



TÜRKİYE'DE E-TİCARETİN GÖRÜNÜMÜ RAPORU 2025 BİLGİ NOTU

**Eğitim ve Ekonomik
Araştırmalar Şubesi**

2026 Haziran



TÜRKİYE’DE E-TİCARETİN GÖRÜNÜMÜ 2025 RAPORU

BİLGİ NOTU

Ticaret Bakanlığı tarafından yayımlanan “Türkiye’de E-Ticaretin Görünümü 2025 Raporu”, Türkiye’de e-ticaretin mevcut durumunu, sektörel gelişmeleri, tüketici eğilimlerini, ödeme sistemlerini, hızlı ticaret uygulamalarını ve il bazlı göstergeleri kapsamlı şekilde ortaya koymaktadır.

Bu bilgi notunda, söz konusu raporda yer alan temel göstergeler ve öne çıkan bulgular değerlendirilerek Türkiye’de e-ticaret ekosisteminin genel görünümüne ilişkin özet bir çerçeve sunulmaktadır.¹

1. Genel Görünüm

- Türkiye’de e-ticaret hacmi 2025 yılında da büyümesini sürdürerek bir önceki yıla göre %52,2 artışla 4,57 trilyon TL’ye ulaşmıştır. Bu veriler, e-ticaret ekosisteminin 2025 yılında da güçlü seyrini koruduğunu ve e-ticaretin ekonomik faaliyetler içindeki ağırlığını artırmaya devam ettiğini göstermektedir.
- Perakende e-ticaret hacmi ise bir önceki yıla göre %51,8 artarak 2,46 trilyon TL’ye ulaşmıştır. Perakende e-ticarette gözlenen artış, tüketicilerin dijital kanallara yöneliminin sürdüğüne işaret etmektedir.



Grafik 1 Genel ve Perakende E-Ticaret Hacminin Yıllara Göre Değişimi (Milyar TL)

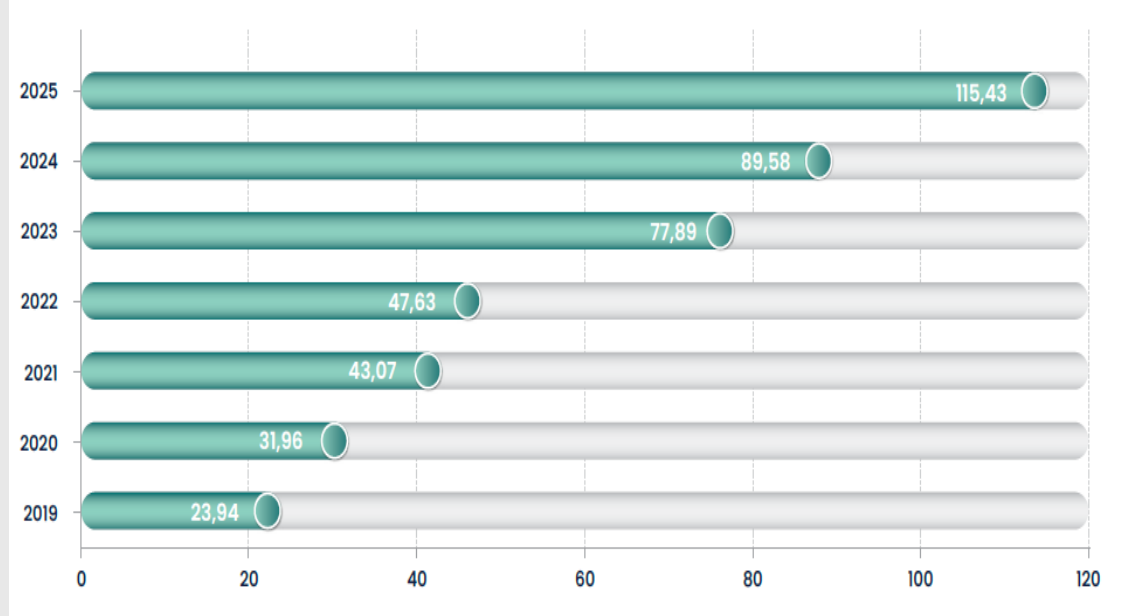
¹ Raporun tamamına <https://ticaret.gov.tr/data/6a02f2c7269de183c0b98bc4/Türkiye'de%20E-Ticaretin%20Görünümü%20Raporu%202025.pdf> adresinden ulaşabilirsiniz.

- Genel e-ticaret işlem sayısı 2025 yılında 5,94 Milyar adede ulaşmıştır. Perakende e-ticaret işlem sayısı ise 1,94 Milyar adet olarak gerçekleşmiştir.



Grafik 2 Genel ve Perakende E-Ticaret İşlem Sayısının Yıllara Göre Değişimi (Milyar adet)

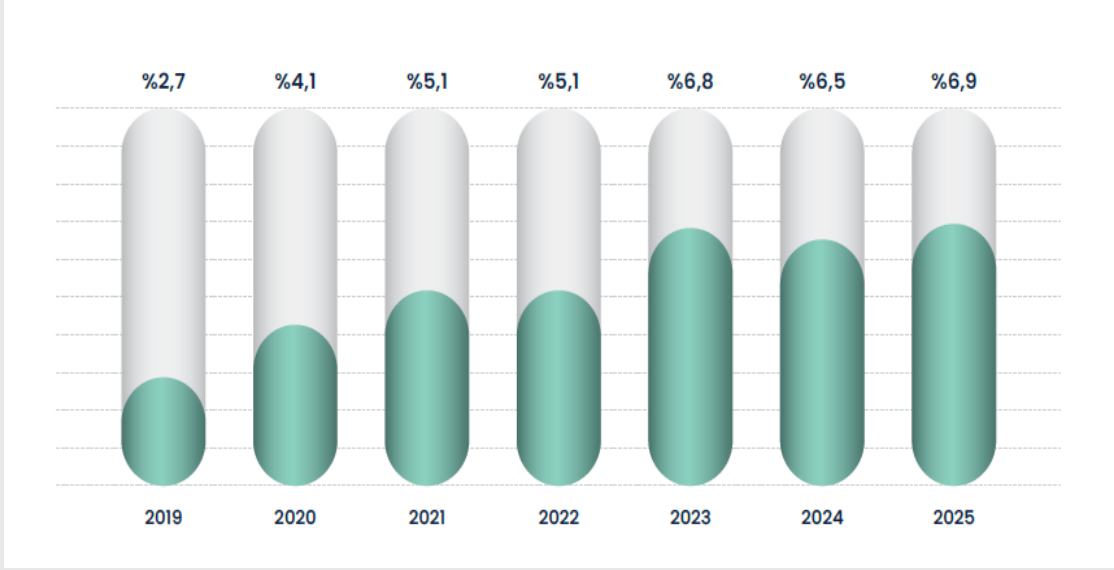
- 2019 yılında 23,94 Milyar ABD doları olan e-ticaret hacmi, her yıl istikrarlı bir şekilde artarak 2024 yılında 89,58 Milyar ABD dolarına, 2025 yılında ise önceki yıla göre %28,9 artışla 115,43 Milyar ABD dolarına yükselmiştir.²



Grafik 3 Genel E-Ticaret Hacminin ABD doları Bazında Değişimi (Milyar dolar)

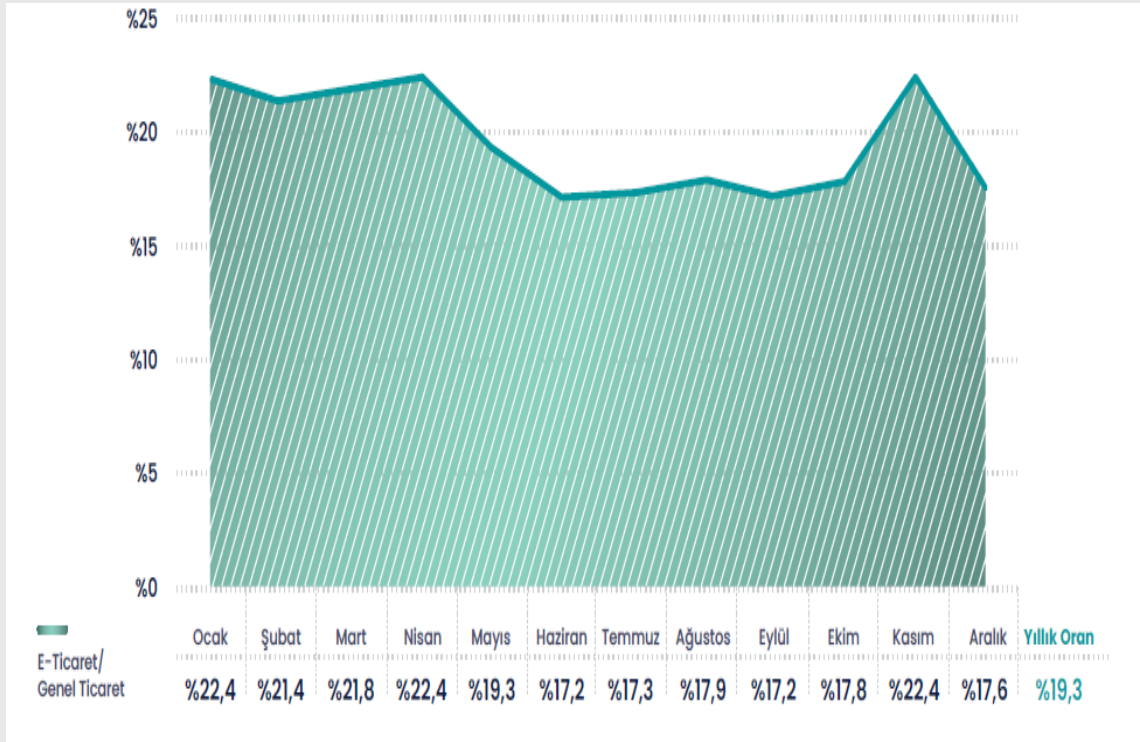
² Raporda ABD doları cinsinden yer alan tüm hesaplamalar yapılırken ilgili dönemlere ait günlük döviz kuru kullanılmıştır.

- 2025 yılında yurt içinde gerçekleşen e-ticaret hacminin, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından 63 trilyon 20 Milyar 905 milyon TL olarak açıklanan gayrisafi yurt içi hasıla (GSYH) içindeki payının %6,9 seviyesine ulaştığı görülmektedir.



Grafik 4 E-Ticaretin Gayrisafi Yurt İçi Hasıla İçindeki Payı

- E-ticaretin genel ticaret içindeki payı, 2025 yılı genelinde %19,3 olarak gerçekleşmiştir. Bu oran, e-ticaretin toplam ticaret içindeki konumunun güçlü seyrini koruduğunu göstermektedir.

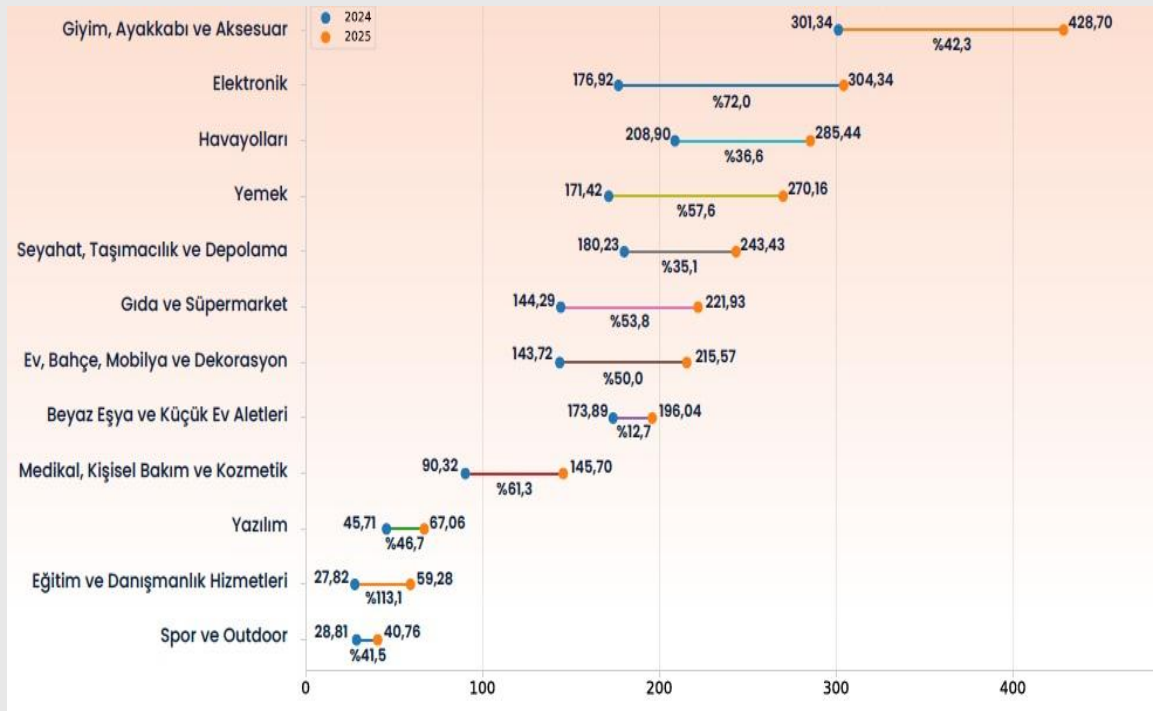


Grafik 5 E-Ticaretin Genel Ticarete Oranı (%), 2025

- E-ticaretin genel ticaret içindeki payı, Aylık bazda incelendiğinde ise yıl içinde dalgalanmalar gözlemlenmiştir. Ocak ayında %22,4, Şubat ayında %21,4, Mart ayında %21,8 ve Nisan ayında %22,4 seviyelerinde gerçekleşen oranların, Mayıs ayından itibaren düşüş eğilimine girerek yaz aylarında %17-18 bandında dengelendiği görülmektedir. Kasım ayında kampanya etkisiyle oran yeniden %22,4 seviyesine yükselirken, bir önceki ayda gerçekleşen yoğun alışveriş döneminin bir sonucu olarak, tüketicilerin Aralık ayında e-ticaret harcamalarını azalttığı değerlendirilmektedir.³

2. Sektörel Görünüm

- Giyim, ayakkabı ve aksesuar sektörünün 428,70 Milyar TL ile ilk sırada yer aldığı görülürken bu sektörü 304,34 Milyar TL ile elektronik, 285,44 Milyar TL ile havayolları ve 270,16 Milyar TL ile yemek sektörleri izlemektedir.

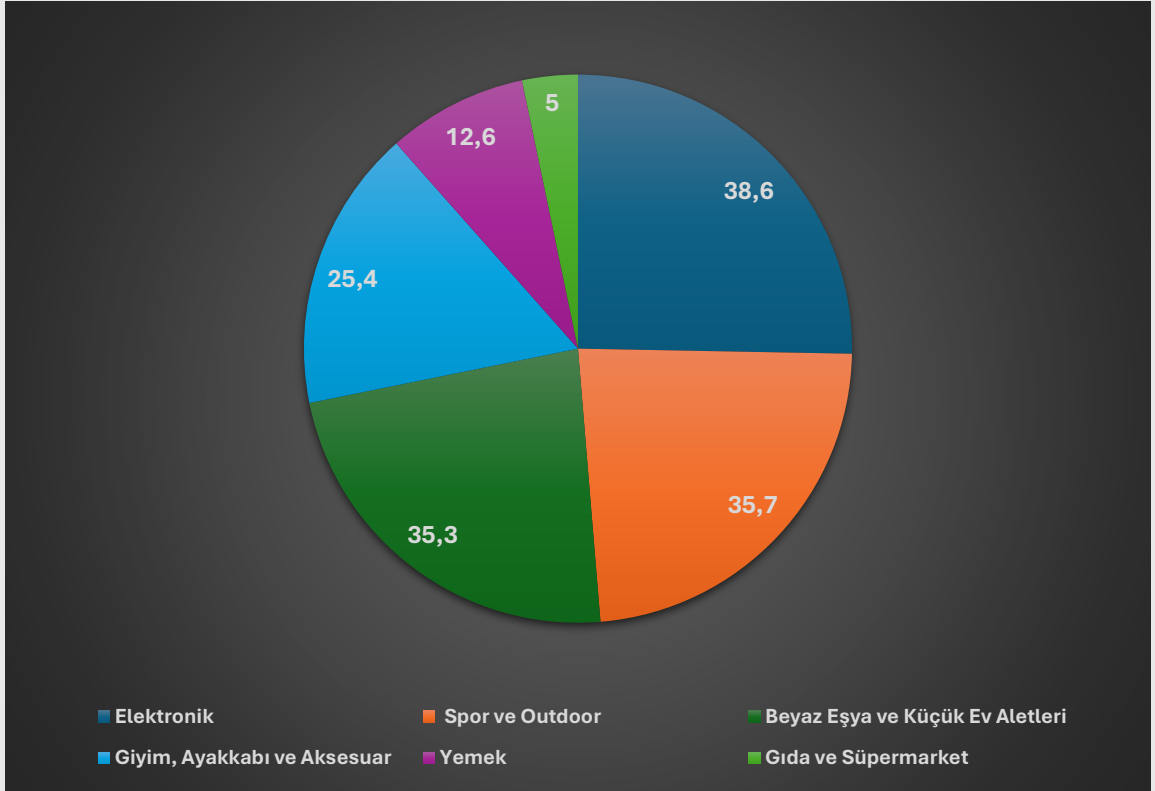


Grafik 6 Sektörel E-Ticaret Hacimleri ve Yıllık Değişim Oranları (% , milyar TL, 2024-2025)

- 2025 yılında e-ticarette en yüksek büyüme %113,1 ile eğitim ve danışmanlık hizmetlerinde gerçekleşirken, elektronik (%72) ile medikal ve kişisel bakım (%61,3) sektörleri de güçlü performans göstermiştir. Yemek ve gıda/süpermarket sektörlerinde %50'nin üzerindeki artış, günlük tüketim alışkanlıklarının dijital kanallara kaydığını ortaya koymuştur. Giyim, ayakkabı ve aksesuar sektörü büyümesini sürdürürken, beyaz eşya ve küçük ev aletleri sektörü %12,7 ile en düşük artış oranına sahip sektör olmuştur.

³ E-ticaret hacminin genel ticaret hacmine oranı genel ticarete ilişkin NACE bazında reel tutarlar üzerinden elde edilmiştir. Bu hesaplama yapılırken genel ticarete ilişkin e-ticaretin konusuna giren NACE kodlarında yer alan tutarlar dikkate alınmıştır.

- 2025 yılında;
 - ✓ Elektronik sektöründe e-ticaretin genel ticaret içindeki payı yıl genelinde %38,6 olarak gerçekleşmiştir.
 - ✓ Gıda ve süpermarket sektöründe e-ticaretin genel ticaret içindeki payı %5 ile sınırlı kalmıştır.
 - ✓ Giyim, ayakkabı ve aksesuar sektöründe e-ticaretin genel ticaret içindeki payı %25,4 seviyesinde gerçekleşmiştir.
 - ✓ Spor ve outdoor ürünlerinde, e-ticaretin genel ticaret içindeki payı %35,7 ile oldukça yüksek bir düzeydedir.
 - ✓ Yemek sektöründe e-ticaretin genel ticarete oranı %12,6'dır.
 - ✓ Beyaz eşya ve küçük ev aletleri sektöründe e-ticaretin genel ticaret içindeki payı yıl genelinde %35,3 olarak gerçekleşmiştir.



Grafik 7 E Ticarete Yer Alan Sektörlerin Genel Ticaretteki Payı (2025, %)

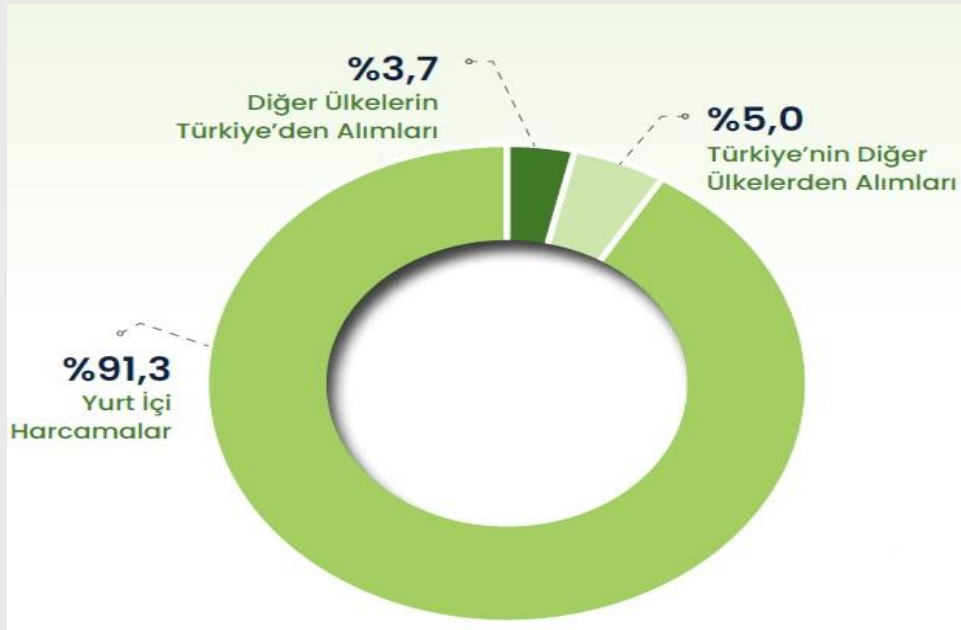
3. Ödeme ve Harcama Tipi İstatistikleri

- 2025 yılında E-ticarette kullanılan ödeme yöntemleri incelendiğinde %62,5 ile kartlı ödemeler ilk sırada yer almaktadır. Bu durum e-ticaret kullanıcılarının büyük bir kısmının ödeme işlemleri için banka ve kredi kartı tercih ettiğini göstermektedir. İkinci sırada ise %29,2 ile havale/EFT ödemeleri yer alırken kapıda ödeme %3,5 ve diğer ödeme türleri ise %4,8 olarak gerçekleşmiştir.



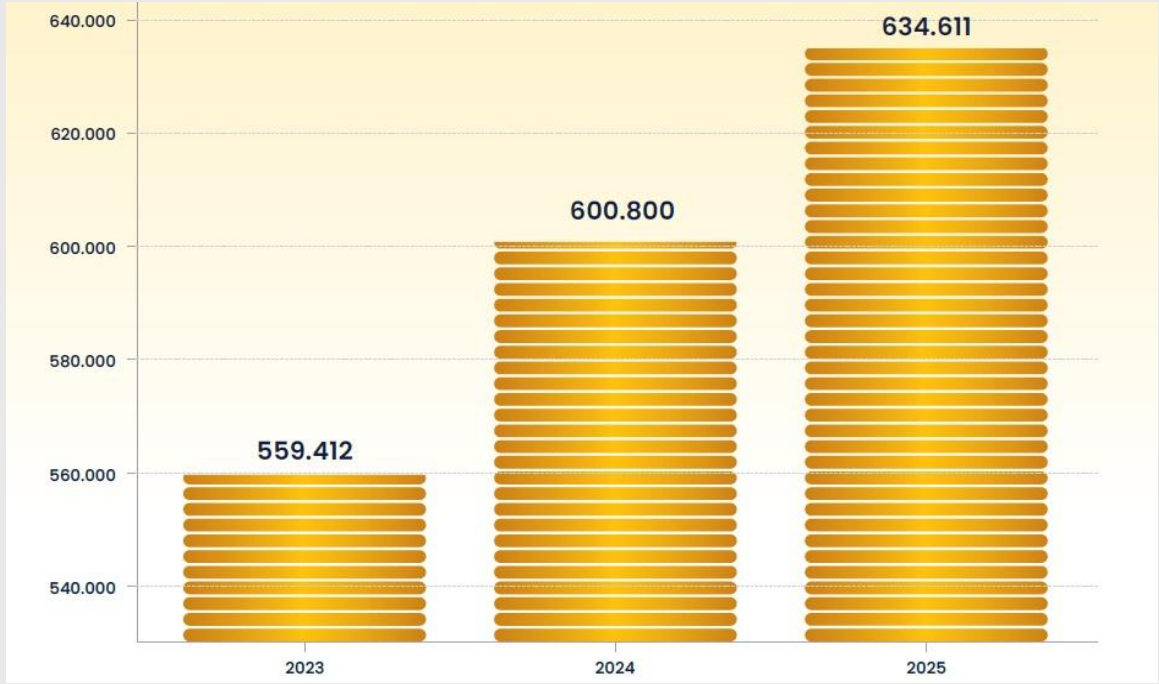
Grafik 8 Ödeme Yöntemlerinin E-Ticaret Hacmi İçindeki Dağılımı (% , 2025)

- Harcama tipine göre e-ticaret hacminin dağılımı incelendiğinde; 2025 yılında; yurt içi harcamaların payı %91,3 olarak gerçekleşirken, diğer ülkelerin ülkemiz e-ticaret sitelerinden yaptığı harcamaların payı %3,7, vatandaşlarımızın yurt dışından yaptığı alımların payı ise %5 olarak gerçekleşmiştir.



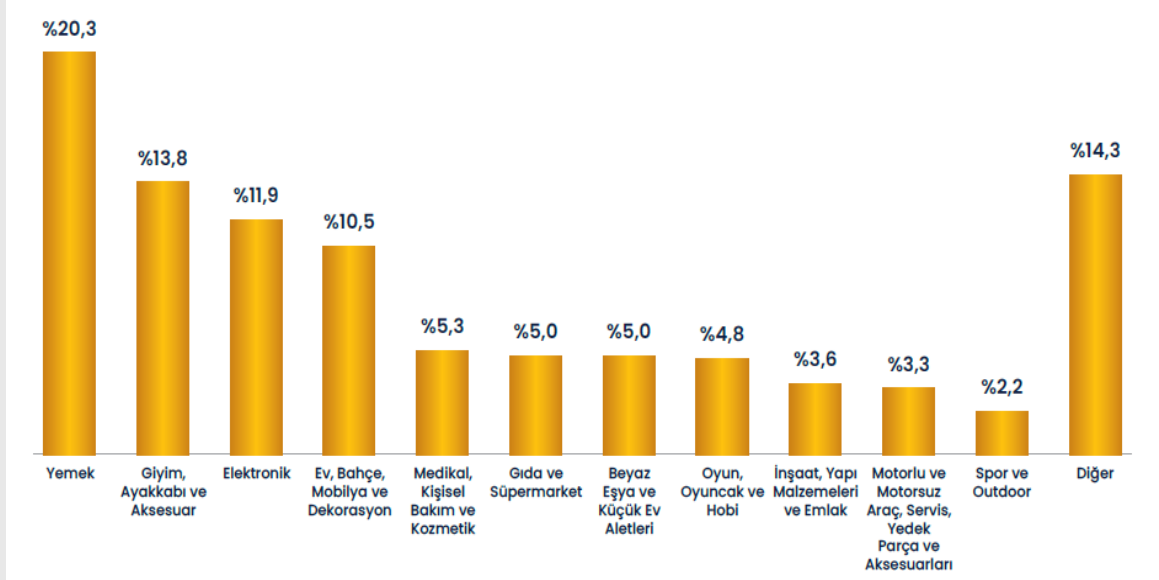
Grafik 9 Harcama Tipine Göre E-Ticaret Hacminin Dağılımı (% , 2025)

4. E-Ticaret İşletmelerine İlişkin İstatistikler



Grafik 10 Yıl Bazında E-Ticaret Faaliyetinde Bulunan İşletme Sayıları (2023-2025)

- 2024 yılında Türkiye genelinde 600.800 işletme e-ticaret faaliyeti göstermiştir. 2025 yılı itibarıyla ise e-ticaret faaliyetinde bulunan işletme sayısı 634.611'dir. Yıllar itibarıyla bakıldığında, e-ticaret faaliyetinde bulunan işletme sayısındaki artış eğiliminin devam ettiği görülmektedir



Grafik 11 E-Ticaret İşletmelerinin Sektörlere Göre (%), 2025)

- E-ticaret ekosisteminde faaliyet gösteren işletmelerin sektörlere göre dağılımı incelendiğinde, en yüksek orana %20,3 ile yemek sektörünün sahip olduğu görülmektedir. İkinci sırada %13,8 ile giyim, ayakkabı ve aksesuar sektörü yer almaktadır.

Bu sektörü %11,9 ile elektronik, %10,5 ile ev, bahçe, mobilya ve dekorasyon sektörleri takip etmektedir. Bu alanlar, e-ticarette hem yüksek tüketici talebi gören hem de girişimciler tarafından erişilebilirliği yüksek sektörler olarak öne çıkmaktadır. Oyun, Oyuncak ve Hobi İnşaat, Yapı Malzemeleri ve Emlak Motorlu ve Motorsuz Araç, Servis, Yedek Parça ve Aksesuarları Spor ve Outdoor Diğer Medikal, kişisel bakım ve kozmetik, gıda ve süpermarket, beyaz eşya ve küçük ev aletleri ile oyun, oyuncak ve hobi sektörleri gibi daha niş ürünleri içeren veya ürün yelpazesi açısından uzmanlaşma gerektiren sektörlerin %5 düzeylerinde kaldığı görülmektedir. İşletmelerin daha az bir bölümünün faaliyet gösterdiği sektörler inşaat, yapı malzemeleri ve emlak, motorlu ve motorsuz araçlar, servis, yedek parça ve aksesuarları ile spor ve outdoor sektörleridir.

5. E-Ticarete Uyum Endeksi ve İl İstatistikleri

Sıra	İl	Yurt İçi E-Ticaret/GSYH	E-Ticaret İşletmeleri/ İldeki İşletme Sayısı	Satışların Alışları Karşılama Oranı (Satış/Alış)	İşletme Başına Düşen E-Ticaret Hacmi (Milyon TL)	E-Ticarete Uyum Endeksi
1	İstanbul	15,49	22,43	177,38	10,5	93,1
2	Çorum	8,64	7,21	180,96	11,17	71,03
3	Kayseri	6,26	14,76	125,71	4,76	69,62
4	Kocaeli	4,83	14,84	124,99	7,03	69,38
5	Ankara	4,51	13,18	94,05	6,06	64,9
6	İzmir	5,04	14,69	86,07	4,1	64,49
7	Bursa	4,56	14,69	87,67	3,8	63,35
8	Gaziantep	3,88	10,82	82,72	4,12	58,62
9	Eskişehir	2,93	13,19	75,8	4,44	58,51
10	Adana	3,9	12,07	70,79	3,53	58,01

Tablo 1 İllerin E-Ticarete Uyum Endeksi (2025)

- Tablo 1'deki Endeks skorlarına göre en yüksek skor alan ve dolayısıyla e-ticarete uyumu en yüksek olan ilk 5 il sırasıyla İstanbul, Çorum, Kayseri, Kocaeli ve Ankara illeridir.⁴ Sonuçlar, üretim ve lojistik altyapısı güçlü, satış performansı yüksek illerin e-ticarete uyum düzeyinin daha yüksek olduğunu göstermektedir.
- GAİB iştegal sahasına giren şehirlerin E Ticaret Uyum Endeksi Tablo 2'de yer almaktadır; e-ticarete uyum endeksi bakımından Gaziantep 58,62 puan ile ilk sırada yer almaktadır. Gaziantep'i Mardin ve Diyarbakır takip etmektedir. Bölgede en yüksek satış performansı ve işletme yoğunluğuna sahip il Gaziantep olurken, Diyarbakır işletme başına düşen e-ticaret hacminde öne çıkmaktadır. Sonuçlar, bölgede üretim ve ihracat kapasitesi güçlü illerin e-ticaret uyum düzeylerinin daha yüksek olduğunu göstermektedir.

⁴ E-ticarete uyum endeksi, Türkiye'deki illerin e-ticarete uyum düzeyini ölçmek amacıyla dört temel değişkenin ağırlıklı ortalaması kullanılarak hesaplanmıştır. Bu endekste yer alan kriterler, il bazında olacak şekilde; satışların alışları karşılama oranı, e-GSYH, işletme başına düşen e-ticaret hacmi ve e-ticaret işletme sayısının toplam işletme sayısına olan oranından oluşmaktadır.

Sıra	İl	Yurt İçi E-Ticaret/GSYH (%)	E-Ticaret İşletmeleri/ İlerdeki İşletme Sayısı (%)	Satışların Alışları Karşılama Oranı (Satış/Alış) (%)	İşletme Başına Düşen E-Ticaret Hacmi (Milyon TL)	E-Ticarete Uyum Endeksi
8	Gaziantep	3,88	10,82	82,72,	4,12	58,62
15	Mardin	2,85	9,88	55,42	3,69	51,9
21	Diyarbakır	3,14	7,15	44,94	5,66	49,63
42	Adıyaman	1,88	4,87	45,78	5,08	41,15
52	Kahramanmaraş	1,53	6,31	38,57	3,23	37,17
53	Şanlıurfa	1,77	5,54	37,87	3,12	36,87
60	Malatya	1,4	7,64	32,14	2,47	34,84
69	Kilis	1,22	7,32	30,44	2,07	31,85

Tablo 2 GAİB İştigal Sahasında Yer Alan İllerin E-Ticarete Uyum Endeksi (2025)

- Aşağıda verilen Tablo 3'te e-ticaret satışları en fazla olan ilk 5 il sırasıyla İstanbul, Ankara, İzmir, Kocaeli ve Bursa'dır. E-ticaret satışları en az olan iller ise Tunceli, Ardahan, Bayburt, Iğdır ve Hakkâri'dir. E-ticaret alışları en fazla olan ilk 5 il ise İstanbul, Ankara, İzmir, Antalya ve Bursa olarak görülmektedir. E-ticaret alışları en az olan iller sırasıyla Ardahan, Bayburt, Tunceli, Gümüşhane ve Kilis'tir. E-ticaret faaliyetinde bulunan işletmelerin en fazla bulunduğu ilk 5 il sırasıyla İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa ve Antalya iken, e-ticaret yapan işletmelerin en az bulunduğu iller Ardahan, Tunceli, Bayburt, Hakkâri ve Gümüşhane 'dir.

Sıra	İl	Satış (Milyar TL)	Alış (Milyar TL)	E-Ticaret Yapan İşletme Sayısı
1	Adana	47,00	66,39	13.314
2	Adıyaman	5,34	11,67	1.052
3	Afyonkarahisar	6,14	16,88	2.458
4	Ağrı	1,66	7,50	564
5	Aksaray	5,92	10,58	1.726
6	Amasya	3,06	8,31	1.179
7	Ankara	288,79	307,07	47.646
8	Antalya	74,33	122,67	20.799
9	Ardahan	0,42	1,74	116
10	Artvin	1,39	4,70	490
11	Aydın	27,62	34,28	6.156
12	Balıkesir	16,69	41,56	6.408
13	Bartın	1,56	5,38	737
14	Batman	5,53	13,34	2.032
15	Bayburt	0,50	1,96	230
16	Bilecik	1,97	6,65	832
17	Bingöl	1,30	4,87	485
18	Bitlis	1,05	5,93	422
19	Bolu	2,84	9,78	1.553
20	Burdur	2,86	7,79	1.264
21	Bursa	105,25	120,05	27.667
22	Çanakkale	8,72	20,42	3.319

23	Çankırı	2,93	4,66	567
24	Çorum	20,51	11,33	1.835
25	Denizli	25,42	33,75	8.489
26	Diyarbakır	19,49	43,38	3.446
27	Düzce	5,96	11,86	2.205
28	Edirne	4,86	13,92	1.919
29	Elazığ	8,06	14,37	1.908
30	Erzincan	2,37	5,86	808
31	Erzurum	6,75	16,69	2.090
32	Eskişehir	27,96	36,88	6.295
33	Gaziantep	44,32	53,58	10.750
34	Giresun	3,02	10,58	1.422
35	Gümüşhane	0,83	2,85	304
36	Hakkâri	0,83	4,76	254
37	Hatay	15,76	37,52	4.521
38	İğdır	0,65	4,13	323
39	Isparta	7,48	13,79	2.736
40	İstanbul	2.813,09	1.585,94	267.934
41	İzmir	178,28	207,13	43.529
42	Kahramanmaraş	8,78	22,76	2.716
43	Karabük	3,12	7,71	1.120
44	Karaman	2,12	5,92	1.011
45	Kars	1,30	5,44	436
46	Kastamonu	3,22	8,30	1.148
47	Kayseri	52,73	41,94	11.083
48	Kırıkkale	2,09	7,43	954
49	Kırklareli	4,06	12,09	1.731
50	Kırşehir	1,31	5,95	574
51	Kilis	0,96	3,15	464
52	Kocaeli	113,14	90,52	16.101
53	Konya	37,73	64,80	13.853
54	Kütahya	6,24	15,30	2.427
55	Malatya	5,50	17,10	2.224
56	Manisa	14,67	38,90	6.077
57	Mardin	9,18	16,56	2.486
58	Mersin	29,90	57,72	10.346
59	Muğla	25,69	51,92	6.768
60	Muş	1,55	5,67	433
61	Nevşehir	3,65	9,13	1.590
62	Niğde	4,78	7,92	1.350
63	Ordu	5,97	17,62	2.394
64	Osmaniye	5,21	10,71	1.495
65	Rize	3,34	10,34	1.609
66	Sakarya	13,18	35,33	6.419
67	Samsun	21,73	41,10	7.333
68	Siirt	1,61	5,83	602

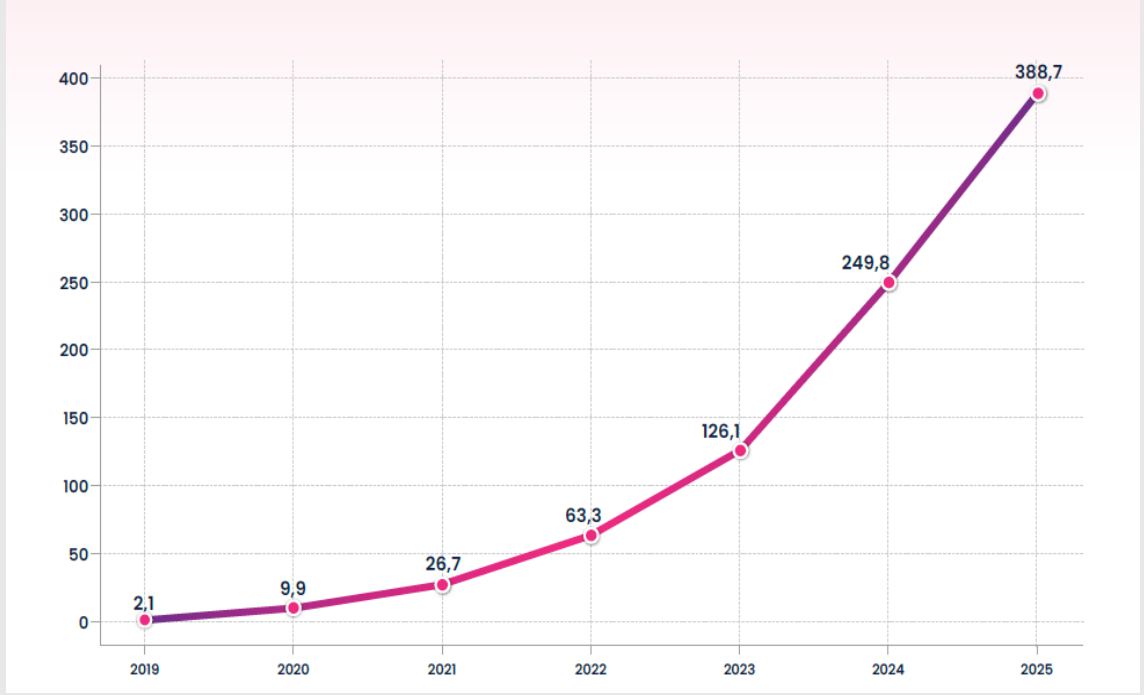
69	Sinop	2,26	5,68	730
70	Sivas	7,79	15,38	2.306
71	Şanlıurfa	11,39	30,07	3.655
72	Şırnak	1,76	8,12	655
73	Tekirdağ	15,79	40,17	6.641
74	Tokat	5,92	11,83	1.946
75	Trabzon	15,28	25,24	3.654
76	Tunceli	0,34	2,10	122
77	Uşak	4,60	9,19	1.827
78	Van	6,19	18,62	1.885
79	Yalova	4,29	11,18	1.805
80	Yozgat	2,13	8,96	922
81	Zonguldak	9,28	16,99	1.938

Tablo 3 E-Ticaret Alış-Satış Tutarları ile İşletmelerin İllere Göre Dağılımı (2025)

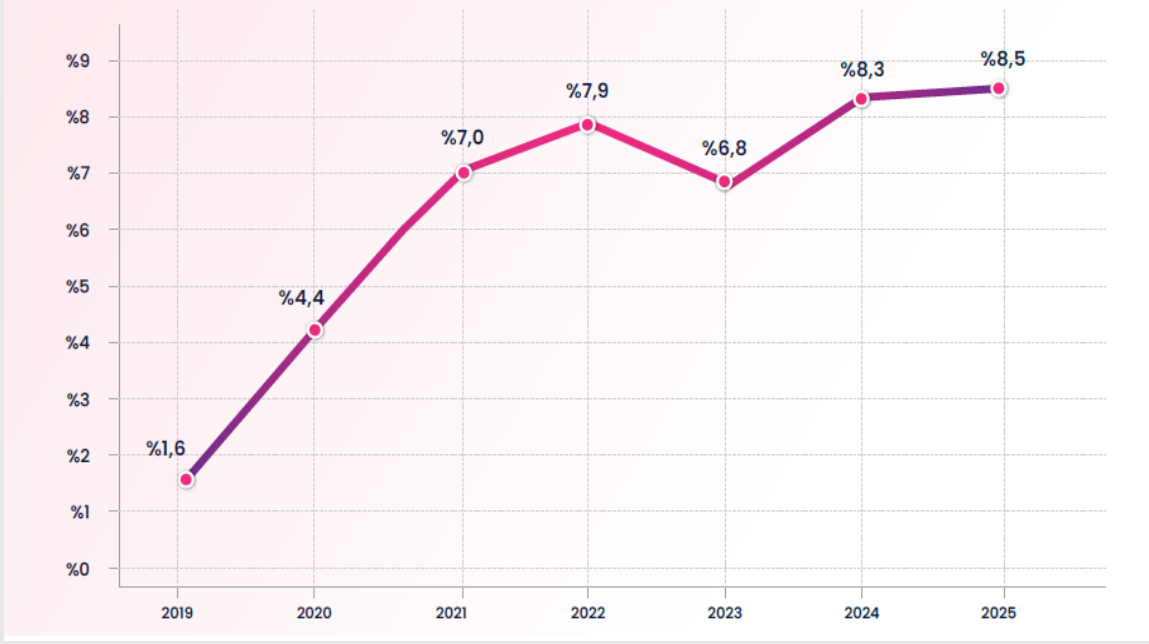
- Tablo 3'te yer alan veriler, GAİB iştegal sahasında yer alan Gaziantep, Adıyaman, Diyarbakır, Kahramanmaraş, Malatya, Mardin, Şanlıurfa ve Kilis illeri açısından değerlendirildiğinde, bölgenin e-ticaret faaliyetlerinde Gaziantep'in belirgin şekilde öne çıktığı görülmektedir. Gaziantep, 44,3 milyar TL satış hacmi ve 10.750 e-ticaret işletmesi ile bölgenin en büyük e-ticaret merkezi konumundadır. Mardin ve Diyarbakır ise sırasıyla 9,2 milyar TL ve 19,5 milyar TL satış hacimleriyle dikkat çekmektedir. Bununla birlikte, bölge illerinin tamamında alış hacminin satış hacminden yüksek olması, e-ticaret faaliyetlerinin daha çok tüketim odaklı gerçekleştiğine işaret etmektedir. Özellikle Şanlıurfa, Kahramanmaraş ve Malatya'da bu farkın daha belirgin olduğu görülmektedir. Buna karşın Gaziantep, Diyarbakır ve Mardin sahip oldukları üretim altyapısı, ihracat kapasitesi ve işletme sayılarıyla bölgenin e-ticaret potansiyelini taşıyan iller olarak öne çıkmaktadır. Genel olarak değerlendirildiğinde, GAİB bölgesinde e-ticaret kullanımının yaygınlaştığı ancak satış hacminin artırılması ve işletmelerin dijital pazarlara erişiminin güçlendirilmesiyle bölgenin e-ticarette daha yüksek katma değer oluşturma potansiyeline sahip olduğu görülmektedir.

6. Hızlı Ticaret

- Sipariş verilen ürünlerin çok kısa bir sürede tüketiciye ulaştırılması olarak tanımlanan hızlı ticaret, tüketicilerin hızlı ve kolay teslimat beklentilerinin artmasıyla birlikte e-ticarette önemli bir büyüme alanı haline gelmiştir. Gelişmiş lojistik altyapı, karanlık mağazalar ve yerel iş birlikleri sayesinde özellikle gıda, süpermarket ve yemek sektörlerinde hızlı ticaretin yaygınlaştığı görülmektedir. Ayrıca randevulu teslimat uygulamaları, ürün çeşitliliğini artırırken tüketicilere zaman ve erişim kolaylığı sağlamaktadır. 2025 yılı itibarıyla anında ve randevulu teslimatları kapsayan hızlı ticaret hacmi bir önceki yıla göre %55,6 oranında artış göstererek 388,7 Milyar TL'ye ulaşmıştır.

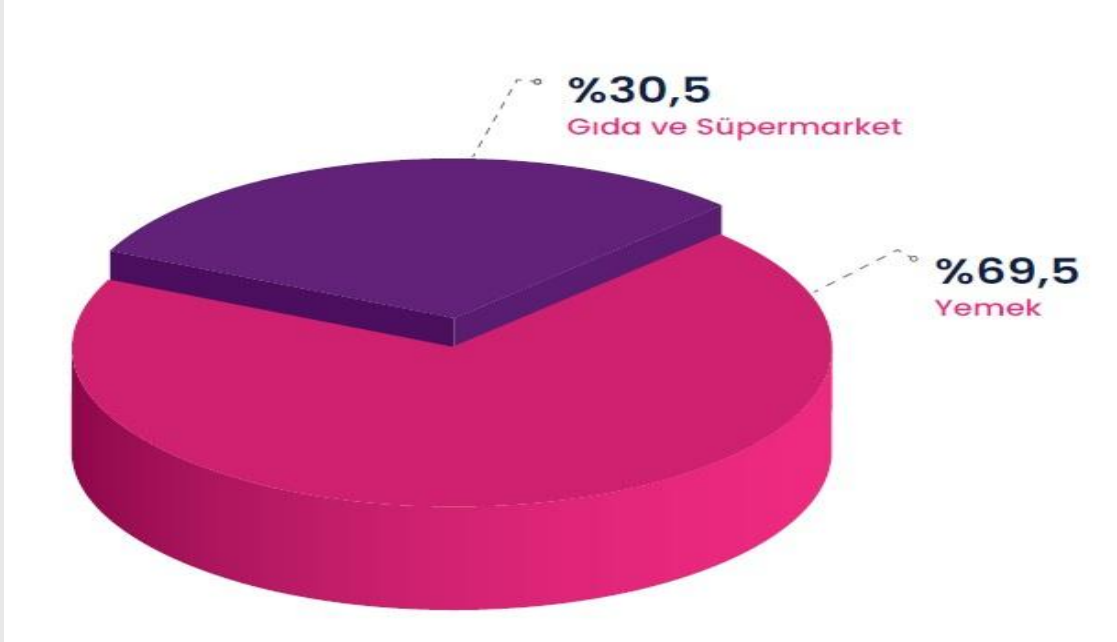


Grafik 12 Hızlı Ticaret Hacminin Yıllara Göre Dağılımı (milyar TL)



Grafik 13 Hızlı Ticaretin E-Ticaret İçindeki Payı (%)

- Hızlı ticaretin e-ticaret hacmi⁵ içindeki payı 2019 yılında %1,6 iken 2025 yılında bu oran %8,5'e ulaşmıştır. Bu durum, hızlı ticaretin e-ticaret ekosistemi içinde giderek daha önemli bir konuma geldiğini açık biçimde ortaya koymakla birlikte tüketici davranışlarında hız ve anlık erişim beklentisinin arttığını da göstermektedir.
- Hızlı ticaretin 2025 yılındaki sektörel dağılımına bakıldığında yemek sektörü %69,5 pay alırken, gıda ve süpermarket sektörü geri kalan %30,5'i oluşturmaktadır.

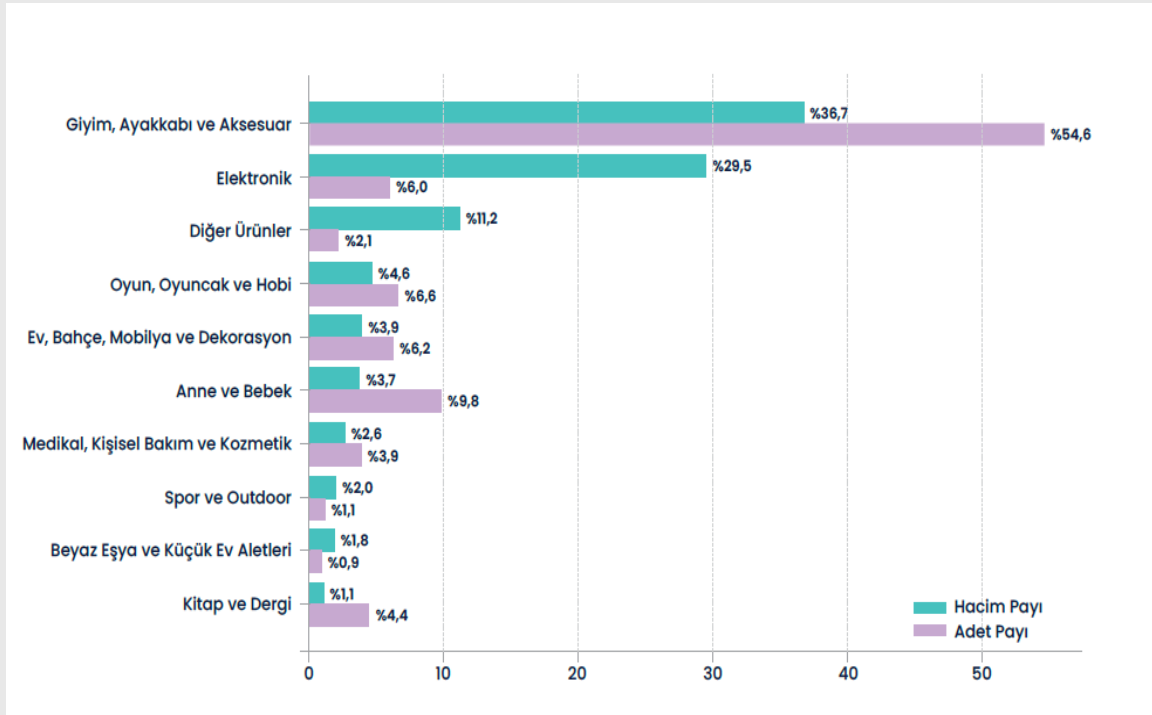


Grafik 14 Hızlı Ticaretin Sektörel Dağılımı (% , 2025)

⁵ 2025 yılında gerçekleşen e-ticaret hacmi 4,57 trilyon TL'dir.

7. Sürdürülebilir E-Ticaret

- Sürdürülebilirlik kavramı, son yıllarda e-ticaret ekosisteminin en önemli dönüşüm alanlarından biri haline gelmiştir. E-ticaretteki bu dönüşümün en somut göstergelerinden biri sürdürülebilir e-ticaret işlem hacmindeki hızlı artıştır. Nitekim 2024 yılında sürdürülebilir e-ticaret kapsamında 9,8 Milyar TL hacim ve 17,5 milyon adet işlem gerçekleşmişken, 2025 yılı itibarıyla sürdürülebilir e-ticaret hacmi 21,8 Milyar TL'ye, satılan ürün sayısı ise 23,6 milyon adede ulaşmıştır.

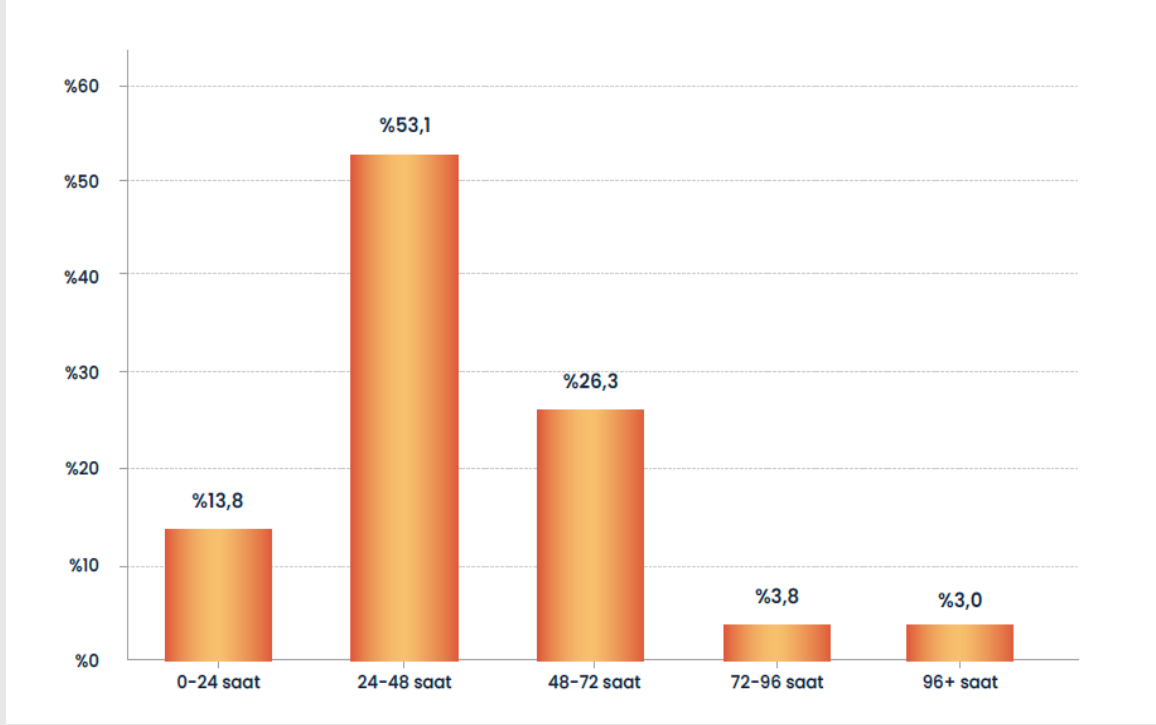


Grafik 15 Sürdürülebilir E-Ticarete İlk 10 Sektörün Hacim ve İşlem Sayısı Dağılımı (%; 2025; pazar yerleri)

- Giyim, ayakkabı ve aksesuar sektörü hem adet hem de hacim bazında ilk sırada yer almaktadır. İkinci el giyim ürünlerinin yüksek talep görmesi, bu sektörün hem erişilebilirlik hem de yeniden kullanım açısından avantajlı yapısını yansıtmaktadır. Elektronik sektöründe ise satış adedi az olmakla birlikte hacim oldukça yüksektir. Bu durum elektronik sektöründeki ürünlerin fiyatının diğer sektörlerdeki ürünlere kıyasla daha yüksek olmasından kaynaklanmaktadır. %54,6 Hacim Payı Adet Payı 50 Oyun, oyuncak ve hobi ile ev, bahçe, mobilya ve dekorasyon sektörlerinde ise adet paylarının tutar paylarından daha yüksek olduğu görülmektedir.

8. Gnderi İstatistikleri

- E-ticaretin en önemli paydaşlarından biri olan kargo ve lojistik sektöründe, teslim süreleri incelendiğinde Türkiye genelinde ortalama kargo teslim süresi 2023 yılında 46,2 saat iken, bu sürenin 2025 yılına gelindiğinde 42,2 saat seviyesinde gerçekleştiği görülmektedir.

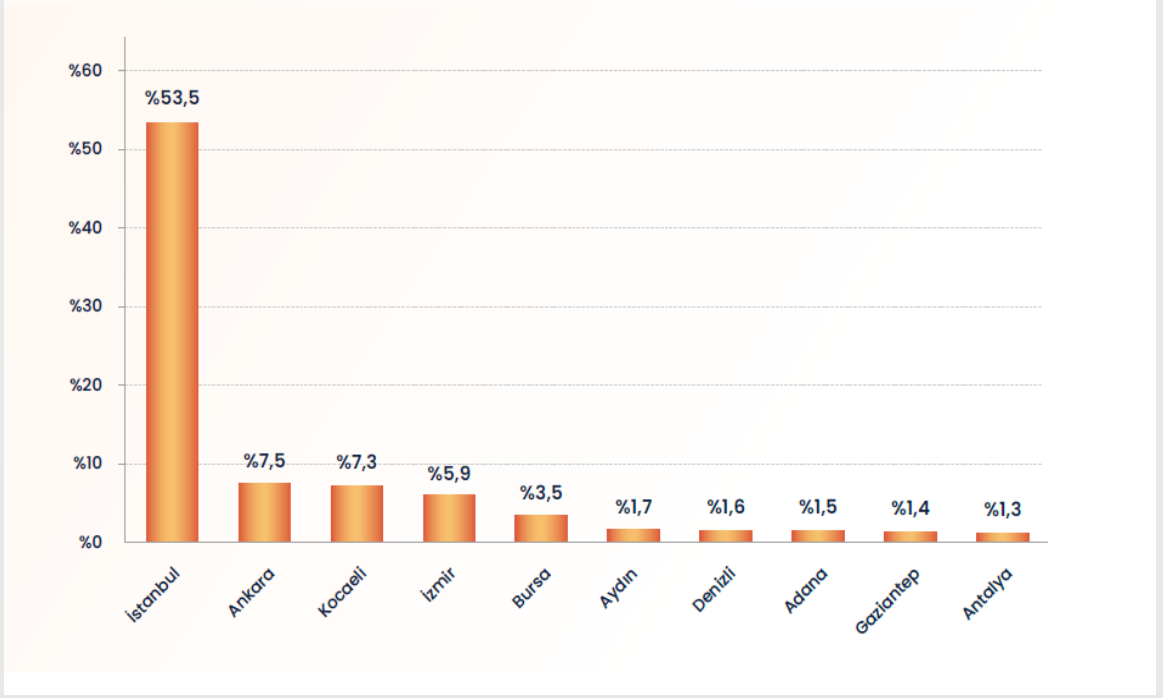


Grafik 16 Teslim Sürelerinin Saat Aralığı Bazında Dağılımı (% , 2025)

Grafik incelendiğinde;

- Teslimatların %13,8'inin 0-24 saat içinde gerçekleştirildiği görülmektedir.
- Teslimatların büyük bir bölümünün ise 24-48 saat aralığında gerçekleştirildiği, bu zaman aralığının %53,1 ile en yüksek paya sahip olduğu anlaşılmaktadır.
- Teslimatların %26,3'ü 48-72 saat aralığında gerçekleştirilmektedir.
- Daha uzun teslim sürelerinin payının ise görece düşük olduğu, 72-96 saat aralığında teslimatların %3,8, 96 saat ve üzeri teslimatların ise %3 seviyesinde kaldığı görülmektedir.

- En yüksek sayıda kargo gönderimi yapan illerin başında %53,5 ile İstanbul gelmektedir. İstanbul'u sırasıyla Ankara, Kocaeli, İzmir ve Bursa illeri takip etmektedir.



Grafik 17 En Fazla Kargo Gönderimi Yapan İller (% , 2025)

9. Değerlendirme

2025 yılında Türkiye’de e-ticaret sektörü büyümesini sürdürerek hem işlem hacmi hem de işlem sayısı bakımından güçlü performans göstermiştir. E-ticaretin genel ticaret ve GSYH içerisindeki payındaki artış, dijital ticaretin ekonomik faaliyetler içerisindeki öneminin giderek yükseldiğini ortaya koymaktadır.

Sektörel bazda elektronik, yemek, gıda ve eğitim hizmetleri gibi alanlarda yüksek büyüme oranları dikkat çekerken, hızlı ticaret uygulamalarının yaygınlaşması tüketicilerin hız ve erişilebilirlik beklentilerinin arttığını göstermektedir. Bununla birlikte sürdürülebilir e-ticaret hacmindeki artış, çevre dostu tüketim eğilimlerinin güç kazandığına işaret etmektedir.

E-ticaret yapan işletme sayısındaki artış ve lojistik altyapısındaki gelişmeler, sektörün yaygınlaşmasını destekleyen önemli unsurlar arasında yer almaktadır. Genel görünüm, Türkiye’de e-ticaret ekosisteminin önümüzdeki dönemde de büyümesini sürdürmeye devam edeceğini göstermektedir.