

GİRİŞ

Günümüz teknoloji çağında 2000’li yılların başından itibaren, özellikle bilişim teknolojilerindeki hızlı gelişmeler, bilgi toplumunun oluşmasına büyük katkı sağlamıştır.

Teknolojik gelişmelerin bir sonucu olarak sosyal ve kültürel hayatta da ciddi değişiklikler meydana gelmiştir. Ticaret kavramı uluslararası bir boyuta bürünmüş olup; sınır, zaman ve mekân algılarında önemli değişiklikler meydana gelmiştir.

Bu gelişmeler beraberinde elektronik ticaret kavramının oluşmasına sebep olmuştur. E-ticaret; günümüzde hızlı erişim kolaylığı, maliyetleri düşürücü etkisi, yeni bir iş fikri olan girişimcilerin küresel bazda kendilerini tanıttıkları bir platform olması ve küçük ve orta ölçekli işletmelere büyük işletmeler karşısında potansiyel müşteri oluşturması açısından tercih edilmektedir.

Türkiye ekonomisinin %98,9’unu oluşturan KOBİ’lerin küresel rekabet ortamında var olabilmeleri için, bilişim teknolojilerine uyum sağlamaları gerekmektedir.

Bu çalışmada Türkiye’de internet kullanım istatistikleri ve Türkiye’nin e-ticaret kullanım istatistikleri üzerinde durulmuştur.

Türkiye’de İnternet Kullanımı

Ağustos 2013 itibariyle, Türkiye’de 16-74 yaş grubundaki bireylerde İnternet kullanım oranı %48,9 olarak gerçekleşmiştir. 2012 yılı Ağustos ayında bu oran %47,7 olarak gerçekleşmiştir.

16-74 yaş grubunda erkeklerde internet kullanım oranı %59,3 iken kadınlarda %38,7’dir. İnternet kullanımı kentlerde %58, kırsal yerlerde %28,6 olarak ölçülmüştür. İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflaması (İBBS) Düzey-1’e göre İnternet kullanımının en yüksek olduğu bölge %61,4 ile TR1-İstanbul bölgesidir. İstanbul bölgesini %58,5 İnternet kullanım oranı ile TR5-Batı Anadolu bölgesi takip etmektedir.

İnternet kullanım oranının en fazla olduğu yaş gurubu ise 16-24’tür. İnternet kullanımında tüm yaş gruplarında erkeklerin oranı kadınlara göre daha yüksektir.

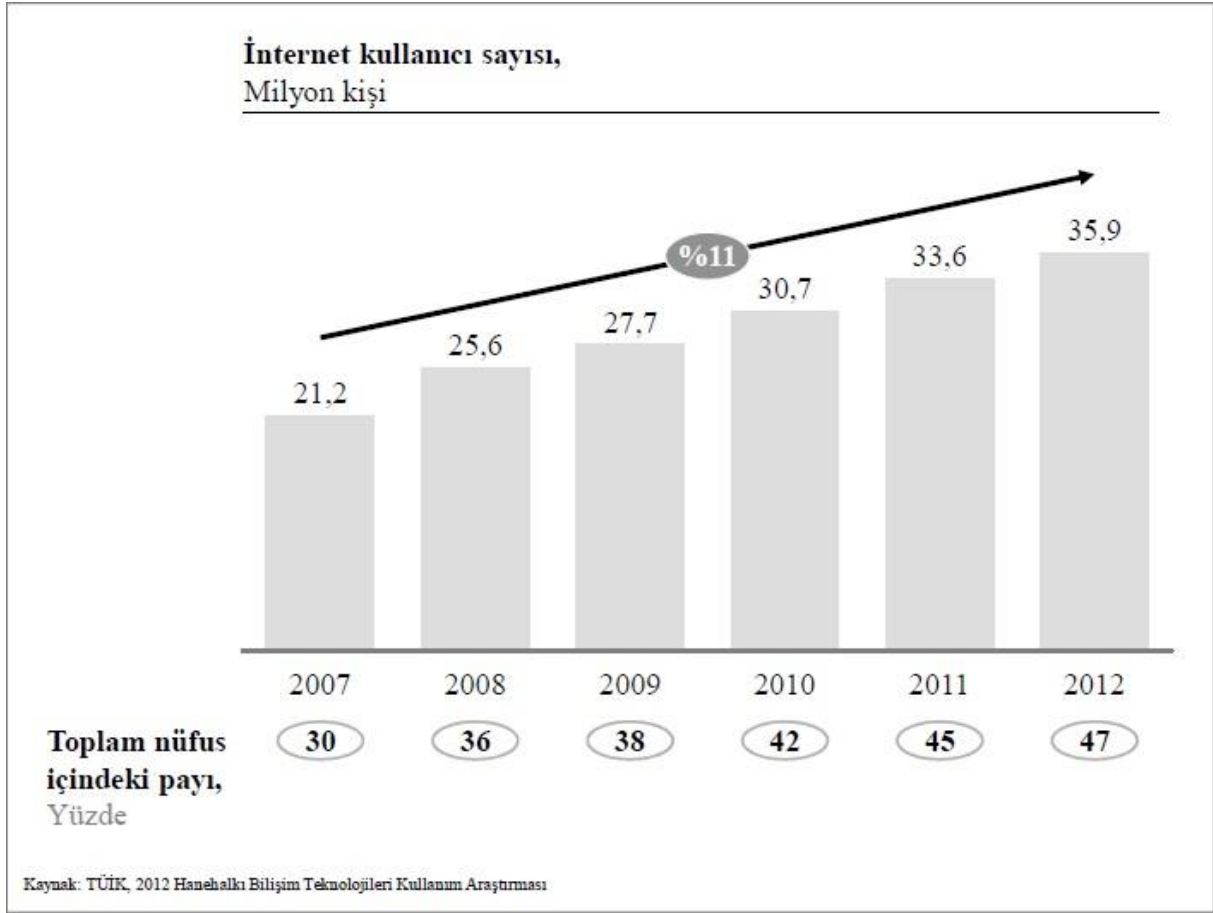
Türkiye’de 2012 yılsonu itibariyle yaklaşık 40 milyon internet kullanıcısı mevcuttur. 2011 yılında 6,4 milyon mobil internet kullanıcısı varken bu rakam 2012 yılında %100’e yakın bir artışla 12 milyon kullanıcıya ulaşmıştır.

TÜRKİYE TOPLAM	2011	2012
Nüfus	74.724.269	75.627.384
Genişbant İnternet Abone Sayısı - Toplam	14.004.459	20.005.204
Sabit Genişbant İnternet Abone Sayısı - Toplam	7.549.658	7.843.304
Mobil Genişbant İnternet Abone Sayısı - Toplam	6.454.801	12.161.900

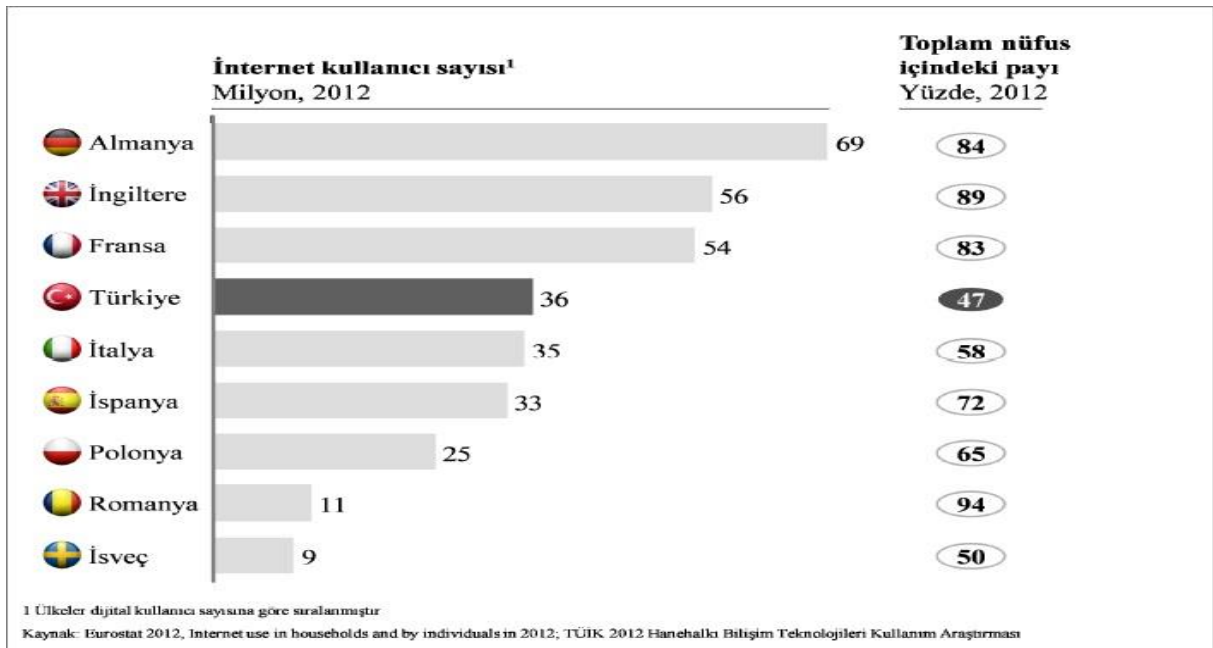
Kaynak: Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu

TÜRKİYE'DE İNTERNET KULLANIMI ve E-TİCARET İSTATİSTİKLERİ /KTO ETÜD Araştırma Servisi Mehmet ÖZÇELİK

2012 yılında Türkiye'deki toplam nüfusun %47'si internet kullanırken, 2013 yılsonu itibariyle Türkiye nüfusunda her iki kişiden birisinin internet kullanıcısı olması beklenmektedir.



Türkiye'nin internet kullanıcı sayısı diğer ülkelerle mukayese edildiğinde, gelişmiş birçok AB üyesi ülkeden kullanım oranı açısından geride olduğu anlaşılmaktadır. Fakat toplam kullanıcı sayısı açısından Türkiye genç ve aktif internet kullanıcılarıyla ön plana çıkmaktadır.



TÜRKİYE'DE İNTERNET KULLANIMI ve E-TİCARET İSTATİSTİKLERİ /KTO ETÜD Araştırma Servisi Mehmet ÖZÇELİK

Genişbant İnternet Abone Sayısı istatistikleri dikkate alındığında Türkiye'de ilk 5 il; İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa ve Antalya'dan oluşmaktadır. Ve bu illerimiz toplamda 10 milyondan fazla internet kullanıcılarına sahiptirler.

Genişbant İnternet Abone Sayısı - Toplam	İl Abone Sayısı	Türkiye Toplamına Göre Oranı	İl Abone Sayısı	Türkiye Toplamına Göre Oranı
	2011	2011	2012	2012
İstanbul	4.332.523	30,94%	6.077.844	30,38%
Ankara	1.311.399	9,36%	1.819.567	9,10%
İzmir	930.391	6,64%	1.291.835	6,46%
Bursa	544.078	3,89%	761.597	3,81%
Antalya	470.676	3,36%	647.251	3,24%

Kaynak: Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu

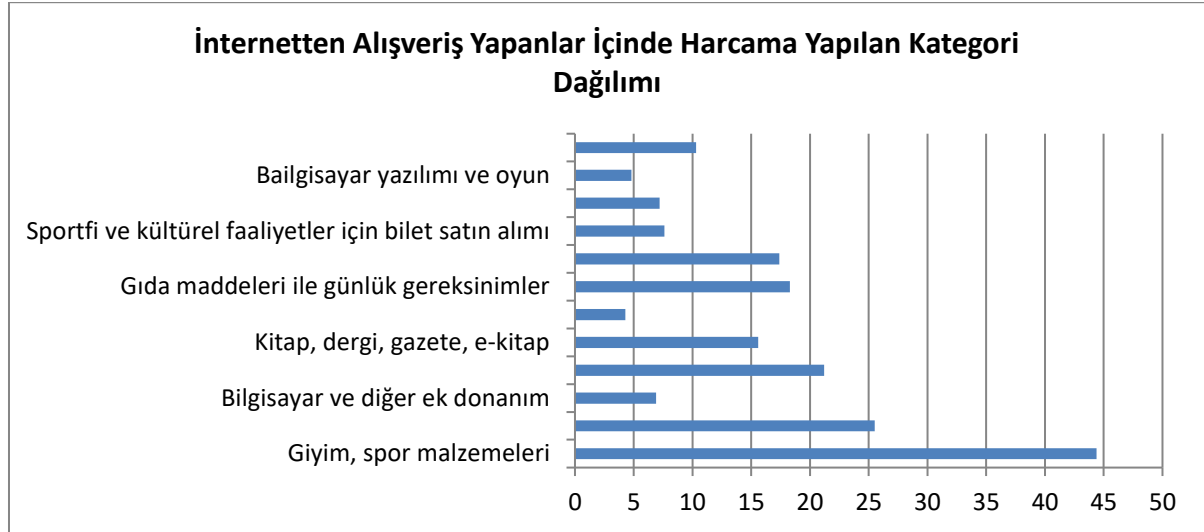
2 milyonun üzerinde bir nüfusa sahip olan Konya'da 826 bin kişinin internet aboneliği vardır. Konya ilinde toplam nüfusun %40'ı internet kullanmaktadır.

KONYA	2011	2012
Nüfus	2.038.555	2.052.281
Genişbant İnternet Abone Sayısı - Toplam	274.506	413.149
Sabit Genişbant İnternet Abone Sayısı - Toplam	163.210	166.432
Mobil Genişbant İnternet Abone Sayısı - Toplam	111.296	246.717

Kaynak: Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu

İnternet Kullanan Bireylerin Online Alışveriş Yapma İstatistiği

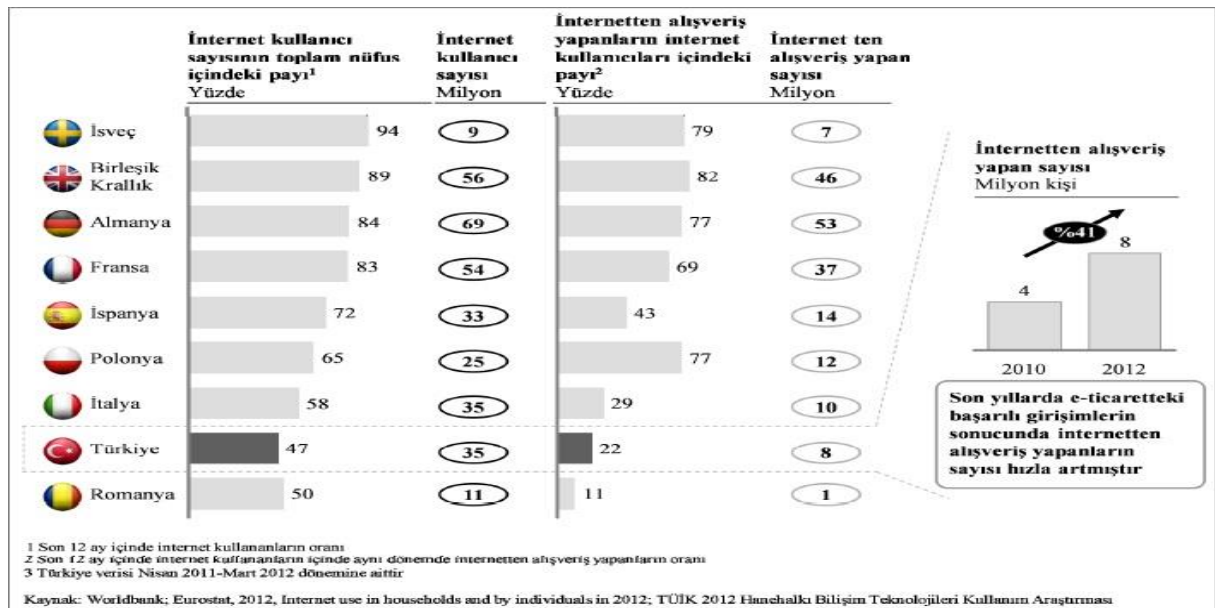
2013 yılının ilk üç ayında internet kullanan bireylerin internet üzerinden kişisel kullanım amacıyla mal veya hizmet siparişi verme ya da satın alma oranı %24,1 olarak gerçekleşmiştir. 2012 yılında internet üzerinden alışveriş yapanların oranı ise %25,1 olarak gerçekleşmişti. 2012 yılı Nisan ile 2013 yılı Mart aylarını kapsayan on iki aylık dönemde internet üzerinden alışveriş yapan bireylerin %48,6'si giyim ve spor malzemesi, %25,8'i elektronik araç, %25,6'sı ev eşyası, %20'si seyahat ile diğer faaliyetler (konaklama hariç), %15,9'u kitap, dergi, %15,7'si gıda maddeleri ile günlük gereksinimler almıştır.



2013 yılı Nisan ayında TÜİK tarafından gerçekleştirilen Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması sonuçlarına göre Türkiye genelinde hanelerin %49,1'i evden internete erişim imkânına sahiptir. Bu oran 2012 yılının aynı ayında %47,2 olarak gerçekleşmişti. Evden internete erişim imkânı olmayan hanelerin %35,7'si evden internet kullanımına ihtiyaç duymadıklarını belirtmişlerdir.

Türkiye'de E-Ticaret

TÜİK tarafından yayınlanan Mart 2012 dönemine ait istatistiki verilere göre Türkiye'de internet kullanan bireylerin %22'si alışverişlerini internette yapmaktadırlar. Buda toplamda 8 milyon e-ticaret kullanıcısı anlamına gelmektedir. 2010 yılında Türkiye'de internette alışveriş yapanların sayısı 4 milyon iken 2012 yılında bu rakam tam iki katına ulaşmıştır. Türkiye'de internette alışveriş yapma sıklığının hızlı bir şekilde artacağı tahmin edilmektedir. Gelişmiş AB ülkelerinde internet kullanıcılarının, internette alışveriş yapma oranlarının da yüksek olduğu anlaşılmaktadır.



TÜRKİYE'DE İNTERNET KULLANIMI ve E-TİCARET İSTATİSTİKLERİ /KTO ETÜD Araştırma Servisi Mehmet ÖZÇELİK

Türkiye'de e-ticaret ile uğraşanların yüzde %91'ini erkekler oluştururken, %9'u bayanlardan oluşmaktadır. Yaş gruplarına göre ise en kalabalık olan grup %46 ile 25-34 yaş aralığıdır. Bu yaş grubunu yüzde 38 ile 35-44 yaş aralığı takip etmektedir.

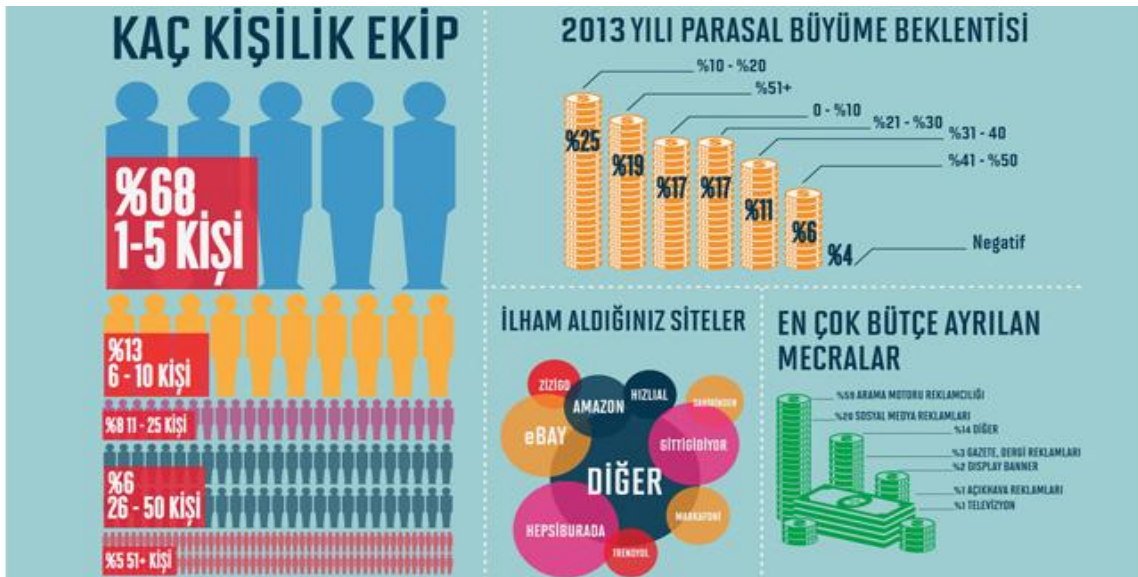
E-ticaretle uğraşanların yüzde 48'i üniversite, yüzde 25'i ise ilk ve orta öğretim mezunudur.

E-ticaret sitelerinin yönetildiği şehirlere bakıldığında yüzde 57 ile İstanbul önde yer almaktadır. E-ticaret sitesi sahiplerinin bulunduğu diğer iller ise sırasıyla Ankara, İzmir, Bursa, Antalya ve İzmit'tir. Diğer iller ise %19'luk bir orana sahiptir.



E-ticaret sitelerinin faaliyetlerine ilişkin olarak ise sitelerin %58'i son bir yıl içerisinde faaliyete başlamıştır. Ancak sürdürülebilir başarı açısından 5 yılın üzerinde aktif olan e-ticaret sitelerinin oranı %13'dür.

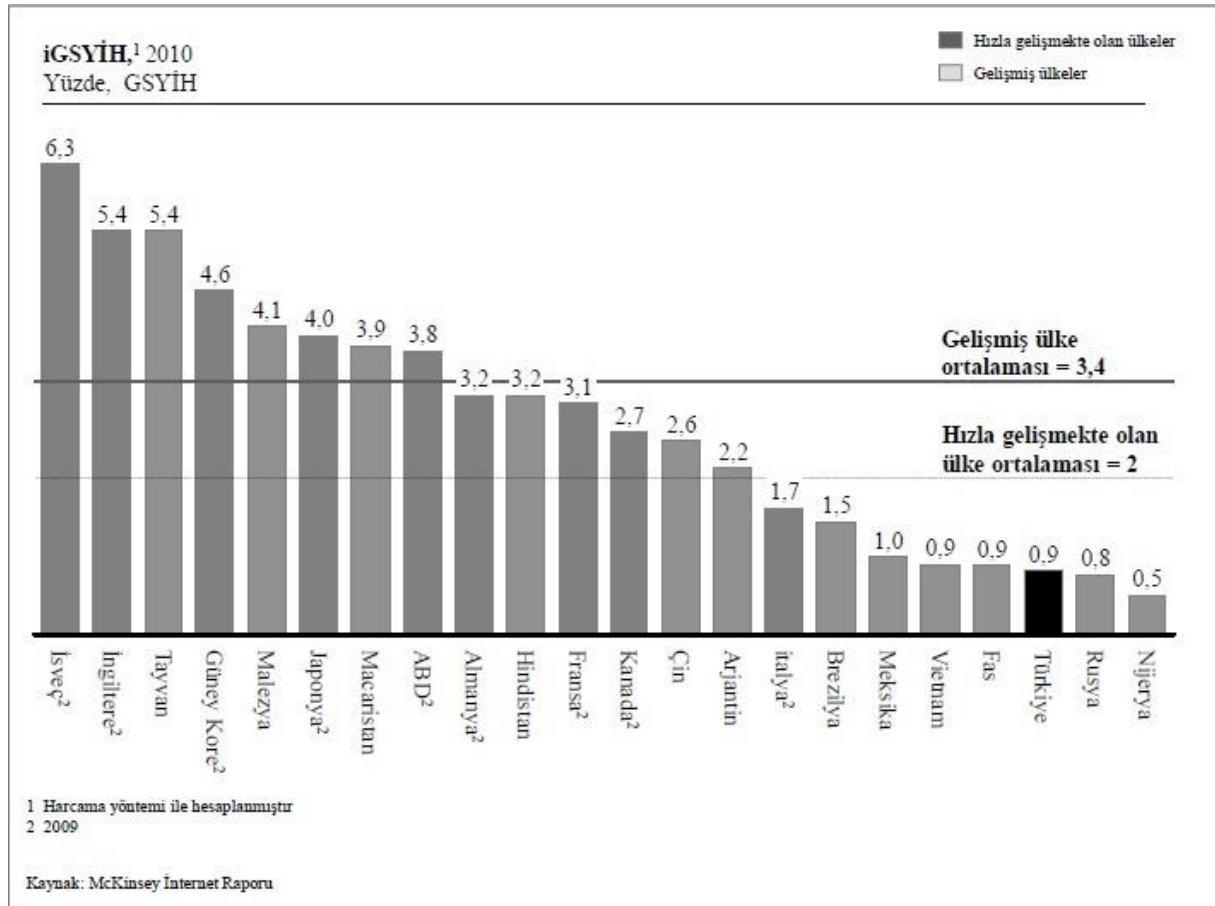
E-ticaret sitelerinin operasyon yapılarına baktığımızda ise genellikle 1-5 kişilik küçük ekipler tarafından idare edildiğini görmekteyiz. Bu gurubu ise 6-10 kişilik çalışanların olduğu ekipler takip etmektedir. 2013 yılında firmaların %96'sı işlerinin büyümesini beklemektedir.



Türkiye'de ve Dünyada E-Ticaret Sektör Hacmi

Bankalararası Kart Merkezi verilerine göre Türkiye'de son yıllarda elektronik ticarete karşı ciddi bir talep olduğu görülmektedir. 2012 yılı e-ticaret verilerine göre sektör toplamda 30,6 milyar dolara hacme ulaşmıştır. 2011 yılında ise bu rakam 22,8 milyar dolar olarak gerçekleşmişti. Yani 2011-2012 yılları arasında sektörde bir yıl içerisinde % 35'lik bir büyümenin yakalandığı görülmektedir. 2013 yılı Ocak- Ağustos dönemleri içerisinde sektörün ulaştığı işlem hacmi ise 22,7 milyar dolardır.

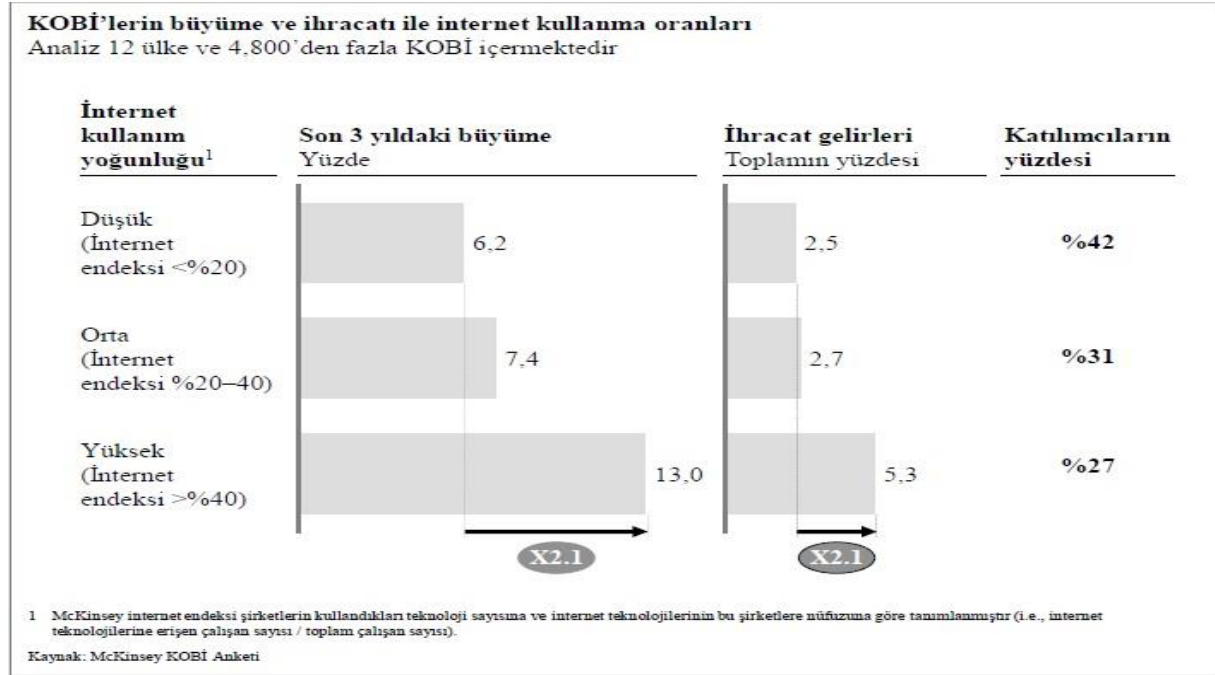
E-ticaret sitelerinden alışverişte yapılan işlem adedine gelindiğinde ise 2011 yılında toplamda 12 milyon olan işlem adedi 2012 yılında %27'lik bir büyüme ile 162 milyona yükselmiştir. Yerli ve yabancı kredi kartlarının kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte e-ticaret sitelerinden alışveriş yapanların sadece Türkiye pazarından değil yurtdışından da ciddi alışveriş yaptıkları görülmektedir. 2013 yılı ilk 8 aylık döneminde ise toplamda internetten alışverişte 110 milyon adet işlem gerçekleştirilmiştir.



İnternetin kişiler ve şirketler tarafından verimli ve yüksek oranlarda kullanıldığı gelişmiş ülkelerde, internetin GSYH'ye katkısı sektörlerin katkılarıyla yarışabilecek boyutlara ulaşmıştır. Türkiye'de ise, sağlam bir internet ekosisteminin henüz yaratılmaması sonucu, internetin GSYH'ye katkısı gelişmiş ülkelerde hesaplanan ortalama katkıdan(%3,4) ve hızla

TÜRKİYE'DE İNTERNET KULLANIMI ve E-TİCARET İSTATİSTİKLERİ /KTO ETÜD Araştırma Servisi Mehmet ÖZÇELİK


gelişmekte olan ülkelerde hesaplanan ortalama katkıdan (%2) daha düşüktür ve %0,9 olarak ölçülmüştür.



İnternet yeni iş modelleri veya tamamıyla yeni iş alanları yaratmasının dışında, geleneksel işletmelerin sayısal kanalları kullanarak pazarlama yapması, pazarlama faaliyetlerini ölçüp daha etkin kullanması veya daha düşük maliyetli iş modelleri ile hizmetlerini toplumun her kesimine ulaştırarak gelirlerini arttırmasını mümkün kılarak da ekonomik değer yaratmaktadır.

Örneğin 12 ülkedeki 4800 KOBİ arasında yapılan bir araştırma interneti kullanan KOBİ'lerin iki kat hızlı büyüdüğünü ve ihracat gelirlerinin toplam gelirleri içindeki payının internet kullanmayanlara göre iki kat daha yüksek olduğunu göstermektedir.

TÜRKİYE'DE İNTERNET KULLANIMI ve E-TİCARET İSTATİSTİKLERİ /KTO ETÜD Araştırma Servisi Mehmet ÖZÇELİK

Kargo şirketi	Tahmini ciro Milyon TL	Son 3 senelik ortalama büyüme Yüzde	Örnek e-Ticaret ortakları	e-Ticaretin toplam iş içerisindeki payı Yüzde
	725	%35-40		%10-15
	500	%20-25		%5-10
	n/a	%20-25		~%5

Kaynak: Basın araştırması, uzman görüşleri

E-ticaret kullanımının yaygınlaşması ayrıca çeşitli sektörlerin gelişmesine büyük olanaklar sağlamıştır. Kargo sektörü e-ticaretteki büyümeye ayak uydurabilmiş ve 24 saat içinde 600 km uzaklığa 48 saat içinde ise tüm Türkiye'ye gönderim yapma yetkinliğine ulaşmıştır. Kargo şirketlerinin faaliyet gösterdiği yöreler artmış, şirketler talebe cevap verebilmek için yeni ofisler açmışlardır. Ayrıca mobil servislerle kırsal yerleşim birimlerine haftanın belirli günlerinde hizmet verilebilmektedir. Kargo sektöründeki bu gelişmeler (verimlilik artışları, ulaşım süresinin kısaltılması ve benzeri) de e-ticareti beslemekte ve müşterilerin ürünü internetten almaya daha istekli olmalarını sağlamaktadır.

SONUÇ

Ülkemizde e-ticaretin hem yurt içi hem de ihracat açısından potansiyeli göz önüne alındığında, e-ticaretin geliştirilmesi öncelikli hedeflerden biri olarak ele alınmaktadır ve ulusal hedeflerimiz doğrultusunda çok sık konuya atıfta bulunmaktadır.

Ülkemizin 2023 hedefleri doğrultusunda belirlenen büyük bir ekonomi ve zengin bir ülke olma arzusu, ihracatta 500 milyar dolar hedefinin yakalanması, Türkiye'de dünya markalarının oluşturulması, güçlü ekonomik ve ticari gelişmelere bağlıdır. Bu bağlamda e-ticaretin ülkemizde yaygınlaştırılması ticaret ve ihracat hacmini artıracaktır. Şirketlerin özellikle de KOBİ'lerin yurtdışına açılmalarına imkân sağlayacak olup firmaların internet aracılığıyla daha etkin pazarlama, tanıtım ve reklam faaliyetleri yürütmelerine olanak sağlayacaktır. 2023 hedefleri içerisinde yer alan 50 milyon turist ve 50 milyar dolar döviz getirisi, online rezervasyon ve hizmet alımları sayesinde bir anlam kazanacaktır.

Ayrıca güçlü bir toplum için 2023 hedefleri içerisinde yer alan işsizliğin %5'lere indirilmesi ve dezavantajlı gruplara iş imkânları sağlanması, e-ticaretin yaygınlaşması ile amacına ulaşabilir.

TÜRKİYE'DE İNTERNET KULLANIMI ve E-TİCARET İSTATİSTİKLERİ /KTO ETÜD Araştırma Servisi Mehmet ÖZÇELİK

Toplum olarak gelişmiş ülkelerdeki sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeylerine erişebilmemiz için bilinçli internet kullanımını artırmamız gerekmektedir. Ayrıca internet kullanımının yaygınlaşması için gelişmiş ülkelerde olduğu gibi ülkemizde de internet kullanım ücretlerinin düşürülmesi gerekmektedir. Geleneksel ticarete olduğu kadar e-ticarete de etkin bir ülke olma arzumuz, yeni şirket finansman kolaylıklarında önemli yollar kat etmemizi gerektirmektedir. Şu anda Türkiye'de e-ticaret konusunda lokomotif rol oynayan firmalarımızdan yalnızca birkaç tanesi uluslararası dil kriterlerine uygunluk taşımaktadır. Fakat e-ticaretin yurtdışı fırsatlarından faydalanmak istiyorsak gerekli altyapı faaliyetlerine önem vermemiz gerekmektedir.

KAYNAKÇA

www.tuik.gov.tr

www.bkm.com.tr

www.tk.gov.tr

www.infografik.com.tr

www.eticaret.com

www.euromonitor.com

www.iabturkiye.org

T.C Kalkınma Bakanlığı İnternet Girişimciliği ve E-ticaret Raporu