



1882

KONYA TİCARET ODASI
KONYA CHAMBER OF COMMERCE

E-TİCARET 2020 YILI GELİŞMELERİ VE 2021 YILI BEKLENTİLERİ

Gizem ERİM ÖZÇELİK



Ekonomik Araştırmalar ve Proje Müdürlüğü

KONYA
MART, 2021
www.kto.org.tr

İÇİNDEKİLER

1. Giriş.....	2
2. E-Ticaret Sektörünün Görünümü	3
3. 2021 Yılı Beklentileri ve Genel Değerlendirme.....	7
4. Kaynakça.....	8

1. Giriş

2019 yılının Aralık ayında Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıkarak tüm dünyayı etkisi altına alan salgın hastalık olarak bilinen Covid-19 virüsü sağlıktan ekonomiye, sosyal hayattan eğitime kadar birçok alanda etkili olmuştur.

Covid-19 virüsü çok kısa bir sürede birçok sektörü olumsuz etkilemiştir. Bazı sektörler bu etkiyi olumluya çevirmeyi başarsa da bazıları virüsün seyrinden zararlı çıkmıştır. Geçmişte alışık olmadığımız çalışma modelleri de bu dönemde hayatımıza girmiştir. Birçok işletme ve kamu kurumu uzaktan çalışma modellerine geçerek çalışanlarının sağlığını korumaya ve işlerin sürekliliğini sağlamaya çalışmıştır.

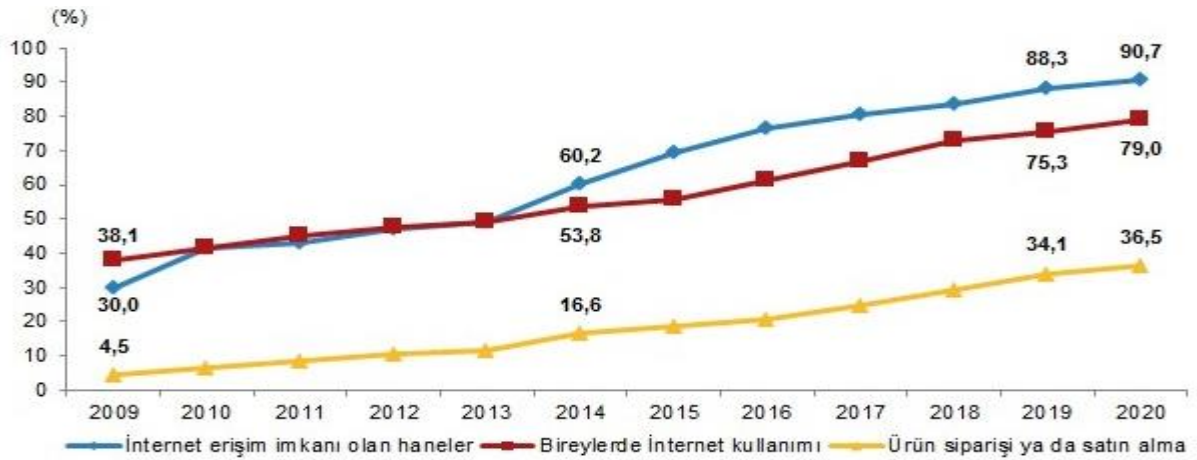
Covid-19 virüsü ticari hayatta da derin bir dönüşümün hızlandırıcısı rolünü üstlenmiştir. Böylece fiziksel çalışma ortamlarından sanal ortama geçiş süreci de ivme kazanmıştır. Bu dönüşümden en çok etkilenen ve etkilenecek olan sektörlerin başında e-ticaret gelmektedir. Tüm dünyada reel sektörler bu süreçten olumsuz etkilenirken, e-ticaret dünyasında ise bir yükselme olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Tüm bunlardan hareketle raporda, 2019 yılında hayatımıza giren ve 2020 yılında tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 virüsünün e-ticaret sektörünü nasıl şekillendirdiği ve 2021 yılında e-ticaret sektöründen beklentiler aktarılmaya çalışılacaktır.

2. E-Ticaret Sektörünün Görünümü

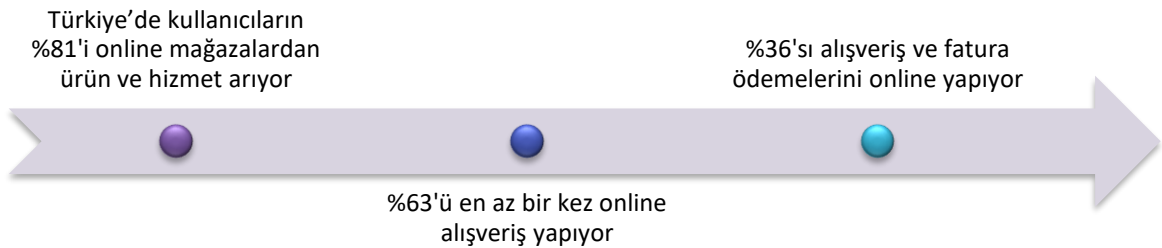
Ülkemizde 90'lı yıllardan itibaren internet kullanılmaya başlanmıştır. Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2020 yılı "Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması"na göre aşağıdaki grafikte Türkiye'de internet kullanım oranında son 10 yılda istikrarlı bir artış olduğu görülmektedir. 2009 yılında %38,1 olan internet kullanım oranı 2020 yılında %79'a ulaşmıştır.

Grafik 1. Türkiye'de Yıllara Göre İnternet Kullanım Oranları (2009-2020)



Kaynak: TÜİK

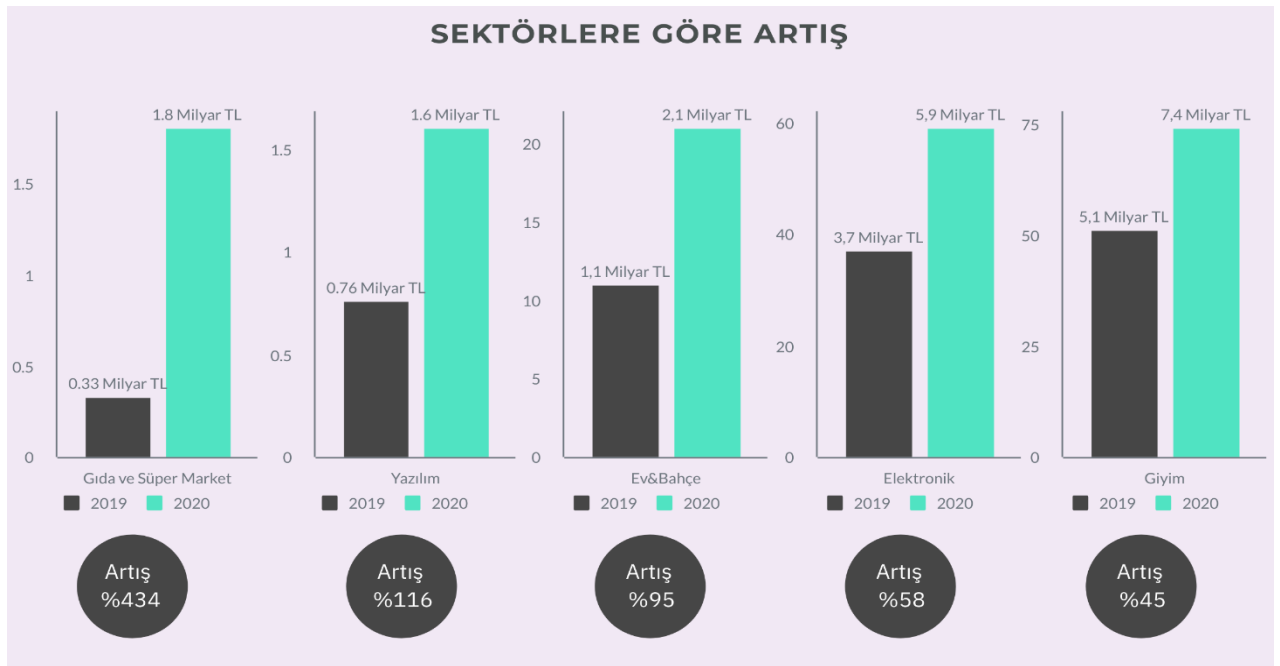
Dünyada ve ülkemizde günden güne büyümeye devam eden e-ticaret sektörü, 2020 yılında Covid-19 salgınının öngörülemeyen etkisiyle hacmini iki katına çıkarmıştır. Ülkemiz, çoğunluğu gençlerden oluşan 83 milyonluk nüfusuyla ve 62 milyon internet kullanıcısıyla büyük bir potansiyeli bünyesinde barındırmaktadır. Büyüme hızı engellenemez bu sektörün ekonomimize sağlayacağı katkılar açısından 2020 yılının ilk altı ayındaki performansı yol gösterici olacaktır.



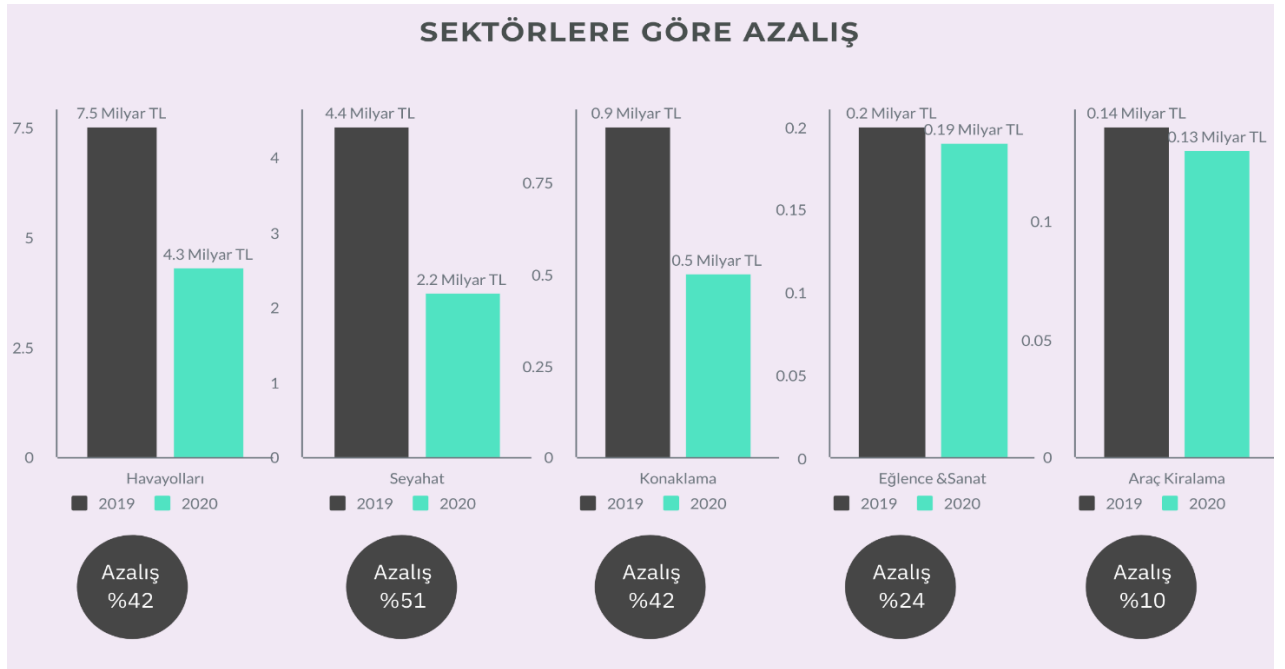
Türkiye’de internet kullanıcılarının e-ticaret alışverişlerine yatkınlıkları değerlendirildiğinde; 16-64 yaş arası internet kullanıcılarının %81’i ayda en az 1 kez online mağazaları ziyaret ettikleri görülmektedir. %63’ü ise ayda en az 1 kez online alışveriş yapmaktadır. Covid-19 pandemisinde ise bu oranlar daha da yükselerek 2020 yılının ilk 6 ayında e-ticaret hacmi 2 katına çıkmıştır.



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 etkilenecek kazançlı çıkmıştır. 2020 yılının ilk altı ayı düşünüldüğünde ülkemizde e-ticaret hacmi 91,7 milyar TL’ye ulaşmıştır.



Sektörel bazda bir değerlendirme yapıldığında “gıda ve süper market” siparişleri artışın en çok yaşandığı sektör olarak karşımıza çıkmaktadır. Pandemi ile birlikte yazılım&bilişim sektörüne yatırım yapanların sayısında da önemli bir artış yaşanmıştır. Özellikle evden çalışma sistemine geçilmesi, yazılım ihtiyacını artırmış ve yazılım sektörünün e-ticaretteki hacmi artmıştır. Yazılımı; ev&bahçe, elektronik ve giyim sektörleri izlemiştir. Diğer yandan özellikle 2020 yılının ilk 6 ayı değerlendirildiğinde hacmini yitiren sektörlerin başında %51 ile seyahat işlemleri gelmektedir. 2019 yılının başında 0,9 milyar TL e-ticaret hacmine sahip konaklama sektörü, 2020 yılının ilk altı ayında 0,5 milyar TL’ye gerilemiştir. Konaklama sektörünü %24’lük kayıpla eğlence ve sanat sektörü izlemiştir. 2019 yılının ilk yarısında 7,5 milyar TL e-ticaret hacmine ulaşan havayolları, 2020 yılının ilk altı ayına kadar 3 milyar TL kayıp yaşayarak 4,4 milyar TL’ye gerilemiştir.

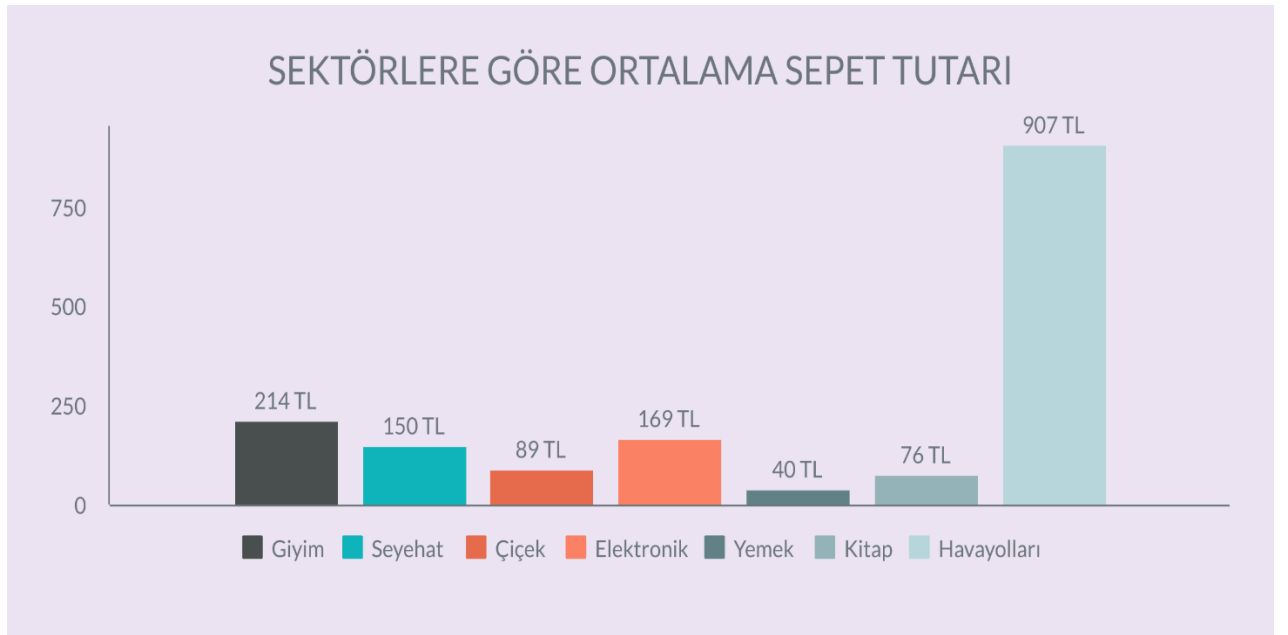


Ülkemizde e-ticaretin en fazla kullanıldığı şehirlere bakıldığında İstanbul, İzmir ve Ankara gibi üç büyükşehrin başı çaktığı görülmektedir. Haritadan da görüleceği üzere İstanbul ülkemizin toplam e-ticaret hacminin yarısını oluşturuyor denilebilir. E-Ticaret Bilgi Platformu’nun araştırmasına göre Türkiye’de e-ticaret işlemlerinde ortalama sepet tutarı 107,7 TL olarak tespit edilmiştir. Ödeme yöntemlerinde ise ortalama sepet tutarı kartlı işlemlerde 178,8 TL ile en büyük alana sahiptir. Kartlı işlemleri kapıda ödeme (70,6 TL) ve havale/EFT Diğer ödemeler (63,2 TL) takip etmektedir.



Ülkemizde genel ticaret 2019 yılından 2020 yılına kadar 1 milyar TL küçülerek gerileme yönünde bir seyir izlemiştir. Diğer yandan e-ticaret iki katına çıkmıştır. Pandemi döneminde e-ticaretin bu kadar ilerlemiş olması ülkemizde tüketicilerin yeni bir tüketim alışkanlığına yöneldiğinin en büyük kanıtıdır.

Sektörler bazında bakıldığında 2020 yılının ilk altı ayında ortalama sepet tutarları aşağıdaki grafikte gösterildiği gibidir:



3. 2021 Yılı Beklentileri ve Genel Değerlendirme

Covid-19 pandemisi dünya genelinde tüketim alışkanlıklarını değiştiren ve dönüştüren bir krizdir. Sosyal ve ticari yaşamı büyük oranda dijitalleşmeye zorlayan bu kriz, internet teknolojisini sürekli bir gelişime yönlendirmesi açısından tüketicilerin tüketim kültürlerini etkilemiştir. Pandemi döneminde insanların evde kalma zorunluluğu, yeni satın alma davranışlarının ve alışkanlıklarının pekişmesini sağlamıştır.

Salgın dönemlerinde birçok şirket kısa vadede hayatta kalmaya zorlanırken bu durum bazı işletmeler için fırsatlar sunmaktadır. Yine benzer şekilde Covid-19 pandemisi döneminde bazı ürün gruplarının talebinde önemli yükselme trendi görülmüşken bazı ürün gruplarının talebinde ise azalmalar meydana gelmiştir. Online işlemlerine iddialı ve zamanında yatırım yapan işletmeler pazarda lider konuma yükselmiştir. 2003 yılının şubat ayında yaşanan SARS krizi bunun en güzel örneklerindedir. Bu kriz patlak verdiğinde Alibaba, online platformu hayata geçirilmiştir. Bugün Alibaba'nın piyasa değeri 547 milyar dolardır.

2020 yılında değişen ekonomi, yükseliş gösteren internet kullanımı, rakipler arasında fark edilmek ve müşterileri çekmek için e-ticaret trendlerine ayak uydurmak, değişimi yakalamak gereklilik haline gelmiştir. Gelecekte ayakta kalabilmek ve kalıcı olabilmek adına dijital dönüşüm süreci bir zorunluluktur. Covid-19 virüsü bu dönüşümü çok hızlı bir şekilde gerçekleştirmiştir. 2021 yılında işletmelerin işlerini tamamen dijital hale getirdiklerini görmemiz kaçınılmaz bir sürecin çıktısıdır.

2021 yılı beklentilerinden bir diğeri de müşterilerin, alışveriş deneyimleri kişiselleştirildiğinde daha çok alışveriş yapma eğiliminde olduklarıdır. Bu kapsamda işletmeler müşterileri hakkında mümkün olduğunca çok bilgi toplama eğiliminde olacaktır. Diğer yandan işletme sahipleri satışlarını artırmak için işletmelerini sosyal ağlar ile entegre etmek ve sosyal platformlar üzerinden de satış yapmak için faaliyetlerde bulunacaktır. Çünkü 2021 yılında kullanıcıların sosyal e-ticarete yönelecekleri bir gerçektir.

Günümüzde sohbet robotları, özellikle B2B pazarında etkili bir konuşma pazarlaması için etkili bir araç haline gelmiştir. Yeni dönemde işletmeler web sitelerini sesli arama için optimize ederek müşterilerin kullandığı doğal dili, yapay zekâ teknolojisi ile mümkün olduğunca birleştirmelidir.

2020 yılı e-ticaret trendleri arasında hızlı bir yükseliş gösteren "dropshippin" (stoksuz satış), e-ticaret yapmak isteyen kişilerin herhangi bir ürün stoğu yapmadan e-ticaret siteleri veya pazaryerlerinden satış yapmasıdır. Bu iş yapma modelinin e-ticarete başlamak için kişilerin masraflarını azaltan bir yapıda olması, 2021 yılında e-ticaret trendlerini şekillendirecek modeller arasında olma beklentisi yüksektir.

Tüm bu beklentilerden hareketle sonuç olarak tüm dünya Covid-19 salgını ile mücadele ederken, işletmeler krizin ekonomik boyutuyla ilgili alınabilecek tedbirleri almaya çalışmakta ve krizi fırsata çevirebilmek için büyük bir çaba göstermektedir. Yaşadığımız toplumsal dönüşümde tüketicilerin davranış değişikliklerini ve işletmelerin yeni sistemde kendilerini konumlandırma mücadelelerini, yeni ticaret yapıları ve şekilleri ile hep birlikte gözlemleyeceğiz.

4. Kaynakça

- <https://blog.isimtescil.net/2021-icin-e-ticaret-tahminleri/>
- <https://worldef.net/2021-e-ticaret-stratejilerini-sekillendirecek-istatistikler/>
- <https://www.ticimax.com/blog/e-ticaret-trendleri>
- <https://uib.org.tr/tr/kbfile/covid-19un-e-ticaret-uzerindeki-etkileri>
- <https://blog.ikas.com/turkiyede-e-ticaret-istatistikleri-2020/>
- <https://www.eticaret.gov.tr/istatistikler>