



Çalışmanın paydaşları

Proje Danışmanı

Deloitte.

Proje Ortağı

 **etid**
Elektronik Ticaret İşletmecileri Derneği

Proje Veri Ortağı

 **comSCORE.**

Tanım ve tahminleme modeli

Tanım ve Tahminleme
Modeli

Ekosistem ve Kapsam

Pazar Büyüklüğü

Karşılaştırmalar

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

Aylık ziyaret > 15k

C2C

B2B

Tahminleme modeli

Ziyaret Sayısı



COMSCORE.

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

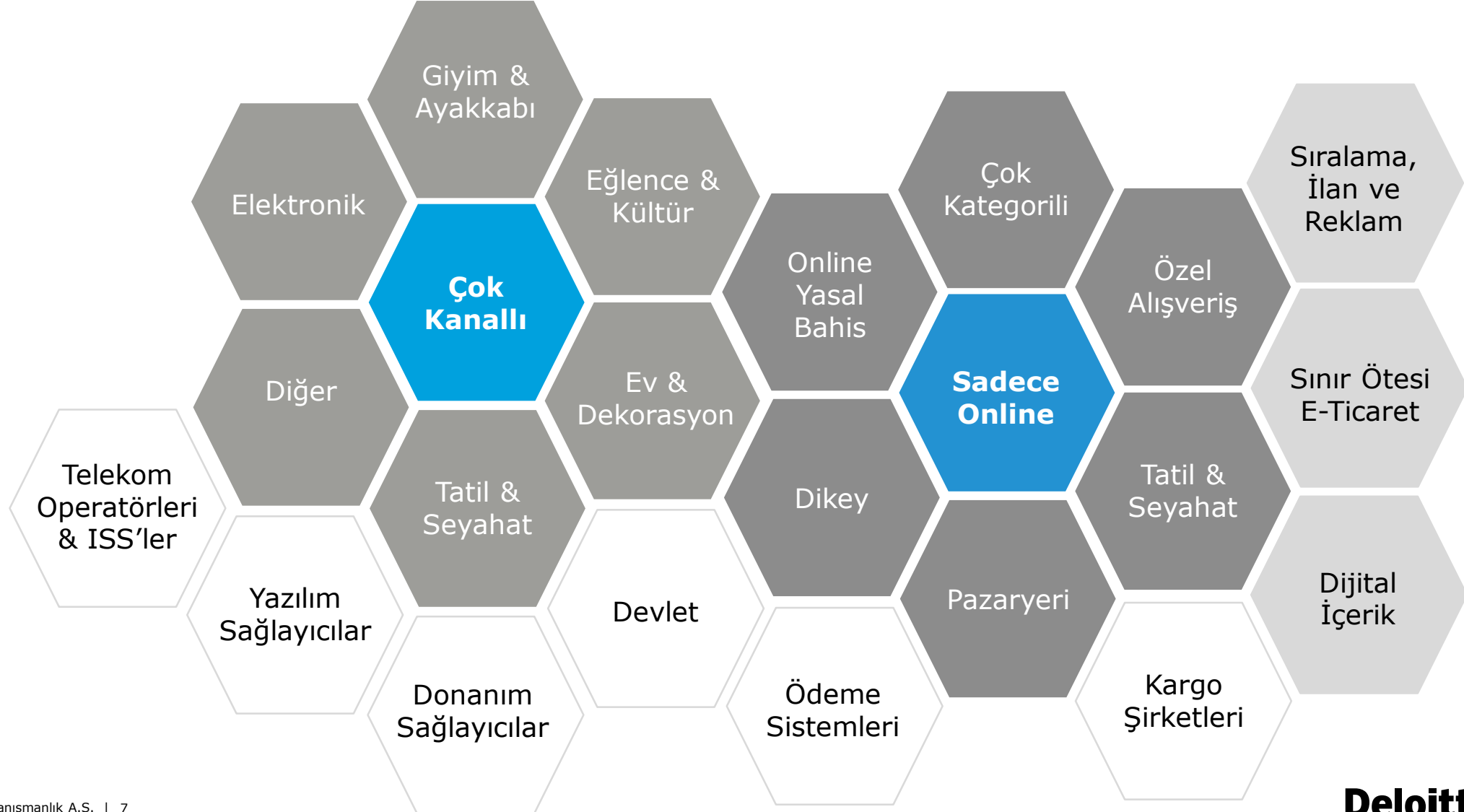
Tanım ve Tahminleme
Modeli

Ekosistem ve Kapsam

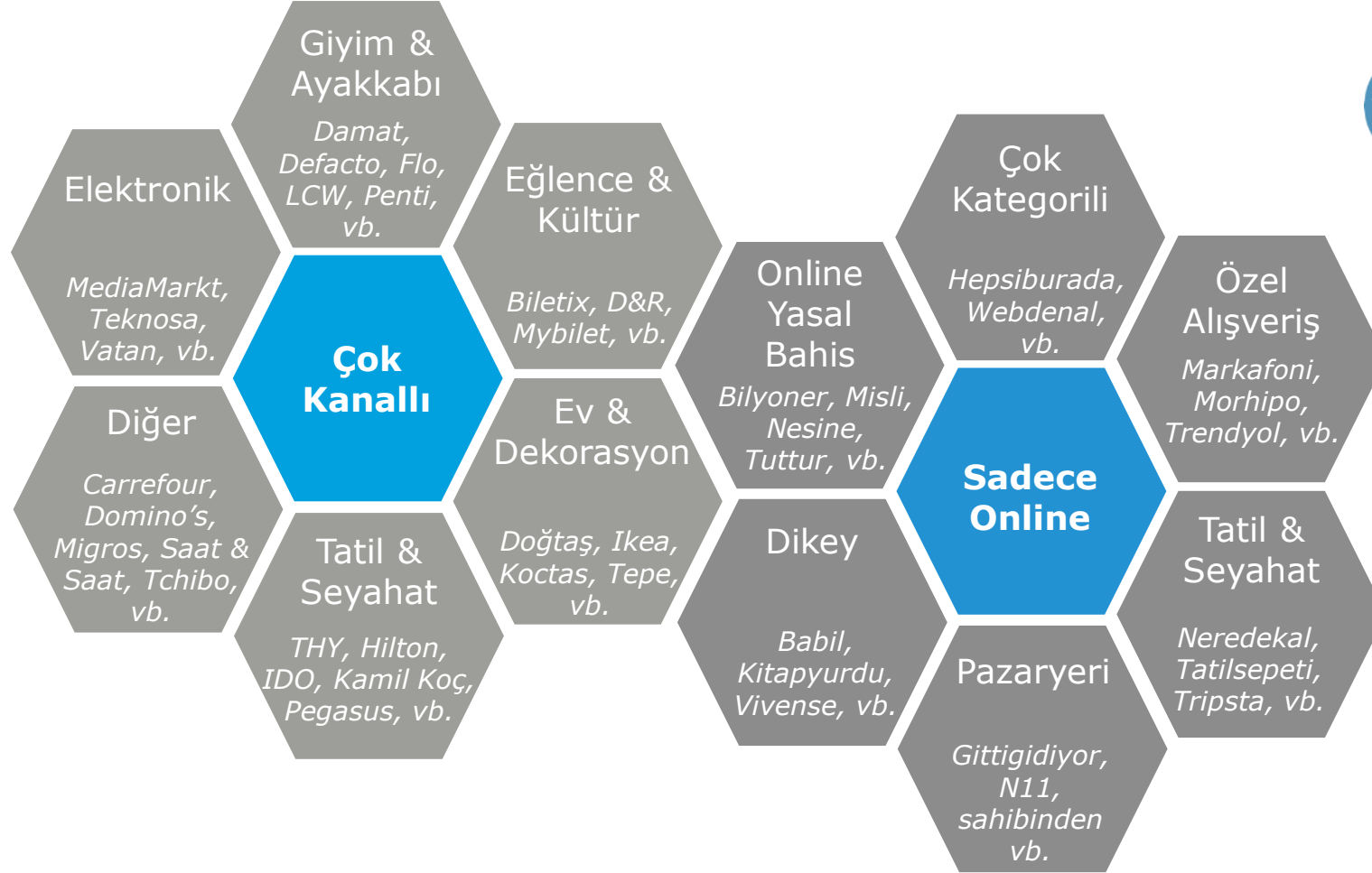
Pazar Büyüklüğü

Karşılaştırmalar

E-Ticaret ekosistemi



Tahminlenen pazar kapsamı



Örnek Siteler

E-Ticaret pazar büyüklüğü

Tanım ve Tahminleme
Modeli

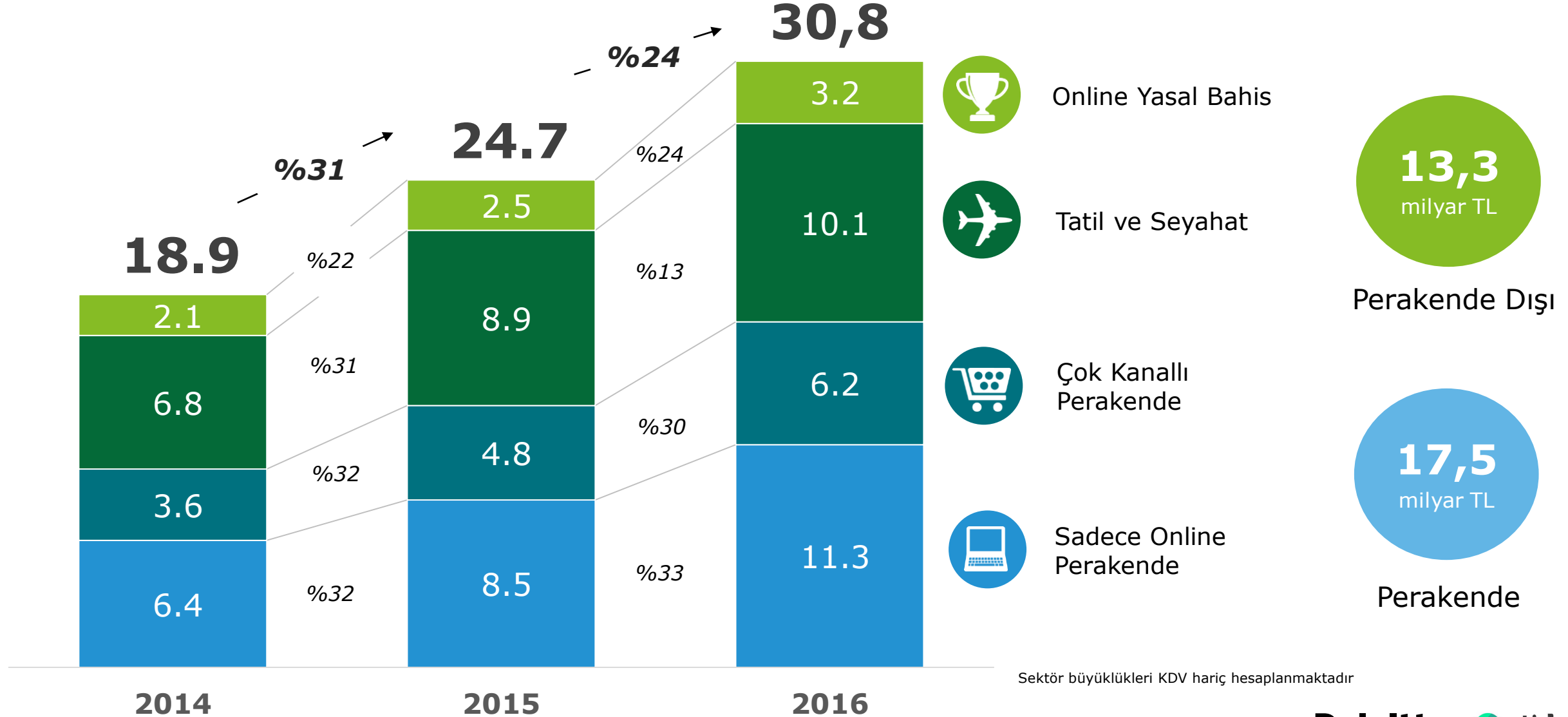
Ekosistem ve Kapsam

Pazar Büyüklüğü

Karşılaştırmalar

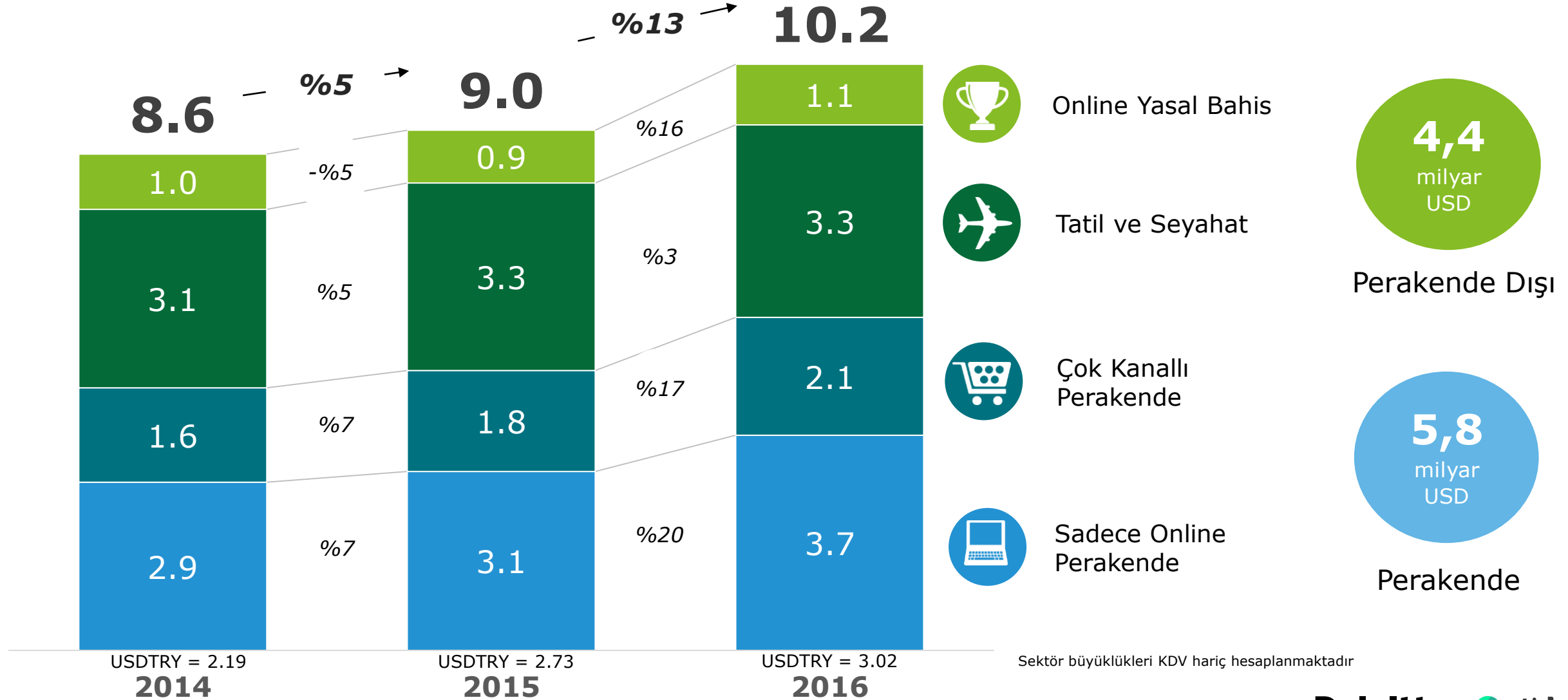
Türkiye'de e-ticaret pazar büyüklüğü

milyar TL



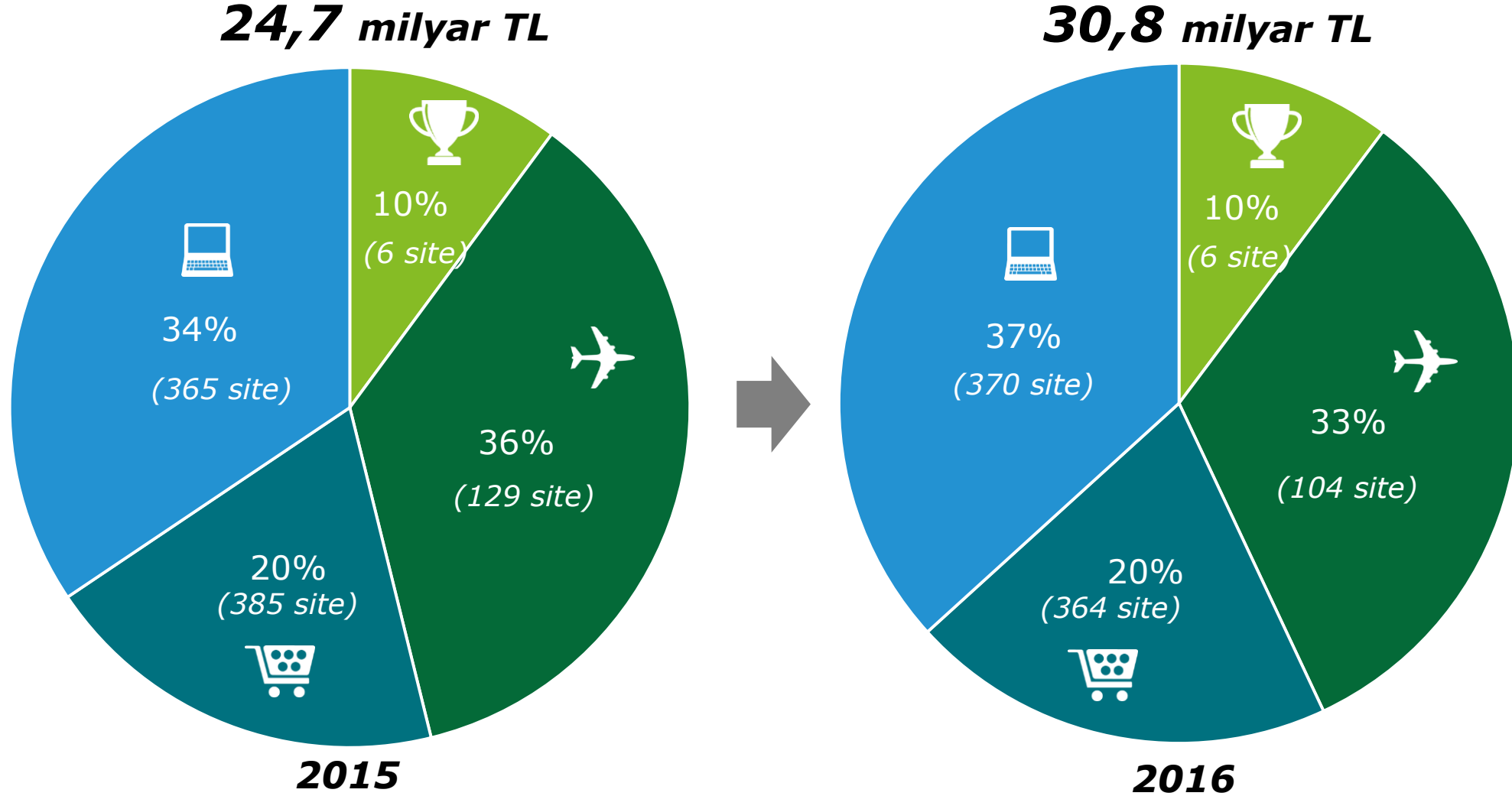
Türkiye'de e-ticaret pazar büyüklüğü

milyar USD



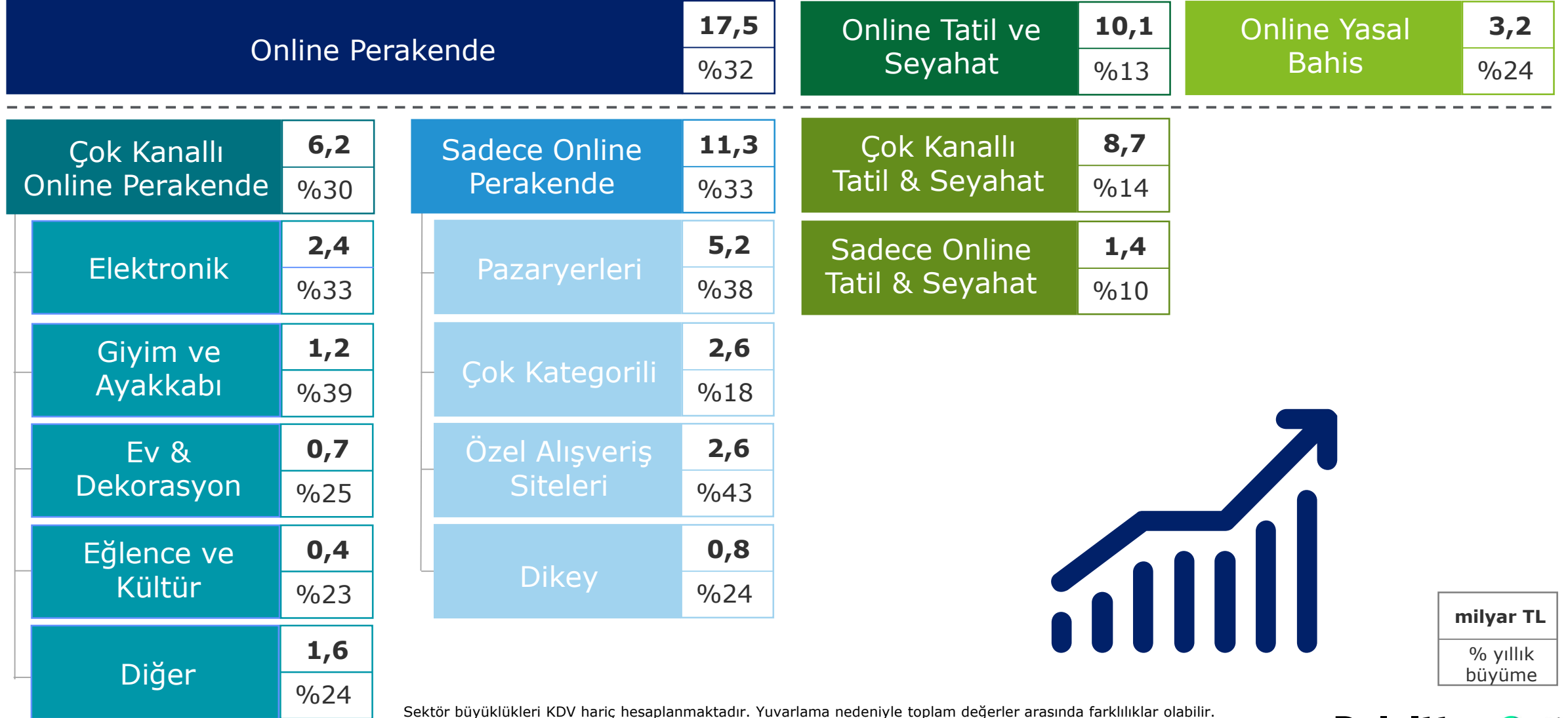
Türkiye'de e-ticaret pazar büyüklüğü

Kategori payları ve site sayıları



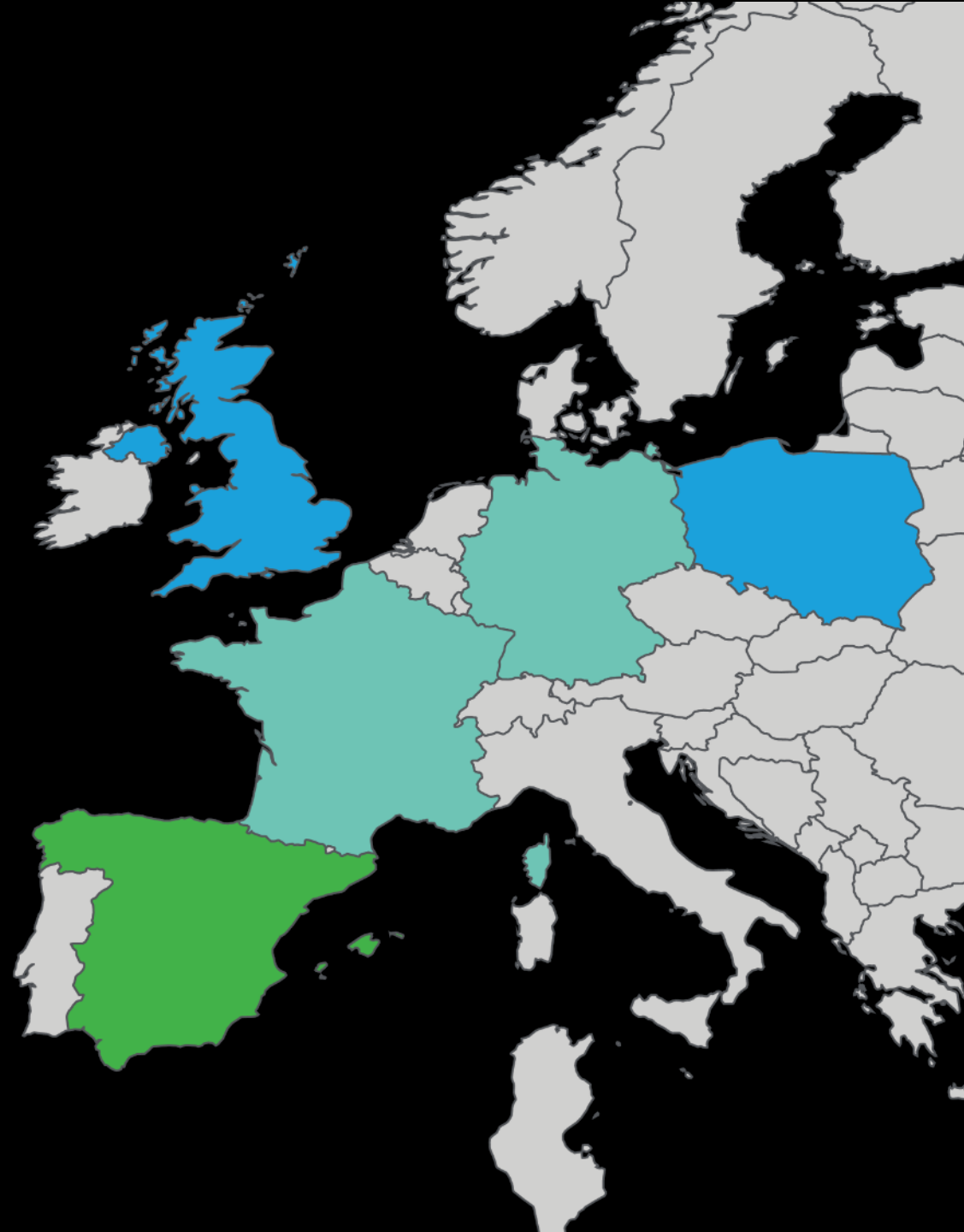
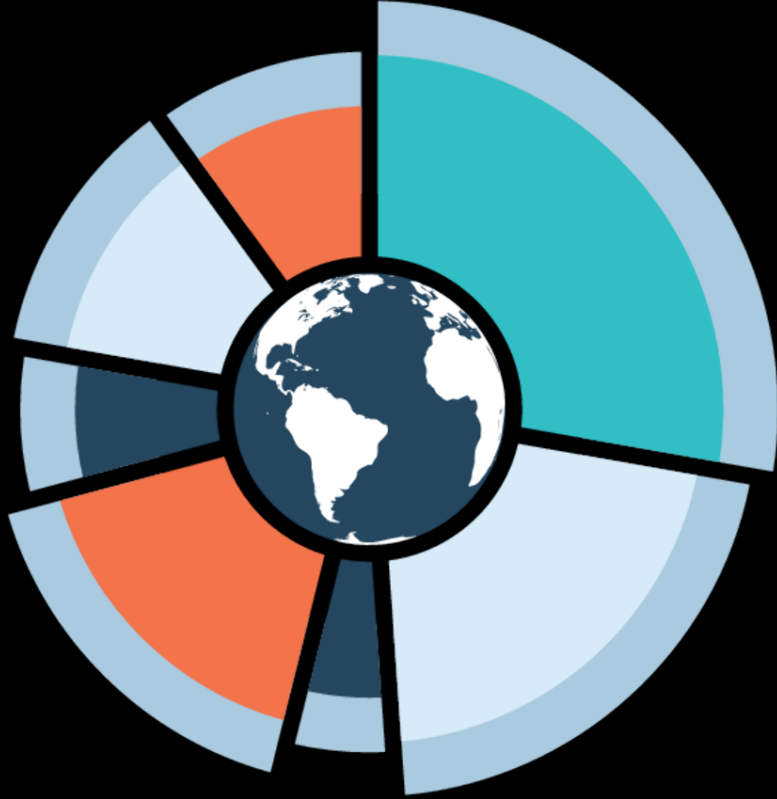
Türkiye'de e-ticaret pazar büyüklüğü - kategoriler

milyar TL



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

Karşılaştırmalar



Tanım ve Tahminleme Modeli

Ekosistem ve Kapsam

Pazar Büyüklüğü

Karşılaştırmalar

E-Ticaret Karşılaştırma (2016)

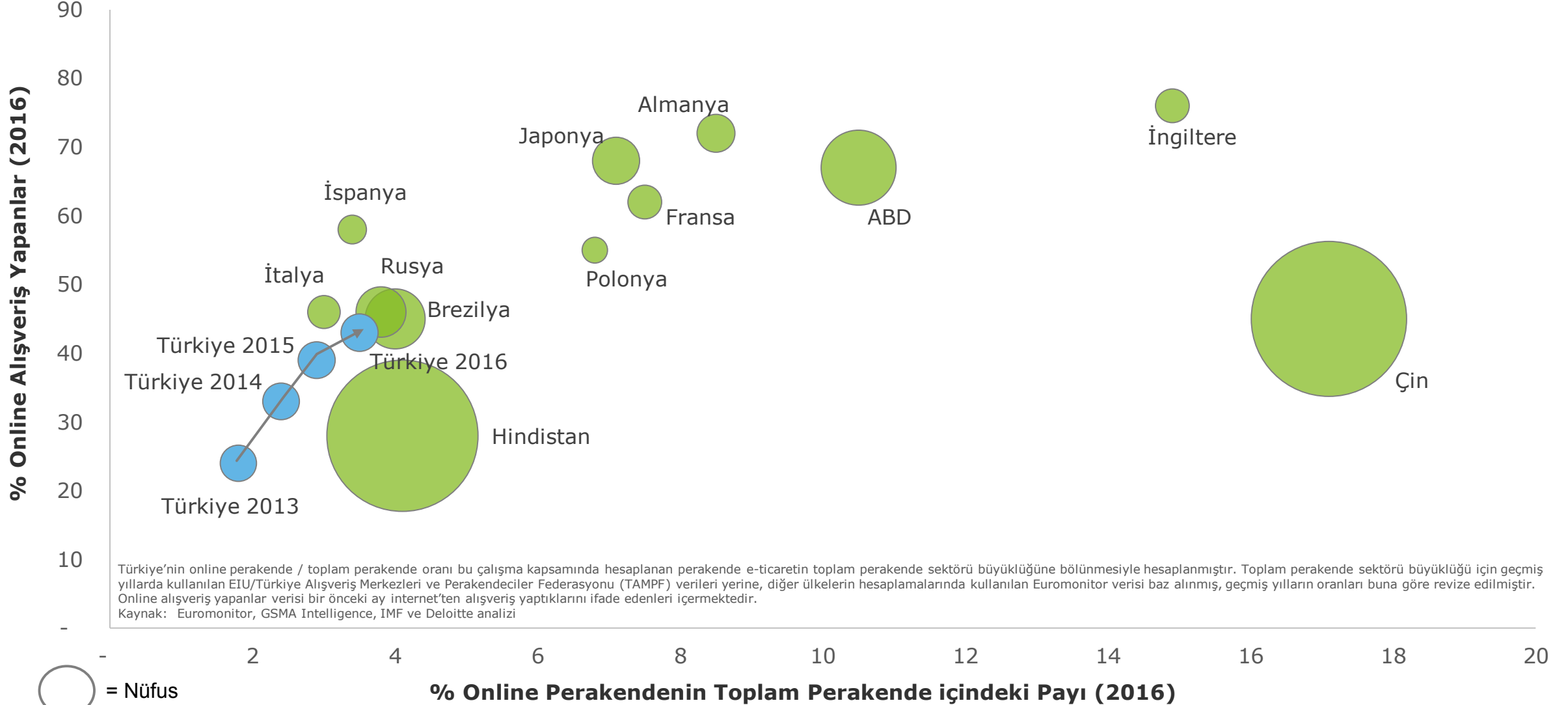
Ülke	Online Perakende / Toplam Perakende	Sabit Genişbant Penetrasyonu	Mobil Genişbant Penetrasyonu	Online Alışveriş Yapanlar	Mobil Alışveriş Yapanlar	Kişi Başı Gelir \$ PPP	Nüfus (mn)
İngiltere	%14,9	%38,5	%91,7	%76	%37	\$42,5K	65,6 mn
ABD	10,5	32,5	122,3	67	33	57,4	323,3
Almanya	8,5	38,5	73,8	72	26	48,1	82,7
Fransa	7,5	40,9	76,6	62	19	42,3	64,6
Japonya	7,1	30,2	146,4	68	25	41,3	126,9
İspanya	3,4	29,3	86,5	58	30	36,4	46,3
Çin	17,1	18,6	56,0	45	40	15,4	1.382,7
Polonya	6,8	18,3	65,3	55	23	27,8	38,0
Hindistan	4,1	1,3	9,36	28	23	6,6	1.309,4
Brezilya	4,0	12,3	88,6	45	26	15,2	206,1
Rusya	3,8	18,8	71,3	46	21	26,5	143,4
Türkiye 2015	2,9	12,1	49,6	39	24	24,2	78,7
Türkiye 2016	3,5	13,0	64,8	43	31	24,9	79,8

Ortalama
%8,8*

Ortalama
%3,8*

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 geçmiş yıllarda kullanılan EIU/Türkiye Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Federasyonu (TAMPF) verileri yerine, diğer ülkelerin hesaplamalarında kullanılan Euromonitor verisi baz alınmış, geçmiş yılların oranları buna göre revize edilmiştir. 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, 2016 klasifikasyonuna göre düzenlenmiştir. Gelişmiş ülke ortalaması ağırlığını Avrupa ülkelerinin oluşturmuş olduğu 31 ülke verisi kullanılarak hesaplanmıştır. Gelişmekte olan ülkeler Çin haricindeki 48 ülkeden oluşmaktadır. Kaynak: Euromonitor, IMF, OECD Genişbant portalı, ITU World Telecommunication/ICT Indicators Database, BTK, GSMA Intelligence, ve Deloitte analizi; OECD dışı ülkelerin genişbant penetrasyonu verileri 2015 yılına aittir.

E-Ticaret Karşılaştırma (2016)



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 geçmiş yıllarda kullanılan EIU/Türkiye Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Federasyonu (TAMPF) verileri yerine, diğer ülkelerin hesaplamalarında kullanılan Euromonitor verisi baz alınmış, geçmiş yılların oranları buna göre revize edilmiştir. Online alışveriş yapanlar verisi bir önceki ay internet'ten alışveriş yaptıklarını ifade edenleri içermektedir.
Kaynak: Euromonitor, GSMA Intelligence, IMF ve Deloitte analizi



Deloitte.



TEŞEKKÜRLER

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