

NORVEÇ'TE E-TİCARET

I.ÜLKE E-TİCARET HACMI (GENEL VE SEKTÖRLERE GÖRE)

İşletmeler hızla gelişen iş ortamlarına ayak uydurmalarına yardımcı olacak platformlar aradıkça, B2B pazarı dünya çapında patlama yaşıyor gibi görünüyor. B2B pazarı Norveç'te son derece kişisel bir düzeyde yürütülmesi bakımından benzersizdir. Benzersiz olmayan şey, diğer Avrupa pazarları ile aynı şekilde, B2B alanında Norveçlilerin üstesinden gelmesi gereken, çoğunlukla karmaşık endüstri fiyatlandırması ve çok sayıda üçüncü tarafın katılımıyla ilgili engellerin olmasıdır.

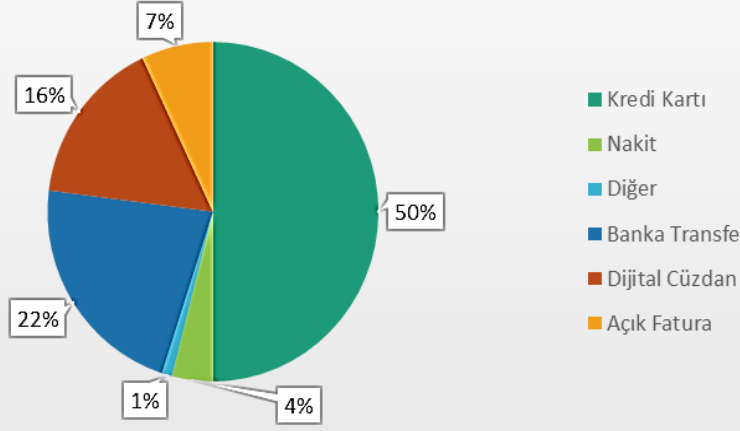
2020 yılında, Norveçli işletmelerin %12'si çevrimiçi satış gerçekleştirmiştir. Ülkedeki büyük şirketlerin %57'si son 5 yılda dijital satışlar gerçekleştirmektedir.



Kredi ve banka kartı ödemeleri, Norveçli müşteriler arasında en popüler ödeme yöntemidir. 2019'da Norveçli çevrimiçi alışveriş yapanların %50'si alışveriş sepetlerinin ücretini kartlarıyla ödedi. Norveç'teki nakitsiz trendin, önümüzdeki yıllarda da büyümeye devam etmesi bekleniyor.

Norveç e-ticaret pazarına girmek isteyen şirketler, borç ve krediye ek olarak çok çeşitli ödeme yöntemleri sunmalıdır. Bölgenin favorilerinden bazıları Klarna, Vipps ve PayPal, Skrill veya Neteller gibi dijital cüzdanlardır.

Norveç Ödeme Yöntemleri



KAYNAK: JP MORGAN

II.ÖDEME YÖNTEMLERİ

Kuzeyli tüketicilerin çevrimiçi yaptıkları alışverişler için nasıl ödeme yapmak istedikleri biraz farklılık gösterir. Banka kartları veya kredi kartları Danimarka, Norveç ve Finlandiya'da en çok tercih edilen ödeme yöntemidir. İsveç'te fatura hala en popüler ödeme yöntemidir. Dijital ödeme yöntemleri henüz İskandinav ülkelerinde diğer Avrupa ülkelerindeki kadar popüler değil. Öte yandan, genellikle yerel bankacılık ortaklıkları olan mobil uygulamalar, İskandinav ülkelerinde oldukça hızlı bir şekilde popülerlik kazanıyor.

III.TESLİMAT YÖNTEMLERİ

İskandinav ülkelerindeki tüketiciler, çevrimiçi alışverişlerinin nasıl teslim edilmesini istedikleri konusunda öne çıkıyor. Açık bir çoğunluğunda tüketiciler, çevrimiçi alışverişlerinin evlerine teslim edilmesini tercih ediyor. İsveç ve Norveç'te tüketicilerin ilk tercihi mümkünse posta kutusuna teslim etmek ve ürünü bir servis noktasından teslim almaktır.

SINIR ÖTESİ E-TİCARET

İskandinav tüketicileri, konu e-ticaret olduğunda ortalamanın üzerinde bir olgunluk düzeyine ulaştı ve yabancı oyuncular İskandinav bölgesinde iyi bir başarı beklentisine sahip. Norveç de dahil olmak üzere bölgedeki son kullanıcılar, teknoloji konusunda bilgili ve nitelikli harcama yapanlardır ve Avrupa'da ve küresel olarak e-ticaret kullanımının en üstünde olarak kabul edilirler. İnternet üzerinden satış yapmayı düşünen üreticiler, satıcılar ve perakendeciler müşterilerle daha kolay iletişim kurma fırsatına sahiptir, ancak yine de sipariş karşılama, nakliye, vergiler, katma değer vergisi (KDV) ve AB düzenlemeleriyle ilgili zorlukları göz önünde bulundurmaları gerekir. Norveç, Avrupa'da sınır ötesi alışverişin en fazla olduğu ülkeler arasındadır ve Norveçliler genellikle uluslararası web sitelerine çok açıktır.

AB'nin Elektronik Ticaret Direktifi (2000/31/EC), AB'deki çevrimiçi hizmetler için kurallar sağlar. Sağlayıcıların kuruldukları ülkedeki (menşe ülke) kurallara uymasını gerektirir. Çevrimiçi sağlayıcılar, web sitelerinde iletişim bilgilerini belirtmek ve reklamları açıkça tanımlamak ve istenmeyen postalara karşı koruma sağlamak gibi tüketici koruma kurallarına uymalıdır. Direktif ayrıca, üçüncü şahıslar tarafından yasa dışı içerik ileten ve bilmeden içerik barındıran araçlar için sorumluluk muafiyeti sağlar.

SINIR ÖTESİ SORUNLAR

Veri koruma yasaları ve düzenleyici yetkiler, yetki alanı dışında ikamet eden kuruluşlar veya bireyler için geçerli olabilir mi sorusu öne çıkmıştır. Buna cevap olarak ise ;

GDPR, hem AB hem de Norveç vatandaşları hakkında kişisel verileri işleyen kuruluşlar için geçerlidir. Aynı zamanda Norveç ve Avrupa şirketleri için de geçerlidir. Bir yabancı uyruklu, kişisel verileri bir Norveçli veya Avrupa şirketi tarafından işlendiğinde GDPR'nin korumasından yararlanacaktır.

Temel kural olarak, kişisel veriler yalnızca verilerin yeterli düzeyde korunmasını sağlayan ülkelere aktarılabilir. GDPR'yi uygulayan ülkeler bu gereksinimi karşılamaktadır. Avrupa Birliği dışındaki ülkelere, 'üçüncü ülkelere' yapılan transferler, AB standart sözleşmesinin veya bağlayıcı şirket kurallarının kullanılmasını gerektirir. Söz konusu tüzel kişi Gizlilik Koruması kapsamında sertifikalandırılmamışsa, Amerika Birleşik Devletleri'ne yapılan transferler de aynı şeyi gerektirir. Bireyler, verilerinin üçüncü ülkelere aktarıldığı konusunda bir gizlilik politikası veya benzeri aracılığıyla bilgilendirilmelidir.



Bu sonuçlar İskandinav ülkelerindeki çevrimiçi mağazalar için ilginçtir ancak PostNord'un kendisi de bunlardan yararlanmayı planlıyor. Şirket, yakın gelecekte İskandinav bölgesinde çok sayıda koli dolabı açmayı planlıyor. PostNord, Danimarka'da ve Norveç'te yaklaşık 3.000 kilitli dolap yerleştirecek ve hedef 2022'nin sonuna kadar ülke genelinde 1.500 kilitli dolaba ulaşmak.

IV. TÜKETİCİ ÖZELLİKLERİ

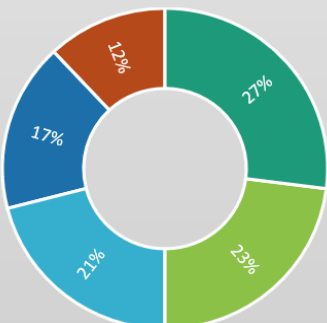
Online alışveriş yapanların çoğunluğunu 25-34 yaş aralığında olanlar oluştururken, onları sırasıyla 16-24 yaş aralığındakiler ve 35-44 yaş aralığında olanlar takip etmektedir. Cinsiyet itibarıyla incelendiğinde erkekler, kadınlara göre çok az öndedir. Eğitim düzeyine göre incelendiğinde de, yüksek öğrenim görenler daha çok alışveriş yaparken, orta düzey eğitim görenler ikinci sıradadır. İstihdam durumuna göre ise, çalışanlar ve kendi işini yapanlar ilk sırada yer alırken, onları öğrenciler takip etmektedir. En az alışveriş yapanlar ise emekli ve aktif şekilde çalışmayanlardır.

NORVEÇ'İN E-TİCARET KATEGORİLERİ

EcommerceDB tarafından beş kategori göz önünde bulunduruluyor. Moda, Norveç'teki en büyük segmenttir ve Norveç'teki e-ticaret gelirinin %27'sini oluşturur. Bunu %23 ile elektronik ve medya, oyuncaklar, hobi ve kendin yap takip ediyor, %21 ile gıda ve kişisel bakım, %17 ile mobilya ve gereçler, kalan %12 ile gösterilmektedir.

Norveç'in En Popüler E-Ticaret Kategorileri

■ Moda ■ Elektronik ■ Gıda ve Kişisel bakım ■ Ev Gereçleri ■ Diğer



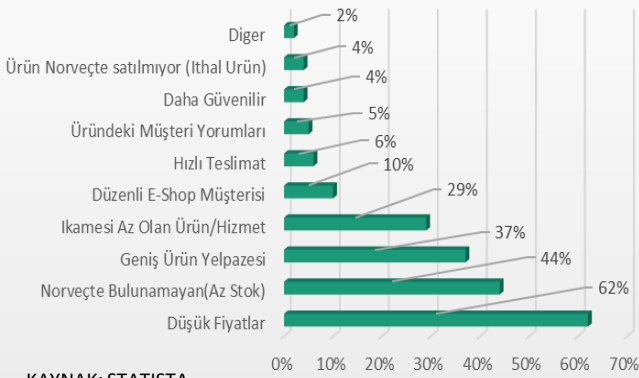
MOBİL E-TİCARET

İskandinavya ülkeleri hem genele bakıldığında, hem de teker teker incelendiğinde mobil e-ticaret ile çok fazla içli dışlı değil gibi gözüküyor. Ancak artan akıllı telefon kullanımıyla birlikte, mobil e-ticaret ile ilgili rakamlar da artış gösterecek ve bu da, mobil e-ticaret alanında İskandinavya'da ciddi fırsat olabileceğinin bir kanıtı.

Avrupa ödeme pazarında ülkeler arası farklılıklar görülmekle birlikte dijital cüzdan ve diğer ödeme yöntemleri kullanımı artmaktadır. Almanya'da tüketiciler geleneksel olarak nakit ödemeyi tercih etse de elektronik ödemeler yaygınlaşmaktadır. Deutsche Bank'a göre COVID-19 süreci bireylerin ödeme tercihleri üzerinde kalıcı değişikliğe yol açmıştır. Bu durumda kartla ödemelerin, nakit ödemelerin önemli bir kısmının yerini kalıcı olarak alması beklenmektedir. Avrupa'da akıllı telefon sahipleri arasında mobil cüzdan kullanım oranı Kuzey Avrupa ülkelerinde diğer bölgelerdeki kullanıcılara göre daha yüksektir. Bu kapsamda Kuzey Avrupa ülkelerinde ilk sırada %40,9 ile Danimarka gelirken İsveç %36,2 ile ikinci, Norveç ise %25,8 ile üçüncü sırada yer almaktadır ve bu pastanın tek başına %10'luk dilimini oluşturmaktadır.

ELEKTRONİK PAZARLAR

Neden E-Shoplar Tercih Ediliyor

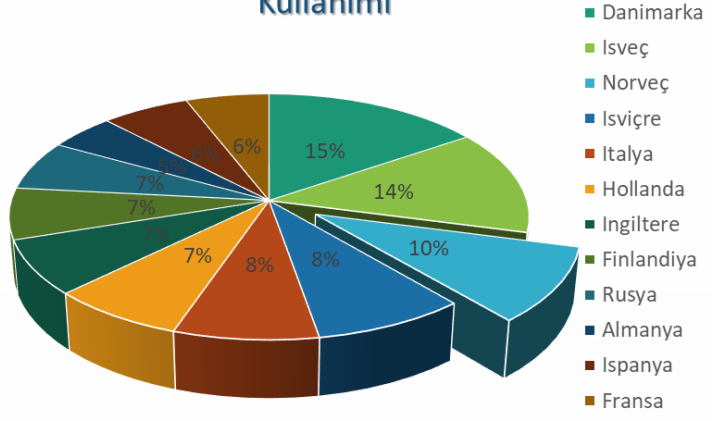


KAYNAK: STATISTA

Norveçli tüketiciler, çevrimiçi alışveriş yaparken bile yerel markaları desteklemeye çalışırlar, bu da yabancı e-ticaret markaları için başka bir engel oluşturur. Ancak, yüksek yurt içi fiyatlar genellikle müşterileri korkutup kaçıtır. Bu, sınır ötesi e-ticaret mağazalarının, fiyatlandırma açısından Norveçli alışveriş yapanlarla zaten bir "giriş" olabileceği anlamına gelir. 2020 yılında Norveçlilerin %25'i sınır ötesi çevrimiçi alışveriş yapmıştır.



Cep Tel. Kullanımına Göre Mobil Cüzdan Kullanımı

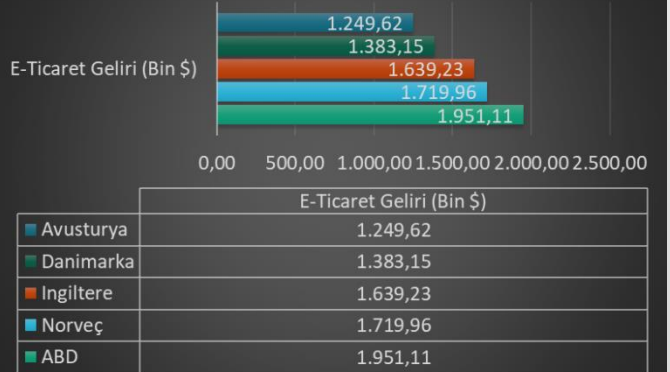


İskandinav bölgesi bir süksü yaşadı ve E-ticarette %55 büyüme, 2017 ile 2019 arasındaki iki yıllık dönemde sağlandı. 2019'da COVID-2020 salgınının başlamasıyla birlikte Norveç, güçlü ekonomik temellerine güvenmeye devam etti ve tüketici satın alımlarının daha fazlasını çevrimiçi mağazalara kaydirdi. 2020'nin sonunda, Norveç'te çevrimiçi satışlar tahminleri aştı. Analistler, kriz sonrası e-Ticaret satışlarında gerileme olasılığı olsa bile 2021'in sonunda rekor kıran başka bir çevrimiçi alışveriş yılı bekliyorlardı.

Norveç'in nüfusu şehir merkezlerinde daha yoğundur, ancak genişleyen manzarası, online alışverişin rahatlığını sağlar. Birçok müşteri, kırsal veya uzak konumları nedeniyle teslimat için biraz daha beklemeye bile razı. Ancak en büyük yerel işletmelerden bazıları, e-ticaret alanındaki önemli oyuncular ve bu, gelişmekte olan işletmelerin Norveç e-ticaret pazarında yer bulmasını zorlaştırabilir.

Aşağıdaki grafikte Dünya E-Ticaret Gelirleri'nin İlk 5 Ülkesi'ni görebilirsiniz. Norveç bu grafikte İngiltere ve Danimarka'yı geride bırakarak ABD'nin hemen arkasında 2.sıraya yerleşiyor.

E-TİCARET GELİRLERİ



BELLİ BAŞLI E-TİCARET SİTELERİ

Oyun ekipmanlarından bilgisayar ekipmanlarına, PC ve cep telefonlarından beyaz eşyalara, mutfak ekipmanlarına, TV'lere, ses ürünlerine kadar birçok teknolojik ürünler mevcuttur.



FINN.NO



FINN.NO iş, konut, araba, satış, seyahat ve diğer hizmetlere ayrılmış bölümleri olan reklam sitesidir.

Tüketici elektroniği perakendecisi olarak hizmet vermektedir.

ELKJOP



NETTHANDELEN.NO



Norveç'in en büyük açık artırma tabanlı e-ticaret sitesidir.

Norveç'in en büyük çevrim içi güzellik ürünleri mağazasıdır.



KAYNAKÇA

NIELSEN, SHOPIFY, EUROSTAT, TİCARET BAKANLIĞI VERİLERİ, MFA.GOV.TR, ECOMMERCE-EUROPE.EU, SSB.NO, ZEPHYRNET.COM, WEBRAZZI.COM

BERKAN DİNÇ
KEREM YENİ
İLAYDA ÇAKILKAYA
BERKE ÖRNEK
BÜŞRA İMAMOĞLU
NİLAY KOÇAK
FURKAN TAK