

KREDİ KARTLARI KULLANIM ALIŞKANLIKLARI ARAŞTIRMASI 2011

Kredi kartları hayatın her yerinde



Nakit para devri bitiyor



Kredi kartı tüketici için artık vazgeçilmez



Perakende sektörü için kredi kartlarının önemi büyük



Gazi Üniversitesi Öğretim Üyeleri tarafından yapılan araştırma da ortaya koymuştur ki, kredi kartları daha güçlü bir ekonomik ortamın yaratılmasına hız katar.*

KREDİ KARTI
BİLİNÇLİ KULLANILDIĞINDA
HAYATA
DEĞER KATAR

* 2010'da yayınlanan Kartlı Ödeme Sistemleri Ekonomik Katkıları Raporu ve 2008 Krizinde Kartlı Ödeme Sistemlerinin Olumlu Etkileri
Gazi Üniversitesi Maliye - Vergi Hukuku Uygulama ve Araştırma Merkezi Yayını
Prof. Dr. Şükrü Kızılot, Prof. Dr. Cem Kılıç, Doç. Dr. İbrahim Tokatlıoğlu
Raporun tamamını kartbilinci.com'dan detaylıca inceleyebilir veya indirebilirsiniz.

B K M
BANKALARARASI
KART MERKEZİ

“Banka ve Kredi Kartları Bilinçli Kullanıldığında Hayata Değer Katar”



Ödeme sistemlerinde kart kullanıcılarının ve işyerlerinin kullanım alışkanlıklarını ve beklentilerini belirleyerek, taraflarla ilgili daha fazla bilgi sahibi olmamıza ve daha etkin hizmetler sunmamıza imkan sağlayan BKM Kart Monitör Araştırması'nın 2011 yılı sonuçlarını ekte sizlerle paylaşıyoruz.

Onaltı farklı ilde gerçekleştirdiğimiz araştırma kapsamında, araştırmaya katılan kişilere sahip oldukları kartların en beğendikleri özellikleri, kart kullanma sıklıkları, aylık ortalama alışveriş tutarları, taksitlendirme tercihleri gibi konularda sorular yönelttik. Araştırma sonuçları kart kullanıcılarının hayatını kolaylaştıracak yeni projelerimize ışık tutan önemli verilere sahip olmamızı sağladı.

Kart kullanıcıları ile yapmış olduğumuz görüşmeler sonucunda hazırladığımız “Burçların Ödeme ve Şifre Yönetimi Alışkanlıkları” Araştırması'na ait sonuçların da ilginizi çekeceğini umuyorum.

Kart kabul eden işyerleriyle yaptığımız araştırma ise işyerlerinin ödeme sistemleri ile ilgili görüşlerini almamızı sağladı. Kart kabul eden işyerlerine kartlı satış yapmayı tercih etmelerinin nedenleri, kartlı satış oranları ve kredi kartlarının önemi konuları ile ilgili yönelttiğimiz sorular, alışkanlık ve beklentileri anlamamızda rol oynadı.

BKM olarak, ödeme sistemlerinin kart kullanıcılarının yanı sıra ülke ekonomisine ve geleceğine de katkı sağlaması öncelikli amacımızdır. Ödeme sistemleri üzerinden yapılan tüm işlemler ülkemizin vergi gelirlerini yükseltmekte ve Türkiye ekonomisinin büyümesini sağlamaktadır. Ödeme sistemleri ile ilgili gerçekleştirmekte olduğumuz bilinçlendirme çalışmalarını www.kartbilinci.com sitemizden sizlerle paylaşmaktayız.

Ayrıca “2023 - Türkiye’de Nakitsiz Ödemeler” hedefimiz doğrultusunda www.baybaynakit.com web sitemiz üzerinden de iletişim faaliyetlerimizi devam ettirmekteyiz.

BKM olarak 1990 yılından bu yana, Türkiye ödeme sistemleri içinde sürdürdüğümüz çalışmalarımız, ilerleyen yıllarda da artarak devam edecektir. Bu yıl gerçekleştirdiğimiz BKM Kart Monitör araştırmasında bizleri gururlandıran en önemli nokta, perakende başta olmak üzere farklı sektörlerden firma yöneticilerinin ve dernek temsilcilerinin ödeme sistemleri hakkındaki görüşleri ve verdikleri destek oldu. Türk perakende sektörünün saygın temsilcilerine ve araştırmamıza katkı sağlayanlara bir kez daha teşekkür ediyorum.

Saygılarımla,

Dr. Soner Canko
BKM Genel Müdürü



“BKM olarak, ödeme sistemlerinin kart kullanıcılarının yanı sıra ülke ekonomisine ve geleceğine de katkı sağlaması öncelikli amacımızdır.”

”



Kart Monitör araştırması
Bankalararası Kart Merkezi (BKM)
tarafından yapılmıştır.

Araştırmada
geçen görüş ve yorumlar
beyanı veren kişi ve
kurumlara aittir.

Araştırmadan
“**BKM Kart Monitör Araştırması
2011**”
kaynağı gösterilerek alıntı
yapılabilir.

Araştırma ile ilgili
daha detaylı bilgi için,
BPM LOOK
www.bpmlook.com

TASARIM & UYGULAMA
ROTA YAYINLARI
Prof. N. Mazhar Ökten Sok.
No.1 Rota Binası
34360 Şişli-İstanbul
Tel: (0 212) 224 01 44
Faks: (0 212) 233 72 43
E-Posta: rota@rotayayin.com.tr
<http://www.rotaline.com>

Baskı ve Cilt
TOR OFSET SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
Akçaburgaz Mahallesi 116.
Sokak No: 2
Esenyurt/İstanbul
Tel: 0 212 886 34 74 (Pbx)
Fax: 0 212 886 34 80
E-Posta: tor@torofset.com.tr

İÇİNDEKİLER



06 Tüketicinin vazgeçilmezi:
Kredi kartı



18 Taksit avantajı
cazibesini koruyor



22 Özel günler
rekor kırıyor

24 Cüzdanda nakit paranın
yerini kartlar alıyor



32 Kredi kartı kullanımı
e-ticarette büyüyor



42 Kredi kartı işyerleri için de
çok cazip



Gazi Üniversitesi Öğretim Üyeleri tarafından yapılan araştırma da ortaya koymuştur ki,
kredi kartları enflasyonun düşmesinde rol oynayan önemli araçlardan biridir.*

GÖRÜŞLER



09 Mehmet Şimşek
T.C. Maliye Bakanı

11 Mehmet T. Nane
AMPD Yönetim Kurulu Başkanı

12 Yılmaz Yılmaz
BMD Başkanı

13 Yalçın Ayaydın
Ayaydın-Miroglıo Yö. Kur. Bşk.

15 Hakan Kodal
AYD Başkanı

17 Atilla Keskin
Altınbaş Mücevherat Grup Bşk.

21 Ayşe Zamanpur
Silk&Cashmere CEO

21 Cemalettin Sarar
Sarar Yönetim Kurulu Başkanı

26 Yalçın Çağlar
TEMA Mağazacılık Finans Koor.

29 Ahmet Emre Sarı
Markafoni Kurucu Ortağı ve CFO

29 Emre Erşahin
sahibinden.com Paz. Sor. G. M. Y.

35 Aytağ İğneli
Hepsiburada.com Genel Müdürü

37 Çiğdem Toraman
Daybuyday.com Genel Müdürü

37 Uğur M. Özyedierler
Adidas Finans Direktörü

39 Sarp Özkar
Prontotour Satış ve Pazarlama Müd.

39 Erol Hıçyılmaz
ETS Ön Muhasebe Yöneticisi

40 Prof. Dr. Şükrü Kızılot
Hürriyet Gazetesi Köşe Yazarı

45 Hakan Kayaman
Teknosa Pazarlama Direktörü

45 Kenan Mete
Doğtaş Pazarlama Müdürü

49 Özkan Şenyüz
Carousel AVM Genel Müdürü

49 Esra Sertoğlu
Grupanya Genel Müdürü

49 Hilal Suerdem
Kiğılı Ceo

KREDİ KARTI
BİLİNCİ KULLANILDIĞINDA
HAYATA
DEĞER KATAR

* 2010'da yayınlanan Kartlı Ödeme Sistemleri Ekonomik Katkıları Raporu ve 2008 Krizinde Kartlı Ödeme Sistemlerinin Olumlu Etkileri
Gazi Üniversitesi Maliye - Vergi Hukuku Uygulama ve Araştırma Merkezi Yayını
Prof. Dr. Şükrü Kızılot, Prof. Dr. Cem Kılıç, Doç. Dr. İbrahim Tokatlıoğlu
Raporun tamamını kartbilinci.com'dan detaylıca inceleyebilir veya indirebilirsiniz.

Tüketicinin vazgeçilmezi: Kredi Kartı

Türk tüketicisinin 43 yıl önce tanıştığı kredi kartı, bugün hayatın her alanında... Öyle ki sayısı 50 milyonu aşan kredi kartı, nakitin yerini alırken sunduğu avantajlarla hem tüketicinin hem de üye iş yerlerinin vazgeçilmezi haline geldi.

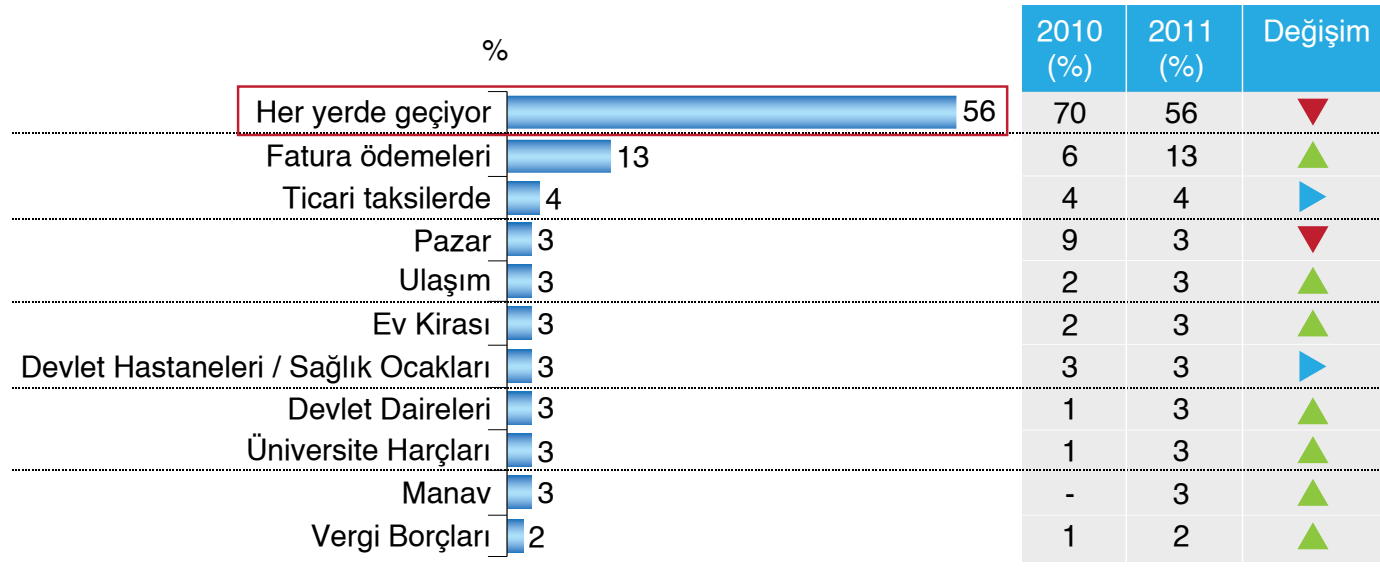


Dünyada nakit yerine kredi kartı kullanılması fikrinin üzerinden 124 yıl, Türkiye’de kredi kartı kullanılmaya başlanmasının üzerinden ise 43 yıl geçti... Türk tüketicisi kartlı ödeme sistemleri ile 1968 yılında tanıştı. Diners Club, American Express, Master Card ve VISA’nın Türkiye’de sisteme girmesi ve bankaların uygulamalarının yaygınlaşması ile kredi kartları geniş kitleler tarafından kullanılmaya başlandı. O gün binlerle telaffuz edilen kredi kartı sayısı bugün milyonlara ulaştı. Şüphesiz kredi kartı sahiplik oranının artmasında; uluslararası ödeme kuruluşlarının Türkiye’de ofis açması, 1990’lı yıllarda harcamalardan puan kazanabilme seçeneğinin başlaması, taksit avantajının yaygınlaşması, kredi kartı kullanılan işyerlerinin sayısının artması ve bankaların ödeme sistemlerini desteklemeleri gibi faktörler oldukça etkili oldu. Bu gelişmelere paralel olarak 1990 yılında 13 özel ve kamu bankası ortaklığıyla Bankalararası Kart Merkezi kuruldu. Tüm bunların sonucunda bugün Türkiye, 50 milyonu aşan kredi kartı sayısı ile Avrupa’da pek çok ülkeyi geride bırakıyor.

Kredi kartı, POS ve ATM sayıları artıyor

Bu tablo Türk tüketicisinin zaman içerisinde kredi kartını benimsediğini gösteriyor. Zira Türkiye’de kredi kartı sayısı son 10 yılda yaklaşık 4 katına çıkarken, 2001 yılı sonu itibarıyla yaklaşık 14 milyon olan kredi kartı sayısının günümüzde 50 milyonu geçtiği görülüyor. Bu rakama paralel olarak POS ve ATM sayıları da giderek yükseliyor. Nitekim POS kullanımında dünyada ilk sıralarda yer alan Türkiye’de, POS cihazı sayısının, 2 milyona yaklaştığı görülüyor. Bankacılık sektöründe son yıllarda işlevi artan ATM’lerin sayısı ise sektördeki gelişime paralel olarak artıyor. Son 10 yılda ATM sayısının her yıl ortalama yüzde 10’a yaklaşan bir oranda arttığı gözlemleniyor.

KREDİ KARTIYLA ÖDEME YAPILMASI İSTENEN SEKTÖRLER



Baz: 1.000; Toplam örnek

Kredi kartının algısı: “Her yerde geçiyor”

Günümüzde kredi kartının kullanılmadığı sektör yok gibi. Zira tüketici de bu durumun farkında. BKM Kart Monitör Araştırması’nın sonuçları da bunu kanıtlar nitelikte. Nitekim kredi kartı kullanıcısına yöneltilen “Kredi kartıyla ödeme yapılmasını istediğiniz sektörler hangileri?” sorusuna katılımcıların yüzde 56’sı “Her yerde geçiyor” yanıtını veriyor.

Faturalarını kredi kartıyla ödemek isteyenlerin oranı yüzde 13 iken ticari taksilerde kredi kartı kullanmak isteyenlerin oranı da yüzde 4’ü buluyor. Pazar, devlet daireleri, ulaşım, ev kirası, manav, üniversite harçları ve devlet hastaneleri / sağlık ocaklarında da kredi kartı kullanmak isteyenlerin oranı ise toplam yüzde 21 olarak karşımıza çıkıyor. Tüketicinin talepleri bu yönde olunca da önümüzdeki günlerde kredi kartının hayatımıza girmeyeceği alan olmayacak gibi görünüyor.



“Araştırmaya katılanların yüzde 13’ü fatura ödemelerinde kredi kartı kullanmak istiyor.”

Maliye Bakanı Mehmet Şimşek

Nakit para devri bitiyor! Devlet alacağını karttan çekecek

Kamu kurumlarında nakit para dönemi kapanacak. Vergi ve cezaların ardından, öğrenim kredisinden su faturasına kadar bütün kamu alacakları kredi kartı ile ödenebilecek. Maliye Bakanı Mehmet Şimşek, vergi ödemelerinde vatandaşa her türlü kolaylığın sağlandığını belirtirken, bütün amme alacaklarının kredi kartıyla ödenmesi konusundaki çalışmaların hızlandığı mesajını verdi.

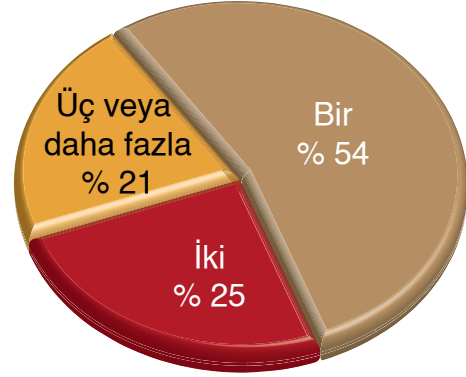
Maliye Bakanlığı kamu borçlarının kredi kartıyla ödenmesi ve taksitlendirilmesi için çalışma başlattı. Yeni düzenleme kapsamında devlete olan kira, elektrik, su, kredi ve benzeri borçların ödemesinde kredi kartı kullanılabilir. Ekonominin kayda alınmasında teşvik edici bir araç olarak görülen kartlı ödeme sistemleri devletin bütün birimlerinde kullanılacak. Mevcut uygulamada vergi ve cezaların yanı sıra vadesi geçen motorlu taşıtlar vergisi, trafik cezası ve idari para cezaları da faiziyle birlikte herhangi bir dönem sınırlamasına tabi olmadan kredi kartıyla ödenebiliyor. Mükellefler, Gelir İdaresi Başkanlığı’nın web sitesi üzerinden kredi kartıyla ödeme yapabiliyor. Maliye Bakanlığı’nın üzerinde çalıştığı yeni düzenleme kapsamında ise devlete olan kira, elektrik, su, kredi ve benzeri borçların tamamında kart kullanılabilir. Bakan Şimşek’in konuyla ilgili verdiği açıklama ise şöyle: “Mükelleflerin vergi borçlarını daha kolay ödemelerine imkân sağlamak için özel ödeme şekilleri öngörülmektedir. Amme alacaklarının bankalar ve postaneler aracılığıyla ödenebilmesine imkân sağlanmıştır. Diğer taraftan bankalara Motorlu Taşıtlar Vergisi, trafik cezaları, karayollarından geçiş yapanlardan aranan geçiş ücreti ve idari para cezalarını tahsil etme yetkisi verilmiştir. Diğer kamu alacaklarının da kredi kartıyla ödenmesi konusunda çalışmalar sürmektedir.”



“Yeni düzenleme kapsamında devlete olan kira, elektrik, su, kredi ve benzeri borçların ödemesinde kredi kartı kullanılabilir.”

SAHİP OLUNAN KREDİ KARTI VE EK KART SAYISI

Kredi Kartı Sayısı



Baz: 1.000; Toplam örnek

Kredi kartı sahipliği yüksek S.E.S. gruplarından düşük S.E.S. gruplarına gidildikçe azalmaktadır.

Ort. Kredi Kartı Sayısı:
A: 2,4
B: 1,9
C1: 1,6
C2: 1,6

Ortalama Kart Sayısı:

2011: 1,8
2010: 2,2
2009: 2,2
2007: 2,1
2006: 1,9
2005: 1,7

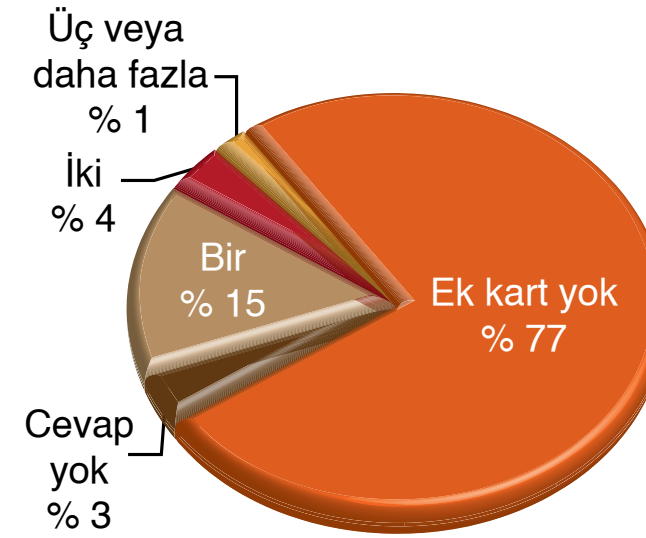
Tek kart kullananların oranı yüzde 50'yi aştı

Günümüzde kredi kartı belli bir gelir seviyesine sahip hemen herkesin cüzdanında bulunması gerekenlerin başında geliyor. Hatta kredi kartının cüzdanınızda bulunması neredeyse nakit paradan daha önemli bir hâl aldı. Sağladığı avantajlar ve kolaylıklar da göz önünde bulundurulduğunda kredi kartının nakit paraya tercih edilmesi pek de şaşırtıcı değil. BKM'nin Kart Monitör Araştırması'na göre tüketicilerin yüzde 54'lük kısmı alışveriş ve harcamalarını sadece bir kartla yapıyor. Buna karşın ihtiyaçlarını iki kart ile karşılayanların oranı yüzde 25 iken, üç veya daha fazla kredi kartı kullananların oranı ise yüzde 21 olarak karşımıza çıkıyor. 2011 yılında kişi başı ortalama kart sayısı 1,8 olarak gözüküyor. Kuşkusuz bu rakamda yüksek sosyoekonomik grupların ortalamayı yükseltmesinin yanı sıra kart kullanıcılarının değişik kredi kartlarının farklı özelliklerini kullanmak istemeleri de rol oynuyor. Buna göre kredi kartı sahipliği A SES grubunda 2,4 iken C2'de 1,6 olarak karşımıza çıkıyor.

“Tüketicilerin yüzde 54’ü tek kart kullanıyor.”

“Kredi kartı sahiplerinin yüzde 20’si ek kart kullanıyor.”

Ek Kart Sayısı



Baz: 1.000; Toplam örnek

Ortalama Ek Kart Sayısı:

2011: 1,4
2010: 1,5
2009: 1,6
2007: 1,4
2006: 1,4
2005: 1,4

Kredi kartının tüketiciye sunduğu imkanlardan birisi de ek kart hizmeti. Yani limitlerini yakınları ile paylaşabilme olanağı. BKM'nin Kart Monitör Araştırması'na göre kredi kartı kullanıcılarının yüzde 20'sinin ek kart olanağından faydalandığı gözlemleniyor. Bir ek karta sahip olanların oranı yüzde 15 iken, iki ek karta sahip olan kişilerin oranı ise yüzde 4'ü buluyor. Ortalama ek kart sayılarına bakıldığında ise ortaya şöyle bir tablo çıkıyor: 2005 yılında ortalama ek kart sayısı 1,4 iken bu rakam 2011 yılında da aynı kalıyor.

AMPD Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet T. Nane

Kredi kartlarının perakende sektörü açısından önemi büyük

Perakende sektörü açısından kartlı ödeme sistemleri, sadakat programlarıyla rekabette farklılaşma alanlarında öncelik sahibi... Türkiye gibi POS sayısı ile Avrupa'da birinci, kredi kartı sayısı ile de ikinci olan bir ülkede, kredi kartlarının perakende sektörü açısından önemi elbette oldukça büyük. Toplam perakende sektörünün yalnızca yüzde 40'lık bir bölümünün organize perakende olduğu ülkemizde, kartlı ödeme sistemleri özellikle sektörün kayıt altına alınmasında büyük rol oynamıştır, oynamaya da devam ediyor. Bu çaba elbette perakende sektörü tarafından da destekleniyor.

Kredi kartlarının pazar paylarına paralel olarak satışlara etki ettiğini görüyoruz. Kredi kartları ile yapılan farklı indirim kampanyaları da satış artırıcı yönde etki yaratıyor. Müşterilerimizin genellikle birkaç farklı kredi kartı bulunuyor. Dolayısıyla satınalma kararı verecekleri aşamada, sahibi oldukları kredi kartlarından birine ait cazip bir taksit sayısı, öteleme veya promosyonun olması kredi kartı kullanım oranını artırıyor. Böylelikle de kampanyalar ve promosyonlar ile cazip hale gelen seçenekler sektörün ciro oranlarına da olumlu etki ediyor. Organize perakende sektöründe ödeme tipi tercihlerinde, kartlı ödeme sistemlerinin kullanımı yüzde 90'lara varan oranları buluyor.



“Kartlı ödeme sistemleri, özellikle perakende sektörünün kayıt altına alınmasında büyük rol oynamaktadır.”

Birleşmiş Markalar Derneği Başkanı Yılmaz Yılmaz

Perakendede satışların yüzde 70'i kredi kartı ile yapılıyor

Kredi kartı işlem tutarlarına baktığımızda olumlu veriler görebiliyoruz. 2010 yılında perakende sektörü 220 milyar dolar ciro yaptı. Kredi kartı ile Türkiye'de yapılan işlemlerin toplam tutarı ise yaklaşık 160 milyar dolar. Perakende sektöründe kredi kartı işlemleri, toplam cironun yüzde 70'inin üzerinde...

Perakende sektörü hızlı gelişen ve değişen, müşteri ile doğrudan etkileşimde bulunulan, rekabetin çok yoğun yaşandığı, müşteri satın alma davranışlarının hızlı değişkenlik gösterdiği kritik bir sektördür. Perakende sektöründe yer alan BMD markaları açısından, kredi kartları tarafından yapılan puan, taksit ve kampanya uygulamaları hem kredi kartlarının cirosuna hem de kampanyaya katılan firmalara artı ciro ve büyüme imkânı sağlıyor. Yine sektörün kayıt dışıyla mücadelede en önemli silahı kredi kartları olmaya devam ediyor. Bu noktada, banka kartları ve kredi kartlarının mobil iletişimi ve sosyal ağları kullanarak, başta gençler olmak üzere, tüketicilere sağladıkları olanaklar alışverişini eğlenceli ve avantajlı hale getiriyor. Özellikle öğrenci gençlerin banka kartı kullanarak yaptıkları alışverişin oranı giderek yükseliyor. Kredi kartı ile alışverişlerde ortalama sepet büyüklüğü nakit satışlara göre daha da artıyor, kredi kartı kullanılarak yapılan alışverişlerde aylık satışların dağılımı daha dengeli oluyor. Özel günlerde ve hediye alımlarında kredi kartları öne çıkıyor. Kredi kartları ile birlikte yapılan reklâm ve tanıtım faaliyetleri de markalarımıza ve BMD dışında perakendenin markalaşma sürecinde olan firmalara ciddi bir imaj ve dolaylı olarak satış katkısı da sağlamaya devam ediyor. Kredi kartlarının taksit özelliği, tüketicilerin miktarı yüksek alışverişlerde kullandığı bir enstrüman haline geldi. Yapılan kampanyalar kararsız müşterilerin alışveriş kararını kolaylaştırarak artı değerler yaratmaya devam ediyor. Kredi kartı işlem tutarlarına baktığımızda da olumlu veriler görebiliyoruz. 2010 yılında perakende sektörü 220 milyar dolar ciro yaptı. Kredi kartı ile



Türkiye'de yapılan işlemlerin toplam tutarı ise yaklaşık 160 milyar dolar. Perakende sektöründe kredi kartı işlemleri, toplam cironun yüzde 70'inin üzerinde... Bu durum, Birleşmiş Markalar Derneği'nin 150'den fazla üye firması ve bunlara bağlı olarak çalışan 500 markası açısından da benzerdir. BMD üyelerinin 2011 yılında 30 milyar dolardan fazla gerçekleşen perakende satış cirolarının yüzde 70'e yakın bölümü kartlı ödeme sistemleriyle gerçekleşti. Biz bunu, markalarımızın sağlıklı büyümesini, istikrarlı ciro artışını ve takip edilebilir verilere sahip olmasını sağlayan önemli bir unsur olarak görüyoruz. Üyelerimiz Facebook, Twitter gibi sosyal ağlara daha fazla önem veriyorlar ve bu mecraları satış arttırıcı kanallar olarak kullanıyorlar. Ayrıca, e-ticarete son zamanlarda büyük ilgi var. BMD üyeleri e-ticarete ya geçti, ya hazırlıklarını sürdürüyor ya da projelendirme aşamasında. Buralarda yapılacak satışların kredi kartı ile gerçekleşecek olması cirolarda büyük artış yaratacak.

“Öğrenci gençlerin banka kartı kullanarak yaptıkları alışverişin oranı giderek yükseliyor.”

Ayaydın-Miroglio Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Yalçın Ayaydın

Yeni dünya düzeninin olmazsa olmazlarından

Perakende sektörüne baktığımızda kredi kartı sağlayan bankalar ile bizler aynı yoldayız, sağlam ve omuz omuza hareket etmeliyiz.

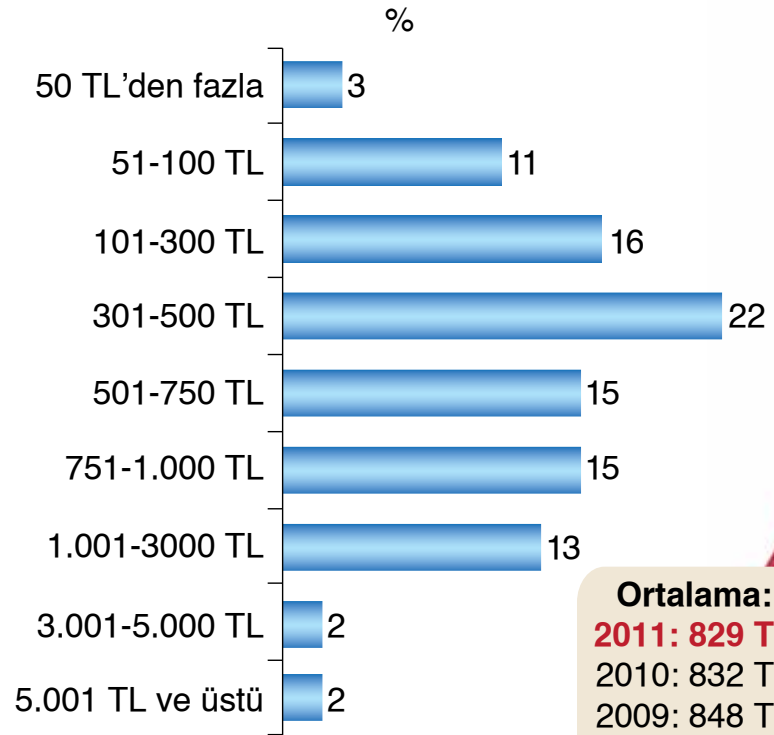
Ekonomik ve sosyal açıdan günden güne gelişim gösteren günümüz dünyasında, toplumları oluşturan bireyler hayatı kolaylaştırabilmek amacıyla çeşitli arayışlar içinde bulunuyor. Bu süreç içinde elden ele dolaşan nakitin kullanımı azalıyor, kredi kartlarının kullanımı ise yaygınlaşıyor. Tüketici ihtiyaç duyduğu hizmetin alımını kredi kartıyla yaptığında daha sonraki bir dönemde yapmayı taahhüt ediyor. Oldukça modern bir işleyiş biçimidir. Bu şekilde müşteriye daha hızlı hizmet verilir zaman kazandırılır, hizmet veren tarafında ise satış elemanı da aynı şekilde zamandan kazanacağı için diğer müşterilere ayırdığı vakti artırmış olur. Bugün ise eskiye oranla sektördeki ürün, hizmet ve müşteri çeşitliliğinde ciddi bir artış oldu. Bu noktada müşteri bilgisi ön plana çıktı. Sadık bir müşteri portföyü oluşturmak olmazsa olmaz gerekliliklerin başında yer almaya başladı. Onları daha yakından takip etmek, o müşteri hakkındaki bilgileri aksiyona dönüştürmeyi başarmak gerekli. Bu noktada kredi kartı kullanımları bizim için doğru birer veri kaynağı oluşturması anlamında önem taşıyor. Kredi kartlarının en birincil avantajı müşteri sadakatini sağlamasıdır. Doğru ve güvenilir bir veri tabanı elde edilir. Yanı sıra kaliteli malların satış süresi hızlanır, toptan satışlar artar. Aylık satışların dağılımında denge sağlanır. Yeni dünya düzeninin olmazsa olmazlarından biridir kredi kartı. Kredi kartı kullanımının artışı ise kaçınılmaz bir gerçek. Burada önemli olan nokta bu ödeme aracının bilinçli ve kontrollü olarak kullanılıyor olmasıdır. Özellikle perakende sektörüne baktığımızda kredi kartı sağlayan bankalar ile bizler aynı yoldayız, sağlam ve omuz omuza hareket etmeliyiz. Grup şirketlerimizin işlem hacmini yıl bazında değerlendirdiğimizde büyük oranda kredi kartı kullanımı olduğunu görüyoruz. Dolayısıyla büyük önem taşıyor diyebilirim.



“Önemli olan nokta bu ödeme aracının bilinçli ve kontrollü olarak kullanılıyor olmasıdır.”

KREDİ KARTI KULLANIM SIKLIĞI VE KREDİ KARTI
KULLANARAK YAPILAN AYLIK ORTALAMA ALIŞVERİŞ TUTARI

Aylık Ortalama Alışveriş Tutarı



Baz: 1.000; Toplam örnek

Ortalama alışveriş tutarı

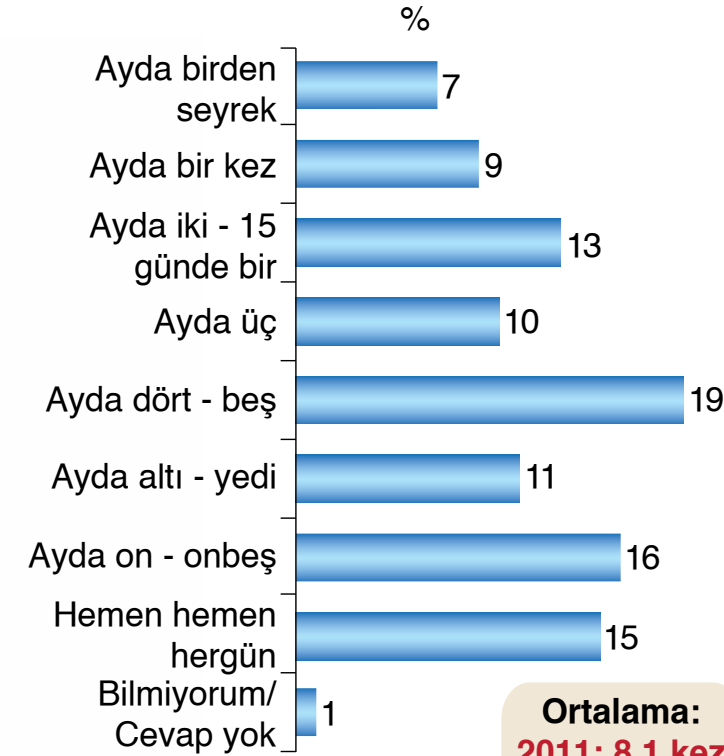
- Erkeklerde (1.021 TL)
- 35-44 yaş grubunda (1.046 TL)
- A sosyo-ekonomik grubunda (1.319 TL) diğer gruplara göre daha fazladır.

Ortalama:
2011: 829 TL
 2010: 832 TL
 2009: 848 TL
 2007: 791 TL
 2006: 788 TL
 2005: 521 TL
 2003: 610 TL

**“3 bin TL'nin
 üzerinde harcama
 yapanların oranı
 yüzde 4”**

Kredi kartlarıyla yapılan harcama her ne kadar bütçeden bütçeye farklılık gösterse de 2011 yılında ortalama harcama tutarının 829 TL'yi bulduğu görülüyor. 2005 yılında ortalama alışveriş tutarının 521 TL olduğu düşünüldüğünde 2011 yılında ortalama alışveriş tutarının yüzde 70'e varan bir yükselme gösterdiği belirtilebilir. 2011 yılında kredi kartı kullanıcılarının aylık ortalama harcama tutarları ise farklılık gösteriyor. Buna göre kredi kartı kullanan tüketicilerin yüzde 22 gibi büyük bir kısmı 301-500 TL arasında harcama yaparken, yüzde 16'lık bir kısmı ise 101-300 TL'lik bir ortalama harcama tutarı gerçekleştiriyor. 3 bin TL'nin üzerinde aylık ortalama harcama yapanların tutarı ise yüzde 4'ü buluyor. Ortalama alışveriş tutarlarına spesifik olarak baktığımızda ise erkeklerin 1.021 TL, 35-44 yaş grubunun 1.046 TL ve A sosyoekonomik sınıfının ise 1.319 TL'lik harcama yaptığı gözlemleniyor.

Kredi Kartı Kullanım Sıklığı



Baz: 1.000; Toplam örnek

Ayda ortalama kredi kartı kullanımı

- Erkeklerde (9,4 kez)
- 35-44 yaş grubunda (10 kez)
- B sosyo-ekonomik grubunda (9,5 kez) diğer gruplara göre daha fazladır.

Ortalama:
2011: 8,1 kez
 2010: 7,0 kez
 2009: 8,0 kez
 2007: 7,0 kez
 2005: 5,4 kez
 2003: 5,4 kez

Kredi kartı ayda ortalama 8,1 kez kullanılıyor

Türkiye'de kredi kartı kullananların sayısı her geçen gün artarken kredi kartlarının ayda ortalama 8,1 kez kullanıldığı görülüyor. Araştırma sonuçlarına göre kredi kartı kullanım sıklığında 2011 yılında aylık kullanım oranlarının değişiklik gösterdiği görülüyor. Buna göre tüketicilerin yüzde 19'u ayda “4-5” kere kredi kartı kullanıyor. Araştırmada ortaya çıkan ilginç bir veri ise “Hemen hemen her gün” kredi kartı kullananların oranının yüzde 15 olması. Oldukça yüksek olan bu rakama bakıldığında Türk tüketicisinin kredi kartını benimsediği ve sıkça kullandığı görülüyor. Zira ayda birden seyrek kullananların sadece yüzde 7 olması da bu iddiayı destekliyor.

Alışveriş Merkezi Yatırımcıları Derneği Başkanı Hakan Kodal

Kredi kartı alışveriş
aracı olarak vazgeçilmez

Günümüz ekonomisinde AYD üyelerinin yatırımlarıyla hayata geçirilen AVM'lerin toplam sayısı 291'i buluyor. AVM'ler hem ticaret, hem de yaşam alanı olarak insan hayatında vazgeçilmez hale gelmiştir. AVM'lerde faaliyette bulunan beyaz eşya, teknomarket, ev tekstili, konfeksiyon, ayakkabı ve çanta mağazalarının yanı sıra fast food, cafe, restoran, oyun merkezi ve sinemalar düşünüldüğünde buralarda alışveriş büyük ölçüde kredi kartlarıyla gerçekleştirilmektedir. AVM'lerdeki alışverişin kredi kartlarıyla gerçekleştirilmesi kayıtlı ekonomi, yani işlemlerin kayıt altına alınması demektir.

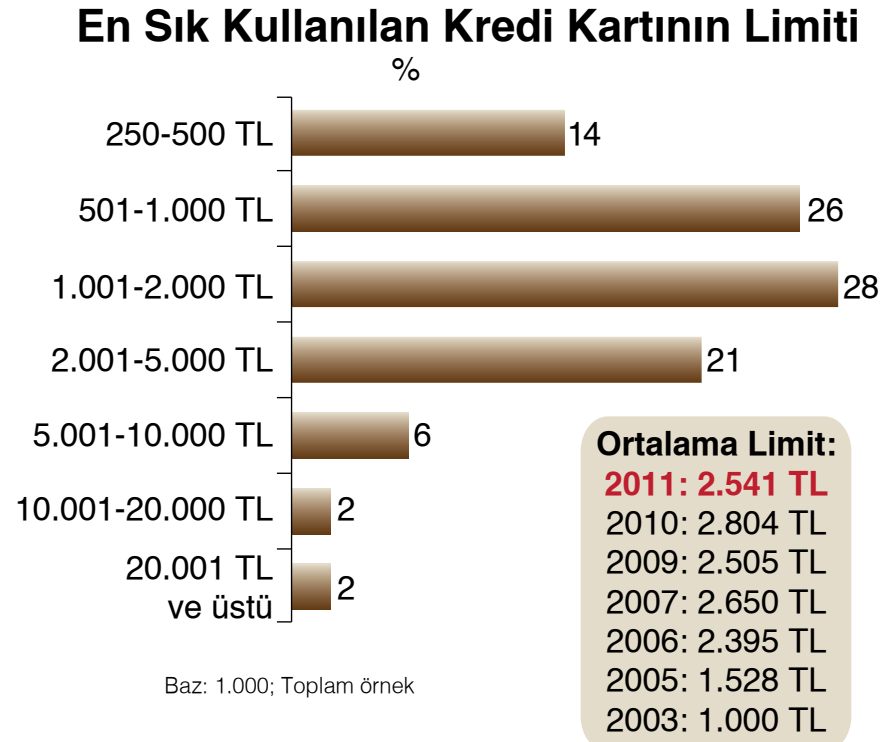
Bu açıdan bakıldığında AVM'ler ve bünyelerindeki ticari işletmeler kredi kartı kullanımını sağlayan ve destekleyen en önemli kurumsal aktörlerdir. AYD üyeleri yani hem asli hem faaliyet üyeleri olarak bünyede bulunan işletmeler ve onların işbirliği yaptığı organize perakende sektörü kuruluşları kredi kartı kullanımı açısından vazgeçilmez birer ortam oluşturmaktadırlar. Bu işletmelerce kredi kartı kullanılması işletmenin kurumsal yapısı ve denetimi açısından da önemlidir. Zincir marka ve mağazacılıkta bayi teşkilatında işletmelerin merkezlerince denetimleri sağlıklı yönetimi ve finansman yönetimi sağladığı için kredi kartlarının alışveriş aracı olarak vazgeçilmezliği çok nettir ve kullanımı desteklenmektedir. Ancak AYD camiası olarak önemli bir hususun altını çizmeyi yararlı görüyoruz; ülke genelinde AVM'ler başta olmak üzere yurtiçi ve özellikle turizm amaçlı yurtdışı seyahatlerde kart sahiplerinin “kart kullanımı” konusunda bilinçlendirilmesi kullanıcılar, işletmeler, bankalar, ülkemiz ve ekonominin sağlıklı büyümesi açısından çok büyük önem taşımaktadır. BKM'ye bu konuda büyük sorumluluklar düşmektedir.

**“AVM'ler kredi kartı kullanımını
 sağlayan ve destekleyen
 en önemli kurumsal aktörlerdir.”**



EN SIK KULLANILAN KREDİ KARTININ LİMİTİ VE BU LİMİTİN KULLANILAN YÜZDESİ

2003 yılında 1000 TL olan ortalama limitin 2011 yılında 2.541 TL'ye ulaştığı gözlemleniyor. Ortalama limit kullanımına bakıldığında erkeklerin 3.150 TL, A sosyoekonomik grubunun ise 4.647 TL limit kullanımı gerçekleştirdikleri görülüyor. BKM'nin Kart Monitör Araştırması'na göre kullanıcılar tarafından en fazla tercih edilen limit yüzde 28 ile 1.001-2.000 TL aralığında iken onu yüzde 26 ile 501-1.000 TL ve yüzde 21 ile 2.001-5.000 TL aralığındaki limit tercihleri izliyor. Buna karşı 20 bin TL üzerinde limiti olan kartları kullanmayı tercih eden tüketici oranı ise yüzde 2 olarak görülüyor. Bu da Türk halkının kamuoyunda gelir seviyesi ve kart limitinin uygun olmadığına yönelik eleştirilere karşın gelir seviyesine uygun limitleri tercih ettiğini gösteriyor. Zira 5 bin TL ve altında limit kullananların oranı yüzde 89'u buluyor.



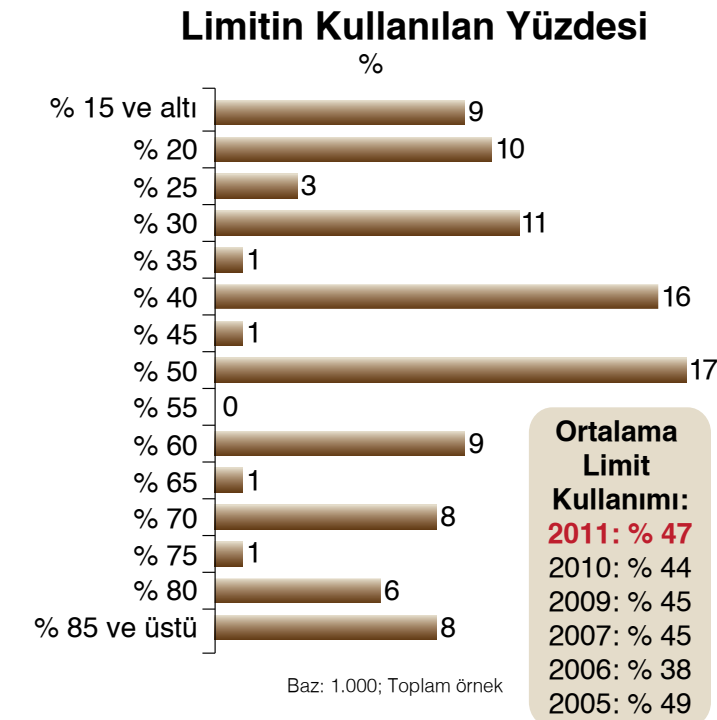
Ortalama limit
 • Erkeklerde (3.150 TL)
 • A sosyo-ekonomik grubunda (4.647 TL)
 diğer gruplara göre daha fazladır.

“2011’de kredi kartı ortalama limiti 2.541 TL. Yüzde 28 ile en fazla tercih edilen limit aralığı 1.001 - 2.000 TL.”



Kullanıcıların yüzde 68'i limitinin yarısını aşmıyor

Tüketiciler limitlerini sonuna kadar kullanmayı tercih etmiyor. Zira araştırmamızın sonuçlarına bakıldığında kullanıcıların yüzde 68'i kart limitlerinin yüzde 50'sini aşmadığı görülüyor. Bununla beraber kullanılan ortalama limitin yüzde 47 olduğu gözlemleniyor. 2011 verilerine göre yüzde 17'lik bir kesim limitinin yarısını kullanırken sadece yüzde 8'lik bir kesim kredi kartı limitini yüzde 85 ve üzerinde bir oranda kullanıyor.



“Araştırmada ortalama limit kullanımının yüzde 47 olduğu görülüyor.”

Altınbaş Mücevherat Grup Başkanı Atilla Keskin

Kredi kartları kuyumculuk sektörüne olumlu etki sağlıyor

Her sektörde olduğu gibi kuyumculuk sektöründe de kredi kartlarının ödeme kolaylığı ile satışa olumlu bir etki sağlanıyor. Kredi kartı ve taksit imkanları ile tüketiciler Altınbaş mücevherlerinin de sahibi olabiliyorlar. Bu durum mücevheri ulaşılması güç bir ürün olmaktan çıkartıyor. Bankaların sağladığı çeşitli avantajlar ile birlikte herkes rahatlıkla mücevher sahibi olabiliyor. Altınbaş olarak biz de satışlarımızda kredi kartı ile ödeme alıyoruz. Kredi kartının özellikle perakende ticaretinde kullanımı ticari faaliyetleri canlandırıyor. Kredi kartının tüketiciye ödeme kolaylığı sağlaması ile satışlar artıyor, sektörde de hareketlenme yaşanıyor. Ayrıca kredi kartı internet üzerinden ticaretin yaygınlaşmasına da katkı sağlıyor. Sektörde birçok markada olduğu gibi bizim de Altınbaş olarak internet üzerinden satış kanalımız mevcut. Bu kanal üzerinden kredi kartı ile tüm Türkiye'ye satış yapabiliyoruz. Bu durum satış hacmimizi de artırıyor. Ayrıca en önemli fayda altın fiyatlarının yükselmesinden müşterilerimiz etkilenmiyor ve o günkü alım yaptıkları fiyat sabitlenerek taksitlere bölünüyor. 12 ay sonra da sabit fiyattan ödüyorlar.

Altınbaş mağazalarında kredi kartı kullanımı nakit işlemlere oranla daha yüksek. Yapılan işlemlerin yaklaşık yüzde 65'i kredi kartı ile yapılıyor. Dolayısıyla kredi kartı kullanımı tüketici tarafından da tercih ediliyor. Kredi kartı ile 12 taksit ve 2 ay erteleme imkanları sunuyoruz. Bankaların da alışverişlerde artı taksit veya puan gibi avantajları oluyor.



“Altınbaş mağazalarında kredi kartı kullanımı nakit işlemlere oranla daha yüksek.”



Taksit avantajı cazibesini koruyor

Kredi kartları her ne kadar tüketiciye birçok avantaj sunsa da kullanıcılara göre en önemli özelliği hâlâ taksit seçeneği...



Gelişimi ile tüm dünyada dikkat çeken Türkiye Bankacılık Sektörünün kredi kartı kullanıcılarına sunduğu vazgeçilmez avantaj yine taksit. Zira Türkiye’de kredi kartı kullanımı ve kredi kartlarının sunduğu olanaklar her ne kadar günden güne artsa da tüketiciye göre en gözde avantaj hâlâ taksit imkanı. Türk halkı ihtiyaçlarına ertelemeyen sahip olabileceği kredi kartıyla taksitli alışveriş avantajını benimserken taksit imkanı alışverişlerde kredi kartının tercih edilmesinde en önemli neden olmaya devam ediyor. BKM’nin bu yılki araştırması da taksit avantajının tüketici tarafından en fazla ilgi çeken özellik olduğunu ortaya koyuyor.

EN SIK KULLANILAN KREDİ KARTININ BEĞENİLEN ÖZELLİKLERİ

	%	2010 (%)	2011 (%)	Değişim
Daha çok noktada taksit olanağı sunması	52	55	52	▼
Puan toplanabilmesi	25	14	25	▲
Her yerde kullanılabilmesi	17	15	17	▲
Nakit para olmadığında kullanılabilmesi	17	9	17	▲
Yaygın şube ağı	10	4	10	▲
Kampanya / promosyonların olması	8	7	8	▲
Ödeme kolaylığı olması	7	10	7	▼
Alışverişlerde indirim olması	7	10	7	▼
Faiz oranlarının düşük olması	5	6	5	▼
Bankanın güvenilir olması	5	5	5	▶
Müşteri memnuniyetine önem verilmesi	5	2	5	▲
Nakit çekme faiz oranının düşük olması	4	2	4	▲
Limitinin yeterli/yüksek olması	4	3	4	▲
Taksit erteleme	3	-	3	▲
Kart aidatının olmaması	3	-	3	▲
İnternet bankacılığı/otomatik ödeme rahatlığı	3	2	3	▲
Nakit çekimlerde taksit yapması	2	-	2	▲
Çalışılan banka olması	2	1	2	▲

Baz: 1.000; Toplam örnek

Kredi kartlarının tüketiciye sunduğu faydalar günden güne artıyor. Tüketicinin harcadıkça kazanması, nakit para gereksinimini ortadan kaldırması, asistanlık hizmetleri sunması gibi birçok avantajı kullanıcıya sunan kredi kartlarının vazgeçilemeyen ve seçiminde en büyük rolü oynayan avantajı ise taksit seçeneği olarak karşımıza çıkıyor. Nitekim son yıllarda yapılan bütün araştırmalarda olduğu gibi BKM’nin 2011 yılında gerçekleştirdiği araştırmada da

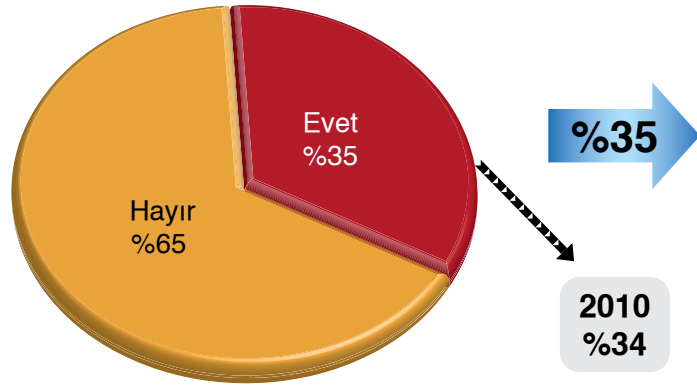
kredi kartlarının en beğenilen özelliğinin yüzde 52’lik bir oranla “Daha çok noktada taksit olanağı” sunması olarak gözüküyor. BKM’nin Kart Monitör Araştırması’na göre ikinci sırada ise yüzde 25’lik bir oranla “Puan toplanabilmesi” özelliği yer alıyor. Tercihe etki eden diğer özellikler ise yüzde 17 ile “Her yerde kullanılabilmesi”, yine yüzde 17 ile “Nakit para olmadığında kullanılabilmesi” ve yüzde 10’luk bir oranla “Yaygın şube ağı” olarak sıralanıyor.

“Türk tüketicisinin kredi kartı seçimini en fazla taksit seçeneği etkiliyor.”



KREDİ KARTININ TAKSİTLENDİRME ÖZELLİĞİNİN ÖNEMİ

“Kredi kartı ile taksit olanağı olmasaydı alamazdım” dediğiniz bir alışverişiniz oldu mu?



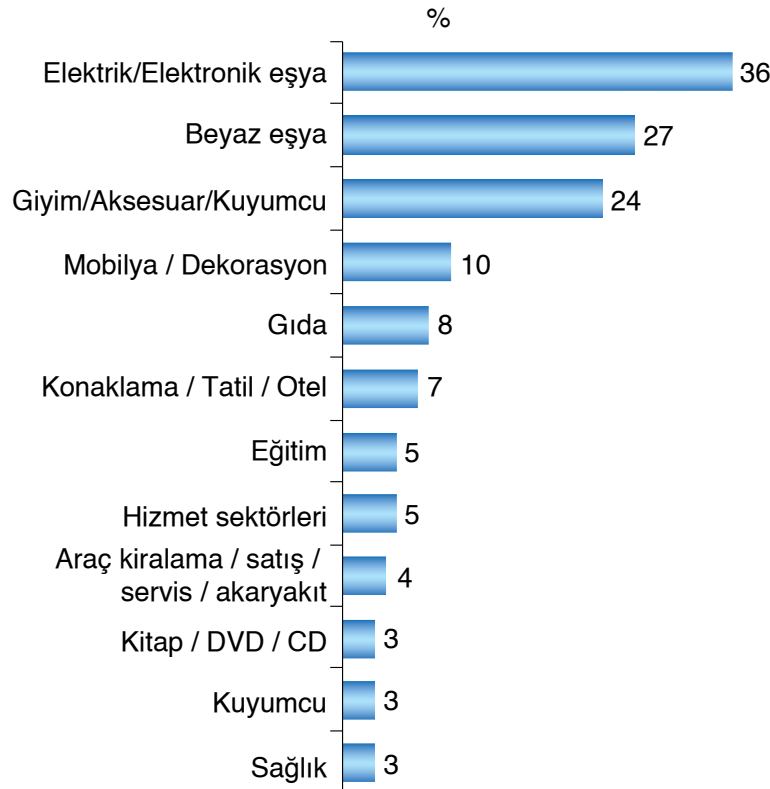
Baz: 1.000; Toplam örnek

Taksit olanağı olmasa elektronik eşya alamam!

BKM'nin Kart Monitör Araştırması'na göre tüketicilere sorulan bir diğer soru da “Kredi kartıyla taksit olanağı olmasaydı ‘alamazdım’ dediğiniz bir alışveriş oldu mu?” oluyor. Kredi kartı kullanıcılarının yüzde 35'inin “Evet” olarak yanıtladığı bu soruya verilen cevap, taksit seçeneğinin tüketici tarafından ne denli önemsendiğini de ortaya koyuyor. Kredi kartının taksit olanağı olmadan alışveriş yapamayacağını söyleyenlerin yüzde 36'sı bahsi geçen ürünün elektrik-elektronik eşya sektörüne ait olduğunu söylüyor. Bunu sırasıyla yüzde 27 ile beyaz eşya, yüzde 24 ile giyim-aksesuar-kuyumcu, yüzde 10 ile de mobilya/dekorasyon sektörleri takip ediyor.



Bu alışverişin yapıldığı sektör



Baz: 355; Taksit olanağı olmasaydı alışveriş yapamayacağını belirtenler

“Taksit olanağı olmasaydı elektronik eşya alamazdım diyenlerin oranı yüzde 36”

Silk & Cashmere CEO Ayşe Zamanpur

Kredi kartı sektörün baş tacı

Kredi kartına yapılan kampanyalar satışların artışına olumlu etki sağlıyor.

Bir ödeme aracı olan kredi kartlarının tüm ticari işlemlere aşırı derecede etkisi bulunuyor. Özellikle ticareti kökleştiren ve kolaylaştıran bir rol üstleniyor. Sağlanan avantajlar müşterilerin bu konudaki harcama potansiyelini maksimum seviyeye çekiyor. Özellikle perakende sektöründe yapılan kampanyalar ile bunu görüyoruz. Sektör olarak gerek bireysel gerekse toplu yapılan kampanya ve duyurular sayesinde müşterilerin harcama ve bilinçlendirilmeleri hız kazandı. Kredi kartları artık mağazalar üzerine kurulu bir düzenin vazgeçilmezi oldu. İnsanlar üzerinde nakit taşımamakta

olup kredi kartı ve avantajlarının çekiciliğinden yararlanıyorlar. Bu yüzden kredi kartları sektörümüzün baş tacıdır. Bulduğumuz sektörün mağazacılık üzerine kurulu olması sebebi ile yapılan alışverişlerin kredi kartlarında taksitle ödeme kolaylığı sağlaması, her alışverişe artı taksitlendirme yapılması ve alışveriş yaptıkça da puan kazandırması müşterilerimizi daha fazla kredi kartı kullanımına yönlendiriyor. Markamızın bazı dönemlerde bankalar ile yapmış olduğu kampanyalar müşterileri daha fazla alışverişe sevk ederken, ikili arasında ayrılmaz bütünlük yaratıyor.

Sektörel daralmaların zaman zaman yaşandığı dönemlerde kredi kartlarında yapılan kampanyaların kullanıma yönelik teşvik edici pozitif etkisini her zaman görüyoruz. Markamızda dönemsel olarak yapılan kredi kartlarındaki özel kampanyalar sayesinde müşterilerimizin ödeme şekillerinde değişiklik gözleniyor. Nakit alımları azalıyor, kredi kartı ile ödemelere öncelik veriliyor. Bizler de markamızda kredi kartı ile yapılan alışverişlerin nakit satışlar ile yapılan alışverişlere oranının daha fazla olduğunu görüyoruz. Kredi kartı kampanyalarının ve hediye çeki uygulamalarının satışlara olumlu etkisi olduğunu gözlemliyoruz.



Sarar Yönetim Kurulu Başkanı Cemalettin Sarar

Kart kullanımında ileri seviyedeyiz

Birçok müşterimiz kredi kartını ekstre ve dökümler yoluyla bütçe otokontrolü sağlamak için kullanabilmektedir.

Perakende hazır giyim sektöründe yurt genelinde 500 mağaza ve satış noktası ile faaliyet gösteriyoruz. Sarar olarak biz de satışlarımızın büyük kısmını kredi kartı ile tahsil ediyoruz. Ülkemiz kredi kartı kullanımında birçok gelişmiş ülkeden daha ileri bir seviyededir. Giyim sektörü ise gıda sektöründen sonra toplam kredi kartı cirosundan en büyük payı alan sektördür. Kredi kartları, taksitlendirme yoluyla tüketicilere alışveriş tutarlarını zamana

yayabilme özgürlüğü ve bu sayede alışveriş imkânı yaratarak modayı takip etme şansı sağlıyor. Birçok müşterimiz de kredi kartını ekstre ve dökümler yoluyla bütçe otokontrolü sağlamak için kullanabilmektedir. Kredi kartı kullanımı sayesinde tüketiciler, ihtiyaçlarını ertelemeden her türlü mal ve hizmet satıcısı için gelir ve karlılık sağlamaktadır. Perakende hazır giyim pazarında kredi kartı kullanım oranı yüzde 80'leri buluyor. Bizde bu oran yüzde 70 seviyelerinde gerçekleşiyor.



Özel günler rekor kırdırıyor

Bayramlar, Sevgililer ve Anneler Günü gibi özel günlerde kredi kartı kullanımı zirve yapıyor. 2011 yılında da bu gelenek değişmedi ve tüketici özel günlerde tercihini kredi kartından yana kullanarak tüm zamanların işlem adedi rekorunu kırdı.

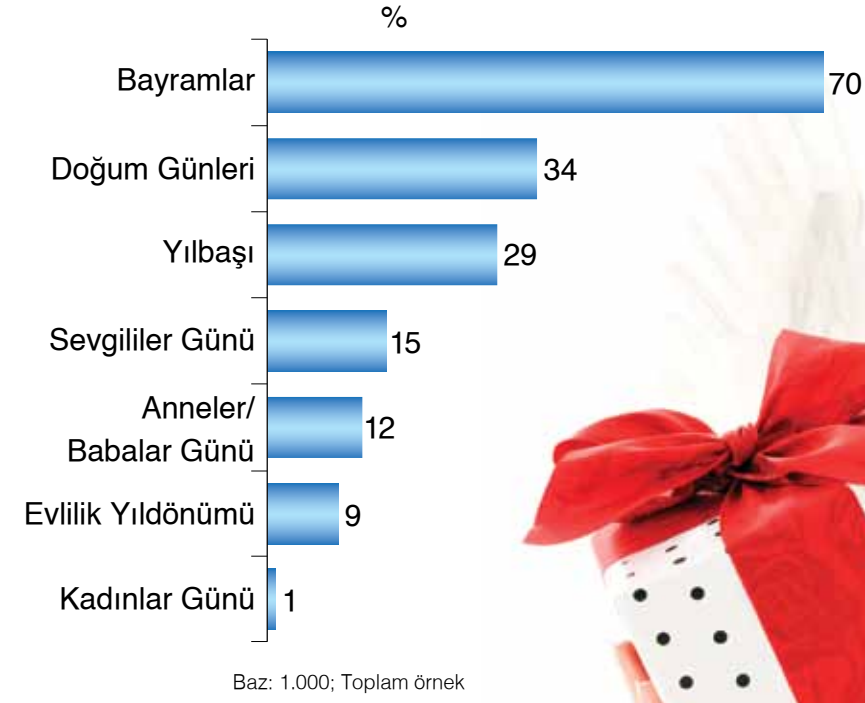


Hepimizin bildiği gibi özel günlerde harcamalarda gözle görülür artışlar yaşanır. Bayramlar, Sevgililer Günü, Anneler Günü, Babalar Günü ya da yılbaşı bunlardan bazıları. İşte bu günlerde tüketiciler kredi kartlarını yoğun bir şekilde kullanır. Bu yıl da benzer tablolarla karşılaştık. Zira Bankalararası Kart Merkezi'nin (BKM) Şeker Bayramı süresince kredi kartlarından yapılan harcamaları yayınladığı veriler de bu durumu gözler önüne seriyor. BKM verilerine göre, Arife Günü'nden önceki haftasonu da dahil olmak

üzere, Şeker Bayramı'na denk gelen 27 Ağustos-4 Eylül 2011 tarihleri arasında, banka ve kredi kartlarıyla 2 milyar 587 milyon TL tutarında harcama gerçekleşti. Arife Günü'ne denk gelen 29 Ağustos Pazartesi günü, banka ve kredi kartlarıyla ortalama 4 milyon 500 bin olan günlük işlem adedi, yüzde 45 artarak 6 milyon 500 bin adet üzerinde işlem olarak gerçekleştirildi. Bu işlem adedi ile Arife Günü'nde tüm zamanların rekoru kırılmış oldu. Peki, tüm özel günlere baktığımızda harcamalar en fazla hangi dönemlerde artıyor? Cevabı grafiğimizde...

ÖZEL GÜN HARCAMALARI

Harcamaların Arttığı Özel Günler



18-24 yaş grubundakilerin yüzde 24'ü Sevgililer Günü'nde harcamalarının arttığını belirtirken, A.S.E.S. grubundakilerin yüzde 45'i yılbaşında ve yüzde 46'sı doğum günlerinde harcama miktarının arttığını belirtmiştir.

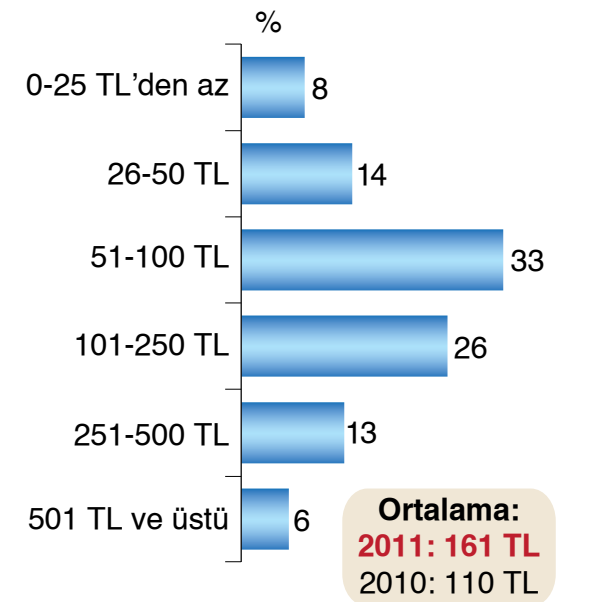


Özel Gün Hediye İçin Ayrılan Bütçe

Özel günlerde kredi kartı harcamaları artıyor

BKM'nin Kart Monitör Araştırması'na göre tüketicilerin harcamalarının en fazla arttığı dönem yüzde 70'lik bir oranla bayramlar oluyor. Bayramları sırasıyla doğum günleri, yılbaşı, Sevgililer Günü, Anneler-Babalar Günü ve evlilik yıldönümleri takip ediyor. Araştırmadan çıkan bir diğer sonuç ise 18-24 yaş grubundakilerin yüzde 24'ü Sevgililer Günü'nde harcamalarının arttığını belirtirken A.S.E.S. grubundakilerin yüzde 45'i yılbaşında ve yüzde 46'sı doğum günlerinde harcama miktarının arttığını belirtiyor. Ayrıca araştırmada özel gün hediyeleri için ayrılan bütçenin ortalaması 2010 yılında 110 TL olarak görülürken bu rakam 2011 yılında 161 TL'yi buluyor.

“Kredi kartı ile harcamaların en fazla arttığı dönem bayramlar”



Ortalama:
2011: 161 TL
2010: 110 TL



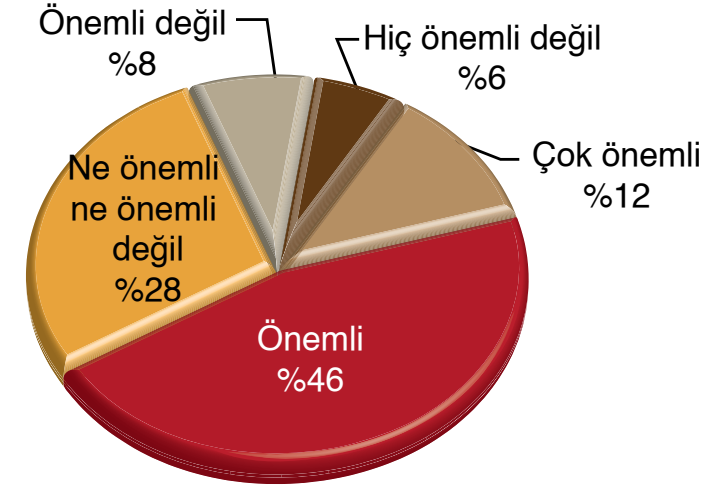
Cüzdanda nakit paranın yerini kartlar alıyor

Araştırmamız gösteriyor ki Türk halkının büyük bir kesimi kredi kartının “Nakit kullanma ihtiyacını azaltması” özelliğini önemsiyor. Araştırmada bu özelliği takip eden bir diğer özellik ise “Hem peşin hem de taksitle ödeme olanağı sunması” olarak karşımıza çıkıyor.



BKM’nin Kart Monitör Araştırması’nda en kritik göstergelerden biri de şüphesiz kredi kartının tüketici için önemini gösteren veriler. Her geçen gün kredi kartlarının öneminin arttığı günümüz ekonomisinde kullanıcılar, harcamalarını takip edebildiği ve kontrol altına alabildiği için alışverişlerinde kredi kartlarını kullanmayı tercih ediyorlar. Peki, kredi kartını tercih eden tüketicilere göre kredi kartlarının önemi neler ya da tüketicilerin ne kadarı kredi kartını önemsiyor?

KREDİ KARTLARININ TÜKETİCİ İÇİN ÖNEMİ



Baz: 1.000; Toplam örnek

Çok önemli +
Önemli
%58

“Tüketicilere göre kredi kartının en önemli özelliği yüzde 62’lik oran ile kredi kartının nakit kullanma ihtiyacını azaltması”



Baz: 580; Kredi kartlarının tüketici için önemli olduğunu düşünenler



Tüketicinin yüzde 58’i kredi kartını önemsiyor

Türkiye’de görülen o ki tüketicilerin büyük bir kısmı kredi kartlarını önemsiyor. Zira BKM’nin Kart Monitör Araştırması’na göre tüketicilerin yüzde 58’i kredi kartlarını önemsediklerini belirtiyor. Peki kredi kartlarının en çok hangi özellikleri tüketici nezdinde önem taşıyor? Araştırmaya göre yüzde 62 ile ilk sırada kredi kartının nakit kullanma ihtiyacını azaltması yer alıyor. Bunu yüzde 40 ile kredi kartının hem peşin hem de taksitle ödeme olanağı sunması takip ediyor. Tüketicinin önemsendiği diğer özellikler ise şöyle sıralanıyor: Yüzde 29 kaybetme ve çalıntı riskini ortadan kaldırması ve yüzde 24 dünyanın her yerinde alışveriş ve nakit çekme olanağı sunması...

Fiyat avantajı sağlayan kampanyalar

Sektörle bankalar arasında kurulan güçlü işbirlikleri ile Türkiye'deki çalışmalarımız olgunluk seviyesine ulaştı diyebiliriz. Şimdi amacımız bu güçlü işbirlikteliğini yurt dışına taşımak.

Geçtiğimiz yıllarda bankalar ve hazır giyim perakendecileri hem karşılıklı ihtiyaçlarını hem de müşterileri anlamak için farklı kampanya formatları denediler. Bu çalışmalar artık meyvelerini verdi. Sektörle bankalar arasında kurulan güçlü işbirlikleri ile Türkiye'deki çalışmalarımız olgunluk seviyesine ulaştı diyebiliriz. Şimdi amacımız bu güçlü işbirlikteliğini yurt dışına taşımak. Hazır giyim perakende sektöründe kredi kartı kullanımının avantajlarını üç ana başlık altında toplayabiliriz. Bunlardan birincisi satış kolaylaştırıcı etkenlerdir. Kredi kartları, son ödeme tarihine kadar faizsiz kredi veya vadelenendirme sayesinde rotatif kredi sağlayarak bireysel müşterilerin finansal sıkışıklık yaşadıkları dönemlerde hayat standartlarını korumalarına yardımcı olur ve ihtiyaçlarını ertelemekten satın almalarını sağlar. Bu anlamda tüketiciler için kredi kartının taksitlendirme imkanı oldukça önemlidir. Özellikle bayram dönemleri, okul öncesi hazırlık dönemleri gibi tüketicilerimizin tüm gider kalemlerinin arttığı dönemlerde gerek bankaların genel kampanya uygulamaları, gerekse LC Waikiki özelinde gerçekleştirdiğimiz banka kampanyaları sayesinde tüketicilere kolaylık sağlanıyor. Kredi kartlarının sağladığı ikinci önemli avantaj kayıt dışı ekonomi ile ilgilidir. Kredi kartı ve banka kartlarının kullanımı firmaların satış belgesi düzenlemesini zorunlu kılıyor. Dolayısıyla kredi kartları ve banka kartları mali sistemde bir oto kontrol aracı olarak konumlanıyor. Bu özelliği sayesinde kredi kartlarının kullanımının artması markaları koruyarak bulunduğumuz sektöre avantaj sağlıyor. Kredi kartlarının hazır giyim perakendeciliği sektörüne sağladığı üçüncü önemli avantaj ise satış artırıcı etkisi... Hazır giyim perakende sektöründe son yıllarda gerçekleşen kampanyalar satış ve müşteri sadakati yaratmakta etkin rol oynuyor. Kampanya duyurularımızda kendi iletişim kanallarımızın yanı sıra kampanya ortağımız olan bankanın da iç duyurum kanallarını kullanıyoruz. Böylece kredi kartları gerek pazarlama faaliyetleri, gerekse tüketiciye ulaşma konusunda kendi alanındaki tüm enstrümanlar ile her daim canlı bir alan olma özelliğine sahip oluyor. Tüm bu aktiviteler tüketiciyi yeniliklerden haberdar etmek ve bilinçlendirmek açısından da oldukça önemli.



LC Waikiki olarak düzenli bir şekilde müşteri beklenti ve kart kullanım alışkanlıklarını takip ediyoruz ve beklentiye cevap verecek kampanyaları uygulamaya alıyoruz. Tüketici beklentileri değiştikçe biz de kendimizi bu beklentilere adapte ediyoruz. Yakın dönemde gözlemlediğimiz önemli değişikliklerden biri tüketicinin artık uzun vadeli taksitler yerine kısa vadeli taksitlere dönüyor olması. Müşterilerimizin nabzını başarılı bir şekilde tutarak kredi kartı ve nakit ödemelerin dengesini koruyoruz. Bu sayede banka ve kredi kartları LC Waikiki alışverişlerinde tercih edilen bir alışveriş aracı haline geliyor. Önceki dönemlerde hazır giyim ve perakende sektöründe 12 taksiti vurguladığımız kampanyalarımız vardı ve bu kampanyalar bir ay ya da 45 gün gibi kısa dönemlerle uygulamaya alınıyordu. Artık sektör olarak, daha uzun süreli kampanyaları tercih ederken müşteri beklentilerini de göz önüne alarak taksit sayısını azaltan ve fiyat avantajı sağlayan kampanyalar uyguluyoruz. Banka ve üye işyerleri arasındaki işbirliğinde, üye işyerinin de kampanya ortağı olan bankaya sağladığı önemli avantajlar var. Kampanya ortağımız olan bankaların kampanya dönemindeki LC Waikiki kredi kartı ciro paylarında yüzde 40'lara varan artışlar söz konusu. Bu artış oranları müşterilerimizin kampanyaları ne kadar yakından takip ettikleri ve kampanyalara ne kadar fazla ilgi gösterdikleri konusunda önemli bir gösterge... Bu noktada yapılan kampanyaların kart kullanıcılarının değişen alışveriş alışkanlıklarına göre tasarlanması hem müşteri, hem perakendeci hem de banka açısından verimlilik sağlıyor.

“Düzenli bir şekilde müşteri beklenti ve kart kullanım alışkanlıklarını takip ediyoruz.”



Gazi Üniversitesi Öğretim Üyeleri tarafından yapılan araştırma da ortaya koymuştur ki, kredi kartları istihdam artışında önemli bir role sahiptir. 2008-2009 yılları arasında krize rağmen istihdamdaki 101.000 kişilik artışın yaklaşık 8.500'ü nakit yerine kredi kartı kullanımı sonucudur.*

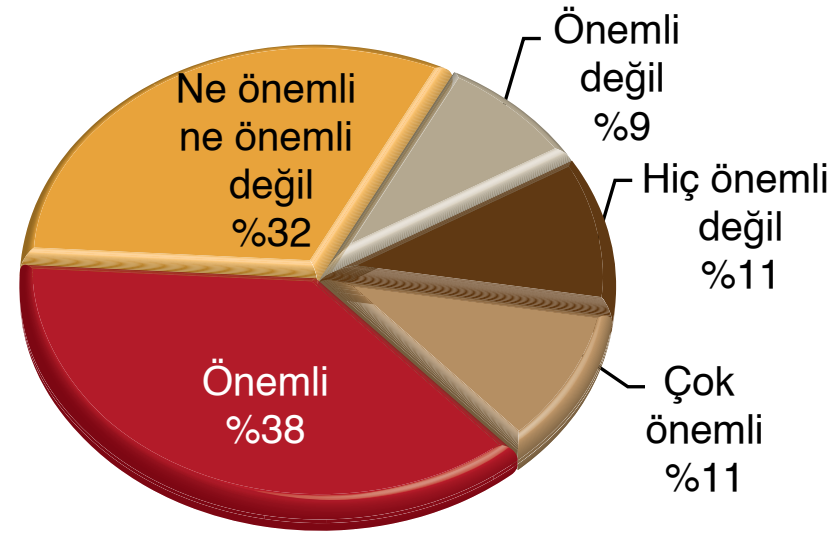
KREDİ KARTI
BİLİNCİ KULLANDIĞINDA
HAYATA
DEĞER KATAR

* 2010'da yayınlanan Kartlı Ödeme Sistemleri Ekonomik Katkıları Raporu ve 2008 Krizinde Kartlı Ödeme Sistemlerinin Olumlu Etkileri Gazi Üniversitesi Maliye - Vergi Hukuku Uygulama ve Araştırma Merkezi Yayını Prof. Dr. Şükrü Kızılot, Prof. Dr. Cem Kılıç, Doç. Dr. İbrahim Tokatlıoğlu Raporun tamamını kartbilinci.com'dan detaylıca inceleyebilir veya indirebilirsiniz.

KREDİ KARTLARININ ÜLKE EKONOMİSİ İÇİN ÖNEMİ

Tüketici kredi kartı kullanımının ülke ekonomisine katkısının farkında

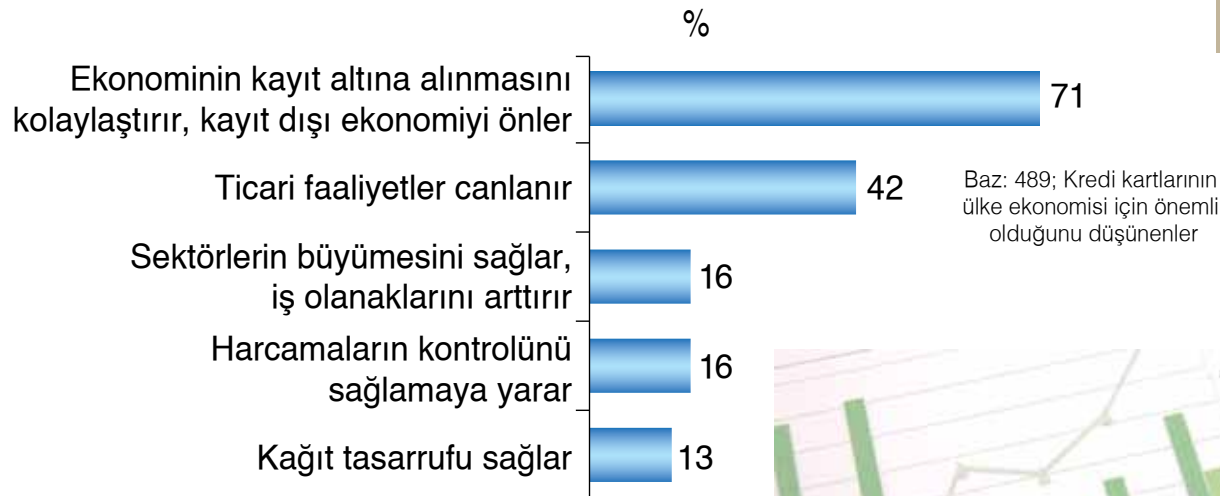
Kredi kartları tüketiciye sunduğu avantajların yanı sıra ülke ekonomisine de pek çok katkıda bulunuyor. Şüphesiz bunlardan en önemlisi kayıt dışı ekonomiyi engellemesi. Peki tüketici kredi kartlarının ülke ekonomisi için önemli olduğunun farkında mı? BKM'nin Kart Monitör Araştırması verilerine göre bu sorunun yanıtı evet. Zira bireylerin yüzde 49 gibi büyük bir kısmı kredi kartlarının ülke ekonomisi için önemli olduğunu düşünüyor. Kredi kartının ülke ekonomisi için neden önemli olduğunu sordüğümüzda ise önemli olduğunu düşünen bireylerin yüzde 71'i bu soruya "Ekonominin kayıt altına alınmasını kolaylaştırır" şeklinde yanıt veriyor. Bu oranı yüzde 42 ile "Ticari faaliyetler canlanır" özelliği takip ediyor. "Sektörlerin büyümesini sağlar" yüzde 16, "Harcamaların kontrolünü sağlar" yüzde 16, "Kağıt tasarrufu sağlar" diyenlerin oranı ise yüzde 13 olarak şekilleniyor.



Baz: 1.000; Toplam örnek

**Çok önemli +
Önemli**

%49



Baz: 489; Kredi kartlarının ülke ekonomisi için önemli olduğunu düşünenler

“Bireylerin yüzde 49’u kredi kartlarının ülke ekonomisi için önemli olduğunu düşünüyor.”



Markafoni Kurucu Ortağı ve CFO’su Ahmet Emre Sarı

Kriz dönemlerindeki talebi canlandırıyor



E-ticaretin hızla büyümesinde büyük pay sahibi olan kredi kartı, diğer seçeneklere göre daha güvenli ve pratik olmasıyla hem kullanıcılar hem de site sahipleri için büyük avantaj sağlıyor.

Bir ülkenin kredi kartı penetrasyonu, e-ticareti doğrudan etkiliyor. 50 milyondan fazla kredi kartıyla Türkiye’nin kredi kartı penetrasyonu yüzde 60 civarlarında seyrediyor. Türkiye’de kredi kartı penetrasyonunun bu kadar yüksek olması, e-ticaretin hızla büyümesini tetikliyor. E-ticaretin hızla büyümesinde büyük pay sahibi olan kredi kartı, diğer seçeneklere göre daha güvenli ve pratik olmasıyla hem kullanıcılar hem de site sahipleri için büyük avantaj sağlıyor.

Markafoni’de aylık 500 bin civarında ürün satılıyor ve kredi kartı gibi pratik ve güvenli bir araç olmaksızın bu miktarda bir sipariş ödemesini yönetmek oldukça zor olurdu. Türkiye’deki yeşil browser’a sahip sayılı sitelerden biri olarak Markafoni, üyelerine maksimum güvenli alışveriş sunuyor. Şu an Türkiye’de bankalarla birlikte sadece birkaç alışveriş sitesinde olan yeşil browser yapılan sıkı denetimlerden sonra sadece çok güvenli sitelere veriliyor. Genel olarak piyasa şartlarında

değerlendirdiğimizde; kredi kartlı harcamalar, tüketimin ertelenmesini engelleyerek, kriz dönemlerindeki talebi canlandırmış, müşteri hareketliliğini devam ettirmiştir. AVM içindeki mağazalarımızın tamamında birden fazla sayıda bulunan Pos makinaları, müşterinin beklentilerini karşılayarak vade farksız taksit olanaklarıyla müşteriye özel kolaylıklar sunuyorlar. Mağazalarımızın ticari faaliyetlerinde ciddi bir artış yaratıyor.

sahibinden.com Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Emre Erşahin

Kredi kartı en önemli ödeme aracı

E-ticaretin Türkiye’de son yıllarda büyümesinin altında yatan en önemli sebepleri arasında kredi kartı penetrasyonunun artmasını ve kredi kartının bir ödeme aracı olarak çok sık kullanılmasını göstermek yanlış olmaz.

Türkiye, Avrupa’da İngiltere’den sonra en fazla kredi kartı kullanıcısının bulunduğu ülke konumunda bulunuyor. Özellikle son 10 yılda kredi kartı kullanımının artmasıyla birlikte Türkiye’de e-ticaret alanında önemli gelişmeler yaşandı. Bu anlamda e-ticaretin Türkiye’de son yıllarda büyümesinin altında yatan en önemli sebepleri arasında kredi kartı penetrasyonunun artmasını ve kredi kartının bir ödeme aracı olarak çok sık kullanılmasını göstermek

yanlış olmaz. Bu anlamda Bankalararası Kart Merkezi’nin verileri ışığında e-ticaretin 2007’den 2010’a yüzde 325 büyüme gerçekleştirdiğini görüyoruz. Ayrıca 2011’in ilk dokuz aylık döneminde yerli ve yabancı kredi kartı ile farklı e-ticaret sitelerinden yapılan harcamaların cirosu, geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre yüzde 52 oranında artarak 16 milyar 971 milyon 250 bin liraya ulaştı. Aynı dönemde gerçekleşen işlem adedi ise geçtiğimiz yılın aynı dönemine

oranla yüzde 37 artarak 91 milyon 735 bin 485 adedi buldu. sahibinden.com olarak, kredi kartının en önemli ödeme aracı olduğunu söyleyebiliriz. Bu anlamda, biraz önce de söylediğimiz gibi, kredi kartı kullanma alışkanlıklarının e-ticaret sektörünün büyümesinde önemli bir etken olduğunu düşünüyoruz. Tüm bunların yanında kredi kartının taksit imkânı, dönemsel kampanyalar gibi avantajları nedeniyle müşterilerimiz için büyük önem taşıdığını da ekleyebiliriz.



BURÇLARIN ÖDEME ALIŞKANLIKLARI VE ŞİFRE YÖNETİMİ

OĞLAK BURCU

Genel olarak ekstre kontrol etme konusunda hassas davranan oğlak burcundakilerin %91'i her zaman ve çoğunlukla hesap özetlerini kontrol ettiğini belirtiyor (genel ort.-%87). Sadece yüzde 62'si her ay ekstrelerindeki tutarın tamamını ödediğini belirtirken yüzde 67 olan ortalama oranın altında kalırlar. Şifre paylaşımı hususunda dikkatli davranan oğlakların %68'i şifresini kimseyle paylaşmadığını belirtiyor (%65).

KOVA BURCU

Kovaların %75'i alışverişlerinde kredi kartını tercih ederken, yalnızca %22'si nakit kullanmayı tercih ediyor. Ayrıca %61'i şifresini kimseyle paylaşmazken, %37'si en yakın çevresiyle şifresini paylaştığını belirtiyor. Ekstre yönetimi konusunda oldukça dikkatli davranan kovaların %94'ü ekstresini her zaman veya çoğunlukla kontrol ediyor (genel ort.-%87).

BALIK BURCU

Balıkların %75'i ekstresini her zaman veya çoğunlukla kontrol eder ki, bu oran tüm burçlar içindeki en düşük oran (genel ort.-%87). Balık burcundakilerin %59'u ekstrelerini posta yoluyla, %37'si e-posta yoluyla ve %4'ü SMS yoluyla alıyor. Alışveriş yaparken ödeme yöntemi olarak kredi kartını tercih edenlerin sadece %51 olması bu burcun kredi kartı kullanımında en çekimser davranan burç olduğunu gösteriyor (genel ort.-%62).

KOÇ BURCU

Koçlar genelde %67 olan kredi kartı borcunun tamamını ödeme oranı en düşük (%56) iki burçtan biri. Farklı şifre kullanımında da %36 ile %50 düzeyindeki genel ortalamanın oldukça altında kalan koçların %91'inin ekstrelerini kontrol etme konusunda hassas davrandığı görülüyor (genel ort. - %87). Şifre paylaşımı konusuna gelindiğinde ise dikkatli davranan koçların %70'i şifresini kimseyle paylaşmadığını belirtiyor (genel ort.- %65).

BOĞA BURCU

Her üç boğadan ikisi alışverişlerde en çok kredi kartı kullanmayı tercih ediyor (%66). Finansal konularda oldukça dikkatli davranan boğa burcu, aylık kredi kartı ekstrelerinin tamamını ödeyen oranı en yüksek olan iki burçtan biri olarak yerini alıyor (%76). Şifre gizliliği konusunda boğaların, diğer burçlara göre en hassas burç olduğu görülüyor (%75).

İKİZLER BURCU

Öne çıkan özelliği değişkenlik olan ikizler burcuna mensup kişiler, borcunun tamamını ödeme konusunda (%76) boğa burcuyla zirveyi paylaşıyor. Ailesine ve yakın çevresine çok güvendiğini görülen ikizlerin %40'ı şifresini yakınlarıyla paylaştığını belirtmekte olup bu oran tüm burçlar içindeki en yüksek oran. Her 10 ikizler burcundan 9'u (%89) ekstrelerini her ay düzenli olarak kontrol etmekte, her ikisinden biri (%49) ise kontrol ettiği ekstreyi imha ediyor.

YAY BURCU

Yaylar şifresini başkalarıyla paylaşmama oranının (%68) en yüksek olduğu burçlar arasında yer alıyor (genel ort.-%65). Ekstrelerini kontrol etmede %84'lük oran ile %87'lik genel ortalamanın altında kalıyor.

AKREP BURCU

Tüm kartları için aynı şifre ya da farklı şifre kullanımı sorusuna cevap vermeme oranının %17 ile en yüksek olduğu bu burcun şüpheliğiyle tanındığı biliniyor (genel ort.-%10). Şifre paylaşımı konusunda da dikkatli davranan akreplerin %71'i şifresini kimseyle paylaşmadığını belirtiyor (genel ort.-%65). Aylık kart borcunun tamamını ödemeye (%61) gelince ise ortalamanın altında bir orana sahipler (genel ort.-%67).

TERAZİ BURCU

Terazi burcu %73'lük oran ile ekstrelerini her zaman kontrol etme konusunda en hassas davranan burç olarak %63 olan genel ortalamanın üzerinde. Şifrelerini başkalarıyla paylaşmama konusunda %65'lik oran ile ortalama bir duyarlılık gösteren terazilerin, %70'lik oran ile aylık kredi kartı ekstrelerinin tamamını ödeyerek bu konuda %67 olan genel ortalamanın biraz üzerinde seyrettiği görülüyor.

BAŞAK BURCU

Geleneklere bağlılığıyla tanınan başakların %59'u ekstrelerini posta, %39'u e-posta ve %3'ü SMS yoluyla alıyor. Şifresini en yakın çevresiyle paylaşanların oranı başaklarda (%41) diğer burçlara göre en yüksek orana sahip (genel ort.-%30). Borcunun tamamını ödemeyip kredilendirenlerin oranı ise %45 olup, bu oran tüm burçlar arasında en yüksek oran (genel ort.-%31).

ASLAN BURCU

Aslan burcu, ekstrelerini her zaman veya çoğunlukla kontrol etmekte %81'lik oran ile ortalamanın (%87) altında kalırken; alınan ekstreyi imha etmeye gelince en yüksek orana sahip iki burçtan biri (%51- genel ort.%46). %66'lık oran ile tüm kartlar için farklı şifreye sahip olmada liderlik eden bu burcun duyarlı bir şifre yönetimi sergilediği görülüyor.

YENGEÇ BURCU

Yengeçler ellerine geçen ekstreleri imha etme konusunda (%41) tüm burçlar içinde en düşük orana sahip (genel ort.-%46). Ayrıca bu burca mensup kişilerin %74'ü şifresini kimseyle paylaşmadığını belirtiyor (genel ort.- %65). Aylık ekstrelerinin tamamını ödeme konusunda ise, ortalamanın üzerinde bir orana sahip (%74 – genel ort. %67).

Kredi kartı kullanımı e-ticaretle büyüyor

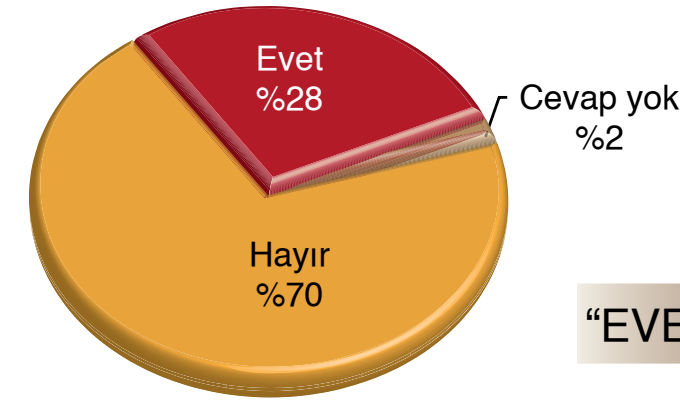
E-ticaret alanına yatırım yapmak son yıllarda popülerliğini koruyor. Özel alışveriş ve fırsat siteleri de bu popülerliğin hakkını hem ciro hem de çıkış olarak yakaladıkları başarıyla veriyor. Zira rakamlara da bakıldığında sektörün koşar adımlarla büyüdüğünü söylemek mümkün. Bu da kredi kartı kullanım oranlarını günden güne artırıyor.

► Türkiye’de yükselen değerlerden biri olan e-ticaret, son birkaç yılda tamamen kabuk değiştirdiği bir döneme girdi. Bundan birkaç yıl öncesine kadar e-ticaret denilince iki elin parmağını geçmeyecek kadar az markadan söz edilirken şimdi sayısı yüzleri bulan e-ticaret siteleri online olarak tüketicilerle buluşuyor ve tüketiciye kredi kartıyla kolay alışveriş imkanı sağlıyor. BKM verilerine göre 2003 yılında 260 milyon TL olan e-ticaret hacmi, 2009 yılına kadar neredeyse her yıl ikiye katlanarak 10 milyar TL’ye kadar geldi. 2010 yılında ise 5 milyar TL’lik bir büyüme ile 15 milyar TL seviyelerine kadar sıçradı. E-ticaret sektörünün bu denli büyümesi demek aslında bir anlamda kredi kartı işlem adedi ve tutarlarının da büyümesi anlamına geliyor. Ciro Aralık 2011 itibarıyla 23 milyar TL’ye ulaşmış durumdadır.

“E-ticaret hacmi Aralık 2011 itibarıyla 23 milyar TL’ye ulaşmış durumda.”



İNTERNET ÜZERİNDEN YA DA TELEFONLA ALIŞVERİŞ



Baz: 1.000; Toplam örnek

İnternet veya telefonla alışveriş yapanların oranı yüksek S.E.S. gruplarından düşük S.E.S. gruplarına gidildikçe azalmaktadır.

**S.E.S. Grupları
“Evet, yapıyorum”:**
A: %66
B: %42
C1: %20
C2: %13

“EVET”

İnternet üzerinden ya da telefonla alışveriş yapanlar ortalama olarak 3 haftada 1 defa alışveriş yapmaktadır.

En çok tercih edilen ödeme yöntemi %94 ile kredi kartıdır.

Baz: 282; İnternet üzerinden veya telefonla alışveriş yapanlar

2011: %28
2010: %13
2009: %13
2007: %11

İnternet üzerinden ya da telefonla alışverişte kredi kartı veya sanal kart ile yapılan ortalama alışveriş miktarı 156 TL’dir.

Baz: 259; İnternet üzerinden veya telefonla alışveriş yapanlarda kredi kartı veya sanal kart kullananlar

İnternet ve telefon ile alışveriş yapanların tercihi kredi kartı

Araştırmamızda tahmin edildiği üzere internet üzerinden yapılan alışverişlerde kredi kartının ön plana çıktığını görüyoruz. Her ne kadar internet veya telefon üzerinden alışveriş yapanların oranı yüzde 28 olarak karşımıza çıksa da bu yöntemle alışveriş yapanların yüzde 94’ü gibi büyük bir oranının kredi kartlarını tercih ettiği görülüyor. İnternet üzerinden ya da telefonla alışverişte kredi kartı veya sanal kart ile yapılan ortalama alışveriş miktarı ise 156 TL’yi buluyor. Diğer yandan ortaya çıkan bir başka sonuç ise internet üzerinden ya da telefonla alışveriş yapanların ortalama olarak 3 haftada 1 defa alışveriş yapıyor olmaları. İnternet ya da telefon aracılığıyla alışveriş yapanların yüzde 66’sını A SES grubu oluştururken, sosyoekonomik grup düştükçe oranın da azaldığı görülüyor.



“İnternet ya da telefon aracılığıyla alışveriş yapanların yüzde 66’sını A SES grubu oluşturuyor.”

İTERNET YA DA TELEFONLA ALIŞVERİŞ YAPILAN SEKTÖRLER

	%	2010 (%)	2011 (%)	Değişim
Yemek Siparişi	60	29	60	▲
Havayolları/Seyahat Acenteleri	56	31	56	▲
Sağlık/Sağlık Ürünleri/Kozmetik	38	15	38	▲
Elektrik/Elektronik Eşya/Bilgisayar	38	49	38	▼
Giyim ve Aksesuarı	21	25	21	▼
Konaklama	16	2	16	▲
Kitap/DVD/CD	11	38	11	▼
Market/Gıda Alışverişi	9	7	9	▲
Mobilya ve Dekorasyon	7	7	7	▶
Doğrudan Pazarlama	5	5	5	▶
Araç Satış/Servis/Yedek Parça	4	2	4	▲
Kuyumcular	2	0	2	▲
Sigortacılık	1	4	1	▼
Araba Kiralama	1	1	1	▶
Yapı Malz./Hırdavat/Nalburiye	0	1	0	▼

Baz: 282; İnternet üzerinden ya da telefonla alışveriş yapanlar

İnternet üzerinden kredi kartıyla alışveriş yapanların gözdesi yemek siparişi!

İnternet ya da telefonla yapılan alışverişin oranı ve hacmi her geçen gün artarken peki tüketiciler bu kanallarda en çok hangi sektörden hangi ürünleri satın alıyor? BKM'nin Kart Monitör Araştırması'na göre internet ve telefonla yapılan alışverişlerde yüzde 60 ile yemek siparişi ilk sırada yer alıyor. Bu sektörü ise yüzde 56'lık bir oranla hava yolları ve seyahat acenteleri izliyor. Diğer sektörler ise şöyle sıralanıyor: Sağlık ürünleri ve kozmetik yüzde 38, elektrik, elektronik eşya ve bilgisayar yüzde 38, giyim ve aksesuar yüzde 21, konaklama yüzde 16, kitap, DVD, CD yüzde 11, market, gıda alışverişi yüzde 9, mobilya ve dekorasyon yüzde 7 ve doğrudan pazarlama yüzde 5 olarak sıralanıyor.



“İnternet ya da telefon üzerinden alışveriş tercihlerinde ilk sırada yemek siparişi bulunuyor.”

Hepsiburada.com Genel Müdürü Aytuğ İğneli

Kredi kartı en sık kullanılan ödeme seçeneği



Bankaların markalarla yaptıkları işbirlikleri ve sundukları avantajların önemi gibi, kredi kartlarının tüketicilere sunduğu ödeme avantajları da tüketiciler için önem taşıyor.

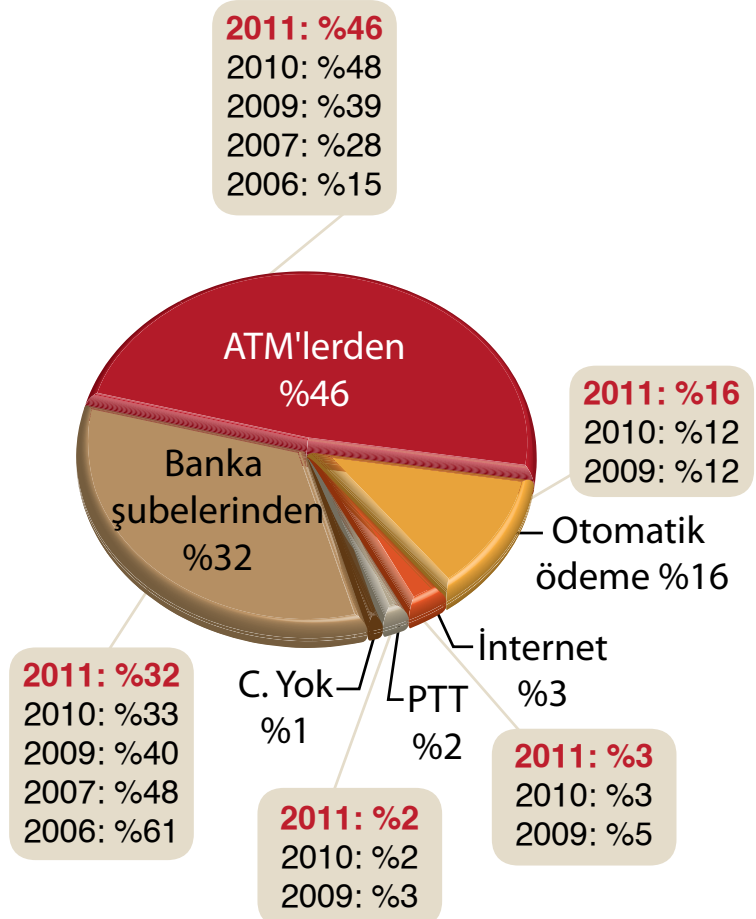
➡ E-ticaret sektörüne ödeme sistemleri bakış açısıyla baktığımızda, değişen ekonomik şartlar ve tüketicinin alışkanlıkları açısından önemli bir ilişki söz konusu. Bu kanallar arasında kredi kartı; kullanım yaygınlığı, kullanıcı alışkanlığı, taksit ve puan biriktirme özelliği ile en sık kullanılan ödeme seçeneklerinin başında yer alıyor. Dolayısıyla kredi kartları sektörel hareketlenmeler ve tüketici alışkanlıkları konusunda etkin rol oynuyor. Yıllar içinde baktığımızda kredi kartı ile ödeme oranı 2003 yılında yüzde 82 iken, bugün bu oran yüzde 93'lere ulaştı. Türk tüketicisi taksit ve ödeme avantajları konusunda oldukça hassas. Dolayısıyla Hepsiburada.com da müşterilerine ödeme avantajları sunmak için bankalarla sürekli olarak işbirliği içinde. Ayrıca bankalarla birlikte gerçekleştirdiğimiz kampanyaların etkisini çok net görebiliyoruz. Ana sayfamızda en çok tıklanan banner'lar arasında, kredi kartlarının sunduğu avantaj kampanyaları her zaman ilk 3 arasında yer alıyor. Bankalar Hepsiburada.com özelinde yaptıkları kampanyalarla kart sahiplerinin sadakatini sağlıyor. Bankaların markalarla yaptıkları işbirlikleri ve sundukları avantajların önemi gibi, kredi kartlarının tüketicilere sunduğu ödeme avantajları da tüketiciler için önem taşıyor. Tüketiciler hangi kredi kartları ile ödeme yapacaklarına, hangi bankanın hizmetlerini

kullanacaklarına, sağlanan diğer avantajlara göre karar veriyor. Bildiğiniz üzere, 2011 yılı BKM verilerine göre, Türkiye'de 50 milyondan fazla kredi kartı ve yaklaşık 2 milyon Pos bulunuyor. Kasım 2011 itibarıyla yerli kredi kartları ile yurtiçi ve yurtdışında toplam 2 milyardan fazla işlem ve 263 milyar liralık işlem hacmi gerçekleştirildi. Aynı dönem yurtiçi ve yurtdışı e-ticaret sitelerinde yerli kredi kartları ile 122 milyon işlemde, 20 milyar liralık harcama yapıldı. Dolayısıyla Hepsiburada.com gibi pazarın büyük kısmına hakim bir şirket olarak işlem hacmi konusunda önemli bir paya sahibiz.

“Kredi kartları sektörel hareketlenmeler ve tüketici alışkanlıkları konusunda etkin rol oynuyor.”

EN SIK KULLANILAN KREDİ KARTININ BORCUNU ÖDEME YÖNTEMLERİ

Teknolojinin gelişmesi ve daha fazla kullanıcının teknolojiyi kullanmasına paralel olarak tüketicinin kredi kartı borcunu ödeme alışkanlıkları da farklılık gösteriyor. Zira geçtiğimiz yıllarda banka şubelerinin kredi kartı borcunun ödenmesi için en fazla tercih edilen adres olduğu gözlemlenirken günümüzde ise banka şubelerinin yerini ATM'lere bıraktığı görülüyor. Borcunu ödemek için şubeyi tercih edenlerin oranı 2006 yılında yüzde 61 iken bu oranın 2011 yılında yüzde 32'ye düşmüş olması dikkat çekiyor. Peki borcunu şubeden ödemekten vazgeçen kitle hangi yöntemi tercih ediyor? Bu noktada da karşımıza ATM'ler çıkıyor. 2006 yılında ATM'leri tercih edenlerin oranı yüzde 15 iken, 2011 yılında bu oranın yüzde 46'ya kadar çıktığını görüyoruz. Diğer ödeme yöntemleri ise yüzde 16 ile otomatik ödeme ve yüzde 3 ile internet olarak karşımıza çıkıyor. Şüphesiz ATM'lerin bu denli yükselişinde teknolojinin olduğu kadar bankaların ATM sayısındaki artışın ve tüketicinin ATM'de işini daha çabuk halledebilme gerçeğini görmesinin de yer tuttuğunu söylemek yanlış olmaz.



“2006’da ATM’leri tercih edenlerin oranı yüzde 15 iken 2011 yılında bu oran yüzde 46’ya kadar çıkıyor.”

Daybuyday.com Genel Müdürü Çiğdem Toraman

Daha yüksek sepet ortalamasıyla alışveriş

Kredi kartı ile alışveriş yapılabiliyor olması taksit seçeneklerinden yararlanılabilmesini beraberinde getiriyor. Böylece üyelerimiz taksit tutarlarına göre daha fazla ürün seçme lüksüne sahip oluyorlar.

➡ E-ticarette kredi kartı, en önemli ödeme şekli. Şu an e-ticaret sitelerinin tamamında kredi kartı ile ödeme yapılabiliyor. Bunun yanı sıra Havale/EFT, kapıda ödeme gibi seçenekler de sunuluyor. Bununla birlikte kapıda ödemenin büyük oranda kredi kartı ile yapıldığını dikkate alacak olursak, kredi kartının sektördeki öneminin ne kadar büyük olduğunu kolaylıkla anlayabiliyoruz. Private shopping sitesi olarak asıl amacımız üyelerimize ihtiyaç duydukları, beğendikleri, almak isteyip çeşitli nedenlerle alamadıkları ürünleri

onlara sunmak. Marka değeri çok yüksek kampanyaları piyasa fiyatının altında satışa sunarak üyelerimize fiyat avantajı sağlıyoruz. Bununla birlikte büyük şehirlerde yaşamayan, alışveriş yapmak isteyip imkanların kısıtlı olması nedeniyle istedikleri markalara ulaşamayan üyelerimize istedikleri markaları, ürünleri ulaştırıyoruz. Bu nedenle sektör büyük bir hızla geliyor. Kredi kartı ile alışveriş yapılabiliyor olması taksit seçeneklerinden yararlanılabilmesini beraberinde getiriyor. Böylece üyelerimiz taksit tutarlarına göre daha fazla ürün seçme lüksüne

sahip oluyorlar. Bunun sektöre ve markamıza avantajı daha yüksek sepet ortalamasıyla alışveriş sağlıyor olması. Daybuyday.com’da şu an sadece kredi kartı ile alışveriş yapılabiliyor. Dolayısıyla diğer ödeme şekilleriyle kıyaslama yapmak doğru olmaz. Ancak kredi kartı ile alışveriş yapan üyelerimiz genellikle taksitle ödeme yapmayı tercih ediyorlar. Sitemizden alışveriş yapan üyelerimizin yüzde 39’u tek çekimle alışveriş yaparken, yüzde 37’si 6 ve daha az taksitle, yüzde 24’ü 6 üzeri taksitle alışveriş yapmayı tercih ediyorlar.



Adidas Finans ve İnsan Kaynakları Direktörü Uğur Melih Özyedierler

Sektörde en çok tercih edilen tahsilat yöntemi



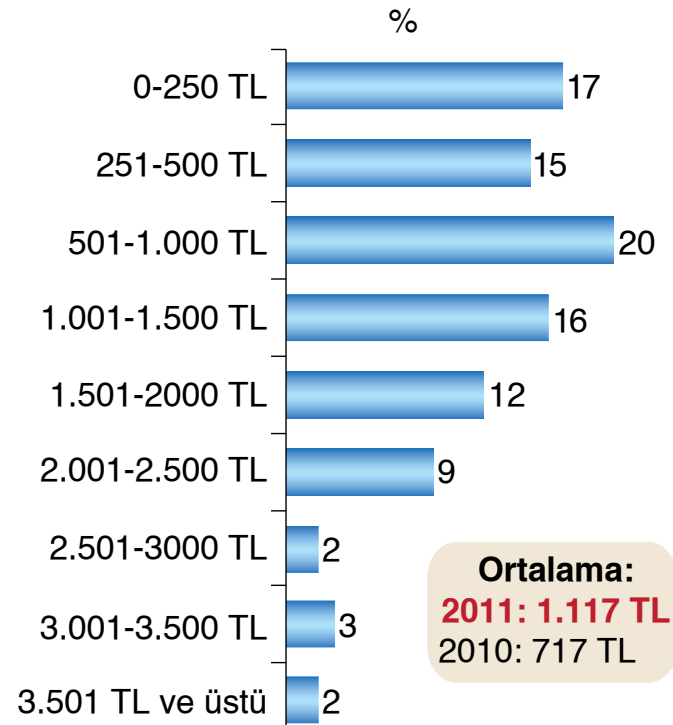
Kredi kartı kullanımı tüketimi hızlandırmasının yanı sıra güvenlik, garanti ve kolaylık anlamında da sektörde en çok tercih edilen tahsilat yöntemi.

➡ İçinde bulunduğumuz sektör moda ve günlük kullanıma hitap ettiğinden dolayı kredi kartı kullanım sıklığı oldukça yüksek. Özellikle büyük şehirlerde tüketicilerin ürüne sahip olmasını kolaylaştıran en önemli faktörün kredi kartları olduğunu belirtebiliriz. Dünya genelindeki uygulamaların aksine Türkiye’de geniş bir yelpazede uygulanan taksitlendirme ve ödül sistemleri, tüketiciyi nakit yerine kredi kartı kullanmaya teşvik ediyor. Kendi mağazalarımızda nakit

sirkülasyonunu düşürmesi ve mevcut raporlama altyapısının da çeşitli istatistik ve kontrol analizlerine elvermesi açısından, kredi kartı bizim için önemli bir tahsilat aracı. Bugün mağaza satışlarımızın yüzde 70’i gibi önemli bir bölümünü kredi kartları üzerinden gerçekleştiriyoruz. Kredi kartı kullanımı tüketimi hızlandırmasının yanı sıra güvenlik, garanti ve kolaylık anlamında da sektörde en çok tercih edilen tahsilat yöntemi olduğunu söyleyebiliriz.

YAZ TATİLİ HARCAMALARI

Yaz Tatili Harcama Tutarı



Ortalama:
2011: 1.117 TL
2010: 717 TL

Baz: 1.000; Toplam örnek

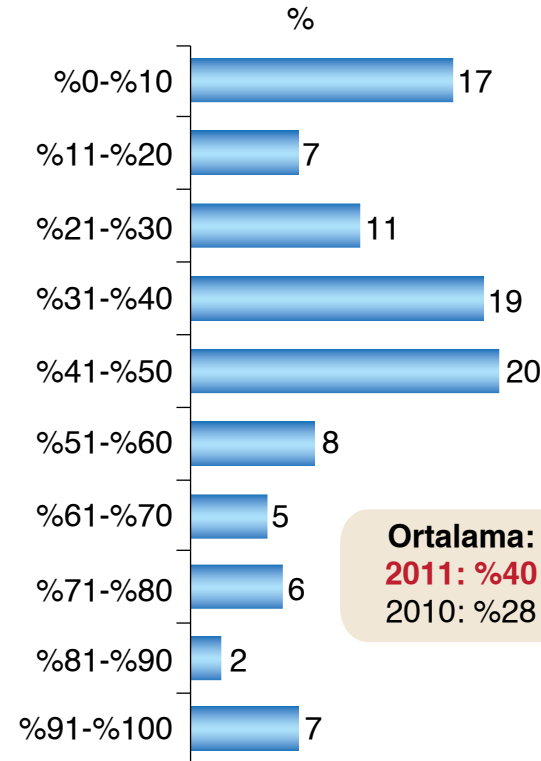
Yaz tatilinde ortalama harcama 1.117 TL

Kredi kartları özellikle yaz tatili dönemlerinde yoğun olarak kullanılıyor. Erken rezervasyon döneminde tüketicilere indirim imkanı sunuluyor. Günümüzde hemen her otel ya da tur operatörü tüketicilerin ödemelerini kredi kartıyla yapmasına olanak tanıyor. Hal böyle olunca da yaz tatili harcamalarının büyük bir kısmı kredi kartıyla gerçekleşiyor. Nitekim araştırmamıza göre tüketiciler yaz tatili harcamalarının ortalama yüzde 40'ını kredi kartıyla yapıyor. Tüketiciler yaz tatili döneminde ortalama 1.117 TL'lik harcama gerçekleştirirken kredi kartı kullanıcılarının yüzde 44'ünün gerçekleştirdiği harcamalar 1.000 TL'nin üzerinde.

“Tüketiciler yaz tatili harcamalarının ortalama yüzde 40'ını kredi kartıyla yapıyor.”



Harcamanın Kredi Kartı ile Ödenme Oranı



Ortalama:
2011: %40
2010: %28

Baz: 1.000; Toplam örnek

Prontotour Satış ve Pazarlama Müdürü Sarp Özkar

En çok tercih edilen taksit sayıları 6 veya 12

Özellikle son yıllarda bankalarının kart sahiplerine uçuş mili sağlayarak, bedava uçak bileti kazandırması içinde bulunduğumuz sektöre ciddi katkılar yapıyor diyebiliriz.

➡ Kredi kartları turizm sektörünün vazgeçilmez bir pazarlama aracı. Eskiden her şey nakit olarak satılırken, bugün erteleme kampanyalarının yanı sıra, 12 aya varan peşin fiyatına taksit imkanları sunulması, misafirlerin aylık 50 TL'den başlayan fiyatlarla yurtdışına gidebilmesi anlamını taşıyor. Kredi kartının sağlamış olduğu avantajlar gerçekten çok fazla. Taksit miktarlarının peşin fiyatına 12'ye varması, 3-4 aya varan öteleme kampanyaları, aylık 50 TL'den başlayan küçük ödemelerle yurtdışı turlarını imkan dahiline aldığından eskiden A ve

B Plus müşteri segmenti yurtdışı turlarına katılırken, kredi kartının verdiği bu rahatlıklarla artık B negatif ve C Plus gelir seviyesine sahip müşteri segmenti bile turlarımıza rahatlıkla katılmaya başladı. Kredi kartlarının önemli artlarından biri de yurtdışında 100 USD ve üzeri harcamalara 3 taksit imkanı sunuyorum olması. Böylelikle turlar alışveriş yapmayı düşünen kitlenin de ilgisini çekiyor. Özellikle son yıllarda bankaların kart sahiplerine uçuş mili sağlayarak, bedava uçak bileti kazandırması içinde bulunduğumuz sektöre ciddi

katkılar yapıyor diyebiliriz. Örneğin sadece uçuş milleri kullanarak alınan uçak biletlerine özel, yurtdışında 40 ülke üzerinde Türkçe rehberlik, otel ve transfer paketinden oluşan Cebinde Milin, Dünya Senin sloganı ile kişinin taleplerine özel seyahat imkanları sunuyoruz. Tur satışlarımızda ağırlık kredi kartları üzerine. Genel ciromuzun yüzde 55-60'lık kısmı kredi kartı diyebiliriz. Kredi kartı ile tatil alanların sadece yüzde 10'luk bir kısmı tek çekim tercih ederken, kalanı taksite yöneliyor. En çok tercih edilen taksit sayıları 6 veya 12 taksit oluyor.



ETS Ön Muhasebe ve Kredi Kartları Yöneticisi Erol Hiçyılmaz

Erken rezervasyon için önemi büyük

Kredi kartlarının bizim için en büyük kolaylığı, vade farksız 12 taksite varan avantajlar sunması ve kolay satış yapabilmemize imkan sağlaması.



➡ Bankaların kredi kartı kullanımını artırmak amacıyla sektörümüze sunduğu avantajları, en iyi şekilde etüt edip misafirlerimize yansıtmaya ve çokça avantajlı-taksitli ödeme seçeneği sunabilme yeteneğimiz, misafirlerimiz tarafından büyük rağbet görüyor, memnuniyet sağlıyor. Kredi kartlarının bizim için en büyük kolaylığı, vade farksız 12 taksite varan avantajlar sunabilme ve kolay satış yapabilmemize imkan sağlaması. Kredi kartları misafirlerimize prestij sağlarken nakit taşıma ihtiyacını ortadan kaldırdığı için, en çok tercih

edilen ödeme aracı. Şirketimiz açısından da bu nedenlerle çok büyük öneme sahip. Şirketimiz öncülüğünde sektörümüzün en büyük yeniliklerinden biri olan erken rezervasyon dönemi için de kredi kartlarının önemi büyük. Erken rezervasyon döneminde kredi kartlarına özel olarak ötelemeli satışlar, taksit avantajları, kartlara özel ekstra indirimler, ekstra puan kazandırma gibi birçok alternatif sunuyoruz. En önemlisi misafirin kredi kartları sayesinde sunduğumuz onlarca avantajdan bu dönemde bütçesine en uygun alternatifini seçip tatilini rahatça

planlayabilmesi elbette. Kredi kartları; satışlarımızın ve misafir sayımızın her yıl önemli ölçüde artmasında öncü rol oynuyor. 15-17 Kasım'da Fransa'da düzenlenen ödeme sistemleri alanındaki Cartes Fuarı'nda BKM'nin temassız ödemedeki öncülüğü, 2012 yılında duyurulacak olan dijital cüzdan uygulamasında da devam edecek gibi görünüyor. Uygulamanın yüksek limitlerde de işlem yapmayı desteklemesi sektörümüz açısından da büyük önem taşıyor. Biz de ödeme sistemleri alanındaki yenilikleri heyecanla bekliyoruz.

Prof. Dr. Şükrü Kızılot:

Kredi kartı herkese kazandırıyor

Son dönemlerde uzmanlar, kriz döneminde kredi kartı kullanımlarının ekonomi için büyük yarar sağladığı konusunda hemfikir... Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğretim Üyesi ve Hürriyet Gazetesi köşe yazarı Prof. Dr. Şükrü Kızılot da böyle düşünen uzmanlardan. Ona göre kredi kartları kriz döneminde can simidi görevi görüyor. Kartla yapılan alışveriş, tüketicilerin yanı sıra ülke ekonomisine de büyük yarar sağlıyor. Kartla satışın faturası kesildiği için KDV'nin satıcının değil, devletin hazinesine girdiğine dikkat çeken Kızılot, “Kredi kartları dolaylı olarak istihdama ve sektörlerin büyümesine katkı sağlıyor” diye konuşuyor.



➡ Kredi kartı kullanımı, uzun yıllardır tartışılıyor. Faydaları ve zararları üzerine fikirler ortaya atılıyor. Uzmanlara göre ise kredi kartları doğru kullanıldığı takdirde, tüketiciler için büyük avantaj sağlıyor. Nakit taşıma zorunluluğunu ortadan kaldırması, alışverişte taksit imkanı sunması cezbedici özelliklerinden sadece birkaçı. Bunun dışında kredi kartı kullanımının ülke ekonomisi üzerine de olumlu etkileri var. Uzmanlar, özellikle kriz döneminde kredi kartı kullanımının ekonomi için büyük yarar sağladığı görüşünde. Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Birimler Fakültesi Öğretim Üyesi ve Hürriyet Gazetesi köşe yazarı Prof. Dr. Şükrü Kızılot da böyle düşünen uzmanlardan. Kredi kartlarının özellikle kriz dönemlerinde ekonomi için can simidi olduğunu söylüyor. Kartla yapılan alışverişin tüketicilerin yanı sıra ülke ekonomisine de büyük katkı sağladığını belirten Kızılot, “Kartla satışın faturası kesildiği için KDV satıcının değil, devletin hazinesine giriyor. Ayrıca dolaylı olarak istihdama ve sektörlerin büyümesine de katkı sağlanmış oluyor” diye konuşuyor. Kredi kartı kullanımının Türkiye’de tam olarak yerleşmediğini belirten Şükrü Kızılot’un kartlı ödeme sistemlerinin ülke ekonomisine katkıları konusundaki görüşleri şöyle:

Kredi kartı ciddi avantaj sağlıyor

“Yurtdışında çok sembolik harcamalar dahi kartla yapılıyor. Örneğin İngiltere’de 3-5 sterlin bile kartla ödeniyor. Bizim ufak rakamları ödememe alışkanlığımız ise halen devam ediyor. Kredi kartlarıyla ödeme yapmak bir kere ciddi bir avantaj. Vadesi geldiğinde borcunuzu zamanında kapatırsanız, bu avantajı daha iyi kullanabiliyorsunuz. Ayrıca kampanya ve taksit imkânları da var. Kredi kartı kullanmak, ülke ekonomisine de katkı sağlıyor. Harcamaların kayıt sistemine girmesine yardımcı. Devlete kaynak yaratması bakımından da önemli bir uygulama. Kredi kartı, kriz döneminde iyi bir can simidi aslında. Tabii doğru kullanmak şartıyla. Türkiye’de insanların kredi kartı kullanma alışkanlığı her zaman vardı. Aylık gelire göre harcama yapılırsa ödemeler sorun olmuyor.

İstatistiklere göre Türk tüketiciler, borcuna daha sadık. Ama yine de borcunu ödemeyenler de çıkabiliyor. Ödeme imkanı olmadan rahatça harcama yapan ve sonra ‘affedin’ diye isyan edenler de oluyor tabi. Kredi kartı konusunda ilk zamanlarda bankalar, müşteri kapma yarışına girdi. Limitler çok arttırıldı. Ama bilinçli insanlar, bu rüzgara kapılmadı. Bankalar da gördüler ki bu yarış yanlış bir yarış. Bunun faturasını da ödediler. Şimdi sistem oturdu.

Gelirine göre harcayanlar için kredi kartı inanılmaz bir avantaj

Bugün en çok tartışılan konulardan biri, kredi kartlarına yürütülen faiz oranları ile ilgili. Kredi kartı faiz oranlarının çok yüksek olduğu, mevduat ve tüketici kredilerinin faizlerinin bile daha düşük olduğu iddia ediliyor. Ben bu konuda bir araştırma yaptım ve diğer ülkelerdeki faiz oranlarına baktım. Ancak orada da durumun farksız olduğunu gördüm. Örneğin, ülkedeki enflasyonla kredi kartı faiz oranını kıyasladığınızda veya tüketici kredisi faiz oranlarını ele aldığınızda görüyorsunuz ki bazı ülkelerde faizler aylık enflasyonun 8 katı. Hatta Brezilya gibi ülkelerde 30 katı olarak görülüyor. Dolayısıyla, diğer ülkelerle

kıyasladığımızda sadece Türkiye’de değil dünyada da sistemin böyle olduğu ortaya çıkıyor. Bu durumda çok itiraz edemiyorsunuz. Hesabını bilen, gelirine göre harcayan birisi için kredi kartı inanılmaz bir avantaj.

Kartlı ödemenin avantajları

Türkiye’de üç önemli sorun var; kayıt dışılık, cari açık ve işsizlik. Yıllardan beri süren sorunlar bunlar. Türkiye, gelir sağlamak için ya vergi topluyor ya da borç alıyor. Vergi karşılıksız olarak alınıyor, iade edilmiyor ve vergi toplamının maliyeti sadece yüzde 1. Devlet borç aldığı anda ise aldığı ana paranın yanında bir de maliyetini ödüyor. Borcun maliyeti bazen yüzde 18-20 oluyor. Bazen de özellikle olağanüstü dönemlerde yüzde 100’leri bulabiliyor. Yani devletin topladığı borcun faiz oranı yüksek. Bu durumda da vergi toplamak devlet açısından çok daha cazip. Devlet, imar, eğitim, sağlık ve savunma gibi kamu hizmetleri yapabilmek için gereken bütçenin yüzde 85’ini vergiden karşılıyor. Toplayamayınca borç alıyor ya da özelleştirme adı altında bazı yerleri satıyor. Örneğin Türk Telekom satıldı ve bütçeye gelir kaydedildi, arada eridi gitti. Alışveriş kredi kartıyla yapılıncı karşı taraf mecburen fatura düzenliyor. Dolayısıyla ekonomi kayıt altına alınmış oluyor. Kartlı ödemenin bir de zincirleme avantajı var. Örneğin, mağazadan bir kıyafet aldınız, kartla ödediniz. Karşı taraf bunun faturasını mecburen veriyor. O mağazada toptancıdan alırken malın tamamını faturalı almak zorunda kalıyor çünkü faturasız satış yapamıyor. Orada da devletin bir geliri oluyor, işlemler de kayıtlı sisteme dahil ediliyor. Toptancı da gidip fabrikadan faturalı mal alıyor. Fabrika hammaddeciden fatura almak zorunda kalıyor. Zincir böyle devam ediyor ve sistem kayıt altına alınıyor. Dolayısıyla kredi kartı kullanımı, Türkiye ekonomisinin kayıt dışı sorununu önleyecek bir yarara sahip.

Kazı kazan sistemi

Benim kayıt dışılığı önlemek için geliştirdiğim bir proje var. Eskiden vergi iadesi sistemi vardı. Herkes yaptığı alışverişin karşılığında fiş alıyor ve belgeleniyordu. Bu uygulama IMF’nin yanlış yönlendirmesiyle kalktı. Bir daha da geri gelmez artık. Vergi iadesi kalkınca devletin gelirlerinde ciddi anlamda gerileme oldu. Benim önerim kazı-kazan sistemine benzeyen bir uygulama. Bu uygulamayı Çin’de gördüm. Yemek yediğimiz yerde verdikleri fiş üzerinde gri bir kutucuk vardı. Bunu kazıdığınızda 10-50-500 Yuan arasında rakamlar kazanıyorsunuz. Kazanamazsanız ‘Çin maliyesine katkılarınızdan dolayı teşekkür ederiz’ diye bir yazı görüyorsunuz. Türkiye’de de fatura ve fişlerde kazı-kazan benzeri bir sistem getirilirse, herkesin belge alacağına inanıyorum. Bir anda vergi gelirlerinde patlama olur. Hatta bir pilot bölge seçilerek bu uygulama denenebilir. Gelirlerde patlama olacağına kesinlikle inanıyorum. Sistem dönüp dolayış kartla yapılan ödemelere geliyor. Kartlı ödemelerde 2-3 nakit puan verilmesi, insanların belge olarak bir avantaj sağlayacağına inanması durumunda belge alımında yaygınlaşma olur ve ekonomi kayda geçer. Böylece devletin %18 KDV’yi ve kazancın vergisini alması, zincirleme olarak sektördeki vergi düzeninin oturmasını sağlar. Ayrıca kredi kartı borcunu ödemeyenlerin şikayetlerine neden olan faiz oranları sorunu da çözülmüş olur. 3 puanı nakitten karşılınca, geriye kalan puan civarında faiz kalır, o da zaten tüketici kredisi faizinin altında kalan bir olay olur. Bir taşla birkaç kuş birden vurulmuş olur.

Herkes kazançlı çıkıyor

Türkiye ekonomisinin içinde bulunduğu kayıt dışılık çıkmazından kurtulabilmesinin en etkili yollarından biri, banka kartlarının kullanılması olacaktır. Kart kullanımı teşvik edildiği ölçüde kazançlı çıkar. Kartlı ödeme sistemlerine nakit puan desteği ve fişlere kazı-kazan gelse Türkiye ekonomisi düzelir diye iddia ediyorum. Denensin. Çünkü herkes çok meraklı bu işlere. Hatta bu işin devlete maliyeti de olmaz. Büyük inşaat şirketlerinde promosyon daire alınır, bankalardan nakit para desteği sağlanır. Gazetelerde ‘Ev sahibinin evden çıkarttığı adam ne yapacağını kara kara düşünürken, bakkaldan aldığı

ekmeğin karşılığında verilen fişi kazıyınca ev kazandı’ diye bir haber çıksa örneğin, insanlar yeniden fiş istemeye başlamaz mı? Maliye Bakanlığı’nın düzenleyeceği bu kampanyalara otomobil, beyaz eşya gibi ödülleri de konabilir. Bu yapılırsa ben herkesin fiş alacağına inanıyorum. Fiş almayı unutanlara yanındaki arkadaşı, eşi dostu hatırlatır. Bu olabilecek bir şey. Milli Piyango, at yarışı gibi oyunlar devletin elindeyken bu da yapılabilir. Bu, kumar sayılmaz çünkü para verip şansı satın almıyorsunuz. Para verip aldığınız malın belgesi bu. Sonuçta Türkiye ekonomisi kazanmış olacak. Harcamaların belgelendirilmesi dolaylı olarak istihdama da yansıtacak. İşletmeler belge düzenleyince, hem devletin geliri artacak hem de belgesiz gelir elde edemeyen kişi, kayıtsız ödeme yapamayacak. Örneğin yanındaki kişileri sigortasız çalıştıramayacak çünkü kayıt dışı ödeme yapma imkanı kalmayacak. Yürürlükteki yasalarımıza göre, alınan belgeler arasında naylon fatura çıkarsa alan kişi açısından hapis cezası öngören bir uygulama var ki çok sevimsiz bir uygulama. Ama ödemeler banka sisteminden geçerse, o zaman naylon faturadan dolayı hapis cezası söz konusu olamıyor. Özellikle sayısı milyonlarla ifade edilen esnaf, tüccar ve şirket çalışanları açısından bir huzursuzluk nedeni olan bu konu, kredi kartı kullanımı ile engellenebilir. Dolayısıyla, banka kartı kullanarak hapis cezası ile ilgili riskten kurtulmak mümkün.



Günümüz tüketicisi alışverişin büyük bir kısmını kredi kartıyla yapıyor. Bu noktada kredi kartıyla alışveriş yapılabilen, taksit seçeneklerinden yararlanılabilen, alışveriş yaptıkça puan kazanılabilen iş yerleri de tüketicinin seçiminde ön plana çıkıyor. Hâl böyle olunca da iş yerleri de daha fazla tüketiciye dokunabilmek için kredi kartıyla alışveriş imkânı sunmayı tercih ediyor.



Kredi kartı iş yerleri için de çok cazip



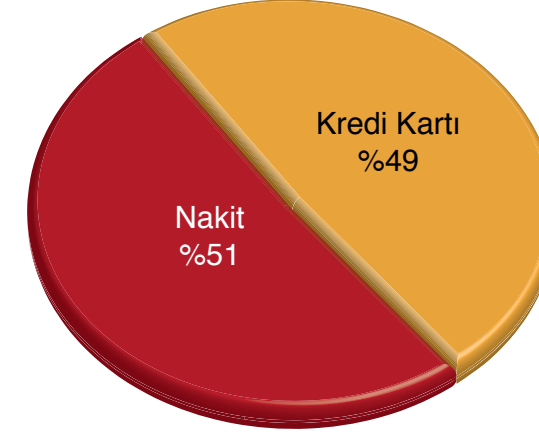
Kredi kartı günümüz ekonomisinde tüketicinin olduğu kadar iş yerlerinin de vazgeçilmezi. Her geçen gün daha fazla insan cüzdanında kredi kartı taşımaya başlarken bu gerçeği görmezden gelemeyen iş yerleri de tüketicisine kredi kartıyla alışveriş yapma ve plastik paranın sağladığı avantajlardan yararlanma imkânı sunuyor. Geçmişte “Nakite yüzde 20 indirim” söylemini çokça kullanan iş yerleri, bugün kredi kartının getirdiği olanaklarla hem tüketicisine kolaylık sağlıyor hem de kredi kartıyla yapılan alışverişlerle kendi cirosunu günden güne artırıyor. Yani tam bir “kazan-kazan” durumu... Araştırmamızın bir önceki bölümünde sizlerle tüketicinin kredi kartına olan yaklaşımını, kredi kartının onlar için önemini, ne tür imkanlarından yararlandıklarını ortaya koymaya çalıştık. Araştırmamızın bu bölümünde ise her geçen gün banka üyesi iş yeri sayısının arttığı ülkemizde, iş yerleri ve kredi kartları arasındaki ilişkiyi ortaya koyuyoruz. İşte iş yerleri ve kredi kartı ilişkisi...

MÜŞTERİLERİN EN ÇOK TERCİH ETTİĞİ ÖDEME YÖNTEMİ

Anlaşmalı Banka Sayısına
Göre İşyerlerinde
Kredi Kartıyla Ödeme Yüzdesi

Bir	%33
İki	%45
Üç	%71
Dört	%66
Beş ve daha fazla	%73

Baz: 400; Toplam örnek



Kredi kartı kullanım oranı; 1 bankayla anlaşmalı olan işyerlerinde daha düşük (%33) iken 5 ve daha fazla bankayla anlaşmalı olan işyerlerinde (%73) daha yüksektir.

Ödemelerin yarısı kredi kartıyla

BKM'nin Kart Monitör Araştırması'na göre üye iş yerlerinde müşterilerin yüzde 49 gibi yüksek bir oranı kredi kartıyla ödeme yapmayı tercih ediyor. Kredi kartı kullanım oranı bir bankayla anlaşmalı işyerlerinde yüzde 33 iken, 5 veya daha fazla bankayla anlaşmalı işyerlerinde ise yüzde 73 olarak karşımıza çıkıyor. Bu da anlaşmalı banka sayısının artmasıyla ödemelerde kredi kartı kullanım oranı arasında paralel bir bağlantı olduğunu gösteriyor.

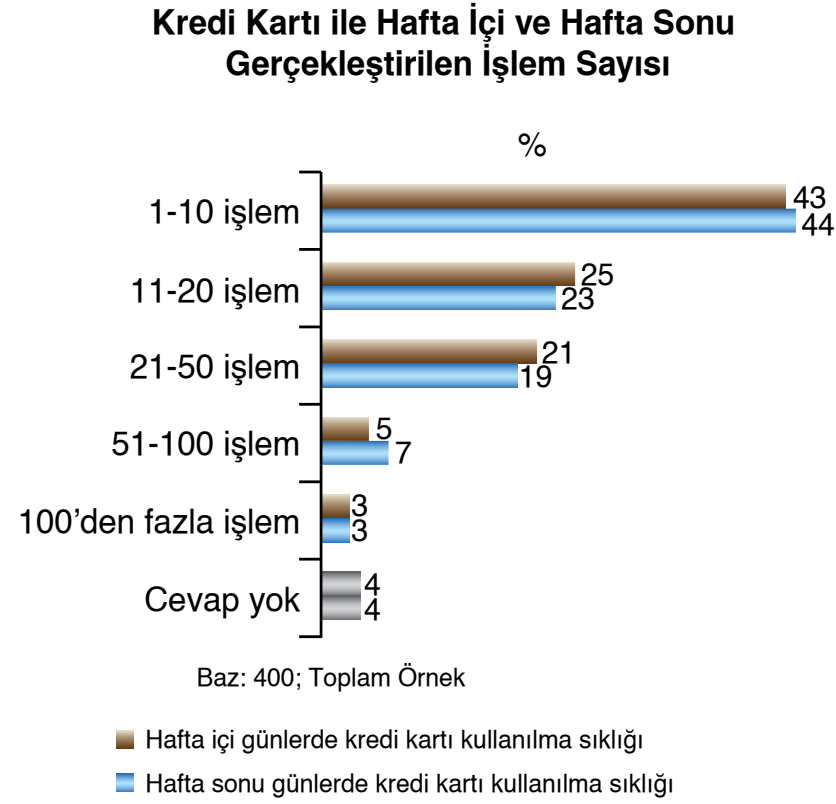


“Üye işyerlerinde kredi kartı kullanım oranı yüzde 49”

KREDİ KARTIYLA YAPILAN İŞLEM SAYISI

İşlem sayısında hafta içi,
hafta sonunu yakaladı

Her ne kadar hafta sonlarında alışveriş merkezleri, cadde mağazaları daha kalabalık görünse de iş kredi kartıyla yapılan işlem sayısına gelince durum biraz farklılık gösteriyor. Zira araştırmamıza göre 2011 yılında hafta içinde gerçekleştirilen işlem sayılarının hafta sonu verilerine yakın olduğu görülüyor. Üye iş yerlerinin yüzde 43'ü hafta içi kredi kartıyla 1-10 işlem gerçekleştirirken 100'den fazla işlem gerçekleştiren üye iş yerlerinin oranı ise yüzde 3'te kalıyor. Öte yandan hafta sonunda kredi kartıyla 1-10 işlem gerçekleştiren iş yerlerinin oranı yüzde 44'ü bulurken, 100'den fazla işlem gerçekleştiren iş yerlerinin oranı ise yine yüzde 3 olarak karşımıza çıkıyor.



“Üye iş yerlerinin yüzde 43’ü hafta içi kredi kartıyla 1-10 işlem gerçekleştiriyor.”



Teknosa Pazarlama Direktörü Hakan Kayaman

Kredi kartı olmazsa olmaz konumunda

Organize teknoloji perakendeciliği sektöründe alışverişlerde kredi kartı kullanımı oldukça yaygın olarak tercih ediliyor.

Genç nüfusu ile dinamik bir potansiyele sahip olan ülkemizde teknolojiye ve bilişime duyulan merak sayesinde Türkiye'deki teknoloji perakendeciliği hızla büyüyor. Bu hızlı büyüme ve gelişimle birlikte tüketicilerin satın alma alışkanlıklarında kredi kartı kullanımının yaygınlaşması birbirine paralellik gösteriyor. Organize teknoloji perakendeciliği sektöründe alışverişlerde kredi kartı kullanımı oldukça yaygın olarak tercih ediliyor. Sektör açısından baktığımızda kredi kartı olmazsa olmaz konumunda. Özellikle televizyon, bilgisayar ve

beyaz eşya gibi tüketicinin hemen nakit satın alım yapamayabileceği ürünlerde taksit imkânı sağlanıyor olması, kredi kartı kullanımını tüketiciler için daha da avantajlı hale getiriyor. Teknosa olarak sektörümüzde tüketicilerimize sunduğumuz hizmet anlayışımızı ve öncü duruşumuzu bankalarla yaptığımız anlaşmalarla kredi kartı kullanımına yönelik sunduğumuz avantajlara da taşıyoruz. Bankalarla yapılan anlaşmalarla tüketiciler satın almak istedikleri ürüne taksit avantajları ile sahip olabildiği gibi aynı zamanda kredi kartlarına özel olarak

uygulanan fiyat avantajlarından da faydalanabiliyorlar. Teknoloji perakendeciliği açısından e-ticaret de günden güne gelişim gösteren ve büyüyen bir kanal olarak dikkat çekiyor. E-ticaretle yapılan alışverişlerin birçoğu da kredi kartı aracılığı ile yapılan satışlardan oluşuyor. Özellikle genç bir nüfusa sahip olmamız nedeniyle önümüzdeki 5 yıl içerisinde internet kullanımının ve bu kullanıma bağlı olarak e-ticaret'in hızla gelişeceğini öngörüyoruz. Tabii ki bu da paralelinde kredi kartı ile yapılan satışların şirketler için çok daha fazla önem taşıyacağı anlamına geliyor.



Doğtaş Pazarlama Müdürü Kenan Mete

Kredi kartı kullanımı vazgeçilmezlerden



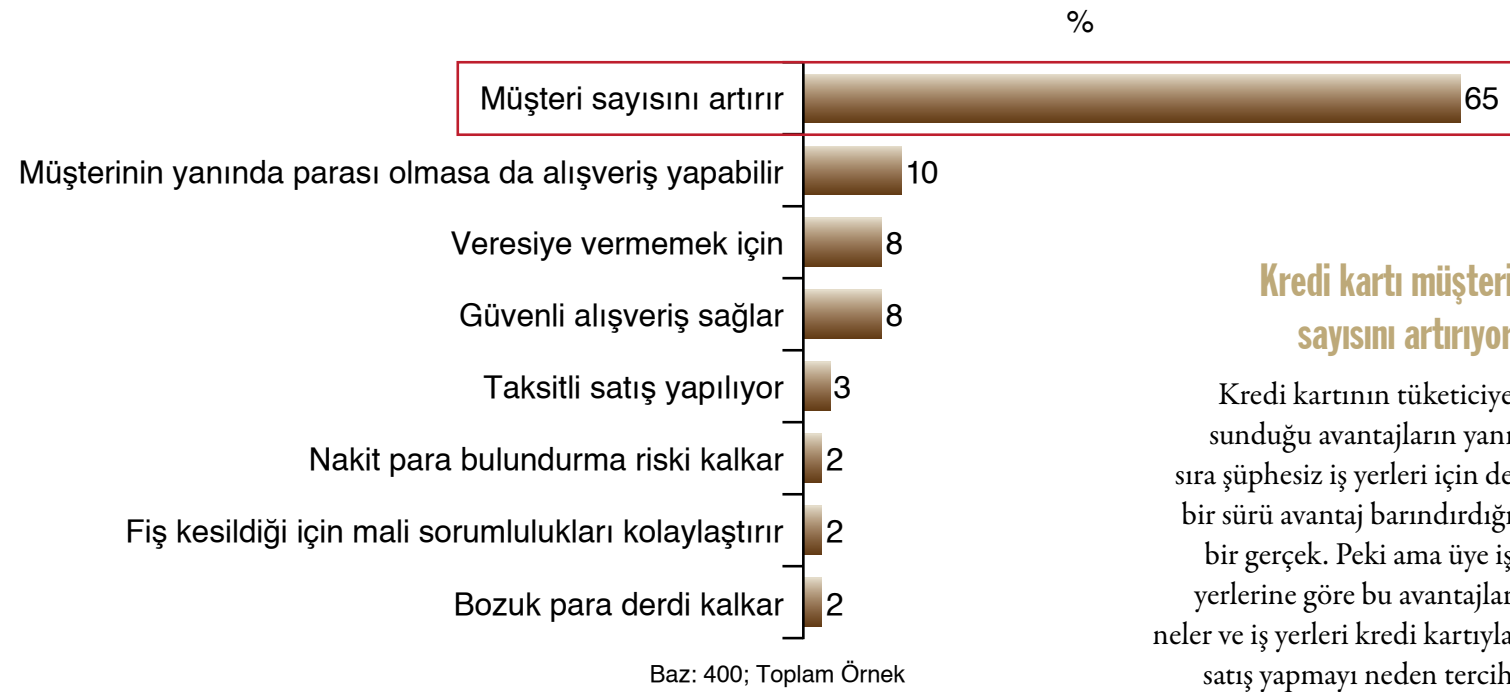
Nakit alım gücünü zorlayan fiyatlarda kredi kartı daha fazla tercih ediliyor ve bu hem işyeri hem de tüketici açısından fayda sağlıyor. Tüketici ek avantajlardan mutlu oluyor.

Kredi kartlarının yaşamımıza girmesi ve kullanımının da hızla yayılması, doğru amaçlara hizmet ettiğinde hem kullanana hem de kullandırana kazandırıyor. Özellikle perakende sektöründe kredi kartı kullanımı artık vazgeçilmezlerden. Mobilya alımlarında nakit alım gücünü zorlayan fiyatlar olması kredi kartı kullanımını tercih ettiriyor. Nakit ödemeler bizde yüzde 35 iken kredi kartıyla

yapılan ödemeler yüzde 65 gibi yüksek bir oranda. Mobilya sektöründe ürünlerin, örneğin bir market ya da tekstil ürünü satın almak gibi olmaması, rakamların yüksek olması nedeniyle, tüketiciler nakit ödeme yapmak yerine kredi kartıyla ödemeyi daha fazla tercih ediyorlar. Bankaların kredi kartı kullanan müşterilerine sundukları ödeme kolaylıkları, vade farksız taksit seçenekleri, puan, tatil promosyonları, ücretsiz bilet uygulamaları vb.

avantajlar kredi kartı kullanımını artırıyor. Biriktirilen puanları kullanarak ihtiyaçların bir kısmı karşılanabildiği gibi çok sayıda taksit seçeneğinin sunulması ödeme kolaylığı anlamında tüketicilere fayda sağlıyor. Tüketici hem aldığı üründen hem de ürünü alırken kazandığı ek avantajlardan mutlu oluyor. Nakit alım gücünü zorlayan fiyatlarda kredi kartı daha fazla tercih ediliyor ve bu hem işyeri hem de tüketici açısından fayda sağlıyor.

KREDİ KARTIYLA SATIŞ YAPMAYI TERCİH ETMENİN EN ÖNEMLİ NEDENİ



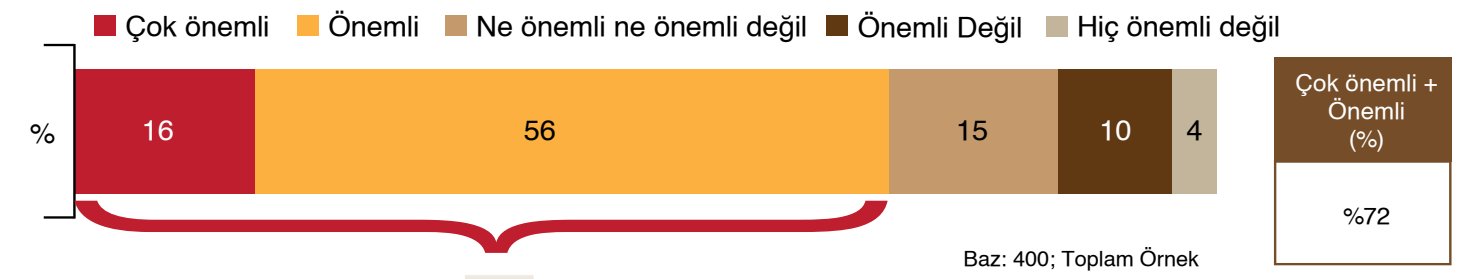
Kredi kartı müşteri sayısını artırıyor

Kredi kartının tüketiciye sunduğu avantajların yanı sıra şüphesiz iş yerleri için de bir sürü avantaj barındırdığı bir gerçek. Peki ama üye iş yerlerine göre bu avantajlar neler ve iş yerleri kredi kartıyla satış yapmayı neden tercih ediyor? BKM'nin Kart Monitör Araştırması'nın ortaya koyduğu verilere göre üye iş yerlerinin yüzde 65'i kredi kartının müşteri sayısını artırdığını düşünüyor. Bu oranı yüzde 10 ile müşterinin yanında parası olmasa da alışveriş imkanı sunması takip ediyor. Kredi kartının iş yerlerinin çoğu zaman baş ağrısı yaşamasına neden olan "Veresiye" sorununa çözüm olması nedeniyle tercih ettiğini belirtenlerin oranı ise yüzde 8'i buluyor. Aynı orandaki bir başka neden ise kredi kartının güvenli alışveriş sağlıyor olması. Tüm bu nedenleri taksitli satış yapma imkanı, nakit para bulundurma riskinin ortadan kalkması, fiş kesildiği için mali sorumlulukların kolaylaştırılması ve bozuk para derdinin ortadan kalkması takip ediyor.

"İş yerlerinin yüzde 65'i kredi kartının müşteri sayısını artırdığını düşünüyor."



KREDİ KARTLARININ İŞ YERLERİ İÇİN ÖNEMİ



Kredi Kartlarının İş Yeri İçin Öneminin Nedenleri



2011: %72
2010: %70
2009: %64

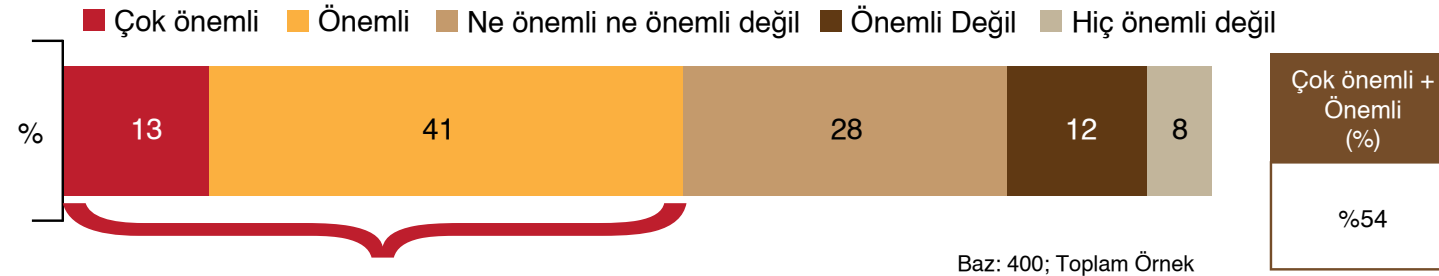
"Kredi kartlarını 'Çok önemli' ya da 'Önemli' bulan iş yerlerinin oranı yüzde 72"

İş yerlerinin yüzde 72'si kredi kartlarını önemli buluyor

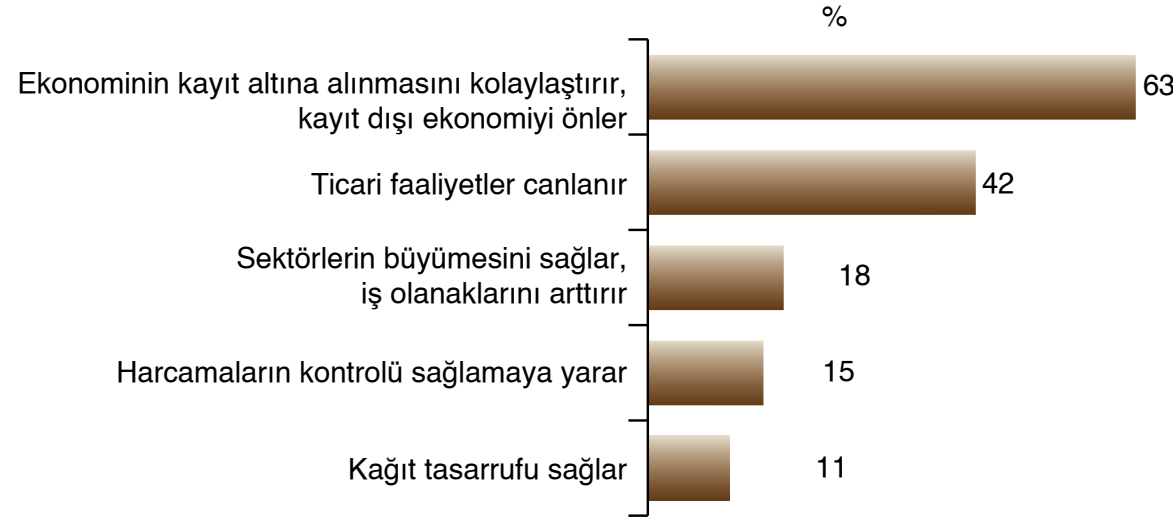
Kredi kartlarının günümüz ekonomisinde tüketici için ne denli önemli olduğunu hepimiz biliyoruz. Peki ya iş yerleri için kredi kartları ne kadar önemli? BKM'nin Kart Monitör Araştırması'na göre işyerlerinin yüzde 72'si kredi kartının "Önemli" veya "Çok önemli" olduğunu düşünüyor. 2009 yılında yüzde 64, 2010 yılında ise yüzde 70 olan bu oranın her yıl arttığı görülüyor. Öte yandan kredi kartının iş yerleri için önemli olmasının nedenlerine baktığımızda ise yüzde 57'lik oranla ilk sırada "Nakit kullanma ihtiyacını azaltır" yer alıyor. Onu sırasıyla şu nedenler izliyor: Hem peşin satın alma hem de taksitli ödeme olanağı sunar (yüzde 37), dünyanın her yerinde alışveriş, nakit çekme olanağı sunar (yüzde 22), internet, posta-telefon ile sipariş yoluyla alışveriş imkanı sunar (yüzde 20), ekonomik kriz dönemlerinde yaşam standartlarının sürdürülebilmesini sağlar (yüzde 19), kaybetme ve çalıntı riskini ortadan kaldırır (yüzde 17) ve bürokrasiyi azaltır (yüzde 9).



KREDİ KARTLARININ ÜLKE EKONOMİSİ İÇİN ÖNEMİ



Kredi Kartlarının Ülke İçin Öneminin Nedenleri



Baz: 217; Kredi kartlarının ülke ekonomisi için önemli olduğunu düşünenler

Kredi kartlarının
ülke ekonomisi için
önemi büyük

BKM'nin Kart Monitör Araştırması'na göre araştırmaya katılan iş yerlerinin yüzde 54'ü kredi kartlarının ülke ekonomisi için "Önemli" veya "Çok önemli" olduğunu düşünüyor. Önemli olduğunu düşünen iş yerlerinin yüzde 63'ü kredi kartlarının ekonominin kayıt altına alınmasını kolaylaştırdığını, yüzde 42'si ticari faaliyetleri canlandırdığını, yüzde 18'i sektörlerin büyümesini sağladığını belirtiyor.



Carousel AVM Genel Müdürü Özkan Şenyüz

Kredi kartları ekonomiye can veriyor



Nakit yerine kredi kartı kullanmayı tercih eden bayan tüketiciler, kredi kartının indirim, taksit ve puan avantajlarından yararlanarak harcamalarını gerçekleştiriyorlar.

Perakendecilik son dönemde, yerli ve yabancı yatırımcıların piyasaya hızlı girişleri ve genişleme politikaları ile oldukça büyüme gösterdi. Bugün organize perakende sektörü Avrupa'da 7., dünyada 10. sırada kendini gösteriyor. Sayıları hızla artan çok katlı mağazalar, gençlerin ilgisini çeken lokomotif markalar yatırımları hızlandırırken, tüketim alışkanlıklarını ve sosyal bilinçlenmeyi de geliştiriyor. Birçok alışveriş noktasında nakit yerine kredi kartı kullanmayı tercih bayan tüketiciler, kredi kartının indirim, taksit, puan avantajlarından

yararlanarak, harcamalarını gerçekleştiriyorlar. Kredi kartlarını ekonomiye can veren bir enstrüman olarak görebiliriz. Tüketici ihtiyacı olan ürünü, hizmeti ve eğlenceyi satın alıp, mutlu olduğu ortamda uzun süre kalmayı tercih eder. Özellikle ailesi, çocukları ve arkadaşları ile kaliteli hizmetin sunulduğu nokta, ziyaretçilerimizin tercih noktası. Nakit yerine kart kullanılması, nakit dolaşım ihtiyacını azaltıyor, ekonominin kayıt altına alınmasını kolaylaştırıyor, üye işyerlerinin bu sayede müşterileri artıyor, iş hacmi genişliyor.

Grupanya Genel Müdürü Esra Sertoğlu

Kredi kartı
kullanım oranı
yüzde 100

Tüm satışlarımızı kredi kartı ile gerçekleştiriyoruz. Sektördeki nakit akışı kredi kartı üzerinden gerçekleşmekte olduğundan sektör genelinde değerlendirildiğinde çok büyük önem teşkil ediyor. İş modelinin düzgün işleyebilmesi için kredi kartı büyük önem taşıyor. Belirli fırsatlarda kullanıcılarımıza kredi kartı ile taksitli alışveriş imkanı sağlıyoruz. Kredi kartı kullanım oranı yüzde 100. Kredi kartı haricinde bir ödeme sistemimiz bulunmuyor.

KİGİLİ CEO'su Hilal Suerdem

Kredi kartı
satışı
artırıyor

Günümüzde hazır giyim moda perakendeciliğinde kredi kartı çok önemli bir rol üstleniyor. Erkek giyim alanında ise vazgeçilmez bir yer tutuyor. Ülkemizde kredi kartı sahiplerinin yüzdesel ağırlığını erkekler oluştururken,

limit seviyelerinin de erkek kullanımlarında daha yüksek olduğunu istatistiklerden görüyoruz. Günümüzde erkek giyim sektöründe kredi kartı markamıza avantajlar sağlayarak satış adetlerini yukarılara taşıyor. Kredi kartlarının ayrıcalıkları da tüketici tarafından yoğun bir ilgiyle izlenmekte olup, dönüşü olumlu olarak etkiliyor. Erkek giyim sektöründe işlem hacmi geniş olan markamızda kredi kartı kullanımı yüzdesi, nakit kullanıma oranla daha yukarılarda seyrediyor.



BANKALARARASI
KART MERKEZİ

1990 yılında kurulan Bankalararası Kart Merkezi'nin (BKM) faaliyetleri, kartlı ödeme sistemi içerisinde;

- Bankalararası işlemleri doğrulamak ve takasını gerçekleştirmek
- Ortak sorunlara çözüm bulmak
- Kartlı ödeme sistemleri konusunda ülke çapında stratejik çalışmalar yapmak ve
- Yurtiçi kartların kural ve standartlarını geliştirmek.

Verimli operasyonları ve yüksek işlem hacmi ile dünyada alanında örnek gösterilen BKM, güçlü teknik donanımı, altyapısı ve insan kaynaklarıyla, üyelerine, perakende sektörüne, kamuya ve bireylere kartlı ödeme sistemleri konusunda en iyi hizmeti sunmak üzere çalışmalarına devam etmektedir.



Gazi Üniversitesi Öğretim Üyeleri tarafından yapılan araştırma da ortaya koymuştur ki, kredi kartları, alışverişlerin kayıt altına alınarak vergi gelirlerinin yükselmesine ve kamu hizmetlerinin artmasına yardımcı olmaktadır. 1,000 TL'lik nakit kullanımı yerine 1,000 TL'lik kredi kartı kullanımı vergi gelirlerini 20 TL artırmaktadır.*

KREDİ KARTI
BİLİNÇLİ KULLANDIĞINDA
HAYATA
DEĞER KATAR

* 2010'da yayınlanan Kartlı Ödeme Sistemleri Ekonomik Katkıları Raporu ve 2008 Krizinde Kartlı Ödeme Sistemlerinin Olumlu Etkileri
Gazi Üniversitesi Maliye - Vergi Hukuku Uygulama ve Araştırma Merkezi Yayını
Prof. Dr. Şükrü Kızılot, Prof. Dr. Cem Kılıç, Doç. Dr. İbrahim Tokatlıoğlu
Raporun tamamını kartbilinci.com'dan detaylıca inceleyebilir veya indirebilirsiniz.



BANKALARARASI
KART MERKEZİ