

“E-ticaretin öne çıkan başarısı, tüketici davranışlarında

değişim ve dijitalleşme” Raporu

Özet Bulgular

TÜSİAD - Deloitte Digital iş birliği ile hazırlanan “E-ticaretin öne çıkan başarısı, tüketici davranışlarında değişim ve dijitalleşme” raporu tanıtıldı. Raporda dünyada ve Türkiye’de e-ticaretin gelişimi ve yakın dönem gelişmeleri incelenirken, sosyal ticaret, etkileyici pazarlama, doğrudan tüketiciye satış, e-ihracat ve Çin pazarı gibi güncel başlıklar üzerine değerlendirmeler de sunuluyor.

- Dünya’da nüfus artışı, geçmiş yıllara göre yavaşlamış olsa da gelişmekte olan ülkelerdeki genç nüfus oranı, gelişmiş ülkelere göre yüksek kalmaktadır.
- İnternet penetrasyon oranı %90’lara yaklaşan gelişmiş ülke oranlarıyla karşılaştırıldığında, 2016 yılında Türkiye’de %58 olan internet penetrasyonu hızla yükselmiş ve 2020 itibarıyla %78 seviyesine ulaşmıştır.
- Mobil cihazların e-ticarete etkisi sadece kullanıcı ve tüketici tarafında değil üretici ve sağlayıcılar tarafında da katkı sağlamaktadır.
- Türkiye’de 2015 ve 2020 yılları arasındaki hanehalkı cihaz sahiplik oranlarına bakıldığında en büyük sıçrayışın akıllı telefon ve tabletlerde olduğu görülmektedir.
- 2020 yılında küresel olarak 3,6 milyar sosyal medya kullanıcısı bulunmakta olup 2025 yılında ise bu rakamın 4,41 milyar olması beklenmektedir.
- Dünyada 16-64 yaş aralığındaki kullanıcılar internette günlük ortalama 6 saat 54 dakika geçirirken, sosyal medya da geçirilen süre 2 saat 25 dakika ile ölçülmektedir.
- 2020 yılında dünya genelinde yapılan e-ticaret ödemelerinin %44,5’i dijital/mobil cüzdan ile yapılmıştır. 2024 yılına gelindiğinde dijital/mobil cüzdan ile ödemelerin %51,7 düzeyinde olması beklenmektedir.
- Türkiye’de mobil temassız yapılan ödeme işlem adeti, 2020 yılında 10 milyon 281 bin, 2021 yılında Aralık ayına kadar olan 11 aylık dönemde ise 18 milyon 701 bin olarak gerçekleşmiştir.

www.tusiad.org

İSTANBUL
Genel Merkez
tusiad@tusiad.org

ANKARA
ankoffice@tusiad.org

AVRUPA BİRLİĞİ
BRÜKSEL
bxloffice@tusiad.org

WASHINGTON, D.C.
usoffice@tusiad.org

BERLİN
berlinoffice@tusiad.org

PARİS
parisoffice@tusiad.org

LONDRA
londonoffice@tusiad.org

ÇİN AĞI
ŞANHAY

SİLİKON VADİSİ AĞI
SAN FRANCISCO

KÖRFEZ AĞI
DUBAİ

- 2020 yılı itibarıyla Çin 2,29 trilyon ABD Doları tutarında e-ticaret satışı ile e-ticaret pazarının en güçlü oyuncusudur. Onu 794,50 milyar ABD Doları ile Amerika Birleşik Devletleri takip etmektedir. Ardından İngiltere, Japonya, Güney Kore ve Almanya gelmektedir.
- Dünyada son 5 yılda katlanarak büyüyen e-ticaret hacmi, COVID-19 ile birlikte beklentilerin üzerine çıkmış ve rekor düzeylere ulaşmıştır.
- Türkiye’de istihdamın %72’si KOBİ’ler tarafından sağlanmaktadır. Türkiye’de elektronik satış yapabilen şirketlerin sayısında artış yaşanması için KOBİ’lerin dijitalleşmesi ve bu konuda olgunluk düzeylerinin yükseltilmesi gerekmektedir.
- 2021 yılının ilk yarısında ülkemizde e-ticaret hacmi 161 milyar TL olarak gerçekleşmiş olup geçen yılın aynı dönemine göre reel büyümede %49 oranında artış gerçekleşmiştir.
- 2019’dan 2020 yılına geçerken e-ticaret rakamlarında en fazla artış gösteren kategorinin %283’lük bir artış ile gıda süpermarket olduğu görülmektedir.
- 2020 itibarıyla çevrimiçi gıda alışverişi harcamaları, ABD’de %54 büyüyerek 95,8 milyar Amerikan Doları olarak gerçekleşmiştir. Bu rakam toplam e-ticaret harcamalarının %12’sine, gıda alışverişi harcamalarının %7,4’üne denk gelmektedir.
- 2020 yılının son yarısında Türkiye’nin e-ihracatı 1,42 milyar ABD Doları olarak kaydedilmiştir.
- Türkiye’nin en çok sınır ötesi e-ticaret yaptığı ülkeler Almanya, ABD ve İngiltere’dir.
- Türkiye e-ihracat kapsamında gönderilerde en çok satış yapılan ürün kategorileri; hazır giyim, ev eşyaları, süsler ve aydınlatma cihazları, otomotiv ürünleri olarak sıralanmaktadır.