

Bankalararası Kart Merkezi olarak, 2003 yılından bu yana periyodik olarak gerçekleştirdiğimiz Kart Monitör araştırmasının 2009 yılı sonuçlarını bu rapor aracılığı ile sizlere sunmaktayız.

Kartlı ödeme sistemlerinde, kart kullanıcılarının ve işyerlerinin kullanım alışkanlıklarını ve beklentilerini belirleyerek, daha etkin hizmet sunmamıza ve tatmin edici projeler geliştirmemize imkân sağlayan Kart Monitör 2009 araştırmasının sonuçlarını ilgiyle karşılayacağınızı düşünüyorum.

5 Aralık 2008 ile 26 Ocak 2009 tarihleri arasında, 16 farklı ilde gerçekleştirdiğimiz araştırmada, kredi kartı kullanıcılarına, en sık kullandıkları kredi kartının en beğendikleri özellikleri, kredi kartını kullanma sıklığı, aylık ortalama alışveriş tutarı, taksitlendirme ve puan toplama tercihleri, ekonomik krizin kart kullanımına etkisi ve chip&PIN bilinirliğine kadar çok sayıda soru sorduk. Aldığımız yanıtlar sonrasında kart kullanıcılarına yönelik yeni projelerimize ışık tutacak önemli verilere sahip olduk.

Kart kabul eden işyerleriyle yaptığımız araştırma ile de çok önemli verilere ulaştık. Kart kabul eden işyerlerine, kredi kartı ile satış yapmayı tercih etmelerinin nedenleri, chip&PIN uygulaması ve iş yerlerinde mobil POS cihazı kullanımına kadar bir çok konuda yönelttiğimiz sorular, alışkanlık ve beklentilerini anlamamızda önemli bir rol oynadı.

Bu yıl gerçekleştirdiğimiz Kart Monitör 2009 araştırmasında bizleri gururlandıran en önemli nokta ise, perakende başta olmak üzere farklı sektörlerden firma yöneticilerinin ve dernek temsilcilerinin kartlı ödeme sistemleri sektörü hakkındaki görüşleri ile verdiği destek oldu.

Türk perakende sektörünün saygın temsilcilerine ve araştırmamıza katkı sağlayan herkese kartlı ödeme sistemleri ile ilgili görüş ve önerilerini bizlerle paylaştıkları için, bir kez daha teşekkür ediyorum.

1990 yılından bu yana, Türk kartlı ödeme sistemleri içinde, bankalararası otorizasyon ve takası gerçekleştirmek, ortak sorunlara çözüm bulmak, kartlı ödeme sistemleri konusunda ülke çapında ülke çapında stratejik çalışmalar yaparak, sistem altyapısı, yurtiçi kart kullanım kuralları ve standartları oluşturma yönündeki çalışmaları, ilerleyen yıllarda da artarak devam edecektir.

Saygılarımla

Sertaç Özinal
Genel Müdür



“16 farklı ilde kredi kartı kullanıcıları ve kart kabul eden işyerleriyle gerçekleştirdiğimiz araştırma sonucunda yeni projelerimize ışık tutacak önemli verilere ulaştık”

iÇİNDE



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

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

Araştırmadan
"BKM Kart Monitör Araştırması 2009"
kaynağı gösterilerek alıntı yapılabilir.

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

BASKI
Printcenter
Sanayi Mahallesi Manolya Sokak
No:3, 4. Levent
34416 İstanbul
(0212) 371 0 300

4



Kredi kartlı hayat 40 yılı devirdi;
TÜKETİCİYLE GÜÇLÜ BAĞ
YAKALADI



Ev kirasını da KREDİ
KARTI ile ödemek
istiyoruz

18



10

Sevilen,
benimsenen,
tercihleri
etkileyen
özellik:
TAKSİT



Kart kullanıcılarının %80'i
BORCUNUN
TAMAMINI
ödüyor

20



İnternet ya da
telefonla alışverişte
BAŞROLÜ
KREDİ KARTLARI
oynuyor

26

EKİİLER

30

Kredi kartında ŞİFRELi işlem GÜVENLİ bulundu ve hayatı kolaylaştırdı



34

Kartlar cüzdana PARA TAŞIMA ihtiyacını azaltıyor



38

ALİŞVERİŞ dünyasının önemli aktörleri NAKİTİ bıraktı



44

İşyerleri şifreyi sevdi MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ yakaladı



48

Kredi kartları VERGİ GELİRİNİ artırıyor KAYITDIŞINI engelliyor

GÖRÜŞLER

5 Hasan Ünal

Bankalararası Kart Merkezi (BKM)
Yönetim Kurulu Başkanı

7 Sedat Yalınkaya

Goldaş Kuyumculuk CEO'su

13 Vehbi Kahveci

Tescilli Markalar Derneği (TMD) Başkanı

15 Aylin Mutlu

YKM Pazarlama ve Kredi Kartları
Grup Müdürü

17 Aydın Yaylacıklar

Tüm Seyahat Acenteleri Derneği Başkanı

25 Vedat Aşçı

Astoria Yönetim Kurulu Başkanı

29 Murat Yalçıntaş

İstanbul Ticaret Odası Başkanı

33 Ekrem Akyiğit

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD)
Yönetim Kurulu Başkanı

41 Şeref Songör

Türkiye Perakendeciler Federasyonu
Başkanı

43 Mustafa Boydak

Boydak Holding Yönetim Kurulu Başkanı
ve Kayseri Sanayi Odası Başkanı

46 Sertaç Haybat

Pegasus Genel Müdürü

47 Mehmet Nane

Alışveriş Merkezleri Perakendecileri
Derneği (AMPD) Başkanı

48 Mustafa Uysal

Türkiye Vergi Konseyi Başkanı

50 Şükrü Kızılot

Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler
fakültesi Öğretim Üyesi ve Hürriyet
Gazetesi köşe yazarı Prof. Dr.

52 Kaan Dönmez

Hepsiburada.com Genel Müdürü



Kredi kartlı hayat
40 yılı devirdi;
**tüketiciyle
güçlü bağ
yakaladı**

Türkiye’de, ilk kez 1968 yılında tanıştığımız kredi kartları ile 40 yılı geride bıraktık. Sınırlı sayıda insanın cüzdanından çıkıp, bugün milyonlarca cüzdana giren kredi kartları alışveriş dünyasının olmazsa olmazlarının başına yerleşti. Nakit paranın yerini alan kredi kartlarının, alışverişlerin yüzde 59’unun üzerinde kullanılıyor olması 40 yıllık bir dostluğun en önemli göstergesi.

Nakit para yerine kartla ödeme yapılması fikri ilk kez 1887 yılında Amerikalı yazar Edward Bellamy’in “Looking Backward or Life in The year 2000” isimli romanında ele alındığında, şüphesiz bu pek çok insan için imkansız görünmüştü. Bu romandan tam 81 yıl sonra Türkiye’de ilk kredi kartı sınırlı sayıdaki cüzdanda yerini alırken, çoğunluk bir gün bu kartlardan birine kendisinin de sahip olacağını düşünemiyordu. 1980’lere kadar ‘küçük bir çevre”nin kullandığı bu kartlara sahip olmak isteyenlerin sayısı artmıştı, ancak bu isteği yerine getirebilecek sistem henüz yoktu. MasterCard ve Visa kartlarının Türkiye’de sisteme girmesi, kredi kartlarını çok daha geniş kitlelerin kullanımına açtı. 80’lerin ikinci yarısıyla birlikte kartlı ödeme sistemleri Türkiye’de hızla yaygınlaşmaya başladı ve ilk ATM hizmete girdi. Artık daha çok banka, daha çok kişiye kredi kartı hizmeti veriyordu. 1990 yılında ise Bankalararası Kart Merkezi (BKM), 13 kamu ve özel Türk bankasının ortaklığıyla kuruldu. Ardından da Türk kartlı ödeme sektöründe hareketlilik ve büyüme başladı.

Bankalararası Kart Merkezi (BKM)
Yönetim Kurulu Başkanı Hasan Ünal

Türkiye kredi kartlarında, 10 yılda yüzde 300 büyüdü

Türkiye’de kredi kartları ile tanışıklığımız 40 yılı geride bırakırken, gelinen nokta kredi kartlarının hayatımızın olmazsa olmazlarından biri olduğunu gösteriyor. Bundan 10 yıl önce, 1999 yılında 10 milyon adeti ancak bulan kredi kartlarının bugün 40 milyon adeti aşması, yani



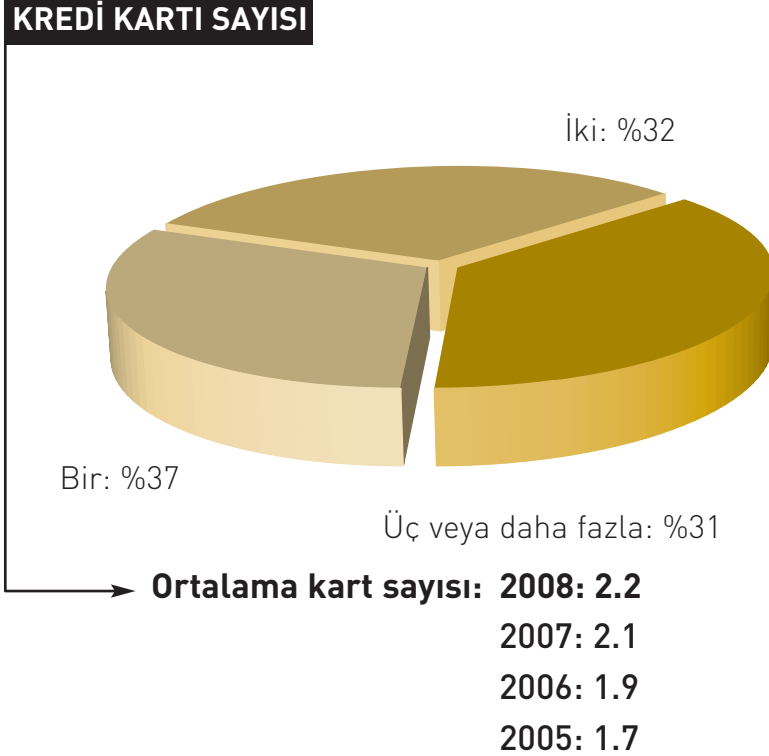
sadece 10 yıllık dönemde yüzde 300 artış yaşanması, Türkiye’de kartlı ödeme sisteminin benimsendiğinin en önemli göstergelerinden biri. Bu sistemi destekleyen POS sayısının 2 milyon adete yaklaşması, ATM sayısının 22 bini aşması gibi tamamlayıcı unsurlar bu gelişime önemli bir ivme kazandırdı. BKM olarak gerçekleştirdiğimiz Kart Monitör Araştırması’nın da ortaya koyduğu gibi, kredi kartının hayata kattığı birçok değer, kartlı ödeme sisteminin yaygınlaşmasında etkili oldu.

Türk kartlı ödeme sistemleri, sahip olduğu alt yapı ile, yeni ürün ve hizmetlerin dünyadaki bir çok ülkeden çok daha önce Türkiye’de sunulmasına olanak sağlamaktadır. BKM olarak birinci önceliğimiz kartlı ödeme sektörünün sorunsuz ve kesintisiz olarak çalışmasının sağlanmasıdır. Bu nedenle de altyapımızı daha da güçlendirmek, tüm üyelerimize en iyi hizmeti, en hesaplı şekilde verebilmek amacı ile gerekli tüm yatırımlara devam ediyoruz.

Ayrıca kartlı ödeme sistemlerinin yaygınlaşması, kullanım alanlarının artması ve nakit yerine tercih edilmesinin sağlanması da önceliklerimizden başında yer alıyor. Bilindiği gibi, kartlı ödeme sistemleri kayıt dışı ekonomi ile mücadelede en etkin araçlardan birisidir. Bu nedenle de yaygın olarak kullanılması ülke ekonomisi açısından büyük önem arz ediyor.

Diğer yandan temassız kartlar, NFC (yakın alan iletişimi) gibi yeni teknolojilerin takip edilmesi ve pazarda uygulanmasının sağlanması ile hem kart kullanımını yaygınlaşacağına, hem de tüketici ve işyerlerinin kart kullanım süreçleri önemli ölçüde kolaylaşacağına inanıyorum.

SAHİP OLUNAN KREDİ KARTI VE EK KART SAYISI



“Çok sayıda kart geliri yüksek olanların tercihi”

Cüzdanlarda ortalama 2.2 kart bulunuyor

Türkiye’de çok sayıda karta sahip olmak, genellikle yüksek S.E.S grubuna ait bir tercih olarak karşımıza çıkıyor. Kredi kartı sahipliği yüksek S.E.S gruplarından düşük S.E.S gruplarına gidildikçe azalıyor. Araştırmamız A gelir grubunda ortalama kredi kartı sayısının 2.8 olduğunu gösterirken, bu sayı C grubuna gelince 2’nin altına düşüyor. Ancak yıllar itibarıyla ortalama kart sayısına bakılınca da bir artış söz konusu. Ortalama kart sayısının 2005 yılında 1.7 iken 2008 yılında 2.2’ye çıkmış olduğu görülüyor. Burada yüksek sosyo-ekonomik gruplarının ortalama yükseltilmesinin yanı sıra bir önemli faktör de, kart kullanıcıların değişik kredi kartlarının farklı özelliklerini kullanmak istemeleri.

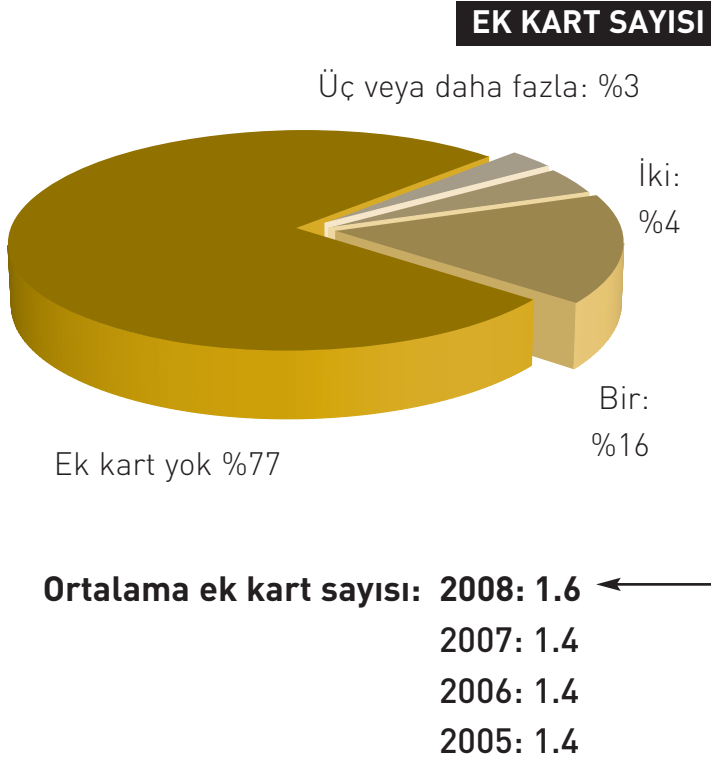
3’ten fazla kartı olanların oranı sadece yüzde 31

Kredi kartları belli bir geliri ve harcaması olan hemen her insanın olmazsa olmazlarının başında geliyor. Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de milyonlarca insan sağladığı pek çok avantaj ve kolaylıktan dolayı nakit para yerine plastik parayı tercih ediyor.

Araştırmamız alışveriş ve harcamalarını sadece bir kartla yapanların oranının yüzde 37 olduğunu gösteriyor. Buna karşılık 2 kartla ihtiyaçlarını karşılayanların oranı yüzde 32, sahip olduğu kredi kartı 3 veya daha fazla olanların oranı ise yüzde 31.

Çok sayıda kartın çok miktarda borca neden olduğu yönündeki endişelere karşılık, araştırmamız bu konuda oldukça dengeli bir dağılım olduğunu ortaya koyuyor. Gerek BKM’nin gerek bankaların bu konuda yaptığı bilinçlendirme çalışmaları, kart verilmesi konusundaki titiz çalışmaları gerekse kart kullanıcısının kendi ihtiyaçlarına göre kullanacağı kredi kartını seçmesi bu konudaki endişelerin giderek azalması gerektiğini gösteriyor.





Türk halkı ek kartı benimsemeye başladı

Bankaların, kredi kartı kullanıcılarına sunduğu bir hizmet de, limitlerini yakınları ile paylaşabilmeleri imkanı. Türkiye’de ek kart kullanımının da zamanla benimsendiği görülüyor. Yıllar itibarıyla ortalama ek kart sayısına bakılınca özellikle 2008 yılında artış yaşandığı gözleniyor. Kart kullanıcılarının kendi kredi limitlerini paylaşmak istediği yönünde yorumlanabilecek bu davranış sonucunda, kullanıcıların şimdilik yüzde 23’ünün ek kart çıkarttığı görülüyor. Bunun yanında kullanıcıların yüzde 77’si henüz bir ek karta sahip değil. Ek kart sayısına bakıldığında yüzde 16’lık bir kesimin 1, yüzde 4’ün 2, yüzde 3’lük bir kesimin de 3 veya daha fazla ek karta sahip olduğu ortaya çıkıyor. Ortalama kart sayısı 2005 yılında 1.4 iken, 2008 yılında ancak 1.6 düzeyinde.

“Türkiye’de ek kart kullanımının da zamanla benimsendiği görülüyor. Kullanıcıların şimdiden yüzde 23’ü ek karta sahip”

Goldaş Kuyumculuk CEO’su
Sedat Yalınkaya

Kartlar ekonomik krizde canlanma sağlıyor

Kredi kartlarının, nakit para taşıma zorunluluğunu ortadan kaldırmasının yanı sıra sunduğu taksit avantajları nedeniyle günümüzün önemli araçlarından biri haline geldiğini görüyoruz. Kredi kartlarının hem tüketiciler hem de firmalar açısından kolaylıklar sunduğu bir gerçek. Özellikle taksit uygulamalarının ekonomiye canlılık kazandırdığını, satışları artırdığını ve alışveriş kolaylığı sunduğunu söyleyebiliriz. Kredi kartları perakende sektörüne önemli bir hareketlilik getiriyor. Bununla birlikte, tüketicinin kredi kartının sunduğu avantajlardan yararlanması büyük önem taşıyor. Günümüzde bu konudaki bilincin de arttığı görülüyor.

Kredi kartı, nakit taşıma zorunluluğunun olmaması, yaygınlığı, istenilen alışverişin ertelenmemesi gibi pek çok avantajı da beraberinde sunuyor. Kredi kartları bu yönleri ile modern yaşamın vazgeçilmez araçlarından biri haline geldi. Son yıllarda ülkemizde çok yaygınlaşan taksitli kart uygulamaları da tüketiciye cazip geliyor. Paranın sistem içinde hareket etmesi, alışverişlerin belgelenecek kayıt altına alınması ekonomi açısından çok olumlu...

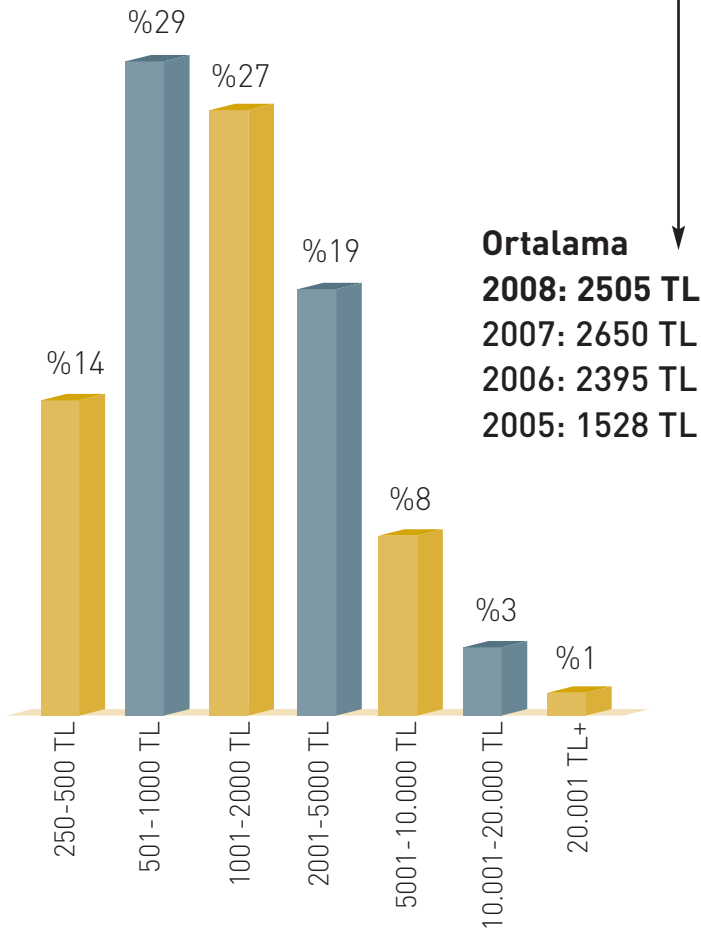
Dünyayı sarsan ve ülkemizi de etkisi altına alan bir ekonomik kriz ile karşı karşıyayız. Kredi kartı kullanımı, ekonomik krizde piyasada canlanma sağlıyor. Bunun yanı sıra, bu dönemde kart kullanımı konusundaki bilinç de büyük önem taşıyor. Kredi kartı bilinçli kullanıldığı zaman hem tüketiciler hem de ekonomi açısından büyük yararlar sağlayan bir araç.”



EN SIK KULLANILAN KREDİ KARTININ LİMİTİ

“Ortalama limit 2.505 TL ama yüzde 43 limiti 1.000 TL’yi aşmayan kartı tercih ediyor”

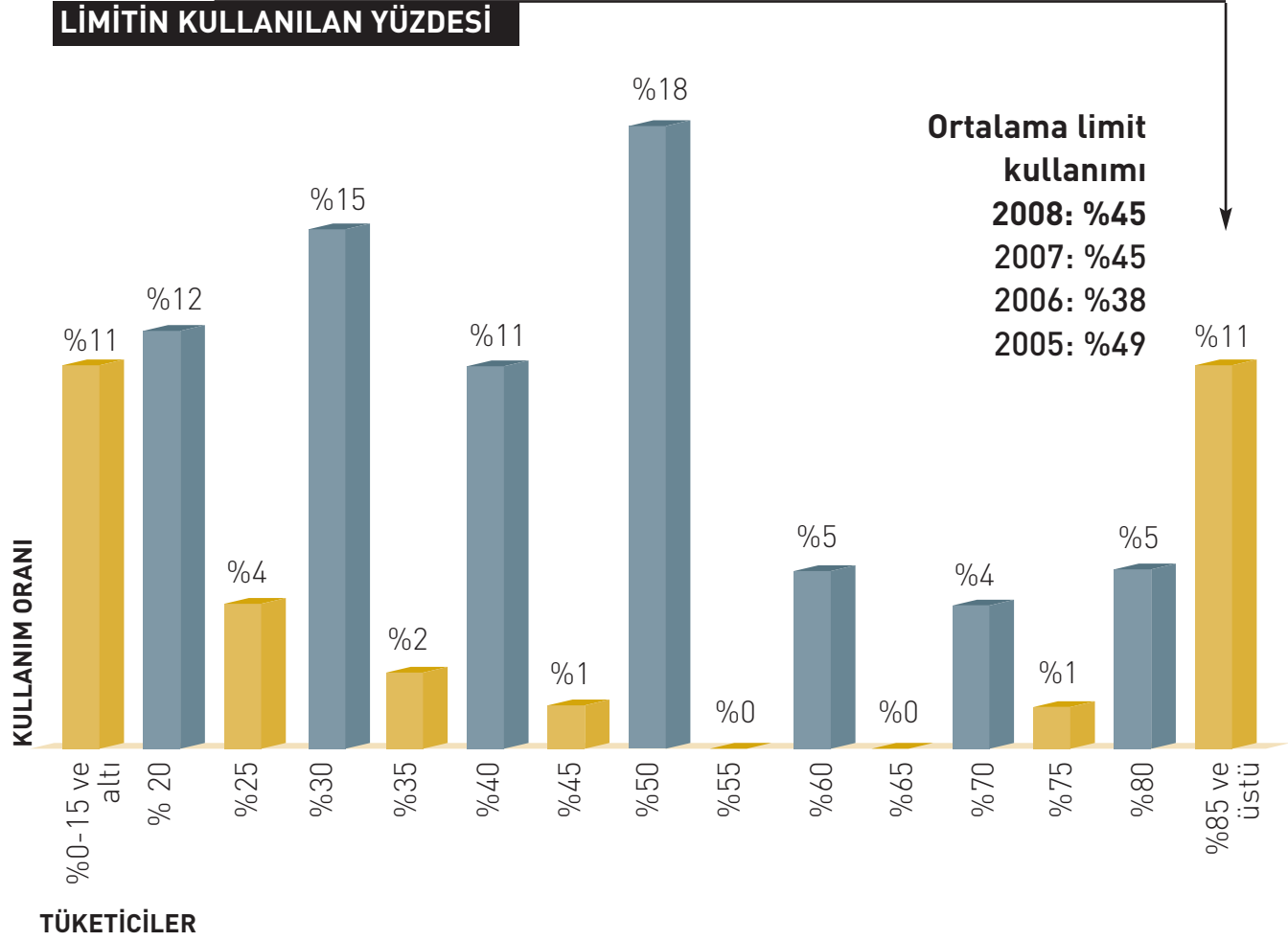
EN SIK KULLANILAN KREDİ KARTININ LİMİTİ



5.000 TL’nin üzerindeki limitlerin kullanım sıklığı yüzde 12

Türkiye’de 2008 yılı itibariyle kredi kartlarının ortalama limiti 2.505 TL düzeyinde. A sosyo-ekonomik grubunda bu rakam 3.406 TL’ye kadar çıkıyor. Yaşı 45 ile 54 arasında olan grup da ortalama 3.293 TL’lik limitiyle ortalama yükseltiyor. Genel ortalama limiti, 2.505 TL ile, dört yıl öncesine göre sadece 1.6 kat artış gösterdi. Son bir yılda ise ortalama, küçük bir oranda da olsa düşüş kaydetti. Zaten araştırmamız da gösteriyor ki Türk halkı çok yüksek limitli kartını sık sık kullanmayı tercih etmiyor. En sık kullanılan kartın limiti sorulduğunda yüzde 29 ile öne çıkan grup tercihinin limiti 500 TL ile 1.000 TL’ye kadar olan karttan yana kullanıyor. Yani en sık kullanılan kredi kartı limitinin 1.000 TL’yi bulmadığı yüzde 43’lük bir kesim var. Bu kullanıcıları, yüzde 27’lik bir oran ile limiti 1.000 TL’nin üzerinde olan ve 2.000 TL ile sınırlanan kartlar izliyor. Limiti 2.000 TL’nin üzerinde olup da 5.000 TL’ye çıkan kartlar yüzde 19’luk bir kesim tarafından kullanılıyor. Ancak limit 5.000 TL’nin üzerine çıkınca tercih edilme oranı da düşüyor. En sık kullandığı kredi kartının limiti 5.000 TL’nin üzerinde olan kullanıcıların oranı yüzde 12’yi geçmiyor. Araştırmamız, kart limitinin yükselmesinin daha sık kullanılacağı anlamına gelmediğini ortaya koyuyor.

EN SIK KULLANILAN KREDİ KARTININ LİMİTİNİN KULLANILAN YÜZDESİ



Kullanıcıların yüzde 74'ü limitinin en fazla %50'sini kullanıyor

Kredi kartı limitlerinin yükselmiş olması, kullanıcıların limitlerini sonuna kadar zorladığı anlamına gelmiyor. Araştırmamız, kullanıcıların yüzde 74'le büyük bir oranının kart limitlerinin yüzde 50'sini aşmadığını ortaya koyuyor. Bunun yanı sıra kullanılan ortalama limitin yüzde 45 olduğu gözleniyor. Yüzde 18'lik bir kesim, limitinin yarısını kullanmayı tercih ederken sadece yüzde 11'lik bir kesim kredi kartı limitini yüzde 85 ve üzerindeki bir oranda kullanıyor. Yıllar itibarıyla bakıldığında da Türkiye'deki kart kullanıcılarının ortalama limit kullanımının belli bir düzeyde seyrettiği takip ediliyor. Ortalama limit kullanımı oranı 2005 yılında yüzde 49 iken, son iki yıldır yüzde 45 oranını koruyor.

“Limitinin tamamını ya da tamamına yakını kullananların oranı yüzde 11'de kalıyor”

Sevilen, benimsenen,
tercihleri etkileyen özellik:

TAK- sit

Taksit tüketicinin en büyük faydayı gördüğü özellik olarak öne çıkıyor. Son yıllardaki bütün araştırmalarımız kredi kartlarının en beğenilen özelliğinin taksit olduğunu ortaya koyuyor. Öyle ki, taksit imkanı kartlar arasındaki tercihi etkiliyor.

Türkiye’de kredi kartları gösterdiği gelişim ve pek çok özelliği ile uluslararası çevrelerde dikkatleri üzerine çekerken, kredi kartının en çok konuşulan, en çok araştırılan özelliği taksit oldu. Türk bankacıları uluslararası seminerlerde, konferanslarda taksit uygulamasını anlatırken, Türk halkı da ihtiyaçlarını ertelemeden sahip olabileceği “kredi kartı ile taksitli alışverişi” benimsedi. Araştırmamızın bu yılki sonuçları da taksit imkanının, alışverişlerde kredi kartının tercih edilmesinde en önemli faktör olmaya devam ettiğini gösteriyor.

EN SIK KULLANILAN KREDİ KARTININ BEĞENİLEN ÖZELLİKLERİ



Taksit imkanı kart tercihini etkiliyor

Kredi kartları, tüketicinin; harcadıkça kazanmasını, asistanlık hizmetleri gibi birçok özellikten faydalanmasını sağladığı gibi, nakit para taşıma gereksinimini de ortadan kaldırıyor. Kredi kartlarının sunduğu taksit özelliğı ise tüketicinin kredi kartından sağladığı en büyük özellik olarak öne çıkıyor. Son yıllardaki bütün araştırmalarımız kredi kartlarının en beğenilen özelliğinin taksit olduğunu ortaya koyuyor. Öyle ki taksit imkanı kartlar arasındaki tercihi etkiliyor. Bunun sonucunda “En sık kullandığınız kredi kartının en çok hangi özelliğini beğeniyorsunuz” sorusuna yüzde 50’lik bir kesim “daha çok yerde taksit olanağı sağlıyor” yanıtını veriyor. Bunu yüzde 27 ile puan toplama özelliğı izlerken, yüzde 17 ile nakit para olmadığı zamanlarda alışveriş imkanı vermesi, yüzde 15 ile de her yerde kullanılabilir olması özellikleri izliyor.



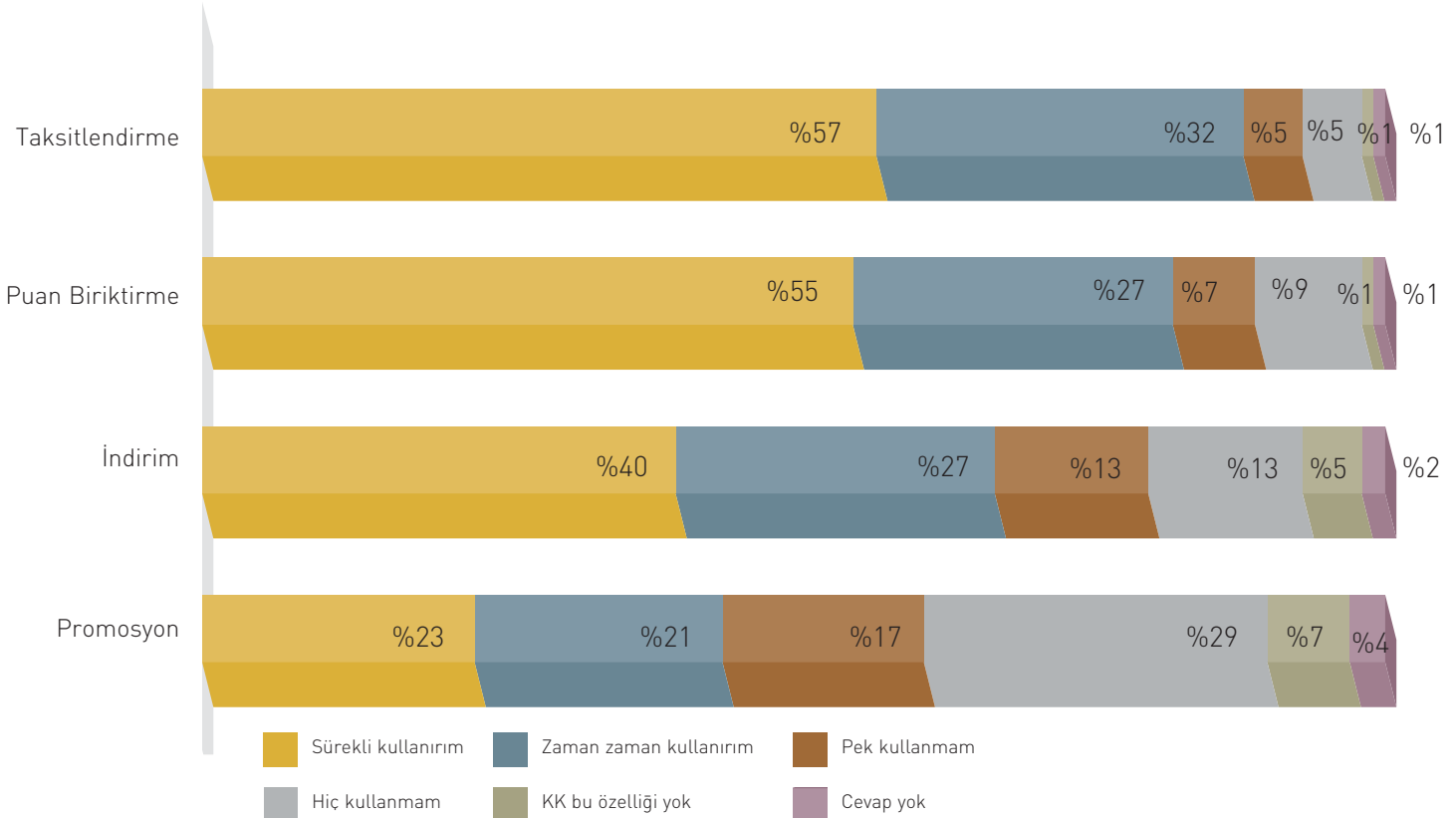


“Yüzde 57’lik kesim taksit imkanını her alışverişinde kullanıyor”

Çoğunluk kredi kartının sunduğu tüm imkanları kullanılıyor

Türkiye’de kredi kartlarının sağladığı imkanlardan yararlananların sayısı oldukça yüksek. Kredi kartına sahip olup da kredi kartlarının taksitlendirme, puan biriktirme, indirim ve promosyon özelliklerinden yararlananların oranı, bu özellikleri kullanmayanlara göre açık ara önde. Kartının taksitlendirme özelliğini sürekli kullananların oranı yüzde 57, bu oran zaman zaman kullananlarla birlikte yüzde 89’a çıkıyor. Puan biriktirmeye sürekli dikkat edenlerin oranı yüzde 55 iken, zaman zaman bu özelliği kullananlarla birlikte oran yüzde 82’ye çıkıyor. İndirim imkanını her zaman kullananların oranı yüzde 40 iken, ara sıra indirimden yararlananlarla birlikte oran yüzde 67’ye ulaşıyor. Promosyonlardan yararlanma sıklığı yüzde 23’lük “sürekli kullanım” ve yüzde 21’lik “zaman zaman kullanım” cevabıyla birlikte yüzde 44’ü buluyor.

KREDİ KARTININ SUNDUĞU ÖZELLİKLERİ KULLANMA SIKLIĞI



Tescilli Markalar Derneği (TMD) Başkanı Vehbi Kahveci

Giyim sektörü ilave taksit kampanyaları ile ivme kazanıyor

Türkiye’de faaliyet gösteren yabancı marka temsilcileri tarafından kurulan Tescilli Markalar Derneği (TMD), bugün yaklaşık 130 marka ve bin civarında mağaza işletmecisini temsil ediyor. Kredi kartının hazır giyim ve perakende sektöründe önemli bir yere sahip olduğuna dikkat çeken Tescilli Markalar Derneği Başkanı Vehbi Kahveci, kredi kartının varlığı ile tüm sektörler gibi hazır giyim sektörünün de önemli bir ivme kazandığını dile getiriyor. Kahveci ile kredi kartları üzerine konuştuk:

Kredi kartı kullanımı sektörünüze nasıl yansıyor?

Nakit ihtiyacını azaltması ve en önemlisi müşterilerimize ödeme kolaylığı sağlaması gibi nedenlerle kredi kartları hazır giyim ve perakendecilik sektöründe de oldukça önemli bir yere sahip. Özellikle doğru ve etkili kullanıldığında satışlara çok olumlu etkisi olduğunu düşünüyoruz. Kartlar aracılığıyla, müşteriye özel çalışmalar yapmanın, spesifik hedeflere yönelik işbirliklerini hayata geçirmenin, yaratıcı projeler geliştirmenin giderek daha da önemli olduğunu biliyor, çalışmalarımıza bu doğrultuda yön veriyoruz. Birçok işletmede işlemlerin yüzde 70’i taksitli ya da taksitsiz kredi kartlarıyla yapılıyor. Genel sonuçlara baktığımızda, özellikle ilave taksit kampanyalarının giyim sektörüne önemli bir ivme kazandırdığını görüyoruz. Kredi kartları, tüketicinin davranışı üzerinde etkili olduğundan, bu konudaki sorumlulukları önem taşıyor. Diğer taraftan kart sistemleri uygulayıcıları, markalar ve müşterileri hakkında oldukça detaylı bilgiye sahip durumdadır. Bankaların konuyu CRM çalışması çerçevesinde ele alıp, şirketlerin hayatına değer katacak bilgi, analiz ve raporları paylaşmalarının çok önemli olduğuna inanıyoruz.

Kredi kartları olmasaydı, sektörünüz açısından durum nasıl olurdu?

Müşterinin alım gücünü doğrudan etkilediği için, kredi kartları

“ Kredi kartları işletmelerin finans planlamalarını yapabilmelerine ve kayıt dışı ekonominin engellenmesine katkısı bakımından ülke ekonomisinde önemli bir görev ifa etmektedir ”

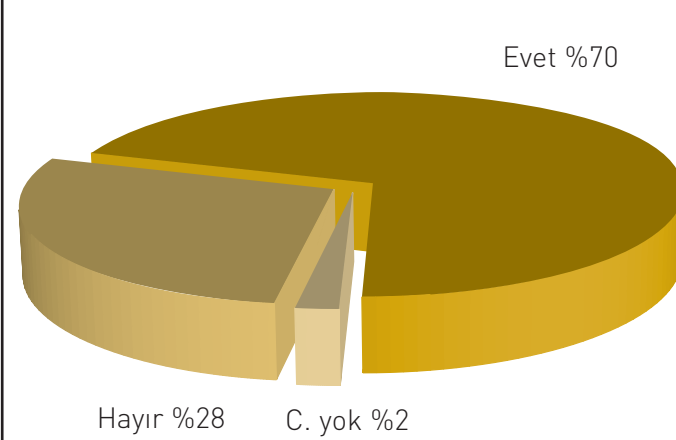


olmasaydı diğer tüm sektörler gibi hazır giyim sektörü de bundan olumsuz yönde etkilenirdi. Kredi kartları özellikle işletmelerin finans planlamalarını yapabilmelerine ve kayıt dışı ekonominin engellenmesine katkısı açısından ülke ekonomisinde önemli bir görev ifa etmektedir. Önceleri taksit sistemi (çek, bono gibi) işletmeci için ayrıca takip edilmesi gereken bir müessese iken, vasıtası ile bu yük, işletmelerden alınarak bankalara devredilmiş, nakit akışının gözlemlenmesi bakımından işletmecilerin işlerine kanalize olmaları mümkün olmuş, ihtisas alanları olmaları alacak takibi gibi, işletmeci-müşteri ilişkisini bozan konularla ilgilenmelerine gerek kalmamıştır.



NAKİT PUAN TOPLAMA VE KULLANMA

Kredi kartı ile yaptığınız alışverişlerde nakit puan toplamaya çalışıyor musunuz?



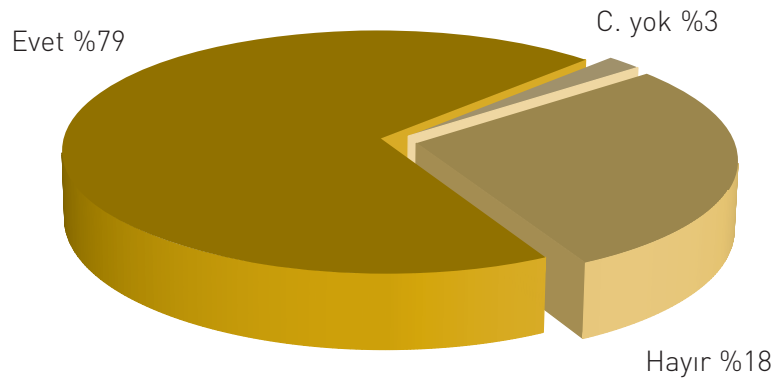
Her 10 kredi kartı kullanıcısından 7'si alışverişlerinde nakit puan toplamaya çalışmaktadır.

Önce biriktir sonra harca

Kredi kartınızla yaptığınız alışverişlerde nakit puan toplamaya çalışıyor musunuz? sorusuna "evet" diyenlerin oranı yüzde 70'i buluyor. Yani her 10 kredi kartı kullanıcısından 7'si alışverişlerinde nakit puan toplamaya çalışıyor. Kredi kartını kullanıp da puan toplamayanların oranı ise yüzde 28. Topladığı nakit puanları kullananların oranı yüzde 79'u bulurken, halen kullanmayıp biriktirmeye devam edenlerin oranı yüzde 18.

“ Her 10 kredi kartı kullanıcısından 7'si alışverişlerinde nakit puan toplamaya çalışıyor ”

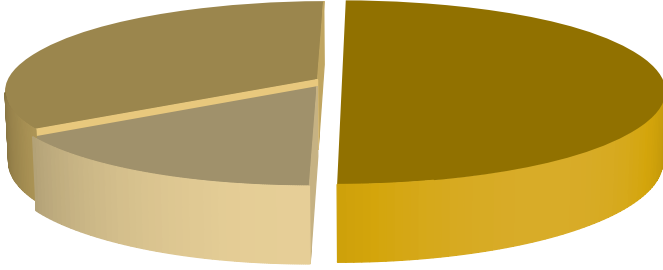
Nakit puanlarınızı hiç kullandınız mı?



Topladığınız nakit puanları nasıl kullanıyorsunuz?

Biriken puanları
toplayarak indirim
almak%34

Belirli bir meblağa
ulaşana kadar biriktirip
harcamak%50



C. yok %16

Toplanan nakit puanların nasıl kullanıldığına gelince, kullanıcıların yüzde 50'si belirli bir meblağa ulaşana kadar puanlarını biriktiriyor ve ondan sonra harcıyor. Yüzde 34'lük bir kesim de topladığı puanlarla alışverişlerini indirimli yapıyor.

“**Puan toplayanların yüzde 50'si belli bir meblağa kadar puan biriktiriyor**”



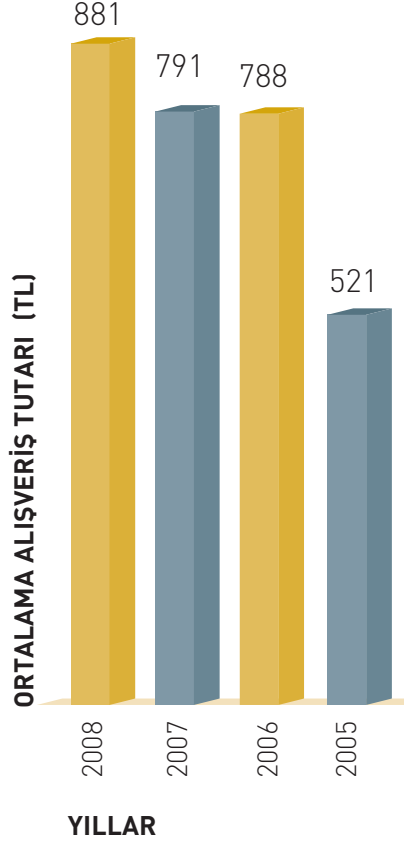
YKM Pazarlama ve Kredi Kartları Grup Müdürü
Aylin Mutlu

Taksit özelliğiyle gelir-gider dengesi daha kolay yapılıyor

Kredi kartları özellikle YKM'nin yer aldığı hazır giyim sektöründe taksitli olarak kullanılıyor. Bu noktada tüketicilerin ihtiyaçlarını ertelemeyip, kartın vade farkı ödemediği tutarı taksitlendirme olanağından yararlandığını görüyoruz. Kredi kartı, tüketicilere harcamalarında daha esnek davranmalarını sağlayan bir araç. Diğer taraftan gerek bankaların gerekse perakendecilerin kartlarla yaptıkları kampanyalar da tüketicilere kredi kartı kullanarak daha kolay ödeme imkanı sağlıyor. Her şeyden önce nakit alışveriş yapıp, bütçelerinden anında para çıkması engellenmiş oluyor. Tüketiciler nakit akış tarihlerine göre kredi kartı kullarımlarını belirliyor. Dolayısıyla bütçelerini rahatlatacak bir finansman olanağı sağlanmış oluyor. Ayrıca kredi kartlarının sağladığı taksit seçeneği, ihtiyaçların değil ödemenin zamana yayılmasını sağladığı için tüketicinin yaşamını kolaylaştırıyor. Nakit taşımanın getirdiği risk unsuru da kart kullanımı sayesinde önlenmiş oluyor. Özellikle iç daralma olduğu dönemlerde tüketiciler nakit para harcamak yerine, kartlı harcamaları tercih ediyor. Kartların taksit özelliği harcamayı kolaylaştırdığı için gelir-gider dengesi daha kolay yapılıyor. Bu anlamda ekonomide daralma yaşandığı dönemlerde de harcamaların devam etmesinin ekonomiye katkısı yüksektir.

KREDİ KARTI KULLANIMI

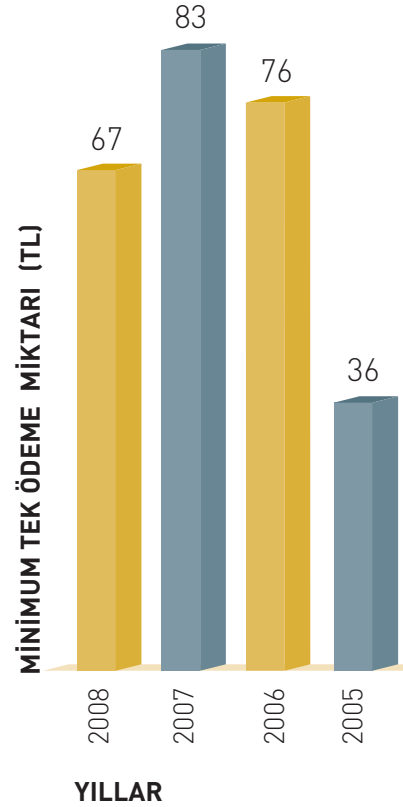
AYLIK ORTALAMA ALIŞVERİŞ TUTARI



Kredi kartı ile ayda ortalama 881 TL harcanıyor

Türkiye’de kredi kartı kullanıcılarının sayısı yıldan yıla artarken, kredi kartlarının ayda ortalama 8 kez kullanıldığı görülüyor. Kredi kartı kullanım sıklığı, yüksek sosyo-ekonomik gruplardan düşüş sosyo-ekonomik gruplara gidildikçe azalıyor. Kredi kartı ile yapılan harcama bütçeden bütçeye farklılık gösterirken, aylık ortalama harcama tutarı 881 TL olarak kaydediliyor. 2005 yılındaki 521 TL’lik aylık ortalama harcama ile 2008 yılında ulaşılan tutar karşılaştırıldığında yüzde 70’e varan bir artış görülüyor.

MİNİMUM TEK ÖDEME MİKTARI

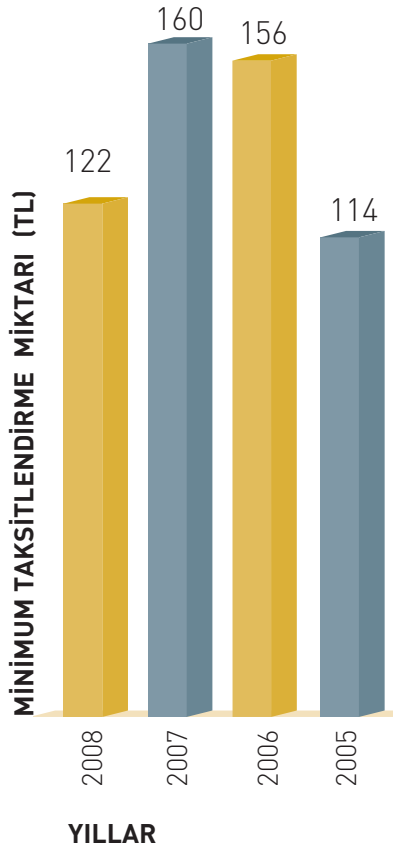


“Kredi kartları ayda ortalama 8 kez kullanılıyor, aylık ortalama harcama tutarı ise 881 TL düzeyinde”

67 TL'ye kadar olan alışverişlerde tek ödeme yapılıyor

Kredi kartı kullanım alışkanlıkları, ortalama tek ödeme miktarının 67 TL olduğunu gösteriyor. Alışverişlerde tek seferde yapılan ödeme miktarında 4 yıl öncesine göre 2 kat artış olsa da, son bir yıla bakıldığında düşüş gerçekleştiği görülüyor. Minimum taksitlendirme miktarında da benzer bir eğilim söz konusu. Bundan 5 yıl önce minimum taksitlendirme miktarı 100 TL iken, yani en az 100 liralık alışveriş yaptığında taksit istenirken, bugün en az 122 TL'lik bir alışveriş yapıldığında bu imkandan yararlanılıyor.

MINİMUM TAKSİTLENDİRME MİKTARI



Tüm Seyahat Acenteleri Derneği Başkanı
Aydın Yaylacıklılar

Kartlardaki taksit ve ödüller satış potansiyelini artırdı

Kredi kartı kullanılmayan yıllarda, sektörümüzdeki uçak bileti satışları nakit veya açık hesap şeklindeydi. Kredi kartlarının ve teknolojilerinin gelişmesi ile özellikle yüklü miktarlarda uçak bileti satın alan günümüz kurumsal firmaları; kredi kartı kullanılmayan tarihlerde açık hesap olarak cari dönen uçak biletli alımları yapmaktaydı. Dolayısı ile firmanın ya-



şadığı en ufak finansal bir sorun karşısında ödemelerimiz ertelenir veya sorunlu durumlarda kesintiye uğrardı. Oysa şu anda kredi kartı sayesinde vade yapsak dahi banka garantisi altında daha düzenli ve cari açığı en aza indirgenmiş bir geri dönüşüm sağlayabiliyoruz. Bugünkü şartlarda satışımızın yaklaşık yüzde 70-75'i kredi kartı ile gerçekleşiyor. Dolayısı ile bu miktarın neredeyse yüzde 98'i kesin geri dönüşü olan ve açık hesap kullanılmayan bir satış şeklinde gerçekleşiyor. Sektörümüz açısından çok büyük bir geri dönüşüm garantisi sağlandı. Yapılan kampanyalar, taksitlendirme ve ödül uygulamaları ise ekstra bir satış potansiyeli arttırma imkanı sağladı. Kredi kartı, sektörümüzün uçak bileti satışları alanında gerçekleşen artışta en önemli faktör haline geldi. Kredi kartları ile sektörümüze kesinlikle ve doğrudan katkı sağlandı. Kredi kartı ile tanımlanan kredi miktarı yolcuya ek bir satın alma gücü yarattı. Sektörde yer alan kampanya ve taksitlerin de yalnızca kredi kartı ile birlikte sunulmasının ardından satış rakamları arttı ve uçak bileti satış, pazarın kredi kartı ile hacminin büyümesine neden oldu. Bugünkü şartlarda, kurumsal olarak hala açık hesap niteliğinde cari çalışan firmaların farklı bir kredi kartı uygulaması ile desteklenmesi durumunda, bu pazarın yüzde 95'inin kredi kartlı satışa çekilmesi mümkün gözüküyor.

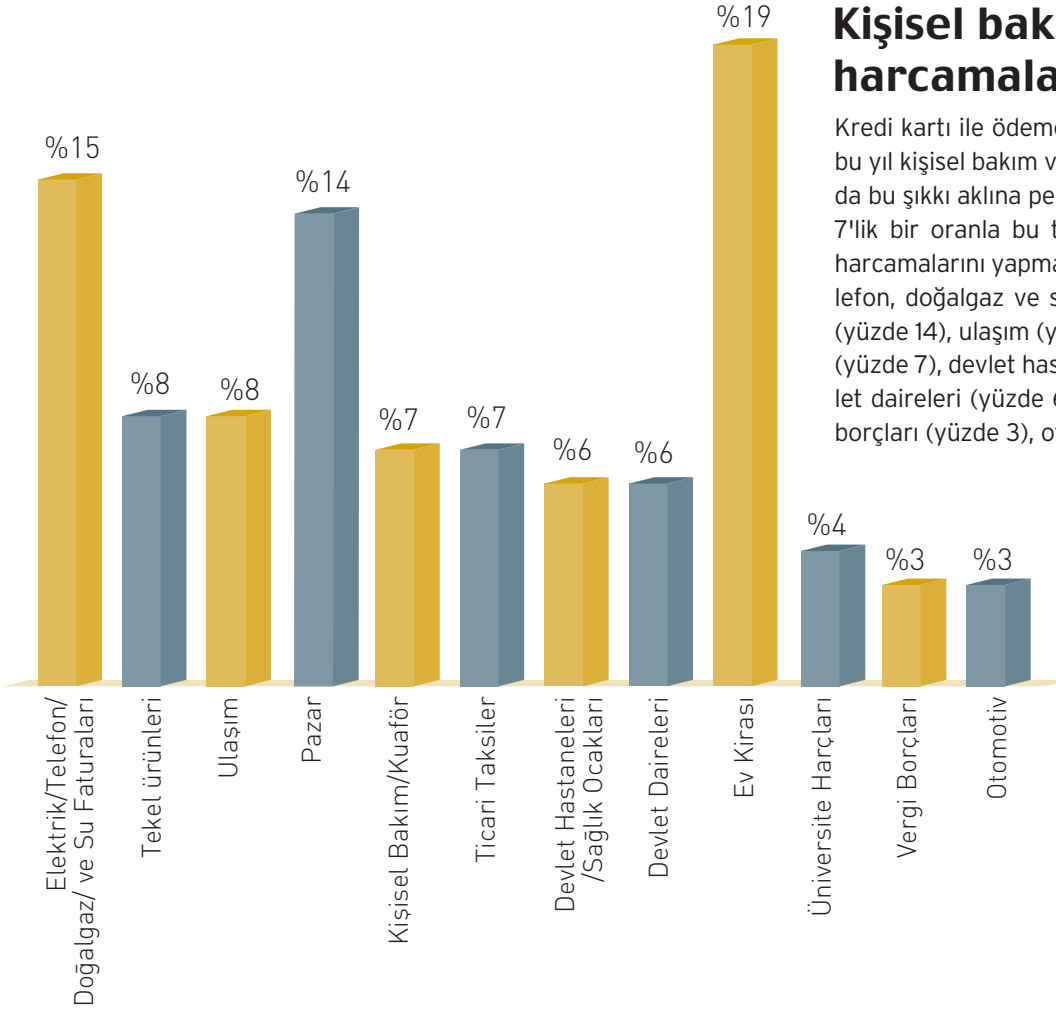


Ev kirasını da kredi kartı ile ödemek istiyoruz

Kredi kartlarının yaygınlığı konusunda tüketici genel olarak memnun görünüyor. Ancak araştırma, kullanıcıların farklı alanlarda da kredi kartlarını kullanmak istediğini gösteriyor. Günümüzde hizmet veren pek çok kuruluş kredi kartı ile ödeme seçeneği sunarken, kart kullanıcıları, ev kiralarnı da kartlarla ödemeyi talep ediyor.

Bankaların daha çok işyerini üye yapması ile birlikte, kredi kartları pek çok alanda yaygın olarak kullanılıyor. Buna rağmen kart kullanıcıları gün geçtikçe farklı ödemelerini de kredi kartı ile yapmak istiyor. "Kredi kartınız ile nerelerde ödeme yapmak istersiniz" sorusuna yüzde 19'luk bir kesimin "ev kirası" yanıtını vermesi de bu durumu doğruluyor. Araştırmada alınan diğer yanıtlara bakıldığında kart kullanıcılarının, üniversite harçlarından pazar harcamalarına, elektrik, su, telefon ve doğalgaz faturalarından vergi borçlarına, tekel ve ulaşım harcamalarına kadar bir çok ödemeyi kredi kartıyla yapmak istediği görülüyor.

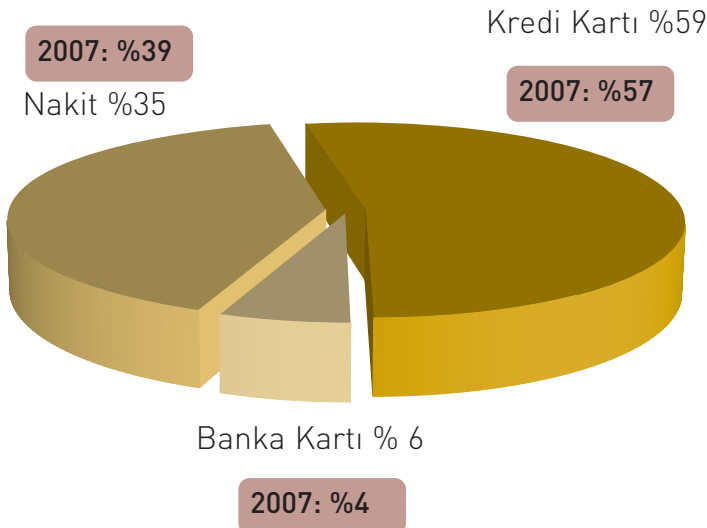
KREDİ KARTI İLE ÖDEME YAPILMASI İSTENEN SEKTÖRLER



Kişisel bakım ve kuaför harcamaları kartla ödenmeli

Kredi kartı ile ödeme yapılması istenen sektörler arasında bu yıl kişisel bakım ve kuaförler de yer alıyor. Önceki yıllarda bu şıkkı aklına pek getirmeyen kullanıcıları, bu yıl yüzde 7'lik bir oranla bu taleplerini belirtiyor. Kart sahiplerinin harcamalarını yapmak istediği diğer alanlar ise; elektrik, telefon, doğalgaz ve su faturaları (yüzde 15), tekel ürünleri (yüzde 14), ulaşım (yüzde 8), pazar (yüzde 8), ticari taksitler (yüzde 7), devlet hastaneleri-sağlık ocakları (yüzde 6), devlet daireleri (yüzde 6), üniversite harçları (yüzde 4), vergi borçları (yüzde 3), otomotiv (yüzde 3) şeklinde sıralanıyor.

AYLIK ALIŞVERİŞ TUTARININ NAKİT, KREDİ KARTI VE BANKA KARTLARINA DAĞILIMI



100 alışverişten 65'i kartla yapılıyor

Kredi kartı kullanımında bu yılın ilk 3 ayında bir önceki yılın aynı dönemine göre yaşanan yüzde 14'lük artış, kredi kartlarının alternatif bir ödeme aracı olarak Türkiye'de gördüğü kabulün bir göstergesi. Mart 2009 itibarıyla 46 milyar TL'lik alışverişin yapıldığı kredi kartları, günümüzde benzinden tatile, giyimden markete kadar pek çok yerde kullanılıyor. Kullanıcılar aylık alışverişlerinin yüzde 59'unu kredi kartlarıyla yapıyor. Banka kartlarıyla birlikte, kartla yapılan alışverişlerin tutarı yüzde 65'i buluyor. Aylık alışverişlerin nakitle yapılan kısmının yüzde 35'de kalması ise, alışverişlerde ödeme aracı olarak kartların tercih edildiğini gösteriyor.



Kart kullanıcılarının %80'i
**borcunun
tamamını**
ödüyor

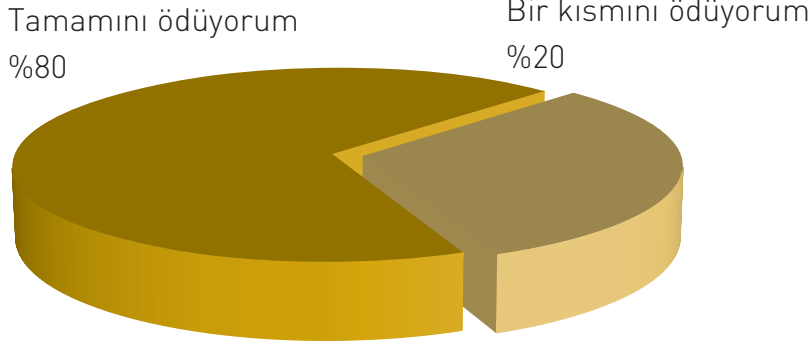


Araştırmamıza göre kredi kartı kullanıcılarının büyük bir çoğunluğunun hesap kesim tarihinde borcunun tamamını ödediği görülüyor. Bu bir yandan kart kullanımında Türk halkının oldukça titiz davrandığını, borçlu kalmayı istemediğini ortaya koyarken, bir yandan da tüketici kredilerine yönelik bilincin de arttığını gösteriyor.

Mart 2009 itibariyle sayısı 43.5 milyon adeti aşan kredi kartları Türkiye’de kullanımın giderek arttığını ortaya koyarken, araştırmamız Türk halkının kredi kartını “belirli bir süre için faizsiz ödeme aracı” olduğu konusundaki bilinci de gözler önüne seriyor. Tüm dünyayı saran krizin Türkiye’yi de etkilemesiyle birlikte endişeler artmış olsa da, kredi kartı kullanıcıları borcunu ödemek konusundaki hassasiyetini koruyor. Koşullar bir önceki yıla göre ne kadar değişmiş olsa da araştırmamız, Türk halkının borcuna sadık olduğunu bir kez daha gösteriyor.

KREDİ KARTI BORCU ÖDEME MİKTARI

KREDİ KARTI BORCUNU ÖDEME MİKTARI



“Bir kısmını ödüyorum”: 2008: %20

2007: %20

2006: %25

2005: %22

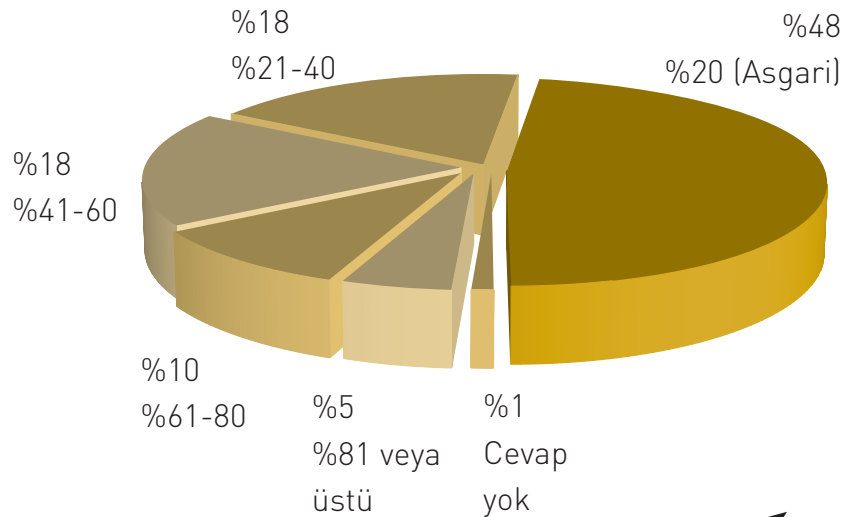
%20

Yüzde 80'i borcunun tamamını ödüyor

Kredi kartı kullanıcılarının borç ödeme miktarına bakıldığında yüzde 80'lik oranla büyük bir çoğunluğun hesap kesim tarihinde borcunun tamamını ödediği görülüyor. Bu bir yandan kart kullanımında Türk halkının oldukça titiz davrandığını, borçlu kalmak istemediğini ortaya koyarken, bir yandan da tüketici kredilerine yönelik bilincin de arttığını gösteriyor. Borcunun bir kısmını ödeyenlerin oranı 2001'de yani yine bir kriz döneminde yüzde 40 iken, günümüzde yüzde 20'ye gerilemiş olması da bu yöndeki saptamaları destekliyor.

“2001'de borcunun bir kısmını ödeyen kullanıcıların oranı yüzde 40 iken bu oran 2008'de yüzde 20'ye düştü”

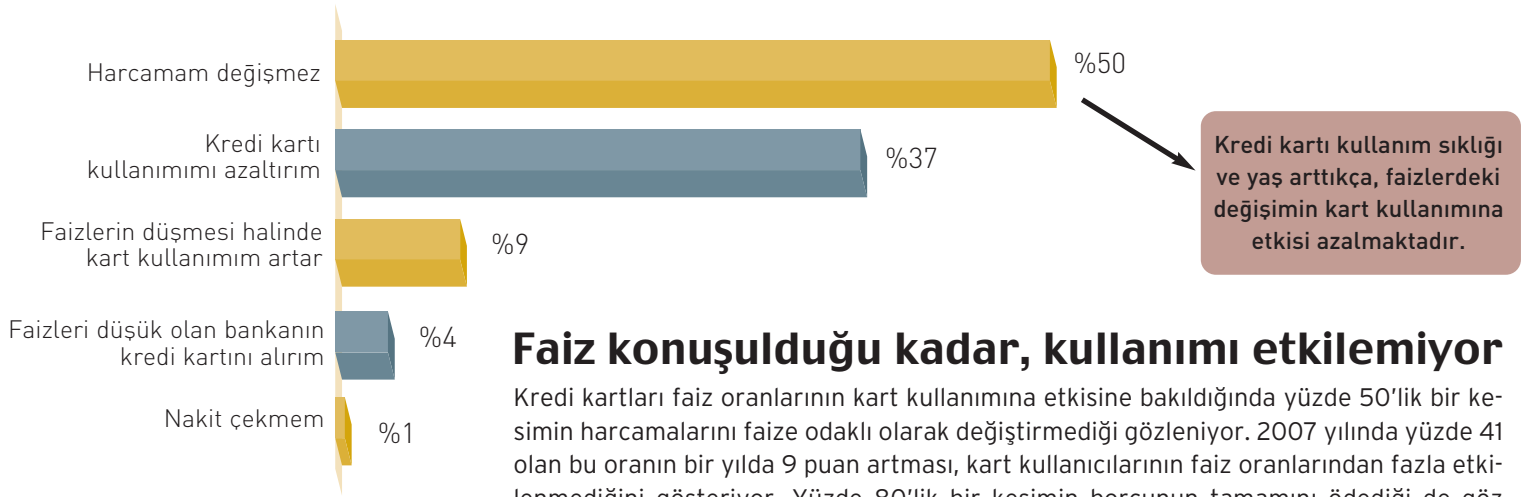
KREDİLENDİRİLEN BORCUN ÖDENEN YÜZDESİ



Borcunu kredilendirenlerin yüzde 48'i asgarisini ödeyebiliyor

Borcunun bir kısmını ödeyebilen yüzde 18'lik kesim incelendiğinde, bunların yüzde 48'inin asgari ödemeyi yapabildiği görülüyor. Genel olarak bakıldığında yüzde 52'nin asgarinin üzerinde ödemesini gerçekleştirdiği takip ediliyor. Borcunun yarısını ya da yarısına yakını ödeyenlerin oranı yüzde 33'ü buluyor. Yüzde 5'lik bir kısım ise borcunun yüzde 80'inden fazlasını ödüyor.

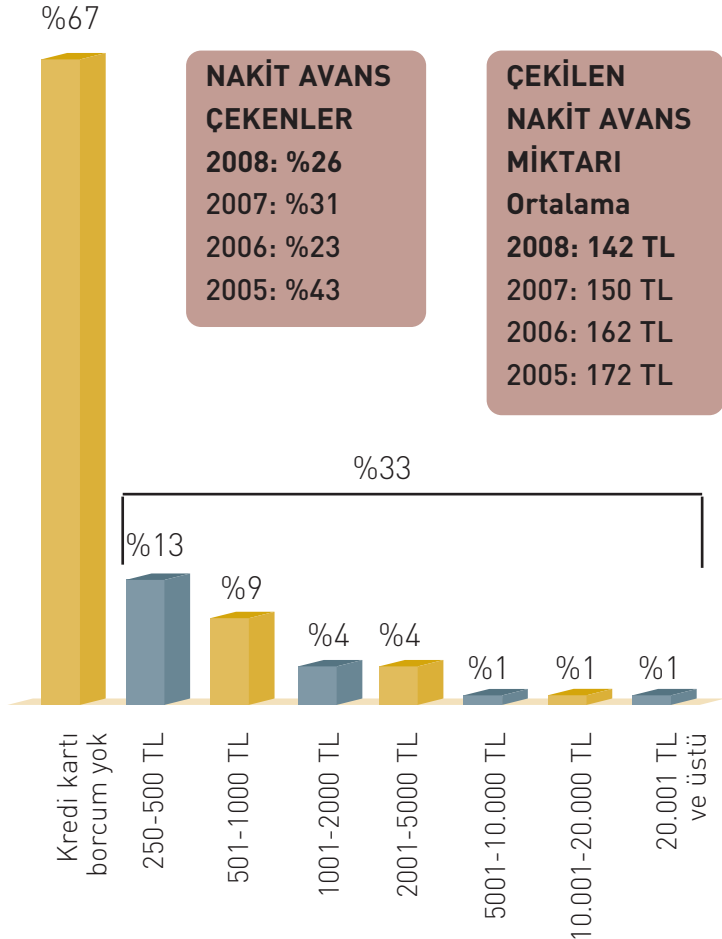
KREDİ KARTI FAİZLERİNDEKİ DEĞİŞİMİN KREDİ KARTI KULLANIMINA ETKİSİ



Faiz konuşulduğu kadar, kullanımı etkilemiyor

Kredi kartları faiz oranlarının kart kullanımına etkisine bakıldığında yüzde 50'lik bir kesimin harcamalarını faize odaklı olarak değiştirmedikleri gözleniyor. 2007 yılında yüzde 41 olan bu oranın bir yılda 9 puan artması, kart kullanıcılarının faiz oranlarından fazla etkilendiğini gösteriyor. Yüzde 80'lik bir kesimin borcunun tamamını ödediği de göz önünde bulundurulduğunda, kart kullanıcılarının ödeyecekleri bir borcun faizinden etkileneceği için, kredi kartını aynı sıklıkta kullanmayı ve sağladığı faydaları sürdürmeyi tercih ettikleri görülüyor. Yüzde 37'lik bir kesim faiz değiştiğinde kredi kartı kullanımını azaltacağını söylerken yüzde 9'luk bir kesim faizler düştüğünde kart kullanımını arttıracığını ifade ediyor.

YAKLAŞIK KREDİ KARTI BORCU VE NAKİT AVANS



Kullanıcıların yüzde 67'sinin kredi kartı borcu bulunmuyor

Kredi kartı kullananların çoğunluğu borcunun tamamını tek seferde ödemeyi tercih ediyor. Araştırmamız da gösteriyor ki borçlanmayı sevmeyen Türk halkının yüzde 67'sinin hiç kredi kartı borcu bulunmuyor. Kart borcu bulunan yüzde 33'lük kesimin yüzde 13'ünün 250 TL ile 500 arasında borçlu olduğu görülürken, 2.001 TL ile 5.000 TL arasında borçlu olanların sadece yüzde 4, 5.001 TL'nin üzerinde borcu olanların ise yüzde 1'lik bir oranda kaldığı görülüyor.

EN SIK KULLANILAN KREDİ KARTININ BORCUNU ÖDEME YÖNTEMLERİ

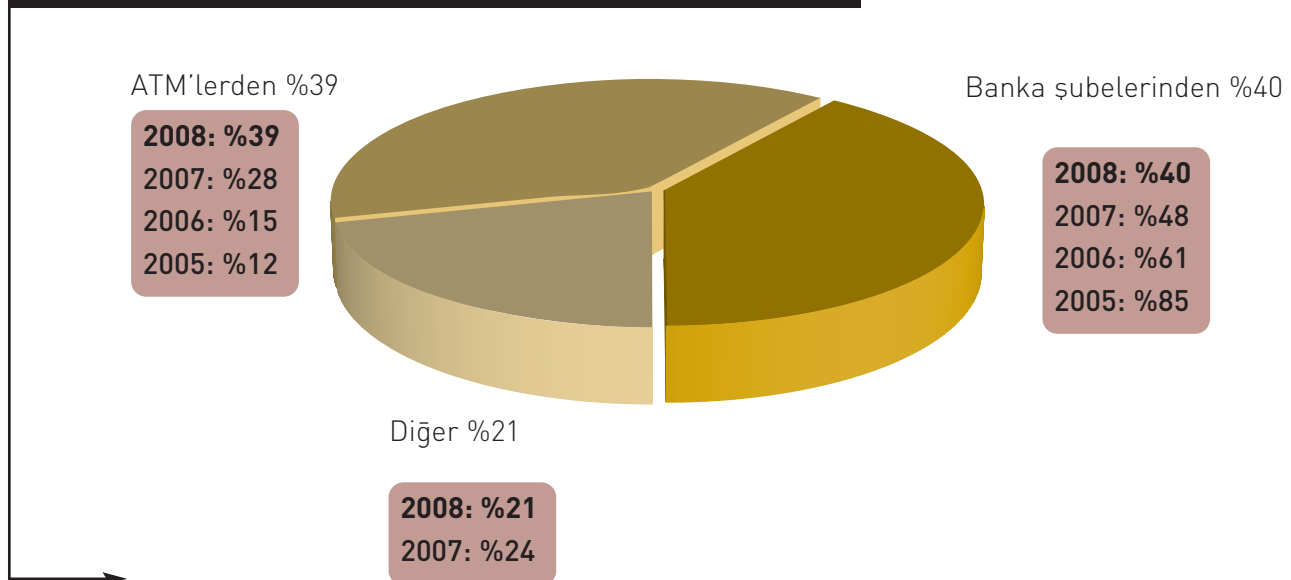
ATM'ler şubenin yerini almaya başladı

Kredi kartı kullanıcılarının bir kısmının borç ödeme konusunda geleneksel davrandığını söylemek mümkün. Ancak borç ödemek için banka şubesine giden bu kitle her yıl biraz daha azalıyor. Borcunu ödemek için şubeyi tercih edenlerin oranı 2005 yılında yüzde 85 iken, bu oranın 2008 yılında yüzde 40'a düşmüş olması dikkat çekiyor. Borcunu şubeden ödemekten vazgeçen kitlenin, hangi yöntemi tercih ettiğine bakıldığında ise ATM'lerin artan payı öne çıkıyor. ATM'ler, borç ödeme yöntemleri arasında yüzde 39 ile şubeleri yakından takip ediyor. Nakit para yatırılmasına imkan veren ATM'lerin artması ve bankaların yeni ATM yatırımlarını ara vermeden sürdürmesi kredi kartı borcunu öderken vakit kaybetmek istemeyenlere kolaylık sağlıyor. 2005 yılında borç ödeme yöntemleri arasında ATM'lerin payının sadece yüzde 12 olduğunu hatırlarsak şubelerden ATM'lere yönelen tercihin nasıl değiştiğini gözlemlemek mümkün.

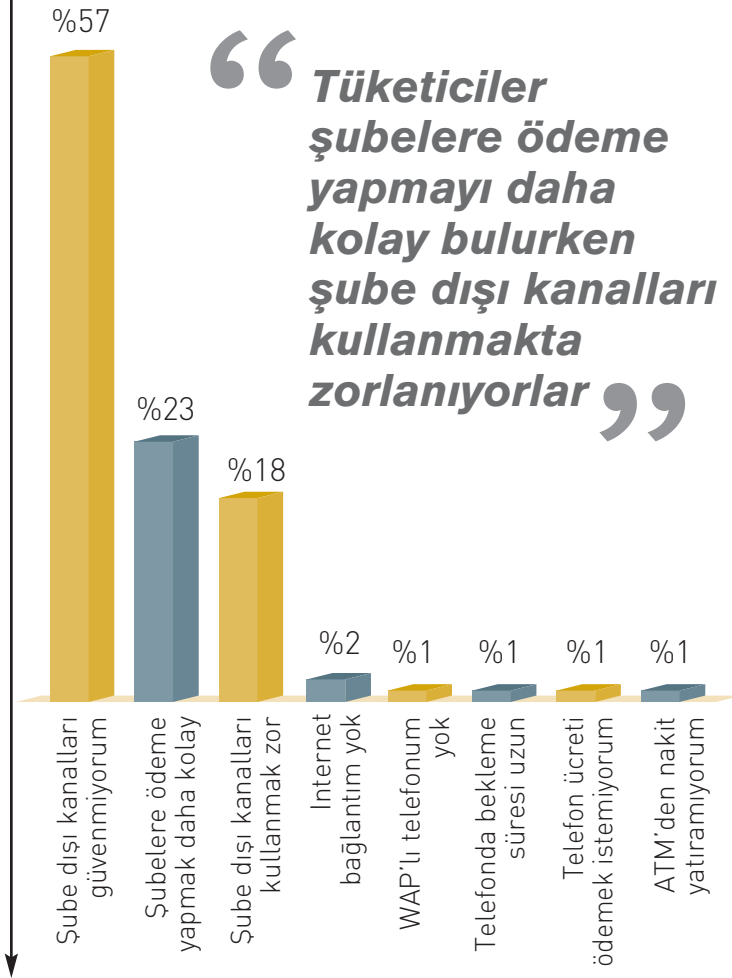


“**Borç ödemelerinde şubelerin payı yüzde 85’den yüzde 40’a gerilerken ATM’lerin payı yüzde 39’a çıktı**”

En sık kullanılan kredi kartının borcunu ödeme Yöntemleri



Kredi kartı borcunu internet, WAP gibi yöntemlerle ödememenin nedenleri



Borç öderken kullanılan yöntemi güven belirliyor

Kredi kartı borcunu otomatik ödeme talimatı vererek ödeyenlerin oranı yüzde 12, interneti kullananların oranı yüzde 5, PTT aracılığıyla ödeyenlerin oranı yüzde 3. Telefon bankacılığını kullanarak borcunu ödeyenlerin oranı ise sadece yüzde 1. Teknolojide yaşanan gelişime, tüketici davranışlarındaki değişime karşın borç ödeme konusunda şubelerin hala ilk sırada yer alması, daha yeni olan ödeme kanallarına alışılmadığını gösteriyor. Kredi kartı borcunu internet, WAP gibi yöntemlerle ödeme nedenlerinde yüzde 57'lik oran ile güven unsuru, önceki yıllarda olduğu gibi ilk sırayı alıyor. Yüzde 23, şubelere ödeme yapmayı daha kolay bulurken, yüzde 18 şube dışı kanalları kullanmakta zorlanıyor.

Astoria Yönetim Kurulu Başkanı
Vedat Aşçı

Hem müşteriye hem kuruma yarar sağlıyor



Kredi kartlarının hem müşteriler hem de kart kullanılan işyerleri açısından ciddi anlamda fayda sağladığını düşünüyorum. Kredi kartları öncelikle tüketicilerin yaşamını kolaylaştırmada önemli bir rol oynuyor. Kredi kartı kullanıcıları ihtiyaçlarını, o an yanlarında nakit bulunmasa bile karşılayabiliyorlar. Bunun yanı sıra kredi kartları, kullanıcılara, taksitli satın alma, puan toplayarak alışveriş yapma gibi önemli avantajlar da sunuyor.

Bu elbette kredi kartı kullanılan işyerlerine de önemli oranda fayda sağlıyor. İşyerleri kredi kartının sunduğu avantajlara düzenlediği kampanyalarla da ivme kazandırıyor. Kredi kartı kullanımı ekonominin kayıt altına alınması gibi çok önemli bir görevi de yerine getirdiği için herkese kazandıran bir ödeme aracı olduğuna ve yaygınlaşması gerektiğini düşünüyorum.

İnternet ya da
telefonla alışverişte

başrolü kredi kartları oynuyor



Araştırmamızın ortaya çıkardığı sonuç; 100 kişiden sadece 13'ünün internet ya da telefon üzerinden alışveriş yaptığı yönünde... İnternet veya telefonla alışveriş yapanların oranı yüzde 13'te kalsa da, bu kanallarda en çok tercih edilen ödeme yöntemini yüzde 86 ile kredi kartlarının oluşturması dikkat çekiyor. İnternet ve telefonla yapılan alışverişlerdeki tercihlere bakıldığında ise yüzde 69'luk pay ile kitap, DVD ve CD siparişlerinin ilk sırayı aldığı gözleniyor.

BKM'nin 2009 yılına ait 3 aylık verilerine göre, internette kayıtlı işyeri sayısında bir önceki yıla göre yüzde 44'lük bir artış yaşandı. Kredi kartı kullanıcıları da yaptıkları 46 milyar TL'lik alışverişin 2 milyar TL'sini evinden dışarıya çıkmadan gerçekleştirdi. Geline bu nokta kredi kartı sahiplerinin internet ve telefon bankacılığı kullanımının teknolojiye paralel olarak geliştiğini, ayrıca alışveriş yöntemi olarak bu kanallarda hala büyük bir potansiyel bulunduğunu gözler önüne seriyor. Araştırmamız, 100 kişiden 87'sinin hala internet ya da telefon üzerinden alışveriş yapmadığını ortaya koyarken, yüzde 13'lük bir kesimin büyük bir çoğunluğunun bu kanal üzerinden kredi kartını kullanarak alışveriş yaptığını gösteriyor. İnternette veya telefonla alışveriş yapanların oranı sosyo-ekonomik statüye ve yaşa bağlı olarak değişiyor. AB sosyo-ekonomik grubunda bu oran yüzde 40'ı bulurken, C grubunda yüzde 18'e düşüyor. Araştırmamız, pek çok alanda olduğu gibi alışveriş konusunda da gençlerin teknolojiye daha yatkın olduğunu gösteriyor. Yaşı 18 ile 24 arasında olan kitlenin yüzde 19'u internet ve telefon üzerinden sipariş verebiliyor, yaşı 25 ile 34 arasında olan grup da buna eklenince oran yüzde 33'ü buluyor. 45 yaş üzerinde ise oran yüzde 10'a iniyor.

İNTERNET ÜZERİNDEN YA DA TELEFONLA SİPARİŞ

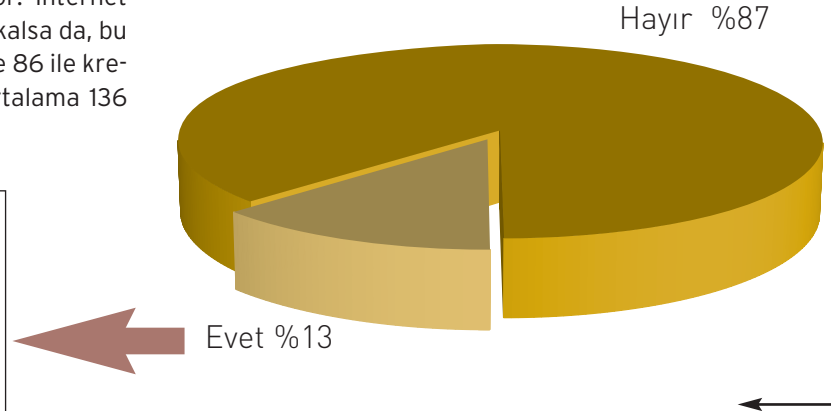
İnternet ve telefon aracılığıyla ortalama 136 TL harcanıyor

İnternet üzerinden yapılan alışverişlerde hangi ödeme aracının kullanıldığına bakıldığında, kredi kartları öne çıkıyor. İnternet veya telefonla alışveriş yapanların oranı yüzde 13'te kalsa da, bu kanallarda en çok tercih edilen ödeme yöntemi yüzde 86 ile kredi kartları. Kredi kartları ve sanal kartlarla, ayda ortalama 136 TL internet veya telefon alışverişlerinde harcanıyor.

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

En çok tercih edilen ödeme yöntemi %86 ile kredi kartıdır.

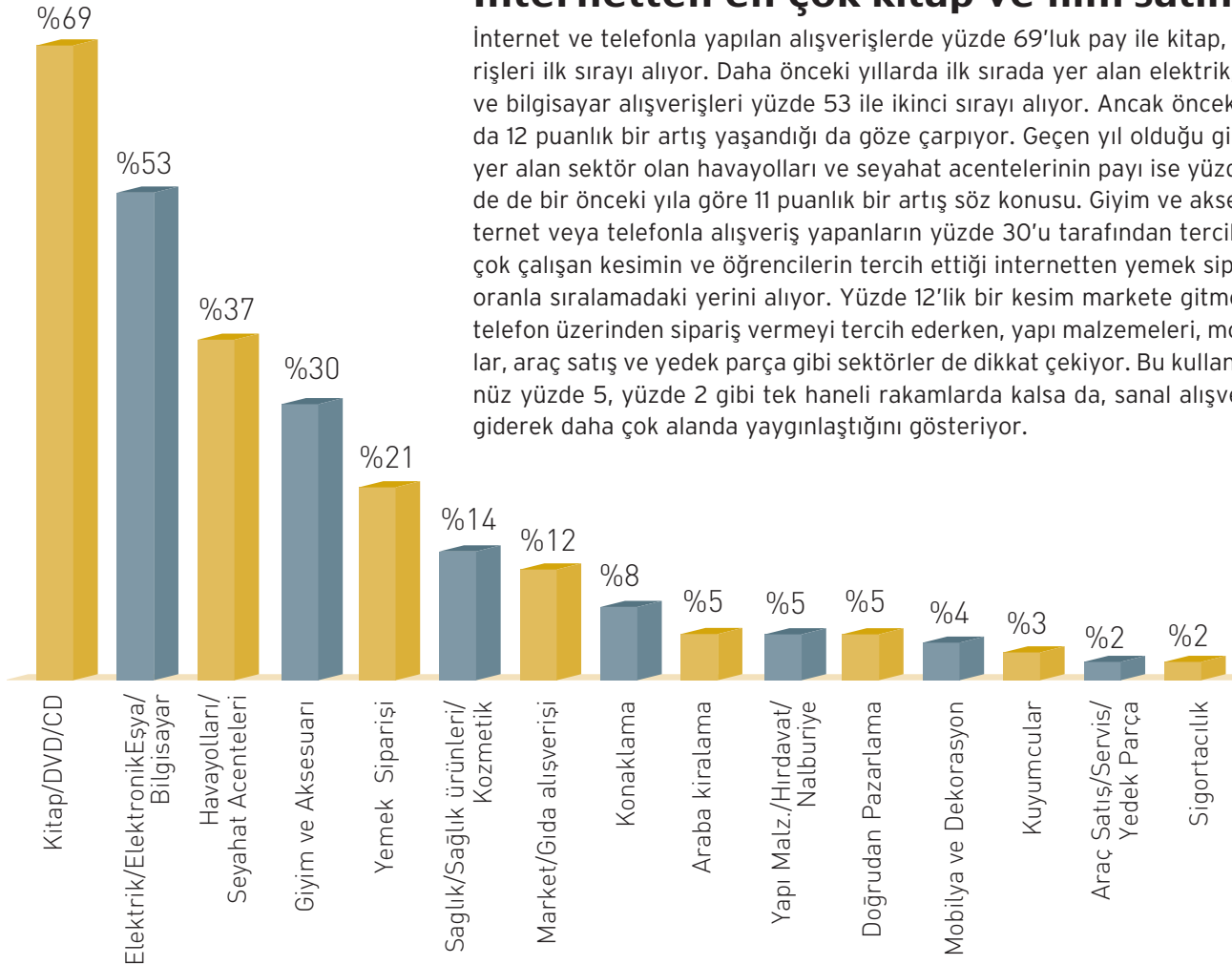
İnternet üzerinden ya da telefonla alışveriş yapıyor musunuz?



İNTERNET YA DA TELEFONLA ALIŞVERİŞ YAPILAN SEKTÖRLER

İnternette en çok kitap ve film satın alınıyor

İnternet ve telefonla yapılan alışverişlerde yüzde 69'luk pay ile kitap, DVD ve CD siparişleri ilk sırayı alıyor. Daha önceki yıllarda ilk sırada yer alan elektrik, elektronik eşya ve bilgisayar alışverişleri yüzde 53 ile ikinci sırayı alıyor. Ancak önceki yıla göre burada 12 puanlık bir artış yaşandığı da göze çarpıyor. Geçen yıl olduğu gibi üçüncü sırada yer alan sektör olan havayolları ve seyahat acentelerinin payı ise yüzde 37. Bu sektörde de bir önceki yıla göre 11 puanlık bir artış söz konusu. Giyim ve aksesuar sektörü internet veya telefonla alışveriş yapanların yüzde 30'u tarafından tercih edilirken, daha çok çalışan kesimin ve öğrencilerin tercih ettiği internette yemek siparişi yüzde 21'lik oranla sıralamadaki yerini alıyor. Yüzde 12'lik bir kesim markete gitmeden internet ve telefon üzerinden sipariş vermeyi tercih ederken, yapı malzemeleri, mobilya, kuyumcular, araç satış ve yedek parça gibi sektörler de dikkat çekiyor. Bu kullanıcıların oranı henüz yüzde 5, yüzde 2 gibi tek haneli rakamlarda kalsa da, sanal alışverişin Türkiye'de giderek daha çok alanda yaygınlaştığını gösteriyor.



İstanbul Ticaret Odası Başkanı Murat Yalçıntaş

Kart kullanımını teşvik ediyoruz

Kredi kartı sadece tüketici için değil, ticaretle uğraşan herkes için önemli bir enstrüman. Bu önemin farkında olan İstanbul Ticaret Odası, kart kullanımını teşvik ediyor. Bu konuda hem bankalar hem hükümet nezdinde çalışmalar yürütüyor. Türkiye'nin kredi kartı kullanım oranıyla en hızlı büyüyen ülkeler arasında olduğunu belirten İTO Başkanı Murat Yalçıntaş, "Kredi kartı kullanımını teşvik ediyoruz. Yakında pek çok üyemiz doğrudan doğruya kredi kartına geçecek" diye konuşuyor.

Ticarette kredi kartının pek çok avantajı olduğunu söyleyen İstanbul Ticaret Odası Başkanı Murat Yalçıntaş, "Kredi kartı kullanımı nakite nazaran hem hammadde hem işçilikte hem de güvenlikte yaklaşık 3'te 1 oranında bir tasarruf da sağlıyor" diyor. Yalçıntaş, bu tasarrufun da göz ardı edilmemesini ve kullanımının teşvik edilmesi gerektiğini savunuyor.

Yalçıntaş liderliğinde İTO'nun yaptığı birçok çalışma var. Örneğin "Alışverişte gün bugün" kampanyası da İTO'nun girişimiydi. Kampanya İstanbul'da alışverişin yüzde 30 oranında artarak ciddi şekilde canlanmasını sağladı.

Yalçıntaş, ekonominin canlandırılması için kredi kartı kullanımının da artırılması gerektiğini de belirtiyor.

Bankalararası Kart Merkezi verilerine göre, 2008 yılında ülkemizde 60 milyona yakın banka kartı ve 43 milyon kredi kartı var. 5 yıl önce banka kartı sayısı 40 milyon, kredi kartı sayısı da 20 milyondur diyen Yalçıntaş, "Türkiye'de banka ve kredi kartı kullanımının çok hızlı bir şekilde yaygınlaştığını ve benimsendiğini söyleyebiliriz" diye devam ediyor.

Kredi kartının tüketici ve şirketler için de avantajları olduğuna değinen Yalçıntaş, kredi kartının, nakit taşıma riskini azalttığının, aynı zamanda bu kriz ortamında insanlara belli bir finansman imkanı da sağladığının altını çiziyor. Yalçıntaş, "Asıl önemlisi doğalgaz, elektrik, telefon gibi faturaların hepsini kredi kartı ile ödemek mümkün. Bu da tüketiciler için çok cazip bir ödeme imkanı. Bir de tüm bankaların yaptığı promosyonlar var. Kiminde uçuş mili, kiminde nakit para, kiminde de çekilişlere giriyorsunuz, ama en önemlisi taksitlere bölebiliyorlar. Bu da tüketicileri harcamaya teşvik eden, harcamayı kolaylaştıran bir başka etmen" diyor.

İTO olarak "Kredi kartı kullanımını tüketici alışkanlıklarına, alışverişlerin yer, zaman ve marka tercihlerine etkisi" konulu bir araştırma hazırlattıklarına değinen Yalçıntaş, 2007 yılında yayınlanan bu çalışmanın çok olumlu karşılandığını ifade etti. Yalçıntaş, yine aynı şekilde geçtiğimiz yıllarda başlayan chip&PIN uygulamasının kredi kartlarının güvenliği açısından son derece önemli bir uygulama olduğunu düşünüyor.

"Kartını sorunsuz kullananların oranı yüzde 97"

Yalçıntaş tüketicilerin gelirinin üzerinde yaptığı harcamalar ve sonrasında yaşadıkları ödeme sıkıntısı ile ilgili olarak; "2007



sonuçlarına göre ülkemizde kredi kartını sorunsuz kullanan insanların oranı yüzde 97. Yani yüzde 97 parasını zamanında ödüyor, banka ile herhangi bir sıkıntı yaşamıyor. Kredi kartı kullananların gelir durumuna baktığımız zaman yüzde 79'unun düzenli bir geliri var. Burada iki önemli parametre var. Birinci önemli parametre; bankaların kredi kartı verirken dikkatli olmaları gerektiği. Asıl önemli olan tüketiciler. Tüketicilerin kendi harcamalarını planlı programlı yapmaları gerekiyor. Bankalar da kredi kartı verirken kartın limitini ödeme gücüne göre tayin etmeliler. Tabii temerrüt faizleri de önemli" diyor.

“2007 sonuçlarına göre ülkemizde kredi kartını sorunsuz kullanan insanların oranı yüzde 97. Yani yüzde 97 parasını zamanında ödüyor, banka ile herhangi bir sıkıntı yaşamıyor”

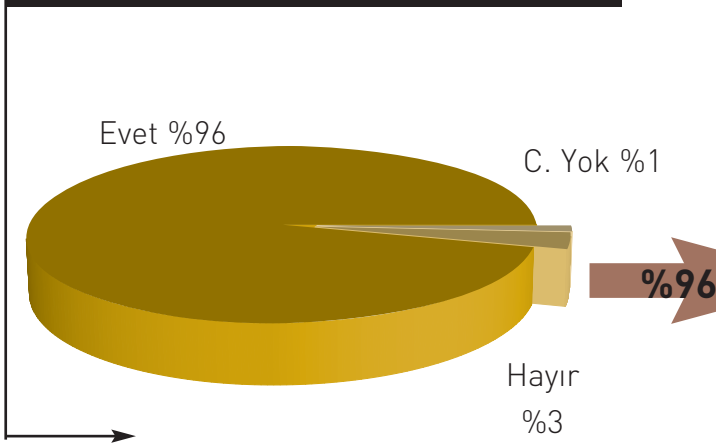
Bankalararası Kart Merkezi (BKM) ve üyelerinin yoğun çalışmalarıyla, Fransa ve İngiltere'nin ardından dünyada chip&PIN uygulamasına geçen üçüncü ülke olarak Türkiye, kartlı ödeme sektöründeki başarısıyla dikkat çekti.

Kredi kartında şifreli işlem güvenli bulundu ve hayatı kolaylaştırdı

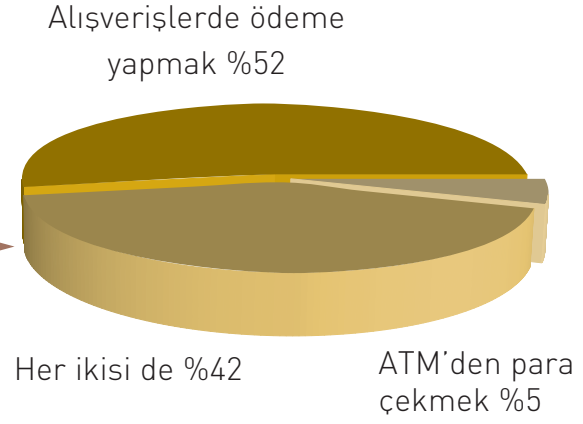
Türk bankacılık sisteminin kredi kartı işlemlerinden imzayı kaldırarak dünyada büyük bir başarıya imza attığı chip&PIN sistemi, bugün tüketicilerin olmazsa olmazı haline geldi. Bankalararası Kart Merkezi (BKM) ve üyelerinin yoğun çalışmasıyla, Fransa ve İngiltere'nin ardından dünyada üçüncü ülke olarak chip&PIN uygulamasına geçen Türkiye, bu alandaki başarısıyla dikkat çekti. 15 ay gibi kısa bir süre içinde geçiş sürecini tamamlayan Türkiye, bu alanda tarihi bir rekor yazdı. Hem kısa sürede projenin gerçekleşmesi hem de dönüşümdeki başarı, birçok ülkenin gözünü Türk kartlı ödeme sektörüne çevirmesine neden oldu. Avrupa'nın gelişmiş ülkeleri Türkiye'nin chip&PIN deneyimini ihraç etmek isterken, İtalya, İspanya, Polonya, Çek Cumhuriyeti ve Yunanistan gibi çok sayıda ülke BKM ve üyelerinden bilgi talebinde bulundu. 1 Temmuz 2007 itibarıyla chip&PIN uygulaması ile tanışan Türkiye'nin kısa sürede elde ettiği sonuçlar, araştırmamız ile de bir kez daha teyit edildi. Verilen cevaplar tüketicinin, yararına ve kolaylığına inandığı bu uygulamadan oldukça memnun olduğunu gösteriyor.

CHIP&PIN ve KART ŞİFRESİ BİLİNLİRLİĞİ

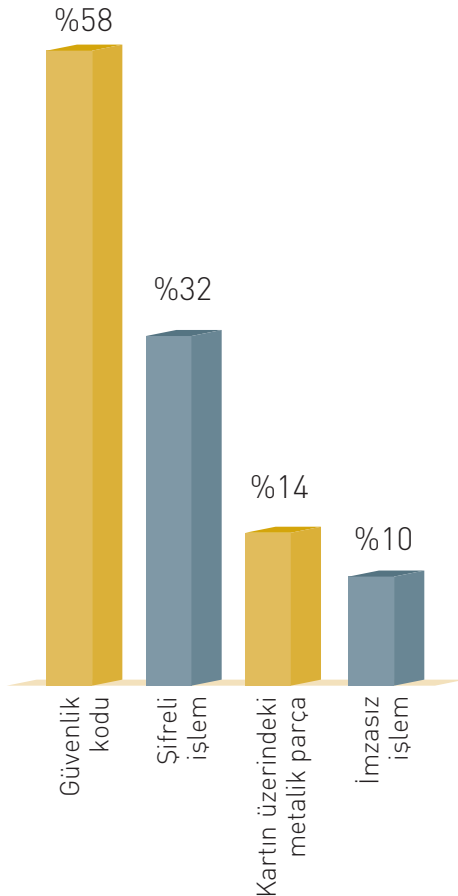
KREDİ KARTI ŞİFRESİNİN BİLİNLİRLİĞİ



KREDİ KARTI ŞİFRESİNİN KULLANIM AMACI



CHIP&PIN SİZE NE İFADE EDİYOR?



Hem alışveriş yapıyor hem nakit çekiyor

Kredi kartını şifresi ile kullanan tüketicilerin yüzde 52'si şifresini alışveriş sırasında kullandığını ifade ediyor. Yüzde 5 gibi bir kesim ATM'de para çekimi sırasında şifresini kullandığını belirtirken, bunun ikisi için kullanımı ise yüzde 42 gibi oldukça yüksek bir orana denk geliyor.

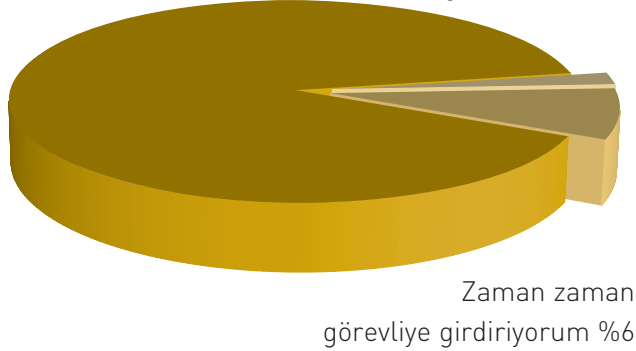
Şifre bilinirliği yüzde 100'e yaklaştı

chip&PIN başarısının en büyük göstergesi, kart kullanıcılarının verdiği tepki oldu. Kredi kartı sahiplerinin bugün neredeyse yüzde 100'e yakını chip&PIN uygulamasından haberdar. Üstelik yüzde 96 ile büyük bir kitle de kredi kartı şifresini biliyor ve kullanıyor. chip&PIN tüketiciler açısından güvenlik kodu olarak değerlendirilirken, belli bir bölüm ise chip&PIN'i şifreli işlem olarak tanımlıyor.

KREDİ KARTI ŞİFRESİNİN POS MAKİNESİNE GİRİLMESİ

Her zaman kendim
giriyorum %93

Her zaman görevliye
girdiriyorum %1

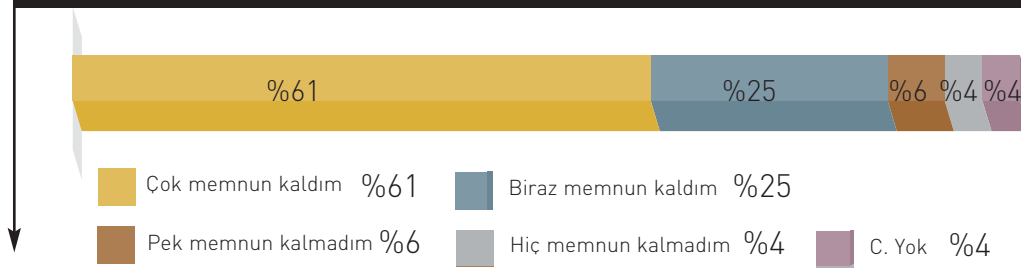


Yüzde 90 şifresini sadece kendi biliyor

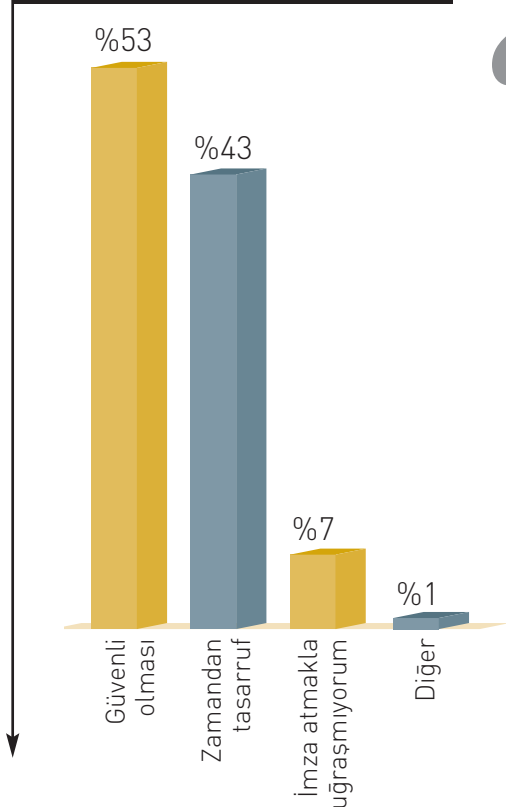
BKM ve üyeleri chip&PIN uygulamasının başlamasıyla birlikte, 'şifrenizi kimse ile paylaşmayın' uyarılarında da bulundu. Araştırmamız, tüketicilerin aradan geçen zaman içinde, kredi kartı güvenliği açısından önemli bir unsur olan şifre gizliliği konusundaki uyarısını dikkate aldığını gösteriyor. BKM'nin kredi kartı kullanım alışkanlıkları araştırmasına göre "Şifremi POS makinesine kendim giriyorum" diyenlerin oranı yüzde 93 iken sadece Yüzde 6'lık bir kesim zaman zaman görevli aracılığı ile şifresini kullanmakta bir sakınca görmüyor. Yüzde 1 gibi, çok küçük bir kesim ise her zaman görevliyi tercih ettiğini belirtiyor.

ŞİFRE GİRME SÜRECİNDEN MEMNUNİYET DERECEİ VE NEDENLERİ

KART KULLANICISI ŞİFRE GİRME SÜRECİNDEN MEMNUNİYET DERECEİ



MEMNUN OLMA NEDENLERİ



“Yüzde 53 şifre uygulamasını güvenli bulduğu için memnun”

Kredi kartı sahiplerinin yüzde 86'sı chip&PIN uygulamasından çok memnun

chip&PIN uygulamasıyla birlikte kredi kartında şifreli işlem, tüketicileri genel olarak memnun etmiş görünüyor. Şifreli işlemlerden memnuniyet derecesi yüzde 86 gibi yüksek bir orana ulaşıyor. Memnuniyetin en önemli unsuru ise güvenlik. Kart kullanıcılarının yüzde 53'ü şifreli uygulamayı güvenli bulduğu için memnuniyetini belirtirken, yüzde 43'ü ise zamandan tasarruf ettiğini ifade ediyor. Yüzde 7'lik bir kesim de imza atmakla uğraşmadığını belirtiyor. Şifre ile kredi kartı işlemi yapmanın daha önceki yöntemlere göre daha kolay olduğunu belirten kesim ise yüzde 96 gibi büyük bir orana denk geliyor.

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Yönetim Kurulu Başkanı Ekrem Akyiğit

Kredi kartları perakendenin markalaşma sürecine imaj ve satış katkısı sağlıyor

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, hedef kitlesi 18 yaş ve üzerinde olan markalarda satışın yüzde 70 ve üzeri kredi kartlarıyla gerçekleşmektedir. Bu da sektörün büyümesine direkt olarak etki yapmaktadır. Son yıllarda alışverişlerde nakitten çok kredi kartlarının kullanılması perakende sektörünü hareketlendirdi. Bu sayede insanlar, artık daha fazla tüketme ve gelecekteki satın alma gücünü bu günden kullanma imkânına kavuştu. 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.

Kredi kartlarının, yukarıda belirttiğim satışa olan katkılarına ek olarak, bu gibi daralmalarda toplam perakende cirolarında yaşanan düşüşleri giderek artan payı ile yavaşlatması da tüketicinin alışveriş oranının artmasını sağlayarak, ekonomideki yaşanacak daha büyük sıkıntıların önüne geçiyor.

Kredi kartı sektöre, yapılan alışverişlerde ortalama sepet büyüklüğünün nakit satışlara göre daha da artması, tüketicinin fiyata karşı direnmesi anında ödeme yapmadığı için azalması, müşteri sadakatini sağlaması, kaliteli malların daha kolay satılması gibi katkılar sağlıyor. Aylık satışların dağılımının daha dengeli olmasını da sağlıyor. Kredi kartları ile birlikte yapılan reklâm ve tanıtım faaliyetleri de perakendenin markalaşma sürecine ciddi bir imaj katkısı ve dolaylı olarak satış katkısı da sağlamaya devam ediyor. Bugün, taksit özelliğinden dolayı kredi kartı, tüketicilerin alışverişlerde kullandığı bir enstrüman haline geldi.



“**Bugün taksit özelliğinden dolayı, kredi kartları tüketicilerin miktarı yüksek alışverişlerde kullandığı bir enstrüman haline geldi**”

Yapılan kampanyalar kararsız müşterilerin alışveriş kararını kolaylaştırarak artı değerler yaratmaya devam edecektir. Nitekim, satışların sadece nakit olarak yapılabilirdiği bir zaman ve ortamda olsaydık, daralmalar ekonomiye çok daha negatif yönde etki edebilirdi. Bu geçişlerin daha yumuşak olmasında en önemli etken olarak kredi kartları ortaya çıkmaktadır. Kredi kartları olmasaydı kayıt dışıyla mücadelede başarı sağlamak mümkün olmayacaktı. Yapılan kampanyalarla hem satışların artmasına getirdiği artılar hem sektörümüzdeki firmaların markalaşma süreçlerine sağladıkları katkılarının daha sıkı bir şekilde devam etmesi kredi kartlarının önemli bir özelliğidir.”



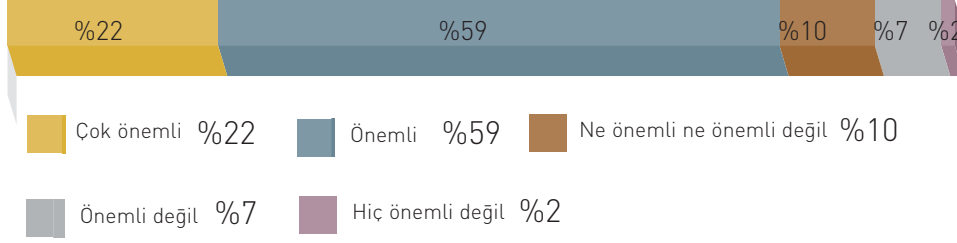


Kartlar cüzdanda para taşıma ihtiyacını azaltıyor

Türkiye’de tüketicilerin kredi kartını önemli bulma nedenleri, elbette kullanıma, ihtiyaçlara göre şekilleniyor. Araştırmamız, tüketici nezdinde kredi kartlarının en önemli özelliklerinin ‘hem peşin hem de taksitli ödeme olanağı sunması’ ve ‘nakit dolaşım ihtiyacını azaltması’ olduğunu gösteriyor.

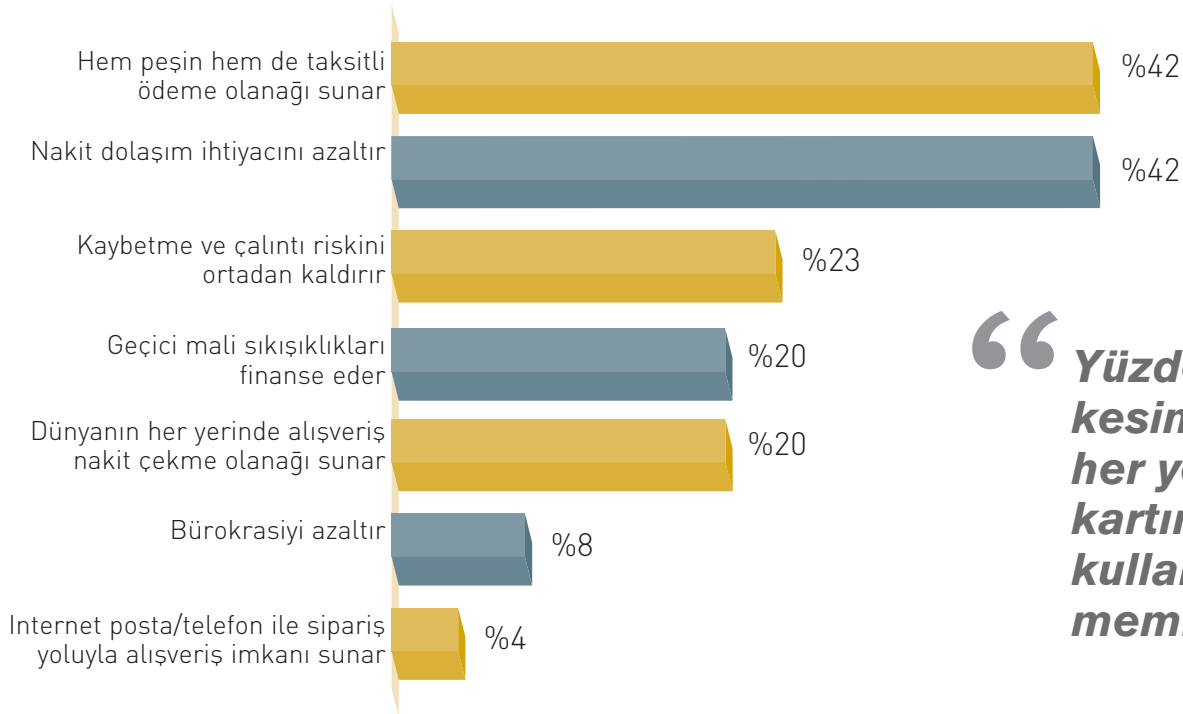
Küresel krizin bireyler üzerinde etkisini hissettirdiği bu dönemde, kredi kartlarının önemi de artıyor. Kart kullanım bilinci artan kullanıcılar, hesap ekstrelerinden harcamalarını takip edebildiği, kontrol altına alabildiği ve nakit akışını düzenleyebildiği için alışverişlerini kredi kartı ile yapmayı tercih ediyor. Tüm dünyada bu eğilim giderek artıyor. Bugün cüzdanlarda ortalama 2.2 kredi kartının bulunduğu Türkiye’de de, kredi kartlarının tüketici için önemli olduğunu düşünenlerin oranı yüzde 59’u buluyor.

KREDİ KARTLARININ TÜKETİCİ İÇİN ÖNEMİ



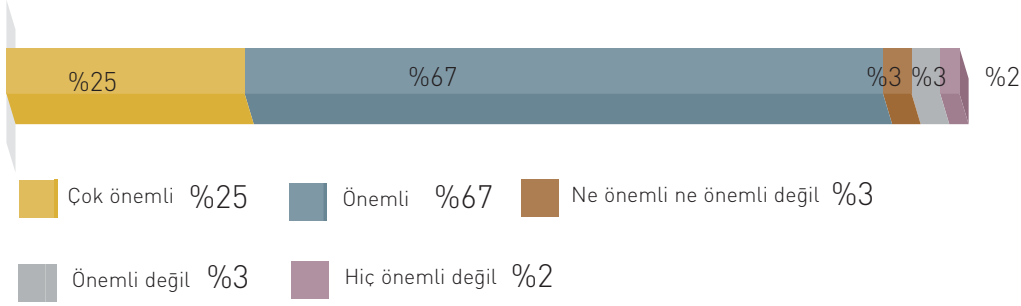
Kullanıcıların yüzde 81'i kredi kartını önemli buluyor

Türkiye’de kullanıcıların kredi kartını önemli bulma nedenleri, elbette kullanıma, ihtiyaçlara göre şekilleniyor. Araştırmamız, tüketici nezdinde kredi kartlarının en önemli özelliklerinin “hem peşin hem de taksitli ödeme olanağı sunması” ve “nakit dolaşım ihtiyacını azaltması” olarak gösteriyor. Tüketiciler bu iki özelliği de, yüzde 42’lik oranlarla önemli buluyor. Kredi kartı kullanıcılarının yüzde 23’ü, “kaybetme ve çalıntı riskinin ortadan kalkmış olmasını” önemsiyor. Kartın “geçici mali sıkışıklıkları finanse etmesi” ise yüzde 20’lik bir kesim tarafından önemli bir özellik olarak kabul ediliyor. Yine yüzde 20’lik bir kesim, kredi kartları ile dünyanın her yerinde alışveriş yapabilme ve nakit çekme olanağına sahip olmayı önemsiyor. Araştırmamız kartların, bürokrasiyi azaltması (yüzde 8), internet, posta, telefonla sipariş yoluyla alışveriş imkanı bulunmasının da (yüzde 4) tüketici açısından önemli özellikler olduğunu gösteriyor.



“Yüzde 20’lik kesim dünyanın her yerinde kartını kullanmaktan memnun”

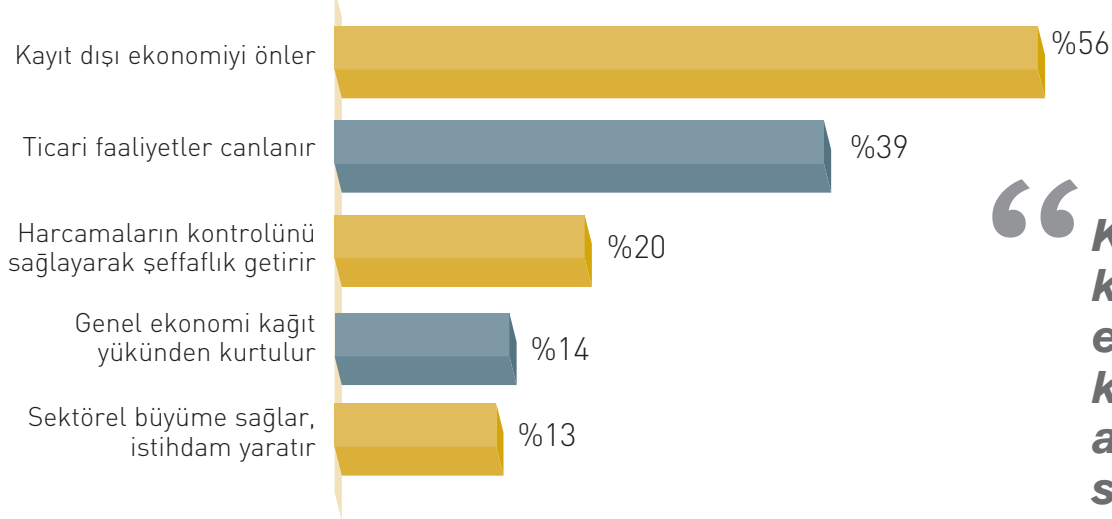
KREDİ KARTLARININ ÜLKE EKONOMİSİ İÇİN ÖNEMİ



“Yüzde 92 kredi kartlarını ülke ekonomisi açısından önemli buluyor”

Kredi kartı kullanıcıları, kart kullanımının ülke ekonomisine katkısını biliyor

Kredi kartlarının ülke ekonomileri açısından önemi, bugün artık kabul edilen bir gerçek. Kayıtdışı ekonomiyi önlemesinden, krizin tüm ekonomileri daralttığı dönemlerde piyasayı canlı tutmasına kadar pek çok unsur, kredi kartlarının ekonomi açısından neden önemli olduğunu açıklıyor. Kredi kartı kullanıcılarının bu konudaki farkındalığını da araştırma sonuçlarımız gösteriyor. Türkiye’de tüketicilerin yüzde 62’si kredi kartlarını ülke ekonomisi için önemli buluyor. ‘Çok önemli’ bulan yüzde 25’lik kesim ile birlikte, bu oran yüzde 92’yi buluyor.

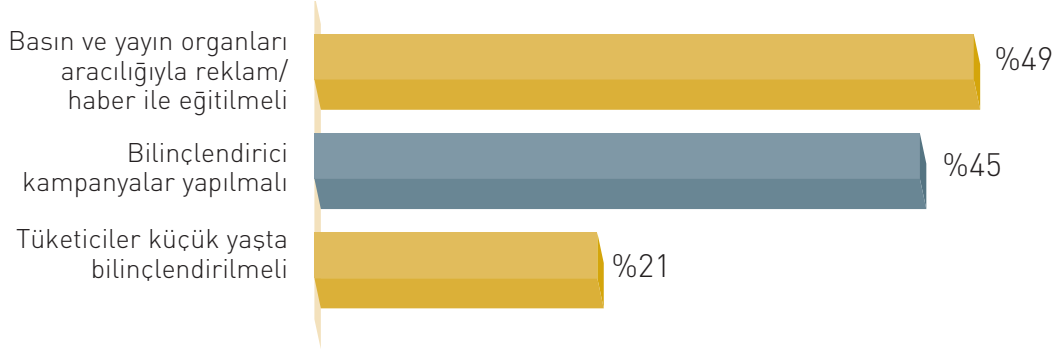


“Kredi kartı kullanımı ekonominin kayıt altına alınmasını sağlıyor”

Kayıtdışılığın önlenmesi en önemli bulunan faktör

Kredi kartlarının ülke ekonomisi için önemli bulunduğu Türkiye’de, kart kullanıcılarının yüzde 56’sı harcamalarını bu yöntemle yaparak kayıtdışı ekonominin azalabileceğini biliyor ve bunu kartların en önemli özelliği olarak gösteriyor. Yüzde 39’luk bir kitle kredi kartlarının ‘ticari faaliyetleri canlandırmasının’ önemine işaret ediyor. Yüzde 20’si ‘harcamaların kontrolünü sağlayarak şeffaflık getirdiği’ görüşünde. Yüzde 14’lük bir kesim de ‘genel ekonominin kağıt yükünden kurtulduğunu’ hatırlatarak, tasarrufun önemini vurguluyor. Tüketicilerin yüzde 13’ü ise ‘sektörel büyüme sağlar, istihdam yaratır’ diyerek kredi kartlarının, ülke ekonomisi için taşıdığı önemlerden birine daha dikkat çekiyor. Kredi kartlarının, kullanıcısının yanı sıra ülke ekonomisine sağladığı katkı, önemli ve yaygınlaşması gereken bir ödeme aracı olduğunu gösteriyor.

KREDİ KARTININ BİLİNÇLİ KULLANIMI KONUSUNDA YAPILABİLECEKLER



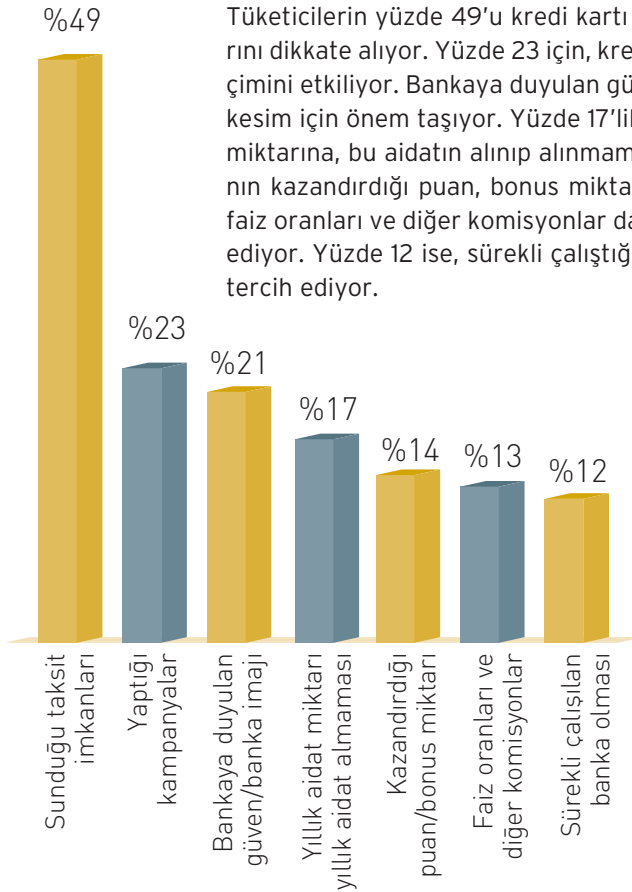
Bilinçli kart kullanımı için bilgilendirme erken başlasın

Kredi kartlarının hem kendileri hem de ülke ekonomisi için önemine inanan kullanıcılar, bilinç konusunda yapılması gerekenler bulunduğunu düşünüyor. Bunların başında yüzde 49'luk bir oranla 'basın-yayın organları aracılığıyla reklam ve haber ile eğitim' verilmesi gelirken, yüzde 45'lik bir oranla da 'bilinçlendirici kampanyalar yapılması' isteniyor. Bu konudaki önerilerden biri ise tüketicilerin küçük yaşta bilinçlendirilmesi. Yüzde 21'lik bir oranla bu öneri de, bilinç konusunda yapılabilecek işler arasında öne çıkıyor.

KREDİ KARTI SEÇİMİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

En önemli faktörler: Taksit ve kampanya

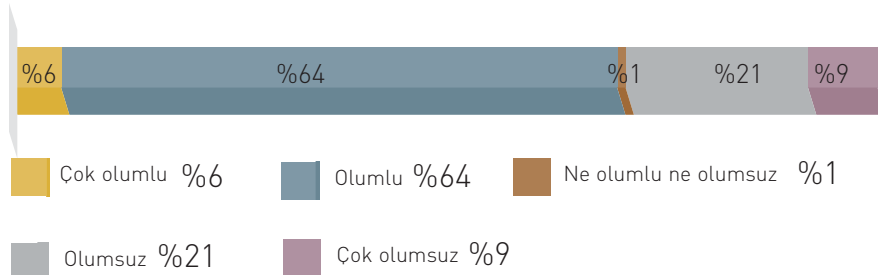
Tüketicilerin yüzde 49'u kredi kartı seçerken, sunduğu taksit imkanlarını dikkate alıyor. Yüzde 23 için, kredi kartı ile yapılan kampanyalar seçimini etkiliyor. Bankaya duyulan güven, bankanın imajı yüzde 21'lik bir kesim için önem taşıyor. Yüzde 17'lik bir oranla tüketiciler yıllık aidatın miktarına, bu aidatın alınıp alınmamasına dikkat ediyor. Kredi kartlarının kazandırdığı puan, bonus miktarı yüzde 14'le seçimleri etkilerken, faiz oranları ve diğer komisyonlar da yüzde 13'lük bir oranla bunu takip ediyor. Yüzde 12 ise, sürekli çalıştığı bankanın kredi kartını kullanmayı tercih ediyor.



Kullanıcıların kredi kartı ile ilgili düşünceleri olumlu

Kredi kartı kullanıcılarının yüzde 64'ü kredi kartı ile ilgili düşüncelerini olumlu olarak ifade ediyor. Yüzde 6'lık bir kesim ise çok olumlu düşüncelere sahip. Araştırmamıza göre yüzde 21'lik bir kesim olumsuz düşünceleri olduğunu ifade ederken "çok olumsuz" düşünce sahibi olanların oranı yüzde 9'da kalıyor.

KREDİ KARTI İLE İLGİLİ DÜŞÜNCELER



Alışveriş dünyasının önemli aktörleri nakiti bıraktı

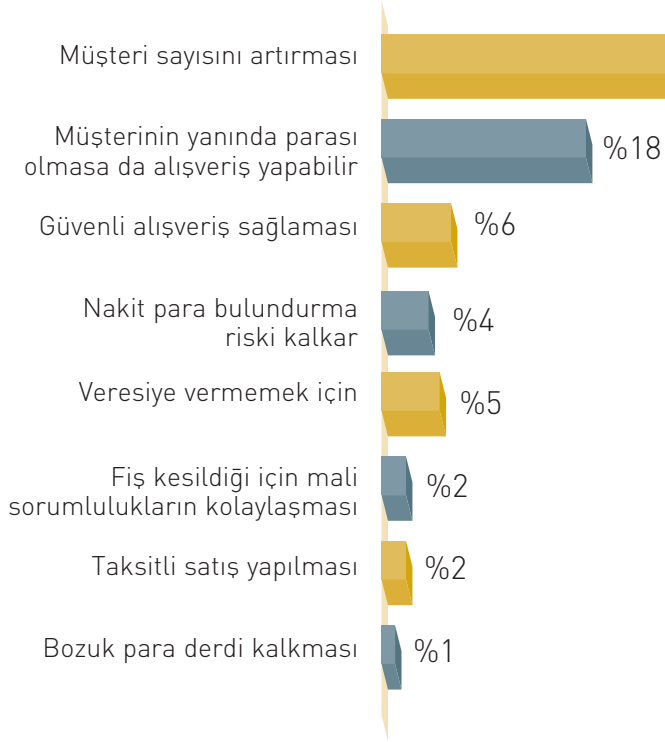
İşyerleri açısından kredi kartı demek, en başta çok daha fazla sayıda tüketiciye ulaşmak anlamına geliyor.

Kredi kartları alışveriş dünyasının olmazsa olmazlarının başında gelirken, bu dünyanın önemli aktörlerinden biri de işyerleri. Onlar üretiyor, satıyor, ihtiyaçlarımızı karşılıyor, sundukları ürün ve hizmetlerle hayatlarımızı kolaylaştırıyor, renklendiriyor. Alışveriş dünyasında kredi kartlarının yerini, alışkanlıkları, tercihleri belirlemek üzere yaptığımız bu araştırmada işyerlerinin de düşüncelerini öğrenmek istedik. POS cihazı sayısının 2 milyona yaklaştığı Türkiye’de banka üyesi işyeri sayısı günden güne artarken, BKM’nin 2009’un ilk üç ayına ilişkin verileri kredi kartı ile yapılan alışverişlerin 46 milyar liraya ulaştığını gösteriyor. İşlem sayısının giderek artması, cironun her yıl yükselmesi, tüketici kadar işyerlerinin de kredi kartını benimsediğini gösteriyor. Araştırmamızın sonuçları, işyerlerinin de kredi kartlarının hem kendi cirolarına hem de ülke ekonomisine katkısının farkında olduğunu gösteriyor. Eskiden ödemelerin nakitle yapılmasını isteyen, nakit para ödendiğinde indirim yapmayı teklif eden pek çok işyeri, günümüzde kredi kartlarının sunduğu imkanlardan yararlanmayı tercih ediyor.





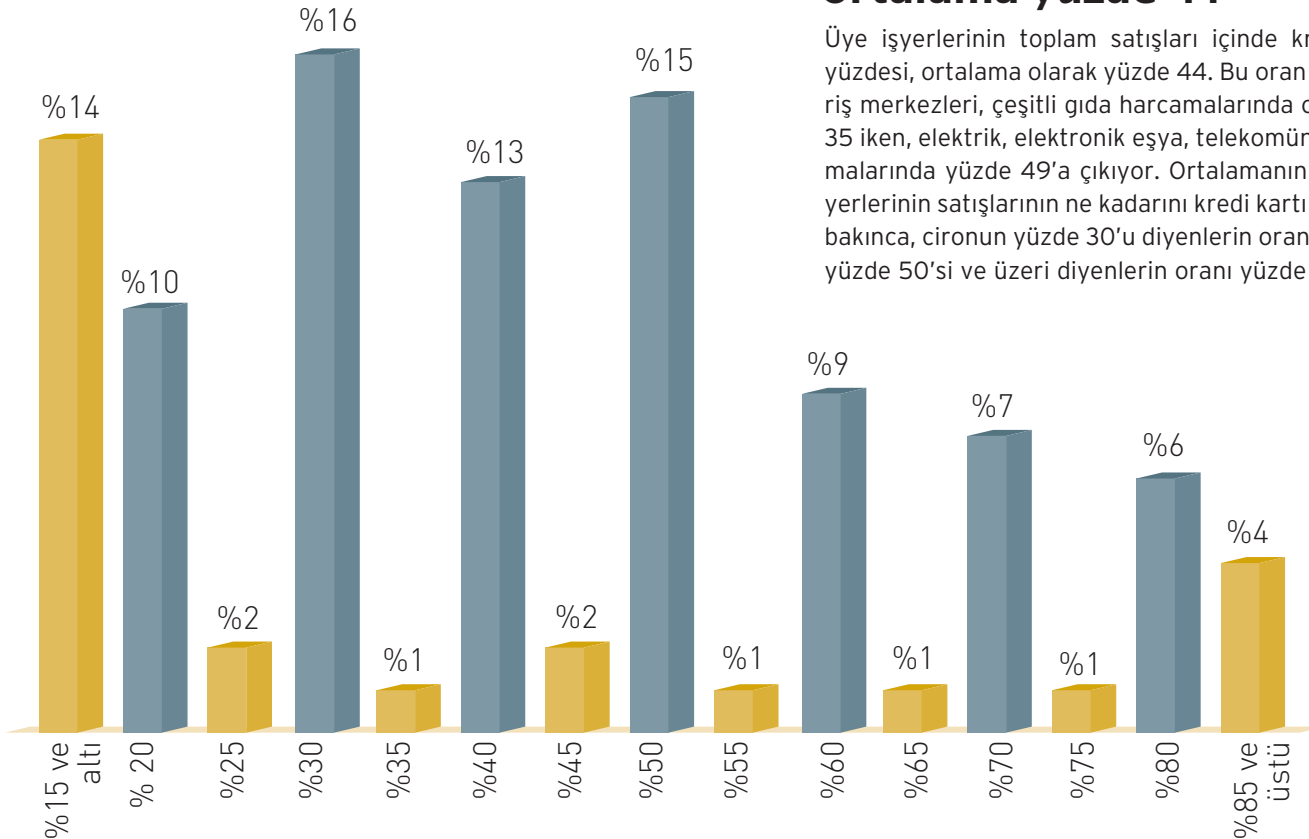
KREDİ KARTI İLE SATIŞ YAPMAYI TERCİH ETMENİN EN ÖNEMLİ NEDENİ



Müşteri sayısını artırması en önemli tercih nedeni

Bankalarla anlaşarak kredi kartı ile alışveriş yapılmasına olanak tanıyan işyerlerinin, anında kasaya nakit para koymak varken plastik parayı kabul etmelerinin önemli nedenleri bulunuyor. İşyerleri açısından kredi kartı demek, en başta çok daha fazla sayıda tüketiciye ulaşmak anlamına geliyor. Neden kredi kartı ile satış yapmayı tercih ettiğini sorduğumuz işyerlerinin yüzde 60'ı kredi kartının müşteri sayısını arttırdığını söylerken, yüzde 18'i 'müşterinin yanında parası olmasa da alışveriş yapabilir' diyor. İşyerleri yüzde 6'lık bir oranla kredi kartlarının güvenli alışveriş sağlamasının önemini hatırlatırken, yüzde 5'lik bir oranla da kredi kartları 'veresiye vermemek' için tercih ettiğini söylüyor. Ayrıca fiş kesildiği için mali sorumlulukları kolaylaştırması (yüzde 2), taksitli satış yapılabilmesi (yüzde 2), bozuk para derdinin ortadan kalması (yüzde 1) işyerlerinin kredi kartıyla satış tercih etmelerinde önemli nedenler olarak sıralanıyor.

KREDİ KARTI İLE YAPILAN SATIŞLARIN TOPLAM SATIŞLAR İÇİNDEKİ YÜZDESİ

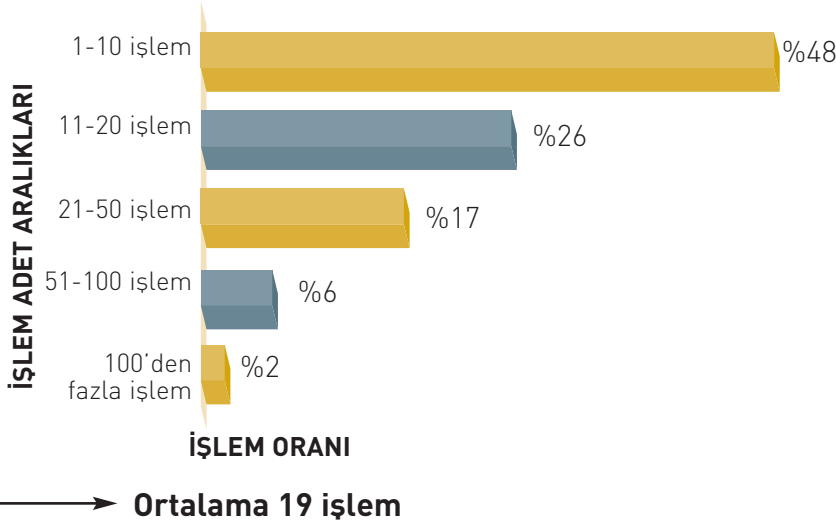


Ortalama yüzde 44

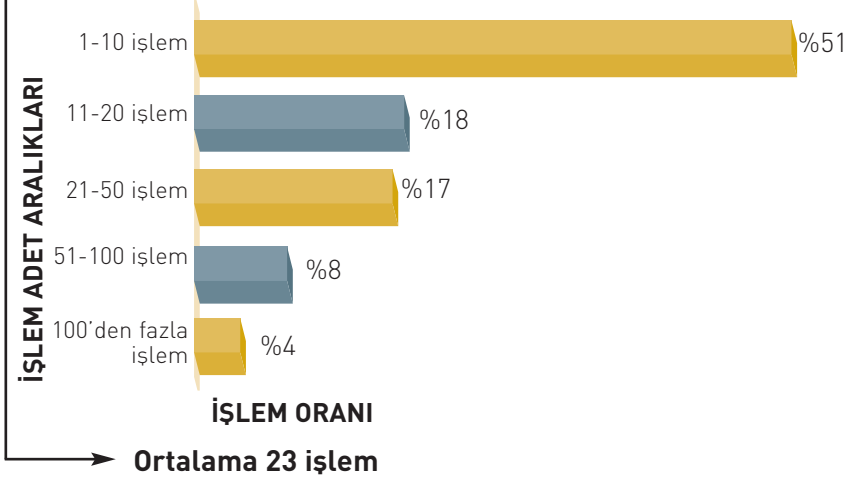
Üye işyerlerinin toplam satışları içinde kredi kartlarının yüzdesi, ortalama olarak yüzde 44. Bu oran market, alışveriş merkezleri, çeşitli gıda harcamalarında ortalama yüzde 35 iken, elektrik, elektronik eşya, telekomünikasyon harcamalarında yüzde 49'a çıkıyor. Ortalamanın dışına çıkıp işyerlerinin satışlarının ne kadarını kredi kartı ile yaptıklarına bakınca, cironun yüzde 30'u diyenlerin oranı yüzde 16 iken, yüzde 50'si ve üzeri diyenlerin oranı yüzde 44'ü buluyor.

KREDİ KARTI İLE YAPILAN İŞLEM SAYISI

Kredi kartı ile hafta içinde gerçekleştirilen ortalama işlem sayısı



Kredi kartı ile hafta sonunda gerçekleştirilen ortalama işlem sayısı



Hafta sonları işlem sayısı artıyor

İşyerlerinin, satış rakamı elbette sattıkları ürüne ve hizmete göre değişiyor. Buna göre bazı işyerleri birgün içinde 100'den fazla satış işlemini kredi kartı ile gerçekleştirirken, bazılarının bir, bazılarının ise 10 satışı bu şekilde yaptığı görülüyor. İşyerlerinin kredi kartı ile gün içinde ortalama ne kadar işlem yaptığına bakarsak, burada hafta içi ile hafta sonu arasında bir farklılık yaşandığı görülüyor. Hafta içi gerçekleştirilen işlem sayısı ortalama 19 iken, hafta sonları bu sayı 23'e çıkıyor.

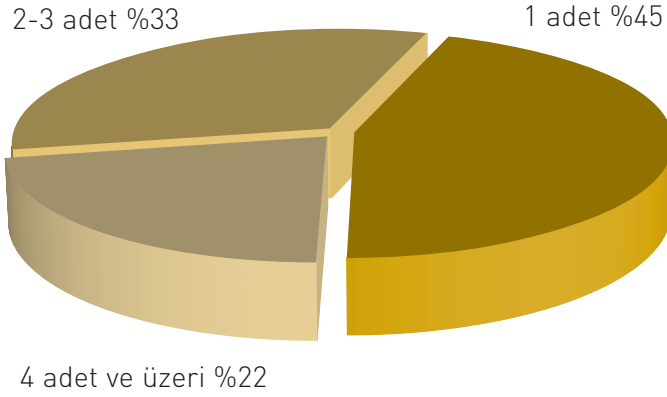


Türkiye Perakendeciler Federasyonu
Başkanı Şeref Songör

Kredi kartı güvenilirlik simgesi

Çağdaş yaşamın vazgeçilmez bir parçası haline gelen kredi kartları hayatımıza girdiğinden bu güne gerek kart hamiline, gerek bankalara ve sektörümüze dinamizm ve kolaylıklar sunmakla birlikte iş hacmini de geliştirmiştir. Kredi kartları sektörümüzün büyümesinde etkili olduğu gibi satışların da disiplinli hale gelmesini sağlamıştır. Kredi kartı kullanımı tüketicilerimize de rahatlıklar sunmuştur. Bunların başında kredi kartı, fazla para taşımanın getirdiği kaybetme veya çaldırma riskini ortadan kaldırmıştır. Tüketicilerimiz kredi kartlarını bir güvenilirlik simgesi olarak görmektedir. Kredi kartı kullanarak peşin satın almanın, geç ödemenin ve taksitlendirmenin avantajlarından yararlanmaktadırlar. Kredi kartı kullanımı sektörümüze önemli bir ivme kazandırmıştır. Yapılan alışverişlerde müşterilerimiz nakit paraları olmasa bile ihtiyaçlarını karşılayabilmektedirler. Bu da sektörümüze artı satışlar getirmiştir. Tüketicilere puan ya da hediye gibi avantajlar sunması haliyle talebi arttırmıştır. Avrupa'ya göre bile ilk sıralarda kullanım sıklığı olmuştur. Kart kullanıcılarının da kredi kartını doğru kullanma bilinci arttıkça kazanılan ivme devam edecektir.

İŞYERİNDEKİ ÇALIŞAN POS MAKİNESİ SAYISI

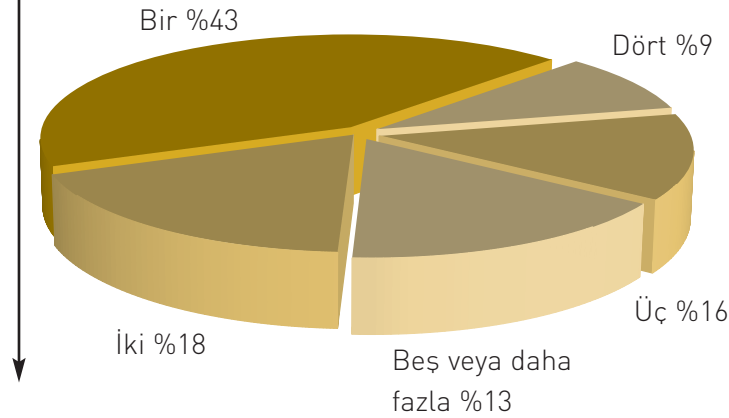


İşyerlerinin yüzde 45'inde 1 adet POS cihazı bulunuyor

Araştırmamız, üye işyerlerinin yüzde 45'inin sadece bir adet POS makinesine sahip olduğunu gösteriyor. Yüzde 33'ü sahip oldukları POS makinesi sayısının 2-3 adet olduğunu belirtirken, sadece yüzde 22'si 4 adet ya da üzerinde bu cihaza sahip olduğunu aktarıyor. Bu durumda işyeri başına düşen POS makinesi sayısının, ortalama 2.4 adet olduğu görülüyor. Bir önceki yıl bu oranın yüzde 2.6 olduğunu hatırlarsak, bankaların kullandığı ortak POS sayısında bir miktar artış olduğu da ortaya çıkıyor.

ANLAŞMALI OLUNAN BANKA SAYISI VE BİRDEN FAZLA BANKAYLA ANLAŞMALI OLMA NEDENLERİ

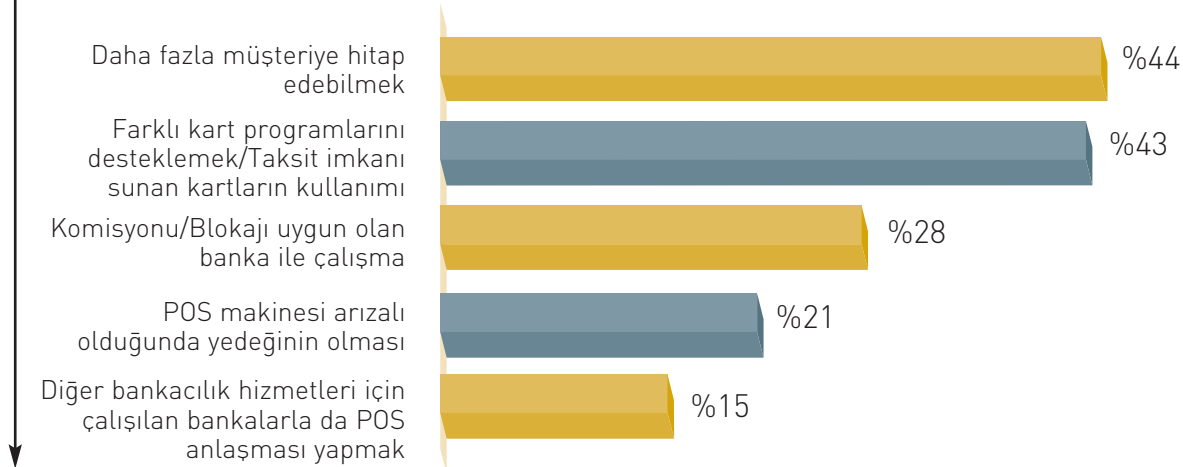
Anlaşmalı olunan banka sayısı



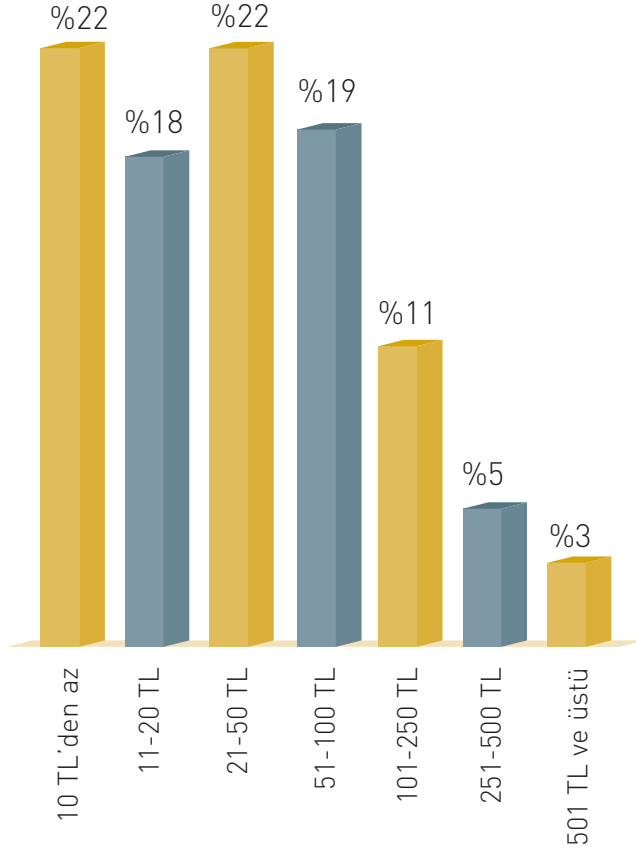
Birden fazla banka daha fazla müşteri için tercih ediliyor

İşyerlerinin birden fazla banka ile anlaşmalarının pek çok nedeni bulunuyor. Bunların en başında ise kredi kartı kullanımının giderek arttığı Türkiye'de, işyerlerinin de bu potansiyeli değerlendirmek istemeleri yer alıyor. Bir veya daha fazla banka ile anlaşmalı olan işyeri oranı yüzde 61'i buluyor. İşyerlerinin birden fazla banka ile anlaşma nedenleri arasında 'Daha fazla müşteriye hitap edebilmek' düşüncesi yüzde 44 ile ilk sırada bulunurken, 'farklı kart programlarını desteklemek-taksit imkanı sunan kartları kullanmak' yüzde 43 ile ikinci sırada yer alıyor. Buradaki bir tercih nedeni ise yüzde 28 ile komisyonu-blokajı uygun olan banka ile çalışma isteği olurken, yüzde 21'lik bir kesim de POS makinesi arızalanırsa yedeğinin hazırda bulunması için birden fazla banka ile anlaşma yoluna gidiyor. Yüzde 15'lik bir kesim de, zaten diğer bankacılık hizmetleri nedeniyle çalışılan banka ile bir de POS anlaşması yapılması nedeniyle işyerinde birden fazla sayıda cihaz kullanıyor.

Birden fazla banka ile anlaşmalı olma nedenleri



MÜŞTERİLERİN KREDİ KARTI KULLANMAYI TERCİH ETTİKLERİ MİNİMUM TUTAR



100 liraya kadar olan alışverişlerde 10 kişiden 8'i kredi kartı kullanıyor

Kredi kartı ile yapılan alışveriş tutarları denilince, genellikle akla belli bir tutarın üzeri geliyor. Genel olarak böyle bir kanı bulunmasına karşın, üye işyerlerinin sorularımıza verdiği yanıtlar, kredi kartlarının artık çok daha düşük tutarlı işlemlerde de kullanıldığını gösteriyor. Şüphesiz bunda son yıllarda kullanımı artan temassız kartların da etkisi büyük. Bankaların bozuk para ile yapılan alışverişlerde de kredi kartı kullanımına yönelik çabaların sonuçsuz kalmadığını gösteren araştırmamız, kredi kartlarının yüzde 22'lik bir oranla 10 liradan daha az alışverişlerde kullanıldığını ortaya koyuyor. Kredi kartı kullanımında, tercih edilen minimum tutarın ne kadarının 50 liranın altında olduğuna bakarsak, toplam oran yüzde 62'yi buluyor. Yani yaklaşık olarak her 10 müşteriden 6'sı 50 liraya kadar olan alışverişlerinde kredi kartlarını kullanıyor. Minimum alışveriş tutarı, 100 liranın altı olarak ele alındığında ise oran yüzde 81'e çıkıyor. Üye işyerlerinin verdiği bilgiler, her 10 müşteriden 8'inin 100 liranın altındaki harcamalarında kredi kartını kullandığını gösteriyor.



Boydak Holding Yönetim Kurulu Başkanı ve Kayseri Sanayi Odası Başkanı Mustafa Boydak Anadolu Kaplanları'na etkisi büyük

Anadolu'da kredi kartı kullanımı yüzde 10'lardan yüzde 50 seviyelerine geldi" diyen Kayseri Sanayi Odası Başkanı Mustafa Boydak, satışların yarısını kredi kartıyla gerçekleştirdiklerini söylüyor. Büyükşehirlerde ise kredi kartıyla satışların yüzde 100'e yaklaştığına dikkat çeken Boydak'a göre; kartsız dönemle karşılaştırıldığında kredi kartı kullanımının ciroya katkısı yüzde 25 seviyesinde. Ancak, hala Anadolu'da kredi kartı penetrasyonu tam sağlanmış değil.

Boydak Holding Yönetim Kurulu Başkanvekili ve Kayseri Sanayi Odası Başkanı Mustafa Boydak, aralarında İstikbal, Bellona ve Regina'nın da bulunduğu 7 markanın patronu. Bu nedenle perakendedeki gelişmeleri, tüketici eğilimlerini çok yakından takip ediyor.

Son 3 yıldır kredi kartıyla satışı yoğun olarak kullandıklarını söyleyen Boydak, bunun da karşılığını fazlasıyla aldıklarını belirtiyor. Boydak kredi kartı kullanmadıkları dönemle bugün arasında ciro bazında en az yüzde 25 fark olduğuna dikkat çekiyor ve ekliyor: "Satışlarda en büyük avantajı taksit imkanı sağlayan kredi kartları sayesinde gerçekleştirdik." "Satışlarımızın yarısını kredi kartı ile yapıyoruz" diyen Boydak, bankalarla düzenledikleri kampanyaların da artan satış grafiğinde önemli rolü olduğunu söylüyor.

"Kredi kartı kullanımının Anadolu'daki şirketlerin iş hacmini artırmasına büyük katkısı olduğunu belirten Boydak, "Kredi kartı kullanımı Anadolu merkezli şirketlerin büyümesine önemli katkı sağladı" diyor.

Kredi kartı kullanımının kayıt dışılığın önlenmesinde çok önemli bir unsur olduğuna değinen Boydak, mobilya sektörünün en büyük problemlerinden birinin kurumsallaşamamak ve kayıt dışılık olduğuna dikkat çekerken, kredi kartı kullanımının artmasıyla birlikte sektördeki diğer şirketlerin de kendilerine çeki düzen verme gayreti içine girdiğini, her şeyin kredi kartıyla birlikte kayıt altına alınmış olduğunu söylüyor.



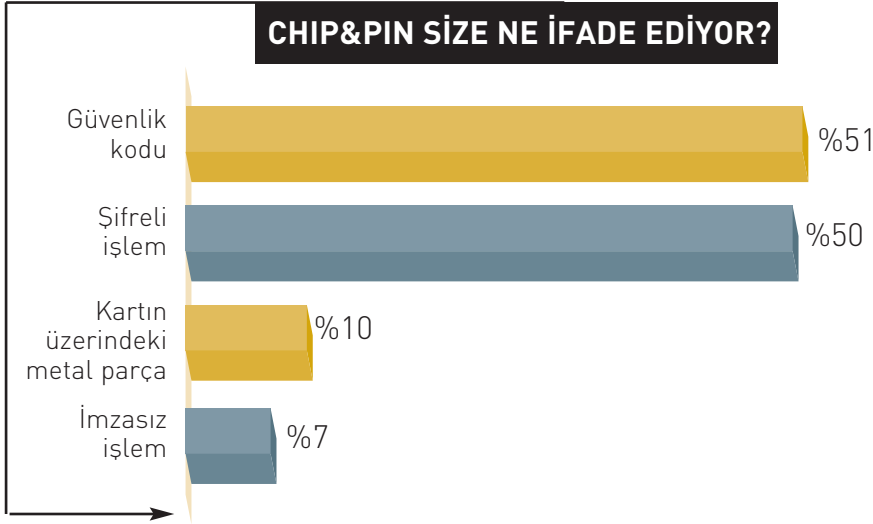
İşyerleri şifreyi sevdi müşteri memnuniyeti yakaladı

İşyerleri 'güvenli' olarak
niteledikleri şifreli yaşamı
sevdi. Bugün işyerlerinin yüzde
100'e yakınında şifreli işlem
geçleştirilirken, müşteri
memnuniyeti de ön plana çıktı.

Bugüne kadar chip&PIN
kredi kartı kullanıcıla-
rına sağladığı faydalar
açısından ele alındı. An-
cak kredi kartında şifre-
li yaşam 'güvenlik" ola-
rak nitelendirildiği üye
işyerleri açısından da
önemli bir yere sahip.
İşyerleri ve kredi kartı
kullanıcıları açısından
zamandan tasarruf sağlayan şifreli işlemler bu-
gün müşteri memnuniyeti anlamına da geliyor.
Hatta birçok işyeri mobil POS kullanımına ge-
çerken, önümüzdeki günlerde bu alanda artışın
daha hızlı olması bekleniyor.

CHIP&PIN BİLİRLİĞİ

CHIP&PIN SİZE NE İFADE EDİYOR?

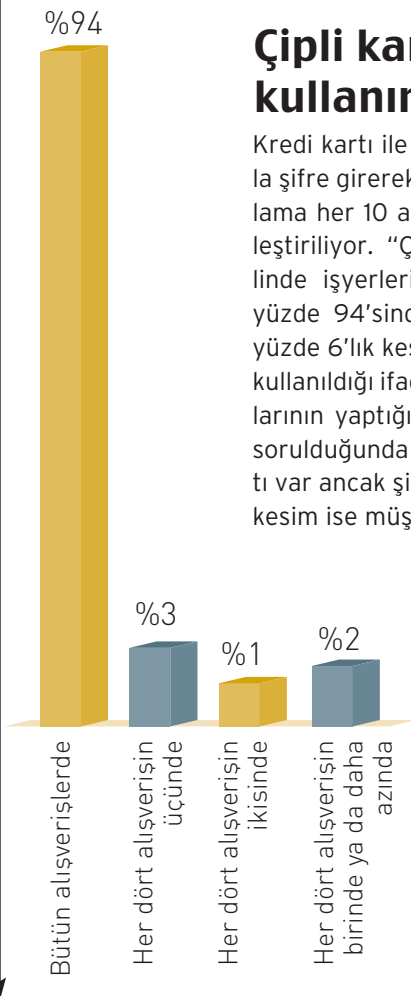


chip&PIN işyeri için de güvenlik

Kredi kartı kullanımında yüzde 100'e yaklaşan şifreli işlemler işyerleri açısından da büyük önem taşıyor. Bugün banka üye işyerlerinin yüzde 74'ü chip&PIN'in ne olduğu konusunda bilgi sahibi olduğunu belirtiyor. chip&PIN pek çok işyeri için güvenlik anlamına geliyor. İşyerlerine yöneltilen "chip&PIN ne ifade ediyor" sorusuna yüzde 51'lik kesim 'güvenlik kodu' cevabını veriyor. Yüzde 50'si de chip&PIN'i şifreli işlem olarak değerlendiriyor. Yüzde 10'luk bir kesim chip&PIN'i 'kartın üzerinde metal bir parça' olarak ifade ederken yüzde 7 "imzasız işlem" yanıtını veriyor.

ÇİPLİ KREDİ KARTLARIYLA ŞİFRE GİREREK YAPILAN İŞLEM SIKLIĞI VE ALIŞVERİŞLERDE ŞİFRE KULLANMAMA SEBEBİ

Çipli kredi kartlarıyla şifre girerek yapılan işlem sıklığı

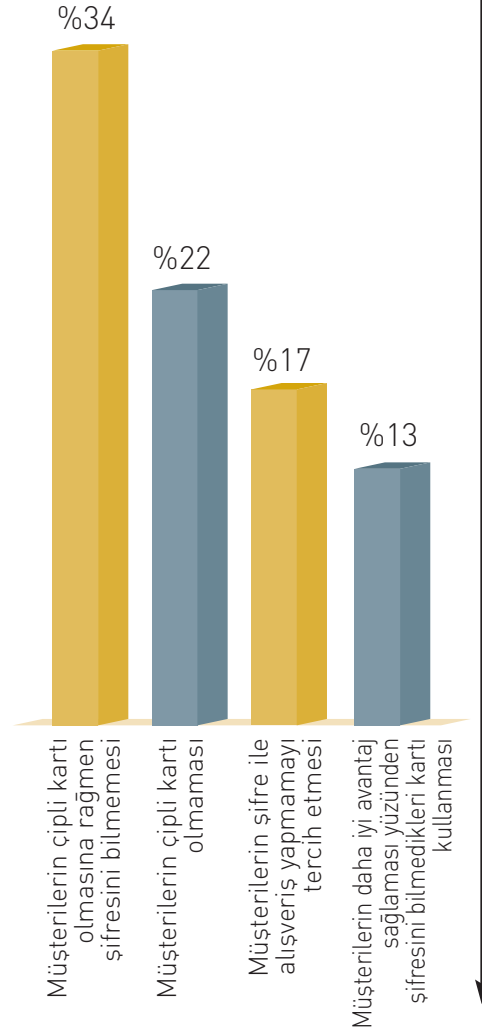


Çipli kartlarda şifre kullanımı arttı

Kredi kartı ile satış yapan işyerlerinde, çipli kredi kartlarıyla şifre girerek yapılan işlemler giderek artıyor. Bugün ortalama her 10 alışverişin 9'unda şifre girilerek işlem gerçekleştiriliyor. "Çipli kartlar ile şifre kullanım sıklığı nedir" şeklinde işyerlerine yöneltilen soruya, "bütün alışverişlerin yüzde 94'sinde şifre kullanılıyor" cevabı veriliyor. Kalan yüzde 6'lık kesimde ise alışverişlerin yarısında yine şifrenin kullanıldığı ifade ediliyor. İşyerlerine, kredi kartları kullanıcılarının yaptığı alışverişlerde şifre kullanmamasının nedeni sorulduğunda yüzde 34'lük bir kesim 'müşterinin çipli kartı var ancak şifresini bilmiyor' yanıtını veriyor. Yüzde 22'lik kesim ise müşterinin çipli kartı bulunmadığını belirtiyor.

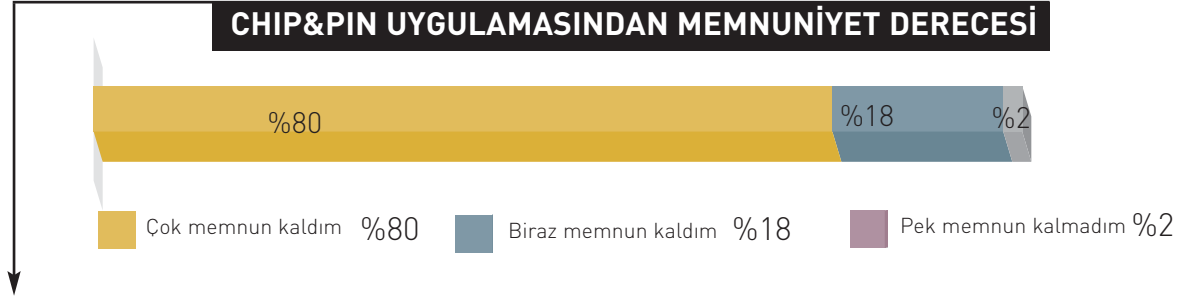
“Çipli kredi kartlarıyla üye işyerlerinin yüzde 94'ünde şifre girilerek alışveriş yapılıyor”

Kredi kartı ile alışveriş yapanların şifre kullanmamasının sebebi

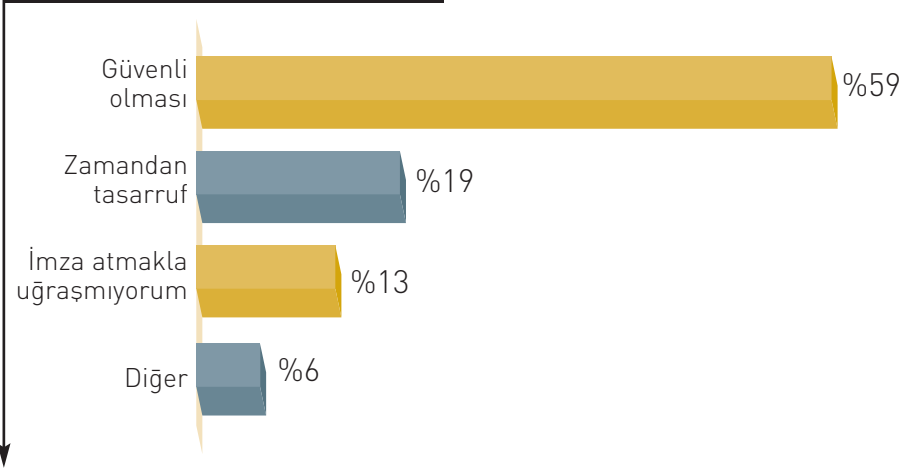


CHIP&PIN UYGULAMASINDAN MEMNUNİYET DERECEŚİ VE NEDENLERİ

CHIP&PIN UYGULAMASINDAN MEMNUNİYET DERECEŚİ



MEMNUN OLMA NEDENLERİ



İşyerlerinin yüzde 98'i chip&PIN'den çok memnun

İşyerleri chip&PIN uygulamasından memnuniyetini belirterek, bu alandaki uygulamaların genişletilmesini istiyor. Yapılan araştırmada banka üye işyerlerinin yüzde 98'inin chip&PIN uygulamasından çok memnun ve memnun oldukları dikkat çekiyor. İşyerleri memnun olma nedenlerini yüzde 59 ile 'güvenli olması', yüzde 19 ile 'zamandan tasarruf' ve yüzde 13 ile de 'imza atmakla uğraşmamak' olarak sıralıyor.

Pegasus Genel Müdürü Sertaç Haybat

Kredi kartı sektörlerine dinamizm getiriyor

Yıllık kredi kartı cirosu, taksitli kredi kartının ilk çıktığı 2000 yılından bu yana yüzde 1200 oranında artmıştır. Bu sadece nakit harcamaların kredi kartına aktarılması ile değil; kredi kartının perakende, turizm, beyaz eşya vb. sektörlerde dinamizm getirmesi ile de sağlanmıştır. Bugün kredi kartı eğitimden sağlığa, mobilyaya kadar tüm zorunlu ihtiyaçlarda da önemli görev üstleniyor. İlave olarak kullanıcılarına milyonlarca TL değerinde uçak bileti, tatil, indirim ve birçok ücretsiz hizmet sunuyor. Tüm bu faydaların yanı sıra kredi kartı, kayıt dışını kayıt altına alıyor. Bu şekilde devletin vergi gelirlerini arttırarak ekonomiye katkı, sektöre istihdam ve sektörel büyümeyi sağlıyor. Kredi kartları aynı zamanda bireysel bankacılığın lokomotif ürünüdür. Kredi kartı birçok sektörün gelişmesine yardımcı olmuştur. Başta perakende olmak üzere, turizm ve beyaz eşya sektörü bunun örneğidir."



Alışveriş Merkezleri Perakendecileri Derneği (AMPD) Başkanı Mehmet Nane

Ekonomiye sağladığı katkı bizim için paha biçilemeyecek bir kazanç

AMPD olarak organize alışveriş merkezleri ve organize perakende sektörlerini temsil etmekteyiz. Kredi kartlarının kullanımıyla sektörlerimizin temel olarak iki düzeyde ilişkisi mevcuttur. Sektör olarak tüketiciyle yakın ilişki içindeyiz ve tüketici eğilimlerine hem yön veriyor hem de onlarla şekilleniyoruz. Öncelikle, kredi kartlarının geleneksel perakendeye girmesiyle kayıtlı ekonominin gelişimi, haksız rekabetin önlenmesi ve organize perakendenin yaygınlaşması açısından sektöre önemli bir desteği olmuştur. Sektörün çağdaşlaşması hedefimize paralel olarak, kredi kartlarının kayıtlı ekonomiye sağladığı bu katkı bizim için paha biçilemeyecek bir kazançtır. Yapılan harcamalarda fiş kesilmesi ve kayıt dışı kalan ciro olmaması, sektörde haksız rekabeti önlemek açısından da büyük önem taşımaktadır. Ayrıca AMPD olarak tüketici harcamalarının ertelenmemesinin özellikle kriz döneminde çok önemli olduğunu düşünüyoruz. Kriz zamanlarındaki ertelemeler hem tüketiciyi zora sokmakta, hem de sektörün ihtiyacı olan hareketi kesmektedir. Burada vurgulamamız gereken, kredi kartları aracılığıyla yapılan harcamanın ihtiyaçları karşılama açısından aile bütçesine verdiği destektir. KDV-ÖTV indirimleriyle artan satışlar da tüketicinin güvensizlik ve istikrar arayışı sebebiyle ihtiyacı olan tüketimi dahi ertelediğini ve bu indirimler sayesinde tüketimini gerçekleştirebilir hale geldiğini göstermiştir. Organize perakendenin toplam perakende sektörü içindeki payının yüzde 38'e yükselmesinde kredi kartı kullanımının göz ardı edilemez etkisi vardır. Tüketici tarafından POS cihazı talebi geldikçe ve firmalar da kredi kartı kullanımının etkisini hissettikçe mevcut durum daha da gelişecektir. Kredi kartları kullanımıyla hem haksız rekabet hem de tüketici hakları açısından sektörün normları oturmaya ve yaygınlaşmaya başlamıştır. Türk tüketicisinin hak ettiği standartlarda hizmet ve ürüne erişimi sağlanmıştır.

“Kredi kartlarının geleneksel perakendeye girmesiyle kayıtlı ekonominin gelişimi, haksız rekabetin önlenmesi ve organize perakendenin yaygınlaşması açısından sektöre önemli bir desteği olmuştur”



Ya kredi kartları olmasaydı...

“Öncelikle kayıt dışı ekonomi ve haksız rekabet daha baskın olurdu. Bilinçli ve sorumlu bir şekilde kullanıldığı takdirde, kredi kartlarının perakende sektörüne yaptığı katkının tüm ekonomiye yansıdığı kanaatindeyim. Ayrıca, sektörümüz için en önemli konulardan biri olan tüketim alışkanlıkları ve tüketici davranışına dair bugünkü seviyede veriye sahip olamazdık. Tüketici eğilim ve tercihlerini takip edebilme açısından kredi kartı kullanım bilgileri sektörümüze önemli bir veri oluşturmaktadır. Kredi kartı kullanımında farklı tüketici gruplarının farklı eğilimleri olduğu görülmektedir. Aynı şekilde, farklı tüketici gruplarının perakende harcamaları da demografik veri, harcama kanalı gibi değişkenlerle şekillenmektedir. Ayrıca, tüketicinin harcama yelpazesinde genişleme imkanı sunan kredi kartları, tüketim çeşitliliği de yaratmıştır. Bugün, uçak biletinden mobilyaya kadar birçok ürün kredi kartıyla alınabilmektedir ve bu sayede bireylerin yaşam tarzındaki değişimde bir ivme yaratılmıştır. Ülkemizde henüz yeni sayılabilecek olan organize perakende sektörü gelişmeye açıktır ve desteklenmelidir. Kredi kartlarının yaygınlaşması için yapılacak çalışmaların sektöre de faydası olacağı muhakkaktır.”

Kredi kartları vergi gelirini artırıyor **kayıtdışı**ni engelliyor

Kredi kartları ülke ekonomisinin gelişiminde büyük rol oynuyor. Üye işyerlerinin cirosunun artışına da katkı sağlayan kredi kartları ekonomideki yavaşlamanın önündeki büyük engel oluyor. Kredi kartı ile pek çok işlem kayıt altına alınırken vergi gelirleri de artırılıyor.



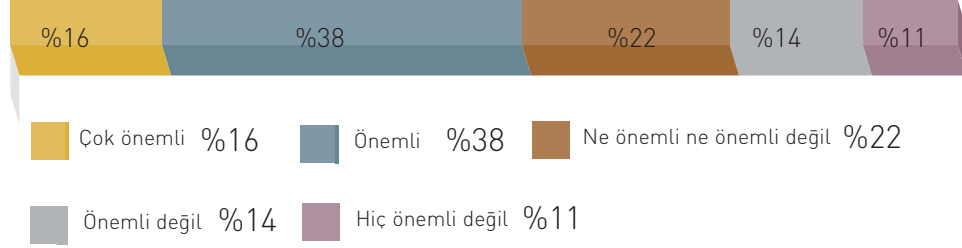
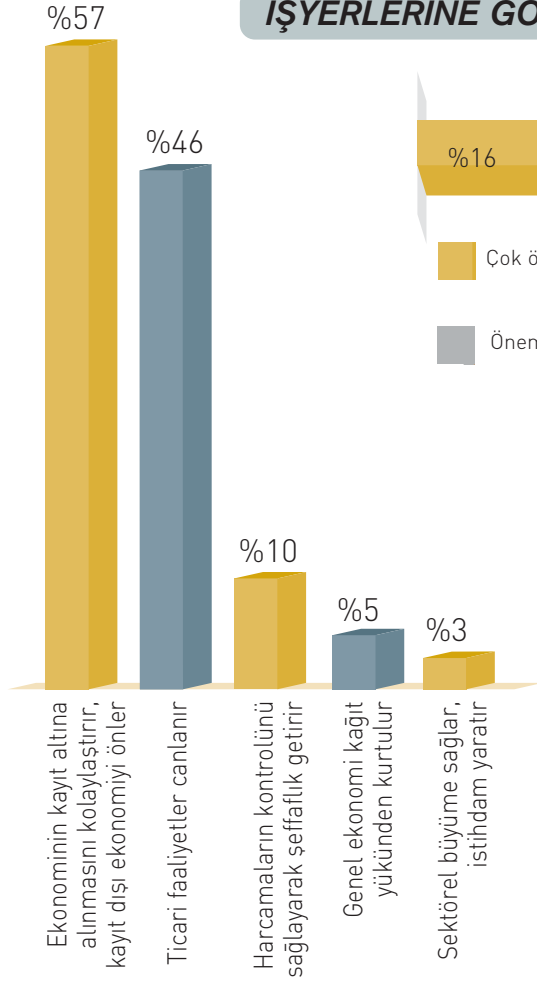
Kredi kartları tüketicinin bütçesi kadar ülke ekonomisine de büyük katkı sağlıyor. Son dönemde şeffaflığı sağlamak adına kredi kartı kullanımı teşvik ediliyor. Kredi kartı kullanımı sayesinde pek çok işlem kayıt altına alınabiliyor. Bu da ülke ekonomisinde kayıt dışılığın önlenmesinde büyük rol oynuyor. Ayrıca kredi kartı kullanımı, talep yetersizliğini giderirken, üretimi artırarak arz talep dengesinin oluşumuna yardımcı oluyor. İstihdam artışını hızlandırıyor. Öte yandan vergi gelirlerindeki artışta da büyük rol oynuyor. Uzmanlar bugün 1000 liralık nakit kullanımı yerine 1000 liralık kredi kartı kullanımının, vergi gelirlerini 20 TL artırdığına dikkat çekiyor.

Türkiye’de birçok sektörde kullanılan kredi kartının kullanım alanının genişlemesiyle birlikte yüzde 50’ye varan kayıt dışılığın da azalması öngörülüyor. Bu alanda çalışmalar yapan kurumların başında gelen Türkiye Vergi Konseyi Başkanı Mustafa Uysal, bu çalışmaları şeffaflaşma yolunda önemli adımlar olarak değerlendiriyor. Uysal, önümüzdeki dönemde gayrimenkul alımında da kredi kartı kullanımını destekleyici birtakım çalışmalar yapmanın mümkün olduğunu belirtirken, “Kart kullanımı, kayıtlı ekonominin gelişimine ciddi fayda sağlıyor, şeffaflık getiriyor” diyor.

Kredi kartı üye işyerleri açısından da büyük önem arz ediyor. Kredi kartları tarafından yapılan puan, taksit ve kampanya uygulamaları hem kredi kartlarına hem de kampanyaya katılan firmalara artı ciro ve büyüme imkanı sağlıyor. Tüketicinin alışverişi daha kolay ve avantajlı yapmasını sağlayan kredi kartları, ekonomide yaşanacak daha büyük sıkıntıların önüne geçebiliyor.



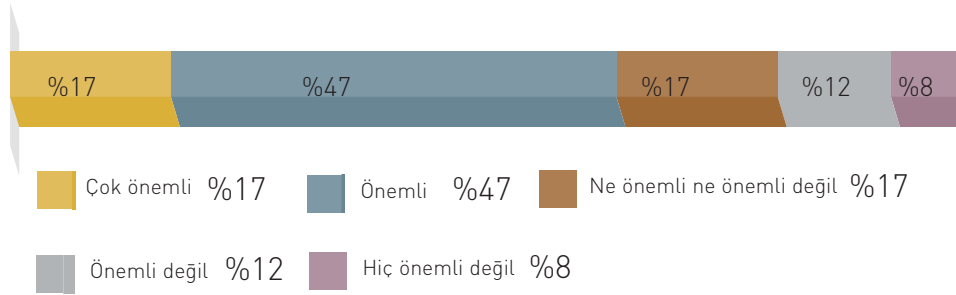
İŞYERLERİNE GÖRE KREDİ KARTLARININ ÜLKE EKONOMİSİ İÇİN ÖNEMİ



Kredi kartları kayıtdışılığın düşmanı

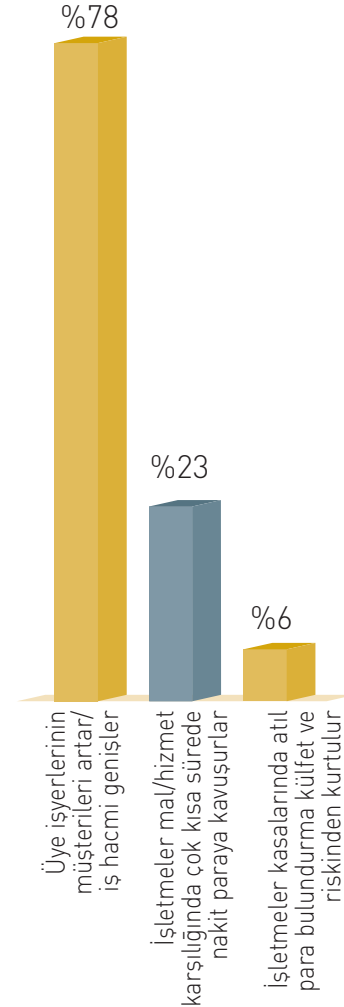
Kredi kartlarının ülke ekonomisi için önemine bakıldığında kayıtdışılıkla mücadelenin önemine dikkat çekiliyor. Üye işyerlerine kredi kartlarının ülke ekonomisi üzerindeki önemi sorulduğunda yüzde 57 gibi yüksek bir oran, "Kredi kartları ekonominin kayıt altına alınmasını kolaylaştırıyor ve kayıt dışı ekonomiyi önlüyor" diyor. Yüzde 46'lık bir kesim ticari faaliyetleri artırdığını söylerken, yüzde 10'luk kesim ise harcamaların kontrolünü sağlayarak şeffaflık getirdiğini ifade ediyor. Kredi kartının ülke ekonomisi için önemli olduğunu belirten kesim ise yüzde 54'le büyük çoğunluğu oluşturuyor.

KREDİ KARTLARININ İŞYERLERİ İÇİN ÖNEMİ



Kredi kartı işyerlerinin vazgeçilmezi oldu

Ciro üzerinde önemli katkıları bulunan kredi kartları, pek çok işyeri için alışverişin 'olmazsa olmaz'ı haline geldi. Araştırmamız, banka üye işyerlerinin yüzde 64 gibi büyük bir çoğunluğun, kredi kartlarını önemli bulduğunu gösteriyor. İşyerlerinin yüzde 78'i kredi kartının müşteri sayısını ve iş hacmini artırdığına dikkat çekiyor. Yüzde 23'lük kesim ise kredi kartları ile işletmelerin mal hizmet karşılığında çok kısa sürede nakit paraya kavuştuğunu kaydediyor.



Kredi kartı ekonominin **Can simidi**

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 konuştu.

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:

CİDDİ AVANTAJ SAĞLIYOR

"Yurt dışında çok sembolik harcamalar dahi kartla yapılıyor. Örneğin İngiltere'de 3-5 sterlin bile kartla ödeniyor. Bizim ufak rakamları ödeme 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 yarıyor. Devlete kaynak yaratması bakımından da önemli bir uygulama.

Kredi kartı, kriz döneminde iyi bir can simidi aslında. Tabi 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 tabii.

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 oranının 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.

KARTLI ÖDEMENİN AVANTAJLARI

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 yapılırken 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 sokuluyor. 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 yara sahip.

KAZI KAZAN SİSTEMİ

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. Ben 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. Ancak siyasal iktidar bunu yapmıyor. Bence kumar gibi algılanır diye kaygı duyuluyor. Öbür taraftan devletin eli eliyle işletilen Milli Piyango gibi şeyler de var.

Sistem dönüp dolaşıp 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 karşılayınca, geriye kalan puan civarında faiz kalır o da zaten

“ Türkiye ekonomisinin içinde bulunduğu kayıt dışılık çıkmazından kurtulabilmesinin en etkili yollarından biri, banka kartlarının kullanılması olacaktır ”

tüketici kredisi faizinin altında kalan bir olay olur. Bir taşla birkaç kuş birden vurulmuş olur. Siyasilerin bunu düşünmeleri lazım.

HERKES KAZANÇLI ÇIKIYOR

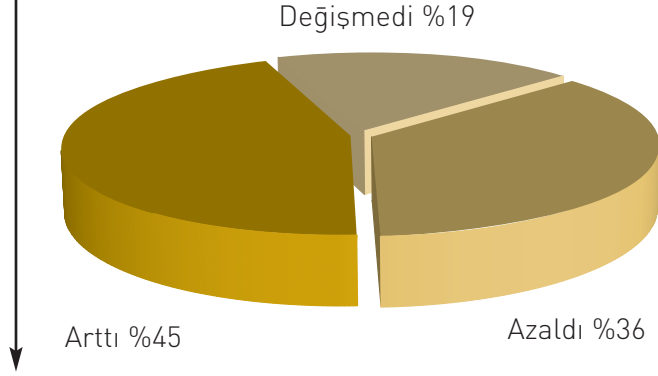
Türkiye ekonomisinin içinde bulunduğu kayıt dışılık çıkmazından kurtulabilmesinin en etkili yollarından biri, banka kartlarının kullanılması olacaktır. Kart kullanımı teşvik edildiği ölçüde kazançlı çıkar.

Kartlı ödeme sistemlerine nakit puan desteği ve fişlere kazı-kazan gelse Türkiye ekonomisi düzeldi 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 ödüller de konabilir. Bu yapılsa 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 yansımaya. 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 kullanılarak hapis cezası ile ilgili riskten kurtulmak mümkün.

Ekonomik krize bağlı olarak müşterilerinizin kart kullanımı ne yönde etkilendi?



Kredi kartı krizde de iş hacmini artırıyor

Kredi kartları ekonomik krizde tüketiciler kadar işyerlerinin de can simidi oldu. Naktini elinde tutarak kendini güvencede hissetmek isteyen ihtiyaçlarını daha çok kredi kartıyla gidermeyi planlıyor. İşyerlerinin, ekonomik krize bağlı olarak kart kullanımının arttığını belirtmesi, bunun en önemli göstergesi. İşyerlerinin yüzde 45'i kart kullanımının arttığını belirtirken, yüzde 36'lık kesim ise azalıştan söz ediyor. Yüzde 19'luk kesim ise bir değişim gözlemedi. Kredi kartı kullanımının artış gösterdiği sektörlerin başında ise sigortacılık, doğrudan pazarlama, havayolları, seyahat acenteleri geliyor. Azalıştan söz eden sektörler arasında da mobilya ve dekorasyon, yapı malzemeleri, hırdavat, nalburiye sektörleri dikkat çekiyor.

Hepsiburada.com Genel Müdürü Kaan Dönmez

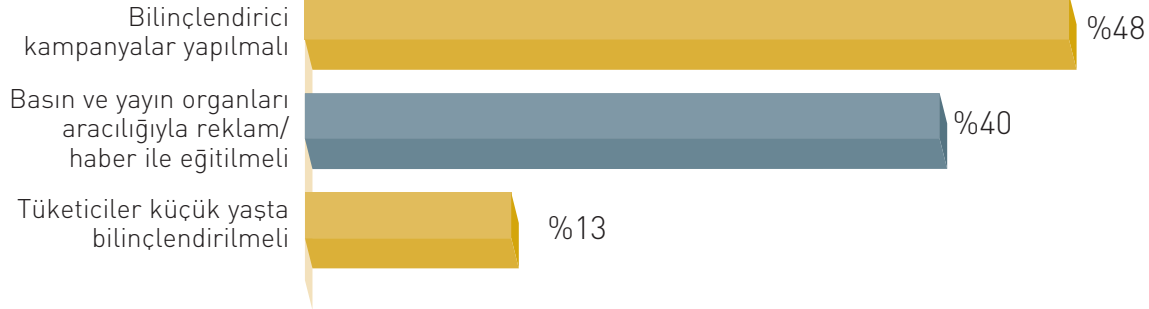
Online alışverişlerde kredi kartı kullanımı yüzde 85'i buldu

Kredi kartı internet alışverişlerinde en çok kullanılan ödeme aracı, kart programlarının sağladığı sigorta, ödül, taksitlendirme ve güvenlik gibi birçok özellik kredi kartlarının müşteriler tarafından yoğun olarak kullanılmasını sağlıyor. Online alışverişlerde kredi kartı kullanım oranı yüzde 85 civarında. Kartların müşterilere sunduğu finansman kolaylıkları alışverişte ödeme yöntemi olarak kullanılmasının en önemli sebeplerinden. Ayrıca kredi kartlı alışverişler çok daha hızlı. EFT ve diğer ödemelerde işlemler daha yavaş ve zaman alıcıyken, kredi kartı ile çok hızlı ve güvenli alışveriş yapmak mümkün.



Kart kullanım oranlarının artması e-ticareti mutlaka olumlu olarak etkilemeye devam edecektir. Kredi kartı kullanımı ile ilgili mevcut yasal düzenlemeler ve bankaların yüksek müşteri memnuniyeti politikaları kart sahiplerini alışveriş ve sonrası yaşanabilecek tüm kötü deneyimlere karşı koruma altına almaktadır. Bir başka deyişle, bir ödeme aracı olarak kredi kartı müşteriye birçok katma değer sağlayan bir araçtır. Tüm bu düzenleme ve hizmetler kart sahiplerinin sürekli korunmak ve memnuniyetini sağlarken, kart sahiplerine hizmet veren üye işyerlerinde de belirli standartların sağlanması konusunda teşvik edip denetleyerek ticaretin düzenlenmesine de katkıda bulunmaktadır."

KREDİ KARTLARININ BİLİNÇLİ KULLANIMI KONUSUNDA YAPILABİLECEKLER



İşyerleri bilinçlendirme kampanyalarında artış istiyor

İşyerleri bankacılık sektöründen tüketicilerin bilinçlendirilmesine yönelik kampanyaların artırılmasını istiyor. Üye işyerleri arasında yapılan araştırmada yüzde 48'lik kesim 'bilinçlendirme kampanyası artırılmalı' derken, yüzde 40'ı ise basın ve yayın organları aracılığı ile eğitim yapılması talebinde bulunuyor. Yüzde 13'lük kesim ise bilinçli kullanımın küçük yaşta başlatılması gerektiğini savunuyor.

“Bilinçlendirme kampanyaları artmalı, eğitim için haber ve reklam öne çıkmalı”

**Kredi kartı
eko-
nomiyi
güçlen-
dirir.**

Kredi kartları, alışverişlerde sağladığı ödeme kolaylıklarıyla ihtiyaçları erteletmez. Piyasaların canlanmasına, sürekliliğine, verimliliğin artmasına, üretimin sürmesine katkı sağlar. Daha güçlü bir ekonomik ortamın yaratılmasına hız katar. En önemlisi iş kaybını önler.

Kredi kartları bilinçli kullanımı konusunda bilginizi yenilerken www.kartbilinci.com.tr



Bankalararası Kart Merkezi Kart Bilinci Kampanyası

Bankalararası Kart Merkezi (BKM) Türkiye’de kart bilincinin artırılması için birçok çalışma gerçekleştiriyor. Kartlı ödeme sistemleri konusunda çalışmalar yaparak yurtiçi kredi kartları kural ve standartlarını geliştiren Bankalararası Kart Merkezi (BKM), ardı ardına hayata geçirdiği bilinçlendirme kampanyalarında, kredi kartlarının hem ülke ekonomisi, hem de kart kullanıcıları açısından kazanım ve önemini anlatıyor

Bugüne değin, başta chip&PIN kullanımı ve alışverişlerde banka kartı kullanımı olmak üzere birçok kampanya düzenleyen Bankalararası Kart Merkezi (BKM), “kart bilinci” kampanyasında kredi kartlarının bilinçli kullanıldığında hayata kattığı artıları ve mobilyadan turizme, bilişimden tekstile kadar farklı sektörlerde büyüme, istihdam sağlaması ve ekonominin kayıt altına alınmasındaki önemli rolü gibi, bilinmeyen yüzünü kamuoyu ile paylaşıyor. Geçtiğimiz yıl www.kartbilinci.com sitesinin devreye girmesi ile başlayan kampanya kapsamında kamuoyuna verilen mesajlarda, kartlı ödeme sistemlerinin, bir ülkenin gelişmesinde ki en büyük engel olan kayıt dışı ekonomiyle mücadelede en etkili araçlardan biri olduğu öncelikle vurgulanıyor. Kampanya mesajlarında, bugün Türkiye ekonomisinin yüzde 50’ye yakınının kayıt dışı olduğunun tahmin edildiği, kartlarla harcanan her kuruşun otomatik olarak kayıt altına alındığı ve buna bağlı olarak devletin vergi gelirlerinin yükseldiği yer alıyor.

Bir kredi kartı çok şey değiştirir.

Bir kredi kartı, bilinçli kullanıldığında çok şey değiştirir.

Hayatımıza kolaylık ve değer katar...

Kredi kartlarının sunduğu olanaklarla milyonlarca çocuğumuz ve gencimiz bilgisayar sahibi oluyor. Eğitimine destek sağlayıp, geleceğe hazırlanıyor. Milyonlarca aile, evine mobilya ve beyaz eşya satın alıyor. Zorunlu ihtiyaçlarını karşılıyor. Milyonlarca insan, spor ve kültür-sanat etkinliklerine bilet alıyor. Kendisine ve ailesine seyahat fırsatı yaratıp akrabalarına, sevdiklerine kavuşuyor.

Bir kredi kartı, daha da çok şey değiştirir.

Sektörel büyüme sağlar, istihdam yaratır...

Alışverişte yarattığı dinamizmle sektörlerin büyümesinde önemli bir rol oynuyor. Satışların artmasıyla üretim ve iş olanakları da artıyor.

Bir kredi kartı, büyük şeyler değiştirir.

Kayıt dışını kayıt altına alır...

Kartlı ödeme sistemleri, bir ülkenin gelişmesindeki en büyük engel olan kayıt dışı ekonomiyle mücadelede en etkili araçlardan biridir. Kartlarla harcanan her kuruş otomatik olarak kayıt altına alınıyor. Devlet daha fazla vergi topluyor, hizmetlerini artırıyor. Yaşam standartı yükseliyor.

Bir kredi kartı, bilinçli kullanıldığında hayatı değiştirir.

Kredi kartının bilinçli kullanımı konusunda bilinmesi gerekenler www.kartbilinci.com'da.

B K M

BANKALARARASI
KART MERKEZİ

www.bkm.com.tr

“BİR KREDİ KARTI ÇOK ŞEYİ DEĞİŞTİRİR”

Bankalararası Kart Merkezi (BKM)'nin geçtiğimiz yıl yaptığı araştırma, kredi kartlarının hayatımıza kattığı değerleri daha net bir şekilde sunuyor.

Turizm, kredi kartları ile büyüyor...

Taksitli ödeme seçeneğinden, puan toplamaya kadar, kazandırdığı avantajlar ile bir çok sektörün büyümesine imkan sağlayan kredi kartları, turizm sektörünün de gelişimine ciddi katkılar sağlıyor.

Biriken puanlar ile 2 milyon 660 bin 500 adet bedava uçak bileti...

Kredi kartı kullanıcıları, kartları ile taksitli alışveriş yapma imkânının yansısı, farklı mil programları ile bedava uçak bileti de kazanma şansına sahip oluyorlar.

Bankalararası Kart Merkezi (BKM) tarafından yapılan araştırma, kredi kart sahipleri tarafından, bugüne kadar farklı bankaların mil programlarından toplanan puanlar ile toplam 2.660.500 adet bedava uçak bileti alındığını gösteriyor.

Kredi kartımızla, 7 gün 24 saat asistanlık hizmeti alıyoruz...

Kredi kartı kullanıcıları, taksitli alışveriş yapma, puan ve uçuş mili kazanma gibi avantajların yanı sıra, asistanlık hizmetleri ile de kredi kartının sunduğu bir çok özel fırsattan faydalanabiliyor.

7/24 destek veren “Asistanlık Hizmetleri” hatlarına ulaşan kredi kartı sahipleri, araç, konut, seyahat, sürücü hizmetleri, VIP transfer ve tıbbi hizmetler gibi, farklı alanlarda bankalarının sunduğu değişik asistanlık hizmetleri ile hayatını kolaylaştırıyor. Tek bir telefonla gerek otomobillerinde, gerekse evlerinde ortaya çıkan acil sorunlarda ya da sağlıkla ilgili acil durumlarda yardım alabilen kart kullanıcılarının en fazla tercih ettiği acil hizmetlerin çilingir ve çekici hizmetleri olduğu görülüyor.

Konser, opera ve tiyatro rezervasyonlarımızda da kredi kartımızı kullanıyoruz...

Asistanlık Hizmetleri kapsamında ulaşmak istedikleri hastane, otel, müze ve benzeri yerlerin telefonunu da öğrenebilen kredi kartı kul-

lanıcıları, kültürel aktiviteler hakkında dilediği zaman asistanlık destek hatlarından bilgi alabiliyor. Kredi kartı kullanıcıları sosyal asistanlık hizmetlerinden en çok konser, opera, tiyatro rezervasyonu ve kaset/CD/VCD/DVD ulaştırma konusunda faydalananıyor.

Kredi kartları ile sivil toplum kuruluşlarına 160 milyon TL bağış...

Bankalararası Kart Merkezi (BKM) tarafından yapılan araştırmada, gerek kart kullanıcıları, gerekse kart çıkartan kuruluşlar tarafından sivil toplum kuruluşlarına kredi kartı ile yapılan bağışların her sene, çığ gibi büyüdüğü belirlendi.

Geçtiğimiz yıl içinde, sivil toplum kuruluşlarına kredi kartları ile yapılan küçük, büyük bağışların toplam miktarı 160 milyon TL'yi aşmış durumda. Bağışların büyük çoğunluğu ise eğitim alanında yapılıyor.

Futbol maç biletlerinin %75'i, basketbol maç biletlerinin %90'ını kredi kartımızla alıyoruz...

Bir çok sektöre dinamizm getiren ve sektörlerin büyümesinde etken rol alan kredi kartları, spor alanında da yoğun olarak kullanılıyor. Bankalararası Kart Merkezi tarafından yapılan araştırmaya göre, futbol maç biletlerinin %75'i kredi kartları ile alınıyor. Basketbol karşılaşmalarında ise bu oran, %90'ları buluyor. Kulüplerin kombine biletlerinde de, kredi kartı ile ödeme son derece yaygın. Üç büyüklerin maçlarına ait biletlerinin hemen hemen büyük bir çoğunluğu, kredi kartı ile alınıyor.

Festival ve konserlere kredi kartımızla katılıyoruz...

Kredi kartları, kültür, sanat ve eğlence alanında da yoğun olarak kullanılıyor. Bankalararası Kart Merkezi tarafından yapılan araştırma, geçtiğimiz yaz İstanbul'da düzenlenen festivallerin ve yaz konserleri biletlerinin hemen hemen tamamına yakınının kredi kartı ile alındığını gösteriyor.





BANKALARARASI
KART MERKEZİ

1990 yılında 13 kamu ve özel Türk bankasının ortaklığı ile kurulan Bankalararası Kart Merkezi (BKM), kartlı ödeme sistemi içerisinde bankalararası otorizasyon ve takası gerçekleştirmek, ortak sorunlara çözüm bulmak, kartlı ödeme sistemleri konusunda ülke çapında stratejik çalışmalar yapmak, yurtiçi kredi kartları kural ve standartlarını geliştirmek amacını taşımaktadır.

Türkiye'de alanında hizmet veren tek kuruluş olan BKM, güçlü teknik donanımı ve insan kaynaklarıyla, üyelerine kartlı ödeme sistemleri konusunda hizmet sunmaktadır.