



1882

KONYA TİCARET ODASI
KONYA CHAMBER OF COMMERCE

E-TİCARET SEKTÖRÜ

“2022 Değerlendirmesi, 2023 Beklentileri”

Gizem ERİM ÖZÇELİK



Sektör Raporu

Ekonomik Araştırmalar ve Proje Müdürlüğü

KONYA
ŞUBAT, 2023
www.kto.org.tr

İÇİNDEKİLER

1. Giriş.....	2
2. E-Ticaret Sektörünün Görünümü	3
3. 2023 Yılı Beklentileri ve Genel Değerlendirme.....	8
4. Kaynakça.....	10

1. Giriş

Pandemi ile birlikte internet teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişmeler, tüm dünyada ve ülkemizde birçok sektörde iş yapma modellerini kökten değiştirmiştir. Bu değişim hem tüketicilerin hem de teşebbüslerin tercihlerini belirleyen bir hale evrilmiştir. Yaşanan dijital çağda var olan çevrim içi platformlar, temas edilen her noktada farklı etkiler yaratmıştır. Sayısız fayda ve kolaylığın yanında riskleri ve zorlukları da gündeme getirmiştir.

Dijital alanda yaşanan gelişmelerin yanında internet erişiminin kolaylaşması, tüketici alışkanlıklarını yeniden şekillendirmiş ve elektronik ticaretin yaygınlaşmasını sağlamıştır. Tüketicilerin internetten alışveriş yapma alışkanlığı artış gösterirken, işletmeler de tüketiciye daha kolay ulaşmak için internet kanallarına daha fazla ağırlık vermiştir. Ticaretin işleyiş şekilleri farklılaşmıştır.

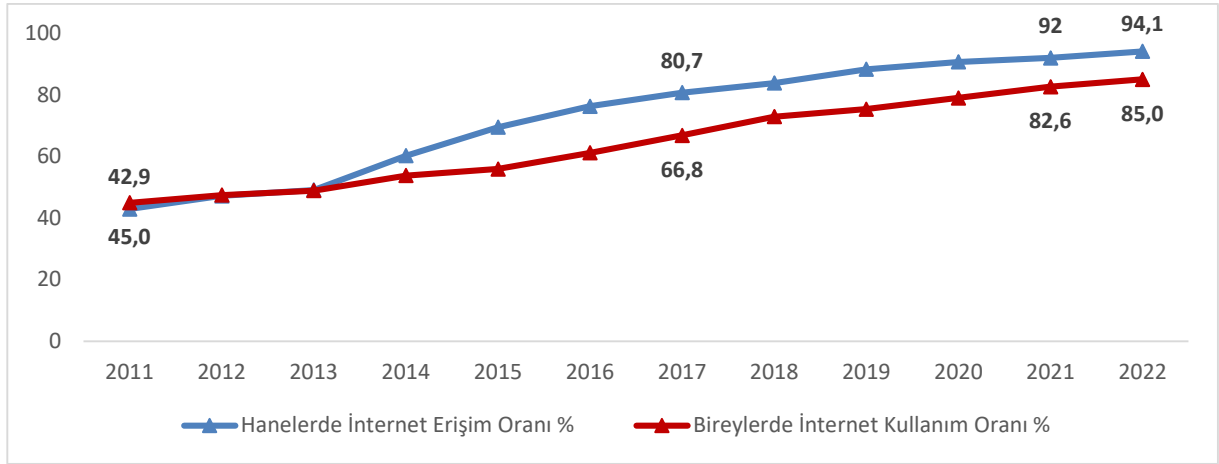
Statista tarafından yapılan araştırma ışığında ülkelerin perakende e-ticaret gelişimi değerlendirmesinde 2020-2024 yılları arasında küresel perakende e-ticaretin Türkiye'nin yıllık ortalama %20,2 büyüme oranıyla ilk sırada yer alacağı öngörülmüştür. Perakende e-ticaretin gelişimine dair bu verilere, salgının etkisiyle değişen ve alışkanlığa dönüşen tüketici davranışlarının da etkisiyle ülkemizin bu dönüşümde yüksek potansiyele sahip ülkeler arasında olacağını göstermektedir.

Tüm bunlardan hareketle raporda, pandeminin itici gücüyle hayatımızda büyük bir yer edinen e-ticaret sektörüne dair son gelişmeler, 2022 yılı değerlendirilmesi ve 2023 yılı beklentileri okuyucuya aktarılmaya çalışılacaktır.

2. E-Ticaret Sektörünün Görünümü

Ülkemizde 90'lı yıllardan itibaren internet kullanılmaya başlanmıştır. Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2022 yılı "Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması"na göre aşağıdaki grafikte Türkiye'de internet kullanım oranında son 10 yılda istikrarlı bir artış olduğu görülmektedir. 2011 yılında %42,9 olan internet kullanım oranı 2022 yılında %85'e ulaşmıştır.

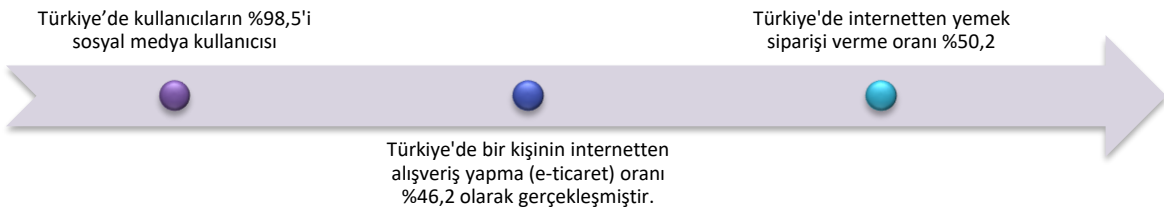
Grafik 1. Türkiye'de Yıllara Göre İnternet Kullanım Oranları (2011-2022)



Kaynak: TÜİK

Dünyada ve ülkemizde günden güne büyümeye devam eden e-ticaret sektörü, 2022 yılında hacmini daha da artırmıştır. Ülkemiz, çoğunluğu gençlerden oluşan 85 milyonluk nüfusuyla ve %85'lik internet kullanıcısıyla büyük bir potansiyeli bünyesinde barındırmaktadır. Büyüme hızı engellenemez bu sektörün ekonomimize sağlayacağı katkılar açısından 2022 yılı performansı yol gösterici olacaktır.

Şekil 1. 2022 Yılında Dair Bazı Göstergeler

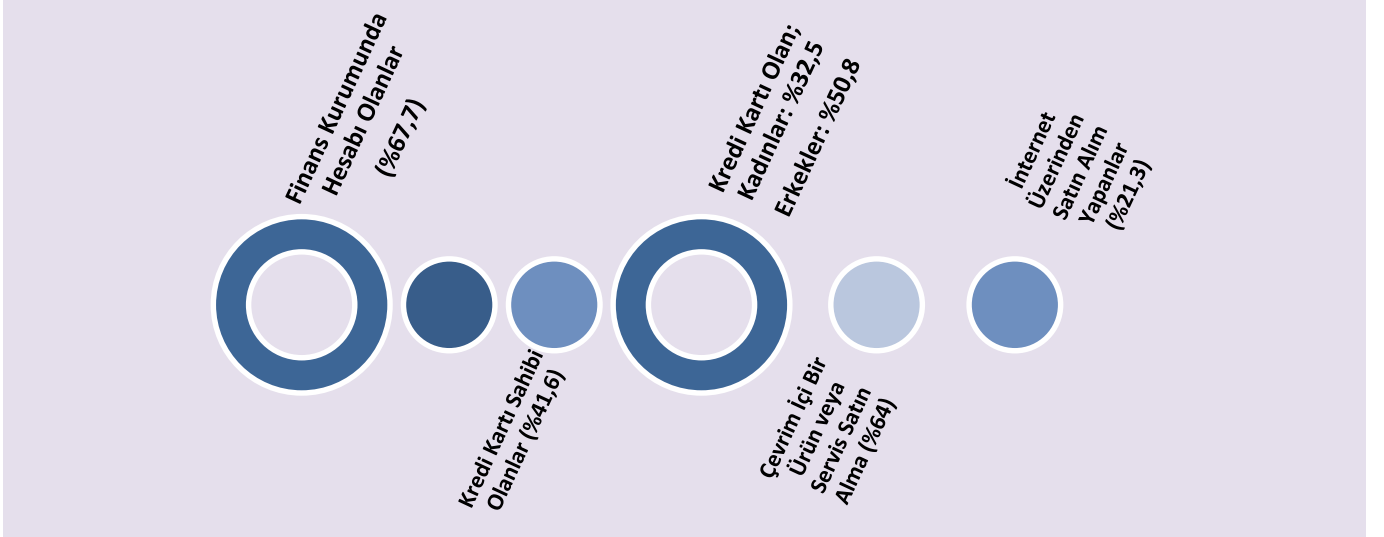


Kaynak: TÜİK

2022 yılında Türkiye'de 15 yaş üstü internet kullanıcılarının e-ticaret alışverişlerine yatkınlıkları değerlendirildiğinde;

- %67,7'sinin bir finans kurumunda hesabı var,
- %41,6'sı kredi kartı sahibi,
- %32,6'sı çevrimiçi fatura ödemekte ve çevrimiçi alışveriş yapmaktadır.

Şekil 2. 2022 Yılına Dair Bazı E-Ticaret Göstergeleri



Kaynak: Dijital 2022 Raporu

Aşağıdaki tabloya göre internet üzerinden tüketim malları satın alanların sayısı 40,84 milyon kişi olarak gerçekleşmiştir. Çevrimiçi tüketim malları satın alımlarında toplam harcama bir önceki yıla göre %18 oranında artış göstermiştir. Tüketim mallarında kullanıcı başına ortalama harcama ise bir önceki yıla göre %7,5'lik artış ile 521 Dolar olmuştur. Kişi başı ortalama tüketim mali satın almada mobil telefonların payı geçen yıla göre %7,6 artış göstererek %45,5 olmuştur.

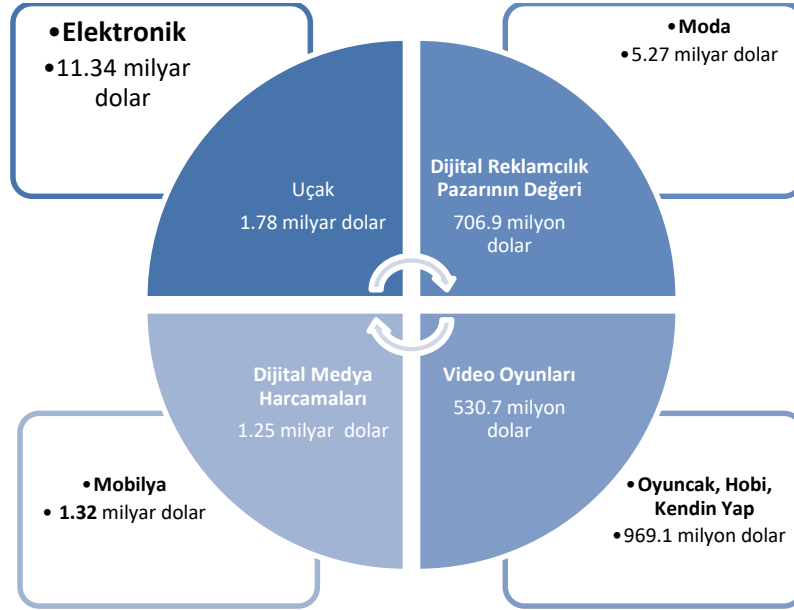
Şekil 3. E-Ticaret Etkinliğine Genel Bakış

Çevrimiçi Tüketim Malları Satın Alanların Sayısı	Çevrimiçi Tüketim Malları Satın Alımlarında Toplam Harcama	Tüketim Mallarında Kullanıcı Başına Ortalama Harcama	Kişi Başına Ortalama Tüketim Mali Satın Almada Mobil Telefonların Payı
•40.84 Milyon	•21.26 Milyar Dolar	•521 Dolar	•%45.5

Kaynak: Dijital 2022 Raporu

E-ticarette en çok tüketim, 11.34 milyar dolar ile elektronik kategorisinde olmuş, bunu 5.27 milyar dolar ile moda, 1.32 milyar dolar ile mobilya ve 969.1 milyon dolar ile oyuncak, hobi, kendin yap kategorisi izlemiştir.

Şekil 4. Kategoriye Göre E-Ticaret Harcamaları



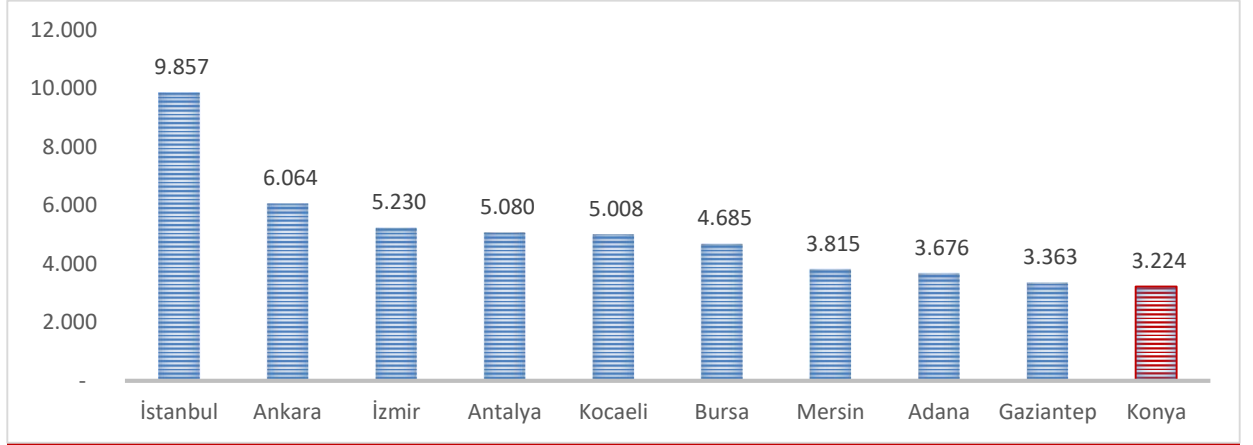
Kaynak: Dijital 2022 Raporu

Pandemi ile birlikte getirilen kısıtlamalar, sokağa çıkma yasakları, virüs kapma korkusu gibi birçok faktör tüketicilerin satın alma alışkanlıklarında köklü değişikliklere neden olmuştur. Tüm bu değişiklikler insanları e-ticaret alışverişi yapmaya zorlamıştır. Bu süreçten birçok sektör olumlu anlamda etkilenerek kazançlı çıkmıştır. 2022 yılının ilk altı ayı düşünüldüğünde ülkemizde e-ticaret hacmi bir önceki yılın aynı dönemine göre %116'lık artışla 348 milyar TL olarak gerçekleşmiştir.

2022 yılı ilk 6 ayında sipariş adetleri %38 artış ile 1 milyar 654 milyon adetten 2 milyar 294 milyon adede yükselmiştir. Aynı dönem e-ticaretin genel ticarete oranı %18,5 olarak gerçekleşmiştir.

Ülkemizde 2022 yılı ilk 6 ayında gerçekleşen e-ticaret harcamaları 18-70 yaş aralığında nüfusa oranlandığında kişi başına düşen e-ticaret harcaması 4.964 TL'dir. Aynı dönemde İstanbul'da kişi başına düşen e-ticaret harcaması 9.857 TL, Ankara'da 6.064 TL ve İzmir'de 5.230 TL olarak gerçekleşmiştir.

Grafik 2. İl Bazında Kişi Başına Düşen E-Ticaret Harcamaları (18-70 Yaş, TL) (2022 İlk 6 Ayı)



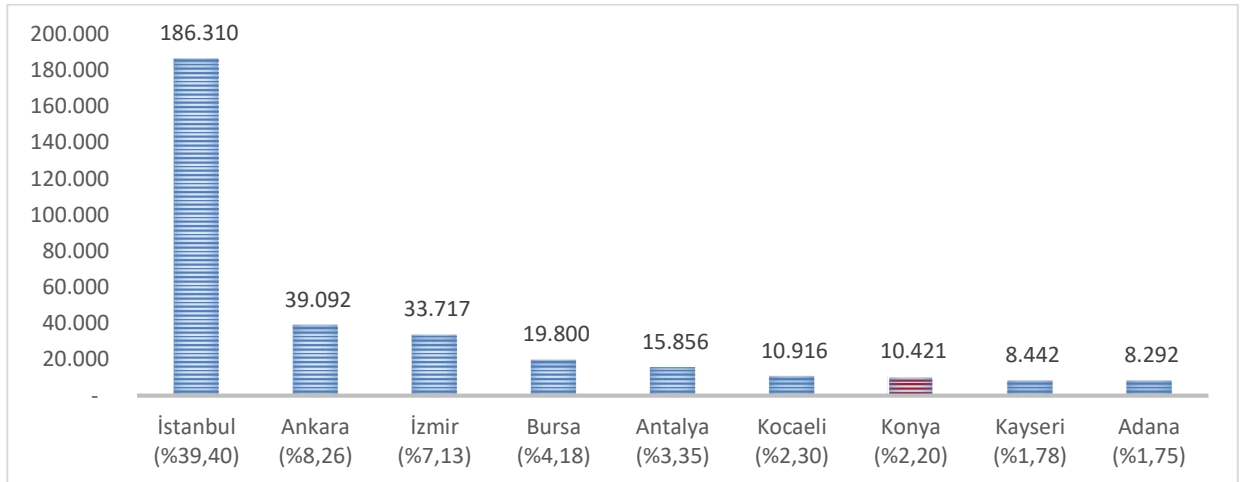
Kaynak: <https://www.eticaret.gov.tr/istatistikler>

2022 yılının ilk 6 ayında e-ticaretin %88'i yurt içinde gerçekleşmiştir. Diğer bir açıdan bakıldığında %5'i diğer ülkelerin ülkemizden yaptıkları alışverişler, %7'si ise vatandaşlarımızın yurt dışından yaptığı alımlar oluşturmuştur.

Ülkemizde 2022 ilk 6 ayı itibarıyla e-ticaret faaliyetinde bulunan işletme sayısı 488.706 rakamına ulaşmıştır. Bu işletmelerin 29.287 adedi, ETBİS'e kayıtlı hizmet sağlayıcı olarak faaliyet gösterirken, 472.840'ı e-ticaret pazaryerlerinde faaliyet göstermektedir. 13.421 adet işletmemiz kendi sitesinde e-ticaret faaliyetinde bulunmakla birlikte e-ticaret pazaryerlerinde de satış yapmaktadır.

Ülkemizde e-ticaretin en fazla kullanıldığı şehirlere bakıldığında İstanbul, Ankara ve İzmir gibi üç büyükşehrin başı çektiği görülmektedir. Grafikten de görüleceği üzere İstanbul ülkemizin toplam e-ticaret hacminin yarısını oluşturuyor denilebilir. Konya ise %2,2'lik payıyla bu listenin 7. sırasında yer almaktadır.

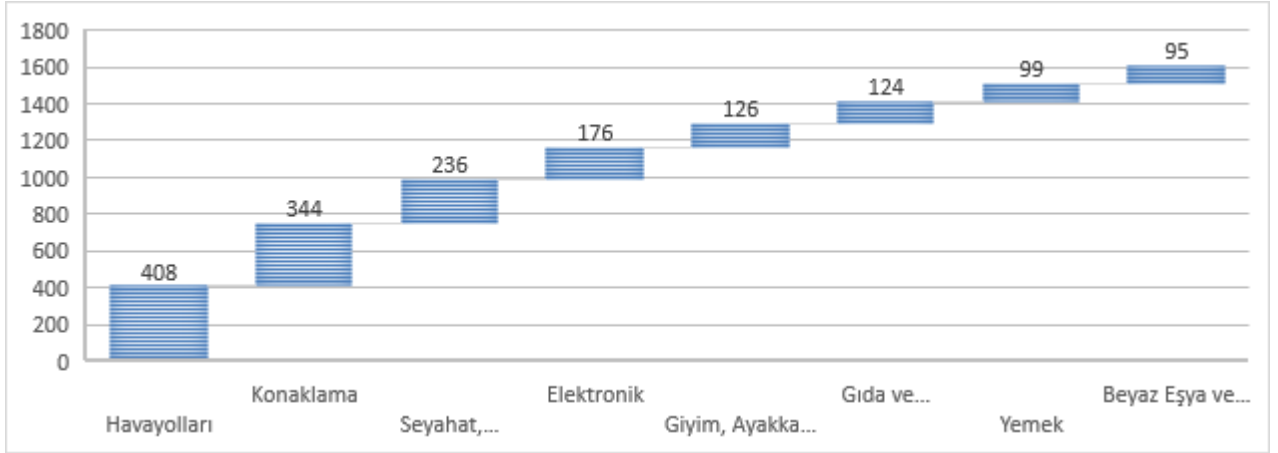
Grafik 3. E-Ticaret Faaliyetinde Bulunan İşletmelerin İllere Göre Dağılımı (2022)



Kaynak: <https://www.eticaret.gov.tr/istatistikler>

2022 yılı e-ticaret hacmi sektörel bazda incelendiğinde bir önceki yılın aynı dönemine göre; havayollarında %408, konaklama sektöründe %344, seyahat-taşımacılık ve depolama sektöründe %236, elektronik sektöründe %176 ve giyim-ayakkabı ve aksesuar sektöründe ise %126 artış yaşanmıştır.

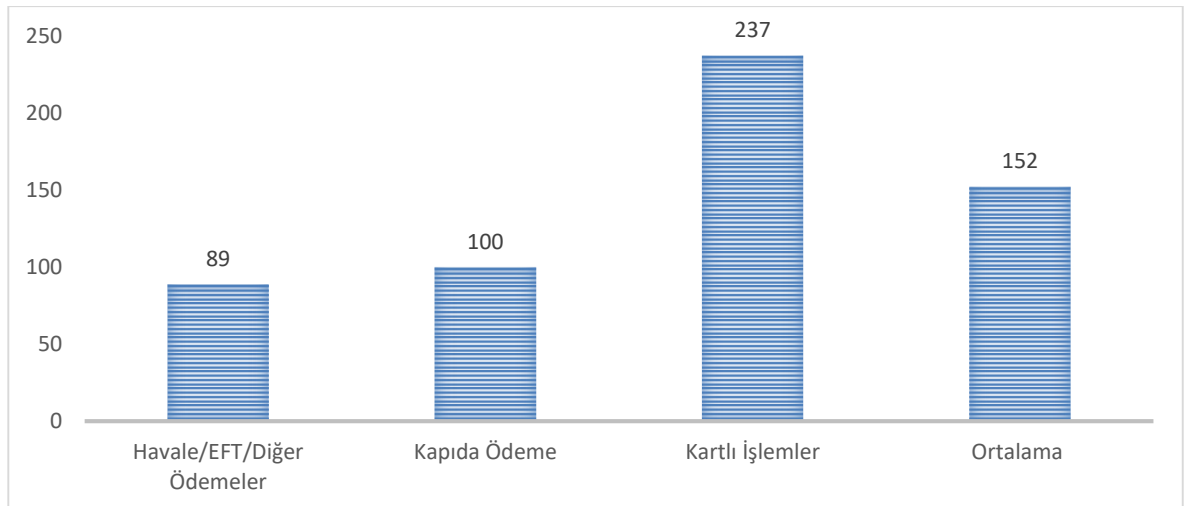
Grafik 4. E-Ticaret Hacminin Sektörler İtibariyle Bir Önceki Yılın Aynı Dönemine Göre Değişimi (%)



Kaynak: <https://www.eticaret.gov.tr/istatistikler>

2022 yılında e-ticaret ödeme şekilleri itibariyle ortalama sepet tutarı istatistiklerine bakıldığında ülkemizde; 237 TL ile kartlı işlemler ilk sırada yer alırken, 89 TL ile havale/EFT/diğer ödemeler 4. sırada yer almaktadır.

Grafik 5. Ödeme Şekli İtibariyle Ortalama Sepet Tutarı



Kaynak: <https://www.eticaret.gov.tr/istatistikler>

Ülkemizde 2022 yılı ilk 6 ayı için karşımıza çıkan bazı istatistikler şöyledir:

- Ödeme yöntemleri bazında e-ticaret hacmi; kartlı işlemler için 228,1 milyar TL, havale-eft-diğer ödemeler için 112,8 milyar TL, kapıda ödeme için 7,7 milyar TL'dir.
- Elektronik ticaret yoluyla gerçekleşen alışverişlerin günlere göre dağılımı; %19'u Pazartesi, %17'si Perşembe, %16'sı Salı, %13'ü Çarşamba ve Cuma, %12'si Cumartesi ve %9'u Pazar günü gerçekleşmektedir.
- E-ticaret hacmi 2022 yılında 2021 yılının aynı dönemine göre %38 artış göstererek 2.294 milyon adet olarak gerçekleşmiştir.
- E-ticaret faaliyetlerinde bulunan toplam işletme sayısı %51 oranında artarak 488.706 olmuştur.
- Aracı hizmet sağlayıcı (AHS) bünyesinde satış yapan işletme sayılarına bakıldığında 395.854 firma 1 AHS, 37.430 firma 2 AHS, 18.381 firma 3 AHS ve 20.086 firma 4 AHS ile çalışmaktadır.
- İller bazında kişi başına düşen e-ticaret harcamalarına bakıldığında sırasıyla; İstanbul (9.857), Ankara (6.064), İzmir (5.230), Antalya (5.080), Kocaeli (5.008), Bursa (4.685), Mersin (3.815), Adana (3.363), Gaziantep (3.363) ve Konya (3.224) gelmektedir.
- Sektör bazında peşin/taksitli işlem oranlarına bakıldığında en yüksek peşin işlem oranı; kitap ve dergi (%93), seyahat, taşımacılık ve depolama (%89), havayolları (%89), konaklama (%88) iken sırasıyla taksitli işlem oranı; ev, bahçe, mobilya ve dekorasyon (%72), beyaz eşya ve küçük ev aletleri (%31), giyim, ayakkabı ve aksesuar (%28), elektronik (%27)'dir.

3. 2023 Yılı Beklentileri ve Genel Değerlendirme

E-ticaret, pandemi döneminde hızlı bir büyümeye sahne olmuştur. Yeni normal dönemin etkileri 2022 yılında kendini iyice göstermiştir. Fiziksel alışveriş deneyiminden uzaklaşan tüketiciler, kısıtlamaların ortadan kalmasıyla birlikte fiziki ortama tekrar yönelim göstermiştir. Hemen hemen her sektörün temel gündemi haline gelen e-ticaret, alışveriş alışkanlıklarının ve uygulamalarının geliştiği, dönüştüğü ve değiştiği bir biçime evrilmiştir. Pandemi sonrasında tüm dünyada yaşanan ekonomik sorunlar e-ticaretteki büyümeyi yavaşlatmıştır; ancak yine de 2023 yılında e-ticaret sektörünün büyümeyi sürdüreceği öngörülmektedir.

2023 yılında küresel perakende elektronik ticaret satışlarının 6 trilyon doları aşması beklenmektedir. Küresel e-ticaretin toplam perakende satışların içindeki payı %22 civarındayken bu rakamın önümüzdeki 5-10 yıl içerisinde %50'lere ulaşması beklenmektedir. Ülkemizde elektronik ticaretin genel ticarete oranının giderek artması ve elektronik ticaretin yavaş yavaş ana akım ticaret haline gelmesi beklenmektedir.

2023 yılının e-ticaret ve e-ihracat için verimli bir yıl olacağı beklentisi hakimdir. 2023 yılı, e-ticaret odaklı metaverse'in çok daha fazla konuşulacağı, KOBİ'lerde dijitalleşme oranının daha da artması ile birlikte ekosisteme yeni KOBİ'lerin katılacağı bir yıl olacaktır. Akıllı telefon kullanım oranlarının giderek arttığı, internet penetrasyonunun her geçen gün büyüdüğü, tüketicilerin online ticaret konforunu keşfettiği böyle bir ortamda rekabet etmek isteyen firmaların e-ticaret ve e-ihracat ekosisteminde yer almak zorundadır.

E-ticaret sektöründeki büyüme, pazar çeşitliliğini de gündeme getirmektedir. E-ticaret satıcılarının gelişmiş araçlar kullanarak ve tüketim trendlerini takip ederek 2023 yılında da büyümesini sürdürmesi beklenmektedir. 29 Aralık 2022 tarihli Resmî Gazete'de yayımlanan Yeni E-Ticaret Yasası 1 Ocak 2023

tarihinde yürürlüğe girdi. Ancak yüksek vergi oranları nedeniyle sektörün büyümesini engelleyeceği görüşü üzerinden tepki ile karşılanmıştır. Diğer yandan reklam ve pazarlama kampanyalarına getirilmesi planlanan kısıtlamalar da sektördeki marka ve satıcıların performanslarında ve pazarlama kampanyalarında köklü değişimlere neden olması beklenmektedir. Yapay zekanın desteklediği araç ve yazılımlar, yeni nesil ödeme yöntemleri ve sosyal medya platformlarının trendler arasında yer alması beklenmektedir.

2023 yılında yeni nesil ödeme yöntemlerinin kullanımında büyük bir artış beklenmektedir. Bu açıdan bakıldığında markaların tüketici beklentisine uygun şekilde mağaza ve ödeme entegrasyonlarını geliştirmeleri büyük önem arz etmektedir. Yapay zeka teknolojileri, pazarlama öngörülerini ve müşteri alışkanlıklarını anlama konusunda da oldukça başarılıdır.

4. Kaynakça

- globalbankingandfinance.com
- <https://ticaret.gov.tr/blog/sector-haberleri/2021-e-ticaret-trendleri-ve-2022-tahminleri>
- <https://www.eticaret.gov.tr/istatistikler>
- <https://www.webolizma.com/blog/hootsuite-ve-we-are-social-2021-dijital-turkiye-raporu/>
- <https://blog.delbig.com/2022-e-ticaret-beklentileri-nelerdir/>
- <https://tim.org.tr/tr/kose-yazilari-can-fuat-gurlesel-2022-yili-icin-beklentiler>