

BANKALARIN E-İHRACATA YÖNELİK ÇALIŞMALARI

Dr. Hale Nur GÜLER
İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi
Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü, Dr. Öğretim Görevlisi
glrhalenur@gmail.com
ORCID ID: 0000-0002-6333-1849

ÖZ

Fonların arz ve talebi süreci içerisinde ekonominin sağlıklı işleyişine olanak sağlayan bankaların önemi büyüktür. Sanal dünyada internet üzerinden sürdürülen e-ihracatla yurtdışına mal veya hizmet satışı yapılmaktadır. Sınır ötesi ticarete rekabet edilebilecek güçlü firmaların alışverişin kesintisiz sürdürülmesi için bankaların sundukları ürün ve hizmetleri özenle seçmeleri gerekmektedir. Mal ve hizmetlerin satışının yapılabilmesi için pazar yerine, ödeme sistemlerine, alıcı kitlesine ve satış sözleşmelerine ihtiyaç duyulmaktadır. Ödeme sağlayıcılar tarafından kabul edilen para birimleri, ek maliyetler ve her türlü şartlar kurumlar ve müşteriler tarafından değerlendirilmekte en uygun koşul ve hızda imkân sunanlar tercih edilmektedir. Teknolojideki gelişmelerle birlikte müşterilerin global pazarlardaki ürünlere erişim istekleri ve farklı alternatiflere ulaşabilmeleri hem çeşit hem fiyat açısından değerlendirmelerini kolaylaştırmaktadır. Bu açıdan bankaların internet sitelerinde paylaştıkları her türlü bilgi hem ürün ve hizmetler için bilgilendirici hem de karşılaştırmalara olanak sağlamaktadır. Bu çalışma nitel olarak tasarlanmıştır. Çalışmada bankaların e-ihracat çözümleri için resmi internet sitelerindeki bilgilere ulaşılmış ve bildirimleri incelenmiştir. Çalışmanın halihazırda e-ihracat yapan ya da bu alana yönelecek kurumlar için ve alanla ilgilenen araştırmacılar için yararlı olacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: bankacılık, e-ihracat, e-ticaret, uluslararası ticaret.

BANKS' STUDIES TOWARDS E-EXPORT

ABSTRACT

Banks are of great importance as they enable the healthy functioning of the economy within the process of supply and demand of funds. In the virtual world, goods or services are sold abroad through e-export carried out over the internet. Strong companies that can compete in cross-border trade need to carefully select the products and services that banks offer in order to ensure uninterrupted shopping. In order to sell goods and services, a marketplace, payment systems, buyer base and sales contracts are needed. The currencies accepted by payment providers, additional costs and all kinds of conditions are evaluated by institutions and customers, and those that offer the most suitable conditions and speed are preferred. With the developments in technology, customers' desire to access products in global markets and their access to different alternatives make it easier for them to evaluate both in terms of variety and price. In this respect, all kinds of information shared by banks on their websites are both informative for products and services and enable comparisons. This study was designed qualitatively. In the study, information on the banks' official websites for e-export solutions was accessed and their notifications were examined. It is thought that the study will be useful for institutions that are currently engaged in e-export or will focus on this field and for researchers interested in the field.

Keywords: banking, e-export, e-commerce, international Trade.

Giriş

Teknolojinin ilerlemesi ile akıllı telefon kullanımının da artmasıyla e-ticaret ve e-ihracatın payı ticaret içinde yükselmektedir. Koronavirüs salgını sonrası alışveriş alışkanlıklarında oluşan değişikliklerin de bunda etkisi fazladır. Seçeneklerin çokluğu, müşterilerin kolaylıkla fiyat ve kalite kıyaslamasına gidebildikleri e-ihracatta bankaların sundukları ürün ve hizmetlerin önemini artırmaktadır. E-ihracat yapmaya devam eden ve bu alana yeni girip yer edinmek isteyen kurumlar bankaların kendilerine ve müşterilerine sağlayacakları imkân ve avantajları değerlendirmektedir.

E-ihracata girmek isteyen kurumlar için birçok avantaj ve dezavantajlar bulunduğundan kurumların dikkat etmeleri gereken noktalar vardır. Her geçen gün artan rekabet ortamında yer alabilmek için pazar yeri seçiminden başlayarak sanal pos için anlaşmalar, kargo yönetimi, fatura hazırlama, marka tescili, raporlama, fuar ve tanıtım organizasyonları, vergilendirme gibi pek çok alanda kurumlar kendileri için avantajlı olacak seçenekleri değerlendirmektedir. Bu kurumlara sunulan işbirlikleri önem arz etme olup her türlü ürün ve hizmet seçeneklerinin kapsam ve detayı da kurumlar tarafından bankaların tercih edilebilirliklerini artırmaktadır. Bu açıdan bankalar dış alım ve dış satım faaliyetlerine güvenli, hızlı ve kolay süreçlerle katkı sağlamaktadır.

Bankalarda forfaiting, akreditif, alıcı firma prefinansmanı, banka teminatı, belge karşılığı ödeme, peşin ödeme gibi ödeme yöntemleri, kredilendirme seçenekleri ile dış ticaretin gelişmesi için ürün ve hizmetler sunulmaktadır. Çalışmada bankaların e-ihracat çözümleri için resmi internet sitelerindeki bilgilere ulaşılmıştır. Çalışma içerisinde e-ihracat üzerinde bankaların rolü açıklanmış ve sonra bankaların internet siteleri üzerinden sundukları ürün ve hizmetler derlenmiştir.

1. Bankaların E-ihracattaki Rolü ve Önemi

Bankalar faiz karşılığında para alarak kredi işlemlerinde kullanmak amacıyla faaliyetlerini sürdüren finansal sistem içinde yer alan aracı kuruluşlardır. Ekonominin verimli ve sağlıklı şekilde işleyişi amacıyla piyasalardaki fonların arz ve talebinde görev yapan aracı kuruluşlar önemlidir. Tüm dünya dillerine bakıldığında hemen hemen benzer kavramlarla isimlendirildiği görünen “banka” kelimesinin İtalyanca “banco” kelimesinden geldiği bilinmektedir. İlk önceleri masa, sıra, tezgâh anlamlarını taşıyarak daha sonra banka olarak ifade edilmiştir (Yurttadur ve Bulut, 2015). Din adamlarının tapınaklarda bankacılık yaptıkları daha sonra hükümdarlar tarafından bankacılığın sürdürüldüğü bilinmektedir. Ticaretin gelişimiyle farklı bölgelerdeki alıcı ve satıcıların işlemlerinde satılan malların bedellerinin belirlenmesi, alınması, değerleri madenlerin bölgeler arasındaki dolaşımının temini ve saklanması, vadeli ticari işlemlere duyulan ihtiyaç nedeniyle bankacılığın doğup geliştiğini ifade etmek mümkündür (Yetiz, 2016).

Ekonominin şekillenmesinde önemli rolü olan bankaların hedeflerinin ve amaçlarının özenle hazırlanması ve hedefler kapsamında faaliyetlerin sürdürülmesi önemlidir. Bankaların temel işlevleri arasında ihtiyaç duyan bireysel ve kurumsal müşterileri kredilendirmek, parayı saklayıp muhafaza etmek, transfer işlemlerini yapmak, çek ve senet işlemleri yapmak, menkul kıymetlerin alım ve satımında görev almak, kefalet teminat ve referans mektubu vermek, kiralık kasa sunumu, vergi ödemeleri yapmak, fatura ve kredi kartı işlemleri yapmak olarak ifade edilmektedir (Aydın, 2012). Genel olarak bakıldığında bankalar sermaye, para ve kredi işlemlerini yapan ticari kuruluşlardır.

Günümüzde e-ihracat ile kurumlar uzaklıktan kaynaklı durumların önüne geçmek ya da oluşabilecek zorlukları azaltmak için faaliyetlerini sürdürmektedir (UİB, 2017). Fiyat avantajı sağlamak, teslim

koşullarındaki kolaylık, ürün seçeneklerinin fazla olması sebebi ile tüketicilerin e-ticaret ile alışveriş yaptıkları ifade edilmektedir (İGM, 2018). E-ihracatla elektronik ortamda ihracat yapılmaktadır. Bu ticaret şeklinde alıcı ve satıcı farklı ülkelerde ikamet etmekte, genellikle para birimleri farklı olmakta, farklı diller konuşulmakta, ülkeler farklı yargı hükümlerine bağlı olmaktadır (Ticaret Bakanlığı, 2019).

E-ihracatın e-ticaretten farkı olarak müşteri kitlesi gösterilmektedir. E-ticarette bireysel tüketiciler hedef kitledir buna karşın e-ihracatta ise kurumsal ve uluslararası firmalar hedef kitede yer almaktadır. E-ticarette internet üzerinden alışveriş söz konusuysen, e-ihracatta ticaretin kapsamını ihracat ve ithalat oluşturmaktadır. E-ticarette ulusal e-ticaret kuralları geçerlidir. E-ihracatta uluslararası kurallar ve dış ticaret süreçleri geçerlidir. E-ticarette Türkçe internet sitesi kurulumu gereklidir. E-ihracatta internet kurulumu yabancı dilde yapılmaktadır. E-ticarette yurt içi ödeme söz konusu olduğundan ödeme için kredi kartı yeterlidir ve ödemelerde yurt içi vergi politikaları geçerlidir. E-ihracatta ise, ödemeler yabancı ülkedeki vergiler kapsamında olup, gümrük işlemleri söz konusu ve yabancı kredi kartlarıyla yapılabilmektedir. E-ihracatta B2B ve B2C modelleri kullanılmakta olup müşteri bir firma ise, B2B; müşteri nihai tüketiciyse B2C kavramı kullanılmaktadır (Toplu Yılmaz ve Bayram, 2020).

Koronavirüs salgınıyla birlikte tüketicilerin internet üzerinden alışveriş oranı artmıştır. E-ticaretin hızlı olması, sosyal mesafenin sağlanması gibi sebeplerle tercih edilebilirliği yüksektir. Dünyada da e-ihracat artan bir eğilim göstermektedir. 2014 yılında 1,3 trilyon dolar değerinde yapılan sınır ötesi e-ticaret, 2018 yılında 2 kattan fazla artarak 2,8 trilyon dolar olmuştur (Webrazzi, 2018).

Dış ticaret işlemleri süreçlerinin kolaylaştırılmasıyla, dış ticaret işlemlerinin hızlanması ve maliyet avantajlarının elde edilmesi açısından bankalar önemli rol üstlenmektedir. Küreselleşmeyle birlikte ulusal sınırların zaman için de önemini yitirdiği ve siyasi sınırların ön plana çıktığını belirtmek mümkündür. Yaşanan bu süreç içinde ulusal bankaların önemi artmış ve uluslararası bankacılık da artan bir ivme ile gelişim göstermektedir. Uluslararası pazarlarda özellikle ihracata yönelik üretim faaliyetinde bulunan işletmeler için finansman ihtiyaçlarının karşılanması üzerine uluslararası bankalar faaliyetlerini sürdürmektedirler. Genel olarak bakıldığında uluslararası bankacılık hizmetleri olarak, uluslararası yatırımlar için kredi temini, para ve sermaye hareketlerindeki aracılık görevlerini sürdürmeyi ifade etmek uygun olacaktır.

Firmaların ihracata yönelik olarak üretim faaliyetlerini sürdürmeleri için üretim kapasitesinin yükseltmesine ihtiyaç vardır. Bu bağlamda ihtiyaç duyulan girdilerin sağlanması için de finansal sermayenin artırılmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Özellikle ihracat artışları sebebiyle ülkedeki Gayri Safi Yurtiçi Hasılasının artmasına katkıda bulunacak işletmelere finansal açıdan destek verilmesi önem arz etmektedir. Bu açıdan bakıldığında bankalar önemli rol sahibidir. Bankalar ihracata yönelik üretim faaliyetlerinde bulunan işletmelere finansal açıdan destekleyerek hem ihracatın hem de bu sayede ülke milli hasılasının artmasına katkı sunmaktadır. Bankaların uluslararası bankacılık faaliyeti açısından diğer önemli fonksiyonu da ticari faaliyette bulunacak yerli ve yabancı firmalar arasında güven tesisine dayalı aracılık faaliyetleri yapmalarıdır. Ticari faaliyetlerin başarısı açısından güven unsuru uluslararası ticari faaliyetlerde önemlidir. Uluslararası bankacılık hizmetleri ile alıcı firma, parasını ödediği malın teslim edileceği, satıcı firma ise ihraç ettiği malın bedelinin kendisine eksiksiz olarak ödeneceği konusunda endişeye kapılmadan ve uluslararası ticareti güvenli bir şekilde yürütmektedir. Sonuç açısından değerlendirildiğinde bu sürecin sağlıklı şekilde işleyişi uluslararası ticaret hacminin artmasına olanak sunmaktadır (Alhatti ve Konak, 2022: 574).

Bankaların forfaiting, akreditif, alıcı firma prefinansmanı, banka teminatı, belge karşılığı ödeme, peşin ödeme gibi ödeme yöntemleri ile dış ticaretin gelişmesinde rol oynadığı görülmektedir. Bankalar kurumların dışalım ve dışsatım faaliyetlerinde güvenli, hızlı ve kolay süreçlerle yapılmasına imkân sağlamaktadır. Bankaların bu ödeme yöntemleri ve kredilendirme teknikleriyle ulusal ve uluslararası ticarette yükselişe imkân sağladıklarını ifade etmek mümkündür. Bankalar dış ticaretin gelişmesi için faktoring işlemleri yapmaktadır. Faktoring, bir işletmenin ticari alacaklarını satarak fon elde etmesidir. Forfaiting ise, alacak hakkının koşulsuz ve kayıtsız şekilde teslim edilmesidir. Akreditif, belirli özellikteki

para için bir bankanın ya da bir finansal kuruluşun sorumluluğunda, üçüncü bir kişi adına farklı bir bankada ya da şubesinde kredi açtırılması işlemidir (Ayanoğlu, 2013).

2. E-İhracata Yönelik Ödeme Sistemleri

Ülkeler ya da bölgeler arasında e-ticaret yapmak isteyen kurumlar için ödeme yöntemleri önceliklendirilmesi gereken konular arasındadır. Ülkelere ve bölgelere göre değişiklik gösterebilen ödeme süreçlerinin, ödeme tercihlerinin ve ödeme yöntemlerinin dikkatle ele alınması önemlidir. Müşterilerin tercihlerinin artırılabilmesi için e-ihracatta ilgili pazara bağlı olarak en çok kullanılan ödeme yöntemleri kurumlarca seçilmelidir. Müşterilerin tercihlerinin belirlenip takip edilebilmesi için ödeme süreçlerinde e-ihracat yaparken kayıt altına alınıp raporlanması gerekmektedir. Yapılan analizler sonucunda kurumlar için tercih edilebilir ödeme yöntemleri açısından veri sağlanacaktır. Ödeme sistemlerinde güvenliğin önemi büyüktür. Global pazarlarda yer alan hedef kitlenin alım yapabilmesi için güven kazanılması gerekmektedir. Hedef kitlenin en çok kullanmayı tercih ettiği ödeme sistemlerinin de sunulabilmesi kurumu avantajlı hale getirecektir. Bu anlamda kurumların alternatif ödeme sistemleri sunabilecek alt yapıya sahip olmaları gerekmektedir. Müşterilerine alternatif ödeme yöntemleri sunarak aynı zamanda güven sağlayan kurumların hedef pazarda tutunabileceğini ve markasının da bilinirliğini artıracaklarını ifade etmek mümkündür.

Psikolojik açıdan e-ihracatta ödeme yöntemlerinin, yurt içi e-ticaret girişimlerine oranla önemli olduğu belirtilmektedir. Ödeme aşamasında pazardaki müşterilerin ödeme alışkanlıkları ile örtüşmeyen bir yöntem belirlendiğinde müşterilerin alışveriş sepeti terk oranlarının arttığı ifade edilmektedir. Alışveriş sepetinin erk oranlarını etkileyen bir başka faktörün de ödeme yönteminin kullanım kolaylığı ve hızı olarak düşünülmektedir. Ödeme sürecindeki zorluk ve yavaşlığın müşterilerin tercihini olumsuz yönde etkilediği ve alışveriş sitesinin terk ettikleri ifade edilmektedir.

Sınır ötesi e-ticaretin uluslararası pazarlar kapsamında ana konusu ve amacı ödeme almaktır. Sınır ötesi ticaret yaparken ödeme süreçlerinde dikkat edilmesi gereken konulara aşağıda yer verilmektedir (eticaret.gov.tr):

- E-ihracat müşterilerinin tercih ve beklentilerinin iyi anlaşılması gerekmektedir.
- Müşteriler kendi para birimleriyle ya da global pazarlarda en çok tercih edilen para biriminde ödeme yapmak istemektedir. Bu bağlamda müşterilerin konuştukları dilde ve kullandıkları para birimlerinde ödeme sistemi sunulması gerekmektedir.
- Müşterilere alternatif seçenekler sunulabilmeli, ödeme için tercih edebilmeleri sağlanmalıdır. Tek bir seçenek ile ilerlenmesini istemek onlara sadece kredi kartı veya sadece dijital ödeme yöntemi sunmak müşteri kaybına yol açmaktadır.
- E-ihracat işlemlerinde tercih edilen pazarın ya da ülkenin ödeme süreçlerine yönelik yasal düzenlemeler kapsamında süreçlere ilişkin yöntemler geliştirilmelidir.
- Yerel ödeme güvenliği sağlayıcılarından da destek alınarak uluslararası ödeme güvenliği standartlarının sağlanması yararlı olacaktır.
- Kurumlar tarafından ödeme süreçlerinde zorlu ya da karmaşık yöntemler yerine tüm müşteriler için geniş kitleleri hedefleyecek şekilde kolay ve hızlı ödeme yöntemler tercih edilmelidir.
- Ödeme sayfasının da e-ihracat sitesiyle birlikte pazarın ana dilinde oluşturulması ödeme sayfasının teşvik edici sade olması karışık görsel öğelerden kaçınılması gerekmektedir.
- E-ihracat ödeme yöntemlerinde çözüm ortaklarıyla işbirliğine gidilmesi rekabet açısından kurumlara yarar sağlayacaktır.

Tablo 1. 2018-2022 Bölgeler Bazlı E-Ticaret Ödeme Yöntemleri Öngörülleri

	Global		Kuzey Amerika		Latin Amerika		EMEA		Asya-Pasifik	
	2018	2022	2018	2022	2018	2022	2018	2022	2018	2022
E-Cüzdan	%36	%47	%20	%33	%15	%18	%21	%24	%52	%66
Kredi Kartı	%23	%17	%34	%27	%45	%29	%20	%14	%17	%11
Banka Kartı	%12	%11	%19	%19	%10	%16	%20	%17	%5	%3
Banka Transferi	%11	%11	%6	%5	%9	%8	%16	%20	%12	%11
Gecikmeli banka kartı	%8	%6	%13	%11	%7	%7	%10	%10	%4	%3
Teslimat Anında Ödeme	%5	%3	%4	%2	%4	%3	%7	%7	%4	%2
Ön-Ödemeli Kart	%2	%1	%3	%2	%2	%3	%3	%1	%2	%1
PostPay	%1	%1	%0	%0	%8	%14	%1	%0	%2	%2
E-Fatura	%1	%1	%0	%0	%0	%0	%1	%7	%0	%0
PrePay	%1	%0	%1	%0	%1	%2	%1	%1	%0	%0
Diğer	%0	%0	%1	%0	%0	%0	%0	%0	%0	%0

Kaynak: TÜSİAD E -Ticaret Raporu, 2019.

TÜSİAD (2019)' a Deloitte (2018) ödeme çözümleri araştırmasına göre kredi kartları dijital cüzdanların gerisinde kalacaktır. WorldPay Global Payment Report (2018) araştırması için incelenen 36 ülkenin 140 civarında online ödeme yöntemi kullandığı belirtilmektedir. Küresel ölçekteki e-ticaret ödemelerine bakıldığında yarısından çoğunun kredi kartı veya banka kartı dışındaki ödeme yöntemleri üzerinden gerçekleşmektedir. Banka transferi bazlı ödemelere alıcılar tarafından sunulan kolaylıklar, geri ödemede sağlanan avantajlar ve açık bankacılık girişimleri sebebiyle artmaktadır.

Ödeme hizmetleri açısından bakıldığında dijital ödeme yaygınlaşması sürecinde yenilikçi mobil ödeme çözümlerinin en etkin araç olarak ifade edilmesi mümkündür. Avrupa'nın yanı sıra ABD ve Hindistan gibi ülkelerde de Fintech firmalarının özel bankacılık lisanslarına sahip olarak bireylere ve KOBİ'lere kolaylaştırıcı çözümlerle gittikleri ve açık bankacılık yöntemlerinin teşvik edilmesinin de önceliklendirildiği ifade edilmektedir. Hindistan, Vietnam, Endonezya gibi gelişmekte olan ülkelerde finansal erişimi olmayan bireylerin de sisteme dahil edilebilmesiyle alternatif ödeme yöntemlerinin tercih edilebilirliğinin artacağını ifade etmek mümkündür. Örneğin Çin'de online pazaryeri kendi ödeme sistemiyle hizmet vermektedir. Sosyal medya ve mesajlaşma uygulaması olan WeChat Çin' de kullanıcılara yönelik bir ödeme platformu olarak da hizmet vermektedir. Kenya'da mobil finansal hizmetler bakımından mobil ağ sağlayıcılar ya da mobil para hesapları kullanıcılara sunulmaktadır. Bu yöntemlerle finansal hizmet sağlayıcısı bankalara ihtiyaç duyulmamaktadır.

Tablo1'de e-cüzdan uygulamalarının. %36 oranında Dünyada en çok kullanılan yöntem olduğu görülmektedir.

E-ihracatta hemen hemen kartlı ve alternatif ödeme yöntemleri olarak her ödeme yöntemi kullanılmaktadır. En sık kullanılan e-ihracat ödeme şekillerine aşağıda yer verilmektedir (Ideasoft, 2022; Worldef, 2022):

Kart ile ödeme; internet üzerinden yapılan alışverişlerde kredi kartının çoklukla kullanıldığı ifade edilmektedir. İnternet üzerinden yapılan alışverişlerde aynı şekilde banka kartları da çok fazla kullanılmaktadır. Ödeme yapılabilmesinin tek şartı kartın yurt dışı alışverişlerine uyumlu olmasıdır.

Kullanım açısından kolaylık sağlaması sebebiyle kredi kartı kullanımı tercih edilmektedir. Alternatif ödeme yöntemleri online alışverişlerde özellikle Avrupa ülkelerinde kredi kartını geri plana itmektedir.

Örneğin; Hollanda’ da internet alışverişlerinde alternatif ödeme yöntemlerinin %75 oranında iken kredi kartı ile ödemenin %7 oranında tercih edildiği ifade edilmektedir. Almanya’da alternatif ödeme yöntemleri tercihi %65 iken kredi kartı ise %15 oranında tercih edilmektedir. İngiltere, İtalya ve Belçika gibi Avrupa ülkelerinde kredi kartına kıyasla alternatif ödeme yöntemlerinin daha çok tercih edildiği görülmektedir. E-ihracat için Avrupa’ yı seçen kurumlarda ödeme sistemlerine bu nedenle alternatif ödeme yöntemlerini de entegre ettikleri görülmektedir.

Havale/EFT ile ödeme; online ödeme yöntemlerinden olan havale/EFT ile ödeme yapıldığında ürün ya da hizmet bedeli satıcının hesabına aktarılmaktadır. Uluslararası havale/EFT işlemi olarak ifade edilen SWIFT ile de yurt dışındaki banka hesabına para gönderilebilmektedir. E-ihracat yapan firmaların bu ödeme yöntemi ile ödeme kabul ederek yurt dışına satış yapabilmeleri mümkün olabilmektedir. Havale/EFT yönteminde taksit yapılamamaktadır. Ek olarak bankalar arasındaki para transferleri ve onay zaman almaktadır.

Alternatif ödeme yöntemleri; bankaların dışında ödeme yapılabilmesine imkân sağlayan ödeme yöntemleri alternatif ödeme yöntemleri olarak ifade edilmektedir. Banka hesabı ya da banka kartı gibi çalışan bu yöntemlerle güvenlik de sağlanabildiği için ödeme aracı olarak kullanılabilir. Alternatif ödeme yöntemleri ile alıcılara pek çok seçenek sunulabilmektedir. Alternatif ödemelerle tüm işlemlerin %60’ından çoğu yapılabilir. Dünya’ en çok tercih edilen ödeme yöntemleri olarak Sofort, Qiwi, Giropay, Ideal, Stripe ve eNETS belirtilmektedir. Bu bağlamda kredi kartı ile online ödeme yapmanın tek dönem olduğu zamanların geride kaldığını ifade etmek mümkündür. E-ihracat kurumlarının kredi kartı kullanmayan müşteriler için alternatif ödeme yöntemleri ile güvenli şekilde ödeme işlemlerini yaptıkları görülmektedir.

Mobil ödeme; internette yapılan alışverişlerin önemli bir kısmı mobil cihazlar ile yapılmaktadır. Online alışveriş dünyası ve satın alma teknolojilerinin gelişmesi ile müşterilerin taleplerin ve satın alma alışkanlıkları da değişim göstermektedir. Kurumların rekabet şartlarında ayakta kalabilmeleri için farklı ödeme yöntemleri ile çalışmalarını sürdürebilmeleri gerekmektedir. Mobil cihaz kullanımının son 5 yılda artışıyla akıllı telefon üreticileri ve bankalar mobil ödeme uygulamalarıyla yurtdışı alışverişlerde ödeme işlemi yapmaktadır. NFC tipi temassız ödeme olanaklarına ek olarak alışverişlerde Apple Pay, Samsung Pay ve Android Pay gibi mobil ödeme altyapıları sıklıkla tercih edilmektedir. Kullanıcıların cep telefonlarına yükleyebildikleri uygulamalara veya hesaplara kredi kartlarını ya da banka kartlarını entegre ederek ödeme yapabildikleri ve bu şekildeki ödemelerde güvenli, hızlı ve kolay şekilde ödeme yapılabildiği bilinmektedir.

3. Türk Bankalarının E-ihracat Çözümleri

Çalışmada bankaların e-ihracat çözümleri için resmi internet sitelerindeki bilgilere ulaşılmıştır. İş Bankası’nın ilgili internet sayfasında e-ihracatın tanımına yer verilmiştir. “E-İhracat Nedir?” başlığı ile yer verilen tanımda e-ihracat internette yurtdışına ürün ve hizmet satışı yapılması ve yurtdışından müşteri bulunması için internet teknolojilerinin kullanılarak yapılan uluslararası ticaret modeli olduğu, 15.000 Euro ve 300 kg’ı geçmeyen ürün ağırlığı olan gönderiler için hava ve kara taşımacılığıyla gümrük müşavirliği hizmetine gerek duyulmaksızın Elektronik Ticaret Gümrük Beyannamesiyle gönderilmesi şeklinde belirtilmektedir.

Banka e-ihracat yapan veya yapmak isteyen müşterilerine ürünlerinin global pazarlara entegre edilmesi yurt dışı satış kabiliyetinin artırılması ve e-ihracat yapılmasına olanak sağlanması amacıyla Knawat B2B2C Gold Supplier e-ihracat paket üyeliğini üyelik tarihinden itibaren 1 yıl süresince ücretsiz sunmaktadır. E-ihracat paketi üyeliği müşterilerine pazar yerlerine 10.000 adete kadar ürünlerin

yüklenmesine, pazar yerlerine manuel, XML, CSV, API aracılığıyla ürünlerin eklenmesi ve entegrasyon, ürünler için İngilizce ve Arapça olmak üzere çeviri, firmaya özel belirlenen satış danışmanı ve satış kanallarına 6 adet tanıtıcı elektronik posta gönderilmesi hizmetlerinin verildiği ifade edilmektedir.

Üyelik işlemlerinin ardından sürecin işleyiş adımları olarak banka müşterisi tarafından tedarikçi başvuru formunun doldurması, e-ticaret alt yapısının entegre edilişi, çeviri ekibinin ürün açıklamalarının çevirilerinin yapılması, ürünlerin tüm dünyadaki global sahalarda satışa sunulması, müşterinin ilgili alan üzerinden satılan ürünlerle ilgili olarak bilgilendirilmesi ve ürünlerini İstanbul'daki depoya ulaştırılması ve depoya ulaşan ürünlerin yurt dışındaki müşterilere teslimatını sağlaması şeklinde ifade edilmektedir.

Bankanın kampanya kapsamında sunduğu koşullar kampanyadan sadece DijitalKolay başvuru formu üzerinden başvuran müşterilerinin yararlanabileceği, kampanyadan bir kişinin sadece bir kez yararlanabileceği, söz konusu ücretsiz üyelik hizmetinin Knawat tarafından gerçekleştirilebileceği, kampanyanın bankanın ve Knawat'ın diğer kampanyalarıyla birleştirilemeyeceği, banka ve Knawat'ın kampanya şartlarında değişiklik yapma ve bitirme hakkına sahip oldukları, bankanın müşteriler ve Knawat arasında ortaya çıkabilecek uyuşmazlıklara taraf olmayacağı, bankanın müşteri ve Knawat arasında kurulan ticari ilişkiyle alakalı ticari sorumluluğunun olmadığı ifade edilmektedir.

Banka internet sitesinde ShipEntegra için de bilgiler vermektedir. Türkiye'de e-ihracatın geliştirilerek ve Türk satıcılarının global pazarlarda değer kazanmaları hedefiyle kaliteli, yenilikçi şekilde yazılım ve lojistik hizmeti sunan ShipEntegra ile tüm e-ihracat işlemleri tek bir ekran üzerinden yönetilebilmekte ve rekabetçi navlun teklifleriyle hızlı ve güvenli bir şekilde gönderimlerin gerçekleştirilebileceği yönünde açıklama yer almaktadır.

ShipEntegra'nın lojistik ve yazılım hizmetleriyle kullanıcılarına kolaylıklar sunduğu, entegrasyonlu ve iş birliktelikleriyle her geçen gün hizmet ağını genişlettiği ifade edilmektedir. Amazon, Etsy, AliExpress, Ebay gibi 12'den fazla pazar yeri ve uluslararası taşıyıcı firmalarla entegrasyonunun bulunduğu ve her iki alanda da hız bazlı çalışarak çözüm odaklı ve güvenli bir hizmet verdiği ifade edilmektedir. ShipEntegra e-ihracat çözümleriyle satış sonrası tüm süreçleri tek bir ekran üzerinden yönetebildiği ve 200'den fazla ülkeye kısa sürede güvenle gönderim yapabilmektedir.

Bu bağlamda sunulan hizmetler 200'den fazla ülkeye kısa sürede kargo ücretinin hesaplanması, tek tıkla gönderi etiketinin oluşturulması, hızlı gönderim seçenekleri sunulması, mikro ihracat (ETGB) kapsamında hızlı ve sorunsuz gönderim yapılması, tek tıkla ShipEntegra panelleri üzerinden e-arşiv fatura hazırlanması, ETGB beyanname görüntülerine ShipEntegra panelleriyle ulaşılabilmesi ve KDV iade süreçleri kısaltılabilmesi, AB ülkelerine IOSS numarasıyla sorunsuz olarak teslimatın yapılması, tek bir panelden anlık gönderi takibi yapılması ve erken takip numarası hizmetinden yararlanılması olarak belirtilmektedir.

E-ihracat paketi üyeliğiyle 1 yıl ücretsiz sipariş entegrasyon yazılımı, 1 yıl ücretsiz kargo entegrasyonu, ücretsiz muhasebe entegrasyonu, rekabetçi navlun fiyatlarıyla yurt dışına ürün gönderimi sağlanmaktadır. Üyelik işlemleri sonrasındaki süreçte <dijitalkolay2022> koduyla ShipEntegra'ya üyelik, mağazanın ShipEntegra ile entegre edilmesi, gerekli işlemlerin paneller üzerinden tamamlandıktan sonra ürünün operasyon merkezine gönderilmesi ve aynı gün içinde paketin yurtdışına gönderimin yapılması olarak ifade edilmektedir.

Kampanya koşullarında kampanyanın bitiş tarihi 31.12.2022 olarak belirtilmektedir. Kampanyadan faydalanabilmesi için banka müşterisi olmak gerekliliği, kampanyadan bir müşterinin sadece bir kez faydalanabileceği, ücretsiz üyeliğin ShipEntegra tarafından gerçekleştirileceği, kampanyanın diğer banka ve ShipEntegra kampanyalarıyla birleştirilemeyeceği, banka ve ShipEntegra'nın kampanya şartlarını değiştirme ve kampanyayı bitirme hakkının bulunduğu ifade edilmektedir.

Akbank e-ihracat'a yönelik kurumları desteklediklerini ifade etmektedir. Ideasoft işbirliği kapsamında e-ihracat için avantajlı uygulamalar sunduğunu belirtmektedir. Ideasoft e-ihracat uygulaması hizmetleri olarak Türkçe ve 2 yabancı dil, otomatik dil çevirisi, manuel dil çevirisi, çoklu para birimi destekleri, %100 SEO uyumluluğu, çoklu dil SEO, ülke ve bölge özellikleri, ülke ve bölge tanımlama, lokasyon bazlı kullanıcı tanımlama, otomatik kullanıcı karşılama, kargo ve lojistik yönetimi, desi bazlı kargo fiyatlaması, fiyat bazlı kargolama fiyatlaması, ülke ve bölge gönderi süresi yönetimi, ülkeye göre vergi tanımlanması, vergi kuralları yönetimi, gümrük vergisi tanımlamalarını sunmaktadır.

Banka tarafından Ideasoft' tan e-ihracat paketi alan müşterilere avantajlı POS fiyatlaması yapıldığı ifade edilmektedir. Banka Ideasoft'tan e-ihracat paketi satın alan müşterilerine, ilk kez ticari kredi kartı sahibi olduklarında her ay toplamda 5.000 TL alışverişlerinde 100 TL ve toplamda 1.000 TL'ye varan kaybolmayan chip-para hediye edildiği ifade edilmektedir.

Yapı Kredi Bankası Lenta Enterprise e-ihracat paketlerine, banka kredi kartlarıyla avantajlı fiyatlarla sahip olunabileceğini belirtmektedir. İşbirliği kapsamında OnBuy/ Fruugo / Allegro pazaryeri danışmanlığında hedef pazara göre Avrupa ve çevresine satış yapılmak isteniyorsa Fruugo veya Allegro pazaryeri danışmanlığı, İngiltere ve çevresi hedefliyorsa OnBuy pazaryeri danışmanlığı hizmetlerinden birinin sunulacağı ifade edilmektedir. Zalando/Afound/bol.com pazaryeri danışmanlığında yurt dışında şirket kurulumu gerektiren pazaryerlerinde Avrupa bölgesi ağırlıklı satışlar için üç farklı alternatiften birinin sunulacağı ifade edilmektedir.

Yurt içi ve Yurt dışı pazaryeri entegrasyonunda entegrasyon hizmetiyle yurt içinde ve yurt dışında pazar yerlerinde ürünlerin listelenebileceği, sipariş ve stok yönetiminin yapılabileceği ifade edilmektedir. Web Check Up analiz raporunda mevcutta satış yapılan e-ihracat sitesinin hedeflenen pazaryerlerine entegrasyon, müşteri hizmetleri yönetimi, ödeme sistemi altyapısı, lojistik altyapısı, dil ve çeviri hizmetleri sunulacağı ifade edilmektedir. Amazon pazaryeri danışmanlığında edilmektedir.

İşbirliği koşullarında ise 31.03.2023 tarihine kadar geçerli olacağı, fiyatlara pazaryeri komisyon ücretleri ve yurt dışında şirket kurulması gereken pazaryerlerinde, yurt dışı şirket kurulumu için gereken yasal ödemelerin dahil edilmediği, bankanın müşterileri ve Lenta Enterprise arasında ortaya çıkabilecek uyuşmazlıklara bankanın taraf olmayacağı, bankanın müşteri ve Lenta Enterprise arasındaki ticari ilişkiyle ilgili herhangi bir ticari sorumluluğunun bulunmadığı, banka ve Lenta Enterprise'ın kampanya şartlarında değişiklik yapma hakkına sahip oldukları yer almaktadır.

Türk Ekonomi Bankası (TEB) Avrupa ve Amerika'daki pazaryerlerine kolaylıkla ihracat yapılmasını sağlayan Propars ile hızlıca satış yapılabileceği belirtmektedir. Banka kampanya koşulları olarak global pazaryerlerini tek panelden yönetebileceğini, çeviri desteği verildiğinin, ERP entegrasyonlarının kolayca yapılabildiği, Propars ile e-ihracat entegrasyonlarının %35 indirimli olduğunu, 31.12.2022 tarihine kadar kampanyanın sürdüğünü, bankanın kampanya içeriğinde satın alınan ürün ve hizmetle ilgili bir sorumluluk taşımadığını, bankanın kampanya koşullarında değişiklik yapma veya durdurma hakkı olduğunu belirtmektedir. Propars e-ihracat hizmeti olarak ücretsiz mağaza açılışı, anlaşmalı olduğu kargo firmaları ile indirimli fiyat avantajı ve kolay gönderim, farklı pazaryerindeki mağazalarının ürün varyant stok fiyat sipariş ve iade işlemlerini tek ekran üzerinden toplu şekilde yapılabildiğini ifade etmektedir.

Sonuç

E-ihracat sınır ötesi ticaret olup yurtdışından alınan siparişlerin müşteriye ulaştırılmasıdır. E-ihracatta bölgesel rekabet stratejik olarak önemlidir, kurumların bu açıdan bakıldığında pazar araştırması yapmaları, fiyatlandırma ve pazar payı konusunda etkili olmaları gerekmektedir. E-ihracatta ödeme yöntemleri özenle seçilmesi ve yönetilmesi gereken önemli konular arasındadır. Ödeme sağlayıcılar

tarafından kabul edilen para birimleri, çıkarılan ek maliyetler ve şartlar kurumlar ve müşteriler açısından dikkat edilmesi gereken unsurlardan olup tercih edilen ödeme yöntemlerinin öğrenilmesi ve sisteme entegrasyonu yapılmalıdır. Ödeme yöntemlerinin e-ihracat kurumunun tercih edilebilirliğine de etki edeceğinden en çok tercih edilen yöntemlerden belirlenmesi gerekmektedir.

Finansal sistem içinde ekonominin sağlıklı şekilde işleyişine hizmet etmek için piyasalarda fonların arz ve talebi süreçlerinde görev alan aracı kuruluşlardan olan bankaların önemi büyüktür. Çalışmada bankaların e-ihracat için öneminden bahsedilmiş olup e-ihracat süreçlerinde çeşitli kurumlarla birlikte müşterilere sundukları çözümler incelenmiştir. Buna göre örnek olarak belirlenen bankaların resmi internet siteleri üzerinden e-ihracat çözümleri için bildirimleri incelenmiştir.

İş Bankası e-ihracat yapan veya yapmak isteyen müşterilerine ürünlerinin global pazarlara entegre edilmesi, yurt dışı pazarlara satış yeteneğinin yükseltilmesi ve e-ihracat süreçlerine katkı sağlamak için e-ihracat paket üyeliğini üyelik tarihinden itibaren 1 yıl boyunca ücretsiz olarak sunmaktadır. Akbank e-ihracat' a yönelik kurumları desteklediklerini ifade etmekte ve Ideasoft işbirliği kapsamında e-ihracat için avantajlı uygulamalar sunduğunu belirtmektedir. Yapı Kredi Bankası Lenta Enterprise e-ihracat paketlerine, banka kredi kartlarıyla avantajlı fiyatlarla sahip olunabileceğini belirtmektedir. Türk Ekonomi Bankası (TEB) Avrupa ve Amerika'da pazaryerlerine kolaylıkla ihracat yapılmasına olanak sunan Propars ile hızlı şekilde satış yapılabileceği belirtilmektedir.

Bankaların e-ihracat yapan kurumlar için işbirliği içinde oldukları kurumların e-ticaret için alt yapıları entegre ettikleri, global pazar yerlerine ürün yükleme, çeviri hizmeti verdikleri, çoklu para birimi desteği verdikleri, kargo ve lojistik yönetiminde, desi bazlı kargo fiyatlamada, fiyat bazlı kargo fiyatlamada, teslimat işlemleri, vergi kuralları yönetimi şeklinde hizmetler verdikleri ifade edilmektedir.

Bankaların internet sitelerinde e-ihracat çözümleri konusunda detaylı bilgilerin yer alması müşterilerin bilgilendirilmesi için yararlı olacaktır. Sunulan kampanyaların çeşitlendirilmesi müşteriler için yararlı olacaktır. E-ihracat satış ve kârlılığın artması, büyüme için yeni fırsatların doğması, itibar artışı, iç piyasalara daha az bağımlı olmak gibi avantaj ve fırsatlar sunmakta ve ülke ekonomisine katkıda bulunmaktadır. Bu bağlamda bankaların e-ihracat çözümleri için danışmanlık hizmetlerini de artırmaları hem müşteriler hem de çalışanlar açısından bilgilendirme programlarını yoğunlaştırmaları yararlı olacaktır.

Teknolojinin ilerlemesi ile müşterilerin global pazarlardaki ürünlere erişim istekleri ve farklı alternatiflere ulaşabilmeleri hem çeşit hem fiyat açısından değerlendirmelerini kolaylaştırmaktadır. Bu açıdan bakıldığında kurumların dış ticaret faaliyetlerine yönelmelerinde artış olacağını ifade etmek uygun olacaktır. Bankaların ve işbirliği içinde oldukları kurumların e-ihracat çözümleri önemlidir. Bundan sonraki araştırmalarda yurtdışındaki bankaların da çözümleri değerlendirilerek çalışmanın genişletilmesine gidilebilir. Çalışmanın e-ihracatla ilgilenen araştırmacı kurum ve çalışanlara Türkiye'deki bankaların rolünün tartışılması ve e-ihracat için yaptıkları bilgilendirmelerin değerlendirilmesi açısından yararlı olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Alhatti, A. A. & Konak, A. (2022). Dış Ticaretin Gelişimi Açısından Bankacılık Sektörünün Önemi: Türkiye Örneği. *Fiscaoeconomia*, 6(2), 572-600.
- Akbank, (2022). <https://www.akbank.com/tr-tr/hizmetler/Sayfalar/ihracatcinin-gucu-kampanyasi.aspx>
- Ayanoğlu, Y. (2013). Bankaların kuruluşu ve organizasyon yapısı. Bankaların yönetimi ve denetimi içinde. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Aydın, N. (2012). Bankacılık ve Sigortacılığa Giriş, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları
- E-Ticaret Bilgi Platformu (2022). <https://www.eticaret.gov.tr>
- Ideasoft, (2022). <https://www.ideasoft.com.tr/ihracat-nedir-e-ihracat-nasil-yapilir/>
- İhracatı Geliştirme Merkezi (2018). E-ticaret, e-ihracat, e-uluslararası ticaret, e-dış ticaretin; dış ticarete etkileri. <https://www.igeme.com.tr/e-ticaret-e-ihracat-e-uluslararası-ticaret-e-dis-ticaretin-dis-ticarete-etkileri/>
- T.C. Ticaret Bakanlığı (2019). Dijital ticaret tanım ve kavramlar. <https://www.ticaret.gov.tr/hizmet-ticareti/elektronik-ticaret/dijital-ticaret-tanim-ve-kavramlar>
- Toplu Yılmaz, Ö. ve Bayram, O. (2020). COVID-19 Pandemi Döneminde Türkiye’de E-ticaret ve E-ihracat, *Kayseri Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(6), 37-54
- Türk Ekonomi Bankası, (2022). <https://www.teb.com.tr/firmanız-icin/propars-kampanyasi/>
- Türkiye İş Bankası, (2022). <https://www.isbank.com.tr/is-ticari/eticaret-ve-eihracat-cozumleri>
- TÜSiAD (2019). E -Ticaret Raporu, <https://www.eticaretraporu.org>
- Uludağ İhracatçı Birlikleri –UİB (2017). E-dış ticaret raporu. UİB Yayınları.
- Webrazzi (2018). E-ihracat rehberi. <https://webrazzi.com/2018/11/14/turkiyenin-e-ihracat-gelecegi-ve-hedef-pazarin-belirlenmesindeki-anahtar-unsurlar/>
- Worlddef, (2022). <https://worlddef.net/e-ihracatta-kullanilan-odeme-yontemleri/>
- Yapı Kredi Bankası, (2022). <https://www.yapikredikobi.com.tr/kobi/dis-ticaret-finansmani>
- Yetiz, F. (2016). Bankacılığın Doğuşu ve Türk Bankacılık Sistemi, Niğde Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 9(2),107-108.
- Yurttadur, M. ve Bulut, K. (2015). Türkiye’de Bankacılık Sektörünün Finansal Yapısı ve Bu Yapının Müşteri Tercihine Etkisi, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*,10(2), 166-178.