

Türkiye'de E-Ticaret
2017 Pazar Büyüklüğü
Mayıs 2018

Deloitte.

 **etid**
Elektronik Ticaret İşletmecileri Derneği

Çalışmanın paydaşları

Proje Danışmanı

Deloitte.

Proje Ortağı

 **etid**
Elektronik Ticaret İşletmecileri Derneği

Proje Veri Ortağı

 **SimilarWeb**



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

Tahminleme modeli

Ziyaret Sayısı



SimilarWeb

Alışverişe Dönme Oranı



internet®
RETAILER Görüşmeler, basın
açıklamaları

Ortalama Sepet Büyüklüğü



internet®
RETAILER **B K M**
BANKALARARASI
KART MERKEZİ Görüşmeler, basın
açıklamaları

Sektör Temsilcileri ile Görüşmeler / Eklmeler / Düzeltmeler



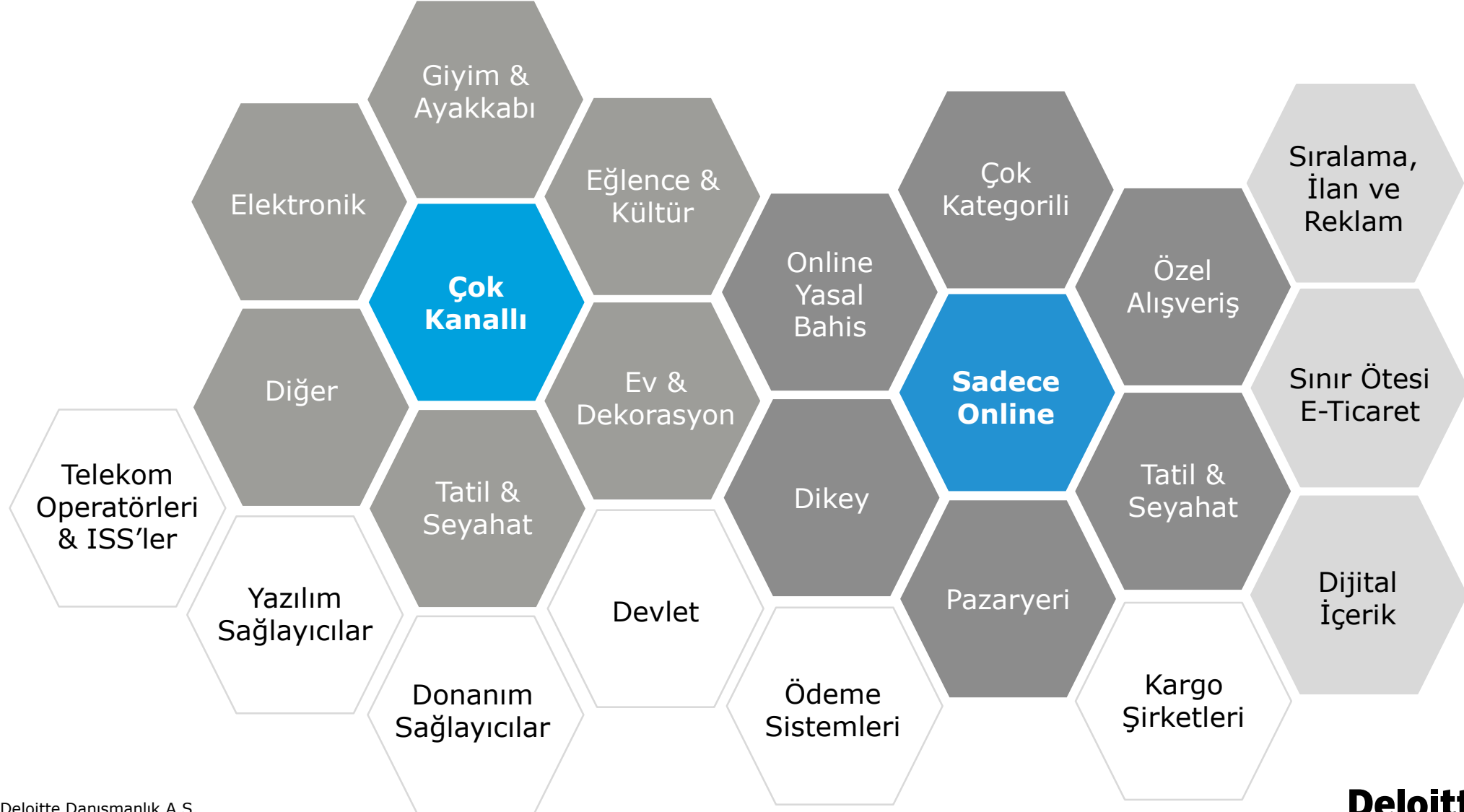
**E-Ticaret
Hacmi**



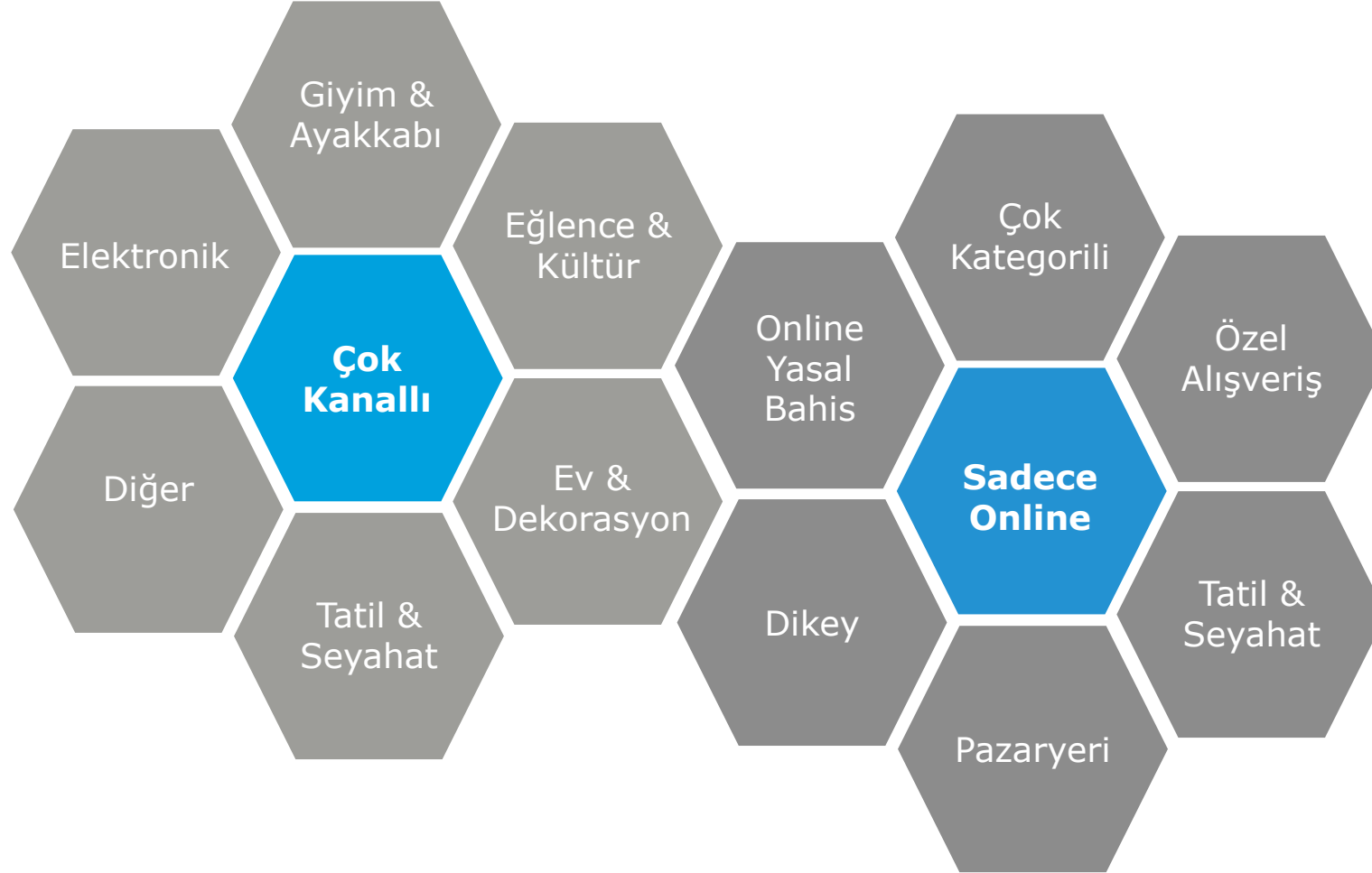
E-Ticaret ekosistemi ve çalışma kapsamı



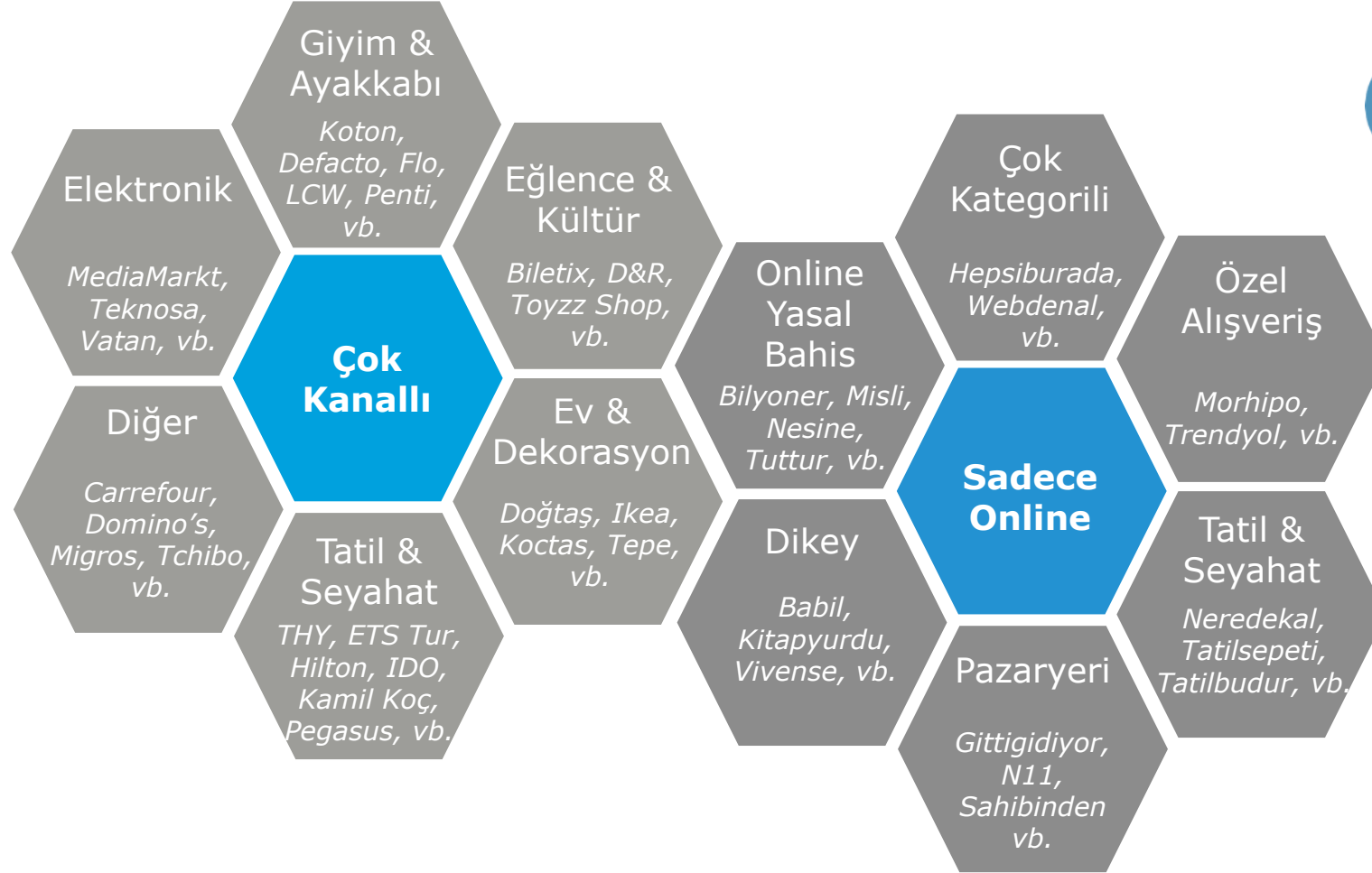
E-Ticaret ekosistemi



Tahminlenen pazar kapsamı



Tahminlenen pazar kapsamı



Örnek Siteler



E-Ticaret pazar büyüklüğü

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

2016-17 Yıllık Büyüme

%37

2016-17
Yıllık Büyüme

%39

%47

%32

%31

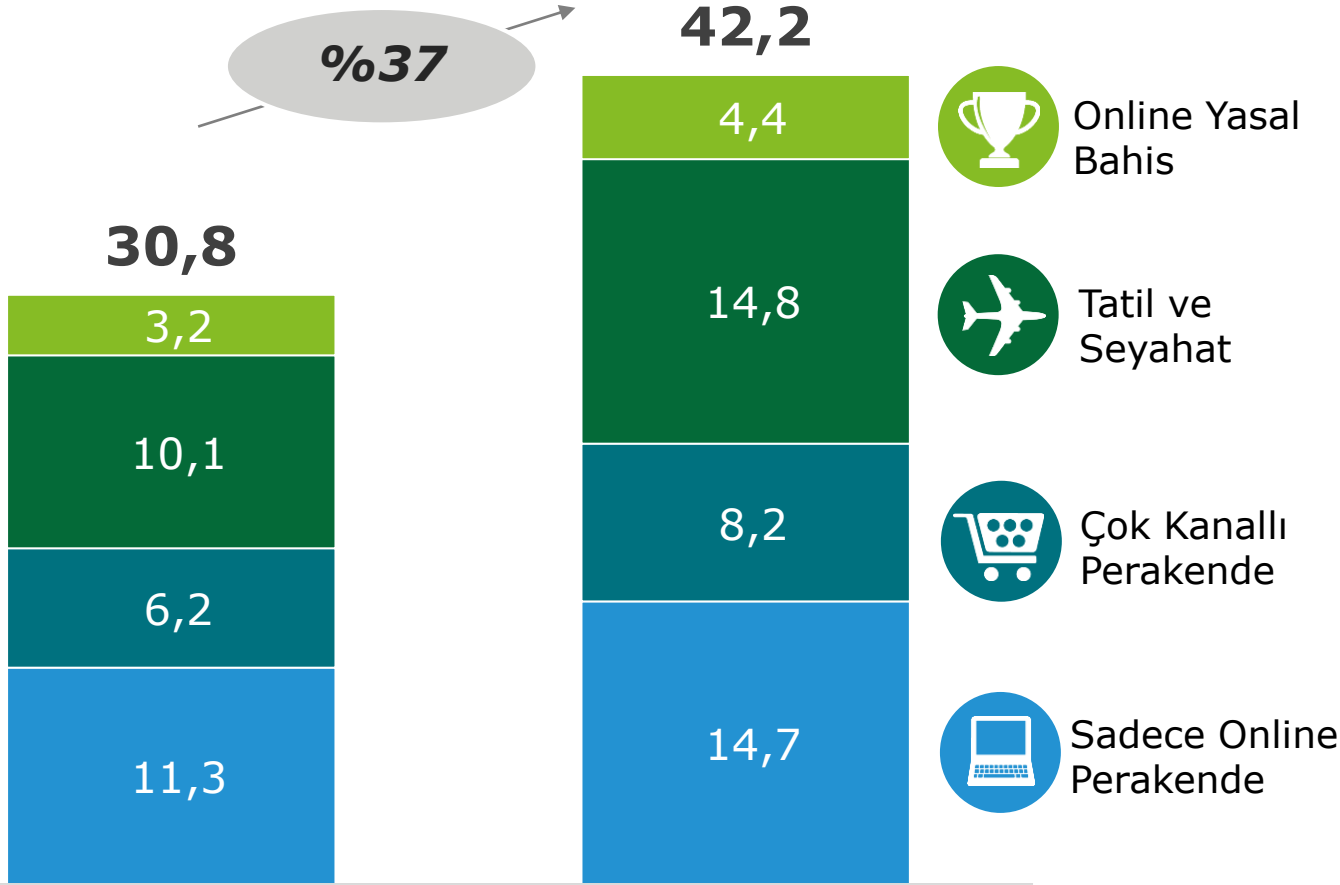
2017 Sektör
Büyüklüğü

19,2
milyar TL

Perakende Dışı

23,0
milyar TL

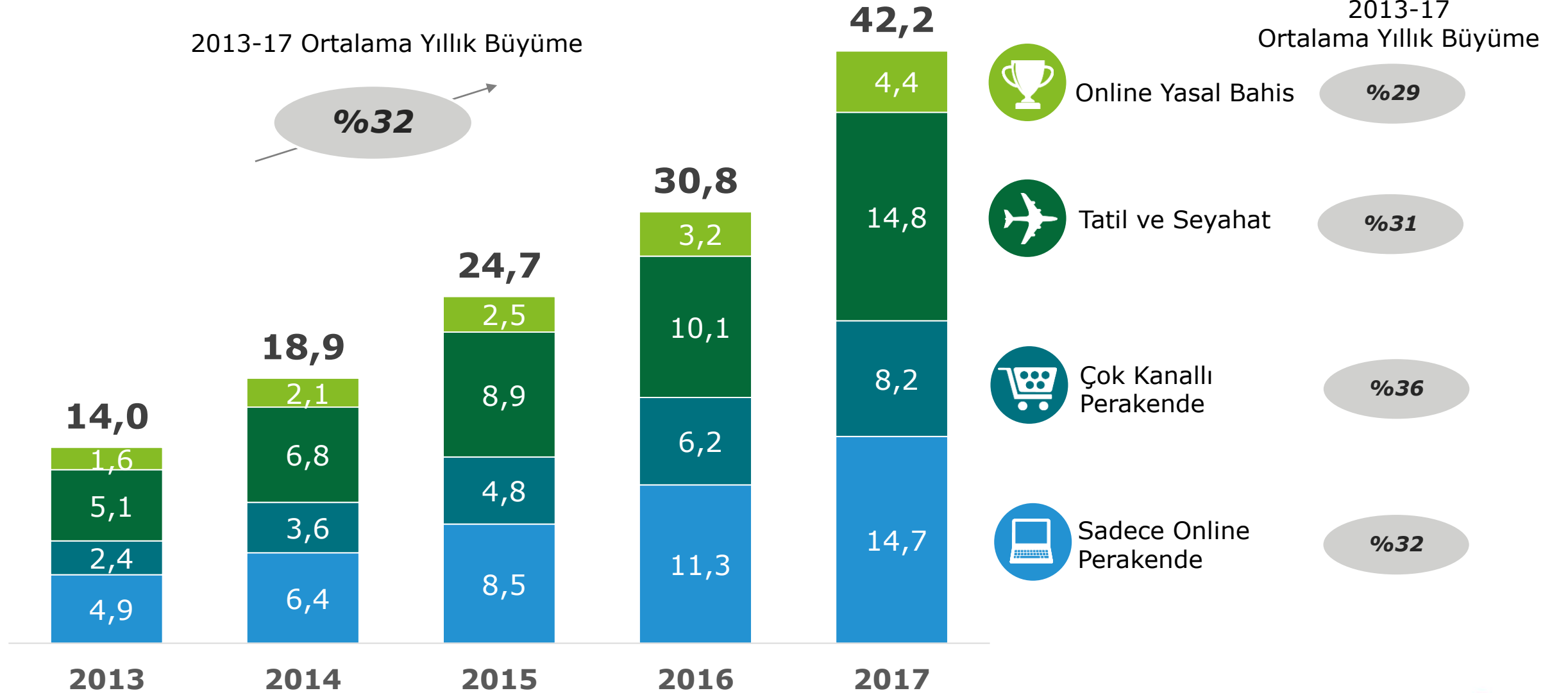
Perakende



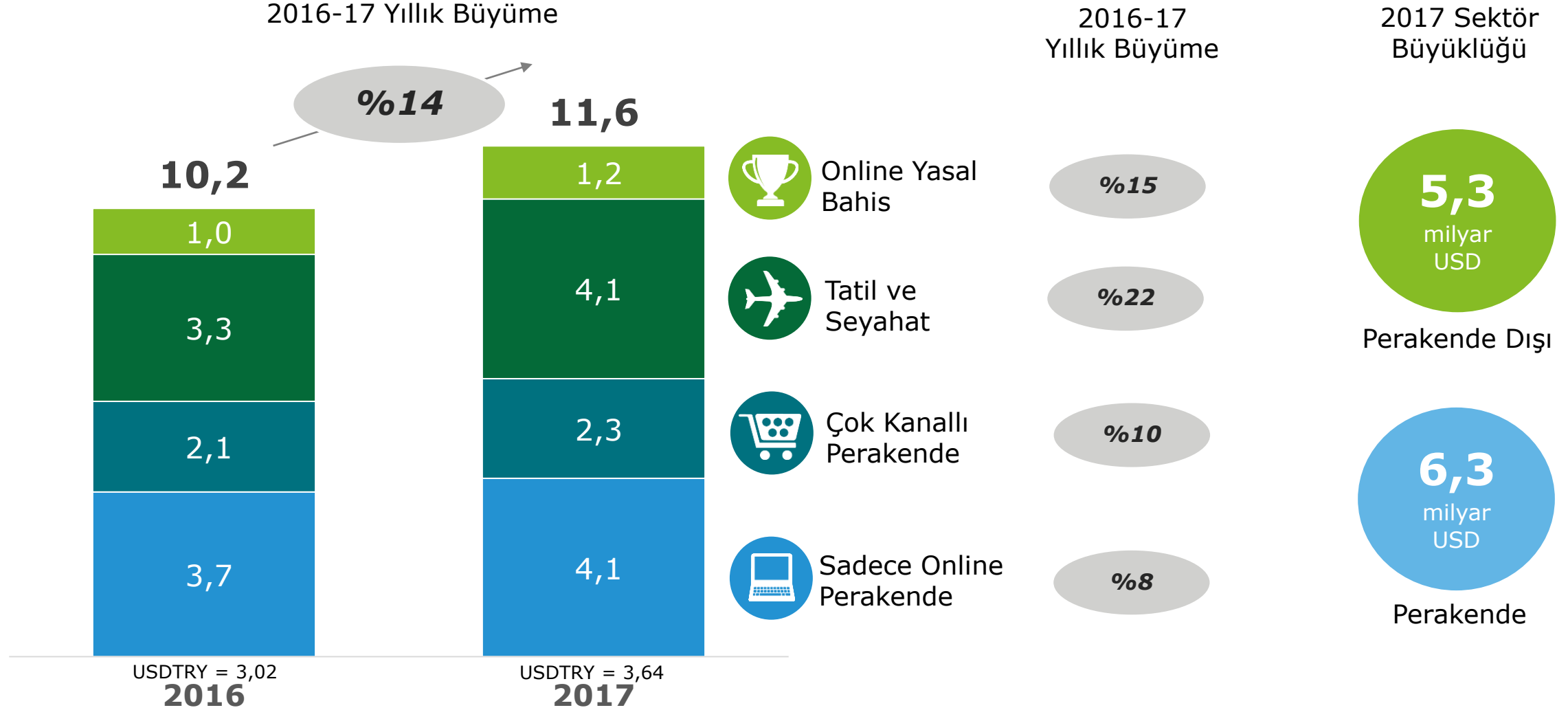
2016

2017

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



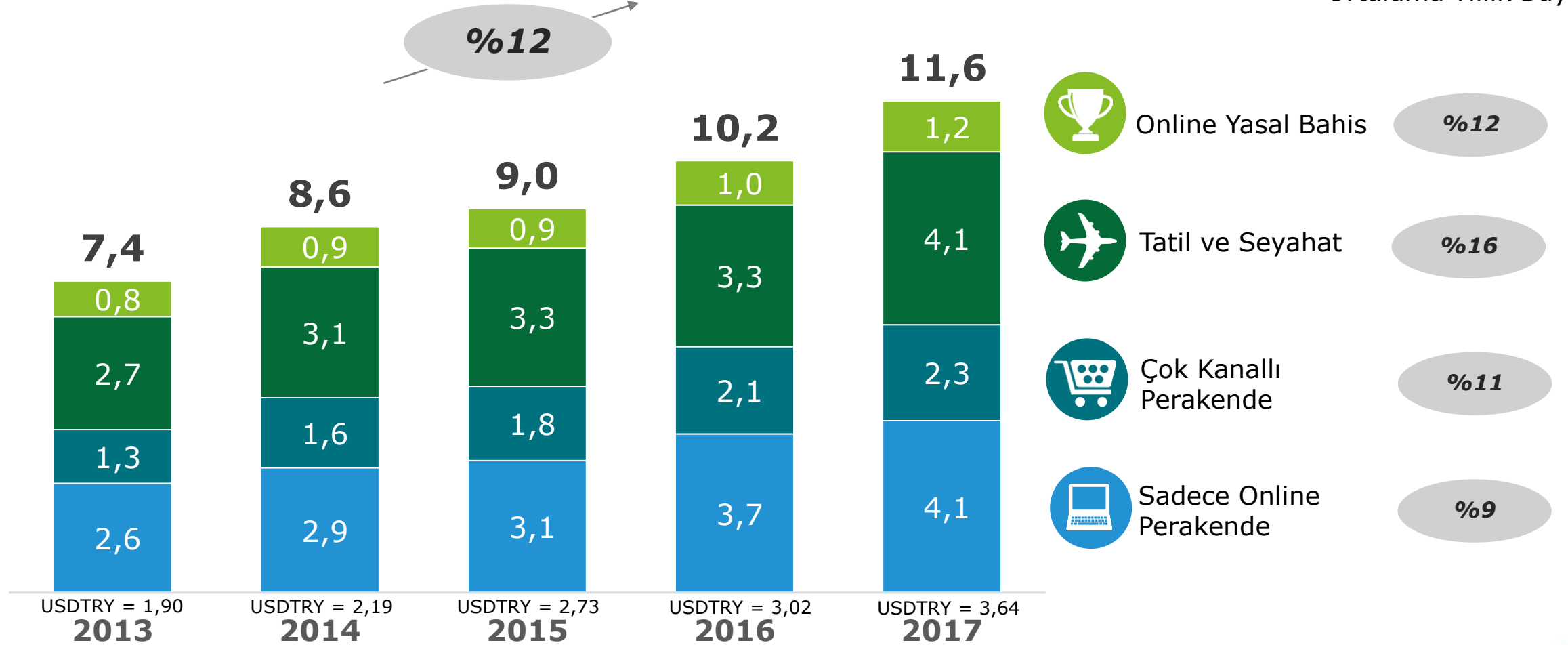
Türkiye'de e-ticaret pazar büyüklüğü (milyar USD)



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

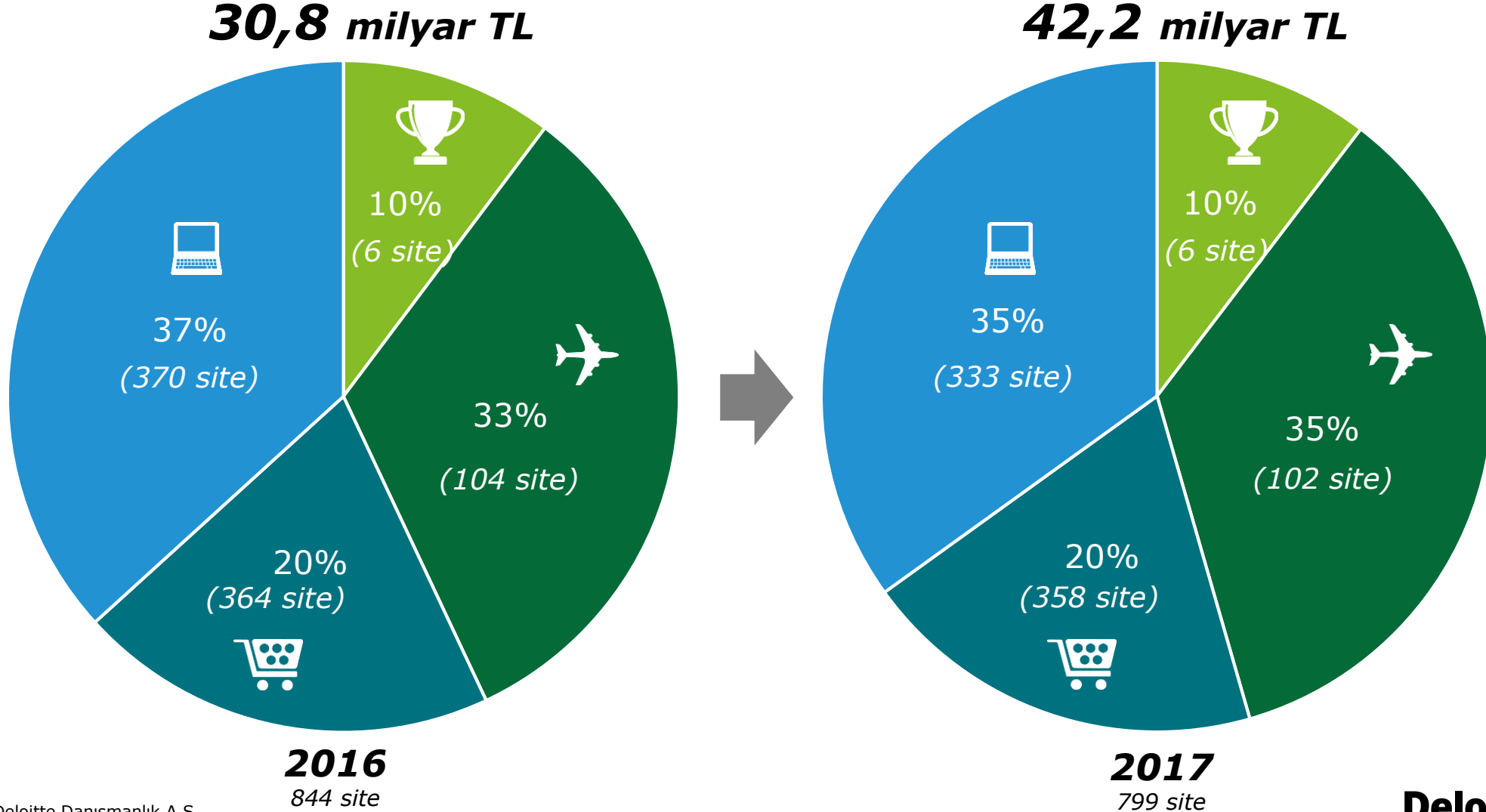
2013-17 Ortalama Yıllık Büyüme

2013-17
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	23,0	Online Tatil ve Seyahat	14,8	Online Yasal Bahis	4,4
	%31		%47		%39

Çok Kanallı Online Perakende	8,2
	%32

Sadece Online Perakende	14,7
	%31

Çok Kanallı Tatil & Seyahat	12,8
	%48

Sadece Online Tatil & Seyahat	2,0
	%46

Elektronik	3,0
	%25

Pazaryerleri	7,1
	%35

Giyim ve Ayakkabı	1,7
	%43

Çok Kategorili	3,5
	%33

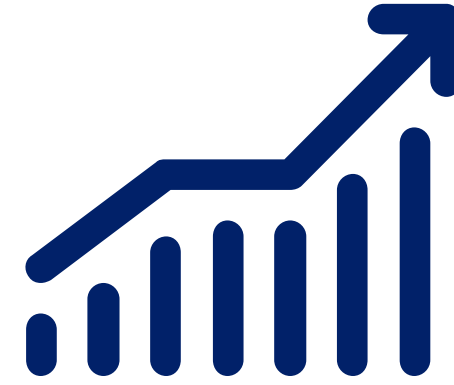
Ev & Dekorasyon	0,9
	%35

Özel Alışveriş Siteleri	3,2
	%23

Eğlence ve Kültür	0,4
	%23

Dikey	1,0
	%18

Diğer	2,2
	%36



Toplam Pazar
42,2 milyar TL

milyar TL

% 2016-17
büyüme

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



Karşılaştırmalar

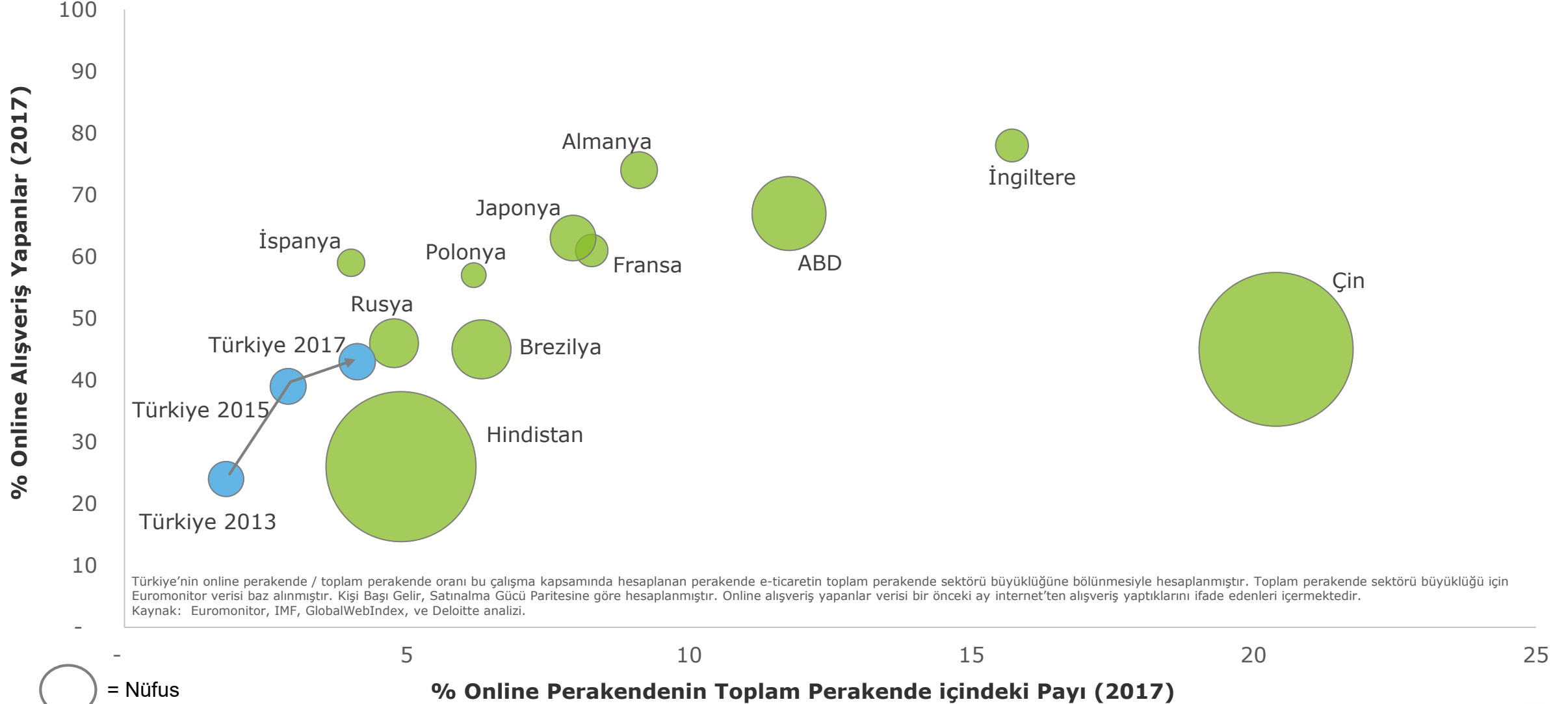


E-Ticaret Karşılaştırma (2017)

Ülke	Online Perakende / Toplam Perakende	Sabit Genişbant Penetrasyonu	Mobil Genişbant Penetrasyonu	Online Alışveriş Yapanlar	Mobil Alışveriş Yapanlar	Kişi Başı Gelir \$ PPP	Nüfus (mn)
İngiltere	%15,7	%38,6	%89,0	%78	%40	\$44,1K	66,0 mn
ABD	11,8	33,6	128,6	67	36	59,5	325,7
Almanya	Ortalama %9,8*	39,4	78,6	74	23	50,4	82,9
Fransa	8,3	42,0	81,2	61	17	43,8	64,6
Japonya	7,9	30,8	157,4	63	24	42,8	126,7
İspanya	4,0	30,5	92,7	59	26	38,3	46,5
Çin	20,4	23,0	60,2	45	39	16,7	1.390,1
Polonya	Ortalama %4,8**	18,3	87,2	57	22	29,5	38,4
Hindistan	4,9	1,4	14,8	26	20	7,2	1.321,0
Brezilya	6,3	12,9	94,0	45	27	15,6	209,3
Rusya	4,8	19,1	82,0	46	23	27,8	144,5
Türkiye 2016	3,5	13,0	64,8	43	31	24,9	79,8
Türkiye 2017	4,1	14,7	69,9	43	30	26,9	80,8

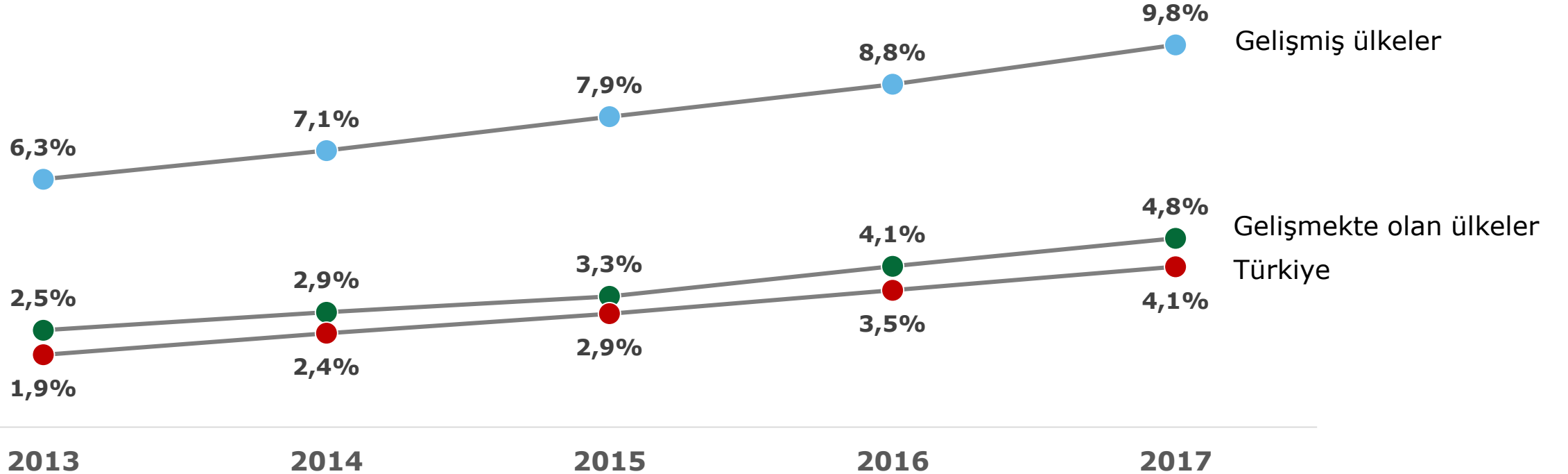
Türkiye'nin online perakende / toplam perakende oranı bu çalışma kapsamında hesaplanan perakende e-ticaretin toplam perakende sektörü büyüklüğüne bölünmesiyle hesaplanmıştır. Toplam perakende sektörü büyüklüğü için Euromonitor verisi baz alınmıştır. Genişbant penetrasyonu Türkiye verileri BTK'dan alınmıştır ve abone sayısının nüfusa oranlanmasıyla hesaplanmıştır. Kişi Başı Gelir, Satınalma Gücü Paritesine göre hesaplanmıştır. Online alışveriş yapanlar verisi bir önceki ay internet'ten alışveriş yaptıklarını ifade edenleri 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 46 ülkeden oluşmaktadır. Kaynak: Worldbank, Euromonitor, IMF, OECD Genişbant portalı, GlobalWebIndex, BTK, GSMA Intelligence, ve Deloitte analizi.

E-Ticaret Karşılaştırma (2017)



E-Ticaret Karşılaştırma (2013-2017)

% Online Perakendenin Toplam Perakende içindeki Payı (2013-2017)



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.

Kaynak: Euromonitor ve Deloitte analizi.



Deloitte.



SimilarWeb

TEŞEKKÜRLER

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