Mobil E-Ticaret Türkiye’de ve Dünya’da Nereye Gidiyor?

Where is Mobil E-Commerce Going in Turkey and in the World?

Asst. Prof. Dr. Nevin Aydın (Kyrgyzstan-Turkey Manas University, Kyrgyzstan)

Abstract

The number of mobile e-commerce users in our country and in the world is increasing day by day. This shows that sales made through mobile e-commerce increase customer satisfaction. Increased payment security in mobile e-commerce and well-designed sites are among the factors that increase sales. Approximately 17 percent of e-commerce in Turkey and about 30 percent of e-commerce in the world is carried out over the mobile. The increase in the number of mobile users in the world is also driving mobile sales. Many brands in the world have started to increase the value of their brand by driving their strategies towards mobile commerce after seeing the advantages of mobile commerce. Every day, E-commerce is transformed into a market place for e-mobile users, where they enjoy shopping.

1 Giriş

Dünyadaki e-ticareti yüzde 30’u mobil üzerinden yapıyor. Buna karşılık gelen satış hacmi 300 milyar dolar civarında. Türkiye’de e-ticareti yüzde 17’si mobil üzerinden gerçekleştiriliyor. Akıllı telefonların, daha sonra tablet ve alternatif mobil cihaz teknolojilerinin gelişmesi, uygulama mağazalarında kullanıcıların daha fazla vakit geçirmesi, mobil satış ve pazarlama için en ideal konuma getirdi. Buna karşılık, “mobil” ifadesi markaların bu alana daha çok akıllı telefon ağırlıklı olarak yaklaştığını da gösteriyor. Alternatif mobil cihazlar göz ardı edilebiliyor. Bu nedenle, tablet gibi görsel içeriğin çok daha ikna edici olabileceği mobil cihazları da kapsama almakta fayda var. Tabletlerin akıllı telefonlardan çok daha yaygın olduğu pazarlara (Çin’de tablet ve akıllı telefon üzerinden mobil alışveriş her ikisi de yüzde 33, Rusya’da tablet üzerinden yüzde 12, akıllı telefon üzerinden ise yüzde 8) yönelmesi bekleniyor (Mapplico, 2016).

Experian Pazarlama Hizmetlerinin raporuna göre, M-Ticareti bazı ürün kategorilerinde E-ticareti geride bırakmaya başlamıştır (Montgallo, 2014). M-Ticaret"elektronik işlemler ve iletişim". Dizüstü bilgisayarlar, PDA'lar ve cep telefonları gibi mobil cihazları kullanarak gerçekleştirilen ve genellikle bir kablosuz bağlantı ile gerçekleştirilen ticaret şeklidir" (Chaffey, 2007).

Türkiye İstatistik Kurumu, Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi sonuçlarına göre Türkiye nüfusunu 78 milyon 741 bin 53 kişi olarak açıkladı. We Are Social’daki Türkiye rakamlarına göre Türkiye’deki aktif internet kullanıcı sayısı ise 46.28 milyon kişi. Yani nüfusumuzun yüzde 58’i, internete bağlı. Türkiye’deki aktif sosyal medya kullanıcı sayısı 42 milyon. Türkiye nüfusunun tam yüzde 90’ının mobil aboneliği bulunuyor, 71 milyon kişi mobil bağlantıya sahip. Türkiye’de aktif mobil sosyal medya kullanıcı sayısı ise 36 milyon. Yani nüfusumuzun yüzde 45’i mobil üzerinden (akıllı telefon ya da tabletler aracılığıyla) sosyal medya kullanıyor. Türkiye’de mobil cihazlar üzerinden aktif olarak sosyal medya kullanan kişilerin sayısı geçtiğimiz yıla nazaran yüzde 13’lük bir artış gösterdi. Türkiye’de telefona sahip olan yetişkinlerin yüzde 56’sı akıllı telefona sahip (Bkmexpress, 2016).

Barcelona’da düzenlenen Mobil Dünya Kongresi’nde (Mobile World Congress-MWC) Mobil Ekonomi 2017 başlıklı rapora göre, 2016 sonu itibarıyla dünyada mobil abone sayısı 4,8 milyar oldu. 2020 sonundaki beklentisi ise 5,7 milyar aboneye ulaşılacağı yönünde. Bu veriye göreyse 2020’de dünyanın üçte ikisinin mobil kullanıcı olması bekleniyor. Bağlantı türüne göre ele alındığıysa 3G ve 4G’nin yüzde 55’e ulaştığı görülüyor. 2020’deki tahmin yüzde 75. 4G özelindeki ise 2016 sonunda 188 ülkede 580 4G ağı kuruldu ve kullanım oranı yüzde 60 oldu (Digitalage, 2016).

2 M-Ticaret

M-ticaret, “mobil telefon veya benzeri araçlar yardımıyla yapılan, mal ve hizmetlerin satın alınması ve ücretlerinin ödenmesi işlemlerine verilen genel bir tanımdır. M-ticaret, e-ticareti biraz daha gelişmiş bir durumdur. Mobil ticaret iki şekilde gerçekleşir; biri mobil uygulama üzerinde başlar ve ödeme yine mobil uygulama üzerinden tamamlanır. Diğer sistemde ise alışveriş bilgisayarda başlar, sadece ödeme kanalı olarak cep telefonuna yönlendirme yapılır, sonrasında alışveriş yine bilgisayarda tamamlanır (mobile-checkout) (Euro, 2015).

M-ticaret, ürünleri satın almak veya satmak için mobil cihazların kullanımını, servisleri veya bilgileri herhangi bir zamanda, herhangi bir yerden bir kablosuz ağ üzerinden kullanımı. Mobil ürünler, Mobil alışveriş, mobil biletleme ve mobil cüzdandır. Mobil cihazlar, akıllı telefonlar gibi farklı elektronik ürünlerden oluşur. Mobil uygulamalar, m-ticareti önemli bir parçası. Dünyaca ünlü e-ticaret siteleri, fiziksel mağazalar, yerel işletmeler, hatta şahıslar, artık dijital dünyanın en çok kazandıran alanlarından biri olan mobil e-ticarete yönelmektedir. Mobil stratejiler, e-ticaret uygulamalarına yönlendiren sosyal medya stratejileri ve daha pek çok yöntemle, hedef kitlelerini de mobile çekerek, satışlarını artırmayı hedefliyor (Mapplico, 2016a). M-ticaret (mobil ticaret) sanal

ortamda alışveriş, pazarlamadır. M-ticaret, akıllı telefon kullanıcısının artması ile, kablosuz teknolojiler ve cihazlar üzerinden mal ve hizmetin satışının yapılmasıdır.

Dünya genelinde 1.2 milyar insanın mobil uygulamaları kullandığını tahmin etmekteydi (Whitfield, 2013). 2017 yılı sonunda 4.4 milyar kullanıcı olacağı tahmin ediliyor. Mobil uygulamalar büyük potansiyel yaratmaktadır (Portio Research, 2013). 2017 yılı sonuna kadar yılda 200 milyardan fazla uygulama indirme yapılacağını ve gelirin 63,5 milyara dolara ulaşacağı tahmin etmektedir (ComScore, 2012). Tüketicilerin M-Ticaret uygulamaları için akıllı telefon kullanmaya istekli olduklarını görülmüyor (Nielsen, 2012). Mobil uygulamalar bir Mobil ticareti mobil sitelerden daha kabul edilebilir bir şekilde yapılmasını sağlamaktadır (Compuware, 2013).

2.1 M-Ticaret Uygulamaları Alanları (Euro, 2015)

- **SMS/MMS:** Katıl Kazan Kampanyaları, TV İçerik Oylama, Banka Hatırlatmaları
- **Mobil Kuponlar:** Cebinize gelen kupon ile fiziksel mağazalarda indirim kazanma
- **Mobil Siteler:** Mobil tarayıcılara göre optimize edilmiş, mobil internet kullanıcı deneyimini arttıran siteler
- **Mobil Oyunlar:** Kullanıcı etkileşimini arttıran, sosyal paylaşımlı oyunlar
- **Mobil Reklam:** Markaların oyunlarda, mobil sitelerde, uygulamalarda görüntülenen ücretli reklamları
- **Mobil Uygulamalar:** Hepimizin bildiği mobil cihazlarımıza indirdiğimiz ücretli/ücretsiz uygulamalar. Apple App Store, Android Market
- **Konum Bazlı Servisler (LBS):** Foursquare, Facebook Places gibi uygulamalar yardımıyla, operatörlerin LBS sistemlerinin yardımıyla ya da GPS ile kullanıcının konumuna bağlı yapılan iletişim çalışmaları
- **Mobil Ticaret:** Mobil ödeme sistemleri, Mobil bankacılık, Near Field Communications (NFC), Fiyat Karşılaştırma
- **Mobil Search:** Google Mobile Ads, Mobil Arama Optimizasyonu
- **QR Kod:** Taratıldığında belli bir siteye/video'ya yönlendirilen barkodlar, mobil bilet uygulamaları
- **IVR (Interactive Voice Response):** Ses bazlı mobil reklam

2.2 Mobil Ticaret Dünyasında Fark Yaratacak 3 Trend (Mobiroller, 2016)

Mobil e-ticaret, geleceğin ticaret hayatının yeni tacı olacak görünüyor. Bu alanda fark yaratacak 3 trend:

1- Hedef kitleye yönelik bildirimler: Mobil e-ticaret ile, hedef kitesine yönelik kampanyalar, yeni ürün ve kategorilerin bildirimleri, internet bağlantısı olan her yerde kullanılabilir. Kullanıcıların bu bildirimlere karşılık vermesi, bu karşılığın satışa dönüşebilmesi için, mobil uygulamanızı indirmiş olması, söz konusu kampanyalarla ilgilenebilecek kitleye en uygun şekilde içerik oluşturarak, bildirimleri de bu içeriğe uygun bir dille hazırlamak, karlılığınızı artırmaktır.

2- Omnichannel optimizasyonlar: Sosyal medya uygulamaları ve mobil uyumlu web sitelerinde, mobil cihaz kullanıcıları oldukça fazla zaman geçiriyor. Bu kanallar üzerinde ziyaret ettikleri sayfaların önemli bir kısmını da e-ticaret siteleri ya da e-ticaret markalarının sosyal medya kanalları oluşturuyor. Dolayısıyla, kullanıcılar ilgilendikleri ürünlerle ilgili hem ürün sayfalarını inceliyor, hem de yine benzer ürünlerle ilgili anahtar kelime aramaları yapıyorlar. Mobil e-ticaret uygulamalarının omnichannel optimizasyonlara sahip olması, kullanıcıların bu ziyaretleri ve anahtar kelime aramaları ile ilgi alanlarının belirlenmesi ve mobil uygulaması üzerinde de yine ilgi duyabileceği kategorilerdeki ürünlerle karşılaşmalarını sağlıyor. Böylece, kullanıcının karşılaştığı ürünü satın alma olasılığı artarken, sepet ortalamaları da aynı oranda artış gösteriyor. Dolayısıyla, omnichannel optimizasyona sahip mobil e-ticaret uygulamaları, rakipleri karşısında oldukça büyük avantaj sağlıyor.

3- Satış odaklı tasarımlar: Mobil e-ticarette rekabet gittikçe artarken, güçlü ve etkili içerik oluşturmak rakipler arasında oldukça önemli bir hale geldi. Bu nedenle, pek çok marka profesyonel içerik ajanslarıyla çalışmayı tercih etmeye başladı. Doğru tasarımlarla ürün ve hizmetleri sunmak, son dönemde mobil ticarete öne çıkan trend'lerden biri olmuştur.

2.3 2017 Mobil Ticaret Trendleri (Iyzico, 2017)

- Dünya genelinde internet kullanıcılarının yaklaşık %80'i akıllı telefon kullanıyor.
- Son 3 yılda mobil cihazlarda e-posta açma oranı %180 yükselmiş durumda.
- Mobil cihaz kullanıcılarının %70'i, mobil uyumlu olmayan e-postaları okumadan siliyor.
- E-ticaret firmalarının %70'e yakını, dijital pazarlama stratejilerinde mobil pazarlamaya yer veriyor.
- Mobil cihazlarda zamanın %85'ten fazlası uygulamalarda, kalan kısmı ise web sitelerinde geçiriliyor.
- 1980-2000 yılları arasında doğanları kapsayan Y kuşağının %50'ye yakını, sadece mobil cihazlar üzerinden video izliyor.
- Mobil aramaların %40'ı, yerel ihtiyaçlara yönelik.
- Kullanıcıların %50'si, araştırmalarına mobil cihazlarındaki arama motorlarıyla başlıyor.

Mobil ticaretin 2017 trend beklentileri aşağıdaki gibidir.

- **Akıllı Telefonlar Mobil Ticarete Hakim Olacak:** 2016'da ABD'de **mobil ticarete** akıllı telefonların payı %58'e ulaştı. 2017 tahminlerine göre ise bu oran %65 olacak.
- **Canlı Yayınlar Etkinliğini Arttıracak:** 2016 yılında popülerliğini arttıran canlı video içerikleri, 2017'de daha da değerli bir duruma gelecek. Youtube, Facebook, Instagram gibi araçlarda canlı video özelliklerinin bulunması, tekil kullanıcılar kadar markalar ve e-ticaret sitelerinin de yatırım yaptığı bir alan konumunda.
- **Mobil Uygulamalar Daha da Yaygınlaşacak: Mobil uyumlu web siteleri** daha fazla ziyaret edilmelerine rağmen **mobil uygulamalar**, başarılı alışveriş oranında öne çıkıyor. Mobil uygulamalara yönelik indirim, promosyon ve kodların sunulması da tüketicilerin bu alana daha fazla yönelmesini sağlıyor.
- **ChatBotlar ve Sosyal Medyada Alışveriş Gelişecek:** Son yıllarda ortaya çıkan ve 2016'da asıl kimliği oluşan **ChatBot'lar**, 2017'de gelişimini sürdürecektir ve e-ticarete daha geniş bir alanı kaplayacak. Yapay zeka uygulamalarının yalnızca standart cevaplar vermek yerine günlük bilgileri, haberleri ve online alışverişini yönlendirmesi, 2017'de e-ticarete ve mobil ticarete yeni bir boyut kazandıracaktır.
- **Kişisel Verilerin Analizi Daha Değerli Olacak:** Akıllı telefonlar ve tabletlerin günlük hayatta daha geniş bir alanı kaplaması, markalar ve e-ticaret siteleri için bir avantajı da beraberinde getiriyor.
- **Video İçerikler ve Görsellerin Etkisi Sürecek:** Video içerikleri, kullanıcıların online alışverişteki kararlarını %65 oranında daha olumlu etkiliyor. 2017'de de video içerikler ve kaliteli görseller, çekici olmayı sürdürecektir.

2.4 Mobil Ticaret Uygulayan Firmalardan Bazıları (Linkedin, 2015)

Mobil cihazların artan kullanımı, mobil ticaretin yükselmesine neden oldu. M-ticaret uygulamaları yalnızca satış gelirini artırmakla kalmaz, aynı zamanda müşterinin ilgi çekici özelliklerinden dolayı müşteri tutma oranını da artırır.

eBay Uygulaması: Mobil cihazların gittikçe artan kullanımını fark eden online pazardaki dev dev eBay, kendi e-ticaret mobil uygulaması oluşturmaya karar verdi. Açık artırmalar oluşturdu ve kullanıcıları uygulamanın her yerinde bu uygulamayı kullanarak dünyanın herhangi bir yerinden 24 saat boyunca teklif vermelerini sağladı. Kullanıcıların en sevdiği ürünleri hızlı bir şekilde erişmelerini sağlamak için arama seçenekleri kolaylaştırıldı. Bu mobil ticaret uygulaması sayesinde alışveriş yapan müşteriler eBay hesabını PayPal hesabıyla bağlayarak işlemleri daha hızlı yapabiliyorlardı.

Amazon Uygulaması: Daima yeşil pazarda dev Amazon, eTicaret alanındaki adımlarını attı. Benzersizlikleri ile tanınan kullanıcılar, mobil alışveriş sepeti uygulamalarını da etkiledi. Bu m-ticaret uygulaması, civardaki yerel işletmelerdeki ürünlerle ilgili teklifleri belirlemek için kullanıcının konumunu kullanır. Ayrıca, kullanıcıların ilgisini çekmek için bağlılık programlarını da içeriyorlar.

Walmart Uygulaması: Perakende dev Walmart tarafından piyasaya sürülen mükemmel bir mobil ticaret uygulaması. 'Scan & Go' kişisel check-out programını yükseltmek için yakın zamanda mobil kuponları eklediler. Alışverişçiler, öğelerini taramak ve bir sanal alışveriş sepetine eklemek için bu uygulamayı kullanabilirler. Alışveriş bittiğinde, parayı bir self-checkout sayacında ödeyebilirler. Böylece, uzun kuyruklarda harcanan zaman kazanılabilir.

Starbucks Uygulaması: Starbucks, Amerika'da en çok kullanılan mobil ödeme uygulaması olarak listelenmiştir. Müşterilerin kayıtlı Starbucks'taki Ödül Kartının bilgilerini mobil uygulamalarına yazmaları gerekecek. Müşteriler, en sevdiği içecekleri izleyebilir, sipariş durumunu denetleyebilirler vb. Müşteri deneyimi artırmak için, müşteriler belirli sayıda yıldız biriktikten sonra bu uygulama da indirimler sunulmaktadır.

CVS Caremark: Bu e-Ticaret uygulaması en iyi 5 mobil uygulama arasında yer aldı. Bu mobil uygulama, kullanıcıların hızlı doldurma işlemleri gerçekleştirmesine, ürünlerde en yeni fırsatları bulmalarına, sipariş vermelerine ve yerel mağazalarından alışveriş yapmalarını sağlıyor.

Q uygulaması: Bu mobil alışveriş sepeti tasarım uygulaması, kullanıcıların barlarda, stadyumlarda, konserlerde veya tiyatrolarda yer ayırmaları için ön sipariş vermelerine olanak tanıyor. Müşteriler menü kartına göz atabilir, sipariş verebilir ve Q app'ini kullanarak sipariş için ödeme yapabilir. Sipariş hazır olduğunda, müşteriler telefonlarında uyarı bildirimleri alacaklar ve Q app alanına gidebilir ve benzersiz kodu göstererek personelden toplayabilirler.

Neiman Marcus uygulaması: Bu mobil uygulama mağaza sahipleri ve müşteriler arasında iletişimi sağlamak için lüks özel mağaza zinciri Neiman Marcus'ı geliştirdi. Bu mobil e-ticaret uygulaması, biri müşteri için, diğeri mağaza sahipleri için olmak üzere iki arayüz ile oluşturuldu. Müşteriler mevcut ürünleri taramak için bu uygulamayı kullanabilir ve ayrıca mağaza sahibinden deneme için giyecekleri hazır tutmalarını isteyebilir. Ayrıca satış ekipleriyle posta, telefon vb. Yollarla bağlantı kurmak için çeşitli departmanları arayabilirler.

Spring Uygulaması: Bu e-Ticaret uygulaması, alışveriş yapanların 700'den fazla marka ile rahatça alışveriş etmelerini sağlar. Ödeme işlemi basit ve daha az zaman harcıyor. Alışverişte parmaklarınızın ucunda çeşitli koleksiyon listesi bulabilirsiniz. Ücretsiz kargo hizmeti vermektedir.

3 M-Ticaretin Geleceği

Bugün, mobil ticaret (m-ticaret), herhangi bir ticaret stratejisi için değerli bir taktik olmaya başlıyor. En iyi 500 perakende ticaret şirketi m-ticaret çözümlerine yatırım yapmazlarsa müşterileri daha çevik, mobil odaklı rakipler için kaybetmek zorunda kalacaklar. 2011 mobil ticaret geliri 13.63 milyar dolardan 2012 de 24.81 milyar dolara yükselerek 11 milyar dolarla artış gösterdi. 2017 yılına gelindiğinde, eMarketer bu büyümenin devam edeceğini tahmin ediyor.

Aşağıdaki analizde baktığımızda mobil üzerinden gerçekleşen ve 2017 projeksiyonlarını görmektediriz. Burada en önemlisi sağdaki analizdeki cihaz ayrımı, USA'da en çok Tablet ile satın alınmanın gerçekleştiğini görüyoruz. Bu demek oluyor ki akıllı telefonlara nazaran tablet den yapılan ziyaretlerin daha çok conversion getireceğini diyebiliriz (USA'nın 2013 e ticaret cirosu 384 Milyar \$, aşağıda gördüğünüz gibi bunun sadece 41 Milyar \$'ı mobilden gerçekleşmiş, yaklaşık %11-12 lik bir oran)

US Retail Mcommerce Sales, by Device, 2011-2017
billions and % change

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Tablet	\$5.43	\$13.93	\$26.05	\$37.32	\$51.00	\$68.06	\$81.20
—% change	352.8%	156.5%	87.0%	43.3%	36.7%	33.5%	19.3%
Smartphone	\$7.47	\$9.91	\$14.59	\$18.15	\$22.50	\$27.11	\$30.66
—% change	119.8%	32.8%	47.1%	24.4%	24.0%	20.5%	13.1%
Other mobile devices	\$0.68	\$0.94	\$1.04	\$1.25	\$1.50	\$1.65	\$1.70
—% change	69.8%	38.8%	10.6%	19.8%	20.2%	9.7%	3.5%
Total	\$13.57	\$24.78	\$41.68	\$56.72	\$75.00	\$96.81	\$113.57
—% change	171.7%	82.6%	68.2%	36.1%	32.2%	29.1%	17.3%

Note: includes products or services ordered using the internet via mobile devices, regardless of the method of payment or fulfillment; excludes travel and event ticket sales
Source: eMarketer, Sep 2013
162465 www.eMarketer.com

Tablo 1. M-Ticaret Analizi (Emarketer, 2013)

Şimdi, bunu 2012'de 3.09 trilyon dolarlık toplam perakende satışlarla karşılaştırdığınızda, 24.81 milyar doların fazla önemli olmadığını farkındayız. Ancak, büyüme oranının şaşırtıcı bir şekilde büyüyor. Mobil ticaret toplam e-ticaret, ticaretinin % 10'unu oluşturuyor (mobil için 24,8 milyar dolar, e-ticaret için ise 225 milyar dolar)

Şirketler, müşterilerini daha iyi anlamak için web analitiği, araştırma araçları ve diğer verileri kullanarak e-ticaret stratejilerini geliştirmektedir. E-ticaretle karşılaştırıldığında, mobil ticaret hâlâ mevcut durumda, fakat mobil müşteriye anlamak için daha fazla teknoloji gereklidir (Appentive, 2016).

The Goldman Sachs Group Raporu göre, 2018'de m-ticaret satışları 626 milyar dolara ulaşacak ve e-ticaret satışlarını üçe katlayacak. Bu öngörüye göre 2018'de internetten sadece akıllı telefonlar ve tabletlerden yapılan satışlar neredeyse 5 yıl önce bütün cihazlar kullanılarak yapılmış internet satışlarıyla eşit hale gelecek. 2017'de yüzde 16'lık artışla bu sayının 961 milyon, 2018'de ise yüzde 13'lük artışla 1,09 milyar olacağı öngörülüyor (BpnRapor, 2016).

Gartner'ın verilerine göre, ABD'deki müşterilerin mobil etkileşim davranışlarına bakıldığında, 2017 yılına kadar ABD'deki dijital ticaret gelirlerinin yüzde 50'sini m-ticaretin oluşturacağı belirtiliyor. Mobil cihazların e-ticaretteki satışlara ve satışlardaki büyümeye katkısı iki şekilde oluşuyor. Bunlardan biri, müşterilerin satın alımları için akıllı telefon ve tabletlerini kullanmaları, bir diğeri ise giderek artan bir şekilde müşterilerin mobil cihazları bir alışveriş araştırma aracı olarak görmeleri ki bu da kullanıcıları eninde sonunda mağaza içi veya online olarak satın alıma yönlendiriyor. Global araştırmalardan çıkan sonuçlara göz atmak gerekirse, markaların yüzde 54'ü pazarlama bütçelerinin yüzde 5 veya daha azını mobil pazarlamaya harcarken markaların dörtte birine yakını pazarlama bütçelerinden mobil pazarlamaya sadece yüzde 1 ile yetiniyor. Mobil uygulama ve mobil siteler, müşteri satın alım yolculuğunda önemli bir yer tuttuğu gözlemleniyor. Türkiye'de mobil kullanıcıların yüzde 53'ü mağaza içerisinde mobilden fiyat karşılaştırması yapıyor. Türkiye'de alışveriş için ürün araştırması yapılırken yüzde 49 oranında mobil kullanılıyor (Digitalage, 2016a).

Çin'in E-ticaret Satış Mobil Sayesinde 1 Trilyon Dolar

Forrester'ın yeni araştırma raporuna göre, 2019 yılında Çin'de yapılan online e-ticaret harcaması 1 trilyon dolara çıkacak. Bu büyümenin iki önemli ayağı mobil uygulamaların gelişimi ve yaygınlaşması ile, gelişen lojistik ağları ile en küçük şehirlere bile ulaşılabilmesi.

Mobile yatırım yapmak çok önemli çünkü Çin’de çoğu kişi internete bağlanmak için mobil cihazlarını kullanıyor. Çin’in e-ticaret pazarı Alibaba’nın Tmall’u ve JD.com tarafından ele geçirilmiş durumda. **Alibaba’nın B2C pazar payı %57 iken**, JD.com’un %21. Toplamda %78’lik pazar payını kapmış durumdadır. Ancak mobil tarafa baktığımızda Alibaba’nın Tmall ve Taobao mobil uygulamaları **toplamda %85’lik pazar payına** sahipler. JD.com’un pazar payı mobilde %7,1 iken, VIP.com’un payı %1,6. Çin’in mobil e-ticareti tamamen Alibaba tarafından gerçekleştiriliyor (Eticaret-Analiz, 2016).

Amerika’da Mobil Ticaret 2020 Yılında 252 Milyar Dolar’ı Aşacak

Forrester’in hazırladığı Mobil Sahtecilik Yönetimi Çözümleri Raporu’na göre, ABD’de akıllı telefon ve tabletler üzerinden gerçekleştirilen mobil ticaretin 2020 yılına kadar yaklaşık 252 milyar Dolar’ı, mobil ödemelerin ise 2019 yılına kadar yaklaşık 141 milyar Dolar’ı aşması bekleniyor (Experian, 2016)

M-Ticaret ve Yaygın Olduğu Sektörler

Yapılan araştırmalara göre dünya çapında 2014 yılında 285 milyar doları bulan mobil ödeme hacminin, 2017 yılı sonunda 800 milyar doları geçmesi bekleniyor. Türkiye’de online alışveriş yapan her 3 kişiden 1’i mobil alışverişi tercih ediyor. Mobil alışveriş yapanların %52’si ürün araştırması veya karşılaştırması ve ödemesi yapıyor. En çok 25-34 yaş arasındaki üniversite ve üstü eğitim seviyesindeki kişiler mobil araçlar ile alışveriş yapıyor. Mobil ticaret yolu ile en fazla satış yapan sektörlerin aynı zamanda müşterilerine perakende hizmet verenler oldukları görülüyor. Ülkemizde en fazla alışveriş yapılan sektörlerin başında %53’lük oran ile giyim sektörü geliyor. Bu sektörü %34’lük pay ile elektronik, %27 ile seyahat sektörleri takip ediyor. Dünyada ise eğlence, seyahat ve elektronik sektörleri ilk üçü oluşturuyor (Inveon, 2016).

4 Sonuç

Son yıllarda mobil teknolojilerin ortaya çıkmasıyla birçok işletme m-ticareti en iyi şekilde uygulamaya başladı. Mobil kullanımı yeni pazarları ortaya çıkararak cazibesini artırdı. Amerika, İngiltere ve Çin m-ticaretin en çok kullanıldığı ülkeler arasındadır. Türkiye’de online alışveriş işlem hacmi %19’u mobil cihazlar üzerinden gerçekleştirilerek Dünyada genç tüketicilerin pazarda önemli yere sahip olduğu görülmektedir.

Mobil ticaretin önemli bir yere sahip olduğu firmaların e-ticareti artık mobil cihazlara uygun programları üzerinden gerçekleştirmektedirler. Akıllı cihaz satışlarının artmaya devam ettiği son yıllarda mobil ticaret araçları tüketiciler tarafından çok kullanılıyor. Tüketicilerin mobil alışverişi tercih etmesinin sebebi; hız, ürün araştırması yapabilme promosyon fırsatları, uygun kullanım gibi fırsatlar başta gelmektedir

Mobil, Türkiye ve dünyada gerçekleşmekte olan dijital pazarda önemli bir yere sahip, her geçen yılda da payını artırmaktadır. Statista’nın verilerine göre 2017’de 76,5 milyar dolarlık bir büyüme bekleniyor . Üstelik birkaç yıl içinde, mobil cihazların, internet aracılığı ile yapılan satın alımların yüzde 87’sini oluşturulacağı belirtiliyor. Tüm bu veriler, mobilin kişilerin gündelik hayatına nasıl girdiyse markalarında günlük hayatlarında yer almaya başlayacağına işaret ediyor (Digitalage, 2016a).

Dünya da ve Türkiye’de e-ticaret çok hızlı bir şekilde büyüme göstermektedir. Dünyada Amerikalı tüketiciler alışverişlerinin %70’e yakını, Avrupa tüketicilerin %35’e yakını alışverişlerini internet üzerinden gerçekleştiriyor. İnternetin ortaya çıkışı ile e-ticaret, her geçen gün dünya piyasalarında yerini artırmaya devam ederken, Türkiye de bu alanda Avrupa’nın en büyük pazarlarından biri olmaya devam etmektedir.

Dünya e-ticaret hacmi, net olarak hesaplanamasa da, istatistikler göre 10 trilyon doları aştığını tahmin ediliyor. Türkiye 30 milyon internet kullanıcısıyla, dünyanın en büyük 12’nci internet pazarı konumunda, ortalama her yıl yaklaşık yüzde 50 büyüme göstermektedir.

Kaynakça

- Appentive, 2016. <https://www.appentive.com/blog/2013/07/02/mobile-commerce>
- Bkmexpress, 2016. <https://bkmexpress.com.tr/dijital-dunyada-2016-yilinin-ilk-turkiye-istatistikleri/>
- BpnRapor, 2016. raporm.bpnistanbul.com/raporlama/1454054166
- Chaffey, 2007. E-Business and E-Commerce Management, 3rd Edition, Harlow:Pearson Education Limited, pp. 132
- Compuware, 2013. Mobile Apps: What Consumer Really Need and Want, http://offers2.compuware.com/rs/compuware/images/Mobile_App_Survey_Report.pdf
- ComScore, 2012. Apps Account for 4 in every 5 US Mobile Media Minutes, <http://www.qrcodepress.com/mobile-commerce-market-to-grow-ineurope/8510722/>
- Digitalage, 2016a. <http://digitalage.com.tr/2016-mobil-ticaret-trendleri/>
- Digitalage, 2016. <http://digitalage.com.tr/2016-sonunda-mobil-abone-sayisi-bes-milyara-yaklasti/>
- eMarketer, 2013. <http://www.eMarker.com>

- Eticaret-Analiz, 2016. <http://eticaretmag.com/ozel/analiz-ozel/ulke>
- Euro, 2015. <http://www.euro-dmc.com/m-ticaret>
- Experian, 2016. <http://www.experian.com.tr/blogs/experian-hakkinda/2016/09/amerikada-mobil-ticaret-2020-yilinda-252-milyar-dolari-asacak/>
- Inveon, 2016. <https://www.inveon.com.tr/mobil-ticaretin-dunyadaki-ve-turkiyedeli-yeri/>
- Iyzico, 2017, <https://www.izyico.com/blog/2017-mobil-ticaret-trendleri>
- LinkedIn, 2015. <https://www.linkedin.com/pulse/best-10-mobile-commerce-apps-2015-vignesh-waran>
- Mappliko, 2016. <http://www.mappliko.com/turkiye-ve-dunyada-mobil-e-ticaret-nereye-gidiyor/?lang=tr>
- Mappliko, 2016a. <http://www.mappliko.com/tag/mobil-ticaret/?lang=tr>
- Mobiroller, 2016. <http://www.mobiroller.net/tr/blog/mobil-ticaret-dunyasinda-fark-yaratacak-3-trend>
- Montgallo, 2014. Mobile commerce is beginning to outpace e-commerce, <http://www.qrcodepress.com/mobile-commerce-beginning-outpace-ecommerce/8526022/>
- Nielsen, 2012. Which Smartphone Apps Do Savvy Shoppers Use Most, <http://www.nielsen.com/us/en/newswire/2012/top-mobile-shopping-apps.html>
- Portio Research, 2013. Mobile Application Futures 2013-2017, <http://www.portioresearch.com/en/major-reports/current-portfolio/mobileapplications-futures-2013-2017.aspx>
- Whitfield, 2013. Fast growth of apps user base in booming Asia Pacific market, <http://www.portioresearch.com/en/blog/2013/fast-growth-of-appsuser-base-in-booming-asia-pacific-market.aspx>