

FİNANSAL TEKNOLOJİLERİN TÜRKİYE EKONOMİSİNE ETKİLERİ

Ocak 2019

Politika Analiz Laboratuvarı (PAL) www.palglobal.org

iyzico Vaka Analizi

pAL **iyzico**
Politika Analiz Laboratuvarı



PAL Hakkında

PAL, kamu politikalarında yeniliklere ilham vermeyi amaçlayan bir danışmanlık ve düşünce kuruluşudur.

Amacımız, nitelikli bilgi üreterek kamu politikalarını yönlendirmektir. Her kamu politikasının kendi bağlamında geçerli olacağına inanıyor, hangi uygulamaların en yüksek düzeyde kamu yararı sağladığını merakla inceliyoruz. Özgün yöntemler kullanarak yenilikçi politikaların geliştirilmesine katkı sunmayı hedefliyoruz. Tüm çalışmalarda kanıta dayalı politika önerileri geliştirmek için veri analitiğinden faydalanıyoruz. Ayrıca, kamu politikalarının paydaşlarıyla etkileşime önem veriyoruz; onların deneyimleri ve beklentileri doğrultusunda etkili çözümler geliştirmelerine yardımcı oluyoruz.

Karar verici ve uygulayıcılara hangi kamu politikasının etkili olabileceği konusunda tavsiyelerde bulunmayı ve yeni çözümler sunmalarına yardımcı olmayı amaçlıyoruz. Farklı disiplinlerden ve kurumlardan uzmanları bir araya getiriyoruz. Uzmanların bir iş birliği ortamında deneyim alışverişinde bulunabileceği, yeni bilgi ve beceriler kazanabileceği yaratıcı, veri odaklı bir alan sunmayı hedefliyoruz.

PAL kurucu ekibi Emin Dedeoğlu, Sefa Pamuksuz, Emre Koyuncu, Ömür Enes ve Esen Çağlar'dan oluşmaktadır.

Politika Analiz Laboratuvarı'nda birbirini tamamlayan altı farklı araç kullanıyoruz:

- 1) Veri Analizi (büyük veri, anketler, odak grup çalışmaları ve temel veri analizleri)
- 2) Politika Araştırması (etki değerlendirmeleri, kıyaslama, vaka analizleri, döngüsel araştırma süreçleri)
- 3) Paydaş Katılımı (katılımcı süreçler, büyük grup toplantıları, tercih konferansları, araştırma ve karar konferansları)
- 4) Kapasite Geliştirme ve Eğitim (kuruluşların ihtiyaçlarına dayalı program ve çalıştaylar)
- 5) Strateji Danışmanlığı (stratejik planlama ve yol haritası geliştirme, kurumsal tasarım, izleme ve değerlendirme, performans ölçümü ve yönetimi)
- 6) Yayınlar ve Blog (kamu politikası tartışmalarına katkıda bulunmak için araştırmalarımızın ve öğrendiklerimizin paylaşımı)

Politika Analiz Laboratuvarı'nda, çalışmalarımızı üç ana alana odaklıyoruz:

- 1) Ekonomik ve Sosyal Kalkınma: Yeni Teknolojiler ve Sanayi 4.0, Verimlilik, Yenilikçilik ve Rekabetçilik, Ticaret ve Sanayi Politikası, Sürdürülebilir ve Kapsayıcı Büyüme
- 2) Kurumsal Dönüşüm: İyi Yönetişim, Stratejik Yönetim, Kamu Maliyesi Reformu, Kamu Yönetimi
- 3) Kentsel, Bölgesel ve Kırsal Kalkınma: Bölgesel Gelişim Stratejisi, Özel Ekonomik Bölgeler, Kentleşme ve Kentsel Yönetim

İçindekiler

Yönetici Özeti

Giriş	1
iyzico'nun Dönüştürücü Etkisi	4
Büyüme Etkileri	9
Şirketlerin E-ticarete Katılımı ve Büyüme Katkısı.....	11
E-ticaretteki Sektörlere Büyüme Katkısı.....	17
İhracata Etkileri.....	17
Güvenli ve Kayıt İçi Piyasanın Geliştirilmesi	24
Kayıtdışılığın Azaltılması.....	25
E-ticarete Duyulan Güvenin Artırılması.....	26
Kapsayıcılık Etkileri	30
KOBİ ve Bireysel Girişimciliğe Katkısı.....	32
Genç Girişimciliğe Katkısı.....	33
Kadın Girişimciliğine Katkısı	35
Bölgesel Etkiler.....	38
Sonuç	41
Yararlanılan Kaynaklar	49

Şekiller ve Tablolar Dizini

Şekil 1: iyzico'nun e-ticaret ekosistemindeki yeri.....	5
Şekil 2: Aylık işlem hacimleri: iyzico ve Türkiye'de internet alışverişleri.....	11
Şekil 3: iyzico aylık işlem yapan işyeri sayısı.....	11
Şekil 4: iyzico üye işyeri başına düşen işlem hacmi.....	15
Şekil 5: iyzico işlem yapan alıcı sayısı ve alıcı başına işlem hacmi.....	16
Şekil 6: Sektörlerine göre iyzico üye işyerlerinin işlem hacmi.....	17
Şekil 7: iyzico ihracat menzili, Türkiye e-ihracat ve geleneksel ihracat menzili.....	18
Şekil 8: iyzico yurtdışına satış yapan aylık üye işyeri sayısı.....	20
Şekil 9: iyzico ihracat işlem hacmindeki payı toplam işlem hacmindeki payından büyük olan sektörler.....	21
Şekil 10: iyzico yurtdışı işlemlerinin sektörler göre dağılımı.....	22
Şekil 11: iyzico yurtdışı satışlarının ülkelere göre dağılımı.....	23
Şekil 12: İnternet abone sayısı ve Türkiye'de internetten yapılan alışveriş işlem sayısı.....	31
Şekil 13: Toplam iyzico işyeri sayısı içinde bireysel satıcıların sayısı ve payı.....	33
Şekil 14: iyzico üye işyeri sahiplerinin yaş dilimlerine göre dağılımı.....	34
Şekil 15: İşyeri sahibinin cinsiyetine göre iyzico üye işyeri sayıları.....	35
Şekil 16: Sektörlere göre kadın işyeri sahibi oranı.....	36
Şekil 17: Sahibi kadın olan ve ihracat yapan işletmelerin sayısı.....	36
Şekil 18:İllere göre iyzico alıcı işlemleri ve internet kullanımında artışlar.....	38
Şekil 19: Alıcılar ve üye işyerlerine göre İstanbul'a yakınsama.....	40
Tablo 1: iyzico kullanıcılarının yıllık ciroları.....	13
Tablo 2: iyzico üzerinden işlem yapan ve e-ticaret hacmini en çok arttıran ilk 20 üye işyeri.....	15
Tablo 3: iyzico ihracat menzili, Türkiye e-ihracat ve geleneksel ihracat menzili.....	18
Tablo 4: iyzico ihracat verilerinin eğilimi.....	20
Tablo 5: iyzico üzerinden işlem yapan ve e-ihracat hacmini en çok arttıran ilk 20 üye işyeri.....	21
Tablo 6: Sektörlere göre kayıt dışılık oranları ve iyzico tarafından kayıt içine kazandırılan hacim.....	26
Tablo 7: Ölçeklerine göre ortalama iyzico üye işyeri sayısı.....	32
Tablo 8: iyzico üye işyeri kurucularının yaş dilimlerine göre yıllık ortalama işlem hacminin dağılımı.....	34
Tablo 9: İstanbul dışındaki iller için ihracat fırsatı oluşan sektörler ve ön plana çıkan iller.....	39

Yönetici Özeti

Haziran – Ekim 2018 döneminde gerçekleştirilen bu çalışma iyzico'nun desteği ile Politika Analiz Laboratuvarı (PAL) tarafından yürütülmüştür. Çalışma kapsamında iyzico'nun kendi işlem verilerinin analizleri yapılmış; iyzico'nun e-ticaret ekosistemine yaptığı katkı, finansal teknolojiler (fintek) sektörüne ilişkin verilerin analizleri ile beraber değerlendirilmiştir. Ayrıca, iyzico yönetici ve çalışanlarıyla yüz yüze görüşmeler yapılmış, 17 iyzico müşterisi ile Ağustos – Ekim 2018 tarihleri arasında derinlemesine mülakatlar gerçekleştirilmiştir.

Bir vaka analizi niteliğindeki bu raporun amacı, Türkiye'nin fintek sektörüne dair malumatın zenginleşmesine katkı sunarak başta BDDK olmak üzere ekonomi politikasına ilişkin karar alıcıların bu noktadaki bilgi ihtiyaçlarının karşılanmasına destek olmaktır. Bu doğrultuda raporun konusu fintek ekosistemimizin öncü kuruluşlarından olan iyzico'nun ekonomik ve sosyal anlamdaki dönüştürücü etkilerinin değerlendirilmesidir. Bu dönüştürücü etkiler (i) büyüme etkileri, (ii) güvenli ve kayıt içi piyasayı geliştirici etkiler ve (iii) kapsayıcılık etkileri olmak üzere üç ana eksen dahilinde ele alınmıştır.

Ekim 2012 tarihinde yerli bir finansal teknoloji şirketi olarak kurulan iyzico, 30 Haziran 2016 tarihli BDDK kararıyla lisanslı bir ödeme kuruluşu haline gelerek kısa sürede hızla büyümüştür. Bugün itibarıyla iyzico, 130 kişilik bir ekip ile elektronik ticaret platformlarında satış yapan 15 binin üzerinde üye işyerine ve 300 binin üzerinde alt satıcıya¹ hizmet vermektedir.

iyzico ile kurumsal işletmelerin yanı sıra şirketleşmemiş tüm küçük işletmelerin ve bireysel satıcıların da elektronik ortamda satış yapabilmeleri mümkün olmaktadır. iyzico'nun ortaya çıkardığı olumlu etkilerin öncelikli kaynakları; kolay entegrasyon, hızlı destek, güvenli ve korumalı alışveriş gibi özellikler olmakla beraber, start-up'ların iş ve mali yükünü azaltıp daha hızlı büyümelerine destek olan iş modellerini mümkün kılması da ön plana çıkmaktadır.

Çalışma Kapsamında Tespit Edilen Etkiler

- Son yıllarda Türkiye'nin e-ticareti hızlı büyürken iyzico e-ticaretten 5 kat daha hızlı büyümüştür. iyzico'nun aylık işlem hacmi 2016 – 2018 Mart arası dönemde aylık bazda yüzde 12,7'lik bir büyüme performansı göstermiştir. 2016 yılının Mayıs ayında 17 milyon TL olan aylık işlem hacmi iki yıl sonunda 260 milyon TL seviyesine ulaşmıştır.
- iyzico aracılığıyla satış gerçekleştiren üye işyeri sayısı aylık ortalama yüzde 7,8'lik büyüme hızıyla istikrarlı olarak artmaktadır.

¹ Pazaryeri platformlarında yer alan alt üye işyerleri (bireysel, şahıs şirketi veya limited/anonim şirket)

- iyzico büyürken müşterilerini de büyütmektedir; 2016 yılından 2018 yılına gelindiğinde ortalama bir iyzico üye işyerinin yaptığı ortalama ciro yüzde 53 büyümüştür. 2016 yılında ortalama bir üye işyerinin yaptığı ortalama yıllık ciro 306 bin TL'ken 2018 yılının ilk yedi ayı için bu ortalama 471 bin TL'ye yükselmiştir.
- Son iki yılda iyzico üyesi küçük ölçekli işyerlerinin sayısı 7,3 kat artmış; iyzico KOBİ'lerin e-ticaret pazarında daha fazla yer bulmasına katkı sağlamıştır. iyzico üye işyerlerinin yüzde 95'inden fazlasını küçük ve küçük-orta olarak (aylık işlem hacmi 45 bin TL'den az) sınıflandırılan işyerleri oluşturmaktadır. Bu işyerleri için işyeri başına düşen ciro da 2016 yılından 2018 yılına iki kata yakın yükselmiştir. Bu durum, e-ticaretin tabana yayıldığını göstermektedir.
- iyzico üzerinden gerçekleşen ihracat hacmi giderek artmaktadır. Söz konusu artış ivmesinin 5 yıl daha devam etmesi durumunda yıllık 1 milyar doların üzerinde bir ihracat iyzico üzerinden gerçekleşecektir.
- iyzico aracılığıyla gerçekleşen ihracatın menzili, Türkiye'nin toplam e-ihracat menzilinden yüzde 58 daha fazladır. 2015-2017 arası dönemde iyzico üzerinden gerçekleşen ihracatın menzili 5.292 km iken Türkiye'nin e-ihracat menzili 3.355 km, geleneksel ihracatının menzili ise 2.951 km olmuştur. Ortaya çıkan bu fark, yerli girişimcilerin daha uzak pazarlara iyzico ile daha kolay bir şekilde ulaşabilmesinden kaynaklanmaktadır.
- Kayıt dışılığın azaltılması noktasında şu ana kadar 1,2 milyar TL'lik bir işlem hacmi iyzico aracılığıyla kayıt içine kazandırılmıştır. 2016 yılı için 187 milyon TL olarak ortaya çıkan bu miktar, 2018'in ilk yedi ayı için 542 milyon TL seviyesine ulaşmıştır.
- Eylül 2017 – Temmuz 2018 arası dönemde iyzico üyesi bireysel girişimcilerin sayısı 5 kat, yarattıkları hacim ise 12 kat artmıştır. Her beş bireysel satıcıdan biri iyzico ile bulunduğu kolaylıklar sayesinde yurtdışına satış gerçekleştirmektedir.
- Sahibi kadın olan iyzico üyesi işyerlerinin sayısı iki yıl içinde 10 katın üzerinde artmış, yüzde 20'lik bir paya sahip olmuştur. 2016 – 2018 döneminde sahibi erkek olan işyeri sayısının aylık ortalama artışı yüzde 8,6'yken sahibi kadın olan işyerleri için bu büyüme yüzde 9,8 olmuştur. Temmuz 2018 için sahibi kadın olan işletmelerin yaptığı ortalama ciro, sahibi erkek olan işletmelerin yaptığından neredeyse iki katı kadar olmuştur.

Bu çalışma kapsamında elde edilen bulgular, iyzico'nun ülkemizden çıkan ve bir milyar doların üzerinde değerlemeye sahip ilk "unicorn" girişimlerden biri olabileceğini göstermektedir. Elektronik ticarete birçok işletmenin büyümesini sağlayan, ihracatı destekleyen, girişimciliği güçlendiren iyzico gibi ödeme kuruluşlarının daha da gelişmesi ve uluslararası alanda büyümesi, güçlü regülasyonların yapılması ile başarılabilir. Ülkemizi dünyada bir fintek merkezi haline getirmek için, adil ve etkin düzenlemelerle girişimcilerimizin desteklenmesinde fayda bulunmaktadır.

Giriş

Elektronik ticaret ve finansal teknolojiler alanında son yıllarda dünyada yaşanan gelişmeler ekonomik kalkınma için de yeni bir devri başlatmıştır. Ekonominin dijitalleşmesi ve bu yönde teknoloji tabanlı girişimciliğin geliştirilmesi Türkiye'nin politika gündemine 2010'lu yılların başında girmiş; 2014-2018 dönemini kapsayan Onuncu Kalkınma Planında ise ayrı bir politika başlığı olarak yer almıştır. Bunu takiben, kamu tarafında çok sayıda strateji, program ve proje devreye girerken, özel sektör tarafında da yatırımlar ve girişimler hız kazanmış, bu alanda yaratılan katma değer her yıl çift haneli rakamlarda büyümüştür.

Finansal teknolojilerde dijital yenilik olarak tanımlanabilecek olan fintek (fintech) hem dünyada hem de ülkemizde en hızlı büyüyen girişimcilik alanlarından biridir. Son 6 yılda dünyada fintek yatırımları 6 kat artarak 36 milyar dolara erişmiş, bu alanda faaliyet gösteren ve 1 milyar doların üzerinde değerlemeye sahip (unicorn) 30 girişimin değeri ise 100 milyar doları geçmiştir.¹ **Fintek, Türkiye'de de girişimcilik ekosisteminin lokomotifini üstlenmektedir.** Girişim sermayesi yatırımları açısından tarihi bir rekorun kırıldığı 2017 yılında, fintek yatırımları yüzde 18'lik payla ilk sırada yer almıştır.

Gerek fintek sektörünün gerekse teknoloji tabanlı ekonominin önümüzdeki dönemde hızla büyümesi ve devlet tarafından da desteklenmesi öngörülmektedir. Ekim 2018'de açıklanan Yeni Ekonomi Programı'nda, yüksek teknoloji üretim ve ihracatının artmasına, katma değerli ürün ve hizmetlerin geliştirilmesine, internet bazlı girişimciliğin desteklenmesine yönelik tedbirler yer almaktadır. Bu adımlar doğrultusunda, devlet bir yandan teknoloji tabanlı sektörleri desteklerken, bir yandan da geleneksel sektörlerle yönelik düzenlemelerini verimlilik, inovasyon ve dijitalleşme perspektiflerine göre gözden geçirme ihtiyacı duymaktadır.

İşte bu bağlamda, karar alıcıların ekonomide hızlı gelişen, başka sektörleri dönüştürme potansiyeli taşıyan sektörleri ve girişimleri daha yakından anlamaları kritiktir. Bu raporun amacı, BDDK başta olmak üzere ekonomi politikasına ilişkin karar alıcıların ihtiyaç duyduğu, fintek sektörüne yönelik malumatın gelişmesine ve derinleşmesine katkı sunmaktır. Bu bağlamda, bir vaka analizi niteliğindeki bu raporun konusu Türkiye fintek ekosisteminin öncü şirketlerinden olan iyzico'nun ekonomik ve sosyal etkilerinin analizidir.

iyzico 30 Haziran 2016² tarihli itibarıyla BDDK tarafından lisanslanmış; çeşitli büyüklüklerdeki şirketlere kolay ve güvenli şekilde çevrimiçi ödeme yönetim platformu sunan bir servis sağlayıcısıdır. 2012 yılının Ekim ayında yerli bir finansal teknoloji şirketi olarak kurulan iyzico, hızla büyüyerek bugün 130 kişilik ekip ile elektronik ticaret sitelerinde satış yapan 29 binin üzerinde üye işyerine ve 350 binin üzerinde alt satıcıya³ ödeme altyapısı hizmeti sunan bir şirket haline gelmiştir. iyzico 2017 yılında KPMG ve H2 Ventures tarafından hazırlanan "Fintech Innovators 100" listesinde yükselen yıldız şirketler arasında Türkiye'den seçilen tek şirket olarak yerini almıştır.⁴

¹ <https://www.cbinsights.com/>

² İlgili BDDK kararının Resmi Gazete yayım tarihi

³ Pazaryeri platformlarında yer alan alt üye işyerleri (bireysel, şahıs şirketi veya limited/anonim şirket)

⁴ Bununla birlikte, iyzico 2017 ve 2018 yıllarında CB Insights tarafından yapılan "the Fintech 250" içinde yer almış ve IFC, Credit Ease ve Stanford Graduate School tarafından yapılan "100 Leading Fintech Companies Promoting Financial Inclusion in the Digital Age" raporunda 100 global oyuncu arasında gösterilmiştir

Şirket kurulduğu günden bu yana toplamda 24 milyon dolar yatırım almış, üssel olarak büyümüş ve Türkiye'nin ilk 1 milyar doların üstünde değerlemeye sahip girişimi (unicorn) olmaya en yakın aday haline gelmiştir. iyzico'nun başarısı sadece fintek açısından değil, ülkemiz girişimcilik ekosistemi açısından da olumlu bir örnektir.

iyzico'nun desteği ile Politika Analiz Laboratuvarı (PAL) tarafından gerçekleştirilen bu çalışma Haziran-Ekim 2018 döneminde yürütülmüştür. Çalışma kapsamında, fintek sektörüne ilişkin veriler ve iyzico'nun kendi işlem verilerinin analizlerinin yanında, 1 Ağustos 2018 – 11 Ekim 2018 tarihleri arasında 17 iyzico müşterisi ile derinlemesine mülakatlar ve iyzico yönetici ve çalışanlarıyla yüz yüze görüşmeler yapılmıştır.

Bu raporda, ilk olarak ödeme sistemi servis sağlayıcısı olarak iyzico'nun Türkiye'deki e-ticaret ve çevrimiçi ödeme sistemleri üzerindeki dönüştürücü etkisi incelenmektedir. Bunun ardından, iyzico'nun Türkiye ekonomisine yaptığı pozitif etkiler üç başlık altında ele alınmaktadır. Birinci olarak "büyüme etkileri" altında, e-ticaret hacmini büyütmesi, ihracat menziline genişletmesi ve kritik bazı sektörleri geliştirmesi konuları değerlendirilmektedir. İkinci etki kanalı olan "güvenli ve kayıt içi piyasanın genişletilmesi" konusuna odaklanılmakta, bu bağlamda kayıt dışı ticaretin azaltılması ve e-ticarete sahteciliğin önlenmesi etkileri analiz edilmektedir. Üçüncü etki kanalı olan "kapsayıcılık" başlığı altında ise, KOBİ'ler, bireysel girişimciler, genç ve kadın girişimcilerin gelişimine katkılar ile bölgesel etkiler değerlendirilmektedir. Sonuç kısmında ise, özeld e fintek genelde de teknoloji tabanlı şirketlere yönelik regülasyonlara yönelik uluslararası başarılı uygulama örneklerini de dikkate alan bazı çıkarımlar yer almaktadır.

iyzico vaka analizinden çıkan genel sonuç; dijitalleşme sürecinin ekonomik kazanımlarının devamını sağlayabilmek için düzenlemelerin yeni ekonomik ve teknolojik eğilimlere adapte olması ve bunların önünü açması gerekliliğidir.

Eski ekonomide; ödeme sistemleri için nakit para basılması, satış kanalları için bayi teşkilatı kurulması, ürünlerin kalite kontrol ve iade-değişimleri için tüketiciyi koruyucu kuralların ve büroların geliştirilmesi gerekmektedir. Yeni nesil dijital ekonominin işlemesi için ise; internet üzerinden para transferi yapılmasının sağlanması, hem kişilerle kişiler arasında hem de kişilerle şirketler arasında ihtiyaç duyulan; ödeme hizmetlerinin sunulması, ürünleri tüketiciye ulaştıracak ve geri alabilecek kargo, lojistik, gümrük ve kalite kontrol altyapısı kurulması ve izlenebilmesi gerekmektedir. Bu ekosistem içinde ödeme sistemi kuruluşlarının merkezi bir rolü olduğu görülmektedir.

Ödeme kuruluşları dünya genelinde dijital ekonomide faaliyet gösteren diğer girişimlerin tek tek kendi başlarına çözemeyecekleri altyapı sorunlarını çözerek önlerini açmaktadır. ABD'de Paypal ve Stripe, Avrupa'da Klarna gibi ödeme kuruluşları zamanla kredi kartı üzerinden ödeme almanın ötesinde dijital ekonomi ekosisteminin işlemesini sağlayacak; tüketicinin korunmasına destek olma, pazaryeri entegrasyonu, gümrük ve lojistik takibi gibi hizmetleri de sağlamaya başlamışlardır. Dijital ekonominin gelişmesiyle kurulan bu start-up'lar, müşteri odaklı, dinamik ve çevik çalışarak dijital ekonomide ortaya çıkan yeni ihtiyaçları hızla karşılayabildikleri için, eski ekonomide benzer hizmetleri sunan bankalar gibi geleneksel oyunculara göre öne çıkmış durumdadırlar.

iyzico da Türkiye'de benzer işlevlere sahip olan bir ödeme kuruluşudur. Bu raporda açıklandığı üzere, iyzico'nun hizmetleri dijital ekonomi ekosisteminin birçok alanını kapsamaktadır.

Bu sayede iyzico, dijital ekonomideki diğer işletmelerin önünü açmaktadır. Bu raporda yer alan iyzico ile ilgili analizler, ülkemizde ödeme altyapılarının internet ekonomisinin gelişimi için önemini göstermektedir. Bu çerçevede iyzico örneğinden yola çıkarak raporun sonunda dile getirilen öneriler, tüm ödeme sistemleri sektörünün önünü açacak niteliktedir.

iyzico'nun Dönüştürücü Etkisi



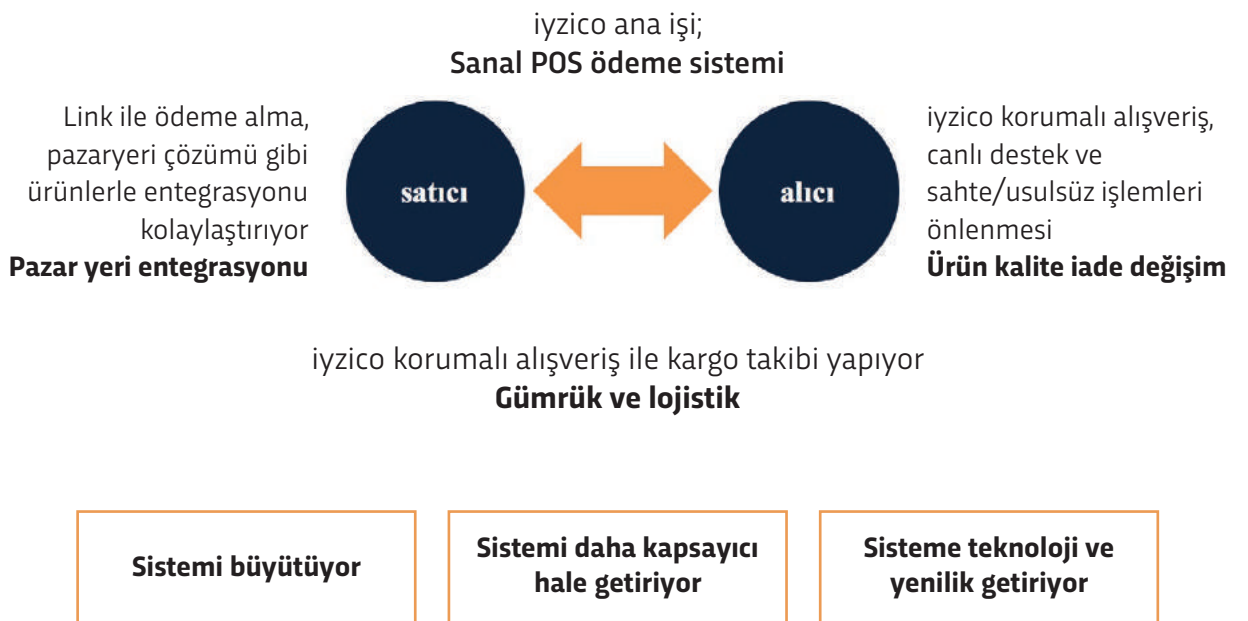
SANAL POS

iyzico, e-ticaret yapan tüm işletmeler için sanal POS hizmeti sunmakta ve alıcıların tüm kredi kartlarıyla taksitli alışveriş yapabilmesini sağlamaktadır. Farklı para birimleri ve yabancı kredi kartlarıyla da ödeme alabilmesinin yanı sıra ideal, Qiwi, Sofort, Giropay vb. yurtdışında yaygın şekilde kullanılan alternatif ödeme yöntemleri ile de entegre şekilde çalışarak kullanıcıların e-ihracat yapmasını kolaylaştırmaktadır.

LİNKLE ÖDEME ALMA

iyzico kurumsal işletmelerin yanı sıra şirket sahibi olmayan tüm bireysel satıcıların da satış yapabilmesini, tüm bankalara ait banka ve kredi kartlarıyla ödeme almasını mümkün kılmaktadır. iyzico üyesi işyerinin herhangi bir kanal (sosyal medya, e-posta, SMS vb.) üzerinden göndereceği link ile alıcılar kart bilgilerini kimseyle paylaşmaya gerek duymadan ödemelerini kendi elektronik cihazları ile güvenle gerçekleştirebilmektedir. iyzico pazaryeri modeli ile e-ticaret yapan satıcılar için; tedarikçiler ile alıcılar arasındaki süreçlerin tek tık ile sürdürülmesini sağlayarak yurtiçi ve yurtdışı pazar yeri kullanıcılarına ve pazar yeri sahiplerine büyük kolaylık sağlamaktadır. **iyzico'nun olumlu etkilerinin başlıca kaynakları; kolay entegrasyon, hızlı destek, güvenli ve korumalı alışveriş gibi öncelikler olmakla beraber, start-up'ların iş ve mali yükünü azaltıp daha hızlı büyümelerine destek olan start-up iş modelleri de ön plana çıkmaktadır.**

Şekil 1: iyzico'nun e-ticaret ekosistemindeki yeri



KORUMALI ALIŞVERİŞ

iyzico; siparişin kullanıcıya ulaşmaması, ürünün verilen açıklamaya uymaması, bozuk çıkması ya da para iadesi gibi endişeleri gidererek güvenli alışveriş yapma imkanı sunmaktadır. iyzico Korumalı Alışveriş'e dahil olan e-ticaret sitelerinden yapılan alışverişlerde tüm süreçler BDDK lisanslı iyzico güvencesi ile yönetilmektedir. Geçtiğimiz on ayda, 15 bine yakın son kullanıcı bine yakın üye iş yerinden iyzico Korumalı Alışveriş'i kullanarak ürün ya da hizmet satın almıştır. **iyzico Korumalı Alışveriş, kullanıcıları için; marka bilinirliğini yükseltme, satış dönüşüm oranlarında artış, yeni müşteriler kazanma ve 7/24 canlı yardım ile hizmet kapsamını geliştirme gibi avantajlar sağlamaktadır.** Bununla birlikte, Korumalı Alışveriş ile yapılan ödemelerde özel sipariş detay sayfası ile kargo takibi, süreç veya satış sonrası sorunlar ile ilgili 7/24 canlı destek hattı ve satış sonrası sorunlarda çözüm odaklı yaklaşımı ile alıcılara da ayrıcalıklar tanınmaktadır.

KOLAY ENTEGRASYON

iyzico, üyesi olmak isteyen işyerlerini sanal POS başvurusu yaparken uzun ve uğraştırıcı banka prosedürlerinden, lisans süreçlerinden, bürokratik işlemlerden kurtarmakta ve bilgisayar başından yapılan kolay başvuru ile 48 saat içinde işyerinin e-ticaret sitesine entegre olarak ödeme almasını sağlamaktadır.

"Site içine kolay entegre olduğu için deneyelim demiştik sonrasında hızından ve genel olarak şirketin çalışma şeklinden memnun kaldık. Hem pubstory'e başlangıç sürecinde ve hem de iyzico'ya geçiş sürecinde bizim içimizi rahat ettiren şey ekibin ilgisi ve güler yüzüydü diyebilirim."

PUB STORY

pupa

"Henüz az bir vakit olmasına karşın hızlı etkisini gördük ve artarak giden bir etkisi var. Bize göre en büyük etkisi ödeme alma kolaylığı ve entegrasyon kolaylığı. Entegrasyon kolaylığı bize zaman kazandırdı."

"Önceki çalıştığım şirketle bir yenileme yapmak istediğimizde 30 sayfalık bir belgeyi doldurmamızı istediler, bunu yapmak istemediğim için iyzico'yu aradım. iyzico yaklaşık 5 saat içinde gereken her şeyi hazırladı ve ödeme kabul edebilecek noktaya geldik."


Peenv.

HIZLI DESTEK

iyzico sunduğu 7/24 canlı destek hizmeti ile hem işyerlerinin karşılaştığı sorunlara kesintisiz olarak çözüm aramakta hem de son alıcıların kaygılarını önemseyerek karşılaştıkları problemlerde destek olmaktadır. Böylelikle iyzico, işyerleri ve alıcılar olmak üzere tüm bireylerin e-ticarete olan güven seviyesini artırmaktadır.

“Çok kolay bir kurulumu vardı, bu çok hoşumuza gitti.”

denizbutik

eksisözlük paylaşımı

“Destek ekibi de oldukça hızlı geri dönüş yapıyor. Bir şirket için pazar yeri çözümü olarak kullandım ve entegre ettim, sanırım yaptığım en eğlenceli ödeme altyapısı entegrasyonuydu.”

“Biz çalışmaya başlamadan önce ödeme alma konusunda oldukça detaylı, üç aylık bir araştırma yaptık. ‘Banka ya da bir ödeme kuruluşu olsun yolda bakarız’ diye düşünmeyip her şey doğru başlasın istedik. Sonunda en doğru seçimin iyzico olduğuna karar verdik, bu da bizim bir adım önde başlamamızı sağladı.”



Your Digital Partner In English Language Teaching

“Normalde bizim açtığımız 10 stant için en az on farklı fiziksel POS cihazına ihtiyacımız vardı. iyzico’yu pilot olarak deneme amaçlı kullanmaya başladık ve oldukça memnunuz, işlerimizi oldukça kolaylaştırdı. Birkaç gün içinde sistemimizi tamamen iyzico sanal POS’una entegre etmiş olacağız.”

“Herhangi bir sorun yaşandığında iyzico bunu geliştirip daha hızlı dönüş yapabiliyor. Yeni bir hizmete ihtiyacım olduğu zaman bunu iyzico’ya söylüyorum; ekiplerimiz onlarla entegre çalışıyor ve sorunu çözüyor. Kendi ürünlerini müşteri talebine göre sürekli geliştiriyorlar. iyzico içinde muhatabımız var; bankalarda bunu yapmak, muhatap bulmak imkansız.”



“iyzico’yu tercih ettik çünkü geri dönüşleri hemen oluyor. Bize anlaşma, sözleşme sürecinde çok yardımcı oldular. Hızlı geri dönüş aldık ve ihtiyaç duyduğumuz herhangi bir konuda yardım alabildik. Diğer ödeme kuruluşunda bu süre daha uzundu. Bu yüzden iyzico’yu tercih ettik.”



“Destek konusunda hiçbir sorun yaşamadık. Şimdiye kadar kime istediyssek kısa sürede ulaştık ve ihtiyacımız olan ilgiyi gördük.”

“Geri bildirimlere önem verdiğini düşündüğüm ödeme altyapısı.”

eksisözlük paylaşımı



“Teknik desteğe ihtiyacımız olduğunda teknik destek, finansal desteğe ihtiyacımız olduğunda finansal destek verdiler. Sorunlarımızı söylediğimiz zaman bize yaratıcı çözümler ile geldiler.”

Büyüme Etkileri



iyzico halihazırda e-ticaret yapan ve yapmak isteyen işyeri veya bireysel satıcılara sunduğu olanaklar ile Türkiye'deki e-ticaretin büyümesinde önemli bir rol üstlenmiştir.

Özellikle Türkiye'de e-ticareti kısıtlayan unsurlara getirdiği çözümler ile – korumalı alışveriş, kolay entegrasyon, hızlı destek vb. – geleneksel alışveriş alışkanlıklarının değişmesine, böylelikle internet üzerinden yapılan alışverişin yaygınlaşmasına ve büyümesine katkıda bulunmaktadır.

Türkiye'de e-ticaretin toplam perakende ticaret içerisindeki payı 2012 yılında yüzde 1,7 iken 2016 yılında yüzde 3,5'e, 2017 yılında yüzde 4,1'e yükselmiştir.

Bu düzey, 2012 yılında yüzde 4,2 ve 2016 yılında yüzde 8,5 olan dünya ortalamasının altındadır (TÜSİAD ve TÜBİSAD verileri). Dünya ortalamasından düşük bir seviyede ilerlese de, Türkiye'de e-ticaretin büyüme hızının bu şekilde devam etmesi, iyzico'nun ve iyzico üyesi işyerlerinin büyümesini daha da hızlandırabilecektir.

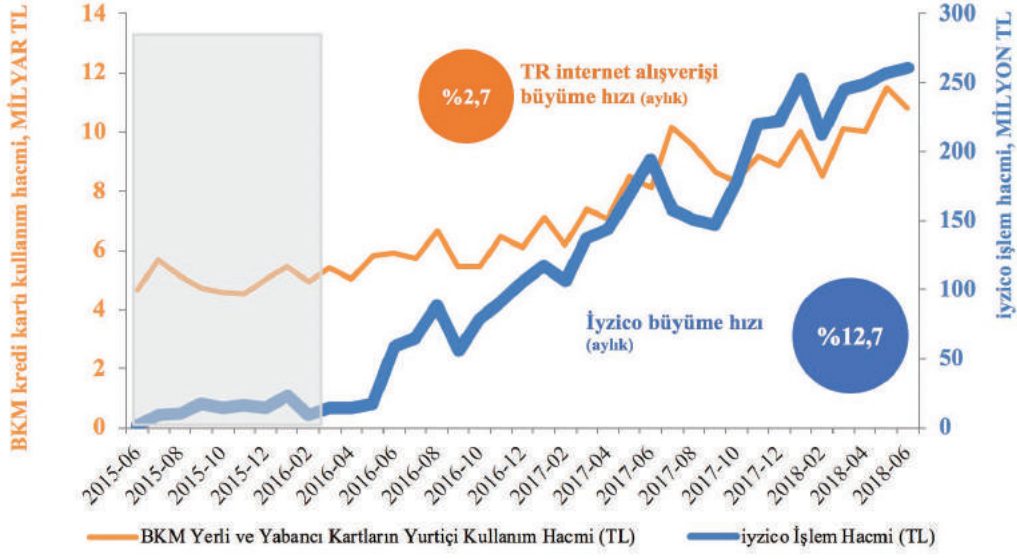
Türkiye'de e-ticaret hızlı büyürken; iyzico e-ticaretten 5 kat daha hızlı büyümektedir.



Henüz çok genç bir şirket olan iyzico'nun Mayıs 2016'da 17 milyon TL olan aylık işlem hacmi, iki yıl sonunda 260 milyon TL'ye erişmiştir. Bu artış eğilimi, 2016 – 2018 Mart ayları arası dönemde aylık bazda ortalama yüzde 12,7'lik bir büyüme performansı anlamına gelmektedir. Aynı dönemde, BKM verilerine göre Türkiye'de internet üzerinden kredi kartı ile yapılan alışverişlerin aylık büyüme hızı ise yüzde 2,7 olmuş, işlem hacmi 5,8 milyar TL'den 10 milyar TL'ye yükselmiştir.

iyzico'nun son iki yılda yakalamış olduğu bu büyüme hızının önümüzdeki dönemde de devam etmesi durumunda, şirketin 10 milyar TL'lik aylık işlem hacmini 2022 yılında yakalayacağı görülmektedir. Şekil 2'de görüldüğü gibi, özellikle son 2 yıllık süreç içinde toplam hacimde de ciddi bir artış yaşanmıştır.

Şekil 2: Aylık işlem hacimleri: izyico ve Türkiye'de internet alışverişleri, 2015 - 2018

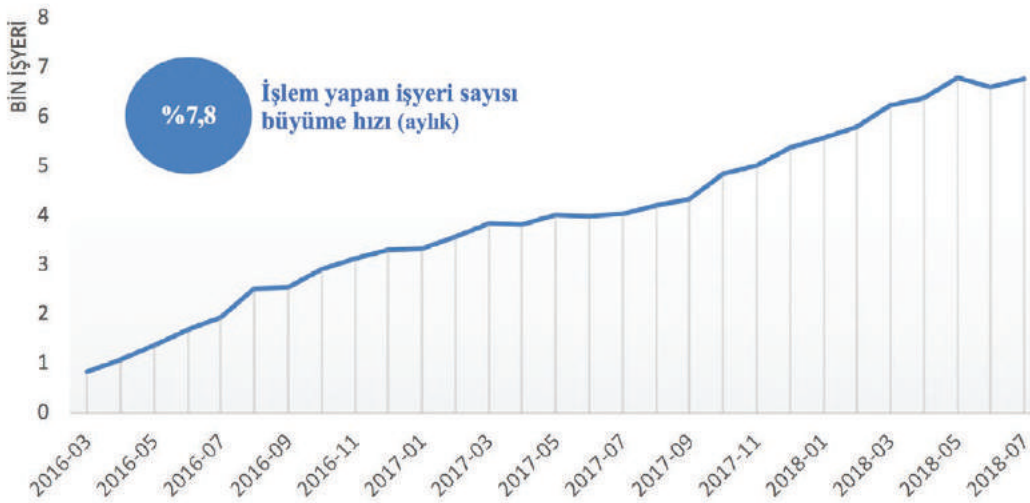


Kaynak: izyico, BKM ve PAL hesaplamaları

Şirketlerin E-ticarete Katılımı ve Büyüme Katkısı

izyico üzerinden satış yapan üye işyeri sayısı aylık ortalama yüzde 7,8 artış hızıyla istikrarlı olarak büyümektedir. Şekil 3'de görüldüğü gibi izyico üzerinden işlem yapan üye işyeri sayısı Mart 2016 – Temmuz 2018 arası (28 ay) dönemde sürekli olarak artış eğilimi göstermiştir. izyico'nun işyeri ağının genişlemesi ve sürekli büyümesi izyico'nun rakiplerine göre tercih edildiğinin göstergesi olarak anlaşılmaktadır. Toplam üye sayısı 15 bin olan izyico'yu, 2018 Temmuz ayı boyunca yaklaşık 7 bin işletme aktif olarak kullanmıştır. Bu sayı 2016 yılı Temmuz ayında işlem yapan işyeri sayısının 3,5 katı büyüklüğündedir.

Şekil 3: izyico aylık işlem yapan işyeri sayısı, bin işyeri, 2016 - 2018




Kaynak: izyico ve PAL hesaplamaları

iyzico büyürken müşterilerini de büyütüyor; 2018 yılında ortalama bir işyerinin yaptığı ortalama ciro 2016 ortalamasından yüzde 53 daha büyüktür.

iyzico, e-ticarette yaşanan en kritik sorunlardan biri olan ödeme aşamasını kolaylaştırarak internet üzerinden satış yapan şirketlerin daha hızlı büyümesine olanak tanımaktadır. iyzico üzerinden gerçekleşen toplam işlem hacmi hızla artarken bu yalnızca işyeri sayısının artmasından kaynaklanmamakta, iyzico üyesi işyerlerinin yaptığı ciro da artmaktadır. iyzico üyesi işyerlerinin yaptığı ortalama yıllık ciro zaman içinde istikrarlı bir şekilde artmıştır. Tablo 1’de görüldüğü gibi 2016 yılında ortalama bir üye işyeri iyzico üzerinden yıllık ortalama 306 bin TL ciro yaparken, 2018’in ilk 7 ayı için bu ortalama 471 bin TL’ye yükselmiştir.

iyzico küçük ölçekli satıcılara e-ticaret ekosisteminde fırsat yaratmakta; küçük ölçekli satıcıların sayısı giderek artmaktadır. iyzico üye işyeri ağını hızla genişletirken en büyük payı küçük ve orta boyutlu satıcılar oluşturmaktadır.



2018 yılı itibariyle iyzico kullanarak satış yapan işyerlerinin yüzde 95’in üzerinde bir kısmını küçük ve küçük-orta denilebilecek (aylık işlem hacmi 45 bin TL’den düşük) işyerleri oluşturmaktadır.

Bu olgu Türkiye’de e-ticaretin tabana yayıldığını göstermektedir. Tablo 1’de de görüldüğü üzere söz konusu işyerlerinin oluşturduğu işyeri başına düşen ciroda da istikrarlı bir artış yaşanmış, 2016 yılında 35 bin TL olan miktar 2018 yılında 62 bin TL’ye yükselmiştir. Bu gösterge, iyzico ile yalnızca büyük hacme sahip şirketlerin değil, daha küçük boyuttaki işyerlerinin de büyüdüğünü ortaya koymaktadır.

Tablo 1: iyzico kullanıcılarının iyzico sistemi üzerinden sağladıkları yıllık ciroları 2016 - 2018

	iyzico üzerinden gerçekleşen toplam yıllık işlem hacmi* (milyar TL)	Bir işyerinin yaptığı ortalama yıllık ciro (bin TL)	Küçük ölçekli bir işyerinin yaptığı ortalama yıllık ciro** (bin TL)
2016**	0,7	306	35
2017	1,9	460	48
2018***	2,9	471	62

Kaynak: iyzico ve PAL hesaplamaları

*Yıl içi ortalamalara göre hesaplanmıştır

**Küçük ölçekli işyerleri ortalama yıllık cirosu 1,8 milyon TL' den az olan işyerleri olarak alınmıştır

Not: 2016 yılı verileri Mart 2016'dan itibaren, 2018 verileri Ağustos 2018'e kadar hesaplanmıştır

"E-ticarete yeni başlayan bir firma olarak iyzico ile çalışmak çok daha kolay ve verimli. Bizi yoran prosedürleri yok."

UP&FIT



mutlubiev

"iyzico'da aradığım hizmeti buldum; overhead'imi (genel gider) minimize edip; tüm geliri development'a (geliştirme) yatırabiliyorum."

"iyzico'nun etkisini çok net ayrıştırabiliyoruz. Satışlarda çok net bir hızlanma var. Hızlı ilerlememizde yardımcı oldu."


Peevv.

sahibinden.com

"iyzico'yu tüketiciden tüketiciye yapılan satışlarda kullanıyoruz. Öncesinde burada kendi sistemimizi kullanıyorduk ancak asıl işimiz olmayan bu alana yatırım yapmak ve bunu işletmek yerine iyzico ile çalışmaya başladık ve asıl işimize odaklandık. Çalışmaya başladığımız günden beri iyzico'dan memnunuz."

“iyzico’ya geçişimizden itibaren olumlu etkisini kesinlikle satışlarımızda gördük. Hem geri dönüşlerimiz hem de dokunduğumuz insan sayısı arttı. Müşterilerimiz çok kolay bir şekilde vakit harcamadan ödeme yapabiliyor. İnsanlar alıştıkça daha fazla alışveriş yapıyor.”

Sophie Accessories

PUB STORY

“iyzico’dan daha düşük bir komisyon bedeli teklifi almıştık. Daha düşük bir komisyon teklifi almadan önceki iş ortağımızı bırakmazdık zaten.”

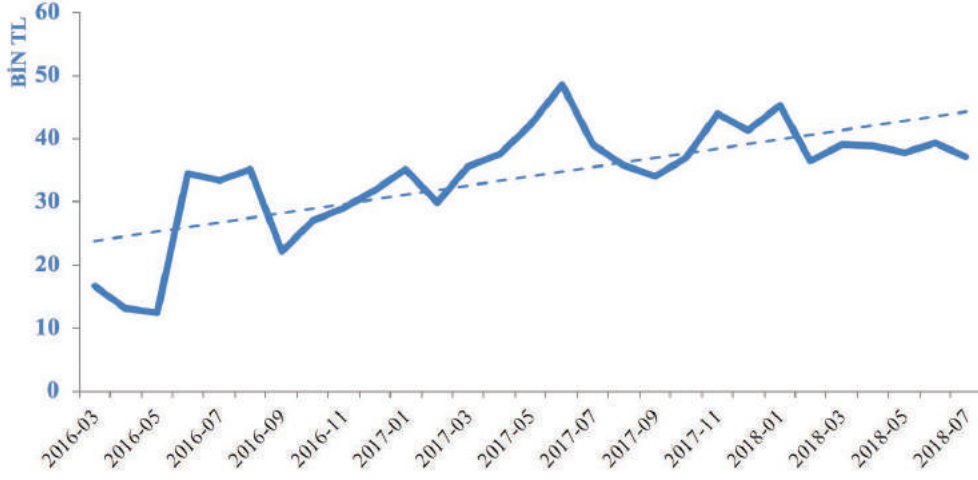
“iyzico’nun link ile ödeme alma hizmeti ile müşterilerimizin evden çıkıp mağazaya gelmesi gibi süreçler kısaldı; müşteriden onay bekleme süreçlerini kısaltması hem bizim hem de müşterilerimiz için bir kazanç. Müşteri memnuniyetinde şirket olarak hedefimiz yüzde 90. Bu noktada servis süresi kritik. Cihazı bozulduğu için zaten mutsuz olan müşteriye bir de ödeme için bekletmemek, servis süresini bu şekilde uzatmamak bizim için çok önemliydi; bunu iyzico sayesinde başardık.”

pupa

Apsiyon

“Şu anda 80 kişilik bir ekibimiz var, hayatımızda iyzico olmaması durumunda herhalde 90-95 kişi olmamız gerekirdi diye düşünüyorum. Çünkü öyle bir durumda, bankalarla görüşmelerin yapılması, süreçlerin yönetilmesi, işlemlerin ayrı ayrı takip edilmesi, posların entegre edilmesi ve sürekli olarak denetlenmesi, fraud kontrolünün sağlanması gibi yapılması zorunlu olan operasyonel işler ortaya çıkıyor. Bu işler de maliyeti yüksek, iş gücü gerektiren işler. iyzico bizim maliyetlerimizi düşürüyor ve bizi verimli hale getiriyor. iyzico sayesinde enerjimizi asıl işimiz olan alanlara aktarabiliyoruz. Önümüzdeki dönemde iyzico ile olan ilişkimizi hem kapsam hem de hacim olarak artıracığımıza eminim. Çok dostane bir iş ilişkimiz var.”

Şekil 4: iyzico üye işyeri başına düşen işlem hacmi, TL, 2016 - 2018



Kaynak: iyzico ve PAL hesaplamaları

Çeşitli iş modelleriyle internet üzerinde hızla büyüyen şirketlerin başarı hikayelerinde iyzico'nun destekleyici bir rol üstlenmiştir. Son iki yılda işlem hacmini en çok arttıran iyzico üye işyerleri iş modeli ve iş alanları açısından çeşitlilik göstermektedir (Tablo 2). Bu dönemde en çok artış sağlayan 20 iyzico üye işyerinin işlem hacimleri 713 bin TL ile 14,8 milyon TL arasında değişmektedir. Şirketlerin ortalama sepet tutarı da 30 TL ile 543 TL arasındadır. Söz konusu 20 şirketin oluşturduğu toplam hacmin yüzde 35'ini beş yıldan az süredir faaliyet gösteren 9 işyeri oluşturmaktadır. Bu durum iyzico'nun yeni kurulan ve büyüme yolunda ilerleyen girişimler için itici güç olduğunu göstermektedir.

Tablo 2: iyzico üzerinden işlem yapan ve e-ticaret hacmini en çok attıran ilk 20 üye işyeri, son 2 yıl

Üye işyeri ürün kategorisi (işyeri modeli)		
1	Çeşitli Giyim ve Aksesuar Mağazaları (İnternette satış yapan limited şirket)	11
2	Bilgisayar Yazılım Mağazaları (Hizmet olarak yazılım)	12
3	Çiçekçiler (iyzicoConnect modeli)	13
4	Kadın, Erkek Giyim Mağazaları (C2C pazaryeri modeli)	14
5	Çeşitli Özel Ev Mobilya Mağazaları (E-ticaret)	15
6	Çeşitli Giyim ve Aksesuar Mağazaları (Perakende satış)	16
7	Çeşitli Genel Hizmetler (E-ticaret modeli)	17
8	Araç kiralama (Pazaryeri e-ticaret modeli)	18
9	Spor ve Binicilik Giyim Mağazaları (Spor malzemeleri toptan ticareti)	19
10	Kadın, Erkek Giyim Mağazaları (İnternette satış yapan limited şirket)	20
		11
		12
		13
		14
		15
		16
		17
		18
		19
		20

Kaynak: iyzico

iyzico 2017 ortalama sepet tutarı Türkiye'nin ortalama e-ticaret sepet tutarından yüzde 10 daha yüksektir. Üye işyeri ağının genişlemesiyle son kullanıcıların sayısı da hızla artmakta, e-ticaret tabanı genişlemektedir. BKM verilerine göre, Türkiye'de, elektronik ortamda kredi kartıyla gerçekleşen işlemlerin ortalama sepet tutarı 244 TL (2015) iken, 2016 yılında 259 TL'ye, 2017 yılında ise 300 TL'ye yükselmiştir. 2018'in ilk yarısı için ise BKM verileri 302 TL'lik ortalama sepet tutarını göstermektedir. Buna karşılık, 2016 yılında 312 TL olan iyzico'nun alıcı başına düşen ortalama işlem hacmi (ortalama sepet tutarı) ise, 2017 yılında 330 TL'ye yükselmiş, 2018'in ilk 7 ayında da artmaya devam ederek 340 TL'ye yükselmiştir. Bu süreç boyunca iyzico üzerinden alışveriş yapan alıcı sayısı; 2016'dan bu yana aylık ortalama yüzde 10,6 oranında büyüyerek Temmuz 2018'de 800 bin kişiye ulaşmıştır. Tüm bunlara göre, iyzico e-ticaretin yayılmasını sağlarken müşterilerinin ortalama satışlarının artmasına da katkı sağlamaktadır.

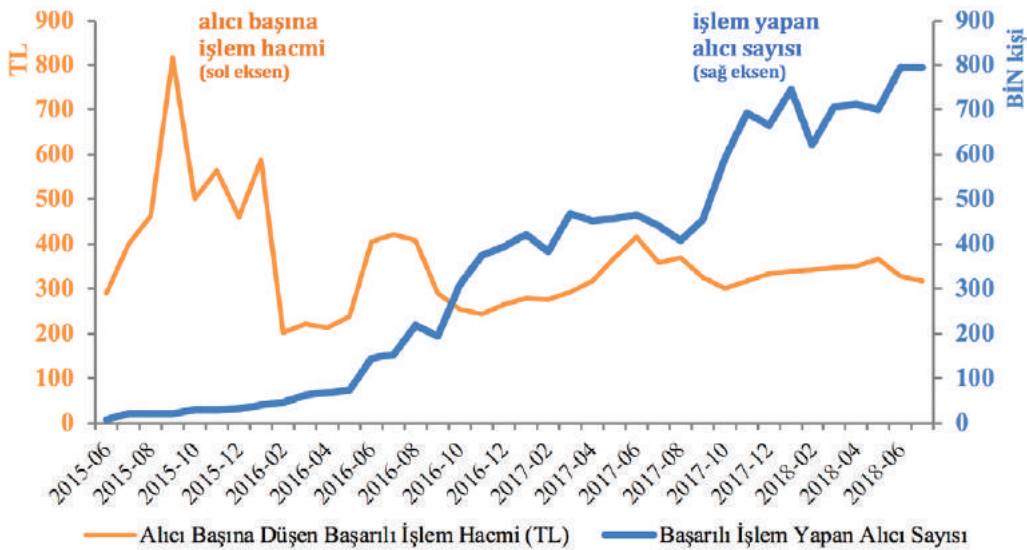
"iyzico'nun sunduğu kart saklama özelliğinin mutlaka geri dönüşlere bir katkısı olduğunu düşünüyoruz."



PUB STORY

"Çalıştığımız ödeme sistemi ödemeyi almak için ekstra bir siteye götürüyordu."

Şekil 5: iyzico; işlem yapan alıcı sayısı ve alıcı başına işlem hacmi, aylık, 2015 - 2018

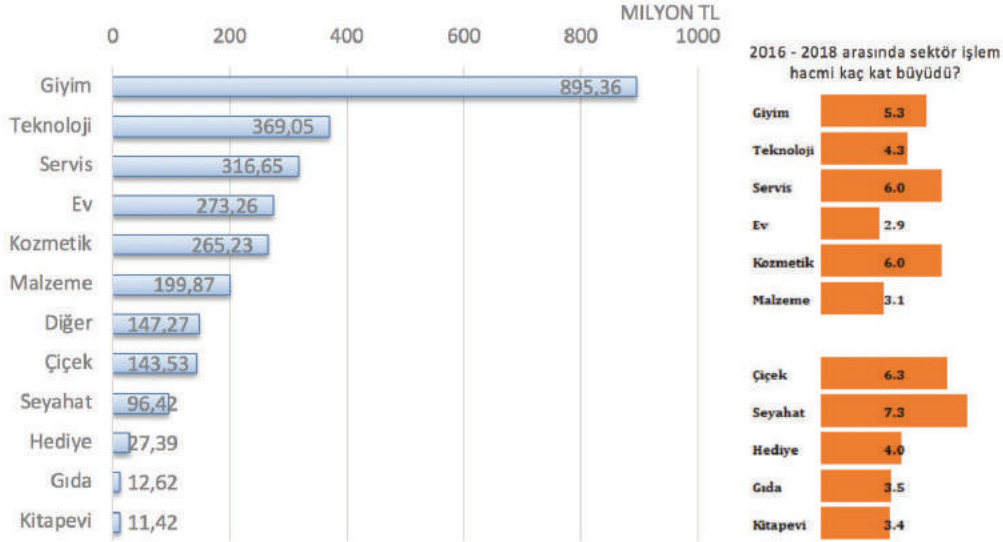


Kaynak: iyzico ve PAL hesaplamaları

E-ticaretteki Sektörlere Büyüme Katkısı

iyzico ile tüm sektörler büyürken özellikle giyim, seyahat ve kozmetik sektörlerinin performansı dikkat çekmektedir. Toplam işlem hacminde giyim, teknoloji, servis, ev ürünleri ve kozmetik sektörleri öne çıkarken bu beş sektörün yarattığı işlem hacmi, iyzico'daki toplam hacmin yüzde 77'sine karşılık gelmektedir. Sektörlerin performansına bakıldığında ise, Eylül 2016 – Haziran 2018 (Eylül 2016=100) arası dönemde kozmetik, servis ve çiçek sektörleri 6 katın üzerinde büyümüştür. Giyim sektörü diğer tüm sektörlerden daha fazla hacme sahip olması nedeniyle 5,3 katlık artışı ile dikkat çekmektedir. Seyahat alanında yaşanan 7,3 katlık artış ise tüm diğer sektörlerdeki artışı geride bırakmıştır. Toplam işlem sayısı açısından ise, giyim sektörü diğer sektörlerin önünde yer almış, servis ve teknoloji sektörleri de giyim sektörünün işlem sayısını takip etmiştir.

Şekil 6: Sektörlerine göre iyzico üye işyerlerinin işlem hacmi, milyon TL, 2017 - 2018



Kaynak: iyzico ve PAL hesaplamaları

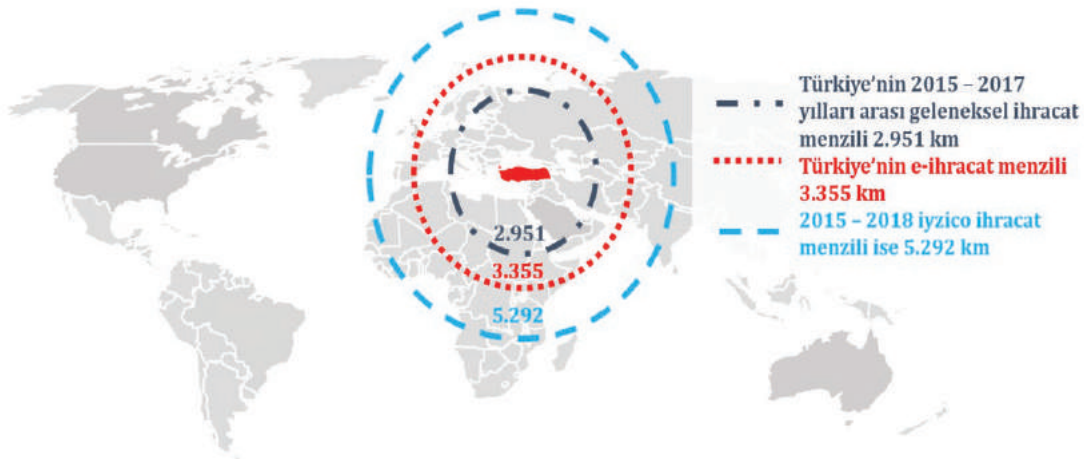
İhracata Etkileri

Türkiye'nin e-ihracat potansiyeli karakteristik olarak geleneksel ihracattan ayrılmaktadır. E-ihracata konu olan ürünlerin geleneksel ihracatta ön plana çıkan ürünlere göre katma değeri yüksek, elektronik ve otomotiv parçaları gibi ürünler olduğu da gözlemlenmektedir. Önümüzdeki dönemde e-ihracatın küçük firmalar veya ihracata yeni başlayan firmalar ile büyük ve uzun süredir ihracat yapan firmalar arasındaki dengelilikleri azaltması, KOBİ ve girişimcilerin önünü açması öngörülmektedir. (TEPAV e-ihracat raporu, 2014)

iyzico üzerinden gerçekleştirilen ihracatın menzili Türkiye'nin e-ticaret menzilinden yaklaşık yüzde 58 daha fazladır.

Geleneksel yollarla yapılan ihracatın menzili 2015-2017 yılları arasında 2.951 km seviyesinde olmuştur. Bu zaman dilimi için, elektronikleşmenin doğasından kaynaklanan olumlu etkinin de bir sonucu olarak, e-ihracatın menzili ise 3.355 km gibi daha yüksek bir seviyededir. iyzico üzerinden gerçekleştirilen ihracatın menzili ise 5.292 km olarak çok daha yüksek bir seviyede ortaya çıkmıştır. iyzico; sunduğu ödeme alma kolaylığı ile Türkiye'nin e-ticaret menzilini genişletmekte, girişimcilerin daha uzak pazarlara ulaşmasına kolaylaştırmaktadır.

Şekil 7: iyzico ihracat menzili, 2015 - 2018; Türkiye e-ihracat ve geleneksel ihracat menzili 2011 ve 2015 - 2017



Tablo 3 : iyzico ihracat menzili 2015 - 2018; türkiye e-ihracat ve geleneksel ihracat menzili 2011 ve 2015 - 2017

	2011	2015-2017 (t)
Geleneksel İhracat	2.846 km	2.951 km
E-ihracat	3.235 km	3.355 km
iyzico ihracat*		5.292 km

TÜİK, TEPAV Türkiye'de E-ihracat Fırsatlar ve Sorunlar 2014, googlemaps, iyzico verileri ve PAL hesaplamaları
*iyzico 2015-2017 ihracat menzili 2015-2018 verilerine göre hesaplanmıştır.
(t) tahmin edilen

iyzico üzerinden gerçekleşen ihracatın sahip olduğu artış ivmesinin 5 yıl daha sürmesi durumunda

1 milyar dolarlık bir e-ihracat hacmi iyzico aracılığıyla elde edilecektir. İhracatta yaşanan artış eğilimi, iyzico'nun yurtdışından ödeme alma hizmeti vermeye başlamasından itibaren sürekli olarak kendini göstermiştir. iyzico, müşterilerinin küresel pazarlara açılmasını kolaylaştırarak, ihracat yapan üye işyeri sayısını artırmıştır. Şekil 8 ve Tablo 4'te görüldüğü üzere; iyzico üzerinden yurtdışına satış yapan işyeri sayısı Temmuz 2016'da sadece 170 iken, iki yıl içinde 6 kat artarak 1.067'ye ulaşmıştır. Bununla birlikte, iyzico aracılığıyla yurtdışından alışveriş yapan yabancı müşteri sayısı da aynı dönemde 3 kattan fazla artarak, 14 binden 46 bine yükselmiştir. Yabancı alıcılar ile yerli işyerleri arasındaki dokunulabilirliğin artması sonucunda Temmuz 2016'da 528 bin ABD doları olan ihracat hacmi 4 kat artarak Temmuz 2018'de 2 milyon ABD doları olmuştur.

“Yurtdışı satışlarda hep 3D engeline takılıyorduk, iyzico ile bu sorunu aştık. Yaptığımız cironun yüzde 10 seviyesinde bir kısmı yurtdışından geliyor.”

Seyraesarp

pupa

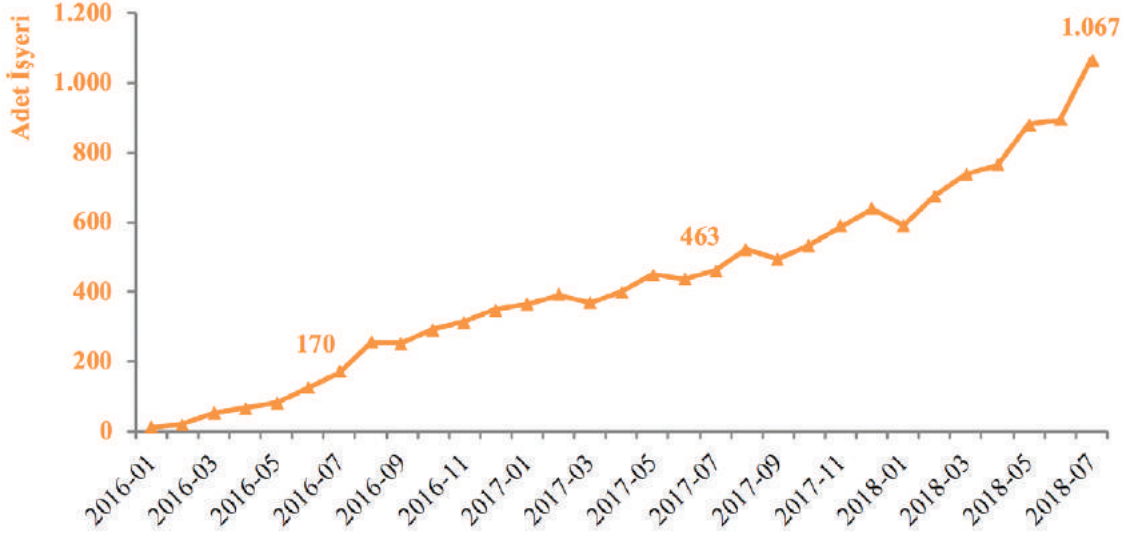
“iyzico altyapısının İngilizce olması yabancı partnerler ile çalışırken kolay entegre olmamızı sağladı.”

“Toptan satışlarımızın tamamı, perakende satışlarımızın ise yüzde 95'i yurtdışına gidiyor. iyzico, yurtdışına yaptığımız satışlarda bize büyük kolaylık sağlayan bir iş ortağı durumunda. iyzico bizi bir müşteri olarak değil bir iş ortağı olarak görüyor.”

Sophie Accessories

Türkiye'nin e-ihracatı son iki yılda (Mart 2016 – Mart 2018) aylık ortalama yüzde 4 ile büyürken iyzico üzerinden gerçekleşen ihracatın büyüme hızı yüzde 20 olmuştur. Aradaki bu farkın ortaya çıkmasında, iyzico'nun büyümekte olmasının yanı sıra ihracatı her türden ve boyuttan işyeri için kolaylaştırmasının rol oynadığı görülmektedir. Son on iki ayda iyzico üyelerinin gerçekleştirdiği ihracat hacmi henüz 16,7 milyon ABD doları düzeyinde olsa da hacimde yaşanan yüzde 20'lik artış hızı dikkat çekicidir. Bu artışı takiben ihracat yapan işyeri başına düşen hacimde de artış yaşanmıştır. 2016 yılında ihracat yapan işyeri başına düşen hacim ortalama olarak 2.161 ABD doları seviyesindeyken 2018 yılına gelindiğinde bu sayı Türk Lirası olarak yüzde 25 artmış, döviz kurunda yaşanan sert artışa rağmen ABD doları cinsinden 1.993 ABD doları seviyesine tutunmuştur. iyzico; ihracat yapan işyeri sayısının artmasını sağlamakla kalmamış, bu şirketlerin ihracat alanında büyümesine de katkı sağlamıştır. (Türkiye'nin e-ihracat büyümesi: BKM verisi)

Şekil 8 : iyzico; yutdışına satış yapan aylık üye işyeri sayısı, 2016 - 2018



Kaynak: iyzico ve PAL hesaplamaları

Tablo 4: iyzico ihracat verilerinin eğilimi, Temmuz 2016 - 2018

	2016/07	2017/07	2018/07
İhracat yapan işyeri sayısı	170	463	1067
İhracat Hacmi (USD)	528.684	1.082.817	2.093.865
Yabancı alıcı sayısı	13.925	19.056	45.639

*Ay sonu döviz kurları http://www.tcmb.gov.tr/kurlar/kurlar_tr.html web adresinden, ortalama döviz kurları ise <http://www.bumko.gov.tr/TR,150/doviz-kurlari.html> web adresinden alınmıştır.

Kaynak: iyzico ve PAL hesaplamaları

E-ihracatta hacmini en çok arttıran 20 işyerinin çoğu İstanbul merkezli olsa da; Kocaeli, İzmir ve Bursa'dan birer şirket bu sıralamaya girmeyi başarmıştır. Tablo 5'de görüldüğü üzere son iki yılda e-ihracat hacmini en çok arttıran 20 şirketin iş alanları ve iş modelleri çeşitlilik göstermektedir. **iyzico, üye işyerlerine sağladığı ihracat kolaylığı sayesinde farklı alanlardaki ve farklı şehirlerdeki küçük veya büyük işyerlerine e-ihracat fırsatı sunmaktadır.** E-ihracatta en fazla hacim artışı gerçekleştiren şirket, hacmini iki yılda 1,2 milyon TL, en fazla arttıran yirminci şirket ise 9,5 bin TL arttırmıştır. Bu şirketlerin ortalama sepet tutarı da 105 TL ile 3,3 bin TL arasında oldukça geniş bir aralıktadır. Bu 20 şirketin ortaya çıkardığı toplam hacim artışının yüzde 51'i beş yıldan az süredir faaliyette olan 13 farklı işyeri tarafından yaratılmaktadır. Tüm bunlara göre; iyzico'nun her boyuttan işyeri için birçok farklı iş alanında ihracatı kolaylaştırdığı görülmektedir.

Tablo 5 : izyico üzerinden işlem yapan ve e-ihracat hacmini en çok arttıran ilk 20 üye işyeri, son 2 yıl

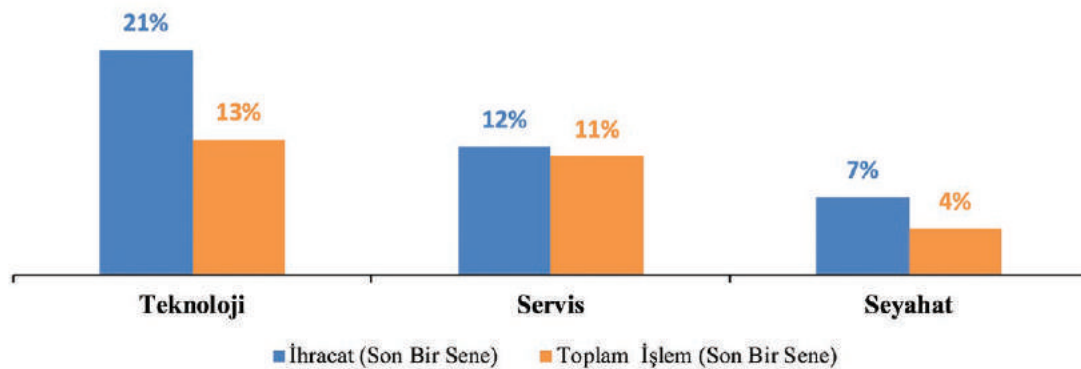
Üye işyeri ürün kategorisi (işyeri modeli)	
1	Çeşitli Genel Hizmetler (Borsa verisine ait lisansların satışı)
2	Eğitim Hizmetleri (İnternette alışveriş)
3	Mobilya, Ev Eşyaları ve Ekipmanları Mağazaları (Ev dekorasyonu)
4	Danışmanlık, Halkla İlişkiler (Mobil uygulama)
5	Bilgisayar Yazılım Mağazaları (Cep modemi, akıllı telefon ve tabletlerin kısa süreli kiralanması)
6	Bilgisayar Yazılım Mağazaları (Hizmet olarak yazılım)
7	Çeşitli Özel Ev Mobilya Mağazaları (E-ticaret)
8	Çeşitli Giyim ve Aksesuar Mağazaları (Dünyaca ünlü markaların sınırlı ve koleksiyon ürünlerinin satışı)
9	Spor ve Binicilik Giyim Mağazaları (Spor malzemeleri satışı)
10	Çeşitli Genel Hizmetler (Dernek, vakıf ve STK'lara üye/bağış/aidat yönetim sistemi)
11	Kitap Mağazaları (Kitap ve e-book satışı)
12	Seyahat Acentaları, Tur Operatörleri (Otel rezervasyon ve diğer turizm hizmetleri)
13	Spor Eşya Mağazaları (Spor malzemeleri satışı)
14	Sağlık Hizmetleri (Sağlık turizmi)
15	Çeşitli Genel Hizmetler (Pazaryeri e-ticaret modeli)
16	Kadın-Hazır Giyim Mağazaları (Pazaryeri e-ticaret modeli)
17	Bilgisayar Yazılım Mağazaları (Pazaryeri e-ticaret modeli)
18	Araç kiralama (Pazaryeri e-ticaret modeli)
19	Çeşitli Giyim ve Aksesuar Mağazaları (Perakende satış)
20	Bilgisayar Yazılım Mağazaları (Font tasarımı ve satış)

Kaynak: izyico

Uluslararası işlemlerdeki ödeme kolaylığı, hizmet sektörünün ihracatına önemli bir katkı yapmaktadır.

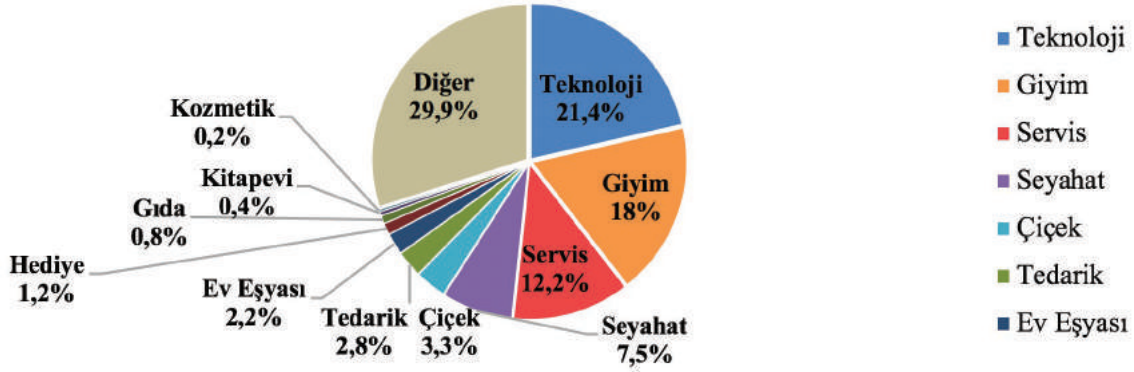
Şekil 9'da görüldüğü gibi servis, teknoloji ve seyahat sektörlerinin toplam izyico ihracat işlemleri içindeki payları, yurtiçi ve yurtdışı tüm işlemlerdeki paylarına göre daha yüksektir. Teknoloji sektörü, toplam ihracatın yüzde 21'ini kapsarken tüm işlem hacminin yüzde 13'ünü gerçekleştirilmesiyle en dikkat çekici sektördür. Söz konusu bu fark servis sektörü için yüzde 12'ye yüzde 11; seyahat için ise yüzde 7'ye yüzde 4'tür. Bu sektörlerin ihracatı için izyico'nun kolaylaştırıcı etkisinden söz edilebilir. Ön plana çıkan bu üç sektör dışında giyim sektörü de ihracatın yüzde 18'ini gerçekleştirerek elde edilen ihracat hacmini büyütülmektedir.

Şekil 9: izyico ihracat işlem hacmindeki payı toplam işlem hacmindeki payından büyük olan sektörler, son bir yıl (2017 - 2018)



Kaynak: izyico ve PAL hesaplamaları

Şekil 10: iyzico yurtdışı işlemlerinin sektörlere göre dağılımı, 08/2017 - 07/2018



Kaynak: iyzico ve PAL hesaplamaları

iyzico üzerinden gerçekleştirilen ihracatın yüzde 45'i ABD'ye gerçekleştirilirken; ABD, Suudi Arabistan ve Birleşik Krallık'a yapılan ihracat toplam ihracatın yüzde 83'ünü kapsamaktadır.

Türkiye'deki üreticiler geleneksel ihracat ile daha çok Avrupa ve Ortadoğu pazarlarına açılırken, iyzico üye işyerlerinin yaptığı ihracatta ABD ve Avustralya gibi uzak pazarların da ön plana çıktığı Şekil 11'de görülmektedir. iyzico ile bu coğrafyalardan ödeme alma fırsatı yakalayan işyerleri Türkiye'nin e-ihracat menziline genişlemesine katkı sağlamaktadır. iyzico üzerinden gerçekleştirilen ihracata bakıldığında;

ABD'ye gerçekleştirilen ihracatın yüzde 89'u İstanbul üzerinden yapılırken Samsun yüzde 6'lık payı ile dikkat çekmektedir. Sektörler açısından ise homojen sayılabilecek bir dağılım söz konusudur.

Birleşik Krallık'a yapılan satışlarda da İstanbul yüzde 87 ile ön planda yer almaktadır. Yapılan işlemlerde servis sektörü yüzde 34, giyim yüzde 8, çiçekçi ve teknoloji sektörleri ise yüzde 5 ile göze çarpmaktadır.

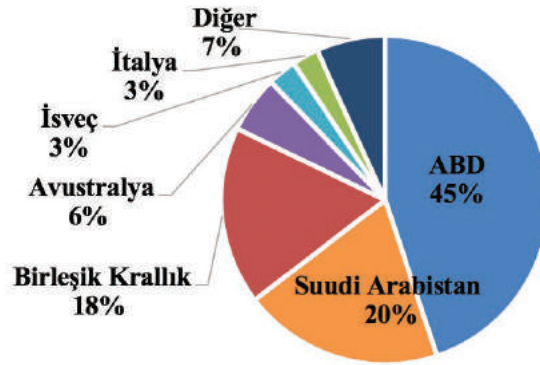
Suudi Arabistan'a yapılan satışın yüzde 97'si İstanbul üzerinden gerçekleştirilmektedir. Bu satışların yüzde 83'ü teknoloji sektörü üzerinden gerçekleştirilmesiyle dikkat çekmektedir.

Avustralya'ya yapılan satışların yüzde 87'si İstanbul üzerinden gerçekleştirilirken yüzde 4 ile Denizli, yüzde 3 ile de Samsun dikkat çekmektedir. Bu işlemlerin yüzde 15'i servis, yüzde 13'i ise giyim sektörü tarafından yapılmaktadır.

“Azerbaycan, Katar, Yunanistan, Suudi Arabistan pazarlarına açılmayı planlıyoruz.”



Şekil 11: iyzico yurtdışı satışlarının ülkelere göre dağılımı, 06/2015 - 06/2018



Kaynak: iyzico ve PAL hesaplamaları

「
Güvenli ve Kayıt içi
Piyasanın Geliştirilmesi」



Kayıtdışılığın Azaltılması

Türkiye’de kayıtdışılık oranı sektörler göre büyük farklılıklar göstermektedir, örneğin bu oran tarım sektörü için yüzde 80’in üzerindeyken bilişimde yüzde 12, eğitimde ise yüzde 4’tür. Söz konusu oranlar TÜİK hane halkı işgücü anketlerinden türetilen SGK sektörel kayıt dışı istihdam oranları baz alınarak ortaya çıkarılmıştır. Bu oranlar doğrudan yapılan ticaretin göstergeleri olmasa da kayıt dışılığın sektörler arasındaki dağılımını göstermesi açısından önemlidir. Kayıt içine kazandırılan hacimler sektörel bazda hesaplanmış olup, gerçeğe yakın bir tahmini yansıtmaktadır. 2016-2018 Türkiye verileri incelendiğinde tüm sektörler için ortalama kayıtdışılık oranı yüzde 24’tür. Yani, yapılan ticari işlemlerin yüzde 24’ü kayıt dışı olarak gerçekleşmektedir. Bu işlemlerin kayıt dışı olarak gerçekleşmesi, Türkiye ekonomisinin gelişmesini yavaşlatmakta ve ekonomik verilerin toplanması ve analiz edilmesi süreçlerinde yanıltıcı etkilere neden olmaktadır.

iyzico, şu ana kadar 1,2 milyar TL’lik bir işlem hacmini kayıt içine kazandırmıştır.

iyzico ile çalışan işyeri sayısı ve iyzico üzerinden gerçekleştirilen toplam işlem hacmi arttıkça kayıt dışıdan kayıt içine geçen işlem hacminde de artış yaşandığı yerinde bir saptamadır. 2016 yılında 187 milyon TL seviyesinde olan kayıt içine kazandırılan miktar, 2018 yılının henüz ilk yedi ayı için 542 milyon TL olarak ortaya çıkmıştır. Diğer bir deyişle, 2018 yılı henüz bitmemişken iyzico 2016 yılında kayıt içine kazandırdığı miktarın neredeyse 3 katını yakalamış durumdadır. 2016-2018 yılları arasında, iyzico aracılığıyla gerçekleştirilen toplam işlem hacmi ise 4,8 milyar TL olmuş, kayıt içine kazandırılan toplam hacim 1,2 milyar TL’yi geçmiştir. Bu dönüştürücü etkinin artarak devam etmesi durumunda iyzico Türkiye’nin kayıt dışı ekonomisinin kayıt içine dönüşmesi sürecine önemli katkı sunacaktır.

Tablo 6: Sektörlere göre kayıt dışılık oranları ve izyico tarafından kayıt içine kazandırılan hacim, 2016 - 2018

	2016-2018 ortalama kayıtdışılık oranı	2016 (TL)	2017 (TL)	2018 (ilk 7 ay) (TL)	Kayıt içine kazandıran toplam miktar (TL)
Diğer hizmet faaliyetleri	%44	29.055.224	84.670.651	113.898.100	227.623.975
Kültür, sanat, eğlence, dinlenme ve spor	%36	16.429	52.212	415.948	484.588
İnşaat ve bayındırlık işleri	%36	528	47.741	56.324	104.593
Konaklama ve yiyecek hizmeti faal.	%31	9.985	34.822	563.188	607.995
İnsan sağlığı ve sosyal hizmet faal.	%30	222.397	1.867.369	2.042.015	4.131.780
Toptan ve perakende ticaret	%28	108.367.556	329.785.962	368.988.756	807.142.275
Ulaştırma ve depolama	%25	43.602.257	73.143.145	14.221.452	130.966.854
Gayrimenkul faaliyetleri	%24	7.308	748.960	1.062.450	1.818.717
İmalat Sanayi	%20	76.837	24.374	47.271	148.483
İdari ve destek hizmet faaliyetleri	%14	-	75	7	82
Bilgi ve iletişim	%12	4.681.019	24.806.961	32.040.338	61.528.318
Mesleki, bilimsel ve teknik faal.	%10	949.010	4.494.728	6.521.911	11.965.649
Eğitim hizmetleri	%4	489.943	1.940.876	2.263.287	4.694.106
Kayıt içine kazandırılan toplam miktar (TL)		187.478.491	521.617.875	542.121.047	1.251.217.414

Kaynak: TÜİK Hanehalkı İşgücü Anketi ile türetilen SGK Sektörel Kayıtdışı İstihdam Oranı, izyico verileri ve PAL hesaplamaları

E-ticarete Duyulan Güvenin Artırılması

izyico Korumalı Alışveriş kullanan işyerlerinin satış dönüşüm oranları artmakta, ürün iadesi ve ters ibraz⁵ oranları ise azalmaktadır. izyico tarafından yapılan Korumalı Alışveriş Güven Anketine göre; Korumalı Alışveriş hizmetini kullanmaya başlayan izyico üye iş yerlerinin satış dönüşüm oranlarında yüzde 6 – 8 oranında artış görülmektedir. Bununla birlikte, izyico Korumalı Alışveriş, iade taleplerinin azalmasını sağlayarak e-ticarete pratiklik kazandırmakta ve işyerlerini büyük iş yükünden kurtarmaktadır. izyico üye işyerlerinin Korumalı Alışveriş özelliğine geçişinden öncesi ve sonrası karşılaştırıldığında; ürün iadesi oranının yüzde 3,3'ten 2,7'ye düştüğü ve benzer şekilde ters ibraz oranının da üç kat azaldığı görülmektedir.

izyico tarafından yapılan Korumalı Alışveriş Güven Anketine göre; Korumalı Alışveriş hizmetini kullanmaya başlayan izyico üye iş yerlerinin satış dönüşüm oranlarında yüzde 6 – 8 oranında artış görülmektedir.

Türkiye’de İnternet Alışverişine Yaklaşım

Türkiye’de son yıllarda internet üzerinden yapılan alışveriş yaygınlaşmış, büyük gelişmeler göstermiş ve dünyadaki rakiplerini yakalama yolunda önemli adımlar atmıştır. TÜİK Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması’na göre 2017 yılında her dört kişiden biri internet alışverişi yapmıştır. 2016 yılında yüzde 20,9 olan kişisel kullanım amacı ile internet üzerinden mal veya hizmet satın alan bireylerin oranı 2017 yılında yüzde 24,9’a yükselmiştir.

Öte yandan, hem satıcıların e-ticaret ekosistemine girme isteklerinin yeterince teşvik edilememesi hem de tüketicilerin internet üzerinden yapılan alışverişteki tereddütleri ile alışveriş alışkanlıkları bu gelişmelerin potansiyelini azaltmaktadır. TÜİK, Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım İstatistikleri 2014 verilerine göre internetten alışverişi tercih etmeyen bireylerin;

- %81,2’si ürünü yerinde görerek alma ve satış yapılan dükkâna bağlılıklarını,
- %44,9’u ödemede gizlilik ya da güvenlik kaygılarını,
- %27’si ürünü teslim alma, iade etme ya da şikâyet ile ilgili sorun giderme konusundaki güvensizliğini,
- %21’i bilgi ve beceri eksikliğini,
- %20,3’ü internet üzerinden sipariş edilen malların teslim problemini,
- %16,2’si ise internet üzerinden ödeme olanağı veren kredi kartı olmamasını internetten alışverişi tercih etmeme nedeni olarak göstermektedir.

İnternette alışveriş yapan kişilerin güven seviyesi yüzde 62 iken, iyzico Korumalı Alışveriş ile bu seviye yüzde 69’a yükselmektedir.⁶

iyzico, Korumalı Alışveriş ile söz konusu engellerin aşılmasına katkıda bulunmaktadır. Korumalı Alışveriş Güven Anketi çalışmasına göre ayrıca; Korumalı Alışveriş’i kullanan kişilerin bu hizmeti başka birine tavsiye etme oranı da yüzde 88’dir. iyzico, kendi geliştirdiği yapay zekâ temelli teknolojinin

PCI-DSS sertifikalı güvenlik sistemi ile beraber çalışması sayesinde alışverişlerde kart bilgilerini ve kişisel verileri yüksek koruma altına almaktadır. Bu sayede kullanıcıların kart bilgilerinin kopyalanması ve diğer sahtecilik yöntemlerine karşı koruma sağlanabilmektedir.

⁵ Kredi kartı veya banka kartı sahiplerinin yapılmış olan harcamanın kendilerinden habersiz şekilde yapıldığını bankalara bildirmesi sonucu ortaya çıkan süreçtir. Bu aşamada bankalar, iş yerlerinden söz konusu işlem ile ilgili gerekli detay bilgileri talep eder. Kart sahibinin haklı bulunması durumunda; ilgili banka, işleme tabi olan miktarı işyerinden tahsil ederek kart sahibinin hesabına yatırarak süreci sonlandırır.

⁶ iyzico tarafından yapılan Korumalı Alışveriş Güven Anketi

”

Bizim fraud sistemimiz bir kapının önüne güvenlik koyup kimseyi içeri almamak gibi değil, içeri girmek isteyen herkesin girmesine izin verdikten sonra içerde hırsızlığa yeltenildiği an buna müdahale etmek gibi. Her şüpheli gördüğünüzün içeri girmesine engel olarak fraud'u tamamen önleyebilirsiniz ancak birçok alışverişe de engel olursunuz. Bizim amacımız kimseye haksız yere engel olmadan fraud'un önüne geçmek. Bunu yaparken geliştirdiğimiz ve sürekli öğrenmeye devam eden yapay zeka teknolojilerinden faydalanıyoruz. Kritik noktalarda ise organik zeka devreye giriyor ve sorunu çözüyoruz.

iyzico sahtecilik önleme ekibi

“iyzico'nun güvenlik konusunda katkı sağladığını düşünüyorum. Fraud koruma sistemi diğer firmalarda da vardı ancak iyzico daha güvenli geliyor ve bizimle direkt temas kurması çok hoş. Bilgilendirme konusunda iyiler. Birkaç kez sahteciliğin önüne geçildi. Müşterilerimizin de güvendiğini, online güvensizliğin kırıldığını gördük.”

pupa

DEQPO

“Güven asrımızın sorunu, günümüzün sorunu. iyzico'nun bunun çözümüne katkısını göz ardında bulunduramayız.”

“Kart ekstrenizde iyzico gördüğünüzde korkup kartınızı iptal ettirmek yerine, paranızın güvende olduğuna emin olup rahatlayabilirsiniz. Çünkü herhangi bir sorunda karşınızda hemen müşteri temsilcileri bulabiliyorsunuz. Ülkemizde yaptığı her işi standartların üzerinde olan güvenilir nadir firmalardan.”

ekşisözlük paylaşımı



“iyzico ile çalışmanın en büyük avantajlarından biri; güvenli bir şekilde kredi kartını saklama imkanı sunması. Çünkü biz aynı insanlarsa birçok kez çalışabiliyoruz. Bizim amacımız müşterilerimize kolay ve hızlı bir deneyim yaşatmak, bunu da böylelikle başarabiliyoruz.”

“Güvenlik konusunda herhangi bir olumsuzluk yaşamadık.”

Seyraesarp

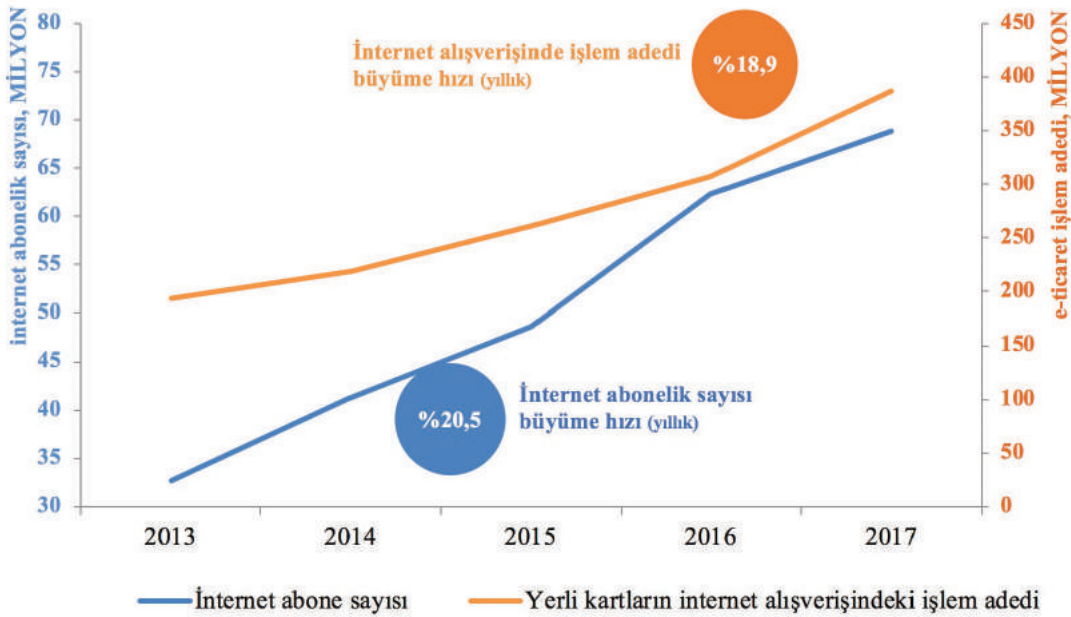
Kapsayıcılık Etkileri



Türkiye, gelişmiş ülkelerle kıyaslandığında, çevrimiçi satış dinamikleri için geri kalmış olsa da internet kullanımının yaygınlaşması e-ticaret fırsatlarını da attırmaktadır. İnterneti alışveriş amacıyla kullanan kişilerin oranı Türkiye’de henüz yüzde 10 düzeyindeyken Almanya, Fransa ve İsveç gibi ülkelerde bu oran yüzde 50’yi geçmiştir (TÜSİAD raporu). TÜİK’in Girişimlerde Bilişim Teknolojilerinin Kullanılması Araştırması (GBTKA) verilerine göre 2017 yılında Türkiye’deki girişimlerin sadece yüzde 10’u internetten veya mobil uygulamalar üzerinden satış yapmıştır. Bu oran Avrupa’daki çoğu ülkenin gerisindedir. Bu oranın en yüksek olduğu İrlanda’da işletmelerin yüzde 25’i çevrimiçi satış yapmaktadır.

2013-2017 yılları arasında internet abone sayısının yıllık ortalama artışı yüzde 20 iken e-ticaret işlem adedindeki artış da yüzde 19 gibi benzer bir seviyeyi takip etmiştir. İnternette yapılan alışveriş ve internet abonelik sayılarındaki artışın yıllar içindeki paralellliği Türkiye’nin internetin yaygınlaşması ile e-ticarette ilerlediğini göstermektedir. Şekil 12’de görüldüğü gibi, 2013 yılında internet abone sayısı yaklaşık 33 milyon iken 2017 yılında bu sayı yaklaşık 69 milyona ulaşmıştır. 2002 yılında yaklaşık 23 milyon olan internet abone sayısı 2010’lu yıllara kadar düşük bir hızla artmış olsa da son yıllarda büyük bir artış ivmesi yakalamıştır (TÜİK, Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu). Benzer şekilde, internet üzerinden kredi kartı ile yapılan işlem adedi 2013 yılında 193 milyon iken 2017 yılında 386 milyona yükselmiştir. (BKM verileri)

Şekil 12: İnternet abone sayısı ve Türkiye’de internette yapılan alışveriş işlem sayısı, milyon adet, 2013 - 2017



Kaynak: TÜİK, BKM

KOBİ ve Bireysel Girişimciliğe Katkısı

iyzico, KOBİ'lerin e-ticaret pazarında yer bulmasına katkı sağlamış; iyzico üyesi küçük ölçekli işyerlerinin sayısı son iki yılda 7,3 kat artmıştır. iyzico'nun iş modeli e-ticaret fırsatlarından daha geniş bir kesimin faydalanmasını sağlamaya odaklanmakta, bundan da özellikle küçük ölçekli ve bireysel girişimciler faydalanmaktadır. iyzico üzerinden elde edilen yıllık cirosunun büyüklüğü 180 bin TL'nin altında olan (küçük ölçekli) işletmelerin sayısı son iki yılda 7,3 kat artarak 5.746'a çıkmıştır. Bu tipteki işyerleri iyzico üyelerinin yüzde 92'sini temsil ederken toplam işlem hacminin yüzde 5'ini, toplam ihracatın ise yüzde 10'unu gerçekleştirmektedir. Toplam hacmin yüzde 88'ini gerçekleştiren büyük işletmelerin, toplam ihracatın yüzde 68'ini gerçekleştiriyor oluşu, iyzico'nun özellikle küçük işletmelerin dış pazarlara açılmasında oynadığı rolü ortaya koymaktadır.

Tablo 7: Ölçeklerine göre ortalama iyzico üye işyeri sayısı, 2016 - 2018

<i>iyzico üzerinden yıllık ciro aralığı</i>	Küçük <180 bin TL	Küçük-Orta 180 bin - 540 bin TL arasında	Orta 540 bin TL bin ve 1 milyon TL arasında	Orta-Büyük 1 milyon TL ile 1,8 milyon TL arasında	Büyük 1,8 milyon TL <
2016	777	28	10	2	17
2017	3.540	155	43	22	70
2018	5.746	286	83	29	89

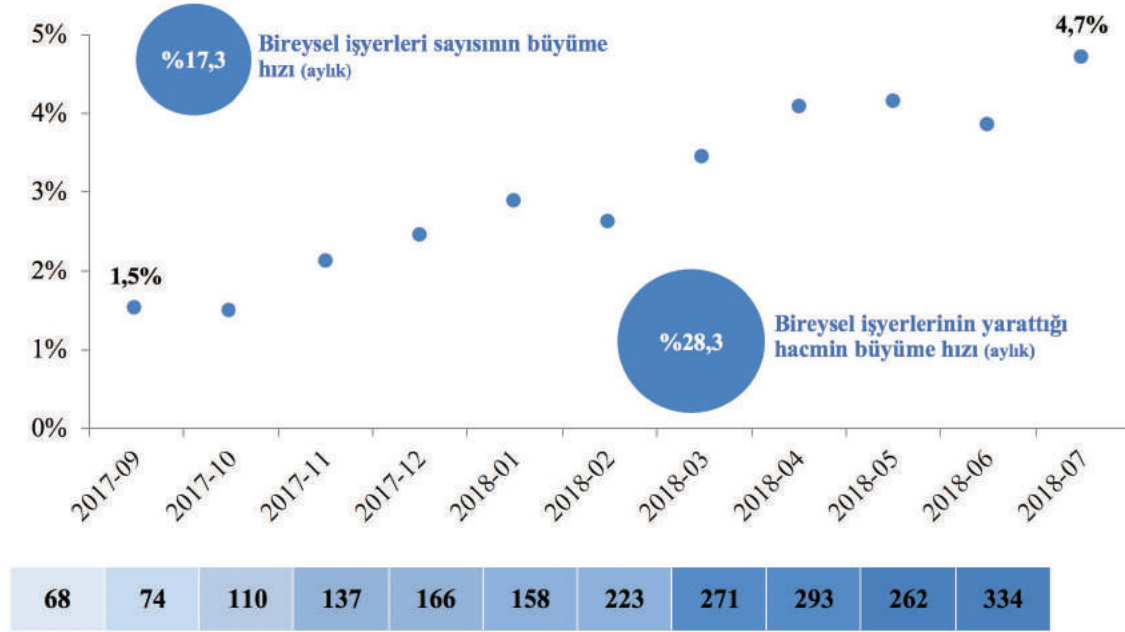
Kaynak: iyzico ve PAL hesaplamaları

Not: İşyeri sayıları aylık işlemlerin ortalamasına göre hesaplanmıştır

Bireysel girişimcilerin sayısı son on bir ayda 5 kat artmış; yarattıkları hacim ise 12 kat büyümüştür.

Günümüzde sosyal medyanın ve diğer elektronik platformların yaygınlaşmasıyla beraber sayısı hızla artan bireysel satıcılar, Türkiye e-ticaret pazarında büyük bir potansiyel yaratmaktadır. iyzico'nun da desteklediği bu girişimler, önemli bir gelir elde etmektedir. Eylül 2017'de iyzico üyesi olamaya başlayan ve sayısı 68 olan bireysel işyeri sayısı 5 kat artarak Temmuz 2018 itibarıyla 334'e ulaşmıştır (Şekil 13). Bu süre boyunca bireysel işyeri sayısında yaşanan aylık bazdaki artış yaklaşık yüzde 17 seviyesinde olmuş, bunu hacimde yaşanan artış takip etmiştir. Bireysel satıcıların yarattığı toplam hacim Eylül 2017'de 32 bin TL iken Temmuz 2018'e gelindiğinde bu rakam 12 kat artarak 386 bin TL olmuştur.

Şekil 13: Toplam izyico işyeri sayısı içinde bireysel satıcıların sayısı ve payı, aylık, 09/2017 - 07/2018



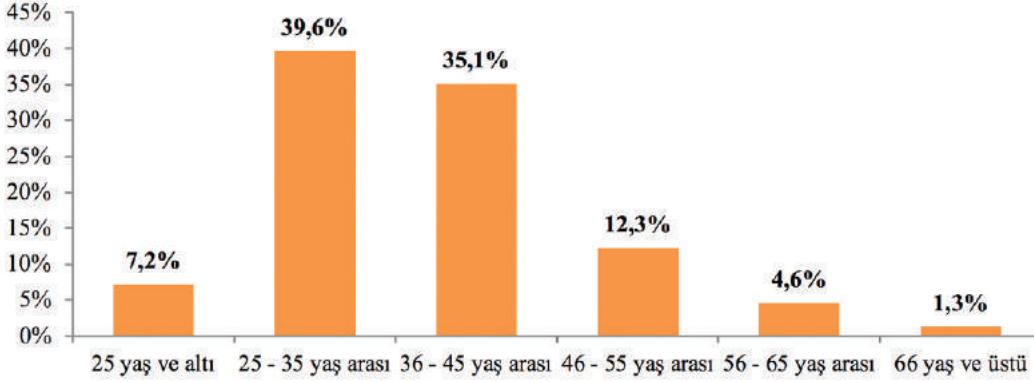
Kaynak: izyico ve PAL hesaplamaları

izyico, bireysel satıcılara sunduğu imkanlar ile her beş bireysel satıcıdan birinin yurtdışına satış yapmasını sağlamaktadır. Tüm işyeri tipleri için (Anonim/limited/şahıs şirketleri ve bireysel satıcılar) yüzde 12 seviyesinde olan ihracat yapan işyeri oranı, oranı yüzde 20 olan bireysel satıcılarinkinden daha düşük seviyededir. Bireysel işyerlerinin gerçekleştirdiği ihracat, bu satıcılar için toplam satışların yüzde 22 gibi yüksek bir kısmını oluşturmaktadır. Bu oran tüm şirket tipleri beraber incelendiğinde yalnızca yüzde 2 seviyesindedir. Bu eğilimler irdelendiğinde; izyico'nun, bireysel satıcıların yaptıkları e-ticaret ile ekonomiye katılmasını, e-ticaretin tabana yayılmasını ve özellikle de küçük girişimcinin dünyaya açılmasını kolaylaştırdığından söz edilebilir.

Genç Girişimciliğe Katkısı

izyico kullanıcıları içinde 25-45 yaş grubunun oluşturduğu oran, aynı yaş grubunun Türkiye'de oluşturduğu orandan 21 puan daha fazladır. izyico'nun her yaş grubundan üye işyeri olmasına karşın, izyico girişimcileri Türkiye girişimcilerinden daha gençtir. izyico üyelerinin yaş dağılımı incelendiğinde kullanıcıların yüzde 82'sinin 25-45 yaş arasındaki genç girişimciler olduğu görülmektedir. TÜİK verilerine göre, 2016 yılında Türkiye genelindeki girişimcilerin (tarım dışı sektörlerde) ise yüzde 61'i bu yaş grubuna aittir. TÜİK ve izyico verileri arasında ortaya çıkan bu fark, izyico'nun genç girişimciliğe yaptığı olumlu etkinin bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır.

Şekil 14: iyzico üye işyeri sahiplerinin yaş dilimlerine göre dağılımı, 03/2018



Kaynak: iyzico ve PAL hesaplamaları

Not: 2018 mart ayını ele alınmış olup söz konusu dağılım yıl boyunca benzer şekilde seyretmektedir.

iyzico üzerinden yaratılan işlem hacmi, zaman içinde 25 yaş altı gençlerden diğer yaş dilimlerine doğru kaymaktadır. iyzico kurulduğu yıllarda işlem hacminin yüzde 25'i 25 yaş altındaki girişimciler tarafından gerçekleştirilirken takip eden yıllarda bu oran yüzde 13'lere kadar düşmüş, yaş grupları arasındaki dağılım farklılaşarak 36-45 ve 56-65 yaş gruplarının yarattığı hacimde artış yaşanmıştır. Bu durum iyzico'nun kendini başarılı bir şekilde tanıttığını ve yeni nesil ödeme sistemlerini bu alanlara nispeten uzak kalan kesimlere de ulaştırabildiğini göstermektedir.

Son üç yılda iyzico üzerinden sağlanan cironun yüzde 95'i toplam işyeri sahibi sayısının yüzde 81'ini oluşturan 45 yaş altı girişimcilerce gerçekleştirilmiştir.

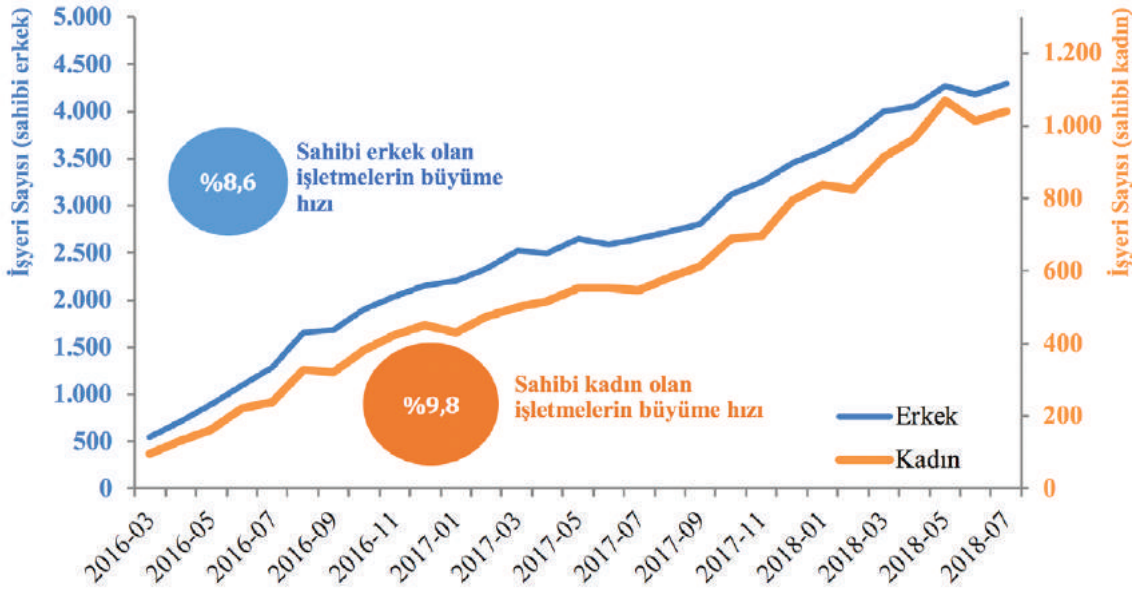
Tablo 8: iyzico üye işyeri kurucularının yaş dilimlerine göre yıllık ortalama işlem hacminin dağılımı, 2016 - 2018

	25 yaş ve altı	26-35	36-45	46-55	56-65	65+
2016	%24,7	%22,3	%49,0	%1,7	%2,1	%0,2
2017	%11,7	%19,3	%62,4	%4,2	%2,2	%0,2
2018	%13,6	%19,8	%62,3	%1,5	%2,7	%0,1

Kadın Girişimciliğine Katkısı

Sahibi kadın olan iyzico üyesi işyerlerinin sayısı iki yıl içinde 10 kattan fazla artarak 96'dan 1.041'e yükselmiş, yüzde 20'lik bir paya sahip olmuştur. Bu oran, TÜİK verilerine göre, Türkiye'de sahibi kadın olan işletmelerin 18,7'lik payından yüksek bir seviyededir. Şekil 15'te de görüldüğü gibi 2016-2018 döneminde iyzico işyeri sayılarının aylık ortalama büyüme hızı; erkek üye işyerleri için yüzde 8,6'yken, kadın üye işyerleri için ise yüzde 9,8'dir. Yani, iyzico ile e-ticaret yapan kadın girişimcilerin sayısı, erkeklere kıyasla daha hızlı artmaktadır. Bu göstergelerden de anlaşıldığı gibi, TÜİK verilerine göre, son üç yıldır artış eğiliminde olan kadın girişimciliği iyzico ile daha da hızlanmaktadır.

Şekil 15: İşyeri sahibinin cinsiyetine göre iyzico üye işyeri sayıları, 2016 - 2018



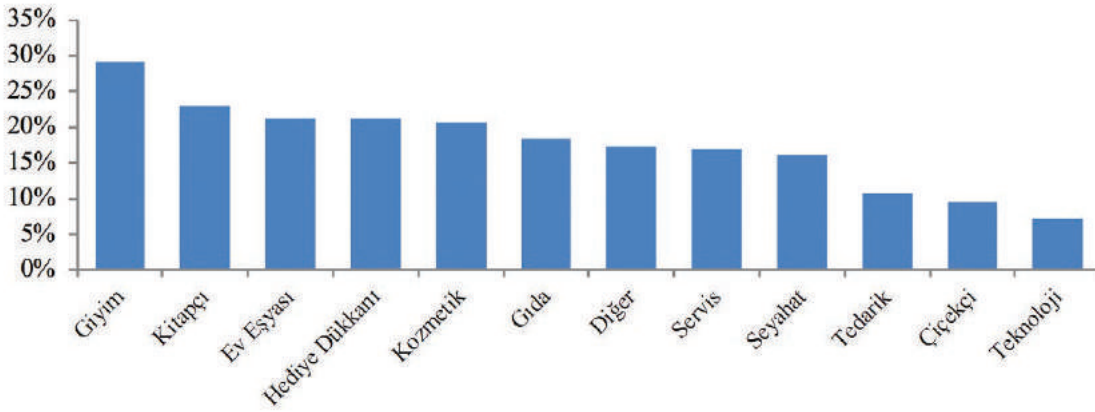
Kaynak: iyzico ve PAL hesaplamaları

Kadın girişimciler Temmuz 2018'de iyzico toplam işlem hacminin yüzde 32'sini oluşturmuştur.

İşlem hacmi açısından bakıldığında, kadın girişimcilerin etkisi daha da yüksek bir oranda artarak devam etmektedir. 2016 Aralık ayında toplam işlem hacminin kadınların sahibi olduğu işletmeler tarafından gerçekleştirilme oranı yüzde 14 iken bu oran 2018 Temmuz ayında yüzde 32 olmuştur. Erkeklerin sahibi olduğu işletmeler iyzico üzerinden Temmuz 2018'de yaklaşık 30 bin TL ciro yaparken, kadınların sahibi olduğu işletmeler bunun neredeyse iki katı kadar, yaklaşık 55 bin TL, aylık ciro yapmıştır. Kadın girişimciler iyzico ile yaptıkları işlerde ciddi bir büyüme fırsatı yakalamışlardır.

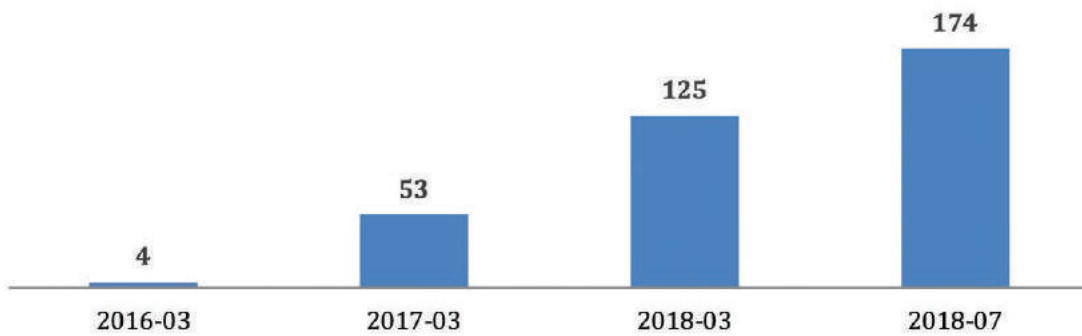
iyzico çoğu sektörde ve ilde kadın girişimciliğini desteklerken, bu girişimcilerin e-ihracat yapmasında da imkan sunmaktadır. Şekil 16'da görüldüğü gibi kadın girişimciler tüm sektörlerde faaliyet gösterirken özellikle giyim, kitapevi, ev eşyası, hediyelik eşya ve kozmetik alanları ön plana çıkmaktadır. Bu sektörlerde sahibi kadın olan işyerlerinin toplam işyeri sayısı içindeki oranı yüzde 20'nin üzerindedir. iyzico, Anadolu'nun çeşitli şehirlerinde yaşayan kadınlar için fırsatlar oluşturmaktadır. Sahibi kadın olan işyeri sayısının toplam işyeri sayısına oranı incelendiğinde yüzde 32'lik oranı olan Muğla'nın ardından; Kırıkkale (%27), Amasya (%25), Aydın (%25), Tekirdağ (%24), Hatay (%24), Bilecik (%24) ve Rize (%24) illeri ön plana çıkmaktadır. Sahibi kadın olup ihracat yapan işyeri sayısındaki artış da bir diğer önemli göstergedir. Buna göre; 2016'da yalnızca 4 kadın girişimci e-ihracat yaparken bu sayı Temmuz 2018'de 174'e yükselmiştir.

Şekil 16: Sektörlere göre kadın işyeri sahibi oranı, Temmuz 2018



Kaynak: iyzico ve PAL hesaplamaları

Şekil 17: Sahibi kadın olan ve ihracat yapan işletmelerin sayısı, 2016 - 2018



Kaynak: iyzico ve PAL hesaplamaları

iyzico iş modelleri ile kadın istihdamını da desteklemektedir. Kadın girişimcilere sağladığı fırsatların yanında, farklı iş modellerine getirdiği ödeme kolaylıkları sayesinde iyzico aynı zamanda kadın istihdamını da kolaylaştırıcı bir etkiye sahiptir. Yeni iş modellerine sunduğu kolaylıklar ile bu işyerlerinin büyümesini kolaylaştıran iyzico, istihdam üzerinde de olumlu bir etkiye sahiptir.

“Yüzde 95’i kadın olan bir kitle ile çalışıyoruz. Ortalama bir temizlik profesyoneli sistem sayesinde 2.550 TL seviyesinde bir gelir elde ediyor. Bu kişilerin asgari ücretin oldukça üstünde bir gelir elde etmesini sağlıyoruz. Birçok kadın sistemimize katılmak için yeni banka hesabı açarak mevcut ekonomiye katılıyor. Banka hesabı olmayanlarla çalışmıyoruz ama hesap açmaları için onlara destek oluyoruz.”



Sophie Accessories

“Dışarıya sıklıkla iş veriyoruz. Doğrudan bizim çalışanımız olmasalar bile üretim süreçlerinde ev kadınları ile çalışıyoruz. Mümkün olduğunca ev hanımlarını tercih ediyoruz çünkü ekonomiye katılmaları gerektiğini düşünüyoruz.”

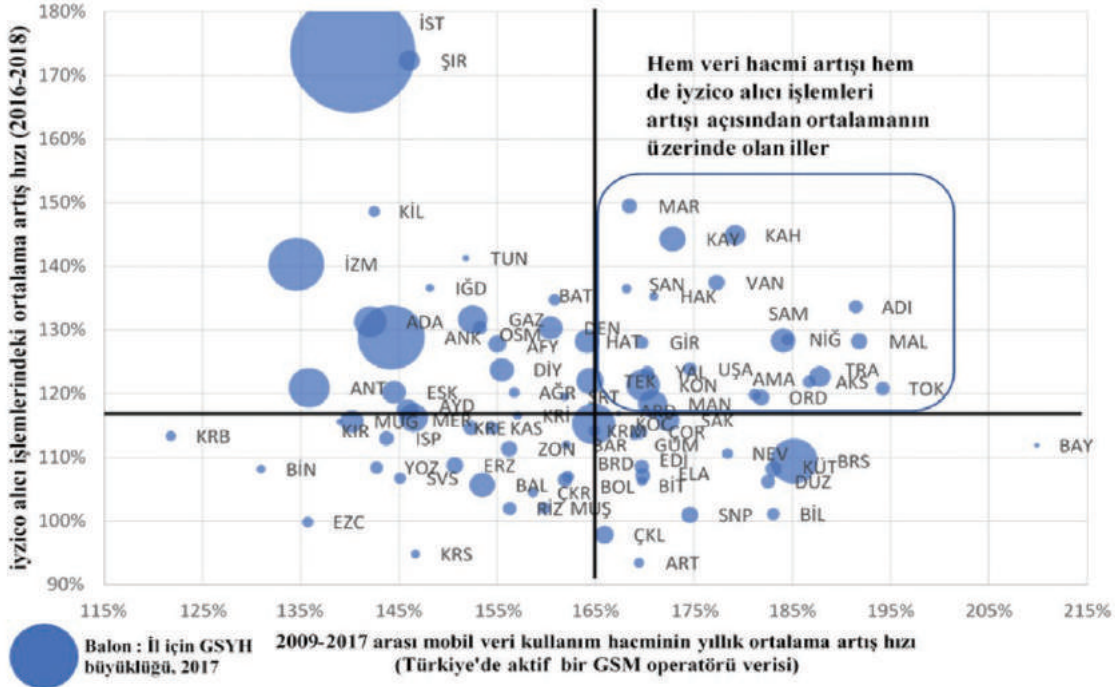
Bölgesel Etkiler

iyzico üye işyerlerinin konumu açısından İstanbul hakim durumda olsa da; pek çok Anadolu ili için önemli bir e-ticaret hamlesinin başladığı görülmektedir. Anadolu'nun çeşitli şehirlerinde ticaret yapan çok sayıdaki girişimci için ulaşabilecekleri pazar bugüne kadar kendi bölgeleriyle sınırlı kalsa da her boyuttan ve türden işyeri için bu pazar e-ticaret ile tüm Türkiye, hatta tüm dünya haline gelmektedir. iyzico da sunduğu kolaylıklar ile söz konusu fırsatın kapsamını genişletmekte ve süreci hızlandırmaktadır. Böylelikle Anadolu'nun çeşitli illerindeki girişimciler kendi şehirlerinden ayrılma gereği duymadan büyümeye devam etmektedir.

“Ne kadar büyürsek büyüyelim e-ticaret sayesinde Şanlıurfa'dan ayrılmayı düşünmüyoruz. Bizim hayalimiz rafların, mağazaların ortadan kalktığı tamamen e-ticarete yöneldiğimiz bir gelecek. Bu şekilde Şanlıurfa'da kalarak burada istihdamı arttırmaya devam edeceğiz. Bunları başarabilmek için de başarılı bir tahsilat süreci en önemli nokta.”



Şekil 18:İllere göre iyzico alıcı işlemleri ve internet kullanımında artışlar



Kaynak: iyzico, PAL (GSYH tahminleri ve yıllık mobil veri kullanımı)

Not: Yıllık ortalama veri hacim (gigabyte) artışına ilişkin verinin kaynağı ilgili şirketin talebi üzerine paylaşılmamaktadır. Söz konusu veri internet kullanımındaki reel artışları temsil etmesi açısından kullanılmıştı. Verinin tek bir GSM operatörüne ait olması illerdeki kullanım ve kullanıcıların operatör seçimi açısından herhangi bir yanlılık oluşturmadığı değerlendirilmektedir.

Türkiye’de son yıllarda internet kullanımı hızla artarken pek çok Anadolu şehri bu eğilimden ekonomik fayda elde etmeye henüz yeni başlamıştır. **Gerek genel internet verisi hacmindeki gerekse iyzico üzerinden yapılan işlemlerdeki artış açısından bazı illerin ön plana çıktığı görülmektedir. Bu iller arasında Kahramanmaraş, Kayseri, Mardin, Van, Samsun gibi Ankara’nın doğusunda yer alıp GYSH içindeki payı diğer illere nazaran sınırlı olan iller bulunmaktadır.** Önümüzdeki dönemde, iyzico’nun Anadolu’ya yayılımının devam etmesi, e-ticaretin getirdiği fırsatların coğrafi açıdan da kapsayıcı hale gelmesine imkân tanıyacaktır.

iyzico ayrıca; Ankara, Antalya ve Bursa gibi İstanbul’a göre ikinci planda görünen illerin bazı sektörlerde e-ihracat lideri haline gelmesine fırsat tanımaktadır. İstanbul yüzde 90’lık payı ile iyzico üzerinden gerçekleştirilen ihracatın hâkimi durumundadır. Ancak; gıda, hediyelik eşya ve kozmetik sektörlerinde başka illerin de ön plana çıktığı, dahası gıda ve hediyelik eşya sektörlerinde İstanbul’un ikinci plana düştüğü Tablo 9’de görülmektedir. iyzico, bu illerin potansiyele sahip oldukları sektörlerde İstanbul ile rekabet edebilmesine fırsat sunmaktadır. Ayrıca iyzico; birçok il için ihracatın ön plana çıkmasına fırsat tanımaktadır. İlin toplam iyzico işlem hacmi içinde ihracatının oranı en yüksek olan iller; Muğla, Samsun, Denizli, Kırklareli, Aydın ve Kocaeli olarak ortaya çıkmaktadır.

iyzico ayrıca; Ankara, Antalya ve Bursa gibi İstanbul’a göre ikinci planda görünen illerin bazı sektörlerde e-ihracat lideri haline gelmesine fırsat tanımaktadır.

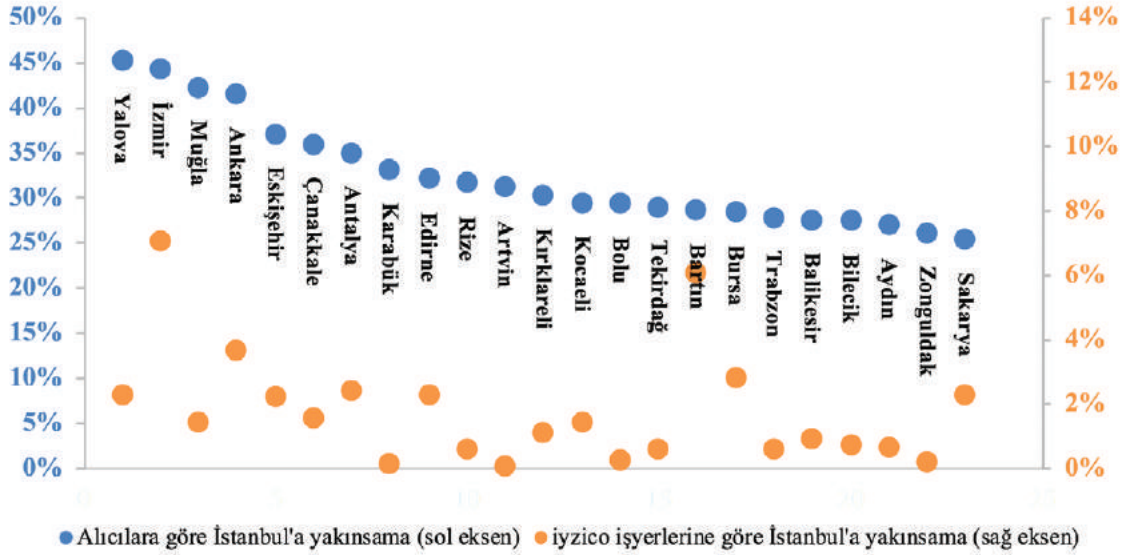
Tablo 9: İstanbul dışındaki iller için ihracat fırsatı oluşan sektörler ve ön plana çıkan iller

Fırsat Oluşan Sektör	Ön Plana Çıkan İl	İlin Sektörün İhracatındaki Payı	Sektörün İl İçin Satış Yaptığı Ülke
Kozmetik	Ankara	%19	ABD (%84) İtalya (%10)
Gıda	Antalya	%67	Birleşik Krallık (%70) İsveç (%12)
Hediyelik Eşya	Bursa	%56	İsveç (%66) Birleşik Krallık (%19)

Kaynak: iyzico ve PAL hesaplamaları

iyzico üzerinden gerçekleşen işlemlerin yüzde 95'i merkezi İstanbul olan işyerleri tarafından gerçekleştirilirken bu işlemlerin alıcıları için Türkiye geneline bir yayılım söz konusudur. Toplam alıcıların yüzde 50'si İstanbul'da yaşayan kişilerken alıcıların geri kalan kısmı Türkiye'nin çeşitli illerine dağılmış durumdadır. Şekil 19'de görüldüğü gibi işyerlerinin merkezlerine ve alıcıların yaşadığı şehirlere göre hesaplanan İstanbul'a yakınsama istatistiklerinde; Yalova, İzmir, Muğla ve Ankara başta olmak üzere çeşitli şehirlerin alıcılara göre İstanbul'a yakınsama oranları, işyerlerine göre olan orandan çok daha yüksektir. Bununla birlikte, alıcılara göre İstanbul'a yakınsama oranı en yüksek olan 23 ilin kişi başına GSYH bakımından ön sıralarda yer alan iller olması dikkat çekmektedir. Bunun yanında, 81 ilin tamamında alıcılara göre yakınsama oranı çok daha yüksek sevilmiştir. Bu durum, iyzico'nun Anadolu'daki çeşitli illerinde yaşayanlar için de fırsat sunarak bu kişilerin Türkiye'nin e-ticaret pazarına erişimini kolaylaştırdığını göstermektedir.

Şekil 19: Alıcılar ve üye işyerlerine göre İstanbul'a yakınsama

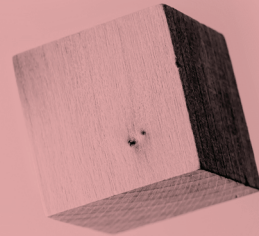
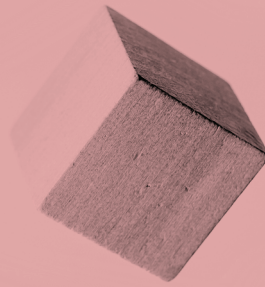
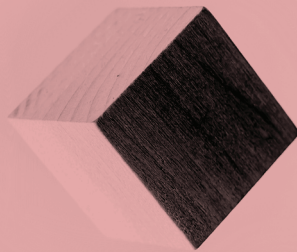


Kaynak: iyzico ve PAL hesaplamaları

⁷ İşyerleri için İstanbul'a yakınsama oranları o ildeki bir işyeri başına düşen ortalama işlem hacminin İstanbul merkezli işyerlerinin ortalama işlem hacmine oranı; alıcılar için ise o il için alıcı başına düşen ortalama işlem hacminin İstanbul'da yaşayan bir alıcı başına düşen hacme oranı ile hesaplanmıştır. Söz konusu oranın 1'e yaklaşması incelenen ilin İstanbul ile benzerlik gösterdiği anlamına gelmektedir



Sonuç



Teknolojide yaşanan hızlı gelişmeler, ekonominin hızla dijitalleşmesinden elde edilen verimlilik kazanımları ve girişimcilik ekosistemini geliştirmeye yönelik müdahaleler sayesinde pek çok alanda olduğu gibi finansal hizmetler alanında da önemli değişimler yaşanmaktadır. İlk aşamada internetin yaygınlaşmasıyla büyük ölçüde dijitalleşen finansal hizmetler ikinci aşamada yeni iş modelleriyle şekillenmekte; geleneksel bankacılık işlevlerinin kalitesi, kapsamı, erişebilirliği yeni iş modelleriyle sürekli test edilmektedir. Bu noktada kamu yararının artırılmasını gözeterek esnek yaklaşımlar geliştirilmelidir. Finansal hizmetler alanındaki düzenleyici çerçevenin; bir yandan yeniliklerin gerçekleşmesi için elverişli bir ortam sağlayabilmesi, diğer yandan da yeniliklerden elde edilen kazanımların sürdürülebilir olmasına imkân verebilmesi gerekmektedir.

Devletler finansal teknolojilerin potansiyel yararlarının farkında olmakla birlikte politika çözümlerinin prematüre olmaması için ihtiyatlı davranmaktadır. Finansal teknolojiler hızla yeni iş modelleri ortaya çıkarırken uluslararası camia ve devletler de yoğun bir şekilde düzenleyici çerçevelerini geliştirme çabasına girmişlerdir. Üye devletlerin talepleri doğrultusunda finansal teknolojilerdeki gelişmeler ve uluslararası deneyimler çerçevesinde devletlerin politika yaklaşımlarına rehber olması için Dünya Bankası ve IMF uzmanları tarafından hazırlanarak Eylül 2018'de yayımlanan Bali Fintek Gündemi'nde 12 ilke tecrübesi örnek olarak gösterilmektedir. Buna göre finansal sistemlerin güvenilirliği ve istikrarını sektöre ugratmadan finansal teknolojilerden en üst düzeyde faydalanmak için yasal çerçevelerin modernize edilmesi tavsiye edilmektedir.

Çeşitli ülkelerde Maliye Bakanlığı, Merkez Bankası ve çeşitli düzenleyici kurullar uluslararası örgütlerle ve diğer ülkelerle iş birliği yaparak bir yandan gelişmelere uyum sağlamaya çalışırken diğer yandan finansal istikrarsızlık riskini kontrol etmeyi amaçlamaktadır. Bu kapsamda devletler, deneysel regülasyon oyun alanları (regulatory sandbox) oluşturmaya ya da mevcut düzenlemelerini yenilemektedir. Bununla birlikte, finansal teknolojilere özel kuluçka ve hızlandırıcılar gibi devlet teşvikleriyle bu alanda çalışan teknoloji firmaları desteklenmektedir.

Türkiye'de 2013 yılında kabul edilen kanun (6493 sayılı Ödeme ve Menkul Kıymet Mutabakat Sistemleri, Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para Kuruluşları Hakkında Kanun) finansal teknolojileri teşvik eden düzenleyici çerçevenin geliştirilmesi konusunda atılan ilk adımı oluşturmaktadır. Kanun, ödeme kuruluşları ve elektronik para kuruluşlarının kuruluşları ve faaliyetlerine ilişkin hükümler içermektedir. TCMB, ödeme ve menkul kıymet mutabakat sistemlerinin düzenlenmesi açısından; Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK) ise ödeme kuruluşları ve elektronik para kuruluşlarının faaliyetlerinin düzenlenmesi açısından yetkilendirilmiştir. Ödeme kuruluşu olarak BDDK'nın verdiği ilk lisans, kanunun yayımlanmasından yaklaşık iki yıl sonra, Temmuz 2015 tarihinde düzenlenmiştir. iyzi, 6493 sayılı kanun çerçevesinde BDDK

8 Örneğin İngiltere'de regulatory sandbox uygulamasının ardından gerçek zamanlı brüt mutabakat sistemlerine banka dışı aktörlerin erişim sağlaması için

9 Örneğin 2007 AB Ödeme Hizmetleri Direktifi'nin 2015 yılında yenilenerek yeni teknolojilere uyumlu hale getirilmesi

10 27.06.2013 tarihli R.G.

11 30.06.2016 tarihli R.G.de yayımlanan BDDK kararı. Ayrıca 01.08.2018 tarihli R.G. de yayımlanan BDDK kararı ile elektronik para ihraç etmek üzere elektronik para kuruluşu olarak yetkilendirilmiştir.

tarafından lisanslı olarak üye işyerlerine kolay ve güvenli şekilde çevrimiçi ödeme yönetim platformu sunan bir servis sağlayıcısıdır. iyzico 2012 yılında kurulan yerli bir finansal teknoloji şirketi olarak bu düzenleyici çerçevenin sağladığı iş yapma ortamında hızla büyümüştür. Düzenleyici çerçevenin, finansal istikrarı korurken inovasyonu teşvik edecek ve rekabeti artıracak şekilde gelişen teknolojilere uyum kapasitesinin artırılmasıyla iyzico'nun Türkiye'den çıkan ilk "unicorn" şirket olması mümkün hale gelecektir.

Dünya'da¹² ve Türkiye'de Ödeme Sistemlerine İlişkin Düzenleyici Çerçeve

Bankacılık işlemlerinin sadece bankaların mobil uygulamaları üzerinden değil, bütün dijital uygulamalardan yapılabilir hale gelmesini sağlayacak açık bankacılık konusunda bütün bankalar ve banka dışı paydaşlar hizmet vermeyi hedeflemektedir. Özel şirketler/girişimler bir ülkede geliştirdiği fintek altyapısını diğer ülkelerde de uygulamak için ya yeni yatırım ya da ortak girişimle farklı ülkelere giriş yapmaktadır. Tüketicilere piyasalarda daha fazla rekabet, inovasyon ve güvenlik sağlamayı amaçlayan bankacılık regülasyon değişiklikleri üzerinde global düzeyde ilerlemeler kaydedilmiştir. Ödeme sistemleri ve genel olarak fintech alanındaki regülasyon değişikliklerine bakıldığında fintek ekosistemlerinin dünyada mevcut hukuk sistemlerine bağlı olarak farklı şekillerde geliştiği görülmektedir.

Avrupa Birliği tarafından PSD1 (payment services directive) revize edilerek PSD2¹³ olarak anılan yeni düzenleme 2016 da yürürlüğe sokulmuştur. Üye ülkelere bu kurallara uyum sağlamaları için iki yıl süre tanınmıştır. Şeffaflık ile ilgili hükümleri 2018 başında yürürlüğe giren PSD2'nin diğer bölümlerinin de 2019'un son çeyreğinde uygulamaya başlanması öngörülmüştür. PSD2 ile yeni dijital ödeme sistemleri ve Avrupa Birliği dışındaki ödeme işlemleri de kapsama dahil edilmiştir. PSD2 ile kısaca; (i) internet ödeme sistemlerinin daha kolay ve güvenli kullanımı, (ii) ödeme sorunları, kötü kullanım ve sahteciliğe karşı tüketicilerin daha iyi korunması, (iii) yeni mobil ve internet ödeme sistemlerinin desteklenmesi, (iv) tüketici haklarının güçlendirilmesi, (v) banka kartı ve kredi kartlarından alınan ücret ve komisyonların sınırlandırılması, (vi) Avrupa Bankacılık Kurumunun (EBA) diğer düzenleyici kurumların koordinasyonundaki rolünün güçlendirilmesi öngörülmüştür. PSD2 ile bankaların diğer lisanslı ödeme kuruluşlarına müşteri verilerini açma ve ödeme işlemi yapabilmek için sistemlerine ulaşım izni verme zorunluluğu getirmeye yönelik önemli bir adım da atılmıştır.

¹² Fintech in Focus, Milken Enstitüsü; <https://www.milkeninstitute.org>

¹³ 2015/2366/EC sayılı direktif

¹⁴ Bazıları: Commodity Futures Trading Commission, Office of the Comptroller of the Currency, Securities and Exchange Commission, Financial Industry Regulatory Authority, Federal Deposit Insurance Corporation, State Regulators

¹⁵ <https://www.nytimes.com/reuters/2018/09/14/technology/14reuters-usa-treasury-fintech-lawsuit.html>

İngiltere yeni fikir ve uygulamaların geliştirilmesi ve test edilmesi amacıyla kullanılan “Regulatory Sandbox” ve “Fintech Accelerator” konularında öncü bir rol oynayarak, “Open Banking Project” (OBP) ile fintek regülasyonu konusunda yol gösterici olmuştur. OBP, PSD2 ile benzer hükümler içermekle birlikte PSD2’ye göre daha detaylı uygulama kuralları öngörmektedir. 2018 başından itibaren büyük İngiliz bankaları API kullanımı yoluyla banka dışı paydaşlara ödeme sistemlerini açmaktadır. Böylece düzenlemeye tabi banka dışı hizmet sağlayıcıları, ticari ve bireysel müşteriler için yenilikçi nakit yönetimi ve ödeme sistemleri geliştirebilecek duruma gelmişlerdir. Benzer hukuk sistemleri nedeniyle ABD ve Avustralya bankaları ve düzenleyici kurumları kendileri için uygulanabilirliğini anlamak amacıyla İngiliz bankacılık sektöründeki fintek uygulamalarını izlemektedir.

ABD’de hem eyalet hem de federal düzeyde regülasyona tabi olan finansal sektörün faaliyetleri ile ilgili çok sayıda düzenleyici kuruluş bulunmaktadır.¹⁴ ABD mevcut sayısı 30 olan fintek “unicorn”larının 14 tanesine ev sahipliği ediyor olsa da; bundan sonrası için mevcut bankaların ve yeni fintek firmalarının yeni ürün geliştirmesi ve tüketicilere sunması için çok sayıda regülasyon engeli aşması gerekmektedir. Bu durum piyasada faaliyet gösteren veya göstermek isteyen firmalar açısından engel teşkil etmekte ve zaman zaman rekabeti engelleyici ek bir regülasyon maliyeti yaratmaktadır. Piyasaya fintek ürünlerini sunmak üzere girmek isteyen ve regülasyon engelleri yüzünden giremeyen yenilikçi finansal girişimler için çözüm olarak; ABD hazinesine bağlı Para Birimi Kontrol Ofisi (Office of the Comptroller of the Currency, OCC) mevduat kabul etmeden kredi vermek ve para transferi yapmak isteyen kuruluşlar için ulusal düzeyde özel bir banka lisansı verilmesi fikrini ortaya atmıştır. Ancak bu öneriye New York Eyaleti karşı dava açmış bulunmaktadır.¹⁵ Diğer taraftan 2018 Eylül başında Varo Money, OCC den şartlı mobil bankacılık izni almıştır. Bu izin yukarıda belirtilen OCC önerisinden farklı olup Varo Money’i ABD’nin ilk “sadece mobil” bankası yapmıştır.

Türkiye’de 2013 yılında kabul edilen 6493 sayılı Ödeme ve Menkul Kıymet Mutabakat Sistemleri, Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para Kuruluşları Hakkında Kanun¹⁶ ile; rekabetin artması, hizmet kalitesinin yükseltilmesi, tüketiciler açısından maliyetlerin düşmesi, bazı hizmetlerde bankalara alternatif yaratılması ve bankacılık hizmetlerinden faydalanamayan kesimlerin bu hizmetlere daha kolay ulaşması hedeflenmiştir. Bununla birlikte kullanıcılar, hizmet sunucular ve düzenleyiciler için de yeni bir alan olması nedeniyle ödeme kuruluşları, mevcut oyuncular ve paydaşlarla birlikte inovasyonların uygulamaya geçmesi konusunda etkileşim içine sokulmuşlardır. TCMB’nin ödeme ve menkul kıymet mutabakat sistemlerinin düzenlenmesine, BDDK’nın ise ödeme kuruluşları ve elektronik para kuruluşlarının faaliyetlerinin düzenlenmesi ilişkin yetkilerinin yanı sıra; ödeme kuruluşlarının faaliyet alanlarının belirlenmesinde Rekabet Kurumu¹⁷ ve Gelir İdaresi Başkanlığı¹⁸ da

etkili olmaktadır. 6493 sayılı Kanun ve ikincil düzenlemelerde; 13.11.2007 tarihli "Payment Services Directive" (2007/64/EC) (PSD1), E-Money Directive (2009/110/EC) ve 09.02.2009 tarihinde İngiltere'de yayımlanan 209 no'lu "Financial Services and Markets, The Payment Services Regulations 2009" düzenlemeleri temel alınmıştır. Ancak sektörün yeni olması nedeniyle mevzuatımızda farklı düzenlemeler de yapılmıştır. Bunlar kısaca; (i) ödeme hizmetlerinin sunulması, sadece bununla ilgili olmak kaydıyla döviz alım satım işlemleri ve ödeme sistemlerinin işletilmesi dışında ödeme kuruluşlarının herhangi bir ticari faaliyette bulunamayacağı, (ii) ödeme fonlarının sadece ödeme işleminin gerçekleştirilmesi amacıyla kullanılabilmesi, başka bir ifadeyle bu fonların nemalandırılmayacağı, (iii) ödeme kuruluşlarının mevduat ve katılım fonu kabul etmeyeceği, kredi vermeyeceği şeklindedir¹⁹.

Raporun hazırlandığı tarih itibarıyla 6493 sayılı kanun çerçevesinde BDDK'nın lisans verdiği 33 adet ödeme kuruluşu ve 14 adet elektronik para kuruluşu bulunmaktadır.²⁰

Bu lisansa sahip olmayan çok sayıda kuruluş da mobil uygulamaları üzerinden kredi kartı bazlı ödeme altyapıları sunmaktadır.²¹ Bu kuruluşlar, hem birbirleri ile hem de finansal sektörün diğer paydaşları ile rekabet ederek kullanıcılar için alım satım işlemleri sırasında kolaylık sağlayan yeni uygulama alanları yaratmaktadır. BDDK lisanslı kuruluşlardan 18 tanesi yalnızca fatura tahsilatı veya para transferi gibi hizmetler sunarken 12 tanesi ise iyzico'ya benzer iş modelleriyle elektronik ödeme işlemlerine aracılık etmektedir. Bu 12 şirketin operasyonlarında sunduğu başlıca hizmetler; sanal pos, mobil ödeme ve para transferi yoluyla ödeme gibi hizmetler olsa da sanal pos, güvenilirliği ve pratikliği itibarıyla Türkiye ve dünyada diğer hizmetlerin önüne geçmiştir. Sosyal medyadaki yorum ve paylaşımlar incelendiğinde bu 12 şirketten iyzico ve PayU'nun bu alandaki bilinirliği ve kullanımının daha yaygın olduğu görülmektedir. iyzico çalışma yöntemini; sanal pos hizmetlerinin pratikliğini ve güvenilirliğini arttırmak olarak belirlemiş, bu doğrultuda sunduğu hizmetleri geliştirerek sürdürmektedir.

¹⁶ 27.06.2013 tarihli R.G.

¹⁷ 11.01.2018 tarihli R.G.de yayımlanan kararı ile Rekabet Kurumu ödeme kuruluşlarının Bonus platformuna erişimlerini yasaklayan hükümlerin bankalar arasındaki sözleşmelerden kaldırılmasına karar vermiştir.

¹⁸ 11.03.2017 tarihli R.G.de yayımlanan "Gider Vergileri Genel Tebliği (Seri No:91)" ile elektronik para ve ödeme kuruluşları ile bu kuruluşların şube veya temsilcilerince yapılan hizmetlerde lehe alınan paralar üzerinden BSMV hesaplanması gerekmektedir.

¹⁹ 6493 Sayılı Kanun'da Ödeme Kuruluşlarının Tâbi Olduğu Hukuki Çerçeve, Çiğdem Güven, Onur Irmak, Bankacılar Dergisi, Sayı 105, 2018.

²⁰ <http://www.bddk.org.tr/Kuruluslar2>

²¹ 2018 Teknoloji Raporu, Softech

iyzico buraya nasıl geldi?

iyzico, küçük bir teknoloji girişimi olarak başlayıp dünyanın önde gelen teknoloji devleri arasına giren şirketlerde gelişen yeni kurumsal kültürün Türkiye'deki öncülerindedir.

iyzico, Alphabet'in (Google) ilk zamanlarından bu yana kullandığı, hatta CEO Larry Page'in şirketin büyümesinde büyük rol oynadığını belirttiği OKR (Objectives and Key Results) yönetim sistemini başarıyla kullanmaktadır. iyzico ile çalışmanın "kolaylığı" şirketin ana felsefesini oluşturmakta, bu çalışma kolaylığı şirkete ismini vermektedir. Çalışma kapsamında yapılan müşteri görüşmelerinden elde edilen bulgular şirketle çalışmanın kolaylığının yanı sıra bir başka ilkesi olan hızlı harekete geçmenin de altını çizmektedir. iyzico'dan kolay ve hızlı hizmet almaya imkan ana faktör ise çalışanların zorlu hedefler doğrultusunda olsa da mutlu ve motive olarak kolektif bir çabaya katkı vermesini sağlayan kurum kültürüdür.

"iyzico'da hayallerimiz var. Ödemeyi demokratikleştirmeyi, her alanda herkes için erişilebilir kılmayı amaçlıyoruz. Yani 'iyzi'leştirmenin hayalini kuruyoruz. Ama sadece ödeme yöntemlerini değil, tutkulu çalışmayı, her gün gelişmeyi, yetenekleri değerlendirmeyi, kurum kültürünü anlamayı, kaliteli iş yapmayı, ve beraber hareket etmeyi kolaylaştırmanın peşindeyiz."

iyzico kültür rehberi

iyzico, ekonomik etkilerinin yanında, teknoloji tabanlı girişimciliğin ülkemizdeki gelişiminde önemli bir rol model işlevi üstlenmektedir. Şirket, Eylül ayından bu yana operasyonlarını iyziPark adını verdiği, yerleşim planı ve mimarisinin özel olarak tasarlandığı, bir kampüste sürdürmektedir. Üst yönetim dahil tüm iyzico ekibi açık ofis düzeninde karşılıklı olarak oturduğu masalarda, hatta bahçede, kafeteryada çalışabilmektedir. Kampüsteki spor imkanları sadece mesai saatleri dışında değil sürekli kullanıma açıktır. Bununla birlikte evden çalışma teşvik edilmemekte birbirini görerek beraber çalışmaya değer verilmektedir. Sürekli yatırım yapılarak geliştirilen ve çalışanları kucaklayan kurumsal kültürü sayesinde iyzico, iyi eğitim almış, üretken insanlarla çalışabilmektedir. Böylece, küresel hareketliliğin çok yüksek²² olduğu yazılım teknolojileri alanında Türkiye'nin bir cazibe merkezi olmasına doğrudan katkı sağlamaktadır.

²² Smartcon 2018 İstanbul Konferansı'nda konuşan Delivery Hero Almanya CTO'su Mert Öztekin, ABD'de tek başına Amazon'un şu anda 7 bin yazılımcı aradığını, tüm Türkiye'de ise insan kaynakları sitelerinde sadece 6-7 bin yazılımcı ilanı var olduğunu belirtmektedir. <http://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/emre-kizilkaya/mckinseyden-cok-onemli-iki-mesaj-40982049>

²³ Bu öykünün detayları için bkz. <https://growthhackers.com/growth-studies/airbnb>

Kurumsal kültürün bir yansıması

Kurumsal kültürün sağladığı bir refleks olarak, iyzico geçtiğimiz yıl sisteminde yaşanan birkaç saatlik bir kapanma durumunu şeffaf bir şekilde karşılamış, üye işyerlerinin aynı saatlerde yaptıkları geçmiş işlemleri esas alınarak zararlarını tereddüt etmeksizin telafi etmiştir. Bu örnek bugüne kadar 400 milyon adet konaklamaya ev sahipliği yapmış ve bir günde 2 milyon işlemin gerçekleştiği dünyanın en büyük konaklama platformu olan Airbnb'nin henüz bugünkü kadar büyük değilk-en yaşadığı durumu akla getirmektedir. 2012 yılında konaklama yapılan evlerden birinde hırsızlık yaşanması sonucu büyük bir güven kriziyle karşılaşan şirket, o günlerdeki mali gücü için büyük bir külfet olmasına rağmen Lloyd's Bankası'yla bir anlaşma gerçekleştirmiş ve platforma kayıtlı her ev sahibi için 1 milyon dolarlık bir sigorta/garanti mekanizması hayata geçirmiştir. O günlerde şirketin karlılığını ciddi anlamda sarsan bu uygulama daha sonraları şirketin piyasada sağladığı güveni üssel biçimde artırmış ve şirketin en önemli rekabet avantajlarından biri haline gelmiştir.²³

iyzico ödeme sistemleri alanında yaptığı yenilikler ve sunduğu hizmetin kalitesi ile Türkiye'de e-ticaret yapma alışkanlıkları üzerinde dönüştürücü bir işlev üstlenmektedir.

iyzico'nun yenilikçi ürünleri, hem girişimcilik ekosisteminde yeni iş modellerini tetiklemekte hem de finansal ekosistemde ödeme sistemlerini dijitalleştirerek yaratıcı bir ortam yaratılmasına katkı sunmaktadır. iyzico sunduğu erişilebilir, kolay ve güvenli çevrimiçi ödeme sistemleri aracılığıyla bireysel ve kurumsal satıcıların bankalarla olan işlem maliyetlerini düşürmekte, özellikle yeni satıcıların piyasaya girişini kolaylaştırarak ekonominin büyümesine katkı sağlamaktadır.

iyzico sunduğu hizmetlerle yeni teknolojik girişimlerin ve küçük oyuncuların piyasaya girişini artırmakta, tüketicilere hızlı ve kolay erişim sağlamakta, ve Türkiye'de rekabetin gelişimine katkı sağlamaktadır.

Ödemelerin kayıt altına alınmasıyla kayıt dışılığın önlenmesine katkı sağlarken, geliştirdiği teknolojik çözümlerle yasa dışı işlemlerin riskini bertaraf etmekte ve tüketicilere güvenli alışveriş imkanı sağlamaktadır. iyzico teknolojisi, piyasaya girişte bir güvenlik duvarı oluşturup piyasaya sadece belli bir işlem geçmişi olan "güvenilir" oyuncuları almak yerine, piyasaya tüm oyuncuları alıp sahteciliği işlem sırasında tespit ederek olumsuz sonuçlara yol açmadan önlemektedir. Bu yönüyle iyzico, ticaretin gelişiminde kritik bir faktör olan karşılıklı güveni pekiştiren, Türkiye'de elektronik ticarete güven algısını dönüştüren bir rol oynamaktadır.

Türkiye'nin fintek alanında küresel çapta başarı hikayelerine sahip olabilmesi için iyzico gibi yenilikçi girişimler kadar kamusal aktörler de kritik bir rol oynayacaktır. **iyzico'nun Türkiye'de e-ticaret sisteminde güveni artırmak için atmakta olduğu adımlar, yeni teknoloji girişimlerinin ölçeklenerek büyümesine imkân sağlayan rolü ve kurumsal kültürünün start-up ekosistemine yaydığı pozitif etki; iyzico'nun küresel bir başarı hikayesine sahip olmasını sağlayacaktır.** iyzico'nun faaliyet gösterdiği ödeme sistemleri alanı, dijital ekonomiyle beraber yeni gelişen, geliştikçe de dijital ekonominin önünü açan bir sektördür. Sektörde altyapı sağlayıcı durumda olan bankaların, inovatif ve çevik iş yapan fintek oyuncularıyla iş birliği içinde çalışmaları; hem bankacılık sektörümüzün gücüne hem de dijital ekonominin hızla gelişimine katkıda bulunacaktır. Avrupa Birliği'ndeki regülatörler PSD2 düzenlemeleri ile bankaların ödeme kuruluşlarına ayrımcı davranışta bulunmalarını engellemiş, fiyatlarına şeffaflık şartı getirmiştir.

Bu düzenlemelerin yapılması gerekliliği, rekabet hukuku araçlarının hem piyasayı bozan ihlallerden sonra ancak devreye girebilmesi, hem de bankalardan hiçbirinin tek tek hakim olmadığı durumlarda kullanımının sınırlı olmasından ileri gelmektedir. Benzer altyapılar olan telekom ve enerji sektörlerinde de gelişen teknolojilere dayalı iş modellerine sahip şirketlerin piyasaya girişini kolaylaştıracak güçlü regülasyonların bulunduğu ve bu regülasyonların rekabet hukuku kurallarının uygulanmasını tamamladığı açıkça görülmektedir. Geçtiğimiz 20 yılda telekom ve enerji sektörlerinin serbestleşmesi güçlü regülasyonların hayata geçirilmesi sayesinde olmuştur.

iyzico gibi, dijital ekonomide birçok işletmenin büyümesini sağlayan, ihracatı artıran, kadın ve genç girişimciliğini güçlendiren ödeme kuruluşlarının gelişmesi de piyasada ayrımcılığı önleyecek ve fiyat şeffaflığını sağlayacak güçlü regülasyonların bir sonucu olacaktır. Bu rapora esas teşkil eden araştırmalar, büyüyen Türkiye dijital ekonomisiyle beraber iyzico'nun hızla ülkemizden çıkan ilk "unicorn" şirketlerden biri olabileceğini göstermektedir. Dünyaya yön veren girişimlere sahip olmak ve ülkemizi bir fintek ve teknoloji merkezi yapmak için, adil ve etkin düzenlemelerle girişimcilerimizin desteklenmesinde fayda bulunmaktadır.

Yararlanılan Kaynaklar

- Bankalararası Kart Merkezi (BKM). İnternette Yapılan Kartlı Ödeme İşlemleri.
- Bütçe ve Mali Kontrol Genel Müdürlüğü (BÜMKG). Ortalama Dönem Sonu Döviz Kurları.
- CBInsight. 2017, 2018 The Fintech 250.
- Enabling the FinTech transformation: Revolution, Restoration, or Reformation? UK Speech by Mark Carney, 16 Haziran 2016.
- Financial Technology, Additional Steps by Regulators Could Better Protect Consumers and Aid Regulatory Oversight, United States Government Accountability Office, GAO-18-254, Mart 2018.
- FSB The Promise of FinTech – Something New Under the Sun? Speech by Mark Carney, Deutsche Bundesbank G20 conference on “Digitising finance, financial inclusion and financial literacy”, Wiesbaden, 25 Ocak 2017.
- Globalnewswire. N26 raises \$160m co-led by Allianz X and Tencent. Mart 20, 2018.
- H2 Ventures & KPMG. 2017 Fintech100 Leading Global Fintech Innovators. 2017.
- IFC, Credit Ease & Stanford Graduate School. 100 Leading Fintech Companies Promoting Financial Inclusion in the Digital Age. Mart 2018.
- iyzico üye işyerleri ile derinlemesine mülakatlar.
- Reuters. New York Sues U.S. to Stop Fintech Bank Charters. 14 Eylül 2018.
- Softtech. 2018 Teknoloji Raporu.
- Suvarchala Narayanan. Designing a Future for the Untethered Workforce. strategy-business.com. 18 Temmuz 2018
- Suvarchala Narayanan. How Can a Fintech Company Win 20 Million Customers? strategy-business.com. 14 Mart 2018
- TEPAV. Türkiye’de E-ihracat: Fırsatlar ve Sorunlar. 2014.
- TÜBİSAD. Türkiye’de E-ticaret 2017
- TÜİK. Girişimcilik İstatistikleri
- TÜİK. Girişimlerde Bilişim Teknolojilerinin Kullanılması Araştırması
- TÜİK. Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması.
- TÜİK. Hanehalkı İşgücü Anketi, SGK Sektörel Kayıtdışı İstihdam Oranları.
- Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB). Gösterge Niteliğindeki Merkez Bankası Kurları.
- TÜSİAD. Dijitalleşen Dünyada Ekonominin İtici Gücü: E-ticaret. Nisan 2017.

pql
Politika Analiz Laboratuvarı

iyzico

