

Projenin temel amacı, Türkiye'de e-ticaretteki mevcut durumun derinlemesine analizi ile pazaryerleri operatörlerinin sunduğu avantajların KOBİ'ler üzerindeki etkisinin incelenmesidir.

Amazon Türkiye ve PwC Türkiye iş birliği ile yapılan anketin sonuçları

Amazon Türkiye, sunduğu doğrudan ve dolaylı katkılarla Türkiye'deki KOBİ'lerin gelişimini desteklemeyi hedeflemektedir. Bu doğrultuda, KOBİ'lerin ihtiyaçlarını daha iyi anlayabilmek adına ülkemizde 28 farklı şehirde, 13 farklı sektörde faaliyet gösteren 2.000'den fazla işletme ile kapsamlı bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir.



28 şehir

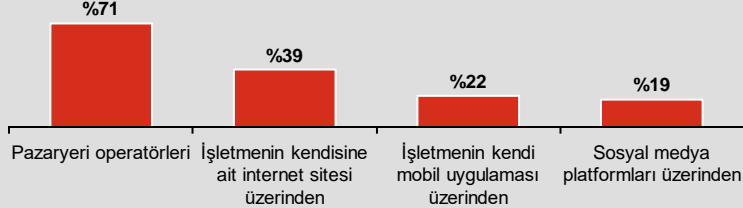


13 farklı sektör



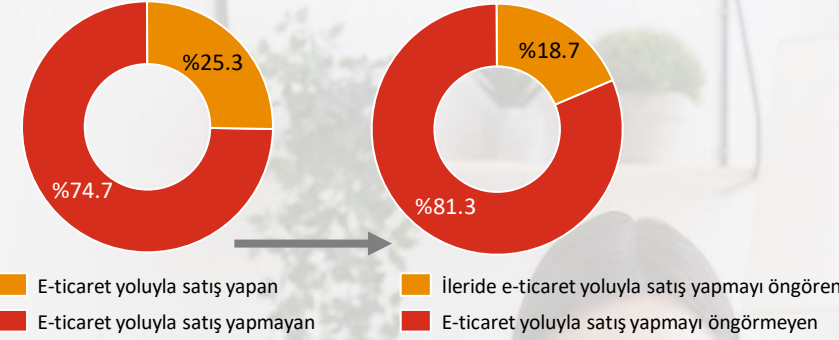
2089 KOBİ'nin katılımı

KOBİ'lerin tercih ettikleri satış kanallarının dağılımı, (%)

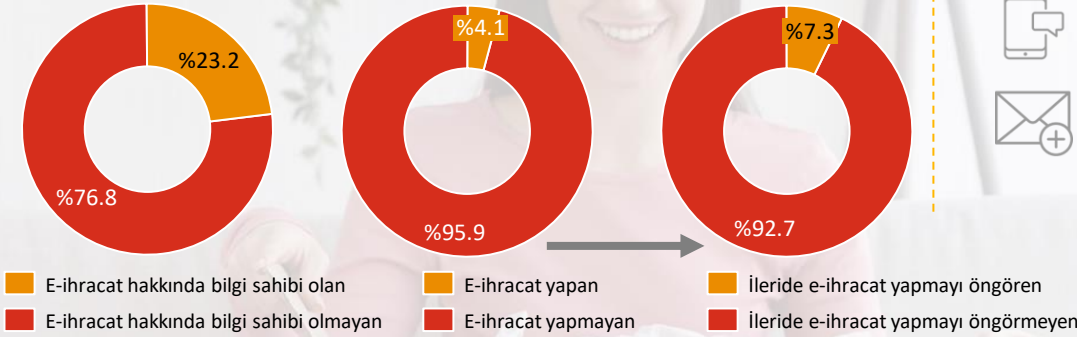


Anket sonuçlarına göre KOBİ'ler, pazaryeri operatörlerini yaygın olarak kullanmaktadır.

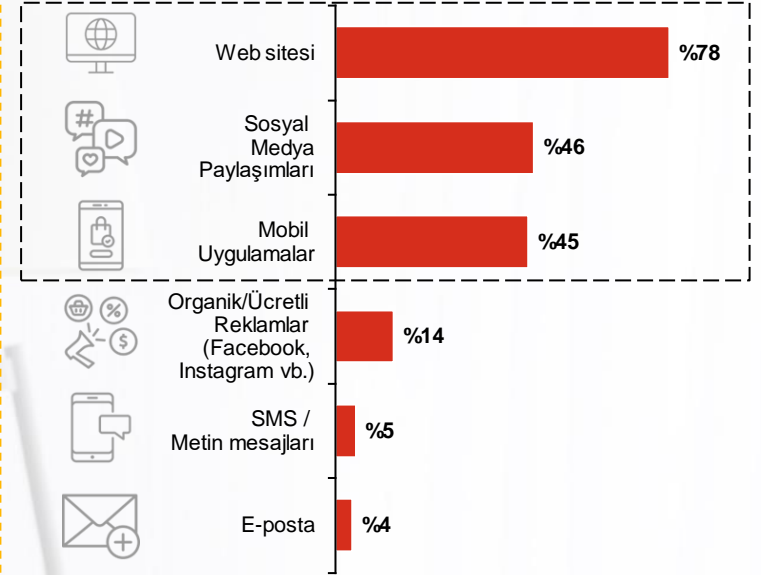
KOBİ'lerin e-ticaret yoluyla satış oranı ve önümüzdeki dönemde e-ticaret faaliyetlerine başlamayı öngören KOBİ oranı, (%)



E-ihracat yapan, e-ihracat hakkında bilgi sahibi olan ve önümüzdeki dönemde e-ihracat faaliyetlerine başlamayı öngören KOBİ'ler



Firmaların tanıtım için kullandıkları dijital pazarlama araçları, (%)



KOBİ'ler için E-Ticaret Sektöründe Eğilimler



Sosyal Ticarete Yükseliş



Sevkiyat Süreleri ve Teslimat Koşullarında İyileştirmeler



Mobil Cihazlar Üzerinden Alışveriş



Kadın Girişimcilerin Teşvik Edilmesi



Değişen Tüketici Değerleri