

GENEL BİLGİLER

Bir e-ticaret sitesi açmak; şirket kurulumundan hukuki altyapıya, teknik süreçlerden vergi yükümlülüklerine kadar uzanan çok adımlı bir süreçtir.

E-ticaret sitesi açma süreci sırasıyla şirket kuruluşu, yasal altyapının tamamlanması, altyapı seçimi, ödeme ve lojistik entegrasyonları ile vergi süreçlerinin takibinden oluşur.

1. Şirket Kurulum Sürecini Tamamlayın

E-ticaret faaliyetlerinizden fatura kesebilmek ve yasal olarak vergi ödemek için bir şirketinizin olması zorunludur.

- Şahıs Şirketi:** Düşük kurulum maliyeti. Hızlı kurulum (1 günde). Yeni başlayanlar için idealdir.
- Limited (Ltd.) Şirket:** En az 1 ortak. Sabit kurumlar vergisi oranı. Prestijli kurumsal kimlik.
- Anonim (A.Ş.) Şirket:** Büyük ölçekli hedefler. Sermaye ortaklığı. Yatırımcı çekmek için uygun yapı.

2. Vergi Yükümlülüklerini ve Teşvikleri Öğrenin

E-ticaret siteniz üzerinden yaptığınız her satış mali bir yükümlülük doğurur.

- Katma Değer Vergisi (KDV):** Satılan ürün kategorisine göre %1, %10 veya %20 KDV hesaplanır.
- Geçici Vergi:** Üç aylık ticari kazancınız üzerinden ödenen peşin vergidir.
- Gelir veya Kurumlar Vergisi:** Yıllık net kârınız üzerinden şahıs veya şirket türüne göre ödenir.
- Genç Girişimci Desteği:** 29 yaş altındaysanız 3 yıl gelir vergisi muafiyeti ve 1 yıl Bağkur prim desteği mevcuttur.
- E-İhracat Teşvikleri:** Yurt dışına mikro ihracat (ETGB) yapıyorsanız %50 gelir vergisi muafiyeti vardır.

3. Hukuki ve Zorunlu Altyapıyı Hazırlayın

Sitenizin yasal olarak cezai yaptırımlarla karşılaşmaması için tüketici mevzuatına uygun olması gerekir.

- ETBİS Kaydı:** Ticaret Bakanlığı'nın ETBİS platformuna sitenizi kayıt etmeniz yasal zorunluluktur.
- Mesafeli Satış Sözleşmesi:** Tüketicinin ve satıcının haklarını koruyan, her satışta onaylanan dijital sözleşmedir.

- **Ön Bilgilendirme Formu:** Kargo, teslimat ve ürün detaylarını ödeme öncesi tüketiciye gösteren belgedir.
- **KVKK Aydınlatma Metni:** Kullanıcı verilerinin nasıl işleneceğini belirten yasal metindir. Gizlilik sözleşmesiyle sunulmalıdır.
- **İptal ve İade Prosedürü:** Tüketicinin 14 günlük koşulsuz cayma hakkını sitenizde net şekilde açıklamalısınız.

4. Teknik Altyapıyı ve Tasarımı Seçin

Ürünlerinizi sergileyeceğiniz ve sipariş alacağınız web sitesinin mimarisine karar verin.

- **Hazır E-Ticaret Altyapıları:** [IdeaSoft](#), [Ticimax](#) veya [Shopify](#) gibi platformlar hızlı kurulum ve teknik destek sağlar.
- **Açık Kaynak Kodlu Sistemler:** WooCommerce, Magento veya PrestaShop ile sitenizi tamamen özelleştirebilirsiniz. Sunucu yönetimi size aittir.
- **Alan Adı ve SSL Sertifikası:** Güvenli ödeme (HTTPS) için [çevrimiçi güvenlik protokolü \(SSL\)](#) sertifikası almak zorunludur.

5. Ödeme ve Lojistik Sistemlerini Entegre Edin

Sitenizin para tahsil edebilmesi ve ürünleri teslim edebilmesi için anlaşmalar yapın.

- **Sanal POS Entegrasyonu:** Bankalarla tek tek görüşebilir veya [iyzico](#), [PayTR](#) gibi aracı ödeme kuruluşlarıyla hızlıca anlaşabilirsiniz.
- **Kargo ve Lojistik Anlaşmaları:** Şirket evraklarınız ile kargo firmalarından e-ticaret fiyat teklifi alın veya kargo entegratörleri kullanın.
- **E-Fatura Entegrasyonu:** Satış sonrası faturaların otomatik kesilip müşteriye gitmesi için [Trendyol Pazaryeri](#) veya özel e-fatura entegratörleri bağlayın.

POPÜLER ÜRÜN KATEGORİLERİ

- **Giyim, Ayakkabı ve Aksesuar:** E-ticaretin en çok satan ve en yüksek sirkülasyona sahip kategorisidir. Gündelik giyim, spor giyim, abiye, saat, çanta ve takılar bu grupta yer alır.
- **Kozmetik ve Kişisel Bakım:** Cilt bakım ürünleri, makyaj malzemeleri, parfümler ve saç bakım ürünleri, düzenli tüketimi sayesinde sadık müşteri kitlesi yaratır.
- **Teknoloji ve Elektronik:** Akıllı telefonlar, bilgisayarlar, tabletler ve akıllı ev aletleri online alışverişin vazgeçilmezlerindendir.
- **Ev ve Yaşam (Ev Gereçleri ve Mobilya):** Mutfak eşyaları, dekorasyon ürünleri, aydınlatma ve bahçe mobilyaları gibi ürünler özellikle dijital platformlarda oldukça popülerdir.

- **Anne, Bebek ve Oyuncak:** Bebek kıyafetleri, bebek bezleri, eğitici oyuncaklar ve çocuk araç gereçleri gibi anne-babaların sürekli ihtiyaç duyduğu ürünleri içerir.
- **Kitap, Kırtasiye ve Hobi:** Romanlar, ders kitapları, sanatsal malzemeler, puzzle ve kutu oyunları gibi hobi ürünleri yer alır.
- **Sağlık ve Spor:** Vitaminler, sporcu gıdaları ve ev egzersiz ekipmanları bu kategoride öne çıkar.
- **Dijital Ürünler:** E-kitaplar, online eğitim kursları, yazılım lisansları ve tasarım şablonları gibi stok veya kargo maliyeti gerektirmeyen ürünlerdir.

ÖZEL DURUMLARA GÖRE BİLGİLENDİRME

E-Ticaret Sektöründe 29 Yaş Altı Genç Girişimci Desteği:

Ortaklık Yapısında Genç Girişimci Desteği Kuralları

E-ticaret sitenizi veya pazaryeri mağazanızı tek başınıza değil de ortaklarla kuruyorsanız, vergi muafiyeti almak için şu şartları sağlamalısınız:

- **Tüm Ortakların Yaş Şartı:** Ortakların tamamının işe başlama tarihi itibarıyla 18 yaşını doldurmuş ve 29 yaşını bitirmemiş (30 yaşından gün almamış) olması zorunludur. Ortaklardan tek bir kişi bile 29 yaşından büyükse, genç olan diğer ortaklar da dahil olmak üzere hiçbir ortak destekten yararlanamaz.
- **İlk Kez Mükellefiyet:** Tüm kurucu ortakların daha önce kendi adlarına şahıs şirketi kurmamış veya bir adi ortaklığa vergi mükellefi olarak dahil olmamış olması gerekir.
- **Şirket Türü Kısıtlaması:** Destek yalnızca Adi Ortaklık (şahıs şirketlerinin birleşimi) statüsündeki yapılar için geçerlidir. **E-ticaret firmanızı Limited (LTD) veya Anonim Şirket (A.Ş.) olarak kurarsanız, ortakların yaşı kaç olursa olsun genç girişimci vergi istisnasından faydalanamazsınız.**

Sunulan Güncel Destek Unsurları (2026)

E-ticaret girişimi kurduğunuzda hak kazanacağınız teşvikler şunlardır:

- **Gelir Vergisi Muafiyeti:** Kuruluş tarihinden itibaren 3 vergilendirme dönemi (3 yıl) boyunca elde ettiğiniz kazancın yıllık 400.000 TL'ye kadar olan kısmı gelir vergisinden muaftır. **(E-ticaret firmanızı Limited (LTD) veya Anonim Şirket (A.Ş.) olarak kurarsanız, vergi istisnasından faydalanamazsınız.)**
- **Önemli Güncelleme (Bağ-Kur Primi):** 1 Ocak 2026 tarihi itibarıyla genç girişimcilere sağlanan 1 yıllık Bağ-Kur prim desteği mevzuattan tamamen kaldırılmıştır. Yeni kurulan şirketlerde ortaklar kendi Bağ-Kur primlerini kendileri ödemektedir.

KOSGEB Kuruluş Desteği: KOSGEB Girişimci Destek Programı kapsamında e-ticaret işi kuran şahıs işletmelerine 10.000 TL, sermaye şirketlerine ise 20.000 TL geri ödemesiz kuruluş hibe desteği verilir. Kurucunun genç veya kadın olması durumunda bu tutara 10.000 TL daha ilave edilir

E-Ticaret Girişimcileri İçin Kritik Hak Kaybı Nedenleri

- **Başka Yerde Çalışmak:** Ortaklardan biri şirket kurulduktan sonra başka bir şirkette SGK'lı (4A) olarak işe girerse, o ortağın Bağ-Kur yükümlülüğü bitse dahi vergi muafiyeti şartları aksayabilir.
- **Yönetimde Olmamak:** Kurulan e-ticaret firmasının sevk ve idaresinin bizzat ortaklar tarafından yürütülmesi şarttır. Tamamen dışarıdan bir müdüre yetki verilmesi muafiyeti iptal ettirir.

E-ticaret firmanızı Limited Şirket (LTD) Olarak Kurarsanız:

- **Gelir Vergisi Muafiyeti Yoktur:** Genç girişimci vergi muafiyeti (3 yıl boyunca yıllık 400.000 TL kazanç istisnası) sadece şahıs şirketleri ve adi ortaklıklar için geçerlidir. Limited şirketler, sahibinin yaşından bağımsız olarak **%25 kurumlar vergisine** tabidir.
- **Bağ-Kur Prim Desteği Yoktur:** Genç girişimcilerin 1 yıllık Bağ-Kur prim ödemesi muafiyeti 1 Ocak 2026 tarihi itibarıyla mevzuattan kaldırılmıştır. Limited şirket tek ortağı ve müdürü olarak kendi Bağ-Kur primlerinizi ödemeniz gerekir.
- KOSGEB Girişimci Destek Programı kapsamında şahıs şirketlerine göre daha fazla hibe alırsınız:
- **Daha Yüksek Kuruluş Desteği:** Kuruluş aşamasında geri ödemesiz (hibe) olarak **20.000 TL** verilir (Şahıs şirketlerinde bu tutar 10.000 TL'dir).
- **Genç Girişimci İlavesi:** Kurucunun 29 yaş altı genç girişimci olması nedeniyle bu tutara **10.000 TL ek hibe** ilave edilir. Toplam kuruluş desteğiniz bütçesiz şekilde **30.000 TL** olur.
- **Personel ve İstihdam Desteği:** Şirket bünyesinde e-ticaret operasyonları, dijital pazarlama veya depo için personel istihdam ederseniz, KOSGEB'den personel başına 3 yılda **300.000 TL'ye kadar** performans desteği (hibe) talep edebilirsiniz.
- Vergi muafiyeti olmamasına rağmen, e-ticarete Limited Şirket seçmenin çok önemli ticari nedenleri vardır:
- **Prestij ve Pazaryerleri:** Trendyol, Hepsiburada veya Amazon gibi platformlarda limited şirketler, şahıs şirketlerine kıyasla kurumsal kimlik açısından daha avantajlı vadeler veya listeleme kolaylıkları elde edebilir.
- **Sınırlı Sorumluluk:** E-ticarete yaşanabilecek olası müşteri davaları, telif hakkı cezaları veya tedarikçi borçlarında kişisel mal varlığınız korunur. Sadece şirkete koyduğunuz sermaye kadar sorumlu olursunuz.
- **E-İhracat Teşvikleri:** Eğer yurt dışına satış (Amazon US, Etsy vb.) planlıyorsanız, Ticaret Bakanlığı E-İhracat Destekleri (reklam, depo, pazaryeri komisyon desteği) sermaye şirketlerine (LTD/A.Ş.) çok daha büyük bütçelerle sunulmaktadır.

ŞİMDİ; YILLIK HEDEFLENEN FARAZİ BİR KÂR ORANI ÜZERİNDEN AÇIKLAMALARIMIZA DEVAM EDECEĞİZ.

ÖRNEK: Yıllık 4 milyon TL yıllık kâr/matrah hedefi için e-ticaret şirketinizi hangi şirket tütünde kurmak mantıklıdır?

Bu kâr seviyesinde, 29 yaş altı genç girişimci muafiyeti olan bir şahıs şirketi yerine **Tek Ortaklı Limited Şirket (LTD)** kurmak vergi oranları açısından çok daha avantajlıdır.

- Şirket türlerine göre 4 milyon TL net kâr üzerinden ödeyeceğiniz tahmini vergi yükü senaryosu şu şekildedir:

Şirket Türlerine Göre Vergi Karşılaştırması (4 Milyon TL Net Kâr İçin)

Vergi Kriteri	Şahıs Şirketi (Genç Girişimci İstisnalı)	Tek Ortaklı Limited Şirket (LTD)
Vergilendirme Türü	Artan oranlı Gelir Vergisi (%15 - %40 arası)	Sabit oranlı Kurumlar Vergisi (%25)
İstisna Avantajı	İlk 400.000 TL vergiden muaftır (Kalan 3.600.000 TL vergilendirilir).	Herhangi bir kâr muafiyeti yoktur.
En Yüksek Vergi Dilimi	1.000.000 TL'yi aşan kâr kısmı için %35 vergi ödenir.	Kazanç ne kadar olursa olsun sabit %25 vergi ödenir.
Yıllık Toplam Vergi	~1.142.500 TL	1.000.000 TL

- **Mali Analiz:** 4 milyon TL kâr seviyesine ulaştığınızda, şahıs şirketindeki genç girişimci vergi muafiyeti (400.000 TL) cazibesini yitirir. Şahıs şirketinde artan oranlı vergi dilimleri nedeniyle cebinizden **yaklaşık 142.500 TL daha fazla vergi** çıkar.

Bu Ölçekteki Bir E-Ticaret Girişimi İçin Yol Haritası

- **Şirket Kurulumu:** Doğrudan Limited Şirket olarak başlayın. Ticari prestijiniz yüksek olur, pazaryerlerindeki yüksek ciro limitlerine takılmazsınız ve verginiz %25'te sabitlenir.
- **KOSGEB Başvurusu:** Kurulumu tamamlar tamamlamaz KOSGEB Girişimci Destek Programı'na başvurun. Genç girişimci olduğunuz için bütçesiz 30.000 TL kuruluş hibi kesin olarak şirket hesabınıza aktarılır.
- **İstihdam Stratejisi:** 4 milyon TL kâr ve buna bağlı yüksek ciro, operasyonel destek (kargo, paketleme, müşteri hizmetleri) gerektirecektir. KOSGEB'in 300.000 TL'lik personel desteğinden yararlanarak ilk çalışanlarınızı sigortalı yapabilirsiniz.
- **E-İhracat Odaklılık:** Eğer 4 milyon TL hedefinin bir kısmı döviz cinsinden (yurt dışı satış) olacaksa, Ticaret Bakanlığı e-ihracat destekleri kapsamında dijital reklam harcamalarınızın ve pazaryeri komisyonlarınızın %50 ile %70'ini hibe olarak geri alabilirsiniz. Ayrıca limited şirketlerin ihracat kazançlarına uygulanan kurumlar vergisi oranı %25 yerine %20'ye düşmektedir.

E-ihracatta "oran" kavramı karşınıza iki farklı kritik alanda çıkar: **Devletin sağladığı maddi destek (hibe) oranları** ve elde ettiğiniz kazanca uygulanan **indirimli vergi oranları**. Limited şirketiniz üzerinden yurt dışına satış yaptığınızda geçerli olan güncel (2026) oranlar ve sınır değerler şunlardır:

1. Ticaret Bakanlığı E-İhracat Destek Oranları (Hibe)

Ticaret Bakanlığı, e-ihracat yapan şirketlerin harcamalarını **%50 ile %70 arasında değişen oranlarda** hibe olarak geri öder.

- **Temel Destek Oranı (%50):** Yurt dışı reklam (Google, Facebook, Amazon reklamları), dijital pazaryeri komisyonları ve yurt dışı depo/fulfillment (sipariş karşılama) harcamalarınızın **%50'si** devlet tarafından hibe olarak karşılanır.
- **Hedef Ülke Oranı (%70):** Bakanlığın belirlediği [Hedef Ülkeler Listesi](#)'ndeki (örneğin ABD, Almanya, İngiltere vb.) pazarlara yönelik reklam ve pazarlama faaliyeti yaparsanız, destek oranı **20 puan ilave edilerek %70'e çıkar**.

2. İndirimli Kurumlar Vergisi Oranları

Normal şartlarda Limited şirketlerin kârı üzerinden %25 Kurumlar Vergisi alınır. Ancak e-ihracat şirketleri için vergi oranları ciddi şekilde aşağı çekilmiştir:

- **Genel E-İhracatçı Oranı (%14):** Ürünleri toptan alıp yurt dışına e-ihracat yoluyla (Amazon, Etsy, eBay veya kendi sitenizden) satan limited şirketler için Kurumlar Vergisi oranı %25 yerine **%14** olarak uygulanır.
- **İmalatçı E-İhracatçı Oranı (%9):** Satacağınız e-ihracat ürünlerini kendi tesisinizde üretiyor (veya fason ürettiriyor) ve sanayi sicil belgeniz bulunuyorsa, bu satıştan elde edeceğiniz kazancın vergisi **%9'a** kadar düşer.

3. Mikro İhracat Limit Oranları (Gümrüksüz/Kolay Satış)

Yurt dışındaki bireysel müşterilere (B2C) büyük gümrük prosedürleri ve gümrük müşavirliği ücretleri ödmeden satış yapabilmeniz için **Mikro İhracat (ETGB)** limitleri uygulanır. Bu kapsamda fatura kesebileceğiniz üst limitler şunlardır:

- **Ağırlık Limiti:** Tek seferde en fazla **600 kg**.
- **Tutar Limiti:** Fatura bedeli tek seferde en fazla **30.000 Euro**.
- **KDV Oranı (%0):** Mikro ihracat kapsamında kestiğiniz yurt dışı faturalarında KDV oranı **%0 (KDV'siz)** olarak düzenlenir. Ürünleri tedarik ederken ödediğiniz KDV'leri ise devletten **KDV İadesi** olarak nakten veya vergi borçlarınıza mahsuben geri alabilirsiniz.

E-ihracat operasyonunuzu **kendi internet siteniz (Shopify, WooCommerce, Ticimax vb.)** üzerinden yürütecekseniz, küresel pazaryerlerine (Amazon, Etsy) kıyasla çok daha stratejik bir avantaja sahip olursunuz.

Kendi markanızla doğrudan tüketiciye ulaştığınız (D2C) bu modelde, Ticaret Bakanlığı'nın mevzuattaki resmi tanımınız **"Perakende E-Ticaret Sitesi"** olur.

Kendi siteniz üzerinden yapacağınız e-ihracatta kullanabileceğiniz teşvikler, limitler ve kritik teknik şartlar şunlardır:

1. Kendi Siteniz İçin E-İhracat Destekleri (Hibe Paketleri)

- **E-İhracat Tanıtım Desteği (Dijital Reklamlar):** Kendi sitenize yurt dışından müşteri çekmek için harcayacağınız Google Shopping, Meta (Instagram/Facebook), TikTok ve Pinterest reklam bütçelerinizin **%50'si (Hedef ülkelerde %70'i)** hibe olarak geri ödenir. Bu kalemden perakende e-ticaret siteleri için yıllık üst sınır **123.315.792 TL** gibi oldukça yüksek bir tutardır.
- **Sipariş Karşılama (Fulfillment) Desteği:** Satış hacminizi büyütmek için yurt dışında kiralayacağınız veya hizmet alacağınız depoların toplama, paketleme ve kargo gönderim harcamaları **%50 - %70** oranında desteklenir. Yıllık limit **36.993.646 TL**'dir.
- **Pazara Giriş ve Rapor Teşviki:** Hedef pazarlarındaki (Örn: Avrupa, Körfez Bölgesi) tüketici alışkanlıklarını analiz ettirmek için satın alacağınız profesyonel pazar analiz raporlarının maliyeti yıllık **7.396.548 TL**'ye kadar bakanlıkça karşılanır.

2. Yararlanabilmek İçin Sağlamanız Gereken Özel Şartlar

Kendi internet siteniz üzerinden devlet desteği alabilmek için bakanlık belirli performans ve kurumsallık kriterleri aramaktadır:

- **Ciro Kriteri:** Sitenizin devlet destek kapsamına alınabilmesi için geçmiş dönemde **en az 500.000 ABD Doları** tutarında e-ihracat faturası kesmiş olması veya alternatif olarak yurt içi dahil ETBİS (Elektronik Ticaret Bilgi Sistemi) kayıtlarında **1 milyar TL net satış** kriterini yakalamış olması gerekir.
- **Marka ve Online Satış Oranı:** Şirketinizin toplam hasılatının **en az %66'sının online satışlardan** gelmesi şarttır. Ayrıca sitede satılan ürünlerin **en az %25'inin** kendi markanıza veya bağlı ortaklıklarınıza ait tescilli markalı ürünler olması istenir.
- **Uzman İstihdam Zorunluluğu:** Desteğe hak kazanan şirketlerin, kapsama alındıkları yılı takip eden yılın sonuna kadar kadrolarında **en az 1 adet sertifikalı e-ihracat uzmanı** çalıştırması zorunludur.

3. Vergisel ve Operasyonel Kolaylıklar

- **Kurumlar Vergisi İndirimi (%14):** Kendi sitenizden yurt dışına yapacağınız mikro ihracat satışlarından elde ettiğiniz kâr için limited şirketiniz normalde uygulanan %25 yerine indirimli olarak **%14 Kurumlar Vergisi** öder.
- **KDV İadesi Avantajı:** Kendi sitenizden yurt dışındaki müşteriye keseceğiniz faturalar **%0 KDV'li (KDV'siz)** olacaktır. Türkiye'de ürünü tedarik ederken veya ham madde

alırken ödediğiniz %10-%20'lik KDV'leri devletten **nakit iade** olarak talep edebilirsiniz.

- **ETGB (Mikro İhracat) Kolaylığı:** Siparişlerinizi DHL, FedEx, UPS veya PTT Kargo gibi yetkilendirilmiş hızlı kargo firmalarına teslim ederken [Elektronik Ticaret Gümrük Beyannamesi \(ETGB\)](#) düzenletirsiniz. Bu sayede gümrük müşaviri ücreti ödemezsiniz.

E-ihracat operasyonunuz için **Shopify** tercih etmeniz, global ödeme sistemleri, kargo entegrasyonları ve yerelleştirme (dil/para birimi) özellikleri açısından en doğru kararlardan biridir.

Shopify altyapısı kullanarak 4 milyon TL net kâr hedefleyen tek ortaklı limited şirketiniz için **destekler, teknik süreçler ve maliyetler** şu şekildedir:

1. Shopify Kullanırken E-İhracat Destekleri (Bakanlık Onayı)

Ticaret Bakanlığı'nın e-ihracat desteklerinden yararlanabilmeniz için altyapı sağlayıcınızın bir önemi yoktur. Önemli olan yazılımın arkasındaki **süreç yönetimidir**:

- **Yazılım ve Entegrasyon Desteği:** Shopify'a ödeyeceğiniz yıllık lisans bedelleri, e-ihracat uygulamaları (apps) ve ERP/muhasebe entegrasyon yazılımları için yaptığınız harcamaların **%50'sini (Hedef ülkelerde %70'ini)** hibe olarak geri alabilirsiniz. Bu kalemde yıllık limit **24.661.161 TL**'dir.
- **Dijital Reklam Desteği (%50 - %70):** Shopify sitenize trafik çekmek için yapacağınız Google, Facebook, Instagram ve TikTok reklam harcamalarınız desteklenir. Bakanlık, Shopify paneli üzerindeki satış verileri ile reklam faturalarını eşleştirerek hibe ödemesini onaylar.

2. Shopify E-İhracatında Ödeme ve POS Yönetimi

Türkiye'de kurulu bir Limited Şirket olarak Shopify üzerinden yurt dışından ödeme alırken iki seçeneğiniz vardır:

- **Yerli Ödeme Kuruluşları (İyzico, PayTR vb.):** Shopify ile entegre çalışırlar. Web siteniz üzerinden döviz (Dolar/Euro) cinsinden ödeme alabilirsiniz. Paranız Türkiye'deki banka hesabınıza gelir. En kolay ve hızlı kurulum yöntemidir.
- **Uluslararası Ödeme Kuruluşları (Stripe/PayPal):** Shopify dünyasında en yüksek dönüşüm oranına sahip ödeme yöntemleridir. Ancak Stripe ve PayPal Türkiye'de resmi olarak faaliyet göstermemektedir. İlerleyen süreçte cironuz büyüdüğünde, bu sistemleri yasal olarak kullanabilmek için İngiltere veya ABD'de bir **şirket şubesi/bağlı ortaklık** açmanız gerekebilir. (Bu durumda da Ticaret Bakanlığı'nın yurt dışı şirket kurulum desteklerinden yararlanabilirsiniz).

3. Shopify Kullanan Genç Girişimciler İçin Yol Haritası

1. **Şirket Kurulumu ve KOSGEB:** Önce Türkiye'de Tek Ortaklı Limited Şirketinizi kurun. KOSGEB Girişimci Destek Programı'na başvurarak **30.000 TL kuruluş hibesini** alın. Bu hibeyi Shopify yıllık plan ödemesi ve tema alımı için can suyu olarak kullanabilirsiniz.

2. **ETBİS ve MERSİS Kaydı:** Shopify sitenizi yayına almadan önce Türkiye'deki **ETBİS (Elektronik Ticaret Bilgi Sistemi)** platformuna limited şirketiniz adına kayıt etmeniz yasal zorunluluktur.
3. **Hızlı Kargo Entegrasyonu:** Shopify mağazanıza Navlungo, ShipEntegra veya KargomKolay gibi yerli e-ihracat kargo entegratörlerini bağlayın. Bu yazılımlar sipariş geldiğinde otomatik olarak **ETGB (Mikro İhracat)** beyannamesini hazırlar, böylece gümrük süreçleriyle uğraşmazsınız.

E-ihracat operasyonunuzda yerli e-ticaret altyapı sağlayıcılarını (Ticimax, Ideasoft, T-Soft, İkas vb.) tercih etmeniz, özellikle Türkiye merkezli operasyon yönetimi, yerli muhasebe/ERP programları ile tam entegrasyon ve ana dilde 7/24 teknik destek açısından büyük kolaylık sağlar.

Tek ortaklı limited şirketiniz ve 4 milyon TL net kâr hedefiniz doğrultusunda, yerli altyapı kullanımı ile ilgili teşvikler ve kritik süreçler şu şekildedir:

1. Yerli Altyapı Lisans Alımlarında Ticaret Bakanlığı Hibesi

Ticaret Bakanlığı'nın e-ihracat destekleri kapsamında yerli yazılım firmalarından alacağınız e-ihracat paketleri ve ek modüller desteklenmektedir:

- **Yazılım ve Paket Desteği:** Seçtiğiniz yerli altyapı sağlayıcısına ödeyeceğiniz yıllık lisans bedelleri, çoklu dil/para birimi modülleri ve pazaryeri entegrasyon yazılımları için yaptığınız harcamaların **%50'si (Hedef ülkelerde %70'i)** devlet tarafından hibe olarak geri ödenir.
- **Entegrasyon Kolaylığı:** Yerli altyapılar; faturalandırma (Paraşüt, Bizimhesap vb.), kargo (ShipEntegra, Navlungo vb.) ve yerli ödeme sistemleri (PayTR, İyzico vb.) ile hazır entegrasyonlara sahiptir. Bu entegrasyonlar için ödeyeceğiniz ek ücretler de yine yazılım desteği limitine (yıllık 24.661.161 TL'ye kadar) dahil edilebilir.

2. Ödeme Altyapısı ve Komisyon Avantajları

Yerli altyapıların en büyük avantajlarından biri, Türkiye'deki sanal POS firmaları ile kusursuz çalışmasıdır:

- **Dövizli Ödeme Alma:** Siteniz üzerinden yurt dışındaki müşterilerinize kendi para birimlerinde (Dolar, Euro, Sterlin vb.) satış yapabilirsiniz. Yerli ödeme kuruluşları bu dövizleri tahsil eder ve anlaşmanıza göre döviz ya da TL olarak Türkiye'deki limited şirket banka hesabınıza aktarır.
- **Dönüşüm Oranı Faktörü:** Yurt dışındaki müşteriler ödeme sayfasında Stripe veya PayPal gibi tanıdık logoları görmeyi tercih edebilirler. Yerli altyapı seçtiğinizde, yurt dışı kartlarının (Visa, Mastercard, AMEX) yüksek başarı oranıyla (kartın reddedilmeden) tahsilat yapabildiği gelişmiş global ödeme geçitlerini (örneğin İkas'ın kendi global ödeme çözümleri veya PayTR global) aktif etmeniz satış kaybetmemeniz için çok önemlidir.

3. Yerli Altyapı ile E-İhracat Yol Haritası

1. **KOSGEB ile Başlangıç:** Şirketinizi kurduktan sonra KOSGEB'den alacağınız genç girişimci destekli **30.000 TL kuruluş hibesi**ni yerli altyapı sağlayıcısının (Ticimax, İkas vb.) yıllık e-ihracat paketi ödemesinde kullanabilirsiniz.
2. **ETBİS Kaydı:** Yerli altyapı firmaları, sitenizin **ETBİS (Elektronik Ticaret Bilgi Sistemi)** kayıt süreçlerinde ve mesafeli satış sözleşmelerinin mevzuata uygun hazırlanmasında size doğrudan rehberlik eder.
3. **Mikro İhracat (ETGB) Entegrasyonu:** Sitenize düşen siparişlerin adres ve ürün bilgileri, yerli kargo entegratörleri aracılığıyla doğrudan DHL/FedEx sistemine akar ve gümrüksüz mikro ihracat faturanız otomatik olarak %0 KDV'li üretilir.

İlk etapta **sadece İngilizce** dil seçeneğiyle başlamak, e-ihracat operasyonunuzun yönetimini, müşteri hizmetlerini ve reklam dilini tek bir merkezde toplamak adına bütçe dostu ve mantıklı bir adımdır. Avrupa ve Amerika pazarlarında İngilizce, alışveriş yapan kitlenin çok büyük bir bölümü tarafından sorunsuz şekilde kabul görür.

Hedeflediğiniz e-ihracat pazarında (Örn: Avrupa veya Amerika) müşterilerinize yerel dillerinde (Almanca, Fransızca vb.) mi hizmet vermelisiniz, yoksa ilk etapta sadece İngilizce dili ile mi başlamalısınız?

1- İngilizce ile Başlamak

Yerli altyapınız üzerinde tek dilli (İngilizce) bir e-ihracat sitesi açarken bilmeniz gereken operasyonel adımlar ve devlet destekleri şunlardır:

1. Hedef Pazarlara Göre Reklam ve Tanıtım Desteği

Amerika ve Avrupa pazarları, Ticaret Bakanlığı'nın yüksek hibe oranları verdiği bölgeler arasındadır. Sadece İngilizce dilindeki sitenize bu ülkelerden müşteri çekmek için yapacağınız harcamalarda şu oranlar geçerlidir:

- **Amerika Birleşik Devletleri (ABD):** Bakanlığın "Hedef Ülkeler" listesinde yer aldığı için, ABD'ye yönelik yapacağınız Google Shopping, Meta (Instagram/Facebook) ve TikTok reklam harcamalarınızın **%70'ini** hibe olarak geri alırsınız.
- **Avrupa Birliği (AB) Ülkeleri:** Almanya, Fransa, İtalya gibi büyük AB ülkeleri de hedef ülke statüsündedir. Bu ülkelere İngilizce dilindeki reklamlarla hedefleme yaptığınızda destek oranı yine **%70** olarak uygulanır. Hedef listede olmayan diğer Avrupa ülkeleri için oran **%50**'dir.

2. Ödeme ve Para Birimi Stratejisi (Yerli Altyapı)

Siteniz İngilizce olsa bile, müşterinin ödeme sayfasında **kendi para birimini** görmesi satış dönüşüm oranlarını doğrudan etkiler.

- **Çoklu Para Birimi (Multi-Currency):** Yerli altyapınızda (İkas, Ticimax vb.) para birimi modülünü aktif edin. Site İngilizce kalırken, ABD'deki müşteriye fiyatlar **Dolar (\$)**, Avrupa'daki müşteriye ise **Euro (€)** olarak gösterilmelidir.
- **Sanal POS Seçimi:** Yerli ödeme kuruluşları (PayTR, İyzico vb.), İngilizce siteler üzerinden gelen yabancı ülke kartı ödemelerini sorunsuz şekilde tahsil eder. Başlangıçta

döviz bazlı tahsilat anlaşması yaparak paranın şirket hesabınıza doğrudan Dolar veya Euro olarak gelmesini sağlayabilirsiniz.

3. Lojistik ve Kargo Süreçleri (Mikro İhracat)

İngilizce sitenizden sipariş geldiğinde, ürünlerinizi hızlı ve gümrük masrafsız göndermek için şu iki kuralı işletmeniz gerekir:

- **ABD İçin (De Minimis Sınırı):** ABD'ye yapacağınız mikro ihracatlarda, sipariş değeri **800 Doların altındaysa** Amerikan gümrüğü herhangi bir gümrük vergisi uygulamaz. Ürününüz doğrudan müşterinin kapısına teslim edilir.
- **Avrupa İçin (IOSS Sistemi):** Avrupa Birliği ülkelerine yapılan 150 Euro altındaki satışlarda, yerli kargo entegratörünüz (ShipEntegra, Navlungo vb.) üzerinden **IOSS (Import One Stop Shop)** numarası kullanılarak KDV'si ödenmiş şekilde gönderim yapılır. Böylece Avrupalı müşteri kapıda sürpriz bir gümrük vergisiyle karşılaşmaz.

2- Yerel dillerle (Almanca, Fransızca vb.) başlamak,

Avrupa pazarında satış dönüşüm oranlarınızı (conversion rate) **2 ila 3 kat artıracak** en güçlü stratejilerden biridir. Özellikle Almanya ve Fransa gibi ülkelerdeki tüketiciler, kendi dillerinde alışveriş yapmaya ve müşteri hizmetleri almaya büyük önem verirler.

Yerli altyapınız üzerinde çok dilli (Almanca, Fransızca vb.) e-ihracat yaparken 2026 yılı güncel mevzuatına göre kullanabileceğiniz teşvikler ve operasyonel detaylar şunlardır:

1. Yerel Dilde Reklam ve Ticaret Bakanlığı Destekleri

Almanca ve Fransızca sitelerinize bu ülkelerden müşteri çekmek için yerel dilde yapacağınız pazarlama faaliyetleri çok daha yüksek hibe oranları almanızı sağlar:

%70 Hedef Ülke Hibesi: Almanya ve Fransa, Ticaret Bakanlığı'nın yüksek hibe verdiği "Hedef Ülkeler" listesinde. Bu ülkelere yönelik Almanca ve Fransızca olarak vereceğiniz Google, Meta (Instagram/Facebook) ve TikTok reklam harcamalarınızın **%70'ini hibe olarak** geri alırsınız.

Yerelleştirme ve Çeviri Desteği: Seçtiğiniz yerli altyapı sağlayıcısının (İkas, Ticimax vb.) çoklu dil modülü ücretleri ile sitenizin profesyonel Almanca/Fransızca çeviri hizmeti harcamaları, Bakanlığın **Yazılım ve Entegrasyon Desteği** (yıllık üst sınır 24.661.161 TL) kapsamında %50-%70 oranında desteklenir.

2. Avrupa Birliği Yerel Mevzuatları ve Vergisel Süreçler

Doğrudan Avrupa'daki tüketicilerin yerel dillerine hitap ettiğinizde, mali açıdan şu iki konuya dikkat etmeniz gerekir:

IOSS (Import One Stop Shop) Sistemi: Avrupa Birliği'ne (Almanya, Fransa vb.) göndereceğiniz **150 Euro altındaki** siparişlerde, müşterinin kapıda gümrük vergisi ve sürpriz masraflarla karşılaşmaması için entegratörünüz (ShipEntegra, Navlungo vb.) üzerinden IOSS sistemini kullanmalısınız. Yerel dildeki sitenizde ödeme aşamasında (checkout) AB ülkesinin yerel KDV oranını tahsil edip hızlı gümrükleme ile teslimat yapabilirsiniz.

KDV İadesi: Avrupa'ya yaptığınız tüm bu mikro ihracat (ETGB) satışları Türkiye'de **%0 KDV'li (KDV'siz)** faturalandırılır. Türkiye'de ürünleri üretirken veya alırken ödediğiniz KDV'leri devletten nakit olarak geri alarak kârlılığınızı artırabilirsiniz.,

3. Müşteri Hizmetleri ve Operasyon Yönetimi

Yerel dilde site açtığınızda müşteriler Almanca veya Fransızca e-posta/canlı destek mesajları atacaktır. Bu süreci 4 milyon TL kâr hedefiniz doğrultusunda şu şekillerde yönetebilirsiniz:

Yapay Zekâ Tabanlı Destek Yazılımları: İlk etapta her dil için ayrı personel istihdam etmek yerine, yerli altyapılara entegre çalışan ve gelen mesajları anlık çevirerek yanıtlayan yapay zekâ destek sistemlerini kullanabilirsiniz. Bu yazılımların lisans bedelleri de KOSGEB veya Ticaret Bakanlığı yazılım desteklerine dahil edilebilir.

KOSGEB Personel Desteği: İlerleyen süreçte ana dili Almanca veya Fransızca olan yerleşik personeller istihdam etmek isterseniz, KOSGEB Girişimci Destek Programı kapsamında personel başına 3 yılda **300.000 TL'ye kadar hibe** desteği alabilirsiniz.

Yerel Diller İçin Profesyonel Bir Ajansla Mı Çalışmak Doğrudur Yoksa Yerli Altyapıların Sunduğu Otomatik Yapay Zekâ Çeviri Modüllerini Mi Kullanmak Doğru Olur?

Profesyonel Bir Ajansla Çalışmak;

E-ihracat sitenizin kalitesini ve satış dönüşüm oranlarını artırmak için en doğru yatırımlardan biridir. Ancak bu seçimin getirdiği maliyetleri **Ticaret Bakanlığı ve KOSGEB destekleri** ile hafifletmek mümkündür.

İşte ajansla çalışma stratejiniz, bütçe yönetimi ve devlet destekleri:

1. Ajans Harcamalarında Ticaret Bakanlığı Hibesi

Ticaret Bakanlığı'nın e-ihracat destekleri kapsamında, yerel dillere çeviri ve yerelleştirme (localization) süreçleri için profesyonel ajanslardan alacağınız hizmetler teşvik kapsamındadır:

- **Pazara Giriş Rapor ve Danışmanlık Desteği:** Ajansın size sunacağı Almanya ve Fransa pazarlarına giriş stratejileri, rakip analizleri ve dil yerelleştirme danışmanlığı harcamalarının **%70'i** (bu ülkeler hedef ülke statüsünde olduğu için) hibe olarak geri ödenir.
- **Yazılım ve Entegrasyon Desteği:** Ajansın, çevrilen yerli dil metinlerini yerli e-ticaret altyapınıza (İkas, Ticimax vb.) entegre etmesi ve SEO uyumlu hale getirmesi için faturalandıracağı teknik hizmet bedelleri yine **%70** oranında desteklenir.

2. Neden Yapay Zekâ Yerine Profesyonel Ajans?

4 milyon TL net kâr hedefleyen kurumsal bir limited şirket için ajans tercih etmenin ticari avantajları şunlardır:

- **Kültürel Uyum (Localization):** Yapay zekâ kelimeleri tam çevirebilir ancak yerel halkın alışveriş esnasında kullandığı deyimleri, güven veren hukuki terimleri ve hitap

şekillerini yakalayamaz. Ajans, sitenizi sanki o ülkede kurulmuş yerel bir site gibi hissettirir.

- **E-İhracat SEO Avantajı:** Ajanslar, hedeflenen ülkedeki tüketicilerin Google'da ürünlerinizi aratırken kullandıkları **yerel anahtar kelimeleri (keywords)** analiz eder. Ürün açıklamalarınız bu kelimelerle yazıldığında, reklam bütçesi harcamadan da organik olarak öne çıkarsınız.
- **Hukuki Metinlerin Doğruluğu:** Avrupa Birliği (özellikle Almanya) tüketici hakları ve GDPR (KVKK benzeri veri koruma yasası) konusunda çok katıdır. İade politikası, mesafeli satış sözleşmesi ve çerez politikası gibi metinlerin hatasız çevrilmesi olası cezaları engeller.

TAVSİYE;

Süreci Optimize Etmek İçin Öneri (Karma Model)

Ajans maliyetlerinizi en verimli şekilde yönetmek için şu hibrit yöntemi izleyebilirsiniz:

Temel Yapı: Sitenin ana sayfaları, kategori isimleri, iade şartları, sepet sayfaları ve en çok satan **ilk 20-30 ürününüzün** açıklamalarını tamamen profesyonel ajansa çevirtin ve sitenize yükleyin.

Yapay Zekâ Desteği: Sitenizde yüzlerce veya binlerce ürün olacaksa, geri kalan az satan ürünlerin açıklamalarını yerli altyapınızın (Örn: İkas AI) yapay zekâ modülüyle çevirip, ajansa sadece hızlı bir **son kontrol (proofreading)** yaptırabilirsiniz. Bu yöntem ajans maliyetinizi yarı yarıya düşürür.

Yerli altyapıların sunduğu yerleşik yapay zekâ (AI) çeviri modüllerini tercih etmek;

Bu tercih, hızınızı maksimuma çıkarırken başlangıç maliyetlerinizi neredeyse sıfıra indirir. Günümüzde İkas, Ticimax gibi yerli e-ticaret altyapıları, OpenAI (ChatGPT) veya DeepL tabanlı gelişmiş yapay zekâ entegrasyonları sayesinde binlerce ürünü saniyeler içinde ve e-ticaret jargonuna uygun şekilde yerel dillere çevirebilmektedir.

Yapay zekâ çeviri stratejiniz, bütçe yönetiminiz ve devlet destekleri şu şekildedir:

1. Yapay Zekâ Modül Maliyetlerinde Ticaret Bakanlığı Hibesi

Seçtiğiniz yerli altyapı sağlayıcısının size faturalandıracağı yapay zekâ çeviri ve çoklu dil modülü ücretleri doğrudan devlet desteği kapsamındadır:

- **Yazılım ve Entegrasyon Desteği:** Yerli altyapı firmasından satın alacağınız e-ihracat paketine ek olarak ödeyeceğiniz "AI Çeviri Modülü" veya "Yapay Zekâ Paket" bedellerinin **%70'i** (Almanya ve Fransa hedef ülkeler olduğu için) Ticaret Bakanlığı tarafından hibe olarak geri ödenir.
- **Bütçe Avantajı:** Ajanslara ödenecek binlerce dolarlık çeviri maliyeti yerine, altyapı firmasına ödenecek küçük ek lisans bedelleriyle binlerce ürünün başlığını, açıklamasını ve SEO etiketlerini tek tıkla Almanca ve Fransızca yapabilirsiniz.

2. Yapay Zekâ Çevirilerini Kullanırken Dikkat Edilmesi Gereken Kritik Noktalar

4 milyon TL net kâr hedefleyen kurumsal bir limited şirket olarak, yapay zekâ çevirilerinin satış kaybettirmemesi için şu operasyonel adımları izlemelisiniz:

- **Hukuki Metin İstisnası:** Ürün açıklamalarını tamamen yapay zekâyâ bırakabilirsiniz ancak sitenizin en kritik hukuki metinleri olan **İptal ve İade Koşulları (Cancellation Policy)**, **Gizlilik Sözleşmesi (Privacy Policy)** ve Avrupa'da zorunlu olan **Impressum (Şirket Bilgileri)** sayfalarını yapay zekâ yerine bir kez hukukçu gözüyle kontrol ettirmelisiniz. Avrupa Birliği tüketici hukukunun cezaları oldukça ağırdır.
- **Prompt (Komut) Optimizasyonu:** Altyapı panelinde yapay zekâyâ çeviri komutu verirken, "E-ticaret dili kullan", hedef ülkeyi belirterek "yerel tüketicilerin alışveriş alışkanlıklarına uygun samimi bir dil seç" gibi parametreleri aktif edin. Bu, çevirinin robotik hissettirmesini engeller.
- **Müşteri Yorumları Çevirisi:** Yerli altyapıların yapay zekâ modülleri, Türk müşterilerinizin yazdığı olumlu yorumları da otomatik olarak Almanca ve Fransızca'ya çevirebilir. Avrupa ve Amerika'daki müşterilerin güvenini kazanmak ve dönüşüm oranını artırmak için bu özelliği mutlaka aktif edin.

Yapay Zekâ ile E-İhracat Adım Adım Yol Haritası

1. **Kurulum:** Tek ortaklı limited şirketinizi kurun, KOSGEB'den genç girişimci bonuslu **30.000 TL kuruluş hibesini** alın.
2. **Yazılım Alımı:** Yerli altyapı sağlayıcınızdan e-ihracat paketini ve beraberinde AI çeviri modülünü satın alın. Ödediğiniz bu faturayı Ticaret Bakanlığı destek sistemine yükleyerek %70'ini hibe olarak geri talep edin.
3. **Lansman:** Ürünlerinizi Türkçe olarak yükleyin, yapay zekâ modülüyle tek tıkla Almanca ve Fransızca versiyonlarını oluşturun ve Almanya ile Fransa pazarlarına yönelik %70 devlet destekli dijital reklamlarınızı başlatın.

Ürünleri Yurt Dışına Gönderirken Hızlı Teslimat (Ekspres Kargo) Seçeneğiyle Mi İlerlemek, Yoksa Kargo Maliyetini Düşük Tutmak İçin Standart Kargo Mu Tercih Etmek Mantıklıdır.?

Kurumsal bir e-ihracat girişimi için **en mantıklı strateji, Express (Hızlı) Kargo ile başlamaktır.**

Kendi internet sitenizden (D2C) alışveriş yapan Avrupalı ve Amerikalı müşteriler, siparişlerinin **2-4 iş günü içinde** kapılarına gelmesini bekler. Standart kargolardaki 10-15 günlük teslimat süreleri hem sitenizin güvenilirliğini zedeler hem de yüksek iade/iptal oranlarına yol açarak kârlılığınızı eritir.

Bütçenizi ve müşteri memnuniyetini optimize etmek için e-ihracatta uygulayabileceğiniz **Kargo Stratejisi Girişim Rehberi** şu şekildedir:

1. Neden Express Kargo Tercih Edilmelidir?

- **Düşük İade Oranı (Chargeback Riski):** Standart kargolarda paket geciktikçe müşteriler "ürünüm gelmedi" diyerek bankalarından para iadesi (chargeback) talep eder. Bu durum hem paranızın bloke olmasına hem de Shopify/yerli POS hesaplarınızın kapatılmasına neden olabilir. Express kargoda ise paket 3 günde teslim edildiği için bu risk minimumdur.
- **Müşteri Yorumları ve Güven:** Yapay zekâ ile Almanca ve Fransızca siteler kurdunuz. Müşteriler sitenizin yerel bir site olduğunu düşünerek alışveriş yaptı. Express kargo ile ürün 2 günde Almanya'daki müşteriye ulaştığında, sitenize mükemmel yorumlar bırakacaklardır. Bu da 4 milyon TL'lik ciro hedefinize giden yolu kısaltır.
- **Mikro İhracat (ETGB) Kolaylığı:** DHL, FedEx, UPS gibi ekspres kargo firmaları ve yerli kargo entegratörleri (ShipEntegra, Navlungo vb.), paketin çıkışını otomatik olarak **ETGB (Mikro İhracat)** ile yapar. Böylece gümrük müşavirliği ücreti ödemezsiniz ve %0 KDV'li fatura avantajından eksiksiz yararlanırsınız.

2. Kargo Maliyetlerini Düşürme Stratejileri

Express kargonun maliyetli olduğu bir gerçektir ancak bu maliyeti yönetmenin ve devlete finanse ettirmenin yolları vardır:

- **Ticaret Bakanlığı Sipariş Karşılama (Fulfillment) Desteği:** İlerleyen süreçte çok satan ürünlerinizi toplu olarak Almanya veya Amerika'daki bir depoya ekspres kargo ile tek seferde gönderip, orada depolayabilirsiniz. Müşteri sipariş verdiğinde o depodan yerel kargoyla 1 günde teslim edilir. Bakanlık bu yurt dışı depo, paketleme ve kargo harcamalarınızın **%70'ini hibe olarak** geri öder.
- **Kargo Entegratörleri ile Çalışmak:** Doğrudan DHL veya FedEx ile tek başınıza anlaşırsanız yüksek fiyatlar alırsınız. Ancak ShipEntegra, Navlungo, KargomKolay gibi aracı firmalar binlerce e-ihracatçının hacmini birleştirdiği için size çok uygun "Express Kargo" fiyatları sunarlar. Yerli altyapınızla da tam entegre çalışırlar.
- **Sepet Stratejisi (Ücretsiz Kargo Eşiği):** Kargo maliyetini ürün fiyatının içine yedirin. Sitenizde *"75 Euro ve üzeri alışverişlerde Ücretsiz Express Kargo (2-3 Gün)"* gibi bir kampanya yapın. Bu, hem müşterinin sepetine daha fazla ürün atmasını sağlar (ortalama sepet tutarı artar) hem de kargo maliyetini hissettirmeden tahsil etmenizi sağlar.

3. Özet Tavsiye: Hibrit Model ile Başlayın

Sitenizin kargo ayarlarına **her iki seçeneği de ekleyin** ancak Express kargoyu parlatın:

1. **Standart Kargo (Ekonomik):** 7-12 iş günü (Daha düşük ücretli veya belirli bir sepet tutarı üzerinde ücretsiz).
2. **Express Kargo (Önerilen):** 2-4 iş günü (Bir miktar ek ücretli veya yüksek sepet tutarında ücretsiz).

Müşterilerinizin %80'inin Express seçeneğini tercih ettiğini göreceksiniz. Bu da operasyonunuzun hızlanmasını ve kâr hedefinize güvenle ulaşmanızı sağlayacaktır.

➤ **Satışını yapacağınız ürün hafif bir tekstil ürünü ise;**

E-ihracat için dünyadaki en avantajlı ve kârlılık oranı en yüksek ürün grubudur. Desi (hacim) ve ağırlık düşük olduğu için express kargo maliyetleriniz minimum seviyede kalacaktır.

Kendi yerli altyapınız üzerinden Almanca ve Fransızca dillerinde yapacağınız bu hafif tekstil operasyonunda, express kargo avantajları ve devlet destekleri şu şekildedir:

1. Hafif Tekstil Ürünlerinde Express Kargo Maliyet Avantajı

- **Düşük Kargo Maliyeti:** Tekstil ürünleri (tişört, elbise, gömlek vb.) kırılma riski taşımayan ve katlanarak küçültülebilen ürünlerdir. 0.5 desi/kg altındaki bir tekstil paketini, yerli kargo entegratörleri (ShipEntegra, Navlungo vb.) aracılığıyla Avrupa'ya (Almanya, Fransa) **8 - 12 Euro**, Amerika'ya ise **11 - 15 Dolar** civarında fiyatlarla **2-3 günde ekspres** olarak gönderebilirsiniz.
- **Vakumlama / Poşetleme Stratejisi:** Tekstil ürünlerini kutu yerine özel kargo poşetlerine koyarak, gerekirse vakumlayarak gönderin. Kargo firmaları hacme (desi) göre fiyatlandırdığı için, poşet kullanımı kargo maliyetlerinizi yarı yarıya düşürür.

2. Tekstil E-İhracatında Kritik Devlet Destekleri (2026)

Ticaret Bakanlığı ve KOSGEB, tekstil e-ihracatını çok güçlü şekilde desteklemektedir:

- **Pazaryeri ve Dijital Reklam Teşviki (%70 Hibe):** Tekstil moda dayalı olduğu için Instagram, TikTok ve Pinterest reklamları satışlarınızı doğrudan etkileyecektir. Almanya ve Fransa hedef ülkeler olduğu için, bu platformlara vereceğiniz yerel dildeki (Almanca/Fransızca) reklam harcamalarınızın **%70'ini hibe olarak** geri alırsınız.
- **KDV İadesi ile Ekstra Kâr:** Tekstil ürünlerini Türkiye'den alırken (veya ürettirirken) ödediğiniz **%10 KDV**'yi, mikro ihracat (ETGB) ile KDV'siz (%0) satış yaptığınız için devletten **nakit iade** olarak geri alırsınız. Bu da kârlılığınızı doğrudan artırır.
- **Yüksek İade Oranı Yönetimi (Fulfillment):** Tekstilde global e-ticaret ortalamasında %15-20 civarında beden uyumsuzluğu kaynaklı iade (return) oranı yaşanır. Müşteri iade etmek istediğinde ürünü Türkiye'ye geri getirmek kargo maliyeti açısından mantıklı değildir. Bunun yerine, Ticaret Bakanlığı'nın **%70 hibe destekli yurt dışı depo (fulfillment)** hizmetini kullanarak iadeleri Almanya veya Fransa'daki bir depoda toplayabilir, sonraki siparişlerde o depodan tekrar sevk edebilirsiniz.

3. Vergisel Durum ve Kazanç Avantajı

- **İndirimli Kurumlar Vergisi (%14 veya %9):** Kurduğunuz tek ortaklı limited şirket üzerinden tekstil ürünlerini al-sat yapıyorsanız, bu e-ihracat kazancınız için **%25** yerine **%14 Kurumlar Vergisi** ödersiniz. Eğer tekstil ürünlerini kendi atölyenizde üretiyorsanız (veya sanayi sicil belgeniz varsa) bu oran **%9'a** kadar düşer. 4 milyon TL net kâr hedefinizde bu indirim size yüzbinlerce liralık vergi avantajı sağlar.

➤ **Satışını yapacağınız ürün ağır ve hacimli bir ev dekorasyon ürünü ise;**

Hafif tekstil ürünlerine kıyasla lojistik yönetimi, gümrük süreçleri ve paketlenme açısından tamamen farklı bir strateji gerektirir. Desi (hacim) ve ağırlık yüksek olduğu için, Türkiye'den yurt dışındaki bireysel müşteriye her siparişte tek tek Express kargo göndermek maliyetleri aşırı yükseltir ve kârlılığınızı bitirir.

4 milyon TL net kâr hedefleyen tek ortaklı limited şirketiniz için bu ürün grubunda izlemeniz gereken **en mantıklı ve sürdürülebilir strateji "Hibrit Depolama ve Deniz/Kara Yoluyla Toplu Sevkiyat (Fulfillment)" modelidir.**

1. Ağır/Hacimli Ürünlerde Lojistik ve Depolama Stratejisi

Bu modelde ürünleri Türkiye'den tek tek göndermek yerine şu adımları izlemelisiniz:

- **Toplu Gönderim (Navlun):** Ürünlerinizi (örneğin mobilya, büyük aydınlatma, seramik vazolar vb.) toplu olarak (konteyner veya palet bazında) deniz yolu veya kara yolu tırları ile hedef pazarınız olan Avrupa'ya (Almanya/Fransa) gönderirsiniz. Toplu taşıma, parça başına kargo maliyetini %80'e yakın düşürür.
- **Yurt Dışı Depo (Fulfillment):** Toplu ürünleriniz hedef ülkedeki anlaşmalı bir e-ihracat deposuna (ShipEntegra, Navlungo veya yerel AB depoları) indirilir.
- **Yerel Dağıtım (Hızlı Teslimat):** Yerli altyapınız (İkas, Ticimax vb.) üzerinden Almanca veya Fransızca sitenizden sipariş geldiğinde, yazılım entegrasyonu depoya uyarı gönderir. Ürün, Avrupa içindeki depodan DHL, DPD veya UPS ile **1-2 iş günü içinde** yerel express kargo tarifiyle (çok ucuza) müşteriye teslim edilir.

2. Ticaret Bakanlığı'nın Dev Teşvikleri (%70 Hibe)

Ticaret Bakanlığı, ağır ve hacimli ürün satan firmaların lojistik dezavantajını kapatmak için çok güçlü **Sipariş Karşılama (Fulfillment) Destekleri** sunar:

- **Depo Kira ve Depolama Desteği (%70 Hibe):** Hedef ülkeler için, yurt dışında kiralayacağınız depo veya lojistik merkezinin kira, depolama, ürün kabul ve elleçleme harcamalarının **%70'ini devlet hibe olarak geri öder**. Bu kalemde perakende e-ticaret siteleri için yıllık üst sınır **36.993.646 TL**'dir.
- **Dijital Reklam Desteği (%70 Hibe):** Siteniz üzerinden bu ev dekorasyon ürünlerini satmak için Almanya ve Fransa'da yerel dilde vereceğiniz tüm dijital reklam harcamalarınızın da **%70'i hibe** olarak karşılanır.
- **Yazılım ve Entegrasyon Desteği:** Yerli e-ticaret altyapınız ile yurt dışındaki deponun (WMS) birbiriyle konuşmasını sağlayan yazılım entegrasyon ücretlerinin **%70'i** desteklenir.

3. Vergisel ve Operasyonel Avantajlar

- **Hasar ve İade Yönetimi:** Ev dekorasyon ürünlerinde kırılma, çizilme veya hasar görme riski yüksektir. Ürünlerin Avrupa içi depoda toplanması, olası müşteri iadelerinin de kolayca o depoya çekilmesini sağlar. Hasarlı ürünler orada tamir edilebilir veya parça değişimi yapılabilir.
- **İndirimli Kurumlar Vergisi (%14 veya %9):** Bu ürünlerin e-ihracatından elde edeceğiniz kâr için limited şirketiniz %25 yerine **%14 Kurumlar Vergisi** öder. Eğer dekorasyon ürünlerini (ahşap, metal, seramik vb.) kendi atölyenizde üretiyorsanız, verginiz **%9'a** kadar düşer. 4 milyon TL kâr hedefinde bu ciddi bir sermaye koruması sağlar.

➤ Satacağınız ev dekorasyon ürünlerini fason/toptan al-sat yapacaksınız

Fason veya toptan al-sat (D2C) modeli, ağır ve hacimli ev dekorasyon ürünlerinde üretim riski ve makine yatırımı taşımadan hızlıca ölçeklenebileceğiniz en ticari yöntemdir.

Türkiye'deki üreticilere kendi markanızla ürettireceğiniz (fason) veya toptan alacağınız bu ürünleri, yerli altyapınız üzerinden hedef ülke pazarlarına satarken uygulamanız gereken **2026 yılı güncel maliyet, vergi ve teşvik stratejisi** şu şekildedir:

1. Kurumlar Vergisi ve KDV İadesi Avantajınız

- **%14 İndirimli Kurumlar Vergisi:** Üretici siz olmadığınız (al-sat yaptığınız) için limited şirketiniz e-ihracat kazançlarında %25 yerine **%14 Kurumlar Vergisi** oranına tabi olur. 4 milyon TL net kâr hedefinizde bu indirim, şirketinize doğrudan **440.000 TL** vergi avantajı sağlar.
- **%20 KDV İadesi:** Ev dekorasyon ürünlerini (mobilya, aydınlatma, metal/ahşap aksesuarlar) Türkiye'deki üreticiden alırken **%20 KDV** ödersiniz. Bu ürünleri yurt dışına mikro ihracat veya toplu ihracat ile KDV'siz (%0) sattığınız için, üreticiye ödediğiniz %20 KDV'nin tamamını devletten **nakit iade** olarak geri alırsınız. Bu durum al-sat modelinde nakit akışınızı ciddi şekilde rahatlatır.

2. Al-Sat Modelinde Ticaret Bakanlığı Destekleri (%70 Hibe)

Ürünleri fason ürettirip üzerine kendi markanızı (logo, etiket, kutu) vurdurduğunuzda, Ticaret Bakanlığı'nın gözünde bir **Marka Sahibi** olursunuz. Almanya ve Fransa "Hedef Ülke" statüsünde olduğu için şu dev hibelerden yararlanırsınız:

- **Yurt Dışı Depo ve Sipariş Karşılama (%70 Hibe):** Ağır ürünleri toplu tır veya gemiyle hedef ülkelerdeki depolara göndereceksiniz. Bu depoların aylık kira bedelleri ile ürün başına kesilen paketleme/kargo ücretlerinin **%70'ini devlet hibe olarak geri öder.**
- **Dijital Reklam ve Pazarlama (%70 Hibe):** Sitenize müşteri çekmek için yapacağınız Google Shopping ve Meta reklam faturalarının **%70'i hibe** olarak karşılanır.

- **Pazara Giriş ve Tasarım Desteği:** Fason ürettireceğiniz modeller için yurt dışı trend analizi raporları satın alırsanız, bu rapor maliyetlerinin **%70'ini** geri alabilirsiniz.
-

3. Tedarik ve Lojistik Yönetimi İçin Kritik Tavsiyeler

- **Üretici Sözleşmesi (Kalite Kontrol):** Ağır/hacimli ürünlerde fason üretim yaptırırken üreticiyle mutlaka "kırılma, çizilme ve defo" sınırlarını belirleyen bir sözleşme yapın. Yurt dışı depoya hatalı giden bir ürünün lojistik maliyeti kârlılığınızı zedeleyebilir.
 - **Demonte (Flat-Pack) Tasarım:** Tedarikçilerinize ürünleri olabildiğince demonte ve yassı kutularda (IKEA modeli) paketletin. Bu, hem Türkiye'den Avrupa'ya toplu taşıma maliyetinizi hem de Avrupa içindeki depo saklama (hacim/metreküp) maliyetinizi **%50'den fazla düşürür**.
 - **Marka Tescili:** Fason ürettirdiğiniz ürünleri satacağınız marka ismini Türkiye'de (TÜRKPATENT) ve satış yapacağınız Avrupa Birliği'nde (EUIPO) mutlaka tescil ettirin. Bakanlık reklam ve depo hibe onaylarında markanın sizin adınıza tescilli olmasını şart koşar.
-