

Kadınlar Gözünü 'sosyal Ticaret'e Dikti

İSTANBUL HABERLERİ | 12.09.2018 10:06 | Son Güncelleme 12 Eylül 2018

Türkiye'de herhangi bir sosyal ağ üzerinden satış yapanların sayısı 1 milyonu aştı. Kadınlar yüzde 58'lik...



Türkiye'de herhangi bir sosyal ağ üzerinden satış yapanların sayısı 1 milyonu aştı. Kadınlar yüzde 58'lik oranla, son 5 yılda 10 kat büyüyen sosyal ticarete erkekleri geride bıraktı. Bu oranın yüzde 10 artması, Türkiye ekonomisine yaklaşık 1,5 milyar dolar katkı sağlayacak.

Mesajlaşma uygulamaları üzerinden kullanıcılarına ürün alış ve satış imkanı sunan Paym.es, Türkiye'deki sosyal ağlar üzerinden yapılan satışlara dair önemli rakamları derledi. Buna göre; 80 milyonu aşan nüfusuyla Türkiye'de herhangi bir sosyal ağ üzerinden satış yapanların sayısı 1 milyonu geçti. Bunların yüzde 86'sı ürün, yüzde 14'ü ise hizmet satışı temelli. Satış yapanlar incelendiğinde, kadınlar yüzde 58'lik oranla erkekleri geride bıraktı. Sosyal ağ kullanıcılarının 51 milyona ulaştığı Türkiye'de, 44 milyon kişi sosyal ağlar üzerinde akıllı telefonlarını kullanırken internet kullanıcılarının da yüzde 30'u, alışverişte mobil cihazları tercih ediyor.

Mağaza vitrinine dönüşen Instagram'da, sepet ortalaması 127 TL

E-ticaretin bir adım ötesine geçen sosyal ticaret; Facebook, Instagram gibi sosyal ağlarda yapılan alışverişi ifade ediyor. Özellikle Instagram'la birlikte her yaştan insanın her tür ürün ve hizmetini satışa çıkarabildiği bu platform, alışverişin en yoğun yaşandığı yer olarak öne çıkıyor. 4 yılda kullanıcı sayısını 4 kat artıran, 2018 itibarıyla 37 milyon kullanıcıya ulaşan Instagram aracılığıyla Türkiye'de yapılan sosyal ticaretin sepet ortalaması 127 TL. Çalışanların yüzde 22'lik bölümü, özellikle de kadınlar, ek iş olarak el emeği ürünlerini Instagram aracılığıyla satışa çıkarıyor. Mağaza vitrinine dönüşen Instagram'da sadece 50 milyon içerik #Sale etiketinin altında satılmayı bekliyor.

"Sosyal ticaret son 5 yılda 10 kat büyüdü"

Konuyla ilgili açıklamada bulunan Paym.es Kurucu Ortağı Sabrican Zaim, "Son 5 yılda 10 kat büyüyen sosyal ticaretin hacimi dünya genelinde 50 milyar dolara yükseldi. 2021 yılında ise 165 milyar doları aşacağı öngörülüyor. PwC'nin verilerine göre online alışveriş yapan kullanıcıların yüzde 39'u, alışveriş için temel motivasyonlarının sosyal ağlar olduğunu belirtiyor. Z kuşağının da etkisiyle perakendede başlayan bu dönüşümden yola çıktık ve herkesin kolaylıkla kullanabileceği, mesajlaşma uygulamaları üzerinden ürünlerini güvenli bir şekilde satın alındığı bir alışveriş sistemini hayat geçirdik. Temel amacımız, yalnızca mesajlaşma uygulamalarıyla alışverişi sıkıcı form ve uzun onay süreçlerinden kurtarmak. Bu noktada akıllı elektronik ticaret chatbotu Paym.es'i; Facebook, Telegram, Bip, Line, Whatsapp ve ETSY aracılığıyla e-ticarete bağladık" dedi.

"Kadınların iş gücüne katılımı yüzde 10 artarsa, ülke ekonomisine 1,5 milyar dolar katkı sağlanacak"

Sosyal ağlarda satış yapanların yüzde 58'ini kadınların oluşturduğunun altını çizen Sabrican Zaim, "Kadınlar, sosyal ağlar üzerinde erkeklere göre daha aktif. Instagram ile birlikte özellikle kadınların el emeği ürünlerini sergileyip satabileceği önemli bir gelir yapısı oluştu. Sosyal ticaret ev hanımından, aktif iş hayatında yer alanlara kadar tüm kadın girişimciler için yeni bir iş modeli haline geldi. TÜİK verilerine göre kadınların iş gücüne katılım oranı yüzde 33,6, erkeklerin ise yüzde 72,5. Kadınların iş gücüne katılım oranı yüzde 10 artarsa, Türkiye ekonomisine yaklaşık 1,5 milyar dolar katkı sağlanır" ifadelerini kullandı.