

# "E-TİCARET"TE DAHA YOLUN BAŞINDAYIZ!

Fotoğraflar: Dünya Gazetesi Fotoğraf Arşivi



# 2.29

## TRİLYON \$

2017'DE DÜNYADA  
BEKLENEN PERAKENDE  
E-TİCARET HACMİ

# 17.5

## MİLYAR TL

TÜRKİYE E-TİCARET  
PAZARINDA PERAKENDE  
HARCAMALARIN PAYI

# %69.1

ABD VE ÇİN'İN KÜRESEL  
ONLİNE PERAKENDE  
SATIŞLAR İÇİNDEKİ PAYI

# 100

## MİLYAR \$

ÇİN'DE SINIR ÖTESİ ONLİNE  
PERAKENDE SATIŞLARIN  
BÜYÜKLÜĞÜ

Dünyada online perakende satışlar geleneksel perakende satışlardan dört kat daha hızlı artış gösterecek. 2.3 trilyon dolara yaklaşması beklenen online perakende satışlar, toplam satışların 10'da 1'ine ulaşacak. Türkiye'de ise e-ticaretin toplam perakende içindeki payı yüzde 4 seviyesine yaklaşıyor.



**T**ürkiye'de 17.5 milyar TL'ye ulaşan perakende e-ticaret hacmi dünyada da büyük bir hızla artmaya devam ediyor. Küresel olarak e-ticaretin toplam perakende satışlar içindeki payının bu yıl ilk kez yüzde 10'a ulaşacağı hesaplanıyor.

Bu artışta başta Çin olmak üzere gelişmekte olan ülkelerde büyüyen orta sınıfın internet kullanımındaki artışı önemli rol oynuyor.

eMarketer tarafından hazırlanan bir raporda, 2016-2021 yılına ait küresel perakende satış tahminleri dolar karşısında birçok paranın değer kaybı nedeniyle aşağı yönlü revize edildi. Raporda küresel perakende satışların 2017'de yüzde 5.8 artarak 22.73 trilyon dolara ulaşacağı öngörüldü. Ancak online perakende satışların büyük bir hızla artmaya devam edeceği tahmin edildi.

#### **Dört kat daha hızlı artış gösterecek**

Rapora göre bu yıl online perakende satışlar, geleneksel perakende satışlardan dört kat daha hızlı artış gösterecek. Perakende e-ticaret hacminin 2017 genelinde yüzde 23.2'lik sıçrama yaparak 2.29 trilyon dolara çıkmasını bekleyen eMarketer, böylelikle satışlarda yeni bir eşğin aşılabileceğini ve internet üzerinden yapılan perakende satışların toplam satışların 10'da 1'ine ulaşacağını hesaplıyor. 2016-2021 döneminde e-ticaret satış artışının çift haneli büyümesini sürdürmesi de bekleniyor.

#### **ABD ve Çin toplam 1.58 trilyon \$ harcayacak**

Küresel e-ticarette aslan payını Çin ve ABD alacak. İki ülkede toplam e-ticaret hacminin 1.58 trilyon doları bulacağı tahmin edilirken, bu rakam tüm e-ticaretin yüzde 69.1'ine denk geliyor. Çin'de sadece sınır ötesi e-ticaret satışların 100 milyar doları geçmesi bekleniyor. Çin'de sınır ötesi alışverişlerde kişi başına yıllık 882 dolar harcanacak.

Asya Pasifik e-ticaretin en hızlı gelişim gösterdiği bölgelerden. 2017'de bölgede perakende satış hacminin 10 trilyon dolara dayanacağı tahmin ediliyor. Bölgedeki perakende satışların yüzde 14.7'sini 1.36 trilyon dolarla online alışverişler oluşturacak. Söz konusu rakam 2021'de 3 trilyon dolara tırmanacak.



E-ticarette en büyük platformu Amazon oluşturuyor. En büyük rakibi Alibaba, Çin'in yanında Güneydoğu Asya, Hindistan ve birçok pazarda dijital alışveriş platformuna sahip. Almanya merkezli Zalando Avrupa'da popüler bir satış platformuyken, Arjantinli MercadoLibre Latin Amerika pazarına hakim.

#### **Yüzde 34 büyüme yeterli değil**

Bu arada TÜBİSAD ve ETİD'in birlikte yaptığı bir çalışmaya göre artan internet penetrasyonu ve akıllı telefon kullanımı 2016'da Türkiye e-ticaret pazarını 30.8 milyar TL büyüklüğe çıkardı. Bunun perakende

harcamalar kısmı 17.5 milyar TL düzeyinde...

2013'ten itibaren Türkiye'de perakende online satışlar yüzde 34 büyüyerek 7.3 milyar TL'den 17.5 milyar TL'ye yükseldi. Ancak Türkiye'de online perakende satışların toplam içindeki payı birçok ülkenin gerisinde. Euromonitor'un verilerine göre, e-ticaretin toplam perakende içindeki payı yüzde 3.4 seviyesine yükseldi. Çin'de bu oran yüzde 17.1, İngiltere'de yüzde 14.9, ABD'de yüzde 10.5 düzeyine ulaştı.

#### **'Black Friday'de iki kat arttı**

Bankalararası Kart Merkezi (BKM) verilerine göre 'Black Friday' olarak bilenen



Kasım ayının dördüncü cumasına denk gelen alışveriş festivalinde Türkiye’de internetten kartlı ödemeler 2016 yılının aynı gününe göre rekor bir artış göstererek iki katına çıktı. 24 Kasım Cuma günü toplam 2.45 milyar liralık işlemde kart kullanılırken, kartlı ödemelerin 565 milyon liralık kısmı internet üzerinden yapıldı. 2016 yılının aynı gününde ise 1.88 milyar lira kartlı ödeme yapıldığı göz önüne alındığında, 2017’deki artış yüzde 30’a işaret etti. BKM verilerine göre kalabalık nüfusun etkisiyle internetten alışverişlerin yaklaşık yarısı İstanbul’daki kullanıcılar tarafından yapıldı. Toplam kartlı ödemeler içindeki internetten ödemeler

baz alındığında ise Kocaeli yüzde 33 ile en fazla internetten alışverişini tercih eden kent oldu. Kocaeli’ni yüzde 31’le Kırıkkale ve yüzde 30’la Iğdır takip etti.

#### **Türkiye, kötü performans sergiledi**

Diğer yandan TEPAV Perakende Güven Endeksi’ne (TEPE) göre “perakende güveni” 2017’nin Kasım ayında -18.3 puan değerini aldı. Endeks, bir önceki aya göre 1.7 puan, bir önceki yılın aynı dönemine göre ise 0.9 puanlık bir düşüş kaydetti.

Yıllık bazda kaydedilen bu düşüşle, 13 ay sonra geçtiğimiz Ekim ayında ara verdiği aşağı yönlü seriyeye geri dönmüş oldu.

İşlerin geçen yıla göre -45.6 puan ile yılın en düşük seviyesinde değer aldı. “Elektrikli ev aletleri, radyo ve televizyonlar” sektörü, Kasım ayında perakende güveninde en çok artış gösteren sektör oldu. AB-28 ve Euro Bölgesi ile karşılaştırıldığında Türkiye geçen yıla göre daha kötü performans sergiledi.

TEPE değerinin 2016 yılına göre azalmasında, geçen üç ayda işlerin gelişimi ve önümüzdeki üç ayda satış beklentisi göstergelerindeki düşüş etkili olurken; bir önceki aya göre azalmasında ise önümüzdeki üç ayda satış beklentisindeki kötüleşme etkili oldu.