

Türkiye E-Ticaret Ekosistemi: 2020-2025 Dev Dönüşüm Analizi

Türkiye'deki e-ticaret pazarının son 5 yıldaki finansal büyümesini, kullanıcı alışkanlıklarını ve satıcı dağılımını verilerle özetlemek.

Finansal Patlama ve İşlem Hacmi

İnternette Kartlı Ödeme Hacminde 28 Kat Artış

2020'de 260 milyar TL olan hacim, 2025'te 7,3 trilyon TL'ye ulaştı.

İşlem adedi 5 yılda 3,3 kat artarak 848 milyon işlem adedinden 2,8 milyara yükselirken, büyümenin sadece fiyat odaklı olmadığını gösterdi.

Online alışveriş oranı %36,5'ten %55,7'ye yükseldi.

KMPG & Ideasoftware verileriyle hazırlanmıştır.

MultiCast[®]
com.tr

Tüketici Davranışı ve Satıcı Ekosistemi



Alışverişin Zirve Noktası: Pazartesi, 13:00 – 15:00

Haftalık ve günlük işlem yoğunluğunun en yüksek olduğu zaman dilimleri.

46,2%



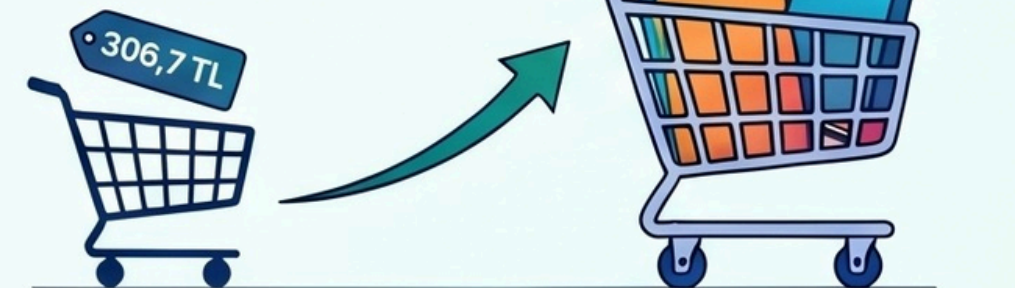
Satıcıların %46,2'si İstanbul'da

E-ticaret ülke geneline yayılsa da satıcıların yarısına yakını İstanbul'da konuşlanıyor.

Gerçek Hacim Büyümesi: 2,8 Milyar İşlem Adedi

İşlem adedi 5 yılda 3,3 kat artarak büyümenin sadece fiyat odaklı olmadığını gösterdi.

Ortalama Sepet Tutarı 8,5 Kat Yükseldi



2020 Ortalama Sepet Tutarı

2025 Ortalama Sepet Tutarı



İnternet Kullanımında %90,9 ile Olgunluk Evresi

İnternet kullanıcılarının yarısından fazlası artık aktif birer online alışveriş tüketicisi.

STRATEJİK YÖNETİCİ ÖZETİ

TÜRKİYE E-TİCARET EKOSİSTEMİ: 2025 VİZYONU

2020'den Günümüze Büyümenin Anatomisi
ve Kalıcı Dönüşüm

KPMG & Ideasoft Verileriyle

5 Yılda Yeniden Şekillenen Ticaret

%90,9

**İnternet
Penetrasyonu**

Dijital altyapı kurulum evresini tamamladı ve erişim tabana yayıldı.

28 Kat

**Hacimsel
Sıçrama**

260 Milyar TL'den 7,3 Trilyon TL'ye ulaşan devasa pazar büyümesi.

3,3 Kat

**İşlem Adedi
Artışı**

Dijital alışveriş dönemsel bir trend olmaktan çıkıp kalıcı bir reflekse dönüştü.

E-Ticaret Hacminde Tarihi Sıçrama

7,3 Trilyon TL

28x Toplam
Büyüme

260 Milyar TL

2020

2025

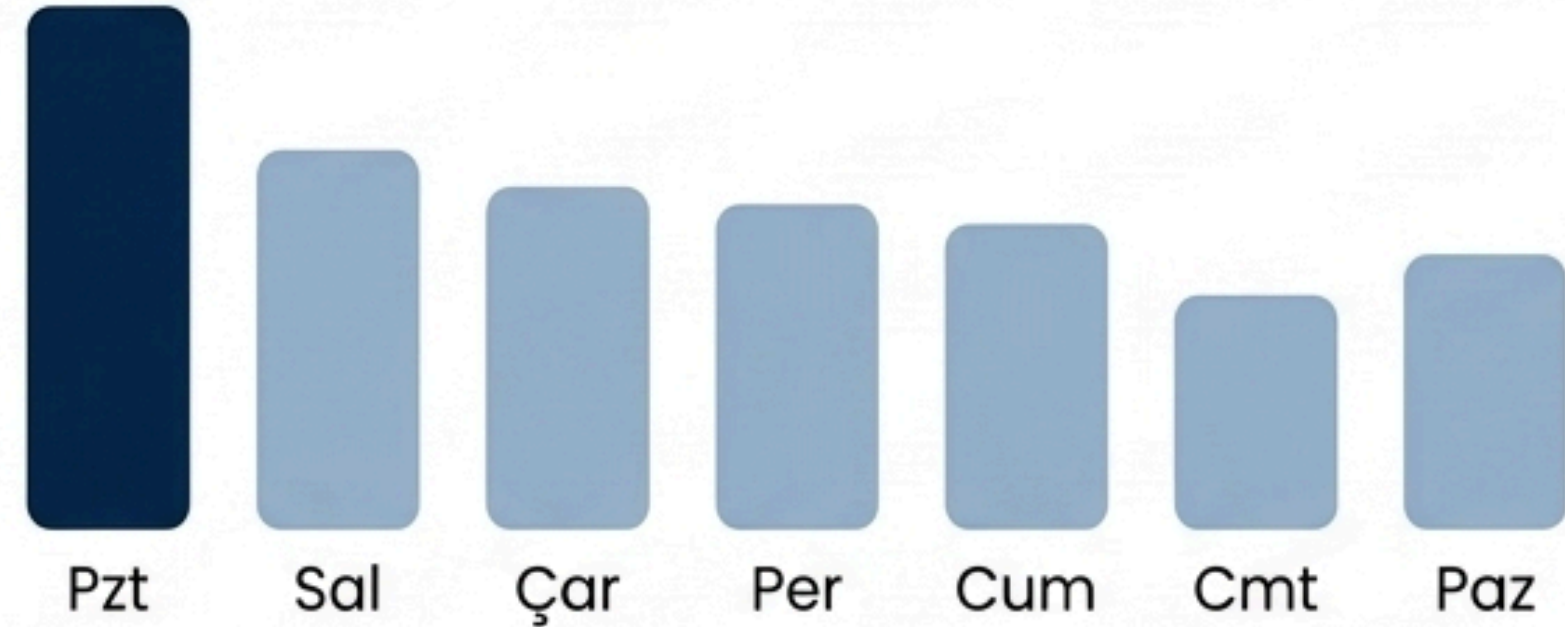
Toplam internetten kartlı ödeme hacmi 5 yıl içinde tam 28 katına çıktı. Bu ölçekte bir büyüme, ticaretin ana damarının geri dönülemez biçimde dijitale kaydığını gösteriyor.

Tüketicinin Dijital Mesaisi: Ne Zaman Alışveriş Yapıyoruz?

KMPG & Ideasoft verileriyle hazırlanmıştır.

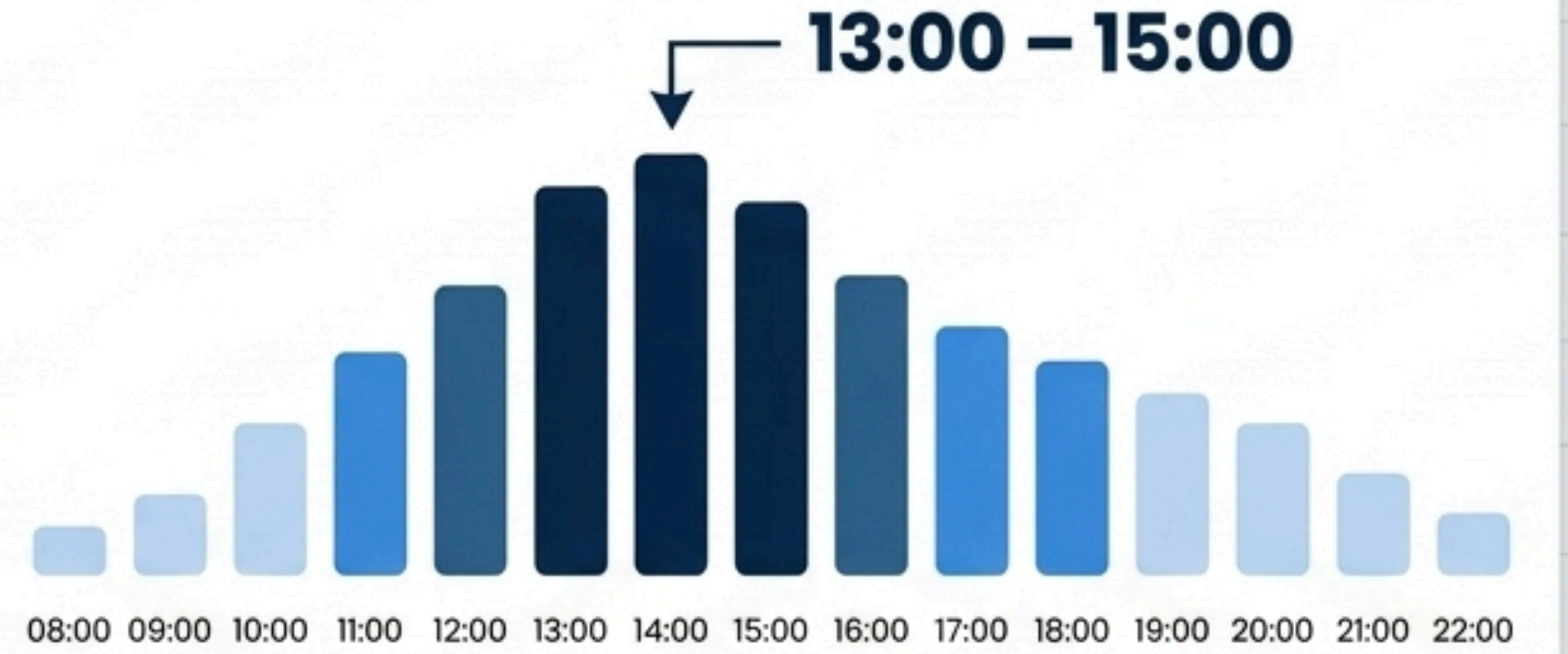
Haftanın Günleri

Pazartesi (En Yüksek)



Alışveriş ağırlıklı olarak hafta başı gerçekleşiyor.

Gün İçi Yoğunluk

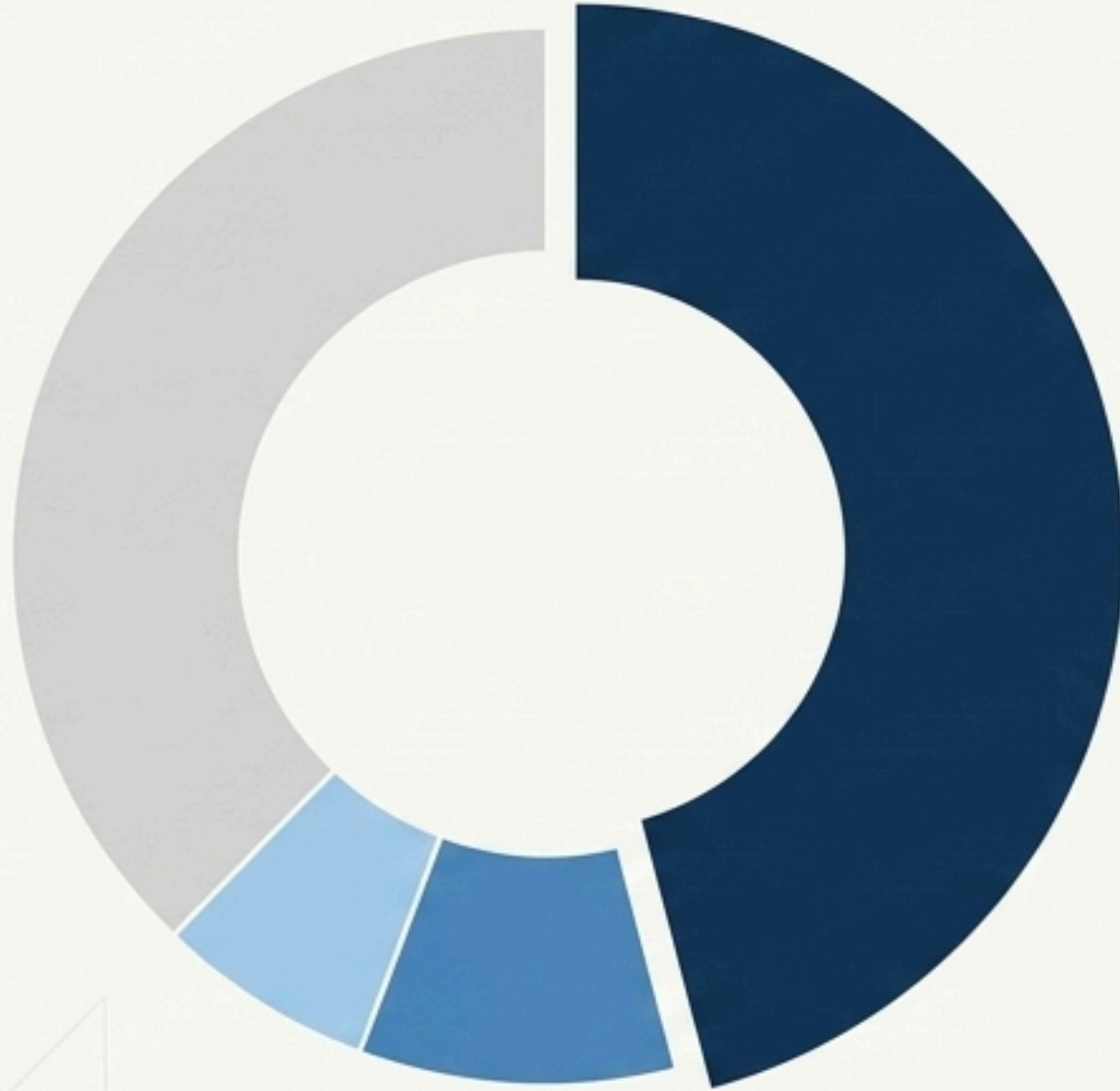


Günlük işlem yoğunluğunun zirve noktası.

E-ticaret trafiği hafta sonu değil, mesai saatleri içinde (öğle tatili ve öğleden sonra dönüşü) zirve yapıyor. Dijital ticaret, günlük iş rutinimizin ayrılmaz bir parçası haline geldi.

Satıcı Ekosisteminin Merkeziyeti

KMPG & İdeasoft verileriyle hazırlanmıştır.



- İstanbul: %46,2
- Ankara: %9,0
- İzmir: %6,4
- Diğer Şehirler: %38,4



Asimetrik Dağılım: Alıcılar tüm Türkiye'ye homojen yayılırken, satıcı ekosisteminin neredeyse yarısı (%46,2) tek bir metropolde toplanmış durumda. Kargo ve lojistik stratejileri bu şiddetli merkezkaç kuvvetine göre optimize edilmelidir.

Büyümenin Arkasındaki Gerçek Dinamikler

28× Toplam Büyüme

8,5× Artış

İşlem Başına Tutar

(306,7 TL → 2.607 TL)

Enflasyon ve artan sepet değerinin yansıması.

3,3× Artış

Toplam İşlem Adedi

(848 Milyon → 2,8 Milyar)

Gerçek tüketici davranışındaki organik büyüme.

Büyüme yalnızca fiyat artışlarından kaynaklanmıyor. İşlem adedinin 3,3 kat artması, dijital alışverişin kalıcı bir reflekse dönüştüğünün en büyük kanıtıdır. Bu, enflasyondan arındırılmış gerçek bir pazar genişlemesidir.

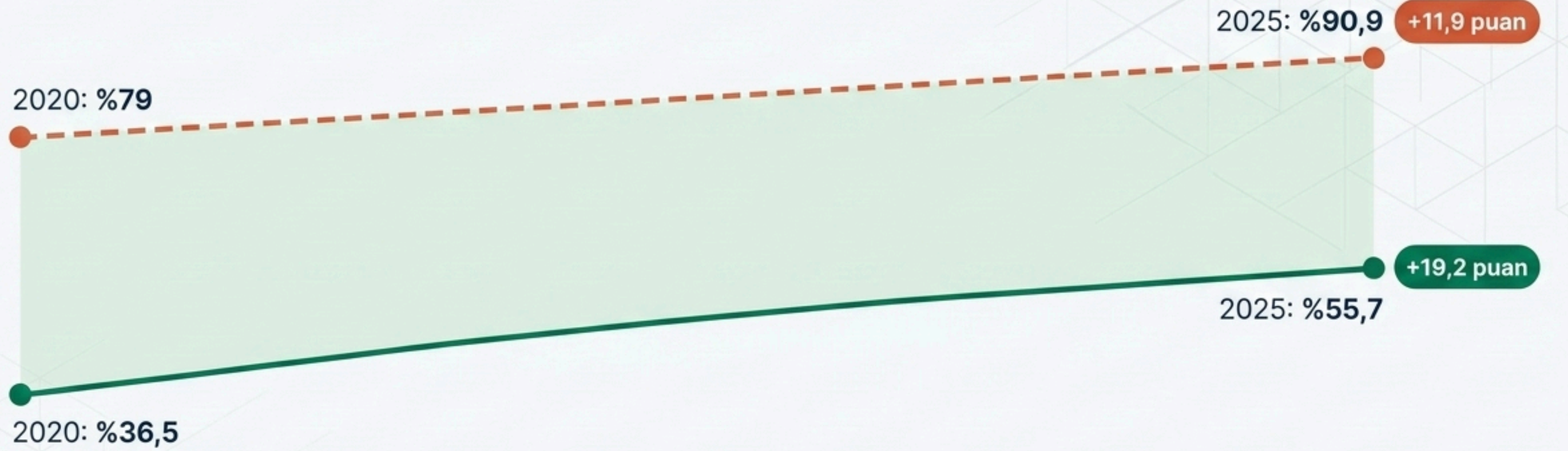
5 Yıllık Kalıcı Dönüşüm Karnesi

Snapshot Matrix

Metrik	2020 (Pandemi Başlangıcı)	2025 (Yeni Normal)	Dönüşüm Çarpanı
Online Alışveriş Yapanlar	%36,5	%55,7	<i>Tabana Yayılma</i>
İşlem Adedi	848 Milyon	2,8 Milyar	3,3× (Alışkanlık)
İşlem Başına Tutar	306 TL	2.607 TL	8,5× (Değer)
Toplam Hacim	260 Milyar TL	7,3 Trilyon TL	28× (Ekonomik Güç)

Türkiye e-ticaret ekosistemi altyapı kurulum evresini tamamlamış ve ana akım hacimsel büyüme çağını başlatmıştır. Stratejik odak artık dijital penetrasyon değil, frekans optimizasyonu ve müşteri sadakatidir.

Tabana Yayılan Dijital Tüketim



Dijital uçurum kapanıyor: İnternet erişimindeki %11,9'luk artışa karşılık, online alışveriş yapanların oranı %19,2 artarak fiziksel erişimden çok daha hızlı bir adaptasyon gösterdi.