



Çalışmanın paydaşları

Proje Danışmanı

Deloitte.

Proje Veri Ortağı

 **SimilarWeb**

iNVECON

 **etid**
Elektronik Ticaret İşletmecileri Derneği



Tanım ve tahminleme modeli



E-Ticaret tanımlama ve kapsam

E-Ticaret Tanımı

Ürün ya da servis siparişi online kanaldan verilmelidir. Telefon, fax, çağrı merkezi, e-mail vb. aracı kanallar ile yapılan işlemler hariç tutulur

Ürün ya da servis teslimatı online ya da çevrimdışı olabilir

Ödeme kanalı online ya da çevrimdışı olabilir

Tanım itibariyle kapsam dışı işlemler*



Çağrı merkezi üzerinden verilen siparişler



İşletmelerin bayileri/şubeleri ile aralarındaki sanal POS üzerinden ödemesi yapılan işlemler



Yüzyüze alışveriş olmasına rağmen sanal POS üzerinden yapılan işlemler

*Sanal POS üzerinden geçmesine rağmen B2C e-ticaret olmayan işlemler

Kapsam



B2C

Türkiye'de fiziksel varlığı bulunan perakendecilerin e-ticaret hacmi

C2C**

Aylık ziyaret > 15k

B2B

**Sosyal medya kanalları üzerinden yapılan satışları içermemektedir.

Tahminleme modeli

Ziyaret Sayısı



Alışverişe Dönme Oranı



Ortalama Sepet Büyüklüğü



Sektör Temsilcileri ile Görüşmeler / Eklmeler / Düzeltmeler



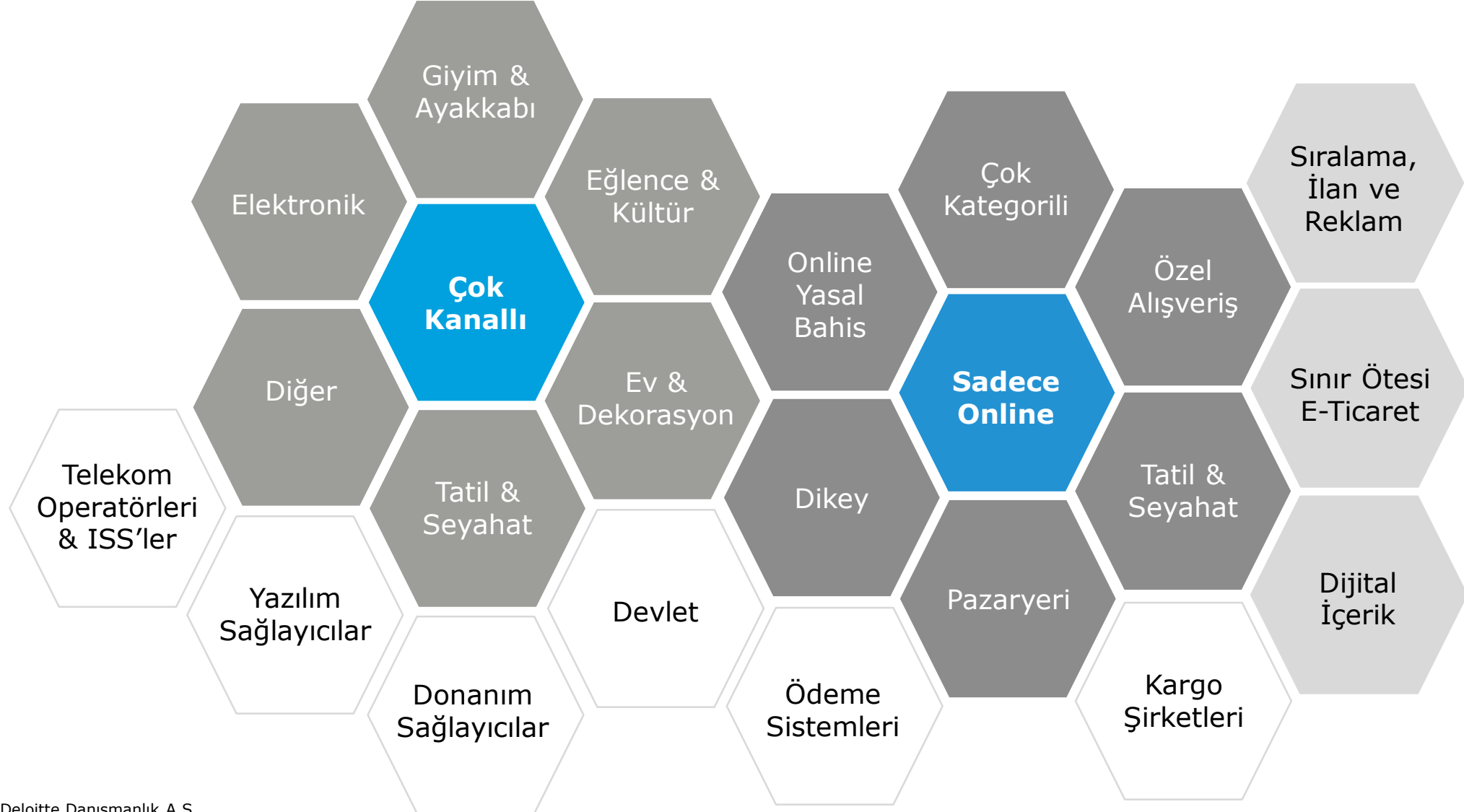
E-Ticaret Hacmi



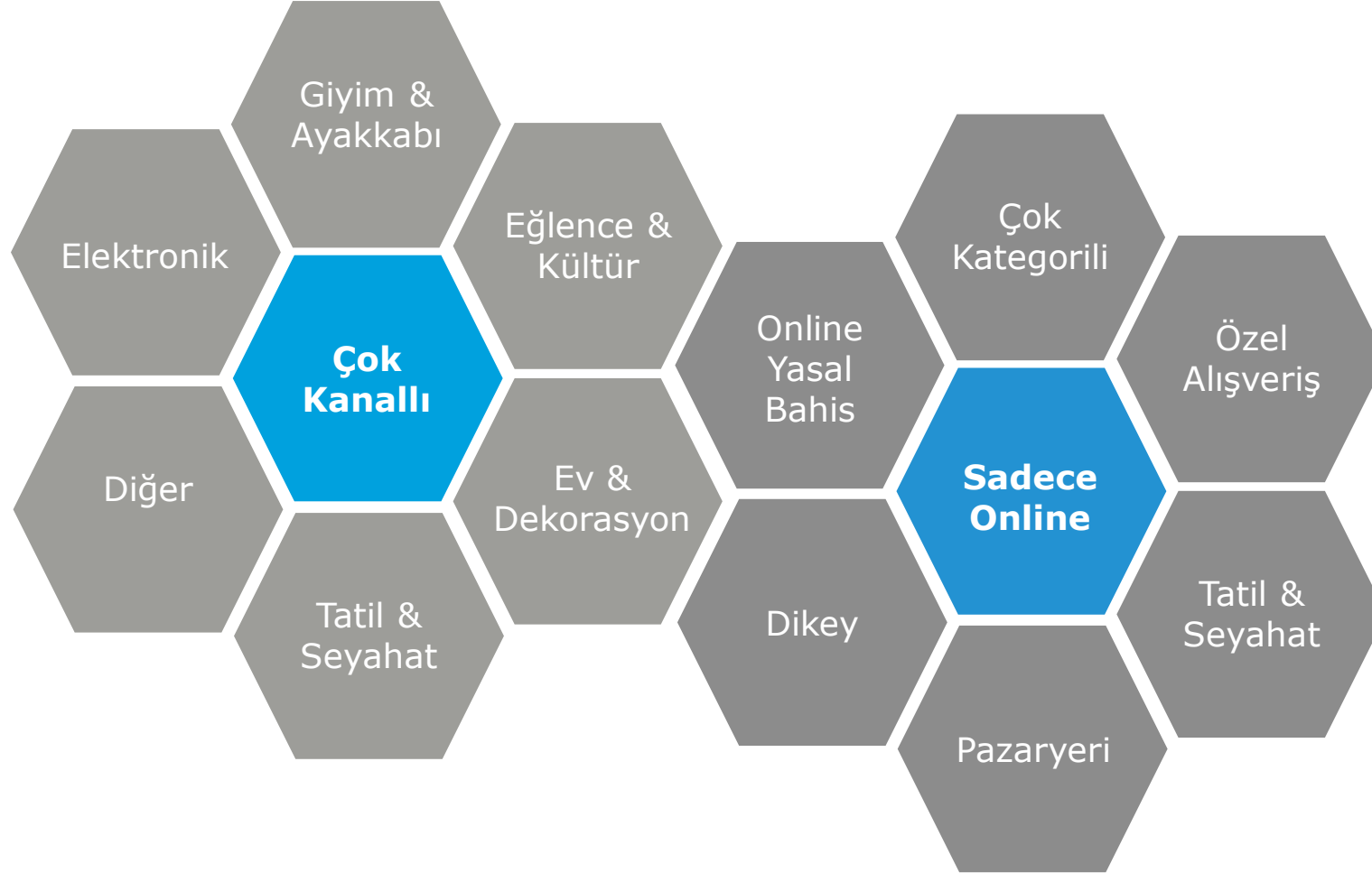
E-Ticaret ekosistemi ve çalışma kapsamı



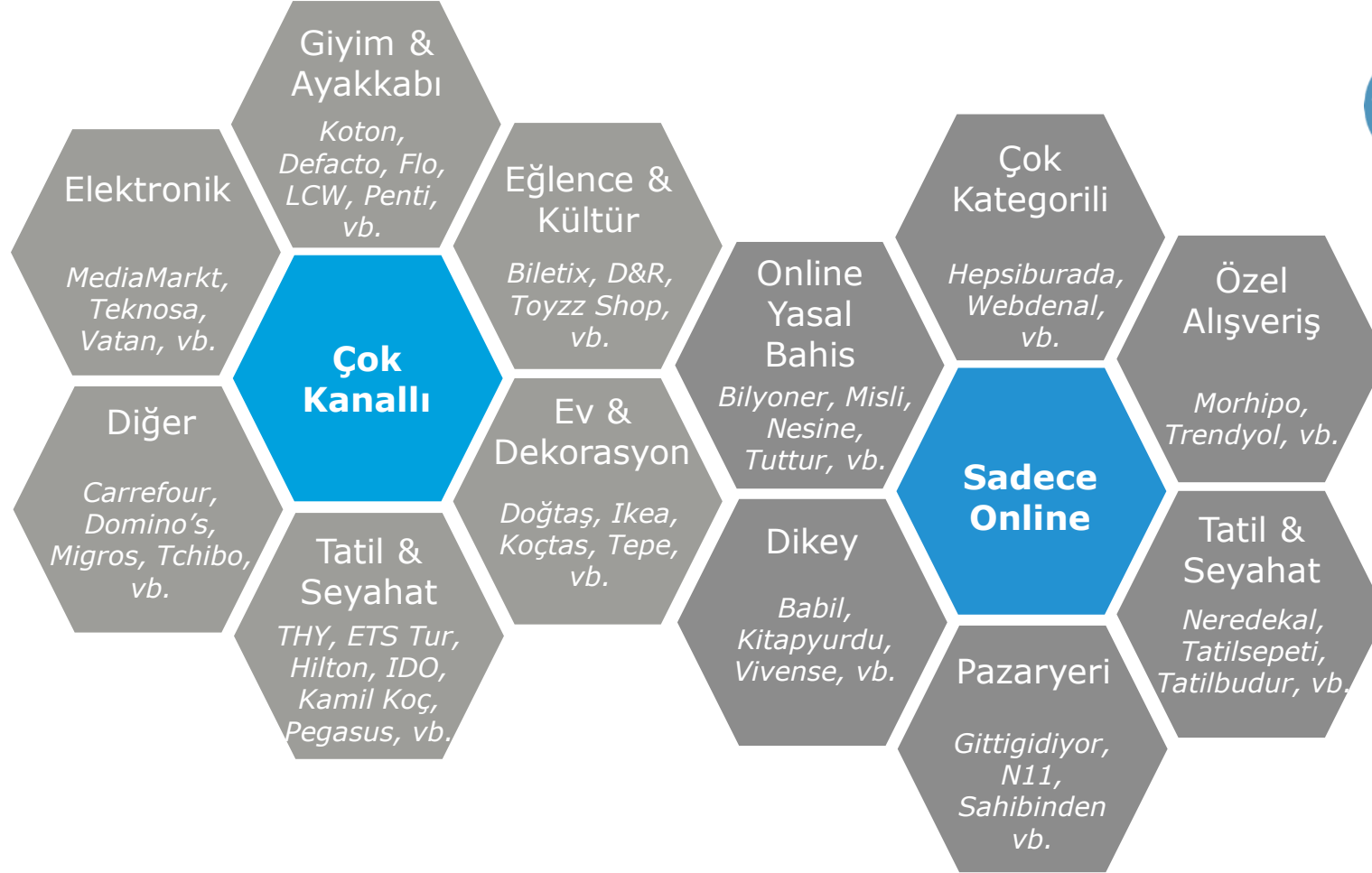
E-Ticaret ekosistemi



Tahminlenen pazar kapsamı



Tahminlenen pazar kapsamı



Örnek Siteler



E-Ticaret pazar büyüklüğü

Türkiye'de e-ticaret pazar büyüklüğü (milyar TL)

2017-18 Yıllık Büyüme

%42

2017-18
Yıllık Büyüme

%26

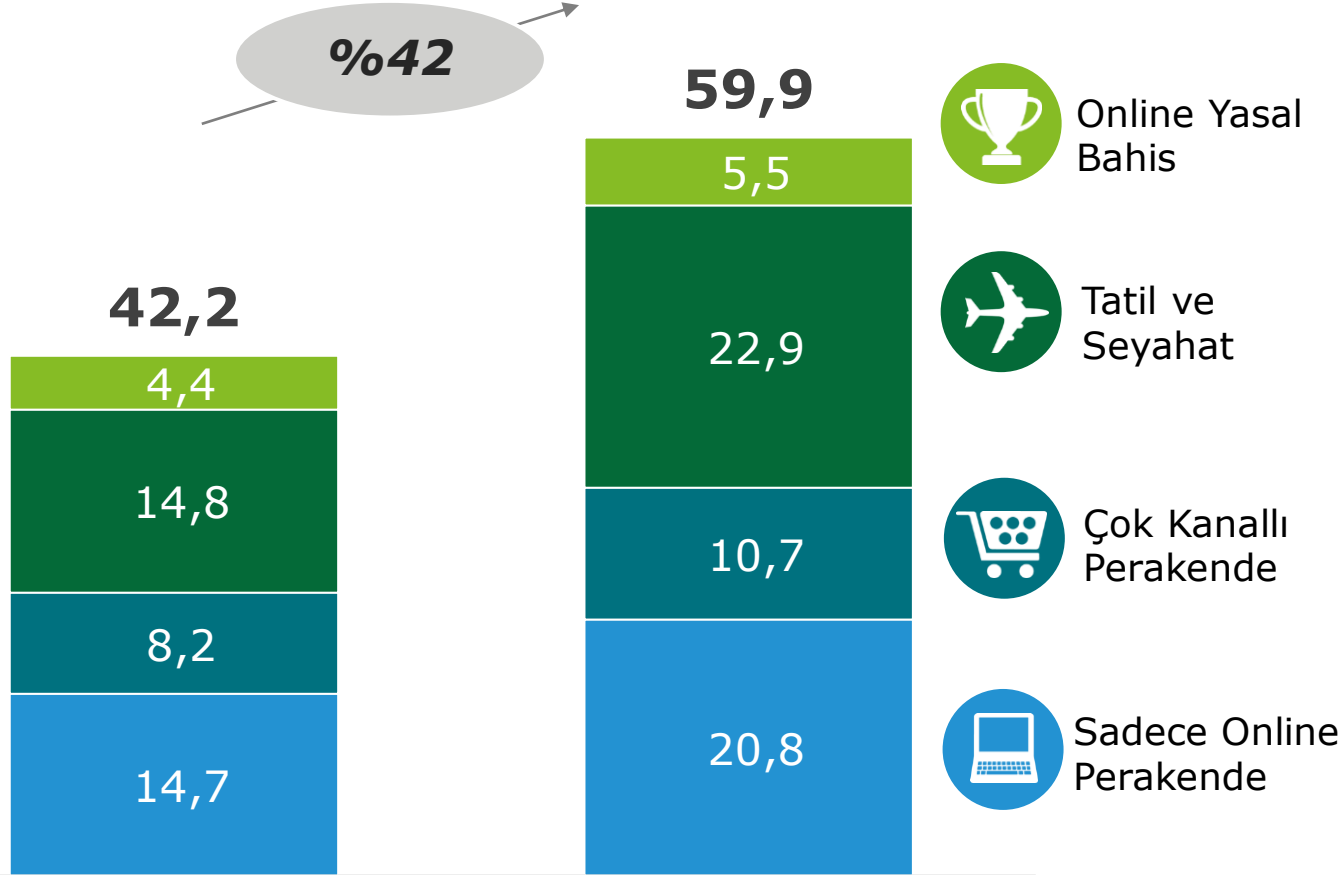
2018 Sektör
Büyüklüğü

28,4
milyar TL

Perakende Dışı

31,5
milyar TL

Perakende



2017

2018

Türkiye'de e-ticaret pazar büyüklüğü (milyar TL)

2014-18 Ortalama Yıllık Büyüme

%33

2014-18
Ortalama Yıllık Büyüme



Online Yasal Bahis

%28



Tatil ve Seyahat

%36



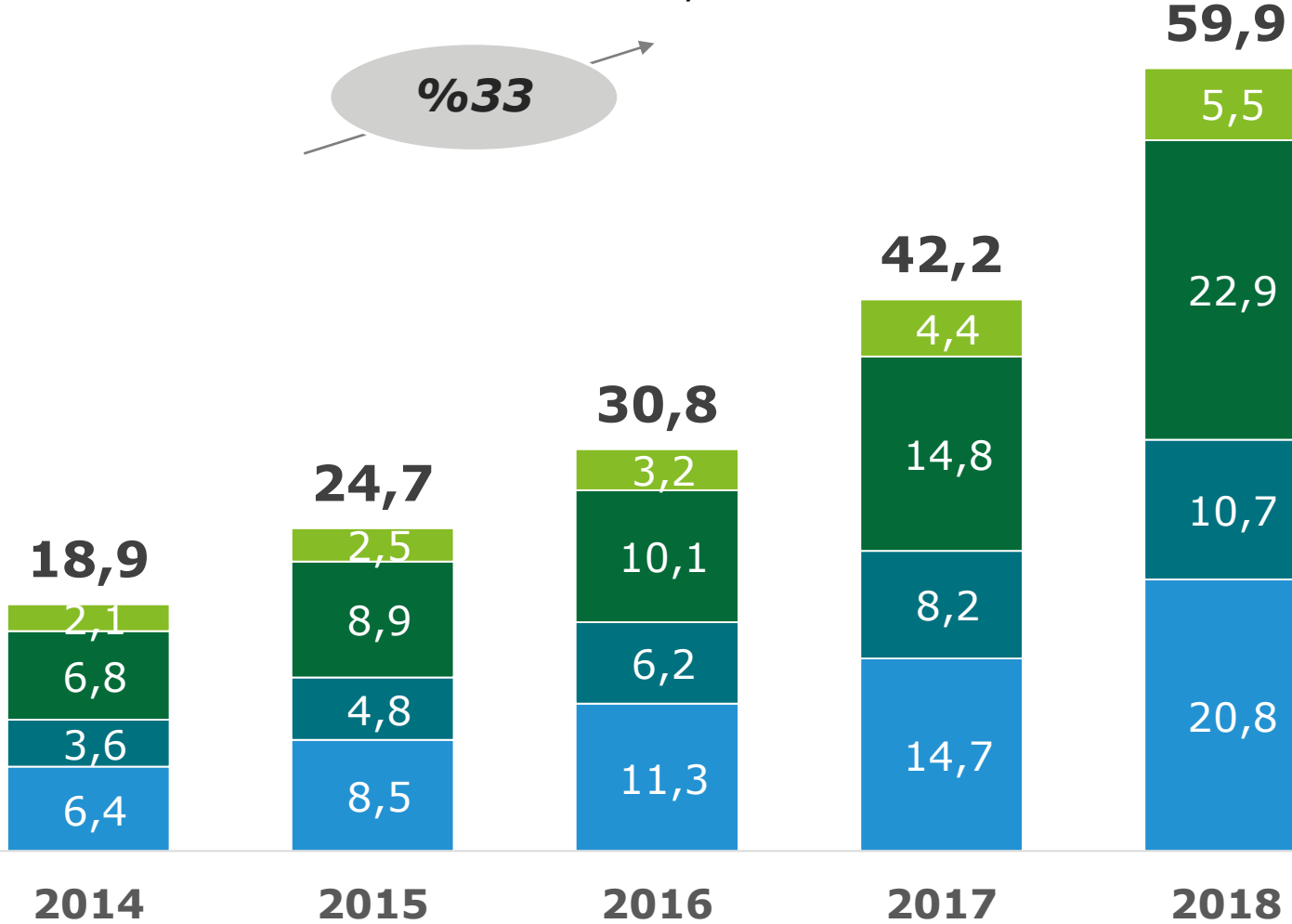
Çok Kanallı
Perakende

%31

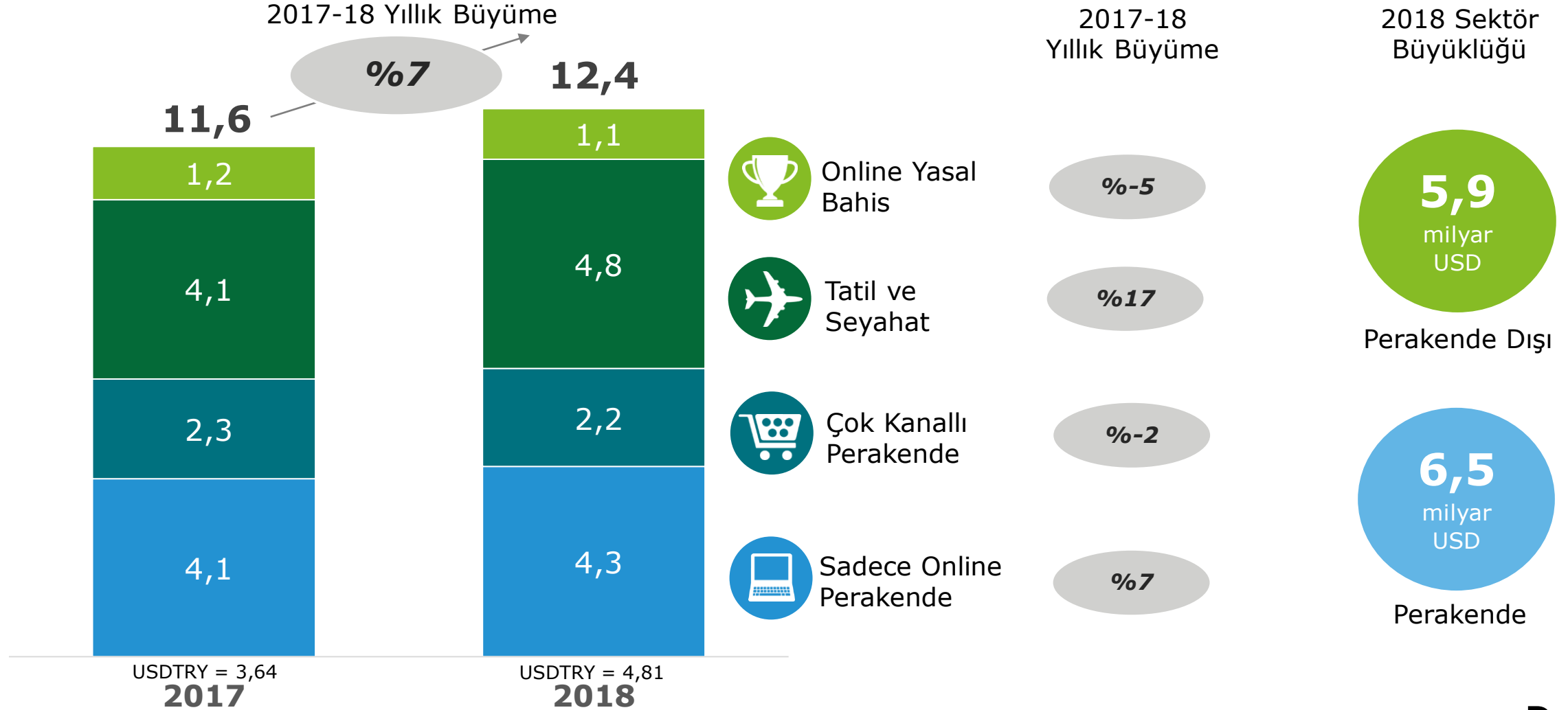


Sadece Online
Perakende

%34



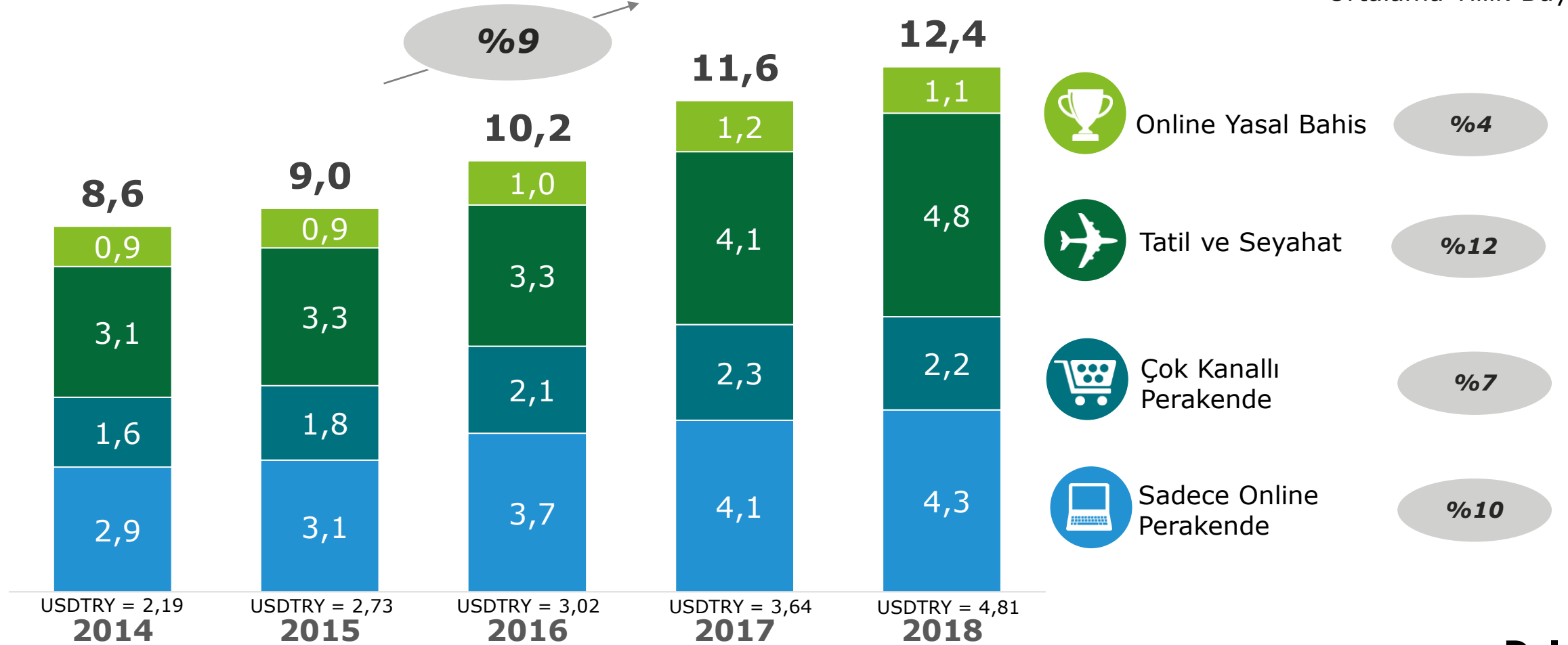
Türkiye'de e-ticaret pazar büyüklüğü (milyar USD)



Türkiye'de e-ticaret pazar büyüklüğü (milyar USD)

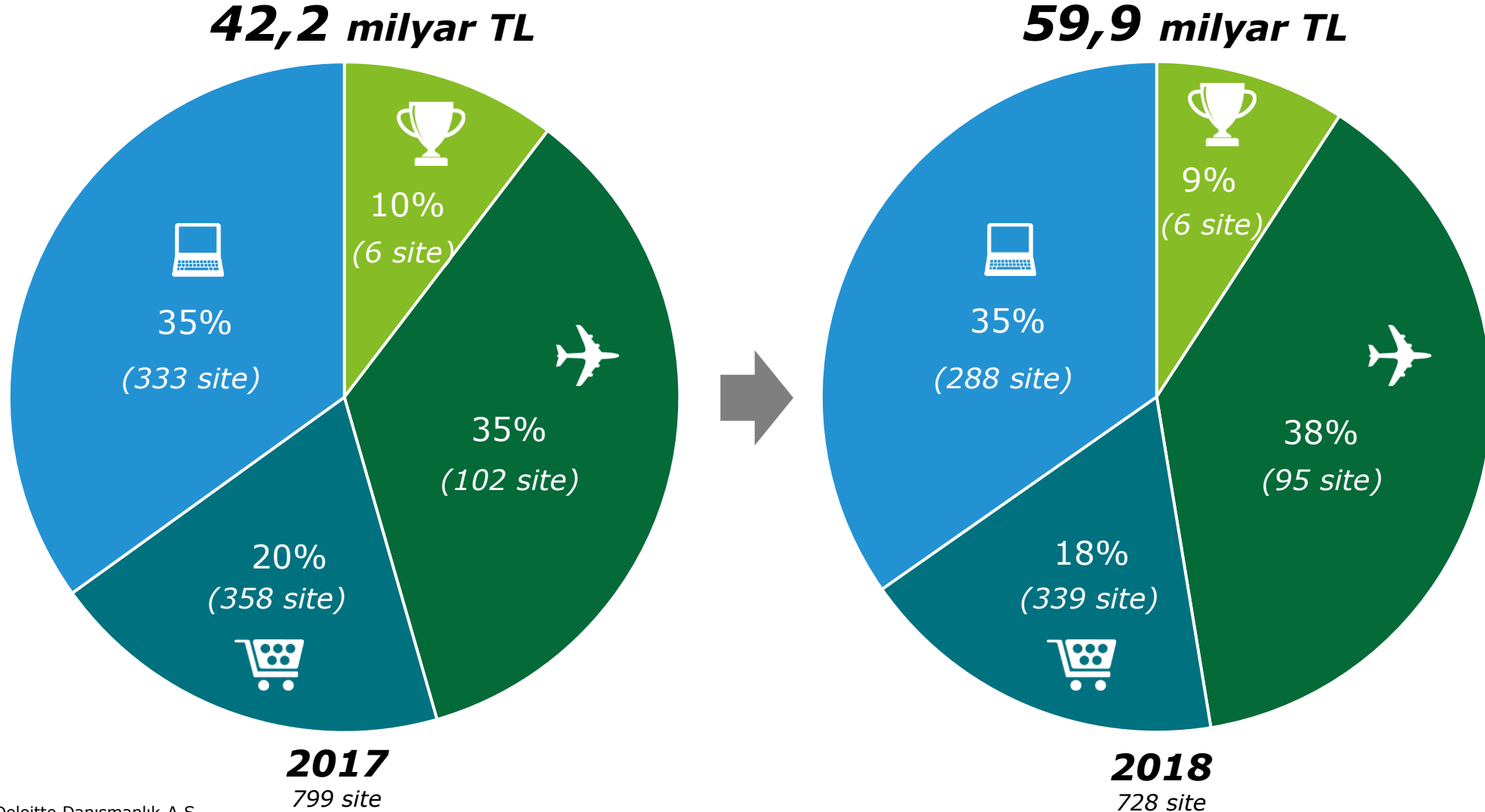
2014-18 Ortalama Yıllık Büyüme

2014-18
Ortalama Yıllık Büyüme



Türkiye'de e-ticaret pazar büyüklüğü

Kategori payları ve site sayıları



Türkiye'de e-ticaret pazar büyüklüğü - kategoriler

milyar TL

Online Perakende	31,5	Online Tatil ve Seyahat	22,9	Online Yasal Bahis	5,5
	%37		%54		%26

Çok Kanallı Online Perakende	10,7
	%30

Elektronik	3,4
	%13

Giyim ve Ayakkabı	2,6
	%52

Ev & Dekorasyon	1,3
	%46

Eğlence ve Kültür	0,5
	%30

Diğer	2,8
	%30

Sadece Online Perakende	20,8
	%41

Pazaryerleri	10,4
	%48

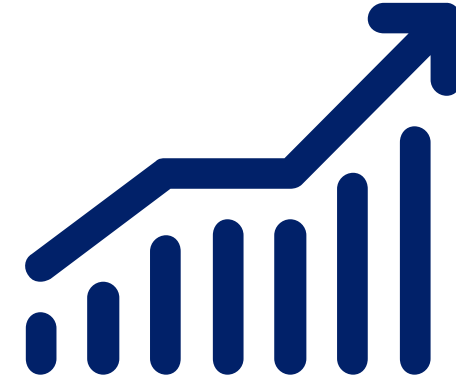
Çok Kategorili	4,8
	%37

Özel Alışveriş Siteleri	4,4
	%35

Dikey	1,2
	%26

Çok Kanallı Tatil & Seyahat	20,0
	%56

Sadece Online Tatil & Seyahat	2,9
	%45



Toplam Pazar
59,9 milyar TL

milyar TL

% 2017-18
büyüme

Sektör büyüklükleri KDV hariç hesaplanmaktadır. Yuvarlama nedeniyle toplam değerler arasında farklılıklar olabilir.



Karşılaştırmalar



E-Ticaret Karşılaştırma (2018)

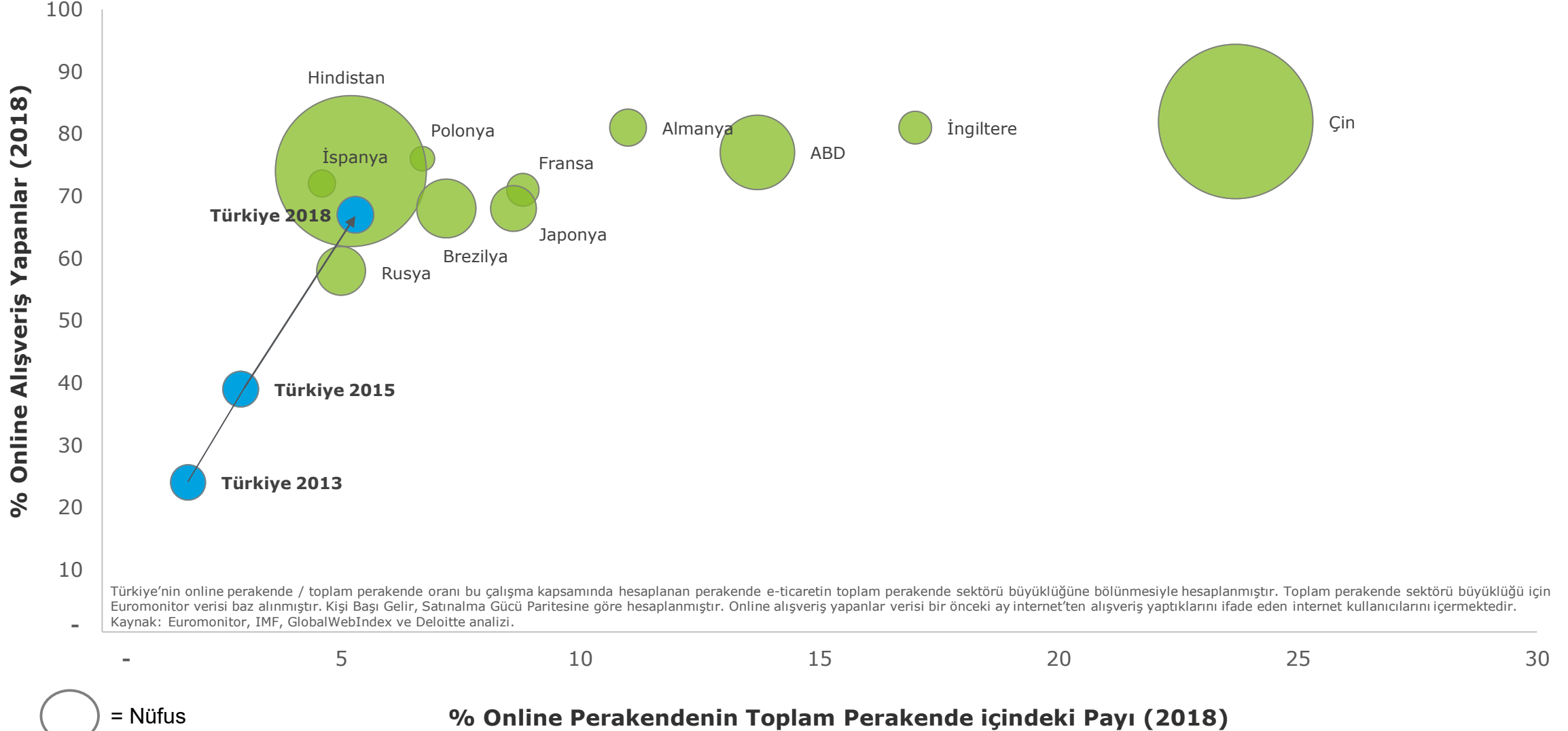
Ülke	Online Perakende / Toplam Perakende	Sabit Genişbant Penetrasyonu	Mobil Genişbant Penetrasyonu	Online Alışveriş Yapanlar	Mobil Alışveriş Yapanlar	Kişi Başı Gelir \$ PPP	Nüfus (mn)
İngiltere	%17,0	%39,9	%98,5	%81	%45	\$45,7K	66,4 mn
ABD	13,7	33,4	136,6	77	44	62,6	328,1
Almanya	11,0	40,7	81,0	81	29	52,5	82,7
Fransa	8,8	42,9	85,5	71	26	45,7	65,0
Japonya	8,6	31,1	168,1	68	34	44,2	126,4
İspanya	4,6	31,6	96,9	72	40	40,1	46,2
Çin	23,7	31,8	98,1	82	74	18,1	1.396,9
Polonya	6,7	18,4	102,6	76	36	31,9	37,9
Hindistan	5,2	1,5	35,9	74	60	7,8	1.334,2
Brezilya	7,2	14,6	96,7	68	45	16,1	209,2
Rusya	5,0	22,7	90,3	58	32	29,2	143,9
Türkiye 2017	4,1	14,7	69,9	43	30	26,9	80,8
Türkiye 2018	5,3	16,3	74,5	67	50	27,9	82,0

Ortalama
%11,1*

Ortalama
%5,9**

Türkiye'nin online perakende / toplam perakende oranı, bu çalışma kapsamında hesaplanan perakende e-ticaretin toplam perakende sektörü büyüklüğüne bölünmesiyle hesaplanmıştır. Toplam perakende sektörü büyüklüğü için Euromonitor verisi baz alınmıştır. Genişbant penetrasyonu Türkiye verileri BTK'dan alınmıştır ve abone sayısının nüfusa oranlanmasıyla hesaplanmıştır. Kişi Başı Gelir, Satınalma Gücü Paritesine göre hesaplanmıştır. Online ve mobil alışveriş yapanlar verisi bir önceki ay internet'ten alışveriş yaptıklarını ifade eden internet kullanıcılarını içermektedir. *Ülke gruplamaları World Economic Situation and Prospects, 2017 klasifikasyonuna göre düzenlenmiştir. Gelişmiş ülke ortalaması ağırlığını Avrupa ülkelerinin oluşturmuş olduğu 32 ülke verisi kullanılarak hesaplanmıştır. **Gelişmekte olan ülkeler Çin haricindeki 47 ülkeden oluşmaktadır. Kaynak: Euromonitor, IMF, OECD Genişbant portalı, GlobalWebIndex, BTK, GSMA Intelligence, TÜİK ve Deloitte analizi.

E-Ticaret Karşılaştırma (2018)

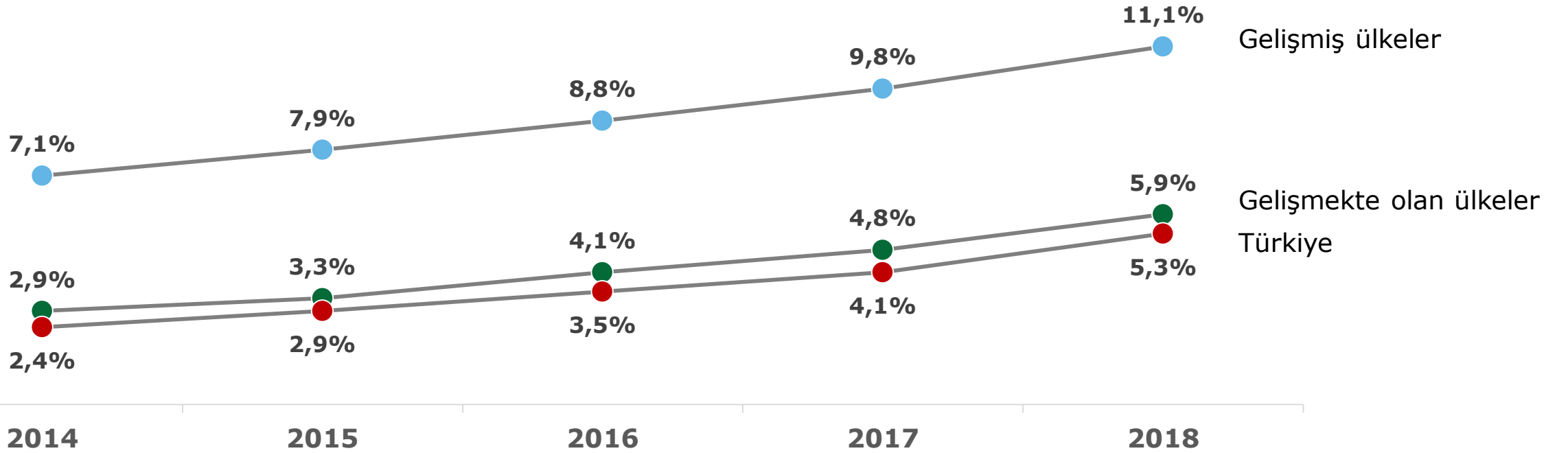


Türkiye'nin online perakende / toplam perakende oranı bu çalışma kapsamında hesaplanan perakende e-ticaretin toplam perakende sektörü büyüklüğüne bölünmesiyle hesaplanmıştır. Toplam perakende sektörü büyüklüğü için Euromonitor verisi baz alınmıştır. Kişi Başı Gelir, Satınalma Gücü Paritesine göre hesaplanmıştır. Online alışveriş yapanlar verisi bir önceki ay internet'ten alışveriş yaptıklarını ifade eden internet kullanıcılarını içermektedir. Kaynak: Euromonitor, IMF, GlobalWebIndex ve Deloitte analizi.

○ = Nüfus

E-Ticaret Karşılaştırma (2014-2018)

% Online Perakendenin Toplam Perakende içindeki Payı (2014-2018)



Türkiye'nin online perakende / toplam perakende oranı bu çalışma kapsamında hesaplanan perakende e-ticaretin toplam perakende sektörü büyüklüğüne bölünmesiyle hesaplanmıştır. Toplam perakende sektörü büyüklüğü için Euromonitor verisi baz alınmıştır. Ülke gruplamaları World Economic Situation and Prospects, 2017 klasifikasyonuna göre düzenlenmiştir. Gelişmiş ülke ortalaması ağırlığını Avrupa ülkelerinin oluşturmuş olduğu 32 ülke verisi kullanılarak hesaplanmıştır. Gelişmekte olan ülkeler Çin haricindeki 47 ülkeden oluşmaktadır. Kaynak: Euromonitor ve Deloitte analizi.



Deloitte.



TEŞEKKÜRLER

Çalışmamıza değerli katkıları için
Deloitte Danışmanlık, SimilarWeb, Inveon, Elektronik Ticaret İşletmecileri Derneği
ve sektör firmalarına
teşekkürlerimizi sunarız.