



1882

KONYA TİCARET ODASI  
KONYA CHAMBER OF COMMERCE

# E-TİCARET SEKTÖRÜ

## “2023 Değerlendirmesi, 2024 Beklentileri”

Gizem ERİM ÖZÇELİK



Sektör Raporu

Ekonomik Araştırmalar ve Proje Müdürlüğü

KONYA  
ŞUBAT, 2024  
[www.kto.org.tr](http://www.kto.org.tr)

### İÇİNDEKİLER

1. Giriş.....	2
2. E-Ticaret Sektörünün Görünümü .....	3
3. 2024 Yılı Beklentileri ve Genel Değerlendirme.....	8
4. Kaynakça.....	9

### 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 müteşebbislerin 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.

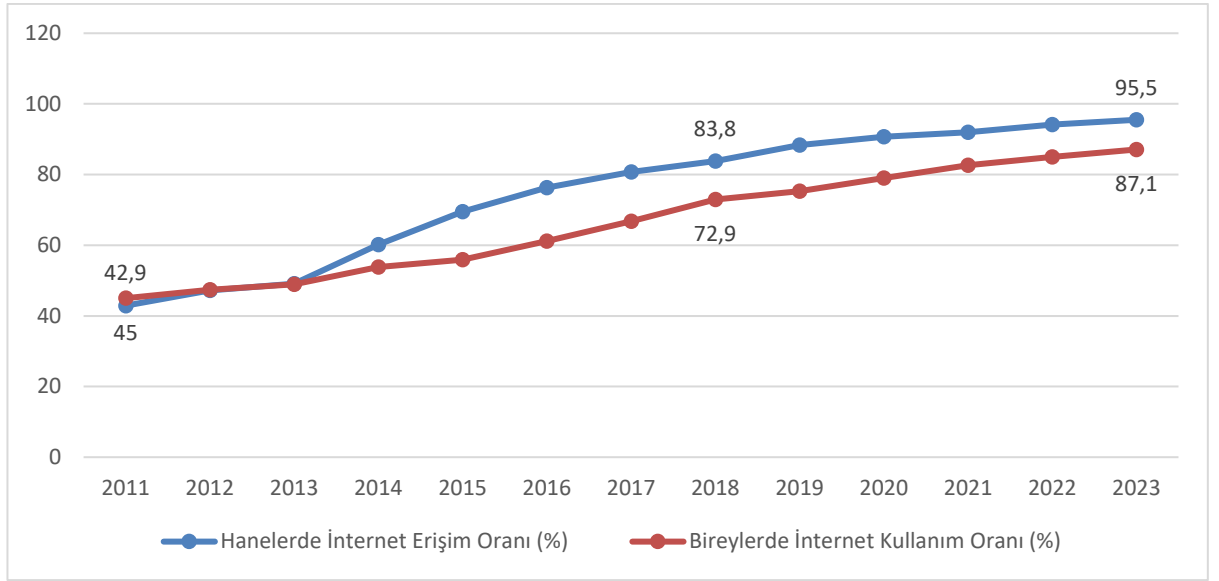
Statista tarafından yapılan araştırmada ülkelerin perakende e-ticaret gelişimi değerlendirilmiştir. Buna göre 2020-2024 yılları arasında küresel perakende e-ticaretin Türkiye’de yıllık ortalama %20,2 büyüme oranıyla ilk sırada yer alacağı öngörülmüştür. Perakende e-ticaretin gelişimine dair bu verilere, salgının beraber değişen ve alışkanlığa dönüşen tüketici davranışları eklenince ülkemizin bu dönüşümde yüksek potansiyele sahip ülkeler arasında olacağı öngörülmektedir.

Tüm bunlardan hareketle raporda, pandeminin itici gücüyle hayatımızda büyük bir yer edinen e-ticaret sektörüne dair son gelişmeler, 2023 yılı değerlendirilmesi ve 2024 yılı beklentileri okuyucuya aktarılmaya çalışılacaktır.

### 2. E-Ticaret Sektörünün Görünümü

Ülkemizde 90'lı yıllardan itibaren internet kullanılmaya başlanmıştır. Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2023 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 %95,5'a ulaşmıştır.

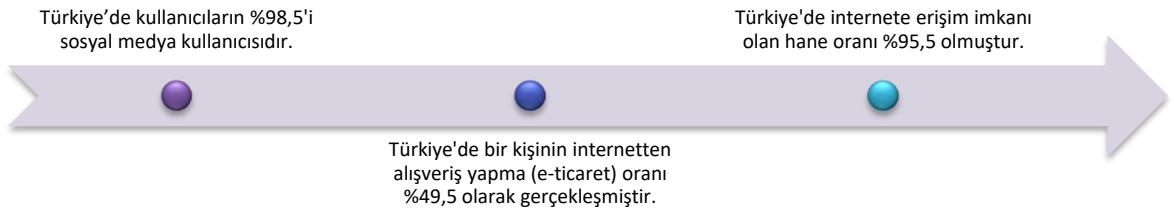
**Grafik 1. Türkiye'de Yıllara Göre İnternet Kullanım Oranları (2011-2023)**



**Kaynak:** TÜİK

Dünyada ve ülkemizde günden güne büyümeye devam eden e-ticaret sektörü, 2023 yılında hacmini daha da artırmıştır. Ülkemiz, çoğunluğu gençlerden oluşan 85 milyonluk nüfusuyla ve %87,1'lik internet kullanıcısıyla büyük bir potansiyeli bünyesinde barındırmaktadır. Büyüme hızı engellenemez bu sektörün ekonomimize sağlayacağı katkılar açısından 2023 yılı performansı yol gösterici olacaktır.

**Şekil 1. 2023 Yılında Dair Bazı Göstergeler**

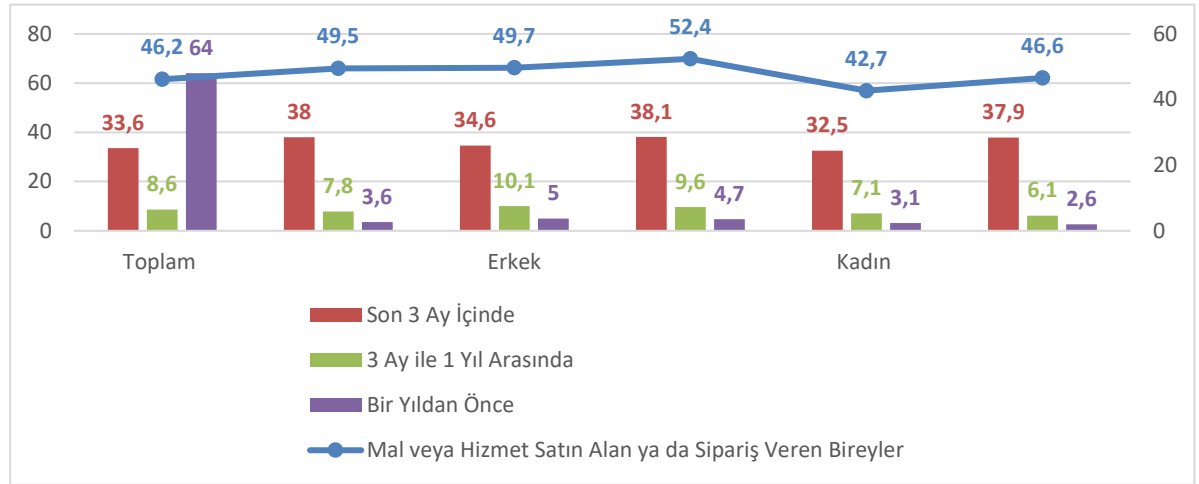


**Kaynak:** TÜİK

2023 yılında internet kullanan bireylerin;

- İnternet üzerinden özel kullanım amacıyla mal veya hizmet satın alma ya da sipariş verme (e-ticaret) oranı, 2022 yılında %46,2 iken 2023 yılında %49,5 olarak gerçekleşmiştir.
- Cinsiyete göre internet üzerinden mal veya hizmet satın alma ya da sipariş verme oranı erkeklerde %52,4 kadınlarda %46,6'dır.
- En son mal veya hizmet satın alma ya da sipariş verme zamanlarına göre incelendiğinde; bireylerin %38'inin 2023 yılı ilk 3 ayı mal veya hizmet satın aldığı ya da sipariş verdiği görülmektedir.

**Grafik 2. Cinsiyete Göre E-Ticaret Alışkanlığı (%)**



**Kaynak:** TÜİK

Aşağıdaki şekilde görüldüğü üzere 2023 yılında internet üzerinden tüketim malları satın alanların sayısı 44,03 milyon kişi olarak gerçekleşmiştir. Çevrimiçi tüketim malları satın alımlarında toplam harcama bir önceki yıla göre %3,3 oranında azalış göstermiştir. Tüketim mallarında kullanıcı başına ortalama harcama ise bir önceki yıla göre %10,3'lük azalış ile 474 dolar olmuştur. Kişi başı ortalama tüketim malı satın almada mobil telefonların payı geçen yıla göre %3,9 artış göstererek %46 olmuştur.

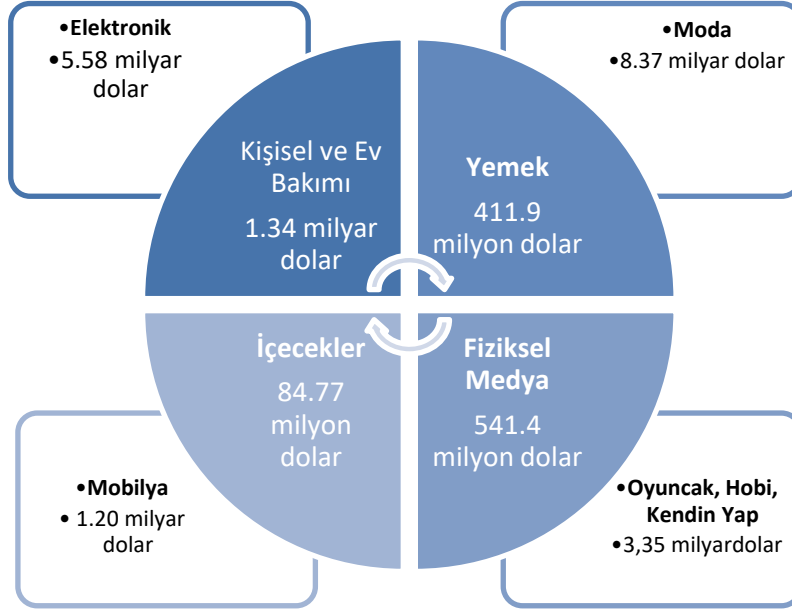
**Şekil 2. E-Ticaret Tüketim Mallarının Büyüklüğü ve Gelişimi**



**Kaynak:** Dijital 2023 Raporu

Şekil 3'te görüldüğü üzere e-ticarete en çok tüketim, 8.37 milyar dolar ile moda kategorisinde olmuş, bunu 5.58 milyar dolar ile elektronik, 3.35 milyar dolar ile oyuncak, hobi, kendin yap ve 1.34 milyar dolar ile kişisel ve ev bakımı kategorisi izlemiştir.

**Şekil 3. Kategoriye Göre E-Ticaret Harcamaları**



**Kaynak:** Dijital 2023 Raporu

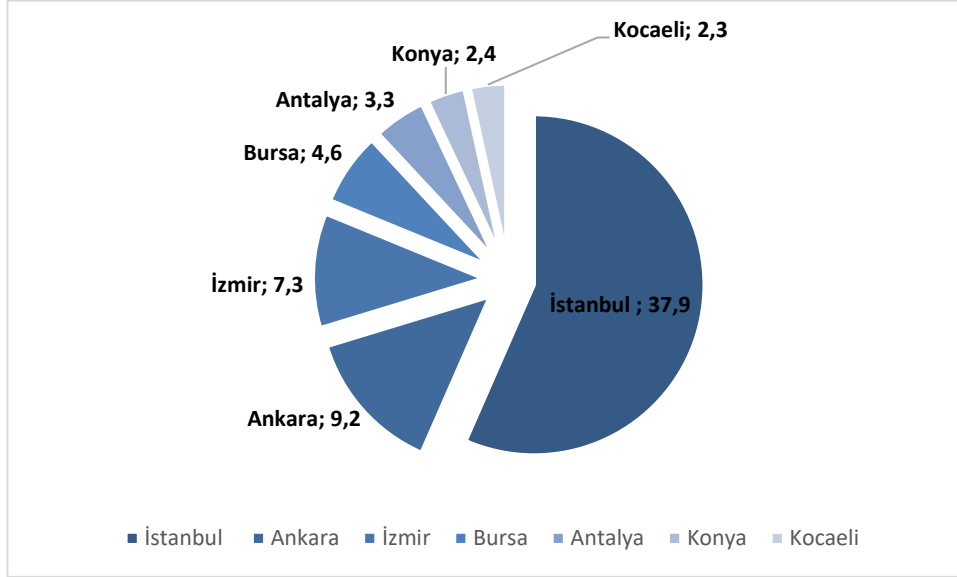
T.C. Ticaret Bakanlığı'nın açıkladığı "Elektronik Ticaret Bilgi Sistemi (ETBİS) 2023 Yılı Verileri" ne göre 2023 yılının ilk altı ayında e-ticaret sektörüne olan ilginin hızlı bir şekilde artış gösterdiği gözlenmiştir. 2022 yılı ilk altı aylık e-ticaret verisi ile karşılaştırıldığında 2023 yılında e-ticaret hacminin %109,7'lik bir oranda artış göstererek 652,7 milyar TL olduğu görülmektedir.

Sipariş adedi açısından bakıldığında ise, 2023 yılının ilk altı aylık verisi bir önceki yılın aynı dönemine göre %20 artış göstermiştir. Buna göre 2022 yılının ilk altı ayında 2 milyar 131 milyon olan sipariş adedinin 2023 yılında 2 milyar 556 milyon adede yükseldiği dikkat çekmektedir.

2023 yılının ilk altı ayı istatistiklerine bakıldığında perakende e-ticaret hacminde büyük artış görülmektedir. Bir önceki döneme göre %119'luk bir artış yaşanan perakende e-ticaret hacmi 309 milyar TL'ye yükselmiştir.

2023 yılı ilk altı ayı e-ticaret yapan işletmelerin illere göre dağılımı incelendiğinde en çok e-ticaret yapan markanın İstanbul'da bulunduğu görülmektedir. E-ticaret yapan işletmelerin %37,98'u İstanbul'da bulunmaktadır. İstanbul'u %9,2 ile Ankara, %7,3 ile İzmir, %4,6 ile Bursa izlerken e-ticaret yapan işletmelerin %3,3'ü Antalya, %2,4'ü Konya ve %2,3'ü Kocaeli'de yer almaktadır.

Grafik 3. E-Ticaret Yapan İşletmelerin İllere Göre Dağılımı (%)



Kaynak: <https://www.ticimax.com/blog/2023-yili-e-ticaret-verileri-ve-istatistikleri>

2023 yılının ilk 6 ayında e-ticaretin %92,5'i yurt içinde gerçekleşmiştir. Diğer bir açıdan bakıldığında %4,5'i diğer ülkelerin ülkemizden yaptıkları alışverişler, %3'ü ise vatandaşlarımızın yurt dışından yaptığı alımlar oluşturmuştur.

Ülkemizde 2022 yılı 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 %2,4'lük payıyla bu listenin 6. sırasında yer almaktadır.

Kategorilerine göre çevrim içi toplam seyahat ve turizm harcamalarına bakıldığında sırasıyla uçak birinci, otel ikinci ve tatil kiralama harcamaları üçüncü sırada yer almaktadır.

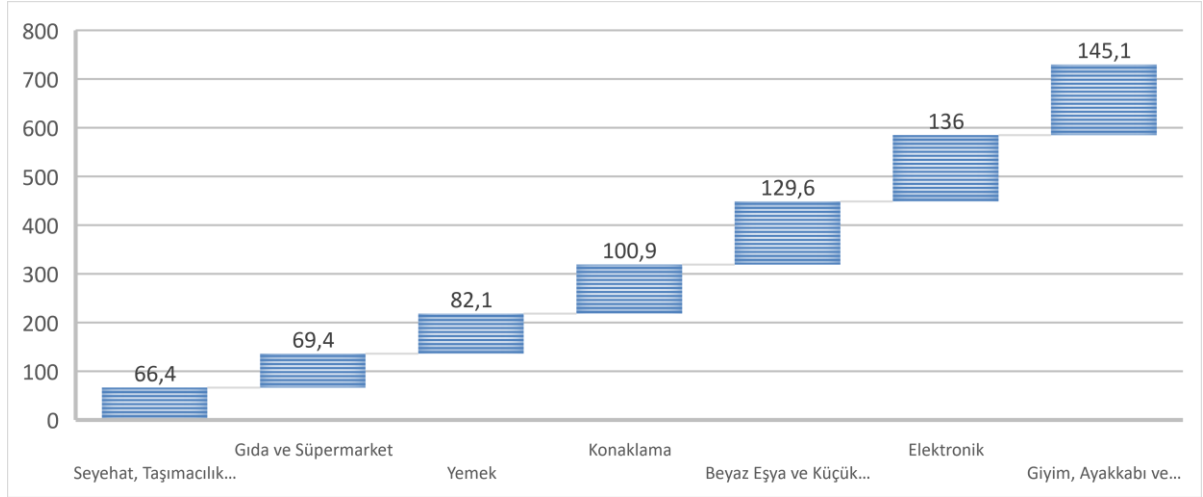
Şekil 4. Kategorilerine Göre Çevrim İçi Toplam Seyahat ve Turizm Harcamaları

Uçak	Otel	Tatil Kiralama	Uzun Yol Otobüs
•3.90 Milyar \$	•3.26 Milyar \$	•518.8 Milyon \$	•191 Milyon \$
Araç Kiralama	Tren	Gemi	Tatil Paketi
•32.81 Milyon \$	•27.86 Milyon \$	•3.07 Milyon \$	•1.60 Milyon \$

Kaynak: <https://www.guvenliweb.org.tr/dosya/HQTLF.pdf>

2023 yılı e-ticaret hacmi sektörel bazda incelendiğinde bir önceki yılın aynı dönemine göre; giyim, ayakkabı ve aksesuar sektörlerinde %145,1, elektronik sektörde %136, beyaz eşya ve küçük ev aletleri sektöründe %129,6, konaklama sektöründe %100,9 oranında artış yaşanmıştır.

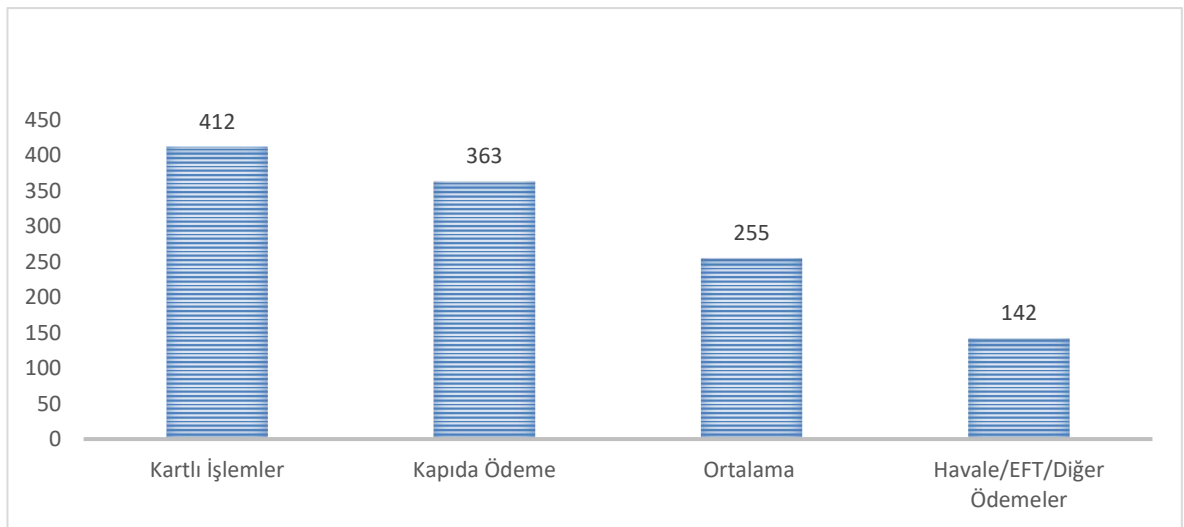
**Grafik 4. E-Ticaret Hacminin Sektörler İtibariyle Bir Önceki Yılın Aynı Dönemine Göre Değişimi (%)**



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

2023 yılının ilk altı ayı e-ticaret ödeme şekilleri itibariyle ortalama sepet tutarı istatistiklerine bakıldığında ülkemizde; 412 TL ile kartlı işlemler ilk sırada yer alırken, 363 TL ile kapıda ödeme ikinci sırada, 142 TL havale/EFT/diğer ödemeler dördüncü sırada yer almaktadır.

**Grafik 5. Ödeme Şekli İtibariyle Ortalama Sepet Tutarı (TL)**



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

### Ülkemizde 2023 yılı ilk 6 ayı için karşımıza çıkan bazı istatistikler şöyledir:

- Ödeme yöntemleri bazında e-ticaret hacmi; kartlı işlemler için 409,3 milyar TL, havale-eft-diğer ödemeler için 209,3 milyar TL, kapıda ödeme için 34,1 milyar TL'dir.
- Elektronik ticaret yoluyla gerçekleşen alışverişlerin günlere göre dağılımı; %18,7'si Salı, %17,5'i Cuma, %15,6'sı Çarşamba, %14,8'i Pazartesi, %13,4'ü Perşembe ve %11,1'i Pazar günü gerçekleşmektedir.
- E-ticaret hacmi 2023 yılında 2022 yılının aynı dönemine göre %109,7 artış göstererek 652,7 milyar TL olarak gerçekleşmiştir.
- E-ticaret faaliyetinde bulunan işletmelerin illere göre dağılımına bakıldığında; İstanbul (%37,9), Ankara (%9,2), İzmir (%7,3), Bursa (%4,6), Antalya (%3,3) ve Konya (%2,40)'tır.
- Yurt içi harcamaların payı %92,5'lik oran ile 603,7 milyar TL olarak gerçekleşirken, diğer ülkelerin ülkemiz e-ticaret sitelerinden yaptığı harcamalar %4,5'lik oran ile 29,4 milyar TL, vatandaşlarımızın yurtdışından yaptığı alımlar %3'lük oran ile 19,6 milyar TL olarak gerçekleşmiştir.
- Sektörel olarak ortalama sepet tutarı 2023 yılının ilk 6 ayında konaklama sektöründe 14.262 TL, ev, bahçe, mobilya ve dekorasyonda 6.287 TL, havayollarında 3.391 TL, beyaz eşya ve küçük ev aletlerinde 830 TL, giyim, ayakkabı ve aksesuar sektöründe 712 TL olarak gerçekleşmiştir.

### 3. 2024 Yılı Beklentileri ve Genel Değerlendirme

E-ticaret sektörü kendini sürekli yenilen dinamik bir sektördür. İnternetin daha yaygın bir şekilde kullanımı, dijitalleşme, teknolojik ilerleme gibi etmenler tüketicilerin alışveriş alışkanlıklarını önemli ölçüde değiştirmiştir. Bu bakımdan 2023 yılı e-ticaret açısından önemli değişimlerin yaşandığı bir yıl olmuştur.

Sektörün 2023 yılı verilerine raporun başlangıcında değinmiştik. Ayrıca 2024 yılında mobil ticaretin e-ticaret hacminin büyük bir kısmını oluşturması beklenmektedir. Tüketiciler, alışverişlerini mobil cihazlar üzerinden gün geçtikçe daha fazla yapmaktadır. Bu nedenle, e-ticaret platformlarının mobil uyumlu olması ve mobil cihazlara özel bir kullanıcı deneyimi sunması büyük önem taşımaktadır.

Tüketiciler, kendilerine özel ve ilgi alanlarına hitap eden bir alışveriş deneyimi yaşamak istemektedir. Bu kapsamda 2024 yılında e-ticaret platformlarının, yapay zekâ ve büyük veri gibi teknolojileri kullanarak tüketicilere kişiselleştirilmiş ürün önerileri ve pazarlama kampanyaları sunması beklenmektedir. Buna göre 2024 yılında; yapay zekâ ve kişiselleştirme kullanımının artması, sosyal medya ticaretinin daha da popüler hale gelmesi, sürdürülebilir ve doğa dostu ürünlere ilginin artması, hızlı teslimat ve kolay iade seçeneklerinin daha da önem kazanması gibi trend olacak beklentiler yer almaktadır.

2024 yılında yeni girişimcilerin pazara girmesi ve mevcut girişimcilerin yatırımlarını artırması beklenmektedir. Yurtdışı e-ticaret devlerinin Türkiye pazarına daha fazla giriş yapması beklentisi ise muhtemeldir. Diğer yandan hızlı teslimat ve aynı gün teslimat seçeneklerinin yaygınlaşması, teslimat otomasyonunun artması gibi müşteri beklentilerine yönelik düzenlemeler firmaları daha rekabetçi hale getirecektir. Ödeme sistemlerinde de bir dizi iyileştirme öngörülmektedir. Buna göre kripto para, yapay zekâ tabanlı ödemeler gibi yeni ödeme yöntemlerinin hayatımıza girmesi öngörülmektedir.

2024 yılı e-ticaret sektörü için büyük bir potansiyel taşımaktadır. Pazarın büyümesi, yeni trendlerin ortaya çıkması ve yeni oyuncuların pazara girişi ile sektörün daha da rekabetçi hale gelmesi muhtemeldir. Başarılı olmak için firmaların yeniliklere açık bir şekilde müşteri deneyimine odaklanması ve teknolojiden etkin bir şekilde faydalanması önemlidir.

#### 4. Kaynakça

- [globalbankingandfinance.com](https://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>