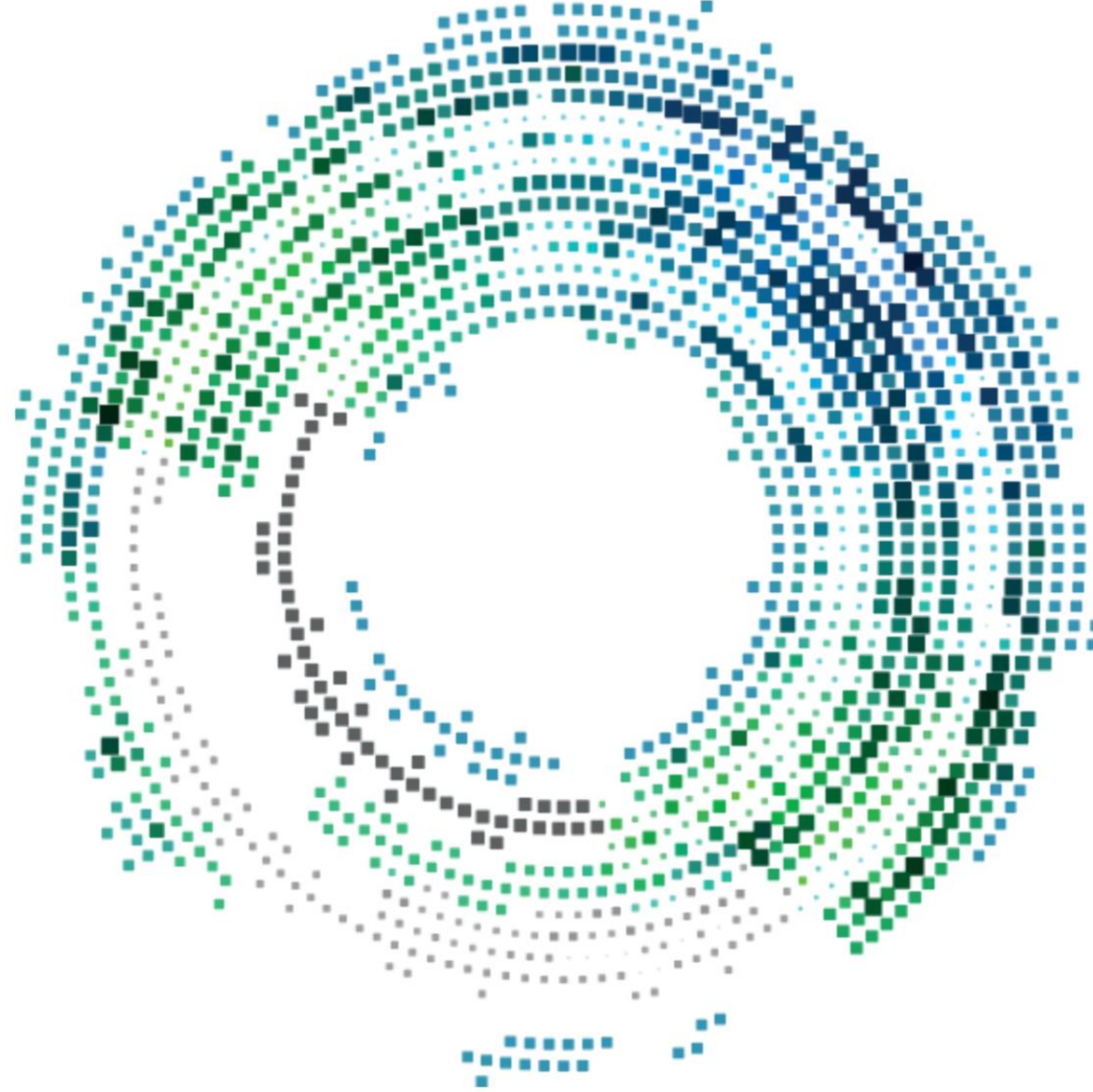




Türkiye’de E-Ticaret

2019 Pazar Büyüklüğü

Nisan 2020

Çalışmanın Paydaşları



Proje Danışmanı

Proje Veri Ortağı

Deloitte.

 **SimilarWeb**

inveon

Tanım ve Tahminleme Modeli



E-Ticaret Tanımlama ve Kapsam

E-Ticaret Tanımı

- Ürün ya da servis siparişi online kanaldan verilmelidir. Telefon, faks, 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 itibarıyla kapsam dışı işlemler *



Çağrı merkezi üzerinden verilen siparişler



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



Yüz yüze alışveriş olmasına rağmen sanal POS üzerinden yapılan işlemler

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

Kapsam



Türkiye’de fiziksel varlığı bulunan perakendecilerin e-ticaret hacmi

Aylık ziyaret > 15k

B2C

C2C **

B2B

**Sosyal medya kanalları üzerinden yapılan satışları içermemektedir.

Tahminleme Modeli



Ziyaret Sayısı

 SimilarWeb



Alışverişe Dönme Oranı

 DIGITAL 360
COMMERCE

 inveon

Görüşmeler, basın açıklamaları



Ortalama Sepet Büyüklüğü

 DIGITAL 360
COMMERCE

 BKM
BANKALARARASI
KART MERKEZİ

 inveon

Görüşmeler, basın açıklamaları

Sektör Temsilcileri ile Görüşmeler / Eklmeler / Düzeltmeler



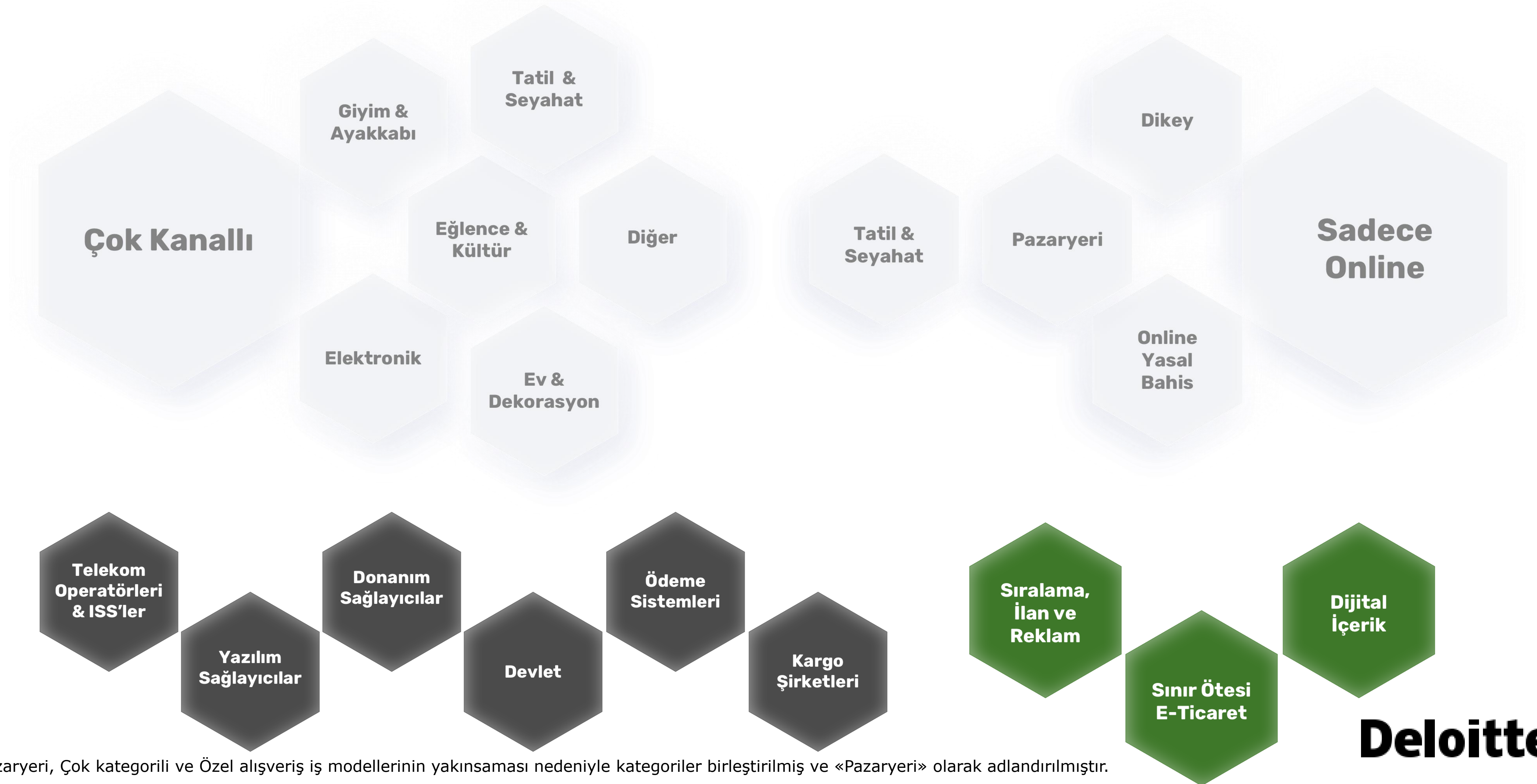
E-ticaret Hacmi

Deloitte.

E-Ticaret Ekosistemi ve Çalışma Kapsamı



E-Ticaret Ekosistemi



*: Pazaryeri, Çok kategorili ve Özel alışveriş iş modellerinin yakınsaması nedeniyle kategoriler birleştirilmiş ve «Pazaryeri» olarak adlandırılmıştır.

Tahminlenen Pazar Kapsamı



Tahminlenen Pazar Kapsamı



Örnek Siteler

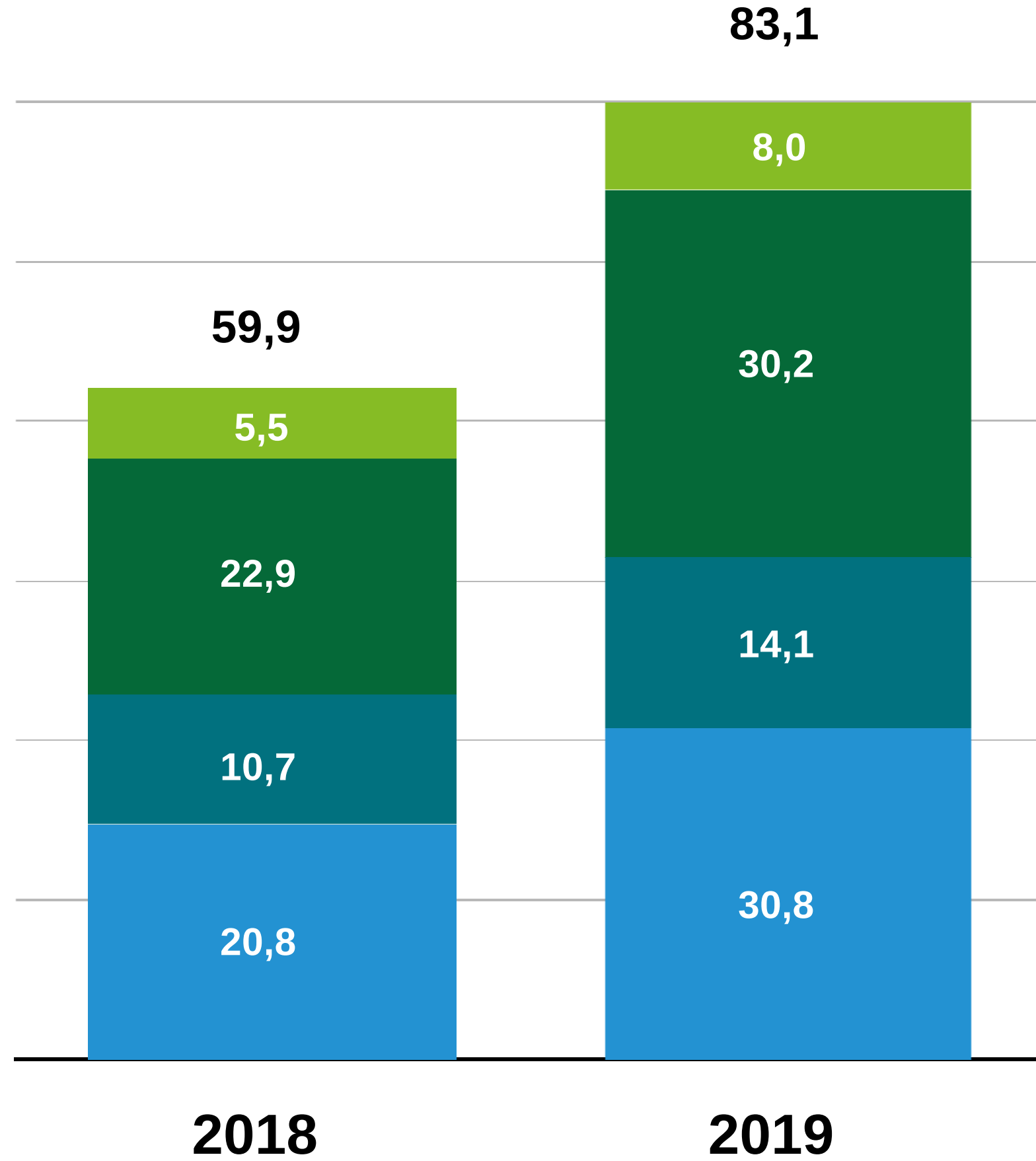


E-Ticaret Pazar Büyüklüğü

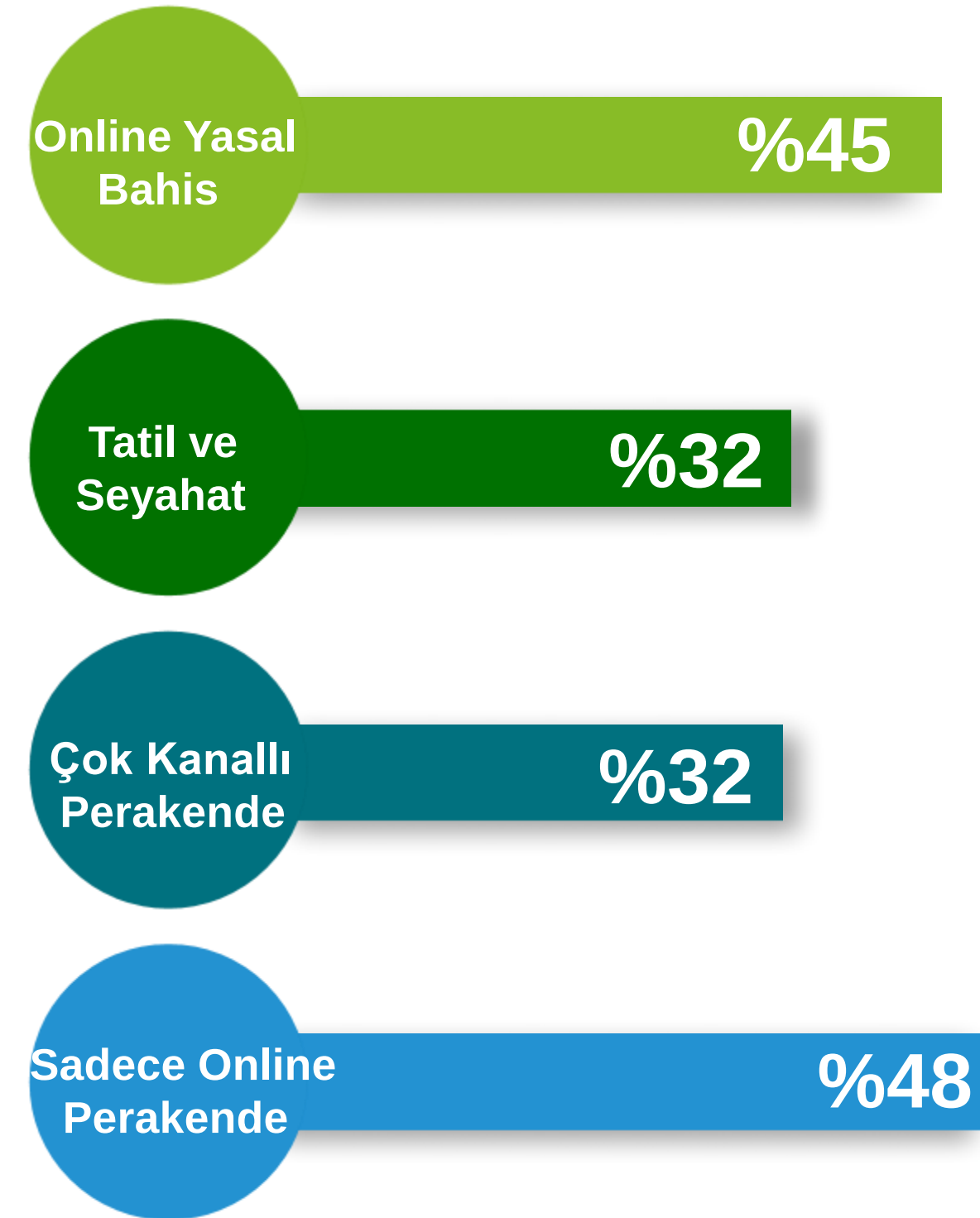


Türkiye’de E-Ticaret Pazar Büyüklüğü (milyar TL)

Yıllık Büyüme
%39

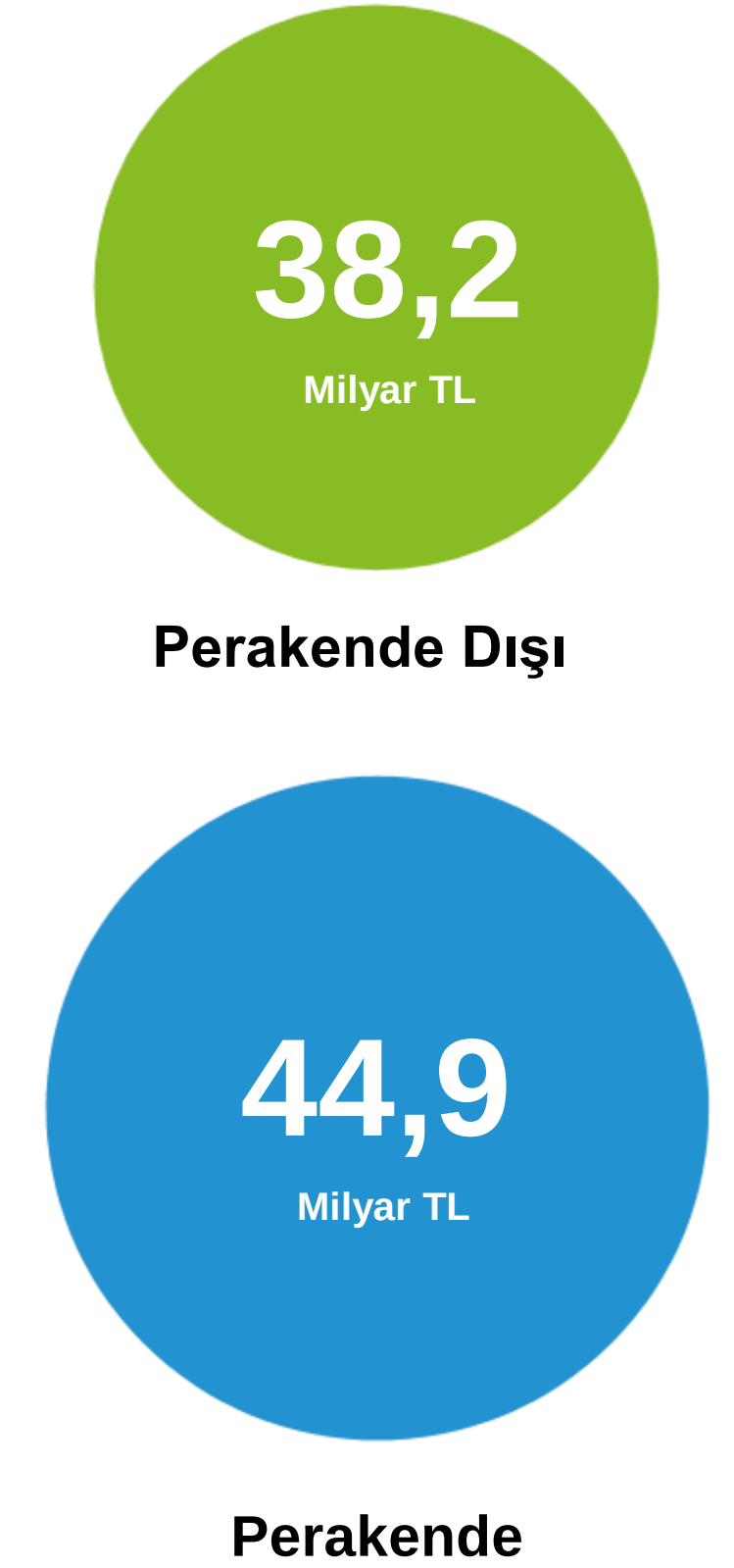


2018 - 2019
Yıllık Büyüme



Sektör büyüklükleri KDV hariç hesaplanmaktadır

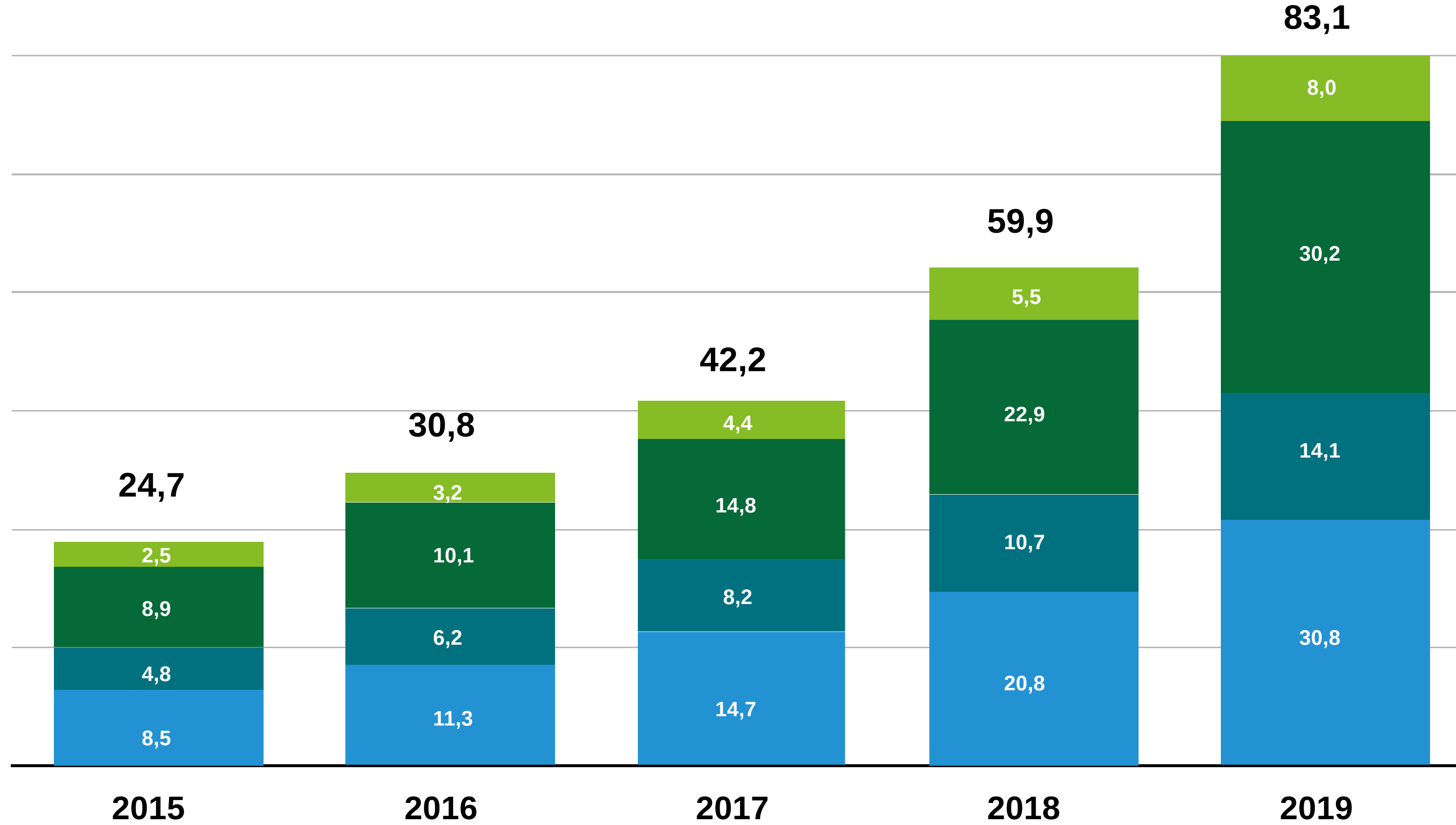
2019
Sektör Büyüklüğü



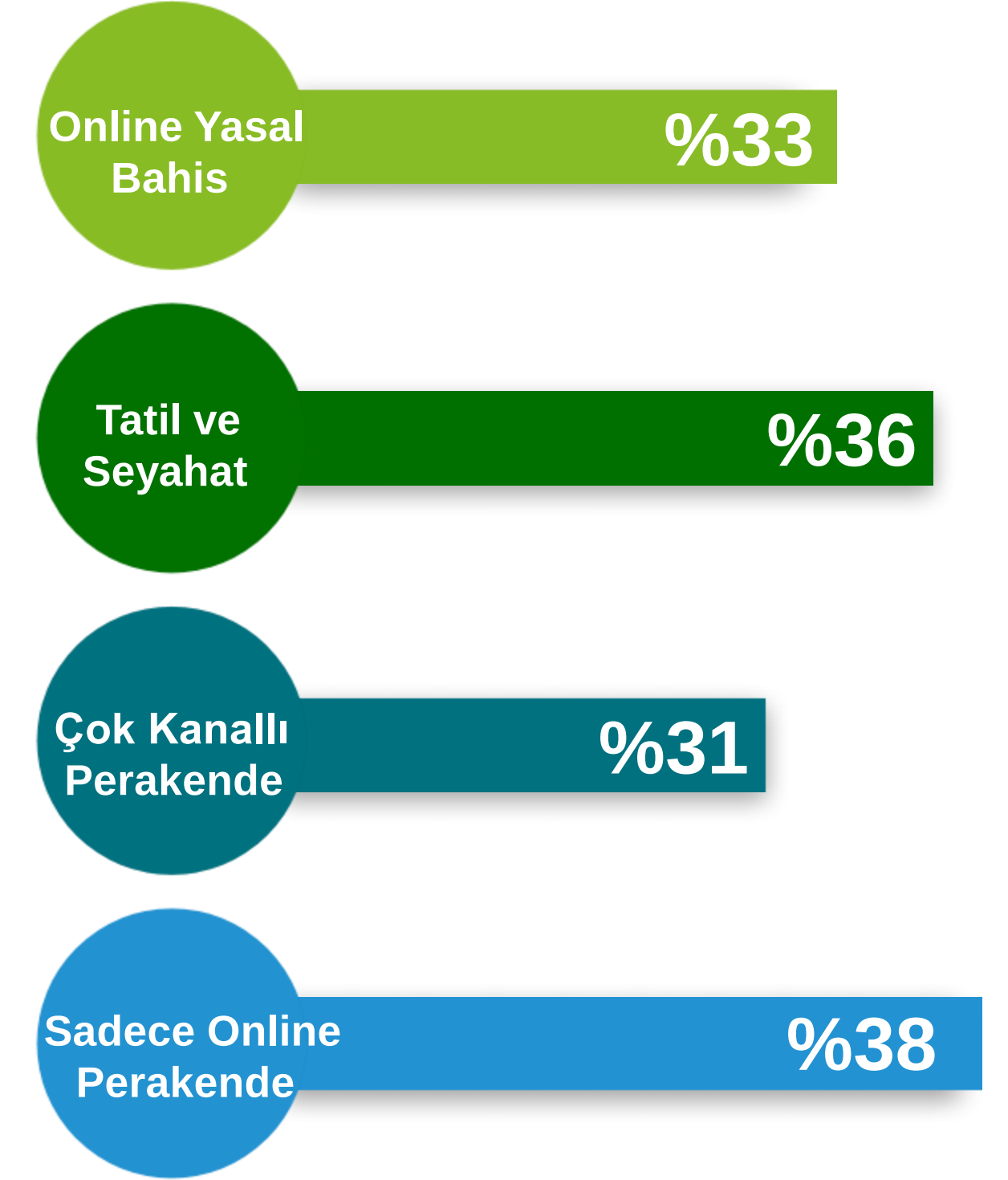
Türkiye’de E-Ticaret Pazar Büyüklüğü (milyar TL)

2015 - 2019 Yıllık Büyüme

%35



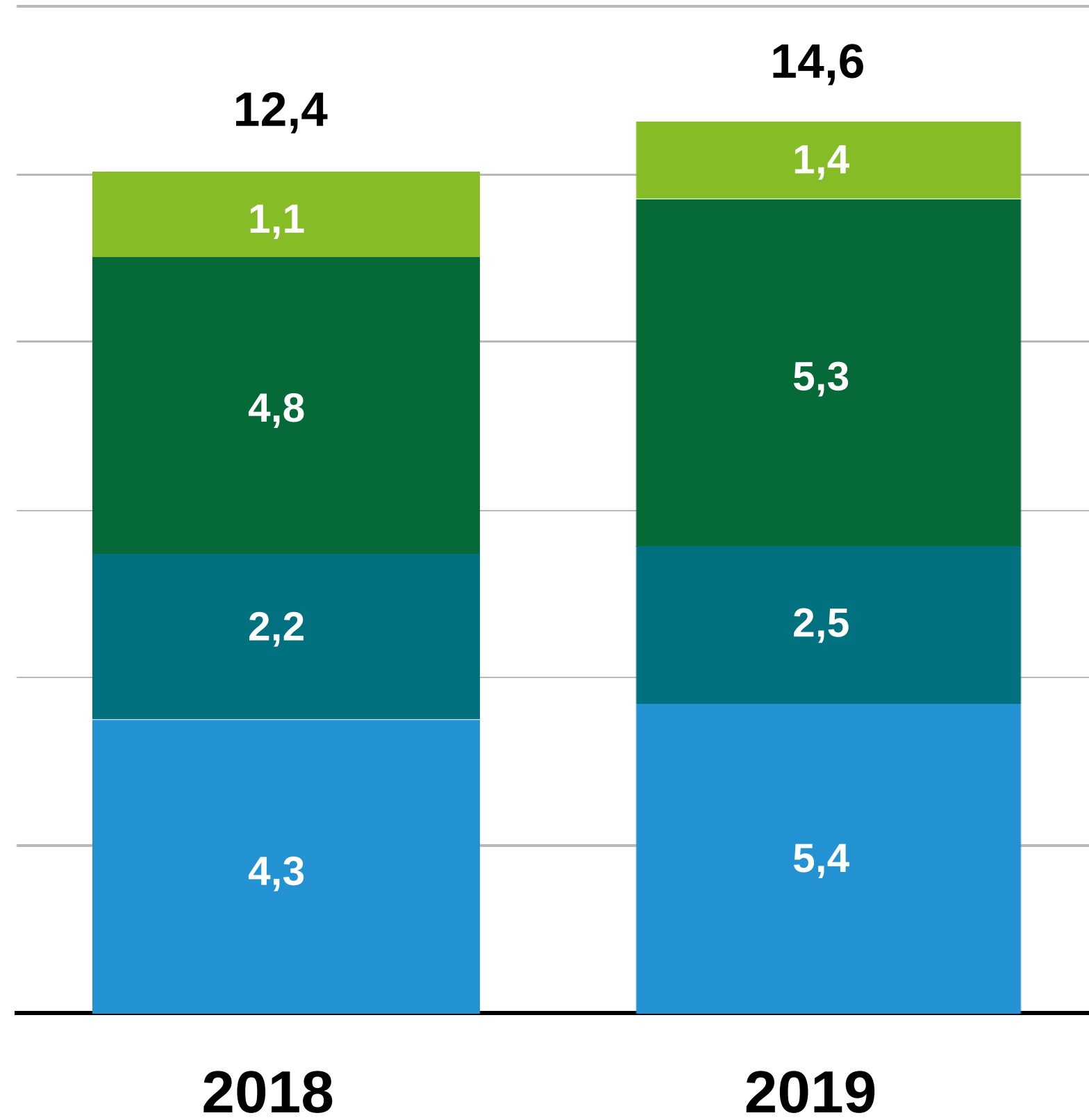
2015 - 2019
Yıllık Büyüme



Sektör büyüklükleri KDV hariç hesaplanmaktadır

Türkiye’de E-Ticaret Pazar Büyüklüğü (milyar USD)

Yıllık Büyüme
%18

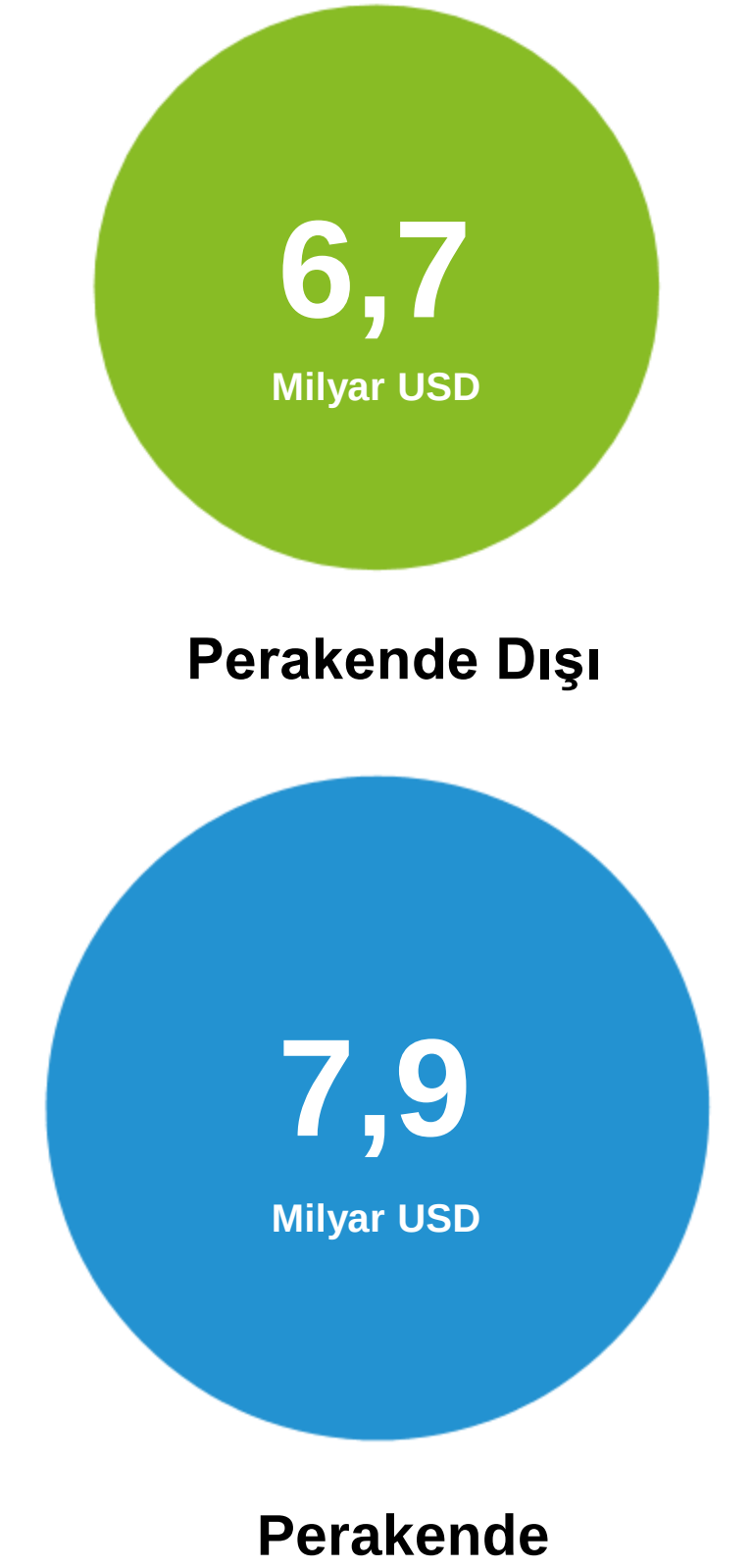


2018 - 2019
Yıllık Büyüme



Sektör büyüklükleri KDV hariç hesaplanmaktadır

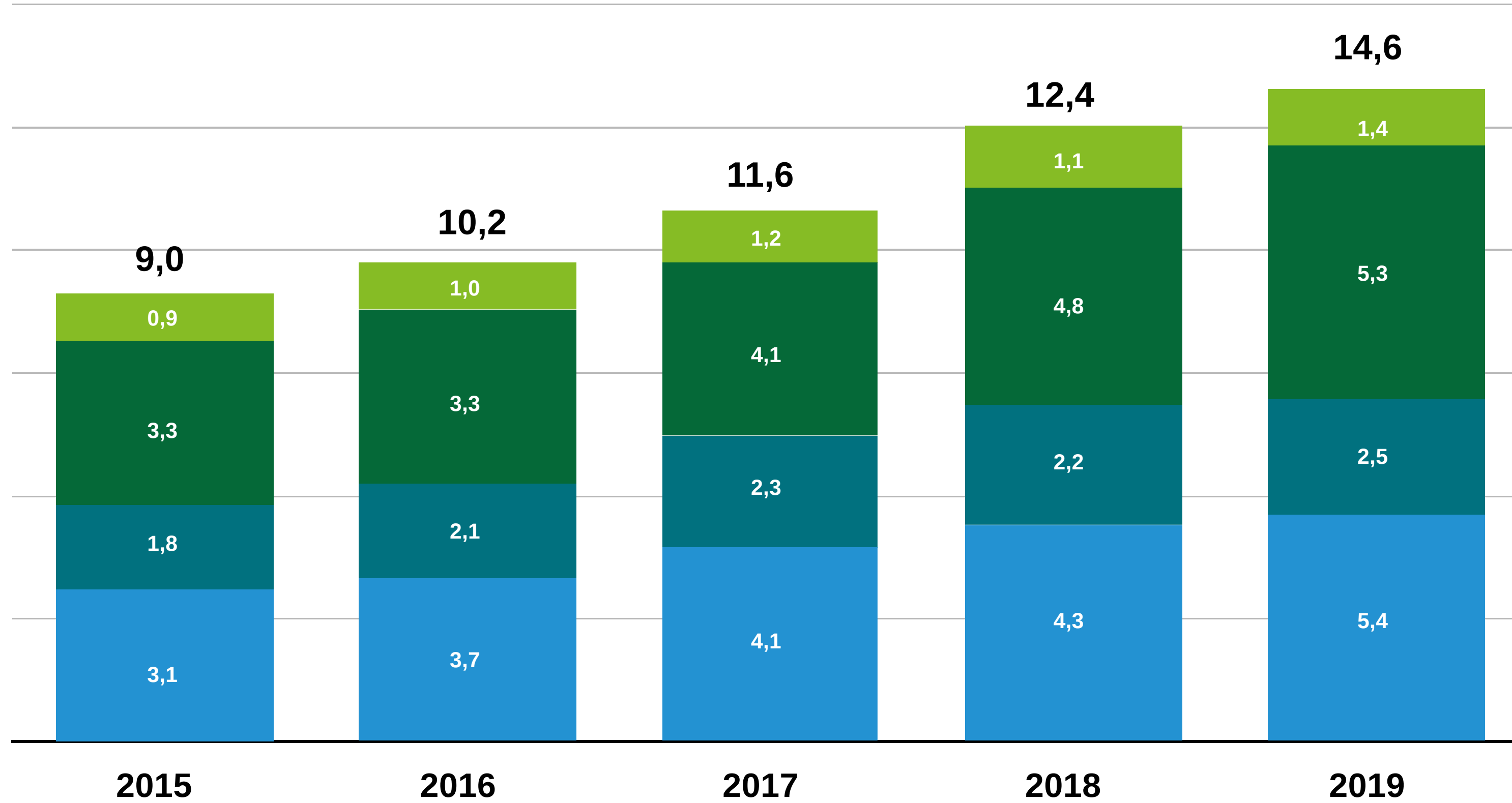
2019
Sektör Büyüklüğü



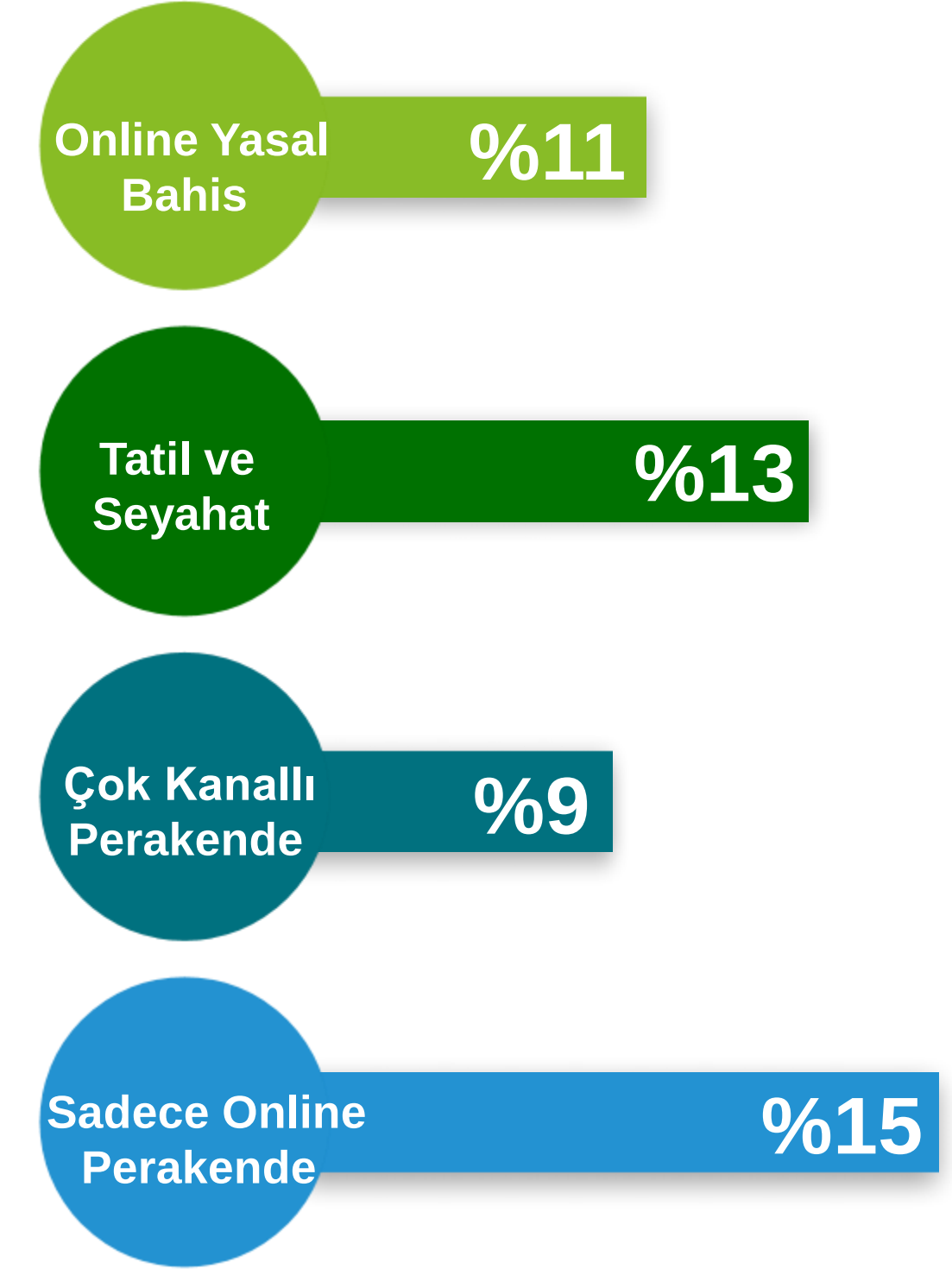
Türkiye’de E-Ticaret Pazar Büyüklüğü (milyar USD)

2015 - 2019 Yıllık Büyüme

%13



2015 - 2019
Yıllık Büyüme

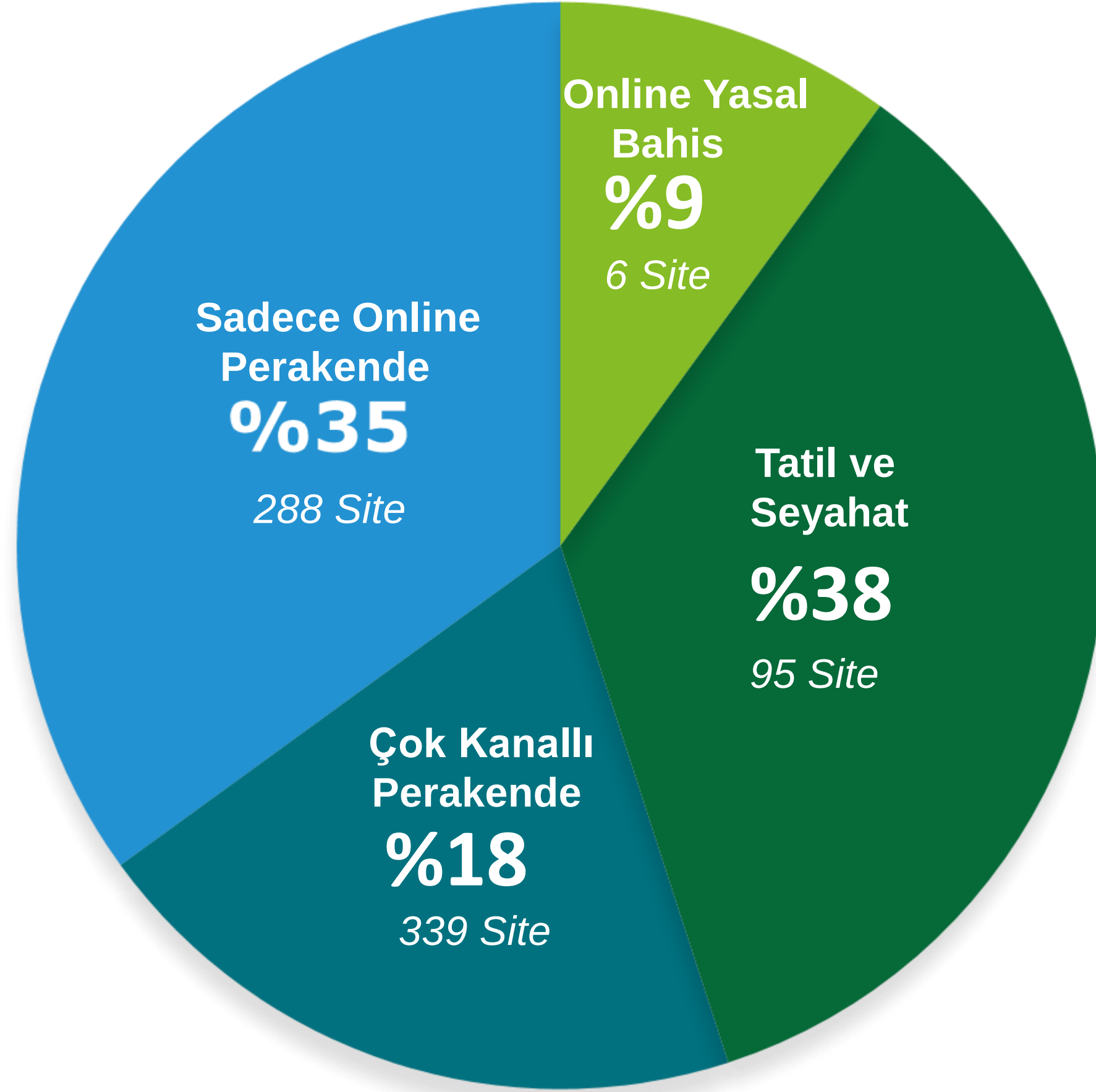


Sektör büyüklükleri KDV hariç hesaplanmaktadır

Türkiye’de E-Ticaret Pazar Büyüklüğü (milyar TL)

Kategori payları ve site sayıları

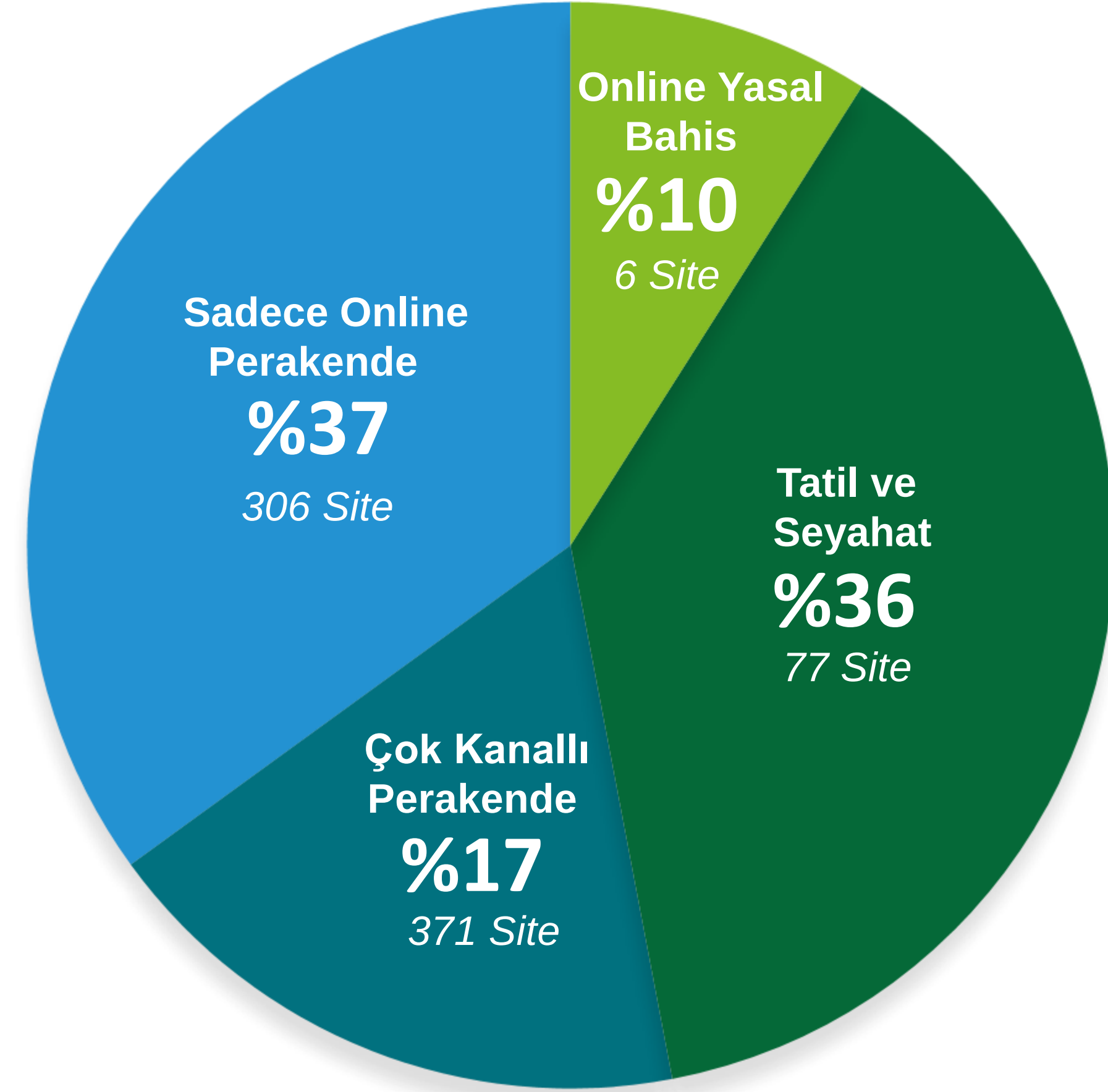
59,9 Milyar TL



2018

728 Site

83,1 Milyar TL

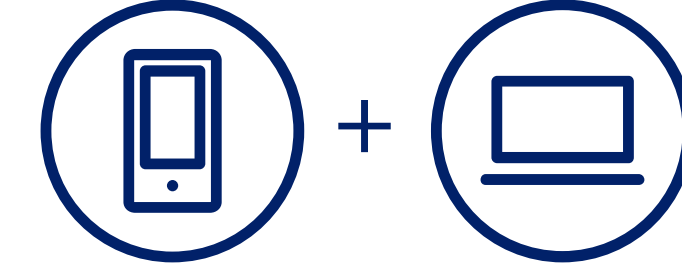


2019

760 Site

Türkiye’de E-Ticaret Pazar Büyüklüğü - Kategoriler

(milyar TL)



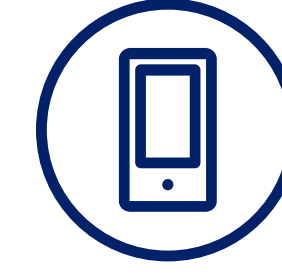
Milyar TL

2018 - 2019
% büyüme

Deloitte.

Türkiye’de E-Ticaret Pazarı Mobil Ciro Payı*- Kategoriler

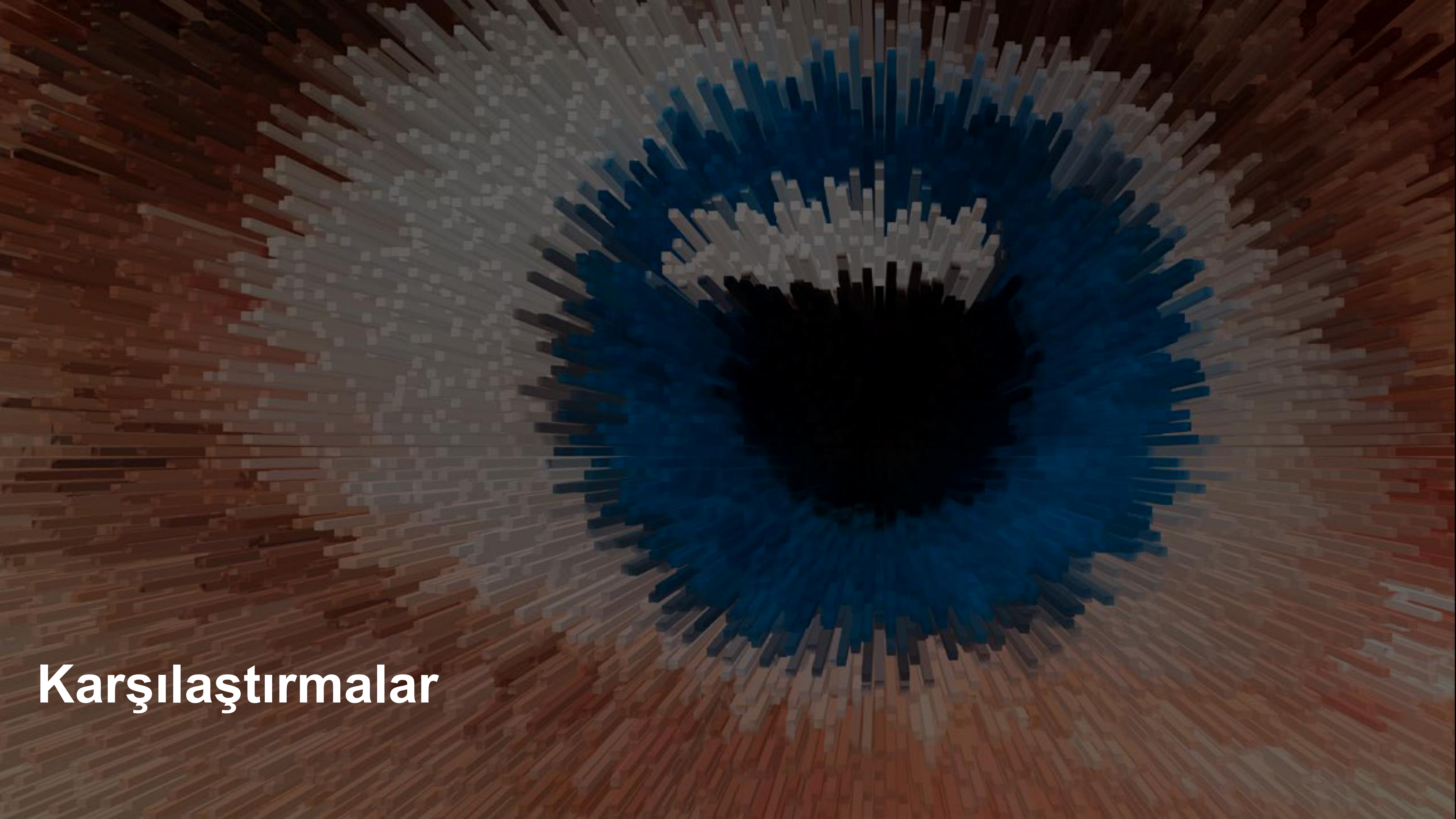
(milyar TL)



*: Mobil web ve mobil uygulama cirolarının toplamını içermektedir.
Sektör büyüklükleri KDV hariç hesaplanmaktadır. Yuvarlama nedeniyle toplam değerler arasında farklılıklar olabilir.

Milyar TL
2019 Mobil ciro
payı %

Deloitte.



Karşılaştırmalar

E-Ticaret Karşılaştırması (2019)

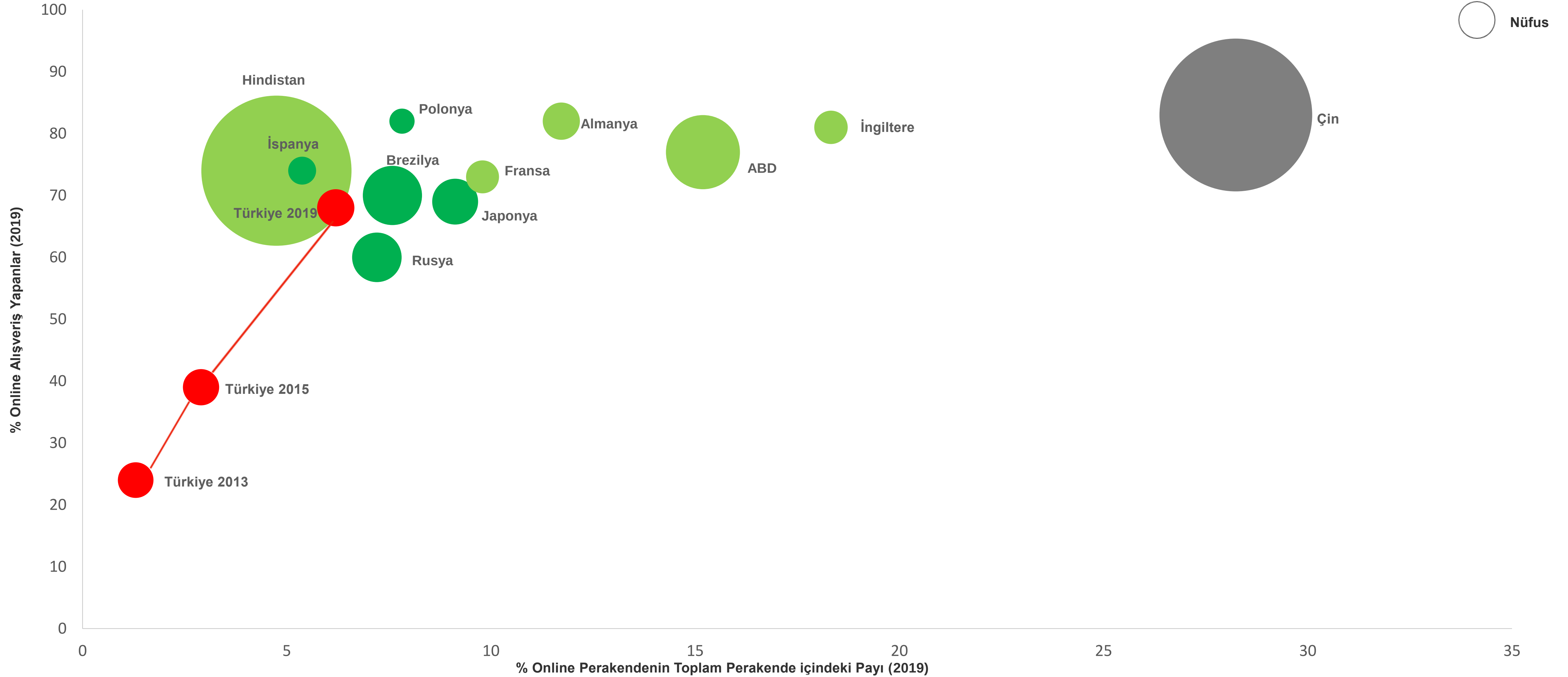


	Ülke	Online Perakende / Toplam Perakende	Sabit Genişbant Penetrasyonu	Mobil Genişbant Penetrasyonu	Online Alışveriş Yapanlar	Mobil Alışveriş Yapanlar	Kişi Başı Gelir \$ PPP	Nüfus (mn)
Gelişmiş Ülkeler	İngiltere	%18,3	%40,2	%101,1	%81	%50	\$46,8K	66,8 mn
	ABD	15,2	34,3	149,6	77	49	65,1	329,2
	Almanya	Ortalama %12,3*	41,7	85,0	82	34	53,5	82,9
	Fransa	9,8	43,6	90,7	73	31	47,2	64,8
	Japonya	9,1	32,0	176,6	69	38	45,5	126,1
	İspanya	5,4	32,3	101,3	74	45	41,5	46,6
Gelişmekte Olan Ülkeler	Çin	28,2	32,6	109,8	83	83	19,5	1.400,1
	Polonya	Ortalama %6,7**	19,7	111,2	82	42	33,8	37,9
	Hindistan	4,7	1,5	48,1	74	67	8,3	1.351,7
	Brezilya	7,6	15,6	90,6	70	50	16,4	209,9
	Rusya	7,2	23,5	94,7	60	36	29,6	146,7
	Türkiye 2018	5,3	16,3	74,5	67	50	27,9	82,0
	Türkiye 2019	6,2	17,2	76,8	68	51	28,2	83,1

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.



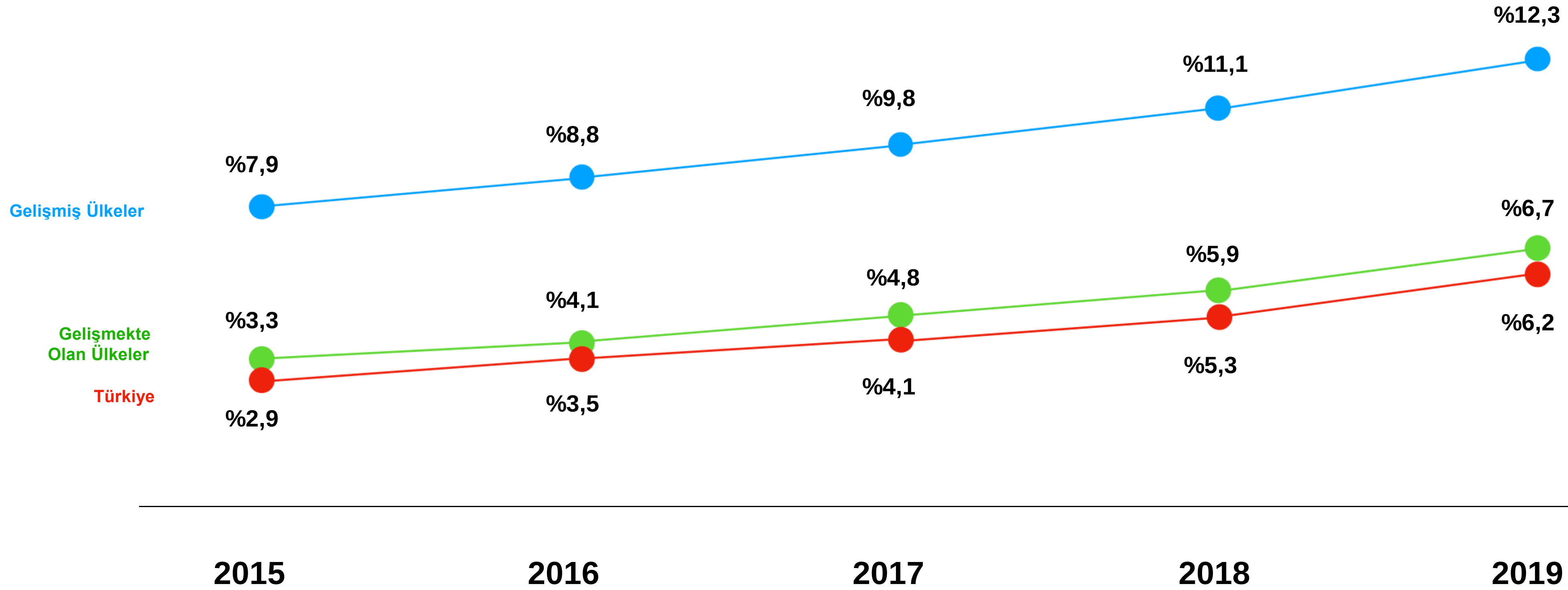
E-Ticaret Karşılaştırması (2019)



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.

E-Ticaret Karşılaştırması (2015 - 2019)

% Online Perakendenin Toplam Perakende içindeki Payı (2015-2019)



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.



Deloitte.

 **SimilarWeb**

inveon

TEŞEKKÜRLER

Çalışmamıza değerli katkıları için
Deloitte Danışmanlık, SimilarWeb, Inveon
ve sektör firmalarına teşekkürlerimizi sunarız.