

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 **inveon**
COMMERCE

Görüşmeler, basın açıklamaları



Ortalama Sepet Büyüklüğü

DIGITAL 360 **BKM** **inveon**
COMMERCE BANKALARARASI KART MERKEZİ

Görüşmeler, basın açıklamaları

Sektör Temsilcileri ile Görüşmeler / Eklmeler / Düzeltmeler



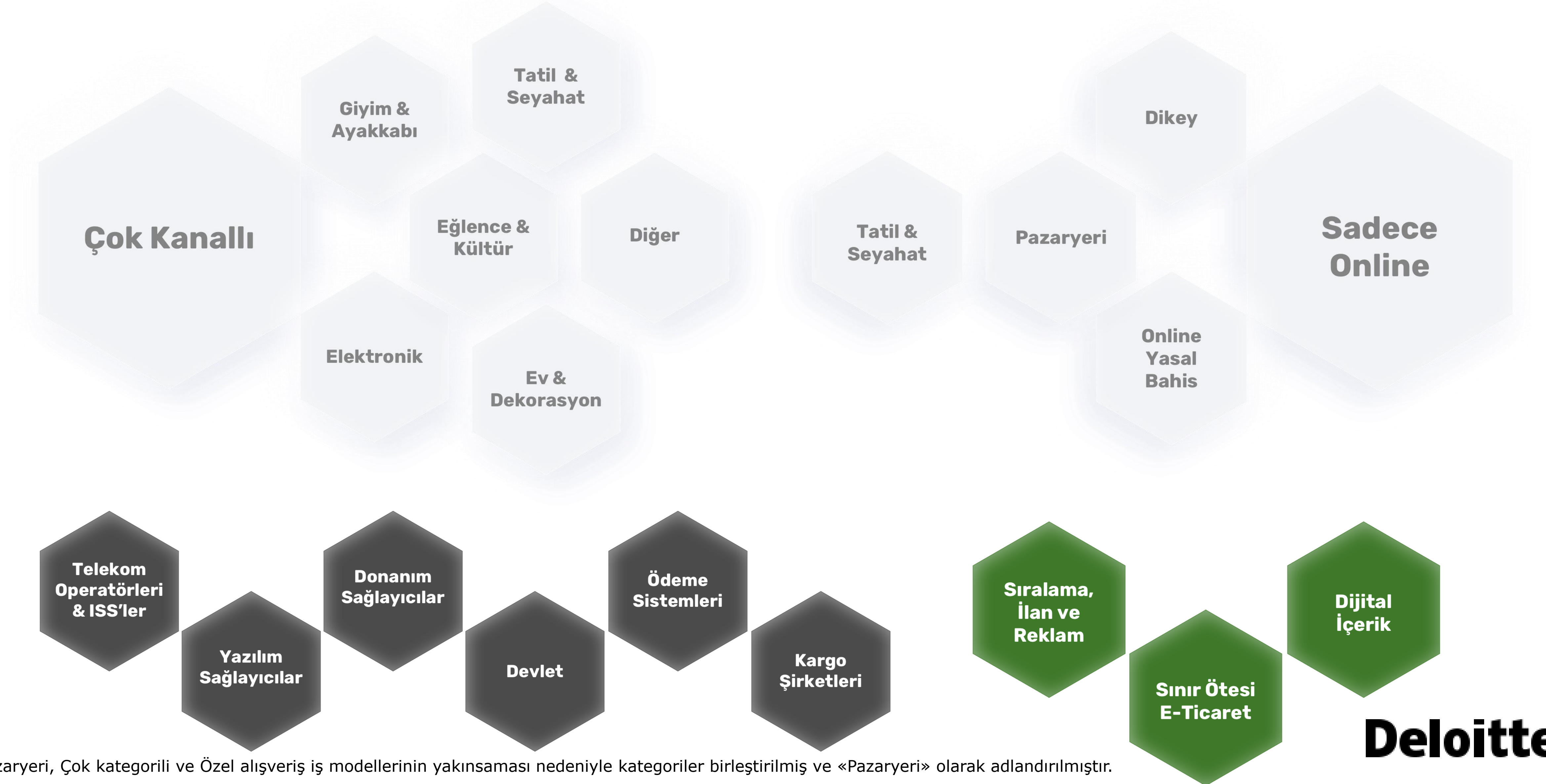
E-ticaret Hacmi



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

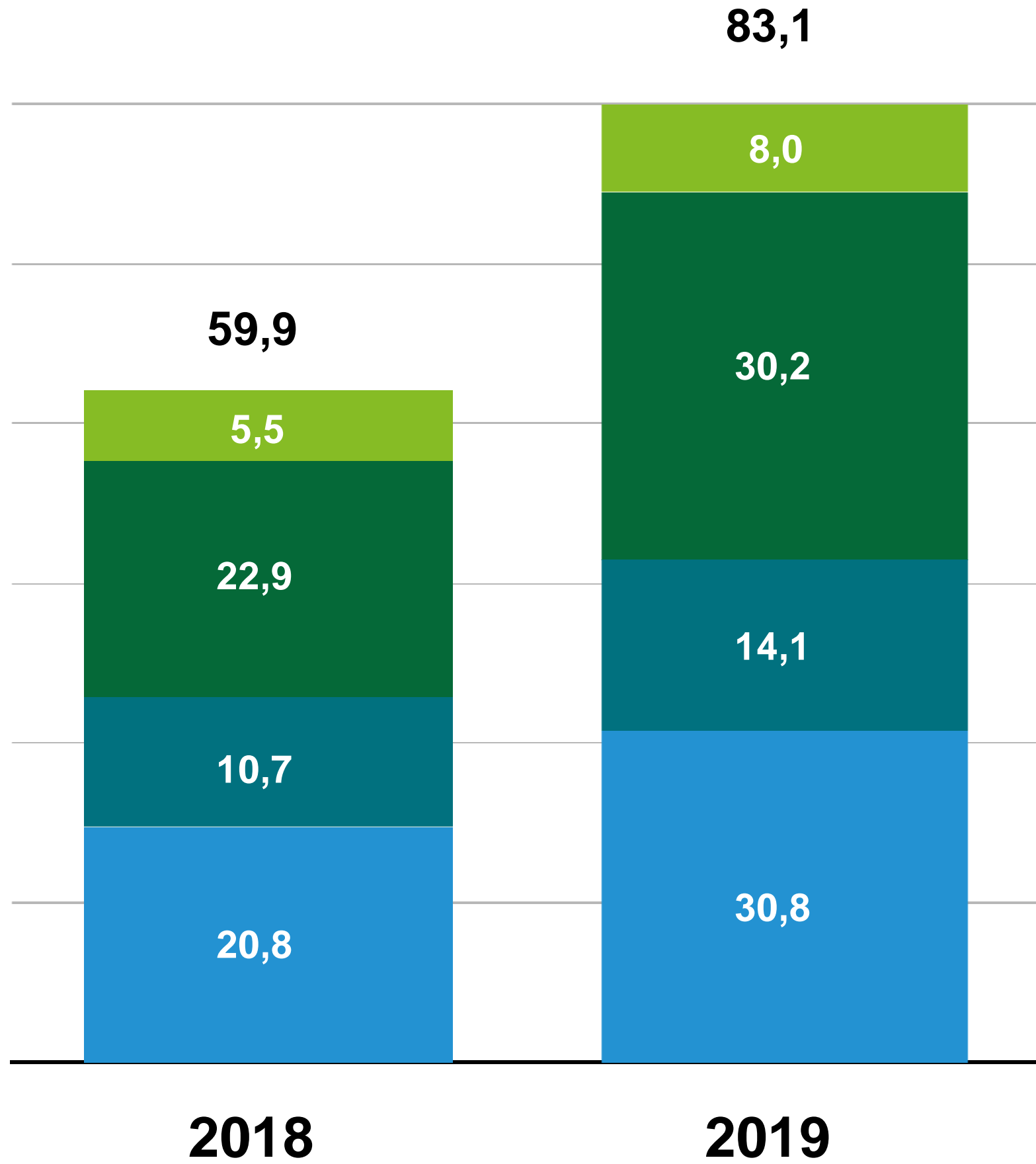


E-Ticaret Pazar Büyüklüğü

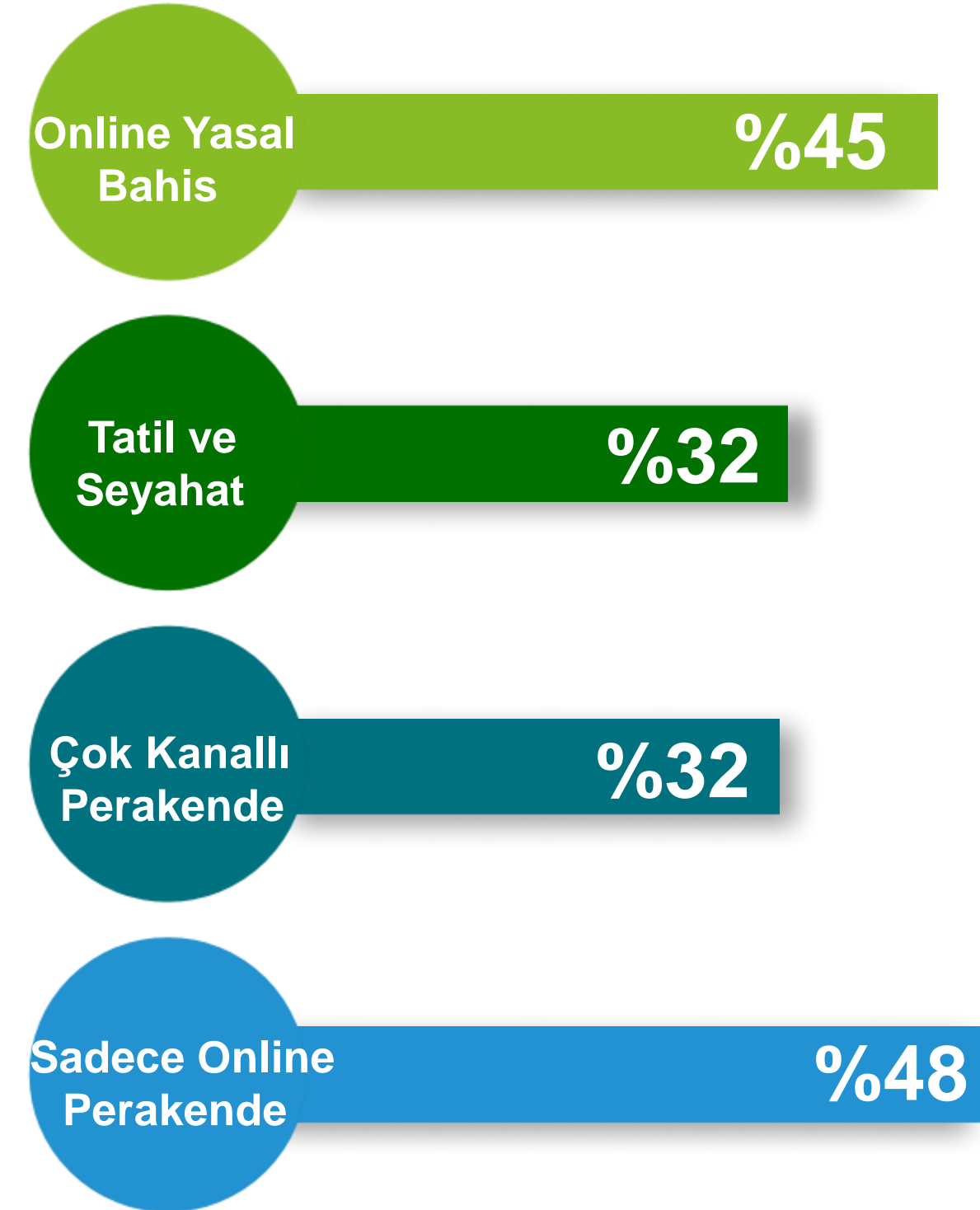


Türkiye'de E-Ticaret Pazar Büyüklüğü (milyar TL)

Yıllık Büyüme
%39

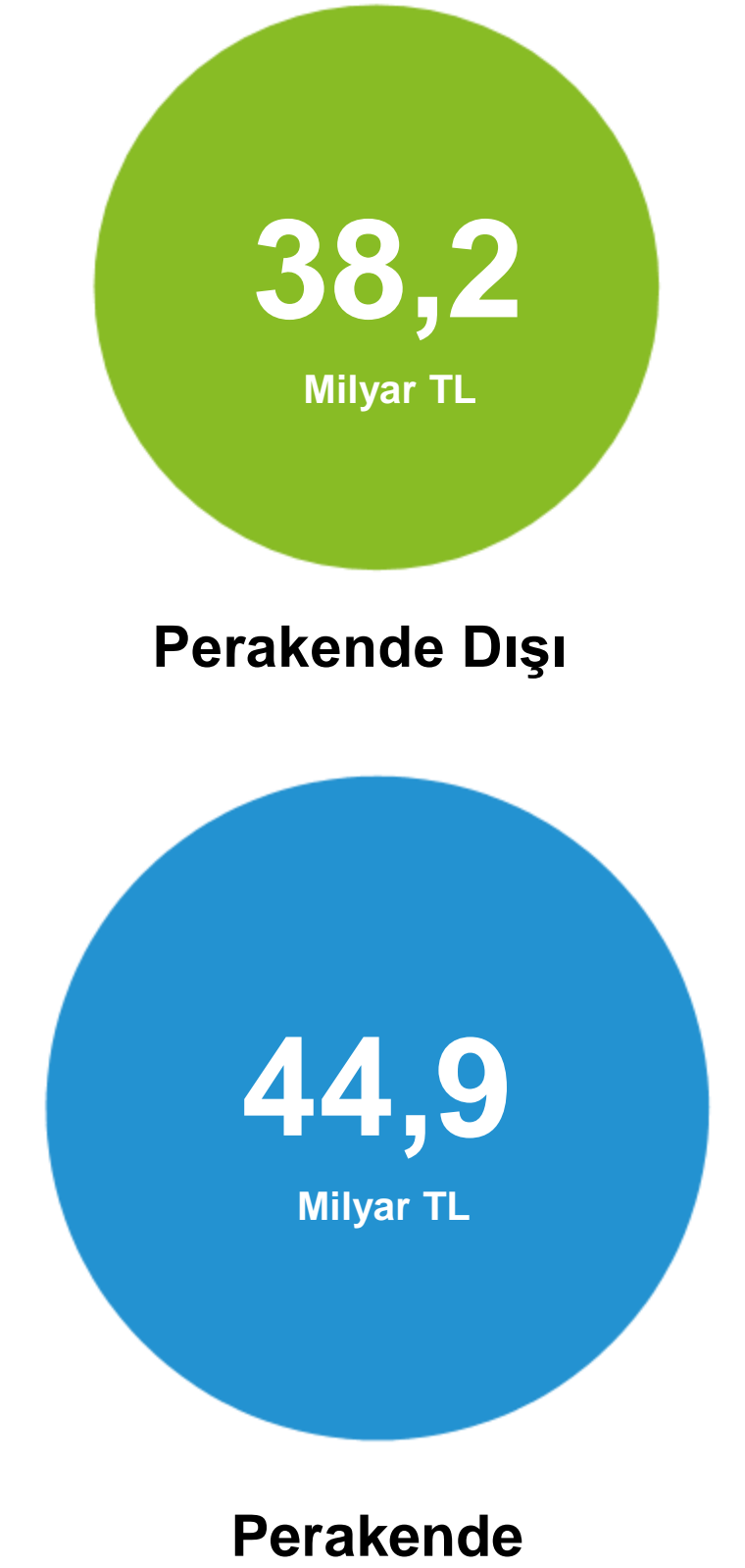


2018 - 2019
Yıllık Büyüme



Sektör büyüklükleri KDV hariç hesaplanmaktadır

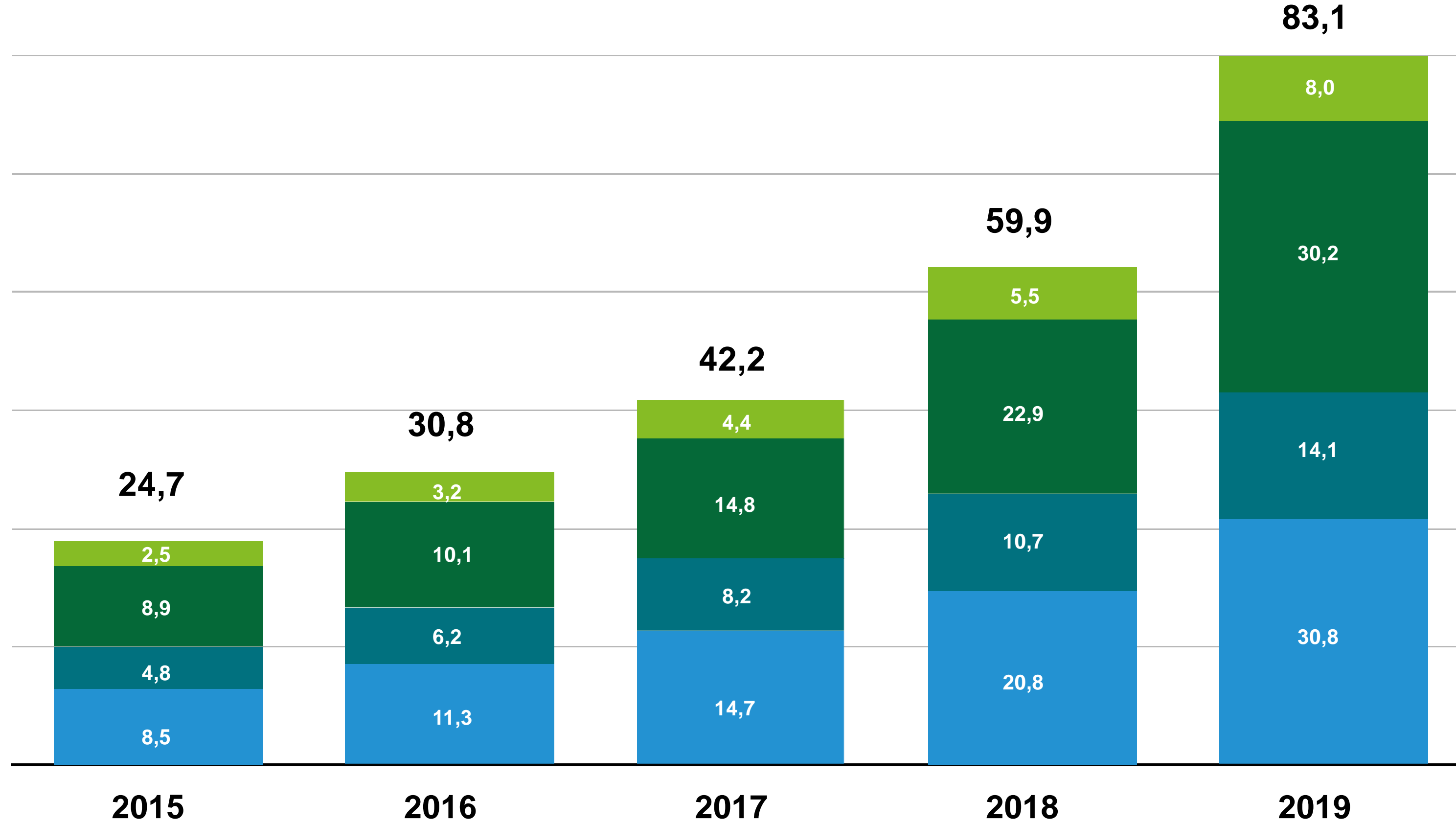
2019
Sektör Büyüklüğü



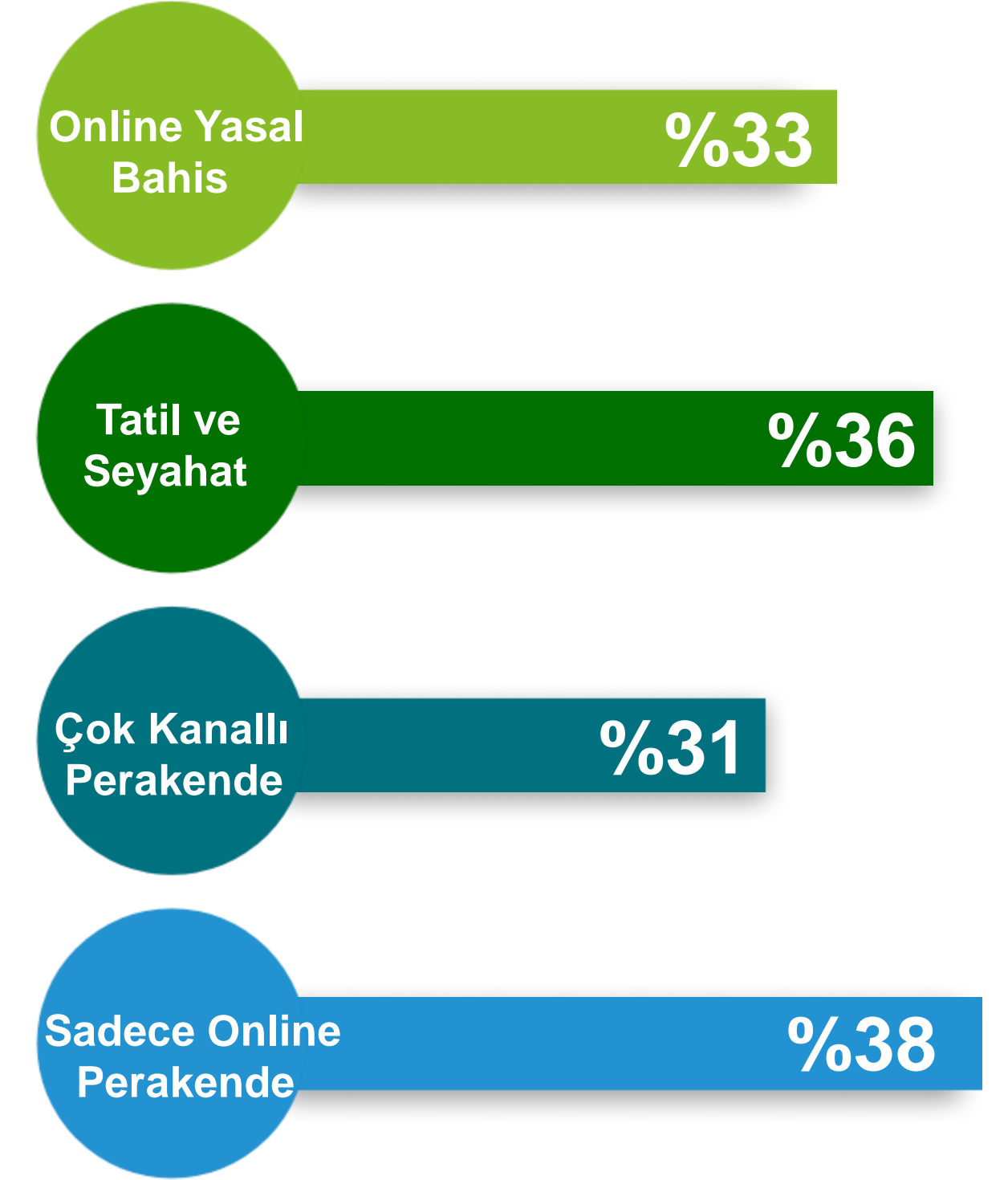
Türkiye'de E-Ticaret Pazar Büyüklüğü (milyar TL)

2015 - 2019 Yıllık Büyüme

%35



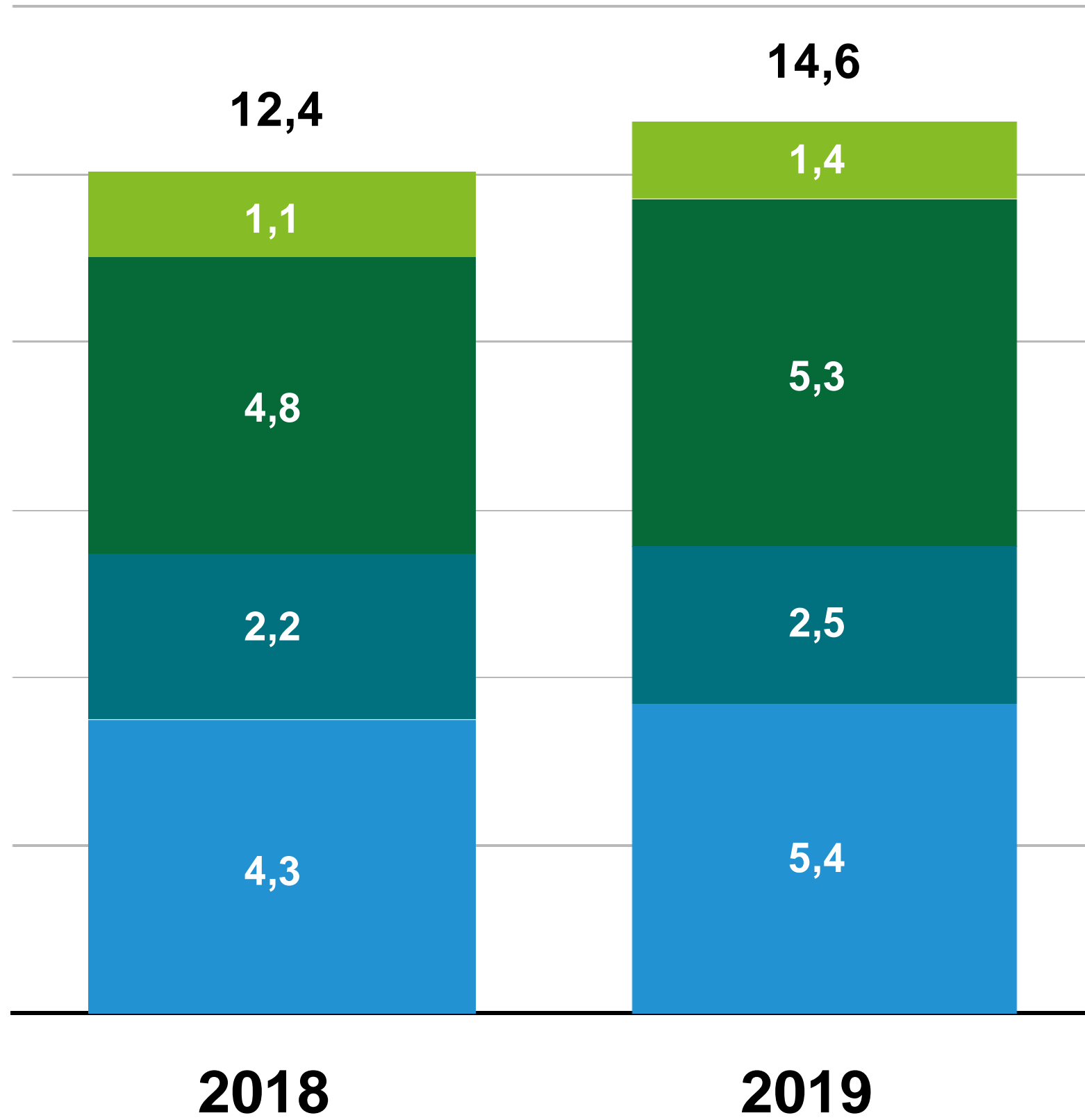
2015 - 2019
Yıllık Büyüme



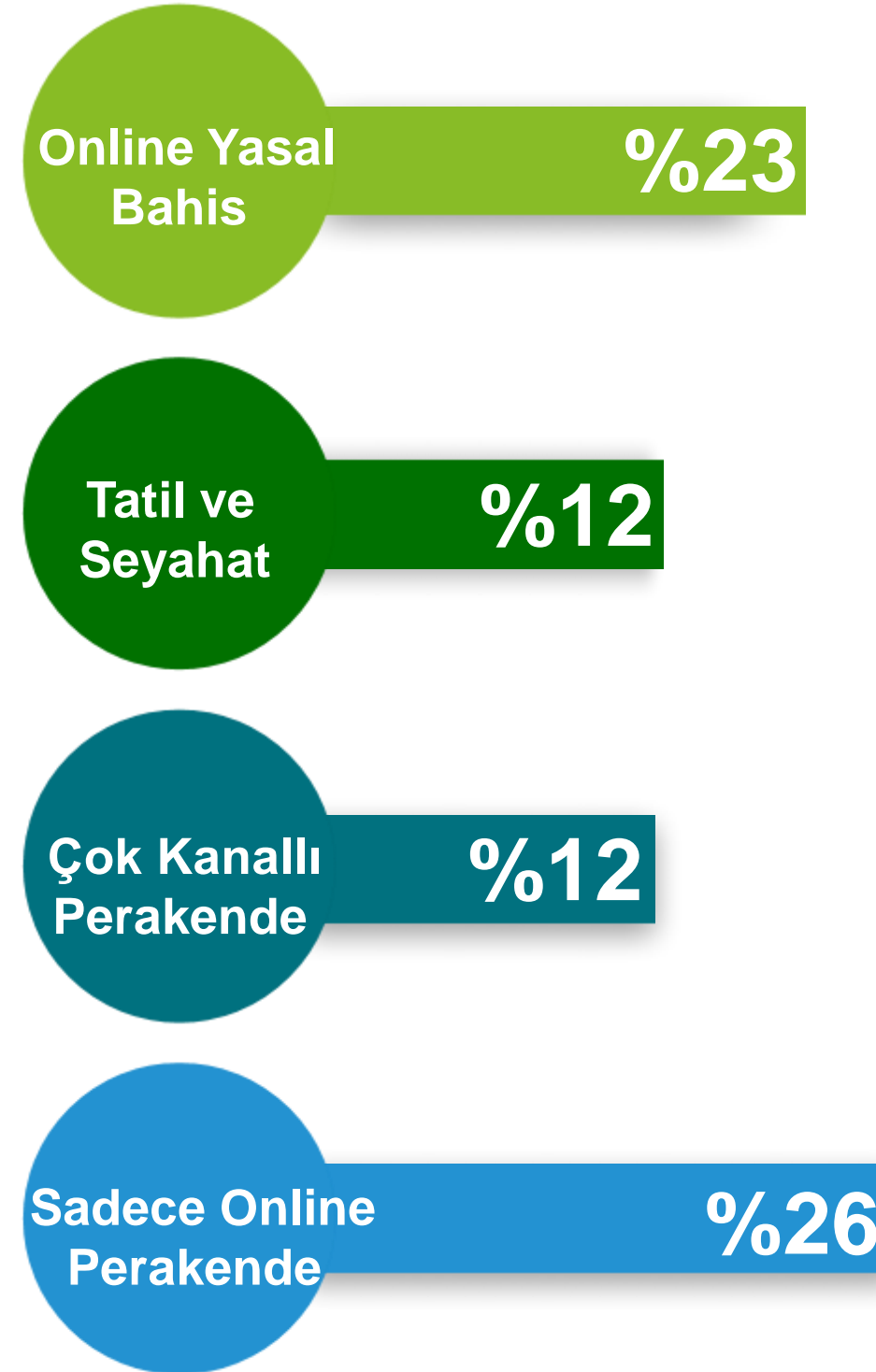
Sektör büyüklükleri KDV hariç hesaplanmaktadır

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

Yıllık Büyüme
%18

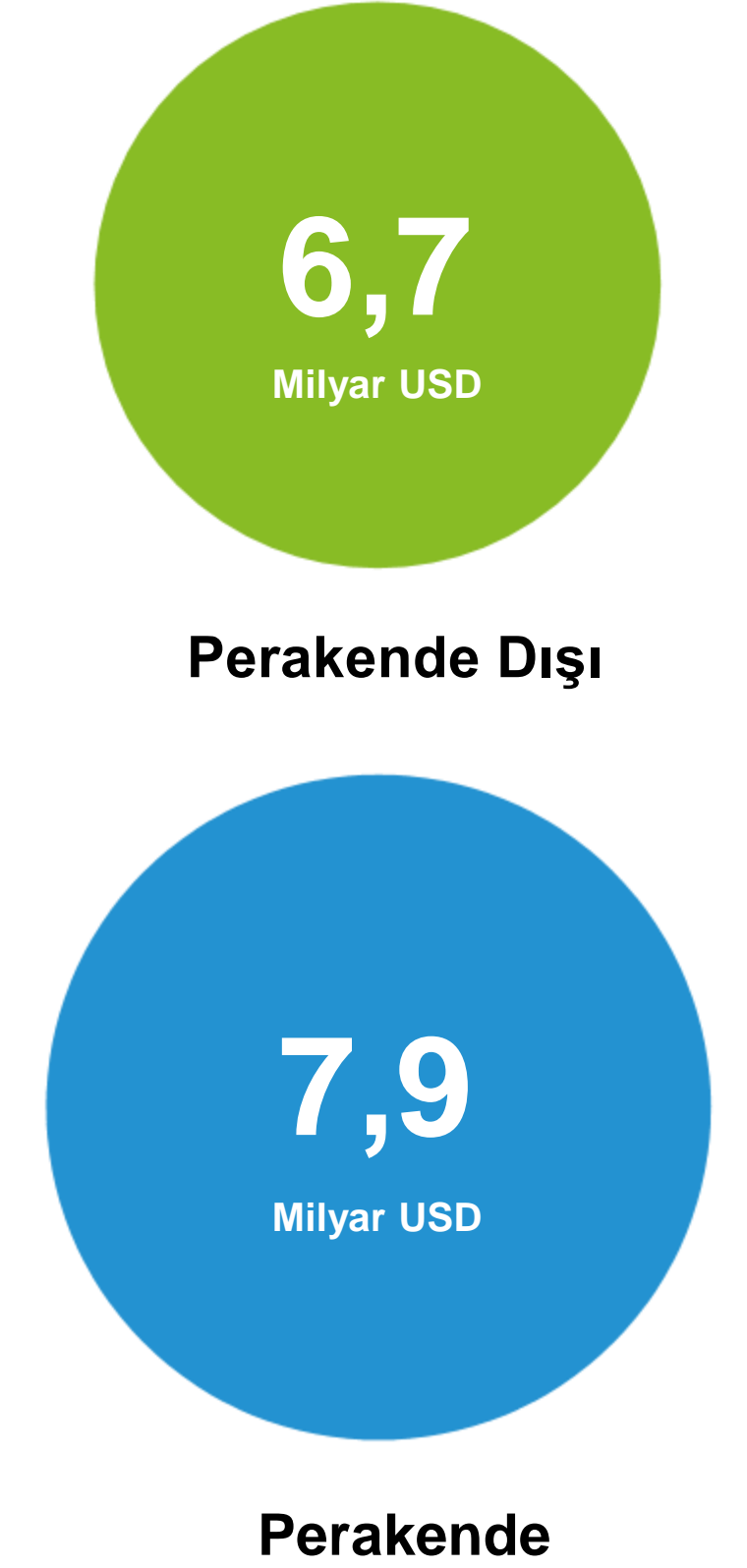


2018 - 2019
Yıllık Büyüme



Sektör büyüklükleri KDV hariç hesaplanmaktadır

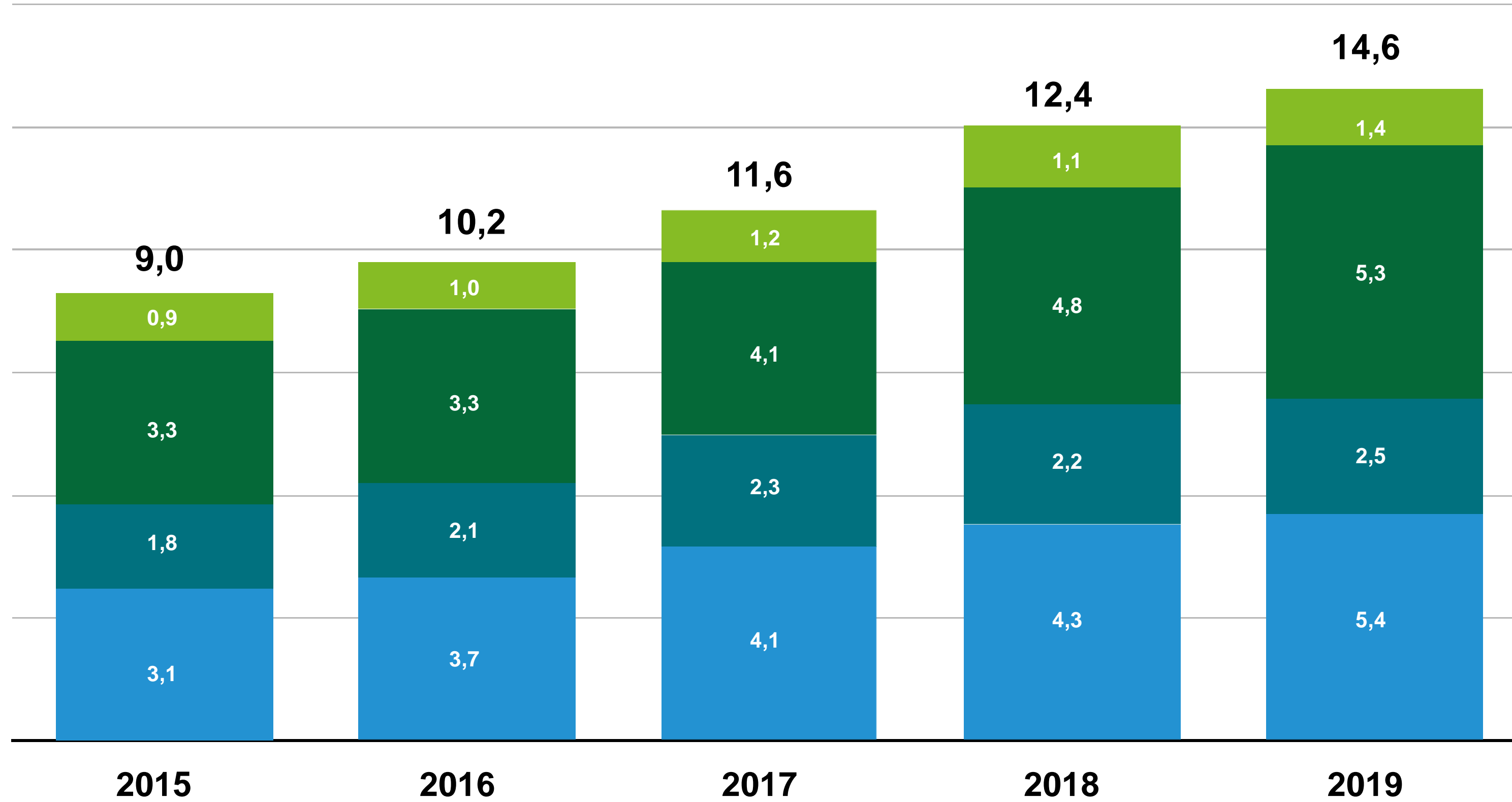
2019
Sektör Büyüklüğü



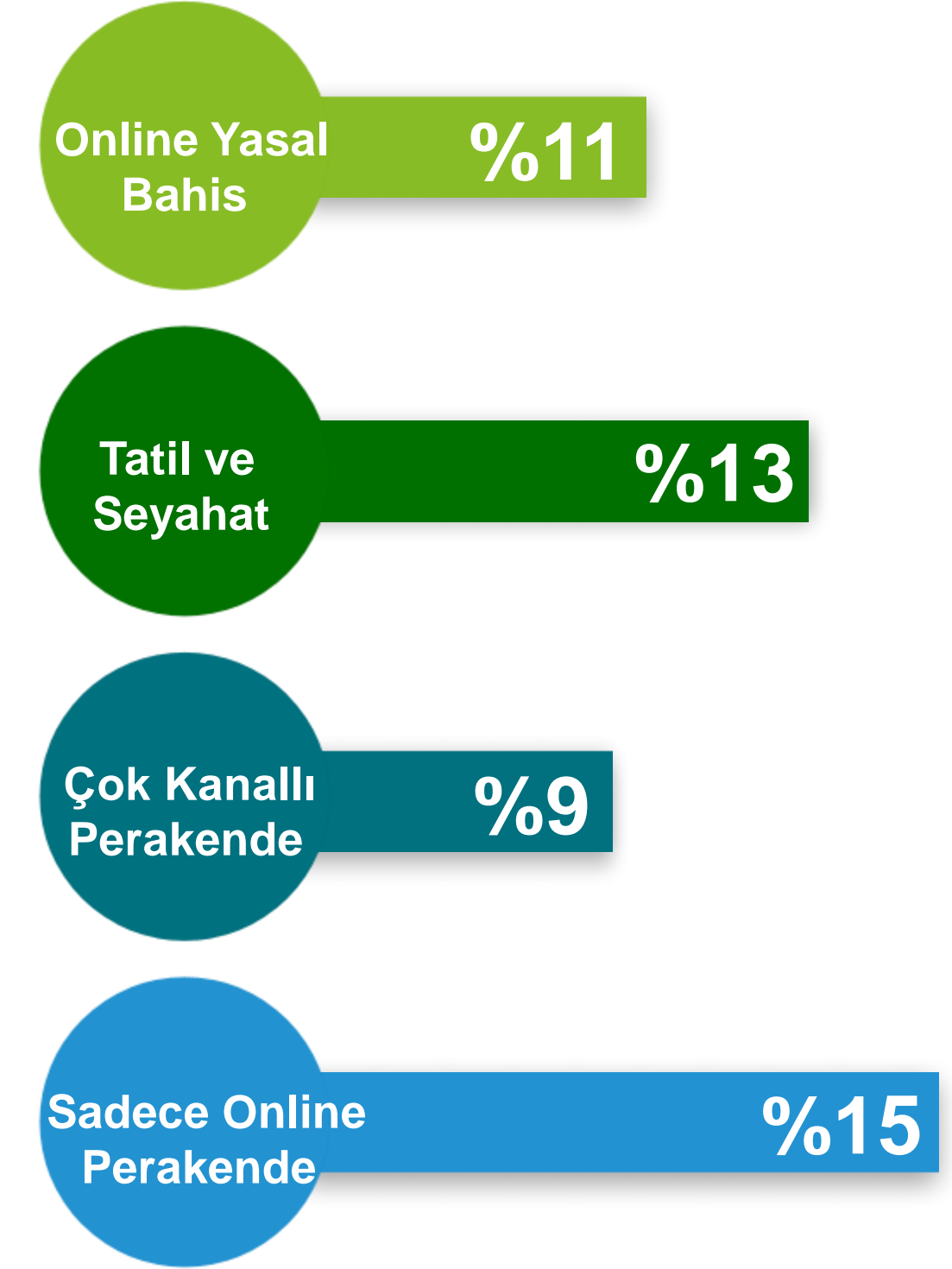
Türkiye'de E-Ticaret Pazar Büyüklüğü (milyar USD)

2015 - 2019 Yıllık Büyüme

%13



2015 - 2019
Yıllık Büyüme

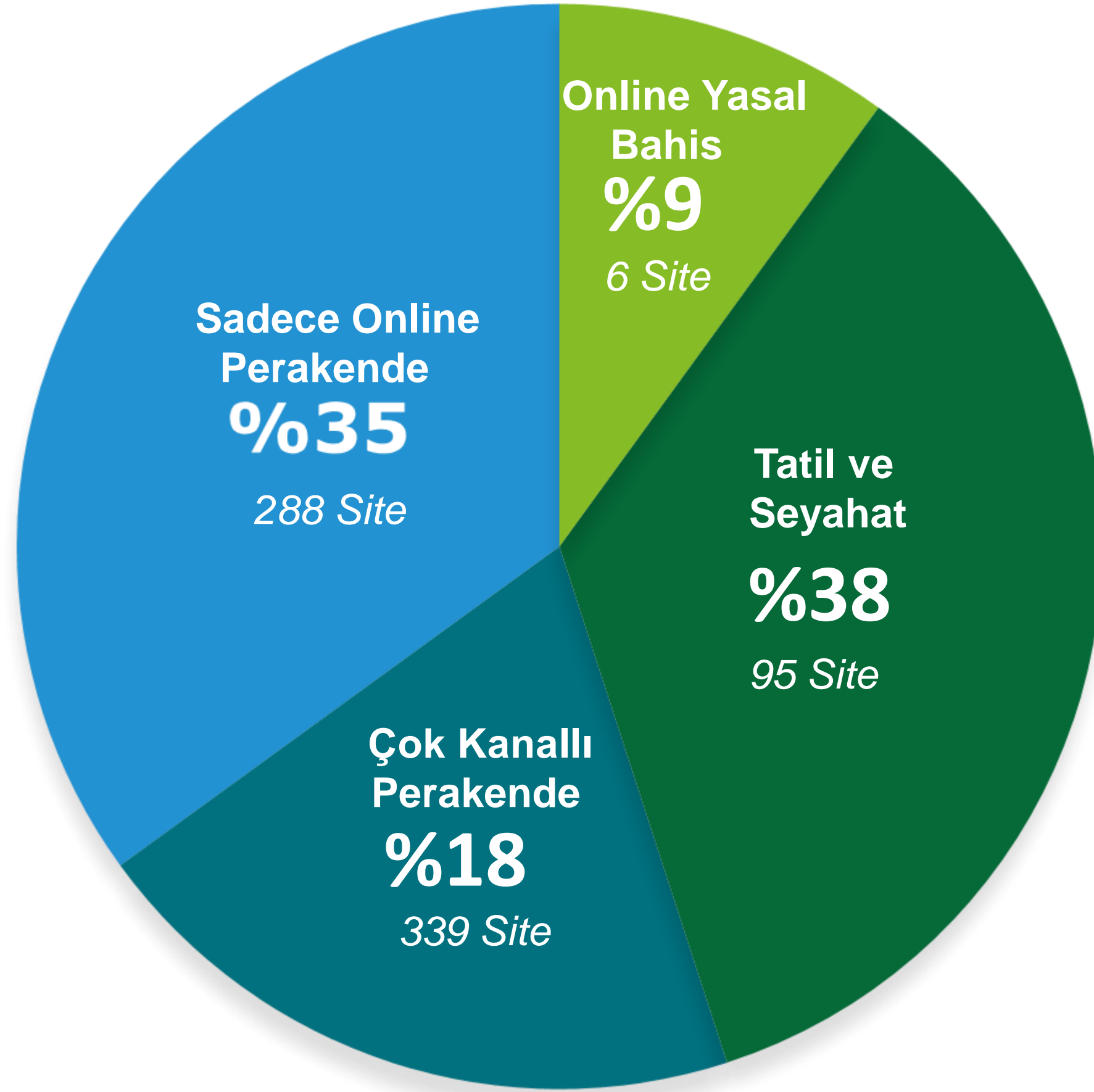


Sektör büyüklükleri KDV hariç hesaplanmaktadır

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

Kategori payları ve site sayıları

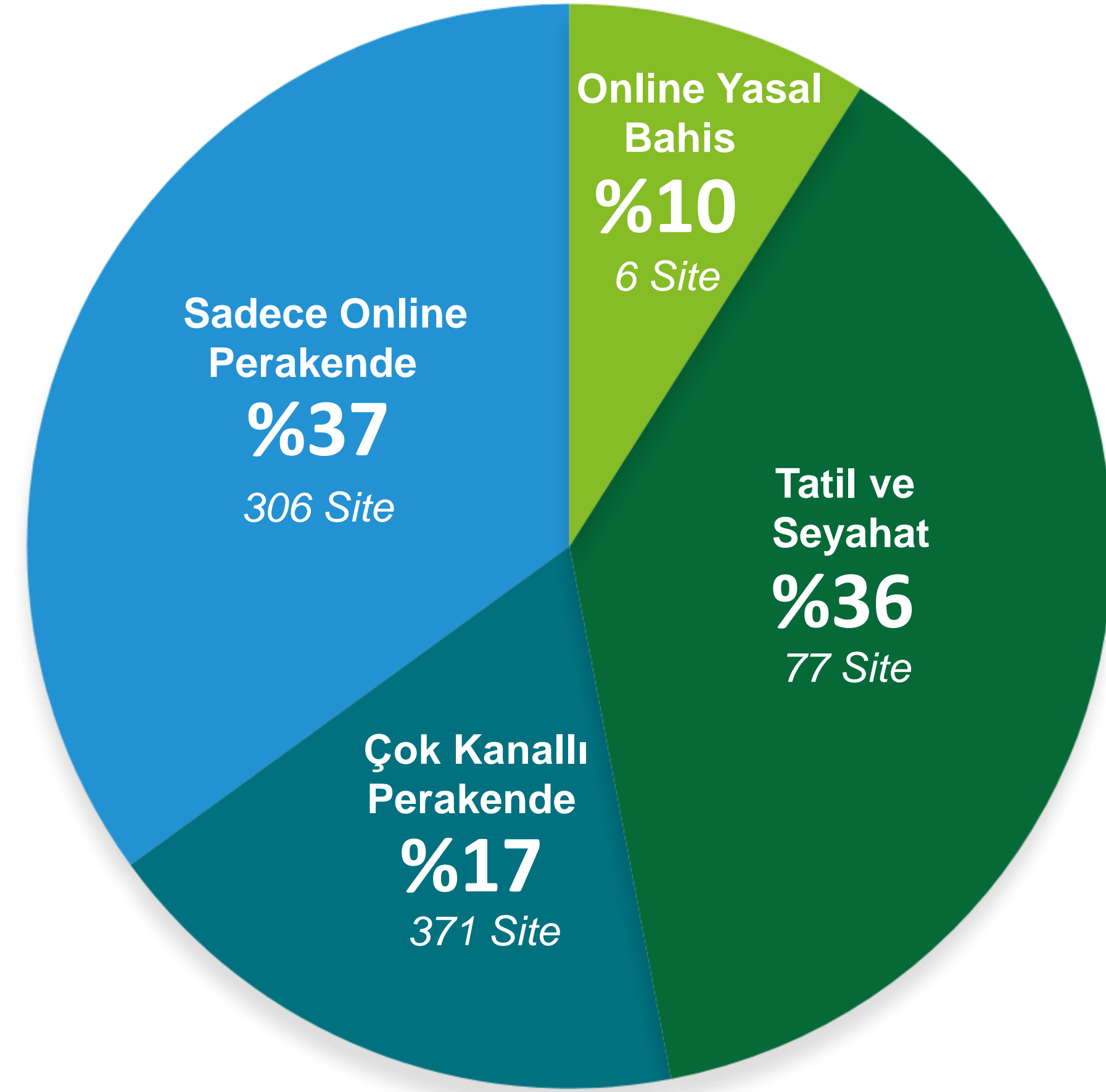
59,9 Milyar TL



2018

728 Site

83,1 Milyar TL

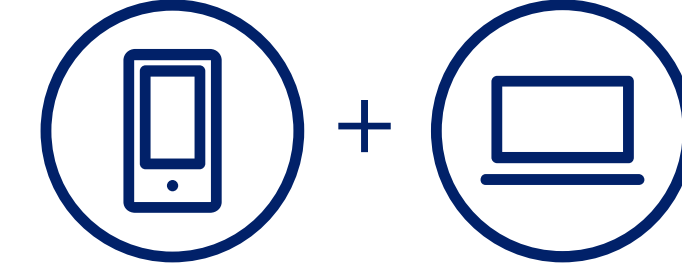


2019

760 Site

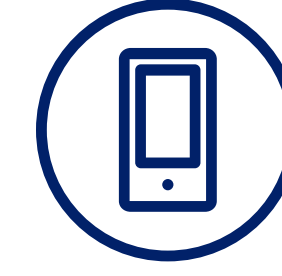
Türkiye'de E-Ticaret Pazar Büyüklüğü - Kategoriler

(milyar TL)



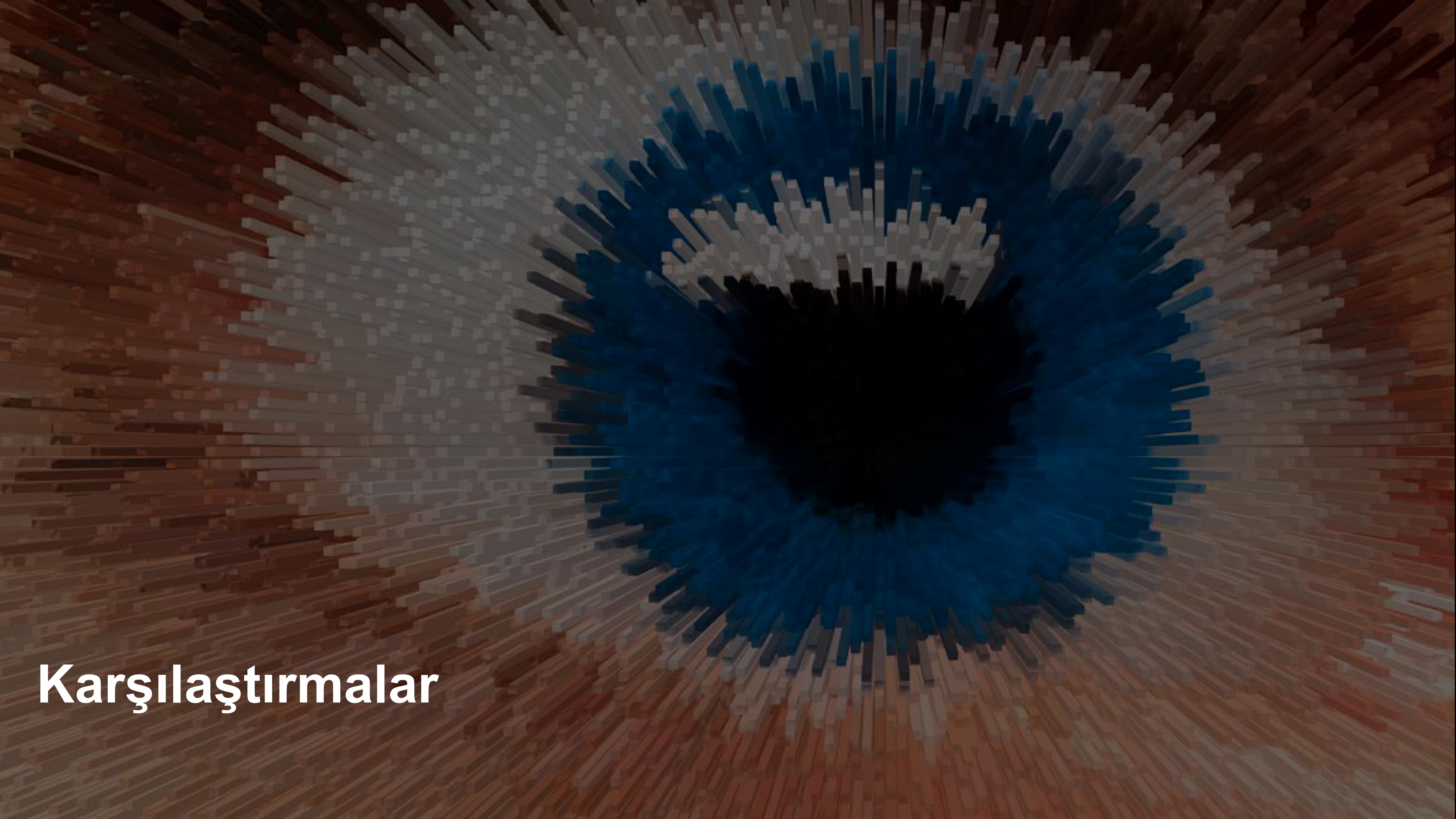
Türkiye'de E-Ticaret Pazarı Mobil Ciro Payı*- Kategoriler

(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 %



Karşılaştırmalar

E-Ticaret Karşılaştırması (2019)

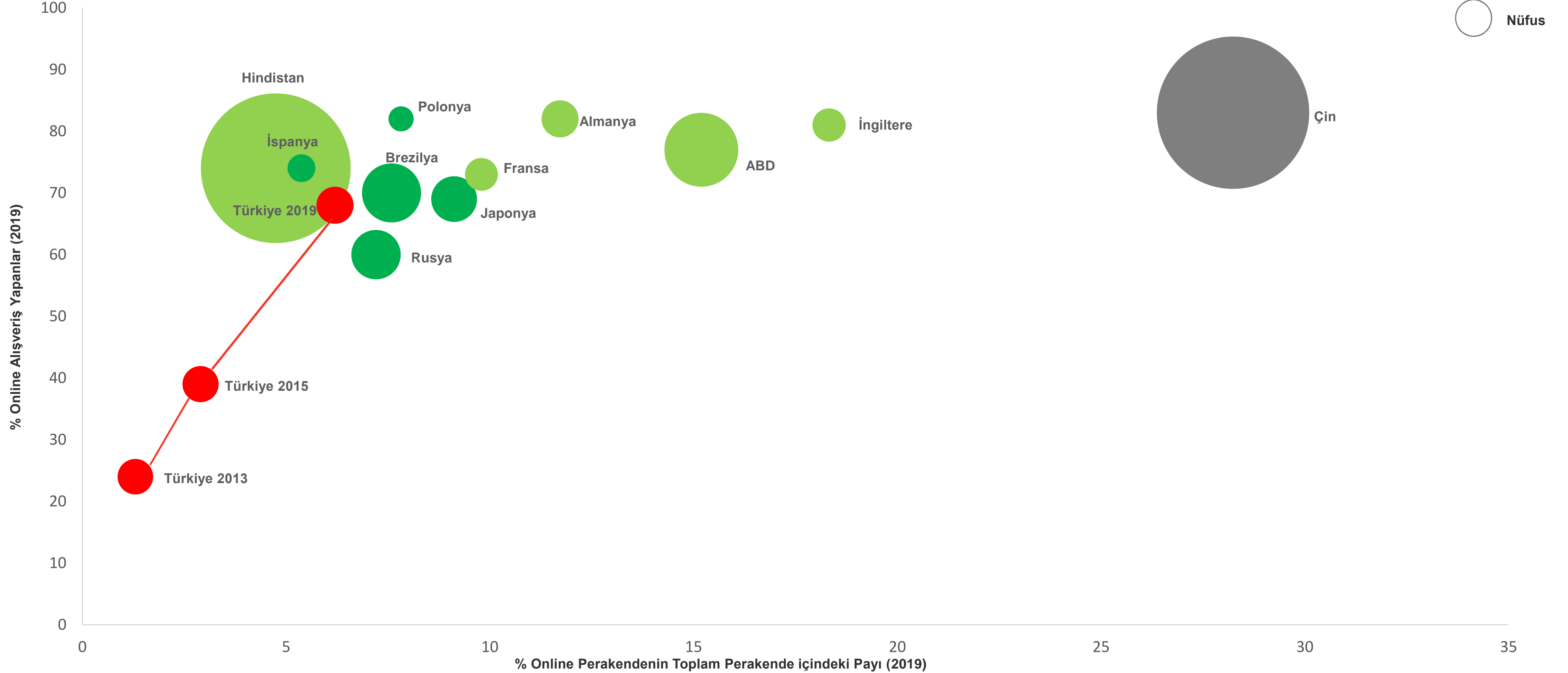
| | Ülke | Online Perakende / Toplam Perakende | Sabit Genişbant Penetrasyonu | Mobil Genişbant Penetrasyonu | Online Alışveriş Yapanlar | Mobil Alışveriş Yapanlar | Kişi Başı Gelir \$ PPP | Nüfus (mn) |
|-------------------------|---------------------|--|---------------------------------|---------------------------------|------------------------------|-----------------------------|---------------------------|-------------|
| 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 | 11,7 | 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 | 7,8 | 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 |

Ortalama
%12,3*

Ortalama
%6,7**

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.

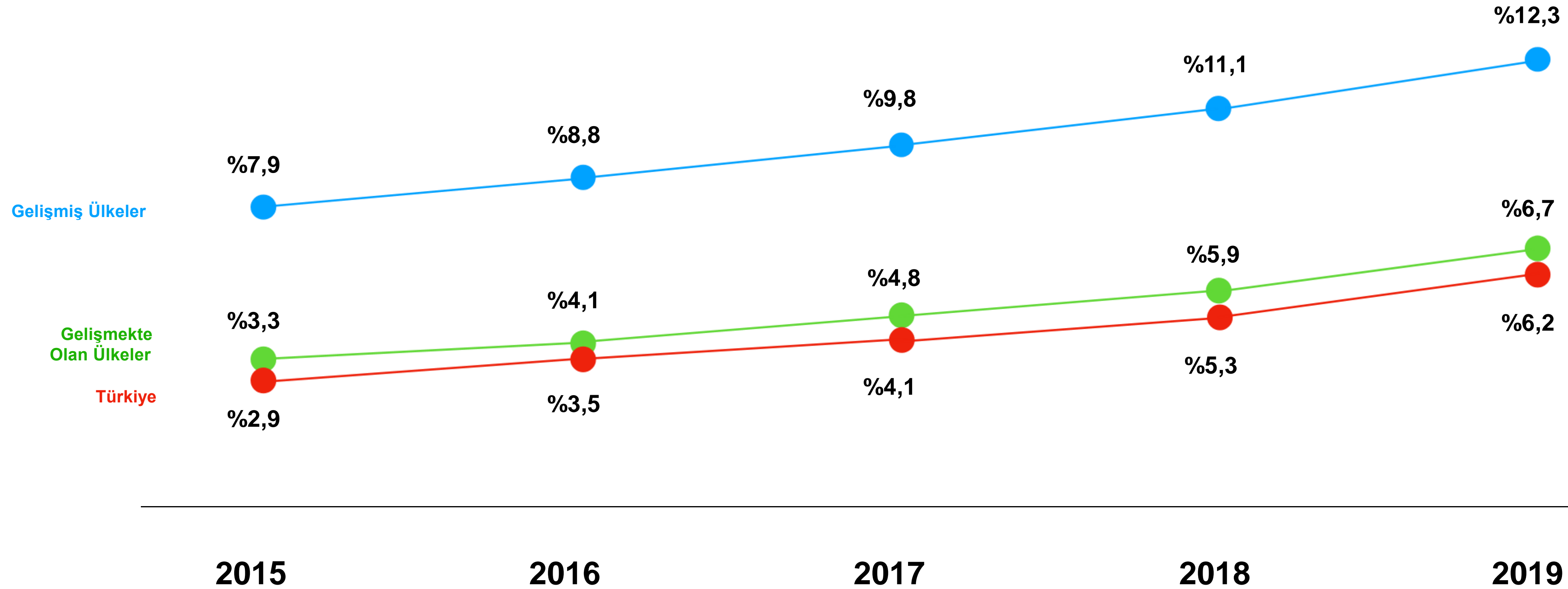
E-Ticaret Karşılaştırması (2019)



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)





Deloitte.

 SimilarWeb

 INVEON

TEŞEKKÜRLER

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