



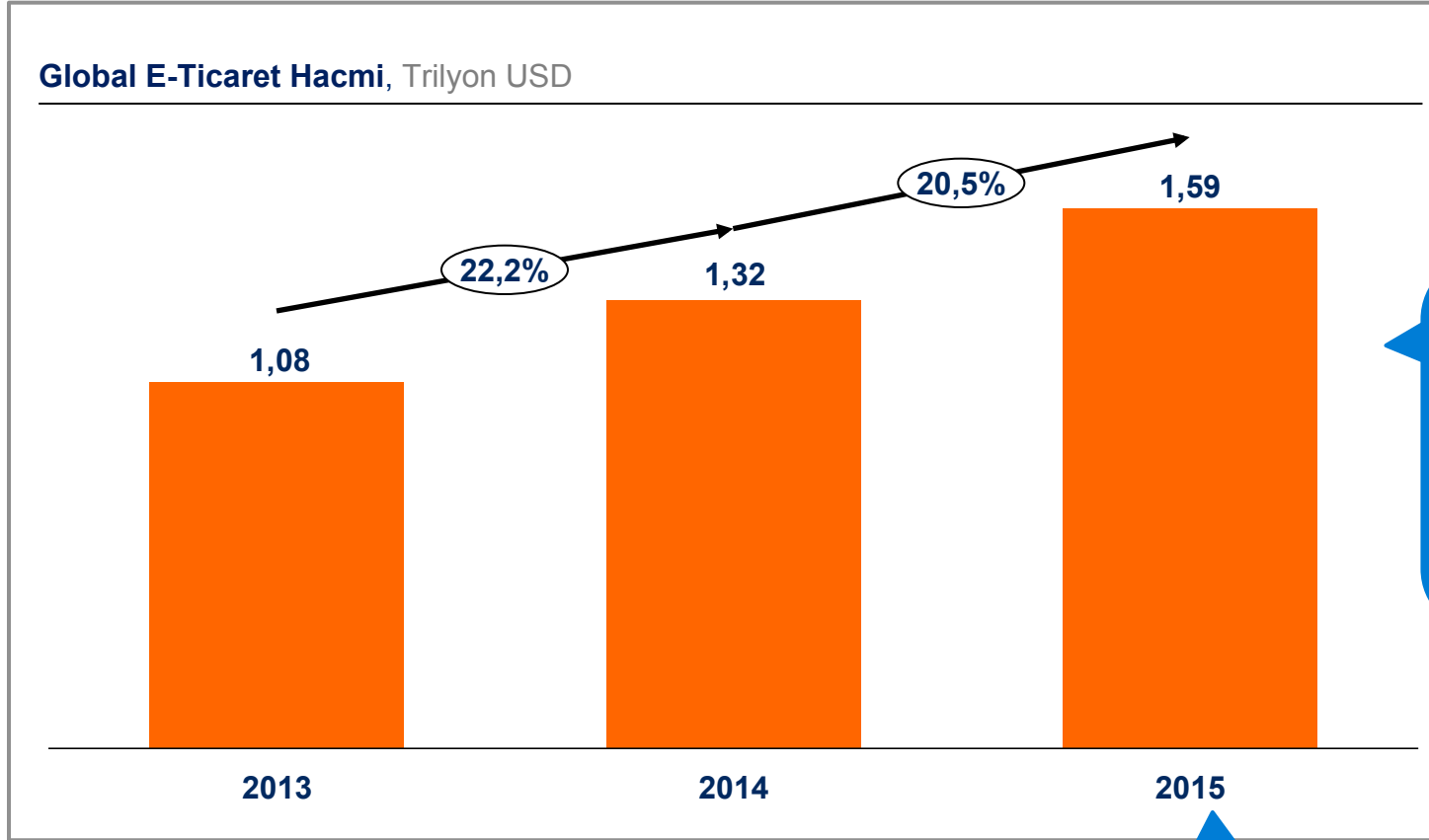
## Dünyada ve Türkiye'de E-Ticaret ve E-İhracat

Kasım 2016



- **Global E-Ticaret**
- **E-Ticaret Penetrasyonları**
- **E-Ticaret Bağlanılabilirlik İndeksi**
- **Türkiye Ekonomisi ve Dış Ticaret**
- **KOBİ'lerin Mücadelesi**
- **E-İhracat**

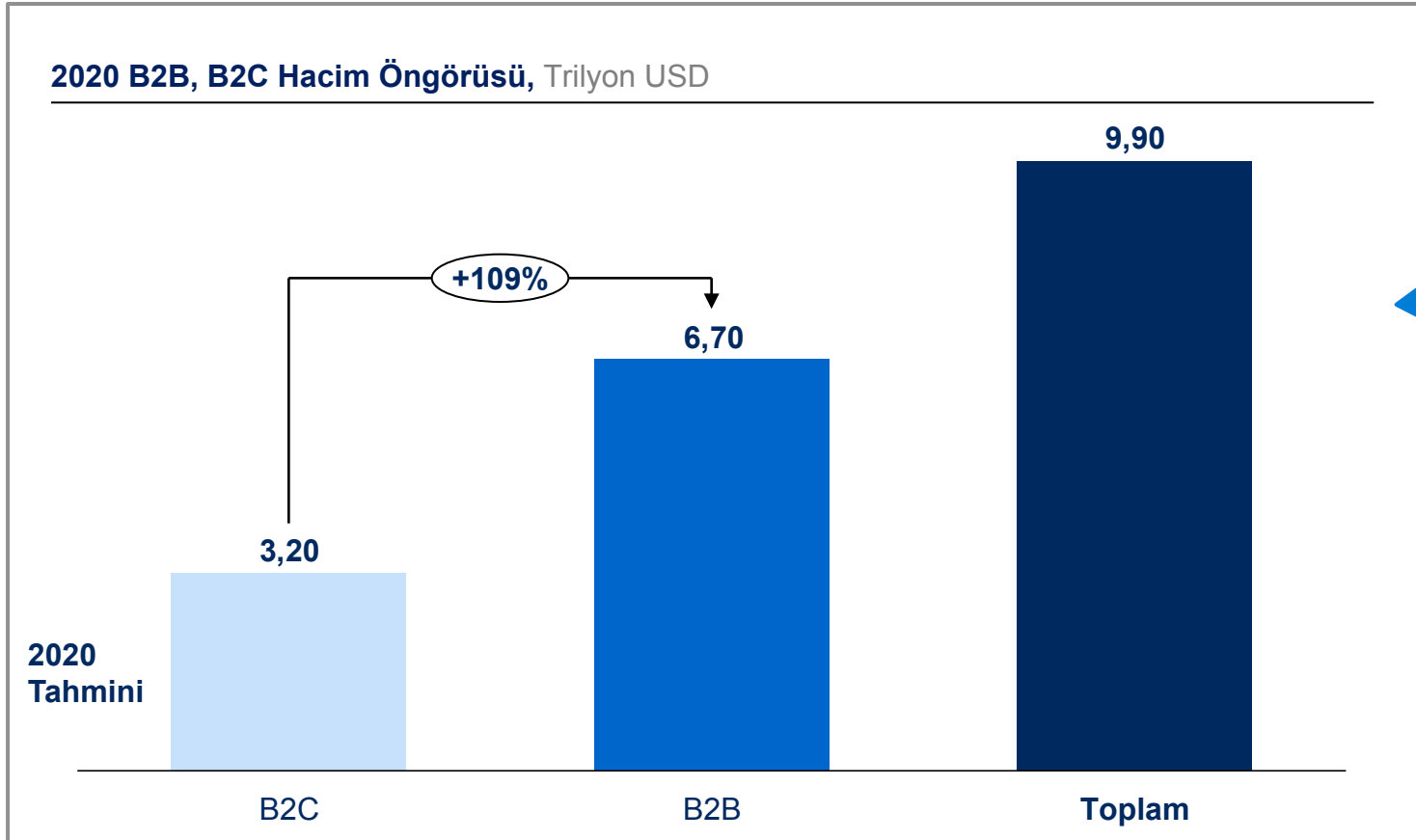
# Global E-Ticaret (1/3) – Global Gerçekleşen



- Global e-ticaret hacmi 2013'ten 2015'e kadar ortalama ~%20 ile büyümüş olup, 2015'teki hacim 2013'e göre ~%50 artmıştır

- En yüksek ciroya sahip 300 B2B e-ticaret şirketi 2015 yılında 547 milyar USD'lik ciro gerçekleştirmiştir

## Global E-Ticaret (2/3) – Global Beklenen



- 2020 yılında B2B ticaret hacminin, B2C ticaret hacminin ~2 katı büyüklüğüne ulaşması beklenmektedir
- 2020'deki toplam 6,7 trilyon USD'lik global hacmin 2,1 trilyon USD'lik kısmının Çin'de gerçekleşmesi öngörülmektedir

# Ülkelerin E-Ticaret Penetrasyonları (1/2)

## E-ticaret penetrasyonları, 2015

|                                                                                               | E-ticaret/<br>Toplam Perakende | Internet<br>Penetrasyonu | E-Ticaret | Kişi Başı Milli Gelir<br>(Satınalma gücüne göre) |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|--------------------------|-----------|--------------------------------------------------|
|  İngiltere   | %12,6                          | %92                      | %77       | \$ 41,2 K                                        |
|  Amerika     | %9,2                           | %88                      | %66       | \$ 55,8 K                                        |
|  Almanya     | %7,9                           | %88                      | %74       | \$ 46,9 K                                        |
|  Fransa      | %6,8                           | %86                      | %64       | \$ 41,2 K                                        |
|  Japonya     | %7,2                           | %91                      | %55       | \$ 38,1 K                                        |
|  İspanya     | %3,3                           | %80                      | %57       | \$ 34,8 K                                        |
|  İtalya      | %2,6                           | %65                      | %49       | \$ 35,7 K                                        |
|  Çin         | %9,7                           | %51                      | %44       | \$ 14,1 K                                        |
|  Polonya    | %6,8                           | %71                      | %53       | \$ 26,5 K                                        |
|  Brezilya  | %4,1                           | %64                      | %44       | \$ 15,6 K                                        |
|  Rusya     | %3,8                           | %71                      | %48       | \$ 25,4 K                                        |
|  Hindistan | %1,9                           | %27                      | %23       | \$ 6,2 K                                         |
|  Türkiye   | %2,0                           | %62                      | %39       | \$ 20,4 K                                        |

Gelişmiş  
ülkeler  
ortalaması  
7,1%

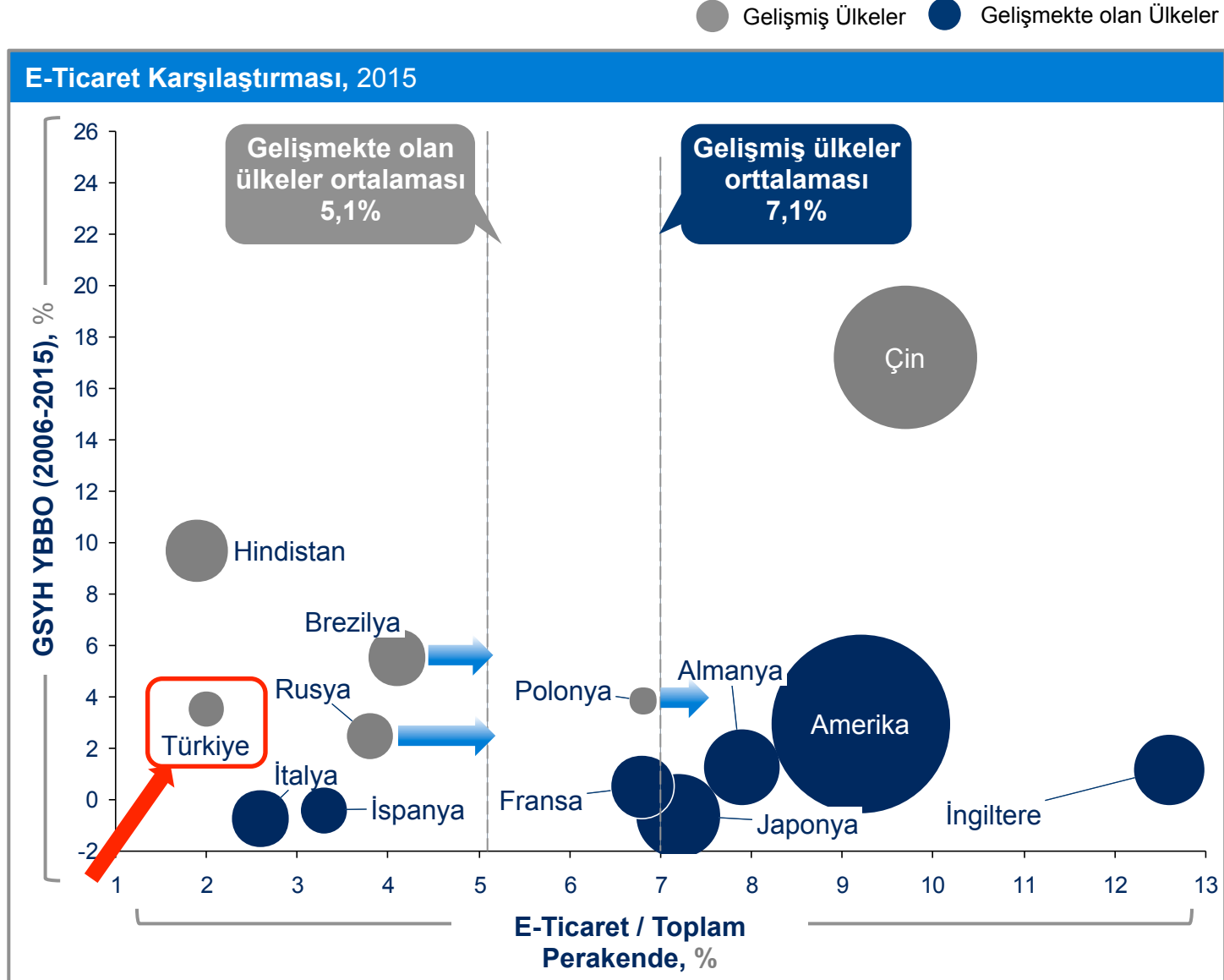
Gelişmekte  
olan ülkeler  
ortalaması  
5,1%

... Gelişmiş Ülkeler

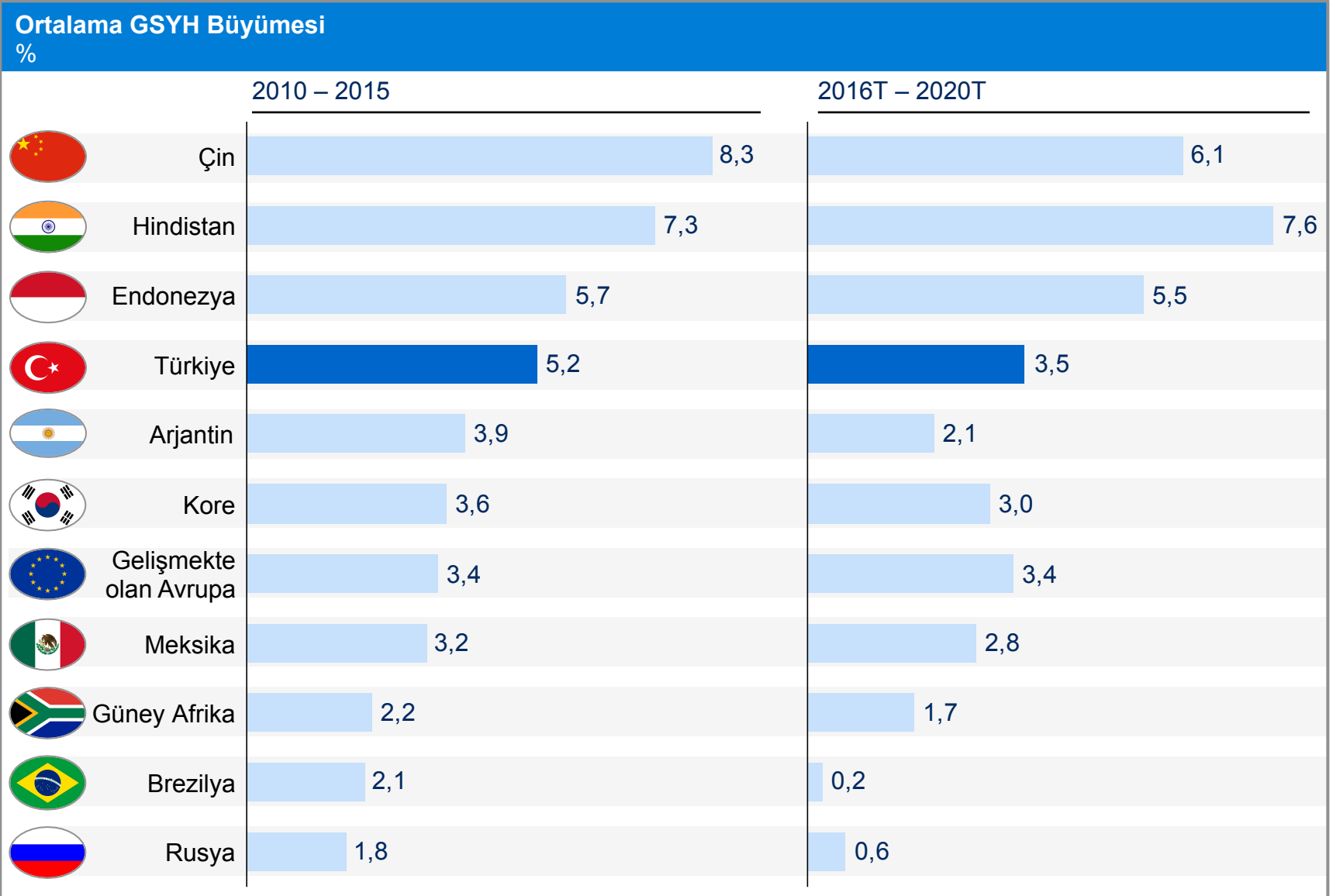
... Gelişmekte olan Ülkeler

- Türkiye gelişmekte olan ülkelere yakın ve/veya yüksek rasyo ve değerlere sahip olmasına rağmen e-ticartın toplam perakende oranında Çin, Polonya, Brezilya ve Rusya'nın çok gerisindedir

# Ülkelerin E-Ticaret Penetrasyonları (2/2)



# Türkiye Ekonomisi ve Dış Ticaret (1/5) – GSYH

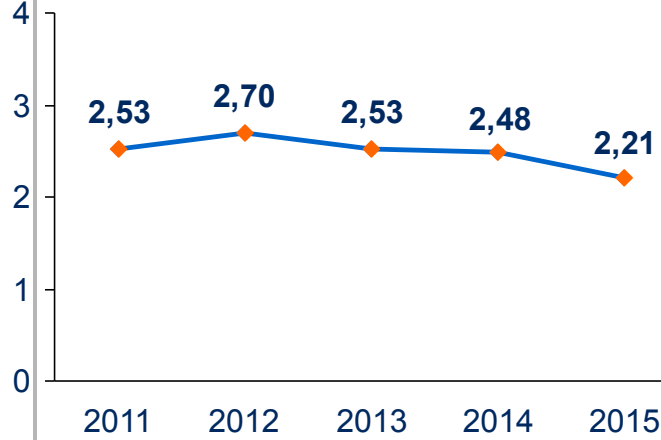


1 Enflasyon etkisi arındırılmış gayri safi yurt içi hasıla

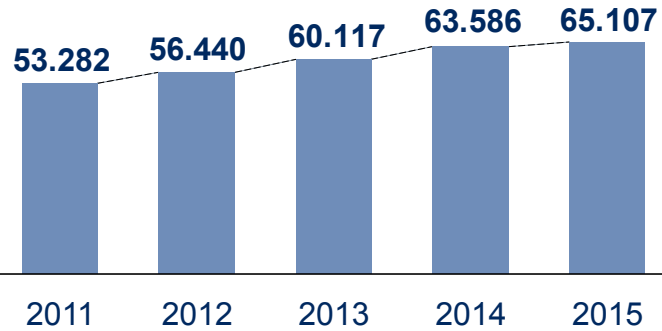
Kaynak: IMF (International Monetary Fund) Dünya Ekonomik Görünümü, Nisan 2016

# Türkiye Ekonomisi ve Dış Ticaret (2/5) – İhracat

**Firma Başına İhracat, Milyon Dolar**



**İhracatçı Firma Sayısı**

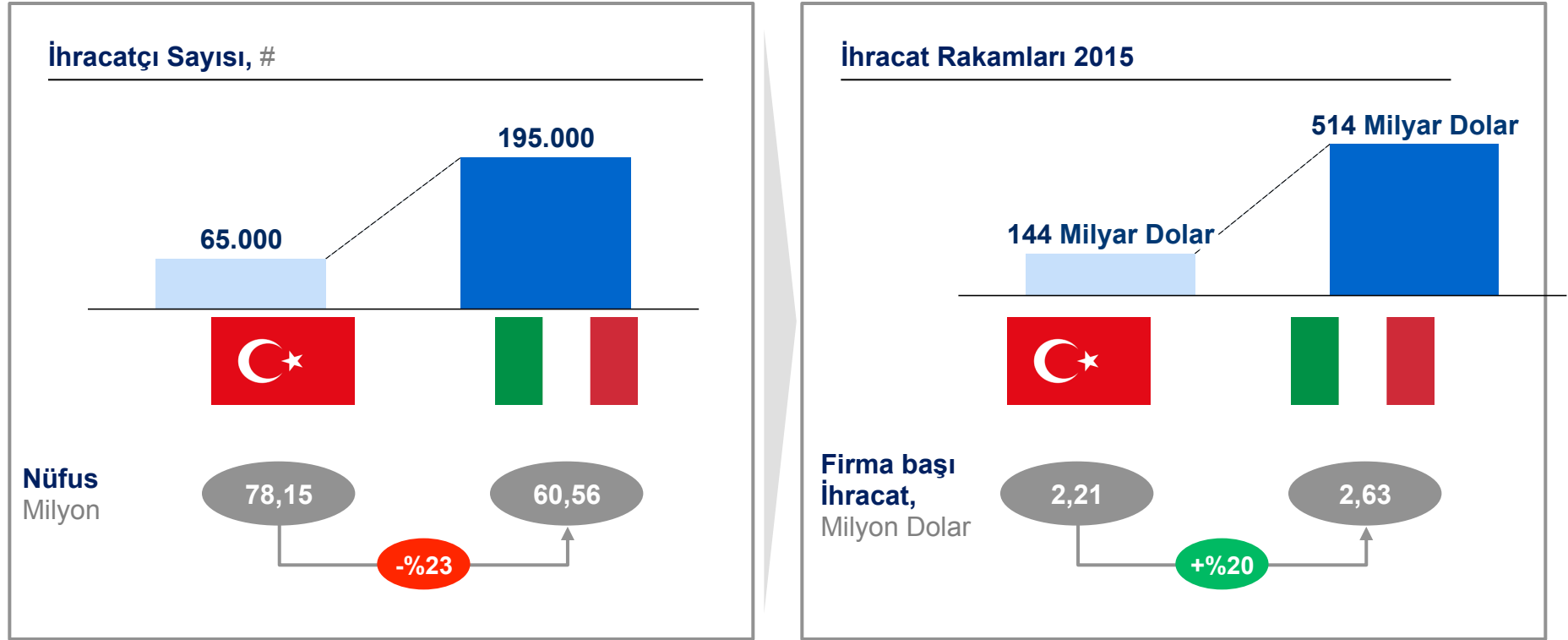


**İhracat Sektör Kırılımı, Milyar Dolar**





# Türkiye Ekonomisi ve Dış Ticaret (3/5) – Türkiye İtalya Karşılaştırma



- Benzer bir başarıyı yakalamak için Türkiye'deki ihracatçı sayısını 200.000 seviyesine çıkartmayı hedeflemeliyiz
- İtalya örneğinde olduğu gibi ihracatçı sayısının artması ihracat rakamlarına etki etmektedir

# Elektronik Dış Ticaret (2/2) – Türkiye'nin E-Ticaret Rekabetindeki Avantajları



- Türkiye Lojistik Performans Endeksi'nde **155 ülke arasında 27. sırada bulunmaktadır.** Gelişmiş lojistik altyapısı ve kargo hizmetleri, ülkemizdeki e-ticaret şirketlerinin geniş bir tüketici kitlesine kolayca ve hızla ulaşabilmesi için avantaj oluşturmaktadır



- Bu avantajı daha etkili kullanmak ve küresel rekabette yer alabilmek için **dünyanın 1 numaralı e-ticaret platformu olan Alibaba.com' da Global Gold Supplier olarak yer almak büyük fırsatlar içermektedir**

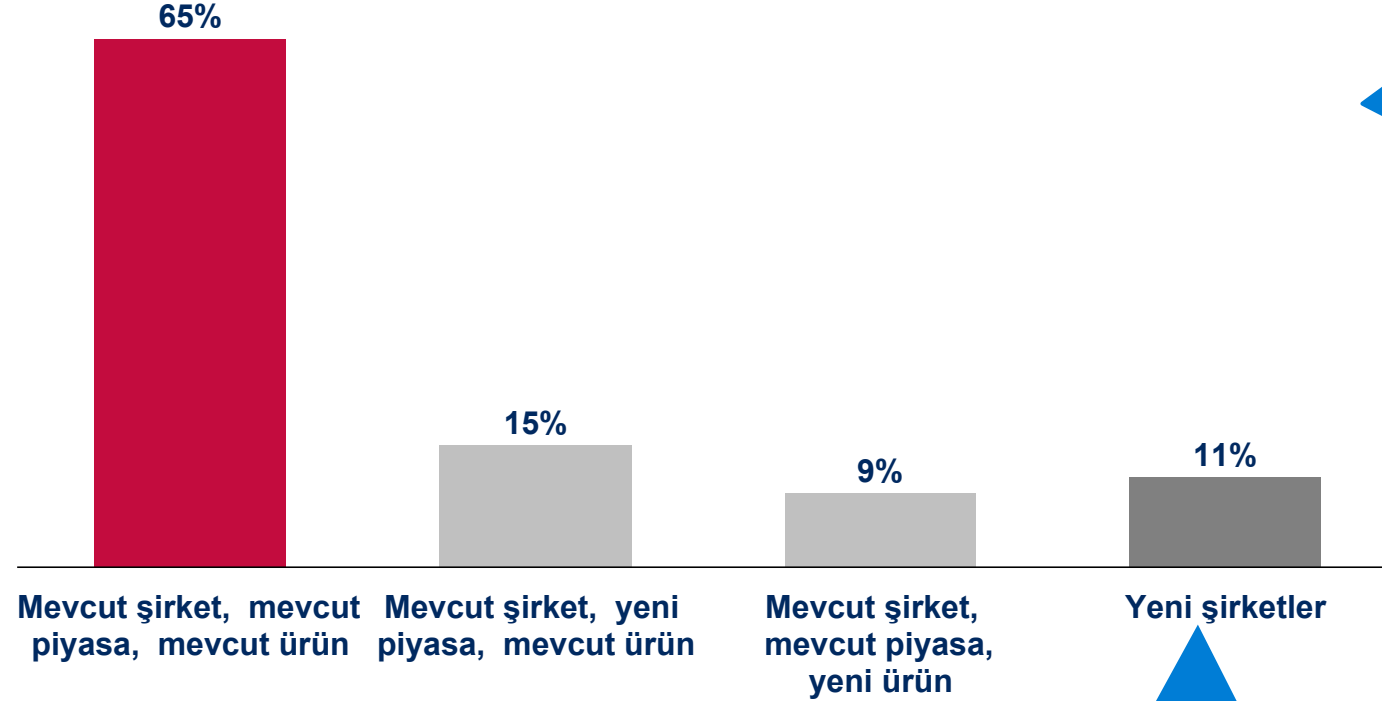
# Türkiye Ekonomisi ve Dış Ticaret (4/5) – İhracat Menzilimiz

Türkiye ve seçilmiş ülkelerin ortalama ihracat menzilleri (2000-2014)



# Türkiye Ekonomisi ve Dış Ticaret (5/5) – İhracat Artış Kaynakları

2002-2011 ihracat artış kaynakları, %



- Türkiye'nin ihracat artışı; eski ve büyük firmaların aynı ürünleri aynı pazarlara daha fazla satmasından kaynaklanmaktadır

İhracatta artış için yeni firmaların ve yeni pazarların devreye girmesi şarttır!

# KOBİ'lerin Mücadelesi (1/3) – Engeller



## KOBİ'lerin Mücadelesi (2/3) – Sorunlar



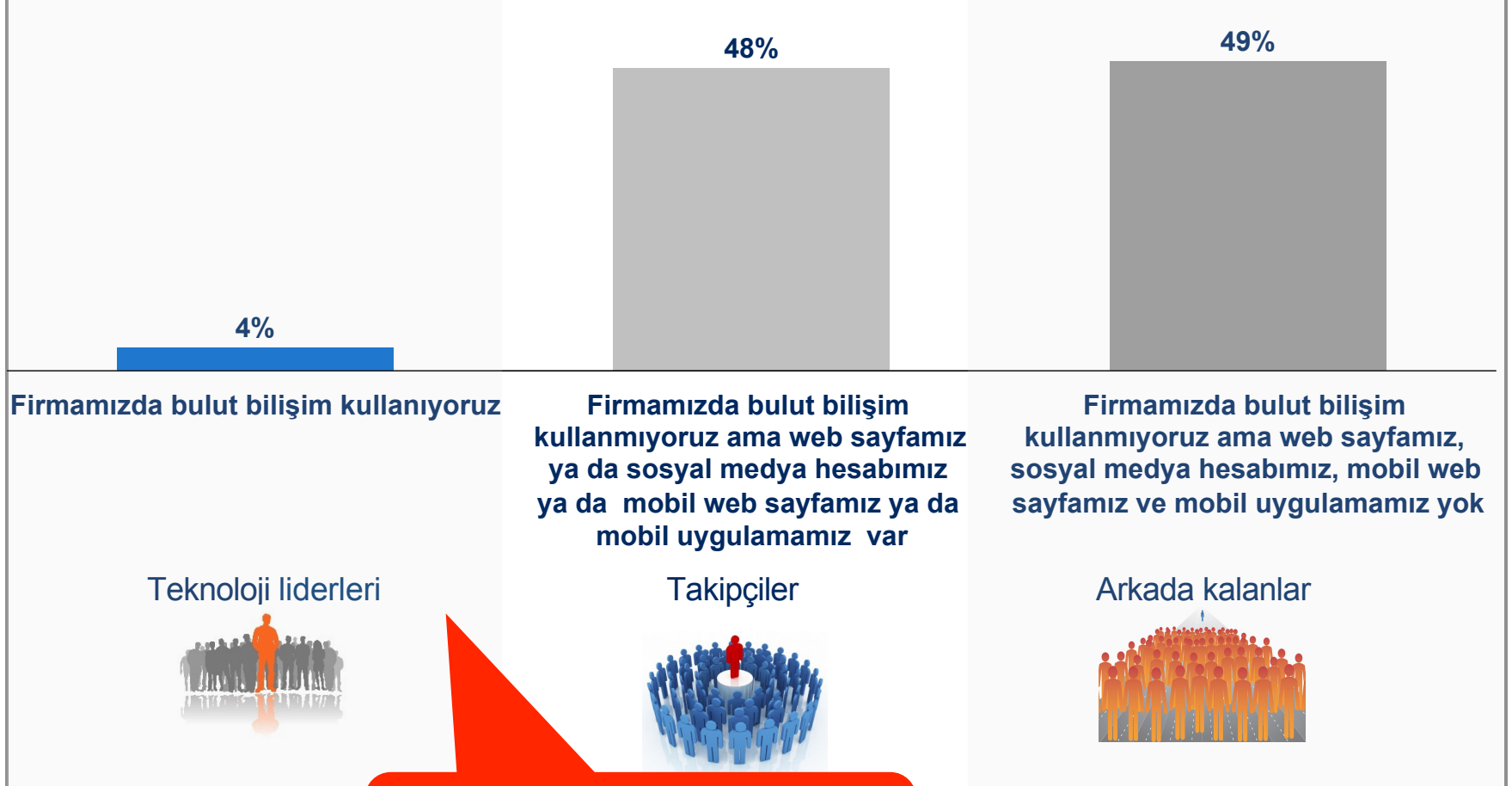
KOBİ'lerin dış ticarete ve ihracata yönelik en büyük sorunları;

- **Teknoloji kullanımı,**
- **Finansman,**
- **Dış pazarlardaki sert rekabet,**
- **Küçük ölçekte olmaları nedeniyle düşük üretim hacmi,**
- **Kredi kurumları karşısında diğer büyük firmalar gibi güçlü durulamaması**

**KOBİ'ler üretimlerinin ortalama %20'sini ihraç edebiliyorlar. Toplam ülke ihracatı içindeki pay ise yaklaşık %10'dur.**

# KOBİ'lerin Mücadelesi (3/3) – Dijitalleşme

Bilgi teknolojisi kullanım durumuna göre Türkiye'de KOBİ'ler, %



**KOBİ'lerin sadece ~%4'ü bulut bilişim teknolojisi kullanmaktadır**

## Elektronik Dış Ticaret (1/2) – E-İhracat



Farklı pazarlara, farklı ürünlerle, yeni girişimlerle sürdürülebilir ihracat yapmak e-ticaretle mümkün!

- **E-ihracat firmalarının 2013-2014 büyüme oranı %92'iken, 2013'ten önceki beş yılda geleneksel ihracatçı firmaların büyüme oranı %37'dir**
- **E-ihracatçı firmaların ihracat geçmişi 3-4 sene iken, geleneksel ihracat yapan firmaların %44'ü üst üste iki sene ihracat yapamamaktadır!**



**TEŞEKKÜRLER**