

## DÜNYA'DA E-TİCARET NEREYE GİDİYOR

**Aydın Nevin**, Yrd.Doç.Dr., Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi,  
Artvin Çoruh Üniversitesi <nevin.aydin@gmail.com>

## WHERE IS E-COMMERCE GOING IN THE WORLD

**Aydın Nevin**, Assistant Professor, PhD, Kyrgyz-Turkish Manas University,  
Artvin Choruh University <nevin.aydin@gmail.com>

## БУДУЩЕЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

**Айдын Невин**, и.о.доц., д-р, Кыргызско-Турецкий университет «Манас»,  
Университет Артвин Чорух <nevin.aydin@gmail.com>

### Özet

E-Ticaret İnternet kullanımı ile ortaya çıkmış insanlığa büyük kolaylıklar sağlayan bir ticaret şeklidir. Küreselleşen dünyada teknolojinin hızlı gelişimi firmaları yeni pazarlara taşımıştır. Rekabet yarışına giren firmalar tüketicilerine uygun fırsatlar sunmaktadırlar. Teknolojiyle büyüyen genç nesiller, E-ticaret pazarının büyük payını oluşturarak, E-ticaretin gelişmesine büyük katkıda bulunmaktadırlar. Çünkü E-ticaret genç nesilin hayatının bir parçası olarak hergün gezip dolaştığı bir pazar olmuştur. Böylece Dünyadaki değişim ticari faaliyetleride değiştirmiştir. E-ticaret firmaları, mobil uygulamaları ve mobil kampanyaları ile bütünleşirken avantajlı fiyat ve kampanyalar ile e-ticaret pazarında başarılarını artırarak, tüketicinin gönlünde ilk sırayı almayı başarmış ve başarmaya devam etmektedirler. Bu çalışmada Dünyada e-Ticaretin hangi Ülkelerde daha büyük pazarlar oluşturduğu ve Dünya genelinde E-ticaretin büyüme hacminin nereye gittiği tartışılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** elektronik ticaret, pazarın gelişimi, e-ticaretin geleceği.

### Abstract

E-Commerce is a form of trade that provides great convenience to humanity that has emerged through the use of the Internet. The rapid development of technology in the globalizing world has brought companies to new markets. Companies offer opportunities to consumers through the market competition. The younger generations growing with technology make a big contribution to the development of E-commerce by forming a big share of E-commerce market. E-commerce has become an essential component in everyday lives of younger generation. The commercial exchanges have changed in the world accordingly. While integrating with e-commerce firms, mobile applications and mobile campaigns, they have succeeded in getting the first place in the consumer's mind by increasing their success in the e-commerce market with advantageous prices and campaigns. In this study, we discuss which countries in the world have the biggest e-commerce markets and how far the growth volume of e-commerce in the world will go.

**Keywords:** electronic commerce, market development, future of e-commerce.

### Аннотация

Электронная коммерция является сферой торговли, сформировавшейся благодаря широкому использованию Интернета, и на сегодняшний день предоставляет удобные для потребителя торговые услуги. Быстрое развитие технологий в глобализирующемся мире дало возможность компаниям выйти на новые рынки. В процессе конкуренции компании начали предлагать еще больше удобных услуг для своих потребителей. Молодое поколение, которое быстро адаптируется к новым технологиям, вносит значительный вклад в развитие электронной коммерции, создавая большую потребительскую долю на данном рынке, поскольку

elektronная коммерция стала для них частью жизни. Таким образом, с происходящими изменениями в мире изменилась и коммерческая деятельность. Компании, занимающиеся электронной коммерцией, объединяют мобильные приложения и мобильные компании для предложения выгодной цены. В связи с этим растет рынок электронной коммерции, становится все более успешным и предпочтительным у потребителей. Данная статья рассматривает рост объемов электронной коммерции по всему миру и в странах, в которых электронная коммерция формирует более крупные рынки.

**Ключевые слова:** электронная торговля, развитие рынка, будущее электронной торговли.

## 1. Giriş

Dünya da E-ticaret ilk olarak 1979 da ortaya çıkmış olmasına rağmen, bugün bildiğimiz e-ticaret 1990'ların ortalarında, internetin kullanıma başlamasıyla ortaya çıkmıştır. Amazon.com ve eBay 1995 yılında kuruldu. Modern e-ticaretin temellerinin yaklaşık 22 yıl kadar önce atıldığını söyleyebiliriz. E-Ticaret modelleri arasında en yaygın kullanılan B2C (Business to Consumer) satış hacmi gün geçtikçe küresel olarak büyümektedir. Dünya üzerinde e-ticaret şekillendiren B2B ve B2C dir.

E-ticaret, bilgisayar ve iletişim teknolojilerine paralel olarak ortaya çıkmış, günümüz ticaretini değiştirmiştir. Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD)'ye göre e-ticaret, siparişlerin alınması veya verilmesi amacıyla geliştirilmiş yöntemler kullanarak, bilgisayar ağları üzerinden yapılan mal ve hizmetlerin alım ve satım işlemidir [1].

Dünyanın en büyük ticaret kolu olan elektronik ticaret dünyada çok hızlı büyümektedir. Amerika'da tüketiciler yaptıkları alışverişlerin %70'e yakını internet üzerinden yaparlarken bu rakam Avrupa'da %35 seviyesindedir. E-ticaret hacmi rakamları tam olarak hesaplanamasa da tahmini değer olarak 10 trilyon dolar seviyesinde olduğu söyleniyor [2].

## 2. Dünya'da İnternet Kullanımı

"Digital in 2017 Global Overview" raporuna göre, Dünyada 238 ülkede yapılan araştırmada i) dünyanın yarısından fazlası en az 1 adet akıllı telefon kullanıyor, ii) dünya nüfusunun neredeyse üçte ikisi en az bir cep telefonu sahibi, iii) dünya genelinde web trafiğinin yarısından fazlası cep telefonundan geliyor, iv) dünyanın dört bir yanındaki mobil bağlantıların yarısından çoğu "genişbant", v) dünya nüfusunun beşte birinden fazlası son 30 gün içinde alışveriş yapıyor. 2017 yılında, mobil kullanımın hızlı artış göstereceği tahmin ediliyor [3].

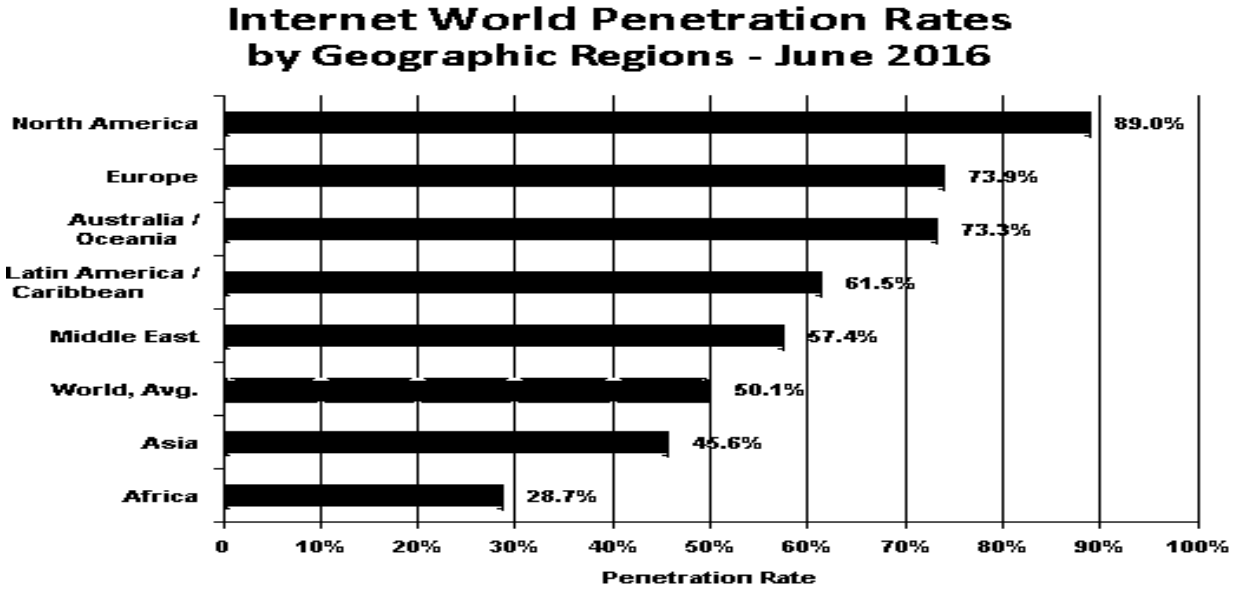
Kuzey Amerika Dünyada en çok internet kullanan nüfusu oluşturuyor. Onu Avrupa izliyor. Avrupa ile Avustralya arasında çok az internet kullanım farkı bulunuyor. Daha sonraki sırada Latin Amerika yer alıyor. En az İnternet kullanan Ülkede Afrika.

İstatistiklere göre 2015 itibarıyla 7.5 milyara ulaşmış olduğu tahmin edilen dünya nüfusu gerek internet kullanımını, gerekse de internet üzerinden yapılan alışverişini artırmaktadır. Bugün dünya nüfusunun 3 milyardan fazlası, yaklaşık %40 ila 45'inin internet kullanıcısı olduğu tahmin ediliyor [4].

## 3. Dünya da Büyümeyi mobil sağlıyor

Mobile yatırım yapmak oldukça önemli, Çin'de çoğu kişi internete bağlanmak için mobil cihazlarını kullanıyor. 2016 yılı, katılımcıların %25'i bir haftalık süre içinde internette alışveriş yapmışlardır. %15'i günlük, %4'ü ise günde bir kaç defa internette alışveriş yapıyor. Genel olarak baktığımızda Çin'in e-ticaret pazarı Alibaba'nın Tmall'u ve JD.com u tarafından ele geçirilmiş durumda. Alibaba'nın B2C pazar payı %57 iken, JD.com'un %21. Toplamda %78'lik pazar payı Çin'e ait. Mobil kullanım olarak 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. Yani Çin'in mobil e-ticareti tamamen Alibaba'nın elinde bulunuyor. Çin'in bütün büyük online firmaları, Amazon.com gibi, mobil satışlarını hızlı bir şekilde artırıyorlar. Bu satış artırmada en avantajlı konumda olan JD.com [5].

Graf 1. Dünya da Coğrafi Bölgelere göre İnternet kullanım oranı



Source: Internet World Stats - [www.internetworldstats.com/stats.htm](http://www.internetworldstats.com/stats.htm)  
Penetration Rates are based on a world population of 7,340,094,096  
and 3,675,824,813 estimated Internet users on June 30, 2016.  
Copyright © 2016, Miniwatts Marketing Group

#### 4. E-ticaretin çeşitleri

Gelişen teknoloji ile beraber e-ticarette kendi içinde iş modelleri oluşturmuştur. Bu modellerin içerisinde tüketiciler, şirketler, kamu kurumları bulunmaktadır.

Business to Business (B2B) Şirketler arası e-ticaret modelidir. Elektronik Veri Değişimi (Elektronik Data Interchange) olarak da adlandırılır. Alibaba.com, bu modelin en iyi örneğidir. Dünyanın en büyük ekonomilerinden birine sahip olan Çin'in dünya piyasalarına açılması için kurulmuş bir sitedir.

Business to Consumer (B2C) Şirket-Tüketici arası e-ticaret modelidir. Amazon.com bu modelin en iyi örneğidir. Tüketiciler Sanal Mağaza ortamında, internet aracılığı ile şirketlerden; bilgisayar, ayakkabı, kitap, ev eşyası, giyim eşyası, yiyecek, telefon vs. çeşitli ürünleri satın alabilirler.

Consumer to Consumer (C2C) Tüketici-Tüketici arası e-ticaret modelidir. Ebay.com bu modelin en iyi örneğidir. Tüketiciler güvenilir internet sitelerinde bir araya gelerek çeşitli ödeme kanalları aracılığıyla yaptıkları ürün satışlarıdır.

Business to Government (B2G) Şirket-Kamu arası e-ticaret modelidir. Vergi ödemeleri bu modelin en iyi örneğidir. Şirketler ile kamu idaresi arasındaki lokal ağlar üzerinden yapılan ticaret, haberleşme vs bütün etkinlikleri kapsar.

Customer to Government (C2G) Tüketici-Kamu idaresi arası e-ticaret modelidir. Kamu ihalelerinin İnternette yayınlanması ve firmaların elektronik ortamda teklif vermeleri bu modelin ilk örneklerini oluşturmaktadır. Vergi, sağlık ve hukuksal işlemler, ehliyet, pasaport başvuruları, sosyal güvenlik primleri ile vergi ödemeleri gibi uygulamalar yer almaktadır.

Business to Enterprise (B2E) Kurum içi iş kavramını tanımlayan e-ticaret modelidir. İnsan Kaynakları bu modelin en iyi örneğidir. Kurum içerisinde günlük olarak yapılması gereken tüm olayların e-iş ortamına aktarılması, müşteriler ile ilgili bilgilerin kurum içinde paylaşılması.

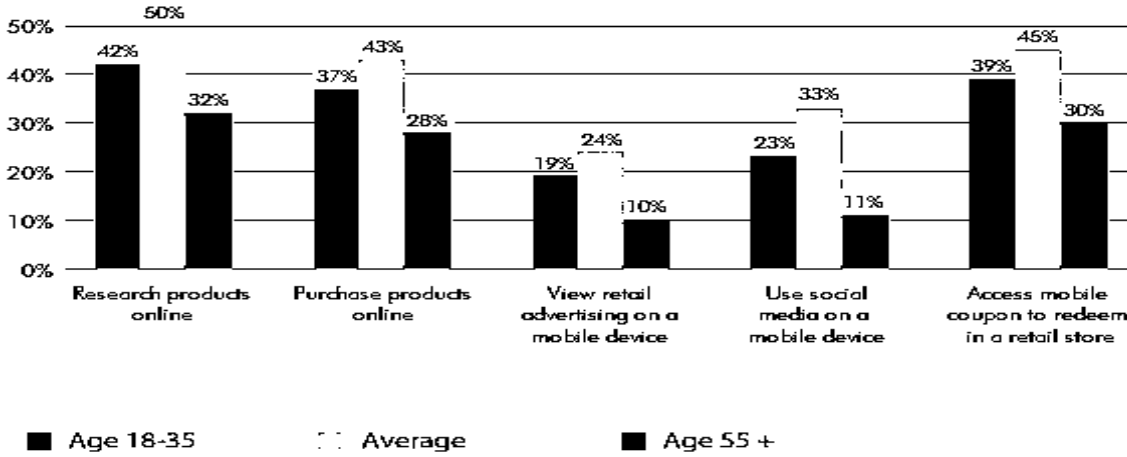
Machine to Machine (M2M) Gelecekte kullanılmaya başlayacak e-ticaret modelidir. Örnek olarak makinalar arası ticaret verilebilir. Son günlerde birçok cihaz birbirleri arasında bağlantı kurarak işlem yapabiliyor.

## 5. ABD ve Dünya e-ticaret trendleri

18 ve 35 yaş arasındaki kişiler mobil cihazlar aracılığıyla en fazla çevrimiçi arama yapan kişiler.

Graf 2. 18 ve 35 yaş arasındaki çeşitli amaçlarla mobil cihaz kullananların yüzdesi [6]

### Expected online behaviors of smartphone users (by age)



## 6. 2017 de E-ticareti yönlendirecek 5 trend [7; 8]

### 6.1. Mobil artık seçenek değil zorunluluk

Tüketicilerin internette en büyük beklentisi hızlı bir şekilde ürünlere ulaşabilmektir. Ürünler hakkında en kısa zamanda bilgi sahibi olma mobil cihazlarla mümkündür. Tüketiciler özellikle fiyat kontrolü için sürekli mobil cihazları kullanıyor, ürün kontrolü ile satın alımın büyük kısmını mobil üzerinden gerçekleştiriyor. 2017'de tüketicilerin mobil alışverişlerinin artmaya devam edeceğini gösteriyor. Wolfgang Digital'ın 80 milyon web sayfasından topladığı verilere göre, 2016'nın ikinci yarısında e-ticaret net geliri 247 milyon dolara ulaşmış durumda. E-ticaret satışlarının yüzde 59'u ise mobil cihazlardan gerçekleştiği görülüyor.

### 6.2. Sosyal medyadan satış chatbot'larla geliyor

Yapay Zeka'nın e-ticarete 2017'deki en büyük katkısı chatbot'lar olacak. Tüketici bilgileri ve davranışlarını ezberleyen otonom mesaj sistemleri, sorulara anında cevap vererek e-ticaret işlemlerini hızlandıracak. Gelişen chatbot teknolojileri sayesinde müşteri soru sorduğunda mağazadan cevap beklemek yerine chatbot üzerinden istediği cevabı alabilecek. Buda tüm mağazaların operasyon verimliliği artacak ve müşterilerin bekleme süresi minimuma düşerecek.

### 6.3. Dikey pazarlar öne çıkacak

Ekonomik belirsizliğin öne çıktığı dönemlerde, teknolojik değişimleri daha iyi takip etmeyi ve bu değişimlere adapte olmayı sağlayan dikey pazarların önemi artacak.

### 6.4. Hızlı tüketim E-ticarete giriyor

Başta ABD'de olmak üzere birçok marka ürünlerini hızlı tüketim trendine uygun olarak ve hızlı teslim için yeni stratejiler geliştiriyor. Perakende firmaları gıda, sağlık, kozmetik, mutfak ve banyo eşyaları gibi hızlı tüketilen ürünlere yönelik küçük mağazalar açarken, Uber ve Lyft gibi özel şoför firmaları en kısa zamanda teslimat için kullanılan birer e-ticaret aracına dönüşüyor.

### 6.5. Kendi web sitenizden satış

Kendi e-ticaret sayfasına sahip bir girişimci veya firma için meşruluk ve denetim söz konusu olmayacak.

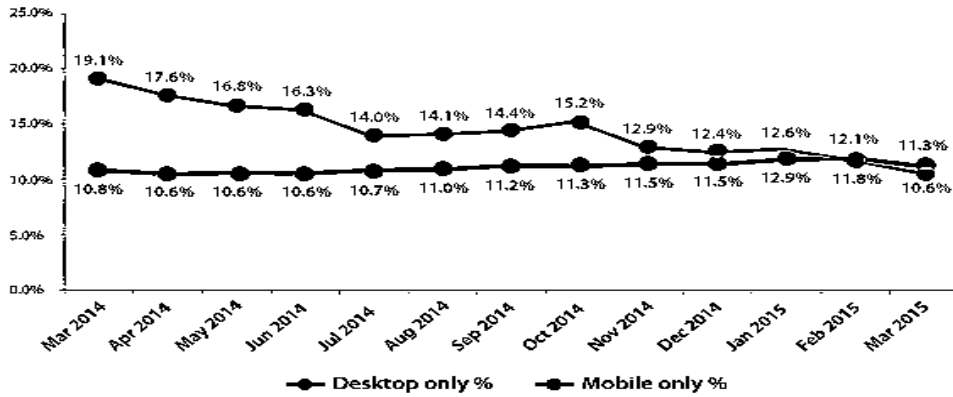
## 7. Dünya E-ticaret İstatistikleri

Firmadan Müşteriye Ticaret (B2C) 2015'ten beri yükselişte. Asya Pasifik ülkeleri bu kategoride lider durumda.

Graf 3. Toplam sayısal nüfusun tek platform kullanıcı oranı [9]

### Single platform user's share of total digital population

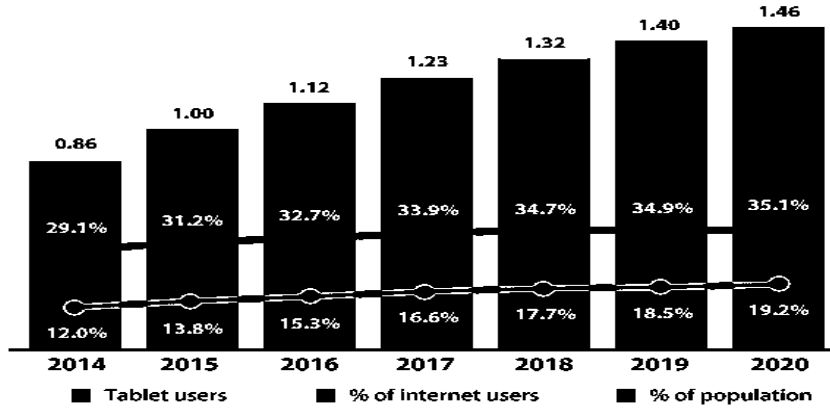
Source: comScore media metrix multi-platform, US., age 18+, Mar 2014 - Mar 2015



Graf 4. Tablet kullanıcıları ve Dünyadaki kullanım yüzdesi, 2014-2020

### Tablet users and penetration worldwide, 2014-2020

Billions, % of internet users and % of population



Note: individuals of any age who use a tablet once per month  
Source: eMarker, April 2016

Son yıllarda tablet kullanımı yavaş yavaş yükselmektedir. 2020 yılında tabletler tüm internet kullanımının %35'ini oluşturacağı tahmin ediliyor [10].

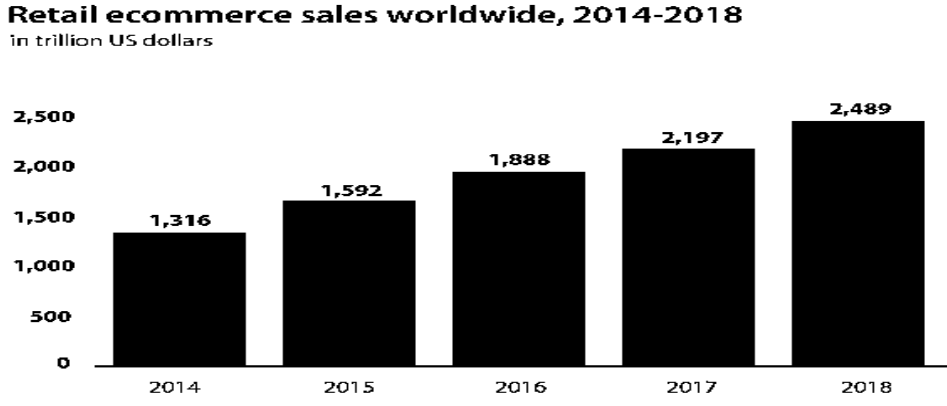
## 8. Dünya çapında E-ticaret

2018 yılında, global perakende e-ticaret satışlarının 2,5 trilyon dolara yaklaşması beklenmektedir. Araştırma şirketi e-Marketer'in dünya çapında yaptığı araştırma ve tahminlerine dayanarak yayınlanan raporda, e-ticaret hacminin dünya çapında 2015'te yüzde 16 artarak 1 trilyon 700 milyar dolara ulaştığı, 2016'da e-ticaret hacminin 2 trilyon dolara yükseldiği tahmin edildi. 2018'de ise söz konusu rakam 2 trilyon 500 milyar dolara yükselmesi bekleniyor. Dünyanın ikinci büyük ekonomisi Çin'in 2018 yılında global online perakende satışlarının yüzde 40'ını gerçekleştireceği ve ülkede online satışların 1 trilyon doları aşacağı tahmin ediliyor [11]

2015 araştırmasına göre, Dünya genelinde e-ticaret cironun, 2014 te %24 büyüyerek 1 trilyon 943 milyar dolar, bu cironun 770 milyar dolarlık kısmı Asya Pasifik Bölgesi, 567 milyar doları Avrupa, 523 milyar doları Kuzey Amerika, 37,4 milyar doları Latin Amerika'da, 21 milyar doları Ortadoğu ve Kuzey Afrika da gerçekleşti. 2015'de bu rakamın 2.5 trilyon dolar civarında. Aynı raporda Güney Avrupa listesinde yer alan Türkiye ise İspanya (16,9 milyar avro) ve İtalya'dan (13,3 milyar avro) sonra 9,8 milyar Euro (11,2 milyar dolar) ile üçüncü sırada yer aldı. Bugün ABD

nüfusunun %55'i internet üzerinden alışveriş yapıyor. Ayrıca toplam tüketici harcamalarının %10 kadarı internet üzerinden gerçekleşiyor [12].

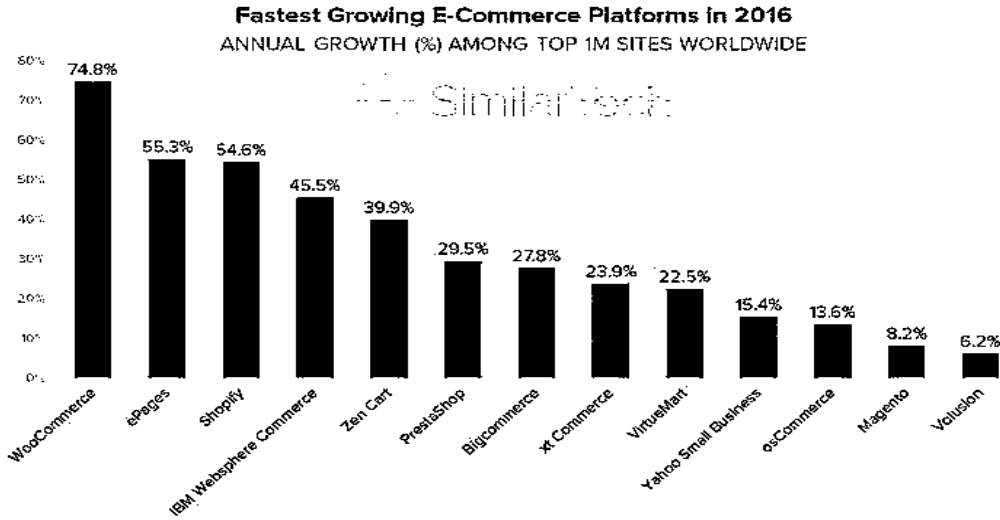
Graf 5. Dünya da perakende e-ticaret satışları 2014-2018



Source: eMarketer

Grafikte görüldüğü şekilde 2014 de 1.3 trilyon olan satış hacmi 2018 de 2.5 trilyona yaklaşacağı tahmin ediliyor.

Graf 6. 2016 yılı için E-ticaret alanında en hızlı büyüyen platformlar



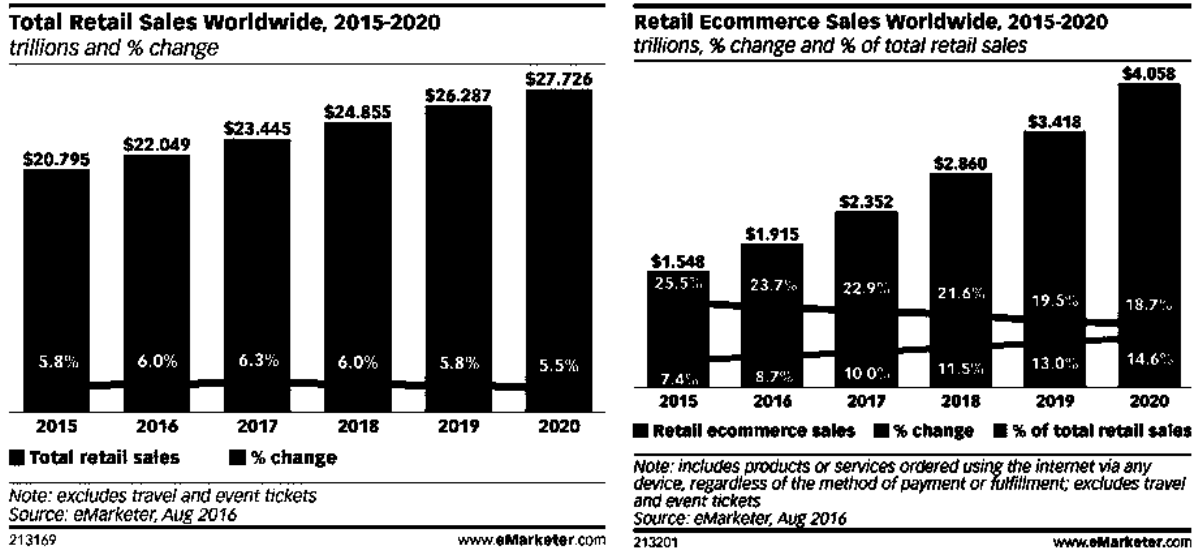
Sektörde kullanılan ve popüler olan üç platform; WooCommerce, ePages ve Shopify. Bu platformların 2017 yılında da güçlerini koruyacakları beklenmiyor. 2016'daki en üst düzey sitelerin, yeni müşterilerin yıllık ortalama büyüme oranı yüzde 31,4'tür. Magento, pazar payıyla lider olmasına rağmen, yılın son üç ayında yüzde 8,2 büyüme ile Magentonun başarısız olduğunu gösteriyor. SimilarTech'e göre ePages ve Zen Cart gibi platformlar henüz Magento ya da Shopify ile kıyaslanamayacak durumda. 2017, bu platformların üstünlük sağlayacakları bekleniyor. Büyük web siteleri içinde e-ticaret yazılımında Magento lider olsa da, diğer siteler daha hızlı bir şekilde büyümekte. Bu da sıralamanın 2017 yılı sonunda farklılık gösterebileceğini ortaya koyuyor. 2016 yılının Temmuz ayında WooCommerce, Square ile çalışmaya başladı. Kolayca entegre olma özelliği, platformun büyümesinin arkasındaki en güçlü faktörlerden birisi oldu. Rakamlara ve kullanım oranlarına göre; çeşitlilik, erişilebilirlik ve kullanım kolaylığı e-ticaret platformlarının başarısının temel taşları haline geldi. [13]

Forrester tarafından yapılan araştırmaya göre, B2B e-ticaret satışları 2020 yılına kadar 1,13 trilyon doları aşacağı tahmin ediliyor. Hem B2C hem de B2B e-ticaret satışları son yıllarda aşırı oranda büyüme göstermişken, B2C e-ticaret 1990'ların ortalarında piyasaya çıktı, 20 yıl içerisinde çok büyük gelişme gösterdi. e-Marketer tahminlerine göre B2C e-ticaret, ABD'de 2015 yılında bir önceki yıla göre % 14'ten fazla artarak 349 milyar doları geçti. Bu, hala ABD toplam perakende

satışlarının % 10'unu oluştursa da çok yüksek bir büyüme oranı. Tahminler büyümenin gelecekte devam edeceğini gösteriyor. B2B e-ticaret ise B2C'den daha sonra başlamış olmasına rağmen B2C'den elde edilen karın iki katından fazladır [14].

New York merkezli araştırma şirketi eMarketer, Küresel gelişmelere göre 2015 sonundaki verilerini güncelleyen eMarketer, e-ticaretin küresel perakende içindeki payının 2016 sonunda yüzde 6 olacağını tahmin etti. Pazarlama, medya ve ticaret alanında araştırmalar yapan eMarketer, 2015'te küresel perakende ticaretin 20,7 trilyon dolar hacminde olduğunu ve 2016'da 22 trilyon dolara çıkacağını açıkladı. Değişim oranları ise sırasıyla yüzde 5,8 ve yüzde 6 olarak değişiyor. eMarketer, seyahat, etkinlik bilet satışlarını ve restoran harcamalarını dikkate almadığı perakende ticaret hacminin 2020'de 27,7 trilyon dolara yükseleceğini tahmin ediyor.

Graf 7. 2015-2020 tarihleri arasında Dünyadaki perakende satış yüzdeleri



E-ticaretin büyüme hızı da düşüyor, fakat perakende içindeki payı yükselmeye devam ediyor. 2015'te 1,5 trilyon olarak belirtilen e-ticaret pazarının hacmi eMarketer öngörülere göre 2016 sonunda 1,9 trilyon dolar. Geçen yıl yüzde 25,5 olan büyüme oranı 2016'da 23,7'ye düştü, fakat e-ticaretin toplam perakende içindeki payı yüzde 7,4'ten yüzde 8,7'ye yükselecek. Bu oran 2017'de yüzde 10, 2020'de ise 14,6'ya ulaşacağı tahmin ediliyor. 2020'ye gelindiğinde küresel e-ticaret pazarı 4 trilyon dolarlık bir pazara sahip olacağı tahmin ediliyor (Perakende e-ticaret satışlarına da seyahat, etkinlik bilet satışlarını ve restoran harcamaları dahil edilmiyor.) [15].

### 8.1. Avrupa'da E-ticaret

Avrupa'da online alışverişin İngiltere, Almanya ve Fransa tarafından en yaygın kullanıldığını belirten Forrester, İspanya ve İtalyada da online alışverişin yükseldiğini belirtti. Forrester'ın 17 Avrupa ülkesi ile oluşturduğu araştırmasına göre Avrupa toplam alışveriş oranı 2011 yılından 2016'ya 96.706 milyon eurodan 171.957 milyona çıktığı tahmin edildi. Senelik %12'lik bir büyüme hızı görülmüştür. 2016'da İngiltere online ticaretinin toplam satışların %14'ü olduğunu belirten Forrester, bu oranın Almanya'da %10'a çıktığını açıkladı. Forrester'a göre İngiltere e-ticaret büyümesi senelik %11, Almanya da %12 olduğu tahmin etti. Forrester, İspanya e-ticaret büyüme hızının %19, İtalya'da ise %18 olduğunu belirtti. Tüketicileri online alışverişe yönelten sebepleri de araştıran Forrester, araştırma katılımcılarının %69'unun zamandan tasarruf için online ortamda alışverişe yöneldiklerini, diğer önemli sebepler arasında ise %68 oranında en iyi fiyatlara ulaşmak, %42'i oranında offline mağazalarda bulunmayan ürünleri bulabilmek, %31 oranında son alışveriş trendlerini takip etmek.. Avrupa'da e-ticaret satışlarının 2013-2018 yılları arasında %12 gibi bir yıllık büyüme oranı ile büyümesi beklenmekte. Bu durum 2018 yılında 233.9 Milyar € değerinde bir online perakende pazarı oluşturacağı tahmin ediliyor [16].

## 8.2. Güney Avrupa’da E-Ticaret

Güney Avrupa piyasaları Kuzey Avrupa pazarlarından daha hızlı büyüyecek. İspanya, Yunanistan, Portekiz ve İtalya gibi büyüme potansiyeli olan ülkelerdeki E-ticaret online alışveriş hattını kullanmayan milyonlarca insan var. Forrester’a göre Kuzey Avrupa piyasaları e-ticaret pazarlarında daha gelişmiş durumda. Almanya’da %7’den %10’a büyürken, Fransa’da %6’dan %10’a büyüyeceği tahmin ediliyor [17].

## 8.3. Amerika’da e-ticaret

Forrester’ın raporuna göre ABD’de mobil cihazlar üzerinden gerçekleştirilen ticaretin 2020’ye kadar 252 milyar dolara ulaşması bekleniyor, mobil ödemelerin de 2019 yılına kadar 141 milyar doları aşacağı öngörülüyor. Tüketicileri ve şirketleri sahteciliğe karşı önlem almak, güvenlik ve risk profesyonellerinin mobil alandaki sahtecilik ataklarına karşı Experian adlı bilgi hizmetleri şirketini kullandıkları görülmüştür. Experian, sahtecilik durumlarının yaşanmasının önüne geçiyor. Experian, dijital kanaldan gelen kredi başvurularında sahtekarlığın önlenmesi, müşterilerin oturum güvenliğinin sağlanması için gerekli başarılar sağladığı görülmektedir [18].

## 8.4. Amerika’da mobil ticaret 2020 yılında 252 milyar dolar’ı aşacağı tahmin ediliyor

Forrester’ın hazırladığı ‘Vendor Landscape: Mobile Fraud Management Solutions’; ‘Mobil Sahtecilik Yönetimi Çözümleri Raporu’na göre, ABD’de akıllı telefon ve tabletler üzerinden yapılan mobil ticaret, 2020 yılına kadar yaklaşık 252 milyar Dolar’ı, mobil ödemeler ise 2019 yılına kadar yaklaşık 141 milyar Dolar’ı aşacağı tahmin ediliyor. [19]

## 8.5. Çin’de e-ticaret

İnternet üzerinden yapılan ticaret, Çin’in iç bölgelerindeki şehirlerde büyümeye devam ediyor. Bu büyüme hem tedarikçi sayısında hem de tüketici sayısında artış gösteriyor. E-ticaretin ülkenin iç bölgelerindeki küçük yerleşim merkezlerine kadar girebilmesi ve her geçen yıl Çin’deki internet kullanımının arttığını gösteriyor. En çok satılan ürünler; bilgisayar, telefon ve elektronik ekipman dışında, hazır giyim, mücevher, takı ve saatler geliyor. Aynı şekilde uluslararası satışlarda Amerika, Almanya, İngiltere, Avustralya ve Brezilya internet kanalıyla Çin’deki tedarikçilerden mal alıyor. En son yapılan araştırmalara göre ihracat miktarı dahil ulaşılan hacim 300 milyar doların üzerinde. Çin en son yaptığı anlaşma ile Kazakistan ve Rusya üzerinden Avrupa’ya ulaşmak için 8445 km uzunluğunda bir yol açıyor. Asya’nın en büyük nakliyat arterlerinden biri olacak bu yol Çin mamüllerini 15 günde Avrupa’ya ulaştıracak. Hali hazırda Kazak koridorundan geçen 1 milyon tonluk nakliye hacmi, 2017 yılında bu yolun açılmasıyla 3,5 milyon tona ulaşacak. Ayrıca Özbekistan ve Tacikistan da bu yola bağlanabilmek. Yolun açılması Orta Asya’daki ticareti başka bir boyuta taşıırken otel, dinlenme tesisleri, benzin istasyonları ve bunların işletmeciliğini yapan şirketlerde kazanç sağlayacak. 2017’de bitmesi beklenen yeni ticaret yolu, beraberinde birçok fırsat getirirken, ticaretteki dengeleri de değiştirecek [20].

## 8.6. Çin’in e-ticaret satışı mobil sayesinde 1 trilyon dolara ulaşılacağı bekleniyor

Forrester’ın yeni araştırma raporuna göre, 2019 yılında Çin’de yapılan online e-ticaret harcaması 1 trilyon dolara çıkacağı bekleniyor. Bu büyümede iki önemli neden mobil uygulamaların gelişimi ve lojistik ağları ile en küçük şehirlere bile ulaşılabilmesi [21].

## 9. Sonuç

E-ticaret kavramı sık sık duyduğumuz bir kavram, yıllar öncesinde başlamış ve dünyaya yayılmıştır. Geçmiş yıllarda e-ticaret klasik metolarla yapılırken günümüzde yeni teknolojiler ile bütünleşmiştir. E-ticaretin bu noktalara gelmesindeki en önemli neden, kişi başına düşen Mobil kullanıcıların artması ve internet ağının etkin kullanımınıdır.

Dünyada E-ticaret çok hızlı bir şekilde büyüyor. Amerikalı tüketiciler alışverişlerinin %70’e yakını, Avrupa da %35’i internet üzerinden alışverişini gerçekleştiriyor[22].

Amazon.com çok çeşitli ürünlere sahip modern tesisleri ile lider konumda. Çin pazarlarındaki firmalarda yerini yeni yatırımlarıyla büyük yarıştaki payını sürdürmektedir. Dünya e-ticaret hacmi, istatistiklere göre tahminen 10 trilyon doları aştığı görülmüyor. Küresel pazarlarda e-ticaret yapan firmaların büyük bir yarışın içinde yer aldığı, ticaret hacminin sürekli arttığı görülmüyor.



İnternet kullanım oranının yüksek olduğu ülkelerde e-ticaret hacminin maksimum seviyelerde olduğunu göstermektedir. E-ticaret sitelerinden alışveriş yapmak tüketicilerin site güvenliğinden, firmanın sorumlu olması, doğru ürünü, doğru zamanda doğru yere en düşük maliyetle ulaştırması prensiplerini önemli bir süreç olarak staretijilerine eklemeleri, onları güçlü konuma getirecektir. E-ticaret pazarı yükselen yaşam standartlarına paralel olarak büyümesini sürdürmeye devam edecektir. Bu büyümeyle birlikte teknik problemler, güvenlik sorunları, kalite gibi fonksiyonlar, firmaların en önemli dezavantajları olarak ortaya çıkacaktır. Dünya da teknolojik gelişmeler, hızı, verimliliği, esnekliği, kaliteyi artırarak tüketiciler için mutlu pazarlar oluşturmaya devam etmektedir.

## Kaynaklar

1. OECD, (2011). OECD Guide To Measuring The Information Society, OECD Publishing.
2. <https://sosyalajans.com.tr/turkiyede-ve-dunyada-e-ticaret/>
3. <http://www.dijitalajanslar.com/internet-ve-sosyal-medya-kullanici-istatistikleri-2017/>
4. <http://eticaretzirvesi.org>
5. <http://eticaretmag.com/ozel/analiz-ozel/ulke/>.
6. <https://tr.vpnmentor.com/blog/abd-ve-duenya-capinda-yili-internet-tren>
7. <http://www.hurriyet.com.tr/2017de-e-ticareti-yonlendirecek-5-trend-40347067>
- [8] <http://fintechtime.com/tr/>
9. [durumhttps://tr.vpnmentor.com/blog/abd-ve-duenya-capinda-yili-internet-tren](http://tr.vpnmentor.com/blog/abd-ve-duenya-capinda-yili-internet-tren)
10. eMarker, April 2016
11. <http://www.fortuneturkey.com/global-e-ticaret-hacmi-2-trilyon-dolara-yukselecek-12505>
12. <http://www.eticaret.com>
13. <https://www.techinside.com/2017de-e-ticaret-pazarinda-yeni-oyunculari-gorebiliriz/>
14. <http://www.ekonomi.gov.tr/portal>, Ekonomi Bakanlığı, Ekonomik Araştırmalar ve Değerlendirme Genel Müdürlüğü
15. <http://www.ekonomi.gov.tr/portal>
16. <http://eticaretmag.com/forrester-avrupa-eticaret-arastirmasi/>
17. Kaynak: <http://bit.ly/1kEmYs6>
18. <http://eticaretcagi.com/2016/11/04/abdde-mobil-ticaretin-2020-yilina-kadar-252-milyar-dolari-asmasi-bekleniyor>
19. <http://www.experian.com.tr/blogs/experian-hakkinda/2016/09/amerikada-mobil-ticaret-2020-yilinda-252-milyar-dolari-asacak/>
20. <http://www.platinmarket.com/cin-e-ticaret-pazari-hizla-buyuyor/>
21. <http://eticaretmag.com/cinin-e-ticaret-satisi-mobil-sayesinde-1-trilyon-dolara-cikiyor/>
22. <https://www.eticaretport.com/turkiye-ve-dunyada-eticaret-s2054.html>