Veri transferinde temel ilke olarak, Eyalet ve Bölge bazında düzenlenmemiş tüm alanlarda PIPEDA geçerlidir. Bu konuda Alberta, British Columbia ve Quebec Eyaletlerinin kendi düzenlemeleri mevcuttur. Kanadalı e-ticaret şirketlerinin AB'nin Genel Veri Koruma Tüzüğü (General Data Protection Regulation-GDPR) sistemi ile de uyumlu oldukları görülmektedir.

Kanada'da dijital reklam hizmetlerine yönelik olarak genel olarak uygulanan rekabet kuralları ile belirli durumlarda uygulanan dolandırıcılıkla mücadele kuralları bulunmaktadır. Kanada dışından dahi olsa, Kanada ülkesi içinde yaşayanları etkileyen türden ve yanlış yönlendirme yapan her türlü dijital reklam hizmeti, Kanada Rekabet Kanununun denetimine ve yaptırımlarına tabidir. Kanada'da dolandırıcılıkla mücadele kapsamındaki mevzuat, ticari nitelikte olan (örneğin e-posta, sosyal medya adresinden

doğrudan mesaj gönderimi vs) elektronik mesaj iletimlerinde tatbik edilmektedir. İşletmeler, muhatapların açıkça onayını önceden almadan, hiçbir suretle ticari ve reklam mahiyetli iletiler iletemezler. Mesajların da öngörülen format ve içerikte olması ve mesaj alımını engelleyici araçları işaret etmesi gerekmektedir. Kanada’da alkol, tütün ve eczacılık ürünlerinin reklamlarına yönelik kısıtlama ve kurallar, dijital içerikli reklamlarda da aynı şekilde geçerlidir.

Kanada’da özel sektöre yönelik gizlilik ve mahremiyete ilişkin mevzuat kapsamında verilerin yurt dışına çıkarılması yasak değildir. Öte yandan, Kanada iç mevzuatına göre PIPEDA, işletmelere, tüketicilere ait verilerin ve gizlilik taşıyan bilgilerin yurtdışına çıkarılacağı ve kullanılacağı yönünde açık biçimde bilgilendirme yapma şartı koşmaktadır.

Sağlık ve finans gibi sektöre göre değişebilen koşul ve kurallar da bulunmakla birlikte bu husus, büyük önem arz etmektedir. Bunun yanında, bazı Eyaletlerde farklı uygulamalar da söz konusu olabilmektedir. Örneğin British Colombia ve Nova Scotia Eyaletlerinde mevzuat, Hükümet birimleri nezdinde tutulan kişisel verilerin Kanada dışında depolanmasını ve işlenmesini kesin biçimde yasaklamaktadır.

Bunun yanında, 1 Temmuz 2014 tarihinde yürürlüğe giren “Kanada'nın Anti-Spam Yasası (Canada's Anti-Spam Law-CASL)” şirketlerin ticari elektronik ileti gönderme biçimlerine ilişkin sınırlamalar getirmektedir. Buna göre “Ticari Elektronik İleti (Commercial Electronic Message (CEM))”, ticari bir faaliyete katılımı teşvik eden her türlü mesaj olarak tanımlanmaktadır. Bu tür iletiler, çeşitli şekillerde, elektronik mesaj, posta, yazılı mesaj, IP telefon, dijital radyo, dijital TV ve bazı sosyal medya mecraları kanalıyla aktarılabilir.

“Kanada'nın Anti-Spam Yasası” çerçevesinde, ticari elektronik ileti göndericisinin, ticari elektronik ileti göndermeden önce, alıcıdan açık ya da zımni bir şekilde izin alması gerekmektedir. Göndericilerin ayrıca, tüm ticari elektronik iletilerde mesajın gönderildiği tarihten itibaren 60 gün boyunca geçerli olacak şekilde, alıcıya gönderilen mesajın kaynağıyla ilgili tanımlayıcı bilgi temin etmeleri ve alıcıya dilediği takdirde söz konusu kaynaktan ticari elektronik ileti almayı reddetme seçeneği sunmaları gerekmektedir.

Siber güvenliğin sağlanması Kanada’da önemli bir husus olup 2018 FICO Anket çalışmasına göre, Kanadalı şirketlerin %40'ının risklere karşı siber güvenlik sigortası bulunduğunu, %22'sinin ise hiçbir şekilde siber güvenlik kapsamlı bir sigorta yaptırmadığı tespit edilmiştir.

2022 yılında Kanada Hükümeti tarafından özel sektörde kişisel bilgilerin güvenliğini daha güvenli hale getirecek bir “Digital Charter Implementation Act” düzenlemesi teklif edilmiştir. Söz konusu düzenleme hayata geçirildiği takdirde;

- Kişisel bilgilerin gizliliğine aykırı uygulamalara yönelik olarak Kişisel Verilerin Gizliliği Komiseri’nin tavsiyesi ve Kişisel Bilgi ve Veri Koruma Mahkemesinin kararı ile işletmelere kazanılan gelirin %5’i veya 25 milyon Kanada Dolarına kadar cezalar öngören ve G7 Ülkeleri arasında en sert yaptırımlar koyma yetkisi verilecek;
- Kişisel Verilerin Gizliliği Komiseri’nin yetkileri artırılarak işletmelerin kurallara uymaları sağlanabilecek ve işletmeler kişisel veri toplama, saklama ve işlemeden men edilebilecek;
- Tüketicilerin kişisel verilerine daha güçlü koruma sağlanacak ve işletmelerin kişisel verilere yönelik uygulamaları daha şeffaf hale getirilecek;
- Tüketicilerin verilerini bir işletmeden diğer işletmeye transfer edebilmelerine olanak sağlanacak;

- Verilerin paylaşımına ilişkin düzenlemelerde kullanılan dil sadeleştirilecektir.

Kanada’da e-ticaret alanında faaliyet gösteren işletmeler, ülkede fiziksel olarak faaliyette bulunan işletmelerin tabi olduğu mevzuata aynı şekilde tabidir. Elektronik ortamda akdedilen sözleşmelerin, normal sözleşmelerde de uygulandığı üzere, 6 yıl süre ile vergi mevzuatı bakımından muhafaza edilmesi zorunludur. Elektronik ortamda akdedilen sözleşmelerde cayma durumunda normal sözleşmelerde uygulananın dışında ilave bir yaptırım söz konusu değildir.

Kanada’da şirketlerin veya internet sağlayıcıların güvenlik ve şifreleme ile ilgili standartları genellikle sözleşme ile karşılıklı belirlense de bu alanın sektöre göre değişen belirli standartlara uygun olması beklenir. Örneğin finansal teknoloji şirketlerinin veya üçüncü taraf ödeme kuruluşlarının “Ödeme Kartları Endüstrisi Veri Güvenliği Standartları” (Payment Card Industry Data Security- PCI-DSS)” standartlarına uyumlu şifre ve güvenlik standartlarını uygulaması beklenir. Öte yandan, 2019 yılında Federal düzeyde ve gönüllülük esasına dayalı olarak başlatılan “CyberSecure Canada” inisiyatifi, güvenlik ve şifreleme açısından belirli kriterleri karşılayan KOBİ’leri sertifikalandırmaktadır. Gizlilik ve mahremiyetin korunmasına ilişkin genel mevzuat hükümleri, internet ve e-ticaret platformlarında yetkisiz kişilerin kullanıcılara ait gizli bilgilere erişimini engelleyen nitelikteki düzenlemelerde uygulanmaktadır.

Elektronik ödeme işlemlerinde gizliliğin teminine yönelik uygulanan kural ve düzenlemelerde esas amaç işlem boyunca tüketici verisinin sadece ihtiyaç duyulan ölçüde paylaşılmasını temin etmek; şirketlerin tüketicinin hesap detaylarına erişimini engellemek, güvenlik duvarlarının sağlıklı çalışmasını temin etmek; kamuya açık nitelikte bilgilerin şifrelenmesini sağlamaktır.

Kanada’da iki ana ödeme takas ve düzenleme işi olan;

- i) “Large Value Transfer System-LVTS” (Kanada Doları üzerinden süreli ve büyük çaplı finans transferi yapılan sistem)
- ii) “Automated Clearing Settlement System” (perakende ödemelere ilişkin takas işlemlerinin yapıldığı sistem)

işlemlerini düzenlemek üzere “Canadian Payments Act” kapsamında “Payments Canada” kurulmuştur. Dijital işletmelerin “Payments Canada” tarafından belirlenen kurallara uygun sözleşme ve iş ilişkileri tesis etmeleri gerekmektedir.

Kanada’da e-ticarette MasterCard, Visa, AmericanExpress en fazla kullanılan ödeme platformlarıdır.

Mobil ödeme hizmeti sunan finans şirketleri ile kredi kartı ve banka kartı basan şirketler, banka ve kredi kartı iş ağında yer alan diğer işletmelerin “Code of Conduct for the Credit and Debit Card Industry in Canada” şeklinde belirlenen standartlara uyması beklenmektedir. Bu sayede mobil ödeme şirketleri tüketicilere her işlem için kendisine uygun ödeme metodunu seçme olanağı tanınması, tüketiciye elektronik ödeme seçeneği ayarlarını değiştirme imkânı sunulması, her ödeme kaynağının net biçimde görünürlüğünün sağlanması imkânı sağlayabilmektedir. Mobil ödeme şirketlerine ilişkin gerekli mevzuat ve standartlar Kanada Finansal Tüketici Ajansı (Financial Consumer Agency of Canada) tarafından belirlenmekte ve yürütülmektedir.

Kanada’da sanal para birimleri ile işlem yapan işletmelerin Federal nitelikte kuruluş olan “Financial Transactions and Reports Analysis Centre of Canada (FINTRAC)” merkezine kayıt yapmaları zorunludur.

Kanada İnternet Kayıt İdaresi (Canadian Internet Registration Authority-CIRA) kayıtlı akredite kuruluş ve işletmelerin ülkenin internet kodu olan “.ca” uzantısını kullanmalarına ilişkin işlemleri yürütmektedir.

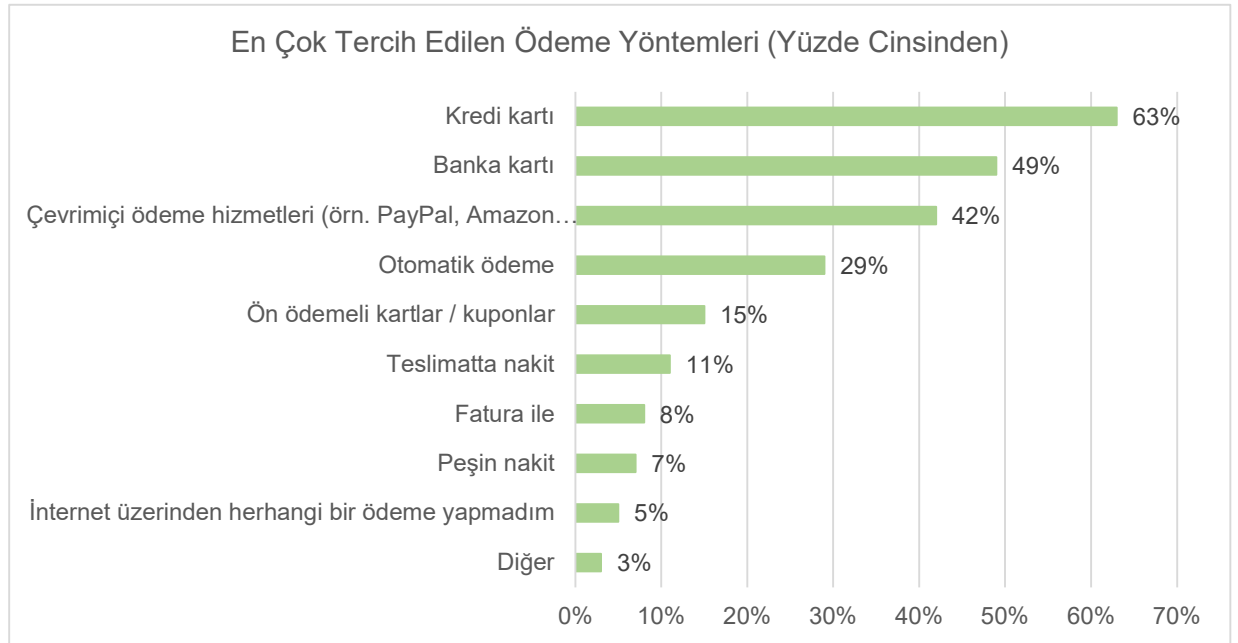
Kanada Marka Kanunu kapsamında faaliyette bulunan herhangi bir işletme, CIRA tarafından belirlenen kurallar çerçevesinde '.ca' uzantısını alabilmek için başvuruda bulunabilmektedir. Öte yandan, Kanadalı işletmelerin '.ca' uzantısını kullanma mecburiyetleri yoktur. Bazı şirketlerin '.com' veya daha başka uzantıları da tercih ettikleri görülmektedir. Kanadalı şirketlerin '.com' uzantısına kayıt olmaları için CIRA'ya başvurmalarına gerek olmayıp uluslararası teamülde '.com' uzantısına kayıt için kabul görmüş prosedürü uygulamaları yeterli görülmektedir. Bunun yanında, uluslararası işletmelerin kendi markalarını ayrıca '.ca' uzantısı ile CIRA'ya tescil ettirmelerinde fayda görülmekte olup bu sayede marka itibarına yönelik olası korsan saldırı ve faaliyetlerden korunma sağlanabilmektedir.

5.16.5. DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI

Dijital cüzdan kullanımında ülkede PayPal lider durumdadır. Interac, Google Pay ve Apple Pay diğer sık kullanılan ödeme sistemleridir.

2023 yılında Kanadalı tüketicilerin %63'i kredi kartı, %49 banka kartı, %42 oranında ise dijital cüzdan ödeme hizmetleri kullanmaktadır.³²⁴ Çevrim içi ödeme yöntemlerinde ise %80 oranında Paypal, %53 oranında Interac, %34 oranında Apple Pay ve %30 oranında Google pay kullanılmaktadır.³²⁵

Ülkede e-cüzdanların kullanımı giderek artmakta ve 2025'e kadar çevrim içi ödemelerin %27'sini e-cüzdanların oluşturacağı tahmin edilmektedir. Mevcutta PayPal ile Interac dijital cüzdan piyasasına hakimdir.

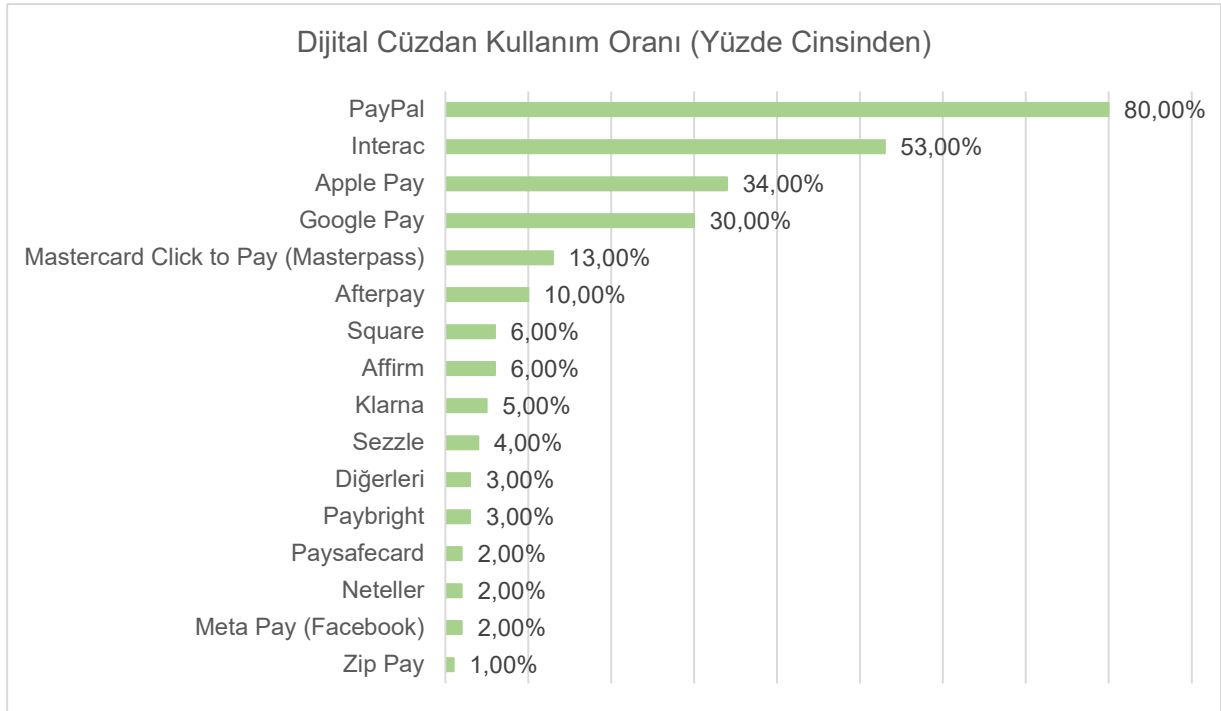


Kaynak: Statista (02/2024)³²⁶

³²⁴ Most common online payments by type in Canada 2024 | Statista

³²⁵ Biggest e-commerce payment brands in Canada 2024 | Statista

³²⁶ Most common online payments by type in Canada 2024 | Statista



Kaynak: Statista (05/2024)³²⁷

Kanada'da hızlı kargo hizmeti veren firmalar Canadapost, UPS, Fedex, Puralator, DHL, Canpar olarak sıralanmaktadır. Shopify, Network, Shipbob ve Shipwire gibi firmalar ise sipariş karşılama hizmeti veren başlıca kuruluşlardır.

5.16.6. LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 7 (2023)³²⁸

Lojistik Performans Endeksi (LPI), ülkelerin ticaret lojistiği performanslarında karşılaştıkları zorlukları ve fırsatları ve performanslarını artırmak için neler yapabileceklerini belirlemelerine yardımcı olmak amacıyla oluşturulmuş bir kıyaslama aracıdır. Bu endekste, ülkeler aldıkları puana göre aynı sırayı paylaşabilmektedir.

5.16.7. İPUÇLARI

Ülkenin e-ticaret harcamalarının büyük bir kısmı Kanada dışı internet sitelerine gitmektedir. Yapılan bir araştırmaya göre, Kanadalı tüketicilerin çevrim içi alışverişlerinin yarısına yakını yabancı pazarlarda yapılmaktadır. Kanada'nın e-ticaret altyapısı son derece gelişmiştir ve Amerika Birleşik Devletleri ile yakından entegre edilmiş durumdadır.

ABD şirketlerinin ayrı bir internet sitesi kurmasına gerek yoktur. Birçok ABD şirketi Kanada işlemlerini mevcut internet sitelerine entegre etmiştir. Kanada'daki işletmelere ve tüketicilere internet üzerinden satış yapan ABD şirketlerinin Kanada gümrük gereksinimlerini ve Kanada doları cinsinden fiyatlandırmayı karşılamak için prosedürleri olmalıdır.

Hâlihazırda ücretsiz kargo sahip olunması yalnızca avantaj sağlayan bir nokta değil; aynı zamanda tüketici beklentisi haline gelmiştir. Kanadalı çevrim içi tüketicilerin tahmini %84'ü, ücretsiz kargo

³²⁷ **Biggest e-commerce payment brands in Canada 2024 | Statista**

³²⁸ **2023 | Logistics Performance Index (LPI) (worldbank.org)**

sunan satıcılardan daha düzenli alışveriş yapmaktadır. Kanadalı tüketiciler, açık karbon azaltma politikalarına ve değerlerine sahip olan şirketlere yönelmekte; tüketicilerin %46'sı, karbon emisyonlarını azaltan işletmelerden daha sık alışveriş yapmayı tercih etmektedirler.

Kanada'da uzun süredir var olan sosyal medya ağları, yeni ortaya çıkan sosyal medya ağlarına kıyasla daha cazip alışveriş destinasyonlarıdır. Kanadalı yetişkinlerin ürün satın almak için kullanma olasılığının en yüksek olduğu sosyal medya platformları Facebook (%24,5), Instagram (%17,1) ve YouTube (%16,5)'dur. Bununla birlikte, TikTok'tan alışveriş yapma olasılığı yalnızca %1,1 oranında ölçümlenmiştir.

Ülkede sosyal medya üzerinden pazarlama sürekli gelişim halindedir. Bu nedenle perakendeciler sosyal medya reklamlarına giderek daha fazla harcama yapmaktadır.



5.17. MALEZYA

Malezya, dinamik ekonomisi ve dijital teknolojiler için gelişmiş altyapısı nedeniyle Güneydoğu Asya'da e-ticaret için cazip bir pazardır. 33,46 milyon nüfusa sahip³²⁹ Malezya'nın gayrisafi yurt içi hasılası 2023 yılında 445,5 milyar ABD doları³³⁰ seviyesinde gerçekleşmiştir. Malezya'da internet kullanım oranı %97,56³³¹ ve sosyal medya kullanıcılarının nüfusa oranı %78,5'dir³³².

Ülkede 2023 yılında 12,53 milyon kişinin yaptığı çevrim içi alışveriş hacmi 13 milyar ABD doları seviyesine ulaşmıştır³³³. Bu rakamın 2025 yılında 14,95 milyon kişiye³³⁴ ve 16 milyar ABD doları³³⁵ seviyesine ulaşması beklenmektedir.

Statista tarafından hazırlanan "E-commerce in Malaysia" raporunda Malezya'nın Asya Pasifik bölgesinde e-ticaret yönelimi en yüksek olan altıncı ülke olduğuna yer verilmiştir. Buna göre Malezya'da aktif internet kullanıcılarının %61,3'ü³³⁶ çevrim içi alışverişini tercih etmektedir.

Pazar yerleri ve e-ticaret platformlarının yanı sıra, Malezyalıların yaklaşık üçte biri hala Facebook ve Instagram gibi sosyal medya platformlarından alışveriş yapmaktadır. Rakuten Insight tarafından Haziran 2022'de yapılan bir ankete göre, Malezyalıların yalnızca %6,51'i hiç e-ticaret kullanmaz iken, %1,45'i her gün, %5,24'ü haftada bir kere, %11,39'si haftada en az ikiden fazla e-ticaret kullanmaktadır.³³⁷

Elektronik ürünleri giyim, kişisel bakım ürünleri ve ev tekstili Malezya'da en çok e-ticareti yapılan tüketim malları olarak karşımıza çıkmaktadır. Malezya'nın çevrimiçi alışveriş yaptığı bazı önemli denizaşırı pazarlar arasında Çin, Singapur, Japonya, Amerika Birleşik Devletleri ve Güney Kore bulunmaktadır.

Global Payments Report 2024'te bildirildiği üzere Malezyalı tüketiciler, internetten alışveriş yaparken hesaptan hesaba (A2A) ödemeleri tercih etmektedir. Genel olarak, A2A'nın %39'unu çevrimiçi harcama, %24'ünü Dijital Cüzdanlar, %16'sını ve %12'sini Kredi Kartları ve Banka Kartları oluştururken, %9'unu Şimdi Al Sonra Öde ve Kapıda Nakit ödemeleri oluşturmaktadır.³³⁸

Malezya Hükümeti, 2017-2020 yıllarında Ulusal E-ticaret Stratejisi Yol Haritası (NESR 1.0)'nı uygulamaya koymuştur. Proje kapsamında Ulusal E-Ticaret Konseyi kurulmuş olup, konseyin başkanlığını Yatırım, Uluslararası Ticaret, Sanayi (MITI) Bakanı yürütmüştür. 2021-2025 döneminde ise NERS 2.0 uygulanmaktadır. NERS 2.0 kapsamında, 1,65 trilyon RM E-ticaret Pazar büyüklüğüne ulaşılması hedeflenmektedir. NERS 2.0 kapsamında, Başbakan başkanlığında Bakanlıklar arasındaki

³²⁹ [T.C. Ticaret Bakanlığı](#)

³³⁰ [T.C. Ticaret Bakanlığı](#)

³³¹ <https://www.statista.com/statistics/975058/internet-penetration-rate-in-malaysia/>

³³² <https://www.statista.com/statistics/883712/malaysia-social-media-penetration/>

³³³ <https://www.statista.com/statistics/647645/southeast-asia-ecommerce-market-size-country/>

³³⁴ <https://www.statista.com/statistics/647645/southeast-asia-ecommerce-market-size-country/>

³³⁵ <https://www.statista.com/statistics/1351255/malaysia-number-of-e-commerce-users/>

³³⁶ <https://www.statista.com/topics/7121/e-commerce-in-asia-pacific/#topicOverview>

⁹ <https://www.statista.com/statistics/1385670/malaysia-frequency-of-online-purchases/>

³³⁷ [Malaysia: frequency of online purchases 2023 | Statista](#)

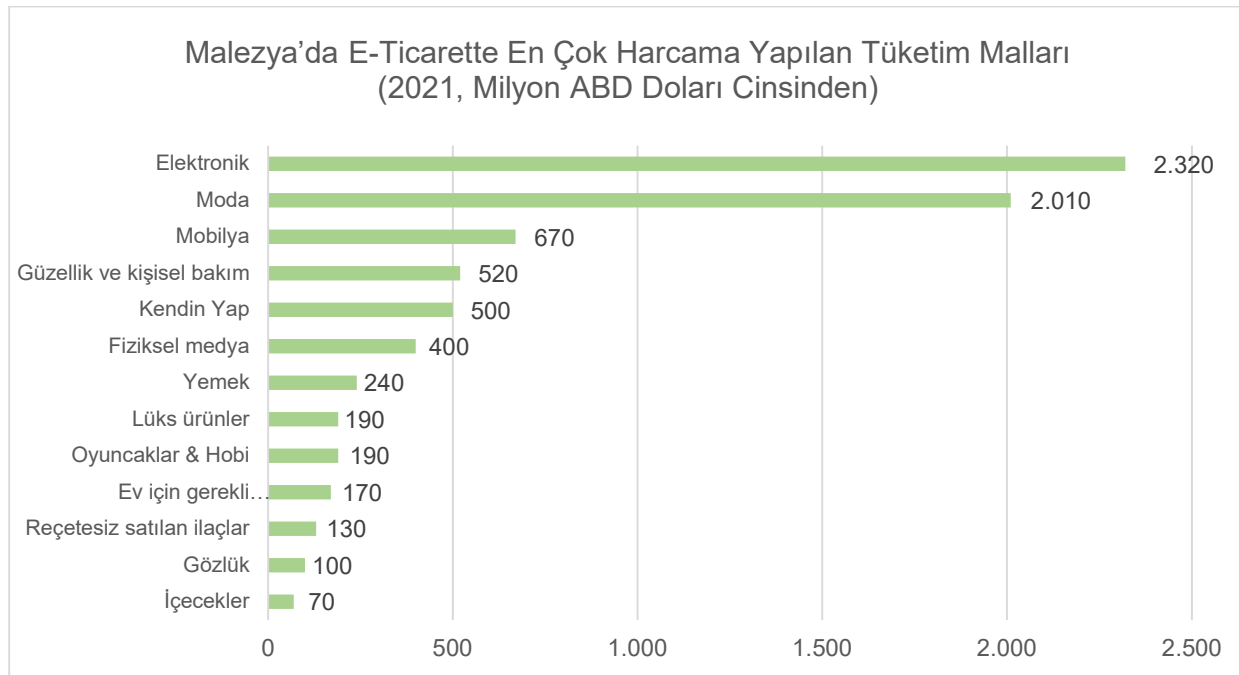
³³⁸ <https://worldpay.globalpaymentsreport.com/en#download-report>

koordinasyon ve işbirliğinin sağlanabilmesi için National Digital Economy and 4IR Council (MED4IRN) kurulmuştur. MED4IRN altında ise, MITI Genel Sekreter Yardımcısı ve MDEC Ceo'su başkanlığında National E-Commerce Strategic Roadmap Taskforce bulunmaktadır.

Hükümet tarafından yürütülen bir diğer program MyDIGITAL'dır. Ülkenin e- ticaret yol haritasına yön vermek amacıyla Malezya Hükümeti tarafından dijital dönüşüme yönelik ulusal bir girişim kurgulanmıştır.

Diğer bir yapı olan Malezya Dijital (MD), Malezya işletmelerinin küresel ticarete lider bir rol alması ve şirket& yatırımların teşvik edilmesi için Hükümet tarafından yürütülen ulusal bir stratejik girişimdir.

Tüm bu yapılanmalar, Malezya Hükümeti tarafından e-ticaret konusuna addedilen önemi ve ekonomide e-ticaretin katkısını artırma yönündeki isteğini göstermektedir.



Kaynak: Statista (02/2024)³³⁹

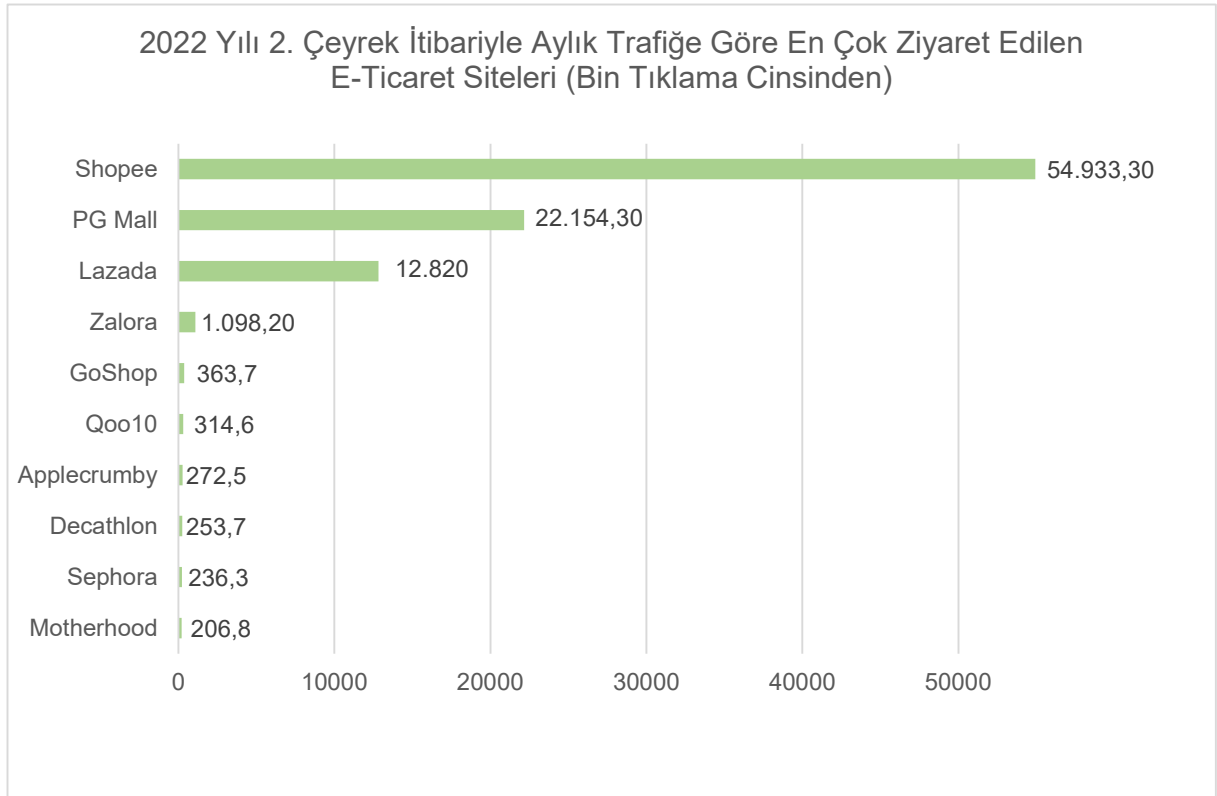
5.17.1. PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER

Ülkede faaliyet gösteren e-ticaret pazar yerleri arasında yer alan Shopee, PGMall, Lazada ve Zalora en çok tercih edilen çevrim içi pazar yerleridir. AEON ve Parkson ise çoklu kanallara sahip önemli zincir mağazalardır.

Çin Yeni Yılı İndirimi, Raya İndirimi, Noel İndirimi, Anneler Günü, Babalar Günü, Kadınlar Günü, Sevgililer Günü, Ulusal Gün, Tek Günlük İndirimler "11.11" "12.12" (11 Kasım ve 12 Aralık), Kara Cuma kapsamında kampanyalar ve alışveriş festivalleri düzenlenmektedir.

Malezya'daki çok kanallı mağazalar, alışveriş deneyimini hem fiziksel hem de çevrimiçi ortamlarda sunarak müşteri ihtiyaçlarını karşılamaktadırlar. Senheng, Best Denki and Harvey Norman elektronik, Lotuss Stores Malaysia gıda ve günlük ürünler, Parkson ve Metrojaya moda ve yaşam tarzı ürünleri, Al-Ikhsan Sports ve Sports Direct ise spor malzemeleri ve giyim alanlarında öne çıkmaktadırlar.

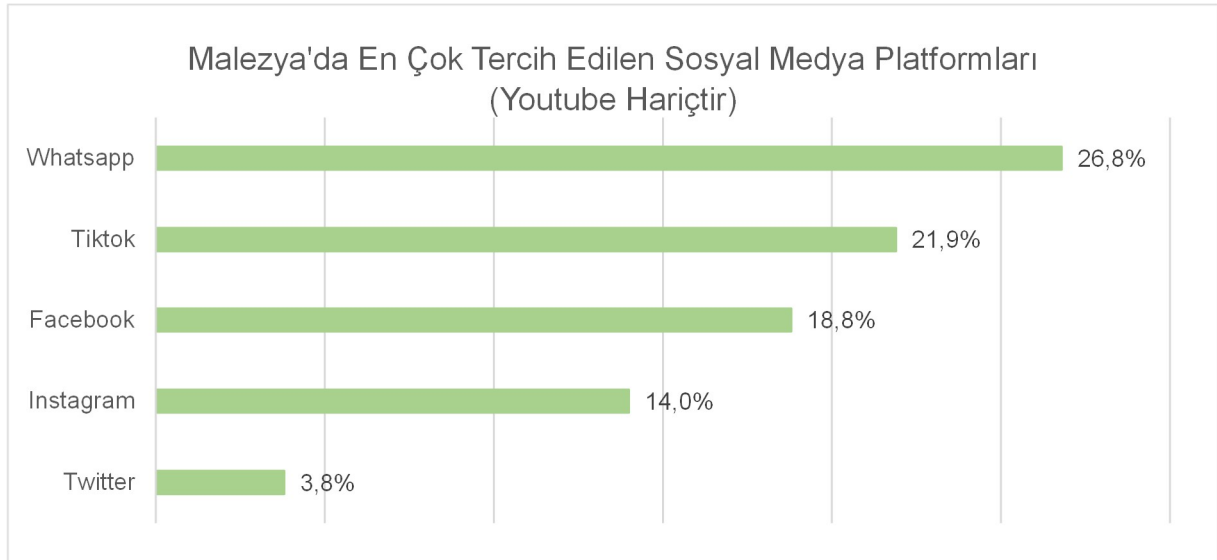
³³⁹ Malaysia: e-commerce consumer goods expenditure by product category 2023 | Statista



Kaynak: Statista (02/2022)

5.17.2. SOSYAL MEDYA

Ülkede sosyal medya kullanımı oldukça yaygındır. Hâlihazırda Facebook ve Instagram en yaygın sosyal medya platformlarıdır. Sosyal medya geçirilen günlük zaman 2 saat 48 dakikadır.³⁴⁰



Kaynak: We Are Social: Digital 2024³⁴¹

Ülkedeki en popüler sosyal medya platformları sırasıyla Whatsapp, Facebook, TikTok, Instagram ve Twitter'dır.

³⁴⁰ Digital 2024: Malaysia — DataReportal – Global Digital Insights Sayfa 51

³⁴¹ Digital 2024: Malaysia — DataReportal – Global Digital Insights Sayfa 61

5.17.3. GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ

Malezya bazı spesifik ürünler dışında değer üzerinden (ad valorem) gümrük vergisini hesaplamaktadır. Malezya'da Dünya Ticaret Örgütü üyelerine uygulanan MFN (Most Favoured Nation-En Çok Kayırılan Ülke) gümrük vergisi ortalaması %5,6'dır. Bir ürünün gümrük sınıflandırması "Uluslararası Harmonize Sınıflandırma Sistemi"ne göre yapılmaktadır. Son yıllarda gümrük vergileri düşmüş bulunmakta ve ürünlerin %80'den fazlasında vergi oranı %10 veya altında tutulmaktadır. Ancak genele bakıldığında %0-90 aralığında değiştiği görülmektedir.

Mevcut orman bitki örtüsündeki tahribatı önleyerek yerli üretimi kontrol etmek amacıyla Malezya, dünya üretiminin %24'ünü oluşturan palm yağı gibi ürünlere ihracat vergileri uygulamaktadır. Palm yağı ve palm bazlı ürünlerin ihracat değeri 2022 yılında yaklaşık 31,3 milyar dolar (137,89 milyar RM) olarak gerçekleşmiştir.

1967 Gümrük Yasası uyarınca Malezya'dan ihraç edilen ham petrole %10 oranında ihracat vergisi uygulanmaktadır.

Malezya Kereste Endüstrisi Kurulu (MTIB), Malezya Yarımadası'ndaki vergi oranlarını belirleyen vergi makamıdır ve kereste ve kereste ürünlerinin vergi dışı oranını (ihracat vergisi) düzenlemektedir. İhracatçının ihracat lisansı için MTIB'e başvurması gerekmektedir. Kütükler veya işlenmiş ahşap ürünlerde ihracat vergisi yoktur.

Türkiye ile Malezya arasında 17 Nisan 2014 tarihinde imzalanan Serbest Ticaret Anlaşması, 1 Ağustos 2015 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Bu anlaşma kapsamında Malezya'ya ihracatımızın büyük bir bölümünü (%95 ve üstü) oluşturan ürünlerde gümrük vergisi sıfırlanmıştır.³⁴²

Türkiye-Malezya STA'sı kapsamında taraflar, gümrük vergilerini azami 8 yıllık bir takvim çerçevesinde kademeli olarak sıfırlamayı öngörmüştür. 2023 yılsonu itibariyle tarife satır sayısı bakımından ihracatımızın %99'u, ithalatımızın ise %86'sı; hâlihazırda ticarete konu olan ürünler bakımından ise ihracatımızın %94'ü, ithalatımızın %75'i gümrük vergisinden muaf şekilde gerçekleşmektedir.

İlgili internet sitesinden Malezya-Türkiye Serbest Ticaret Anlaşması (Malaysia-Turkey Free Trade Agreement- MTFTA) seçilerek HS kodları veya ürün tanımları itibariyle Malezya'nın Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalat işlemlerinde uyguladığı gümrük vergisi oranlarına ulaşılabilir.³⁴³

Gümrük uygulamaları hakkında daha detaylı bilgi için raporun "*Ülke Gümrük Uygulamaları*" bölümünü inceleyebilirsiniz.

5.17.4. E-TİCARETE İLİŞKİN ÜLKE ÖZELİNDE DÜZENLEMELER

Malezya'nın e-ticaret düzenlemeleri, ülkenin dijital ekonomisinin büyümesini teşvik etmeyi ve tüketicinin korunmasını sağlamayı amaçlamaktadır. İç Ticaret ve Tüketici İşleri Bakanlığı, Malezya'da e-ticaret için ana düzenleyici kurum olarak hizmet vermektedir.

Malezya hükümeti, ülkedeki e-ticaretin büyümesini desteklemek için birçok girişimde bulunmuştur. Bunlardan en önemlisi Dijital Serbest Ticaret Bölgesi'nin kurulmasıdır. Hükümet, e-ticareti kolaylaştırmak ve çevrim içi işletmelerin daha geniş bir pazarına ulaşmasını sağlamak amacıyla Dijital

³⁴² [Yürürlükte Bulunan STA'lar \(ticaret.gov.tr\)](http://ticaret.gov.tr)

³⁴³ <http://mysstext.customs.gov.my/tariff>

Serbest Ticaret Bölgesi (Digital Free Trade Zone- DFTZ) kurmuştur. Ayrıca, ülkenin dijital ekonomide rekabet gücünü artırmak amacıyla geliştirilen E-ticaret Milli Politikası da oldukça önem arz etmekte; politikanın, mevzuatı iyileştirmek, altyapı ve bağlantı sağlamak ve dijital beceri ve girişimcilik teşvik etmek gibi amaçları bulunmaktadır.

DFTZ'nin odaklandığı iki temel amaç:

- Bir E-Fulfillment merkezinin oluşturulması (Malezya'yı bölgesel bir elektronik sipariş karşılama merkezi olarak kurmak için KLIA Aeropolis'in bir lojistik merkeze dönüştürülmesi) ve
- Malezyalı KOBİ'lerin e-ticaret yoluyla ihracatını artırabilmesi olarak belirtilebilir.

Hükümet tarafından kurulan E-Ticaret Teşvik Fonu, küçük ve orta ölçekli işletmeleri (KOBİ'leri) e-ticarete katılmaya teşvik etmek için fon sunmaktadır. Bunlar arasında internet sitesi geliştirme ve dijital pazarlama destekleri de bulunmaktadır.

Dijital Bakanlığı'na bağlı bir kurum olan Malaysia Digital Economy Corporation (MDEC) tarafından e-ticaret alanında düzenlemeler ve yol haritaları hazırlanmakta olup, son olarak 2021 – 2025 yılları için Ulusal E-Ticaret Stratejik Yol Haritası 2.0'ın (NeSR 2.0) tamamlanmıştır. NeSR 2.0 ile, sektörle iş birliği içinde yürütülecek altı adet stratejik yaklaşım benimsenmiş, temel olarak e-ticaret pazarını genişletmeye, KOBİ'lerin e-ticareti benimsemesini sağlamaya ve e-ticaret ile yapılan ihracatı artırmaya odaklanılmıştır.

5.17.5. DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI

Ülkede kullanılan TouchNGo, Eghl, iPay88, MAE (Maybank ile) ve Paypal önemli dijital ödeme sistemleri; GDEX, Pos Malaysia ise hızlı kargo çözümleridir. Pos Malaysia Logistics, Gdexpress, DHL, J&T Express sipariş karşılama hizmetleri de vermektedir.

5.17.6. LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 26 (2023)³⁴⁴

Lojistik Performans Endeksi (LPI), ülkelerin ticaret lojistiği performanslarında karşılaştıkları zorlukları ve fırsatları ve performanslarını artırmak için neler yapabileceklerini belirlemelerine yardımcı olmak amacıyla oluşturulmuş bir kıyaslama aracıdır. Bu endekste, ülkeler aldıkları puana göre aynı sırayı paylaşabilmektedir. Dünya Bankası tarafından 2023 yılında yayınlanan rapora göre Malezya 3.6 puanlık LPI endeksi ile 139 ülke arasında 26. Sırada yer almıştır.

5.17.7. İPUÇLARI

Statista'nın Ocak 2023 verilerine göre Malezya'daki tüketiciler arasında internetten satın alınan en popüler ürünler arasında moda (giysi, ayakkabı), güzellik ve kişisel bakım, yiyecek ve içecek, tüketici elektroniği, mobilya ve ev aletleri ve seyahat rezervasyonları yer almakta olup, bu yönüyle Malezya pazarı Türkiye'nin e-ihracat profili bakımından büyük potansiyel arz etmektedir. Malezya'nın bölgesel bir e-ticaret merkezi olma yönünde bir vizyonu bulunmakta olup, bu amaca yönelik olarak ülke yönetimi, hukuki ve teknik altyapının oluşturulma ve uluslararası anlaşmalar ile e-ticaret alanında iş birlikleri kurma stratejisi izlemektedir. Ancak, Malezya'da faaliyet gösteren birçok bölgesel pazaryerinin merkezleri, Singapur'da toplanmıştır.

³⁴⁴ **2023 | Logistics Performance Index (LPI) (worldbank.org)**

Malezya, çok dilli ve dijital açıdan yetenekli bir ülke olarak, sınır ötesi alışverişte önemli bir payı bulunmaktadır. Malezya, 2023'teki perakende e-ticaret satış büyümesine göre %18'lik büyüme oranıyla dünya genelinde 3. sırada yer almaktadır³⁴⁵. En popüler ülkeler arasında Çin, ABD ve Kore yer almakta olup geniş bir ürün envanteri ve rekabetçi fiyatlar sunmaktadırlar. 2023 yılında Malezya'daki E-ticaret pazarındaki kullanıcı sayısı 10,63 milyon olup bu sayının önümüzdeki yıllarda artması beklenmektedir. Söz konusu sayının 2029 yılında 16,83 milyon kullanıcıya ulaşması tahmin edilmektedir³⁴⁶. Böylece ilerleyen süreçte sınır ötesi e-ticaretin daha da büyüyeceği öngörülmektedir.

1 Ocak 2024 itibarıyla Malezya'da, çevrimiçi olarak satılan düşük değerli malların (LVG) ithalatına yüzde 10 oranında yeni bir satış vergisi uygulamaya koyulmuştur. Bu son vergi güncellemesi kapsamında, internet üzerinden 500 ringgitin (105 ABD Doları) altında satılan tüm ithal ürünler yüzde 10 vergi oranına tabi olacaktır.

Son olarak, Shopee ve Lazada gibi Malezya'da güçlü bir varlığı olan küresel platformlara erişim sağlamak ve bu platformlarda yer almak isteyen firmalarımızın EURO Jasmine ve Commerce Dot Asia gibi piyasa oyuncuları ile irtibat sağlanması mümkün ve faydalı olabilecektir.

³⁴⁵ <https://www.statista.com/outlook/emo/ecommerce/worldwide>

³⁴⁶ <https://www.statista.com/topics/10292/e-commerce-in-malaysia/#topicOverview>



Meksika, sahip olduğu yaklaşık 132,2 milyonluk bir nüfus³⁴⁷ ve 2 trilyon dolar³⁴⁸ gayrisafi yurt içi hasıla ile dünyanın 12'inci büyük ekonomisidir. 2023 yılı kişi başına düşen gelir 13.803 ABD doları seviyesindedir. Meksika Ulusal İstatistik ve Coğrafya Enstitüsü (INEGI) verilerine göre; Meksika ekonomisi, 2023 yılında %3,2 büyüme gerçekleştirmiş ve enflasyon oranı %4,7 seviyesindedir.

Ülke nüfusunun %70,41'i e-ticaret kullanmakta olup³⁴⁹ ülkenin 2023 e-ticaret hacmi 44,07 milyar ABD dolarına ulaşmıştır.³⁵⁰

Ülkede 2023 yılında internet kullanımı %78,6'ya yükselmiş³⁵¹ ve mobil internet kullanım oranı %78,28 seviyesindedir.³⁵² Statista verilerine göre, e-ticaretin perakende ticaret içerisindeki payının %15 düzeyinde seyrettiği tahmin edilmektedir.³⁵³

Meksika, Hindistan, Brezilya, Rusya, Arjantin ve Fransa gibi ülkeleri geride bırakarak e-ticarete en hızlı büyüyen ilk dört ülke arasında yer almaktadır. 2023 yılında dünya ortalaması %10 iken, Meksika'daki e-ticaret perakende sektörü geçen yıla göre %24,6 seviyesinde büyümüştür³⁵⁴.

Meksika Çevrimiçi Satış Derneği(AMVO)'ne göre, 2023 yılında 65 milyondan fazla kişi internet üzerinden ürün ve hizmet satın almaktadır. Kolaylaştırılmış lojistik ve artan dijital okuryazarlık sayesinde Meksika'nın 2025 yılına kadar 77 milyondan fazla e-ticaret kullanıcısına sahip olacağı öngörülmektedir.

Meksika Çevrimiçi Satış Derneği'ne göre, 2023 yılında Meksika'daki e-ticaret perakende sektörü, 2022 yılına göre %24,6 büyüme göstermiş ve dijital kanallar aracılığıyla 658,3 milyon Meksiko pesosundan (yaklaşık 37 milyon ABD doları) fazla satış gerçekleştirmiştir.

Meksika Çevrimiçi Satış Derneği'ne göre, Meksika'da en çok satılan üç kategori; moda (%62), hazır gıda (%55), güzellik ve kişisel bakım (%50), elektronik (%42) ve cep telefonudur (%39)³⁵⁵.

Statista verilerine göre, 2027 yılında ticari gelirin 58,41 milyar ABD dolarına ulaşması beklenmektedir.³⁵⁶

5.18.1. PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER

Meksika'daki dijital alıcıların sayısı 2023 yılında 65.9 milyona ulaşmış ve dijital alıcıların çoğunluğu 25-34 yaş aralığındaki kişilerden oluşmaktadır. Çevrim içi alışverişte banka (%74) ve kredi kartı (%57)

³⁴⁷ [T.C. Ticaret Bakanlığı](#)

³⁴⁸ [T.C. Ticaret Bakanlığı](#)

³⁴⁹ [Mexico: e-commerce penetration rate 2019-2029 | Statista](#)

³⁵⁰ [Retail Ecommerce Sales in Mexico Forecasts: EMARKETER Estimates and Historical Data](#)

³⁵¹ [Latin America & Caribbean: online penetration by country 2023 | Statista](#)

³⁵² [Mexico: mobile internet usage reach 2020-2029 | Statista](#)

³⁵³ [Mexico: e-commerce share of retail sales 2023 | Statista](#)

³⁵⁴ [México, el líder del crecimiento en ventas online globales en el 2023 \(eleconomista.com.mx\)](#)

³⁵⁵ [Comercio electrónico en México: Guía completa - Enviame \(enviame.io\)](#)

³⁵⁶ [Mexico: e-commerce revenue 2019-2029 | Statista](#)

kullanımı ana satın alma yöntemi olarak yerini korurken, bankasız yöntemlerin kullanımında da artış yaşanmıştır.

Çevrimiçi satın almaların %33'u dijital ticari işlemler açısından en önemli konum olan Mexico City'de gerçekleşirken, ikinci sırada %18 ile ülkenin batısı ve merkezi ve üçüncü sırada %16 ile Meksika'nın güneydoğusu yer almaktadır.³⁵⁷

Ülkedeki en önemli çevrim içi pazaryerleri; mercadolibre.com.mx, amazon.com.mx, walmart.com.mx, liverpool.com.mx ve coppel.com siteleridir. Arjantin menşeli ve tüm Latin Amerika'da yaygın olan bir dijital ticaret platformu olan Mercado Libre, Meksika'daki bu tür web sayfaları arasında en fazla aylık ziyaretçi hacmine sahiptir. Ancak Amazon son zamanlarda Mercado Libre'yi sollayarak ülkedeki en çok ziyaretçi hacmine sahip olmaya başlamıştır.³⁵⁸

Amazon 2023 yılında 10,37 milyar brüt mal hacmine sahipken, Mercado Libre 6,96 milyar brüt mal hacmi yakalamıştır.³⁵⁹ Meksikalı tüketiciler arasında popüler olan çevrim içi mağazalar arasında giyim ve ayakkabı segmentindeki Liverpool ve Noel zamanlarında ise Coppel gelmektedir. Özellikle Liverpool 2022 yılında çevrim içi satışları %26 oranında artırmıştır. Ancak her üç sektörde de Amazon ve Mercado Libre hakimiyetini sürdürmektedir.

EcommerceDB'ye göre; 2023 yılında en çok pazar payı, Amazon (%42,45), MercadoLibre (%28,52), Walmart (%6,9), Liverpool (%6,8) ve Coppel'in (%5,74) olmuştur.³⁶⁰

Bunun yanı sıra, El Palacio de Hierro, Sears, Soriana, Chedraui gibi şirketler de ülkede faaliyet gösteren çok kanallı zincir mağazalardır.

Meksika Çevrim İçi Satışlar Derneği'nin Şubat 2024 yılı verilerine göre Meksika'da en çok ziyaretçi trafiğine sahip olan çevrimiçi mağazaların ilgili web sitelerinin ziyaretçi sayıları aşağıda yer almaktadır.³⁶¹

- Amazon Mexico 152,36 milyon
- Mercado Libre Mexico 147,46 milyon
- AliExpress 63,70 milyon
- Walmart Mexico 36,65 milyon
- Liverpool Mexico 29,87 milyon
- Coppel 24,51 milyon
- The Home Depot Mexico 20,30 milyon
- Samsung 16,81 milyon
- eBay 15,92 milyon

Diğer taraftan, yine aynı Derneğin verilerine göre, dijital alışveriş yapanlar kişiler en çok moda (%62), yiyecek (%55), güzellik ve kişisel bakım (%50), elektronik (%42), cep telefonları (%39), oyuncak (%39), spor malzemeleri (%35), ev kileri ürünleri (%33), dijital kültür ürünleri (%33), mutfak aletleri (%33), ev

³⁵⁷ [Porcentaje de compradores online por región México 2023 | Statista](#)

³⁵⁸ [Mexico: visits to top e-commerce sites 2024 | Statista](#)

³⁵⁹ [Top online marketplaces in Mexico by GMV | ECDB.com \(ecommercedb.com\)](#)

³⁶⁰ [Top online marketplaces in Mexico by GMV | ECDB.com \(ecommercedb.com\)](#)

³⁶¹ [La Asociación Mexicana de Venta Online \(AMVO\) impulsa el ecosistema del comercio electrónico y la economía digital en México Comercio electrónico en México: Guía completa - Envíame \(enviame.io\)](#)

[Las 5 tiendas en línea más grandes de México por valor de ventas \(eleconomista.com.mx\)](#)

aletleri (%32), konsollar ve video oyunları (%32), ev temizlik ve bakım ürünleri ve aksesuarları (%31), büro gereçleri (%31), fiziksel kültür ürünler kitap vb (%31), mobilya ve ev dekorasyonu (%30), eczane (%29), hırdavat aletleri (%29), evcil hayvanlar (%28), çocuklara yönelik ürünler (%25), ev inşaat ürünleri (%25), sanat malzemeleri (%24), yedek parça ve otomobil parçaları (%22), alkollü içecekler (%20), alkolsüz içecekler (%20), bahçe ürünleri (%17), optik (%15), müzik aletleri (%14), ve taşıtlar (%10) ürün kategorilerine talep göstermişlerdir.³⁶²

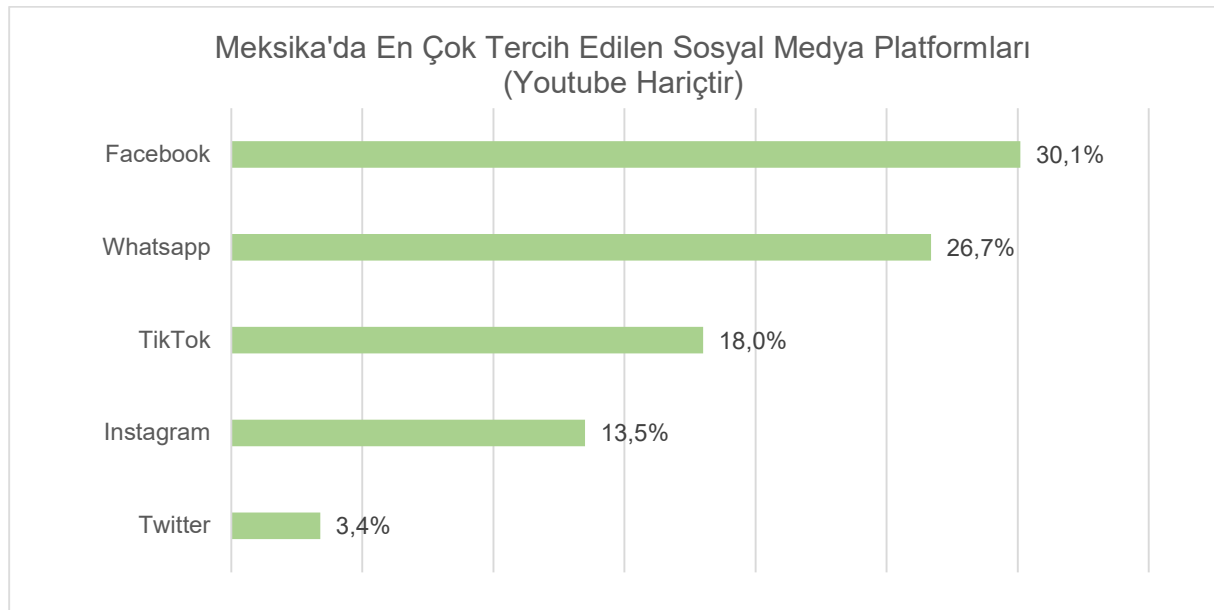
Meksika'da özellikle Noel dönemi, Kara Cuma, Anneler Günü, Hot Sale gibi özel gün ve haftalarda çevrim içi alışveriş önemli miktarda artış göstermektedir. Ülkede 2011 yılından itibaren Kasım aylarında düzenlenmekte olan El Buen Fin de Semana isimli ulusal alışveriş festivali, ülkede çevrim içi alışverişin artış gösterdiği önemli günlerden biridir.

Meksika'daki çok kanallı mağazalar, alışveriş deneyimini çeşitlendirmektedirler. Liverpool ve Palacio de Hierro, moda ve lüks segmentinde; Elektra, elektronik ve ev aletlerinde; Walmart Mexico, geniş bir ürün gamında; ve The Home Depot Mexico, ev geliştirme malzemelerinde özel seçenekler sunmaktadırlar. Bu zincirler, alışverişin her yönünü kolaylaştırarak müşterilerine benzersiz bir konfor sağlamaktadırlar.

5.18.2. SOSYAL MEDYA

2023 verilerine göre, ülkede 96,07 milyon sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır.³⁶³ 2029 yılında ise bu sayının 130,88 milyona ulaşacağı öngörülmektedir. Sıklıkla kullanılan sosyal medya platformları ise Facebook, WhatsApp, TikTok, Instagram ve Twitter olarak sıralanmıştır.

Meksika'da internette günlük olarak geçirilen zaman 7 saat ve 37 dakikadır.³⁶⁴ Bu zamanın 3 saat 14 dakikalık kısmı ise sosyal medya platformlarında geçirilmektedir.³⁶⁵



Kaynak: We Are Social: Digital 2024³⁶⁶

³⁶² Estudio sobre Venta Online en México – 2023 | AMVO

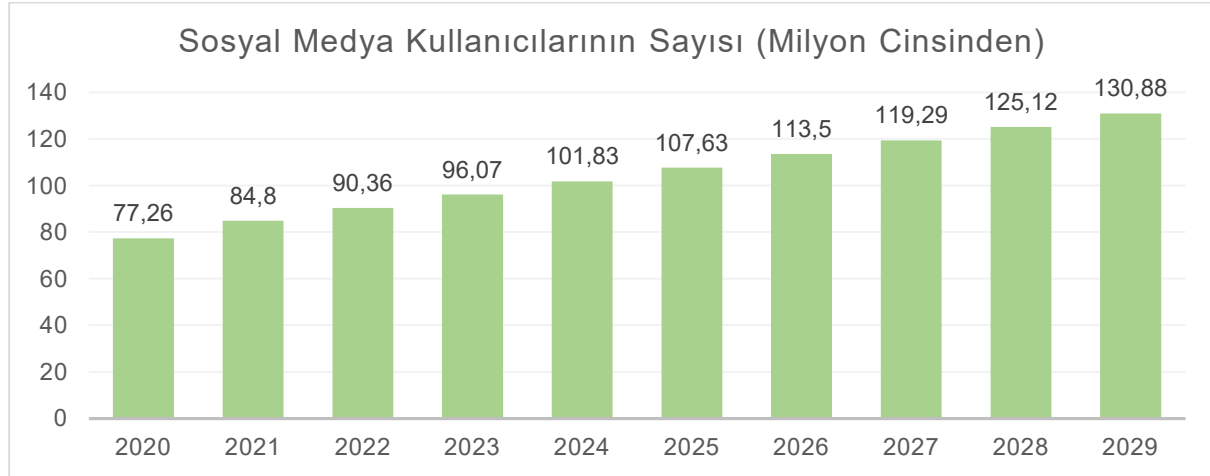
³⁶³ Mexico: social media users 2020-2029 | Statista

³⁶⁴ Digital 2024: Mexico — DataReportal – Global Digital Insights Sayfa 27

³⁶⁵ Digital 2024: Mexico — DataReportal – Global Digital Insights Sayfa 57

³⁶⁶ Digital 2024: Mexico — DataReportal – Global Digital Insights Sayfa 61

Meksikalı alıcılar alışveriş yaparken sosyal ağlardan oldukça etkilenmektedir. Konuşma Ticaretinin (Chat Bot- C-Trade) 2025 yılına kadar ülkenin toplam e-ticaret satışlarının %40'ını temsil etmesi beklenmektedir.



Kaynak: Statista (10/2023)³⁶⁷

5.18.3. GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ

Meksika'da gümrük süreci tüm ithalat ve ihracat malları için aynı olup, elektronik ihracat gönderilerine yönelik kolaylaştırıcı bir işlem bulunmamaktadır. Meksika Ulusal Gümrük Dairesi ³⁶⁸(ANAM)'ne göre, kara yoluyla gümrük vergisi imtiyazı tüm yıl boyunca 300 ABD dolarına, paskalyaya denk gelen dönemlerde ise 500 ABD dolarına kadar çıkmaktadır. Diğer taraftan, hava veya deniz yoluyla tüm yıl boyunca 500 ABD dolarına kadar muafiyet sağlanmaktadır.

Eşyanın kıymetinin yukarıdaki meblağları aşması halinde, 3.000 ABD doları veya ulusal para birimindeki eşdeğeri geçmemek kaydıyla, gümrük komisyoncusu veya temsilcisinin hizmetlerinden yararlanılmadan, genel bir oran olarak %19 ödenerek farklı eşyanın ithalatı gerçekleştirilebilir.

Bilgisayar donanımı söz konusu olduğunda, katma değer tutarı 4.000 ABD doları veya ulusal para birimindeki eşdeğerini geçmemelidir³⁶⁹.

Gümrük uygulamaları hakkında daha detaylı bilgi için raporun "*Ülke Gümrük Uygulamaları*" bölümünü inceleyebilirsiniz.

5.18.4.E-TİCARETE YÖNELİK DÜZENLEMELER

Meksika'da internet üzerinden iş yapmayı düzenleyen özel bir mevzuat bulunmamaktadır. Bilişim hukuku sistemi olmadığından internette gerçekleştirilen faaliyetler genel hukuk hükümlerine (medeni ve ticari) göre düzenlenmektedir. Ticaret Kanununda, esas olarak çevrim içi ticari işleme katılan tarafların kimlik doğrulaması ile ilgili düzenlemelerin oluşturulmasına odaklanan, çevrim içi ticari

³⁶⁷ [Mexico: social media users 2020-2029 | Statista](#)

³⁶⁸ [Equipaje y franquicia – ANAM](#)

³⁶⁹ [Pago de contribuciones por excedente de Franquicia de pasajeros – ANAM](#)

işlemlere ayrılmış bir bölüm bulunmaktadır. Bu kapsamda düzenlenmeyen tüm hususlarda Medeni Kanun da uygulanmaktadır.

Ayrıca, Tüketicuyu Koruma Kanunu'nda (Ley Federal de Protección al Consumidor) tüketicilerin elektronik yollarla gerçekleştirilen işlemlerdeki haklarını düzenleyen özel bir bölüm bulunmaktadır. Tüketicuyu Koruma Kanunu, internet üzerinden gerçekleştirilen işlemlerde, hizmet sağlayıcının, tüketicinin sağladığı bilgileri gizli olarak kullanması, bu bilgilere ilişkin güvenlik ve gizlilik sağlamak için mevcut teknik unsurlardan birini kullanması, işlemi gerçekleştirmeden önce tüketiciye fiziksel adresini, telefon numaralarını ve tüketicinin talepte bulunabileceği diğer araçları sağlaması, ürünlerin özelliklerine ilişkin aldatıcı ticari uygulamalardan kaçınması, tüketiciye mal ve hizmetlerin şartlarını, koşullarını, maliyetlerini, varsa ek ücretlerini ve ödeme koşulları bilgisinin sağlanması vb. belirli yükümlülükler getirmektedir.

Diğer taraftan, e-ticareti ayrıntılı şekilde düzenleyen ve e-ticaret yoluyla mal, ürün veya hizmet sunan, pazarlayan veya satan gerçek veya tüzel kişilerin uyması gereken hükümleri belirleyen ilk standart olan "NMX-COE-001-SCFI-2018", 30 Nisan 2019 tarihli Resmî Gazetede yayımlanarak, 1 Mayıs 2019 tarihinden itibaren yürürlüğe girmiştir. Ancak bu NMX zorunlu bir standarttan ziyade e-ticaret sağlayıcıları tarafından izlenecek en iyi uygulamaları belirleyen tavsiye niteliğinde olup Tüketicinin Korunması Kanunu kapsamındaki hükümler gibi yasal bir güce sahip değildir. Bu standart ile elektronik yollarla ürün veya hizmet sunan ve pazarlayan tüm işletmelerin sistemlerini veya sayfalarını düzenlemelere uyacak şekilde ayarlamasının sağlanması, böylece çevrim içi mağazalar, kesinlik ve yasal güvenlik ile adil bir yasal çerçeve arayan tüketicilerin haklarının garanti edilmesi amaçlanmaktadır.

Mezkûr NMX ile e-ticaret üzerinden gerçekleştirilen tüm işlemlerde aşağıda yer alan bilgilerin belirtilmesini önermektedir:

- Bilgilendirme ve tanıtım yapılması,
- Sağlayıcı ve tüketici arasındaki ilişkinin ilgili hüküm ve koşulları,
- Mal ve hizmetlerin özellikleri hakkında bilgi,
- Ticari işlemleri korumak için güvenlik mekanizmaları,
- Kişisel verilerin korunması,
- Reklam mesajları, profil oluşturma ve çevrim içi davranış,
- Ödeme ve teslimat mekanizmaları.

Ekonomi Bakanlığı ve PROFECO bu standardı uygulayan firmaları belirlemeye yetkili kuruluşlar olup, bu standarda göre doğrulama raporu alan mağaza veya işletmelerin listesini yayımlanmaktadır.

5.18.5. DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI

Dijital cüzdanlarda ülkede PayPal ülkede lider konumdadır. PayPal'ı Google Pay, Mercado Pago, PayU, Conekta, Open Pay, Pagamóbil, Broxel, Pago Fácil, Stripe, CoDi (Digital Collections) takip etmektedir.

Banka kartları ve kişisel kredi kartları tercih edilen ödeme yöntemleridir. Bununla birlikte, birçok çevrim içi perakendeci market de nakit ödeme gibi ödeme alternatifleri sunmaktadır.

Ülkede kullanılan "DHL, Estafeta, UPS, Red Pack, Fedex, Castores, Cubbo, Estrella Blanca, Flecha Amarilla, Logisfashion, MexPost, Tres Guerras" hızlı kargo çözümleridir.

Ülkede sipariş karşılama hizmeti veren başlıca firmalar ise; 99 minutos, Cornershop, Envía.com, Envíoclick, Envía Ya, iVoy, Mobbit, Wabi 2You ve WiCore'dur.

5.18.6. LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 66 (2023)³⁷⁰

Lojistik Performans Endeksi (LPI), ülkelerin ticaret lojistiği performanslarında karşılaştıkları zorlukları ve fırsatları ve performanslarını artırmak için neler yapabileceklerini belirlemelerine yardımcı olmak amacıyla oluşturulmuş bir kıyaslama aracıdır. Bu endekste, ülkeler aldıkları puana göre aynı sırayı paylaşabilmektedir.

5.18.7. İPUÇLARI

Meksika'nın Ulusal İstatistik ve Coğrafya Enstitüsü'ne (Instituto Nacional de Estadística y Geografía veya INEGI) göre, Meksika'da istihdam edilen nüfusun %55'i gayri resmi olarak istihdam edilmekte ve toplam nüfusun %52,9'unun tasarruf bankası hesabı bulunmamaktadır. Covid-19 salgınının bir sonucu olarak işsizlik ve kayıt dışı işçilik oranları artmaktadır.

Depolama ve lojistik sorunları, çalışır durumda ve eksiksiz ürün teslimatının her zaman sağlanamaması, iade zorlukları, internetten alışveriş kültürünün halen çok yaygın olmaması, nüfusun yarısını oluşturan yoksul kesimin internet kullanımının yanı sıra cep telefonu veya bilgisayara erişim imkânının kısıtlı olması, ülkede internetin pahalı olması ve kuzey ve güney eyaletlerindeki gelişmişlik ve altyapı farklılıkları nedeniyle e-ticaretin ülkenin güney kesimlerinde yaygın olmaması, genel anlamda e-ticaretin ülkedeki gelişimini engelleyen unsurlardır.

Meksika Çevrim İçi Satış Birliği'ne göre, artan e-ticaret kullanımının önündeki engeller arasında siber güvenlik riskleri de yer almaktadır. E-ticaret kullanıcılarının %80'i elektronik dolandırıcılıkla ilgili endişelere dikkat çekmektedir. Meksikalı tüketicilerin ilgisi e-ticaret alışverişlere yoğun olmakla birlikte, yurt içinde e-ticaretin gelişimine uygun olmayan koşullar nedeni ile Meksikalı çevrim içi alışverişçilerin %50'si uluslararası perakendecilerden alışveriş yapmaktadır. Bu alışverişlerin %64'ü ABD sitelerinden yapılmaktadır. Bu bağlamda, ABD Amazon ve diğer pazaryerlerinden Meksikalı tüketicilerinde hedef alınabileceği değerlendirilmektedir.

Söz konusu hususlara rağmen, Meksika, uluslararası tüccarlar için oldukça potansiyel bir pazar konumundadır. Çevrim içi tüketicilerin büyük çoğunluğu (%66), yurt dışından alışveriş yapmakta ve sınır ötesi alışveriş, ABD'li ve Çinli e-ticaret devleri gibi firmaların bu pazardaki tüketicilerle bağlantı kurmak ve işlem yapmak için yarıştığı Meksika pazarının potansiyelini yansıtmaktadır. Meksika, yakın vadede mobil öncelikli bir e-ticaret pazarı olarak konumlandırılmış ve güçlü bir büyüme potansiyeline sahiptir. Lüks e-ticaret pazarı, orta sınıfın büyümesi ve üst düzey yaşam tarzı ürünlerine olan talebin artması nedeniyle Meksika'ya doğru kaymaktadır.

Moda markaları Louis Vuitton ve Boss gibi şirketler, kuyumcular Cartier ve Bulgari gibi firmalar da yerel e-ticaret sitelerini 2021'de açanlar arasında yer almaktadır. Ayrıca, gelişmekte olan Meksika çevrim içi güzellik ve kozmetik pazarı, tüccarların 2020 yılında %1.410 artan çevrim içi gelirlerden

³⁷⁰ 2023 | Logistics Performance Index (LPI) (worldbank.org)

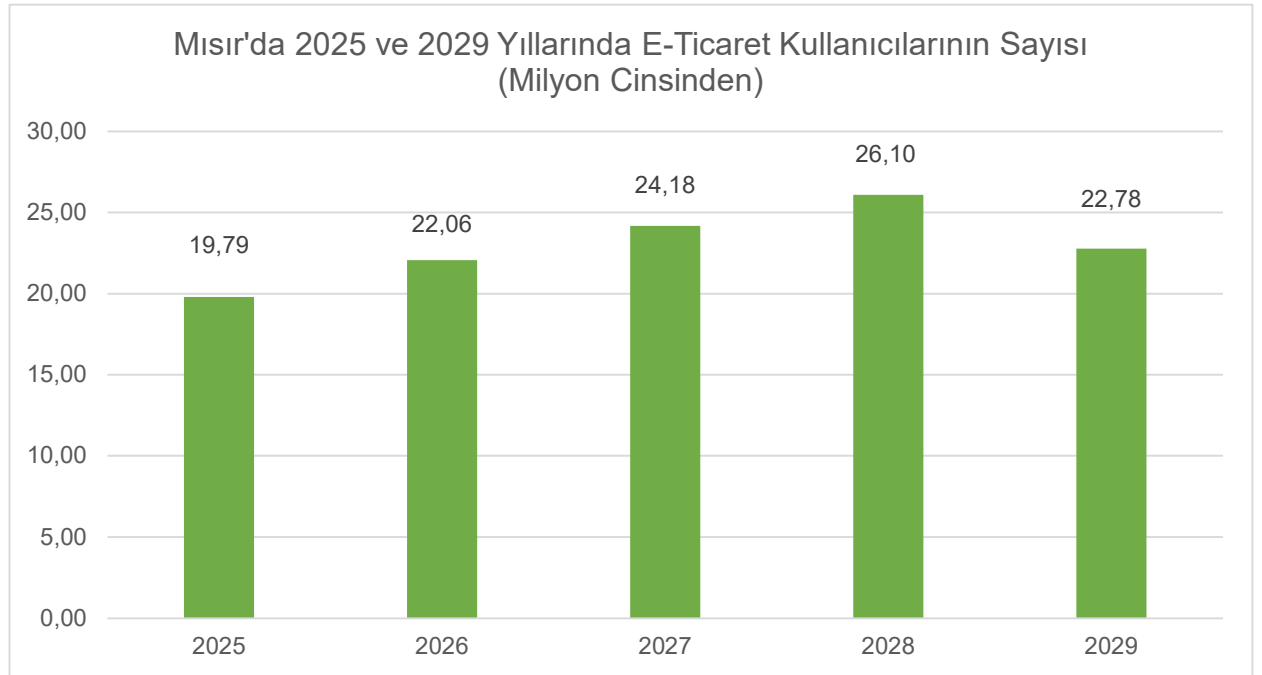
yararlanmaları için önemli bir alandır. (Hijyen ve güzellik ürünleri %38'lik bir artışla en fazla büyüyen kategori olmuştur. Latin Amerika bölgesinde bu kategoride %21,3'l k bir büyüme kaydedilmiştir).³⁷¹

³⁷¹ [Aumentan 38% ventas en l nea de productos de higiene y belleza en Latinoam rica -\(periodismoyambiente.com.mx\)](https://periodismoyambiente.com.mx)



Mısır, 107,78 milyon nüfusa sahiptir³⁷² ve bu yönüyle dünyanın en kalabalık on dördüncü, Afrika'nın da en kalabalık üçüncü ülkesi olup gayri safi yurt içi hasılası 347,6 milyar dolar düzeyindedir.³⁷³

IMF verilerine göre, Mısır 2022 yılı itibarıyla 196 ülke arasında dünyanın otuz üçüncü büyük ekonomisidir. Mısır'ın e-ticaret pazar büyüklüğü 7,81 milyar dolardır.³⁷⁴ E-ticaretin genel perakende içindeki payı ise %2,7'dir.³⁷⁵



Kaynak: Statista (03/2024)³⁷⁶ (“*” işaretlenen yıllar tahmini tutarları ifade etmektedir.)

5.19.1. PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER

Mısır'da birçok özel gün kutlanmaktadır. Kıpti Yılbaşı, Hicri Yılbaşı, İlkbahar Bayramı, Kıpti Paskalya, Sinaî Kurtuluşu, Hz. Muhammed'in Doğum Günü, Devrim Günü, Nil Taşkını, Zafer Günü, Ramazan Bayramı gibi günler Mısır halkı için oldukça önemli olup sayılan resmi bayramlarda genelde erzak ve para; kandilde, Ramazan Bayramı'nda ise kurabiye ve tatlı hediyeleşmesi yapılmaktadır. Bunların dışında Yılbaşında da hediyeleşme yapılmaktadır.

³⁷² T.C. Ticaret Bakanlığı

³⁷³ T.C. Ticaret Bakanlığı

³⁷⁴ <https://www.imarcgroup.com/egypt-e-commerce-market>

³⁷⁵ <https://ecommercedb.com/markets/eg/all>

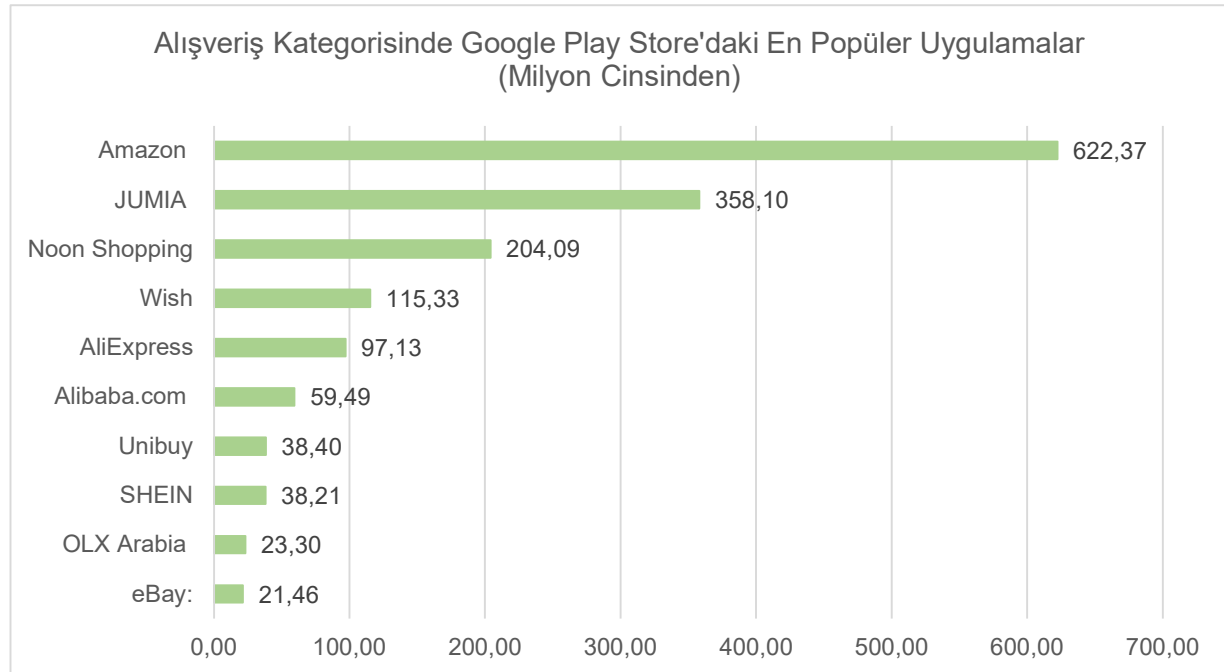
³⁷⁶ Africa: e-commerce users in selected countries | Statista

Özel günler dışında ülkede hediyeleşmeler genellikle nişanlı çiftler ve nişanlamak üzere olan çiftlerce yapılmaktadır.

Popüler pazaryerleri incelendiğinde ise Google Play Store verilerine göre ilk sırada Souq.com, ikinci sırada Alibaba.com, üçüncü sırada ise JUMIA gibi internet sitelerinin yer aldığı görülmektedir. Bunun yanında ülkede Noon Egypt da faaliyet göstermektedir.

Tüketicilerin gıda gibi ihtiyaçları için "talabat.com" tercih edilmektedir. En çok tercih edilen pazaryerleinden olan ve bir Amazon girişimi souq.com'un Amazon'un resmi kuruluş işlemlerinden sonra amazon.eg olarak çalışmaya başlamıştır.

Mısır'daki çok kanallı mağazalar, alışveriş deneyimini çeşitli platformlarda sunarak tüketicilere kolaylık sağlamaktadır. Centrepont Egypt moda ve ev ürünleriyle, Spinneys Egypt kaliteli gıda ve kişisel bakım ürünleriyle, Carrefour ise geniş bir ürün yelpazesıyla dikkat çekmektedir. Hem fiziksel mağazalarda hem de çevrim içi olarak Mısır'da alışverişin rahatlığını artırmaktadır.



Kaynak: Statista (01/2022)³⁷⁷

5.19.2. SOSYAL MEDYA

Mısır'da sosyal medya kullanımının nüfusa oranı %40'tır³⁷⁸. Statista'dan alınan verilere göre, Mısır'da en çok kullanılan sosyal medya platformu 56.179 kullanıcı sayısı ile Facebook'tur. 2023 yılında Ülkenin günlük internet kullanım ortalaması 7 saat 55 dakikadır.³⁷⁹ Bunun 2 saat 41 dakikası sosyal medyaya ayrılmaktadır.³⁸⁰

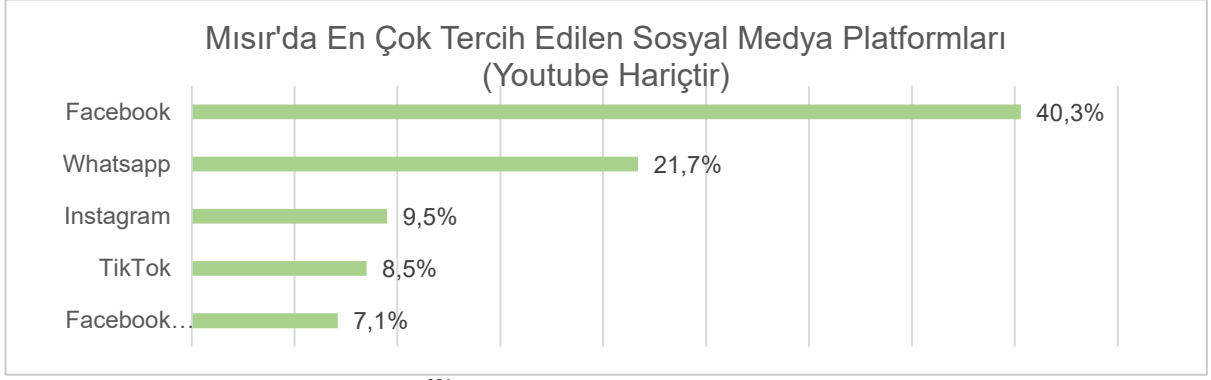
Ardından Messenger, Instagram ve LinkedIn gelmektedir. Ülkede en çok tercih edilen sosyal medya platformları sırasıyla Facebook, Whatsapp, Instagram, FB Messenger ve TikTok'tur.

³⁷⁷ [Egypt: leading shopping apps in Google Play Store 2021 | Statista](#)

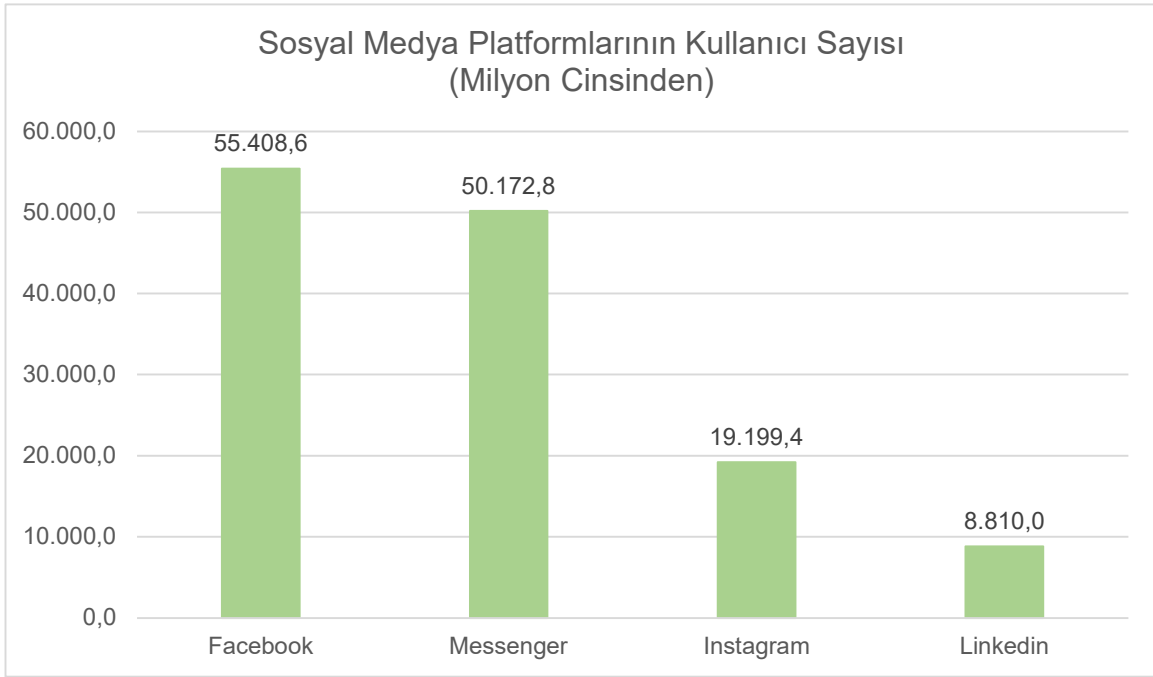
³⁷⁸ [Digital 2024: Egypt — DataReportal — Global Digital Insights Sayfa 55](#)

³⁷⁹ [Digital 2024: Egypt — DataReportal — Global Digital Insights Sayfa 27](#)

³⁸⁰ [Digital 2024: Egypt — DataReportal — Global Digital Insights Sayfa 55](#)



Kaynak: We Are Social: Digital 2024³⁸¹



Kaynak: Statista (05/2023)³⁸²

5.19.3. GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ

Mısır'da gümrük vergileri kapsamında ürünlerde %5 ila %60 arasında vergi uygulanmaktadır. Bu oran belirli tarım ürünlerinde %135'e kadar yükselmekte olup serbest vergilendirme tarifesi taşımaktadır. Mısır'da yatırım kanunundan yararlanan üreticiler için makine ve teçhizat gümrük vergileri %2 olarak sınırlandırılmıştır.

Mısır'da standart KDV oranı %14 iken ihracatta KDV muafiyeti uygulanmaktadır. Bu uygulamaya göre firmaların, ihracat KDV kaydı için yıllık 500 bin Mısır lirası tutarında cirosu olması gerekmektedir. Bu meblağa ulaşıldığından sonraki 30 gün içinde kayıt yaptırılması zorunludur. Ayrıca, Mısır ile ülkemiz arasında Serbest Ticaret Anlaşması bulunduğundan bazı tarım ürünleri haricinde ülkemiz menşeli tüm ürünler için gümrük vergisi sıfır olarak uygulanmaktadır.

³⁸¹ [Digital 2024: Egypt — DataReportal – Global Digital Insights](#) sayfa 59

³⁸² [Egypt: social media users by platform 2023 | Statista](#)

Gümrük uygulamaları hakkında daha detaylı bilgi için raporun "*Ülke Gümrük Uygulamaları*" bölümünü inceleyebilirsiniz.

5.19.4. E-TİCARETE İLİŞKİN ÜLKE ÖZELİNDE DÜZENLEMELER

2016/43 Sayılı Karar kapsamında Mısır'a belirli tarifelerden ihracat yapan firmaların ihracat ve ithalat Kontrolleri Genel Otoritesi'ne (GOEIC) kayıt yaptırmaları gerekmektedir. Mezkûr düzenlemenin sadece ticari amaçlı işlemleri kapsadığı ve kişisel kullanım durumunu kapsamadığını göz önünde bulundurmak gerekmektedir.

Kayıt Sistemi sadece; ticaret amacıyla yapılan satışlar için, marka sahibi fabrikaları, üretici fabrikaları veya başka fabrikalara üretim yaptıran ticari marka sahibi firmalar (bu firmalarımızın başvuru sırasında üretim yaptıracakları fabrikaların listeleriyle birlikte bu fabrikalara ait ISO belgelerini de sunmaları gerekmektedir) ile bunlar adına dağıtım yapmaya yetkili (distribution and export center olarak geçmektedir) birimleri kapsamaktadır. Dolayısıyla, alım-satım ile iştigal eden ve ticari markaları bulunmayan dış ticaret firmaları kayıt yaptıramayacaktır. Bu firmaların Karar uygulamaya girdikten sonra Mısır'a ihracat yapabilmeleri için ürünleri aldıkları üreticilerin sisteme kayıt olmaları gerekmektedir.

Al-Sat yapan ihracatçı-ithalatçı firmalarımız liste dahilindeki GTİP'lerden Mısır'a ihracat yapmaları halinde faturayı kendi adlarına kesememektedir. Üçüncü ülkelerden mal alıp transit ticaret yapan dış ticaret firmalarımız için de aynı kural geçerlidir. Bu firmalarımızın, Mısır'a ihracat yapmaya devam edebilmeleri için mal aldıkları üçüncü ülke üreticilerinin sisteme kayıt olmaları gerekmektedir.

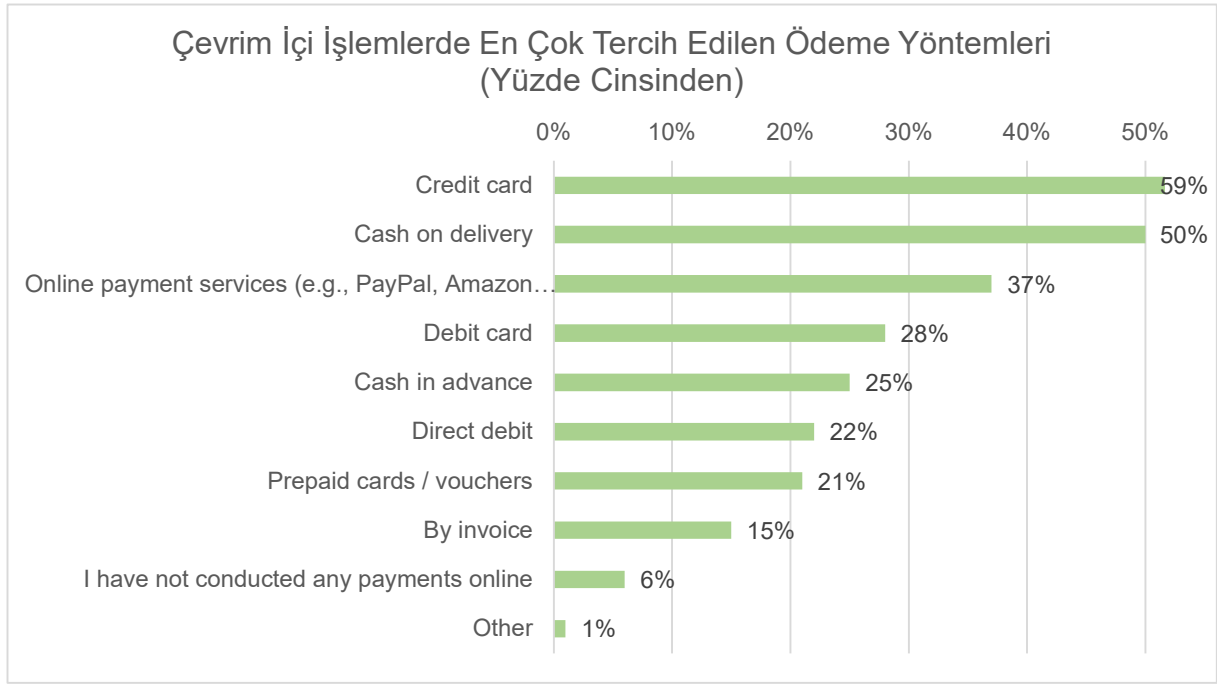
Konuyla alakalı olarak, 2022/195 Sayılı yeni bir düzenleme yapılmış ve bu kapsamda firmaların başvuru sürecinin 15 gün içinde tamamlanacağı ve eksiklikleri ile ret sebeplerinin bildirileceği, dilekçe haklarının olduğu belirtilmiştir.

Ekim 2021'den itibaren deniz yoluyla başlayan ve 01.01.2023 tarihi itibarıyla hava yolu kargolarında uygulanmaya başlayan; Mısır'a ihracat yapacak bütün firmaların kargolarının, ithalatçı tarafından oluşturularak ihracatçıya gönderecekleri ACID numarası (Kargo Ön Bilgilendirme-Advanced Cargo Information Declaration-ACID) ile bağlanma zorunluluğu uygulanmaktadır. Uygulamada, ihracatçı Cargo-X platformunu kullanarak, ACID numarasını işlediği gümrük çekiminde ithalatçı tarafından kullanılacak bütün belgeleri mezkûr platform aracılığı ile blockchain kullanarak ithalatçıya (Mısırlı ithalatçı NAFEZA platformunu kullanmakta olup iki platform birbirine entegredir) göndermektedir. ACID numarası almamış kargolar gemilere ve uçaklara kabul edilmemekte, ithalata ise yukarıda bahsedilen yolla yapılmadığı müddetçe izin verilmemektedir.

5.19.5. DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI

Statista verilerine göre, 2022'de Mısır'da en çok tercih edilen ödeme yöntemi nakit olmuş; bunun yanı sıra Mısırlı tüketiciler kredi kartı, çevrim içi ödeme hizmetleri ve banka kartını tercih etmiştir.

Ayrıca Mrsool'un çevrim içi kargo uygulaması kullanılmaktadır.



Kaynak: Statista (06/2023)³⁸³

5.19.6. LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 57 (2023)³⁸⁴

Lojistik Performans Endeksi (LPI), ülkelerin ticaret lojistiği performanslarında karşılaştıkları zorlukları ve fırsatları ve performanslarını artırmak için neler yapabileceklerini belirlemelerine yardımcı olmak amacıyla oluşturulmuş bir kıyaslama aracıdır. Bu endekste, ülkeler aldıkları puana göre aynı sırayı paylaşabilmektedir.

5.19.7. İPUÇLARI

Mısır'ın 106 milyonluk nüfusunun yaklaşık %50'si (53 milyon) aktif çevrim içi alışveriş kullanıcısıdır. Dünya Bankası Mısır'ı İş Yapma Kolaylığı endeksine göre yüz on dördüncü sıraya almıştır.

Yüz binden fazla Türk'ün yaşadığı Mısır'da Türk markalarının varlığı, ülke pazarına ve piyasasına yabancı değildir. Mısır'a ihracat yapan birçok Türk firma ve ek olarak Mısır'da fiziksel olarak da işletmesine devam eden birçok Türk iş insanı bulunmaktadır. Bu şirketlerin pazarda yer bulmalarına yardım eden e-ticaret ve e-ihracat sistemi, yeni ihracatçıların en çok dikkat etmesi gereken konulardan biridir.

Mısır'da kullanılan en yaygın çevrim içi alışveriş sitelerinin bilinmesi gerekmektedir. Bu alışveriş siteleri kullanım oranları sırasıyla Amazon Mısır, Jumia Mısır ve Noon Mısır'dır. Özellikle kullanıcıların yaygın olarak kullandığı Amazon Mısır'da yasal olan neredeyse her şeyin satıldığı bilinmektedir. Söz konusu site, geniş ürün yelpazesi sayesinde her çeşit ürünün ihracatı için kolaylık sunmaktadır.

³⁸³ [Most common online payments by type in Egypt 2023 | Statista](#)

³⁸⁴ [2023 | Logistics Performance Index \(LPI\) \(worldbank.org\)](#)

252,7 milyar ABD dolarına³⁸⁵ ulaşan gayrisafi yurt içi hasıla ve 227,7 milyonu aşkın nüfusa sahip³⁸⁶ Nijerya'da, nüfusun yarısından fazlası internet kullanmaktadır.

12,1 milyar ABD dolarlık bir e-ticaret hacmine sahip Nijerya'da e-ticaretin genel perakende içindeki payının 2023 yılında %1,6 seviyesindedir.³⁸⁷ Bu doğrultuda Nijerya dünyadaki en büyük 39. e-ticaret pazarı olarak gösterilmektedir. Yakın zamanda e-ticaret işlemlerine verilen önemin daha da artırılaacağı ve gerekli düzenlemelerin hayata geçirileceği düşünülmektedir.

2023 yılında pazarın %25 oranında büyüyeceği tahmin edilmekte olup ilgili yıl itibariyle dünya büyüme ortalamasının %17 düzeyinde seyredeceği beklenmekte ve ülkenin e-ticaret pazarının %40'ı elektronik ürünlerin satışından oluşturmaktadır. Nijerya e-ticaret pazarında 5 sektör ön plana çıkmaktadır. Bunlar Hobi & Eğlence (%24,1), Elektrik-Elektronik (%23), Moda (%19), Mobilya (%11,5) ve Kişisel Bakımdır (%8,8).

5.20.1. PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER

Nijerya'da sırasıyla Jumia, Konga, Slot, Ajebomarket ve Obeezi en çok tercih edilen pazaryerleridir. İlk üç pazaryeri, Nijerya'da yapılan çevrim içi satışların %52'sini gerçekleştirmektedir.

Kara Cuma, Nijerya'da da firmaların indirim kampanyası yaptığı dönemler arasında yer almaktadır. Bunun haricinde, Bağımsızlık Günü (1 Ekim) gibi milli bayramlarda da kampanya yapılmaktadır.

Jumia'nın geniş çevrim içi ürün yelpazesi, Slot'un teknoloji ve elektronik odaklı hem çevrim içi hem fiziksel satışları ve Shoprite'in gıda ve süpermarket ürünlerindeki zengin seçenekleri ile tüketicilere alışveriş esnekliği sunmaktadır. Söz konusu çok kanallı operasyonlar, Nijerya'da alışveriş deneyimini kolaylaştırarak perakende sektörünü modernize etmektedir.

5.20.2. SOSYAL MEDYA

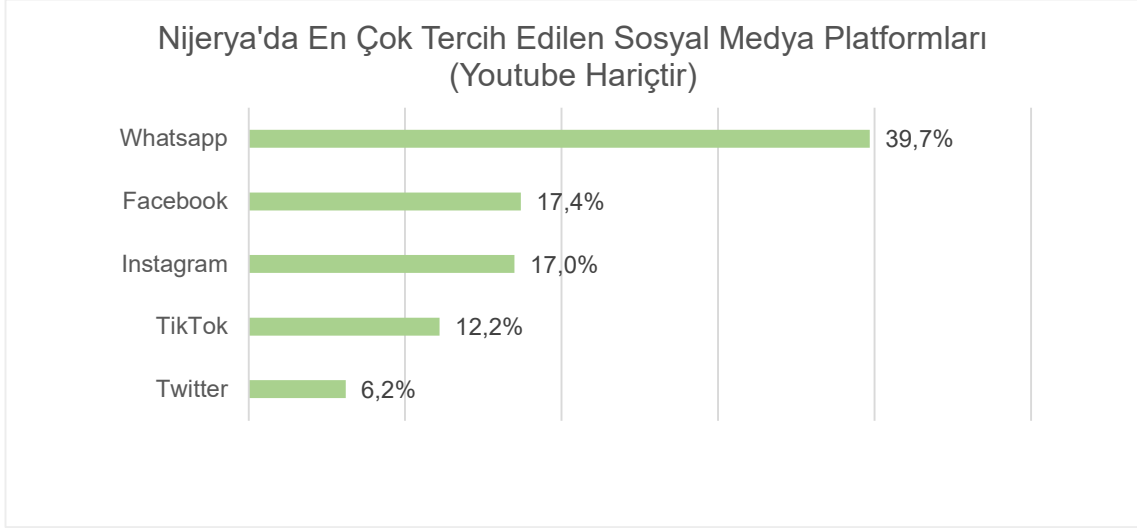
Nijerya'lılar sosyal medyada ortalama 4 Saat 36 Dakkika vakit geçirmektedir.³⁸⁸ En çok kullanılan sosyal medya platformları arasında Whatsapp, Facebook, Instagram, TikTok ve Twitter öne çıkmaktadır.

³⁸⁵ T.C. Ticaret Bakanlığı

³⁸⁶ T.C. Ticaret Bakanlığı

³⁸⁷ <https://ecommercedb.com/markets/ng/all>

³⁸⁸ Digital 2024: Nigeria — DataReportal – Global Digital Insights Sayfa 48



Kaynak: We Are Social: Digital 2023³⁸⁹

5.20.3. GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ

Gümrük vergileri 5% ila %35 oranları arasında değişmektedir. Batı Afrika Devletleri Ekonomik Topluluğu (Economic Community of West African States – ECOWAS) ülkeleri arasında da ortak gümrük tarifesi uygulanmaktadır. Normal KDV oranı 7.5% olup çevrim içi alışverişlerde herhangi bir muafiyet uygulanmamaktadır.

Gümrük uygulamaları hakkında daha detaylı bilgi için raporun "*Ülke Gümrük Uygulamaları*" bölümünü inceleyebilirsiniz.

5.20.4. E-TİCARETE İLİŞKİN ÜLKE ÖZELİNDE DÜZENLEMELER

Nijerya, tüketicilerin korunmasını sağlarken ülkenin dijital ekonomisinin büyümesini ve gelişmesini teşvik etmeyi amaçlayan e-ticaret için çeşitli kurallar ve düzenlemeler uygulamaya koymuştur. Nijerya hükümeti e-ticaretin ekonomi için önemini farkındadır ve işletmeler ve tüketiciler için elverişli bir ortam yaratmak üzere çeşitli adımlar atmıştır.

Ulusal Bilgi Teknolojisi Geliştirme Ajansı (National Information Technology Development Agency- NITDA) Nijerya'da bilgi teknolojisinin gelişimine yönelik teşvik amacıyla kurulmuştur. NITDA, çevrim içi işletmeleri destekleyerek ve dijital ödeme sistemlerinin benimsenmesine katkı sunarak e-ticareti büyütmeye çalışmaktadır.

Ulusal e-Ödeme Arayüzleme Şablonu girişimi, Nijerya'daki dijital ödeme sistemlerinin benimsenmesini artırmak ve elektronik işlemlerin daha erişilebilir ve güvenli hale gelmesini amaçlamaktadır.

Nijerya İletişim Kurulu Nijerya'daki telekomünikasyon sektörünün denetlenmesinden sorumludur. Kurul; kaliteli internet hizmetlerinin geliştirilmesi ve ülkedeki geniş bant penetrasyonunun artırılması gibi çeşitli önlemler ile e-ticareti teşvik etmeyi amaçlamıştır.

Endüstri Bankası (Bank of Industry) Nijerya'daki işletmelerin, e-ticaret işletmeleri dâhil, desteklenmesini sağlamakta; banka, site ve mobil uygulamalar gibi teknolojilere yatırım yapmak isteyen işletmelere kredi ve hibe sunmaktadır.

³⁸⁹ [Digital 2023: Nigeria — DataReportal – Global Digital Insights](#)

5.20.5. DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI

Quickteller, Nijerya'da en çok kullanılan e-ödeme platformlarından biri olup Afrika kıtasındaki işlemlerde de tercih edilen bir e-cüzdan sistemidir. Bunun yanı sıra, Interswitch Webpay, Paystack ve VoguePay da kullanılmaktadır. DHL, UPS, Zenit Carex International Ltd, Creaseada International Ltd, ABC Cargo, ülkede hizmet veren hızlı kargo çözümleri arasındadır.

5.20.6. LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 88 (2023)³⁹⁰

Lojistik Performans Endeksi (LPI), ülkelerin ticaret lojistiği performanslarında karşılaştıkları zorlukları ve fırsatları ve performanslarını artırmak için neler yapabileceklerini belirlemelerine yardımcı olmak amacıyla oluşturulmuş bir kıyaslama aracıdır. Bu endekste, ülkeler aldıkları puana göre aynı sırayı paylaşabilmektedir.

5.20.7. İPUÇLARI

Yakın zamanda e-ticaret işlemlerine verilen önemin daha da artacağı ve gerekli düzenlemelerin yapılacağı düşünülmektedir. Bununla birlikte, 2025 yılı hedefleri dikkate alındığında, e-ticaret alanında Nijerya'nın gelecek vadettiği ve bu alanda faaliyet gösteren yatırımcılar ile firmaların sektörü yakından takip etmelerinin faydalı olacağı değerlendirilmektedir.

Tüm bunların yanı sıra, Nijerya'nın Madrid Protokolü'ne üye olmaması nedeni ile firmalarımızın bu pazara girişlerinde muhakkak markalarını tescil ettirmeleri gerekmektedir.

³⁹⁰ [2023 | Logistics Performance Index \(LPI\) \(worldbank.org\)](https://www.worldbank.org/lpi)



Pakistan, 236 milyon nüfus³⁹¹ ve 338,2 milyar ABD dolarlık³⁹² gayrisafi yurt içi hasılasıyla önemli bir ekonomidir. Statista verilerine göre, 2023 Ocak ayı itibarıyla ülke nüfusunun yaklaşık %36,5'lik kesimi etkin internet kullanmaktadır.

Ülke nüfusunun %10,2'i çevrim içi alışveriş yapmaktadır.³⁹³ 2022 yılında e-ticaret hacmi 12 milyar ABD dolarına ulaşmıştır.

5.21.1. PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER

Ülkede faaliyet gösteren en büyük e-ticaret pazaryerleri arasında Daraz, OLX ve Amazon gelmektedir. PakWheels, Zameen, Kaymu, Shophive, Homeshopping, Telemart diğer önemli e-ticaret platformlarıdır.

Gulahmedsop, Khaadi, Limelight, Alkaramstudio, Junaidjamshed ise ülkede faaliyet gösteren önemli çok kanallı zincir mağazalarıdır.

Ülkede Yılbaşı, Kurban ve Ramazan Bayramı dönemlerinde yüksek e-ticaret satış hacimlerine ulaşılmaktadır. Ayrıca, düğün sezonu (Ekim, Kasım, Aralık, Ocak, Şubat, Mart, Nisan) gibi yoğun sezonlar da alışveriş için önemli günlerdir.

Pakistan'daki e-ticaret pazarındaki gelirin 2024 yılında 4,9 milyar ABD dolarına ulaşması beklenmektedir. Gelirin yıllık büyüme oranının (2024-2029 CAGR) %5,84 olması beklenmektedir ve bu da 2029 yılında 6,5 milyar ABD doları olan bir gelir öngörmektedir. E-ticaret pazarında, kullanıcı sayısının 2029 yılında 14,9 milyon kişiye ulaşması beklenmektedir.³⁹⁴

Ülkenin e-ticaret pazarında elektronik ve medya en çok satış yapılan kategorilerdir ve Pakistan e-ticaret gelirin %34,1'ini oluşturmaktadır. Bunu %28,8 ile mobilya ve ev aletleri, %20,4 ile moda, %10,6 ile gıda ve kişisel bakım ve %6,1 ile oyuncaklar, hobi ve kendin yap sektörleri takip etmektedir.

Pakistan'daki Daraz Pakistan, United Mobile ve Carrefour, çevrimiçi ve fiziksel mağazalarıyla çok kanallı alışveriş deneyimi sunmaktadır. Daraz geniş ürün yelpazesıyla, United Mobile mobil teknoloji alanında, Carrefour ise gıda ve tüketim malzemelerinde çeşitlilik sağlıyor. Bu zincirler, Pakistan'da alışverişin kolay ve erişilebilir olmasını sağlayarak perakende sektörünü geliştirmektedir.

5.21.2. SOSYAL MEDYA

2023 yılı DataReportal verilerine göre, ülkedeki yaklaşık 71,70 milyon sosyal medya kullanıcısı³⁹⁵ tarafından en çok tercih edilen sosyal medya platformları Facebook, Instagram Twitter ve Pinterest'tir.³⁹⁶ Pakistan'da en az 44,50 milyon Facebook kullanıcısı mevcut olup kullanıcıların

³⁹¹ T.C. Ticaret Bakanlığı

³⁹² T.C. Ticaret Bakanlığı

³⁹³ eCommerce - Pakistan | Statista Market Forecast

³⁹⁴ eCommerce - Pakistan | Statista Market Forecast

³⁹⁵ Digital 2024: Pakistan — DataReportal — Global Digital Insights Sayfa 41

³⁹⁶ Digital 2024: Pakistan — DataReportal — Global Digital Insights Sayfa 43

%80,1'sini erkekler oluşturmaktadır.³⁹⁷ Kullanıcı yaş aralığı ise gençler arasında (yaklaşık 16 milyon kişi) yoğunlaşmaktadır. Yakın zaman itibariyle bazı yerel şirketler, ürünlerini ve hizmetlerini tanıtmak amacıyla sosyal medyayı kullanmaya başlamıştır.

5.21.3. GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ

Pakistan'da sınır ötesi e-ticaret kapsamında, herhangi bir gümrük muafiyeti veya kolaylaştırıcı gümrük uygulaması bulunmamaktadır. General Sales Tax (KDV'ye benzerdir) %17 seviyesinde iken 2023 Şubat döneminde bu oran %18'e yükseltilmiş olup federal hükümet tarafından tahsil edilmektedir. İmalat, perakende ya da toptan satış seviyesinde tek noktada tahsil edilen bu vergi ithal ürünlere de uygulanmaktadır. Eşyanın türüne göre ilgili ithalat vergileri de ayrıca tahsil edilmektedir. Hizmet ticaretinde ise eyaletler arasında %13 ila %16 oranında değişen bir satış vergisi uygulamaktadır.

Gümrük uygulamaları hakkında daha detaylı bilgi için raporun "*Ülke Gümrük Uygulamaları*" bölümünü inceleyebilirsiniz.

5.21.4. E-TİCARETE İLİŞKİN ÜLKE ÖZELİNDE DÜZENLEMELER

E-ticaret özelinde ülkede birçok düzenleme bulunmaktadır. Güvenli Ödeme Sistemlerinde tüketicileri çevrim içi dolandırıcılıktan korumak üzere hükümet; işletmelerin çevrim içi ödemelerini gerçekleştirmek için şifrelenmiş işlemler ve güvenli sunucular gibi güvenli ödeme sistemlerinin kullanmasını zorunlu tutmaktadır.

Tüketici Koruma Konseyi, e-ticaret pazarında dolandırıcılık veya diğer suistimal türlerinin mağduru olan tüketicilerin şikâyetlerini ele almaktan sorumludur. Bu konsey, tüketicilerin e-ticaret şirketleriyle olan anlaşmazlıklarını çözmeleri için bir aracı niteliğindedir ve tüketicilerin haklarının korunmasına yardımcı olmaktadır.

Dijital Pakistan Girişimi, Pakistan'ı bir dijital ekonomiye dönüştürmek için oluşturulmuş; bilgi ve iletişim teknolojilerinin sahip olduğu tam potansiyeli kullanma planıdır. Özellikle küçük ve orta ölçekli işletmelerin (KOBİ'lerin) e-ticaret fırsatlarına erişim sağlamayı hedeflemektedir.

Pakistan Yazılım İhracat Kurulu (PSEB) ise Pakistan'daki yazılım ihracatını teşvik etmekle sorumlu bir hükümet ajansıdır. Pakistanlı yazılım şirketlerine destek vermekte ve e-ticaret operasyonlarını genişletmelerine yardımcı olmaktadır.

5.21.5. DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI

Pakistan'da 2022 yılında ödemelerin %33'ü kapıda nakit, %36'sı kart, %7'si doğrudan debit, %7'i dijital cüzdan, %5 banka transferi ve %12 diğer yöntemlerle gerçekleştirilmiştir. EasyPaisa, JazzCash, HBL-Konnect ve uPaisa gibi bir dizi dijital ödeme sistemleri de bulunmaktadır. Ülkede kredi kartı kullanım oranı %4 gibi çok düşük düzeylerde seyretmektedir.

TCS, Leopards Courier, DHL, PIA Speedex ve Pakistan Post, ülkenin en önemli hızlı kargo firmalarını oluşturmaktadır.

³⁹⁷ [Digital 2024: Pakistan — DataReportal — Global Digital Insights](#) Sayfa 46

E-Ticaret Gelir Payı Ödeme Türü (Yüzde Cinsinden)						
	2020	2021	2022	2023*	2024*	2025*
Banka havalesi	4	5	5	5	6	6
Kartlar	35	36	36	36	36	37
Teslimatta nakit	37	35	33	31	30	28
Otomatik ödemeler	6	7	7	8	8	8
E-Fatura	0	0	0	0	0	0
E-cüzdan	7	7	7	7	7	7
Diğer	10	11	12	12	13	14

Kaynak: Statista (06/2022) (“*” işaretlenen yıllar tahmini tutarları ifade etmektedir.)

5.21.6. LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 122 (2018)³⁹⁸

Lojistik Performans Endeksi (LPI), ülkelerin ticaret lojistiği performanslarında karşılaştıkları zorlukları ve fırsatları ve performanslarını artırmak için neler yapabileceklerini belirlemelerine yardımcı olmak amacıyla oluşturulmuş bir kıyaslama aracıdır. Bu endekste, ülkeler aldıkları puana göre aynı sırayı paylaşabilmektedir.

5.21.7. İPUÇLARI

Yapılan araştırmalara göre, Pakistan'daki çevrim içi satış hacminin ve çevrim içi alışveriş yapan tüketicilerin, internet kullanım oranına paralel olarak artacağı tahmin edilmektedir. Ayrıca, mevcut Pakistan yönetimi e-ticarete büyük önem vermektedir. Bu kapsamda, kamu ve özel sektör temsilcilerinden oluşan Ulusal E-Ticaret Konseyi kurulmuştur. Hâlihazırda Ulusal E-Ticaret Konseyi periyodik aralıklarla toplantılar gerçekleştirmektedir.

Pakistan, Madrid Protokolü'ne 2021 yılında üye olmuştur.

Pakistan, e-ihracatçı firmalarımızın odağında olması gereken bir pazar olmakla birlikte e-ticaret özelinde, ülkenin dinamiklerine, güncel ekonomik gelişmelerine ve ihtiyaçlarına bağlı olarak hareket edilmesi yerinde olacaktır.

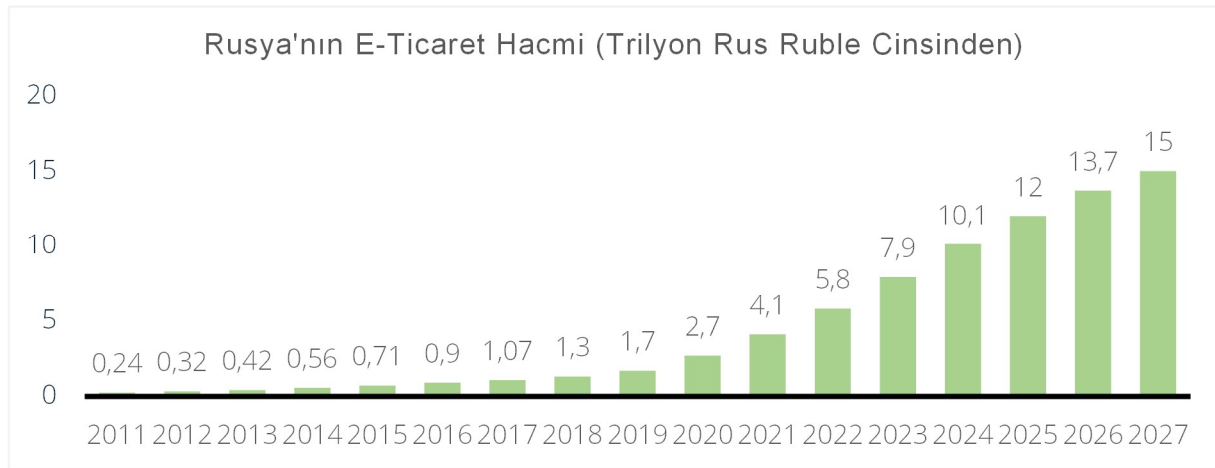
³⁹⁸ 2023 | Logistics Performance Index (LPI) (worldbank.org)

5.22. RUSYA FEDERASYONU



2024 yılı itibariyle yaklaşık 142,9 milyon nüfusa³⁹⁹ sahip olan Rusya Federasyonu (RF), 2 trilyon ABD doları gayrisafi yurt içi hasılasıyla⁴⁰⁰ dünyanın en büyük sekizinci ekonomisi durumundadır. Ülke nüfusunun %87,9'un⁴⁰¹ internet kullandığı ve mobil cihaz kullanım oranının %76,77⁴⁰² olduğu Rusya'nın perakende ticaretinde e-ticaret payı ise %8,1⁴⁰³ düzeyindedir.

2023 yılında Rusya'nın e-ticaret hacmi 93,22 milyar ABD dolarına ulaşmıştır.⁴⁰⁴ Bu rakam, 2022 yılına göre %36,2; 2021 yılına göre %92,68'lik bir artış anlamına gelmektedir. 2023 yılı itibariyle ülkenin e-ticaret geliri ise 27,61 milyar ABD doları olarak gerçekleşmiştir.⁴⁰⁵ Rusya'nın küresel e-ticaretteki payı %1,48 seviyesinde; çevrim içi alışveriş yapanların kullanıcı sayısı 2023 yılında 54,24 milyondur.



Kaynak: Statista (12/2023)⁴⁰⁶

5.22.1. PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER

Rusya'nın önde gelen e-ticaret pazaryerleri olarak, La Moda, Wildberries.ru, Ozon.ru, dnsshop.ru ile market.yandex.ru sayılabilir.

Rusya'da e-ticarette en çok satılan ürün grupları sırasıyla elektronik ve elektrikli ev aletleri, mobilya ve ev ürünleri, hazır giyim ve ayakkabı, gıda ürünleri ve kozmetik ürünler ve ilaç olarak yer almaktadır.⁴⁰⁷

³⁹⁹ T.C. Ticaret Bakanlığı

⁴⁰⁰ T.C. Ticaret Bakanlığı

⁴⁰¹ Russia: internet user penetration 2029 | Statista

⁴⁰² Russia: smartphone penetration 2014-2029 | Statista

⁴⁰³ <https://ecommercedb.com/markets/ru/all>

⁴⁰⁴ Russia: e-commerce market size 2027 | Statista

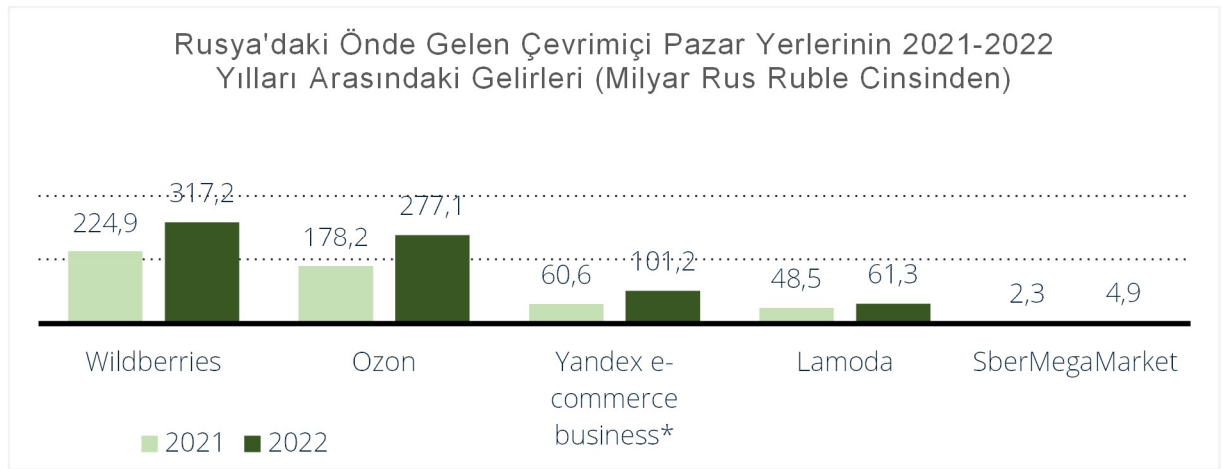
⁴⁰⁵ eCommerce - Russia | Statista Market Forecast

⁴⁰⁶ Russia: e-commerce market size 2027 | Statista

⁴⁰⁷ Аналитика - АКИТ (akit.ru)

Özellikle Noel dönemi, 1 Eylül Eğitim Bayramı, 8 Mart Kadınlar Günü, Kara Cuma (Black Friday) ve Siber Pazartesi (Cyber Monday) gibi özel gün ve haftalarda çevrim içi alışverişler önemli miktarda artış göstermektedir.

Rusya'daki çok kanallı mağazalar, Wildberries'in geniş online ürün yelpazesi, M.Video'nun elektronik ve ev aletleri, X5 Retail Group'un gıda ve günlük malzemeler, TSUM'un lüks moda ve aksesuarları, ve Leroy Merlin'in ev geliştirme malzemeleri ile tüketicilere hem çevrim içi hem de mağazalarda alışveriş imkanı sunmaktadır. Bu zincirler, Rusya'da alışveriş deneyimini zenginleştirerek perakende sektörünü modernize etmektedirler.



Kaynak: Statista (04/2023)

5.22.2. SOSYAL MEDYA

Yapılan son araştırmalar, 2023'de Rusya'da kişi başına internette geçirilen ortalama sürenin günde 8 saat 21 dakika olduğunu göstermektedir.⁴⁰⁸ Geçirilen bu zamanın 2 saat 21 dakikalık kısmı sosyal medya platformlarında geçirilmektedir.⁴⁰⁹ Hâlihazırda ülkede 2023 yılında 145,45 milyonluk nüfusun %87,9'unun internet kullanıcısı olduğu⁴¹⁰ ve %81,42'sinin aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmektedir.⁴¹¹ Ülkenin en çok tercih edilen sosyal medya platformları sırasıyla V Kontakte, Telegram, Whatsapp, TikTok ve Odnoklassniki'dir.⁴¹²

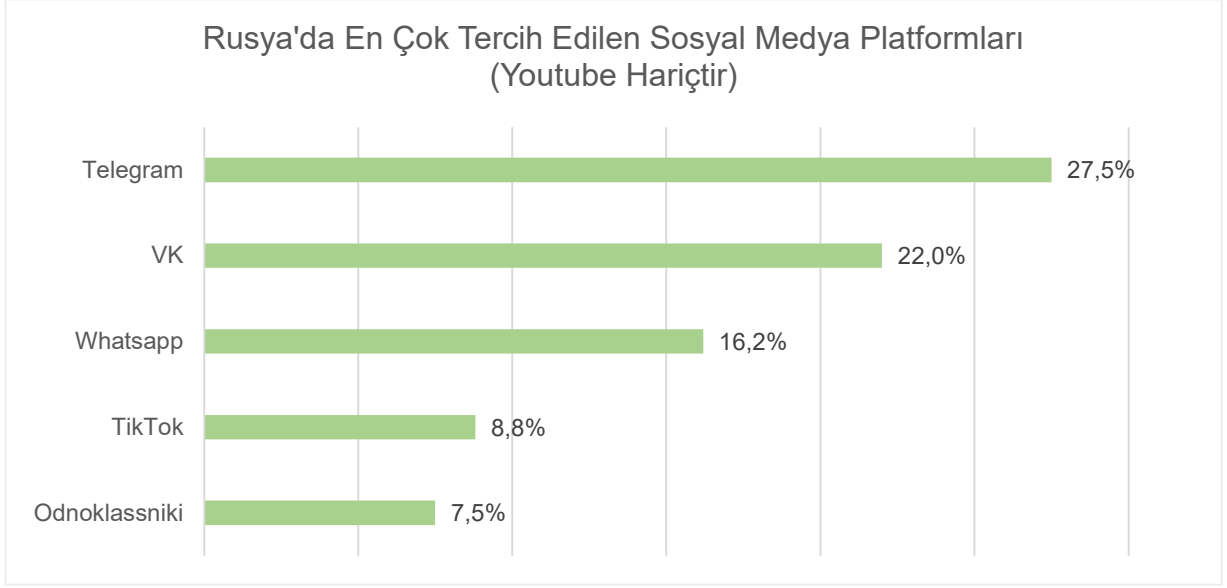
⁴⁰⁸ Digital 2024: The Russian Federation — DataReportal — Global Digital Insights Sayfa 27

⁴⁰⁹ Digital 2024: The Russian Federation — DataReportal — Global Digital Insights Sayfa 53

⁴¹⁰ Russia: internet user penetration 2029 | Statista

⁴¹¹ Russia: social network user penetration 2027 | Statista

⁴¹² Russia: most used social media platforms 2024 | Statista



Kaynak: We Are Social: Digital 2024⁴¹³

5.22.3. GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ

1 Nisan 2024 tarihi itibarıyla, sınır ötesi e-ticarete vergilendirmeye ilgili bazı uygulamalar yeniden hayata geçirilmiştir. Bu çerçevede, e-ticarete konu olan ürünün koli bedeli değerinin 200 avroyu ya da 31 kiloyu aşmaması gerekmektedir. Söz konusu bedelin veya miktarın aşıldığı durumlarda ise, koli değerinin %15'i oranında ve en az 2 avro/kg gümrük vergisi uygulanmaktadır.

Gümrük uygulamaları hakkında daha detaylı bilgi için raporun "*Ülke Gümrük Uygulamaları*" bölümünü inceleyebilirsiniz.

5.22.4. E-TİCARETE YÖNELİK DÜZENLEMELER

Rusya Federasyonu'nda e-ticaret alanını doğrudan düzenleyen bir kanun bulunmamakla birlikte çeşitli kanunlar ve bu kanunlara istinaden ihdas edilen hükümet kararnamelele ile bu alanın düzenlendiği görülmektedir. Nitekim, e-ticaret kapsamında gerçekleşen alım satım işlemlerine ilişkin esaslar Medeni Kanunun 497'inci maddesi, Tüketici Haklarının Korunmasına İlişkin Kanunun 26.1 numaralı maddesi ve 27 Eylül 2007 tarih ve 612 sayılı Uzaktan Satış Hakkında Hükümet Kararnamesi ile belirlenmiştir.

İlaveten, kişisel verilerin korunması 149-FZ sayılı Bilgi, Bilgi Teknolojileri ve Bilginin Korunması Hakkında Federal Kanun ve e-ticaret kapsamında reklam verilmesine ilişkin hususlar 54-FZ sayılı Reklamlar Hakkındaki Federal Kanun marifetiyle düzenlenmiştir.

Bu yasal düzenlemelerin dışında 2022 Haziran tarihinde Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın girişimleriyle Ozon, La Moda ve Wildberries ile Rus satıcıları temsil eden STK'lar arasında "Pazar Yerleri ile Satıcılar Arasında İlişkilerin Esasları" adı altında bir belge akdedilmiştir. Bu

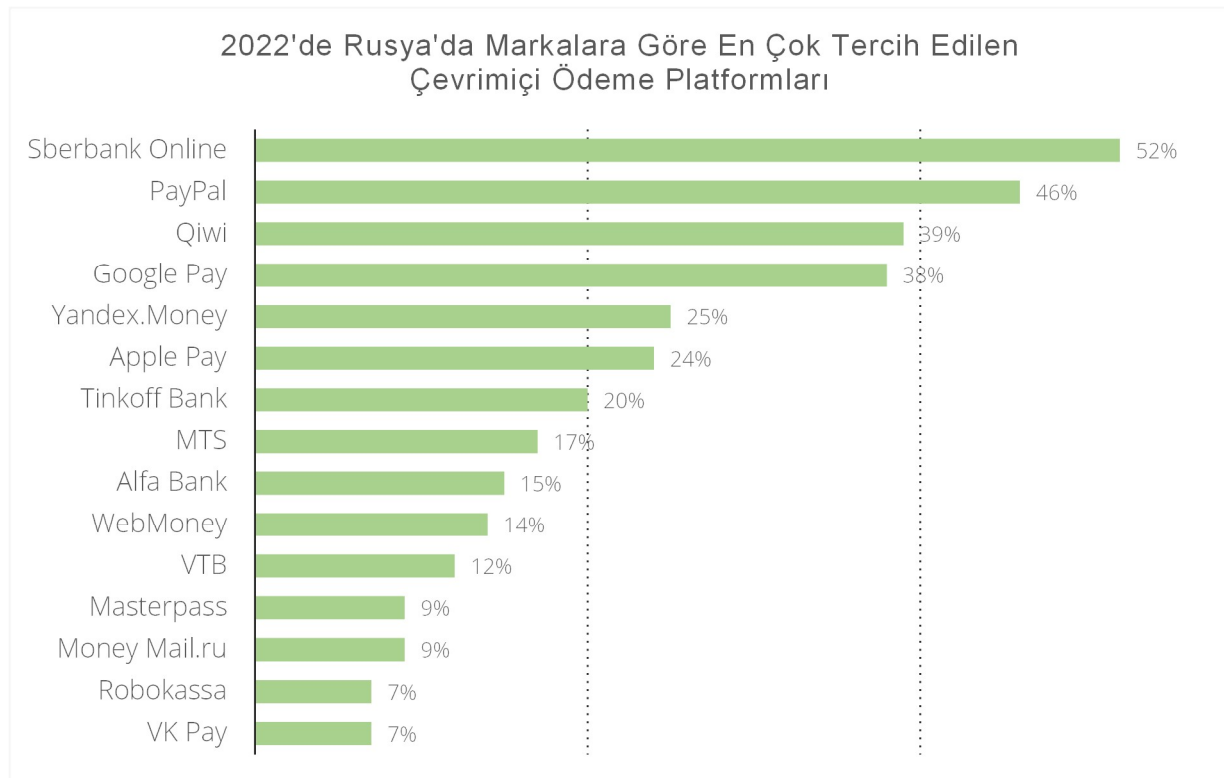
⁴¹³ [Digital 2024: The Russian Federation — DataReportal — Global Digital Insights](#) Sayfa 56

belge ile pazar yerleri ile satıcılar arasında iyi uygulama pratiklerini artıracak, tüketicinin kaliteli ürüne ulaşmasını sağlayacak ve haksız rekabetin önüne geçecek prensiplerin yaygınlaştırılması hedeflenmiştir.

Diğer taraftan, Moskova Yönetimi tarafından küçük ve orta ölçekli işletmelerin pazar yerleri üzerinden satış işlemlerinden kaynaklanan komisyon ödemelerinin %50'sini karşılayan bir destek program uygulanmaktadır. Buna ilave olarak Ekonomik Kalkınma Bakanlığı ve Ozon işbirliği yaparak Rusya Federasyonu genelinde küçük ve orta ölçekli işletmelerin pazar yerlerinde satış kapasitelerini artıracak bir programı da uygulamaya başlamışlardır.

5.22.5. DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI

Rus perakende sektöründe son yıllarda görülen önemli bir gelişme de Hızlı Ödeme Sisteminin (SBP-QR kod) kullanımının giderek yaygınlaşmasıdır. 2023 yılında bu sistem aracılığıyla 1,6 milyar satın alma işlemi yapılırken, 1,5 milyon işletme bu ödemeleri kabul etmiştir. Aynı dönemde sistem üzerinde yapılan işlem büyüklüğü 10,3 trilyon rubleye ulaşmıştır.



Kaynak: Statista (03/2023)⁴¹⁴

Ülkede tercih edilen hızlı kargo çözümlerinin arasında Boxberry, CDEK, Pickpoint, DPD, Yandex.Delivery' gelmektedir. Aynı zamanda ülkede OZON fulfillment, Wildberries fulfillment, CDEK, PickPoint, DPD sipariş karşılama hizmetleri verilmektedir.

⁴¹⁴ [Most used online payments by brand in Russia 2022 | Statista](#)

5.22.6. LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 88 (2023)⁴¹⁵

Lojistik Performans Endeksi (LPI), ülkelerin ticaret lojistiği performanslarında karşılaştıkları zorlukları ve fırsatları ve performanslarını artırmak için neler yapabileceklerini belirlemelerine yardımcı olmak amacıyla oluşturulmuş bir kıyaslama aracıdır. Bu endekste, ülkeler aldıkları puana göre aynı sırayı paylaşabilmektedir.

5.22.7. İPUÇLARI

Rusya Federasyonu e-ticaret piyasasında;

- Müşteri tercihlerine uygun ürün çeşitliliğinin sağlanabilmesi ve ürün değişim taleplerinin hızlı bir biçimde karşılanabilmesi teminen stok varlığının güçlü olması,
- Tanıtım faaliyetlerinin yerel şartlar göz önünde tutularak Rusça gerçekleştirilmesi,
- Hazırlanacak reklam stratejilerinde özellikle yerel sosyal medya ve arama motorlarının kullanılması,
- Ödeme bedellerinin kabulünde yerel paralarla işlem yapılmasına öncelik verilmesi hususlarının önem arz ettiği düşünülmektedir.

⁴¹⁵ 2023 | Logistics Performance Index (LPI) ([worldbank.org](https://www.worldbank.org))



Şili, 20,08 milyon nüfusa⁴¹⁶ ve 333,7 milyar ABD doları⁴¹⁷ gayrisafi yurt içi hasılaya sahiptir. Ülkenin e-ticaret gelirinin 2024 yılı sonunda 11.3 milyar ABD dolarına ulaşması beklenmekte olup geçtiğimiz yıla kıyasla çevrim içi satışlarda %12 oranında artış kaydedilmiştir.⁴¹⁸ B2C e-ticaretin genel perakendedeki oranı 2023 yılında %14 olarak gerçekleşmiştir.⁴¹⁹

Santiago Ticaret Odası (Cámara de Comercio de Santiago) verilerine göre, Şili'deki alanında uzmanlaşmış firmaların sayısı 15 bin civarında olup ülke genelinde sayısı yaklaşık 1.300.000 seviyesine yaklaşan toplam firmaların %55'i, büyük ölçekli firmaların %64'ü, KOBİ'lerin ve mikro ölçekli işletmelerin herbirinin %50'si e-ticaretten faydalanmaktadır. Şili'de nüfusun %91'i internet kullanırken⁴²⁰, çevrim içi alışveriş yapanların nüfusa oranı yaklaşık %52,82'dir.⁴²¹ E-ticarette mobil kullanım oranı ise 2023 yılı itibarıyla %39,2'dir⁴²².

Ülke içi ve sınır ötesi e-ticarette yaygın olarak kullanılan diller arasında İspanyolca ön sırada yer almaktadır.

Şili'de e-ticaret sektörü, son yıllardaki gelişmelerle ve özellikle Covid-19 salgının yarattığı etkilerle eşsiz bir ivmelenme yaşamıştır. 2029 yılı sonunda e-ticaret satışlarından elde edilecek gelirin, yıllık %9.7'lik bir büyüme oranı ile 18 Milyar ABD Dolarını aşması beklenmektedir. Latin Amerika ülkeleri incelendiğinde, tüm dünyada salgının başlangıcı olan 2020 yılı içerisinde e-ticaret sitelerinden alışveriş yapanların en fazla artış görüldüğü ülke Şili olmuştur.

5.22.1. PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER

Linio, Mercado Libre ve Yapo gibi pazaryerlerinin yanı sıra gıda ve hızlı tüketim ürünleri teslimatları için kullanılan Cornershop, Rappi, Uber Eats ve PedidosYa "pure online players" olarak bilinen ve yalnızca dijital ortamda varlık gösteren en çok kullanılan e-ticaret platformları arasındadır.

Bununla birlikte, Şili'de çevrimiçi satışlarda en çok aynı zamanda fiziksel mağazalar aracılığıyla satış yapan çok kanallı büyük perakende mağazalar (%66 oranında) tercih edilmekte olup onları süpermarketler (%44) ve e-ticaret pazaryerleri (%38) izlemektedir. Çevrim içi alışverişlerde tüketiciler tarafından gerek internet-sitesi güvenliği gerek sunulan dağıtım hizmetleri sebebiyle fiziki mağazalara sahip çok kanallı zincir mağazalar daha çok tercih edilmektedir. Bunlardan ülke genelinde zincir mağaza, çok katlı mağaza, süpermarket, hipermarket ağlarına sahip Falabella, Paris, Ripley, Lider ve Easy gibi çok kanallı mağazaların ürün çeşitliliği, depolama, dağıtım, lojistik, teknoloji ve marka üstünlüklerini avantaja çevirdikleri görülmektedir.

⁴¹⁶ T.C. Ticaret Bakanlığı

⁴¹⁷ T.C. Ticaret Bakanlığı

⁴¹⁸ eCommerce - Chile | Statista Market Forecast

⁴¹⁹ Chile: online share of retail sales 2021-2023 | Statista

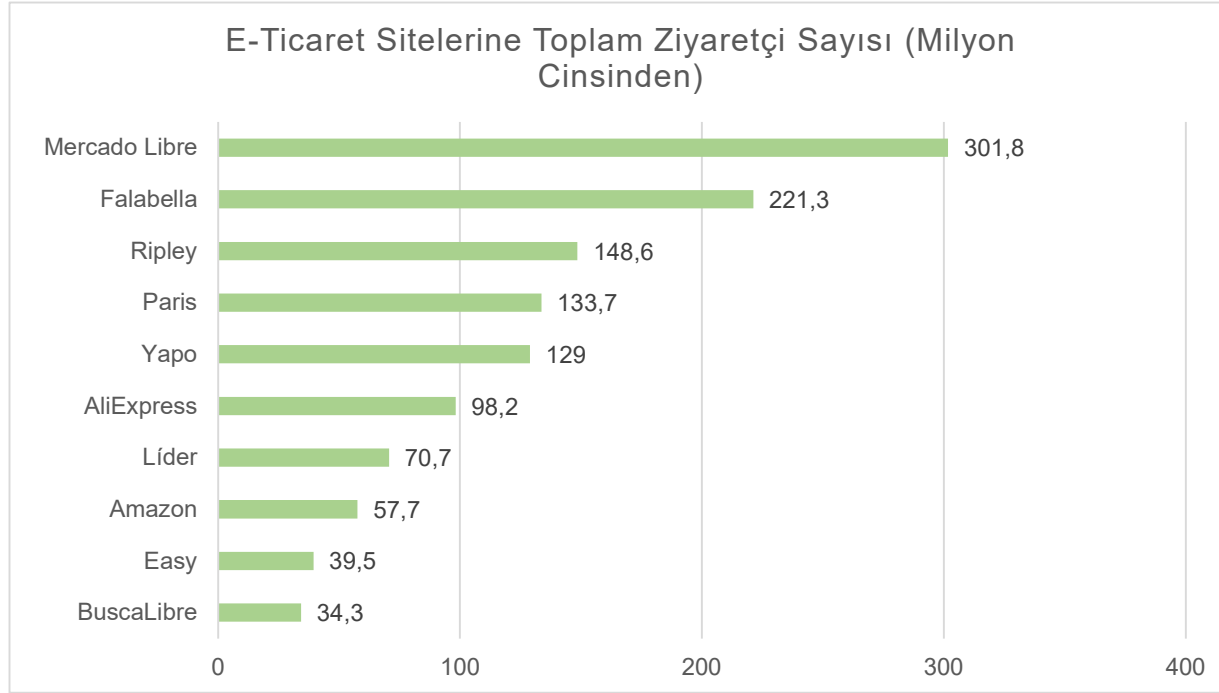
⁴²⁰ <https://datareportal.com/reports/digital-2024-chile> Sayfa 15

⁴²¹ <https://www.statista.com/forecasts/1107220/digital-buyer-penetration-in-chile>

⁴²² <https://www.statista.com/outlook/emo/ecommerce/chile#sales-channels>

Mart 2024 içerisinde Şili’de sırasıyla mercadolibre.cl 26.9 milyon, aliexpress.com 25.1 milyon, falabella.com 21.3 milyon, paris.cl 9.2 milyon, lider.cl 9 milyon, ripley.cl 8.5 tıklanmaya ulaşmıştır.⁴²³

Şili’deki çok kanallı mağazalardan, Falabella, Ripley ve Paris hemen hemen her kategoride, tüketicilere hem online hem de fiziki mağazalarında zengin bir alışveriş deneyimi sunmaktadırlar. Bu zincirler, Şili’de alışverişin kolaylık ve çeşitliliğini artırarak perakende sektörünü yenilikçi bir şekilde şekillendirmektedir.



Kaynak: Statista (2021)⁴²⁴

Mercado Libre (Arjantin) ve Walmart/Lider (ABD) yabancı aktörler olarak piyasada rekabet etmektedir. Küresel e-ticaret devleri Alibaba ve Amazon’un Şili’deki varlığı ise diğerlerine göre oldukça sınırlıdır.

Çevrimiçi alışverişlerde %52 ile giyim, %33 ile ayakkabı, %26 ile gıda, %25 ile teknoloji, %24 ile güzellik ve kişisel bakım kategorileri tüketiciler tarafından en fazla tercih edilen ilk 5 kategori arasındadır. Anneler Günü, Babalar Günü, Sevgililer Günü, Yeni Yıl (Noel) ve Siber Pazartesi (Cyber Monday) e-ticaret trafiğinin artış gösterebileceği özel günlerdir.

E-ticaret yoluyla satışları teşvik etmek üzere her yıl düzenlenen “CyberDay” ve “Cyber Monday-Siber Pazartesi” etkinliklerinde 2023 yılında satış hacmi sırasıyla 540 milyon ABD doları ve 426 milyon ABD doları düzeyinde gerçekleşmiştir. Aynı yıl itibarıyla Siber Pazartesi kapsamında e-ticaret yoluyla satışlarda en çok artış kaydeden sektörler sırasıyla çocuk-bebek, gıda-içecek, seyahat-turizm, spor ve teknoloji olmuştur. 2024 yılında e-ticaretin %32’sinin uluslararası e-ticaret platformları yoluyla yapılması beklenmektedir.

⁴²³ [Most Visited Retail Websites in Chile 2024 | Open .Trends \(semrush.com\)](#)

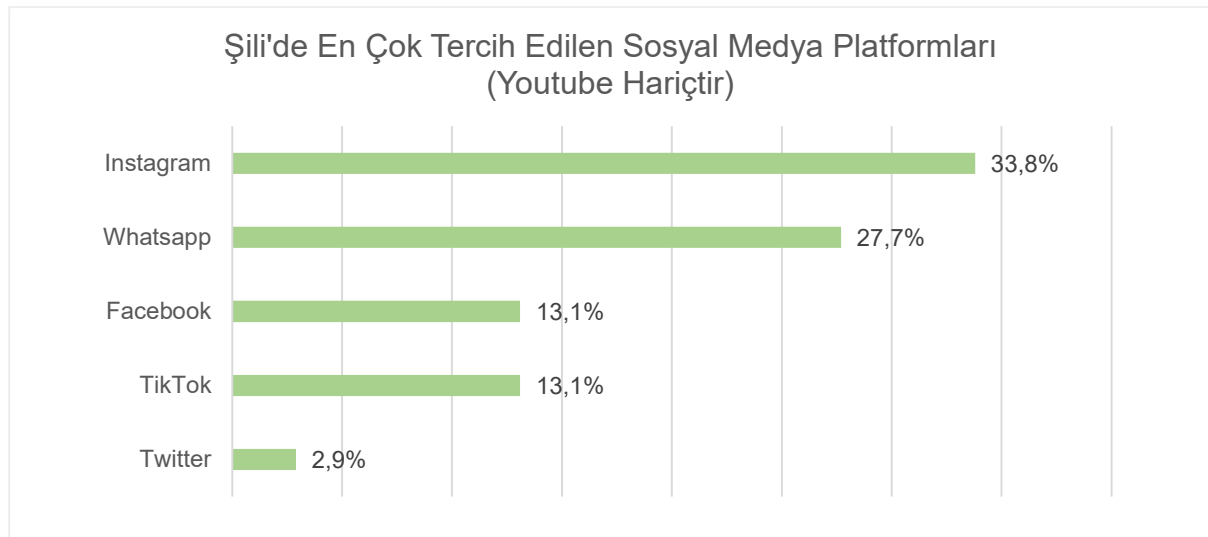
⁴²⁴ [Chile: most popular e-commerce sites | Statista](#)

5.22.2. SOSYAL MEDYA

2022 yılında Şili’de en çok tercih edilen sosyal medya platformları sırasıyla Instagram, Whatsapp, Facebook, TikTok ve Twitter’dir.Ülkede sosyal medya kullanıcısı, 2023 yılında 17,57 milyon olup⁴²⁵, geçirilen günlük ortalama süre 3 saat 22 dakikadır.⁴²⁶

Santiago Ticaret Odası E-Ticaret Komitesi verilerine göre Şili’de toplam online satışların %79’u mağazaların websitelerinden, %42’si mağazaların mobil uygulamalarından, %18’i üçüncü taraf uygulamalardan, %16’sı doğrudan sosyal medya platformu üzerinden ve %14’ü mağazanın yönlendirdiği sosyal medya ağı üzerinden gerçekleştirilmektedir.

Şili’de son yıllarda en fazla büyüme gerçekleştiren sosyal medya platformu TikTok olmuştur. Kullanıcıların %55’i TikTok içeriklerinin kendilerini markaların önerdiği ürünleri satın almaya motive ettiğini, %63’ü ise Black Friday, Siber Pazartesi gibi etkinlik dönemlerinde TikTok üzerinde karşısına çıkan ürünleri almaya istekli olduklarını ifade etmişlerdir. Şili’de çevrimiçi satış yapan firmaların sosyal medyadan faydalanma düzeyi ortalama olarak %33’tür. En fazla gıda-içecek sektöründe sosyal medya kullanımı yaygın (%50) olup bunu giyim ve ayakkabı sektörü (%33) izlemektedir.



Kaynak: We Are Social: Digital 2023⁴²⁷

5.23.3. GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ

Hâlihazırda Şili’de 41 ABD dolarına kadar olan gayri ticari nitelikteki ürünlerde KDV ve gümrük muafiyeti uygulanmaktadır. Şili’de uygulanan KDV oranı %19’dur. Vergi mevzuatında yapılan bir değişiklik ile 1 Haziran 2020 tarihi itibarıyla ulusal sınırlar içerisinde kullanılmak üzere, KDV ödemeyen gerçek veya tüzel kişilere uzaktan hizmet sağlayan, Şili’de yerleşik olmayan yabancı tedarikçilere aylık veya üç aylık dönemlerde, bulunacakları beyana göre %19 oranında KDV ödeme yükümlülüğü getirilmiştir.

Şili ile ülkemiz arasında 14 Temmuz 2009 tarihinde serbest ticaret anlaşması (STA) imzalanmış olup, Anlaşma 1 Mart 2011 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Büyük oranda ithalata dayalı bir ekonomisi olan Şili, imzaladığı yaygın STA’lar ağıyla dışa açık ve yabancı sermaye girişinin kolay olduğu bir ülkedir.

⁴²⁵ [Chile: number of social media users 2029 | Statista](#)

⁴²⁶ [Digital 2024: Chile — DataReportal — Global Digital Insights](#)

⁴²⁷ [Digital 2024: Chile — DataReportal — Global Digital Insights](#)

Son yıllarda başlıca ticari partnerleri ile modernize ettiği STA'larda, yalnızca mal ve hizmet ticareti değil aynı zamanda e-ticaret, ticarete teknik engeller, bitki ve hayvan sağlığı, rekabet, kamu ihaleleri, hizmetler, yatırımlar, iletişim, finansal hizmetler, çevre, istihdam ve fikri mülkiyet gibi çok kapsamlı fasıllar bulunmaktadır.

Şili İthalat Mevzuatı uyarınca genel olarak ithalatı yasak olan ürünler (asbest içeren ürünler, kullanılmış araçlar, toksik madde içeren ürünler, insan sağlığı açısından kullanımı sakıncalı olabilecek ürünler gibi) ilave olarak sahte ürünler, yasadışı ve toksik maddeler, havai fişekler, arkeolojik parçalar, koruma altındaki türler ve Şili tarafınca izin verilmemiş gıda ürünleri ve ilaçlar haricinde her ürünün e-ticaret yoluyla ithali mümkündür.

Gümrük uygulamaları hakkında daha detaylı bilgi için raporun "*Ülke Gümrük Uygulamaları*" bölümünü inceleyebilirsiniz.

5.23.4. E-TİCARETE İLİŞKİN ÜLKE ÖZELİNDE DÜZENLEMELER

Ülkenin dijital ekonomisinin büyümesini ve gelişmesini teşvik ederken tüketicilerin korunmasını sağlamayı amaçlayan e-ticaret için çeşitli kurallar ve düzenlemeler uygulamaya konmuştur. Şili hükümeti, e-ticaretin ülkenin ekonomisi açısından sahip olduğu öneminin farkındadır. Bu nedenle işletmeler ve tüketiciler için elverişli bir ortam yaratmak üzere çeşitli adımlar atmıştır.

Şili'nin e-ticaret düzenlemelerinin ana hedeflerinden biri, tüketicileri dolandırıcılık ve diğer suistimal türlerinden korumaktır. Hükümet, çevrim içi işlemlerin güvenliğini sağlamak için, işletmelerin güvenli ödeme sistemleri kullanmalarını ve kişisel bilgileri korumalarını zorunlu kılmak gibi önlemler almıştır.

Yeni teknolojilerin geliştirilmesi ve kullanımının yaygınlaştırılması konusunda proaktif bir anlayış içinde olan ülke; dijital alt yapının geliştirilmesi, bilgi teknolojisinin kapsayıcı ve sürdürülebilir bir şekilde, özel sektör ve kamuda kullanımının yaygınlaştırılması konusunda önemli adımlar atmıştır. 2019 yılında yürürlüğe konulan Devletin Dijital Dönüşüm Yasası ile kamu hizmetlerinin azami düzeyde elektronik ortamda vatandaşlara sunulmasıyla şeffaflık, verimlilik, hız ve güvenin sağlanması hedeflenmiştir. Ülkenin teknolojik altyapısındaki gelişmelere paralel olarak özellikle pandemi döneminde değişen tüketim alışkanlıkları ve tüketici tercihlerinin de etkisiyle Şili'de e-ticaret hızla gelişme kaydetmektedir. Ülke, e-ticaret yoluyla yapılan toplam perakende satış oranını, ABD, Birleşik Krallık ve Almanya gibi ülkelerdeki %15 barajının üzerine çıkarmayı hedeflemektedir.

Şili'de e-ticarete yönelik çalışmalar ile e-ticaretin yaygınlaştırılmasına yönelik faaliyetler ağırlıklı olarak Santiago Ticaret Odası E-Ticaret Komitesince yürütülmektedir. Komite ayrıca, özellikle KOBİ ve mikro ölçekli işletmelere yönelik e-ticaret konusunda bilgilendirici eğitimler ve seminerler düzenlemektedir. Komite tarafından organize edilen başlıca e-ticaret etkinlikleri arasında Auto Day, Black Friday, Cyber Monday, Ecommerce Day, Ecommerce Innovation Summit, Fashion Online, Fashion Sale, Marketplaae Point Chile ve Travel Sale gelmektedir (<https://www.ecommerceccs.cl/quienes-somos/>)

Şili İhracat Destek Ajansı ProChile, 2018 yılında e-ticaret konusunda da bir birim oluşturmuş olup e-ticaret yoluyla ihracatın artırılması konusunda "e-commerce exporta" mekanizması aracılığıyla, Şilili ihracatçı firmaların e-ihracat kapasitelerini artırmaya yönelik teşvik ve desteklerde bulunmaktadır. (<https://www.prochile.gob.cl/herramientas/ecommerce>).

5.23.5. DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI

Santiago Ticaret Odasına göre, Şili’de 2024 itibari ile çevrimiçi satışlarda en fazla tercih edilen ödeme yöntemleri sırasıyla debit kart (%45), kredi kartı (%20), alışveriş merkezlerinin özel kartları (%10), banka transferi (%7), nakit (%6), çevrimiçi ödeme sistemleri (%5), ön ödemeli kartlar (%5) ve dijital cüzdan (%2) olmuştur.

Yaygın kullanılan dijital cüzdan ve çevrim içi ödeme sistemleri MACH, Fpay Mercado Pago, Paypal, Webpay, Red Compra, Flow, PayU, Khipu’dur.

Şili’de online alışverişlerde en yaygın kullanılan hızlı kargo firmaları Correos de Chile (Ulusal Posta İdaresi), DHL Express, FedEx, UPS, Chileexpress, Chilebox, Bluexpress, Starken, Shipit, Liberty Express’tir. Ayrıca, çok kanallı mağazalar tarafından çevrim içi sipariş verilmiş ürünlerin mağazadan teslim alınmasına ilişkin geliştirilen hibrit model olan Click & Collect gibi bir uygulama da mevcuttur. 2024 itibariyle, online satışlarda adrese teslim seçeneğini tercih oranı %59 iken çok kanallı mağazadan bizzat teslim alma seçeneğini tercih oranı %41’dir.

Şili’de, ülke dışındaki sitelerden yapılan çevrim içi alışverişlerde kredi kartları da kullanılabilmekte, olup işlemler ABD doları veya yerel para birimi cinsinden işlenmektedir.

5.23.6. LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 61 (2023)⁴²⁸

Lojistik Performans Endeksi (LPI), ülkelerin ticaret lojistiği performanslarında karşılaştıkları zorlukları ve fırsatları ve performanslarını artırmak için neler yapabileceklerini belirlemelerine yardımcı olmak amacıyla oluşturulmuş bir kıyaslama aracıdır. Bu endekste, ülkeler aldıkları puana göre aynı sırayı paylaşabilmektedir.

5.23.7. İPUÇLARI

Şili’de e-ticaret satışlarının büyük çoğunluğu çok kanallı mağazalara ait platformlar üzerinden gerçekleştiğinden, hafif ürünlerin iadesi bu markaların fiziksel şubelerinden, ağır ürünlerin iadesi ise kapıdan alınma şeklinde yapılmaktadır. Faaliyetlerini sadece dijital olarak yürüten firmaların iadesi ise kargo şubelerine teslimat yöntemiyle gerçekleştirilmektedir.

Santiago Ticaret Odası (Cámara de Comercio de Santiago) E-Ticaret Komitesi tarafından Nisan 2024’de yapılan bir çalışmaya göre Şili’de çevrim içi alışverişte etkili olan unsurların başında uygun fiyat/indirim seçeneği (%51), hızlı gönderi (%33), stok durumu (%31), iade/değişim kolaylığı (%29), doğru ürün gönderimi (%27), kalite (%26) gelmekte olup ürün çeşitliliği, farklı teslim seçenekleri, platformun kullanım kolaylığı ve ödeme yöntemleri de çevrimiçi alışverişlerde alım kararlarını etkilemektedir. Şili’de online alışverişlerin %55’i halihazırda kadınlar tarafından gerçekleştirilmektedir. Yaş dağılımlarına bakıldığında ise online alışveriş yapanların büyük çoğunluğu (%32) 26-40 yaş arasında olup ikinci sırada 41-55 yaş aralığı (%31) gelmektedir.⁴²⁹

Şili pazarına girişte, markalı firmalarımızın öncelikli olarak çok kanallı satış ağına sahip firmalar ile çalışması yerinde olacaktır. Bu bağlamda, Falabella, pazara girişte önemli bir kanal konumundadır.

⁴²⁸ 2023 | Logistics Performance Index (LPI) (worldbank.org)

⁴²⁹ Cámara de Comercio de Santiago prevé crecimiento del 8% en el comercio electrónico durante 2024 – Cámara de Comercio de Santiago – CCS

Bununla birlikte, Şili’de çok kanallı satış ağına sahip Falabella, Ripley, Paris gibi pazaryerlerinde çevrim içi satışa başlamak için Şili’de yerel şirket kurulması zorunludur.

Mobil cihaz kullanım oranı ve ülkenin internetin yaygın ve hızlı kullanımına yönelik yatırımları dikkate alındığında, e-ticaretin gelişiminin hızlı olacağı aşikârdır. Ookla Speedtest tarafından 2024 yılı ilk çeyreği itibari ile ilan edilen küresel ölçümlere göre Şili, sabit geniş bant hızında Singapur, Hong Kong ve İzlanda’nın ardından 4. sırada gelmiştir (263.63 mb/s). 5G teknolojisinde Latin Amerika’nın öncü ülkesi olan Şili’de fiberoptik altyapı kapsamının genişletilmesi çalışmaları hızla devam etmektedir. Firmalarımızın iki ülke arasındaki STA’yı değerlendirerek ve öncelikli olarak Şili ve diğer Latin Amerika ülkelerini hedefleyerek lojistik ve satış ağlarını bu ülkede kurgulamalarının yararlı olacağı değerlendirilmektedir.

2024 yılı verilerine göre; Tayland, 70,26 milyon nüfusa⁴³⁰ ve 548,89 milyar ABD doları⁴³¹ gayrisafi milli hasılaya sahiptir. Nüfusun %76,54'ü internet kullanmaktadır.⁴³² E-ticaret kullanım oranı ise %27,6⁴³³ olan ülkenin 2022 yılı e-ticaret hacmi 23,40 milyar ABD doları olarak gerçekleşmiştir.

Buna ek olarak, 2023 yılı için Dijital ödeme sistemlerin kullanma oranı %43,89'dur.⁴³⁴ En çok kullanılan mobil cüzdan %52,6'lık oranla TrueMoney'dir.⁴³⁵

5.24.1. PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER

Ülkede önde gelen e-ticaret pazaryerleri arasında sırasıyla Shopee, Lazada Tayland, Taobao, Tmall'dır. Bahse geçen pazaryerlerin Pazar payları şu şekildedir; Shopee (%50,58) Lazada (%33,87), Taobao (%7,26) & Tmall (%4,17)⁴³⁶ Lüks tüketimde ise AVM'lerin dijital platformları tercih edilmektedir.

Tayland'da her ay ve günün aynı olduğu günlerde (1 Ocak, 2 Şubat vb.) ve her şubat ayı Çin Yeni Yılı ve Sevgililer Günü kapsamında kampanyalar ve alışveriş festivalleri düzenlenmektedir. JIB, Advice, Power Buy ise çok kanallı önemli zincir mağazalardır. Ülkede birçok alışveriş festivali bulunmakta olup en yüksek e-ticaret satış hacmine; Yeni Ay Yılı (Çin Yılbaşı) ve 11.11 Günü gibi özel günler kapsamında yapılan alışveriş etkinliklerinde ulaşılmaktadır.

Tayland'daki çok kanallı mağazalar; Central Department Store'un moda ve lüks ürünleri, PowerBuy'un teknoloji ürünleri, Tops Market'in gıda seçenekleri ve HomePro'nun ev geliştirme malzemeleri ile tüketicilere hem online hem de mağazalarda alışveriş imkanı sunmaktadır. Bu zincirler, Tayland'da alışveriş deneyimini kolaylaştırıp çeşitlendirmektedir.

5.24.2. SOSYAL MEDYA

Ülkede sosyal medya kullanımı oldukça yaygındır. 2023 yılında, ülke nüfusunun %72,8'i sosyal medya kullanmaktadır.⁴³⁷ Hâlihazırda Line, Facebook, Youtube, Instagram olmak üzere çeşitli sosyal medya platformları tercih edilmektedir. Sosyal medyada geçirilen günlük ortalama süre, 2 saat 31 dakikadır.⁴³⁸ Bununla birlikte en popüler sosyal medya platformları Facebook, TikTok, Line, Instagram ve FB Messenger'dır.

⁴³⁰ T.C. Ticaret Bakanlığı

⁴³¹ T.C. Ticaret Bakanlığı

⁴³² Thailand: internet penetration rate 2020-2029 | Statista

⁴³³ eCommerce - Thailand | Statista Market Forecast

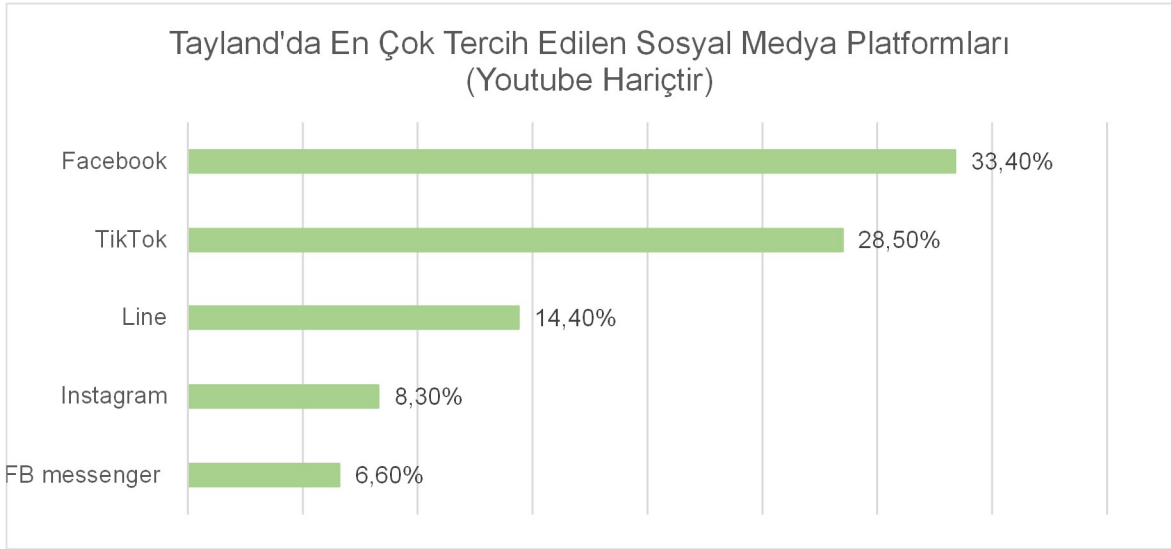
⁴³⁴ Thailand: digital payments penetration rate 2019-2028 | Statista

⁴³⁵ Thailand: popular e-wallet market share 2023 | Statista

⁴³⁶ Top online marketplaces in Thailand by GMV | ECDB.com (ecommercedb.com)

⁴³⁷ Social media penetration rates in Southeast Asia 2023 | Statista

⁴³⁸ Digital 2024: Thailand — DataReportal — Global Digital Insights



Kaynak: We Are Social: Digital 2024⁴³⁹

5.24.3. GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ

Tayland'da bireysel gönderilerde gümrük vergisi muafiyeti bulunmakta olup mevcut gümrük vergisi muafiyeti yaklaşık 40 ABD doları (1500 Baht) civarındadır. Bireysel gönderiler için bir limit bulunmamaktadır. Mayıs 2024 itibariyle posta yoluyla gönderilen ithal mallar için malların değerine bakılmaksızın katma değer vergisi (KDV) tahsilatı uygulanmaktadır. Uygulanan KDV oranı %7'dir.

Gümrük uygulamaları hakkında daha detaylı bilgi için raporun "*Ülke Gümrük Uygulamaları*" bölümünü inceleyebilirsiniz.

5.24.4. E-TİCARETE İLİŞKİN DÜZENLEMELER

Tayland hükümeti, e-ticaretin ülke ekonomisi için öneminin farkındadır ve tüketicileri korurken sektörün büyümesini ve gelişmesini teşvik etmeyi amaçlayan çeşitli kural ve düzenlemeleri de uygulamaya koymaktadır.

Tüketicinin Korunması uygulaması, tüketicileri e-ticaret pazarındaki dolandırıcılık ve diğer suistimal türlerinden korumaktan sorumludur. Bu, çevrim içi işlemlerin güvenliğini sağlamak ve kişisel bilgileri korumak için önlemlerin uygulanmasını içermektedir.

Tayland'da e-ticaretin büyümesini desteklemek için hükümet, sektöre yatırım yapan işletmelere vergi teşvikleri sağlamaktadır. Bu, e-ticaret hizmetleri sağlayan şirketler veya mal veya hizmet satmak için e-ticaret platformlarını kullanan bireyler için vergi indirimlerini de içerebilmektedir.

E-Ticaret Master Planı, Tayland'daki e-ticaretin teşviki ve genişletilmesine yönelik kapsamlı bir stratejidir. Plan, işletmelerin ve tüketicilerin e-ticaret kullanımını artırmayı, dijital altyapıyı geliştirmeyi, küçük ve orta ölçekli işletmelere (KOBİ'lere) eğitim ve destek sunmayı amaçlamaktadır.

Tayland E-Ticaret Ofisi, e-ticaret operasyonlarını genişletmek isteyen işletmeler için bir hükümet birimidir. Ofis, işletmelere eğitim, danışmanlık ve finansman desteği sunmakta; böylelikle işletmelerin hızla büyümelerini ve e-ticaret sunumlarını genişletmeyi kolaylaştırmaktadır.

⁴³⁹ [Digital 2024: Thailand — DataReportal — Global Digital Insights](#)

E-Ödeme Tanıtım Programı, Tayland'daki elektronik ödeme sistemlerinin kullanımını teşvik etmelerine, işletmelere e-ödeme sistemlerini benimsemelerine ve e-ticaret operasyonlarını geliştirmelerine yardımcı olmayı amaçlamaktadır. Ayrıca, tüketicilerin de e-ödeme yöntemlerini benimsemelerini teşvik etmekte ve güvenli e-ticaret alışverişi yapmalarına olanak tanımaktadır.

E-Ticaret Eğitimi ve Desteği ile hükümet, e-ticareti güçlendirmek için eğitim ve destek programları düzenlemektedir. Bu programlar, işletmelerin e-ticaret iş modelini anlamalarına, çevrim içi satışlarını artırmalarına, internet sitelerinin tasarımı ve optimizasyonu gibi konulara odaklanmaktadır.

5.24.5. DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI

Tayland'ın lojistik altyapısı da e-ticaret potansiyeline paralel olarak gelişmekte ve Fedex, UPS vb. küresel firmaların bu yönde yatırımları bulunmakta olup, ülkede kullanılan Line, True Wallet, Promptpay önemli dijital ödeme sistemleri; DHL, UPS, FedEx, Kerry Express ve TNT ise hızlı kargo çözümleridir. Kerry Express sipariş karşılama hizmetleri de vermektedir. Ayrıca Flash Fulfillment, Integrated Logistics Services, MyCloud Fulfillment ülkedeki diğer sipariş karşılama hizmetleri veren firmalardır.

5.24.6. LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 34 (2018)⁴⁴⁰

Lojistik Performans Endeksi (LPI), ülkelerin ticaret lojistiği performanslarında karşılaştıkları zorlukları ve fırsatları ve performanslarını artırmak için neler yapabileceklerini belirlemelerine yardımcı olmak amacıyla oluşturulmuş bir kıyaslama aracıdır. Bu endekste, ülkeler aldıkları puana göre aynı sırayı paylaşabilmektedir.

5.24.7. İPUÇLARI

Ürünlerin tescilleri, teknik şartlar ve gümrük koşulları firmalarımız için dezavantaj oluşturmaktadır. E-ticaret yapmak isteyen firmalarımızın, Tayland'da şirket kurma veya pazaryerlerine satış yapan dağıtıcılar ile ülkeye girme imkânlarının araştırmasında yarar bulunmaktadır. Ancak, KDV oranının düşük olması sebebiyle sınır ötesi e-ticaret konusunda Endonezya, Filipinler ve Vietnam'a göre daha liberal olduğunu söylemek mümkündür.

Tayland'daki sınır ötesi e-ticaret pazarı, 10,6 milyar ABD doları büyüklüğünde olup Tayland'ın toplam e-ticaret hacminin büyük bir bölümünü oluşturmaktadır. Çevrim içi tüketicilerin yarısı daha önce yurt dışından alışveriş yapmıştır. Tayland'da her yıl 30 milyondan fazla koli ithalatı yapıldığı ve bunun yarıdan fazlasının CIF değerinin 1.500 Baht'ı aşmayan ürünler olduğunu iddia edilmektedir. Alışveriş yapılan ilk üç pazar sırasıyla Çin, Japonya ve ABD'dir. Tayland'ın Çinli ürünlere olan talebini karşılamak amacıyla, Çin'li dev e-ticaret şirketi JD.com 2021 yılında özel bir kargo uçuş rotası başlatarak iki ülke arasında iki ila üç günlük ürün teslimatı sağlamıştır.

⁴⁴⁰ 2023 | Logistics Performance Index (LPI) (worldbank.org)



Vietnam'ın nüfusu 100,7 milyon⁴⁴¹ kişi olup, gayrisafi yurt içi hasılası ise 465,8 milyar ABD doları⁴⁴² seviyesine ulaşmıştır.

Ülkenin e-ticaret hacmi, 2023'de 20,5 milyar ABD dolarına ulaşmıştır.⁴⁴³ 2023 yılında genel perakende satışlarının %6,8'ini oluşturmuştur.⁴⁴⁴ Nüfusun %21,3'ü e-ticaret müşterisi olup⁴⁴⁵, kişi başı ortalama e-ticaret harcaması yaklaşık 696,9 ABD dolarıdır.⁴⁴⁶

5.25.1. PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER

Ülkede yaygın olarak kullanılan e-ticaret pazaryerleri arasında Shopee, Lazada, Tiki, Taobao ve Tmall'dır. Shopee %58,27, Lazada %13,48, Tiki %11, Taobao %8,25 ve Tmall %6,54 pazar paylarına sahiptir.⁴⁴⁷

TikTok Shop, Lazada, Tiki ve Sendo ve Adayroi öne çıkmaktadır. The Gioi Di Dong, FPT ise önemli çok kanallı mağaza zincirleridir. Yeni Yıl, Kara Cuma, Bekârlar Günü ve Vietnam Yeni Yılı (Tet Bayramı) ülkenin başlıca alışveriş festivalleri arasındadır.

Vietnam'daki çok kanallı mağazalar, Shopee Vietnam'ın çevrimiçi geniş ürün yelpazesi, The Gioi Di Dong'un teknoloji ve elektronik alanındaki liderliği, VinMart ve Saigon Co.op Mart'ın gıda ve günlük ihtiyaçlar konusundaki zengin seçenekleri, ve Circle K Vietnam'ın 24 saat hizmet veren konforlu alışveriş imkanı ile tüketicilere hem online hem de fiziksel alışveriş deneyimi sunmaktadır. Bu zincirler, Vietnam'da alışveriş kolaylığı ve çeşitliliğini artırmaktadır.

5.25.2. SOSYAL MEDYA

Statista 2023 verilerine göre ülkede 70 milyon aktif sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır.⁴⁴⁸ En çok kullanılan sosyal medya platformları; Facebook, Zalo, TikTok, FB Messenger ve Instagram'dır.

⁴⁴¹ T.C. Ticaret Bakanlığı

⁴⁴² T.C. Ticaret Bakanlığı

⁴⁴³ Vietnam: e-commerce market value 2023 | Statista

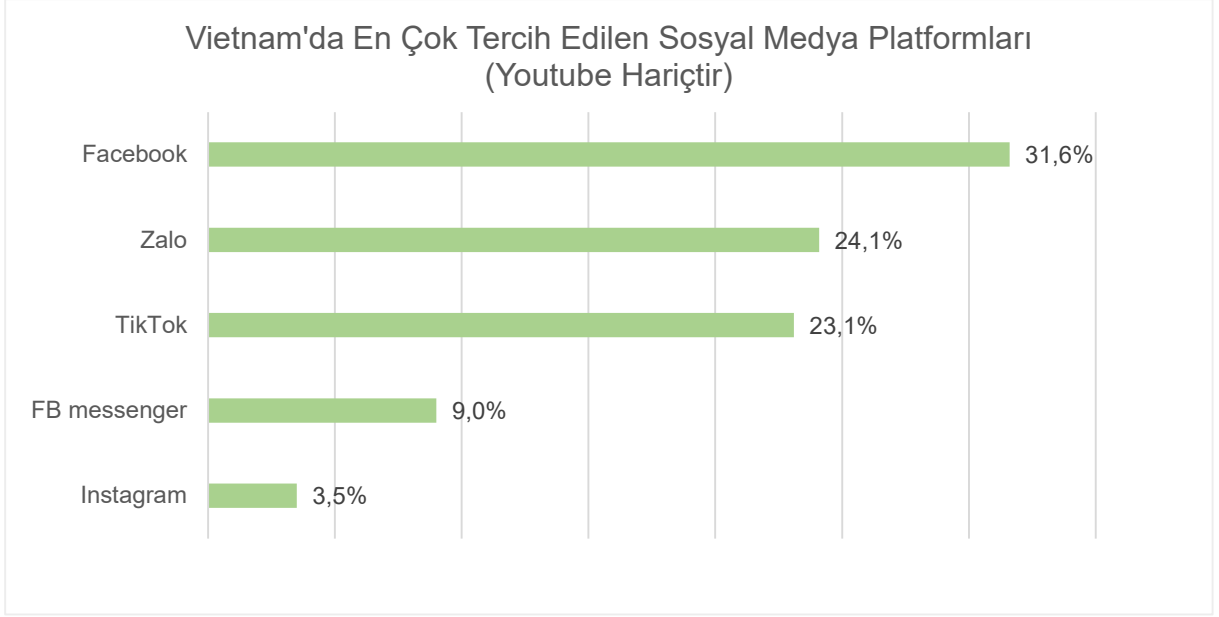
⁴⁴⁴ <https://ecommercedb.com/markets/vn/all>

⁴⁴⁵ eCommerce - Vietnam | Statista Market Forecast

⁴⁴⁶ eCommerce - Vietnam | Statista Market Forecast

⁴⁴⁷ Top online marketplaces in Vietnam by GMV | ECDB.com (ecommercedb.com)

⁴⁴⁸ APAC: number of social media user accounts by country 2024 | Statista



Kaynak: We Are Social: Digital 2024⁴⁴⁹

5.25.3. GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ

Ülkede bireysel gönderiler için bir limit bulunmamaktadır. Uygulanan KDV oranı ise %10'dur.

Gümrük uygulamaları hakkında daha detaylı bilgi için raporun "*Ülke Gümrük Uygulamaları*" bölümünü inceleyebilirsiniz.

5.25.4. E-TİCARETE İLİŞKİN DÜZENLEMELER

E-ticarete ilişkin düzenlemeler aşağıda yer almaktadır:

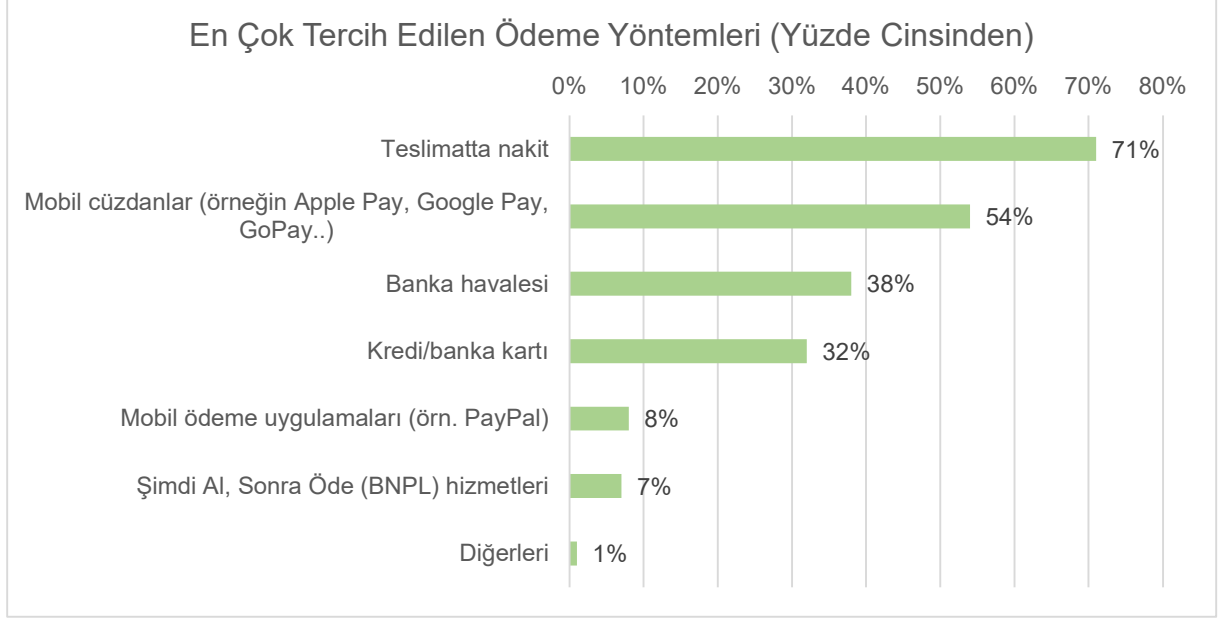
- 1 Temmuz 2024'te yürürlüğe girecek olan değiştirilmiş E-Ticaret Kanunu (No. 20/2023/QH15);
- 52/2013/ND-CP sayılı E-Ticaret konulu Hükümet Kararı
- 52/2013/ND-CP sayılı Hükümet Kararında Değişiklik Yapılmasına Dair 85/2021 Sayılı Hükümet Kararı
- Vietnam Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın E-Ticaret Sitelerinin Yönetimine İlişkin 47/2014 sayılı Genelgesi
- Vietnam Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın Mobil cihazlardaki uygulamalar üzerinden e-ticaret faaliyetlerinin yönetimine ilişkin 59/2015 sayılı Genelgesi
- Vietnam Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın 47/2014 ve 59/2015 sayılı Genelgelerinde Değişiklik Yapılmasına Dair 01/2022 Sayılı Genelgesi

detaylı olarak incelenebilir.

⁴⁴⁹ [Digital 2024: Vietnam — DataReportal – Global Digital Insights Sayfa 59](#)

5.25.5. DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI

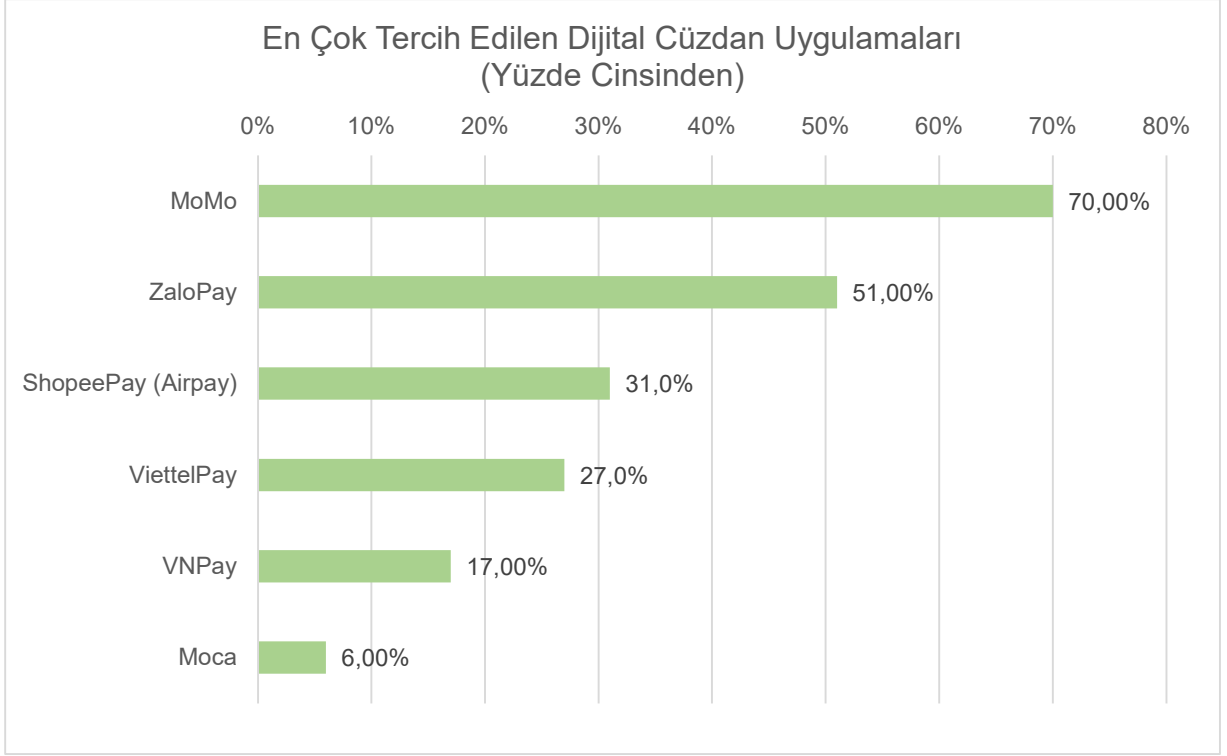
Statista verilerine göre, Vietnam’da 2021 yılında en çok tercih edilen ödeme yöntemleri sırasıyla kapıda nakit, dijital cüzdan, yerel ATM kartları ve kredi kartlarıdır.



Kaynak: Statista (07/2022)⁴⁵⁰

Statista 2022 verilerine ve Robocash Group’un 2022 raporuna göre, en yaygın e-cüzdan uygulamaları Momo, Viettel Pay, Zalo Pay, Shopee Pay ve VNPT Pay’dır.

⁴⁵⁰ [Vietnam: online shopping payment methods 2022 | Statista](#)



Kaynak: Statista (12/2023)⁴⁵¹

DHL, Loship, J&T Express, Giao Hang Nhanh (GHN), Giao Hang Tiet Kiem (GHTK), Nhat Tin Logistics hızlı kargo çözümleri sunan firmalar arasındadır. Ayrıca GHN, GHTK, Nhat Tin Logistic sipariş karşılama hizmetleri de vermektedir.

5.25.6. LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 43(2023)⁴⁵²

Lojistik Performans Endeksi (LPI), ülkelerin ticaret lojistiği performanslarında karşılaştıkları zorlukları ve fırsatları ve performanslarını artırmak için neler yapabileceklerini belirlemelerine yardımcı olmak amacıyla oluşturulmuş bir kıyaslama aracıdır. Bu endekste, ülkeler aldıkları puana göre aynı sırayı paylaşabilmektedir.

5.25.7. İPUÇLARI

Ürünlerin tescilleri, teknik şartlar ve gümrük koşulları firmalarımız için dezavantaj oluşturmaktadır. E-ticaret yapmak isteyen firmalarımızın, Vietnam'da şirket kurma veya pazaryerlerine satış yapan dağıtıcılar ile ülkeye girme imkânlarının araştırılmasında yarar bulunmaktadır.

Amazon Global, Alibaba ve Voso gibi platformlar Vietnam'da yerleşik KOBİ'lerin mallarını küresel pazara aktarmaktadır.

Vietnam'da son yıllarda pandeminin de hızlandırıcı etkisiyle e-ticaret güçlü bir artış göstermiş ve son 5 yılda e-ticaret kullanım oranı nüfusun %28'inden %60'ına yükselmiştir. 2025'e kadar da bu oranın %70'i aşması beklenmektedir. Ülkenin e-ticaret pazarı brüt mal hacminin 2021'de 13 milyar ABD dolarına ulaşarak dijital ekonominin toplam değerinin %62'sini oluşturduğu tespit edilmiştir. 2025 yılına gelindiğinde ise %200 büyümeye göstererek 39 milyar ABD dolarına ulaşacağı tahmin

⁴⁵¹ [Vietnam: most popular e-wallet brands 2023 | Statista](#)

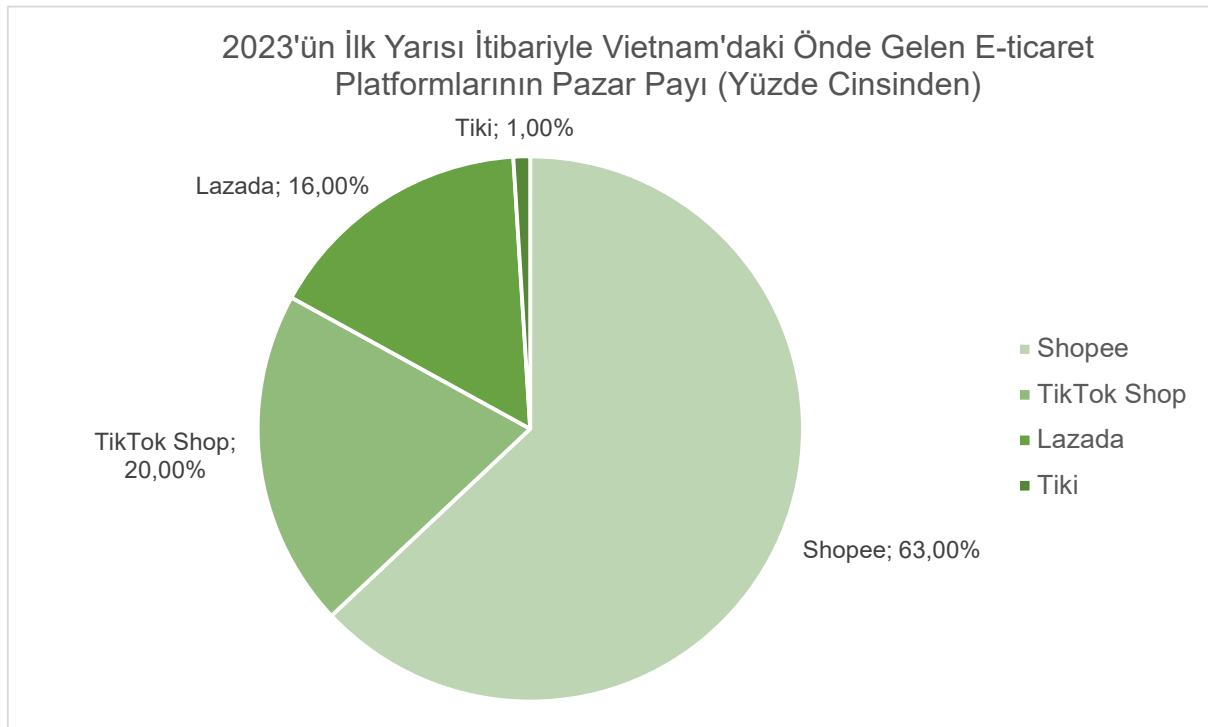
⁴⁵² [2023 | Logistics Performance Index \(LPI\) \(worldbank.org\)](#)

edilmektedir. Bu veriler ışığında Vietnam'ın e-ticaret piyasasının ASEAN ülkeleri arasındaki emsalleriyle yarışır noktaya vardığını görmek mümkündür. 60 milyon çevrim içi alışveriş yapan kişi sayısı ve yılda ortalama 260- 285 ABD doları harcama miktarı ile Endonezya'dan sonra bölgenin en büyük ikinci e-ticaret pazarı haline gelmiştir. Artan internet erişimi, akıllı telefonların daha fazla benimsenmesi ve çevrim içi alışverişe artan güven ile Vietnam e-ticaret pazarının önümüzdeki dönemde de muazzam bir şekilde büyümeye devam etmesi beklenmektedir.

Tüm bu olumlu gelişmelerin yanı sıra, ülkedeki e-ticaret oyuncularını, özellikle lojistik, fiyatlandırma ve ürün algısında zorluklarla da karşılaşmaktadır. Temel sorunlardan biri, ortalama 5 güne varan uzun teslimat süreleridir. Bunların yanı sıra taklit mallar, fikri mülkiyet haklarının ihlali ve yasaklı malların satışı nedeniyle de sektöre yatırım yapan firmalar zarar görmektedir. Vietnamlı tüketicileri çevrim içi alışveriş yapmaktan caydıran faktörler ise, reklamda gördükleri ve satın aldıkları ürünlerin farklı olması, kişisel verilerin açığa çıkma korkusu ve yüksek nakliye maliyetleridir.

Vietnam hükümetinin ekonominin dijital dönüşümüne yönelik bağlılığını gösteren bir yol haritası benimsemiş olması ülkede e-ticaretin gelişimini aktif olarak yönlendirse de sektördeki mevcut yabancı yatırımcılar ve yeni giriş yapmak isteyen firmaların riskleri ve zorlukları anlamak için gerekli özeni göstermeleri tavsiye edilmektedir.

E-ticarete ilişkin platformların pazar payları incelendiğinde ise Statista verilerine göre 2023 yılında %63'lük oranla Shopee ön plana çıkmakta; ikinci sırada %20 ile TikTok Shop yer almaktadır.



Kaynak: Statista (07/2023)⁴⁵³

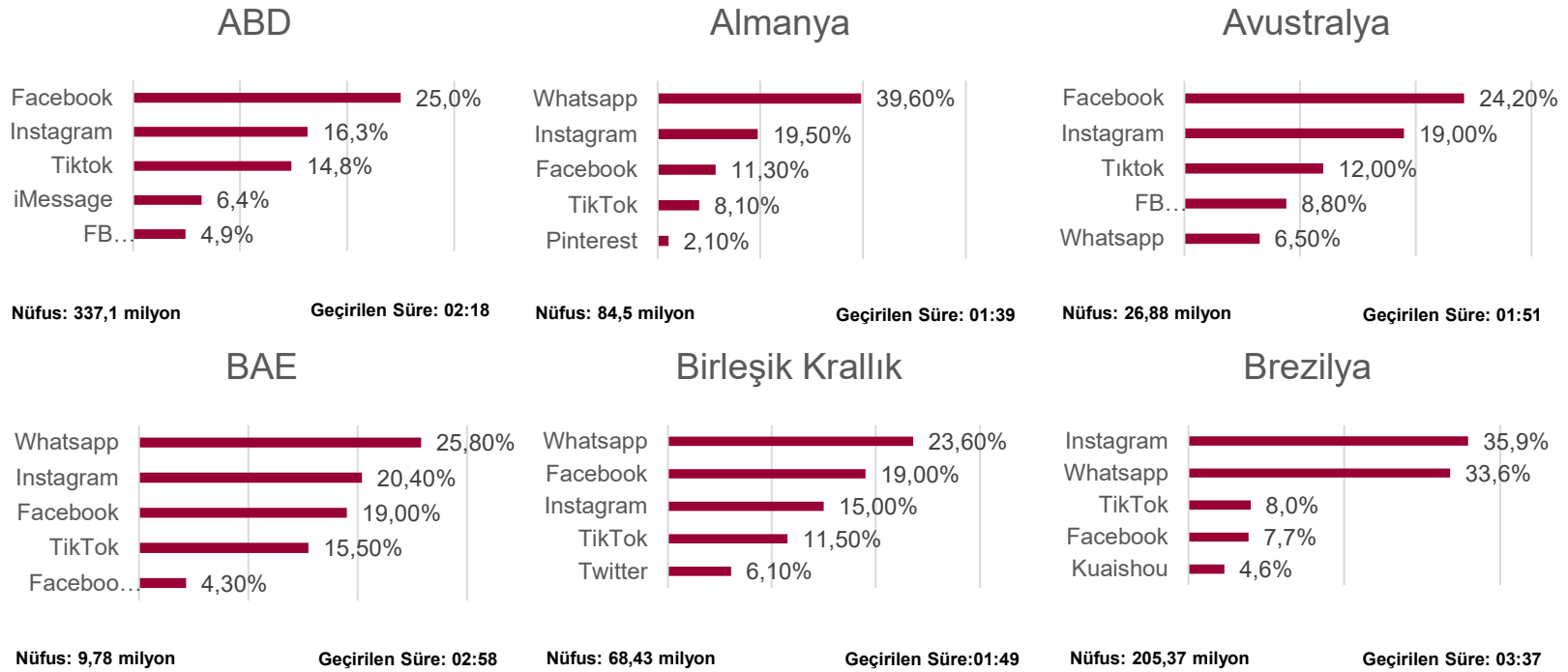
Vietnam ulusal e-ticaret ana planına göre, e-ticaret endüstrisinin yılda %25 büyümesi ve 2025 yılı sonuna kadar nüfusun %55'inin çevrim içi alışveriş yaparak, ortalama yıllık harcamanın kişi başına yaklaşık 600 ABD dolarına ve toplam e-ticaret hacminin ise 35 milyar ABD dolarına ulaşması

⁴⁵³ [Vietnam: e-commerce market share by platform 2023 | Statista](#)

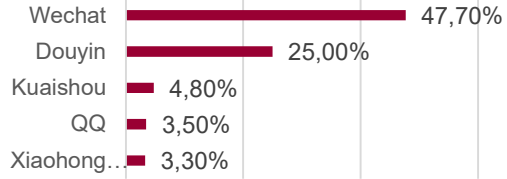
hedeflenmektedir. Yine bu dönemde işletmeden tüketiciye (B2C) mal ve hizmetlerin e-ticaretinin, ülkenin toplam perakende mal ve hizmet satışının %10'unu oluşturacağı öngörülmektedir.

Ek-1. EN ÇOK TERCİH EDİLEN SOSYAL MEDYA PLATFORMLARI*

(*)16-64 yaş aralığındaki kullanıcılara uygulanan anket sonuçlarını göstermektedir. Ankette seçenekler arasında YouTube yer almamaktadır. Pakistan'a ilişkin sağlıklı veriye erişilememesi sebebiyle tabloya dahil edilmemiştir. Grafikler altında sunulan kullanım oranları, internet kullanıcıları baz alınarak hesaplanmıştır.



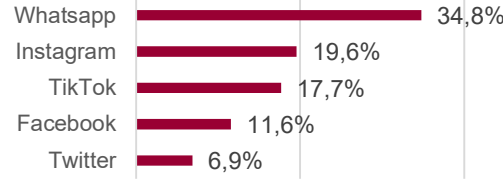
Çin



Nüfus: 1.410 milyar

Geçirilen Süre: 01:56

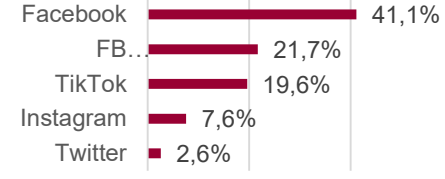
Endonezya



Nüfus: 279,9 milyon

Geçirilen Süre: 03:11

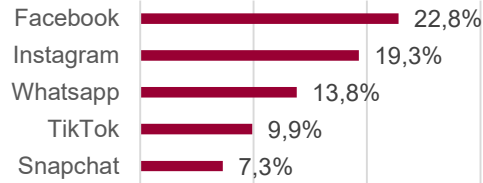
Filipinler



Nüfus: 114,16 milyon

Geçirilen Süre: 03:34

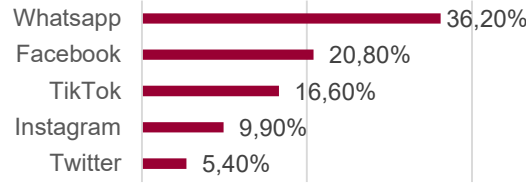
Fransa



Nüfus: 66,09 milyon

Geçirilen Süre: 01:48

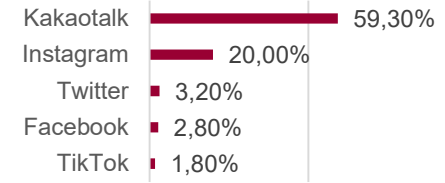
Güney Afrika



Nüfus: 62,46 milyon

Geçirilen Süre: 03:41

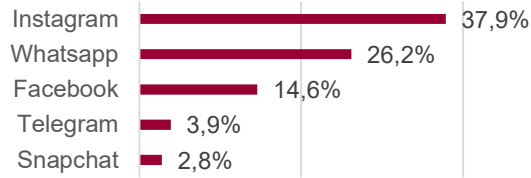
Güney Kore



Nüfus: 51,52 milyon

Geçirilen Süre: 01:06

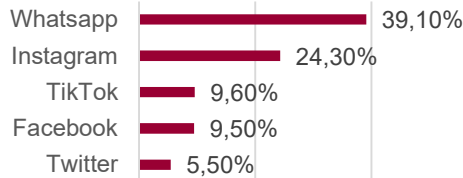
Hindistan



Nüfus: 1.44 milyar

Geçirilen Süre: 02:26

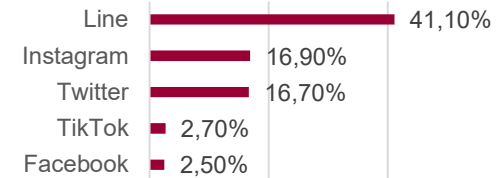
İspanya



Nüfus: 48,38 milyon

Geçirilen Süre: 01:54

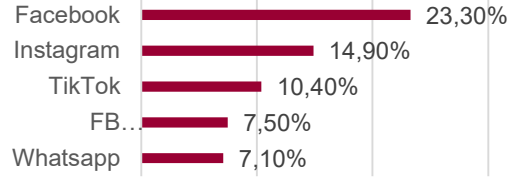
Japonya



Nüfus: 124,04 milyon

Geçirilen Süre: 00:53

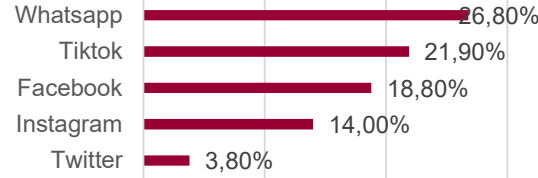
Kanada



Nüfus: 40,86 milyon

Geçirilen Süre: 01:53

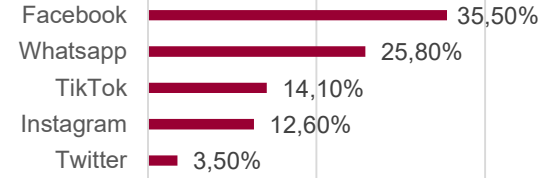
Malezya



Nüfus: 33,4 milyon

Geçirilen Süre: 02:48

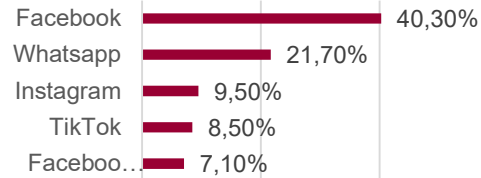
Meksika



Nüfus: 132,27 milyon

Geçirilen Süre: 03:14

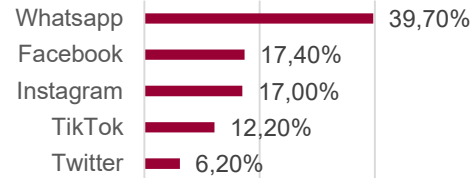
Mısır



Nüfus: 107,78 milyon

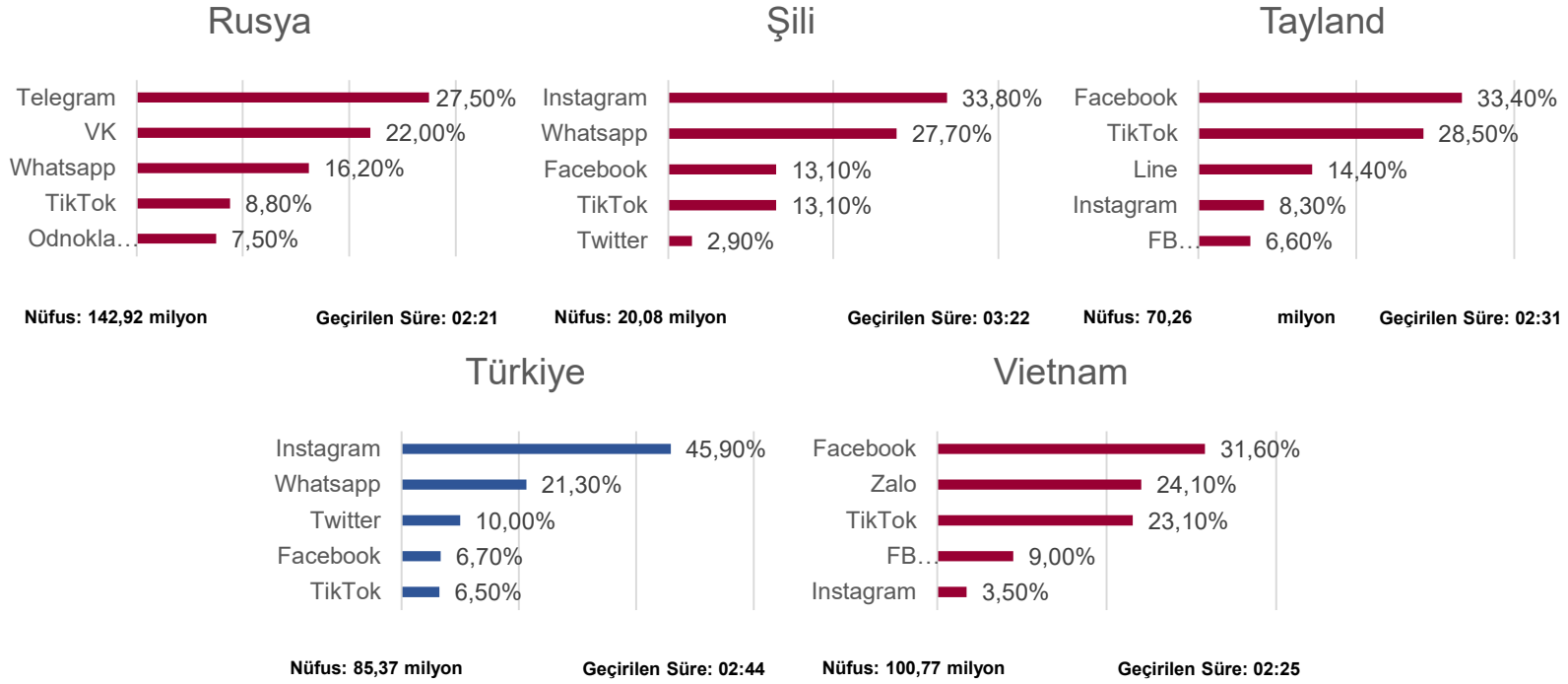
Geçirilen Süre: 02:41

Nijerya



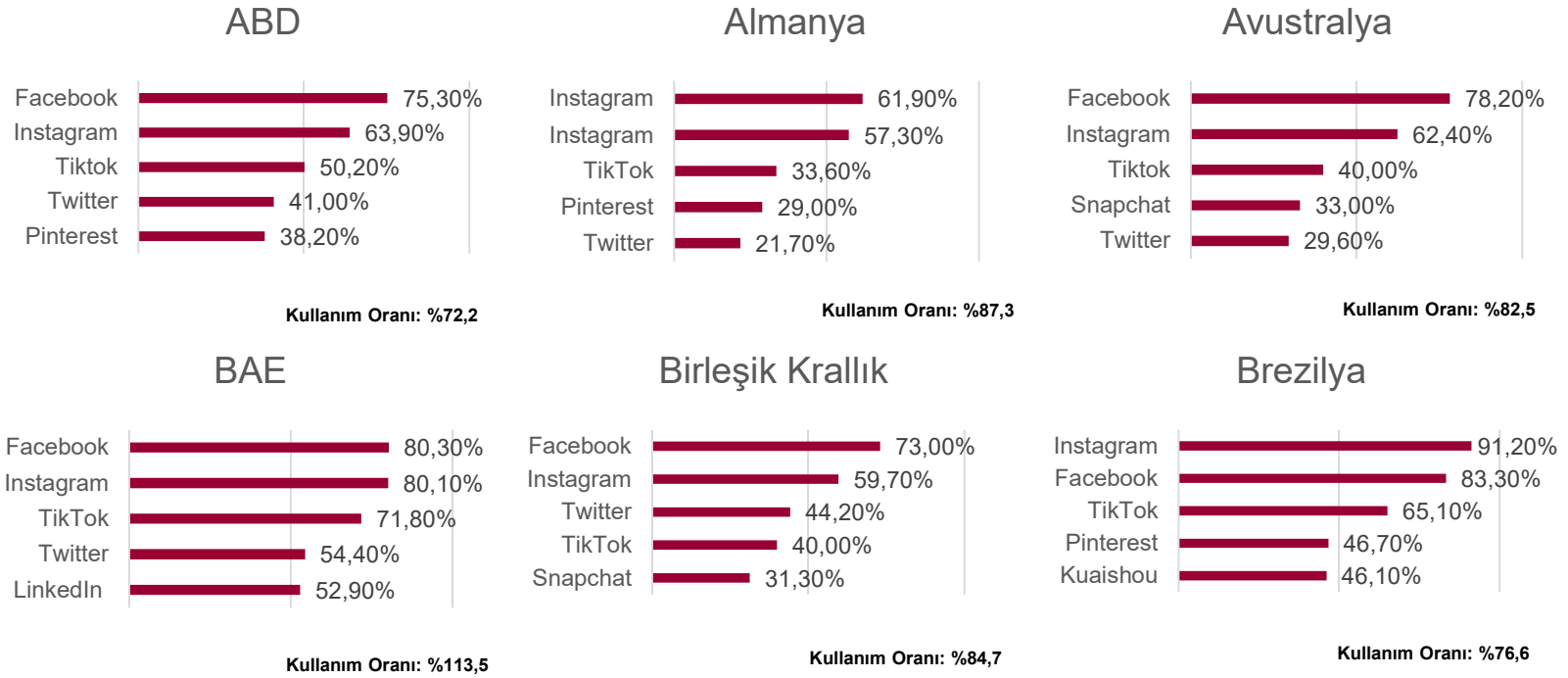
Nüfus: 227,71 milyon

Geçirilen Süre: 03:25

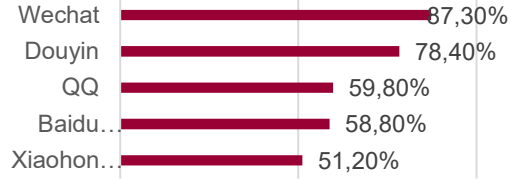


EK-2. SOSYAL MEDYA PLATFORMLARININ KULLANICI ORANLARI*

(*)16-64 yaş aralığındaki kullanıcılara uygulanan anket sonuçlarını göstermektedir. Ankette seçenekler arasında YouTube yer almamaktadır. Pakistan'a ilişkin sağlıklı veriye erişilememesi sebebiyle tabloya dahil edilmemiştir.

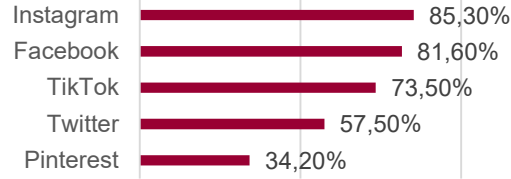


Çin



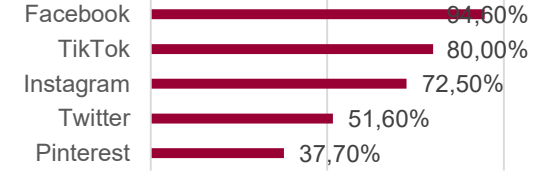
Kullanım Oranı: %97,1

Endonezya



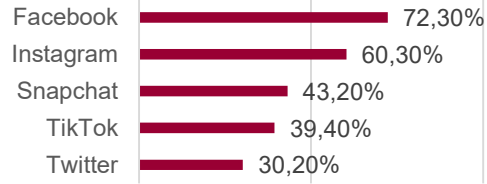
Kullanım Oranı: %75

Filipinler



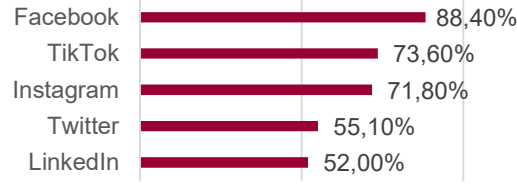
Kullanım Oranı: %99,7

Fransa



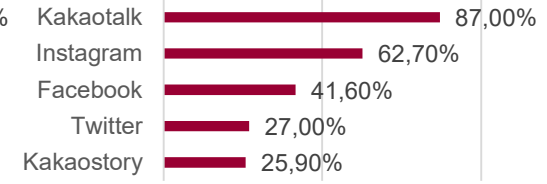
Kullanım Oranı: %83,4

Güney Afrika



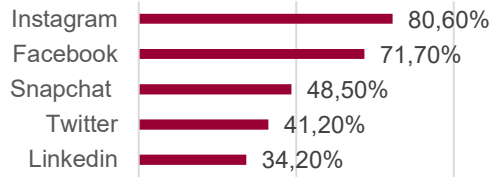
Kullanım Oranı: %57,3

Güney Kore



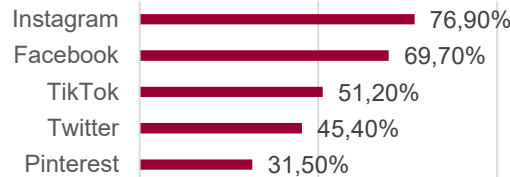
Kullanım Oranı: %96,7

Hindistan



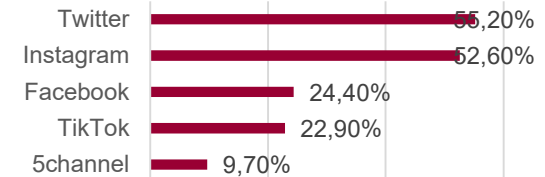
Kullanım Oranı: %61,5

İspanya



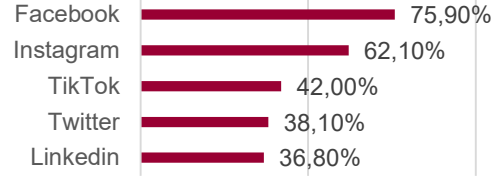
Kullanım Oranı: %87,1

Japonya



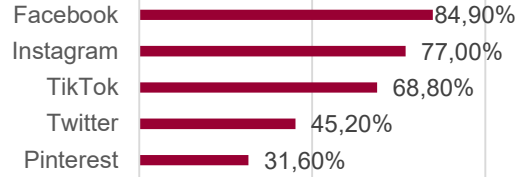
Kullanım Oranı: %91,9

Kanada



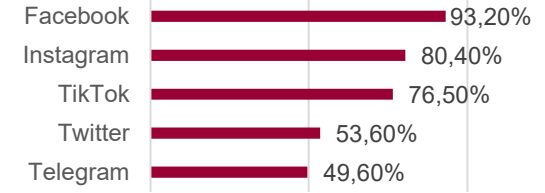
Kullanım Oranı: %86,8

Malezya



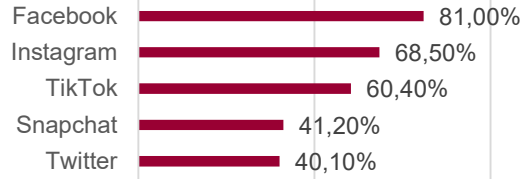
Kullanım Oranı: %85,4

Meksika



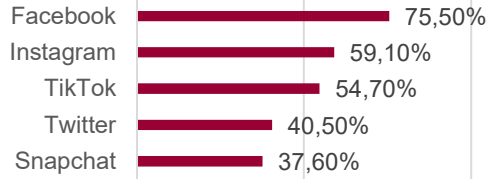
Kullanım Oranı: %84,1

Mısır



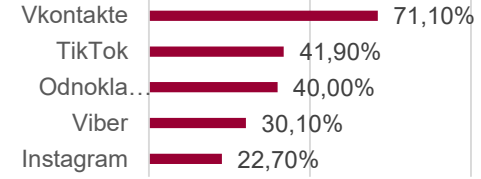
Kullanım Oranı: %55,4

Nijerya



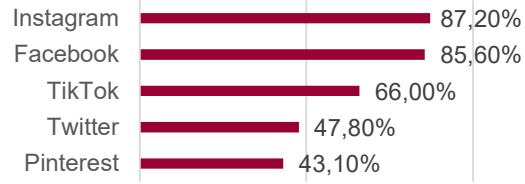
Kullanım Oranı: %35,7

Rusya



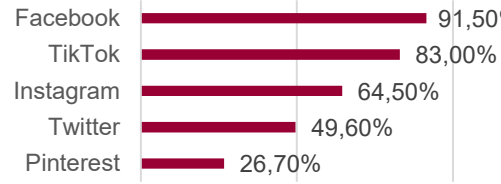
Kullanım Oranı: %81,3

Şili



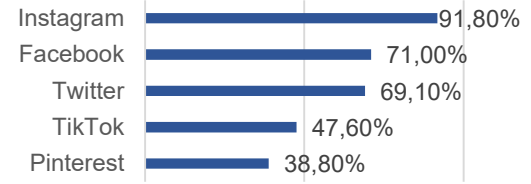
Kullanım Oranı: %85

Tayland



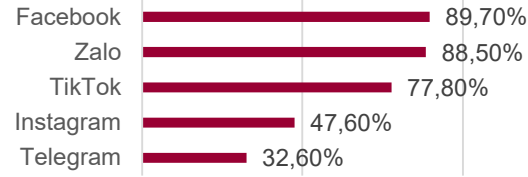
Kullanım Oranı: %77,7

Türkiye



Kullanım Oranı: %77,3

Vietnam



Kullanım Oranı: %92,7



TÜRKİYE CUMHURİYETİ
TİCARET BAKANLIĞI

2. Bölüm

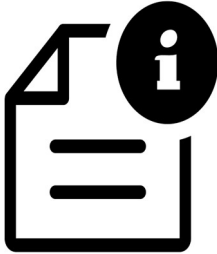
Ülke Gümrük Uygulamaları Rehberi

Gümrükler Genel Müdürlüğü
Muafiyetler ve E-Ticaret
Gümrük İşlemleri Dairesi



2. BÖLÜM: ÜLKE GÜMRÜK UYGULAMALARININ İNCELENMESİ

- Bu kılavuz, ihracatçıların ve ihracat yapmak isteyen tüm yararlanıcıların sınır ötesi e-ticaret kapsamında ülkemizden gerçekleştireceği mikro ihracat işlemlerinde izlenecek aşamaların açıklanması ve gönderiye ilişkin ithalatçı ülkeler nezdinde dikkat edilmesi gereken hususlara dair bilgilendirilmesi amacıyla hazırlanmıştır.
- Kılavuzda yer alan bilgiler, Ticaret Bakanlığı'nın veri tabanı ve yurtdışı teşkilatı, yetki verilen operatör hızlı kargo firmaları ile ulusal kaynaklardan elde edilen veriler ve yabancı dilde düzenlenmiş diğer açık kaynaklardan yapılan gayri resmî çeviriler dikkate alınarak derlenmiştir. Bununla birlikte, gümrük ve dış ticaret mevzuatının dinamik bir yapısının olduğu ve değişen koşullara uyum sağlamak üzere sürekli güncellendiği göz önünde bulundurularak, gerek ülkemiz mevzuatının gerekse eşyanın ithal edileceği ülkede yürürlükte bulunan kuralların kontrol edilmesi tavsiye edilmektedir.
- Bu kılavuzda yer alan metin ve görseller genel bilgilendirme amacıyla hazırlanmış olup, gümrük ve dış ticaret mevzuatı hükümleri yerine geçmemektedir. Söz konusu bilgilerin Ticaret Bakanlığı ve personeli açısından herhangi bir bağlayıcılığı bulunmamaktadır.



Kılavuzun yayımlandığı tarihten sonra meydana gelebilecek mevzuat değişiklikleri konusunda aşağıda yazılı kaynaklardan bilgi edinilmesi mümkün bulunmaktadır:

- a) Ticaret Bakanlığı'nın ilgili ülke nezdindeki temsilcilikleri,
- b) İlgili ülkenin resmi makamları,
- c) Posta ve hızlı kargo operatörleri,
- d) Gümrük müşavirleri.



1. Gümrük Uygulamaları ile İlgili Genel Bilgiler

- İster belgeler veya vergiler olsun isterse eşya kısıtlamaları olsun, gümrük işlemleri sırasında gecikmelere neden olabilecek birçok faktör bulunmaktadır. Bu nedenle, gümrük süreçlerine aşına olmak sınır ötesi e-ticaret işlemlerinin hızlı ve sorunsuz ilerlemesine yardımcı olmaktadır.
- Ülkemizde artan sınır ötesi e-ticaret hacminin yerel firmalar üzerinde yaratacağı baskı ile vergi gelirlerinin aşınması gibi negatif dışsallıklara karşı tedbirler geliştirmek, aynı zamanda yasal ve güvenli e-ticaretin desteklenmesi amacıyla sınır ötesi e-ticarete konu eşyanın beyanını basitleştirmek ve kolaylaştırmak amacıyla sürekli güncellenen uluslararası standartlara hızlı bir şekilde Bakanlığımızca uyum sağlanmıştır. Bu çerçevede, elektronik gümrük uygulamalarına sahip ülkelerin uluslararası ticarete ön sıralarda yer almasının kaçınılmaz olduğu gerçeğiyle ilk günden itibaren Dünya Gümrük Örgütü (DGÖ) ve Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) tarafından yayımlanmış Revize Kyoto Sözleşmesi, SAFE Standartlar Çerçevesi ve Hızlandırılmış Sevkiyatlar Rehberinde yer alan uluslararası standartlar, veri modeli ve tavsiye kararları dikkate alınarak ve iyi ülke uygulamaları yerinde görülerek sınır ötesi e-ticarete basitleştirilmiş veri setine sahip ve tamamen elektronik ortamda sunulan "Basitleştirilmiş Gümrük Beyannamesi (BGB)" geliştirilmiştir.
- Bu kapsamda, gerek değeri 30 Avro'yu ve ağırlığı brüt 30 kilogramı aşmayan ve şahsi kullanım amacıyla posta veya hızlı kargo taşımacılığı yoluyla gelen eşyanın gerekse değeri 15.000 Avro ve ağırlığı brüt 300 kilogramı aşmayan ihracat rejimine konu eşyanın beyanı ve tüm gümrük işlemlerinin, gümrük formalitelerinin ve maliyetlerinin azaltılması amacıyla, Bakanlığımızdan dolayı temsil yetkisi alan operatör hızlı kargo firmaları ve posta idaresi tarafından BGB kapsamında hızlı, etkin ve düşük maliyetli bir şekilde tamamlanması sağlanmıştır.
- Ülkemizden gerçekleştirilen ihracat işlemlerinde, ihracata ilişkin ülkemizin gümrük ve dış ticaret mevzuatının yanı sıra, eşyanın gönderileceği/ithal edileceği ülkenin gümrük ve dış ticaret mevzuatının da bilinmesi önem arz etmektedir.
- Yanlış veya yanıltıcı bilgi ve belgeler gümrük işlemlerinde gecikmelere, cezalara veya eşyanın alıkonulmasına neden olabilmektedir. Bu sebeple, normal ithalat-ihracat süreçlerinde olduğu gibi sınır ötesi e-ticaret işlemlerinde de beyanın doğruluğu son derece önemlidir.
- Gümrük vergileri "ad valorem" yani eşya değerinin belli bir yüzdesi oranında ya da "spesifik" yani eşyanın miktarına dayalı ödenen vergi şeklinde olabilmektedir. Ayrıca, her ikisinin birlikte uygulandığı "karma vergi" de bulunmaktadır.

- İthalat bir kurumun vereceği lisansa, sertifikaya ve/veya izne bağlı gönderilerin gümrük işlemlerinde gecikme yaşanabilmekte ve bu işlemlere ilave ücretler yansıtılabilmektedir. Eşyanın ithalinde aranan izin ve/veya belgelerin önceden temin edilmesi, maliyet ve zaman kayıplarını büyük ölçüde azaltmaktadır.

2. Sınır Ötesi E-Ticaret

- DGÖ'nün benimsediği tanıma göre "sınır ötesi e-ticaret", bir bilgisayar ağı (örneğin internet) aracılığıyla dijital olarak gerçekleştirilen ve gümrük formalitelerine tabi fiziksel mal akışıyla sonuçlanan tüm işlemlerdir¹. Yaygın olarak bir işletme ile bir tüketici (B2C) arasında olmakla birlikte, iki tüketici (C2C) arasında da gerçekleşebilmektedir. Bu çerçevede, sınır ötesi e-ticaret tanımındaki temel unsurlar şöyle sıralanmaktadır:

- Online sipariş, satış, iletişim ve ödeme (varsa),
- Sınır ötesi gönderim/işlemler,
- Fiziksel (somut) ürünler,
- Tüketiciye/alıcıya teslim (B2C (D2C, B2B2C, C2C),

3. Geleneksel Ticaret ile Sınır Ötesi E-Ticaret Süreçlerinin Farkı (Rol Alan Aktörler)



Kaynak: www.wcoomd.org (Facilitating E-Commerce)

4. De Minimis

- "De minimis" eşiği, DGÖ'ye göre "ülkelerin ulusal mevzuatınca belirlenen ve bu sınırın altına düşüldüğünde hiçbir vergi ve/veya harcın tahsil edilmeyeceği asgari değer" anlamına gelmektedir (WCO

Immediate Release Guidelines, 2018). “De minimis” kuralı, tanım gereği düşük değerli gönderiler için gümrük vergilerinden tam muafiyet sağlayarak sınır ötesi e-ticaret eşyasının sınırdan geçişinin kolaylaştırılması amacını taşımakla birlikte, uygulamada bu kural ülkeden ülkeye değişmekte ve tam muafiyet yerine kısmi muafiyet şeklinde de olabilmektedir. Ayrıca, detaylı gümrük beyanının gerekli olduğu alt değer olan bir raporlama eşiği de bulunabilmektedir. Bazı ülkeler ise “de minimis” eşiğini hiç uygulamamaktadır.

- DGÖ’ye göre, bu kategoride aşağıda yazılı eşya türleri yer almaktadır:
 - Ticari miktar ve mahiyette olmayan, eğitim, bilim ve kültürel amaçlı kitap, yayın ve belgeler ile görsel ve işitsel materyaller,
 - Uygulanacak vergi, resim ve harçların ihmal edilebilir düzeyde olması halinde, işbu vergi, resim ve harçların kaldırıldığı veya feragat edildiği düşük değerli gönderiler
 - Doğası gereği kendi başına gümrük vergisine tabi olmayan ürünler
- Ülkemizin taraf olduğu DTÖ Ticaretin Kolaylaştırılması Anlaşmasının “Eşyanın Teslimi ve Gümrük İşlemlerinin Tamamlanması” başlıklı 7. maddesinde düzenlenen “8. Hızlandırılmış Sevkiyatlar” bölümünde ise, “Önceden tanımlanmış belli bir eşya dışında, mümkün olduğu ölçüde, bir ‘de minimis’ sevkiyat kıymeti veya gümrük vergisi ve harç tahsil edilmeyecek vergilendirilebilir bir miktar öngörmektedir. Katma değer vergisi ve özel tüketim vergisi gibi GATT 1994 Madde III’e uyumlu olarak uygulanan dahili vergiler bu hükme dahil değildir.” hükmü yer almaktadır.

5. Sınır Ötesi E-Ticarete En Çok Karşılaşılan Vergi/Ücret Türleri

- DGÖ’ye göre, düşük değerli gönderileri içeren sınır ötesi e-ticarete baş döndürücü bir değişim yaşanmakla birlikte, bu değişim birçok ülkenin vergilendirme sistemine henüz yansımamıştır. Halen geleneksel iş modelleri etrafında yapılandırılmış olan vergilendirme sistemlerinde, gelir kayıplarını önlemek ve aynı zamanda yeni teknolojiyi kullanan işletmeler ile geleneksel ticaret yapmaya devam edenler arasında herhangi bir ayırım yapılmamasını sağlamak amacıyla, mevcut sistem ve prosedürlere uyum sağlayacak değişiklikler yapılması gerekmektedir. Halihazırda sınır ötesi e-ticarete en çok karşılaşılan vergi türleri aşağıda belirtilmiştir:

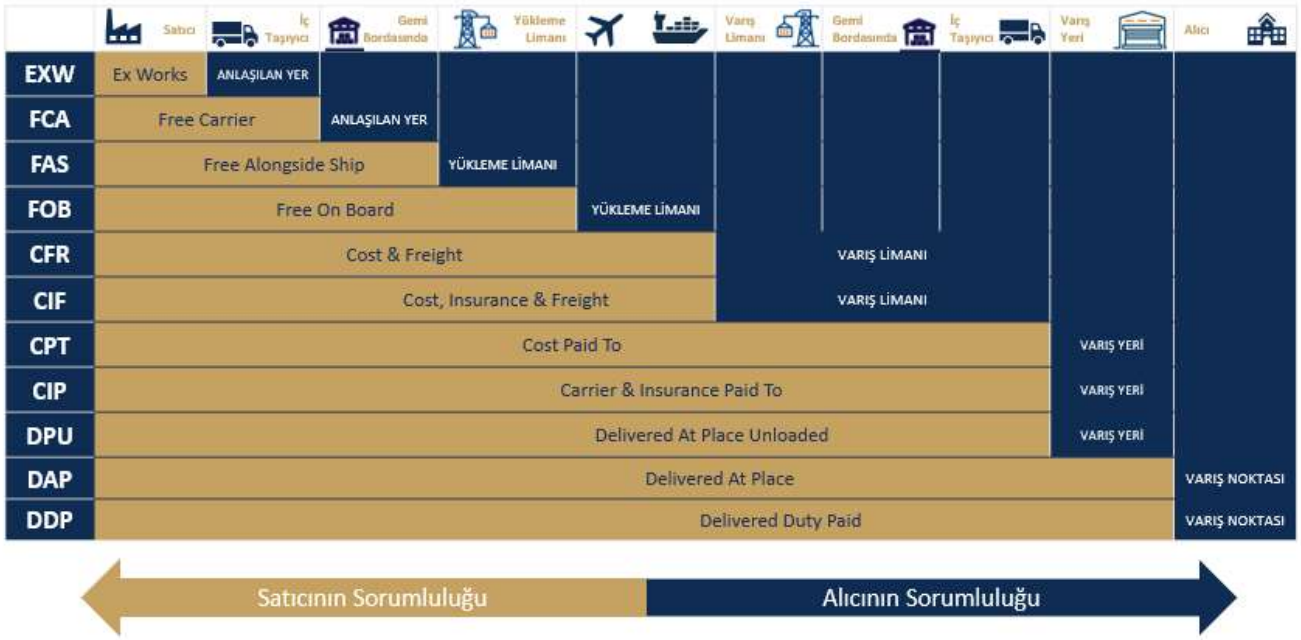
-
- Gümrük Vergisi (Tariff, Customs Duty)⁴⁵⁴
 - İthalat Vergisi (Import Tax)
 - Katma Değer Vergisi (KDV) (Value Added Tax)
 - Özel Tüketim Vergisi (ÖTV) (Consumption Tax)
 - Ürün ve Hizmetler Vergisi (Goods and Services Tax)
 - Satış Vergisi (Sales Tax)
 - İthalat Harcı (Import Duty)
 - Ürün İşlem Ücreti (Merchandise Processing Fee)
 - İthalat İşlem Ücreti (Import Processing Charge)
- İthal ürünlere uygulanan vergiler ile ilgili olarak Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) tarafından yapılan (2014) bir araştırma, düşük değerli muafiyet rejimlerine ilişkin reformların birçok ülkenin gündeminde yer aldığını göstermiştir. Çoğu ülkede düşük değerli gönderilerin ithalatına uygulanan vergi ve harçların tahsilatından gümrük idaresinin sorumlu olması nedeniyle, DGÖ, uyumlu bir yaklaşım geliştirmek üzere OECD ve Evrensel Posta Birliği (UPU) ile işbirliği içerisinde çalışmaktadır.

6. Dış Ticarete Kullanılan Teslim Şekilleri (Incoterms)

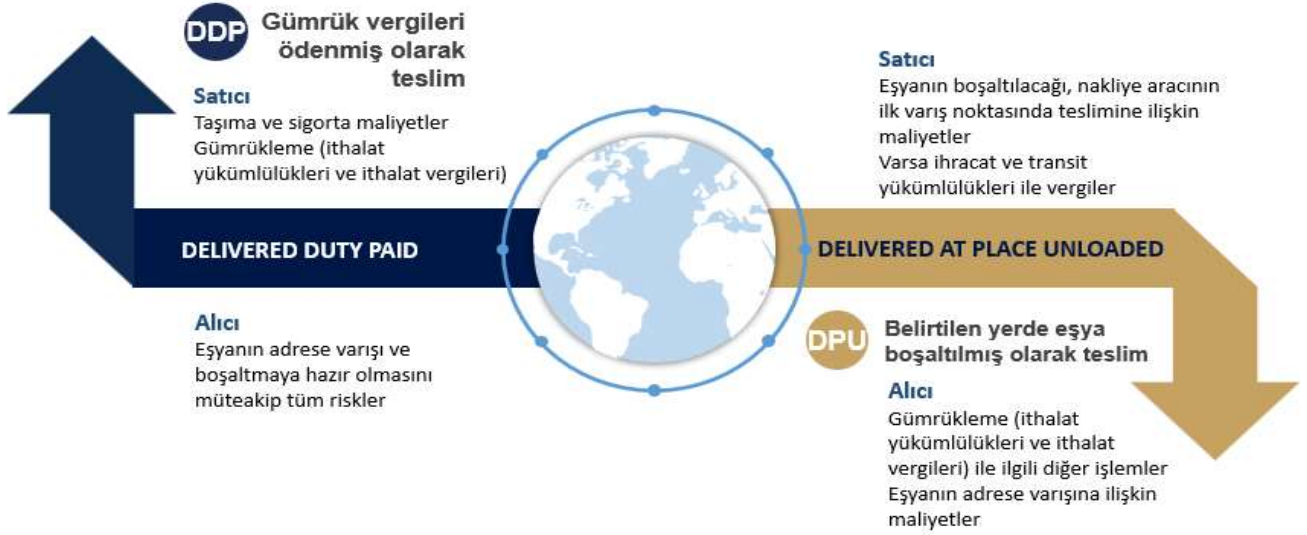
- Uluslararası ticarete eşyanın tesliminin nerede yapılacağı, masrafların kim tarafından karşılanacağı, sigorta ve taşıma sözleşmelerinin yapılıp yapılmayacağı gibi hususların, kısacası alıcı ve satıcının yükümlülüklerinin net olarak belirlenmesi önemlidir.
- Bu konuda faydalı yardımcı kaynaklardan birisi, Milletlerarası Ticaret Odası (ICC) tarafından yayımlanan INCOTERMS (Uluslararası Ticari Terimler); alıcı ile satıcı arasındaki sözleşmelerde kullanılan, alıcı ve satıcının sorumluluklarını gösteren uluslararası kabul görmüş kurallar bütünüdür. ICC tarafından en son yayımlanan INCOTERMS 2020 kurallarına göre, uluslararası ticarete 11 teslim şekli bulunmaktadır.

- EXW (Ex-Works – İşyerinde Teslim)
- FCA (Free Carrier – Taşıyıcıya Masrafsız Teslim)
- CPT (Carriage Paid To – Taşıma Ödenmiş Olarak Teslim)
- CIP (Carriage and Insurance Paid To – Taşıma ve Sigorta Ödenmiş Olarak Teslim)
- DAP (Delivered At Place – Belirlenen Yerde Teslim)
- DPU (Delivered At Place Unloaded – Belirlenen Yerde Eşya Boşaltılmış Teslim)
- DDP (Delivered Duty Paid – Gümrük Vergileri Ödenmiş Olarak Teslim)
- FAS (Free Alongside Ship – Gemi Doğrultusunda Masrafsız Teslim)
- FOB (Free On Board – Gemide Masrafsız Teslim)
- CFR (Cost and Freight – Masraflar ve Navlun)
- CIF (Cost, Insurance and Freight – Masraflar, Sigorta ve Navlun)

⁴⁵⁴ İthalat Vergisi ve Katma Değer Vergisi (KDV) bazı ülkelerde Gümrük Vergisi yerine kullanılabilir.



- Yukarıda sayılan teslim şekilleri arasında tüm taşıma türlerini kapsayan kurallar EXW, FCA, CPT, CIP, DAP, DPU, DDP iken; FAS, FOB, CFR, CIF deniz ve iç su taşımalarına özgüdür. Konuyla ilgili ayrıntılı bilgiye, ICC Türkiye internet sitesinden (<https://icc.tobb.org.tr/>) ulaşılması mümkündür. Yanı sıra, ICC Türkiye tarafından yayımlanmış olan "ICC'nin Dijital Ticaret İşlemleri İçin Birörnek Kuralları" adlı dokümana (<https://icc.tobb.org.tr/docs/2022/ICC-URDTT-102T-ebook.pdf>) adresinden erişim sağlanabilmektedir.
- Geleneksel ihracatta, eşya ithalatçı ülkenin sınırlarına ulaştığında, eşyanın cinsine, teslim şekline ve ilgili ülkenin gümrük/dış ticaret mevzuatına göre, gümrük iş ve işlemleri bazen günlerce sürebilmektedir. Sınır ötesi e-ticarete ise, gönderinin vergileri ödenmiş olarak hızlı bir şekilde alıcının kapısına kadar ulaşabilmesi için, Incoterms teslim şekillerinden DDP'nin kullanılması süreci önemli ölçüde kısaltmaktadır. Farklı satış ve pazarlama yöntemleri gibi durumlara uygun olarak DPU da sınır ötesi e-ticarete yaygın olarak kullanılmaktadır.



Sınır ötesi e-ticarete en çok kullanılan teslim şekilleri: DDP & DPU

Bu rehberde yer verilen ve farklı ülkelerde geçerli olan gümrük işlemleri bakımından uyulması gereken kurallar ile dikkat edilmesi gereken hususlar ülkeden ülkeye değişmekle birlikte, tüm ülkeler için geçerli olabilecek en önemli konu, sınır ötesi e-ticaret kapsamında yapılan gönderilerde, gönderiye esas eşyaların yanında, gönderici tarafından alıcıya jest amacıyla gönderilen promosyon, süs, hediye gibi farklı eşyaların, karşı ülkede bir önleme tabi olup olmadığı hususudur.

Gümrük işlemlerinde sıklıkla karşılaşılan hatalardan olan ve sonucunda asıl gönderinin de göndericiye iadesi ile sonuçlanabilen bu durumlara ülkemizden e-ihracat yapmak isteyen firmaların ve tüm girişimcilerin dikkat etmesinde yarar bulunmaktadır. Örneğin, satışa konu eşyası sabun olan göndericinin, bu gönderiyi doğal çiçekler ile süsleyerek paketlemesi durumunda, sabun cinsi eşyanın alıcı ülke tarafında bir önleme veya incelemeye konu olmaması, bunun yanında süs olarak gönderiye eklenen doğal çiçeklerin bir incelemeye konu olması ihtimal dahilindedir. Bu durumda, gönderi ilgili ülkede bütün olarak değerlendirilebilecek, doğal çiçeklerin inceleme, analiz, test, uygunluk gibi süreçlere konu olması halinde, asıl gönderi olan sabun cinsi eşya alıcısına ya ulaşamayacak ya da geç ulaşacak, bu durum ihracatçımız açısından olumsuz sonuçlar doğurabilecektir.



7. Sınır Ötesi E-Ticaret Terminolojisi

- **Avrasya Ekonomik Birliği:** 2014 yılında Belarus, Kazakistan ve Rusya liderleri tarafından imzalanan bir antlaşma ile temelleri atılan siyasi ve ekonomik bir birliktir. Üyeleri; Belarus, Ermenistan, Kazakistan, Kırgızistan ve Rusya'dır.
- **Basitleştirilmiş Gümrük Beyannamesi (BGB):** Posta veya hızlı kargo yoluyla taşınan ve 2009/15481 sayılı Kararın 126/1 maddesinin (a) ve (c) bentleri kapsamı eşyanın operatör tarafından beyan edilmesinde kullanılan, basitleştirilmiş veri setine sahip elektronik gümrük beyannamesini ifade etmektedir. Elektronik ticaret kapsamında gelen ve giden gönderilerin gümrük beyanının operatör hızlı kargo firması veya posta idaresi tarafından hızlı ve basit bir şekilde yapılmasını sağlamaktadır.
- **CE İşareti:** Avrupa Birliği (AB)'nin, teknik mevzuat uyumu çerçevesinde benimsediği Yeni Yaklaşım Direktifleri kapsamına giren ürünlerin bu direktiflere uygun olduğunu ve ürünün imalatçısı ve yetkili temsilcisi tarafından veya direktifte zorunlu kılınmış ise bir üçüncü taraf uygunluk değerlendirme kuruluşu tarafından gerekli bütün uygunluk değerlendirme faaliyetlerinden geçtiğini gösteren bir Birlik işaretidir. "CE" (Conformité Européenne) işareti, bir kalite simgesi olmayıp, ürünün amacına uygun kullanılması halinde insan can ve mal güvenliği, bitki ve hayvan varlığı ile çevreye zarar vermeyeceğini gösteren bir işarettir.
- **CE Uygunluğu/Belgesi:** Ürünlerin, CE işaretli olarak piyasaya sunulmasından imalatçı ve yetkili temsilci sorumludur. Ancak; eğer imalatçı ya da imalatçının yetkili temsilcisi AB'de veya Türkiye'de yerleşik değilse, ithalatçı ürünün "CE" işareti taşıdığını teyit etmekten sorumludur. Bir başka deyişle, ithalatçı ithal ettiği ürünlerin AB normlarına uygun olduğunu garanti etmek zorundadır. Bu işareti taşıması gerektiği halde taşımayan bir ürünün AB üyesi ülkelere ihracatı da mümkün değildir. Ürünleri test, muayene ve/veya belgelendirmeye yetkili Türk ve AB onaylanmış kuruluşlarına Ticaret Bakanlığı resmi web sitesinden veya NANDO (<https://webgate.ec.europa.eu/single-market-compliance-space/#/notified-bodies/by-country>) internet sitesinden ulaşmak mümkündür.
- **CCC Uygunluk Belgesi (China Compulsory Certification):** Genellikle elektrikli ve elektronik eşyalar, otomobil ve motosiklet parçaları, oyuncaklar, güvenlik ürünleri, ev aletleri, aydınlatma ürünleri, telekomünikasyon ekipmanları gibi birçok ürün/ürün grubunun Çin'deki pazarlarda satılması için gerekli olan bir sertifikadır.
- **CN22/CN23 Formları:** Yürürlükte bulunan Evrensel Posta Birliği Kanunlarında tanımlandığı şekliyle posta gönderilerine özel beyan formları anlamına gelir. CN22 ve CN23, posta yoluyla gönderilen bir paketin içeriği hakkında önemli bilgileri barındıran gümrük beyanı belgeleridir.
- **CITES:** Yabani Hayvan ve Bitki Türlerinin Uluslararası Ticaretine İlişkin Konvansiyon (CITES), yabani hayvan ve bitki türlerinin canlı ve ölü örnekleri ile bunların kolayca tanınabilen parçaları ile türevlerinin sözleşmeye taraf ülkeler arasındaki ithalatını, ihracatını, reeksportunu ve denizden girişini kısacası uluslararası ticaretini; temeli izin ve belgelere dayanan ve ancak sözleşmede belirtilen bazı şartların yerine getirilmesi halinde bu izin ve belgelerin verilmesini öngören uluslararası düzenlemedir. Sözleşme yabani hayvan ve bitki türlerinin ticaretinde bu canlıların yaşamlarının tehlikeye girmesini önlemeyi amaçlamaktadır.

<https://www.tarimorman.gov.tr/BSGM/Belgeler/Uluslararası%C4%B1%20Kurulu%C5%9Flar/CITES.pdf> adresinden detaylı bilgi edinilebilmektedir.

- **Çift Kullanım Beyanı (Dual Use Declaration):** Bazı ürünlerin hem sivil hem de askeri amaçlarla kullanımı mümkün olup, çift kullanım beyanı, ihraç edilen bu ürünlerin sadece sivil amaçlarla kullanılacağına dair ihracatçı tarafından verilen bir beyandır.
- **Desi:** Kargo paketinin hacimsel ağırlığını ifade etmektedir, gönderim ücretinin hesaplanmasında belirleyicidir. Hacmi büyük olan paketlerin ağırlığı fazla olmasa dahi taşınacak olan toplam ürünü etkilemesi desiyi bu anlamda önemli kılmaktadır. E-ticaret için önemli olan bu ölçü birimi, cm³ cinsinden paket hacminin yurtiçi gönderilerde 3000'de birini ifade eder. Yurtdışı gönderilerde ise desi hesaplanırken, hacim 5000'e bölünmektedir.
- **Doküman:** Bir kişiden diğer bir kişiye gönderilen kişisel yazılı mesaj, kartpostal ile herhangi bir ticari değer taşımayan basılı materyal şeklindeki gönderilerdir.
- **Dünya Gümrük Örgütü:** DGÖ, Gümrük İşbirliği Konseyi adıyla, 15 Aralık 1950 tarihinde imzalanarak 4 Kasım 1952 tarihinde yürürlüğe girmiş olan "Gümrük İşbirliği Konseyi Sözleşmesi" ile kurulmuştur. 1994 yılındaki Konsey toplantısında, kuruluş sözleşmesinde değişiklik yapılmadan örgütün adının çalışmalarda Dünya Gümrük Örgütü olarak belirtilmesi kabul edilmiştir.
- **Dünya Ticaret Örgütü:** DTÖ, Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşmasına (GATT) istinaden yürütülen son çok taraflı ticaret müzakere turu olan Uruguay Turu (1986-1995)'nin sonucunda, 1995'te kurulmuştur. Türkiye GATT'a 1951 yılında Torquay Turu sırasında taraf olmuş ve kurucu üyeleri arasında yer almıştır.
- **EORI (Economic Operators Registration and Identification):** Avrupa Birliği gümrük idarelerinde doğrudan işlem yapacak tüm ticaret erbabı (özellikle taşımacılar) için EORI olarak bilinen kayıt ve kimlik numarası uygulamasına geçilmiştir. Bir kişinin gümrük işlemlerini gerçekleştirebilmek için bu numarayı AB gümrük yetkililerine iletmesi gerekmektedir. AB Gümrük Bölgesinde yerleşik olmayan operatörler (taşımacılar, ihracatçılar, ithalatçılar, vb.), özet beyan, gümrük beyanı, giriş/çıkış öncesi özet beyan, geçici depo, izin, vb. faaliyetlerde bulunanlar ile yetkilendirilmiş yükümlü (AEO) başvurusunda bulunanlar veya bulunmayı öngörenler, faaliyette bulunacakları ilk üye ülkenin makamları tarafından kaydedilmektedir.
- **Eşya:** Her türlü madde, ürün ve değeri ifade eder.
- **Evrensel Posta Hizmeti:** Evrensel Posta Hizmetleri Yönetmeliği uyarınca, (a) İki kilograma kadar olan posta gönderilerinin, (b) Yirmi kilograma kadar olan posta koli veya kargolarının, (c) Basılmış kağıtların, (d) Görme engellilere özgü yazıların, kabulü, toplanması, işlenmesi, sevki, dağıtımı ve teslimini kapsamaktadır.
- **FDA (U.S. Food and Drug Administration):** Amerikan Gıda ve İlaç İdaresi; Amerika Birleşik Devletleri Sağlık Bakanlığına bağlı olup, gıda, gıda takviyeleri, ilaç, biyolojik tıbbi ürünler, kan ürünleri, tıbbi cihazlar, radyasyon yayan aletler, veteriner aletleri ve kozmetiklerden sorumlu bürodur.

-
- **FDA Ön Bildirimi (FDA Prior Notice):** Belirli ürünlerin Amerika Birleşik Devletleri'ne yapılacak ihracatında varış öncesi Gıda ve İlaç İdaresi'ne yapılması gereken ön bildirim formudur.
 - **Geri Gelen Eşya:** İhraç edildikten sonra alıcısı tarafından çeşitli sebeplerle kabul edilmeyerek ihracatçıya geri gönderilen eşyadır. Gümrük mevzuatında belirlenen koşulların gerçekleşmiş olması durumunda, geri gelen eşyanın, ithalatta alınması gereken vergilerden muaf olarak ithal edilmesi mümkün bulunmaktadır.
 - **Geri Ödeme (Chargeback):** Bir alıcının, çevrimiçi bir satın alma işlemini müteakip ürünü iade ettiği veya satışa ilişkin ücretlendirmeye itiraz ettiği ve ücreti geri almaya çalıştığı süreçtir.
 - **Gönderi:** Bir kişiden diğer bir kişiye gönderilen, içerisinde ticari veya gayri ticari nitelikte eşya bulunan paket, koli, poşet ve benzerini ifade etmektedir.
 - **Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu (GTİP):** Dış ticarete konu ürünlerin sınıflandırılmasında ortaya çıkan uyumsuzlukları gidermek ve gümrük işlemlerinde yeknesaklığı sağlamak üzere DGÖ tarafından Armonize Sistem (Harmonized System) Nomanklatürü oluşturulmuştur. Bu sistemde eşya sınıflandırması 6'lı kod (HS Code) esas alınarak yapılmıştır. Ülke olarak kullandığımız Türk Gümrük Tarife Cetveli ise, 12'li kod esasına göre düzenlenmiştir.
 - **GTIN (Global Trade Item Number):** Küresel Ticaret Ürün Numarası olarak çevrilebilen bu sınıflandırma ölçütü, tükettiğimiz her ürünün üzerinde kullanılan GS1 Barkod sınıflandırmasının altında yer alan eşya sınıflandırma sistemidir. GTIN beyanı, gümrüklerin bileşenler, marka, spesifikasyon, menşe yeri ve işlev gibi çok boyutlu ürün bilgilerini kapsayacak GTIN bilgi veritabanı oluşturmasını ifade eder.
 - **Gümrük Kıymeti:** DTÖ Kıymet Anlaşması (WTO Agreement on Customs Valuation) uyarınca, temelde satış bedeli yöntemine dayanan, eşyanın ithalatçı ülkeye ihraç edilmek üzere satılması durumunda, fiilen ödenen veya ödenecek fiyat artı uyarlanmış maliyet ve harçlardır. Kıymetin tespit edilemediği hallerde, eşya ile ilgili herhangi bir belgeden saptanan veya gümrük idarelerince belirlenen kıymettir. 4458 sayılı Gümrük Kanunu'na göre, gümrük kıymeti; eşyanın satış bedelidir. Gümrüklenmiş değer ise; DTÖ Kıymet Anlaşması'na göre belirlenecek, ithal eşyası için eşyanın CIF kıymeti ile gümrük vergileri toplamını, ihraç eşyası için FOB kıymeti ile gümrük vergileri toplamını ifade etmektedir.
 - **Gümrük Vergileri:** Gümrük Kanunu uyarınca, (a) eşyanın ithalinde/ihracında ödenecek gümrük vergisi ile diğer eş etkili vergiler ve mali yükleri, (b) tarım politikası veya tarım ürünlerinin işlenmesi sonucu elde edilen bazı ürünlere uygulanan özel düzenlemeler çerçevesinde ithalatta/ihracatta alınacak vergileri ve diğer mali yükleri ifade eder.
 - **Havayolu Taşıma Senedi (Havayolu Konşimentosu – AWB):** Havayolu ile yapılan dış ticaret kargo taşımalarında kullanılan, gönderici ile taşıyıcı firma arasındaki taşıma sözleşmesinin kanıtı niteliğindeki bir çeşit belgedir. Havayolu şirketlerince düzenlenir ve eşyanın taşınmak üzere teslim alındığını gösterir.
 - **ICS 2 (Import Control System 2):** AB'nin 2011 yılında hayata geçirdiği varış öncesi emniyet ve güvenlik sistemi olan "İthalat Kontrol Sistemi" yerine kademeli olarak uygulamaya koyduğu yeni bir ileri düzey kargo bilgilendirme sistemidir.

-
- **IOSS (Import One Stop Shop):** Tedarikçinin tüm KDV yükümlülüklerini (raporlama ve ödeme) tek bir Üye Devlette doğrudan veya bu amaç için atanan bir aracı ile yerine getirebildiği ithalat tek noktadan alışveriş sistemidir. IOSS, AB tüketicilerine kendi web sitelerinden doğrudan ithal satış yapan satıcılara veya bu tedariği kolaylaştıran pazaryerlerine/platformlara ağıttır.
 - **İhracat Kontrolleri Sınıflandırma Numarası (Export Controls Classification Number – ECCN):** ABD Ticaret Bakanlığı tarafından belirlenmiş ürünlerin karakteristik hassasiyet durumuna göre tabi oldukları ihracat izin süreçlerini belirleyen sınıflandırma kodudur.
 - **İşletmeden İşletmeye E-Ticaret (Business to Business – B2B):** İşletmeler arasındaki (üretici ile tedarikçi, üretici ile toptancı, toptancı ile perakendeci gibi) her türlü finansal ve ticari işlem aktivitelerinin gerçekleştirilmesidir.
 - **İşletmeden Tüketicie E-Ticaret (Business to Consumer – B2C):** Elektronik araçlar (internet, mobil telefon, vs. gibi) kullanılarak doğrudan müşterilere çeşitli ürünlerin satılması; elektronik kataloglardan yararlanan tüketicilerin ürün, hizmet ve bilgi alışverişini elektronik ödeme ile yapmaları; elektronik bankacılık, sigortacılık, danışmanlık ve borsa gibi çok sayıda hizmet işlemlerine aracılık etme gibi faaliyetleri kapsayan ticaret şekli olarak tanımlanmaktadır.
 - **Katma Değer Vergisi (Value Added Tax – VAT):** KDV, tedarik zincirinin değer katılan her aşamasında ürün ve hizmetlere uygulanan bir tüketim vergisidir. Bu nedenle, ürün ve hizmetlerin ilk üretiminden satış noktasına kadar KDV eklenmekte ve bu oranlar ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. Ülkemizde ise 3065 sayılı KDV Kanunu uyarınca Türkiye’de yapılan aşağıdaki işlemler KDV’ye tabidir:
 - Ticari, sınai, zirai faaliyet ve serbest meslek faaliyeti çerçevesinde yapılan teslim ve hizmetler,
 - Her türlü ürün ve hizmet ithalatı,
 - Diğer faaliyetlerden doğan teslim ve hizmetler (3065 sayılı KDV Kanunu’nda sayılmaktadır).
 - **Kayıtlı İthalatçı (Importer of Record – IoR):** İthal edilen eşyanın, ithal edildiği ülkenin tüm gümrük ve yasal gerekliliklerine uygunluğunu sağlamaktan sorumlu tarafı ifade etmektedir. Bu kişi genellikle eşyanın sahibi olmakla beraber belirlenmiş bir kişi veya gümrük komisyoncusu da olabilmektedir.
 - **Kısmi Sevkiyat (Partial Shipment):** Bir siparişin birden fazla sevkiyatta teslim edilmesidir. Alıcı ürünü sipariş ettiğinde, ürünlerin tamamının bir kerede gönderilmemesi, alıcıya parçalar halinde gönderilmesi anlamına gelmektedir.
 - **Kişi:** Gerçek ve tüzel kişiler ile hukuken tüzel kişilik statüsüne sahip olmamakla birlikte yürürlükteki mevzuat uyarınca hukuki tasarruf yapma yetkisini haiz kişiler ortaklığını ifade etmektedir.
 - **Kişisel Eşya:** Gerçek kişinin kendi kullanımına mahsus, gayri ticari (ticari miktar ve mahiyet arz etmeyen) nitelikteki eşyadır.
 - **Kişisel Kullanım:** Profesyonel veya ticari nitelikli bir faaliyetle ilgili olmamak koşuluyla ev ve özel hayatın gerekleri ile ilgili ihtiyaçları karşılama amacına yönelik kullanımı ifade eder.

-
- **Konşimento (Bill of Lading):** Taşıyıcı tarafından göndericiye verilen ürünlerin kabul edilebilir bir durumda alındığını ve göndermeye hazır olduğunu onaylayan kıymetli bir belgedir.
 - **Mahrece (Gönderene) iade:** İthalat işlemleri tamamlanmadan gönderinin orijinal göndericiye (mahrecine) iade edildiği durumu ifade etmektedir. Gönderene iade durumu; yanlış adres, hasarlı gönderi, teslimatın reddedilmesi gibi çeşitli nedenlerden dolayı gerçekleşebilmektedir.
 - **Malzeme Güvenlik Bilgi Formu (Material Safety Data Sheet – MSDS):** Kimyasal madde ve karışımların insan sağlığı ve çevre üzerindeki olumsuz etkilerini, olası riskleri ve bu tehlikelere karşı alınması gereken önlemleri içeren bilgi formudur. Taşınan ve depolanan tehlikeli maddelerin bir nevi kimliğini oluşturarak, ortaya çıkabilecek tehlikeli durumlarda yaşanabilecekler ve alınması gereken önlemler konusunda rehberlik etmektedir.
 - **Menşe (Origin):** Menşe, bir eşyanın ekonomik milliyetidir. 4458 sayılı Gümrük Kanunu uyarınca, tümüyle bir ülkede elde edilen veya üretilen eşya, o ülke menşelidir. Tümüyle bir ülkede elde edilen veya üretilen eşya ifadesinden;
 - O ülkede çıkartılan madencilik ürünleri,
 - O ülkede toplanan bitkisel ürünler,
 - O ülkede doğan ve yetiştirilen canlı hayvanlar,
 - O ülkede yetiştirilen canlı hayvanlardan elde edilen ürünler,
 - O ülkede tutulan ve avlanan balıkçılık ve avcılık ürünleri,
 - O ülkede kayıtlı veya tescilli olup, o ülkenin bandırasını taşıyan araçlar tarafından herhangi bir ülkenin kara suları dışındaki denizlerden çıkartılan av ürünleri ve diğer deniz ürünleri,
 - Söz konusu ülkede kayıtlı ya da tescilli olan ve ülkenin bandırasını taşıyan, fabrika gemilerde (f) bendinde öngörülen ürünlerden elde edilen eşya,
 - O ülkenin kara suları dışındaki denizlerin dibinden ya da deniz dibindeki toprağın altından münhasır işletme hakkına sahip olarak o ülke tarafından çıkartılan ürünler,
 - Sadece hammadde elde etmek için o ülkede toplanan, imalat işlemlerinden veya kullanım kalıntılarından elde edilen atık ve artıklar,
 - Yukarıdaki bentlerde sayılan eşyadan üretimin herhangi bir aşamasında elde edilen eşya ile bunların türevlerinden elde edilen eşya, anlaşılır.
 - **Menşe İspat ve Dolaşım Belgeleri:** Menşe ispat ve dolaşım belgelerinin neler olduğu ve hangi durumlarda düzenlendikleri aşağıda açıklanmaktadır.
 - **A.TR Dolaşım Belgesi:** Gümrük Birliği kapsamındaki bir eşyanın Türkiye ile AB üyesi ülkeler arasındaki ticaretinde eşyanın serbest dolaşımda olduğunu göstermek üzere ihracatçı ülkenin yetkili makamları tarafından A.TR Dolaşım Belgesi düzenlenir. Eşyanın A.TR Dolaşım Belgesi

eşliğinde ticarete konu olması halinde ithalatçı ülkede gümrük vergisi alınmaz. A.TR Dolaşım Belgesi eşyanın menşeiini göstermez veya menşe ispat belgesi yerine geçmez.

- **Eşyanın Tercihli Menşeiini İspatlamaya Yarayan Menşe Belgeleri:** Türkiye ile bir tercihli ticaret anlaşması imzalamış olan bir ülke arasında, malın menşeiine göre belirlenen tercihli tarife uygulamaları kapsamına giren bir eşyanın ticareti yapılırken, ihracatçı ülkede düzenlenen belgelerdir. Gümrük işlemlerinde bu belgelerden hangisinin düzenleneceği iki ülke arasındaki tercihli ticaretin dayanağı olan anlaşmanın hükümleriyle belirlenmektedir. Bu kapsamda aşağıda belirtilen belgelerden birisi düzenlenebilmektedir:
 - EUR.1 / EUR-MED Dolaşım Belgesi
 - Fatura Beyanı / EUR-MED Fatura Beyanı
 - Form A Menşe İspat Belgesi / Menşe Beyanı
 - D-8 Menşe İspat Belgesi
 - Menşe İspat Belgesi (İran)
 - Menşe İspat Belgesi (Malezya)
 - Menşe Beyanı (Güney Kore, Singapur)
- **Menşe Şahadetnamesi (Certificate of Origin):** Dış ticarete konu olan bir eşyanın ithalatçısı ve ihracatçısı olan iki ülke arasında tercihli ticarete ilişkin bir anlaşma yoksa, eşyanın menşei, ülkelerin ulusal mevzuatında yer alan menşe kuralları esas alınarak belirlenir. Bu kurallar çerçevesinde ortaya çıkan menşe kavramına "tercihli olmayan menşe" adı verilir. Eşyanın tercihli



Türkiye'den gerçekleştirilen ihracat işlemlerinde, düzenlenmesi gereken menşe ispat ve/veya dolaşım belgelerinin onay ve vize işlemleri Ticaret Bakanlığı MEDOS sistemi üzerinden elektronik ortamda gerçekleştirilebilmekte ve işlemleri tamamlanan belgeler söz konusu sistem üzerinden çıktısı alınmak suretiyle sevkiate eklenebilmektedir.

olmayan menşei, "menşe şahadetnamesi" ile belgelenir. Tercihsiz menşe kuralları, ithalatçı ülkede geçerli olan ticaret politikası önlemlerinin uygulanması açısından önem taşırlar. "Menşe Şahadetnamesi" menşe ülkenin yetkili makamlarınca düzenlenir.

- **Navlun (Freight):** Taşımacılıkta taşıma ücretlerine verilen isimdir.
- **Niş (Niche):** Genel tüketici kitlesi yerine özel kitlelere hitap eden ve dar bir pazarda yer alan ürünler için kullanılan bir terimdir.
- **Numune (Model/Sample):** Tahlil, muayene ve benzeri işlemlerde kullanılmak üzere usulüne uygun olarak alınan ve eşyayı temsil eden parçadır.

-
- **Operatör:** Ticaret Bakanlığı (Gümrükler Genel Müdürlüğü) tarafından yetki almak suretiyle, havayolu ve/veya karayolu ile hızlı kargo taşımacılığı kapsamındaki gönderilerin gümrük beyanı dahil tüm gümrük işlemlerini dolaylı temsil yoluyla yapmaya yetkili tüzel kişilerdir.
 - **Ödeme Şekli (Terms of Payment):** Alıcı ile satıcı arasındaki ödeme anlaşmasını gösteren tabirdir. Ticareti yapılan ürünlerin kıymetinin ya da nakliye bedelinin ödenmesinde kullanılabilir.
 - **Sevkiyat (Consignment):** Aynı gönderici tarafından aynı alıcıya aynı anda gönderilen ve aynı taşıma sözleşmesi kapsamındaki eşya tek bir "sevkiyat" olarak kabul edilmektedir.
 - **Sınır Ötesi E-Ticaret Paydaşları:** Bir e-ticaret işleminde taraflar; satıcılar, platformlar/pazaryerleri, alıcı/tüketici, posta ve hızlı kargo operatörleri, gümrük müşavirleri, lojistik hizmet sağlayıcıları veya ödeme sağlayıcıları olabilmektedir.
 - **Stoksuz E-ticaret (Dropshipping):** Stok tutmadan yapılan bir satış modelidir. Fabrikadan halka stoksuz satış olarak da özetlenebilen bu modelde, müşteri ürünü satıcıdan sipariş etmekte ve üretici/tedarikçi ürünü doğrudan, satın alan müşteriye göndermektedir.
 - **Şahsi Eşya (Personal Effects):** Kişisel eşya ile aile ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik kullanım alanı ve miktarı göz önüne alınarak, ticari amaç taşımadığının anlaşılması halinde serbest dolaşıma girişine izin verilen ev eşyası, motorlu ve motorsuz özel nakil vasıtaları ve aile ihtiyaçlarını karşılayan eşyadır.
 - **Tüketiciden Tüketicie E-Ticaret (Consumer to Consumer – C2C):** Tüketicilerin genellikle çevrimiçi ortamda birbirleriyle ticaret yapabileceği e-ticaret modelidir. Bir tüketicinin, üçüncü taraf bir platformu/işletmeyi kullanarak başka bir tüketiciden ürün satın aldığı pazar ortamını temsil eder. "Çevrimiçi açık artırma" olarak da adlandırılan bu e-ticaret uygulamasında; satılan ürün adedi sınırlıdır ve satıcı bir alt limit ve süre koyarak, süre sonunda en yüksek rakamı önerenlere ürünü satmaktadır. Bu alt yapıyı kurarak alıcı ile satıcıyı buluşturan platform/işletme ise satış işlemi üzerinden komisyon almaktadır.
 - **Uygunluk Beyanı (Declaration of Conformity – DoC):** Bir üretici/tedarikçi veya yetkili temsilcisi tarafından verilen, ürünlerin ithalat ülkesinin standartlarına ve teknik gerekliliklerine uygun olduğunu gösteren bir beyandır. Söz konusu ürünün tüketici sağlığını ve güvenliğini tehlikeye sokacak herhangi bir madde içermediğini, işlevsel olduğunu ve amacına uygun tasarlandığını ifade etmekte olup, satış öncesi ürün üzerinde belirli incelemeler, analiz ve testler yapıldığını göstermektedir.
 - **Vekaletname (Power of Attorney – PoA):** Gümrük komisyoncusuna, gönderici/alıcı adına gümrük işlemlerini gerçekleştirme yetkisi vermek için nakliye sırasında kullanılan yasal bir belgedir. İthalat ve ihracat işlemlerinde gümrük izni için verilen vekaletname, gümrük beyanlarını ve tüm ilgili belgeleri doldururken posta ve hızlı kargo operatörlerinin gönderici/alıcı adına hareket etmesini sağlar.
 - **Yerleşik Olmayan İthalatçı (Non-Resident Importer – NRI):** Amerika Birleşik Devletleri, Birleşik Krallık veya Kanada gibi ülkelerde ikamet etmemekle birlikte, bu ülkelere ithal edilen bir gönderi için Kayıtlı İthalatçı (IOR) olarak hareket etmeyi seçen gerçek veya tüzel kişilerdir. IOR, Kanada Hükümetine ödenecek her

türlü resim ve/veya vergiler dahil ancak bunlarla sınırlı olmamak üzere, ithalatla ilgili tüm muhasebeden ve her bir ithalatla ilgili tüm kayıtların tutulmasından sorumludur.

8. Uluslararası Anlaşmalar Uyarınca Sınır Ötesi E-Ticarete Konu Edilemeyecek Eşya

Uluslararası anlaşmalarla ticareti veya taşınması yasaklanan/kısıtlanan bir dizi riskli eşyanın yanı sıra, kendi mevzuatları doğrultusunda bazı ülkelere girişine izin verilmeyen eşyalar da bulunmaktadır. İptal, gecikme, haciz veya iade olmaksızın gönderinin teslim edildiğinden emin olmak için, sevkiyat öncesi bu listelerin kontrol edilmesi çok önemlidir. Sınır ötesi e-ticarete konu edilemeyecek başlıca ürün ve ürün grupları şunlardır:

- Ateşli silahlar, patlayıcılar, mühimmat, ateşli silahları üretmek üzere tasarlanmış üç-boyutlu yazıcılar, üç-boyutlu yazıcılar kullanılarak üretilen her türlü ateşli veya benzeri silahlar ile bunların parçaları ve benzeri tehlikeli maddeler,
- Cenaze, insan organları veya vücut parçaları, insan ve hayvan embriyoları, gömülmüş veya yakılmış insan kalıntıları,
- Piyango biletleri ve kumar cihazları,
- Para (madeni para, nakit para, kağıt para kıymetli evrak, hisse senedi veya tahvil gibi nakde eşdeğer devredilebilir enstrümanlar),
- Tehlikeli atıklar ve kimyasallar,
- Ozon tabakasını incelten maddeler,
- Ahlaka aykırı pornografik veya müstehcen materyaller,
- Kenevir bitkisi, kenevir yaprağı, kenevir tohumu, kenevir tohumu yağı, kenevir çiçeği gibi uyuşturucu sayılan veya uyuşturucu yapımında kullanılan ürünler,
- Sigara, puro, nargile, elektronik sigara dahil ancak bunlarla sınırlı olmamak üzere tütün ve tütün mamulleri,
- Fikri ve sınai mülkiyet haklarını ihlal eden, "sahte veya çakma" olarak da bilinen taklit ürünler,
- Canlı hayvanlar (böcekler dahil), karkas et ve evcil hayvanlar (izin verilenler hariç),
- Kesme çiçekler de dahil olmak üzere bitkiler ve bitki materyali (izin verilenler hariç),
- Soğutma gibi özel kontrollü ortam gerektiren bozulabilir gıda maddeleri, yiyecek ve içecekler (izin verilenler hariç),
- İthal, ihracı veya transiti herhangi bir mevzuatla yasaklanmış gönderiler,
- İthal veya ihracı belli kurum ve kuruluşlara bırakılmış gönderiler.



Bu listeler yol gösterme amacıyla hazırlanmış olup, gönderinin yasak veya kısıtlı ürünler listesinde olup olmadığını öğrenmek için, posta ve hızlı kargo operatörleri ve ihtiyaç olması halinde ticaret yapılan ülke temsilcileri ile iletişime geçilmesi önem arz etmektedir.



1. AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ

1.1. DE MINİMİS LİMİTİ

800 ABD Doları (FOB Değer)

1.2. VERGİ UYGULAMALARI

800 ABD Doları altındaki sevkiyatlar gümrük vergilerinden muaftır.

800 ABD Doları üzerindeki sevkiyatlarda normal usulde beyan (resmi giriş/formal entry) yapılması ve belirlenen gümrük vergilerinin ödenmesi gerekmektedir:

- Satış vergisi, birçok ABD eyaleti tarafından uygulanmakta ve oranı ilgili eyalete göre değişmektedir.
- İthalat vergisi, gönderinin boyutuna ve hacmine göre değil, eşyanın cinsine göre belirlenmektedir.

1.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ

- Uluslararası posta servisi ile ABD'ye gönderilen ve değeri 800 ABD Doları altında kalan gönderiler için ayrıca bir belge aranmamaktadır (Gümrük ve Sınır Koruma idaresinin -CBP- ilave belge isteme hakkı saklıdır).
- Değeri 2.500 ABD Doları altında olan, ithali yasak veya kotaya tabi olmayan gönderiler, basitleştirilmiş usule göre işlem görmektedir. Gümrük vergisi belirlendikten sonra gönderi adresine iletilmektedir. Evrak işlemleri CBP tarafından gerçekleştirilmektedir.
- Gümrük vergisi ödenmesi gerekliliği söz konusu olursa, CBP verginin yanı sıra yaptığı bu işlem için ücret tahsil etmektedir.
- 2.500 ABD Doları üzerindeki gönderiler ile anti-damping gibi önlemlere tabi olan kısıtlı veya kontrollü ürünler, genel ithalat rejimi hükümlerine tabidir.
- Hızlı kargo yoluyla gönderilen paketlere ilişkin işlemler gümrük müşaviri tarafından gerçekleştirilmekte ve adrese teslim edilmektedir. Ödenmesi gereken masrafların bu süreçte tahsili gerekmektedir. Alıcı doğabilecek ek vergilerden ve diğer masraflardan sorumludur.
- Hızlı kargo taşıyıcı tesisleri (Express consignment carrier facilities-ECCF) limanlarda ekspres sevkiyatların geçişini sağlamak üzere düzenlenmiş bölümlerdir. Sevkiyatlarını buradan geçirecek firmalar CBP tarafından onaylanmış firmalar olmalıdır. 800 ABD Dolarına kadar vergiden muaf olan sevkiyatlar dahil olmak üzere, söz konusu sevkiyatları gerçekleştirecek firmaların eManifest formu yoluyla sevkiyata ilişkin

tüm bilgileri (menşee ülke, eşya, miktar, değeer, gönderi adresi vb.) gümrük idaresine sunması gerekmektedir.

- Section 321 kapsamında düzenlenen e-ticaret basitleştirme uygulaması günde tek bir sevkiyatla sınırlıdır. Öte yandan, halihazırda Çin menşeli birçok ürüne uygulanan Section 301 önlemleri ile diğer ülkelerin yanı sıra ülkemiz menşeli demir-çelik ve alüminyum ürünlerine de uygulanmakta olan Section 232 (korunma) önlemleri de minimis uygulamasından faydalanabilmektedir.
- ABD Gıda ve İlaç İdaresi (FDA) düzenlemeleri doğrultusunda, ticari nitelikte olmayan ve gerçek kişilerden gerçek kişilere gönderilenler (C2C) hariç olmak üzere, insan ve hayvan tüketimi için ithal edilen gıda ürünleri ile alkol ürünlerinde ön bildirim zorunludur.

Değeri 250 ABD Doları'nın üzerindeki deriden mamul ürünler için ticari fatura ibraz edilmelidir. El çantaları ve valizler için bu sınır 5 ABD Doları'dır.



- Tekstil ve hazır giyim ürünlerinde, ticari fatura üreticinin adını ve adresini, malzeme türü ve bileşimini, cinsiyetini (kadın, erkek veya çocuk giysisi gibi) ve ölçülerini içermelidir. Eşya numune ise kullanılamayacak hale getirilmiş olmalı ve numune olduğu havayolu konşimentosu ile ticari faturada belirtilmelidir. Numune faturalarında 9811.00.60 HS kodunun da belirtilmesi gerekmektedir.
- Değeri 800 ABD Doları'nın üzerinde olan tekstil ürünleri için üretici kimlik kodu (manufacturer identification number/MID) gereklidir.

Farklı kurumlarca talep edilen belgelerin e-ticaret kapsamında da sunulması gereklidir. Örneğin, gıda ve ilaç idaresi (FDA) tarafından ön bildirim şartı konulan ilaç, tıbbi cihaz vb. ürünlerin ön bildirim şartının, de minimis kapsamı ithalatta da sağlanması gerekmektedir.

- Et ve süt ürünleri ABD Tarım Bakanlığı düzenlemelerine tabi olup, kahve dahil diğer gıda maddeleri ile çay ve şeker ise FDA düzenlemelerine tabidir.
- Kişisel sağlık ve bakım ürünlerinde (diş fırçası, törpü, tırnak makası vb.) FDA onayı aranmaktadır.
- Kimyasal içerikli (mürekkep, kozmetik, boya vb.) gönderiler için TSCA (Toxic Substances Control Act) uygunluk belgesi talep edilmektedir.

- 12 yaş ve altındaki çocuklar için tasarlanan oyuncaklar da dahil olmak üzere tüm çocuk ürünleri, Tüketici Ürün Güvenliği düzenlemelerine tabidir.
- Ahşap gönderiler için ahşap çeşitliliğini gösteren LACEY formu (mdf, kompozit, ağaç türü vb.) talep edilmektedir.
- Gümrük ve Sınır Koruma İdaresi (CBP) düzenlemeleri uyarınca, resmi girişlerde IRS işveren kimliği numarası (EIN) veya alıcı gerçek kişi ise sosyal güvenlik numarası (SSN) gereklidir.
- FSVP (Foreign Supplier Verification Program) Formu FDA'nın yabancı tedarikçi kontrol servisi tarafından istenen bir evraktır. Temelde bu evrak ithal edilen gıda ürünlerinin Amerikan halk sağlığını korumak adına ithalatçının uygunluğunun sağlanması amacıyla oluşturulmaktadır. Ayrıca FDA ithalatçı firmalara bu konuda eğitimler düzenlemektedir.
- De minimis kapsamında lisans, belge, sertifika vb. muafiyetlerden yararlanamayan ürünlerin düzenleyicisi olan ve Gümrük ve Sınır Koruma İdaresi (CBP)'nin "İşbirliği Yapılan Hükümet Kurumları (PGA)" olarak nitelendirdiği kurum bilgilerine [İşbirliği Yapılan Hükümet Kurumları](#) linkinden veya yan taraftaki qr kodu taratılarak ulaşılabilir.
- Posta ve hızlı kargo siparişlerinin zamanında teslimine ilişkin kılavuza [E-Ticaret Uyumluluk Kılavuzu](#) linkinden veya yan taraftaki qr kodu taratılarak ulaşılabilir.



ABD Gıda ve İlaç İdaresi (FDA) düzenlemeleri doğrultusunda, ticari nitelikte olmayan ve gerçek kişilerden gerçek kişilere gönderilenler (C2C) hariç olmak üzere, insan ve hayvan tüketimi için ithal edilen gıda ürünleri ile alkol ürünlerinde ön bildirim zorunluluğu bulunmaktadır.



1.4. BELGELER

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
Havayolu Taşıma Senedi (AWB-Air Waybill)	✓
Ticari Fatura	Ülke Gerekliliklerine Göre
Gıda ve İlaç Sertifikasyonu (FDA Form 2877)	Radyasyon Yayan Ürünler
FDA Onayı	Kişisel Sağlık ve Bakım Ürünleri (Diş Fırçası, Törpü, Tırnak Makası), Et ve Süt Ürünleri, Dayanıklı Gıdalar, Çay, Şeker
Menşe Şahadetnamesi	Bazı Alkollü İçecekler
Sanat Eseri Beyanı	Sanat Eserleri
Zehirli Maddeler Kontrol Yasası (TSCA) Sertifikasyonu	Belirli Kimyasallar ve Karışımlar (Kimyasal İçerikli Kozmetik Ürünler, Mürekkep, Boya), Mürekkep İçeren Kalemeler
Gümrük Formu 3299 Beyanı	Kişisel Eşya ve Ev Eşyası
Çelik İthal Lisansı	Değer, Tarife ve Menşe Sınıflandırmasına Göre "Resmi Kayıt" Olarak Sınıflandırılan Belirli Çelik Ürünleri (Levha, Haddelenmiş Çubuk, Flanş vb.)
Bitki ve Bitkisel Ürün Beyanı (PPQ Form 505)	Bitki veya Bitki Materyalleri İçeren Belirli Ürünler
LACEY Formu	Ahşap Ürünler
Yabancı Tedarikçi Teyit Programı (FSVP) Formu	Dayanıklı Gıdalar
Reçete	Kişisel Kullanıma Mahsus İlaçlar

1.5. POSTA Ofisi

United States Postal Services (<https://www.usps.com/>)

1.6. YASAK VE KISITLI EŞYA

YASAK EŞYA	KISITLI EŞYA
• FDA tarafından yasaklanan ilaçlar • Ambargo uygulanan ülkelerden gelen eşya • Köpek ve kedi kürkünden yapılan eşya • Ticari marka ve telif haklarıyla korunan sahte ve korsan ürünler • Sustalı bıçaklar, çakılar • Suriye menşeli petrol ve petrol ürünleri • Sürpriz yumurtalar • Toprak • Zorla çalıştırma yoluyla üretilen ürünler • Çin menşeli ahşap ürünler • Tetrahydrocannabinol (THC) içeren kozmetik, giysi, yiyecek vb. ürünler • Gümrük denetimi gerektiren kimyasallar/temizlik ürünleri • Anti damping/sübvansiyon vergilerine tabi ürünler • Kota kapsamında ithal edilen ürünler • Sigaralar, purolar, tütün ürünleri, alkollü içecekler • Tarımsal harçlara tabii ürünler (dana, domuz, bal, pamuk, patates, mantar, karpuz vb.)	• Sağlık ve güzellik: Besin ve diyet takviyeleri, kozmetik, ilaçlar, veteriner ürünleri vb. • Kontak lensler ve gözlükler • Tüketici elektroniği: CD/DVD sürücülü bilgisayarlar, CD oynatıcılar, mikrodalga fırınlar vb. • Kimyasallar • Tütün ürünleri • Odun ve ahşap ürünler • Hayvansal ürünler • Belirli gıda maddeleri • Ev ve yaşam: Sofra ürünleri • Otomobiller



U.S. Customs and
Border Protection

E-TİCARETTE UYUMLULUK UNSURLARI

Paketinizin Zamanında Teslim Edilmesini Nasıl Sağlayabilirsiniz?

Aşağıdaki yönergeler takip edildiğinde, gönderinin ABD Gümrük ve Sınır Koruma İdaresi (CBP) tarafından alıkonulma olasılığı azalmakta ve gümrük işlemlerinin tamamlanması olasılığı artmaktadır.



Eşyanın Tanımı

Gönderilen ürünün/ürünlerin doğru ve ayrıntılı bir açıklaması sağlanmalıdır.



%100 pamuklu, turuncu, yuvarlak yaka, kısa kollu tişört



Tişört



Eşyanın Gümrük Kıymeti

Satış veya liste fiyatı ABD Doları cinsinden belirtilmelidir.



\$1.500 (alıcının ödediği fiyat)



\$0 veya 10



Eşyanın Miktarı

Her kutu, balya, kasa veya diğer paketlerdeki öğelerin tam sayısı bildirilmelidir.



3 (1 paketteki ürün miktarı)



1 paket



Eşyanın Brüt Ağırlığı

Eşyanın ağırlığı (kg veya lbs) belirtilmelidir (Ağırlık mevcut değilse tahmini ağırlık yazılmalıdır). Brüt ağırlık her bir öğenin ağırlıklarının toplamıdır.



450 kg veya 1.000 lbs



0



Eşyanın Menşei

Yasal bir istisna olmadığı sürece ürün/ürünler menşe ülkenin İngilizce adı ile işaretlenmelidir.



China
(eşya Çin menşeli ise)



香港



Diğer Devlet Kurumları Gereksinimleri

Diğer kurumlar ilave bilgi isteyebilmektedir. Diğer devlet kurumlarından gerekli lisanslar, izinler veya diğer bilgiler alındı mı?



Gerekli tüm bilgi ve belgelerin ibrazı



Eksik bilgi/belge

For more information contact ecommerce@cbp.dhs.gov

1.1. De Minimis Limiti

150 Avro (CIF Değer)

1.2. Vergi Uygulamaları

- 150 Avro altındaki kişisel kullanıma mahsus sevkiyatlar KDV dışındaki gümrük vergilerinden muaftır. Ancak, KDV, gönderinin değeri ne olursa olsun, tüm sevkiyatlardan tahsil edilir ve eşyanın CIF değeri üzerinden %19 oranında uygulanır. 150 Avro üzeri sevkiyatlardan ise, gümrük tarife istatistik pozisyonuna göre %19 KDV'nin yanı sıra gümrük vergileri tahsil edilir.
- Sipariş verilen eşya için KDV sipariş esnasında ödenmişse ithalat esnasında bu durum göz önünde bulundurulur ve mükerrer KDV tahsilatına gidilmez.
- Kahve, tütün, elektronik sigara, alkollü içecekler ve parfüm cinsi eşya için her hâlükârda Özel Tüketim Vergisi (ÖTV) tahsil edilmektedir.
- Kargo ücreti faturada eşyanın bedelinden ayrı olarak belirtilmişse vergi hesaplamalarında kargo ücreti dikkate alınmaz. Kargo ücreti faturada ayrıca belirtilmemişse gönderinin bedeline kargo ücreti dahil edilerek ulaşılabacak toplam tutar üzerinden vergi hesaplaması yapılmaktadır.

1.3. Gümrük İşlemleri

Mesafeli satışlarda çevrimiçi perakendeciler AB'nin tamamındaki satışları için tüm KDV yükümlülüklerini yerine getirebilecekleri 'IOSS – İthalat Tek Durak Noktası' adı verilen bir elektronik portala kaydolabilmektedirler. Kayıt olduktan sonra çevrimiçi perakendeciler, periyodik olarak sunacakları beyanname ile tüm AB satışları için portal üzerinden KDV'yi bildirerek ödeyebilmektedir. Bu eşik AB çapında 10.000 Avro olarak uygulanmaktadır. Bu eşik altında, ürünlerin uzaktan satışı AB içindeki vergi mükellefinin yerleşik olduğu Üye Devlette KDV'ye tabi kalabilmektedir.

1. IOSS sistemine kayıt olmak suretiyle;

Çevrimiçi perakendecinin AB IOSS sistemine kaydolması, satış sırasında KDV'yi tahsil etmesi ve aylık olarak ilgili AB ülkesine göndermesi gerekir. IOSS kapsamında gönderim yapılıyorsa, taşıyıcının tüketiciden KDV tahsil etmediğinden emin olmak için, gönderinin açıkça IOSS olarak tanımlanması gerekmektedir. Bunun için, ticari faturanın "Gönderen Vergi Numarası" alanına IOSS KDV numarası eklenmelidir. AB'ye yüksek miktarda gönderi hacmi varsa, bu seçenek önerilmektedir.

2. IOSS sistemine kayıt olmaksızın;

A. *KDV'nin çevrimiçi perakendeci tarafından tahsili:* Ödeme sırasında tüketiciden KDV (ve varsa diğer vergiler/harçlar) tahsil edilir, bu siparişler gümrük vergileri ve harçları önceden ödenmiş (DDP) olarak gönderilir ve ithalat sonrasında ödenen vergi ve harçlar operatör tarafından satıcıya geri fatura edilir. Bu yöntem, gönderimde gecikmeleri önlediği, tüketicilerin tüm maliyetleri önceden ödediği ve ithalat sırasında ek ücretlerle karşılaşmayacağı için önerilir. Taşıyıcının tüketiciden KDV tahsil etmediğinden emin olmak için, gönderinin "faturayı gönderen/üçüncü taraf" olarak açıkça belirtilmesi gerekmektedir.

B. *KDV'nin taşıyıcı tarafından tahsili:* AB'nin "Özel Düzenleme" olarak adlandırdığı bu yöntemde, taşıyıcı, KDV'yi (ve varsa diğer vergileri/harçları) ithalattan sonra ancak teslimattan önce tüketiciden/alıcıdan tahsil etmektedir. Gönderinin gümrük işlemleri yalnızca varış ülkesinde yapılabilmekte ve alıcıdan vergi tahsil edilinceye kadar gönderi teslim edilmemekte; bu da önemli gecikmelere ve ek nakliye ücretlerine neden olabilmektedir.

- Faturada ve havayolu taşıma senedinde satış fiyatının Avro (EUR) cinsinden yazılması, ithalat sırasında döviz kuru farklarından kaçınılması açısından önemlidir.
- İthalatçıların bir EORI (gümrük kayıt) numarasına sahip olması gerekir (gerçek kişiler, askeri gönderiler ve AB'de ikamet etmeyenler hariç). Alıcının veya ithalatçının EORI numarası faturada gösterilmelidir. İthalatçı AB'de ikamet etmiyorsa "yetki belgesi/vekaletname" (Power of Attorney/POA) zorunludur.
- AB dışından ithal edilen ürünler yasaklı veya kısıtlı eşya kategorisinde yer almıyorsa ve gönderi belgeleri tam olarak doldurulmuşsa, Incoterms teslim şekline bağlı olarak sipariş ilgili kargo şirketi tarafından alıcıya kapıda teslim edilebilmektedir.



AB'ye yüksek miktarda gönderi hacmi varsa, göndericinin özellikle kendi web sayfasını kullanıyor olması halinde IOSS sistemine kayıt olması önerilmektedir. Kendi web sayfası dışında bir pazaryeri üzerinden yapılan satışlarda, pazaryerinin IOSS Numarasına sahip olup olmadığına dikkat edilmelidir.

- Gümrük idaresince siparişe ilişkin şüphe hasil olmuşsa alıcının idareye bizzat başvurması söz konusu olabilmektedir. Bu durumda sipariş bekletilebilmekte, imha edilebilmekte veya paketin açılıp kontrol edilmesi talep edilebilmektedir.
- Oyuncak ve tüketici elektroniği ithalatında eşyanın üzerinde AB mevzuatına uygun ve gerekli işaretlerin yer almasının yanı sıra eşyanın türüne göre uyumluluk belgelerinin ve kullanım kılavuzunun yer alması gerekmektedir.



Kozmetik ürünleri (güzellik ürünleri, sabun, şampuan, saç boyası, ağız gargarası, diş macunu, deodorant, parfüm vb.), gönderici ve ithalatçı bakımından uyulması gereken sıkı ürün güvenliği gereksinimlerine tabidir! Alman gümrük idaresi sıklıkla kozmetik gönderilerini incelemekte ve gerekliliklere uyulmaması gönderinin iadesiyle sonuçlanmaktadır.

- 2368/2002 sayılı AB regülasyonu kapsamında kaba elmas ticaretine ilişkin elmas sertifikası ve Kimberley sertifikası ibrazı gerekmektedir.
- Bazı gıda ürünleri (incir, kuruyemiş, baharat vb.) yalnızca yetkili gümrük idarelerinde denetime tabi tutulmaktadır.

Numuneler

Ticari miktar ve mahiyet arz etmeyen numune gönderileri (eşyanın numune olmasını sağlayacak şekilde işaretlenmiş veya değiştirilmiş olması kaydıyla) aşağıda belirtilen koşulları taşıması halinde, basitleştirilmiş usulde işlem görmek ve gümrük vergilerinden muaf olarak ithal edilebilmektedir.

Numune olarak gelen aynı cins eşyanın,

- Sayısı azami 5 adet ile sınırlıysa,
- Toplam kıymeti 50 Avro'yu aşmazsa,
- Numune olduğu ticari fatura üzerinde belirtilirse,
- Alıcı firmanın iştiğal alanıyla ilgiliyse.



Numunelere uygulanan 50 Avroluk limit, ilgili eşya grubunun toplam kıymeti esas alınarak hesaplanmaktadır örneğin,

5 adet tişört (tanesi 8 Avro olmak üzere toplam kıymeti 40 Avro)

5 adet pantolon (tanesi 10 Avro olmak üzere toplam kıymeti 50 Avro)

5 adet gömlek (tanesi 7 Avro olmak üzere toplam kıymeti 35 Avro)

Toplam 125 Avro kıymete sahip bir taşıma senedi kapsamı numune gönderileri, aynı cins eşyanın toplam kıymeti 50 Avro'yu aşmadığı için bu muafiyetten faydalanabilmektedir.

Özetle; Kural olarak, numunenin ticari olmaması kaydıyla gümrük vergisi ve KDV'den muaf olarak ithali ancak belirli şartlar altında mümkündür. Üzerinde numune olduğu açıkça belirtilen veya üzerine gerekli işaretler (kesme, delme gibi) konulan ve test amacıyla getirilen eşyalar gümrük vergisi ve KDV'den muaf olarak Almanya'ya ithal edilebilmektedir. Numune olarak gönderilen eşyaların üzerinde numune olduğu açıkça yazılmamışsa veya kesme, delme gibi işlemlerin yapılması mümkün değilse (örneğin bir moda gösterisi için getirilen giysiler) 5 parçaya kadar ve her bir eşya grubunun değeri 50 Euro olacak şekilde gümrük vergisi ve KDV'den muaf olarak ithal edilebilmektedir. Eşya grubu, eşyanın bedeni dışındaki, eşyanın kalitesi, rengi gibi unsurları içermekle birlikte, numune olarak gönderilecek eşyaların ihracat dokümanlarında, numune oldukları ve bu eşyaların ticari bir değer taşımadığı ibarelerine mutlak suretle yer verilmesi gerekmektedir. (Örneğin; No commercial value, for customs purposes only, free of charge, samples only, advertising purposes only, not for sale)

1.4. Belgeler

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
Havayolu Taşıma Senedi (AWB-Air Waybill)	✓
Ticari Fatura	Ülke Gerekliliklerine Göre
A.TR Dolaşım Belgesi	✓
Bitki Sağlık Sertifikası	Bitkisel Ürünler ve Gıda Ürünleri
Veteriner Sağlık Sertifikası	Hayvansal Ürünler
İthalat Lisansı/İzni	Uçak Parçaları, Farmasötik Ürünler
Biyolojik Eşya Bildirim Formu	Biyolojik Materyaller
CITES Belgesi	Nesli Tehlike Altında Olan Hayvan ve Bitkilerden Elde Edilen Ürünler, Havyar
CE Belgesi/Beyanı	Elektrikli Ürünler, Elektronik Ürünler, Oyuncaklar
Reçete	Kişisel Kullanıma Mahsus İlaçlar

1.5. Posta Ofisi

Deutsche Post (<https://www.deutschepost.de/en/home.html>)

1.6. Yasak ve Kısıtlı Eşya

YASAK EŞYA	KISITLI EŞYA
• Patlayıcılar, radyoaktif maddeler • Alkol ve alkollü içecekler • Tütün ve tütün mamulleri • Takviye edici gıdalar ve vitaminler • Ozon tabakasını incelten maddeler • Canlı hayvanlar • Bitkisel maddeler, tohumlar • Palm yağı • İran menşeli ürünler • Çin menşeli taklit/imitasyon giysiler • Azo boyar madde içeren tüm ürünler (tekstil, kimyasallar vb.) • AB standartlarına uygun olmayan elektronik eşya • Bıçaklar (kelebek vb.)	• Mevzuat ile belirlenmiş bazı ilaçlar • Kişisel eşya ve ev eşyası • Medya içeriği ve yayınlar • Mevzuat ile belirlenmiş bazı tekstil ürünleri • Et ve süt ürünleri • Tıbbi numuneler • Bitkiler • Gıda ve hayvan yemi • Oyuncak ve tüketici elektroniği • Kaba elmas • Kültürel miras eşyası • Numuneler (50 Avro üzeri)



3. AVUSTRALYA

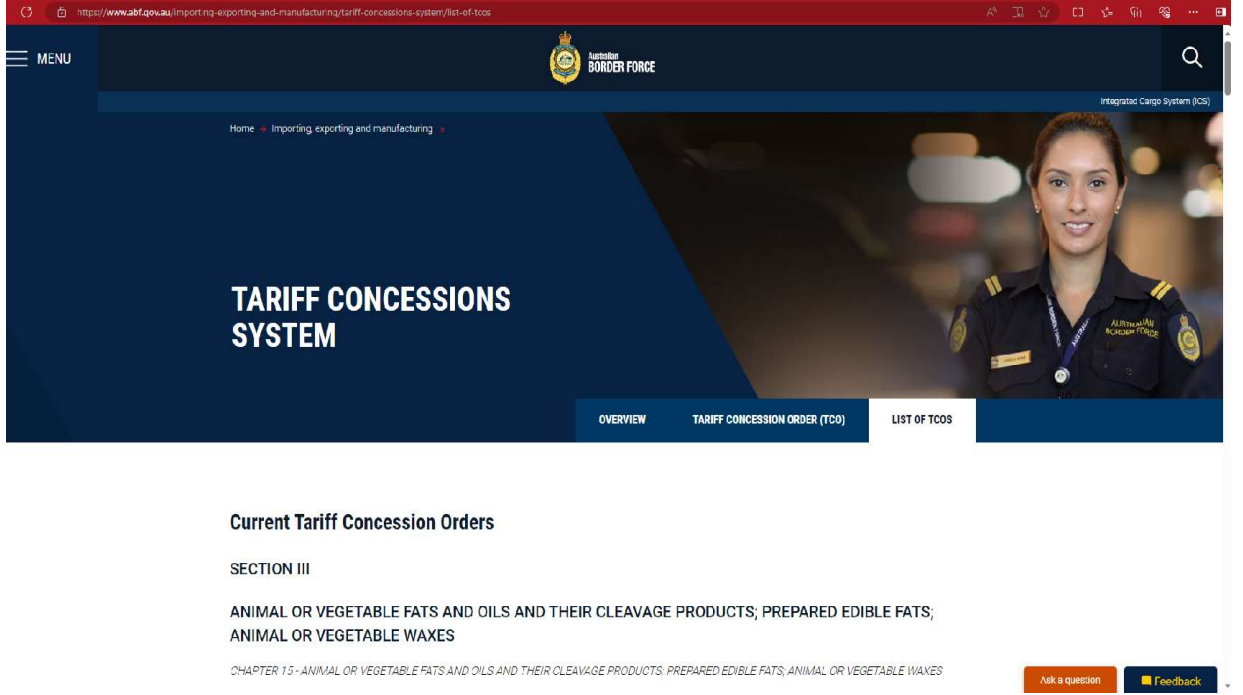
3.1. DE MINİMİS LİMİTİ

1.000 Avustralya Doları (FOB Değer)

3.2. VERGİ UYGULAMALARI

- 1.000 Avustralya Doları altındaki sevkiyatlar gümrük vergilerinden muaftır.
- 1.000 Avustralya Doları üzerindeki sevkiyatlarda eşyanın tüm vergilerinin (%10 GST ve varsa gümrük vergisi) gümrük idaresine ödenmesi gerekmektedir.
- Ürün ve hizmetler vergisi (Goods and Services Tax-GST) standart oranı %10 olup eşyanın CIF değeri üzerinden tahsil edilmektedir.
- Gümrük vergisi, Avustralya'ya ithal edilen pek çok ürüne %5 oranında uygulanmaktadır. Ayrıca %10 düzeyindeki KDV ithal edilen ürünlere de uygulanmaktadır. Güncel gümrük vergisi oranları <https://www.abf.gov.au/importing-exporting-and-manufacturing/tariff-classification/current-tariff/schedule-3> adresinde yer almaktadır. 
- Avustralya'da mevcut KDV oranı %10 düzeyinde olup, detayları Avustralya Vergi İdaresi'nin <https://www.ato.gov.au/business/gst/> adresinde yer almaktadır. 
- 1.000 Avustralya Doları üzerindeki sevkiyatlarda ithalat işlem ücreti (IPC) ve ithalat beyannamesi (normal usulde beyan) ücreti tahsil edilmektedir. Bu ücretler, beyannamelerin işlenmesi ve ithal edilen eşya ile ilgili risklerin değerlendirilmesi masraflarını kapsamaktadır. IPC, beyanın türüne ve nakliye için kullanılan taşıma moduna bağlı olmaktadır.
- Tarife İndirim Sistemi (Tariff Concession System) Avustralya'da benzeri bulunmayan ürünlerin ithalatında indirimli gümrük vergisi uygulamak için oluşturulmuş olup, konuya ilişkin ayrıntılı bilgiye <https://www.abf.gov.au/importing-exporting-and-manufacturing/importing/cost-of-importing-goods/concession-schemes> adresinden ulaşılabilmektedir. 
- Yaklaşık 15.000 adet mevcut tarife indirim emri bulunmaktadır. Avustralya yasalarına uygun olarak bir tarife indirim talebinde bulunabilmek için ithal edilen eşyanın; tarife indirim sisteminin dayandığı tarife

sınıflandırmasına göre sınıflandırılabilir olması ve tarife indirim emrine verilen tanımı tam olarak karşılıyor olması gerekmektedir.



3.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ

- 1.000 Avustralya Doları altındaki ithalatlarda gümrük beyannamesi açma zorunluluğu bulunmamaktadır. Söz konusu eşya, Beyana Dayalı Gümrük Beyannamesi (Self-Assessed Clearance Declaration/SAC) ile gümrükten çekilebilmekte ve ilgili belge için bir masraf ödenmemektedir. SAC belgesi, kargo şirketleri, gümrük temsilcileri veya sisteme erişimi olan üçüncü taraflarca gümrük sistemine beyan edilebilmektedir.
- Kargo Bildirimi SAC Beyannamesi (Cargo Report SAC Declaration), Kısa Format SAC Beyannamesi (Short Format SAC Declaration) ve Uzun Format SAC Beyannamesi (Long Format SAC Declaration) olmak üzere üç adet Beyana Dayalı Gümrük Beyannamesi türü bulunmaktadır. İthal edilen eşyanın izne tabi eşya olması durumunda Uzun Format SAC Beyannamesinin doldurulması zorunludur. Konu hakkında ayrıntılı bilgiler, <https://www.abf.gov.au/importing-exporting-and-manufacturing/importing/how-to-import/import-declaration> adresinde yer almaktadır.



1.000 Avustralya Doları üzerindeki sevkiyatlarda gümrük beyannamesi (Import Declaration-N10) doldurulması zorunluluğu bulunmaktadır.

- İthalat beyannamesi, ithalatçı veya temsilcisi tarafından çevrimiçi olarak Entegre Kargo Sistemi (Integrated Cargo System -ICS-) üzerinden girilebilmekte veya beyan sahibi tarafından doldurulan ve imzalanan form gümrük idaresine sunulabilmektedir.

- İthal edilen eşyanın hava veya deniz kargosu ile ulaştırılması durumunda, B650 formunun (<https://www.abf.gov.au/form-listing/forms/b650.pdf>);



Posta yolu ile ulaştırılması durumunda ise B374 formunun (<https://www.abf.gov.au/form-listing/forms/b374.pdf>) doldurulması gerekmektedir. İthalatçı tarafından doldurulması gereken bu formlarda, eşyaların satıcılarına ilişkin de detaylı bazı bilgilere ihtiyaç duyulduğundan (isim-soyisim, adres, telefon numarası, e-posta adresi gibi) düzenlenecek evraklarda asgari bu bilgilere yer verilmesi faydalı olacaktır.



Avustralya, "Basitleştirilmiş GST" olarak bilinen bir vergi planına sahiptir. Avustralya'da yerleşik olmayan çevrimiçi perakendeciler 1 yıl içinde 75.000 Avustralya Doları ve üzerinde satış yapıyorsa veya yapmayı planlıyorsa, Basitleştirilmiş GST Sistemi aracılığıyla, bu verginin doğrudan Avustralya Vergi Dairesine aktarılması gerekmektedir. Ancak, satışlar çevrimiçi bir pazaryeri veya elektronik platform aracılığıyla yapılıyorsa, bu sisteme kaydolma zorunluluğu olmayabilmektedir.

- Bu süreç için üç seçenek bulunmaktadır:

1. Basitleştirilmiş GST sistemine kayıt:

- Avustralya İşletme Numarasına (Australian Business Nr) ihtiyaç bulunmuyorsa,
- Avustralya ile bağlantılı satışlar yapılıyorsa,
- İthal hizmetler, dijital ürünler veya düşük değerli eşya satışı yapılıyorsa,
- Hızlı ve kolay bir şekilde elektronik kayıt, raporlama ve ödeme yapılması talep ediliyorsa.
- GST kredisi talep edilmesine gerek yoksa (vergilendirilebilir ithalatlar dahil)

2. Standart GST sistemine kayıt (isteğe bağlı):

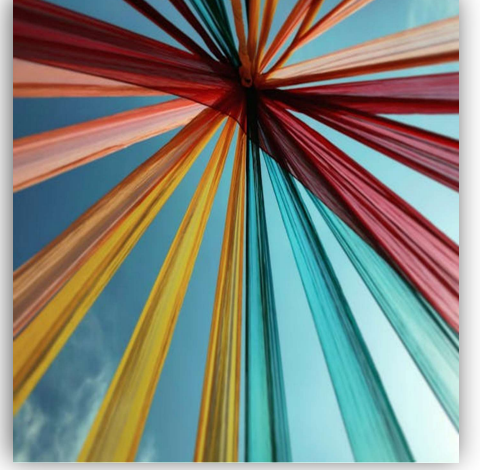
- ABN numarası varsa veya ABN numarasına ihtiyaç varsa,
- Avustralya ile bağlantılı satışlar yapılıyorsa,
- Vergi faturası düzenlenmesi gerekiyorsa,
- GST kredisi talep ediliyorsa.

3. Standart GST sistemine kayıt (zorunlu):

- ABN alma hakkına sahip değilse,
- Avustralya ile bağlantılı satış yapılmıyorsa,

→ GST kredisi talep ediliyorsa.

- Avustralya gümrüğü, düşük değerli posta ve hızlı kargo gönderilerine uygulanan muafiyetlerin kötü amaçlı kullanılmadığından emin olmak amacıyla rastgele denetimler gerçekleştirmektedir. Bu çerçevede, eşya ayrımı yapılmaksızın, gönderinin bedelinin ödendiğine dair kanıt talep edilebilmektedir. Bu kanıt banka dekontu veya kredi kartı ekstresi, broşür, katalog veya internet listesi pazar veya toptan satış fiyatı şeklinde sunulabilmektedir.
- Tekstil ürünlerinde Çin, Afrika ülkeleri (Gabon hariç), Karayipler (belirli ülkeler hariç), Meksika, Güney Amerika, Uzak Doğu (Japonya hariç) ve Orta Doğu (Güney Kıbrıs Rum Kesimi hariç) menşeli ürünler için menşe şahadetnamesi aranmaktadır. Ticari faturada, giysinin türü, kumaş içeriği, kumaş ağırlığı, boyutlar, üretim yöntemi (dokuma, örme vs), cinsiyet grubu (kadın, erkek veya çocuk giysisi gibi) detaylı bilgiler yer almalıdır. Faturada bu bilgiler yer almıyorsa gümrük işlemleri sırasında gecikmeler yaşanabilmekte ve ek ücretlere tabi olabilmektedir.
- Gıda ürünlerinde Avustralya Rekabet ve Tüketici Komisyonu (ACCC) eşyanın menşe bilgisine ilişkin beyanı zorunlu kılmaktadır. Etiketleme gereklilikleri, gıdanın türüne, yetiştirildiği/üretildiği ve paketlenildiği yere bağlı olarak değişmektedir.
- Kullanılmış eşya gönderileri denetim ve muayeneye tabidir, gümrük işlemleri sırasında gecikmeler yaşanabilmektedir.
- Ahşaptan yapılmış veya hayvanlarla temas etmiş ya da hayvanlardan elde edilmiş ürünler (bitkisel ve hayvansal ürünler) Avustralya Karantina ve Denetim Servisinin (AQIS) denetimine tabidir ve gümrük işlemlerinde gecikmeler yaşanabilmektedir.
- Yasak veya kısıtlı eşya içeren veya önceden temin edilmesi gereken izin ve/veya belgeleri olmayan gönderilere gümrük idaresince el konulmaktadır. İzin ve/veya belge sunulması gereken gönderiler için, sevkiyatın varışından önce başvurularak temin edilen izin/lisans ilgili gönderiye eklenmelidir. Gümrük gereksinimlerine uyulmaması halinde para cezası uygulanmaktadır.
- 250 mg/kg'dan fazla kurşun veya kurşun bileşiği içeren kozmetik ürünlerin ithalatı yasaklanmıştır. Bu kuralın istisnası; saç tedavilerinde kullanılmak üzere tasarlanmış, 250 mg/kg'dan fazla kurşun asetat içeren ürünlerdir. Bu ürünlerin ithalatı için Avustralya İçişleri Bakanlığı'ndan izin alınması gerekmektedir.



- İthal yasak eşyaya <https://www.abf.gov.au/importing-exporting-and-manufacturing/prohibited-goods/list-of-items> adresinden, ithali kısıtlı eşyaya https://auspost.com.au/content/dam/auspost_corp/media/documents/prohibited-and-restricted-items-list.pdf adresinden ulaşılabilir.

3.4. BELGELER

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
Havayolu Taşıma Senedi (AWB-Air Waybill)	✓
Ticari Fatura	Ülke Gerekliliklerine Göre
Menşe Şahadetnamesi	Kimyasallar, Hazır Giyim Tekstil Ürünleri
Menşe Beyanı	Dayanıklı Gıdalar
İthalat Lisansı	Kimyasallar
İthalat İzni	Spor Ekipmanları, Biyolojik Materyaller, Dayanıklı Gıdalar, Farmasötik Ürünler, İlaçlar, Tedavi Amaçlı Cihazlar, Radyolar ve Kablosuz Telefonlar, İmitasyon Silahlar, Elektrikli Scooter

3.5. POSTA Ofisi

Australia Post (<https://auspost.com.au/>)

3.6. YASAK VE KISITLI EŞYA

YASAK EŞYA	KISITLI EŞYA
• Süt ve süt ürünleri • Bal • Paintball silahları • Asbest ve asbest içeren materyaller • Sığır eti ve et ürünleri • Reçetesiz ilaçlar • Ateşli silahlar, zırhlar • Bulaşıcı materyaller • Elektronik sigara ve ekipmanları • 250 mg/kg'dan fazla kurşun veya kurşun bileşiği içeren kozmetik ürünler	• Kümes hayvanları ve ürünleri • Gıda ürünleri • İlaçlar, farmasötik ürünler • Balık • Bitkiler • Kullanılmış eşya • Lazer işaretçiler • Kozmetik • Biyolojik ürünler • Kimyasallar • Saç tedavilerinde kullanılmak üzere tasarlanmış, 250 mg/kg'dan fazla kurşun asetat içeren ürünler • Ahşaptan yapılmış veya hayvanlarla temas etmiş ya da hayvanlardan elde edilmiş ürünler

4.1. DE MINIMIS LİMİTİ

1.000 BAE Dirhemi (CIF Değer)

4.2. VERGİ UYGULAMALARI

- 1.000 BAE Dirhemi altındaki ithalatlar, çoğunlukla KDV ve harçlardan muaftır.
- Bazı ürünler (örneğin, seçilmiş gıda ürünleri) dışında eşyanın değerine bakılmaksızın genel gümrük vergisi ortalama oranı %5 olarak düzenlenmiştir.
- Gümrük vergileri eşyanın CIF değeri esas alınarak hesaplanmaktadır. Bu oran alkolde ürünün %50'si, sigarada ise %100'ü şeklinde düzenlenmiştir. Ayrıca, enerji içeceklerinde %100, karbonatlı içecekler ve meşrubatta %50 satış vergisi uygulanır.
- İthalatın değeri 100.000 ABD Doları'nın üzerindeyse alıcının Federal Vergi Otoritesine kayıtlı olması gerekmektedir.

4.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ

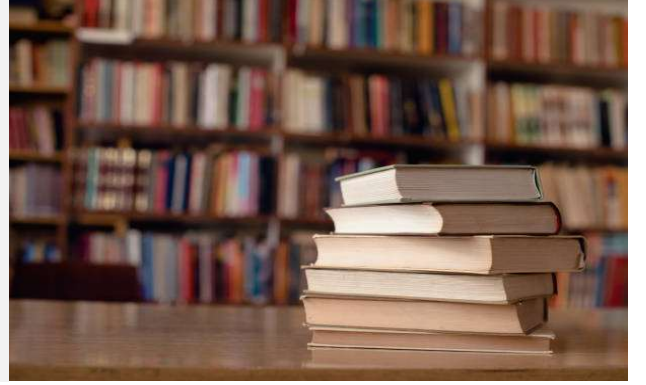
- Doküman harici tüm ticari gönderilerde bir ithalatçı kodu gereklidir. Bu gönderiler için GTİP numarası (HS kodu) ve üretim ülkesini gösteren bir ticari fatura ibraz edilmelidir. Tüm sevkiyatlar telefon numarası, e-posta ve/veya geçerli bir faks numarası içermelidir.
- İlaç ve kimyasal içerikli gönderiler ile genel olarak tüm sevkiyatların gümrük idaresince kabul edilmemesi halinde, eşyanın tasfiye edilmesine veya imhasına izin verilmemekte, masrafları göndericiye ait olmak üzere mahrecine iade edilmektedir.



Mücevherat, altın, gümüş, kıymetli taşlar ve metaller ile bu taşları veya metalleri içeren saatler ve giyim eşyası, eşyanın değeri 5.000 ABD Dolarının üzerindeyse e-ticaret kapsamında ithali yasaktır.

- "Kitle İmha Silahları" yapımında kullanılabilecek kimyasalların ithalinde, miktar, sıvı veya toz formu fark etmeksizin Dubai Sağlık Bakanlığı'ndan temin edilen ithalat izni/lisansı ibraz edilmesi gerekmektedir.

- Ticari amaçlı eğitim kitaplarında ticari lisans ve Ulusal Medya Konseyinin (NMC) onayı aranmaktadır. Kişisel eğitim kitapları azami 5 adet ile sınırlı olup, bu gönderiler de Ulusal Medya Konseyinin ve gerekli görülmesi halinde diğer otoritelerin iznine tabidir. Dini kitaplarda ise İslam İşleri Genel Kurulunun onayı gerekmektedir.



- Sınır ötesi e-ticaret kapsamında ithalat yapmak için gümrük idaresi tarafından kati ithalat sırasında talep edilen belgelerden ayrı olarak istenen belge bulunmamaktadır.
- Dubai gümrükleri, e-ticaret işlemlerini kolaylaştırmak için E-Ticaret Platformunu hayata geçirmiştir. E-ticaret faaliyetinde bulunan ve Dubai gümrüğü ile doğrudan veya ortakları aracılığıyla işlem yapması gereken herhangi bir şirket, bu Platforma katılabilmektedir. Şirketlerin, Müşteri Kayıt Sistemine (Customer Registration System-ECR) kayıtlı olması gerekmektedir. Konuya ilişkin detaylı bilgiye <https://u.ae/en/information-and-services/business/ecommerce> adresinden ulaşılabilmektedir.



4.4. BELGELER

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
Havayolu Taşıma Senedi (AWB-Air Waybill)	✓
Ticari Fatura	Ülke Gerekliklerine Göre
İthalat Lisansı	Tıbbi Ekipmanlar, Tıbbi Malzemeler, Kimyasallar, Alkollü İçecekler, Biyolojik Materyaller, İlaçlar, CD, Kamera, Müzik Aletleri
İthalat İzni	Kozmetik Ürünler, Vitamin Takviyeleri, Kimyasallar
Uygunluk Sertifikası	Radyo ve Kablosuz Ekipmanlar, Elektronik Ürünler, Yazılım, Teypler, Dini Kitaplar, Eğitim Kitapları
Reçete	Kişisel Kullanıma Mahsus İlaçlar

4.5. POSTA Ofisi

Emirates Post (<https://www.emiratespost.ae/>)

4.6. YASAK VE KISITLI EŞYA

YASAK EŞYA	KISITLI EŞYA
• Korsan medya, pornografik medya • Sahte ürünler, sahte paralar • Kumar makineleri ve teçhizatları • İslam'a aykırı her türlü eşya, yayın ve sanat eserleri • Büyücülük, kara büyü ve cadılık (witchcraft) ile alakalı eşya • Kontrollü veya eğlence amaçlı kullanılan uyuşturucu, narkotik maddeler • Siyasi propaganda • Radar dedektörü • Uydu alıcıları • Kullanılmış lastik • Bıçak veya benzeri keskin, sivri uçlu nesneleri içeren kişisel gönderiler • Kameralı elektronik ürünler (saatler, araba anahtarı, kalemler vb.) • Tütün ve tütün mamulleri • Dronlar ve hafif spor uçakları	• Evcil hayvan, canlı hayvanlar (kuşlar/balık), gübreler ve tarım ilaçları, pestisitler • Et, sığır eti, kümes hayvanlarının ürünleri • Silahlar, mermiler, patlayıcılar ve havai fişekler • İlaçlar, medikal ekipmanlar • Medya ürünleri • İçki, alkol ve sigaralar • Nükleer enerji ile alakalı ürünler • İletimle alakalı cihazlar ve kablosuz cihazlar • Kozmetik ve kişisel bakım ürünleri, elektronik sigaralar ve elektronik nargileler • Yeni/Kullanılmamış araç lastikleri • İşlenmemiş elmas



5. BİRLEŞİK KRALLIK

5.1. DE MINİMİS LİMİTİ

135 Sterlin (≈150 Avro) (CIF Değer)

5.2. VERGİ UYGULAMALARI

- 135 Sterlin altındaki kişisel kullanıma mahsus sevkiyatlar (ve 39 Sterlin altındaki hediyeler -C2C-) KDV hariç gümrük vergilerinden muaftır, ancak istisnasız tüm gönderiler KDV'ye tabidir. Eşyanın CIF değeri üzerinden %5-%20 (standart %20) arasında değişen oranlarda KDV uygulanmaktadır.
- KDV oranlarının detayına <https://www.gov.uk/guidance/rates-of-vat-on-different-goods-and-services> bağlantısından ulaşılması mümkün bulunmaktadır.
- 135 Sterlin üzerindeki sevkiyatlarda;
 - Alkollü içecekler ve tütün mamulleri özel tüketim vergisine tabidir. ÖTV, alkolün litresi ve derecesine göre belirlenmiş bir fiyat üzerinden alınırken, tütün ürünlerinde gramaj ve paket sayısı dikkate alınmaktadır.
 - Eşyanın vergilendirilmesinde eşyanın CIF değeri dikkate alınır. Gümrük vergisi oranı çoğunlukla %10'un altında olmakla birlikte, eşyanın cinsine göre değişkenlik göstermektedir.



5.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ

- 8.818 Sterlin (≈10.000 Avro) altı sevkiyatlar basitleştirilmiş beyana tabidir, bu sınırın üzerindeki sevkiyatlar, genel ithalat rejimi hükümlerine göre işlem görmektedir. Basitleştirilmiş Gümrük Beyannamesine ilişkin bilgilere <https://www.gov.uk/guidance/using-simplified-declarations-for-imports> adresinden ulaşılabilir.
- Alıcının ürünlerini teslim alması için KDV, harç veya teslimat ücreti ('taşıma ücretleri') ödenmesi gerekiyorsa kargo firması alıcı ile iletişime geçerek ödenmesi gereken tutarı bir fatura ile alıcıya bildirmektedir. Üç hafta içinde alıcı tarafından ödeme yapılmaz ise eşya mahrecine iade edilmektedir.
- Alıcı, göndericinin gümrük beyannamesini doğru olarak doldurmuş olduğundan emin olmalıdır. Gümrük beyannamesinin alıcı tarafından beyan edilmek istenmesi halinde, göndericinin gümrük

beyanını kendisinin yapacağını yazılı olarak belirtmesi gerekmektedir. Bu durumda, eşya teslim alınmadan önce alıcı tarafından gümrük beyanı doldurulmalıdır.

- Birleşik Krallık varışlı gönderilerin ICS2 sistemi üzerinden anılan ülke gümrük idaresine bildirim zorunlu hale getirilmiştir. Gümrük işlemlerinde gecikme yaşanmaması için gönderi kapsamı eşya bilgilerinin, gönderiyi taşıyan hızlı kargo firmasına doğru bir şekilde iletilmesi önem arz etmektedir.
- Hava yoluyla Birleşik Krallık'a veya AB'ye ya da bunlar üzerinden üçüncü ülkelere eşya taşıyan tüm havayolu kargo firmaları, nakliye şirketleri, ekspres kurye hizmetleri ve posta operatörleri, varış öncesi kargo bilgilerini AB'nin varış öncesi güvenlik ve emniyet programına dijital olarak bildirilmesi zorunluluğu bulunmaktadır.



İthalatçıların bir EORI (Gümrük Kayıt) numarasına sahip olması ve bahse konu numarayı eşyanın ticari faturası üzerinde beyan etmesi gerekmektedir. (Gerçek kişiler ve AB'de ikamet etmeyen kişilere yapılan gönderiler ile askeri niteliğe haiz gönderiler için böyle bir zorunluluk bulunmamaktadır.)

- Ticari numunelerin alıcısına teslimi için alıcıya ait EORI numarası aranmaktadır. Numunelik eşya içeren gönderilerin üzerinde "ticari numune" ibaresi aranmakta ve gümrük idaresince satışa konu edilmemesi için tahrifat yapılabilmektedir.
- Biyolojik materyallerin ithalatında varış öncesi onay ve/veya ithal lisansı aranabilmektedir. Aksi takdirde gümrük işlemlerinde gecikmeler yaşanması muhtemeldir.
- Çin ve Hong Kong menşeli veya bu ülkelerden gönderilen poliamid ve melamin plastik mutfak eşyası fiziki kontrole ve belge kontrolüne tabidir.
- Et, balık veya kompozit ürünler içeren gıda veya gıda takviyelerinin ithalatında, göndericiden Sağlık Sertifikası istenebilmektedir. Ürünler yalnızca ortam sıcaklığında nakledilmeli ve saklanmalıdır. (Soğutulmuş/dondurulmuş ürünler yasaktır.) Bu ürünlere gümrükleme ücretleri uygulanabilmekte ve söz konusu ücretin alıcı tarafından ödenmesi istenmektedir.



Tıbbi nedenlerle kişi başına 2 kilogramı aşan miktardaki süt ürünleri (peynir altı suyu -whey protein- dahil) ithalatında alıcıdan "İthalat Lisansı" talep edilmektedir.

- Bitki sağlığı kontrollerine tabi ürünler için ithalatçının/alıcının sevkiyattan önce Birleşik Krallık Küresel Ticaret Hizmetlerinin (UK Global Trade Services) onayını alması gerekmektedir.
- Hayvansal kökenli ürünler, bitkisel sağlık ürünleri (bitki, tohum, toprak vb.), kesilmemiş elmaslar (Kimberley sertifikasını haiz), nesli tehlike altında olan hayvan ve bitki türleri (CITES) gibi gönderiler çeşitli resmi otoritelerin denetimine tabi olduğu için gümrük işlemlerinde gecikmeler yaşanabilmektedir.
- Kuruyemiş, kuru incir, kuru meyve benzeri aflatoksin riski olan ürünlerde sağlık sertifikası aranmaktadır.
- Orman ürünleri ithalatında, menşee ölkedeki Bitki Koruma Servisi tarafından düzenlenen bir sağlık sertifikası aranmaktadır.
- İlaç ve tıbbi cihazlar için İlaç ve Sağlık Ürünleri Düzenleme Kurumu'ndan (Medicines & Healthcare Products Regulatory Agency) izin alınması gerekmektedir.

Gıda ve diyet/sağlık takviyesi ürünlerinin, faturada detaylı olarak belirtilmesi veya ayrı bir içerik listesiyle desteklenmesi istenmektedir. Et ve balık gibi hayvansal kökenli ürünler içeren gıda veya gıda takviyeleri ile ağırlıkça %50'den fazla süt içeren kompozit ürünlerin kişisel sevkiyatına izin verilmemektedir.



- Diğer taraftan, aşağıda yer alan durumlar bu kuralın istisnası kapsamındadır:
 - 20 kilogram balık (toplam ağırlık) veya kişi başına bir balık. (Ortam sıcaklığında saklanmalıdır. Soğutulmuş/dondurulmuş ürünler yasaktır.)
 - Süt içeriği %50'den az olan ve başka hiçbir hayvansal ürün içermeyen kompozit ürünler. (Süt içeriği AB 605/2010 Komisyon Yönetmeliğine uygun olarak işlenmelidir.)

5.4. BELGELER

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
Havayolu Taşıma Senedi (AWB-Air Waybill)	✓
Ticari Fatura	Ülke Gerekliliklerine Göre
İthalat Lisansı	Biyolojik Materyaller, Belirli Dayanıklı Gıdalar, Tıbbi Ekipmanlar, Kontrollü Tıbbi Malzemeler ve Yeniden Satış Amaçlı İlaçlar, Radyolar, Telsizler, Belirli Elektronik Ürünler, Ozon Tabakasını İncelten Maddeler ve Bu Maddeleri İçeren Cihazlar (Yangın Söndürücü vb.)
İthalat İzni	İlaçlar, Tıbbi Cihazlar, Tıbbi Malzemeler, Bitki ve Hayvan Sağlığı Kontrollerine Tabi Ürünler
Sağlık Sertifikası	Kuruyemiş, Bitkisel Ürünler, Orman Ürünleri, Dayanıklı Gıdalar, Gıda Takviyeleri
Yaş Beyanı Sertifikası	Antika veya Nüvizmatik Eşya
Malzeme/İçerik Listesi	Dayanıklı Gıdalar ve Diyet/Sağlık Takviyeleri
Kimberley Sertifikası	İşlenmemiş/Kesilmemiş Elmaslar

5.5. POSTA OFİSİ

Royal Mail Group Ltd. (<https://www.royalmail.com/>)

5.6. YASAK VE KISITLI EŞYA

YASAK EŞYA	KISITLI EŞYA
- Nesli tehlike altında olan hayvan ve bitki türleri - İşlenmemiş elmaslar - Müstehcen veya sakıncalı materyaller - Saldırı amaçlı ateşli silahlar (oyuncak, paintball, replika silahlar ve parçaları dahil), patlayıcılar, mühimmat - İşkence ekipmanları - Biber gazı gibi savunma amaçlı spreyler - Et ve süt ürünlerinin (peynir altı suyu - whey- proteini dahil) kişisel ithalatı - Kanserojen içerikli ürünler - Yumurtalar - Hayvansal kaynaklı gıda maddeleri içeren kişisel gönderiler - İran menşeli ürünler - Korku çizgi romanları - Kontrollü ilaçlar	- Havai fişek - Bebek sütü ve yiyecekleri - Radyo vericileri 500 gr'dan büyük kartuşlar - Tütün ve alkol - Bal (yalnız kişisel kullanıma mahsus azami 2 kg) - Et ve balık gibi hayvansal ürünler - Bitkisel ürünler - Kuruyemiş, kuru incir, kuru meyve vb. - Orman ürünleri - İlaç ve tıbbi cihazlar



6.1. DE MINİMİS LİMİTİ

50 ABD Doları (Yalnızca posta gönderileri için)

6.2. VERGİ UYGULAMALARI

- Kural olarak, değeri 50 ABD Dolarının altında kalan ve göndericisi tüzel kişi ve alıcısı gerçek kişi (B2C) olan ürünler için, göndericinin (İthalat Vergisi muafiyetine tabi olmak için) Brezilya Federal Gelir İdaresi'nin Uyumlu Sevkiyat (Remessa Conforme) programına kaydolması önerilmektedir. Programa kayıt isteğe bağlı olup, düzenlemelerle belirlenen kriterlere uygunluğun belgelenmesi üzerine gerçekleştirilmektedir. Programa kayıt olmayan tüzel kişilerin göndereceği ürünler ise vergi muafiyetinden yararlanamamaktadır. Ancak, 1 Ağustos 2024 tarihinde yürürlüğe giren 1.236 sayılı Geçici Tedbir doğrultusunda değeri 50 ABD Dolarına kadar olan gönderilerden %20 İthalat Vergisi alınması kararlaştırılmıştır.
- Basitleştirilmiş Vergilendirme Sistemine göre, değeri 50 - 3.000 ABD Doları arasında olan gönderilerin gümrük işlemlerinde, sevkiyatı oluşturan ürünlerin tarife sınıflandırmasına bakılmaksızın %60 oranında ithalat vergisi ödenmesi zorunluluğu bulunmaktadır (ödenecek vergi tutarı üzerinden 20 ABD Doları indirim yapılmaktadır).
- %20 oranında İthalat Vergisine ek olarak tüketiciler, eyaletler tarafından uygulanan %17 oranında Mal ve Hizmet Dolaşım Vergisini (ICMS) ödemek durumundadır. Bunun dışında, federal KDV, endüstriyel ürün vergisi ve sosyal güvenliğin finansmanına katılım payı gibi vergi ve harçlar da alınabilmektedir.
- Gerçek kişiler tarafından bireysel kullanım için ithal edilen ve değeri 10.000 ABD Dolarının altında olan ilaçlarda ithalat vergisi oranı %0 (sıfır) olarak uygulanmaktadır.

6.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ



- Her sevkiyatın 3 (üç) adet imzalı orijinal ticari fatura içermesi gerekmektedir.

- 3.000 ABD Doları altındaki gönderiler basitleştirilmiş beyana tabi olup, bu sınırın üstündeki gönderilere genel ithalat rejimi hükümleri uygulanmaktadır.

- Gönderinin kıymetinin 50 - 3.000 ABD Doları arasında olması

halinde tahsil edilecek vergiye ilişkin olarak posta idaresi ve hızlı kargo firmaları alıcıya bilgi vermekte, vergilerin ödeneceğinin alıcı tarafından kabul edilmesi halinde gönderi alıcının kapısına teslim edilmeden önce vergi tahsil edilmektedir.

- Bir hızlı kargo gönderisinin gümrük idaresi tarafından detaylı beyan gönderisine dönüştürülmesi durumunda, hızlı kargo firmasının gümrük müşaviri dışında, alıcı tarafından atanan bir gümrük müşavirinin gümrük işlemlerini tamamlaması gerekmektedir. Aksi takdirde gönderi mahrecine iade edilmektedir.

- Kıymeti gerçekte olduğundan düşük beyan edilen eşyalar, gümrüklenmiş değer hesaplanabilmesi için alıkonulmakta ve gümrük idaresince ceza uygulanmaktadır.

- İlaçlar Sağlık Gözetim Ajansı'nın (ANVISA) ön iznine tabidir, gönderiyi yapan ilaç firmasının ANVISA'ya kayıtlı olma zorunluluğu bulunmaktadır. Ayrıca, alıcının adının yazılı olduğu, yakın tarihli, Portekizce ve İngilizce dillerinde düzenlenmiş tıbbi reçete aranmaktadır.

- Alıcının Federal Gelir İdaresine (Receita Federal) kayıt numarası olan CPF (Cadastro de Pessoas Físicas) veya CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas) numarası veya yabancı ise pasaport numarasının havayolu taşıma senedinde ve faturada belirtilmesi gereklidir. Vergi Numarası belirtilmez ise, bu bilgi temin edilene kadar gönderinin gümrük işlemleri tamamlanamamaktadır. Ek ücretler alınabilmektedir.

- Mineral ürünler detaylı beyana tabidir ve Ulusal Mineral Üretim Departmanı (DNPM) iznine sahip olmalıdır. Gümrük işlemlerinde gecikme yaşanabilmektedir.



Navlun ücretlerinin faturada belirtilmesi gerekmektedir; aksi takdirde bu ücretler gümrük idaresince otomatik olarak hesaplanmaktadır.

- 21 gün içinde teslim edilmeyen gönderiler mahrecine iade edilebilmektedir. Göndericiye iade edilecek gönderilere ilişkin işlemlerden alıcı sorumludur. Gümrük idaresi, hızlı kargo firmalarının iadeyi yetkilendirmesine izin vermemektedir.



Ahşap ambalaj malzemesi içeren gönderiler uygun şekilde işlenmeli, damgalanmalı ve sertifikalandırılmalıdır; aksi takdirde gümrük idaresi tarafından reddedilmekte ve masrafları göndericiye ait olmak üzere mahrece iade edilmektedir.

- Eşyanın cinsine göre Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı (MAPA), Sağlık Gözetim Ajansı (ANVISA) ve/veya Metroloji, Kalite ve Teknoloji Enstitüsü (INMETRO) izinleri gerekli olabilmektedir.
- Endüstriyel deri gönderileri, hayvan tanımını içeren bir fatura gerektirir. Endüstriyel deri, kimyasal olarak işlenmiş deriden yapılan herhangi bir üründür (tenis ayakkabıları dahil). Faturada derinin hangi hayvandan geldiği belirtilmelidir. Doğal deri gönderilerinde ise 'Menşe Şahadetnamesi' ve faturada hayvan tanımının bulunması gerekmektedir. Doğal deri kimyasal işlem görmemiş bir üründür.

- Tarım ürünleri ithalatında aşağıdaki belgelerin ibraz edilmesi istenebilmektedir:

- Uluslararası Transite İlişkin Tarım Bildirgesi (DAT)
- MAPA tarafından düzenlenen orijinal basılı/elektronik ithalat izni
- Özel gerekliliklere uygun Sağlık ve Bitki Sağlığı Sertifikaları
- Tamamlayıcı belgeler (örn, çeki listesi, analiz sertifikası vb.)
- Konşimento



- Gümrük idaresince alıkonulan tüm gönderilerin aşağıdaki prosedürleri takip etmesi gerekmektedir:
 - ANVISA sitesine (www.anvisa.gov.br) kayıt olunmalıdır.
 - Kayıt olduktan sonra şirketin, muayene ücretinin ödenmesine ilişkin bir ödeme makbuzu düzenlemesi gerekmektedir.
 - Ödeme yapıldıysa şirketin orijinal makbuzu göndermesi gerekir.
 - Bu işlemlerin ardından Brezilya, gümrük iznini başlatabilmektedir.

6.4. BELGELER

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
Havayolu Taşıma Senedi (AWB-Air Waybill)	✓
Ticari Fatura	Ülke Gerekliliklerine Göre
Uygunluk Belgesi	Dayanıklı Gıda Ürünleri
İthalat İzni	Kozmetik Ürünler, Mineral Ürünler, İlaçlar, Tıbbi Ürünler
Sağlık Sertifikası	Deriden Mamul Ürünler, Tarım Ürünleri
Reçete	Kişisel Kullanıma Mahsus İlaçlar

6.5. POSTA OFİSİ

Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (<https://www.correios.com.br/>)

6.6. YASAK VE KISITLI EŞYA

YASAK EŞYA	KISITLI EŞYA
• Kamu sağlığı ve düzenini tehdit eden ürünler • Sahte ve korsan ürünler • Para, ticari çekler, seyahat çekleri, havaleler • Antika eşya, sanat eserleri • Reçetesiz ilaçlar • Kıymetli taşlar • Toprak • Porselenler • Tehlikeli kimyasallar • kırsal üreticiler, zanaatkârlar, sanatçılar ve benzerleri tarafından gerçekleştirilen ithalatlar hariç olmak üzere, gerçek kişi tarafından ithal edildiğinde yeniden satılması amaçlanan veya sanayileşme sürecine tabi tutulacak ürünler	• Alkol ve alkollü içecekler • Tütün ve tütün mamulleri • Brezilya Ordu Komutanlığı ve Brezilya Federal Polis Biriminin ithalat lisansına tabi olan ürünler • Et, yumurta veya balık ürünleri • Yabani hayvanlar, yabani bitkiler • Gıda ürünleri • Tıbbi malzemeler, ilaçlar • Kozmetik ürünler • Deriden mamul eşya • Mineral ürünler • Elektronik cihazlar • Kullanılmış veya tamir edilmiş eşya (şahsi kullanım ve tüketim ürünleri, bagaj eşyası, gerçek kişilerce geçici olarak ihraç edilen ürünlerin iadesi, entegre devreler, yarı iletkenler vb cihazlardan oluşan fiziksel araçlar, sanat eserleri ve antikalar hariç)



7. ÇİN HALK CUMHURİYETİ

7.1. DE MINİMİS LİMİTİ

- Çin Yuanı (CIF Değer) (Yalnızca kişisel gönderiler için)
- 50 Çin Yuanı (Vergi tutarı muafiyeti)

7.2. VERGİ UYGULAMALARI

- Vergi tutarı muafiyeti 50 Çin Yuanı olup, bu muafiyet eşyanın kıymetine göre değil, vergi tutarına göre belirlenmiştir. Eşyanın değerine, cinsine ve miktarına bağlı olmaksızın, toplam vergi tutarı 50 Çin Yuanı altında olan vergilerden feragat edilebilmektedir.
- Kişisel kullanıma mahsus posta ve hızlı kargo gönderilerinde (tüketiciden tüketiciye/C2C); gönderi başına uygulanacak olan muafiyet limiti 2.000 Çin Yuanı'dır. Yıllık limit uygulanmaz. Bununla birlikte, eşyanın türüne göre %13, %20 ve %50 oranında ithalat vergileri söz konusu olabilmektedir.
- Limit dahilindeki işlemlerde ithalat vergisi alınmamakta, ilgili eşya için öngörülen KDV ve tüketim vergisi ise %30 indirimli uygulanmaktadır.
- Gönderi başına gümrük kıymeti 5.000 Çin Yuanı altında olan e-ticaret gönderileri, varış öncesi taşıyıcı ve platform kaydı gibi belirli koşulların yerine getirilmesi kaydıyla basitleştirilmiş beyana tabidir. Bu basitleştirme yıllık toplam 26.000 Çin Yuanı ile sınırlıdır. 5.000 Çin Yuanı üzerinde olan gönderiler ise normal ithalat rejimi hükümlerine tabi olup, detaylı beyan verilmelidir.
- Belirli ürünlerden (tütün, alkol, havai fişek, kozmetik, petrol ürünleri vb.) %1-%56 arasında değişen oranda özel tüketim vergisi alınmaktadır.

7.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ

- Sınır ötesi e-ticaret modeli için pozitif liste uygulaması söz konusudur. Yaklaşık 1.500 adet eşyanın listelendiği bahse konu pozitif listede yer almayan bir eşya sınır ötesi e-ticarete konu edilememektedir. Posta ve hızlı kargo yoluyla gönderilen eşya kişisel kullanıma mahsus olmakla sınırlandırılmıştır.
- Çin Gümrük İdaresi (GACC), 2021'de GTIN (Küresel Ticaret Ürün Numarası) kullanmaya başlamış; 2022'de 6 çeşit ürün kategorisi için zorunlu hale getirmiştir:

- Bebek Maması,
- Buğday Bazlı Gıdalar,
- Bisküvi,
- Bira,
- Kozmetik,
- İthal Şarap ve Likörler



- Geçtiğimiz son iki yılda, 99 ülkede Çin ithalatından 780.000'den fazla ürünün Küresel Ticaret Ürün Numarası (GTIN) doğrulanmaya başlanmış ve Şubat 2023'ten itibaren GTIN beyanı, Çin'e ithal edilen sınır ötesi e-ticaret ürünlerini kapsayacak şekilde değiştirilmiştir.
- GTIN beyanı, işletmelerin beyan formunu manuel giriş yapmak yerine akıllı otomatik doldurma yoluyla basit ve hızlı bir şekilde doldurmasını sağlamaktadır.
- Posta ve hızlı kargo ile gelen eşyada limit dahilinde işlemler taşıyıcı tarafından gerçekleştirilerek eşya adrese teslim edilmektedir. Eşyanın kişisel kullanıma mahsus olmadığı veya limit üstü olduğunun anlaşılması halinde normal gümrük prosedürleri uygulanmaktadır.
- Sınır ötesi e-ticaret kapsamında yapılan ithalat işlemlerinde vergi sipariş aşamasında ödenmekte ve gümrükleme e-ticaret platformu tarafından tamamlanarak eşya kurye vasıtasıyla nihai alıcıya ulaştırılmaktadır.
- Kişisel eşya, doküman veya numune gönderilirken, havayolu taşıma senedi ve ticari faturada eşyanın "doküman", "numune" veya "kişisel eşya" olduğunun belirtilmesi ve söz konusu eşyanın detaylı bir açıklamasının bulunması gerekmektedir.



Sıvı içerikli kozmetik ürünlerin sınır ötesi e-ticaret kapsamında Çin'e ithalatına izin verilmemektedir.

- Hong Kong, Mo ve Tayvan varışlı olan kişisel kullanıma mahsus eşya için muafiyet, gönderi başına 800 Çin Yuanı ile sınırlıdır. Diğer tüm ülkeler için ise muafiyet limiti 1.000 Çin Yuanı'dır. Kişisel eşya ticari amaçlı ürünlerle birlikte aynı gönderi içinde yer almamalıdır. Bölünemez nitelikte olan ve sınırı aşan eşya incelenip kişisel kullanıma yönelik olduğu kanıtlandığı takdirde, gümrükleme süreci her zamanki gibi

devam etmektedir. Ancak inceleme sonucu ticari kargo gönderisi olduğu kanıtlanırsa, kişisel kullanıma mahsus eşya ayrıştırılarak sonrasında gümrükleme sürecine geçilmektedir.

- Doküman/belge haricinde kalan tüm gönderiler için ticari fatura gerekmektedir. Ticari faturada; eşyanın değeri, gönderici ve alıcının adı ve adresi, para birimi, miktar, ağırlık, GTİP numarası (HS kodu) ve benzeri ayrıntılı bilgiler yer almalıdır.
- Sıvı içerikli kozmetik ürünlerinin ve ilaçların sınır ötesi e-ticaret kapsamında ithaline izin verilmemektedir. Diğer kozmetik ürünlerin ithalinde ise ÇHC Sağlık Bakanlığından alınacak ithalat lisansının ibrazı gerekmektedir.
- Sıvı içerikli gıda ürünlerinin e-ticaret kapsamında ithaline izin verilmemektedir. Dayanıklı gıda ürünlerinde ise, gönderinin varışı öncesinde alıcı tarafından ithalat izni temin edilmelidir. Tüm gıda ürünlerinin ithalinde sağlık sertifikası aranmaktadır.
- Tıbbi ekipmanlar, kamera, müzik enstrümanları, ofis malzemeleri, bilgisayar parçaları, oyuncaklar, kablosuz ekipmanlar ve benzeri ürünlerin Çin'e ithal edilebilmesi, Çin'de pazarlanabilmesi veya herhangi bir ticari amaçla kullanılabilmesi için Çin Zorunlu Sertifikasyon Belgesi (China Compulsory Certificate/CCC) gereklidir. İthalatçı veya ihracatçı bu sertifika için başvuruda bulunarak ÇHC Sertifikasyon Akreditasyon İdaresi'nden (CNCA) ilgili -CCC- işaretlerini temin etmelidir.
- Kozmetik ürünler, spor ekipmanları, tekstil ürünleri, kablosuz ekipmanlar ve oyuncakların ithalatında alıcının Muayene ve Karantina Kurumundan temin edeceği bir Giriş Emtia Muayene Sertifikası (Entry Commodity Inspection Certificate) istenmektedir.
- Kozmetik ürünlerin ithalinde Etiket İnceleme Sertifikası (Certificate for Examination of Labels) aranmaktadır. İthalatçının sevkiyattan önce Kalite Denetleme ve Muayene Karantina İdaresi'ne kayıt yaptırması gerekmektedir.

7.4. BELGELER

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
Havayolu Taşıma Senedi (AWB-Air Waybill)	✓
Ticari Fatura	Ülke Gerekliliklerine Göre
Çeki Listesi	Ülke Gerekliliklerine Göre
İthalat Lisansı/İzni	Kozmetik Ürünler, Dayanıklı Gıdalar, Mekanik ve Elektronik Ürünler, Bilgisayar Parçaları, Tıbbi Ekipmanlar, Kablosuz Ekipmanlar
Etiket İnceleme (Examination of Labels)	Kozmetik Ürünler, Müzik Aletleri
Zorunlu Sertifikasyon Belgesi (CCC)	Elektrikli ve Elektronik Ürünler, Kamera, Tıbbi Ekipmanlar, Müzik Aletleri, Ofis Malzemeleri, Bilgisayar Parçaları, Oyuncaklar, Kablosuz Ekipmanlar
Giriş Emtia Muayene Sertifikası	Kozmetik Ürünler, Spor Ekipmanları, Tekstil Ürünleri, Oyuncaklar
Sağlık Sertifikası	Dayanıklı Gıdalar

7.5. POSTA OFİSİ

China Post (<http://english.chinapost.com.cn/>)

7.6. YASAK VE KISITLI EŞYA

YASAK EŞYA	KISITLI EŞYA
• Ateşli silahlar, mühimmat ve patlayıcılar • Askeri teçhizat • Biyolojik materyaller • Elektronik sigara • Zararlı sıvılar ve kimyasallar • Hastalıktan etkilenen bölgelerden gelen gıdalar, ilaçlar ve diğer eşya • Kumar cihazları • Eski/kullanılmış giysiler • Toprak • Oyuncak silahlar • Alkol (bira ve şarap hariç) • Et ve yenilebilir sakatat • Özel ısı tertibatı gerektiren ürünler • Koleksiyonluk madeni para ve pullar • Lityum (hammadde) • Katı atık (bilgisayar ekipmanı, elektronik ürünler, iletişim ekipmanı, görsel-işitsel ürünler, sinyal cihazları, oyun makineleri, aydınlatma ekipmanı, tıbbi ekipman ve radyolojik ekipmanı)	• Sanat eserleri ve antikalar • Diyet takviyeleri • Mücevherat • Lityum piller • Bitkiler • USB bellekler • Kozmetik (sıvı içerikli ürünler yasaktır) • Reçeteli ilaçlar • Dayanıklı gıdalar (sıvı içerikli ürünler yasaktır)



8.1. DE MINİMİS LİMİTİ

3 ABD Doları (CIF Değer)

8.2. VERGİ UYGULAMALARI

- 3 ABD Doları altındaki sevkiyatlar KDV dışındaki gümrük vergilerinden muaftır. KDV, gönderinin değeri ne olursa olsun, tüm sevkiyatlardan tahsil edilmekte ve eşyanın CIF değeri üzerinden %11 oranında KDV uygulanmaktadır.
- 3-1.500 ABD Doları arası sevkiyatlarda, %7,5 oranında gümrük vergisi ve %11 oranında KDV tahsil edilmektedir. 1.500 ABD Doları üstündeki sevkiyatlar ise genel ithalat rejimi hükümlerine tabidir.

8.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ

- Endonezya'da Eylül 2023 itibarıyla sınır ötesi e-ticaret kapsamında parça başı eşya ithalatı yaparak yerel e-ticaret pazaryerleri üzerinden satış yapan firmalar için asgari 100 ABD Doları (FOB) eşya değeri zorunluluğu getirilmiştir. Bu kapsamda 100 ABD Doları altındaki ürünlerin e-ticaret pazaryerlerinde parça başı eşya satışı yasaklanmıştır. Ayrıca sınır ötesi ticaret kapsamında dış ticarete ilişkin geçerli yasa ve yönetmelik (ithalat rejimi) hükümlerine uyulması zorunlu olmuştur. Böylelikle e-ticaret alanında faaliyetlerini gerçekleştirirken söz konusu işletmeler, sadece işletme lisanslarına ilişkin faaliyet alanlarıyla sınırlı olmak kaydıyla, ithalatla gerekli ürün ve hizmetler için belirlenen standartları ve teknik gerekliliklere uygunluğunu kanıtlayan belgeleri sağlamaları zorunlu hale getirilmiştir.
- 3-1.500 ABD Doları arası sevkiyatlarda kural olarak dokümantasyon zorunluluğu bulunmamaktadır. Bununla birlikte, belirli tarife pozisyonundaki eşya/eşya grubu bu kolaylaştırmanın dışında olup, aşağıda detaylarına yer verilen eşya/eşya grupları genel ithalat rejimi hükümlerine tabi olmaktadır:



- Kozmetik ürünler (GTP: 33.03, 33.04, 33.05, 33.06 ve 33.07)
- Çanta ve valiz benzeri ürünler (GTP: 42.02)
- Kitap ve benzeri ürünler (GTP: 49.01, 49.02, 49.03 ve 49.04)
- Tekstil ürünleri (61, 62, 63. fasıllar)
- Ayakkabı ürünleri (64. fasıl)
- Demir-çelik ürünleri (73. fasıl)
- Elektrik motorlu bisikletler, scooterlar ve benzer ürünler (GTP: 8711.60.92, 8711.60.93, 8711.60.95 ve 8711.60.99)
- Motorlu olmayan bisikletler (GTP: 87.12)
- Saat ürünleri (GTP: 91.02)

-
- 1.500 ABD Doları üstündeki sevkiyatlarda ise dokümantasyon zorunluluğu bulunmakta, genel ithalat rejimi hükümleri geçerli olmakta ve %30'a kadar yükselebilen vergi ve harç oranlarına tabi olmaktadır. Bu tür yüksek kıymetli gönderilerin gümrük işlemlerinde gecikmeler yaşanabilmektedir.
 - Hazır giyim ürünlerinin 1.500 ABD Doları veya 10 adet üzerinde olması halinde göndericiden ekspertiz raporu (surveyor report) istenmektedir. Bebek (36 aya kadar) giysileri için Endonezya Ulusal Standardı (SNI) sertifikası gereklidir.
 - Kozmetik ürünler, dayanıklı gıdalar, oyuncaklar, bilgisayar parçaları, elektronik cihazlar, cep telefonları, yarı-mamul tekstil ürünleri ve reçeteli ilaçlarda ise 1.500 ABD Doları veya 2 adet üzerinde olması halinde göndericiden ekspertiz raporu (surveyor report) talep edilmektedir.
 - Şirketlere/kurumsal alıcılara gönderilen ilaç ve dayanıklı gıda sevkiyatları için Sağlık Bakanlığından alınacak ithal lisansı ibrazı gerekmektedir. Gerçek kişilere gönderilen sevkiyatlarda ise, alıcı tarafından "Özel Değerlendirme Formu" (SAS) doldurulması ve kişisel kullanıma yönelik olduğunu belirten bir beyan sunulması gerekmektedir. Bu gönderiler gümrük onayına tabidir.
 - Dayanıklı gıda ürünleri dışındaki tüm toz halindeki gönderiler için göndericiden Malzeme Güvenlik Bilgi Formu (MSDS) ve Analiz Sertifikası talep edilmektedir.
 - CD ve DVD'lerin hızlı kargo sevkiyatlarında izin verilen azami miktar havayolu taşıma senedi başına 10 adettir. CD gönderilerine, ancak kılavuzların veya kitapların bir parçası olmaları, kılavuzların sayısallaştırılmış materyallerini içermeleri ve ayrı bağımsız bir yazılım içermemeleri durumunda izin verilmektedir.

8.4. BELGELER

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
Havayolu Taşıma Senedi (AWB-Air Waybill)	✓
Ticari Fatura	Ülke Gerekliliklerine Göre
Reçete	Kişisel Kullanıma Mahsus İlaçlar ve Takviye Edici Gıdalar
İthalat Lisansı/İzni	Kozmetik Ürünler (Kişisel Kullanım Hariç), Kimyasallar, Tıbbi Ekipmanlar, Tıbbi Malzemeler, Makine Parçaları, Bilgisayar Parçaları, Kablosuz Ekipmanlar, Elektronik Parçalar, Tohumlar
Analiz Sertifikası	Toz Halindeki Ürünler (Dayanıklı Gıdalar Hariç)
Malzeme Güvenlik Bilgi Formu (MSDS)	Toz Halindeki Ürünler (Dayanıklı Gıdalar Hariç)
Endonezya Ulusal Standardı (SNI) Sertifikası	Oyuncaklar, Bebek Giysileri
Ekspertiz Raporu	Tekstil Ürünleri, Oyuncaklar, Kozmetik Ürünler, Dayanıklı Gıdalar, Bilgisayar Parçaları, Elektronik Parçalar, Reçeteli İlaçlar

8.5. POSTA Ofisi

Pos Indonesia (<https://www.posindonesia.co.id/en>)

8.6. YASAK VE KISITLI EŞYA

YASAK EŞYA	KISITLI EŞYA
- İslam kültürüyle bağdaşmayan öğeler - Alkol ve alkollü içecekler - Kıymetli madenler ve taşlar - Biyolojik materyaller - Mineral ürünler	- Bıçaklar - Kozmetik ürünler (sıvı içerik yasaktır) - Oyuncaklar - CD, DVD - Kablosuz ekipmanlar - Tıbbi ekipmanlar, tıbbi malzemeler - Elektronik eşya ve parçalar - Deriden mamul eşya - Takviye edici gıdalar - Tohumlar



9.1. DE MINİMİS LİMİTİ

10.000 Filipin Pezosu (FOB Değer)

9.2. VERGİ UYGULAMALARI

- Eşyanın vergilendirilmesinde konşimento muhteviyatı bir bütün olarak dikkate alınmaktadır.
- Eşyanın vergilendirilmesinde "de minimis" kuralının hesaplamaya dahil edilmesine yönelik olarak kargo ücreti ve benzeri giderler dikkate alınmamaktadır.
- FOB/FCA değeri 10.000 Filipin Pezosunu geçmeyen ithal ürünlerde gümrük vergisi uygulanmamaktadır. Ancak ithal edilen tütün ve tütün mamulleri ile alkollü içecekler, petrol ürünleri, mineraller ve şekerli mamuller 10.000 Filipin Pezosunun altında CIF ithalat değeri olsa dahi, Ulusal İç Gelir Kanunu (NIRC) kapsamında İç Gelir Bürosu (BIR) tarafından uygulanan tüketim vergisine (ÖTV eşdeğeri) tabidir. (Vergi oranlarına ilişkin <https://www.bir.gov.ph/excise-tax> bağlantısından bilgi edinilebilmektedir).

Eşyanın değerine bakılmaksızın tüm ithalat işlemleri KDV'ye tabi olup %12 oranında maktu KDV tahsil edilmektedir.



- 10.000 Filipin Pezosunu aşan tutarlardaki ithalatta ikili-çoklu ticaret anlaşmaları kapsamında belirlenen gümrük vergisi oranları uygulanmaktadır.

9.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ

- Halihazırda basitleştirilmiş gümrük beyannamesi veya e-ticarete ithalatta kolaylaştırmalar bulunmamakta olup son olarak Gümrük İdaresi (Bureau of Customs-BOC) e-ticaret işlemlerinin kolaylaştırılması için AB tarafından sübvansede edilen "ARISE Plus Philippines" adlı bir programı yürürlüğe sokmuş ve E-Ticaret Teknik Çalışma Grubunu kurmuştur. Bu kapsamda halen istişareleri devam eden süreçte taslak olarak hazırlanan kolaylaştırıcı ve basitleştirici hükümlerin, ilgili Gümrük İdare Emri onayı ile yürürlüğe girmesi beklenmektedir. Taslak metin erişim linki aşağıda yer almaktadır:

<https://customs.gov.ph/wp-content/uploads/2024/01/CAO-eCOMMERCE-AS-OF-25JAN2024.pdf>

- Değeri 10.000 Filipin Pezosu altındaki gönderilerde varsa tüketim vergisini ve KDV'yi, değeri 10.000 Filipin Pezosunu aşan gönderilerde ise oluşan tüm maktu vergileri nihai alıcı Gümrük İdaresi (BOC) tahsilat merkezine ödeyerek gümrükten eşyayı çekebileceği gibi, hızlı kargo firmaları tarafından ilgili vergilerin ödenerek gümrük işlemlerinin sonuçlandırılması sonrasında firma tarafından müşteri hesabına ücretin yansıtılarak tahsili de mümkündür. Bu kapsamda, hızlı kargo operatörleri gümrüklerde alıcı adına beyan vermeye yetkilidir.

- Bitkisel ürünler, et ve kümes hayvanları ürünleri, diğer tarım ürünleri, hassas tarım ürünleri Tarım Bakanlığında (Department of Agriculture) izin gerektirmektedir. Bitkisel ürünlerde aynı Bakanlık altında Bitki Endüstrisi Bürosu (Bureau of Plant Industry), hayvansal ürünlerde Hayvan Endüstrisi Bürosu (Bureau of Animal Industry) tarafından izinler yürütülmektedir. Bu ürünlerde, akreditasyon şartı olduğu için, ihracatçı ülke ve ihracatçı ülkedeki ihracatçı firmalara sağlanan izinler dışındaki firmalardan Filipinli ithalatçıların ithalat yapması mümkün değildir.

- Gıda ve İlaç İdaresinden (Food and Drug Administration) işlenmiş gıda ürünleri, sağlık ve tıbbi ürünler ithalatında, ithalatçı firmanın "İthalat Lisansı" alma zorunluluğu bulunmaktadır. Ayrıca, ithal ürünler için de "Uygunluk Yazısı" gerekmektedir.

- Zorunlu sertifikasyon kapsamındaki sınai ürünlerin, Filipinler Ticaret ve Sanayi Bakanlığı Filipin Standartları Bürosu (BPS) tarafından belirlenen standartlara uygun olması gerekmektedir.

Filipinler'de e-ticaret gönderileri "Ekspres Gönderiler" kategorisi altında, hâlihazırda dış ticarete mal ithalatında uygulanan gümrük prosedürlerine tabidir. İlgili düzenlemeye erişim aşağıda yer almaktadır:

https://customs.gov.ph/wp-content/uploads/2023/01/CAO_05-2020-Customs_Clearance_Procedures_on_Express_Shipments-1.pdf



- Özellikle emniyeti, sağlığı ve güvenliği etkileyen belirli ürün kategorileri daha katı düzenlemelerle karşı karşıyadır. Kozmetik, elektronik, gıda ve ilaç gibi ürünlerin ithalatında izinler, Gıda ve İlaç İdaresi, Ulusal Telekomünikasyon Komisyonu ve Optik Medya Kurulu gibi kurumlar tarafından düzenlenmektedir.



- Yaş meyve-sebze ürünleri ithalatında, Tarım Bakanlığı Bitki Endüstrisi Bürosu "İthalat İzni", et ve et mamulleri ithalatında Hayvan Endüstrisi Bürosu "İthalat İzni" aranmaktadır. Kozmetik ürünler ve ilaçların ithalatında Gıda ve İlaç İdaresi tarafından düzenlenen uygunluk damgası aranmaktadır.
- Tıbbi ekipmanların ithalatında Sağlık Bakanlığı izni gerekmektedir. Telekomünikasyon ve optik ürünler ithalatında Ulusal Telekomünikasyon Komisyonu ve Optik Medya Kurulu "İthalat İzin Belgesi" aranmaktadır.

9.4. BELGELER

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
HAVAYOLU TAŞIMA SENEDİ (AWB-AIR WAYBILL)	✓
TİCARİ FATURA	Ülke Gerekliliklerine Göre
İTHALAT İZNI	Bitkisel Ürünler, Et ve Kümes Hayvanlarından Elde Edilen Ürünler, Diğer Tarım Ürünleri, Yaş Meyve ve Sebze, Tıbbi Ekipmanlar, Telekomünikasyon Ürünleri, Optik Ürünler
İTHALAT LİSANSI	İşlenmiş Gıdalar, Sağlık ve Tıbbi Ürünler
UYGUNLUK BELGESİ	Sınai Ürünler, Kozmetik Ürünler
REÇETE	İlaçlar, Takviye Edici Gıdalar, Supplementler

9.5. POSTA Ofisi

PHLPost (<https://phlpost.gov.ph/>)

9.6. YASAK VE KISITLI EŞYA

YASAK EŞYA	KISITLI EŞYA
• Ateşli silahlar, mühimmat ve parçaları • Takviye edici gıdalar ve mineraller • Sahte ve taklit ürünler • Tarihi eserler • Kışkırtıcı maddeler, komünist malzemeler	• Bitkisel ürünler • Et ve kümes hayvanları • Tarım ürünleri • Kozmetik ürünler • Telekomünikasyon ve optik ürünleri • İşlenmiş gıdalar • Sınai ürünler • Takviye edici gıdalar • Yaş meyve ve sebze

10.1. DE MINİMİS LİMİTİ

150 Avro (CIF Değer)

10.2. VERGİ UYGULAMALARI

- 150 Avro altındaki kişisel kullanıma mahsus sevkiyatlar KDV dışındaki gümrük vergilerinden muaftır. Ancak, KDV, gönderinin değeri ne olursa olsun, tüm sevkiyatlardan tahsil edilir. (Kıymeti 45 Avro'ya kadar olan hediyeler -C2C- KDV'den muaftır).
- 150 Avro üzeri sevkiyatlardan ise, gümrük tarife istatistik pozisyonuna göre gümrük vergisi ve KDV'nin yanı sıra diğer vergiler tahsil edilmektedir.
- Vergilendirmenin hesaplanmasında referans değer, nakliye ve sigorta masraflarının eklendiği eşya değeridir. (Genellikle eşyanın satış fiyatı)
- Guyana ve Mayotte bölgelerinde KDV geçici olarak uygulanmamaktadır.

10.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ

- Yasak veya kısıtlamaya tabi (hassas) eşyalar ve özel tüketim vergisine tabi eşyalar hariç olmak üzere, değeri 150 Avro'ya kadar olan gönderiler için kullanılan Delta H7 beyannamesi, standart ithalat beyannamesine (80) kıyasla azaltılmış bir veri setine (yaklaşık 30) sahiptir. Delta H7 beyannamesi, herkes tarafından kullanılabilmekte ve gümrük makamlarından özel izin alınmasına gerek bulunmamaktadır.
- AB dışındaki bir ülkeden ithal edilen tüm gönderiler, eşyanın değerine bakılmaksızın elektronik gümrük beyannamesine tabidir.
- Mesafeli satışlarda çevrimiçi perakendeciler AB'nin tamamındaki satışları için tüm KDV yükümlülüklerini yerine getirebilecekleri 'IOSS – İthalat Tek Durak Noktası' adı verilen bir elektronik portala kaydolabilmektedirler. Kayıt olduktan sonra çevrimiçi perakendeciler, periyodik olarak sunacakları beyanname ile tüm AB satışları için portal üzerinden KDV'yi bildirerek ödeyebilmektedir. Bu eşik AB

apında 10.000 Avro olarak uygulanmaktadır. Bu eşiğin altında, ürünlerin uzaktan satışı AB içindeki vergi mükellefinin yerleşik olduğu Üye Devlette KDV'ye tabi kalabilmektedir.

1. IOSS sistemine kayıt olmak suretiyle;

Çevrimiçi perakendecinin AB IOSS sistemine kaydolması, satış sırasında KDV'yi tahsil etmesi ve aylık olarak ilgili AB ülkesine göndermesi gerekir. IOSS kapsamında gönderim yapılıyorsa, taşıyıcının tüketiciden KDV tahsil etmediğinden emin olmak için, gönderinin açıkça IOSS olarak tanımlanması gerekmektedir. Bunun için, ticari faturanın "Gönderen Vergi Numarası" alanına IOSS KDV numarası eklenmelidir. AB'ye yüksek miktarda gönderi hacmi varsa, bu seçenek önerilmektedir.

2. IOSS sistemine kayıt olmaksızın;

a) *KDV'nin çevrimiçi perakendeci tarafından tahsili:* Ödeme sırasında tüketiciden KDV (ve varsa diğer vergiler/harçlar) tahsil edilmekte, bu siparişler gümrük vergileri ve harçları önceden ödenmiş (DDP) olarak gönderilir ve ithalat sonrasında ödenen vergi ve harçlar operatör tarafından satıcıya geri fatura edilmektedir. Bu yöntem, gönderimde gecikmeleri önlediğı, tüketicilerin tüm maliyetleri önceden ödediğı ve ithalat sırasında ek ücretlerle karşılaşmayacağı için önerilir. Taşıyıcının tüketiciden KDV tahsil etmediğinden emin olmak için, gönderinin "faturayı gönderen/üçüncü taraf" olarak açıkça belirtilmesi gerekir.

b) *KDV'nin taşıyıcı tarafından tahsili:* AB'nin "Özel Düzenleme" olarak adlandırdığı bu yöntemde, taşıyıcı, KDV'yi (ve varsa diğer vergileri/harçları) ithalattan sonra ancak teslimattan önce tüketiciden/alıcıdan tahsil etmektedir. Gönderinin gümrük işlemleri yalnızca varış ülkesinde yapılabilmekte ve alıcıdan vergi tahsil edilinceye kadar gönderi teslim edilmemekte; bu da önemli gecikmelere ve ek nakliye ücretlerine neden olabilir.

- Hızlı kargo firması, gönderinin beyanı ile varsa vergi ve harçların ödenmesine ilişkin gümrük formalitelerini yerine getirerek, eşyayı alıcıya teslim etmekte ve gümrük işlemleri sırasında alıcı adına ödediğı vergileri, harçları ve hizmetiyle ilgili masrafları alıcıya fatura etmektedir. Bu ücretler teslimattan önce, teslimat sırasında veya teslimattan sonra alıcıdan talep edilebilmektedir.
- Tüm oyuncaklar AB gerekliliklerine uygun olmalıdır. İthalatçının "Laboratories National D'Essai" (Ulusal test laboratuvarı) uygunluk sertifikası alması ve her oyuncağın uygunluğunu garanti eden bir "Norm CE" etiketi taşıması mecburidir.
- Video oyunlarına (cihazlar ve yazılımlar) bir test etiketi eşlik etmeli, paketin içine yerleştirilmeli ve ambalaj üzerinde görüntülenmeli, oyunun kullanımı nedeniyle epilepsi riskinin uyarılması gibi önlem ifadeleri

detaylandırılmalıdır. Gerekliliklere uygun olmayan ürünler gümrük idaresi tarafından alıkonulabilmektedir.

- AB üyesi ülkelerden yapılan sevkiyatlar da dahil olmak üzere, değeri ne olursa olsun sigara ve diğer tütün mamullerinin ithalatına izin verilmemektedir.
- Bazı biyolojik materyallerin ve kimyasalların ithalinde, alıcı tarafından ithalat lisansının ibrazı gerekmektedir. Gönderici, sevkiyat öncesinde söz konusu ithalat lisansının temin edildiğinden emin olmalıdır. Kabul edilebilir eşya numuneleri 22 Avro değeri ile sınırlıdır.
- Telefon, telesekreter, video kamera, modem ve faks ekipmanları gönderilerinin alıcısının şirket olması ve alıcısı tarafından Fransa Telekomünikasyon Bakanlığından ithalat lisansı alınması gerekmektedir.
- Ticari amaçlı ilaç gönderileri için Autorisation De Mise sur le Marche'nin (AMM) onayı gereklidir. Bireysel gönderilerde sevkiyattan önce temin edilmiş olan reçete ve ithalat lisansı ibraz edilmelidir. Belgelerin mevcut olmaması halinde gönderi mahrecine iade edilebilmektedir.
- Eşyanın cinsine bakılmaksızın, eşya değeri ve nakliye masrafları toplamının 150 Avro'yu aşması durumunda ticari fatura düzenlenmesi gerekmektedir.
- Melatonin içerikli kimyasalların ve ilaçların ithaline izin verilmemektedir.
- Kozmetik ürünlerinin ithalinde alıcı tarafından ithalat lisansı temin edilmesi gereklidir. Bireysel/kişisel gönderiler kabul edilmemektedir.
- AB, Fukushima Nükleer İstasyonunda meydana gelen kaza dolayısıyla Japonya menşeli veya Japonya'dan gönderilen yem ve gıda ürünlerinin ithalatı için özel hükümler uygulamaktadır.
- Çin ve Hong Kong menşeli veya buralardan gönderilen plastik mutfak eşyalarının (polimit ve melamin) ithalatında, gönderici tarafından düzenlenen ve eşyanın AB 284/2011 gerekliliklerine uygunluğunu belirten bir beyan ile test sonuçları gümrük idaresince talep edilmektedir.
- E-ticarete uyulması gereken düzenlemeler ve elde edilmesi gereken lisanslar geleneksel ticaret ile aynıdır. İthalatta izne, kısıtlamalara veya özel formalitelere tabi ürünler aşağıda yer almaktadır:
- Hayvanlar, hayvansal kökenli ürünler, hayvanlar için gıdalar, bitkiler, bitkisel ürünler, gıda maddeleri {Söz konusu eşyaların ithalinde denetime yetkili kurumlar DGAL (Gıda, Tarım ve Balıkçılık Bakanlığına bağlı Gıda Genel Müdürlüğü), Avrupa ve Uluslararası Sağlık İşleri Alt Müdürlüğü, Veteriner ve Bitki Sağlığı Sınır Denetim Servisi'dir.}

- Hayvanlar, hayvansal kökenli ürünler, hayvan yemi, belirli bitkiler ve belirli gıda maddeleri (özellikle kurutulmuş meyveler) sevkiyatlarının belirlenmiş giriş noktalarından yönlendirilmesine ilişkin özel bir sistem mevcuttur. Bu ürünler gümrük idaresinin kontrolünden önce veterinerlik, bitki sağlığı veya sağlık kontrolüne tabidir. {Gıda maddelerinin sağlık kontrolleri DGCCRF (Rekabet, Tüketici İşleri ve Sahtecilikle Mücadele Genel Müdürlüğü) tarafından yapılmaktadır.}



Sağlık ürünlerinin (özellikle ilaçların) ithali izne tabidir. Bu izin, bir "Pazarlama Yetkisi (AMM)", "Geçici Kullanım İzni (ATU)", belirli homeopatik ilaçlar için Fransız Sağlık Ürünleri Güvenliği Ajansına (AFSSAPS) kayıt veya biyomedikal araştırma için gerekli ilaçların ithalatında AFSSAPS tarafından verilen yetki şeklinde olabilmektedir. Narkotik veya psikotrop sınıfa dahil olan ilaçlar, her operasyon için AFSSAPS tarafından ithalat izni alınmasını gerektirir. Diğer sağlık ürünleri (müstahzarlar, kozmetikler) ile ilgili olarak, AFSSAPS özel ve genel sağlık politikası önlemlerini benimser. Bunlar ajansın web sitesinde ayrıntılı olarak açıklanmıştır. Tıbbi cihazların standartlara uygun olması gerekmektedir.

- 25 Ocak 2010 tarihinden bu yana, bazı üçüncü ülkelerden (Brezilya, Hindistan, Türkiye vb.) gelen yer fıstığı, baharat, pirinç, muz gibi gıda maddelerinin ithalatı güçlendirilmiş sağlık kontrollerine tabi tutulmuştur. Gümrük işlemleri, sağlık otoritesi tarafından verilen "ortak giriş belgesi" adlı bir belgenin ibrazına tabidir. Benzer şekilde, ithalat sırasında DGCCRF taze meyve ve sebzelerin pazarlama standartlarına (adil ve pazarlanabilir sağlıklı kalite) uygunluk kontrolünü gerçekleştirir. Bu kontrolün sonunda DGCCRF, gümrük beyannamesini destekleyecek şekilde ibraz edilmesi gereken bir uygunluk belgesi düzenler.
- Hayvansal kökenli ürünler içeren gönderilerde (tarife kodu 0511/ 3001/3002/3822), gümrük idaresine giriş bildiriminde bulunmadan önce Paris Charles de Gaulle (CDG) Havalimanında bulunan Fransa Sağlık Bakanlığı birimi tarafından kontrol edilmelidir. İthalatçı/alıcı tarafından hazırlanan tüm sağlık sertifikalarının varışta mevcut olması ve gümrük idaresine ibraz edilmesi gerekmektedir. Varışta gönderiler doğrudan CDG Havalimanının resmi antreposuna yönlendirilmektedir. İthalatçıya/alıcıya ek depolama, muayene ve taşıma masrafları yansıtılabilmektedir. İthalatçı/alıcı tarafından bahse konu ek masrafların kabul edilmemesi halinde, gönderi, masrafları kendisine ait olmak üzere derhal göndericiye iade edilmektedir.

10.4. BELGELER

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
HAVAYOLU TAŞIMA SENEDİ (AWB-AIR WAYBILL)	✓
TİCARİ FATURA	Ülke Gerekliliklerine Göre
A.TR DOLAŞIM BELGESİ	✓
BİTKİ SAĞLIK SERTİFİKASI	Bitkisel Ürünler, Dayanıklı Gıdalar
VETERİNER SAĞLIK SERTİFİKASI	Hayvansal Ürünler, Dayanıklı Gıdalar
İTHALAT LİSANSI	Uçak Parçaları, Biyolojik Materyaller, İlaçlar
EŞYA BİLDİRİM FORMU	Biyolojik Materyaller
CITES BELGESİ	Nesli Tehlike Altında Olan Hayvan ve Bitkilerden Elde Edilen Ürünler
İTHALAT İZİNİ	Farmasötik Ürünler
CE BELGESİ/BEYANI	Elektrikli ve Elektronik Ürünler, Oyuncaklar

10.5. POSTA Ofisi

La Poste (<https://www.laposte.fr/>)

10.6. YASAK VE KISITLI EŞYA

YASAK EŞYA	KISITLI EŞYA
• Patlayıcılar • Radyoaktif maddeler • Tütün yaprağı ve tüm diğer tütün mamulleri • Ozon tabakasını incelten maddeler • Canlı hayvanlar • Et ve süt ürünleri • İran menşeli ürünler • Azo boyar madde içeren tüm ürünler (tekstil, kimyasallar vb.) • Taklit, imitasyon, çakma ürünler • Kesilmiş çiçekler • Tohumlar, bitkiler, sebze ve meyveler • Kuş tüyü	• Mevzuat ile belirlenmiş bazı ilaçlar • Kişisel eşya ve ev eşyası • Medya içeriği ve yayınlar • Mevzuat ile belirlenmiş bazı tekstil ürünleri • Tıbbi numuneler • Bitkiler



11.1. DE MINİMİS LİMİTİ

500nd

11.2. VERGİ UYGULAMALARI

- Değeri 500 Rand'ın altındaki gönderiler düşük kıymetli gönderiler olarak değerlendirilmektedir. Bu tür gönderiler genellikle gümrüksüz ve vergisiz olarak ülkeye ithal edilebilmektedir.
- Ancak, gümrük idaresi herhangi bir aşamada resmi bir gümrük beyanı (SAD500) talep edebilir ve bu gibi durumlarda vergi ve KDV'ye konu edilebilir.
- İthal eşyaya uygulanan gümrük vergileri ise HS kodlarına bağlı olup standart KDV oranı ise %15'tir.

11.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ

- Beyan edilen kıymeti 500 Rand'ın üzerinde olan eşya için resmi bir gümrük beyanı yapılması gerekmektedir.
- İthalatçı veya ihracatçılar her ithalat veya ihracat beyanı için bir kayıt numarası sağlamalıdır. Bu numaraya sahip olabilmek için öncelikle Güney Afrika Gelir İdaresi'ne (SARS) başvuru yapılması gerekmektedir.
- Beyanda kayıt numarasının bildirilmemesi gümrük işlemlerinin uzamasına neden olabilmektedir.
- Alıcının gerçek kişi olması halinde bir Güney Afrika kimlik numarası veya bir SARS (Güney Afrika Gelir İdaresi) Vergi Referans Numarası beyan edilmelidir.

Numuneler



Faturada, numunenin ayrıntılı bir tanımı bulunmalı ve numunenin SARS Numune Politikasına uygun olarak işaretlenip işaretlenmediği veya bozulup bozulmadığı belirtmelidir.

Gönderi başına altıdan fazla ürüne izin verilmemektedir. Gümrük amaçlı bir değer beyan edilmelidir.

11.4. BELGELER

Kontrole tabi, kullanılmış veya ikinci el eşya ile atık veya hurda ithalatı için öncelikle Güney Afrika Gelir İdaresi'ne (SARS) ithalatçı olarak kayıt olunması ve ardından Uluslararası Ticaret İdaresi Komisyonu'na (ITAC) ithalat izni için başvuruda bulunulması gerekmektedir.



www.itac.org.za

Eşyanın ithalinde ihtiyaç duyulan izin ve gereksinimler için ayrıntılı ve güncel bilgi www.sars.gov.za/customs-and-excise/prohibited-restricted-and-counterfeit-goods/ adresinde yer almaktadır.

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
KONŞİMENTO	✓
TİCARİ FATURA	İNGİLİZCE/ÜLKE GEREKLİLİKLERİNE GÖRE
ÇEKİ LİSTESİ	✓
İTHALAT LİSANSI/SERTİFİKASI	İLAÇLAR, CANLI HAYVANLAR, ET VE BAL ÜRÜNLERİ
İTHALAT İZNI	İLAÇLAR, CANLI HAYVANLAR, SÜT ÜRÜNLERİ, DOĞAL BAL, GIDA ÜRÜNLERİ, TÜTÜN VE TÜTÜN ÜRÜNLERİ, ATEŞLİ SİLAHLAR VE MÜHİMMAT

11.5. POSTA Ofisi

South African Post Office (www.postoffice.co.za)

11.6. YASAK VE KISITLI EŞYA

YASAK EŞYA	KISITLI EŞYA
• Narkotik Maddeler • Toksik Maddeler • Belirli Ateşli Silahlar • Sahte Ürünler	• Canlı Hayvanlar Ve Hayvansal Ürünler • Gıda Ürünleri • İlaç • Elektronik Aletler • Makineler • Çay Ve Kahve • Kozmetik Ürünler • Tütün Ve Tütün Ürünleri • Seramik Ve Cam Ürünler • Oyuncaklar Ve Spor Aletleri



12. GÜNEY KORE

12.1. DE MINİMİS LİMİTİ

150 ABD Doları (CIF Değer)

12.2. VERGİ UYGULAMALARI

- Toplam CIF değeri 150 ABD Dolarını geçmeyen kişisel kullanıma mahsus eşyalar gümrük vergilerinden muaftır. Ancak, tütün tüketim vergisi ve bireysel tüketim vergisi her durumda tahsil edilmektedir. Eşyanın CIF değerinin 150 ABD Doları'nı aşması durumunda, toplam gümrüklenmiş değer üzerinden gümrük vergileri ve KDV hesaplanarak tahsil edilmektedir.
- Eşyanın CIF değeri = İhracatçı ülke tarafından uygulanan vergiler, yurtiçi nakliye ücretleri ve ihracatçı ülkede oluşan sigorta ücretleri gibi ek masraflar dahil olmak üzere tüm maliyetlerin toplamına eşittir.
- İhracatçı ülkeden G. Kore'ye gerçekleştirilen sevkiyatlara ait uluslararası nakliye ve sigorta ücretleri, ancak bu ücretlerin diğer maliyetlerden açıkça ayırt edilebilmesi durumunda hesaplama dâhil edilmemektedir.

12.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ

- CIF değeri 150 ABD Doları altında olan bireysel kullanıma mahsus hızlı kargo gönderilerinin gümrük işlemleri basitleştirilmiş usule uygun olarak "Boşaltma Listesi" (Clearance List) ile tamamlanmaktadır. Ancak, ticari amaçlı gönderiler ile ithalinde lisans/izin aranan eşyalar bu muafiyetin kapsamı dışındadır.
- "Boşaltma Listesi" (Clearance List); eşyanın gümrük işlemlerinin yalnızca gönderici ve alıcı ile eşyaya ilişkin bilgilerin (ad-soyadları, telefon numaraları, adresleri, eşyanın tanımı, fiyatı ve ağırlığı) yer aldığı bir fatura ile yapılmasına olanak sağlayan bir gümrükleme yöntemidir.
- 150-2.000 ABD Doları arasındaki hızlı kargo gönderileri için (posta gönderileri için üst sınır 1.000 ABD Doları) Basitleştirilmiş Gümrük Beyannamesi düzenlenmektedir. Vergiler gümrük idaresi tarafından hesaplanmakta ve uygulanmaktadır. Söz konusu beyannamede doldurulacak alanlar (57 alan) detaylı beyannameye (69 alan) kıyasla daha azdır. Talep edilmedikçe konşimento, ticari fatura ve çeki listesi gibi belgelerin ibrazı zorunluluğu bulunmamaktadır.

-
- 2.000 ABD Doları üzerindeki hızlı kargo gönderileri (posta gönderileri için üst sınır 1.000 ABD Doları) genel ithalat rejimi hükümlerine tabidir ve detaylı ithalat beyannamesi düzenlenmelidir. Söz konusu gönderilere ilişkin konşimento, ticari fatura ve çekli listesi gibi belgelerin ibraz edilmesi gerekmektedir.
 - "Boşaltma Listesi" (Clearance List), eşyanın gümrük işlemlerinin yalnızca gönderici ve alıcının adı, telefon numarası, adresi, eşyanın tanımı, fiyatı ve ağırlığının yer aldığı bir fatura ile yapılmasına olanak sağlayan bir gümrükleme yöntemidir. Bu durumda, eşya sahibinin ikamet kayıt kimlik numarası (kişisel izin kodu dahil) gerekmektedir. Bu basitleştirmenin uygulanmayacağı eşyalar aşağıda belirtilmiştir:
 - *Haplar*
 - *Tıbbi bitkiler, şifalı otlar*
 - *Vahşi hayvanlardan elde edilen ürünler*
 - *Tarım, balıkçılık ve hayvancılık ürünleri gibi karantinaya tabi ürünler*
 - *Sağlık takviyeleri*
 - *Fikri mülkiyet haklarını ihlal ettiğinden şüphelenilen ürünler*
 - *Gıda ürünleri, alkollü içecekler ve tütün*
 - *Bazı kozmetik ürünler (plasenta veya steroid içeren kozmetikler ile tanımlanamayan elementler içeren kozmetikler)*
 - *Tanımı, spesifikasyonu, miktarı veya fiyatı izin listesinde yanlış beyan edilen ürünler*
 - *G. Kore Gümrük Kanunu'nun 226. maddesi uyarınca gümrükleme gerekliliklerinin (ateşli silahlar, kılıçlar, barut, narkotikler vb.) gümrük onayına tabi olan ürünler*
 - Gümrük idaresi, eşyanın tanımı, değeri vb. gibi beyan edilen ayrıntıların doğru kabul edilmesi halinde, gönderinin muayene olmaksızın gümrükten çekilmesine izin verir. Ancak, ithalatı yasak ürünler de dahil olmak üzere bazı eşyalar için basitleştirilmiş ithalat beyanına izin verilmemektedir. Bu durumda genel ithalat beyanı prosedürleri takip edilerek detaylı ithalat beyanı yapılması gerekmektedir.
 - Düzenleyici gereklilikler nedeniyle kimyasallar, gıda ürünleri, deriden mamul ürünler, tıbbi malzemeler, tıbbi ekipmanlar, alkol, elektronik parçalar ve kablosuz ekipmanlar gibi gönderilerin gümrük işlemlerinde gecikme yaşanabilmektedir.
 - Gıda ürünleri ve biyolojik materyal gönderilerinde, eşyanın serbest bırakılmasından önce gönderi karantina idaresi tarafından incelenmektedir.
 - Elektromanyetik dalgalar üretebilen tüm kablosuz ekipmanlar ve elektronik parçalar için (bilgisayarlar, CRT'ler/monitörler, yazıcılar, XY çiziciler, çizim makineleri), nihai kullanıcının Kore gümrük idaresine İletişim Bakanlığınca düzenlenen bir Tavsiye Mektubu (Recommendation Letter) sunması gerekir. Bu mektup gümrük işlemleri için gereklidir, gecikmeler yaşanması muhtemeldir. Bu eşyalar daha sonra

masrafları ithalatçıya/son kullanıcıya ait olmak üzere Elektro Manyetik Girişim (EMI) testine tabi tutulabilmektedir.

- Hızlı kargo gönderilerinde, gümrük vergisine tabi ürünlerin veya yasaklı maddelerin yasa dışı ithalatını önlemek amacıyla %100 X-ray muayeneleri ve rastgele kontroller yapılmaktadır.
- Alkol gönderilerinde alıcının ithalat lisansı ibraz etmesi gerekmektedir. Ancak, kişisel gönderilerin ve numunelerin maksimum 5 adet bir litrelik şişelerde olması halinde söz konusu ithalat lisansı aranmamaktadır.
- Kozmetik ürünleri ithalatında, numunelik küçük miktarlar ve kişisel kullanıma mahsus gönderiler dışında kalan gönderiler için ithalat izni gerekmektedir. Numuneler ve kişisel kullanıma mahsus miktarlar gümrük idaresinin onayı ile sınırlıdır.



12.4. BELGELER

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
HAVAYOLU TAŞIMA SENEDİ (AWB-AIR WAYBILL)	✓
TİCARİ FATURA	Ülke Gerekliliklerine Göre
İTHALAT LİSANSI	Tıbbi Ekipmanlar, Tıbbi Malzemeler, Alkol
İTHALAT İZNI	Kozmetik Ürünler (Kişisel Kullanıma Mahsus hariç)
İTHALATÇI BEYANI	İlaçlar, Dayanıklı Gıdalar, Deriden Mamul Ürünler, Bilgisayar Parçaları, Elektronik Parçalar, Makine Parçaları, Müzik Aletleri, Yazılım, Kablosuz Ekipmanlar, Audio ve Video Teypler
TAVSİYE MEKTUBU	Kablosuz Ekipmanlar, Yazıcılar, Bilgisayar Parçaları, Elektronik Parçalar

12.5. POSTA Ofisi

Korea Post (<https://www.koreapost.go.kr/eng/index.do>)

12.6. YASAK VE KISITLI EŞYA

YASAK EŞYA	KISITLI EŞYA
• Dehidrepiandrosteron (DHEA) hormon ilacı • Toprak • Pornografi • Jambon ve sosis ürünleri (jerky, ham, sausage) • Sentetik nikotin, elektronik sigara	• Kimyasallar • Alkol ve alkollü içecekler • Kozmetik ürünler • Kablosuz ekipmanlar, bilgisayar parçaları, elektronik parçalar • Biyolojik materyaller • Tıbbi ekipmanlar, tıbbi malzemeler • Oyuncaklar Ve Spor Aletleri



13.1. DE MINİMİS LİMİTİ

0 Hint Rupisi

13.2. VERGİ UYGULAMALARI

- Gönderi konusu eşyalara tahakkuk ettirilen gümrük vergileri genel kural olarak teslimat sırasında tahsil edilmekle birlikte, bu durum işlem yapan hızlı kargo operatör firmaları bakımından farklı uygulanabilmekte, belirli tutara kadar olan gönderiler kapıda ödeme ile teslim edilmekle birlikte, operatör firmanın belirlediği tutar üzerindeki peşin ödeme sonrası teslim edilmektedir.
- Kişisel ithalatlar ise genel olarak aşağıdaki oranlarda vergiye tabidir:

%10 Gümrük Vergisi,

%28 KDV,

%10 Sosyal ve Refah Ek Ücreti.

- Kural olarak tüm sevkiyatlardan gümrük vergileri (gümrük vergisi, KDV, diğer vergi ve harçlar) tahsil edilmektedir. Yalnızca tercihli ticaret anlaşmaları kapsamı belirli eşya bu vergilerden muaf olabilmektedir.

13.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ

- Sınır ötesi e-ticaret işlemlerinde gümrük beyannamesi talep edilmemektedir.
- Kişisel kullanıma mahsus elektrikli ve elektronik eşyalar, sevkiyat başına 1 ürünle sınırlı olup, bu gönderilerde eşyanın gümrük kıymetine ilişkin olarak gümrük idaresince destekleyici kanıt sunulması istenebilmektedir. Eşyaya uygulanan gümrük vergileri oranları yükselebilmektedir. Kullanılmış veya yenilenmiş elektrikli/elektronik eşyanın kişisel ithalatı ise daha yüksek oranda gümrük vergilerine ve idari para cezalarına tabi olabilmektedir. Eşyanın gümrük kıymetine ilişkin destekleyici kanıtlar ibraz edilmelidir. İkinci el/kullanılmış/yenilenmiş ürünlerin ticari ithalatı için, varıştan önce Dış Ticaret Genel Müdürlüğünden izin alınması gerekmektedir.
- Hayvan derisinden üretilen eşya gönderilerine ithalat öncesinde "sağlık sertifikası" ve "uygunluk sertifikası" (No Objection Certificate) eşlik etmelidir.

- Kişisel kullanıma mahsus elektrikli ve elektronik eşyalar, sevkiyat başına 1 ürünle sınırlı olup, gümrük idaresince eşyanın gümrük kıymetine ilişkin destekleyici kanıt sunulması istenebilmektedir.
- Tekstil ürünlerine (hazır giyim veya yarı-mamul) ait ticari faturada; malzeme ve kompozisyon türü (örneğin %100 pamuk, örme veya dokuma), birim fiyat, ağırlık, erkek- kadın veya çocuk için olup olmadığı gibi detaylı bilgiler yer almalıdır.
- Oyuncak numunelerinin üreticiden örneklerin Uluslararası Laboratuvar Akreditasyon İşbirliği ve Karşılıklı Tanıma Düzenlemeleri kapsamında olan bağımsız bir akredite laboratuvar tarafından test edildiğini ve öngörülen standartları karşıladığını gösteren bir uygunluk belgesi talep edilmektedir.
- İlaçlar, kimyasallar, işlenmemiş deri, gıda maddeleri, ahşap ürünler, tekstil/kumaş, bitki ve bitkisel ürünler ile kablosuz iletişim ekipmanları ithalatında, test ve onay için gümrük idaresi tarafından uygunluk sertifikası istenmektedir. Tekstil ve kumaş gönderileri için bu sertifika, gönderici ülkesinde akredite edilmiş bir laboratuvar da düzenlenmelidir. Gümrük işlemlerinde gecikmeler yaşanabilmektedir.
- Kozmetik ürünler, kimyasallar ve biyolojik materyaller için detaylı beyan verilmesi gerekmektedir. Gümrük işlemlerinde gecikmeler yaşanabilmektedir.
- Tekstil numunelerinin “yeniden satışa konu edilmeyeceği” ticari faturada açıkça belirtilmelidir.
- 30 Haziran 2024 tarihi itibarıyla Hindistan’a gerçekleştirilecek süt ve süt ürünleri ihracatında, ihracatçı ülke tarafından düzenlenen “Veteriner Sağlık Sertifikası” aranacaktır. (Gıda güvenliği kuruluşu FSSAI kararı ile)

Tekstil gönderilerine menşe ülke etiketinin eklenmesi ve üretim ülkesinin ticari faturada açıkça belirtilmiş olması gerekmektedir. Sevkiyatın mevzuat gerekliliklerini karşılamaması halinde, göndericinin menşe belgesi aranmaktadır. Eşya, zararlı boya içerip içermediğinin tespiti için tahlile tabi tutulabilmekte ve göndericiden uygunluk sertifikası ibrazı istenebilmektedir. Gümrük işlemlerinde gecikmeler yaşanabilmekte ve ek ücretlere tabi olabilmektedir.



13.4. BELGELER

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
Havayolu Taşıma Senedi (AWB-Air Waybill)	✓
Ticari Fatura	Ülke Gerekliliklerine Göre
Menşe Şahadetnamesi	Kimyasallar
İthalat İzni	Tıbbi Malzemeler, İlaçlar
Uygunluk Belgesi	Oyuncaklar, Kimyasallar, Dayanıklı Gıdalar, Bitkiler, Tekstil/Kumaş
Sağlık Sertifikası	Dayanıklı Gıdalar, Süt ve Süt Ürünleri
Sanat Eseri Belgesi	Sanat Eserleri
Analiz Sertifikası	Kimyasallar

13.5. POSTA OFİSİ

India Post (<https://www.indiapost.gov.in/vas/Pages/IndiaPostHome.aspx>)

13.6. YASAK VE KISITLI EŞYA

YASAK EŞYA	KISITLI EŞYA
• Tütün ve tütün mamulleri, elektronik sigara • Çin menşeli süt ve süt ürünleri, çikolata, çikolata ürünleri, şekerlemeler • Gece görüş gözlükleri • Bebek cinsiyeti öğrenme kitleri • Tohumlar • Hindistan Standartlar Bürosu gerekliliklerine uygun olmayan ürünler • Her türlü değerli ve yarı değerli metal/taş içeren mücevherler (belirli alıcılar hariç) • Raf ömrü 3 aydan az olan ticari numuneler de dahil olmak üzere gıda gönderileri • Yabani hayvanların taze, soğutulmuş veya dondurulmuş etleri ve sakatatları • Yabani hayvanlara ait kemikler, boynuz konileri ve bunların parçaları, ezilmiş kemikler, kemik kırığı, kemik unu • Domuz yağı (yağsız et ve kümes hayvanı yağı içermeyen), eritilmemiş veya başka şekilde çıkarılmamış, taze, soğutulmuş, dondurulmuş, tuzlanmış, salamura, kurutulmuş, tütsülenmiş	• Alkol • İlaçlar • Kimyasallar • Kozmetik ürünler (Sıvı içerikler yasaktır.) • Dayanıklı gıdalar (Toz veya sıvı içerikler yasaktır.) • Piller veya güç bankaları • Kataloglar, reklam broşürleri • Kahve • Devreler ve devre kartları • Bilgisayar yazılımı • TV ve cep telefonları gibi elektronik ürünler • Yangın söndürücüler • Her türlü değerli ve yarı değerli metal/taş içeren mücevher ve takılar vb.

-
- Doldurmada kullanılan türden tüyler, diğer tüyleri (doldurma amaçlı olanlar hariç), yabani kuşların tüyleri, tüylerinin veya tüy parçalarının tozu ve döküntüleri
 - Fildişi, fildişi tozu ve atığı
 - Balık tırnağı, balık kuyruğu, diğer balık atıkları
 - İşlenmiş veya solvent ekstraksiyonlu yağlar
 - 1503 HS kodu dışındaki sığır, koyun ve keçilerin diğer yağları
 - Balık veya deniz memelilerinden elde edilen diğer katı ve sıvı yağlar ile bunların fraksiyonları (rafine edilmiş olsun olmasın)
 - Hayvansal katı ve sıvı yağlar ile bunların fraksiyonları, hayvansal menşeli margarin
 - Hayvan mayası, mikrobiyal peynir mayası
 - Yabani hayvanlardan elde edilen giyim eşyaları ve aksesuarları
 - Hücresel ağlar veya diğer kablosuz ağlar için olan telefonlar da dahil olmak üzere telefon setleri; 8443, 8525, 8527 pozisyonlarındaki iletim veya alım cihazları hariç, kablolu veya kablosuz ağlarda (yerel veya geniş alan ağı gibi) iletişim cihazları dahil olmak üzere ses, görüntü veya diğer verilerin iletilmesine veya alınmasına yönelik diğer cihazlar veya 8528. Uluslararası Mobil Ekipman Kimliği (IMEI) numarası olmayan veya tüm IMEI Sıfırları ile 'Cep Telefonları' (8517 HS kodunda sınıflandırılan)
 - Elektronik Seri Numarası (ESN)/Mobil Ekipman Tanımlayıcısı (MEID) olmadan veya ESN/MEID olarak tüm sıfırları içeren 'CDMA cep telefonları' (8517 HS kodunda sınıflandırılan)
 - Kişisel eşya



14.1. DE MINİMİS LİMİTİ

150 Avro (CIF Değer)

14.2. VERGİ UYGULAMALARI

- 150 Avro altındaki kişisel kullanıma mahsus sevkiyatlar KDV dışındaki gümrük vergilerinden muaftır. Ancak, KDV, gönderinin değeri ne olursa olsun, tüm sevkiyatlardan tahsil edilir.
- 150 Avro üzeri sevkiyatlardan ise, gümrük tarife istatistik pozisyonuna göre KDV'nin yanı sıra diğer gümrük vergileri tahsil edilir.

14.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ

- Mesafeli satışlarda çevrimiçi perakendeciler AB'nin tamamındaki satışları için tüm KDV yükümlülüklerini yerine getirebilecekleri 'IOSS – İthalat Tek Durak Noktası' adı verilen bir elektronik portala kaydolabilmektedirler. Kayıt olduktan sonra çevrimiçi perakendeciler, periyodik olarak sunacakları beyanname ile tüm AB satışları için portal üzerinden KDV'yi bildirerek ödeyebilmektedir. Bu eşik AB çapında 10.000 Avro olarak uygulanmaktadır. Bu eşğin altında, ürünlerin uzaktan satışı AB içindeki vergi mükellefinin yerleşik olduğu Üye Devlette KDV'ye tabi kalabilmektedir.

IOSS sistemine kayıt olmak suretiyle;

Çevrimiçi perakendecinin AB IOSS sistemine kaydolması, satış sırasında KDV'yi tahsil etmesi ve aylık olarak ilgili AB ülkesine göndermesi gerekir. IOSS kapsamında gönderim yapılıyorsa, taşıyıcının tüketiciden KDV tahsil etmediğinden emin olmak için, gönderinin açıkça IOSS olarak tanımlanması gerekmektedir. Bunun için, ticari faturanın "Gönderen Vergi Numarası" alanına IOSS KDV numarası eklenmelidir. AB'ye yüksek miktarda gönderi hacmi varsa, bu seçenek önerilmektedir.

IOSS sistemine kayıt olmaksızın;

a) *KDV'nin çevrimiçi perakendeci tarafından tahsili:* Ödeme sırasında tüketiciden KDV (ve varsa diğer vergiler/harçlar) tahsil edilir, bu siparişler gümrük vergileri ve harçları önceden ödenmiş (DDP) olarak gönderilir ve ithalat sonrasında ödenen vergi ve harçlar operatör tarafından satıcıya geri fatura edilir. Bu yöntem, gönderimde gecikmeleri önlediği, tüketicilerin tüm maliyetleri önceden ödediği ve ithalat sırasında ek ücretlerle karşılaşmayacağı için önerilir. Taşıyıcının tüketiciden KDV tahsil etmediğinden emin olmak için, gönderinin "faturayı gönderen/üçüncü taraf" olarak açıkça belirtilmesi gerekmektedir.

b) *KDV'nin taşıyıcı tarafından tahsili*: AB'nin "Özel Düzenleme" olarak adlandırdığı bu yöntemde, taşıyıcı, KDV'yi (ve varsa diğer vergileri/harçları) ithalattan sonra ancak teslimattan önce tüketiciden/alıcıdan tahsil etmektedir. Gönderinin gümrük işlemleri yalnızca varış ülkesinde yapılabilmekte ve alıcıdan vergi tahsil edilinceye kadar gönderi teslim edilmemekte; bu da önemli gecikmelere ve ek nakliye ücretlerine neden olabilmektedir.

- Eğer gönderici/satıcı IOSS kullanıyorsa, ilgili IOSS kayıt numarası havayolu taşıma senedindeki "GÖNDERİCİ KDV (SHIPPER VAT) #" alanına girilmelidir. İthalat sırasında döviz kuru farklılıklarını önlemek için ticari fatura ve havayolu taşıma senedine avro cinsinden satış fiyatının eklenmesi önerilmektedir.
- Tüm hayvan ve hayvansal ürünler ile biyolojik materyallerin ithalinde, alıcı tarafından Veterinerlik Hizmetleri Departmanından izin, Tarım Bakanlığında ithalat lisansı alınması gerekmektedir. Ürünün menşei (insan, hayvan, sentetik) ticari faturada belirtilmelidir.
- Kozmetik ürünleri ithalatında, alıcının Sağlık Bakanlığında alınan ithalat lisansı ibraz etmesi gerekmektedir. Gerçek kişilere gönderim yapılması mümkün bulunmamaktadır.

Dayanıksız gıda ürünlerinin ve ilaçların e-ticaret kapsamında ithalatına izin verilmemektedir.



- Tekstil gönderilerinde menşe ülke etiketi ürüne iliştilmiş olmalı ve üretim ülkesi ticari faturada açıkça gösterilmelidir. Gönderinin gerekliliklere uymaması halinde, göndericiden menşe şahadetnamesi talep edilmektedir.
- Deriden mamul ürünlerin nesli tükenmekte olan bir hayvan veya bitki türünden elde edilen ürünlerden olması durumunda CITES izni (ithalat ve ihracat) gereklidir. Ticari faturada, eşyanın Latince ismine ek olarak detaylı bir açıklama bulunmalıdır.

Tekstil ve ayakkabı cinsi eşya Resmi İhracat Düzenlemesi ve Denetimi (SOIVRE) incelemesi ve onayı gerektirmektedir.

- Kullanılmayacak hale getirilmiş tekstil numuneleri, havayolu konşimentosu ve ticari faturada doğru şekilde belirtilmesi koşuluyla gümrük vergilerinden muaf tutulabilmektedir. Numune gönderileri, kullanılmayacak halde olduklarının doğrulanabilmesi için gümrük idaresi tarafından incelemeye tabi tutulabilmektedir.
- Tehlikeli olmayan kimyasallar (laboratuvar reaktifleri) için ürün beyanı ve kullanım mektubu; diagnostik reaktifler içinse Sağlık Bakanlığında alınacak ithalat lisansı aranmaktadır.

- Tıbbi ekipmanların ve tıbbi malzemelerin ithalatında ithalat lisansı, uygunluk beyanı ve CE işareti aranmaktadır. Veteriner kullanımı için, ithalatçı tarafından düzenlenecek "Veteriner kullanımına özeldir" ifadesinin yer aldığı bir "beyan mektubu" yeterlidir. Gerçek kişilere yönelik sevkiyatlara izin verilmemektedir.
- Tohum ithalatı için, göndericiden orijinal bir Bitki Sağlık Sertifikası ile ithalatçıdan Bitki Çeşitliliği Yetkisi ibraz edilmelidir.
- Mücevherat ve takılarda (altın, gümüş, platin) kıymetli madenin gram cinsinden net ağırlığının ticari faturada belirtilmesi gerekmektedir. Gerçek kişilere yönelik gönderilerde, alıcıdan gönderinin "ticari amaçlı olmadığını" belirten bir yazılı beyan istenmektedir.
- Yetişkinlerin (14+ yaş) kullanımına yönelik oyuncaklar (koleksiyonluk eşya ve parçalar) faturada belirtilmelidir. Oyuncaklar için SOIVRE denetim onayı gerekir. Tüm oyuncaklar AB mevzuatına uygun olmalı, CE sertifikası ve uygunluk beyanı sevkiyata eklenmelidir.
- Kişisel koruyucu ekipman olarak kabul edilen maskelerin, Avrupa pazarında satışa sunulması için (AB) 2016/425 sayılı düzenlemeye göre tasarlanıp üretilmesi zorunludur.

14.4. BELGELER

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
HAVAYOLU TAŞIMA SENEDİ (AWB-AİR WAYBILL)	✓
TİCARİ FATURA	Ülke Gerekliliklerine Göre
A.TR DOLAŞIM BELGESİ	✓
BITKİ SAĞLIK SERTİFİKASI	Bitkisel Ürünler, Dayanıklı Gıdalar
VETERİNER SAĞLIK SERTİFİKASI	Hayvansal Ürünler, Dayanıklı Gıdalar
SAĞLIK SERTİFİKASI	Tıbbi Ekipmanlar, Tıbbi Malzemeler
İTHALAT LİSANSI	Kozmetik Ürünler, Kimyasallar, Tıbbi Ekipmanlar, Tıbbi Malzemeler, Diagnostik Reaktifler
CITES BELGESİ	Nesli Tehlike Altında Olan Hayvan ve Bitkilerden Elde Edilen Ürünler
CE BELGESİ/BEYANI	Elektrikli ve Elektronik Ürünler, Oyuncaklar, Makine Parçaları, Bilgisayar Parçaları
MENŞE ŞAHADETNAMESİ	Tekstil Ürünleri

14.5. POSTA Ofisi

Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E (<https://www.correos.es/es/es/particulares>)

14.6. YASAK VE KISITLI EŞYA

YASAK EŞYA	KISITLI EŞYA
• Ateşli silahlar ve mühimmat • Sahte ve korsan ürünler • Reçetesiz ilaçlar • Vitaminler ve takviye edici gıdalar • Alkollü ve alkolsüz tüm içecekler • Tütün ve tütün mamulleri • Oyuncak silahlar • AB'ye girişine izin verilmeyen kişisel koruyucu ekipmanların (PPE) üretimi ve tasarımı için kullanılan standart KN95, N95 maskeleri • Tıbbi cihazlar, kontakt lens, kozmetik, hijyen ürünleri, el dezenfektanı, şahıslara yönelik optik gözlük içeren gönderiler	• Biyolojik materyaller • Kozmetik ürünler • Deriden mamul ürünler • Tıbbi ekipmanlar ve tıbbi malzemeler • Şahsi eşya • Tekstil ürünleri • Gıda ürünleri • Hayvansal ürünler • Tohumlar • Kişisel koruyucu maskeler



15.1. DE MINİMİS LİMİTİ

10.000 Japon Yeni (CIF Değer)

15.2. VERGİ UYGULAMALARI

- İthalat vergisi (KDV) standart oran %10, indirimli oran %8
- İthalat harcı ortalama oran %4,3 (CIF değer üzerinden)

15.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ

- B2B (işletmeden işletmeye) ve B2C (işletmeden tüketiciye) işlemlerde CIF değer hesaplaması işlemin türüne göre değişkenlik göstermektedir.
 - B2B : CIF değer = Gümrük kıymeti + Sigorta + Nakliye ücreti
 - B2C : CIF değer = (Gümrük kıymeti x %60) + Sigorta + Nakliye ücreti
- Alkollü içeceklerde yalnızca kişisel kullanım amaçlı gönderiler ve test amaçlı numuneler kabul edilir. Ticari faturada, ithalat nedeni belirtilmelidir. Net ağırlık 10 kilogram (22 lbs) üzerinde ise, sevkiyat ticari olarak kabul edileceği için Sağlık Bakanlığının izni gerekmektedir. Kişisel tüketim amaçlı şarap 12 şişe (750 ml) veya net ağırlık olarak 10 kilogram ile sınırlıdır.



Kişisel kullanıma mahsus kozmetik ürün gönderileri ürün başına 24 adet ile sınırlıdır. Numuneler dahil olmak üzere ticari gönderilerde ise, miktara bağlı olmaksızın Japonya Sağlık Bakanlığı'ndan alınacak ithalat lisansı aranmaktadır.

- Gıda ürünleri, içecekler, gıda katkı maddeleri, takviye edici gıdalar, mutfak eşyaları, sofrta takımları ve bebek oyuncakları içeren ticari gönderilerde, ithalatçı tarafından bildirimde bulunulması veya eşyanın analize tabi tutulduğunu gösteren test sonucunun sunulması gerekmektedir. Ayrıca numunelerle test amaçlı veya kişisel kullanım amaçlı gıda gönderilerinin 10 kilogramdan (22 lbs) daha büyük net ağırlığa sahip olması halinde ithalatçı bildirimde bulunmalıdır. "Şeker" cinsi eşya ise ağırlığı 1 kilogramdan az olacak şekilde yalnızca kişisel kullanım veya numuneyle sınırlıdır.

- Tıbbi ekipmanların ithalatında, yeniden satış amaçlı değilse "ithalat lisansı", yeniden satış amaçlı ise "satış lisansı" aranmaktadır.

Tekstil ürünleri ve ayakkabı ithalatında, dış taban ve üst malzeme (deri, plastik vb.), ayakkabı türü (spor, kayak vb.), kullanım amacı (koşu, kayak vb.), cinsiyet (erkek, kadın vb.) ve miktar gibi tüm detaylı bilgiler ticari faturada belirtilmelidir.



- Tıbbi malzemelerin ithalatında, ticari gönderiler için Sağlık Bakanlığında alınan "satış izni" ve "ithalat lisansı" zorunludur. Kişisel kullanıma yönelik gönderiler 2 aylık tedarikle sınırlı olmak üzere, izin veya lisans gerektirmez. 2 aylık arzı aşan kişisel kullanım amaçlı gönderiler ise, sevkiyat öncesi Sağlık Bakanlığında ithalat lisansı alınmasını gerektirir.
- Gümrük işlemlerinde gecikmeleri önlemek için, ticari faturaların mevcut tüm kopyalarının sunulması önem arz etmektedir. Söz konusu kural, elektronik ticari faturalarla birlikte göndericinin antetli kağıdına basılı ticari faturayı da kapsamaktadır.

15.4. BELGELER

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
Havayolu Taşıma Senedi (AWB-Air Waybill)	✓
<i>Ticari Fatura</i>	<i>Ülke Gerekliliklerine Göre</i>
İthalat Lisansı	Tıbbi Ekipmanlar, Tıbbi Malzemeler, Kozmetik Ürünler (Kişisel Kullanım Amaçlı Olanlar Hariç)
<i>Satış Lisansı</i>	<i>Tıbbi Ekipmanlar, Tıbbi Malzemeler</i>
İthalat İzni	Dayanıklı Gıdalar, Alkollü İçecekler
<i>Analiz/Test Sonucu</i>	<i>Dayanıklı Gıdalar, İçecekler, Gıda Katkı Maddeleri, Takviye Edici Gıdalar, Mutfak Eşyaları, Sofra Takımları, Bebek Oyuncakları</i>

15.5. POSTA Ofisi

Japan Post Holdings (https://www.post.japanpost.jp/index_en.html)

15.6. YASAK VE KISITLI EŞYA

YASAK EŞYA	KISITLI EŞYA
• Koleksiyonluk madeni para, nakit, pul • Silahlar ve kılıçlar (pala, hançer, ateşli silahlar, mühimmat, 15 cm veya daha fazla uzunlukta bıçaklar) • İlaçlar (uyarıcılar, esrar, narkotik, afyon, haşhaş, psikotropik, kenevir, kenevir sapı vb.) • Hayvan/Bitki karantina unsurları (et, kuru et, sosis, jambon, pastırma, embriyolar, hayvan kanı, tüyler, saman, ham yün ve deri, toprak, mantar, virüs, bulaşıcı maddeler, canlı böcek, çiçekler, meyve-sebze, bal arısı, fide, su bitkileri) • Patent, tasarım, ticari marka veya telif hakkı haklarını ihlal eden eşya	• Alkollü ve alkolsüz içecekler • Dayanıklı gıdalar • Oyuncaklar (6 yaş altı çocuklar için) • Tıbbi malzemeler, tıbbi ekipmanlar • Tekstil ürünleri, ayakkabılar • Mutfak eşyası, sofra takımları



16.1. DE MINİMİS Limiti

20 Kanada Doları (FOB Değer)

16.2. VERGİ UYGULAMALARI

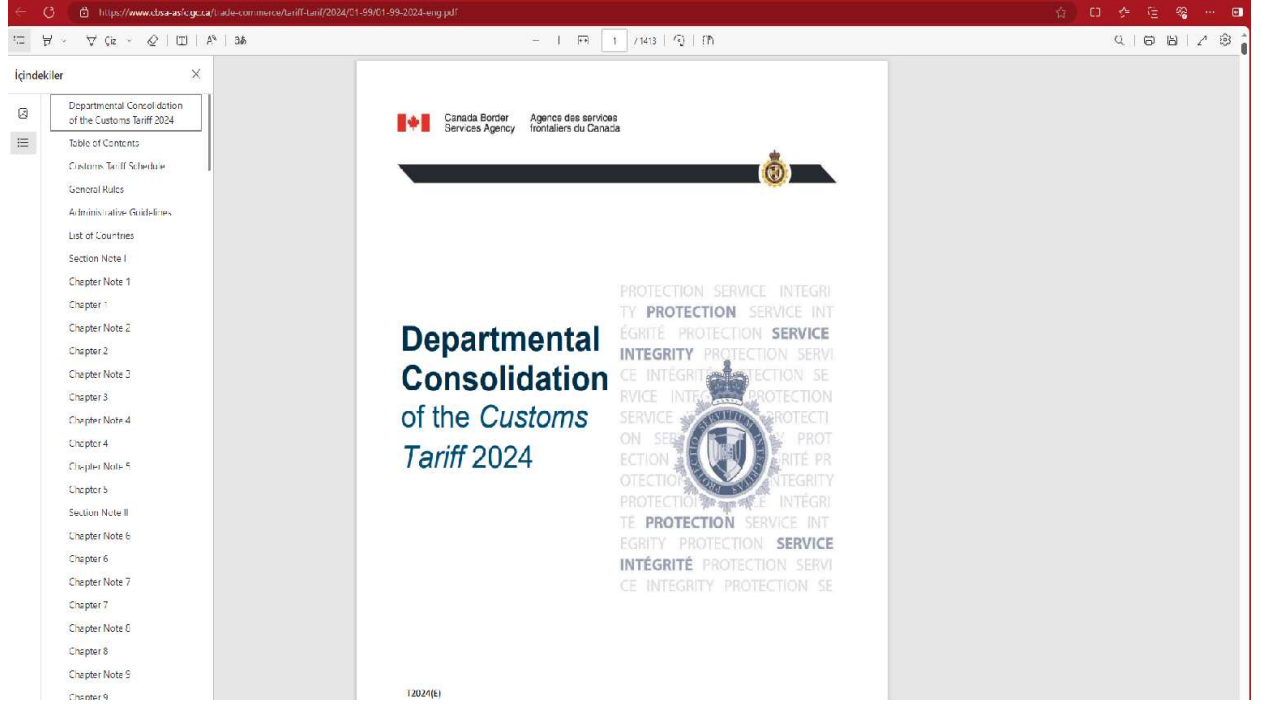
- Posta ve hızlı kargo yoluyla Kanada'ya yapılan gönderiler (çevrimiçi alışverişler dahil), birkaç istisna dışında, potansiyel olarak gümrük vergilerine tabidir.
- Satış vergisi (provincial sales tax – PST, harmonized sales tax – HST), Kanada'nın birçok bölgesi tarafından tahsil edilmekte ve oranı ilgili bölgeye göre değişmektedir.
- Ürün ve hizmetler vergisi (goods and services tax – GST) standart oranı %5'tir ve ürün değeri artı gümrük vergisine uygulanmaktadır.
- Posta yoluyla ithal edilen ve vergiye tabi olan eşya için ayrıca bir işlem ücreti (handling fee) tahsil etmektedir. Eşyanın değeri 20 Kanada Doları'nın altında ise bu ücret alınmaz. Bunun yanında, Kanada'ya posta yoluyla ithal edilen ve değeri 60 Kanada Doları veya daha az olan hediyeler, ürün ve hizmetler vergisinden (GST) muaftır.

FOB değeri 20 Kanada Doları'nın altındaki sevkiyatlar gümrük vergisinden muaftır. Ancak, aşağıda belirtilen eşya/eşya grupları bu muafiyetin kapsamı dışındadır:

- Tütün
- Alkollü İçecekler
- Kitaplar
- Süreli Yayınlar
- Dergiler
- Kanada posta kutusu veya Kanadalı bir aracı üzerinden sipariş edilen ürünler

- İthalat harcı, FOB değer üzerinden alınmakta ve ithal edilen eşyanın cinsine göre değişkenlik göstermektedir. (Giyim için %16,5-%18 arası, mobilya için %2,1, demir/çelik ürünlerinde %2,2, ilaçlarda %3,5 vb.)

- 2024 yılı gümrük vergilerine ilişkin bilgiye <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/trade-commerce/tariff-tarif/2024/01-99/01-99-2024-eng.pdf> adresinden erişilebilmektedir. Türk menşeli ürünlere yönelik vergi oranları "MFN" sütununda yer almaktadır.



01 - 1

CUSTOMS TARIFF - SCHEDULE

Tariff Item	SS	Description of Goods	Unit of Meas.	MFN Tariff	Applicable Preferential Tariffs
01.01		Live horses, asses, mules and hinnies.			
		-Horses:			
0101.21.00	00	-Pure-bred breeding animals	NMB	Free	CCCT, LDCT, GPT, UST, MXT, CIAT, CT, CRT, IT, PT, COLT, JT, PAT, HNT, KRT, CEUT, UAT, CPTPT, UKT: Free
0101.29.00		-Other		Free	CCCT, LDCT, GPT, UST, MXT, CIAT, CT, CRT, IT, PT, COLT, JT, PAT, HNT, KRT, CEUT, UAT, CPTPT, UKT: Free
		10 ---- -For slaughter.....	NMB		
		20 ---- -For racing.....	NMB		
		90 ---- -Other.....	NMB		
0101.30.00	00	-Asses	NMB	Free	CCCT, LDCT, GPT, UST, MXT, CIAT, CT, CRT, IT, PT, COLT, JT, PAT, HNT, KRT, CEUT, UAT, CPTPT, UKT: Free
0101.90.00	00	-Other	NMB	Free	CCCT, LDCT, GPT, UST, MXT, CIAT, CT, CRT, IT, PT, COLT, JT, PAT, HNT, KRT, CEUT, UAT, CPTPT, UKT: Free
01.02		Live bovine animals.			
		-Cattle:			
0102.21.00		-Pure-bred breeding animals		Free	CCCT, LDCT, GPT, UST, MXT, CIAT, CT, CRT, PT, COLT, JT, PAT, HNT,

16.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ

- “CLVS (Courier Low Value Shipment/Düşük Değerli Hızlı Kargo Gönderileri) Programı” kapsamında, değeri 3.300 Kanada Doları altında olan gönderilerin, Programa dahil olan bir işletme tarafından işlenmesi ve eşyanın ithalatında herhangi bir yasak, kontrol veya özel düzenlemeye tabi olmaması halinde ek avantajlar sunulmaktadır. Söz konusu Program kurye ile taşınan belirli ürünler için raporlama, eşyanın teslimi ve ayrıntılı gümrük beyannamesi prosedürlerinin kolaylaştırılmasını sağlamaktadır.
- Hızlı kargo şirketlerinin CLVS Programına dahil olabilmesi için “Kanada Sınır Hizmetleri Kurumu (CBSA)” tarafından yetkilendirilmiş olması gerekmektedir. Ancak, CLVS Programının e-ticaret işlemlerine adaptasyonu amacı ile güncellenmesi çalışmaları çerçevesinde, CBSA tarafından Haziran 2019 tarihinden itibaren geçerli olmak üzere bir sonraki duyuruya kadar Programa katılım için yapılacak yeni başvuruların değerlendirmeye alınmayacağı; bunun yanında, programa katılım sağlamış olanlar için uygulamanın devam ettirileceği bildirilmiştir.
- Posta yoluyla yapılan gönderilerde, vergilerin ödenmesi alıcının sorumluluğundadır. Gümrük idaresi, gönderinin değeri, menşe ülke, eşyanın cinsi ve mahiyeti vb. bilgilere dayanarak uygulanacak vergi tutarını belirler. Şayet eşya, ticari ağ üzerinden, kargo şirketleri kanalı ile gönderiliyor ise satış koşullarına bağlı olarak vergi ödeme yükümlülüğü satıcının veya alıcının sorumluluğunda olabilmektedir.
- FOB değeri 20 Kanada Doları üzerinde olan sevkiyatlarda ticari fatura ibraz edilmesi gerekmektedir.
- CBSA’nın birinci denetim, ikincil işlemler ve gümrük vergisi ile diğer vergilere ilişkin değerlendirme işlemlerinin gerçekleştirdiği uluslararası kargo işlem operasyonları, Kanada’nın resmi posta hizmeti sunucusu olan “Canada Post Corporation (CPC)” şirketinin Montreal, Toronto ve Vancouver’daki tesislerinde gerçekleştirilmektedir. Bu sayede, ithal edilen eşyanın Kanada gümrük sahasına giriş işlemleri “CBSA Mail Centre (CMC)” adı verilen işbu merkezlerden koordineli ve hızlı bir biçimde yapılabilmektedir.
- Kanada’ya yurtdışından gönderim yapılırken gönderici tarafından “D5-1-1, Kanada Sınır Hizmetleri Ajansı Uluslararası Posta İşleme Sistemi Ek A”da bulunan bilgileri özetleyen bir “Gümrük Beyannamesi Formu” doldurulmaktadır.
- Gümrük vergisi ve/veya diğer vergilerin ödenmesi söz konusu olduğunda, ödenmesi gereken değer, teslimat sırasında posta ürününe eklenecek olan “E14, CBSA Posta İthalat Formu (Postal Import Form)”da belirtilecektir. Alıcının söz konusu gönderi için tahakkuk ettirilen vergi tutarını kabul etmeyip gönderiyi reddetme ve yeniden değerlendirme isteme hakkı veya gönderiyi kabul edip ödemeyi yaparak vergi değerinin yeniden gözden geçirilmesini talep etme hakkı mevcuttur.

- Gönderinin içeriği ve değerine ilişkin bilgilerin doğruluğundan gönderen sorumludur. Şayet gönderilen eşyanın paketi "CBSA" tarafından açılır ise gerekli vergi hesaplaması ve gümrük işlemleri tamamlandıktan sonra paket yeniden kapatılarak üzerine "Form E608" eklenmekte ve "Opened by CBSA (CBSA tarafından açılmıştır)" ibaresi konularak serbest dolaşıma girmektedir. Açılan paketlere ayrıca "Form E605" eklenmekte ve "Your package has been examined (Paketiniz incelenmiştir)" ibaresi yazılmaktadır.

- Değeri 3.300 Kanada Dolarını aşan gönderilerde (ticari olsun veya olmasın) temsilci/vekil atanması gerekmektedir.

- Hazır giyim ürünlerinde, giysilere İngilizce veya Fransızca dillerinde kalıcı bir etiket yapıştırılmalıdır. Etiketle kumaşın içeriğine, bakım talimatlarına ve eşyanın menşesine yer verilmelidir. Tüm tekstil ürünleri, giysinin üzerine, üretim ülkesini ve malzemenin bileşim dağılımını belirten bir etiketin dikilmesini gerektirir (örn. %50 pamuk, %50 polyester).



- Tüm gönderiler doğru ve tutarlı bir gümrük beyanını gerektirir. Ticari değeri olmayan veya sıfır (0) değerli gönderiler kabul edilmemektedir.

- Tarım ve gıda ürünleri ithalatında gerekli koşullara ilişkin bilgilere, Kanada Gıda Denetleme Kurumu'nun AIRS (Automatic Import Reference System) adlı veri tabanından erişilebilmektedir:



https://airs-sari.inspection.gc.ca/airs_external/english/decisions-eng.aspx

- Gıda ürünleri, Kanada gıda ve ilaç, tüketici ve kurumsal ilişkiler ile hayvan ve sağlık denetimi uygunluğuna tabi olup, güvenli gıda belgesi (sfcr/safe food for canadian regulations) ibrazı gerekebilmektedir.
- Kozmetik ürünler, tıbbi ekipmanlar, tıbbi malzemeler, müzik aletleri, ofis malzemeleri, bilgisayar parçaları, elektronik parçalar, makine parçaları, spor ekipmanları, oyuncaklar ve kablosuz ekipmanlar gibi gönderiler için, mevcut olması halinde bileşim listesinin ibraz edilmesi ve beraberinde ürünlerin ayrıntılı bir açıklamasının beyan edilmesi gereklidir.
- Alkol gönderileri yalnızca göndericinin lisanslı bir distribütör olması ve lisanslı bir distribütöre gönderim yapıyor olması durumunda kabul edilmektedir. Tüm bira, şarap ve alkol sevkiyatları ilgili il içi

kurullarından izin alınmasını gerektirir; göndericinin özel il prosedürü için alıcıyla iletişime geçmesi gerekmektedir. Kişisel kullanıma yönelik alkol sevkiyatına izin verilmemektedir.

- Kan, kan fraksiyonları gibi tıbbi ürünler, biyolojik ürünler, tarım ürünleri ve reçeteli ilaç gönderileri için, eşyanın değerine bakılmaksızın detaylı bir ticari fatura ibraz edilmelidir.
- Ahşap ambalaj malzemelerinin (NWPM), Kanada Gıda Denetleme Kurumu (CFIA) tarafından belirlenmiş yöntemlerden biriyle resmi olarak işleme tabi tutulması gerekmektedir. Ahşap ambalaj malzemelerinin menşei ülkesi tarafından resmi onaylı bir logo veya işaret, her bir ahşap ambalaj malzemesi ünitesine kalıcı olarak yapıştırılmalıdır.



Sağlık ürünleri ithalatında gerekli koşullara ilişkin bilgilere <https://www.canada.ca/en/health-canada/services/drugs-health-products/compliance-enforcement/importation-exportation/commercial-use-health-products-guidance/document.html#sec2> veri tabanından erişilebilmektedir.

- İthalatı izne bağlı eşyalar ile ilgili olarak "Export and Import Permits Act" düzenlemesi hakkında "Kanada Ticaret Kontrolleri Politikası Birimi (Trade Controls Policy Division (TIC)) ile ["tic@international.gc.ca"](mailto:tic@international.gc.ca) üzerinden iletişime geçilebilmekte, <https://gazette.gc.ca/rp-pr/p2/2017/2017-09-07-x1/html/sor-dors174-eng.html> ve <https://laws-lois.justice.gc.ca/eng/regulations/C.R.C.%2C%20c.%20604/page-1.html> adreslerinden bilgi edinilebilmektedir.

Kanada'da ikamet edenler tarafından ilaçların posta veya hızlı kargo yoluyla ithalatına izin verilmemektedir.

- İthalinde izin ve/veya sertifika gerektiren yasaklı veya kontrole tabi işlemlerin muhatabı olan kurum ve kuruluşlar ile düzenlemelere <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/import/reflist-listeref-eng.html> adlı platform üzerinden erişim sağlanabilmektedir.

Bunun yanında, CBSA'nın "D19-Acts and Regulations of Other Government Departments" adlı düzenlemesinin de dikkate alınmasında yarar görülmektedir: <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/publications/dm-md/d19-eng.html>

- Alkol veya tütün ürünleri ithalatında, ilgili eyalet veya bölgedeki yetkili makamlar ile temas kurulması gerekmektedir.

- Kanada’da yürürlükte bulunan önlemlere <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/sima-lmsi/mif-mev/menu-eng.html> linkinden erişim sağlanabilmektedir. Örneğin; ülkemizden gönderilen kuru-buğday makarnası cinsi eşya, bu listeye göre anti-damping önlemine tabi olmaktadır.



16.4. BELGELER

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
Havayolu Taşıma Senedi (AWB-Air Waybill)	✓
Ticari Fatura	Ülke Gerekliliklerine Göre
İthalat İzni	Biyolojik Materyaller, Tıbbi Ekipmanlar
Güvenli Gıda Belgesi	Dayanıklı Gıdalar
Malzeme/İçerik Listesi	Kozmetik Ürünler, Tıbbi Ekipmanlar, Müzik Aletleri, Tıbbi Malzemeler, Ofis Malzemeleri, Bilgisayar Parçaları, Elektronik Parçalar, Makine Parçaları, Spor Ekipmanları, Kablosuz Ekipmanlar, Oyuncaklar

16.5. POSTA OFİSİ

Canada Post (<https://www.canadapost-postescanada.ca/cpc/en/home.page#>)

16.6. YASAK VE KISITLI EŞYA

YASAK EŞYA	KISITLI EŞYA
• Kağıt ve madeni para • İkinci el araçlar • Narkotik ürünler, haplar ve ilaçlar • Alkol ve alkollü içecekler (kişisel gönderiler) • Tütün ve tütün mamulleri (kişisel gönderiler) • Elektronik sigara ve türevleri (vaping) • Tetrahidrokannabinol (THC) içeren tüm ürünler (kozmetik, giyim, gıda vb.) • Kısmen hidrojenize yağlar içeren yiyecekler ve et içeren hediye sepetleri • Evcil hayvan maması (kişisel gönderiler) • Kullanılmış yataklar • Müstehcen yayınlar, video, CD ve kasetler, makaleler vb.	• Alkol, tütün, elektronik sigara • Hayvansal ürünler • Deriden mamul ürünler • Ateşli silahlar, patlayıcılar, tehlikeli materyaller • Biyolojik materyaller • Kimyasallar • Tıbbi ekipmanlar • Özel İthalat Önlemleri Yasası kapsamı eşya (Lastikler, araç parçaları vb.)

**17.1. DE MINİMİS LİMİTİ**

- 500 Malezya Ringgiti (MYR)

17.2. VERGİ UYGULAMALARI

- 500 MYR altındaki sevkiyatlar özel durumlar hariç olmak üzere gümrük vergilerinden muaftır.
- Çevrimiçi olarak satılan düşük değerli eşyanın (Low Value Goods/LVG) ithalinde %10'luk bir satış vergisi tahsil edilmektedir. Sadece elektronik sigaralar, tütün ürünleri, likör ve sigaralar LVG'nin kapsamı dışında tutulmuştur.
- Bu vergi, eşyanın satış değeri üzerinden hesaplanmakta olup diğer masraflar dikkate alınmamaktadır.
- Malezya'da veya yurtdışından Malezya'ya LVG satışı yapan herkesin kayıt olması ve satış üzerinden %10'luk vergiyi tahsil etmesi gerekmektedir.
- Gümrük vergisi oranları ürüne göre advalorem bazda %0-%60 arasında değişebilmektedir. Bu oranlar Malezya Gümrük Departmanı tarafından belirlenmekte ve ürünün GTİP numarasına (HS kodu) göre kategorize edilmektedir.
- Gerçek kişilere gönderilen 1 litrenin altındaki alkollü içki ve şaraplar için ilave bir ithalat izni gerekmemektedir. 1 litrenin altındaki İskoç viskisi için izin gerekmesi de kontrole tabi olduğundan vergi ve harçların ödenmesi gerekmektedir.

LVG NEDİR?

500 Malezya Ringgitinden daha düşük tutarda olan ve kara, deniz veya hava yoluyla Malezya'ya gönderilen eşya Low Value Goods (LVG) olarak nitelendirilmektedir.

17.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ

- İthal eşyanın gümrük beyanı Form No.1 ile yapılmaktadır. Ancak aşağıda belirtilen eşyanın gümrük işlemleri Form No. 1 olmadan da tamamlanabilmektedir.
 - i. Mektup veya belge
 - ii. Gümrük vergisi/vergi muafiyetine uygun, gönderi başına 500 MYR CIF'yi (Maliyet, Sigorta, Navlun) aşmayan (sigara, tütün ve likör hariç)

- a. Madde 94, Gümrük Vergileri (Muafiyet) Emri 2017 ve
- b. Madde 24, Satış Vergisi (Vergi Ödemekten Muaf Kişiler) Emri 2018 kapsamı eşya
- iii. Ağırlığı 30 kg'ı geçmeyen eşya
- iv. İthalat yasak olmayan eşya

Dolayısıyla koşullara uygun olarak ithal edilen ve gönderi başına 500 MYR'yi aşmayan eşyanın beyanı basitleştirilmiş usullere tabi olup taşıyıcı tarafından eşya listesi şeklinde gümrüğe sunulabilmektedir.

- 12 aylık periyotta kara, hava ve deniz yolu ile 500.000 MYR üzerinde LVG satışı yapan satıcılar, kayıtlı satıcı olabilmektedir. Kayıtlı satıcı olmak için koşullar ve başvuru için <https://lvgcore.customs.gov.my/register> adresinde ayrıntılı bilgi yer almaktadır.



Gümrük beyanında LVG kayıt numarasının da bildirilmesi gerekmektedir.

- Ayrıca elektronik Ön Uyarı Sistemi (electronic Pre-Alert Manifest (ePAM) system) kullanılmakta ve ePAM sistemi ile havayolunda, taşıyıcı tarafından eşyanın varışından önce birden fazla ithalatçı için aynı anda basitleştirilmiş bir beyan verilmesi de mümkün bulunmaktadır.

17.4. BELGELER

Sınır ötesi e-ticarete gerekli olan belgeler ve ithalat izinleri, eşyanın ithalindeki normal gerekliliklerle aynıdır. Eşyanın ithali için bir sertifika veya izin gerekiyorsa, ülkeye ithal edilmeden önce başvuruda bulunulmalıdır.

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
Havayolu Taşıma Senedi (AWB-Air Waybill)	✓
Ticari Fatura	Ülke Gerekliklerine Göre
İthalat İzni	Hayvan Derileri (evcil olmayan), Kavrulmamış Kahve, Kumar Cihazları, CD ve Kasetler, Telekomünikasyon Cihazları, Telefon, Televizyon, Veterinerlik ürünleri, Video Kaset Kayıt Cihazları, Kozmetik Ürünler
Uygunluk Belgesi	Takvim, Süt Ürünleri, Gıda, Dergiler, Askeri Teçhizat, Besin Takviyeleri ve Vitaminler, İlaç, Dini Materyal, Füme Somon
Malezya Standartlar ve Sanayi Enstitüsü (SIRIM) Sertifikası	Haberleşme Aygıtları, İletişim Modülleri ile Entegre Edilmiş Ürünler, Bilgisayarlar, Dizüstü ve Masaüstü Bilgisayarlar, Tabletler.

17.5. POSTA Ofisi

Pos Malaysia Berhad (<https://www.pos.com.my>)

17.6. YASAK VE KISITLI EŞYA

YASAK EŞYA	KISITLI EŞYA
• (68-87) MHz ve (108-174) MHz aralığında radyo iletişimi alabilen yayın alıcıları • Silahlar • Dini ürünler • Bal içersin veya içermesin petek veya parçası • Uygunsuz veya müstehcen baskı, resim, fotoğraf, kitap, kart, litografi veya diğer gravür • Radyoaktif madde içeren paratonerler • Alternatif akım (AC) ve doğru akım (AC/DC) kullanan sıvı dolu tip elektrikli ısıtma torbası, minder, yastık, kese veya altlık • Dekorasyon için kullanılan çok renkli granüller veya boncuklar • Yeni pnömatik kar lastikleri ve yeni sırtı değiştirilmiş kar lastikleri • Kalem, kurşun kalem ve şırıngalara benzeyen diğer eşyalar • Zehirli kimyasallar ve mineraller • Sodyum arsenit • Çeşitli kağıt veya mukavvaların karışık atıkları ve hurdaları	• Gıda • Medikal ve Eczacılık Ürünleri • Kereste Ürünleri • Motorlu taşıtlar, • Ağır makineler ve yapı malzemeleri • Tarım ürünleri, gübre ve pestisitler • Atık ürünler • Hayvan yemleri • Canlı hayvan, hayvansal ürünler, kümes hayvanları, et ve süt ürünleri • Balıkçılık ürünleri • Kozmetikler, Vitaminler, Takviyeler, Parfüm, Cilt Bakım Ürünleri gibi Farmasötik Ürünler • Sigara, Tütün ve Nikotin içeren ürünler • CITES Sözleşmesi (Nesli Tehlike Altında Olan Yabani Hayvan ve Bitki Türlerinin Uluslararası Ticaretine İlişkin Sözleşme) kapsamında listelenen bitkiler



18.1. DE MINİMİS LİMİTİ

50/300 ABD Doları (CIF Değer)

Meksika Posta Servisi (SEPOMEX) aracılığıyla 300 ABD Doları

Meksika Posta Servisi harici taşıma yöntemleri aracılığıyla 50 ABD Doları

18.2. VERGİ UYGULAMALARI

- İthalat (Gümrük) Vergisi: İthal edilen ürünler için, tarife satırına dayalı Genel İthalat Vergisi (IGI) uygulanabilmektedir. İthalat vergisi kademeli bir yapıya sahip olup, eşyanın cinsine ve değerine göre değişmektedir.
- Katma Değer Vergisi: İthalat vergisine ek olarak; ürünler KDV'ye tabi olup, standart KDV oranı %16'dır. Ürün veya hizmet ithal eden kişiler ve şirketler gümrük vergilerinin tahsilatı sırasında KDV'yi de ödemekle yükümlüdür.
- Özel Tüketim Vergisi (IEPS): Belirli ürünler için ÖTV uygulanabilmektedir:
 - Alkollü içecekler ve bira; alkol, denatüre alkol ve kristalize edilemeyen ballar; oyulmuş tütün; benzin; dizel; enerji içeceklerinin yanı sıra enerji içecekleri hazırlamak için konsantreler, tozlar ve şuruplar.
 - Ürüne bağlı olarak farklı bir değer veya yüzde uygulanmaktadır. Örneğin, sigara için vergi, eşyanın satış fiyatının %160'ı oranındadır.
 - Benzin ve dizel için ise spesifik vergi uygulanır ve litre başına bir değer tahsil edilir. Örneğin, dizel için litre başına 19.7 senttir.
- Diğer Vergi ve Harçlar: Bazı ithalatlara ilave vergi ve harçlar uygulanabilmektedir. Bu vergiler ve/veya harçlar eşyanın türüne, menşesine ve diğer faktörlere bağlı olarak değişebilmektedir. Örn; ithalat harcı ortalama oran (CIF değer üzerinden) %5,8'dir.
- 50 ABD Doları altındaki gönderiler Genel İthalat Vergisi, KDV ve harçlardan muaftır. 50-1.000 ABD Doları arası sevkiyatlar ise KDV'ye tabi olup, harçlardan muaftır.

18.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ

- Gümrük değeri 1.000 ABD Doları altında olan gönderiler için, gümrük vergileri ve harçların faturada tek kalem olarak listelenmesi şeklinde basitleştirilmiş bir vergi rejimi uygulanmaktadır. 1.000 ABD Doları altındaki siparişler için ithalat vergisi/KDV hesaplanır ve faturanın vergi satırında gösterilir, ancak 1.000 ABD Doları üzerindeki siparişler için vergi ve harçlar ayrı listelenir.
- Gümrük İşleme Hakkı (GIH) Federal Haklar Kanunu'nda düzenlenmiştir. Bu durumda, kullanıcılar gümrük tesislerinin ve gümrük makamları tarafından sağlanan hizmetlerin kullanımı için ücretlendirilmektedir.
- Toz veya sıvı formda olan ya da farmasötik (tabletler, haplar, granüller, kapsüller, drajeler) ürünler için, bu ürünlerin, gönderilen miktarına ve değerine bakılmaksızın, bileşimini, menşeyini ve tarife sınıflandırmasını belirlemek için fiziksel ve/veya kimyasal analiz gerektiğinden, bu ürünler e-ticaret kapsamında ithal edilememektedir.
- Meksika'nın taraf olduğu, ürünlerin posta yoluyla gönderilmesine yönelik Uluslararası Anlaşmalar ile Genel İthalat ve İhracat Vergileri Tarifesi (TIGIE) kapsamındaki ürünlerden alkollü içecekler, puro veya tütün mamulleri sınır ötesi e-ticaret kapsamında ithal edilememektedir.
- Bazı ürünlerin ithalatı için özel izinler, sertifikalar veya belgeler gereklidir. Özellikle sağlık, güvenlik veya çevre standartlarına uygunluk belgeleri önemlidir. Aşağıda yazılı ürünler için ilgili Bakanlık ve kurumlardan izin alınması gerekmektedir:

→ Özel askeri araçların (yeni veya kullanılmış) yanı sıra silah, mühimmat, patlayıcı ve savunma teçhizatı ithalatı için Milli Savunma Bakanlığı'nın (SEDENA) izni gereklidir.

→ Tarım ve Kırsal Kalkınma Bakanlığı, Ulusal Sağlık, Güvenlik ve Gıda Kalitesi Servisi (SENASICA) aracılığıyla, belirli deri ve kürk ürünleri ile taze/soğutulmuş ve dondurulmuş et ithalatı için ithalat izninden önce, bir "Hayvan Sağlığı Gereksinimleri Formu (Hoja de Requisitos Zoo-Sanitarios)" talep edilmektedir.

→ Tıbbi ekipman ve malzemeler, ilaçlar, teşhis ürünleri, işlenmiş gıdalar ve bazı kimyasallar için Sağlık Bakanlığı, Federal Sağlık Risklerine Karşı Koruma Komisyonu (COFEPRIS) aracılığıyla "ön sıhhi ithalat

Meksika Posta Servisi (SEPOMEX) aracılığıyla Meksika'ya giren 300 ABD Doları altındaki sevkiyatlardan Genel İthalat Vergisi veya KDV alınmaz. Ayrıca, söz konusu ürünler Gümrük İşleme Hakkı kapsamında değildir. Meksika Posta Servisi haricinde diğer taşıma yöntemleri ile gelen 50 ABD Doları ve altındaki siparişlerde ise Genel İthalat Vergisi veya KDV ödenmemektedir.

izni” veya “sıhhi ithalat bildirimi” gereklidir. Gıda takviyeleri ve bitkisel ürünler ileri düzey düzenlemelere tabidir.

- Belirli yumurtalar, fildişi, belirli ağaç türleri ve kürkleri gibi nesli tükenmekte olan türlerden yapılan ürünlerin ithalatı için Çevre ve Doğal Kaynaklar Bakanlığından (SEMARNAT) ithalat izni alınmalıdır.
- Zehirli ve tehlikeli ürünlerin ithalatı için Pestisitlerin, Gübrelerin ve Zehirli Maddelerin Proses Kontrolü ve Kullanımı için Bakanlıklararası Komisyonu (CICOPLAFEST) adlı komisyondan ithalat izni alınması gereklidir. Bu komisyonda SEDENA, AGRICULTURA, SALUD ve SEMARNAT gibi Bakanlıkların temsilcileri bulunmaktadır. Bu liste birçok organik ve inorganik kimyasalı içerir.

- Gönderinin tüm detaylarını içeren orijinal ve imzalı ticari fatura düzenlenmelidir. Fatura, alıcının Meksika'daki gümrük işlemlerinin tamamlanması için gereklidir. Alıcının Vergi Kimlik Numarası (RFC), tam adı, adresi, telefon numarası, ürünlerin detaylı tanımı, miktarı fiyatı ve toplam değeri gibi bilgiler yer almalıdır. Ticari faturaların her pakette bulunması gerekmektedir.
- Bazı durumlarda, gönderilen eşyanın menşeyini doğrulayan bir menşe beyanı Meksika gümrükleri tarafından talep edilebilir. Eşyanın özellikle Serbest Ticaret Anlaşmaları (STA) kapsamında geldiğini belgelemek önemlidir.

18.4. BELGELER

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
Havayolu Taşıma Senedi (AWB-Air Waybill)	✓
Ticari Fatura	Ülke Gerekliliklerine Göre
İthalat İzni	Özel Askeri Araçlar, Silahlar ve Mühimmat, Deri ve Kürk Ürünleri, Taze/Soğutulmuş ve Dondurulmuş Et, Belirli Yumurtalar, Fildişi, Belirli Ağaç Türleri, Organik ve İnorganik Kimyasallar (Pestisitler, Gübreler vb.), Tıbbi Ekipmanlar, Tıbbi Malzemeler, İlaçlar, İşlenmiş Gıdalar
CITES Belgesi	Nesli Tehlike Altında Olan Hayvan ve Bitkilerden Elde Edilen Ürünler
Hayvan Sağlığı Gereksinimleri Formu	Taze/Soğutulmuş ve Dondurulmuş Et, Deri ve Kürk Ürünleri
Sıhhi İthalat Bildirimi	Tıbbi Ekipmanlar, Tıbbi Malzemeler, İlaçlar, İşlenmiş Gıdalar, Gıda Takviyeleri, Bitkisel Ürünler

18.5. POSTA Ofisi

Correos de Mexico (SEPOMEX) (<https://www.correosdemexico.com.mx>)

18.6. YASAK VE KISITLI EŞYA

YASAK EŞYA	KISITLI EŞYA
• Ateşli silahlar ve mühimmat, patlayıcılar • Haşhaş, esrar, uyuşturucular • Talyum sülfat • Diasetilmorfin • Elektrik, elektronik ve ev aletleri • Alkollü içecekler ve bira • Tütün ve tütün mamulleri • Bozulabilir gıda ürünleri • Koruma altındaki hayvan ve bitki türleri • Pornografik materyaller • Tehlikeli kimyasallar • Toz veya sıvı formda ya da farmasötik formda (tabletler, haplar, granüller, kapsüller, drajeler)	• Kullanılmış lastikler ve ürünler • Kullanılmış giysiler • Kartuşlar • Esanslar, özler, konsantreler veya herhangi bir kahve bazı • İlaçlar • Dayanıklı gıdalar, işlenmiş gıdalar, gıda takviyeleri • Tıbbi ekipmanlar ve tıbbi malzemeler • Elektronik cihazlar • Kültürel ve tarihi eserler



19.1. DE MINİMİS LİMİTİ

0 Mısır Lirası

19.2. VERGİ UYGULAMALARI

- Kural olarak tüm sevkiyatlar gümrük vergilerine (KDV, diğer vergi ve harçlar) tabidir. Yalnızca tercihli ticaret anlaşmaları kapsamı belirli eşyaya muafiyet tanınabilir.
- Gümrük Vergisi belirli ürünlerde uygulanabilir, oranlar eşyanın cinsine göre değişir.
- Bazı eşyalar için ek ithalat vergileri alınabilmekte, bu vergiler eşyanın cinsine göre değişkenlik göstermektedir. İthalat harcı %0-%60 arasında değişmekle birlikte, ortalama oran (CIF değer üzerinden) %10,5 olmaktadır. Gümrük beyannamesi işlemleri için hizmet ücretleri talep edilebilmektedir.

Katma Değer Vergisi standart oran %14 olarak uygulanırken (CIF değer üzerinden), belirli eşya için indirimli oran mevcuttur. Üretimde kullanılan makine ve ekipman, tarımsal malzemeler ve temel gıda maddeleri gibi kalemlere %5 indirimli KDV oranı uygulanmaktadır.

- Özel Tüketim Vergisi (ÖTV): Lüks tüketim ürünlerinde uygulanabilmektedir.
- Mısır gümrük idaresi, ticari faturada beyan edilen CIF değer üzerinden vergi tahakkuk ettirmektedir. Gümrük idaresi, fatura veya havayolu taşıma senedi üzerinde beyan edilen değeri uygun ve yeterli görmezse, eşyanın değerini gerçek piyasa değeri üzerinden yeniden hesaplama yetkisine sahiptir.

19.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ

- Eşyanın değeri 2.000 ABD Dolarının altında olduğu durumda hızlandırılmış kargo işlemlerinden yararlanılmakta, işlemlerin tamamı kargo şirketi tarafından yapılmaktadır. Değeri 2.000 ABD Dolarının üzerindeki eşya için normal usulde detaylı beyan ile gümrük işlemleri tamamlanmaktadır.

- NAFEZA portalı Mısır'da ithalat süreçlerini yönetmek için kullanılan çevrimiçi bir platformdur. İthalatçılar, gerekli belgeleri bu platform üzerinden sunabilmekte ve ithalat işlemleri için özel bir gönderi kimlik numarası (ACID) alabilmektedirler. Bu platform, ithalat sürecini daha şeffaf hale getirerek belge ibrazı ve izin alma süreçlerini kolaylaştırmaktadır.

Gönderinin içeriğinin kısıtlı eşya olması durumunda ilgili kargo şirketine bilgi verilmekte, hızlı kargo şirketi tarafından ilgili kurumlardan izin / onay alınabilmektedir.

- Mısır gümrük idaresi, havayolu taşıma senedi bilgileri ile alınan gerçek ağırlık veya parça sayısı arasında ağırlık veya parça sayısı açısından herhangi bir tutarsızlık olması durumunda para cezası uygulamaktadır.

- Mısır'a gönderilen tüm gönderiler için gümrük işlemleri Kahire Uluslararası Havalimanında yapılmaktadır.
- Değeri 2.000 ABD Dolarının altında olan bireysel gönderiler için bir "yetki mektubu (Letter of Authorization)" ve alıcının kimliğinin geçerli bir kopyası gerekir. Bu, Mısır Express'e alıcı adına gümrük işlemlerini kolaylaştırma izni verir. Değeri 2.000 ABD Doları ve üzeri olan, benzer özelliğe sahip bireysel gönderiler ise, göndericiye/ödeyiciye fatura edilecek vergiler/harçlar ve nakliye ücretleri ile menşesine/göndericisine iade edilecektir.

- Elektronik kartlar veya devre kartları içeren kişisel gönderiler, Ulusal Güvenlik Birimi'nin onayını gerektirir, gümrük işlemlerinde gecikmeler yaşanması muhtemeldir.



- Vücut geliştirme için kullanılan takviyelerin gümrük işlemlerinin, alıcının gümrük komisyoncusu tarafından tamamlanması gerekmektedir.
- Lityum pil veya batarya içeren sevkiyatlarda gönderici, eşyanın tehlikeli ürün olarak tanımlanmayan maddelerden olduğunu belirten gönderici beyanını ibraz etmelidir. Menşe yeri, yukarıda belirtilen beyanın üretim sırasında görüntülendiğinden ve diğer belgelerle birlikte gönderiye eklendiğinden emin olmalıdır.
- Kullanılmış bilgisayarların 5 (beş) yaşından eski olmaması gerekmektedir.
- Orijinal Malzeme Güvenlik Bilgi Formu (MSDS) toz ve sıvı kimyasallar için zorunludur ve incelemeye tabi tutulmaktadır. Gümrük işlemlerinde gecikme yaşanabilmektedir.

- Ağırlığı 50 kilogram ve üzeri veya değeri 2.000 ABD Doları ve üzeri olan ticari gönderiler için aşağıda belirtilen belgeler ve benzeri ek belgeler talep edilebilir:

- Eşyanın gönderildiği ülkedeki Mısır Büyükelçiliğinden ve ticaret odasından tasdikli menşe şahadetnamesi,
- Eşyanın gönderildiği ülkedeki ticaret odasından tasdikli ticari fatura,
- Alıcıdan, şirketin antetli kağıdına yazılmış, imzalanmış ve tasdik edilmiş orijinal "yetki mektubu" (imza yetkilisi tarafından imzalanmış ve mühürlenmiş) ve paranın transfer edildiğini teyit eden onaylı bir banka formu,
- Gümrük idaresinin takdirine bağlı olarak "ithalat lisansı" veya "sanayi lisansı".

2.000 ABD Doları ve 50 kilogram üzerindeki B2B (işletmeden işletmeye) gönderilerinin ithalatına ilişkin bilgi ve belgelerin (gümrük vergileri, ithalat kontrolleri, giriş limanı vb.) sevkiyatın varışından 48 saat önce Mısır Tek Pencere Sistemi aracılığıyla gönderilmesi gerekmektedir.

- Mısır'a ithalat yapmak için gümrük idaresi ile alıcı arasındaki süreci kolaylaştırmak üzere lisanslı bir gümrük müşavirinin görevlendirilmesi gerekmektedir.

Kozmetik ürünlerin ithalinde, alıcıdan "İthalat Lisansı" alınması gerekmektedir. Büyük miktarlardaki gönderilerde ayrıca "Menşe Şahadetnamesi" aranmaktadır.

19.4. BELGELER

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
Havayolu Taşıma Senedi (AWB-Air Waybill)	✓
Ticari Fatura	Ülke Gerekliliklerine Göre
Paketleme/Koli Listesi	Ülke Gerekliliklerine Göre
Malzeme Güvenlik Bilgi Formu (MSDS)	Biyolojik Materyaller, Kimyasallar, Kozmetik Ürünler, İlaçlar, Tıbbi Malzemeler
İthalat İzni/Onayı	Belirli Gıda Ürünleri, İlaçlar, Kimyasallar, Kablosuz Ekipmanlar, Elektronik Kartlar, Devre Kartları
Sağlık Sertifikası	Tıbbi Ekipmanlar, Tıbbi Malzemeler, İlaçlar, Belirli Gıda Ürünleri
Gönderici Beyanı	Lityum Piller, Bataryalar

19.5. POSTA Ofisi

Egypt Post (<https://egyptpost.gov.eg/ar-eg/home/>)

19.6. YASAK VE KISITLI EŞYA

YASAK EŞYA	KISITLI EŞYA
• Alkol ve alkollü içecekler • Tütün ve tütün mamulleri, elektronik sigaralar, nargile ve bileşenleri • Antikalar • Sahte ve korsan ürünler • Akıllı saatler (kameralı veya cep telefonlu) • Kullanılmış tıbbi cihazlar, açık ilaç veya aletler • Kültürel ve dini hassasiyet taşıyan materyaller • İslam kültürüyle bağdaşmayan öğeler • Bal • Fildişi • Tehlikeli kimyasallar ve zararlı maddeler • Uzaktan kumandalı cihazlar (kablosuz elektronik oyuncak ve parçalar) • Küresel konumlandırma sistemi (GPS) cihazları • Takviye edici gıdalar ve vitaminler • Değeri 2.000 USD üzerinde olan bireysel/kişisel gönderiler • Toz formdaki biyolojik materyaller, kimyasallar, kozmetik ürünler, ilaçlar, tıbbi malzemeler	• Yüksek/olağan dışı değere sahip maddeler • Kürkler • Altın veya diğer kıymetli maden ve metaller • Bozulabilir gıdalar • Bitkiler ve tohumlar • Kişisel eşya • Kablosuz ekipmanlar (kişisel kullanımla sınırlı) • İlaçlar (Kan sulandırıcılar, antibiyotikler vb) • Kimyasallar (tarım ilaçları, pestisitler, endüstriyel solventler) • Kozmetik ürünler

20.1. DE MINİMİS LİMİTİ

0 Nijerya Nairası

20.2. VERGİ UYGULAMALARI

Nijerya’da resmi olarak “de minimis” politikası uygulanmadığından Nijerya Gümrük Servisi tarafından ilan edilen bir rakam bulunmamaktadır. Bu nedenle, istisnasız her ürün, normal ithalat prosedürlerine tabi tutulmaktadır.

20.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ

- E-ticaret işlemlerinde basitleştirilmiş bir uygulama bulunmamaktadır, tüm sevkiyatlar normal ithalat süreçlerine tabidir.
- E-ticaret işlemlerinde ayrıcalıklı bir uygulama bulunmamaktadır, normal ithalat süreçlerine tabidir. İthalat sürecinde eşyanın cinsine göre NAFDAC, SON gibi sertifikalar aranmaktadır.

20.4. BELGELER

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
Havayolu Taşıma Senedi (AWB-Air Waybill)	✓
Ticari Fatura	Ülke Gerekliliklerine Göre
NAFDAC Belgesi	Tarım Ürünleri, Kimyasallar, Tıbbi Ekipmanlar, Tıbbi Malzemeler

20.5. POSTA OFİSİ

The Nigerian Postal Service (NIPOST) (<https://www.nipost.gov.ng/>)

20.6. YASAK VE KISITLI EŞYA

YASAK EŞYA

- Silahlar, havalı tabancalar, herhangi bir biçimde gizlenmiş tabancalar
- Sahte ve korsan ürünler
- Yanıcı selüloit veya benzeri maddelerden oluşan tesbihler, boncuklar vb eşyalar
- Bahis ve kumar ürünleri
- Bitmiş çay veya başka içeriklerle karıştırılmış çay ("Bitmiş çay"; demleme, kaynatma veya diğer yollarla kalite, sertlik veya diğer özelliklerinden yoksun bırakılan çay)
- Meyve suları, alkolsüz (soft) içecekler
- Uygunsuz veya müstehcen baskılar, tablolar, kitaplar, kartlar, gravürler veya uygunsuz veya müstehcen makaleler
- Beyaz fosforla üretilen kibritler
- İnsan tüketimine uygun olmayan et, sebze veya diğer yiyecekler
- Bıçaklar
- Parfümler
- Kullanılmış giysiler
- Kıymetli taşlar
- İşlenmiş ahşap
- Drone
- Kuran'dan veya yorumlarından yazılar taşıyan giyim eşyası, her türlü hırdavat, çanak-çömlek, çini veya toprak eşyalar dahil olmak üzere parçalar ve diğer ürünler
- Nijerya'da yasal ödeme aracı olmayan gümüş veya metal alaşımlı madeni paralar

KISITLI EŞYA

- Kimyasallar
- Kozmetik ürünler
- Tıbbi malzemeler
- Tıbbi ekipmanlar
- Ofis malzemeleri



21.1. DE MINİMİS LİMİTİ

0 Pakistan Rupisi

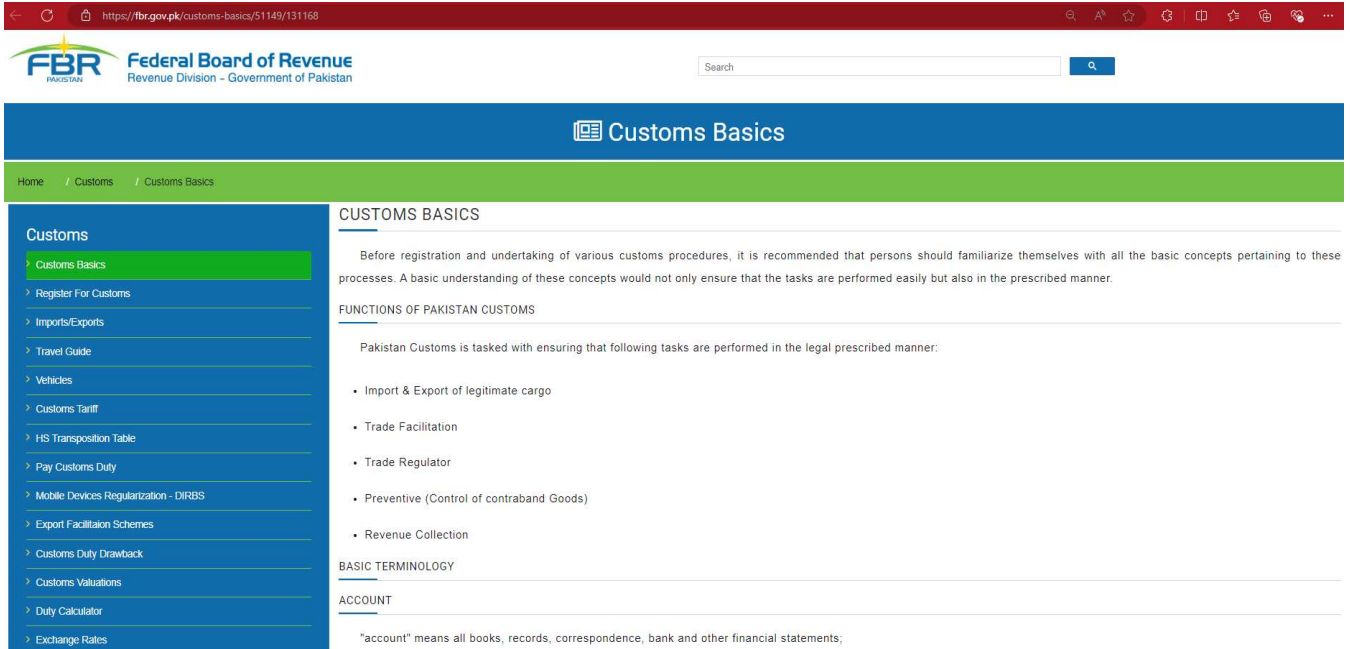
21.2. VERGİ UYGULAMALARI

- Kural olarak tüm sevkiyatlar gümrük vergilerine (KDV, diğer vergi ve harçlar) tabidir.
- Eşyanın cinsine göre değişkenlik gösteren vergi türleri ve oranları aşağıda belirtilmiştir:
 - Gümrük Vergisi (Genel GV oranı %0 ila %35 arasındadır)
 - İlave Gümrük Vergisi (Eşya bazında değişir)
 - Düzenleyici Vergi (Eşya bazında değişir)
 - Genel Satış Vergisi (%18) (Bazı istisnai ürünlerde %25'e kadar uygulanmaktadır)
 - Gelir Vergisi (%12)
 - Özel Tüketim Vergisi (Eşya bazında değişir)
- Alıcı için havayolu kargosunda uygulanabilecek diğer vergi ve masraflar:
 - Depolama giderleri: İlk 3 (üç) gün ücretsiz. Akabinde günlük 5 ABD Doları + kilogram başına 0,1 ABD Doları (Tahsilat haftalık döviz kuruna göre Pakistan Rupisi olarak yapılmaktadır)
 - Sivil havacılık masrafı: Kilogram başına 100 Pakistan Rupisi
 - WeBOC giriş ücreti: 500 Pakistan Rupisi (sabit ücret)
 - Tek Pencere gümrük beyannamesi: 500 Pakistan Rupisi (Eşyanın değeri 10 milyon Pakistan Rupisi ve üzerinde ise 1.000 Pakistan Rupisi olarak tahsil edilmektedir)
 - Damga vergisi: 2.000 Pakistan Rupisi (sabit ücret)
 - Gelen eşya elleçleme/işleme ücreti: 2.300 Pakistan Rupisi
- {Not: Ocak 2025 itibarıyla (yaklaşık) 1 ABD Doları = 279 Pakistan Rupisi, 1 Türk Lirası = 8 Pakistan Rupisidir.}

21.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ

- Pakistan’da sınır ötesi e-ticaret işlemlerinde basitleştirilmiş uygulamalar mevcut değildir. Sadece özel yetkili hızlı kargo firmaları Federal Gelir Bürosu (Federal Bureau of Revenue) adına vergiyi toplamakla ve FBR’ye (maliye/gümrük idaresine) aktarmakla yükümlüdürler.
- Hızlı kargoya konu tüm sevkiyatlar için FBR tarafından belirlenen standart ithalat vergileri mevcuttur. 8’li tarife kodu (HS code) bazında vergi hesaplamaları FBR’nin web sitesinden (<https://fbr.gov.pk/customs-basics/51149/131168>) öğrenilebilmektedir.

Kişisel gönderiler herhangi bir şirkete, kurum veya kuruluşa gönderilemez. Kişilerin kendi adlarına ikiden fazla ticari eşya ithal etmeleri halinde para cezası yansıtılmaktadır.



- Eşyaya uygulanan vergi türleri ve oranlarını görmek için 8’li tarife kodu girdikten sonra, Unit Value (birim değer) ve Quantity (miktar) kutucukları doldurulup “Calculate Duty” sekmesini tıklamak yeterli olacaktır.
- Bütün gümrük işlemleri yetkili hızlı kargo şirketleri tarafından alıcı şahıs/firma adına yapılmaktadır. 250 ABD Dolarına kadar gümrük vergilerini hızlı kargo firması alıcı adına ödemekte, akabinde alıcıdan tahsil etmektedir. 250 ABD Doları üzeri vergilerde kargo firmasınca alıcıya verilen form ile alıcının gümrük vergisini ödediğini ispat etmesi kaydıyla eşya teslim edilmektedir.
- Pakistan'a gönderilen doküman harici gönderilere 3 nüsha orijinal fatura eşlik etmelidir. Orijinal faturası bulunmayan ürünlerin gümrük işlemlerinde gecikmeler yaşanabilmektedir.

- Gümrükleme evraklarının 30 gün içinde onaylanmaması halinde, sevkiyata el konulmakta veya imha edilmekte ve idari para cezalarına tabi olmaktadır.
 - Gümrük işlemleri tamamlanmadan ve vergiler/harçlar ödenmeden eşyanın mahrecine iade edilmesine izin verilmemektedir.
 - Ağırlığı 5 kilogramın üzerinde ve değeri 50 ABD Doları veya daha fazla olan gönderilerin gümrük işlemleri, alıcı tarafından tüm evraklar temin edilinceye kadar tamamlanamamaktadır.
- 
- Alıcının, ithalatçı olarak Satış Vergisi Kayıt Belgesi, aylık satış vergisi beyannamesi (gönderiye satış vergisi uygulanıp uygulanmadığına bakılmaksızın beyanname verilmesi gerekmektedir) ve ulusal vergi numarası belgesine sahip olması gerekmektedir. Tüm gelen gönderiler için bu evrakın dosyalanması ve gümrükte tutulması gerekmektedir.
 - Gümrükte alıkonulan gönderilerin gümrük işlemleri için alıcı tarafından Elektronik İthalat Formu (EIF) sağlanması zorunludur.
 - Tüm sıvı, kimyasal ve toz gönderiler, miktarın gönderi başına 100 ml'yi aşması durumunda Malzeme Güvenlik Bilgi Formu (MSDS) gerektirir.
 - Gümrük değeri 500 ABD Dolarından fazla ve 50 kilogramdan ağır olan gönderiler için, Pakistanlı alıcıdan ilave belgeler talep edilebilmektedir (eşya türüne göre farklılık gösterebilir).
 - Posta gönderileri için Pakistan Post Office'e ait aşağıdaki linklerin incelenmesinde fayda görülmektedir:
 - <https://www.pakpost.gov.pk/pdfForms/CN23Back.pdf>
 - <https://www.pakpost.gov.pk/2022-11-17-Prohibited-Item.pdf>
 - Pakistan Ticaret Bakanlığınca ithalatta ve ihracatta uygulanan e-ticaret kurallarına aşağıda yer alan linkten erişmek mümkündür:
 - <https://download1.fbr.gov.pk/SROs/2021111211228460SRO14-2021.pdf>

21.4. BELGELER

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
Havayolu Taşıma Senedi (AWB-Air Waybill)	✓
Ticari Fatura	Ülke Gerekliliklerine Göre

İthalat Lisansı	Yeniden Satış Amaçlı İthal Edilen Kitaplar ve Dergiler, Tıbbi Ekipmanlar, Tıbbi Malzemeler, Bilgisayar Parçaları, Elektronik Parçalar, Makine Parçaları, Spor Ekipmanları
Malzeme Güvenlik Bilgi Formu (MSDS)	Tüm Sıvılar ve Tozlar, Kimyasallar
Helal Sertifikası	Gıda, Eczacılık, Kozmetik ve Deri Ürünleri
Sağlık Sertifikası	Hayvansal Ürünler, Bitki ve Bitkisel Ürünler

21.5. POSTA OFİSİ

Pakistan Post (<https://www.pakpost.gov.pk/>)

21.6. YASAK VE KISITLI EŞYA

YASAK EŞYA	KISITLI EŞYA
• Dondurulmuş et ve ilgili ürünler (et doğrayıcı hariç) • Peynir ve ilgili ürünler (peynir aromalı ürünler hariç) • Dondurma ve ilgili ürünler (dondurma yapıcı hariç) • Hurma (betel nuts/chaaliya) ve ilgili ürünler • Damıtılmış alkol (spirit) ve alkollü içecekler • Domuz ve domuzdan elde edilen tüm ürünler • Alkol üretiminde kullanılan makine ve teçhizat • Kozmetik ürünler ve ilgili diğer ürünler • Beyazlatıcı/Aydınlatıcı formül içerikli kozmetik ve cilt bakım ürünleri (kapsül, tablet, enjekte edilenler) (belirli ürünler hariç) • Cinsel performans/istek artırıcı veya kısırlığa yol açan ürünler (ashwagandha/hint ginsengi, shavatri, ginseng, royal honey, vital honey, maca root, macun plus, fenugreek, tribulus terrestris, togokt ali, saw palmetto, bottom line, salab paniha, qast e shireen, sandhi sundha, penax, marsh orchid, shavtava, kaunch, kalmakhana, gokhru powder, akarkara anacyclus pyrethrum,	• TV box (yalnızca yerel satıcılar) • Cam tüpler (yalnızca yerel satıcılar) • Cerrahi ekipman ve malzemeler (yetkili satıcılar tarafından satılan yüz maskesi ve eldivenler hariç) • Takviye edici gıdalar ve supplementler (yalnızca yetkili satıcılar) • Tıbbi ilaçlar (yalnızca yetkili satıcılar) • Kuvvetli miknatıslı ürünler (yalnızca yerel satıcılar) • Kıymetli madenler ve metaller (mücevherat hariç) • Bitkiler (yapay bitkiler ve tohumlar hariç) • Hayvanlar (oyuncak hayvanlar hariç) • Kullanılmış eşya (yenilenmiş elektronik ürünler hariç) • Telekomünikasyon ekipmanları • Kısıtlı ürünlerin tam listesine ulaşmak için:

<https://pakistanembassy.se/wordpress/wp-content/uploads/2015/08/banned-items-to-import-to-Pakistan.pdf>

salab panja, talmakhana hygrophila seed,
safed musli, balloon vine seed)

- Dini içerikli kaligrafi, kutsal kitaplar ve diğer materyaller (dijital tesbih ve evsap hariç)
- İslami evlilik (Nikkah nama) sertifikaları/belgeleri (nikah davetiye kartları hariç)
- Din karşıtı materyaller, kara büyü ürünleri
- Zemzem suyu
- Radyo/powerbank (mp3/araba mp3 çalar hariç)
- Kablosuz cihazlar (telefonlar hariç)
- Sinyal bozucular ve sinyal artırıcılar (wifi cihaz hariç)
- Banka kartı okuyucuları (USB hafıza kartı okuyucusu hariç)
- Casusluk cihazları, gizli kamera, wifi mini kameralar, panoramik görüş kamerası (güvenlik kameraları hariç)
- 4G cihazlar, GPS monitör, telsizler, uzun huzmeli lazerler, iz sürücü cihaz ve sistemler, metal detektörü
- GSM/SIM kartlı saatler (akıllı saat hariç)
- Yasaklı ürünlerin tam listesine ulaşmak için:

<https://pakistanembassy.se/wordpress/wp-content/uploads/2015/08/banned-items-to-import-to-Pakistan.pdf>



22.1. DE MINİMİS LİMİTİ

200 Avro

22.2. VERGİ UYGULAMALARI

2020 yılı itibarıyla, sınır ötesi e-ticarete vergilendirmeye ilgili bazı uygulamalar hayata geçirilmiştir. Bu çerçevede, e-ticarete konu olan ürünün koli bedeli değerinin 200 Avroyu ya da 31 kilogramı aşmaması gerekmektedir. Söz konusu bedelin veya miktarın aşıldığı durumlarda, koli değerinin %15'i oranında ve en az 2 Avro/kg gümrük vergisi uygulanmaktadır. Öte yandan, ürün arzında yaşanan düşüşlerin telafi edilebilmesini teminen, e-ticaret kapsamında bireysel bazda yapılacak ithalatta 1 Ekim 2022 - 1 Mart 2024 tarihleri arasında 1.000 Avroluk bir vergi istisnası uygulanmaktadır.

22.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ

- Rusya dahil olmak üzere Avrasya Ekonomik Birliği (AEB) üyesi ülkelerin ürün güvenliği ve belgelendirme sisteminin temelinde, AEB Sertifikası olarak adlandırılan EAC Gümrük Birliği Sertifikasının ithal edilen tüm ürünler için beyanı gerekmektedir.
- Rusya'ya gerçekleştirilen sınır ötesi e-ticaret işlemlerinde basitleştirmeler:
 - Sınır ötesi e-ticarete konu ürünlere ayrı bir mal ve işlem kategorisi verilmesi,
 - E-ticarete konu ürünler için ayrı bir gümrük beyannamesi türü oluşturulması,
 - E-ticarete konu ürünlerin gümrük süreçlerinden hak ve cezai sorumlulukları muhatap, doğrudan bu süreçleri yürütmekle yetkili e-ticaret işleticilerinin oluşturulması,
 - Gümrük Antrepolarının depo ve dağıtım işlemleri için kullanılabilmesi.
- (Bu hususlara Komisyonun 19 Ocak 2024 tarihli Kararı ile imkan tanınmış, ancak henüz uygulamaya geçilmemiştir.)

22.4. BELGELER

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
Havayolu Taşıma Senedi (AWB-Air Waybill)	✓
Ticari Fatura	Ülke Gerekliliklerine Göre
EAC Gümrük Birliği Sertifikası	Tüm İthal Ürünler
Rosselhoznadzor İzni	Tarım Ürünleri
Roszdraznadzor İzni	Tıbbi Ekipmanlar, Tıbbi Malzemeler

22.5. POSTA Ofisi

Poçta Rossiya (<https://www.pochta.ru>)

22.6. YASAK VE KISITLI EŞYA

YASAK EŞYA	KISITLI EŞYA
- Alkol ve alkollü içecekler - Etil alkol ve alkol üretiminde kullanılan diğer kimyevi ürünler - Tütün ve tütün mamulleri, elektronik sigara - Ateşli silahlar, delici ve kesici aletler - Değerli taşlar ve nadir toprak elementleri - Radyoaktif materyaller, zehir ve bunlardan mamul ürünler - Ahlaka aykırı yayınlar - Covid-19 testi - Hayvanlar için ilaç ve vitaminler - Casusluk, bilgi toplama ve elektronik casusluğa yönelik eşyalar - Canlı hayvanlar ve böcekler - Canlı bitki ve tohumları - Kapı açmaya yarayan evrensel anahtarlar - Uyuşturucu ve psikotropik maddeler ile bunlardan mamul ürünler - İnsan kadavrası, parçası ya da bunlara ait eşya ile cenaze levazımı - Emniyet kemeri keleşbeği vb ürünler - Biber gazı, elektroşok cihazı	- Tarım ürünleri - Tıbbi cihazlar ve tıbbi ekipmanlar - Mevzuatla kısıtlanmış diğer ürünler



23.1. DE MINİMİS LİMİTİ

41 ABD Doları (FOB Değer)



Değeri 41 ABD Dolarının altında olan kişisel kullanıma mahsus ve devamlık arz etmeyen gönderiler gümrük vergisi ve KDV'den muaftır.

23.2. VERGİ UYGULAMALARI

- Değeri 41 ABD Dolarına eşit veya üzerindeki alımlarda, ithalat kapsamında kural olarak eşyanın CIF değeri üzerinden %6 oranında hesaplanacak gümrük vergisi ve gümrük vergisi eklenmiş eşya değeri üzerinden ayrıca %19 oranında KDV tahsil edilir. (Örnek: Eşyanın CIF Değeri 1000 \$ ise, Gümrük vergisi= 60 \$, KDV=1060X%19=201,4 \$, Toplam Vergi=60+201,4=261,4 \$ olarak hesaplanır). Alımların yapıldığı ülke ile Şili arasında yürürlükte bulunan STA var ise gümrük vergileri (veya muafiyet) buna göre hesaplanır.
- Vergilerin hesaplanması sırasında eşyanın değerine ilişkin tereddüt oluşması durumunda, ulusal gümrük idaresince gerekli görülmesi halinde hızlı kargo şirketi veya ulusal posta idaresi tarafından alıcıdan ticari fatura talep edilebilir. Ticari fatura sunulamıyorsa, alışverişin yapıldığı web sitesinden alışveriş sepetine, ödeme ve gönderi adımlarına ilişkin alınmış ekran görüntüsü de yeterli olacaktır. Yine, ödeme yöntemine göre sunulabilecek banka dekontu, hesap hareketleri gibi bilgiler talep edilebilir. 10 iş günü içerisinde talep edilen belgeler sunulamaz ise, Şili Gümrük İdaresi tarafından vergiler hesaplanırken eşyanın piyasa değeri esas alınır.

23.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ

- Basitleştirilmiş Gümrük Beyannamesi (Documento Unico de Salida Simplificada) DUSI:
 - Ticari nitelikte olmayan gönderiler
 - Değeri 2.000 ABD Dolarına (FOB) kadar olan ticari gönderiler

→ Diplomatik, askeri, yardım amaçlı kargo vb.

→ Taşınma amaçlı değeri 5.000 ABD Dolarına (FOB) kadar olan eşya

- Konuyla ilgili olarak https://www.aduana.cl/capitulo-4-salida-de-mercancias/aduana/2007-02-16/180251.html#vtxt_cuerpo_T13 adresinden bilgi edinilebilmektedir.

- Ulusal Posta İdaresi (Correos de Chile) sitesinde yer alan rehber: <https://www.correos.cl/envios-y-compras-internacionales>



- Ulusal Gümrük İdaresi (Aduanas de Chile) sitesinde yer alan rehber: https://www.aduana.cl/aduana/site/edic/base/port/comercio_electronico.html



- Sınır ötesi e-ticaret kapsamındaki tüm gönderilerde tercih edilen kargo şirketinin hızlı kargo operatörlerinden biri veya Ulusal Posta İdaresi (Correos de Chile) olarak seçilmesi durumunda; ürünün ülkeye varışı itibarıyla kargo şirketi veya posta idaresi alıcıya bir bildirimde bulunarak ödenmesi gereken vergi ve harçları, varsa sunulması gereken belgeleri ve ilave ücretleri alıcıya bildirir.
- Tüm gönderi firmaları, gönderinin kısıtlı eşyaya ilişkin izin vb. gereklilikleri kapsamında alıcıya hangi başvuruların yapılması ve hangi belgelerin sunulması gerektiği hususlarında bildirimle yükümlü olsalar da bu konuda tüm sorumluluk alıcıya aittir.

Ülkemiz ile Şili arasında yürürlükte bulunan STA dolayısıyla, sanayi ürünlerinin tamamında (Kauçuk lastiklere ilişkin 6 kalem ürün haricinde) gümrük vergileri sıfırlandığından, %6 oranında tahsil edilen gümrük vergisinden muaf olunmaktadır. Söz konusu vergilerin hesaplanması hızlı kargo operatörleri ve ulusal posta idaresi ile birlikte çalışan gümrük memurlarınca yerine getirilmektedir.



- Doküman harici tüm gönderilerin minimum 1 ABD Doları değeri olmalıdır. Şili gümrük idaresi, değeri beyan edilmeyen ve/veya eşya tanımına ilişkin yanlış beyanda bulunulan (yetersiz veya yanlış açıklama, "numuneler" vb.) gönderilere el koymaktadır.
- Doküman harici gönderiler için göndericinin antetli kağıdına basılı bir ticari fatura gereklidir. Ticari fatura; eşyanın değeri, gönderici ve alıcı adı, göndericinin imzası ile birlikte ayrıntılı bir açıklama içermelidir. Ayrıca, havayolu taşıma senedinde ve ticari faturada alıcının vergi kimlik numarası bulunmalıdır. Aksi takdirde gümrük işlemlerinde gecikmeler yaşanabilir ve ek ücretlere tabi olabilir.

- 30 gün içinde gümrük işlemi yapılmayan gönderiler gümrük idaresine terk edilmiş sayılmakta ve ek ücretlere tabi olmaktadır.

- Deriden mamul numuneler ile mineral numuneleri Şili Tarım Bakanlığı'ndan onay alınmak üzere gümrük idarelerinde tutulabilmektedir.



- İnsan tüketimine yönelik hayvan veya bitki özlerinden yapılan tüm ürünler için, Şili Sağlık Bakanlığı'ndan izin alınması gerekmektedir. Gümrük işlemlerinde gecikmeler yaşanabilmektedir.
- Ulusal Sağlık Hizmetlerinin kontrolüne tabi olan ve sertifikası bulunmayan gönderiler için "Sağlık Sertifikası" ücreti geçerli olmaktadır. Gümrük işlemlerinde gecikmeler yaşanabilmektedir.
- Tarım ve ormancılık gönderileri bitki sağlığı düzenlemelerine ve uygunluğa tabidir. Şili Tarım ve Hayvancılık Hizmetlerinin kontrolüne tabi olan ve sertifikası bulunmayan gönderiler için "Bitki Sağlığı Sertifikası" ücreti geçerli olmaktadır. Gümrük işlemlerinde gecikmeler yaşanabilmektedir.
- Biyolojik materyaller, kozmetik ürünler, alkollü içecekler, reçeteli ilaçlar gibi eşya içeren gönderilerde, alıcının Sağlık Bakanlığı Narkotikle Mücadele Komisyonundan onay alması gerekmektedir. Gümrük işlemlerinde gecikmeler yaşanması muhtemeldir.

23.4. BELGELER

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
Havayolu Taşıma Senedi (AWB-Air Waybill)	✓
Ticari Fatura	Ülke Gerekliliklerine Göre
İthalat İzni	Kozmetik Ürünler, Biyolojik Materyaller, Alkollü İçecekler, İlaçlar, İnsan Tüketimine Yönelik Bitki ve Hayvan Özlerinden Üretilen Tüm Ürünler, Deriden Mamul Numuneler, Mineral Numuneleri
Reçete	İlaçlar
Sağlık Sertifikası	Ulusal Sağlık Hizmetlerinin Kontrolüne Tabi Ürünler
Bitki Sağlığı Sertifikası	Tarım ve Ormancılık Ürünleri

23.5. POSTA Ofisi

Correos de Chile (<https://www.correos.cl/>)

23.6. YASAK VE KISITLI EŞYA

YASAK EŞYA	KISITLI EŞYA
• Boş çekler, ciro edilemez hisse senetleri • Bıçaklar (sofra eşyası hariç) • Damgalar • Sahte ve korsan ürünler • Yasadışı ve toksik maddeler • Havai fişek • Arkeolojik parçalar • Koruma altındaki türler • Şili tarafından izin verilmemiş gıda ürünleri ve ilaçlar	• Biyolojik materyaller • Kozmetik ürünler • Reçeteli ilaçlar • Alkollü ve alkolsüz içecekler • Hayvan veya bitki özlerinden üretilen insan tüketimine yönelik ürünler • Tarımsal gönderiler • Ormancılık ürünleri • Deriden mamul numuneler • Mineral numuneler • Bitkisel ve hayvansal ürünler • Gübreler, tarımsal ilaçlar • Gıda ürünleri • Tıbbi ekipman

24.1. DE MINİMİS LİMİTİ

1.500 Baht (CIF Değer)

24.2. VERGİ UYGULAMALARI

- 1.500 Baht altındaki bireysel sevkiyatlar gümrük vergisinden muaftır.
- Bireysel gönderiler için bir üst limit bulunmamaktadır.
- Yürürlükteki ithalat vergilerine ek olarak, bazı ürünlerin ithalatında ayrıca Özel Tüketim Vergisi tahsil edilmektedir. ÖTV hesaplaması hem değer esaslı oranlara (önerilen perakende fiyatının bir yüzdesi) hem de belirli başka oranlara (eşyanın miktarı veya ağırlığı) dayanmaktadır.



İthalat lisansa tabi gönderiler kısıtlı eşya kategorisindedir. Gönderici; alıcının sevkiyattan önce ithalat lisansını temin ettiğinden emin olmalıdır. İthalat lisansı eksik olan gönderiler gümrük idaresince imha edilmektedir. Mahrece iade söz konusu olmamakta ve para cezaları uygulanabilmektedir.

24.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ

- CIF değeri 1.500 Baht'tan düşük olan gönderiler (kısıtlı eşyalar hariç) gümrük vergisinden muaftır. Kıymeti gerçekte olduğundan düşük gösterilen gönderilere gümrük idaresince ceza uygulanmaktadır.
- Doküman harici tüm gönderiler için sevkiyatın ayrıntılarını içeren bir Ticari Fatura ibraz edilmelidir. Hediye, numune, oyuncak gibi genel açıklamalar kabul edilmez. Navlun ve Sigorta beyan edilmelidir. Aksi takdirde vergi hesaplamasında gümrük idaresince belirlenen navlun ve sigorta oranları uygulanmaktadır. Elektronik Ticari Fatura (ECI) kabul edilmez, firmanın antetli kağıdına basılı Ticari Fatura ibraz edilmelidir.
- Vergi muafiyetine tabi olduğu beyan edilen sergi/toplantı ve bağış gönderileri, ilgili resmi kurumdan alınan yazı ile kanıtlanmalıdır, aksi takdirde yürürlükteki vergi oranları geçerli olmaktadır.

Numune gönderileri, numune niteliğini aşacak özellikte veya miktarda olmamalıdır (farklı renkte olabilir). Numune parçası kullanılamayacak hale getirilmiş olmalı ve üzerinde "Numune" ibaresi bulunmalıdır. CIF değeri 1.500 Baht üzerinde olan gönderiler numune olarak değerlendirilmemekte ve eşya gümrük vergisine tabi olmaktadır.



24.4. BELGELER

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
Havayolu Taşıma Senedi (AWB-Air Waybill)	✓
Ticari Fatura	Ülke Gerekliliklerine Göre
İthalat Lisansı	Elektronik Parçalar, Kablosuz Ekipmanlar, Oyuncaklar, Mutfak Malzemeleri, Alkol
İthalat İzni	Biyolojik Materyaller, Kimyasallar, Kozmetik Ürünler, Dayanıklı Gıdalar
Analiz Sertifikası	Tıbbi Ekipmanlar, Tıbbi Malzemeler

24.5. POSTA Ofisi

Thailand Post (<https://www.thailandpost.co.th/index.php?page=index&language=en>)

24.6. YASAK VE KISITLI EŞYA

YASAK EŞYA	KISITLI EŞYA
- Narkotik ürünler - Tütün mamulleri, elektronik sigara, nargile - Tohumlar - Kuru çay yaprağı - Sahte banknotlar veya madeni paralar - Taklit ürünler ve fikri mülkiyet haklarını ihlal eden ürünler - Paslanmaz çelik boru - Kişisel kullanım amaçlı ilaçlar - Kullanılmış lastikler - Kullanılmış ev aletleri - Plastik hurda ve atıklar - Kumar makinesi, cihazları ve parçaları, rulet, gazino oyunlarına özel masalar vb.	- Alkol ve alkollü içecekler - Kozmetik ürünler - Dayanıklı gıdalar - Tıbbi ekipmanlar ve malzemeler - Elektronik parçalar - Kimyasallar ve biyolojik materyaller - Kişisel eşya - Oyuncaklar - Kablosuz ekipmanlar



25.1. DE MINİMİS LİMİTİ

1.000.000 Vietnam Dongu (CIF Değer)

25.2. VERGİ UYGULAMALARI

Gümrük kıymeti 1.000.000 Vietnam Dongu'nun altındaki posta ve hızlı kargo sevkiyatları ile gümrük vergileri tutarı 100.000 Vietnam Dongu'ndan az olan gönderiler ithalat vergisinden muaftır.

25.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ

- Vietnam'da yurt dışı e-ticaret platformlarından satın alınan ürünler ile standart ithal ürünler aynı gümrük prosedürlerine tabidir.
- Tüm ticari gönderilerin gümrük işlemleri alıcı tarafından tamamlanmalıdır. Alıcı bu iş ve işlemler için bir lisanslı aracı/müşavir atayabilir.
- Gümrük kıymeti piyasa değerinden düşük gösterilen gönderilerde, gümrük idaresince piyasa araştırması yoluyla eşyanın değeri belirlenebilmekte ve gümrük vergileri buna göre tahsil edilebilmektedir.
- Gümrük Kanunu'nun 24. maddesine göre gümrüğe verilecek belgeler:
 - Gümrük beyannamesi,
 - İlgili belgeler (satış sözleşmesi, ticari fatura, konşimento, menşe belgesi, ithal izni, özel denetim sonuçları bildirimini veya özel denetimden muafiyet ve ilgili kanun düzenlemelerinde öngörüldüğü şekilde eşyalarla ilgili belgesel kanıtlar).
- Yabancı e-ticaret platformlarından satın alınan kişisel kullanıma mahsus ürünler (Vietnam'a ithalatı yasaklananlar hariç) ithal izni veya lisansı gerektirmemektedir.
- Kullanılmış laptop, tablet, akıllı telefon, LED/OLED televizyonlar için IPTV alıcıları, eşyanın imalat tarihi ile gümrüğe beyan tarihi arasında bir (1) yıldan fazla süre geçmemiş ise ithal edilebilmektedir.



- Tehlikeli madde içermeyen kimyasallar, reçeteli, reçetesiz ilaçlar ve tehlikeli madde içermeyen sıvılarda, eşyanın marka etiketi ve üretici bilgileri eklenmek zorundadır. Ayrıca bu bilgiler ticari faturada da bulunmalıdır.
- Lityum pillerde, Malzeme Güvenlik Bilgi Formu (MSDS) havayolu taşıma senedine ve ticari faturaya eklenmelidir.
- Sanat eserleri, projeler, broşürler, kullanım kılavuzları ve slaytlar gümrük tarafından kültürel sansür amacıyla incelenmektedir.
- Kozmetik ürün içeren hediye gönderilerde, gönderinin üst limiti 2.000.000 Vietnam Dongu'dur. Beyan edilen kıymeti 2.000.000 Vietnam Dongu'ndan fazla olan gönderilerde Vietnam Sağlık Bakanlığından alınacak olan ithalatçı lisansının ibraz edilmesi gerekmektedir.
- Kozmetik ürünlerinde, ticari marka etiketleri ve son kullanma tarihi/kullanım süresi ibarelerinin bulunması gerekmektedir. Eşya hediye olarak gönderilmiyorsa, alıcının Vietnam Sağlık Bakanlığından alınan ithalatçı lisansını sunması gerekmektedir.
- Ticari mahiyet arz eden ilaç gönderilerinde, alıcının Vietnam Sağlık Bakanlığından alınan İthalatçı Lisansına sahip olması gerekmektedir.
- 45 ABD Doları üzeri Doküman/Dosya gönderileri incelemeye tabi olabilmektedir. Bu incelemelerden dolayı gecikmelerin yaşanabileceği dikkate alınmalıdır.
- Zararsız kimyasallarda, eşya numune olarak ithal edilmiyorsa, Vietnam Çevre Bakanlığından (Environmental Department) İthalatçı Lisansı alınması gerekir.
- Dayanıklı gıdalarda, ticari marka etiketleri ve son kullanma tarihi/kullanım süresi ibarelerinin bulunması gerekmektedir. Ayrıca, alıcıdan Vietnam Gıda Bakanlığından (Food Department) İthalatçı Lisansı talep edilebilmektedir, ancak her durum için geçerli değildir.
- Makine parçaları ithalatında eşyanın Vietnamca tanımını içeren belge bulunmalıdır. Kullanılmış makine parçalarının ithalatı yasaktır.
- Hazır giyim ürünleri, yazılım, deriden mamul ürünler, CD'ler ve dijital video diskleri Fikri Mülkiyet Hakları çerçevesinde incelemeye tabi tutulabilmektedir. Gümrük işlemlerinde gecikmeler yaşanması muhtemeldir.



25.4. BELGELER

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
Havayolu Taşıma Senedi (AWB-Air Waybill)	✓
Ticari Fatura	Ülke Gerekliliklerine Göre
İthalat Lisansı	Kozmetik Ürünler, Reçeteli İlaçlar, Tıbbi Ekipmanlar, Kimyasallar, Dayanıklı Gıdalar, Kablosuz Ekipmanlar, Audio ve Video Teypler, Optik Gözlükler
Malzeme Güvenlik Bilgi Formu (MSDS)	Kimyasallar
Beyan Formu	Coğrafi Bilgiler İçeren Plan ve Projeler

25.5. POSTA Ofisi

Vietnam Post (<https://vnpost.vn/>)

25.6. YASAK VE KISITLI EŞYA

YASAK EŞYA	KISITLI EŞYA
• Silahlar, mühimmat, patlayıcılar, havai fişek • Hayvan yumurtaları • Oyun kartları • Toprak • Kullanılmış eşya • Kişisel kullanım amaçlı ilaçlar • Tütün ve tütün mamulleri, elektronik sigara, nargile vb. • Şiddete özendirici olduğuna kanaat getirilen tüm oyuncaklar (silah, kılıç vb.) • Zararlı sıvı maddeler • Kullanılmış teknolojik ürünler (kablosuz ekipmanlar, cep telefonları, elektronik parçalar, bilgisayar parçaları, bilgisayar donanımı vb.) • CFC gazları (8418 tarife pozisyonunda sınıflandırılan) içeren soğutma ekipmanları • Asbest içeren ürünler • Kullanımı yasaklanan pestisitler • Vietnam'da yayılması ve dolaşımı yasaklanan kültürel ürünler • Radyo Frekansları Kanunu uyarınca radyo frekansı mastır planlarına ve ilgili teknik düzenlemelere uymayan radyo cihazları ve radyo dalgası cihazları • Değerli, nadir ve nesli tükenmekte olan hayvan ve bitkilerden örnekler	• Oyuncaklar • Reçeteli ilaçlar • Tıbbi ekipmanlar • Kimyasallar • Kozmetik ürünler • Dayanıklı gıdalar • Deriden mamul ürünler • Alkol ve alkollü içecekler • Makine parçaları • Kişisel eşya • Yazılım • Tekstil (yarı-mamul ve mamul) ürünleri • Kablosuz ekipmanlar



TÜRKİYE CUMHURİYETİ
TİCARET BAKANLIĞI

Diğer Ülkeler

Gümrükler Genel Müdürlüğü
Muafiyetler ve E-Ticaret
Gümrük İşlemleri Dairesi





26.1. DE MINİMİS LİMİTİ

50 ABD Doları (CIF Değer) (Yalnızca posta gönderileri için)

26.2. VERGİ UYGULAMALARI

Posta: 50 ABD Doları altındaki posta sevkiyatları gümrük vergilerinden muaftır (bir yılda on iki gönderiyle sınırlı olmak üzere). "On iki gönderi" eşiği aşıldığında, de minimis kuralı ortadan kalkmaktadır. Burada iki seçenek söz konusu olmaktadır:

- Posta gönderisinin değeri 50 ABD Doları'nı aşmıyorsa, gümrük vergileri ödenmemektedir.
- Posta gönderisinin değeri 50 ABD Doları'nı aşıyorsa,
 - De minimis kuralını (50 ABD Doları'nı) aşan kısım üzerinden, beyan edilen CIF değer in %50'si oranında gümrük vergileri tahsil edilmektedir.
 - Bir yılda 12 gönderi eşiği aşılsa veya posta gönderisi 600 ABD Doları değerinde olursa, gönderinin toplam değeri üzerinden %50 oranında gümrük vergileri tahsil edilmektedir.

Hızlı kargo: De minimis kuralı hızlı kargo sevkiyatlarına uygulanmamakta olup, bu sevkiyatlar gümrük vergilerine (KDV, diğer vergi ve harçlar) tabi olmaktadır (yalnızca tercihli ticaret anlaşmaları kapsamı belirli eşya hariç). Eşyanın CIF değeri üzerinden;

- "KDV" (standart oran %21, indirimli oran %2,5-%10,5) tahsil edilmektedir.
- "Diğer vergi ve harçlar" %0-%35 oranında uygulanmaktadır.

26.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ

- Yıllık 1.000 ABD Dolarına kadar aynı cins ya da kategoriye ait 3 adetten fazla ürün satın alınamamaktadır (örn., aynı siparişte 4 adet gömlek kabul edilmemektedir). Gönderi 50 kilogram ile sınırlıdır.
- Posta ve kurye gümrükleme sistemi, taşıyıcının sevkiyata ilişkin gümrük işlemlerini yaparak eşyayı alıcının kapısına kadar teslim etmesine olanak sağlayan basitleştirilmiş bir uygulamadır. Gönderiler aşağıdaki kriterlerin tamamını karşılıyorsa, gümrük işlemleri bu sistem üzerinden hızlı ve sorunsuz bir şekilde tamamlanmaktadır:

- Gönderinin değeri 1.000 ABD Dolarının altındaysa,

- Gönderinin ağırlığı 50 kilogram (110 lbs) altındaysa,
- Yasak veya kısıtlı eşya değilse.



İnsan tüketimine yönelik veya insan cildiyle temas eden gönderilerin gümrük işlemlerinin, alıcısı veya gümrük müşaviri tarafından tamamlanması gerekmektedir.

- Gönderinin Correo Argentino (Arjantin Posta Servisi) aracılığıyla yapılması durumunda:
 1. Correo Argentino Uluslararası Gönderi Portalına kayıt olunur,
 2. Satın alma bildirimi yapılır,
 3. Gönderi ülkeye ulaştığında alıcıya bir bildirim iletilir,
 4. İçerik beyanı doldurulur ve ilgili vergileri ödenir,
 5. Paket eve teslim edilir veya şubeden teslim alınır.

Hızlı kargo gönderilerinde eşyanın varışına ilişkin kurye alıcıya bilgi vermekte ve alıcı talep etmesi halinde vergileri hızlı kargo firmasına ödeyebilmektedir.

Tekstil ürünlerinde menşe şahadetnamesi aranmaktadır.
Tekstil numunelerinin ise, yeniden satışa konu edilemeyecek şekilde tahrip edilmesi gerekmektedir.



- Elektronik eşya, kamera, kimyasallar, dayanıklı gıdalar, deriden mamul eşya, alkol, müzik aletleri, ofis malzemeleri, bilgisayar parçaları, elektronik parçaları, makine parçaları, kişisel eşya, spor ekipmanları, tekstil ürünleri, oyuncaklar, kablosuz ekipmanlar, güneş gözlükleri, saatler, hücresel telefonlar, ayakkabılar, tertibat vb. ürünler aynı türden en fazla 3 adet, 50 kg ve/veya sevkiyat başına 1.000 ABD Doları değer sınırı ile izin verilmektedir. Bu sayılan eşyalar (ve daha fazlası) için, kişisel kullanıma yönelik yılda yalnızca 5 gönderiye izin verilmektedir.

Kimyasallar, kozmetik ürünler, reçeteli ilaçlar, tıbbi malzemeler, tıbbi cihazlar ve gıda ürünleri sevkiyatlarında ithal izni ibraz edilmeli ve eşya gümrük idaresinden alıcı tarafından teslim alınmalıdır.

- Yalnızca sözleşmeler, mektuplar, notlar veya yazılı iletişim “doküman/belge” olarak kabul edilmektedir. Bunun dışında kalan kılavuzlar, broşürler vb. diğer tüm literatür “doküman harici” kabul edilmekte ve buna göre işlem görmektedir. Kitaplar imtiyaz olarak sayılmakta ancak vergilendirilmemektedir.
- Doküman harici tüm gönderiler için havayolu taşıma senedinde ve ticari faturada alıcının geçerli bir vergi kimlik numarası bulunmalıdır. Alıcının vergi kimlik numarasının bulunmadığı sevkiyatlarda gecikmeler yaşanabilmekte ve bu sevkiyatlar ek ücretlere tabi olabilmektedir.
- Tıbbi malzemeler, bilgisayar parçaları, elektronik parçalar, makine parçaları ve tekstil ürünleri “kullanılmış eşya” olarak kabul edilmemektedir.

26.4. BELGELER

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
Havayolu Taşıma Senedi (AWB-Air Waybill)	✓
Ticari Fatura	Ülke Gerekliliklerine Göre
Sigorta Poliçesi/Sertifika	Ülke Gerekliliklerine Göre
Menşe Şahadetnamesi/Beyanı	Hazır Giyim, Tekstil Ürünleri, Ayakkabı, Kimyasallar, Bisiklet Parçaları, Oyuncaklar, Havalandırma Ekipmanları
İthalat İzni	Dayanıklı Gıdalar, Kimyasallar, Kozmetik Ürünler, İlaçlar, Tıbbi Ekipmanlar
Sağlık Sertifikası (ANMAT)	Optik Gözlükler
CHAS Sertifikası	Otomotiv Parçaları, Güvenlik Parçaları
SENASA İzni veya Fauna ve Flora Sertifikası	Çiçekler, Bal, Sedef, Hayvan Derileri
Reçete	Kişisel Kullanıma Mahsus İlaçlar

26.5. POSTA Ofisi

Correo Argentino (<https://www.correoargentino.com.ar/>)

26.6. YASAK VE KISITLI EŞYA

YASAK EŞYA	KISITLI EŞYA
• Mevzuat ile belirlenmiş bazı kullanılmış motorlu taşıtlar, kullanılmış lastikler • Belirli kullanılmış makineler • Tehlikeli maddeler, kimyasallar ve kalıntılar • Kıymetli madenler, taşlar ve metaller • Ateşli silahlar, barut, mühimmat • Aşındırıcılar, patlayıcılar, sıkıştırılmış gazlar ve aerosoller • Biyolojik materyaller, radyoaktif materyaller • Kullanılmış giysiler • Ftalat içeren oyuncaklar ve çocuk bakım ürünleri • Telefon terminalleri • Ruminant kökenli madde içeren evcil hayvan yiyeceği • Kuru renklendirici ve renklendirici olmayan tozlar gibi boyalar, vernikler ve benzeri maddeler • Lityum piller, A tipi piller • Mevzuat ile belirlenmiş bazı akkor ampuller • İlaçlar, ilaç mobilya parçaları, evsel temizlik ürünleri, böcek ilaçları • Liberya'dan gelen kütükler ve kereste ürünleri, talaşlar, direkler, mandallar, levhalar, mutfak eşyası, sofra takımı, kürdanlar, mücevher ve takı kutuları vb.	• Alkollü içecekler (şarap hariç) • Gıda ürünleri • Sağlık takviyeleri • Yarı mamul tekstil ürünleri • Kimyasallar • Kozmetik ürünler • Gıda ürünleri • Tıbbi ekipmanlar, tıbbi malzemeler

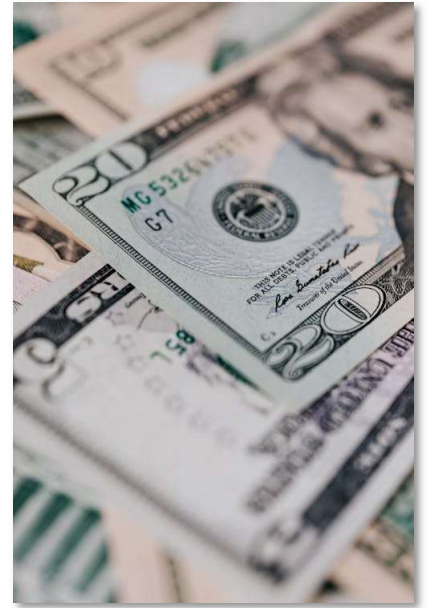


27.1. DE MINİMİS LİMİTİ

300 ABD Doları (Ticari olmayan kişisel gönderilerde aylık sınır)

27.2. VERGİ UYGULAMALARI

- 300 ABD Doları altındaki kişisel kullanıma mahsus sevkiyatlar gümrük vergilerinden muaftır.
- Gerçek kişilere yapılan ticari nitelikte olmayan gönderilerin bir takvim ayı (30 gün) içerisinde 300 ABD Doları'nı aşması halinde gümrük vergileri ve diğer kesintiler uygulanmaktadır. Sevkiyatların vergilendirilmesinde, fatura değeri, kargo ücreti ve varsa ürünün sigorta harçlarının toplamı dikkate alınmaktadır.
- 300 ABD Dolar'lık de minimis limitinin aşılması halinde, %15 oranında gümrük vergisi, %18 oranında KDV uygulanmaktadır.



27.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ

- Gerçek kişilere yapılan ticari nitelikte olmayan gönderiler basitleştirilmiş gümrük beyanı kapsamında işlem görmekte ve "Akıllı Gümrük" uygulaması yoluyla (veya <https://e.customs.gov.az/> adresinden) çevrimiçi olarak gerçekleştirilebilmektedir. Bu işlemler kargo şirketleri eliyle de yapılabilmektedir.
- Gümrük vergilerinin hesaplanması ve eşyanın serbest bırakılması amacıyla, sevkiyatın varışından sonraki 30 gün içerisinde, alıcı tarafından ithal edilen eşyanın toplam tutarının özeti ile birlikte geçerli bir Azerbaycan vatandaşlığı kimlik fotokopisi gümrük sistemine yüklenmelidir. Göndericinin, havayolu taşıma senedinin ilgili alanına alıcının kimlik numarasını yazması gerekmektedir.
- Ticari nitelikteki eşyayı ithal eden şirketler, işletmeler ve gerçek kişilerin temsilcisi veya yetkili gümrük müşaviri tarafından detaylı gümrük beyannamesi düzenlenmelidir. Ticari gönderiler için, gönderici tarafından düzenlenen ve havayolu taşıma senedi numarası, brüt/net ağırlık, menşe ülkesi, eşyanın kıymeti, GTİP numarası (HS kodu) ve eşyanın tanımı gibi bilgileri içeren bir beyan gerekmektedir. Bu bilgiler gümrük idaresi tarafından eşyanın fatura değerini doğrulamak için kullanılmaktadır.

- Ticari değeri olmayan gönderiler kabul edilmemektedir. Havayolu taşıma senedinde ve ticari faturada mutlaka eşyanın nominal değeri yer almalıdır. Gümrük idaresi denetim sonucu eşyanın gümrüklenmiş değerini yeniden belirleme yetkisine sahiptir.
- Gıda ürünleri Azerbaycan Gıda Ajansı'nın, sağlık ve tıbbi ekipmanlar Azerbaycan Sağlık Bakanlığı'nın, askeri teçhizat ve mühimmat Savunma Bakanlığı'nın ve diğer izinler ise Bakanlar Kurulu'nun iznine tabidir.
- Hediye amaçlı gerçek kişilere yönelik kişisel sınırlamalar: Maksimum ağırlığı 1,5 litre olan alkol (şarap ve likör dahil) ile sınırlı olup, bu miktarın aşılması halinde sınır ötesi e-ticaret kapsamında ithali yasaktır.
- Elektronik eşya ve parçalar, ağ (network) ekipmanı gibi ürünler için Uygunluk Sertifikası (Certificate of Conformity) ibrazı gerekmektedir.

27.4. BELGELER

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
Havayolu Taşıma Senedi (AWB-Air Waybill)	✓
Ticari Fatura	Ülke Gerekliliklerine Göre
Proforma Fatura	Ülke Gerekliliklerine Göre
İthalat Lisansı	Alkollü İçecekler
İthalat İzni	Dayanıklı Gıdalar, Sağlık ve Tıbbi Ekipmanlar, Askeri Teçhizat ve Mühimmat
Uygunluk Sertifikası	Elektronik Ürünler, Makineler, Bilgisayar Parçaları
Reçete	Kişisel Kullanıma Mahsus İlaçlar

27.5. POSTA OFİSİ

Azərpoçt (<https://www.azerpost.az/>)

27.6. YASAK VE KISITLI EŞYA

YASAK EŞYA	KISITLI EŞYA
• Çekler (boş çekler dahil), boş havale emirleri, kredi kartları • Mücevherat, altın, kıymetli madenler • Askeri teçhizat, silahlar ve mühimmat • Telsizler, savunma, güvenlik ve kolluk ihtiyaçları için tasarlanmış iletişim cihazları • Esrar ve afyon gibi uyuşturucu maddeler ve bunları tüketmeye yarayan cihazlar • Nükleer maddeler • Politik materyaller • Avcılık, hayatta kalma ve askeri amaçlı kullanılan bıçaklar (hançerler ve palalar dahil) • Saatler • Psikoterapi maddeleri • Mobil/Hücreli telefonlar • İran menşeli ürünler • Kişisel eşya • Kimyasallar (zararlı/zararsız) • Terörizm, şiddet, savaş, ırkçılık, antisemitizm ya da faşizmi teşvik eden veya savunan herhangi basılı materyal • Şişme bebekler, anatomik olarak gerçek insan boyutunda olan mankenler • Genetiği değiştirilmiş bitkiler ve tarım ürünleri, tüm tohumlar • Alkol ve alkollü içecekler • Tütün ve tütün mamulleri, elektronik sigara • Takviye edici gıdalar ve vitaminler	• Kişisel kullanıma mahsus olmak üzere alkol ürünleri ile tütün ve tütün mamulleri • İlaçlar • Tıbbi ekipmanlar ve tıbbi malzemeler • Elektronik ürünler, makineler, bilgisayar parçaları • Kablosuz ekipmanlar • Gıda ürünleri



28.1. DE MINİMİS LİMİTİ

300 Bosna Hersek Markı (B2C gönderiler için)

90 Bosna Hersek Markı (C2C gönderiler için)

28.2. VERGİ UYGULAMALARI

- 300 Bosna Hersek Markı altındaki sevkiyatlar gümrük vergilerinden muaftır.
- Kıymeti 300 Bosna Hersek Markını aşan ve yurtdışındaki tüzel kişilerden sipariş edilen eşya için eşyanın kıymeti üzerinden (eşyanın değeri, sigorta, nakliye vb. masraflar) Bosna Hersek Dış Ticaret ve Ekonomik İlişkiler Bakanlığı tarafından o yıl için yayımlanan Gümrük Vergisi Tarifesindeki eşyanın cinsine göre belirlenecek (%5, %10, %15) gümrük vergisi ve %17 oranında KDV ödenmektedir.
- Yurtdışındaki gerçek bir kişi tarafından Bosna Hersek'teki gerçek bir kişiye paket gönderilmesi durumunda 90 Bosna Hersek Markını aşmayan gönderiler için gümrük vergisi ve KDV ödenmez.
- Kıymeti 5.000 Bosna Hersek Markını geçmemek şartıyla, posta idaresi tarafından eşyaların gümrük muayenesi için gümrük ofisine başvuruda bulunulur. Gümrük ofisi tarafından söz konusu eşyalar için ödenmesi gereken gümrük vergisi (tek oran gümrük vergisi %10) ve KDV (%17) veya varsa ilave ödenmesi gereken vergiler hesaplanır ve tutar belirlenir. Hesaplanan tutarın ödenmesinin ardından postacı tarafından gelen eşya alıcıya teslim edilmektedir. Bu durum ancak aşağıdaki şartlarda uygulanabilmektedir:
 - Yolcu beraberinde getirilen eşya, ticari miktar ve mahiyet arz etmeyen eşya (24/18 sayılı Bosna Hersek Resmi Gazetesinde yayımlanan Kararın 3/1-e maddesinde yer alan özel, kişisel veya ailesinin kullanımı veya hediye olduğu şartını yerine getiren eşya) olması ve sıklıkla getirilmiyor olması gerekmektedir.
 - Gönderi gerçek kişiden gerçek kişiye gönderiliyor ise, ticari miktar ve mahiyet arz etmeyen eşya (24/18 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan Kararın 3/1-e maddesinde yer alan özel, kişisel veya ailesinin kullanımı veya hediye olduğu şartını yerine getiren eşya) olması, sıklıkla gönderilmemesi ve gönderi için herhangi bir ücret ödememiş olması gerekmektedir.

- İki ülke arasında imzalanan Serbest Ticaret Anlaşması kapsamında; gerçek kişilerin posta gönderileri için tercihli rejim varsa, bu durumda gönderinin 1.000 Bosna Hersek Markını geçmemek şartıyla menşe dolaşım belgesi veya menşesine ilişkin beyan ve CN22/CN23 veya geçerli uluslararası belgelerin ibraz edilmesi gerekir.

28.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ

- Kıymeti 300 Bosna Hersek Markını aşmayan ve başka ülkeden gelen gönderinin gümrük vergisi muafiyeti eşyanın sunulduğu gümrük idaresi tarafından sözlü olarak onaylanır. Gönderinin tek faturada ve aynı ulaşım aracıyla gelmiş olması ve alıcının eşya bedelini ödemiş olması gerekmektedir. Alıcı gerçek kişi ise gönderinin ticari miktar ve mahiyet arz etmeyen eşya (24/18 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan Kararın 3/1-e maddesinde yer alan özel, kişisel veya ailesinin kullanımı veya hediye olduğu şartını yerine getiren eşya) olması ve gönderinin sıklıkla gönderilmiyor olması gerekmektedir.

Ülkede e-ticaret işlemlerinde basitleştirme ve kolaylaştırma işlemlerini destekleyen elektronik bilgi sistemi henüz uygulanmamaktadır.



- Hayvanlar ve hayvansal ürünlerin Bosna Hersek Dış Ticaret ve Ekonomik İlişkiler Bakanlığı ve Bosna Hersek Veterinerlik Ofisi tarafından verilen sağlık sertifikasının ibraz edilmesi şartıyla ithalatına izin verilmektedir.
- Hayvanların beslenmesi ve diğer amaçlarla kullanılan hayvansal ürünlerin (bireylere gönderilen ve evdeki kullanıma yönelik gönderiler bu gereklilikler kapsamı dışındadır.) ithalatı sırasında Bosna Hersek Dış Ticaret ve Ekonomik İlişkiler Bakanlığı'nın ve Bosna Hersek Veterinerlik Ofisi'nin uygunluk belgesi, Veterinerlik ve Ticari konulardan sorumlu Bosna Hersek kurumlarından hangisi yetkili ise o kurumdaki Bakanlıkların uygunluk belgesinin alınması gerekmektedir.

- Bosna Hersek Dolaylı Vergilendirme İdaresi tarafından iletilen İthalatı (veya transiti) Yasak Olan Ürünler Listesi ve/veya Şartlı Olarak Kabul Edilen Ürünler Listesine https://www.postesrpske.com/drzave/BiH_BA.pdf adresinden ulaşılabilir.



Canlı ağaçlar, çiçek soğanları, kökler ve benzerleri, kesme çiçekler ve dekoratif çiçeklerden zararlıları ve parazitleri içerebilecek bitkileri veya bunların parçalarını (tohumlar, fideler, rizomlar, çiçek soğanları, yumrular vb.) içeren gönderilerde, sınır kapılarındaki bitki sağlığı müfettişleri tarafından zorunlu sağlık denetimi yapılmaktadır. Bitki sevkiyatlarının ithalatında menşe ülkesindeki bitki korumadan sorumlu makam tarafından verilen sağlık sertifikası eşlik etmelidir.

- Gönderinin menşe ülkesine bağlı olarak bitki sağlığı kontrolüne ilişkin genel hükümlerin dışında özel hükümlerle de belirlenmesi gerekebilmektedir. Bu hususlara ilişkin detaylı bilgiler ilgili Bakanlıktan temin edilebilmektedir.
- Yenilebilir sebze ve meyveler, kahve, çay, baharatlar ve tuzlardan gerçek kişilere gönderilen şahsi kullanıma yönelik sevkiyatlar bu gerekliliklerin dışındadır. Söz konusu ürünlerin ithalatında yetkili Bakanlıklarca (sağlık denetimi ve piyasa denetimi) verilmiş uygunluk belgeleri gerekmektedir.
- Tahıllar ve un; bitkisel sıvı ve katı yağlar; kakao, tahıl ürünleri, nişasta, şeker ve şekerli ürünler, makarna, sebze, meyve ve bitkilerin diğer kısımlarından elde edilmiş ürünler ve diğer gıda maddelerinin ithalatında yetkili Bakanlıklarca (sağlık denetimi ve piyasa denetimi) verilmiş uygunluk belgeleri aranmaktadır.
- Kozmetik ve hijyen ürünlerinden şahsi kullanıma yönelik miktarlardaki gönderiler bu düzenlemelerin kapsamı dışındadır. Gönderilerin ithal edilebilmesi için ilgili Bakanlıktan alınan sertifikaların (sağlık denetimi ve piyasa denetimi) ibraz edilmesi gerekmektedir.
- Tıbbi ekipman içeren gönderilerin 48 saat içinde gümrük işlemlerinin tamamlanması gerekmektedir. Sıcaklık kontrolü altındaki ilaç veya tıbbi malzeme içeren gönderilerin ise 36 saat içinde gümrük

işlemlerinin tamamlanması gerekmektedir. Bu ürünler zamanında gümrükten çekilmediği takdirde gönderiler otomatik olarak göndericiye iade edilebilmektedir.

- Gerçek kişilere yönelik ilaçların gümrük işlemlerinin ivedilikle tamamlanması için alıcı tarafından doktor reçetesinin gümrük idaresine ibrazı gerekmektedir.
- Numuneler ve ticari amaçlı olmayan reklam materyalleri için "Ticari değeri yoktur, ücretsiz, yalnızca numune, yalnızca reklam amaçlı, satış amaçlı değildir (No commercial value, for customs purposes only, free of charge, samples only, advertising purposes only, not for sale)" ifadelerini içeren bir proforma fatura ibraz edilmelidir.
- Kapsamında doküman bulunmayan tüm gönderiler için, firma kaşeli ve imzalı fatura aranmaktadır.
- Herhangi bir nedenle gümrük işlemleri tamamlanamayan gönderiler, masrafları göndericiye ait olmak üzere göndericiye iade edilmektedir; eşyanın imhası söz konusu olmamaktadır.
- Tüm gönderilerde alıcının telefon numarası ve/veya faks numarası havayolu taşıma senedinde belirtilmiş olmalıdır. Aksi takdirde gönderi kabul edilmeyecektir.

28.4. BELGELER

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
Havayolu Taşıma Senedi (AWB-Air Waybill)	✓
Ticari Fatura	Ülke Gerekliliklerine Göre
Proforma Fatura	Numuneler
İthalat İzni	Kişisel Kullanıma Mahsus Reçeteli İlaçlar Dışında Kalan Diğer İlaçlar, Tıbbi Cihaz ve Malzemeler
Sağlık Sertifikası	Gıda ve Hayvansal Ürünler, Bitki ve Bitkisel Ürünler, Jelatin, Bal, Tütün, Alkol, Oyuncaklar
Kalite Belgesi	Hayvanlar ve Hayvansal Ürünler, Beyaz Eşya, Makineler, Gıda Paketleme ve Ambalajlar, Tekstil, Mutfak Eşyası, İnşaat ve Yapı Malzemeleri, Elektrik Malzemeleri
Uygunluk Belgesi/Bitki Sağlık Sertifikası	Hayvanlar ve Hayvansal Ürünler, Bitki ve Bitkisel Ürünler

28.5. POSTA Ofisi

JP BH Pošta (<https://www.posta.ba/>)

Poste Srpske (<https://www.postesrpske.com/>)

Hrvatska Posta Mostar (<https://www.post.ba/>)

28.6. YASAK VE KISITLI EŞYA

YASAK EŞYA	KISITLI EŞYA
• Alkol ve alkollü içecekler • Tütün ve tütün mamulleri • Sanat eserleri • Sahte ve korsan materyaller • Narkotik ilaçlar ve psikotrop maddeler • Haşhaş, hint keneviri, koka ağacının yaprakları • İlaçlar, tıbbi malzeme ve ekipmanlar • Canlı hayvanlar • Taze et • Canlı balıklar, kabuklu hayvanlar ve suda yaşayan diğer omurgasız hayvanlar • Taze ve çabuk bozulan meyve ve sebzeler • Kıymetli madenler, taşlar ve metaller • Parfüm • Patlayıcı, yanıcı veya radyoaktif maddeler ile diğer tehlikeli maddeler • Uluslararası anlaşmalarla yasaklanmış ürünler • Doğası veya ambalajı itibarıyla çalışanlar veya vatandaşlar için tehlikeli olabilecek ürünler • İnsan kanı, hayvan kanı ve bunların ürünleri • Selüloz ve kimyasal türevleri, borular ve hortumlar, plastikten yapılmış levhalar, diğer plakalar, filmler, folyolar ve şeritler	• Biyolojik materyaller • Süt ve süt ürünleri • Kuş yumurtaları • Doğal bal • Hayvansal ürünler • Canlı ağaçlar ve diğer bitkiler, çiçek soğanları, kökler ve benzerleri, kesme çiçekler ve dekoratif yapraklar • Yenilebilir meyve ve sebzeler • Yenilebilir sert kabuklu meyveler • Kahve, çay, paraguay çayı ve baharat • Hububat • Yağlı tohum ve meyveler • Değirmencilik ürünleri, malt, nişasta, insülin, buğday gluteni • Hayvansal, bitkisel veya mikrobiyal katı ve sıvı yağlar ve bunların parçalanma ürünleri; hazır yemeklik katı yağlar; hayvansal ve bitkisel mumlar • Şeker ve şekerli mamuller • Kakao ve kakao müstahzarları • Tahıl, un, nişasta veya süt müstahzarları, pastacılık ürünleri • Gübreler • Uçucu yağlar ve reçineler, kozmetik ve tuvalet ürünleri • Sabun, organik yüzey aktif maddeler, yıkama müstahzarları, yıkama müstahzarları yağlama, suni mumlar, hazırlanmış mumlar, cilalama ve temizleme müstahzarları, mumlar ve benzeri ürünler • Kauçuk ve kauçuktan mamuller • Seramik ürünler, cam ve züccaciye • Oyuncaklar

**29.1. DE MINİMİS LİMİTİ**

50.000 Cezayir Dinarı (CIF Değer)

29.2. VERGİ UYGULAMALARI

- Kıymeti 50.000 Cezayir Dinarı'nın altındaki gönderiler gümrük vergilerinden muaftır. 50.000 Cezayir Dinarı'nı aşan posta ve hızlı kargo gönderilerinden ise %30 oranında ithalat vergisi alınmaktadır (kişisel kullanıma mahsus cep telefonu ve bilgisayarlar hariç).
- Profesyonel faaliyette kullanıma yönelik ve ticarileştirilmeyecek posta ve hızlı kargo yolu ile gelen ve değeri 100.000 Cezayir Dinarını geçmeyen gönderilerden %25 oranında ithalat vergisi alınmaktadır. Ancak, yenilikçi yatırımlar (start-up) kapsamında getirilecek eşyalar bu vergiden muaftır.

29.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ

- Değeri 100.000 Cezayir Dinarının üzerindeki gönderiler detaylı beyana tabidir.
- Doküman/Belge haricindeki tüm sevkiyatlar için göndericinin antetli kağıdına basılı bir ticari fatura düzenlenmelidir. Ticari faturada; eşyaya ilişkin ayrıntılı bir açıklama, eşyanın değeri, gönderici ve alıcı adı ile göndericinin imzası yer almalıdır.
- Çok parçalı gönderilerde, her parçanın içeriğini gösteren bir paketleme listesinin ibraz edilmesi gerekmektedir.
- Dayanıklı gıda ürünleri için alıcının Sağlık Bakanlığı'ndan "Sağlık Sertifikası" alması gerekmektedir. Gümrük işlemlerinde gecikmeler yaşanabilmektedir.

- Eşyaya ilişkin ödemenin banka havalesi yoluyla yapılması durumunda, söz konusu eşyalar detaylı gümrük işlemlerine tabidir. Alıcının banka havalesi ile ilgili belgeleri sunması gerekmektedir. Alıcı, bu işleme dayanarak gönderiyi reddederse, eşya göndericiye iade edilmemekte ve gümrük idaresince eşya alıkonulmaktadır.

Kozmetik ürün sevkiyatlarında, ticari faturada gönderinin ticari/kişisel amaçlı gönderi ya da numune olup olmadığı belirtilmelidir. Ticari gönderiler için gönderici tarafından iletilen menşe şahadetnamesi ibraz edilmesi gereklidir. Eğer eşya numune ise, "Numunedir, Yeniden satış amaçlı değildir" ve benzeri ifadeler aranmaktadır.

- Mobil telefonların gerçek kişilere sevkiyatına izin verilmemektedir. Cep telefonlarının tüzel kişiler tarafından ithalatı ise Ulusal Güvenlik Onayını gerektirir. Gümrük işlemlerinde gecikmeler yaşanabilmektedir.
- Aşağıda detayı verilen durumlarda gümrük müşavirliği hizmeti gerekebilmektedir:
 - Ağırlıkça 20 kg üzeri gönderiler
 - Düşük değerli gösterilen gönderiler
 - Yeterli veya detaylı tanım içermeyen gönderiler
 - Gümrük idaresince riskli değerlendirilen gönderiler
 - Dini yayınlardan oluşan gönderiler
 - Kimyasal ürün gönderileri
 - İlaç gönderileri
 - Gümrük idaresince gerekli görülen diğer durumlar
- Radyo ekipmanı ithalatında, alıcı tarafından Posta, Telefon ve Telgraf Bakanlığından izin alınması gerekmektedir.
- Lityum batarya veya pilli cihaz içeren sevkiyatlar için, eşyanın hava taşımacılığı kapsamında tehlikeli madde olmadığına dair "gönderici beyanı" ibraz edilmelidir. Gönderici, bu beyanın diğer belgelerle birlikte gönderiye eklenmesini sağlamalıdır.
- Tıbbi ekipman ve tıbbi malzemelerin ithalatında Cezayir Sağlık Bakanlığı'ndan izin alınması gerekmektedir.

Tekstil ürünlerini içeren gönderilerde, sentetikler ve yün kumaşlar gönderi başına 10 parça ile sınırlıdır. Yarı-mamul tekstil ürünleri yalnızca "numune" olarak gönderilebilmektedir.



29.4. BELGELER

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
Havayolu Taşıma Senedi (AWB-Air Waybill)	✓
Ticari Fatura	Ülke Gerekliliklerine Göre
İthalat İzni	Tıbbi Ekipmanlar, Tıbbi Malzemeler, Kablosuz Ekipmanlar, Radyo, Kitaplar
Sağlık Sertifikası	Dayanıklı Gıdalar
Menşe Şahadetnamesi	Ticari Amaçlı Kozmetik Ürünler
Koli Listesi	Çok Parçalı Gönderiler
Gönderici Beyanı	Lityum Batarya veya Pil İçeren Cihazlar

29.5. POSTA OFİSİ

Algerie Poste (<https://www.poste.dz/>)

29.6. YASAK VE KISITLI EŞYA

YASAK EŞYA	KISITLI EŞYA
• İslam kültürüyle bağdaşmayan öğeler • İsrail menşeli ürünler • Kumar cihazları • Kürkler • Mücevherat, kıymetli metaller ve taşlar • Diş ürünleri • Bitkisel gönderiler • Mobil ve hücresel telefonlar (yeni-kullanılmış) • Kullanılmış/ikinci el dizüstü bilgisayarlar, internet yönlendiriciler, oyun konsolu, dikiş makineleri • Çekler, boş kredi kartları • Alkol ve alkollü içecekler • Sahte ve sahte menşeli eşya • Ateşli silahlar, patlayıcılar, mühimmat • Oyuncak silahlar • İlaçlar, narkotikler ve zehirli maddeler • Kullanılmış araçlar • Kullanılmış/yeniden kaplanmış lastikler • Ticari amaçlı kullanılmış yedek parçalar • Ozon tabakasını incelten maddeler • Ahlaka aykırı kitaplar ve her türlü el yazması, film ve diğer makaleler	• Kozmetik ürünler • Kablosuz ekipmanlar • Dayanıklı gıdalar • Tıbbi ekipmanlar, tıbbi malzemeler • Lityum batarya içeren veya pilli cihazlar • Bitmemiş (yarı mamul) tekstil ürünleri • Kitaplar



30.1. DE MINİMİS LİMİTİ

150 Avro (CIF Değer)

30.2. VERGİ UYGULAMALARI

- 150 Avro altındaki kişisel kullanıma mahsus sevkiyatlar KDV dışındaki gümrük vergilerinden muaftır. Ancak, KDV, gönderinin değeri ne olursa olsun, tüm sevkiyatlardan tahsil edilmektedir. {Göndericisi ve alıcısı gerçek kişi olan (C2C) ve 45 Avro'nun altında kalan hediyeler KDV'den muaftır}
- 150 Avro üzeri sevkiyatlardan ise, gümrük tarife istatistik pozisyonuna göre gümrük vergisi ve KDV'nin yanı sıra diğer vergiler tahsil edilmektedir.

30.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ

- KDV, taşıyıcı firma aracılığıyla veya alıcı tarafından doğrudan Çek Cumhuriyeti Gümrük İdaresine ödenmelidir. Eşyaya ait KDV'nin satış esnasında e-ticaret sitesi üzerinden ödenmiş olması ve ürünün AB içindeki bir depodan temin edilmesi halinde alıcıya ek bir işlem uygulanmamaktadır.
- Alıcı, gümrük idaresinin eCeP web uygulaması aracılığıyla doğrudan gümrük beyannamesi sunabilmekte, taşıyıcı firma, alıcı adına gümrük beyanını yapabilmektedir. Gümrük beyannamesi taşıyıcı firma tarafından sunulduğunda işlem ücretleri uygulanabilmektedir.
- Mesafeli satışlarda çevrimiçi perakendeciler AB'nin tamamındaki satışları için tüm KDV yükümlülüklerini yerine getirebilecekleri 'IOSS – İthalat Tek Durak Noktası' adı verilen bir elektronik portala kaydolabilmektedirler. Kayıt olduktan sonra çevrimiçi perakendeciler, periyodik olarak sunacakları beyanname ile tüm AB satışları için portal üzerinden KDV'yi bildirerek ödeyebilmektedir. Bu eşik AB çapında 10.000 Avro olarak uygulanmaktadır. Bu eşğin altında, ürünlerin uzaktan satışı AB içindeki vergi mükellefinin yerleşik olduğu Üye Devlette KDV'ye tabi kalabilmektedir.

1. IOSS sistemine kayıt olmak suretiyle;

Çevrimiçi perakendecinin AB IOSS sistemine kaydolması, satış sırasında KDV'yi tahsil etmesi ve aylık olarak ilgili AB ülkesine göndermesi gerekir. IOSS kapsamında gönderim yapılıyorsa, taşıyıcının tüketiciden KDV tahsil etmediğinden emin olmak için, gönderinin açıkça IOSS olarak tanımlanması gerekmektedir. Bunun için, ticari faturanın "Gönderen Vergi Numarası" alanına IOSS KDV numarası eklenmelidir. AB'ye yüksek miktarda gönderi hacmi varsa, bu seçenek önerilmektedir.

2. IOSS sistemine kayıt olmaksızın;

A. KDV'nin çevrimiçi perakendeci tarafından tahsili: Ödeme sırasında tüketiciden KDV (ve varsa diğer vergiler/harçlar) tahsil edilir, bu siparişler gümrük vergileri ve harçları önceden ödenmiş (DDP) olarak gönderilir ve ithalat sonrasında ödenen vergi ve harçlar operatör tarafından satıcıya geri fatura

edilir. Bu yöntem, gönderimde gecikmeleri önlediği, tüketicilerin tüm maliyetleri önceden ödediği ve ithalat sırasında ek ücretlerle karşılaşmayacağı için önerilir. Taşıyıcının tüketiciden KDV tahsil etmediğinden emin olmak için, gönderinin "faturayı gönderen/üçüncü taraf" olarak açıkça belirtilmesi gerekir.

B. KDV'nin taşıyıcı tarafından tahsili: AB'nin "Özel Düzenleme" olarak adlandırdığı bu yöntemde, taşıyıcı, KDV'yi (ve varsa diğer vergileri/harçları) ithalattan sonra ancak teslimattan önce tüketiciden/alıcıdan tahsil etmektedir. Gönderinin gümrük işlemleri yalnızca varış ülkesinde yapılabilmekte ve alıcıdan vergi tahsil edilinceye kadar gönderi tutulabilmekte; bu da önemli gecikmelere ve ek nakliye ücretlerine neden olabilmektedir.

- Eğer gönderici/satıcı IOSS kullanıyorsa, ilgili IOSS kayıt numarası havayolu taşıma senedindeki "Gönderici KDV (Shipper VAT)" alanına girilmelidir. İthalat sırasında döviz kuru farklılıklarını önlemek için ticari fatura ve havayolu taşıma senedine Avro cinsinden satış fiyatının eklenmesi önerilir.
- Doküman/Belge haricindeki tüm sevkiyatlar için göndericinin antetli kağıdına basılı bir ticari fatura düzenlenmelidir. Ticari fatura; ayrıntılı bir açıklama, eşyanın değeri, gönderici ve alıcı adı ile göndericinin imzasını içermelidir.



Tekstil ürünleri ve deriden mamul ürün gönderilerine ilişkin ticari faturada; malzeme ve kompozisyon türü (%100 pamuk, örme, dokuma vb.), birim fiyat, ağırlık, erkek- kadın veya çocuk için olup olmadığı gibi bilgiler yer almalıdır.

- "Organik ürün" etiketli ürünlerde, gönderici tarafından orijinal denetim sertifikası sunulmalıdır. Bu belge havayolu taşıma senedine ve ticari faturaya eklenmelidir.
- Ahşap ambalaja sahip gönderiler, Bitki Sağlığı Önlemleri için Uluslararası Standartlar uyarınca işaretlenmeli veya bir Bitki Sağlığı Sertifikası içermelidir.
- Numune gönderilerine, "Numunedir, satış amaçlı değildir" ifadesini içeren bir proforma fatura eşlik etmelidir. Numuneler satışa konu edilemeyecek ya da kullanılamayacak şekilde tahrip edilmiş olmalıdır.

- Gıda maddeleri, diyet ve sağlık takviyeleri gönderilerinde, ürünü oluşturan bileşenlerin tam listesi gönderiye eklenmelidir.



- Üçüncü dünya ülkelerinden sınır ötesi e-ticaret kapsamında likör/şarap ithalatı yasaktır (üçüncü dünya ülkelerinden şarap ithalatında yalnızca 100 litreye kadar kabul edilebilmektedir). Bira ve şarap numuneleri kabul edilebilmektedir.

- Oyuncak gönderilerine ilişkin ticari faturada, ürünlerin AB standartlarına uygun olup olmadığı ve CE işareti taşıyıp taşımadığı açıkça belirtilmelidir.
- Ozon tabakasını incelten maddeler (ODS) ile bunları içeren yangın söndürücü ve benzeri ürünler için Avrupa Komisyonu'ndan ithalat lisansı alınması gereklidir.



Kimyasalların ithalatında, ticari faturada GTİP numarasının (HS code) belirtilmesi mecburidir. Göndericiden bir Malzeme Güvenlik Bilgi Formu (MSDS) istenmekte ve bu belgenin taşıma sırasında gönderiye eşlik etmesi gerekmektedir. Kimyasal maddenin tam adının ve CAS (Chemical Abstract Service) kayıt numarasının da belirtilmesi önerilmektedir.

- Dezenfektanlar ve dezenfeksiyon mendilleri için ithalat lisansı ibraz edilmelidir.
- UN3373 biyolojik materyaller için Malzeme Güvenlik Bilgi Formu (MSDS) gereklidir.

30.4. BELGELER

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
Havayolu Taşıma Senedi (AWB-Air Waybill)	✓
Ticari Fatura	Ülke Gerekliliklerine Göre
A.TR Dolaşım Belgesi	✓
Proforma Fatura	Numuneler
İthalat Lisansı	Ozon Tabakasını İncelten Maddeleri İçeren Ürünler (Yangın Söndürücü vb.), Askeri Teçhizat ve Ekipman
Malzeme Güvenlik Bilgi Formu	Kimyasallar
Eşya Bildirim Formu	Biyolojik Materyaller
CITES Belgesi	Nesli Tehlike Altında Olan Hayvan ve Bitki Türlerinden Elde Edilen Ürünler
Bitki Sağlık Sertifikası	Ahşap Ambalajlar
Malzeme/İçerik Listesi	Dayanıklı Gıdalar, Diyet ve Sağlık Takviyeleri

30.5. POSTA Ofisi

Česká Pošta – Czech Post (<https://www.ceskaposta.cz/index>)

30.6. YASAK VE KISITLI EŞYA

YASAK EŞYA	KISITLI EŞYA
• Çekler • Alkol (şarap hariç) ve alkollü içecekler • Tütün ve tütün mamulleri • Bitkiler (materyaller, çiçek soğanları) • Pornografik materyal • Ton balığı • Ticari amaçlı FFP3 tipi yüz maskeleri • Veteriner ve bitki sağlığı kontrollerine tabi ürünler • İran menşeli ürünler • Kişisel gıdalar (hayvan kaynaklı ürünler içeren) • İlaçlar (gerçek kişilere gelen)	• Şarap • İlaçlar • Kimyasallar • Askeri ekipman • Dezenfektanlar ve dezenfektan mendiller



31.1. DE MINİMİS LİMİTİ

1.250 Fas Dirhemi (Yalnızca ticari gönderiler için)

(E-ticaret kapsamında de minimis muafiyeti bulunmamaktadır.)

31.2. VERGİ UYGULAMALARI

Daha önce, mutat meskeni (ikametgahı) Fas'ta bulunan gerçek ya da tüzel kişilere e-ticaret yoluyla gönderilen ve alkollü içecekler ile tütün hariç değeri 1.250 Fas Dirhemini geçmeyen ürünler ithalat vergisinden muaftı. Fas Gümrük ve Dolaylı Vergi İdaresinin Temmuz 2022 tarihli ve 6346/210 sayılı sirkülerinin yürürlüğe konulması ile, e-ticaret vasıtasıyla satın alınan tüm ürünler ithalat gümrük vergilerine tabi olmuştur.

ADIL (Assistant au Dédouanement des marchandises à l'Importation en Ligne / İthal Ürünlerin Gümrük İşlemlerinde Çevrimiçi Yardım) adı verilen bir uygulama üzerinden, alıcılar tarafından ödenmesi gereken vergilerin hesaplanabilmesi mümkün bulunmaktadır.



31.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ

- Alıcıya gönderilen kısa mesaj ile, gönderinin, Fas'ın sınır noktasındaki gümrük bürosunda olduğu ve gönderiye ilişkin vergi ödenmesi adına en yakın posta ofisine gidilmesi gerektiği bildirilir. Vergilerin ödenmesi halinde, gönderi, alıcının kapısına teslim edilir. Gümrük vergisi ile birlikte, posta ve yakıt ücretleri tahsil edilmektedir.
- Örneğin: 1,74 ABD Doları bir gönderim için,
 - Gümrük vergisi olarak 11,13 Dirhemi,
 - Posta ücreti olarak 45,6 Fas Dirhemi,
 - Yakıt ücreti olarak 12 Fas Dirhemi ödenmektedir.

- Doküman harici veya 1.250 Fas Dirhemi üzerindeki gönderilerde eşyanın orijinal ticari faturasının bulunması gerekmektedir. Ticari faturada, eşyanın tanımı, değeri, gönderici ve alıcının adı, adresi, maliyeti, sigorta ve taşıma maliyetleri, maliyetlerin beyan edildiği para birimi, miktar, ağırlık ve Armonize Sistem (HS) kodu gereklidir.
- 1.250 Fas Dirhemi ve üzerindeki gönderiler ve DDP olarak teslim edilen gönderilerde, eşya bireysel gönderi olarak gönderilmediyse temsil yetkisine sahip bir aracı tarafından gümrük işlemlerinin tamamlanması gerekmektedir.
- Gönderiler için EUR.1 belgesi düzenlenmesi durumunda gümrük işlemlerinde avantaj sağlanabilmektedir.
- **Gümrük işlemleri için gerekli olan tüm belgeler İngilizce veya Fransızca dillerinde düzenlenmelidir.**
- E-ticaret platformlarından satın alınan eşya için, eşyanın beyan edilen kıymeti fark etmeksizin vergi ve harçlar uygulanmaktadır. Gönderinin kişiden kişiye (C2C) veya firmadan firmaya (B2B) olması bu durumu değiştirmez.
- Gıda ürünlerinde, Gıda Ürünleri Sağlık Güvenliği Ulusal Ofisi (ONSSA)'nden alınacak Veteriner Sağlık Sertifikası ve/veya Bitki Sağlığı Sertifikası ibraz edilmelidir.
- Et ürünlerinde Fas Standardizasyon Kurumu (IMANOR)'nun Helal Sertifikası; ilaç, kozmetik ve tıbbi ekipmanlarda Sağlık Bakanlığında Tescil Sertifikası gerekmektedir.
- Yarı-mamul tekstil ürünleri yalnızca numune olarak ithal edilebilmektedir.
- Kimyasalların ithalatında, sevkiyat belgelerine bir Ürün Bildirimi eklenmelidir. Ayrıca Gümrük idaresi numunenin analiz edilmesini talep edebilmektedir.
- Vitaminler, proteinler gibi medikal takviyeler için doktor reçetesi veya Sağlık Bakanlığı onayı gerekmektedir.
- Radyo dalgaları yayan ya da radyo dalgaları alan, telefonlar dahil, tüm ekipmanlarda Telekomünikasyon Ajansından izin alınması gerekmektedir.
- Oyuncaklarda, elektrikli ve elektromanyetik ürünlerde, Fas sertifikasının eşya üzerinde bulunması gerekmektedir. Yalnızca bu tip ürünlerde değil lityum bataryalar ve piller, aydınlatmalar, su pompaları, laptoplar, bulaşık ve çamaşır makineleri, tabletler ve TV alıcılarında da bu sertifika gerekebilmektedir.



- Değeri 10.000 Fas Dirhemi ve üzeri olan tekstil ürünleri ile şahsi eşya (personal effects) gönderileri ve değeri 15.000 Fas Dirhemi ve üzeri olan uçak ve makine parçaları için Ticaret ve Sanayi Bakanlığı (MCIA) izni gereklidir.
- Kitapların ithalinde alıcı tarafından alınan Enformasyon Bakanlığının izni gereklidir.
- 10 cm üzerindeki mutfak bıçakları ve kılıçlar; alıcının temin edeceği Savunma Bakanlığı onayına istinaden ithal edilebilmektedir.



45 gün içerisinde gümrük işlemleri tamamlanmayan gönderiler gümrüğe terk edilmiş sayılmaktadır.

- Ahşap ambalaj malzemeleri, "Uluslararası Ticarete Ahşap Ambalaj Malzemesinin Düzenlenmesine İlişkin Kılavuz İlkeler (ISPM)" başlıklı dokümanın Uluslararası Bitki Sağlığı Önlemleri Standartları (ISPM 15) ile uyumlu olarak ISPM İşaretine sahip olmalıdır. Uygun şekilde işaretlenmemiş veya istila belirtileri gösteren ambalaj malzemesi işleme tabi tutulabilmekte, imha edilebilmekte veya ülkeye girişi reddedilebilmektedir.
- Fas Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından gümrük kontrol noktalarında uygunluk sertifikası alınması gereken ürün kategorisi genişletilmiş olup, otomobil yedek parçaları, inşaat malzemeleri, iş kıyafetleri dışındaki giyim ürünleri, cep telefonları için şarj cihazları, power bank, devre kesiciler, battaniyeler, halılar, döşemelik kumaşlar, ayakkabılar, tıbbi olmayan korunma maskeleri, bebek bezi, okul defterleri, boya ve vernik, bebek sandalyeleri, okul çantaları, deriden mamul ürünler ile sınırlı olmamak üzere, Fas'a ihraç edilecek birçok sanayi ürünlerinde uygunluk kontrollerinin çıkış ülkelerinde gerçekleştirilmesi gerekmektedir.



31.4. BELGELER

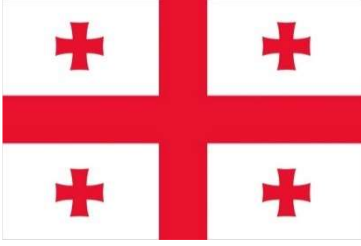
BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
Havayolu Taşıma Senedi (AWB-Air Waybill)	✓
Ticari Fatura	Ülke Gerekliliklerine Göre
Veteriner Sağlık Sertifikası	Dayanıklı Gıdalar, Hayvansal Ürünler
Bitki Sağlık Sertifikası	Dayanıklı Gıdalar, Bitkisel Ürünler
Helal Sertifikası	Et Ürünleri
Tescil Sertifikası	Et Ürünleri, İlaçlar, Kozmetik Ürünler, Tıbbi Cihazlar
Uygunluk Sertifikası	Sanayi Ürünleri (Belirlenen Miktarların Üzerinde), Oyuncaklar, Elektrikli ve Elektromanyetik Ürünler, Lityum Batarya ve Piller, Aydınlatma, Laptoplar, Tabletler, TV Alıcıları
İthalat İzni	Tekstil Ürünleri ve Kozmetik Ürünler (10.000 Fas Dirhemi üzeri), Uçak ve Makine Parçaları (15.000 Fas Dirhemi üzeri), Kitaplar, Radyo ve Elektronik Parçalar, Fosil Taşlar, Kablosuz Ekipmanlar, Telefonlar, Bıçaklar ve Kılıçlar (10 cm üzeri)
Uluslararası Bitki Sağlığı Önlemleri Standartları (ISPM) 15 İşareti	Ahşap Ambalaj Malzemeleri
Malzeme/İçerik Listesi	Kimyasallar
Reçete	İlaçlar, Takviye Edici Gıdalar, Vitaminler, Proteinler

31.5. POSTA Ofisi

Poste Maroc (Barid Al Maghrib SA) (<https://www.poste.ma/>)

31.6. YASAK VE KISITLI EŞYA

YASAK EŞYA	KISITLI EŞYA
• İslam kültürüyle bağdaşmayan öğeler • X-ray cihazları • Tütün ve tütün mamulleri • Reçetesiz ilaçlar • Kripto para (Bitcoin) • Uzaktan kumandalı ve uçabilen oyuncaklar • Kan ve biyolojik materyaller • Kullanılmış giysiler ve kullanılmış lastikler • Halojen yakıt bazı türevleri ve halojen türevleri • kullanılan soğutma ekipmanları • Motorlu taşıtların kullanılmış şasileri • Patlayıcılar ve patlayıcı tozlar • Biyolojik materyaller	• Güzel sanatlar ürünleri • Kimyasallar • Kozmetik ürünler • Dayanıklı gıda ürünleri • Makine parçaları • Elektronik parçalar • Uçak parçaları • Gıda ürünleri, et ürünleri • İlaçlar, tıbbi ekipman • Yarı mamul/bitmemiş tekstil ürünleri • Radyo ekipmanı, kablosuz ekipman • Kitaplar • Oyuncaklar



32.1. DE MINİMİS LİMİTİ

300 Gürcistan Larisi (GEL) (Yalnızca kişisel kullanıma mahsus gönderiler için)

(Ticari gönderilerde de minimis muafiyeti bulunmamaktadır.)

32.2. VERGİ UYGULAMALARI

- Gürcistan Vergi Kanunu uyarınca 300 Gürcistan Larisine kadar olan posta yolu ile ithalat işlemleri gümrük vergisinden ve KDV'den muaftır.
- Değeri 300 Gürcistan Larisini aşan kargolar ise gümrük vergilerine (%0-%12 arasında değişen oranda gümrük vergisi ve %18 oranında KDV) tabi tutulmaktadır.
- Eğer ithalatçı aynı ya da benzer bir ürün ithalatını birkaç defa gerçekleştirirse ve bu durum gümrük idaresince tespit edilirse, ithalatçının ticari faaliyette olduğu kabul edilerek bir sonraki ithalatında eşyanın değerine bakılmaksızın tüm benzer ürünler vergiye tabi tutulmaktadır.
- Ülkemiz ile Gürcistan arasında imzalanan STA kapsamında işlenmiş tarım ürünleri ve sanayi ürünlerinin büyük bir kısmına gümrük vergisi uygulanmamaktadır.

32.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ

- Gönderinin kıymetinin 300 GEL ve ağırlığının 30 kilogramın altında olması halinde, tahsil edilecek tek ve maktu vergiye (var ise) ilişkin olarak posta idaresi ve hızlı kargo firmaları alıcıya bilgi vermekte olup, ödemelerin alıcı tarafından kabul edilmesi halinde (uygulamaları üzerinden) gönderi, alıcının adı soyadına hızlı kargo firması ofisinde bekletilmektedir.
- Sınır ötesi e-ticaret yolu ile yapılan ithalatlarda, tarım ve gıda (Çevre Koruma ve Tarım Bakanlığı), medikal malzemeler ve sağlık ürünleri (Sağlık Bakanlığı) ile bazı elektronik ve inşaat ürünleri (Ekonomi Bakanlığı) için türüne göre lisans, uygunluk belgesi, izin belgesi ya da sertifika gibi bazı ek belgeler talep edilebilmektedir.
- Değerine bakılmaksızın doküman harici tüm gönderiler için, her bir eşyanın değerini, miktarını ve nakliye ücretlerini içerecek şekilde ıslak imzalı 4 adet veya daha fazla sayıda orijinal ticari fatura ibrazı istenmektedir, kopya belgeler gümrük idaresince kabul edilmemektedir.

- Incoterms DDP (gümrük vergileri ödenmiş olarak teslim) teslim şekli kullanılamamakta, gümrük vergilerinin ve diğer giderlerin ithalatçı/alıcı tarafından gümrük idaresine ödenmesi gerekmektedir.
- Gıda, sıvı, ilaç, tıbbi malzemeler, toz ve tohum gibi ürünleri içeren gönderiler muayene işlemleri için gümrük idaresi tarafından durdurulmaktadır. Gümrük işlemlerinde gecikmeler yaşanabilmektedir.
- Kişisel kullanıma mahsus alkol ürünleri 2 şişe ile sınırlandırılmıştır.
- Tıbbi ekipmanların ve tıbbi malzemelerin ithalatında Gürcistan Sağlık Bakanlığından alınacak ithalat izni aranmaktadır.



Alıcısı gerçek kişi olan ilaç gönderilerine izin verilmemektedir.

32.4. BELGELER

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
Havayolu Taşıma Senedi (AWB-Air Waybill)	✓
Ticari Fatura	Ülke Gerekliliklerine Göre
İthalat Lisansı	Tıbbi Ekipmanlar, Tıbbi Malzemeler

32.5. POSTA Ofisi

Georgian Post (<https://www.gpost.ge/>)

32.6. YASAK VE KISITLI EŞYA

YASAK EŞYA	KISITLI EŞYA
• Nükleer materyaller • Uyuşturucu madde kullanımına yönelik cihazlar • Siyasi materyaller • Tütün ve tütün mamulleri • Bitkiler, toprak • Psikoterapi maddeler • İran menşeli ürünler • Toprak • Terörizm, şiddet, ırkçılık, anti-semitizm veya faşizmi savunan ya da teşvik eden basılı yayınlar	• Alkollü içecekler • İlaçlar • Tıbbi ekipmanlar ve tıbbi malzemeler

33.1. DE MINİMİS LİMİTİ

150 Avro (CIF Değer)

33.2. VERGİ UYGULAMALARI

- 150 Avro altındaki kişisel kullanıma mahsus sevkiyatlar KDV dışındaki gümrük vergilerinden muaftır. KDV gönderinin değeri ne olursa olsun, tüm sevkiyatlardan tahsil edilmektedir.
- İtalya'nın KDV sisteminde (Imposta sul Valore Aggiunto-IVA) standart vergi oranı %22'dir. Ancak, su, belirli gıda ürünleri, yolcu taşımacılığı, konut, sosyal hizmetler, gazete ve kitap ürünleri gibi belirli ürünler için KDV oranı %4 ve %10 olarak uygulanmaktadır.
- 150 Avro üzeri sevkiyatlarda ise, gümrük tarife istatistik pozisyonuna (GTİP) göre KDV'nin yanı sıra diğer gümrük vergileri tahsil edilmektedir.

33.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ

Mesafeli satışlarda çevrimiçi perakendeciler AB'nin tamamındaki satışları için tüm KDV yükümlülüklerini yerine getirebilecekleri 'IOSS – İthalat Tek Durak Noktası' adı verilen bir elektronik portala kaydolabilmektedirler. Kayıt olduktan sonra çevrimiçi perakendeciler, periyodik olarak sunacakları beyanname ile tüm AB satışları için portal üzerinden KDV'yi bildirerek ödeyebilmektedir. Bu eşik AB çapında 10.000 Avro olarak uygulanmaktadır. Bu eşik altında, ürünlerin uzaktan satışı AB içindeki vergi mükellefinin yerleşik olduğu Üye Devlette KDV'ye tabi kalabilmektedir.

1. IOSS sistemine kayıt olmak suretiyle;

Çevrimiçi perakendecinin AB IOSS sistemine kaydolması, satış sırasında KDV'yi tahsil etmesi ve aylık olarak ilgili AB ülkesine göndermesi gerekir. IOSS kapsamında gönderim yapılıyorsa, taşıyıcının tüketiciden KDV tahsil etmediğinden emin olmak için, gönderinin açıkça IOSS olarak tanımlanması gerekmektedir. Bunun için, ticari faturanın "Gönderen Vergi Numarası" alanına IOSS KDV numarası eklenmelidir. AB'ye yüksek miktarda gönderi hacmi varsa, bu seçenek önerilmektedir.

IOSS sistemine kayıt olmak isteyen ihracatçıların AB üyesi bir ülkede temsilcilik bulundurmaları veya kendilerini temsil edecek bir aracı tayin etmesi gerekmektedir. İhracatçılar, işletmeden AB’de yerleşik bir tüketiciye yaptıkları (B2C) 150 Avro’ya kadar olan ve ÖTV’ye tabi olmayan eşya için IOSS’i kullanabilmektedir.

Konuyla ilgili ayrıntılı bilgiye İtalyan Vergi Dairesi (Agenzia Entrate) [resmi internet sayfasından](#) veya QR kod okutularak ulaşılabilirliği mümkündür.



Bununla birlikte, sınır ötesi e-ticaret işlemlerine ilişkin AB’de uygulanan KDV kurallarına [resmi internet sayfasından](#) veya QR kod okutularak ulaşılabilirliği mümkündür.



E-ticaret tedarikçileri ve pazaryerleri/platformları, 150 Avroyu aşmayan sevkiyatlarda üçüncü ülkelerden ithal edilen ürünlerin mesafeli satışlarında KDV beyan etmek ve ödemek için basitleştirilmiş IOSS sistemini kullanmaktadır. Satıcılar ve pazaryerleri; IOSS portalına üye olarak değeri 150 Avro altında olan bireysel gönderiler için KDV ödemelerini portal üzerinden gerçekleştirebilmektedir.

2. IOSS sistemine kayıt olmaksızın;

A. KDV’nin çevrimiçi perakendeci tarafından tahsili: Ödeme sırasında tüketiciden KDV (ve varsa diğer vergiler/harçlar) tahsil edilir, bu siparişler gümrük vergileri ve harçları önceden ödenmiş (DDP) olarak gönderilir ve ithalat sonrasında ödenen vergi ve harçlar operatör tarafından satıcıya geri fatura edilir. Bu yöntem, gönderimde gecikmeleri önlediği, tüketicilerin tüm maliyetleri önceden ödediği ve ithalat sırasında ek ücretlerle karşılaşmayacağı için önerilir. Taşıyıcının tüketiciden KDV tahsil etmediğinden emin olmak için, gönderinin “faturayı gönderen/üçüncü taraf” olarak açıkça belirtilmesi gerekmektedir.

B. KDV’nin taşıyıcı tarafından tahsili: AB’nin “Özel Düzenleme” olarak adlandırdığı bu yöntemde, taşıyıcı, KDV’yi (ve varsa diğer vergileri/harçları) ithalattan sonra ancak teslimattan önce tüketiciden/alıcıdan tahsil etmektedir. Gönderinin gümrük işlemleri yalnızca varış ülkesinde yapılabilmesi ve alıcıdan vergi tahsil edilinceye kadar gönderi teslim edilmemesi; bu da önemli gecikmelere ve ek nakliye ücretlerine neden olabilmektedir.

- Gönderilerde uygulanacak vergi oranları, gönderinin nihai varış ülkesine ait KDV oranı kuralları çerçevesinde belirlenmektedir.

Gerçek kişilere yapılan gönderilerde, ticari faturada bu kişilerin (veya temsilcisinin) sosyal güvenlik numarası aranmaktadır. Ayrıca bu gönderilere ait havayolu taşıma senedinde ithalatçının/alıcının tam adresinin ve telefon numarasının yer alması gerekmektedir. Eksik adres ve telefon numarası olan gönderiler, 5 gün içerisinde mahrece iade edilmektedir.

- Kozmetik ürünler ve kimyasallar yalnızca ticari gönderilere konu edilebildiğinden normal ithalat rejimi hükümlerine tabidir. Bu tür eşyanın İtalya'ya gelişinden 30 gün önce alıcının İtalya Sağlık Bakanlığı'ndan özel izin alması gerekmektedir. Eşyanın test amaçlı olması durumunda ise bu izne gerek bulunmamakta, ancak alıcı tarafından eşyanın toksik veya narkotik madde içermediğini ve laboratuvar testlerinde kullanılacağını belirten yazılı beyanın sunulması gerekmektedir.

Tıbbi malzemeler, bilgisayar parçaları, elektronik parçalar, makine parçaları kablosuz ekipmanlar ve oyuncakların ithalatında; ürünlerin Avrupa standartlarına uygun olup olmadığı ve CE işareti taşıyıp taşımadığı ticari faturada açıkça belirtilmelidir.



- Tıbbi malzeme, tıbbi ekipman ve ortopedik implantlar Sağlık Bakanlığının onayına tabi olup, sağlık sertifikası için ek ücret talep edilebilmektedir.
- Tekstil ürünleri ithalatında, menşe ülkesi Belarus, Kuzey Kore, Sırbistan, Karadağ, Özbekistan ve Vietnam olması halinde İtalya Dış Ticaret Bakanlığı'ndan İthalat Lisansı alınması gerekmektedir.
- Biyolojik materyallerin sevkiyatında biyolojik ürün beyanı (Biological Goods Declaration) ibraz edilmelidir.
- Deriden mamul eşya gönderilerine ait ticari faturada, CITES hükümleri uyarınca derinin elde edildiği hayvanın Latince adı belirtilmelidir.
- Sevkiyat başına 1.000 Avro ve üzerindeki gönderilerin (özellikle altın ve gümüş gibi kıymetli maden ve taşlar) yalnızca havayolu ile taşınmasına izin verilmektedir. Nihai teslimat işlemleri alıcının kendisi tarafından yerine getirilmelidir.
- Mücevher, altın, gümüş ve/veya kıymetli taşlar ticari faturada belirtilen eşyanın net ağırlığına sahip olmalıdır.
- Yeşil kahve ve her türlü tohum için bitki sağlığı izni gereklidir. Bu sebeple, gümrük işlemlerinde gecikmeler yaşanabilir.

- Yeşil kahve, gıda ürünleri (otlar ve baharatlar), süt enzimleri (3002 tarife pozisyonu), ilaçlar (tıbbi ürünler) ile bireysel/ticari kullanım amaçlı kozmetik ürünler İtalyan resmi kurum onayına tabidir. Bunun için ithalatçı/alıcıdan ilave ücret talep edilebilmektedir.



İlaç, vitamin, gıda ve gıda takviyeleri sevkiyatlarının, muayene ve ithalat onayı için Sağlık Bakanlığına sunulması gerekmektedir. Düşük değerli gönderiler bu kuraldan muaf değildir. Bu tür gümrük hizmeti için ilave gümrük müşavirliği ücretleri tahsil edilebilmektedir. Sağlık sertifikası için de ek ücret talep edilebilmektedir.

Ayrıca, Çin ve Vietnam'da üretilen ayakkabılara %4,9'dan %19,4'e kadar değişen oranda anti-damping vergisi uygulanmaktadır.

NUMUNELER

Ticari ve kişisel numune gönderilerinin ağırlığı 3 kilogramı geçemez. Havayolu taşıma senedinde ve ticari faturada "Numunedir, yeniden satışa konu edilemez" gibi ifadeler bulunmalı ve detaylı açıklama içermelidir. Söz konusu gereksinimler yerine getirildiğinde vergilerden muaf olarak eşyanın gümrük işlemleri tamamlanabilir. Ancak gönderinin değeri 22 Avro üzerinde ise gümrük vergilerine tabidir.



33.4. BELGELER

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
Havayolu Taşıma Senedi (AWB-Air Waybill)	✓
Ticari Fatura	Ülke Gerekliliklerine Göre
A.TR Dolaşım Belgesi	✓
Bitki Sağlık Sertifikası	Bitkisel Ürünler, Dayanıklı Gıdalar, Yeşil Kahve, Tohumlar
Veteriner Sağlık Sertifikası	Hayvansal Ürünler, Dayanıklı Gıdalar
İthalat Lisansı/İzni	Uçak Parçaları, Farmasötik Ürünler, Tekstil Ürünleri
Malzeme Güvenlik Bilgi Formu (MSDS)	Biyolojik Materyaller
CITES Belgesi	Nesli Tehlike Altında Olan Hayvan ve Bitkilerden Elde Edilen Ürünler
CE Belgesi/Beyanı	Elektrikli ve Elektronik Ürünler, Oyuncaklar, Makine Parçaları, Bilgisayar Parçaları
Menşe Şahadetnamesi	Tekstil Ürünleri (25 kg. aşan gönderiler)
Gözetim Belgesi	Çin Menşeli Tekstil Ürünleri

33.5. POSTA Ofisi

Poste Italiane (<https://www.poste.it/>)

33.6. YASAK VE KISITLI EŞYA

YASAK EŞYA	KISITLI EŞYA
• Tütün ve tütün mamulleri • Gıda takviyeleri, katkı maddeleri • Stevia içeren vitaminler • Hayvan derileri (evcilleştirilmemiş) • Sahte ve korsan ürünler • Yüksek değerli eşyalar (örn, sanat eserleri, antikalar, kıymetli madenler ve taşlar) • Ateşli silahlar, mühimmat • Kürkler • Fildişi ve fildişi ürünleri • Canlı hayvanlar • Para ve kıymetli evraklar • Bozulabilir ürünler • Kişisel eşya (seçilmiş ülkelere MBE Merkezleri aracılığıyla yapılanlar hariç) • Pornografik materyaller • Uyuşturucu ürünleri • Bitkiler, tohumlar • İran menşeli ürünler	• Alkol ve alkollü içecekler • Gıda ürünleri • Bitkiler ve tohumlar • Kozmetik ürünler • Kimyasallar • Biyolojik materyaller • Deriden mamul ürünler • Tekstil ürünleri



34.1. DE MINİMİS LİMİTİ

200 Avro (CIF Değer) veya 31 kilogram

34.2. VERGİ UYGULAMALARI

- Kişisel kullanıma mahsus gönderiler, aşağıdaki kriterlerin karşılanması durumunda harç ve vergiler ödenmeden gümrükten çekilmesine olanak sağlayan basitleştirilmiş bir uygulamaya tabidir:
 - Alıcı tarafından alınan gönderilerin toplam değeri, navlun masrafları dahil 1 (bir) takvim ayı içinde 200 Avro'yu aşmamalıdır.
 - Gönderinin toplam ağırlığı 31 kilogramı geçmemelidir.
 - Gönderi kişisel kullanıma yönelik olmalı ve ticari amaç taşımamalıdır.



Yukarıdaki koşulları karşılamayan kişisel gönderiler de ithal edilebilmekte; ancak gümrük vergisi ve KDV geçerli olmaktadır.

- CIF değeri 200 Avro'nun üzerindeki sevkiyatlarda, gönderinin fatura değeri, nakliye masrafları, gümrük vergisi ve harçların toplamı üzerinden KDV tahsil edilmektedir.
- CIF değeri 200 Avro'nun üzerindeki sevkiyatlarda, 200 Avro'yu aşan kısmın %15'i kadar gümrük vergisi tahsil edilmektedir. Miktarı 31 kilogramı aşan gönderilerde ise kilogram başına 2 Avro tahsil edilmektedir.
- Kazakistan, Avrasya Ekonomik Birliği (AEB) üyesi olup, üye ülkelerle ortak ticaret politikaları ve tarifeler uygulanmaktadır. Bu bağlamda, Kazakistan pazarına girişte uygulanan gümrük vergisi oranları (<https://eec.eaeunion.org/comission/departement/catr/ett/>) esasen AEB tarafından belirlenmektedir.



34.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ

- Gönderinin kıymetinin 200 Avro'nun altında olması halinde posta idaresi ve kargo firmaları alıcıya bilgi vermektedir.
- Ağırlığı brüt 31 kilogram ve/veya kıymeti 200-1.000 Avro arasında kişisel kullanım amacına yönelik gelen eşya için kargo operatörleri alıcı adına detaylı beyan vererek gümrük işlemlerini gerçekleştirebilmektedir.
- Basitleştirilmiş beyan, alıcının kendisi veya alıcı adına hareket eden kişi tarafından doldurulabilmekte ve imzalanabilmektedir.
- Gümrük idaresinde tutulan/bekletilen ürünlerin gümrük işlemlerinin alıcı tarafından tamamlanması, vergi ve harçların doğrudan alıcı tarafından ödenmesi gerekmektedir.
- Gümrük işlemlerinde eşyanın Armonize Sistem Kodunu (HS Code) içeren, eşyanın ağırlığını ve kıymetini belirten orijinal faturanın bulunması gerekmektedir. E-fatura kabul edilebilmektedir.
- **Numuneler ticari amaçlı eşya olarak nitelendirilmekte ve resmi izne tabi olmaktadır.**
- Toz halindeki ürünler yalnızca tüzel kişilerden tüzel kişilere (B2B) gönderilebilmektedir.
- Kimyasalları içeren gönderiler laboratuvar tahliline tabi olmakta ve eşya gerçek kişiye gönderilmiş ise kişinin vergi levhasının bulunması, firmaya gönderilmiş ise firmanın "ithalat lisansı"nın bulunması gerekmektedir.
- Bilgisayar ve bilgisayar parçalarının gümrük işlemlerinin tamamlanabilmesi için, gönderinin varışını müteakip Ulusal Güvenlik Komitesinin denetiminden geçmesi gerekmektedir.
- Rusya dışındaki üçüncü ülkelerden gönderilen Rus menşeli ürünler kısıtlamalara tabi olabilmektedir.
- Alıcıdan alınan yükümlülük mektubu ve açıklama mektubu gibi ek belgeler gümrük denetmenlerince talep edilebilmektedir.



- Almatı Uluslararası Havaalanı gümrüklü antreposunda terminal elleçleme ücreti gümrük vergisine tabi her gönderi için 5.000 Kazakistan Tengesidir. Bu ücret, varış gününden itibaren 30 gün boyunca gümrükleme ve depolama için belgelerin hazırlanmasını kapsar. 50 kilogram üzerindeki gönderiler için Almatı'ya 3 gün sonra ve diğer şehirlere 10 gün sonra ek depolama ücreti (kg/gün başına 65 Kazakistan Tengesini) uygulanmaktadır.

- Kazakistan'a yapılacak gönderilerde yasak ve kısıtlamalar, AEB'nin gümrük sınırından geçen ürünlere uygulanmaktadır. Bunlar, Antlaşma uyarınca tek taraflı olarak getirilen önlemler, teknik yönetmelik önlemleri, sıhhi, veterinerlik, sağlık ve karantina bitki sağlığı önlemleri, ihracat kontrol önlemleri dahil, askeri ürünlerle ilgili önlemler ve Antlaşma ve/veya Kazakistan Cumhuriyeti mevzuatı uyarınca belirlenen radyasyon gereksinimleri dahil tarife dışı yönetmelik tedbirleri olup, sıhhi-epidemiolojik, veterinerlik, karantina bitki sağlığı, radyasyon kontrolünün (denetim) sonuçlarıyla doğrulanmaktadır.

34.4. BELGELER

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
Havayolu Taşıma Senedi (AWB-Air Waybill)	✓
Ticari Fatura	Ülke Gerekliliklerine Göre
İthalat İzni	Kablosuz Ekipmanlar, Bilgisayarlar ve Parçaları, Sanat Eserleri
İthalat Lisansı	Tıbbi Ekipmanlar, Tıbbi Malzemeler, Kimyasallar
Laboratuvar Tahlili	Kimyasallar

34.5. POSTA Ofisi

KazPosta (<https://www.post.kz>)

34.6. YASAK VE KISITLI EŞYA

YASAK EŞYA	KISITLI EŞYA
• Antika eşya • Petrol ürünleri • Tütün ve tütün mamulleri, elektronik sigara, opium veya haşhaş gibi uyuşturucu madde içiminde kullanılan cihazlar • Alkol ve alkollü içecekler • Kürkler • Yangın söndürücüler • Kumar makineleri • Kıymetli taşlar (işlenmemiş), kıymetli maden ve metaller (işlenmemiş) • Askeri ekipman, patlayıcı cihazlar, barut, mermiler • Siyasi materyaller • Mutfak bıçakları • İlaçlar • Takviye edici gıdalar ve vitaminler • Cep telefonu vb.	• Tıbbi ekipman ve tıbbi malzemeler • Kablosuz ekipmanlar • Kimyasallar • Sanat eserleri • Bilgisayarlar ve bilgisayar parçaları

**35.1. DE MINİMİS LİMİTİ**

200 Avro (CIF Değer) veya 31 kilogram

35.2. VERGİ UYGULAMALARI

- 150 Avro altındaki kişisel kullanıma mahsus sevkiyatlar KDV dışındaki gümrük vergilerinden muaftır. KDV ise gönderinin değeri ne olursa olsun, tüm sevkiyatlardan tahsil edilmektedir. {Gerçek kişilerden gerçek kişilere gönderilen (C2C) ve kıymeti 45 Avro'ya kadar olan hediyeler gümrük vergisi ve KDV'den muaftır.}
- 150 Avro üzeri sevkiyatlardan ise, gümrük tarife istatistik pozisyonuna göre gümrük vergisi ve KDV'nin yanı sıra diğer vergiler tahsil edilir.
- Yalnızca üçüncü ülkelerden gelen ürünler gümrük vergilerine tabidir. (Üçüncü ülkelerden ithal edilen ürünlerin Romanya'da serbest dolaşımı için geçerli olan gümrük vergileri, tarife ve istatistiksel isimlendirme ve Ortak Gümrük Tarifesi hakkında 2658/87 sayılı Konsey Tüzüğü (EEC) tarafından kabul edilen Avrupa Birliği Ortak Gümrük Tarifesinde yer alan gümrük vergileridir.)

35.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ

- Mesafeli satışlarda çevrimiçi perakendeciler AB'nin tamamındaki satışları için tüm KDV yükümlülüklerini yerine getirebilecekleri 'IOSS – İthalat Tek Durak Noktası' adı verilen bir elektronik portala kaydolabilmektedirler. Kayıt olduktan sonra çevrimiçi perakendeciler, periyodik olarak sunacakları beyanname ile tüm AB satışları için portal üzerinden KDV'yi bildirerek ödeyebilmektedir. Bu eşik AB çapında 10.000 Avro olarak uygulanmaktadır. Bu eşik altında, ürünlerin uzaktan satışı AB içindeki vergi mükellefinin yerleşik olduğu Üye Devlette KDV'ye tabi kalabilmektedir.

1. IOSS sistemine kayıt olmak suretiyle;

- Çevrimiçi perakendecinin AB IOSS sistemine kaydolması, satış sırasında KDV'yi tahsil etmesi ve aylık olarak ilgili AB ülkesine göndermesi gerekir. IOSS kapsamında gönderim yapılıyorsa, taşıyıcının tüketiciden KDV tahsil etmediğinden emin olmak için, gönderinin açıkça IOSS olarak tanımlanması gerekmektedir. Bunun için, ticari faturanın "Gönderen Vergi Numarası" alanına IOSS KDV numarası eklenmelidir. AB'ye yüksek miktarda gönderi hacmi varsa, bu seçenek önerilmektedir.

1. IOSS sistemine kayıt olmaksızın;

A. KDV'nin çevrimiçi perakendeci tarafından tahsili: Ödeme sırasında tüketiciden KDV (ve varsa diğer vergiler/harçlar) tahsil edilir, bu siparişler gümrük vergileri ve harçları önceden ödenmiş (DDP) olarak gönderilir ve ithalat sonrasında ödenen vergi ve harçlar operatör tarafından satıcıya geri fatura edilir. Bu yöntem, gönderimde gecikmeleri önlediği, tüketicilerin tüm maliyetleri önceden ödediği ve ithalat sırasında ek ücretlerle karşılaşmayacağı için önerilir. Taşıyıcının tüketiciden KDV tahsil etmediğinden emin olmak için, gönderinin "faturayı gönderen/üçüncü taraf" olarak açıkça belirtilmesi gerekmektedir.

B. KDV'nin taşıyıcı tarafından tahsili: AB'nin "Özel Düzenleme" olarak adlandırdığı bu yöntemde, taşıyıcı, KDV'yi (ve varsa diğer vergileri/harçları) ithalattan sonra ancak teslimattan önce tüketiciden/alıcıdan tahsil etmektedir. Gönderinin gümrük işlemleri yalnızca varış ülkesinde yapılabilmekte ve alıcıdan vergi tahsil edilinceye kadar gönderi teslim edilmemekte; bu da gecikmelere ve ek nakliye ücretlerine neden olabilmektedir.



Gümrük kıymetinden bağımsız olarak her durumda KDV tahsilatını garanti altına almak üzere H7 Gümrük beyannamesi (Super Reduced Dataset) düzenlenmesi zorunludur.

- Değeri 10 Avro'nun üzerinde olan gönderiler, ön beyan, tamamlayıcı beyan ve gümrük yardım danışmanlığı gibi formalitelere ilişkin işlem ücretleri ödenmesini gerektirebilmektedir.
- Değeri 150 Avro'nun üzerindeki gönderilerin kargo firmasından teslim alınabilmesi için EORI numarası alınarak söz konusu gümrük vergilerinin ödenmesi gerekmektedir. EORI numarasının alınması ücret karşılığı kargo şirketi tarafından gerçekleştirilebileceği gibi, şahsen EORI başvurusunda da bulunulabilir, Romanya'da yerleşik kişiler söz konusu olduğunda, başvuru sahibinin merkezinin/ikametgahının bulunduğu Bölgesel Gümrük Müdürlüğüne hitapla Romanya Gümrük Otoritesinin web sayfasından talep edilebilmektedir. <https://www.customs.ro/e-customs/eori/sistem-informatic> adresinden bilgi edinilebilmektedir.
- Kozmetik ürünler, kimyasallar, biyolojik materyaller ve tıbbi malzemelerin ithalatında "analiz sertifikası" sevkiyata eşlik etmelidir.
- Dayanıklı gıda ürünlerinde Romanya Ticaret Bakanlığı tarafından inceleme yapıldığı için sevkiyatlarda gecikme yaşanabilmektedir.

- Görsel-işitsel medya ithalatında, eşyanın uzunluğu, genişliği, süresi ve kısaca içeriğiyle beraber neden ithal edildiğini gösteren ticari faturanın bulunması zorunludur.



- Yazılım ürünlerinde, ürünün güncelleme mi yoksa yeni bir yazılım mı olduğu ticari faturada belirtilmelidir.
- Gümrük işlemlerinde manuel (el yazısıyla yazılan) faturalar kabul edilmemektedir. Ticari müşterilere (şirketlere) yönelik tüm gönderiler, eşyanın tam tanımını, faturaların Romence çevirisini ve yerel dilde doğru tarife kodlarını içermelidir. Bu koşulların sağlanamaması halinde, gümrük işlemlerinde gecikmelere neden olmaktadır.
- Kişisel kullanıma mahsus farmasötik ürünlere ıslak imzalı doktor reçetesi ile beraber ilacın formunu (tablet, sıvı vs.), paketleme şeklini, alınması gereken dozajı ve hangi durumu tedavi ettiğini belirten belgeler eşlik etmelidir.

▪ Gerçek kişilere gönderilen gümrük vergisine tabi tüm ürünlerin gümrük işlemleri varışta kargo firmasınca gerçekleştirilir. Eşyanın alıcı tarafından reddedilmesi halinde vergiler ve harçlar göndericiye yansıtılacaktır. Gümrük sorunları çözüme kavuşmaz ise sevkiyat gönderene iade edilecektir.

- Bükreş Havaalanı dışındaki limanlarda gümrük işlemlerinin yapılması icap eden veya iç transfer gerektiren gönderiler ek ücrete tabi olabilmektedir.



Sevkiyatın varışının 6. (altıncı) gününden sonra gümrükleme belgesi bekleyen gönderiler için depolama ücreti geçerli olabilmektedir. Gümrük işlemlerinin harici (kargo firması dışındaki) bir komisyoncu tarafından yapılması durumunda ücretler ilk günden sonra geçerli olabilmektedir.

- Gerçek kişiler arasındaki tüm gönderilere (C2C), "Yalnızca gümrük amaçlı değer (Value for customs purposes only)" yazan bir "proforma fatura" eşlik etmelidir.
- Toz formundaki eşyanın ithalatı yalnızca numune ile sınırlı olmaktadır.
- Gümrük idaresi, ticari faturalarda ve havayolu konşimentolarında yalnızca belirli para birimlerini (USD, EUR, AUD, CAD, CHF, CZK, DKK, GBP, HUF, JPY, NOK, PLN, SEK, BGN, EGP, MDL, RUB, TRY, AED, BRL, CNY,

INR, KRW, MXN , NZD, RSD, UAH ve ZAR) kabul etmektedir. Diğer tüm para birimleri EUR veya USD cinsinden olmalıdır.

- Gümrük işlemleriyle ilgili ayrıntılı bilgiye <https://www.customs.ro/> adresinden ulaşılabilir. Romanya Gümrük İdaresi tarafından, sınır ötesi e-ticarete yönelik spesifik bir mevzuat bulunmadığı, öte yandan gerek AB gerek Romen mevzuatı çerçevesinde birçok ürünün ithalatına yönelik kısıtlamaların/yasakların bulunduğu, bu uygulamalara ilişkin düzenlemelerin şeffaf bir şekilde internet sitelerinde yer aldığı ve anılan düzenlemelere ürünlerin gümrük tarife pozisyonlarının sistemde sorgulanması yöntemi ile internet sitesi üzerinden ulaşılacağı ve bu şekilde ulaşılan düzenlemelerin sınır ötesi e-ticaret uygulamalarını da kapsadığı belirtilmiştir. Ayrıca, https://taxation-customs.ec.europa.eu/customs-4/prohibitions-and-restrictions_en bağlantısı düzenlemelere ilişkin faydalı bir kaynak niteliğindedir.

35.4. BELGELER

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
Havayolu Taşıma Senedi (AWB-Air Waybill)	✓
Ticari Fatura	Ülke Gerekliliklerine Göre
Menşe Şahadetnamesi	Deriden Mamul Ürünler, Tıbbi Malzemeler, Elektronik Parçaları, Makine Parçaları, Tekstil Ürünleri, Yazılım
İthalat Lisansı	Tıbbi Malzemeler, Dayanıklı Gıdalar, Elektronik Ürünler, Makine Parçaları, Bilgisayar Parçaları, Kablosuz Ekipmanlar, Kamera
İthalat İzni	İlaçlar, Tıbbi Malzemeler
Sağlık Sertifikası	Deriden Mamul Ürünler, Tohumlar

35.5. POSTA OFİSİ

Kyrgyz Express Post LLC (<https://kyrgyzpost.kg>)

35.6. YASAK VE KISITLI EŞYA

YASAK EŞYA	KISITLI EŞYA
- Ateşli silahlar - Bağımlılık yapıcı ilaçlar - Terörizm, şiddet, savaş, ırkçılık, antisemitizm ya da faşizmi teşvik eden veya savunan basılı materyaller - Alkol ve alkollü içecekler, likör - Boş kredi kartları	- Oyuncaklar - Dayanıklı gıdalar - Kamera - İlaçlar - Deriden mamul ürünler - Tıbbi malzemeler

-
- Bilgisayar ve bilgisayar parçaları
 - Elektronik ve makine parçaları
 - Tekstil ürünleri
 - Kablosuz ekipmanlar
 - Tohumlar



36.1. DE MINİMİS LİMİTİ

1.000 ABD Doları (3 aylık dönem için azami değer)

36.2. VERGİ UYGULAMALARI

- Ticari fatura ve nakliye bedeli toplamı 1.000 ABD Doları'nın altında olan uluslararası posta ve hızlı kargo gönderileri ile gerçek kişilere gönderilen şahsi sevkiyatlar, gümrük onayı ve şahsi kullanım için makul miktara bağlı olmak üzere vergi ve harçlardan muaftır.

36.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ

- Özbekistan'a yapılacak gönderiler için gümrük geçiş kapısı yalnızca Taşkent olacaktır. Varış noktası Taşkent haricinde adrese gönderilen sevkiyatların alıcıları, gümrük idaresince talep edilmesi halinde eşyayı Taşkent gümrüğüne ibraz etmek durumundadır.

Ticari değeri olmayan gönderiler kabul edilmemektedir. Havayolu taşıma senedinde ve ticari faturada mutlaka eşyanın nominal değerinin yer alması gerekmektedir.

Böyle durumlarda, gönderinin gümrük işlemlerinin Taşkent'te tamamlanmasını müteakip eşya teslimat için varış noktasına iletilir.

- Kuruluşlara yetkili makamlar tarafından verilen izinler temelinde aşağıdakileri göndermesine izin verilir:
 - Araştırma çalışmalarının sonuçları, yöntem bilgisi (know-how), buluşlar Özbekistan Cumhuriyeti Adalet Bakanlığı tarafından;
 - Sanat eserleri Özbekistan Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından;
 - Özbekistan Cumhuriyeti'nin "Kırmızı Kitabı"na dahil olan bitkiler ve hayvanlar Ekoloji, Çevre Koruma ve İklim Değişikliği Bakanlığı tarafından;
 - İlaçlar, tıbbi amaçlı ürünler ve tıbbi cihazlar Özbekistan Sağlık Bakanlığı İlaç ve Tıbbi Ürünler Düzenleme Dairesi tarafından;

- Narkotik ve psikotropik maddelerin ve prekürsörlerin tıbbi veya bilimsel amaçlarda, onların ihraç edilmelerine izin verilen ülkelere ve resmi sözleşmelere uygun olarak Sağlık makamları tarafından Ulusal Güvenlik Servisi, İçişleri makamları ile koordinasyon halinde verilen sertifikalar temelinde Devlet Uyuşturucu Kontrol Komisyonu izniyle;
- Toplanması ve avlanması sınırlı veya geçici olarak yasaklanmış bitki ve hayvanlar Özbekistan Cumhuriyeti Tarım Bakanlığına bağlı Bitki Karantina ve Koruma Ajansı ile Veterinerlik ve Hayvancılığı Geliştirme Komitesi izniyle.

Kişisel kullanıma mahsus alkol/likör 2 (iki) şişe ile sınırlıdır.

- Gönderinin birden fazla ürün içermesi veya ithalat izninin/sertifikasının gerekli olması durumunda ek ücretler geçerli olabilmektedir.

- Numune gönderileri, alıcıdan numunelerin amacını teyit eden bir mektup gerektirir. Gümrük, bu bilgi için alıcıyla iletişime geçmektedir.
- Gerçek kişilere gönderilen doküman harici tüm bireysel gönderilerde, gümrük beyannamesinin işlenmesi için alıcının pasaport numarası gerekmektedir. Pasaport ayrıntılarının eksik olması gümrük işlemlerinde gecikmelere neden olacaktır.

36.4. BELGELER

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
Havayolu Taşıma Senedi (AWB-Air Waybill)	✓
Ticari Fatura	Ülke Gerekliliklerine Göre
İthalat İzni	Sanat Eserleri, Tıbbi Ekipmanlar, Tıbbi Malzemeler, İlaçlar, Bitkiler, Bitkisel ve Hayvansal Ürünler, Narkotik ve Psikotropik Maddeler, Prekürsörler
Malzeme Güvenlik Bilgi Formu (MSDS)	Kimyasallar

36.5. POSTA OFİSİ

O'zbekiston Pochtasi (<https://uz.post/>)

36.6. YASAK VE KISITLI EŞYA

YASAK EŞYA	KISITLI EŞYA
• Opium veya haşhaş gibi uyuşturucu madde içiminde kullanılan cihazlar • Kameralı dronlar • Dini kitaplar • Kıymetli madenler ve metaller • Askeri malzeme, ateşli silahlar ve bunların aksam ve parçaları, sinyal, pnömatik, gaz silahları, mühimmat, soğuk çelik (ateşli silahlar dahil), elektroşok cihazlar ve buji (kıvılcım aralığı dürtüsü), donatılmamış patlayıcı cihazlar, el bombaları, mermiler dahil ve diğer benzer hakların yanı sıra bu tür cihazların ve hakların modelleri • Narkotik ilaçlar, psikotropik, yüksek etkili, radyoaktif, patlayıcı, zehirli, aşındırıcı, yanıcı ve diğer tehlikeli maddeler (belirli ürünler hariç) • Özbekistan Cumhuriyeti banknotları ve dövizleri (Özbekistan Merkez Bankası ve kurumları tarafından gönderilenler hariç) • Sahte ve korsan eşya • Ahlaka aykırı veya sapkın ahlak özellik taşıyan ürünler • İthalat veya dolaşım için ülkesinde yasaklanmış ürünler • Canlı hayvanlar • Lityum elementler veya lityum piller (cihazların içinde veya cihazlardan ayrı olarak) • İnsan ve çevre sağlığı için tehlike arz eden ürünler • Diğer sevkiyatları ve posta ekipmanlarını kirletebilecek veya zarar verebilecek ürünler • Biyolojik materyaller	• Araştırma çalışmalarının sonuçları, yöntem bilgisi (know-how), buluşlar • Sanat eserleri • Özbekistan Cumhuriyeti'nin "Kırmızı Kitabı"na dahil olan bitkiler ve hayvanlar • İlaçlar, tıbbi ekipman ve tıbbi malzemeler Avlanması ve toplanması sınırlı veya geçici olarak yasaklanmış bitkiler ve hayvanlar



37.1. DE MINİMİS LİMİTİ

- 200 ABD Doları (Ulusal posta şirketleri operasyonları)
- 100 ABD Doları (Kargo şirketlerinin operasyonları)

37.2. VERGİ UYGULAMALARI

- E-ticaret işlemlerinde alıcı, eşyanın değerine bağlı olarak, 100 ABD Doları'na kadar olan ürünler için %13 oranında geçici KDV ve değeri 100 ABD Doları üzerindeki ürünler için mevcut mevzuatta öngörülen %15 ila %35 arasında değişen vergileri ödemek zorundadır. Bu işlemler ithalat vergisinden muaftır ancak KDV'den muaf değildir.
- Vergiler eşyanın ağırlığı (kg/lb) üzerinden değil, eşyanın değeri üzerinden (ad valorem) alınmaktadır.

37.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ

- Satın alma işlemi gerçekleştirildikten sonra alıcının ödeme makbuzunu posta idaresine veya kurye şirketine göndermesi gerekmektedir. Alıcının vergilerin ödendiğine dair makbuzu sunmaması durumunda eşya teslim edilmemektedir.
- Alıcının kişisel bilgilerini, ithal ettiği ürünleri ve ödeme dekontunu Paraguay Gümrüğüne bildirmesi gerekmektedir.
- Gümrük idaresi eşyanın cinsine ve değerine göre ödenmesi gereken vergi tutarını kuryeye bildirir.
- Doküman harici tüm gönderilere orijinal fatura eşlik etmelidir. Fatura numarası belirtilmelidir. Proforma faturalar kabul edilmemekte, gümrük idaresince ceza uygulanabilmektedir.
- Gümrük işlemlerinde gecikmeleri önlemek için, havayolu taşıma senedinde alıcının adı, adresi ve telefon numarasının doğru olması gerekir. Gerekli tüm gümrük evraklarını imzalamak için alıcıyla iletişime geçilmesi gerekebilmektedir.

- Eksik veya yanlış bilgi (alıcı adı, vergi numarası, eşyanın detaylı açıklaması, beyan edilen değer ve/veya ağırlık) içeren gönderiler gümrük işlemlerinde gecikmelere, para cezalarına ve ek ücretlere tabidir.



İthalatçıların/alıcıların yılda birden fazla gönderi almaları durumunda, "Resmi İthalatçı" olarak kayıtlı olmaları gerekmektedir. Söz konusu kural tüm eşyalar için geçerlidir.

- Değeri 100 ABD Doları ve üzerinde olan bireysel gönderiler ile tüm ticari gönderilerin gümrük işlemleri, alıcı ve/veya alıcının belirlediği komisyoncu tarafından yapılmalıdır. Bu prosedüre "resmi izin" denilmektedir. Paketlerin gümrükleme süreci 48 ila 72 saat sürmektedir. Alıcının ithalatçı olarak kayıtlı olmadığı veya Mercosur'dan yapılan (bu durumda bazı vergilerden muaftır) gönderiler için vergiler ve harçlar tahakkuk ettirilir.
- İki tip lityum iyon pil - UN 3481 (PI 966 ve PI 967) kabul edilir ve "Gönderici Beyanı" ile birlikte lityum piller için "Taşıma Belgesi Formu" gereklidir. Bu formları gönderici doldurmalı ve hava konşimentosu ile ticari faturaya zorunlu olarak eklenmelidir.



Hayvan ilaçları, tohumlar, gübreler ile tarım ve hayvancılıkla ilgili her türlü ürün için sevkiyatın varışından önce alıcının Tarım Bakanlığından özel izin alınması gerekmektedir. Varış öncesi izin alınmaz ise paket gümrük tarafından reddedilebilmekte ve göndericinin hesabına yansıtılan vergi ve harçlarla birlikte gönderi mahrece iade edilmekte veya alıcı/ithalatçı, para cezalarını ödeyerek gönderiyi gümrükten çekmeyi talep edebilmektedir.

- Değeri 100 ABD Doları'na (beyan edilen değer, navlun ve sigorta dahil) kadar olan numune gönderileri (beyan edilen değer, navlun ve sigorta dahil) vergiye tabidir. Menşesine bağlı olarak %13 KDV ücreti tahakkuk ettirilebilir.
- Yarı mamul ve nihai tekstil ürünleri, ayakkabı, CD, DVD kasetleri, film (video) ve cep telefonlarının ithalatı için gönderinin varışından önce Sanayi ve Ticaret Bakanlığından özel izin alınması gerekmektedir. Yalnızca kayıtlı kişiler veya ithalatçı olarak hareket eden şirketler izin alabilir. Sevkiyat öncesinde izin alınmazsa, varış

paketi gümrük tarafından reddedilebilir ve göndericinin hesabına yansıtılan vergi ve harçlarla birlikte gönderi mahrece iade edilir veya alıcı/ithalatçı, para cezalarını ödeyerek gönderiyi gümrükten çekmeyi talep edebilir.

Silah, mühimmat, güvenlik yelekleri ve bunların parçaları, gönderinin varışından önce alıcı tarafından Paraguay Silahlı Kuvvetlerinden özel izin alınmasını gerektirir. Varış öncesi izin alınmaz ise paket gümrük tarafından reddedilebilmekte ve göndericinin hesabına yansıtılan vergi ve harçlarla birlikte gönderi mahrece iade edilmekte veya alıcı/ithalatçı, para cezalarını ödeyerek gönderiyi gümrükten çekmeyi talep edebilmektedir.



- Reçeteli ilaçlar, farmasötikler ve besin takviyesi içeren gönderiler, Ulusal Sıhhi Gözetim Yönergesi (DINAVISA) onayı gerektirir.



Dayanıklı gıda gönderileri için varış öncesinde Ulusal Yem Enstitüsü'nün (INAN) onayı gerekmektedir. Bu onay sevkiyat başına gereklidir.

- Cep telefonları, Ulusal Fikri Mülkiyet Direktörlüğü (DINAPI), Paraguaylı Sanatçı ve Oyuncular Topluluğu (AIE), Entidad Paraguaya de Artistas Interpretes o Ejecutantes (ENTIDAD) ve Sanayi ve Ticaret Bakanlığının onayını gerektirir. İthalata ilişkin önceki lisansın bir kopyası diğer gümrükleme belgeleriyle birlikte gönderilmelidir. Bu izinler sevkiyatın varışından önce alınmazsa gümrükte gecikmeler yaşanabilmekte ve ek masraflar yansıtılabilmektedir.



Havayolu konşimentosu veya ticari faturada "Yalnızca gümrük amaçlı değer (Value for customs purposes only)" ibaresi gümrük idaresince kabul edilmemektedir. Bu yorum gümrük işlemlerinin gecikmesine ve beyan edilen değer gerçek eşyaya uyup uymadığının analizi amacıyla ek incelemelere neden olabilmektedir.

- Göndericiye iade edilen (RTS) veya yeniden yönlendirilen (RRT) gönderiler, kayıtlı bir "gümrük komisyoncusu" gerektiren gümrükleme sürecine tabidir ve RTS/RRT'den önce vergi ve harçlar ödenmelidir.
- Gümrük işlemleri ile ilgili olarak https://www.aduana.gov.py/?page_id=4472 adresinden ayrıntılı bilgi edinilebilmektedir.



37.4. BELGELER

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
Havayolu Taşıma Senedi (AWB-Air Waybill)	✓
Ticari Fatura	Ülke Gerekliklerine Göre
İthalat İzni	Tekstil Ürünleri, Ayakkabılar, Cep Telefonları, Hayvan İlaçları, Tohumlar, Gübreler, Tarım ve Hayvancılıkla İlgili Diğer Ürünler, Dayanıklı Gıdalar, İlaçlar, Farmasötik Ürünler, Besin Takviyeleri
Gönderici Beyanı	Lityum Piller
Taşıma Belgesi Formu	Lityum Piller

37.5. POSTA Ofisi

Dirección Nacional de Correos del Paraguay (<https://correoparaguay.gov.py/sitio/>)

37.6. YASAK VE KISITLI EŞYA

YASAK EŞYA	KISITLI EŞYA
• Alkol ve alkolsüz içecekler • Müstehcen, pornografik veya ahlaka aykırı materyaller • Mobilya ürünleri • Uyuşturucular • Bitkiler ve tohumlar, toprak • Hayvanlar • Çabuk bozulan ürünler, gıdalar • Yanıcı, patlayıcı veya aşındırıcı kimyasallar • Ateşli silahlar ve mühimmat, aksesuarlar veya parçaları • Kültürel miras olarak kabul edilen ürünler • Çin menşeli pil, sıvı, toz, kozmetik, marka, gıda, tohum, bitki içeren ürünler • İspanya çıkışlı hava gönderilerinde sıvı içeren nesneler • Takviyeler, tozlar, kozmetikler • Parfüm • Nakit para ve çekler • Külçe altınlar, mücevherat, kıymetli metaller, kıymetli taşlar • Saatler • Lityum piller	• Gazete ve dergiler • Tekstil ürünleri (bitmiş veya bitmemiş) • Ayakkabılar • Hücreli telefonlar • Lityum piller • Tarım ve hayvancılıkla ilgili her türlü ürün (hayvan ilaçları, gübreler, tohumlar vb.) • Reçeteli ilaçlar, farmasötikler • Besin takviyesi içeren gönderiler • Dayanıklı gıda ürünleri • Cep telefonları



38.1. DE MINİMİS LİMİTİ

150 Avro (CIF Değer)

38.2. VERGİ UYGULAMALARI

- 150 Avro altındaki kişisel kullanıma mahsus sevkiyatlar KDV dışındaki gümrük vergilerinden muaftır. KDV ise gönderinin değeri ne olursa olsun, tüm sevkiyatlardan tahsil edilmektedir. {Gerçek kişilerden gerçek kişilere gönderilen (C2C) ve kıymeti 45 Avro'ya kadar olan hediyeler gümrük vergisi ve KDV'den muaftır.}
- 150 Avro üzeri sevkiyatlardan ise, gümrük tarife istatistik pozisyonuna göre gümrük vergisi ve KDV'nin yanı sıra diğer vergiler tahsil edilir.
- Yalnızca üçüncü ülkelerden gelen ürünler gümrük vergilerine tabidir. (Üçüncü ülkelerden ithal edilen ürünlerin Romanya'da serbest dolaşımı için geçerli olan gümrük vergileri, tarife ve istatistiksel isimlendirme ve Ortak Gümrük Tarifesi hakkında 2658/87 sayılı Konsey Tüzüğü (EEC) tarafından kabul edilen Avrupa Birliği Ortak Gümrük Tarifesinde yer alan gümrük vergileridir.)

38.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ

Mesafeli satışlarda çevrimiçi perakendeciler AB'nin tamamındaki satışları için tüm KDV yükümlülüklerini yerine getirebilecekleri 'IOSS – İthalat Tek Durak Noktası' adı verilen bir elektronik portala kaydolabilmektedirler. Kayıt olduktan sonra çevrimiçi perakendeciler, periyodik olarak sunacakları beyanname ile tüm AB satışları için portal üzerinden KDV'yi bildirerek ödeyebilmektedir. Bu eşik AB çapında 10.000 Avro olarak uygulanmaktadır. Bu eşik altında, ürünlerin uzaktan satışı AB içindeki vergi mükellefinin yerleşik olduğu Üye Devlette KDV'ye tabi kalabilmektedir.

2. IOSS sistemine kayıt olmak suretiyle;

Çevrimiçi perakendecinin AB IOSS sistemine kaydolması, satış sırasında KDV'yi tahsil etmesi ve aylık olarak ilgili AB ülkesine göndermesi gerekir. IOSS kapsamında gönderim yapılıyorsa, taşıyıcının tüketiciden KDV tahsil etmediğinden emin olmak için, gönderinin açıkça IOSS olarak tanımlanması gerekmektedir. Bunun için, ticari faturanın "Gönderen Vergi Numarası" alanına IOSS KDV numarası eklenmelidir. AB'ye yüksek miktarda gönderi hacmi varsa, bu seçenek önerilmektedir.

3. IOSS sistemine kayıt olmaksızın;

A. KDV'nin çevrimiçi perakendeci tarafından tahsili: Ödeme sırasında tüketiciden KDV (ve varsa diğer vergiler/harçlar) tahsil edilir, bu siparişler gümrük vergileri ve harçları önceden ödenmiş (DDP) olarak gönderilir ve ithalat sonrasında ödenen vergi ve harçlar operatör tarafından satıcıya geri fatura edilir. Bu yöntem, gönderimde gecikmeleri önlediği, tüketicilerin tüm maliyetleri önceden ödediği ve ithalat sırasında ek ücretlerle karşılaşmayacağı için önerilir. Taşıyıcının tüketiciden KDV tahsil etmediğinden emin olmak için, gönderinin "faturayı gönderen/üçüncü taraf" olarak açıkça belirtilmesi gerekmektedir.

B. KDV'nin taşıyıcı tarafından tahsili: AB'nin "Özel Düzenleme" olarak adlandırdığı bu yöntemde, taşıyıcı, KDV'yi (ve varsa diğer vergileri/harçları) ithalattan sonra ancak teslimattan önce tüketiciden/alıcıdan tahsil etmektedir. Gönderinin gümrük işlemleri yalnızca varış ülkesinde yapılabilmekte ve alıcıdan vergi tahsil edilmeye kadar gönderi teslim edilmemekte; bu da gecikmelere ve ek nakliye ücretlerine neden olabilmektedir.



Gümrük kıymetinden bağımsız olarak her durumda KDV tahsilatını garanti altına almak üzere H7 Gümrük beyannamesi (Super Reduced Dataset) düzenlenmesi zorunludur.

- Değeri 10 Avro'nun üzerinde olan gönderiler, ön beyan, tamamlayıcı beyan ve gümrük yardım danışmanlığı gibi formalitelere ilişkin işlem ücretleri ödenmesini gerektirebilmektedir.
- Değeri 150 Avro'nun üzerindeki gönderilerin kargo firmasından teslim alınabilmesi için EORI numarasının alınması ücret karşılığında kargo şirketi tarafından gerçekleştirilebileceği gibi şahsen EORI başvurusunda da bulunulabilir, Romanya'da yerleşik kişiler söz konusu olduğunda, başvuru sahibinin merkezinin/ikametgahının bulunduğu Bölgesel Gümrük Müdürlüğüne hitapla Romanya Gümrük Otoritesinin web sayfasından talep edilebilmektedir. <https://www.customs.ro/e-customs/eori/sistem-informatic> adresinden bilgi edinilebilmektedir.
- Kozmetik ürünler, kimyasallar, biyolojik materyaller ve tıbbi malzemelerin ithalatında "analiz sertifikası" sevkiyata eşlik etmelidir.
- Dayanıklı gıda ürünlerinde Romanya Ticaret Bakanlığı tarafından inceleme yapıldığı için sevkiyatlarda gecikme yaşanabilmektedir.

- Görsel-işitsel medya ithalatında, eşyanın uzunluğu, genişliği, süresi ve kısaca içeriğiyle beraber neden ithal edildiğini gösteren ticari faturanın bulunması zorunludur.



- Yazılım ürünlerinde, ürünün güncelleme mi yoksa yeni bir yazılım mı olduğu ticari faturada belirtilmelidir.
- Gümrük işlemlerinde manuel (el yazısıyla yazılan) faturalar kabul edilmemektedir. Ticari müşterilere (şirketlere) yönelik tüm gönderiler, eşyanın tam tanımını, faturaların Romence çevirisini ve yerel dilde doğru tarife kodlarını içermelidir. Bu koşulların sağlanamaması halinde, gümrük işlemlerinde gecikmelere neden olmaktadır.
- Kişisel kullanıma mahsus farmasötik ürünlere ıslak imzalı doktor reçetesi ile beraber ilacın formunu (tablet, sıvı vs.), paketleme şeklini, alınması gereken dozajı ve hangi durumu tedavi ettiğini belirten belgeler eşlik etmelidir.

- Gerçek kişilere gönderilen gümrük vergisine tabi tüm ürünlerin gümrük işlemleri varışta kargo firmasınca gerçekleştirilir. Eşyanın alıcı tarafından reddedilmesi halinde vergiler ve harçlar göndericiye yansıtılacaktır. Gümrük sorunları çözüme kavuşmaz ise sevkiyat gönderene iade edilecektir.
- Bükreş Havaalanı dışındaki limanlarda gümrük işlemlerinin yapılması icap eden veya iç transfer gerektiren gönderiler ek ücrete tabi olabilmektedir.



Sevkiyatın varışının 6. (altıncı) gününden sonra gümrükleme belgesi bekleyen gönderiler için depolama ücreti geçerli olabilmektedir. Gümrük işlemlerinin harici (kargo firması dışındaki) bir komisyoncu tarafından yapılması durumunda ücretler ilk günden sonra geçerli olabilmektedir.

- Gerçek kişiler arasındaki tüm gönderilere (C2C), "Yalnızca gümrük amaçlı değer (Value for customs purposes only)" yazan bir "proforma fatura" eşlik etmelidir.
- Toz formundaki eşyanın ithalatı yalnızca numune ile sınırlı olmaktadır.

- Gümrük idaresi, ticari faturalarda ve havayolu konşimentolarında yalnızca belirli para birimlerini (USD, EUR, AUD, CAD, CHF, CZK, DKK, GBP, HUF, JPY, NOK, PLN, SEK, BGN, EGP, MDL, RUB, TRY, AED, BRL, CNY, INR, KRW, MXN , NZD, RSD, UAH ve ZAR) kabul etmektedir. Diğer para birimleri EUR veya USD cinsinden olmalıdır.
- Gümrük işlemleriyle ilgili ayrıntılı bilgiye <https://www.customs.ro/> adresinden ulaşılabilmektedir. Romanya Gümrük İdaresi tarafından, sınır ötesi e-ticarete yönelik spesifik bir mevzuat bulunmadığı, öte yandan gerek AB gerek Romen mevzuatı çerçevesinde birçok ürünün ithalatına yönelik kısıtlamaların/yasakların bulunduğu, bu uygulamalara ilişkin düzenlemelerin şeffaf bir şekilde internet sitelerinde yer aldığı ve anılan düzenlemelere ürünlerin gümrük tarife pozisyonlarının sistemde sorgulanması yöntemi ile internet sitesi üzerinden ulaşılabileceği ve bu şekilde ulaşılan düzenlemelerin sınır ötesi e-ticaret uygulamalarını da kapsadığı belirtilmiştir. Ayrıca, https://taxation-customs.ec.europa.eu/customs-4/prohibitions-and-restrictions_en bağlantısı düzenlemelere ilişkin faydalı bir kaynak niteliğindedir.

38.4. BELGELER

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
Havayolu Taşıma Senedi (AWB-Air Waybill)	✓
Ticari Fatura	Ülke Gerekliliklerine Göre
A.TR Dolaşım Belgesi	✓
Analiz Sertifikası	Kozmetik Ürünler, Kimyasallar, Biyolojik Materyaller, Tıbbi Malzemeler
Kalite ve Uygunluk Belgesi	Kozmetik Ürünler, Kimyasallar, Biyolojik Materyaller, İlaçlar, Dayanıklı Gıdalar, Tıbbi Ekipmanlar, Tıbbi Malzemeler
İthalat Lisansı	Tıbbi Ekipmanlar, Uçak Parçaları

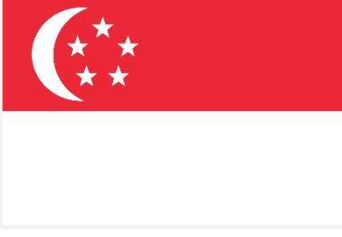
38.5. POSTA OFİSİ

Poșta Română (<https://www.posta-romana.ro/en>)

38.6. YASAK VE KISITLI EŞYA

YASAK EŞYA	KISITLI EŞYA

-
- Kan
 - Boş ATM kartları
 - Biyosit dimetiltumarat (DMF) içeren ürünler
 - İran menşeli ürünler
 - Şişme bebekler, anatomik olarak gerçek insan boyutunda olan mankenler
 - Et, yumurta veya balık ürünleri
 - Vahşi hayvanlar ve bitkiler
 - Kullanılmış veya yenilenmiş ürünler (belli ürünler hariç)
 - Dayanıklı gıda ürünleri
 - Tıbbi ekipmanlar, tıbbi malzemeler
 - Sağlık, güvenlik, çevrenin korunması ile bitki ve hayvan sağlığı gibi idari kurumlar tarafından yasaklanan ürünler
 - İlaçlar, farmasötik ürünler
 - Kimyasallar
 - Biyolojik materyaller
 - Kozmetik ürünler
 - Tütün ve tütün mamulleri
 - Alkollü içecekler vb.



39.1. DE MINİMİS LİMİTİ

400 Singapur Doları (CIF Değer)

39.2. VERGİ UYGULAMALARI

- 1 Ocak 2023'ten itibaren, 400 Singapur Doları değerindeki de minimis uygulamasında değişikliğe gidilmiştir. Buna göre, daha öncesinde 400 Singapur Doları altındaki sevkiyatlar gümrük vergilerinden muaf iken, bu tarih sonrasında değeri ne olursa olsun tüm gönderilerden Ürün ve Hizmetler Vergisi (Goods and Services Tax -GST-) tahsil edileceği belirtilmiştir. İşletmeler/Perakendeciler için geçerli olacak koşullar:

- 12 aylık bir süre içinde Singapur'a 100.000 Singapur Doları'ndan (yalnızca maliyet, CIF değil) fazla satış yapan veya satmayı bekleyen perakendeciler,
- Dünya çapında 1 milyon Singapur Doları'ndan (CIF Değer) fazla satış yapan veya satmayı bekleyen perakendeciler.



Yukarıdaki şartları taşıyan satıcıların, Yurtdışı Satıcı Kaydı (OVR/Overseas Vendor Registration) aracılığıyla Singapur GST numarası için kaydolması ve web sitesini, satın alma sırasında Singapur merkezli müşterilerden gelen düşük değerli siparişlerden GST toplayacak şekilde ayarlaması gerekmektedir.

- Singapur'a yıllık 100.000 Singapur Doları'nı aşan ürün satışı yapılmıyorsa veya satıcının küresel cirosu her takvim yılı sonunda 1 milyon Singapur Doları'nı aşmıyorsa, Singapur'a vergilendirilebilir gönderiler için GST'nin (%9) normal şekilde tahsil edilmesi gerekmektedir. Belirli ürünlerden (tütün ürünleri, motorlu araçlar, petrol ürünleri vb.) ithalat harcı da tahsil edilmektedir.
- Konuyla ilgili detaylı bilgiye [https://www.iras.gov.sg/taxes/goods-services-tax-\(gst\)/consumers/gst-on-imported-low-value-goods](https://www.iras.gov.sg/taxes/goods-services-tax-(gst)/consumers/gst-on-imported-low-value-goods) adresinden ulaşılabilmektedir.



39.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ

- CIF değeri 400 Singapur Doları ve üzerinde olan tüm gönderiler için Benzersiz Varlık Numarası (UEN/Unique Entity Number) gereklidir. Bu numaranın sağlanmaması gümrük işlemlerinde gecikmelere neden olmaktadır. Göndericinin UEN'i ticari faturada belirtmesi gümrük işlemlerini hızlandırabilmektedir.

- Göndericinin ve alıcının telefon numarası havayolu taşıma senedinde belirtilmelidir, aksi halde gecikmeler yaşanabilmektedir.
- Tüm ithalat işlemleri, eşyanın CIF değerinin %9'u kadar Mal ve Hizmet Vergisine (GST) tabidir. GST hesaplanırken taşıma ücretleri ve ürünlerin satışı ve teslimatıyla ilgili diğer masraflar dikkate alınmaktadır. 400 Singapur Doları altındaki kişisel gönderiler GST'den muaf olmaktadır. Ticari faturada CIF değer belirtilmez ise navlun bedeli IATA menşe fiyatının ağırlıkla çarpımı üzerinden hesaplanarak sigorta uygulanmaktadır. Sigara ve tütün, alkollü içecekler, motorlu taşıtlar ve petrol ürünleri için ilave olarak İthalat Vergisi uygulanmaktadır.
- Et ve deniz mahsulleri ithalatında (kişisel kullanıma mahsus olup olmadığı fark etmeksizin) alıcı Tarımsal Gıda ve Veterinerlik Kurumu (AVA/Agri-Food and Veterinary Authority)'dan lisans ibraz etmelidir. Et ürünleri AVA onaylı kaynaklardan ithal edilmelidir. Konuyla ilgili detaylı bilgiye <http://www.ava.gov.sg/FoodSector/ImportExportTransOfFood/Meat/> adresinden ulaşılabilir.

Kişisel kullanıma yönelik kullanılmış-ikinci el elektrikli ve elektronik ekipman 5 adet ile sınırlıdır. 5 adetten fazla ise sevkiyattan önce Ekspertiz Raporu (surveyor report) istenmektedir. Ticari fatura, makinelerin çalışma durumunu belirtmelidir.



- Kimyasallar ve tıbbi malzemelerin ithalatında, Sağlık Bakanlığı Narkotikle Mücadele Komisyonu onayı gerekmekte, gümrük işlemlerinde gecikmeler yaşanabilmektedir.
- Video oyunları ithalinde; oyunların içeriği, oyun süresi, ithalat amacı ve kişisel kullanım mı yoksa şirket kullanımına mı yönelik olduğu hakkında ayrıntılı bir açıklama yazılmalıdır. Bir şirkete ithalat yapılıyorsa, ticari faturada 'G Kodu' numarası (alıcıdan temin edilebilmekte) belirtilmelidir. Alıcının, ithalat öncesi onay alması için 'G Kodu' gereklidir. Kişisel kullanıma mahsus ithalatta alıcı tarafından 'Video oyunları/İnteraktif yazılım onay beyanı (G) formu' imzalanmalı ve gönderiye eklenmelidir.
- Dayanıklı gıdalar ve tıbbi malzeme gönderilerinde, göndericinin, 'Ginseng' kontrolü için menşe ülkeden alınmış bir "Bitki Sağlığı Sertifikası"nı eklemesi gerekmektedir.

Ham elmaslara geçerli Kimberly sertifikasının (KPC) orijinal kopyası eşlik etmelidir. Ticari faturada eşyanın tanımı, karatı, ağırlığı/kütlesi ve ruhsat numarası belirtilmelidir. Bu, kıymetli taşlar, takılar, kostüm takıları ve hediye gönderileri için de geçerlidir.



- Tıbbi amaçlı ("Veteriner Sertifikası" ile birlikte sunulması kaydıyla) ithalat dışında hayvansal gıdaların kişisel kullanıma yönelik ithalatına izin verilmemektedir. Ticari amaçlı gönderilerde yalnızca AVA'dan ön onay alan yerel şirketlere izin verilmektedir.
- Tüketime yönelik su eşyası için AVA lisansı gerekmektedir; numune amaçlı gönderilerde ise AVA lisansı aranmamaktadır.
- Kablosuz özelliklere sahip tüm gönderilerde, çalışma frekansı ve güç değerleri gibi teknik özellikler belirtilmelidir.
- Tıbbi amaçlı tüm ürünler Sağlık Bilimleri Kurumu (HSA) MDB lisansını gerektirir. Alıcı, ithalat öncesi HSA ile iletişime geçmelidir.
- Kimyasallar ve biyolojik materyallerin ithalinde gönderici bir "Malzeme Güvenlik Bilgi Formu (MSDS)" düzenlemeli ve bu belge sevkiyata eşlik etmelidir.
- Entegre devreler/kapasitörler Ulusal Çevre Ajansı (NEA) tarafından kontrol edilmektedir. Faturada ithalatın amacı ayrıntılı olarak belirtilmeli ve ürünün eski mi, yeni mi yoksa elektronik atık mı olduğu belirtilmelidir.
- Hem bireysel hem de ticari olmak üzere, yatırım amaçlı kıymetli metallerin (örn; altın, gümüş, platin) Singapur'a ithalatı ve tedariki ürün ve hizmetler vergisinden muaftır.
- Singapur'a ithali yasak olan veya ithalinde belli kısıtlar bulunan eşya listelerine <https://www.customs.gov.sg/businesses/importing-goods/controlled-and-prohibited-goods-for-import/> linkinden erişim sağlanabilmektedir.



39.4. BELGELER

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
Havayolu Taşıma Senedi (AWB-Air Waybill)	✓
Ticari Fatura	Ülke Gerekliliklerine Göre
İthalat Lisansı	Et Ürünleri, Deniz Mahsulleri, Biyolojik Materyaller
Malzeme Güvenlik Bilgi Formu (MSDS)	Kimyasallar, Biyolojik Materyaller
Ekspertiz Raporu	Kullanılmış Elektrikli ve Elektronik Ekipmanlar
Bitki Sağlığı Sertifikası	Dayanıklı Gıdalar, Tıbbi Malzemeler
Veteriner Sertifikası	Hayvansal Ürünler
Menşe Şahadetnamesi	İlaçlar

39.5. POSTA Ofisi

Singapore Post (<https://www.singpost.com/>)

39.6. YASAK VE KISITLI EŞYA

YASAK EŞYA	KISITLI EŞYA
• Sakız (Sağlık Bilimleri Kurumu onaylı ağız dişçiliği ve tıbbi sakızlar hariç) • Mineral ürünler • Patlayıcılar, radyoaktifler, havai fişek • Yaylı bıçaklar • Çakmaklar (tabanca ve revolver şekilli olanlar) • Sağlık takviyeleri • Çiğneme tütünü, taklit tütün, elektronik sigara • Nesli tükenmekte olan yaban hayatı türleri ve bunların yan ürünleri • Birleşik Krallık'tan gelen et ürünleri (konserve et hariç) • Malzeya'dan gelen yemeye hazır et ürünleri	• Biyolojik materyaller • Kitaplar • Kamera • Kimyasallar • İlaçlar • Dayanıklı gıda ürünleri • Tıbbi ekipman, tıbbi malzemeler • Müzik aletleri • Bilgisayar parçaları • Elektronik parçaları • Makine parçaları • Spor ekipmanları • Oyuncaklar • Kablosuz ekipman • Entegre devreler/kapasitörler



40. SUUDİ ARABİSTAN

40.1. DE MINİMİS LİMİTİ

- 1.000 Suudi Arabistan Riyali (CIF Değer)

40.2. VERGİ UYGULAMALARI

- 1.000 Suudi Arabistan Riyali altındaki sevkiyatlar gümrük vergisinden muaftır. KDV, gönderinin değeri ne olursa olsun, tüm sevkiyatlardan tahsil edilir ve eşyanın CIF değeri üzerinden %15 olarak hesaplanmaktadır. 1.000 Suudi Arabistan Riyali üzeri sevkiyatlardan ise, gümrük vergileri tahsil edilmektedir.
- Sınır ötesi e-ticaret kapsamında Türkiye'den Suudi Arabistan'a gönderilen siparişlerde, 6 Ekim 2024 tarihinden itibaren, sevkiyat başına 15 Suudi Arabistan Riyali ilave gümrük işlem ücreti uygulanması beklenmektedir. Konuyla ilgili olarak https://zatca.gov.sa/en/MediaCenter/News/Pages/news_1282.aspx adresinden ayrıntılı bilgi edinilmesi mümkün bulunmaktadır.

40.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ

- Suudi Arabistan'da birleştirilmiş gümrük beyannamesi uygulaması bulunmaktadır. Hızlı kargo firmaları aracılığıyla ithalat yapılması durumunda, bu şirketler tüm gümrük işlemlerini Zekat, Vergi ve Gümrük İdaresi tarafından akredite edilmiş komisyoncuları aracılığıyla yapmakla yükümlüdür.
- Ödenecek KDV, hızlı kargo firmaları tarafından teslimat esnasında ya da şirketlerin internet sayfaları üzerinden kargoya ilişkin müşterilerine iletilen kod kullanılarak kredi kartı ile yapılabilmektedir.



Gıda ürünleri ve gıda takviyeleri gönderilerinde, bir üründen en fazla 3 adet olmak üzere en fazla 5 farklı ürüne izin verilmektedir. Bunun yanı sıra, sipariş başına 14,5 kilogram ağırlığa kadar 20 adet kozmetik/gıda dışı takviyeye izin verilmektedir.

- Elektronik eşyalar için adet sınırlamaları uygulanmaktadır. Genellikle 2 adet ile sınırlı olup, 1 adet ile sınırlı ürünler de bulunmaktadır.

- Değeri 1.000 Suudi Arabistan Riyali ve üzerinde olan eşya için alıcının kimlik numarası ve adı-soyadı bilgileri gibi kimlik bilgileri gereklidir.



Suudi Gıda ve İlaç İdaresi (SFDA) ve Suudi Zekat, Vergi ve Gümrük İdaresinin ithalat düzenlemeleri, yerel e-ticaret satıcıları tarafından ithal edilen güzellik, tıbbi ürünler ve takviye ürünleri için sıkı bir şekilde uygulanmaktadır. Ancak Suudi tüketicilerce çoğu zaman bu ürünler gümrükte beklemeden uluslararası e-ticaret şirketleri aracılığıyla yurtdışından sipariş edilebilmekle beraber, uluslararası e-ticaret şirketleri lehine olan bu duruma yönelik tedbir alınması beklenmektedir. İlaçların ithalinde Suudi Gıda ve İlaç Otoritesinden onay alınması gerekmektedir.

40.4. BELGELER

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
Havayolu Taşıma Senedi (AWB-Air Waybill)	✓
Ticari Fatura	Ülke Gerekliliklerine Göre
Paketleme Listesi	
Menşe Beyanı	
İthalat İzni	İlaçlar

40.5. POSTA Ofisi

Saudi Post Corporation (<https://splonline.com.sa/en/>)

40.6. YASAK VE KISITLI EŞYA

YASAK EŞYA	KISITLI EŞYA
• Her türlü alkollü içecek ve sarhoş edici maddeler ile alkol damıtma cihazları • Her türlü narkotik uyuşturucu • Domuz ve domuz eti, yağı, kılı, kanı ve sakatatı ile domuzdan elde edilen her şey • Hayvan kanından yapılmış tüm gıda maddeleri • Ticari miktarda Kur'an-ı Kerim • Kumar için her türlü araç, makine ve cihazlar • Her şekil ve türden dinleme cihazları • Her türlü sigara için reklam malzemeleri • Haç veya içinde İslam inanç ve ahlâkına aykırılık barındıran veya yayınlar yönetmeliğine aykırı kitap, broşür ve diğer yayınlar, filmler ve bantlar da dahil olmak üzere resim, yazı, çizim, kıraat veya ifadeler içeren herhangi bir eşya • Ahlaka aykırı materyaller içeren diskler ve depolama cihazları • Her türden silah ve askeri teçhizat, parça ve mühimmat, antik silahlar • Gece görüş dürbünleri, binoküler gece görüş kameraları ve teleskopik nişangahlar • Cinsel oyuncaklar • Her türlü havai fişek • Suudi Gıda ve İlaç İdaresine kayıtlı olmayan haplar, kremler, cinsel tonikler, kürtaj hapları, şifalı bitkiler ve losyonlar • Ahlaka aykırı masaj cihazları • Kapıların ve arabaların açılmasında kullanılan kilit açma cihazları • Rahatsız edici kornalar • İki ağızlı veya saplı saldırı amaçlı tasarlanmış bıçak ve benzeri aletler • Histerik kahkaha içeren eğlence cihazları • Sodyum karbonatlar (soda külü) • Şırınga formundaki kalem	• Gıda ve gıda takviyeleri • Kozmetik ürünler • Gıda dışı takviyeler • İlaçlar • Elektronik ürünler

-
- Büyük ve belirgin biçimde yabancı ülke bayraklarını taşıyan eşyalar
 - Vücut organlarında tahrişe neden olan preparatlar
 - Hz.Muhammed'in (s.a.v.) mühür örneği
 - Kablosuz video vericileri (video güçlendirici)
 - Polis arabalarının ve kablosuz televizyonların antenlerine benzer araç antenleri
 - Sahte para
 - Hız radarı dedektörleri
 - Sesi değiştiren cihazlar
 - Delikli lazer gözlükler, lazer kalemler
 - Cıva kullanılan ışıklı ayakkabılar
 - Bazı sürücülerin araçlarında belirgin bir şekilde sergilediği, insan eli şeklindeki oyunlar
 - Kabe modeli
 - Altı köşeli yıldız
 - Eski gazeteler
 - Gizli kameralar, saatlerdeki kameralar, casus kameralar
 - Telsiz
 - Taşınabilir lazer işaretçiler (kalem, madalya vb. şeklinde)
 - Metal dedektörü
 - Bowling salonu ekipmanları dışında madeni para, banknot, banka kartı, jeton veya diğer ödeme araçlarıyla oynanan diğer oyunlar
 - Haşhaş ve haşhaş tohumları (öğütülmemiş veya ufalanmış)
 - Kenevir tohumları



41.1. DE MINİMİS LİMİTİ

0 Tunus Dinarı

41.2. VERGİ UYGULAMALARI

- KDV oranları %7, %13 ve %19 olarak belirlenmiş olup, birçok eşya %19 kategorisinde yer almaktadır.
- 2.000 Tunus Dinarına kadar olan ticari olmayan gönderilerde, %10 oranında sabit bir vergi uygulanmaktadır.
- Gönderinin faturasına veya beyan edilen kıymetine bakılarak ya da yapılan gümrük kontrolleri sonrasında, kıymeti yüksek olarak değerlendirilen gönderiler için, belirlenen değer esas alınarak vergi uygulanır.
- Reçeteli ilaçlar veya kitaplar gibi mevzuatla belirlenmiş eşyanın yanı sıra, önemli değeri olmayan eşya gümrük vergisinden muaf tutulabilmektedir.

41.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ

- Lityum pil veya batarya içeren gönderiler için, gönderici tarafından eşyanın "Tehlikeli olmayan ürün" kategorisinde olduğunu gösteren bir beyan doldurulması ve bu beyanın sevkiyata eşlik etmesi gerekmektedir.
- 
- Aşağıda belirtilen ürünlerde Arapça veya Fransızca ya da İngilizce olarak İhracat Gümrük Beyannamesi (Export Customs Declaration) doldurulması gerekmektedir:
 - Sebzeler ve kuru meyveler,
 - Konserve yiyecekler,
 - Bisküvi ve hamur işi yiyecekler (her çeşit şekerleme ve meyve suları dahil), güzellik ve hijyen ürünleri, ev tipi plastik ürünler, hazır giyim (tekstil), ayakkabılar, kostüm mücevheratı (sahte), cep telefonu ve aksesuarları, oyuncaklar, araba ve otomobil parçaları, her türlü kahve, şeker, çay ve pirinç.

→ Telekomünikasyon (Bluetooth ve Wi-Fi) cihazlarının ithalatında "Centre d'Etudes et de Recherches des Telecommunication" (Telekomünikasyon Etüt ve Araştırma Merkezi/CERT) sertifikasının alınması gerekmektedir.

- Tunus'a yapılan ihracat işlemlerinde, ihracat gümrük beyannamesinin gönderiye eklenmesi gerekmektedir. Beyannamenin eksik olması durumunda, gümrük işlemlerinde gecikmeler yaşanabilmekte ve masrafları göndericiye ait olmak üzere eşya mahrece iade edilebilmektedir. (BGB'de geçerli mi?-SoR)
- Tıbbi malzemelerin ithalatında Sağlık Bakanlığı Anti-Narkotik Komitesinin izni gerekmektedir. Gümrük işlemlerinde gecikmeler yaşanabilmektedir.
- Gıda ürünlerinin ithalatında Sağlık Bakanlığından alınacak Sağlık Sertifikası (Sanitary Certificate) ibraz edilmelidir.
- Kişisel kullanıma mahsus ilaçlar ancak reçete ile ithal edilebilmektedir.
- Doküman/Belge harici gönderiler için (eşyanın değerine bakılmaksızın) ticari fatura düzenlenmelidir.



**Yarı mamul (bitmemiş) tekstil ürünleri
yalnızca numune ile sınırlandırılmıştır.**

41.4. BELGELER

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
Havayolu Taşıma Senedi (AWB-Air Waybill)	✓
Ticari Fatura	Ülke Gerekliliklerine Göre
İthalat İzni	Telekomünikasyon Cihazları, Kablosuz Ekipmanlar, Tıbbi Malzemeler
Sağlık Sertifikası	Dayanıklı Gıdalar
İhracat Beyannamesi	Tüm Ürünler
Gönderici Beyanı	Lityum Piller, Bataryalar

41.5. POSTA Ofisi

La Poste Tunisienne (<https://www.poste.tn/>)

41.6. YASAK VE KISITLI EŞYA

YASAK EŞYA

- Hayvan derisi
- Askeri ekipman, silahlar, patlayıcılar
- Mücevherler, kıymetli metal ve kıymetli taşlar
- Oyun kartları
- Sigara, tütün ve tütün mamulleri, elektronik sigara
- İslam kültürüyle bağdaşmayan öğeler
- Proteinler, vücut geliştirici takviye ediciler
- Antika, sanat eserleri
- Taklit, imitasyon, sahte ürünler
- Ticari amaçlı eski ve kullanılmış giysiler
- Palm ağacı ve türevleri
- Dronelar
- CITES kapsamında bulunan hayvan ve bitkiler

KISITLI EŞYA

- İlaçlar
- Tıbbi malzemeler
- Dayanıklı gıda ürünleri
- Telekomünikasyon cihazları
- Kablosuz ekipmanlar
- Yarı mamul (bitmemiş) tekstil ürünleri



42.1. DE MINİMİS LİMİTİ

150 Avro (Tüketim vergisine tabii olan eşyalar hariç)

42.2. VERGİ UYGULAMALARI

- Kıymeti 10.000 Avro'yu aşan sevkiyatlar için gümrük beyanı zorunludur.
- Kural olarak gönderilen eşyaların vergilendirilmesi amacıyla, ilgili eşya fişlerinde, etiketlerinde, banka hesap özetlerinde, çevrimiçi mağazalardan gelen elektronik iletilerde ve bilgi içeren diğer belgelerde belirtilen fatura değeri esas alınmaktadır.



Gönderinin kıymetinin 150-10.000 Avro arasında olması halinde, 150 Avro'yu aşan kısım için %20 oranında KDV ve %10 oranında ithalat vergisi uygulanmaktadır. (Örneğin, gümrük kıymeti 180 Avro olan bir ürün için tüm kıymet değil sadece 30 Avroluk kısım vergilendirmeye tabi olmaktadır.)

42.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ

- Gönderinin kıymeti 150 Avronun üstünde olması halinde eşyalar yazılı beyana tabidir.
- Gümrük müşavirliği hizmetleri ek ücret olarak ödenmektedir.
- Sınır ötesi posta ve hızlı kargo firmaları tarafından taşınan ve gümrük vergilerine tabi olmayan eşyaların Ukrayna sınır kapısından geçişi sırasında resmi kontrol uygulamaları gerçekleştirilmemektedir.
- Uluslararası posta ve hızlı kargo firmaları ile taşınan eşyalara yönelik Ukrayna'nın sınır kapılarında dış ekonomik faaliyetlerin tarife dışı düzenlemelerine uygunluğu üzerinde kontrol yapılmadan resmi kontrol işlemleri de yapılmamaktadır. Bu tür eşyaların gümrük işlemleri en kısa sürede gerçekleştirilir.
- Uluslararası posta ve hızlı kargo gönderilerinde taşınan eşyaların gümrük kontrolü sırasında hizmet köpeklerinin yanı sıra teknik ve özel gümrük kontrol ekipmanı kullanılmaktadır.
- Posta gönderileri için aşağıdaki belgeler sunulur:

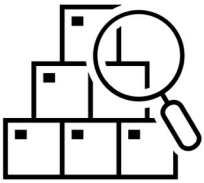
- Koliler için CN23 formatında posta beyannamesi (3 kopya), EMS (5 kopya), küçük paketler için CN22 formatında beyanname (1 kopya);
- Eşyaların menşei ve değerini doğrulayan bir belge (fatura veya makbuz). Fatura ibraz edilmemesi durumunda gümrük idaresince araştırma yapılmakta, aynı veya benzer ürünlerin fiyatlarına göre ürünün değeri tespit edilmektedir.

- Elektronik eşya (cep telefonları, tabletler, dizüstü bilgisayarlar vb.) gönderilerinde; marka kontrolü yapılmaktadır.

Cihazın ticari markası Ukrayna'da kayıtlı değilse ticari marka sahibinin izin belgesinin ibrazı gerekli olmaktadır.



- İlaç gönderilerinde; her ilaçtan kişi başına 5 paketi geçmeyecek miktarda (narkotik veya psikotrop maddeleri içeren ürünler hariç) veya doktor ve/veya sağlık kurumu mührü ile onaylanmış reçetede belirtilen miktarda;
 - Ukrayna'da kayıtlı olan ilaçlar: Kalite sertifikası, üretici tarafından verilen tıbbi ürün serisi, ithal lisansı
 - Ukrayna'da kayıtlı olmayan ilaçlar: Vatandaşların özel kullanımına mahsus sağlık kurumu mührü ile onaylanmış reçete.
- Gıda gönderilerinin üreticinin fabrika ambalajında (azami 10 kilogramlık ambalajlarda) olması gerekmektedir.
- Biyolojik olarak aktif besin takviyeleri gönderilerinde; üreticinin fabrika ambalajında 10 kilografa kadar izin verilir. Hayvansal kökenli bileşenleri içeren besin takviyeleri paketin değeri 150 Avro'dan fazla olması durumunda veteriner raporu ibraz edilmelidir, 150 Avro'nun altında olanlar için izin gerekli değildir.



Bir pakette toplam ağırlığı 10 kilogramı geçmeyen üretici ambalajındaki gıdalar hariç olmak üzere, vatandaşlar adına taşınan veya vatandaşlar tarafından gönderilen 1-24 tarife pozisyonlu ürünlerin ithaline izin verilmemektedir.

42.4. BELGELER

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
Havayolu Taşıma Senedi (AWB-Air Waybill)	✓
Ticari Fatura	Ülke Gerekliliklerine Göre
İthalat İzni	Tablo ve Resimler
Bitki Sağlığı Sertifikası	Tohumlar
İthalat Lisansı	İlaçlar
Veteriner Sertifikası	Hayvansal Kökenli Gıdalar ve Besin Takviyeleri
Gemoloji Raporu	Doğal Taşlar
Kalite Sertifikası	İlaçlar
Uygunluk Yazısı	Telekomünikasyon Cihazları, Kablosuz Ekipmanlar, Tıbbi Malzemeler

42.5. POSTA OFİSİ

Ukrposhta (<https://www.ukrposhta.ua/en>)

42.6. YASAK VE KISITLI EŞYA

YASAK EŞYA	KISITLI EŞYA
• Patlayıcı, yanıcı ve diğer tehlikeli maddeler • Her türlü silah ve bunların aksam ve parçaları • Zehirli ve tehlikeli maddeler (civa, asitler vb) • Hayvanlar ve zehirli bitkiler • Kişiye özel belgeler (silah taşıma hakkı izni, çalışma izni, askerlik belgesi vb.) • Gizlice bilgi edinmenin özel teknik ekipmanı • Biyolojik etmenler (mikroorganizmalar, virüsler vb.) • Fumigasyona ilişkin belgeleri bulunmayan, özelliği itibarıyla posta çalışanları için tehlike oluşturabilecek kullanılmış veya kirli eştalar • Alkollü içecekler ve tütün mamulleri • Bir pakette toplam ağırlığı 10 kg geçmeyen üretici ambalajındaki gıdalar hariç, vatandaşlar adına taşınan veya vatandaşlar tarafından gönderilen 1-24 tarife pozisyonlu ürünler • Dünya Posta Birliği ve Ukrayna mevzuatı ile yasaklanan diğer ürünler	• İlaçlar, tıbbi malzemeler • Doğal taşlar • Tablo ve resimler • Tohumlar • Biyolojik olarak aktif besin takviyeleri (hayvansal kökenli besin takviyeleri)

**43.1. DE MINİMİS LİMİTİ**

Ekspres olmayan posta ile: 50 ABD Doları

Ekspres posta ile: 200 ABD Doları

20 kilogram - Yılda 3 defaya kadar

43.2. VERGİ UYGULAMALARI

- 200 ABD Doları'na kadar olan bir fatura değeri veya değer beyanı için, minimum 10 ABD Doları olmak üzere fatura değerinin veya değer beyanının %60'ı tahsil edilmektedir. Bu vergilendirme sisteminde sınır bulunmamaktadır.
- Değeri 200 ABD Doları'nın üzerinde olan gönderiler için genel ithalat rejimi hükümleri uygulanır ve ilgili vergiler ödendikten sonra gönderinin serbest bırakılması için bir Gümrük Acentesinin görevlendirilmesi gerekmektedir.

42.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ

- Uluslararası Paket Beyannamesi (Sınır Ötesi E-Ticaret Beyannamesi) için DNA (Ulusal Gümrük Müdürlüğü) nezdindeki prosedür, DNA tarafından usulüne uygun olarak yetkilendirilen posta operatörü tarafından gerçekleştirilmektedir.
- Correo Uruguayo (Uruguay Posta Servisi) nezdinde yeni kullanıcı kaydı yapılır.

- Gönderi Ulusal Posta Servisi (ANC İdaresi Ulusal Posta Servisi) aracılığıyla yapılıyorsa: Correo'nun web sitesine gönderinin kaydedilmesi ve teslim alınacak eşyanın hangi rejime tabi tutulacağını belirtmesi gerekmektedir.

Gönderi ekspres posta ile yapılıyorsa (özel kurye): Kullanıcı, uygulayacağı rejimi posta işletmecisine kendi belirlediği yöntemlerle bildirmelidir. Her iki durumda da uygulanacak rejimler şunlardır: İmtiyaz rejimi (ödemesiz), basitleştirilmiş rejim (%60 ödemeli) veya genel rejim (gümrük tarifesine ve gümrük personelinin kararına göre ödeme).

- Girişi sınırlı olan veya serbest bırakılması için lisans ya da sertifika gerektiren ürünlerin sevkiyatında, kullanıcı ilgili prosedürü yetkili kurum nezdinde gerçekleştirmelidir. Örneğin; sağlık sertifikaları, bitki-hayvan sağlığı sertifikaları (örneğin; sporcular için vitamin ve besin takviyeleri); elektronik ekipmanlara yönelik teknik yeterlilik (URSEC, örneğin bebek telsizi, cep telefonları vb.). Uruguay'da pazarlanması amaçlanan radyo ve telekomünikasyon ekipmanları URSEC onayına tabidir.
- Kişisel kullanıma yönelik kitaplar ve ilaçlar, takvim yılında sıklık sınırlaması olmaksızın imtiyaz rejimine girebilmektedir.



Kozmetik ürünler, parfüm, makyaj malzemeleri, şeker, vitaminler, yara bandı ve motosiklet kaskının (bu ürünlerle sınırlı olmamak üzere) sınır ötesi e-ticaret kapsamında ithaline izin verilmemektedir.

- İlaçların ülkeye girişi için Halk Sağlığı Bakanlığından izin alınması gereklidir; kullanıcı, söz konusu yetkilendirmeyi kamu sağlığı düzenlemelerine uygun olarak yapmalıdır.
- Hayvansal ve bitkisel kökenli ürünlere "Hayvan/Bitki Sağlığı Sertifikası" eşlik etmelidir.



Numune gönderilerinin değeri 49,99 ABD Doları'nın üzerinde olmamalıdır. Numuneler, satışa veya amacı dışında kullanımına uygun olmayacak şekilde işaretlenmemeli, yırtılmamalı, delinmemeli, parçalanmamalı ve benzeri yöntemlerle işlem görmemelidir.

- Doküman harici tüm gönderilere imzalı orijinal fatura eşlik etmelidir. Ayrıca, alıcıya ait geçerli bir Vergi Kimlik Numarasının havayolu konşimentosunda ve ticari faturada belirtilmesi gerekir. Vergi Kimlik Numarasının belirtilmemesi halinde, gönderi gümrük idaresince tutulabilmekte ve gerekli bilgiler sağlanıncaya kadar gümrük işlemleri tamamlanmamaktadır. İlave ücretler geçerli olabilmektedir.
- Değeri 50 ABD Doları'nın altında olan gönderiler gümrük idaresince incelenebilmekte ve alıcı tarafından gümrük işlemlerinin tamamlanması için bekletilebilmektedir.
- Değeri 50 ABD Doları'nı ve/veya ağırlığı 20 kilogramı aşan gönderilerin, alıcısı veya belirlenmiş bir komisyoncu tarafından gümrükten geçirilmesi gerekmektedir.



Kozmetik ürünler, parfüm, makyaj malzemeleri, şeker, vitaminler, yara bandı ve motosiklet kaskının (bu ürünlerle sınırlı olmamak üzere) sınır ötesi e-ticaret kapsamında ithaline izin verilmemektedir.

42.4. BELGELER

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
Havayolu Taşıma Senedi (AWB-Air Waybill)	✓
Ticari Fatura	Ülke Gerekliliklerine Göre
Bitki Sağlığı Sertifikası	Vitamin ve Besin Takviyeleri
Hayvan Sağlığı Sertifikası	Vitamin ve Besin Takviyeleri
URSEC Onayı	Elektronik Cihazlar, Radyo ve Telekomünikasyon Ekipmanları, Bebek Telsizi, Cep Telefonları

42.5. POSTA OFİSİ

Correo Uruguayo (<https://www.correo.com.uy/home>)

42.6. YASAK VE KISITLI EŞYA

YASAK EŞYA	KISITLI EŞYA
• Petrol ve yan ürünler • M.S.P. veya M.G.A.P iznine tabi ürünler • Tütün, sigara ve puro • Lastikler • Nakit para • Alkollü içecek • Gübreler • Yiyecek • Tohumlar • Kozmetik, parfüm, makyaj • Çiçekler • Motorlu Taşıtlar • Gazlar • Yağlayıcılar ve yağlama gresleri • Tahıl • Yakıtlar • Pornografik malzemeler • Dizel motorlar • İlaçlar • Şeker • Vitaminler • Alkollü ve alkolsüz içecekler • Besin takviyeleri • Sıvı buharlaştırıcılar • Araba kılıfları • Elektrikli tıraş makineleri • Elektrikli olmayan tıraş makineleri • Kullanılmış motosiklet yedek parçaları • Motosiklet kaskı • BPA içeren biberonlar ve emzikler • Yara bandı • Islak havlular • Doğal saç • Basınçlı hava içeren ürünler • Yanıcı ürünler • Mıknatıslar • Amortisörler • Ateşli silahlar, parça ve aksesuarlar • Taklit parçalar ve/veya aksesuarlar	• İlaçlar • Kitaplar • Kimyasallar • Kozmetik ürünler • Dayanıklı gıda ürünleri • Bilgisayar parçaları • Elektronik parçalar • Tekstil ürünleri • Oyuncaklar • Radyo ve kablosuz ekipmanlar

SINIR ÖTESİ E-TİCARETTE YARARLANILABİLECEK BAZI ULUSAL VE ULUSLARARASI KAYNAKLAR

Kaynak Adı	QR
A Handbook for Businesses and Entrepreneurs to Engage in International Trade (İşletmeler ve Girişimciler için Uluslararası Ticaret El Kitabı) (https://www.wto.org/english/tratop_e/msmes_e/handbook_business_guides_e.pdf)	
European Union Access2Markets Platform (Avrupa Birliği Pazarlara Erişim Platformu) (https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/home)	
Global Trade Helpdesk (Küresel Ticaret Yardım Masası) (https://globaltradehelpdesk.org/en)	
Trade4MSMEs Platform (Mikro İşletmeler ile KOBİ'ler İçin Ticaret Platformu) (https://trade4msmes.org/)	
WCO E-Commerce Package (Dünya Gümrük Örgütü E-Ticaret Paketi) (https://www.wcoomd.org/-/media/wco/public/global/pdf/topics/facilitation/activities-and-programmes/ecommerce/technical-specifications_en.pdf?db=web)	
WCO HS Code Guide (Dünya Gümrük Örgütü Armonize Sistem Kodları Rehberi) (https://www.wcotradetools.org/en/harmonized-system)	
WTO eLibrary on E-Commerce (Dünya Gümrük Örgütü E-Ticaret Kütüphanesi) (https://www.wto.org/e_com_e_lib/)	
The Global Trade Helpdesk HS Product Finder (Küresel Ticaret Yardım Masası GTİP Bulucu) (https://globaltradehelpdesk.org/en/resources/search-hs-code)	
Ticaret Bakanlığı Devlet Yardımları Rehberi (https://ihracat.ticaret.gov.tr/data/5d42d72813b87632542a2e71/Devlet%20Yard%C4%B1mlar%C4%B1%20Rehberi.pdf)	
Ticaret Bakanlığı E-İhracat Destekleri Rehberi (https://ticaret.gov.tr/data/632b143413b8767974670b97/E-%C4%B0hracat%20Destekleri%20Rehberi.pdf)	

Ticaret Bakanlığı Gümrük Rehberi (https://gumrukrehberi.gov.tr/)	
Ticaret Bakanlığı Kolay İhracat Platformu (https://www.kolayihracat.gov.tr/)	
Ticaret Bakanlığı Mikro İhracat Gümrük Rehberi (https://ticaret.gov.tr/duyurular/mikro-ihracat-gumruk-rehberi)	
Ticaret Bakanlığı Potansiyel E-İhracat Pazarları Rehberi (https://ticaret.gov.tr/data/632b143413b8767974670b97/Potansiyel%20E-%C4%B0hracat%20Pazarlar%C4%B1%20Raporu.pdf)	
Ticaret Bakanlığı Tarife Arama Motoru (TARA) (https://uygulama.gtb.gov.tr/Tara)	
Ticaret Bakanlığı Uluslararası Örgütlerin 2023 Gündeminde Sınır Ötesi E-Ticaret (https://ticaret.gov.tr/duyurular/uluslararasi-orgutlerin-2023-gundeminde-sinir-otesi-e-ticaret-raporu)	
Ticaret Bakanlığı Sıkça Sorulan Sorular (https://ticaret.gov.tr/gumruk-islemleri/sikca-sorulan-sorular)	