

Türkiye'nin e-Ticaret'teki Güçlü Potansiyeli Atılacak Adımlarla Hızlı Büyümeye Dönüştürülmeli

“Dijitalleşen Dünyada Ekonominin İtici Gücü: e-Ticaret” Raporu Yayınlandı

Bugün kamuoyu ile paylaşılan TÜSİAD'ın “Dijitalleşen Dünyada Ekonominin İtici Gücü: e-Ticaret” raporu GittiGidiyor ve The Boston Consulting Group (BCG) destekleriyle hazırlandı. Rapor, Türkiye'nin dijital dönüşüm alanındaki en önemli göstergelerinden biri olan e-ticaretteki potansiyelini ortaya koyarken, e-ticaretin önündeki gelişim fırsatlarına ve bu fırsatların değerlendirilmesi için atılması gereken adımlara da dikkat çekiyor.

Türkiye'nin e-ticaret sektörü için bir bilgi kaynağı ve referans niteliği olma hedefiyle hazırlanan raporun kamuoyu ile paylaşıldığı toplantıya TÜSİAD Yönetim Kurulu Başkanı Erol Bilecik, TÜSİAD Yönetim Kurulu Üyesi ve Dijital Ekonomi Yuvarlak Masası Lideri Esin Güral Argat, TÜSİAD Yönetim ve Yuvarlak Masa Kurulu Üyesi Sina Afra, TÜSİAD Bilgi İletişim Teknolojileri Çalışma Grubu Başkanı Filiz Akdede, BCG Yönetici Ortağı Cenk Sezginsoy, GittiGidiyor Genel Müdürü Öget Kantarcı, BTS Legal Yönetici Ortağı Yasin Beceni, Bankalar Arası Kart Merkezi CEO'su Soner Canko, Media Markt CEO'su Yenal Gökyıldırım ve Koton Yönetim Kurulu Eş Başkanı Gülden Yılmaz gibi sektörün önemli isimleri katıldı.

Toplantının açılış konuşmasını yapan TÜSİAD Yönetim Kurulu Başkanı Erol Bilecik, “Ülkemizde e-ticaret hızla büyümeye devam etse de, e-ticaretin toplam perakendeden aldığı pay henüz %3.5 seviyesinde. e-Ticaret sektörümüz güçlü bir potansiyele ve gelişim alanına sahip. Bu gelişim alanındaki fırsatları doğru şekilde değerlendirdiğimiz takdirde e-ticaret sektörümüzün ekonomide hak ettiği payı alacağına inanıyoruz. Ülkemizde klasik perakende firmalarının ve KOBİ'lerin e-ticaret ekosistemine daha fazla dahil olmaları, e-ticaret ile ilgili tüketici algısının güçlendirilmesi ve dijital okuryazarlığın geliştirilmesi konularının önemini vurgulamak isterim.

Sektör ve idari yapı arasında etkili ve yapıcı iletişimin ve kamu tarafında e-ticaret ile ilgili eşgüdümü güçlendirici bir mekanizmanın çok faydalı olacağını da düşünüyoruz. E-ticareti bir ekosistem olarak düşünmek durumundayız. Teknik altyapı ve lojistikten, internet girişimciliğine; finansal altyapıdan alternatif ödeme sistemlerine ve sağlıklı bir mevzuat yapısına kadar her unsur bütünlük içinde ele alınmalı ve geliştirilmeli. Bu kapsamda atılması gereken adımların, etkin bir program çerçevesinde, sektörün ve kamunun katılımıyla hızla hayata geçirilmesini çok önemli görüyoruz.” dedi.

TÜSİAD Yönetim Kurulu Üyesi ve Dijital Ekonomi Yuvarlak Masası Lideri Esin Güral Argat da açılış konuşmasında, bu rapor ile dünyada ve Türkiye’de e-ticaretin artan önemini hatırlatmayı, tüm paydaşlar nezdinde farkındalık yaratmayı ve Türkiye’de e-ticaretin kalkınmasına destek olmayı amaçladıklarını belirtti.

Tanıtım toplantısı kapsamında yapılan oturuma katılan BCG Yönetici Ortağı Cenk Sezginsoy yaptığı değerlendirmede şunları söyledi: “Türkiye’de şirketlerin e-ticaret dünyasının sunduğu avantajlardan faydalanabilmesi için bu dünyanın kendine özgü şartlarını ve değişen trendlerini doğru şekilde anlamaları gerekiyor. Teknolojide yaşanan hızlı değişimler, klasik perakendecilerin dijitalleşme alanındaki yatırımlarını arttırdığı gibi, e-ticaretteki iş modellerini de değiştirmeye başladı. Daha önce hayal bile edemeyeceğimiz yapay zeka gibi teknolojiler bugün ticareti yeniden şekillendirirken, tüketicilerin davranışlarını ve beklentilerini de aynı hızda değiştirebilmektedir. Bu dijital dönüşüm içerisinde, değişime hızlı adapte olabilen ve müşterilerinin beklentilerini karşılayan şirketler, rekabette kazanan şirketler arasında olacaktır. Bu nedenle raporda, dünya ve Türkiye’de değişen trendler ve müşteri davranışları hakkında da örnekler vererek farkındalık yaratmaya ve Türkiye’de e-ticaretin kalkınmasına destek olmaya çalıştık. 2020 yılında global e-ticaret hacminin %64’ünün gelişmekte olan ülkeler tarafından gerçekleştirilmesi bekleniyor ki bu, genç nüfusu ile yeniliklere kolayca adapte olabilen ülkemizin büyük potansiyelinin de bir göstergesi niteliğinde. Tabii ki bu potansiyeli ortaya çıkarmanın önünde bazı zorluklar da yok değil. Bu zorluklara ve çözüm önerilerimize de yer verdiğimiz bu rapor sayesinde, tüm paydaşların katılımı ile hızlı ve koordineli adımlar atarak, Türkiye’nin e-ticaret sektörünün potansiyelini yakalayabileceğini düşünüyoruz.”

GittiGidiyor Genel Müdürü Öget Kantarcı da aynı oturumda yaptığı değerlendirmede şunları söyledi: “Türkiye yüzde 58’lik internet ve yüzde 65’lik akıllı telefon penetrasyonu ile e-ticaret sektöründe en fazla potansiyel taşıyan ülkeler arasında. Perakende e-ticaret hacmi 2016’da yüzde 32 büyüyerek 17.5 milyar TL’ye ulaştı. Ancak bu hızlı büyümeye rağmen e-ticaretin toplam perakendeden aldığı pay henüz yüzde 3.5 seviyesinde. Bu rakamın dünya ortalamasında yüzde 8.5 olduğunu göz önüne alınca gidecek daha çok yolumuz olduğu da ortaya çıkıyor. Türkiye’de e-ticaretin büyümesini bugüne kadar daha çok sadece online kanalda faaliyet gösteren şirketler tetikledi. Bu noktada, hacmin artması için klasik perakendecilerin ve KOBİ’lerin e-ticaret faaliyetlerini artırması ciddi önem taşıyor. Altyapı sağlayarak, eğitimler ve çeşitli teşviklerle buradaki potansiyeli sisteme dahil ettiğimizde KOBİ’lere yeni bir satış kanalı yaratmış oluyoruz. Bu, o işletmelerin, internete erişimi olan herkese ürünlerini ulaştırabilecekleri anlamına geliyor. Hem de yalnız Türkiye’de değil. Çünkü bu ipin ucu aslında e-ihracata da varıyor. Türkiye için büyük bir fırsattan bahsediyoruz. Bunun için lojistik ve gümrük gibi konularda gerekli altyapıyı oluşturmamız gerekiyor. Tüm bu konuların üzerinde titizlikle durur ve sektörün tüm paydaşları olarak hep birlikte çalışırsak, sınır ötesi ticaretin de önemli katkısıyla Türkiye’de perakende e-ticaret hacmi 2019’da rahatlıkla ikiye katlanıp 35 milyar TL seviyesine gelebilir.”

Rapordan öne çıkan bazı bulgular:

- Global e-ticaretin hacmi son 4 yılda 630 milyar dolardan 1,6 trilyon dolara, toplam perakende içerisindeki payı ise %4,2’den %8,5’e ulaştı. 2021 yılında bu oranın %13 seviyesine ulaşması bekleniyor.
- 2020 yılında global e-ticaret hacminin %64’ünün gelişmekte olan ülkeler tarafından oluşturulması bekleniyor. Dünyada, sınırlar ötesi e-ticaret hacmi 400 milyar dolarlık bir hacme ulaştı. Sınırlar ötesi e-ticaret büyümesine devam ederek, 2020 yılında 1 trilyon dolar sınırına yaklaşacak.
- Türkiye’de e-ticaretin hacmi 2016 itibarıyla 17,5 milyar TL’ye ulaştı. 2012 yılında %1,7 olan e-ticaretin toplam perakendedeki payı ise %3,5’e yükseldi.
- Türkiye’de klasik perakendecilerin toplam e-ticaret pazarından aldığı pay yaklaşık %30 seviyesinde.

- Global çapta mobilin e-ticaret payı %44 iken Türkiye’de bu oran henüz %19 seviyesinde.
- 2016 yılı itibarıyla Türkiye’de e-ticaret işlemlerinin yaklaşık %19’u akıllı telefon ve tabletler üzerinden gerçekleşti. 2021 yılı için bu oranın % 49 seviyesine ulaşacağı tahmin ediliyor.
- Türkiye’de online alışverişin tercih edilmesindeki en önemli etken uygun fiyat beklentisi.
- Türkiye’de internet kullanan her 3 kişiden sadece 1’i online alışveriş yapıyor.
- Tüketiciler ürün araştırmalarını mobilde, satın almaları ise daha çok masaüstünde yapıyor.

Raporda Türkiye’de e-ticaretin potansiyelini yakalaması için atılması gereken adımlar ise şu 5 başlıkta toplandı:

- Sektör ve idari yapı arasında etkin iletişimin sağlanması
- Algı ve dijital okuryazarlığın artırılması
- Perakendecilerin e-ticaret ekosistemine daha fazla dahil olması
- Teknik altyapının iyileştirilmesi
- Mevzuatın sektörün gelişimini destekleyecek şekilde düzenlenmesi

Raporun infografiğine ulaşmak için:

<http://www.eticaretraporu.org/wp-content/uploads/infografik.pdf>

TÜSİAD Hakkında

1971 yılında kurulan TÜSİAD, Türkiye'nin önde gelen girişimcilerinin ve iş dünyası yöneticilerinin oluşturduğu gönüllü bir iş dünyası kuruluşudur. TÜSİAD, çalışmaları ile rekabetçi piyasa ekonomisi, sürdürülebilir kalkınma ve katılımcı demokrasi anlayışının benimsendiği bir toplumsal düzenin oluşmasına katkı sağlamayı amaçlar. Genel Merkezi İstanbul'da bulunan TÜSİAD'ın, Ankara, Brüksel, Washington, Berlin, Londra, Paris ve Pekin'de temsilcilikleri bulunmaktadır. TÜSİAD, Avrupa İş Dünyası Konfederasyonu BUSINESSEUROPE'un üyesidir.

The Boston Consulting Group (BCG) hakkında

The Boston Consulting Group (BCG) küresel bir danışmanlık şirketi ve yönetim stratejileri konusunda dünyanın önde gelen fikir liderlerinden biridir. BCG, dünyanın bütün sektör ve bölgelerindeki lider şirketler ile onların en yüksek katma değer yaratacakları fırsatları tanımlamak, en kritik sorularına cevap vermek ve şirketleri stratejik olarak en etkin şekilde konumlandırmak için bir çeşit fikir ortağı olarak çalışmaktadır.

GittiGidiyor hakkında

2001 yılında kurulan ve 16 yıllık geçmişiyle Türkiye'de e-ticaretin öncü pazaryeri olan GittiGidiyor, 2011 yılında global e-ticaret devi eBay'in çatısı altına girdikten sonra sektördeki lider konumunu daha da güçlendirdi. Aylık ortalama 60 milyon ziyaret, 17 milyon kayıtlı üyesiyle Türkiye'nin en çok tercih edilen alışveriş sitesi olan GittiGidiyor¹, avantajlı fiyatlarla milyonlarca ürüne ev sahipliği yapan; bireysel satıcılar, KOBİ ve büyük işletmelerin mağaza açıp işlerini büyüttüğü güvenli bir alışveriş platformudur. 50'den fazla kategoride 10 milyondan fazla ürün çeşidiyle farklılaşan GittiGidiyor, ödemeleri %100 güvence altına alan ödeme-onay sistemi "Sıfır Risk" kullanır. Yaklaşık her 2 saniyede 1 ürünün satıldığı site, 4,3 milyon kez indirilen mobil uygulamalarıyla ve mobil cihazlara uyumlu alışveriş ekranlarıyla trafiğinin %60'ını mobilden almaktadır. www.gittigidiyor.com/cadde sayfası ile stil sahibi bir yaşam için öneriler ve uzman editörler tarafından hazırlanan özel içerik platformu blog.gittigidiyor.com ile alışverişte rehber olacak içerikler sunan GittiGidiyor, ulusal ve uluslararası alanda önemli e-ticaret ödülleriyle başarılarını taçlandırmaya devam ediyor. www.gittigidiyor.com

¹ Türkiye İnternet Ölçümleme Araştırması (IAB) Aralık 2016 sonuçları