

## **İRAN E-TİCARET RAPORU**

### **I. GENEL**

Nüfusu yaklaşık 80 milyon olan İran'da toplumun %73,94'ü internet erişimine sahiptir. İnternet kullanımının özellikle gençler arasında oldukça yaygın olması son on yıl içinde e-ticaretin de popüler hale gelmesine yol açmıştır. 1396 yılında (21 Mart 2017-20 Mart 2018) ülkedeki e-ticaret pazarının yaklaşık 18 milyar \$ büyüklüğünde olduğu tahmin edilmiştir. Bahsekonu dönemde ülkede tüm alışverişlerin %0,7'sinin e-ticaret üzerinden gerçekleştirilmiş olduğu belirtilmekte, yıllık yaklaşık %25 gibi yüksek bir oranda büyüyen bu rakamın içinde bulunduğumuz 1399 yılı (21 Mart 2020-20 Mart 2021) için %3 civarında olması beklenmektedir.

Ülkede halihazırda 9 bin civarında kayıtlı online perakende sitesi bulunmaktadır. Ancak, en büyük iki e-ticaret sitesi Digikala (pazar payı %75) ve Bamilo (pazar payı %15) olup, Bamilo kapanmıştır. Diğer önemli e-ticaret platformları Esam, Zambil, Modiseh, Chare, Tehrankala, Shixon, Kimia Online, Final, Raja, IranEcar, Cinematicket ve Albasco'dur.

Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı (UNCTAD) raporuna göre İran, 2019 yılında 152 ülke üzerinde yapılan e-ticaret endeksi araştırmasında 42. sıra gibi kötü sayılmayacak bir konumda yer almıştır. Bu da e-ticaretin, İran'ın genç ve dinamik nüfusunda popüler bir ticaret aracı olmasından kaynaklanmaktadır. Ayrıca, rapora göre internet kullanıcılarının %42'si, nüfusun %26'sı e-ticaret yapmaktadır. Hatta İran da bazı devlet ve devlete bağlı kurumların sattığı ürün ve hizmetlerin (araba, internet ve cep telefonu kredisi, sınav başvuruları ücretleri, uçak ve tren biletleri vb) internet üzerinden satın alınması zorunludur. Buna rağmen İran'ın bu konudaki dezavantajı e-ticaretin içe dönük kullanımında popüler bir araç olmasıdır. Bunun nedeni de İran toplumunun siyasi ve ekonomik olarak Dünya'ya kapalı bir ortamda bulunmasıdır. İran, birçok konuda olduğu gibi e-ticarette de kendi içinde çözümler üretmeye çalışmaktadır.

### **II. İRAN'DA E-TİCARET**

Bilindiği üzere, coğrafi sınırlar ile bağlı kalınmayarak küresel erişime imkan vermesi e-ticaretin önemli avantajları arasındadır. Diğer taraftan e-ticaret, teknolojik altyapı ile doğrudan ilişkilidir. Bu nedenle teknolojik yatırımları yüksek olan gelişmiş ülkelerde e-ticaretin gelişmiş olduğu görülmektedir. Gelişmiş ülkelerin geniş bant internet altyapısı ve bilgisayar ve iletişim araçları sahipliği e-ticaret için büyük avantaj sağlamaktadır. Bunun yanında, kültürel, sosyal ve siyasi yapı ile e-ticaret arasında da ilişki vardır. Demokratik yönetime sahip olmayan ülkelerde e-ticaret düzeyi ile demokratik ülkelerdeki düzey aynı değildir.

Bu özellikleri ile bakıldığında İran'ın e-ticaret yolu ile ihracat-ithalat yapma imkanları oldukça sınırlı görülmektedir. Bunun nedenleri şu şekilde özetlenebilir:

1) Ekonomik Nedenler

Ekonomisi büyük oranda doğal kaynak ihracatına bağlı olan İran toplumu yıllar süren uluslararası ambargolar nedeniyle Dünya'dan izole bir ekonomik hayata mecbur kalmıştır. İçinde bulunduğumuz dönemde de tarihinin en ağır ekonomik ambargosu altındadır.

Bu durum, ülkenin kurmaya çalıştığı diğer sınıai üretim altyapısını tahrip etmekte, geri ve verimsiz bırakmakta, bunlara ilaveten şeffaf olmayan devlet yapısı, yolsuzluk ve suistimallerin yaygınlığı ülkede derin işsizlik, enflasyon, gelir dağılımı sorunlarına yol açmaktadır. Alım gücünün düşük olduğu İran toplumunda insanların geneli e-ticaret kültürünün oluşması için gerekli donanım ve bilgiye erişmede sıkıntı yaşamaktadır.

Ambargolar nedeniyle ülkede elektronik ödeme mekanizmaları gelişmemiştir. Bugün İran'da elektronik ticaretin gelişmesi önündeki en önemli nedenlerden birisi kredi kartı bulunmaması ve taksitlendirme yapılamamasıdır. Ödemeler genellikle peşin ve nakitle olmaktadır. Bankacılık dahil olmak üzere tüm finansal sistem uluslararası izolasyon nedeniyle içe dönük çalışabilmektedir. Debit kart uygulaması oldukça yaygındır. Ülkenin %92'si debit karta sahiptir. İran'ın Visa, Mastercard alternatifi olarak geliştirdiği Shetab ülkedeki tüm banka kartlarının altyapısını oluşturmaktadır. İran'daki 231 milyon aktif banka kartı (debit kart) Shetab elektronik bankacılık modeline bağlıdır. Shetab, İran'da 20'den fazla banka ile anlaşmalı olup, yıllık yaklaşık 20,5 milyar \$'lık online ödeme bu sistem üzerinden gerçekleştirilmektedir.

Ekonomi ve finansal sistem üzerindeki ambargo, e-ticaret altyapısının gelişmesini de engellemiştir. Örneğin, İran'da Master ve Visa kredi kartları hiç kullanılamamakta ve aynı zamanda e-ticaret alanında çalışan uluslararası firmalar İran ile işbirliği yapmamaktadırlar. E-ticaret yazılımlarının, yasal lisanslara erişimleri de engellenmektedir. Tüm Amerikan online servis sağlayıcılarının İranlı firmalara hizmet vermeleri yasaktır. Buna ilaveten, örneğin, Oracle, Cisco ve Google'ın bazı hizmetleri İran'a kapalıdır. Ambargo aynı zamanda İran Riyali'nin değerinin ve satın alma gücünün azalmasına, enflasyonun hızla artmasına da neden olmuş, para transferi ve tedarik sorunları yaratmıştır. Bu yüzden e-ticaret ve online alışverişin durma noktasına geldiği dönemler yaşanmıştır.

2) Teknolojik Nedenler

İran, internet erişiminin siyasi nedenlerle kısıtlandığı bir ülkedir. Ülkede pek çok sosyal medya platformuna giriş kısıtlanmış olup, rejimin kontrol ettiği yerli sosyal medya mecraları da ilgi görmemektedir.

“Geniş Bant İnternet Hızı”na yönelik yapılan Dünya sıralamasında, 2020 yılı Mart ayı itibarıyla İran 176 ülke arasında 153. sırada yer almıştır. Aynı tarih itibarı ile “Mobil İnternet Hızı” sıralamasında ise 141 ülke arasında 79. sıradadır. İnternet fiyatı sıralamasında İran 101 ülke arasında 73. sıradadır. Dolayısı ile ülkede internet popüler olmakla birlikte erişim siyasi nedenlerle baskı altındadır ve teknolojik olarak yeterli olmadığı gibi fiyatı da görece pahalıdır.

Diğer taraftan, internet servis sağlayıcı merkezlerin az olması, bu alanda profesyonel çalışanların azlığı ve teknik bilgilerinin yetersizliği, donanım ve yazılım konusunda yaşanan tedarik sorunları, yerel yazılım eksikliği de e-ticaretin gelişmesi önündeki diğer teknik engellerdir.

### 3) Yasal Altyapıdaki Eksiklikler

İran'da e-ticaretin yasal altyapısına yönelik en önemli adım 2003 yılında Meclis'in çıkardığı kanunlar ile atılmış, hızlı gelişmelerin düzenlenebilmesi için 2008 yılının Eylül ayında online mağazacılık ve e-ticaret konusunda sorumluluk İran Sanayi, Madenler ve Ticaret Bakanlığı'na verilmiştir.

2012 Temmuz ayında Milli Güvenlik Yüksek Konseyi, Elektronik Ticareti Geliştirme Kurulu'na e-ticaret sitelerine e-sembol (e-namad) olarak adlandırılan lisansı vermek için yetkili kılınmıştır. İranlı e-ticaret sitesi sahiplerinin resmi güvenlik sertifikası elde etmeleri için web sitelerini e-sembol sistemine kaydetmesi gereklidir. Bu kayıt ile siteler kendi web sayfalarında e-sembol simgesini ekleme hakkı kazanmaktadır.

E-sembol'ün amacı, sahte sitelerin müşterilerin banka ve kredi kartı bilgilerini çalmalarını önlemek ve diğer siber suçlara karşı müşterileri korumaya çalışmaktır. E-sembol sertifikasını alabilmek için site sahibinin 18 yaşından büyük ve sabıka kaydının olmaması, sitenin Gmail, Yahoo ve Outlook dışında e-posta adresinin olması, müşterinin ürün ve hizmet aldığı anda açıkça bilgilendirme yapılması, sitenin tüm kullanıcıların şikâetlerine cevap vermesi, düzenli bir şekilde kötü amaçlı yazılımlara karşı sunucularını kontrol etmesi gibi şartlar mevcuttur. Müşterilerin bu sertifikaya sahip sitelere daha çok güvendiği bilinmekle birlikte ülkede faal bulunan e-ticaret sitelerinin sadece 1/3 civarının sertifikası bulunmaktadır.

Güvensiz sitelerin çokluğuna karşılık, tüketici korunması ile ilgili yasal altyapının eksikliği ve mevcut elektronik işlem, kişisel bilgilerin saklanması ve gizliliği, siber suçla mücadele düzenlemelerinin yetersizliği bu konuda önemli bir risk ortaya çıkarmaktadır. Konuya yönelik vergi ve gümrük kanunlarında da eksiklikler bulunmakta, ayrıca elektronik imza ve ticari markaları koruma hususlarındaki yetersizlikler, telif hakkının bulunmaması da yasal altyapının henüz hazır olmadığını göstermektedir.

### 4) Kültürel ve Sosyal Nedenler

İran da toplumun e-ticaret konusunda yeterli bilgiye sahip olmaması, bu araca daha çok gençlerin rağbet etmesi e-ticarette gelişmiş ülkelerden geride kalmasına neden olmuştur. İnternet daha çok makale aramak, magazin haberlerine ulaşmak, iletişim kurmak ve oyun oynamak gibi amaçlar için kullanılmaktadır.

Dünyaya kapalı yapısı toplumda internete ve e-ticarete karşı önyargıların oluşmasına yol açmıştır. Ayrıca, nakit alışveriş yapmaya olan ilgi halen sürmektedir. Hükümet ve siyasi yetkililerde de konuya yönelik bilgi altyapısının eksikliği dikkat çekmektedir.

5) Siyasi ve Dini Nedenler

İran’da rejim siyasi ve dini nedenlerle hayatın hemen her alanında toplumu baskı altında tutmaktadır. Bu durum, internetin de dahil olduğu tüm medya üzerinde ağır bir sansür olarak kendini göstermektedir. Facebook, Twitter ve Youtube gibi sosyal ağlar zaten kapalıdır. Bunun sonucu olarak toplum internet ve uydu yayını gibi yeni teknolojilere erişmek istediği alanlarda dolaylı yollara başvurmak zorunda kalmakta ve bu yolların da sürekliliği bulunmamaktadır.

6) Dönemsel Nedenler

Son olarak, devletin dış ticaret üzerindeki kontrolü de önemli bir değişken olarak karşımıza çıkmaktadır. İran’da ithalat, Sanayi, Madenler ve Ticaret Bakanlığı’nın kontrolünde bulunan ve online çalışan “sipariş kaydı” mekanizması ile yapılabilmektedir. Devletin kontrolcü ve şeffaf olmayan yapısı dış ticaret rejiminin sıklıkla değiştirilmesine yol açtığı gibi bu konuda kamuoyuna güncel ve tam bilgilendirme yapılarak ekonomik aktörlerin değişikliklere hazırlanmasının sağlanmasında da önemli eksiklikler mevcuttur. Örneğin, içinde bulunduğumuz ambargo döneminde kaynakların iyice kısıtlanmış olmasından dolayı ihracat ve ithalatın sadece bazı firma ve kuruluşlar aracılığı ile yapılacağına dair haberler alınmakta, “sipariş kaydı” sisteminin haber verilmeksizin kapatıldığı gözlenmektedir. Süreklilik, öngörülebilirlik ve şeffaflık bakımından bu kadar sorunlu bir ortamda e-ticaret firmaları önemli tedarik sorunları yaşamakta ve sadece içerde işletmeye çalıştıkları mekanizmaları dahi aksaklıklarla karşılaşmaktadır.

**III. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME**

Yukarıda sayılan nedenlerden ötürü İran’da e-ticaret henüz, birçok eksiklik ve dezavantaja rağmen sadece içe dönük bir yapı arz etmektedir. Bununla birlikte, halihazırda uygulanmakta olan tek taraflı ABD ekonomik ambargosunun hafiflemesi veya ortadan kalkması, İran’ın Dünya ile ekonomik entegrasyonunun sağlanabilmesi gibi gelişmelerin ardından e-ticaretin de birçok konu gibi hızla gelişmesi beklenmektedir. Böyle bir gelişme yaşanması halinde İran’da ülkemiz e-ticaret platformları ile işbirliği yaparak Türkçe-Farsça lisanlarda hizmet verecek önemli firmalar mevcuttur. Ancak, e-ticaretin İran’ın dış ticaretinde kayda değer bir araç olarak ortaya çıkmasının, içinde bulunduğumuz Dünya’dan kopuk siyasi ve ekonomik görüntüsü içerisinde bugün için gerçekçi bir beklenti olmadığı düşünülmektedir.