

KART *monitör*

BANKA VE KREDİ KARTLARI KULLANIM ALIŞKANLIKLARI ARAŞTIRMASI 2008

MÜŞTERİ ARTIRMANIN
YOLU: KREDİ KARTI

TÜRK HALKI
BORCUNUN
TAMAMINI
ÖDEMEKTEN YANA

TÜKETİCİ
KARTI SEVDİ
NAKİT YERİNE
KREDİ KARTINI
SEÇTİ

B

K

M

BANKALARARASI
KART MERKEZİ

KARTMONİTÖR

B K M

BANKA VE KREDİ KARTI
KULLANIM ALIŞKANLIKLARI
ARAŞTIRMASI

Bankalararası Kart Merkezi olarak, 2003 yılından bu yana, periyodik olarak gerçekleştirdiğimiz Kart Monitör araştırmasının, 2008 yılı sonuçlarını sizlerin değerlendirmesine sunuyoruz.

Kartlı ödeme sistemlerinde, kart kullanıcıları ve işyerlerinin kullanım alışkanlıklarını ve beklentilerini belirleyerek, daha etkin hizmet ve tatmin edici projeler geliştirmemize imkan sağlayan Kart Monitör 2008 araştırmasının sonuçlarını ilgiyle karşılayacağınızı düşünüyorum.

28 Ocak 10 Mart 2008 tarihleri arasında, 12 farklı ilde gerçekleştirdiğimiz araştırmada, banka ve kredi kartı kullanıcılarına, en sık kullandıkları kredi kartının en beğendikleri özellikleri, kredi kartı kullanım sıklığı, aylık ortalama alışveriş tutarı, puan toplama tercihleri ve chip&PIN bilinirliğine kadar çok sayıda soru sorduk.

Kart kullanıcılarına yönelik yeni projelerimize ışık tutacak bir çok veriye sahip olduğumuz bölümün yanı sıra, kart kabul eden işyerleri ile yaptığımız araştırmada, kredi kartı ile satış yapmayı tercih etmelerinin nedenleri, chip&PIN uygulaması ve iş yerinde mobil POS cihazı kullanımına kadar bir çok konuda davranış ve beklentilerini anlama imkanına sahip olduk.

Bu yıl gerçekleştirdiğimiz Kart Monitör 2008 araştırmasının bizleri en çok gururlandıran bölümü de, Türk perakende sektörünün önde gelen temsilcilerinin kartlı ödeme sistemleri ile ilgili görüşleriyle araştırmamıza verdikleri destek oldu.

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

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

Saygılarımla

Sertaç Özinal
Genel Müdür



“**Türk
perakende
sektörünün
önde gelen
temsilcileri
kartlı ödeme
sistemleri ile
ilgili
görüşleriyle
araştırmamıza
değer kattı**”

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 2008"
kaynağı gösterilerek alıntı yapılabilir.

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

BASKI
Ohan Matbaacılık
Hadımköy yolu Çakmaklı Mah.
San Bir Bulvarı 4. Bölge 9. Cadde No:143
Çakmaklı-Büyükdere/İstanbul
886 70 70

4



Tüketici kartı sevdi
nakit yerine
KREDİ KARTINI seçti

24



Herşey KAYIT altında...



14

Kredi kartında
en beğenilen
özellik TAKSİT

20

KULLANICI
pazar
PAZARCI
taksit istiyor



30

Türk halkı
BORCUNUN
TAMAMINI
ödemekten yana



EKİLER

38

Müşteri artırmanın yolu
KREDİ KARTI



44

Çoğunluk
şifresini biliyor
GÜVENLİK en
önemli konu

52

Kredi kartı
İNTERNETTEN
alışverişi
sevdirdi



58

Sanal korsanlara karşı
en güçlü silah: 3D SECURE



GÖRÜŞLER

12 Nuşin Oral

Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler
Derneği (AMPD) Başkanı ve YKM
Yönetim Kurulu Üyesi

17 Mehmet Nane

Teknosa Genel Müdürü

19 Berna Kural Okandan

C&A Türkiye CFO'su

23 Bekir Boydak

Boydak Holding Yönetim Kurulu Üyesi

26 Prof. Dr. Şükrü Kızılot

Gazi Üniversitesi İİBF; Maliye Bölüm
Başkanı,

28 Ekrem Akyiğit

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD)
Başkanı ve Collezione'nun CEO'su

33 Selçuk Güzenge

Tescilli Markalar Derneği Başkanı

37 Alp Tiryaki

VF Ege CEO'su

41 Aslı Karadeniz

Boyner Büyük Mağazacılık Genel Müdürü

43 Abdullah Kiğılı

Kiğılı Giyim Yönetim Kurulu Başkanı

51 Mehmet Koçarlan

Reina Eğlence Grubu Başkanı

57 Kaan Dönmez

hepsiburada.com Genel Müdürü

59 Cenk Serdar

Turkcell Genel Müdür Yardımcısı

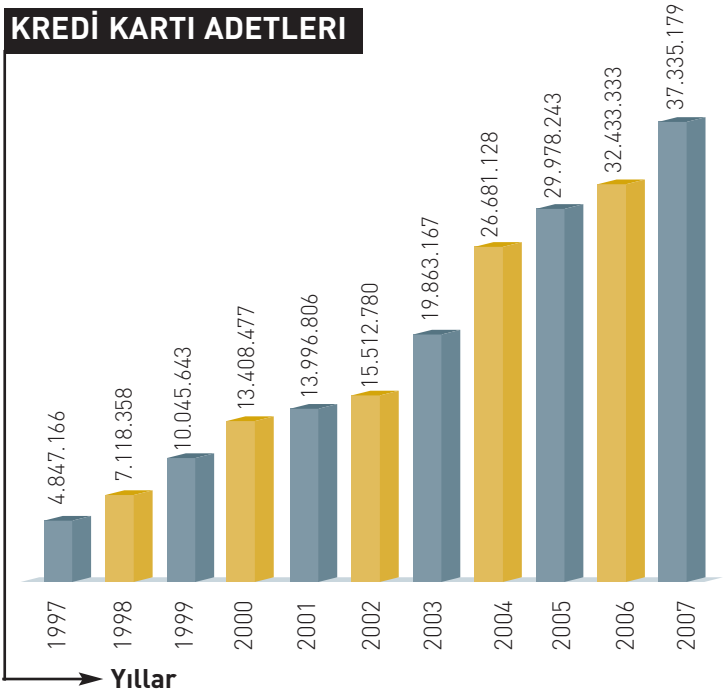
Tüketici kartı sevdi nakit yerine kredi kartını seçti

Alışveriş dünyasının vazgeçilmezlerinin başına yerleşen kredi kartları, her yıl daha çok kullanıcının cüzdanına girerken, giderek daha fazla işyerinde kabul görüyor. Bunun sonucunda bugün aylık alışveriş tutarının yüzde 39'u nakit para ile, buna karşılık yüzde 57'si kredi kartı ile yapılıyor.

Yaklaşık 40 yıl önce ilk olarak Diners Club, ardından American Express ile tanıştığımız kredi kartları, bugün günlük hayatımızın vazgeçilmezleri arasında yer alıyor. Bir süre sınırlı sayıda insanın kullandığı bu kartlara 80'li yıllarda Visa ve MasterCard logolu kartların eklenmesi, bireysel bankacılığın gelişmesiyle birlikte peş peşe kredi kartlarının kullanıma sunulması bu sistemin daha geniş kitlelere ulaşmasını sağladı. Bugün kredi kartları, en yaygın olarak kullanılan bankacılık hizmetlerinin başında geliyor. Ekonominin kayıt altına alınmasında en etkili yollardan biri olan kredi kartlarının özellikle son 10 yıldır gösterdiği gelişim, Türk halkı tarafından kabul gördüğünü gösteriyor. Bankaların sunduğu ekstra özelliklerle gelişimini sürdüren kredi kartları, her yıl daha çok sayıda insanın cüzdanına giriyor ve her yıl çok daha fazla üye işyerinde kabul ediliyor.



KREDİ KARTI ADETLERİ



Kart sayısında on yılda, yüzde 800 büyüdük

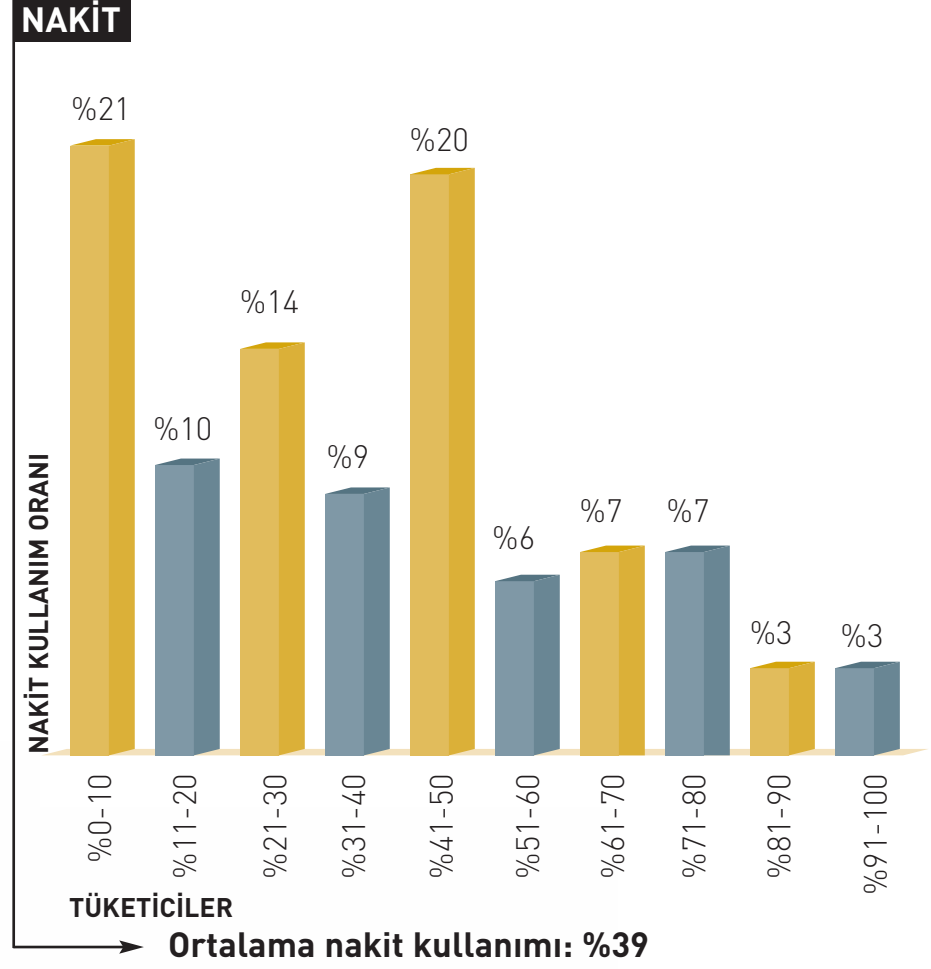
Kredi kartı ile yapılan işlem sayısı ve cironun her gün daha da artması, kartlı ödeme sektörünü tamamlayan kredi kartı, POS, ATM gibi enstrümanların sayılarında da ciddi bir artış yaşandığını gösteriyor.

Son 10 yıla ait verilere bakıldığında, kredi kartı adetlerinde, bundan 10 yıl önceye göre yüzde 800'e yakın bir artış gözleniyor. POS adetlerindeki artış yüzde 2500'ün üzerinde, ATM sayılarındaki artış ise yüzde 300 seviyesinde. Son 10 yıllık veriler gösteriyor ki artık alışverişlerimizi nakit yerine çoğunlukla kredi kartı ile gerçekleştiriyoruz. Bunun en iyi kanıtı ise 1997 yılında bir milyon YTL'ye yakın olan kredi kartı cirosunun 2007 yılı itibarı ile 142 milyar YTL'yi aşmış olması...

ALİŞVERİŞLERİN YÜZDE 61 'İ KARTLA YAPILIYOR

Mart 2008 itibariyle sayısı 38.5 milyon adeti aşan kredi kartları, gıdadan tekstile, beyaz eşyadan mobilyaya, benzinden tatile kadar pek çok alanda yapılan harcamalarda önemli bir rol oynuyor. Günümüzde aylık alışveriş tutarının ortalama yüzde 57'sinde kredi kartı kullanılıyor. Banka kartları ile birlikte, plastik para kullanımı yüzde 61'i buluyor. Aylık alışverişlerde ortalama nakit kullanımı ise yüzde 39'lara gerilemiş durumda. Bu değişimde kredi kartlarıyla alışveriş yaparken puan toplanabilmesi, taksit imkanının bulunması gibi, kredi kartının kendine has özelliklerinin de önemli bir etkisi olduğu biliniyor. Yapılan araştırmada; aylık alışveriş tutarının yüzde 41'i ile yüzde 50'si arasında bir tutarın, yüzde 20'lik bir kesim tarafından nakit, yüzde 21'lik kesim tarafından ise kredi kartı ile ödendiği görülüyor.

AYLIK ALIŞVERİŞ TUTARININ NAKİTTE DAĞILIMI

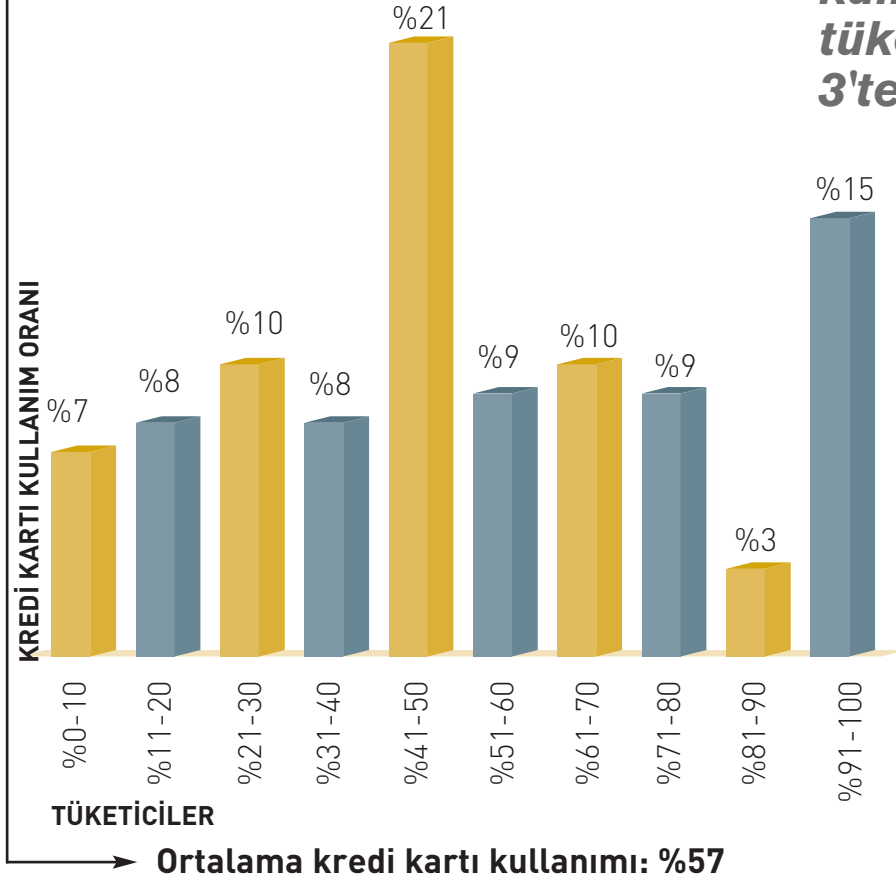


“Günümüzde aylık alışveriş tutarının ortalama yüzde 57'sinde kredi kartı, yüzde 4'ünde banka kartı kullanılıyor”



AYLIK ALIŞVERİŞ TUTARININ KREDİ KARTINDA DAĞILIMI

KREDİ KARTI

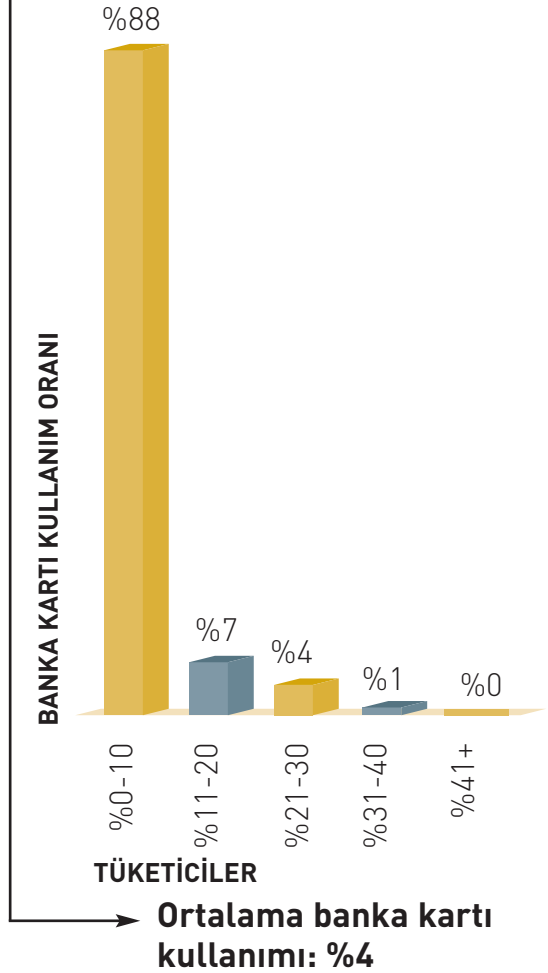


Bu verilerden önemli bir kesimin, nakit ile kredi kartı arasında bir denge gözettiği yorumuna ulaşmak mümkün olsa da, aylık alışveriş tutarının ne kadarında nakit, ne kadarında kredi kartı kullanıldığına bakılınca tablodaki farklılık ortaya çıkıyor. Aylık harcamalarının tamamını ya da tamamına yakınına nakit para kullanarak yapan tüketicilerin oranı yüzde 3'te kalırken, aylık harcamalarının tamamını ya da tamamına yakınına kredi kartı ile yapanların oranının yüzde 15'e çıkması, ödeme tercihlerinde dengenin nasıl değişmekte olduğunu gösteriyor.

“Aylık harcamalarının tamamını ya da tamamına yakınına nakit para kullanarak yapan tüketicilerin oranı yüzde 3'te kalıyor”

AYLIK ALIŞVERİŞ TUTARININ BANKA KARTINDA DAĞILIMI

BANKA KARTI

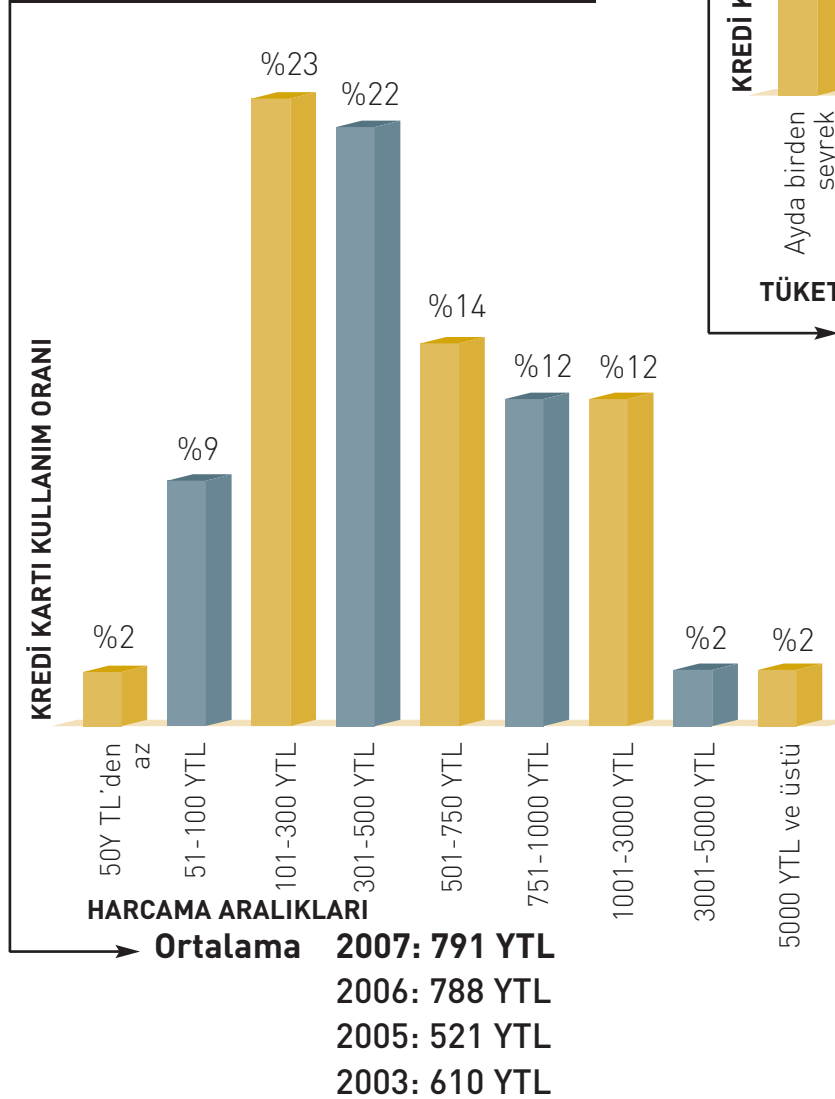


KREDİ KARTI KULLANIM SIKLIĞI VE KREDİ KARTI KULLANARAK YAPILAN AYLIK ORTALAMA ALIŞVERİŞ TUTARI

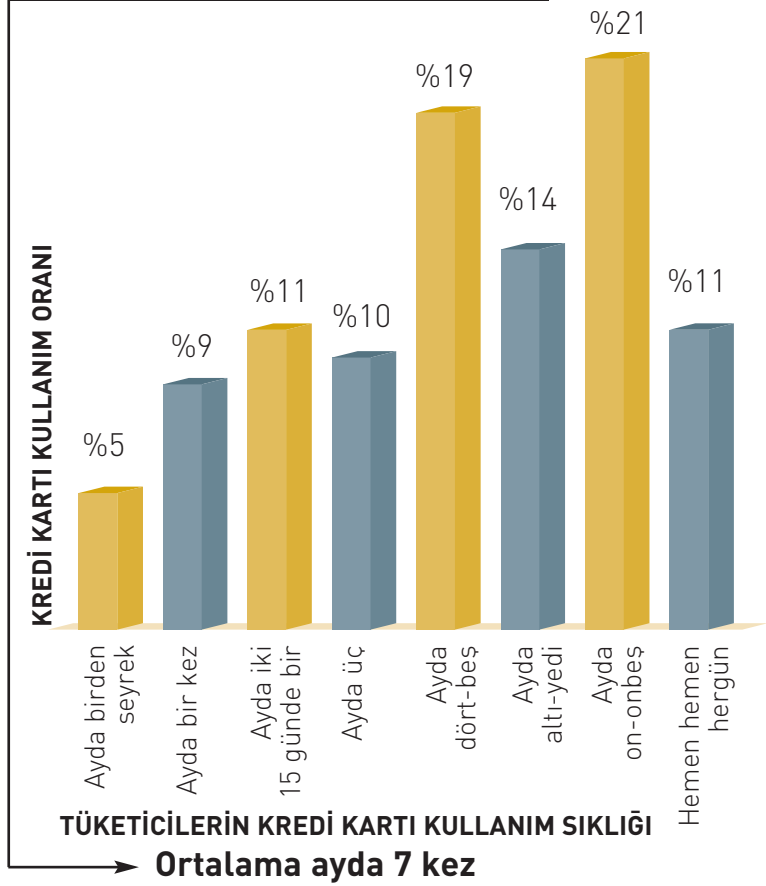
YÜZDE 11 KARTINI HER GÜN KULLANIYOR

Alışverişlerde, kredi kartının kullanım sıklığı ise ayda ortalama 7 kezle sınırlı kalıyor. Elbette bu oran tüketicinin alışveriş alışkanlıklarına göre değişiklik gösteriyor. Yüzde 9'luk bir kesim ayda bir kez cüzdanından kartını çıkarıyor. Yüzde 10'luk kesim ayda 3 kere kredi kartını kullanırken, yüzde 21'lik bir kesim ayda 10-15 kez kredi kartı ile alışveriş yapıyor. Yüzde 11'lik bir kesim ise hemen hemen her gün alışveriş yapıyor ve kredi kartını kullanıyor.

KREDİ KARTI İLE AYLIK ORTALAMA ALIŞVERİŞ TUTARI



KREDİ KARTI KULLANIM SIKLIĞI



ORTALAMA HARCAMA KREDİ KARTI İLE AYLIK 791 YTL

Aylık harcamalar içinde kredi kartı ile ödenen tutar, bütçeden bütçeye farklılık gösterse de ortalama 791 YTL düzeyinde. Önceki yıllara göre 2005 yılında bir miktar gerileyen bu tutar, son iki yıldır artış gösteriyor. 2005 yılındaki 521 YTL'ye göre yüzde 50'nin üzerinde bir artış da söz konusu.



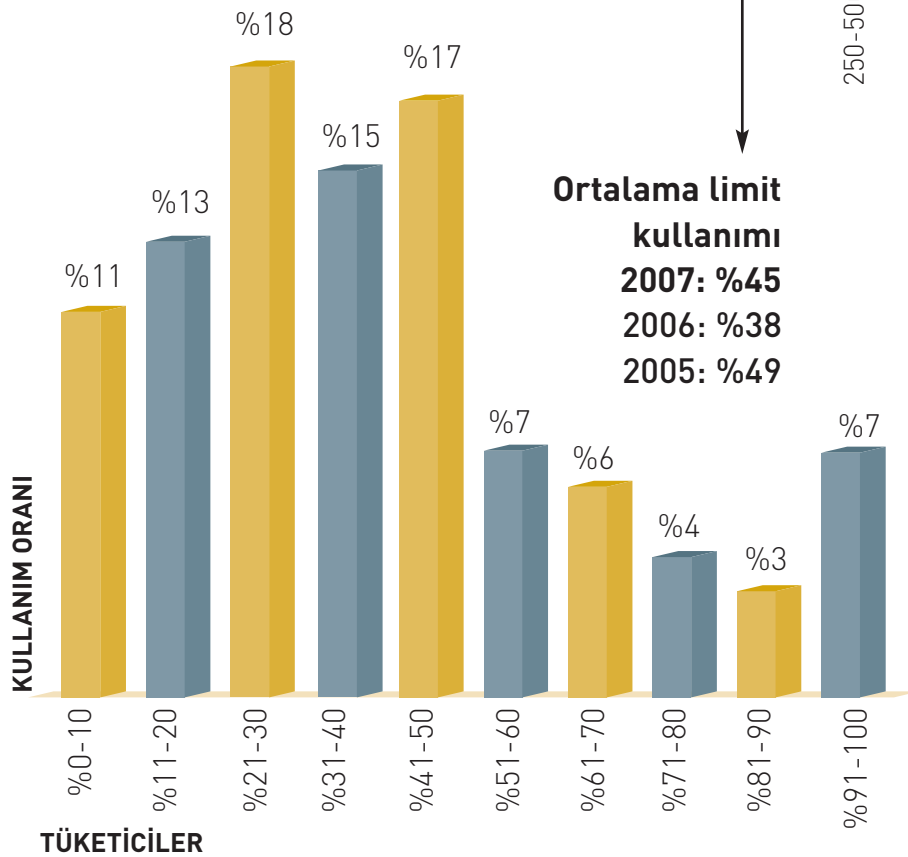
EN SIK KULLANILAN KREDİ KARTI LİMİTİ VE BU LİMİTİN KULLANILAN YÜZDESİ

LİMİT SONUNA KADAR ZORLANMIYOR

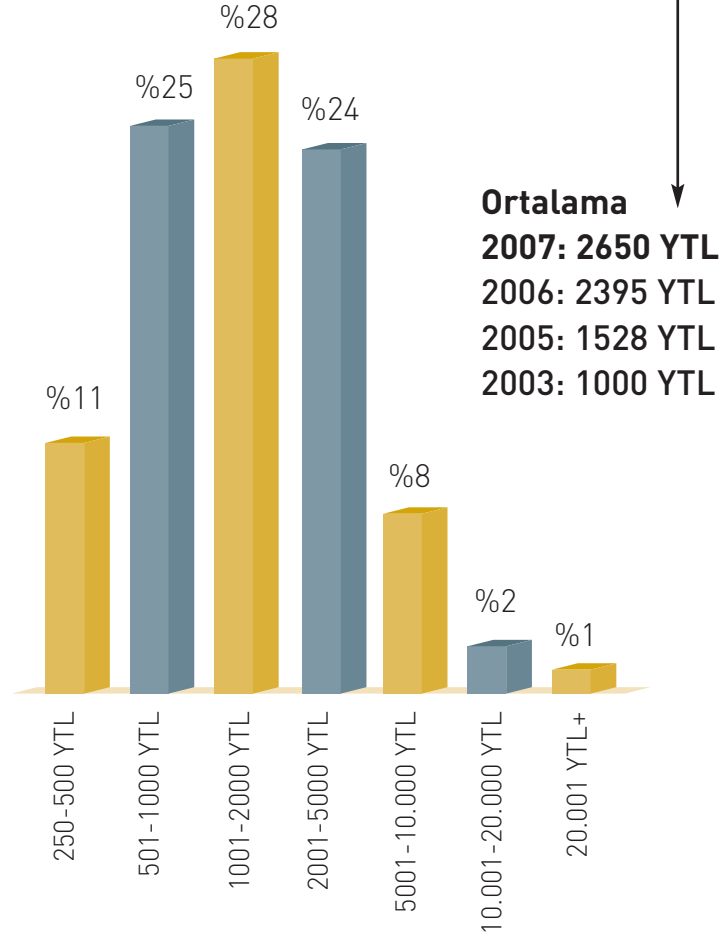
Türkiye'de 2007 yılı itibarıyla kredi kartlarının ortalama limiti 2.650 YTL düzeyinde. 2003 yılında bu tutarın 1.000 YTL, 2005 yılında 1.528 YTL olduğu hatırlanınca, ortalama limitlerde bir artış olduğu görülüyor. Ancak limitin yükselmiş olması, tamamının kullanıldığı anlamına gelmiyor. Limitinin tamamını ya da tamamına yakınına kullananların yüzdesi 7'de kalırken, yüzde 50'lik kesim sahip olduğu limitin yüzde 21'i ile yüzde 50'si kadarını kullanmayı tercih ediyor. En sık kullanılan kredi kartında limitin kullanılan yüzdesi ise ortalamada yüzde 45'te kalıyor.

“Limitinin tamamını ya da tamamına yakınına kullananlar yüzde 7 oranında”

LİMİTİN KULLANILAN YÜZDESİ



EN SIK KULLANILAN KREDİ KARTININ LİMİTİ

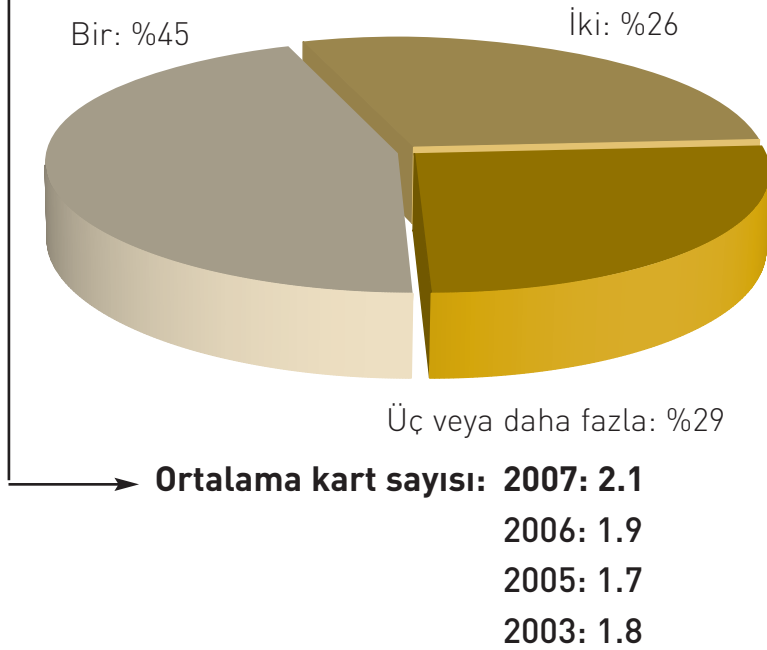


Limiti 5.000 YTL'nin üzerindeki kartlar pek sık kullanılmıyor

Cüzdanlardaki kart sayısı birden fazla olsa da kullanıcıların bir kartı diğerlerine göre daha sık kullandığı biliniyor. Elbette bir kartın tercih edilirliliğini artıran pek çok faktör var. Araştırma gösteriyor ki, limitin tutarı da kredi kartının kullanım sıklığını etkiliyor. Limiti 500 YTL'nin altındaki kartlarda kullanım yüzdesi 11'de kalıyor. En sık kullanılan kredi kartlarının ise 501 YTL ile 5.000 YTL arasında limiti olan kartlar olduğu görülüyor. Limitin 501 YTL'den fazla, 1.000'den az olduğu kartlarda bu tutarın yüzde 25'i kullanılıyor. Limitin 1.001 YTL'den fazla 2.000 YTL'den az olduğu kartlarda ise bu oran yüzde 28'e çıkıyor. Ancak bu rakamlara bakarak limiti yükselen kartın daha sık kullanıldığını söylemek mümkün değil. Çünkü limiti 10 bin YTL'nin üzerindeki kredi kartlarının kullanım sıklığı oldukça düşük.

SAHİP OLUNAN KREDİ KARTI VE EK KART SAYISI

KREDİ KARTI SAYISI



CÜZDANLARDA ORTALAMA 2.1 KART VAR

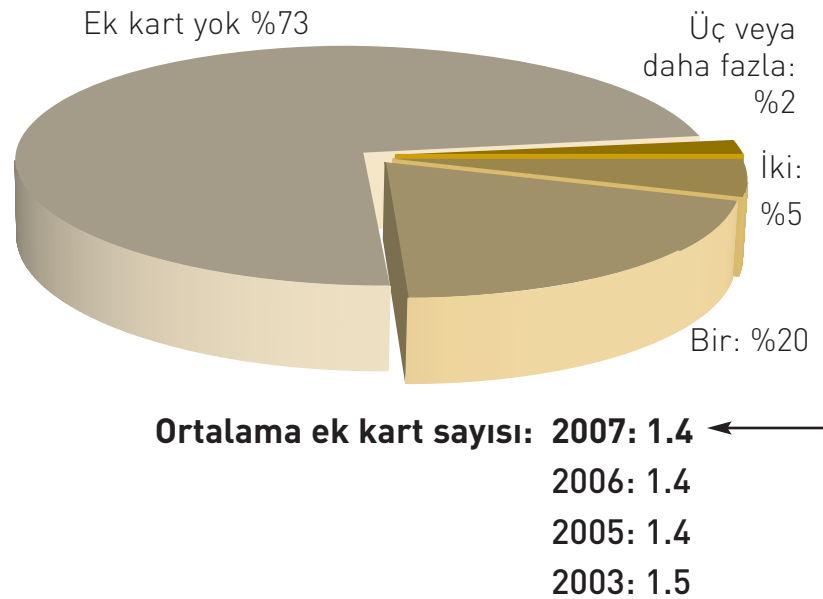
Kredi kartı sayısındaki artışla birlikte Türkiye'de, kişi başına düşen kart sayısı da yıllar itibarıyla artış göstermiş durumda. Bankacılık hizmetlerinden nüfusun ancak yüzde 28'inin yararlandığı, her bir müşterinin de birden fazla bankadan hizmet aldığı düşünüldüğünde, bazı kişilerin çok sayıda kredi kartı taşıyor olması doğal bir sonuç. Ancak bazı cüzdanlarda 7-8 kart bulunduğu söz edilse de, çoğunluk daha sınırlı sayıda kredi kartını tercih ediyor. 2003 yılında kişi başına 1.8 olan ortalama kart sayısı, geçen yıl 2.1 adete çıktı. Buna karşın araştırmaya katılan kredi kartı kullanıcılarının yüzde 45'i sadece tek bir karta sahip. Kredi kartı sahipliğinde bu ortalamayı yükselten kesimler ise yüksek S.E.S grupları. Ortalama kredi kartı sayısı B gelir grubunda 2.2 iken, A gelir grubunda 2.5'i buluyor.

“Kredi kartı kullanıcılarının yüzde 45'i sadece tek bir karta sahip”

Kullanıcıların çoğu kart limitini bir başkasıyla paylaşmak istemiyor

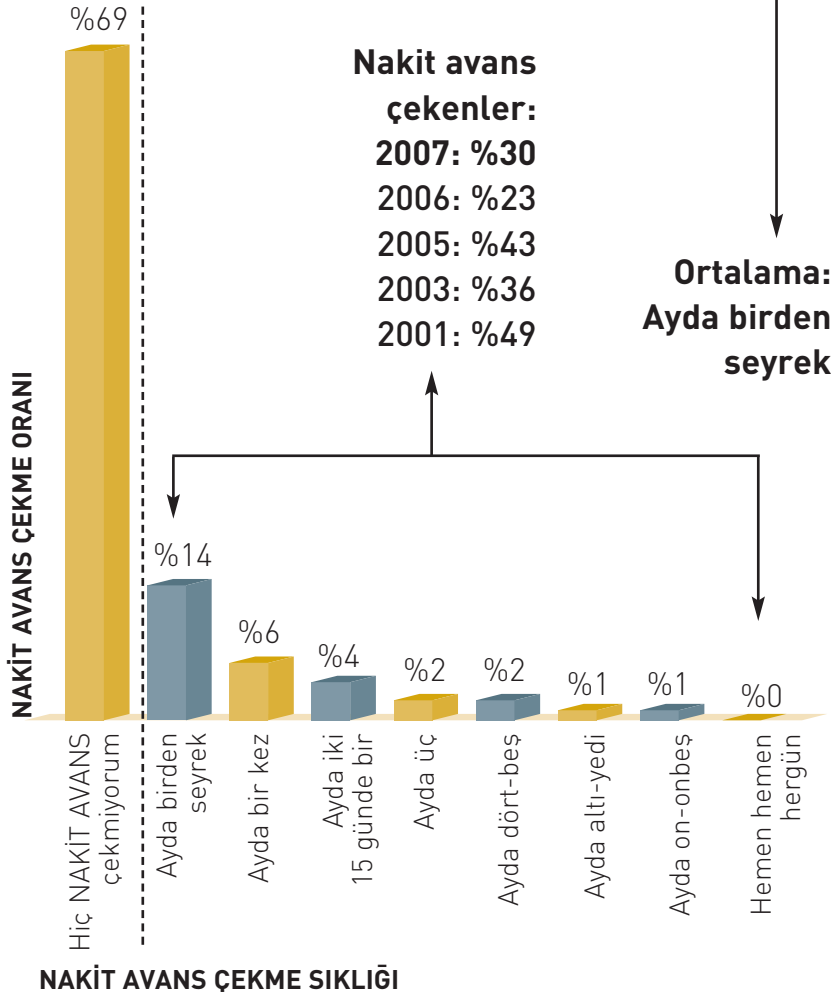
Türkiye'de kredi kartı sahiplerinin çoğunluğu, bir yakınının kart limitinden yararlanmak yerine kendi kredi kartını almayı tercih ediyor. Bir başka deyişle de, kredi kartı sahiplerinin çoğunluğu, limitini bir başkasına kullandırmak istemiyor. Kullanıcıların yüzde 73'ünün ek kartının bulunmaması bu iki savı da haklı çıkaran bir oran. Kullanıcıların ancak yüzde 27'si kendi kredi kartı limitini yakınlarıyla paylaşıyor. Bunun da yüzde 20'si sadece bir ek karta izin veriyor. Yıllar itibarıyla bakınca da ortalama ek kart sayısının aynı düzeyde kaldığı görülüyor. Hatta 2003 yılındaki ortalama 1.5 olan ek kart sayısının 0.1 puan gerilemesi ile kredi kartı kullanıcısı arttıkça, ek kart sayısının azaldığını gösteriyor.

EK KART SAYISI



NAKİT AVANS ÇEKME SIKLIĞI VE ÇEKİLEN NAKİT AVANS MİKTARI

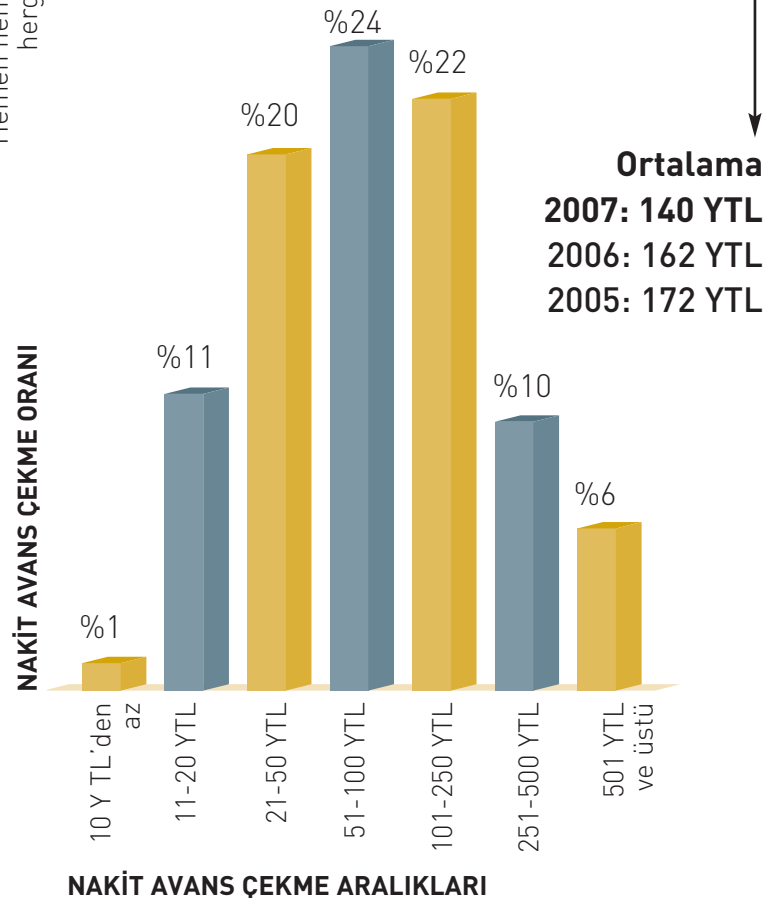
NAKİT AVANS ÇEKME SIKLIĞI



Nakit avans çekmek tercih edilen bir yöntem değil

Geçen yıl sonu itibarıyla kredi kartlarıyla yapılan toplam 1.37 milyarı aşkın alışveriş işlemiyle 128 milyar YTL alışveriş cirosuna ulaşıldı. Buna karşılık yaklaşık 74 milyon nakit avans işlemiyle 13.5 milyar YTL'lik nakit cirosu gerçekleşti. Bu rakamlara bakarak, Türkiye'de kullanıcıların çoğunun kredi kartlarını bir ödeme aracı olarak gördüğünü söylemek mümkün. Kullanıcıların nakit avans çekme sıklığı konusunda verdiği yanıtlar da bu saptamayı destekliyor. Kredi kartı kullanıcılarının yüzde 69'u hiç nakit avans çekmezken, yüzde 14'lük kesim de bu yönteme ayda birden daha seyrek başvuruyor. Bu kesimin tavrı, genel ortalamaya da yansıyor. Çekilen nakit avansın miktarı ise 20 YTL ile 250 YTL arasında yoğunlaşıyor. Ancak ortalama her yıl biraz daha düşüyor. 2005 yılında 172 YTL seviyesinde olan ortalama nakit çekim miktarı, 2006 yılında 162 YTL'ye 2007 yılında da 140 YTL'ye gerilemiş durumda.

ÇEKİLEN NAKİT AVANS MİKTARI



“Çekilen nakit avansın miktarı 20 YTL ile 250 YTL arasında yoğunlaşıyor. Ancak ortalama her yıl biraz daha düşüyor”



Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler
Derneği (AMPD) Başkanı ve YKM
Yönetim Kurulu Üyesi Nuşin Oral

Ekonomideki daralma kredi kartı ile aşıyor



Perakende sektöründe kredi kartlarının rolü hakkında bilgi verir misiniz?

2007 tahmini cirosu 150 milyar dolar olan perakende sektörü, toplam GSMH'nın dörtte birini oluşturma özelliğiyle Türk ekonomisinde lokomotif konumunda. Bu denli ciddi ciroya sahip bir sektörde kredi kartı kullanım oranı sektör içinde farklılıklar göstermekle birlikte yüzde 70 civarında. Kredi kartları, özellikle de müşteriye taksit imkanı sağlayan sadakat programları, perakende sektörüne ciddi bir ivme kazandırıyor. Non-food'da (gıda dışı) tek ödeme işlemler öne çıkarken, hazır giyim ve beyaz eşyada taksitli satışların oranı ağır basıyor.

Kredi kartlarının satışlara olan etkisi nedir?

Mevcut durumda 179 adet alışveriş merkezi ve cadde mağ-



“Kredi kartları, yapılan işlemlerin kayıt altına alınmasını sağlayarak organize perakende sektörünü destekliyor”

devam etmesinin ekonomiye katkısı yüksek. Bu gibi dönemlerde elbette kredi kartı harcamaları da bir miktar düşüş gösteriyor. Ancak bu düşüş, kredi kartlarının bahsettiğimiz avantajları sayesinde minimum düzeylerde kalıyor.

Kredi kartlarının sahip olduğu özelliklerle (taksit, puan, kampanya gibi) tüketici davranışlarına etkisi bulunuyor mu?

Tüketiciler kazandıkları parayı bir kere de harcamayıp alışverişlerini taksitlendirebildikleri için, bütçelerini dengelerken alışverişlerini de ertelemiyor. Bu anlamda taksit özelliği çok büyük bir avantaj. Beyaz eşya, mobilya gibi sektörlerde yüksek taksit adedi öne çıkarken, non-food harici perakende sektörü 10 taksit ve altında satış yapıyor. Kartlardaki puan özelliği alışverişi özellikle teşvik edici bir avantaj olmamakla birlikte tüketiciye ilave bir imkan sunarak fayda yaratıyor. Bankaların sektör genelinde ya da perakendeci özelinde yaptığı kampanyalar perakendecilerin cirolarının artmasına katkı sağlıyor. Ancak aynı dönemlerde benzer kampanyalar tüketicide mesaj yorgunluğuna neden olabiliyor. Kampanyalarda farklılaşılması perakendecilere, bankalara ve tüketicilere daha fazla fayda sağlayabilir.

Sektörünüz ile kartlı ödeme sektörü arasındaki bağlantıyı değerlendirir misiniz?

Türk perakende sektörünün yaklaşık yüzde 70'i geleneksel perakende ve dolayısıyla büyük oranda kayıt dışı. Kayıt dışı ekonomi, ülkenin gelirlerinin azalmasına yol açarken aynı zamanda da çalışan haklarını kötüye kullanılmasına ve tüketici haklarında sorunlar yaşanmasına yol açıyor. Bu anlamda kredi kartları, yapılan işlemlerin kayıt altına alınmasını sağlayarak organize perakende sektörünü destekliyor. Organize perakende yabancı oyuncuların Türk pazarına girmesini teşvik ederek, ekonomiye dinamizm getiriyor. Özetle, perakende sektörü kredi kartı kullanımlarından olumlu yönde yararlanıyor.

zalarla birlikte 190 bin civarında satış noktası bulunuyor. 32 milyon civarında kredi kartı ile Avrupa'da adet bazında 3'üncü, ciro olarak da 4'üncü ülke olan Türkiye'de kişi başına düşen ortalama kart adeti 2.5 civarında. Bu rakamlardan da görüleceği gibi yoğun bir kart kullanımı mevcut. Bu kullanım perakende sektörünün satışlarını olumlu olarak etkiliyor.

Bir iç talep daralmasından söz edildiği bugünlerde kredi kartlarının ekonomiye katkısı var mı?

Özellikle iç talepte 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

Kredi kartında en beğenilen özellik

TAKSİT

Geçmişten bu yana taksitli alışveriş alışkanlığına sahip olan Türk toplumu, kullandığı kredi kartının da bu özelliği taşımasından dolayı çok memnun görülüyor. Bugün, kredi kartlarının en beğenilen özelliği denilince akla ilk gelen taksit oluyor.

Kredi kartları pek çok nedenden dolayı, zaman içinde daha çok sayıda kullanıcının tercih ettiği ödeme aracı olurken, harcamaları taksitlendirme imkanı en beğenilen özellik olarak öne çıkıyor. Yüksek enflasyonun doğal bir sonucu olarak geçmişten bu yana veresiye ve taksitli alışveriş alışkanlığına sahip olan Türk toplumu, düşük enflasyon ortamında da ihtiyaçlarının ertelenmeden karşılamasını sağlayan bu uygulamaya ilgi gösteriyor. Ödeme sistemleri konusunda Türk bankalarının uluslararası alanda dikkatleri çekmesini sağlayan kredi kartına taksit uygulaması, bugün tüketicinin de en çok beğendiği özelliklerin başında geliyor. Kredi kartlarında 2000'lerin başından itibaren yaygın olarak kullanılmaya başlayan bu özellik, bugün neredeyse kartlı ödeme sisteminin olmazsa olmazlarından biri olarak görülüyor. Taksit fırsatı, alışverişlerde kredi kartının tercih edilmesinde etkili oluyor.





**“Kredi kartlarında
2000'lerin başından
itibaren yaygın olarak
kullanılmaya başlayan
taksit özelliği, bugün
neredeyse kartlı
ödeme sisteminin
olmazsa olmazlarından
biri olarak görülüyor”**

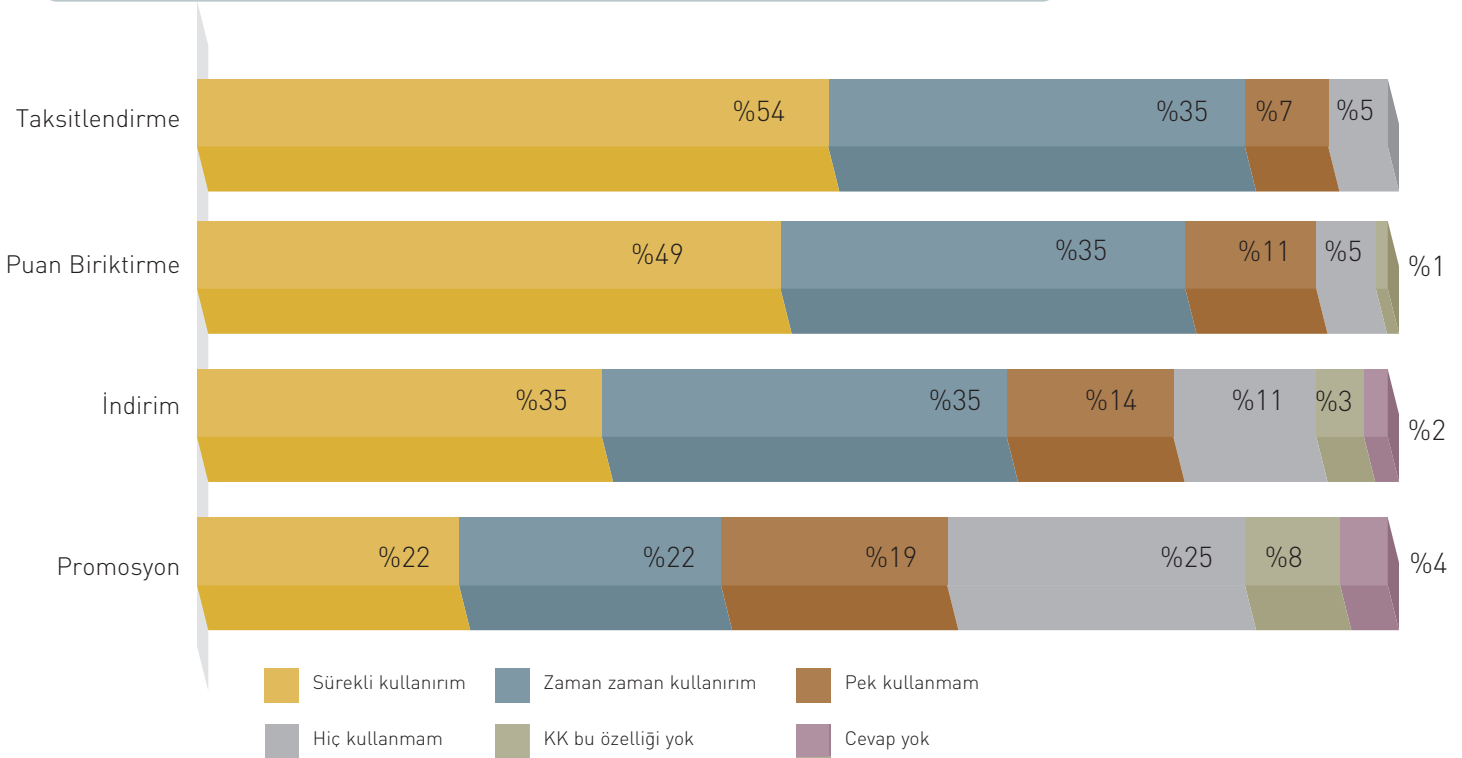
EN SIK KULLANILAN KREDİ KARTININ BEĞENİLEN ÖZELLİKLERİ

KREDİ KARTININ EN BEĞENİLEN VE EN ÇOK KULLANILAN ÖZELLİĞİ: TAKSİT

Nakit para taşıma gereksinimini ortadan kaldırması, belirli bir dönem faizsiz kredi kullanma olanağı sağlaması, küsuratlarla uğraşma derdi olmaması gibi pek çok nedenden dolayı kredi kartını tercih eden tüketici, taksit fırsatını da değerlendiriyor. Kredi kartlarının en çok kullanılan özelliklerinin başında yüzde 54 ile taksitlendirme geliyor. Taksit imkanı tüketici açısından, cüzdanındaki hangi kartı kullanacağı konusunda da belirleyici olabiliyor. “En sık kullandığınız kredi kartınızın en çok hangi özelliğini beğeniyorsunuz” sorusuna kullanıcıların yüzde 61’i “daha çok yerde taksit olanağı sağlıyor” yanıtını veriyor. Bu oranın geçen yıl yüzde 49 olduğu dikkate alınırsa, taksitli alışverişin kullanıcı açısından giderek önem kazandığı ortaya çıkıyor.



KREDİ KARTININ SUNDUĞU ÖZELLİKLERİ KULLANMA SIKLIĞI



Teknosa Genel Müdürü Mehmet Nane

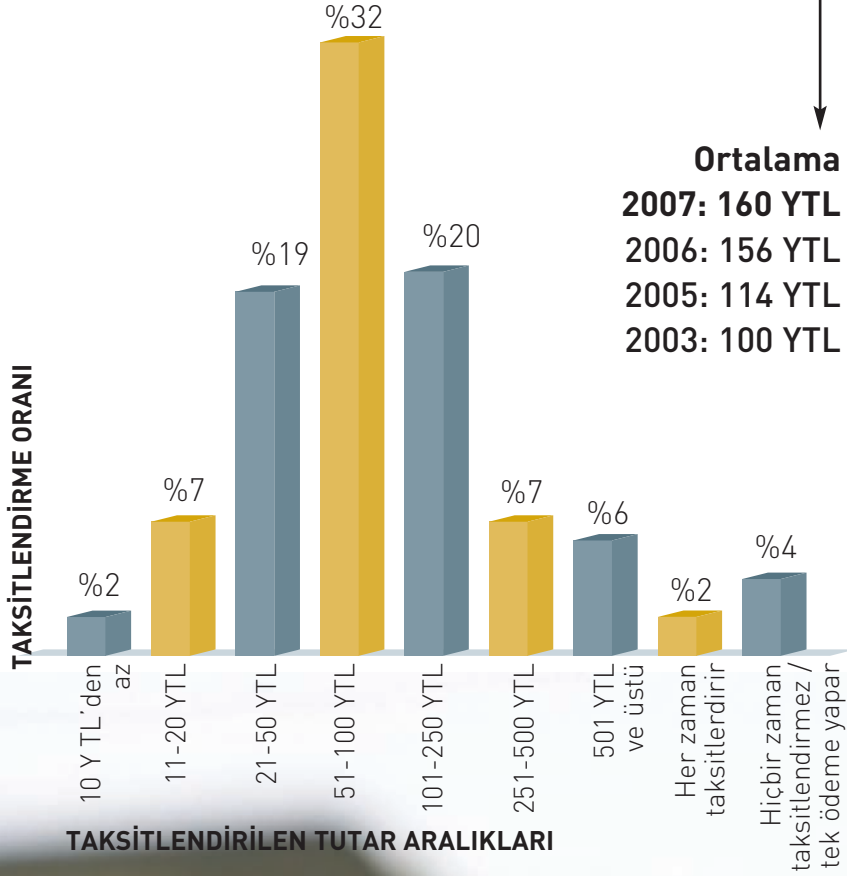
Kredi kartıyla alışverişler ertelenmiyor

Perakende sektöründe ödeme tipi tercihlerinde yüzde 90'a varan oranlarda kredi kartının kullanıldığını dile getiren Teknosa Genel Müdürü Mehmet Nane, perakendeciler açısından kredi kartlarının özel programlarıyla rekabette farklılaşma alanlarından biri olduğunu söyledi. Nane'nin bu konudaki değerlendirmesi şöyle: "Kredi kartlarının pazar paylarına paralel olarak satışlara etki ettiğini görüyoruz. Kredi kartları ile yapılan farklı indirim kampanyaları da satışı artırıcı yönde etki yaratıyor. Tüketicilerin cebinde ortalama 1-2 farklı kredi kartı olduğunu biliyoruz. Dolayısıyla satınalma kararını veren tüketici için ödeme aşamasına geldiğinde, cebindeki kartlardan birine ait cazip bir taksit sayısı, öteleme veya kartıyla ilişkili bir promosyonun olması bu alışverişinde ilgili kartını kullanmasını ve satışın gerçekleşmesini güçlendiriyor. Kredi kartları özellikle destekledikleri farklı kampanyalar ile tüketicilere ödemede kolaylıklar sağlayarak tüketicilerin alışveriş kararlarının ertelenmemesine katkıda bulunabiliyor. Tüketicilerin farklı alışverişler ile biriktirdikleri puanları kullanabilmeleri gibi çok sayıda tüketici dostu uygulama söz konusu. Bu uygulamalar daralan iç talebe rağmen alışveriş kararlarının alınmaya devam etmesine yardımcı oluyor. Elektronik perakende sektöründe kredi kartları ile yakın ve sinerjik birliktelikler söz konusu. Teknosa olarak satışa olumlu katkısı olabilecek ana kartlar ile sene boyu sinerjik birliktelikler, kampanyalar düzenliyoruz. Bu birlikteliklerimizde önemli olan süreklilik. Kredi kartları ile düzenli kampanyaların yanı sıra kısa süreli çarpıcı kampanyalar da yaparak sektörümüzde hep müşterimizin lehine ancak sürekliliği olabilecek işbirliklerinin peşindeyiz."



MİNİMUM TAKSİTLENDİRME VE TEK ÖDEME MİKTARI

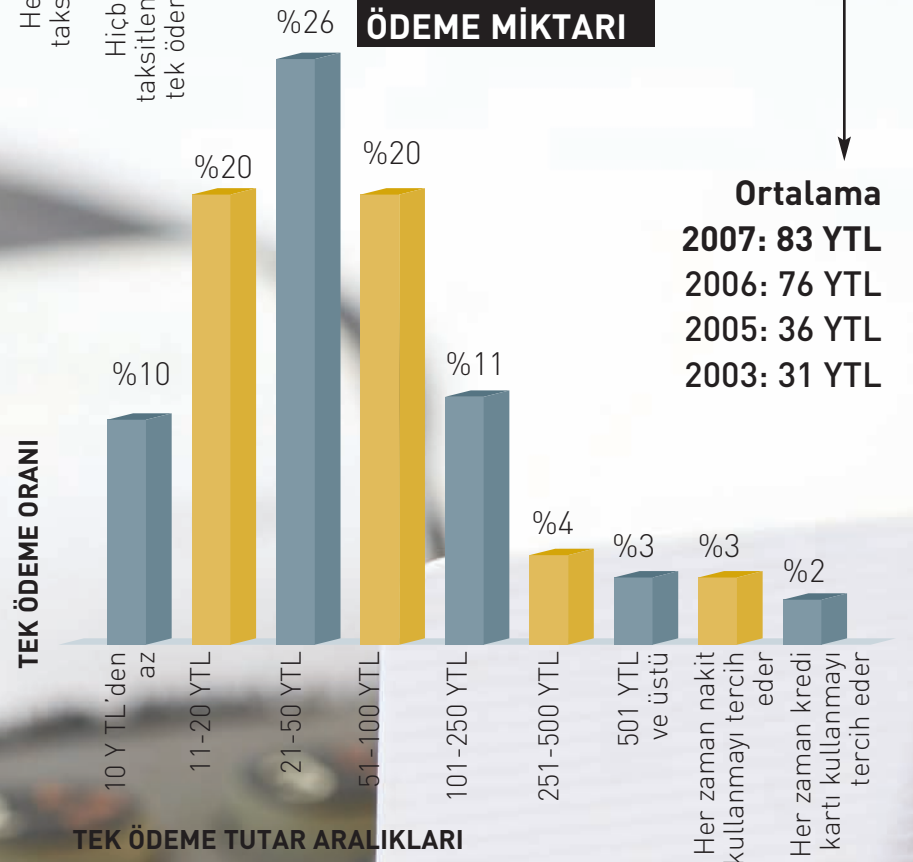
MİNİMUM TAKSİTLENDİRME MİKTARI



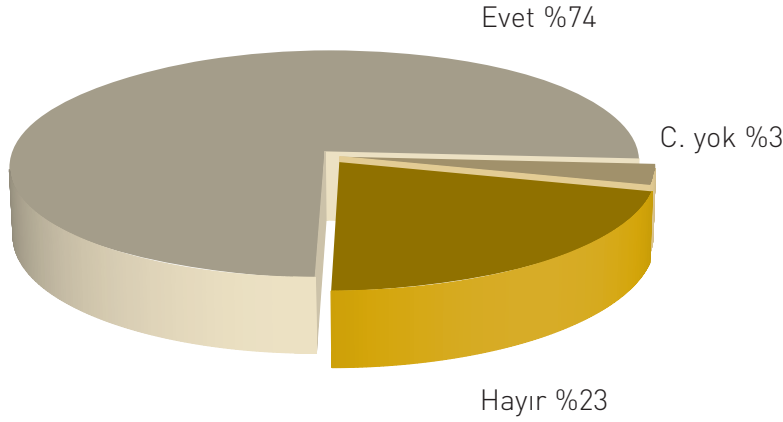
EN YAYGIN TAKSİT 51-100 YTL ARASI

Kullanıcılar daha çok 51 YTL ile 100 YTL arasındaki harcamalarını taksitlendirme imkanından yararlanıyor. Yüzde 32'lik bir kesim kredi kartını, bu tutarlardaki alışverişlerde taksitlendirme yapmak için kullanıyor. 101 YTL'den 250 YTL'ye kadar olan alışverişlerde taksitlendirmeyi seçen tüketicilerin oranı yüzde 20 olurken, yüzde 2'lik bir kesim de her zaman taksit yaptırıyor. Ancak yüzde 4'lük bir kesim de hiçbir zaman taksitlendirmeden, tek ödeme yapmayı tercih ediyor. Taksit ortalamalarına bakılınca yıllar itibarıyla bir artış söz konusu. 2003 yılında 100 YTL olan taksitlendirilen ortalama tutar, 2007 yılında 160 YTL'ye çıkmış durumda.

MİNİMUM TEK ÖDEME MİKTARI



Kredi kartı ile yaptığınız alışverişlerde nakit puan toplamaya çalışıyor musunuz?

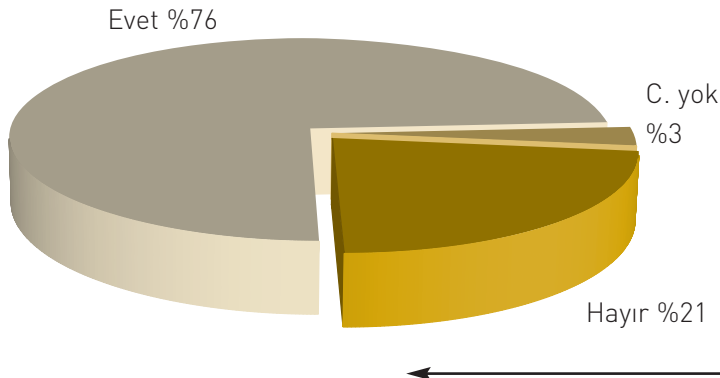


Her 4 kredi kartı kullanıcısından 3'ü alışverişlerinde nakit puan toplamaya çalışmaktadır.

4 kullanıcından 3'ü nakit puan topluyor

Kredi kartlarının en çok kullanılan özelliklerinden biri de harcama yaptıkça bir yandan da nakit puan kazandırması. Eskiden sadece kataloglardan belli ürünleri seçip almaya yarayan puanların, zaman içinde tüm alışverişlerde geçerli puanlara dönüşmesi, bu özelliğin tüketici nezdindeki önemini artırdı. Öyle ki bazı kart kullanıcıları yaptıkları her alışverişte ne kadar puan kazanacağını hesap eder hale geldi. Araştırma da gösteriyor ki, kullanıcıların yüzde 74'ü alışverişlerinde nakit puan toplamaya çalışıyor. Bu da 4 kredi kartı kullanıcısından 3'ünün harcama yaparken nakit puan topladığı anlamına geliyor. Kullanıcıların yüzde 76'sı nakit puanlarını başka bir alışverişte kullanmayı da ihmal etmiyor. Puan avantajı kredi kartı tercihlerinde de etkili oluyor. Bir kredi kartının diğerlerinden daha sık kullanılmasında puan toplama, taksitten sonraki en beğenilen özellik olarak öne çıkıyor.

Nakit puanlarınızı hiç kullandınız mı?



C&A Türkiye CFO'su Berna Kural Okandan

“Taksit, Türkiye pazarının gerçeği”

Kredi kartı kullanımı bulunduğumuz sektörde müşterilerimiz tarafından yoğun şekilde tercih ediliyor. Bankaların bu alanda verdiği önem sayesinde de teknik açıdan ileri noktalara gelindi. Kullanımdaki pratiklik, taksit seçenekleri kullanıcılara esneklik sağlıyor.

Taksitli ödemeler sektörde bir standart haline gelmiştir. Müşterilerimiz fiyat ile birlikte taksit seçeneklerini de alışveriş anında değerlendiriyor.

Biz C&A olarak giyim ve aksesuar alanında geniş bir seçenek sunuyoruz. Bu alanda taksit sayısından çok ürün kalite ve fiyatı öncelik kazanıyor.

Biz özellikle moda ve kaliteli ürünü uygun fiyat ile satmayı ön planda tutmaya hedefliyoruz. Amacımız her zaman ulaşılabilen fiyat ile müşterimize destek verebilmek. Dolayısıyla çok fazla taksit seçenekleri ile değişiklik yapmak yerine, uygun fiyat ile kaliteli, moda ürünü müşterimize ulaştırıyoruz. Ancak Türkiye pazarının gerçeklerini de göz önünde bulundurarak taksit seçeneğimizi de mevcut tutuyoruz. Bir yıllık tecrübemizde kredi kartı ile satışların Avrupa'daki diğer şubelerimizden -ki burada 1220 mağazadan bahsediyorum- çok daha fazla olduğunu gördük. Dolayısıyla, Türkiye pazarındaki uygulamalarımızda kredi kartının yoğun kullanımını dikkate alıyoruz.

“Nakit kullanımının giderek azalması semt pazarlarının da çağın gereklerine ayak uydurması gerektiğini gösteriyor”





Kullanıcı pazar pazarcı taksit istiyor

Yaygınlığı yıllar itibariyle artsa da kullanıcı çok daha farklı alanlarda kredi kartı ile ödeme yapmak istiyor. Bu sektörlerden biri de pazarlar. Günümüzde bazı pazarlarda kredi kartı ile ödeme yapma olanağı bulunurken, kullanıcılar bunun yaygınlaşmasını, İstanbul Umum Pazarcılar Odası Başkanı Mesut Şengün de pazarlarda taksit uygulamasına geçilmesini talep ediyor.

Kredi kartı bugün hemen her yerde bir ödeme aracı olarak kullanılıyor gibi kabul edilse de kullanıcılara "kartınız ile nerelerde ödeme yapmak istersiniz" sorusuna verilen yanıtlar, önümüzdeki dönemde farklı alanların da gündeme geleceğini gösteriyor. Araştırma gösteriyor ki, kredi kartı kullanıcıların çoğu kartının istediği yerlerde geçerli olmasından oldukça memnun. Kullanıcıların yüzde 18'i "Kredi kartım her yerde geçiyor zaten" diyerek, farklı bir sektör adı vermeye gerek görmüyor. Verilecek bir otomatik ödeme talimatıyla yapmak mümkün olsa da, yüzde 9'luk bir kesim ise elektrik/telefon ve su faturalarını da kredi kartıyla ödemek istiyor. Yüzde 9'luk bir başka kesim ise pazarlarda kredi kartını kullanmak istiyor.

ÇAĞA AYAK UYDURACAĞIZ

Kullanıcıların kredi kartı ile pazarlarda alışveriş yapma isteği karşılıksız kalmıyor. Kredi kartı kullanıcılarının bu talebini ilettiğimiz İstanbul Umum Pazarcılar Odası Başkanı Mesut Şengün, bu konuda zaten bir hazırlıkları olduğunu açıkladı. Kredi kartı kullanımının alışverişlerde en önemli ödeme biçimi haline geldiğini vurgulayan Şengün, bu konuda şu değerlendirmeyi yaptı:

"Tüketiciler artık pek çok nedenle nakit para taşımak istemiyor. Onun yerine alışverişlerini kredi kartı ile yapmayı tercih ediyor. Günümüzde artık kredi kartı kullanımı çok yaygın, tüketicide böyle bir alışkanlık yerleşti. Nakit para kullanımının giderek azalması ise semt pazarlarının da çağın gereklerine ayak uydurması gerektiğini gösteriyor. Zaten bugün semt pazarları da

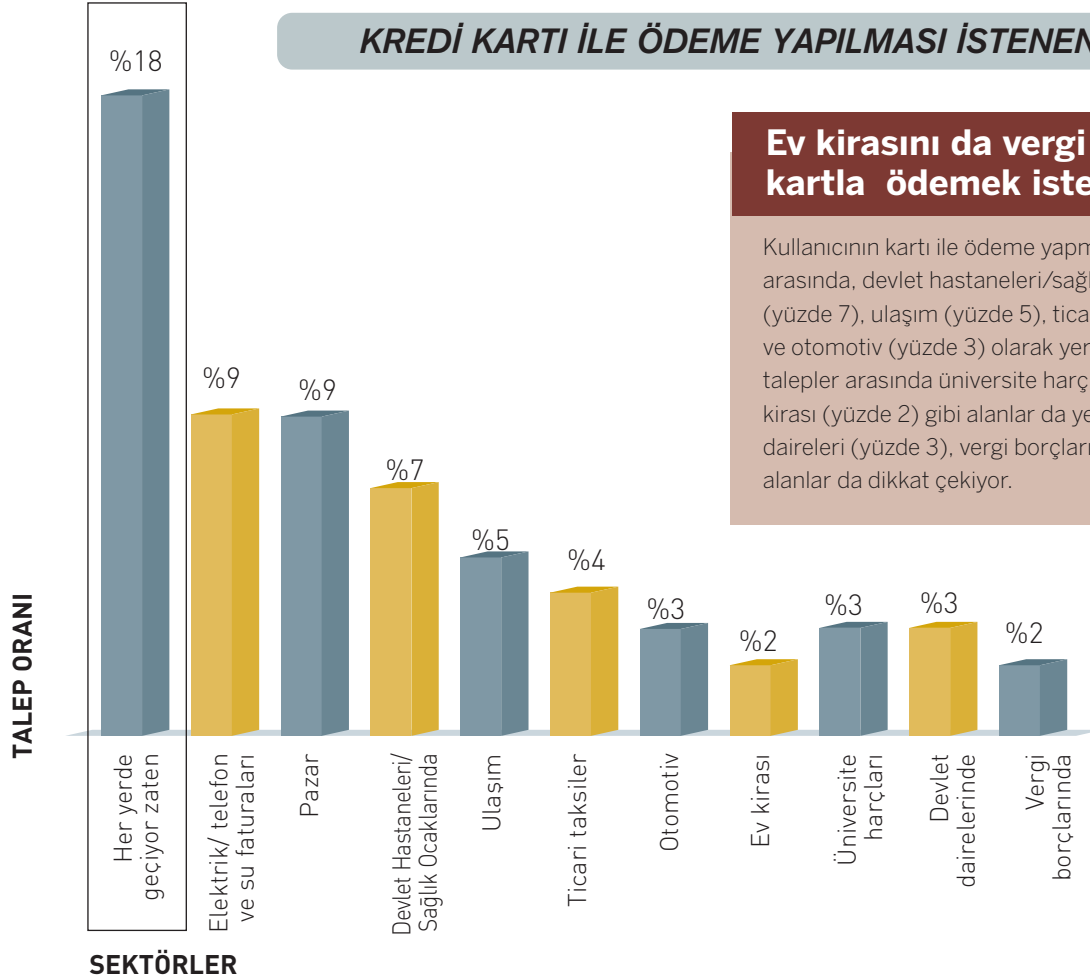


bu anlamda bir değişim ve dönüşüm içerisinde. Pazarlarda kredi kartı kullanımı başladı. Bankalar da pazar esnafına POS cihazı vermek için anlaşmalar yapıyor. Önümüzdeki dönemde pazar yerlerinde kredi kartı kullanımı yaygınlaşacak."

Ancak Şengün'ün bu konuda dikkat çektiği konulardan biri ise taksit uygulamaları. Şu anda gıda dışı ürünlerde pek çok üye işyerinin, kredi kartı kullanıcılarına taksit imkanı vermesi, pazar-

cılar için rekabet açısından bir dezavantaj olarak görülüyor. "Kredi kartı kullanımına hızlı bir geçiş yapamadığımız için pazar yerlerindeki işlerde bir miktar olumsuz etkilenme söz konusu. Çünkü tüketiciler kredi kartının kullanıldığı yerleri tercih ediyor" diyen Şengün, taksit konusunu gündeme aldıklarını belirterek, yaptıkları çalışmalar hakkında şu bilgileri verdi: "Bankalarla yapılacak anlaşmalarla bu geçişi hızlandıracağız. Hedefimiz semt pazarlarındaki kredi kartının yaygın bir şekilde kullanılabilir hale gelmesi. Hatta pazarlarda da taksitli alışverişlerin başlaması. İstanbul pazarlarına bu konuda bu hizmeti getirmeyi hedefliyoruz. Çünkü dar gelirli vatandaş kredi kartı ile ay sonunu getiriyor. Bilinçli kullanıldığı sürece kredi kartı çok önemli bir ödeme aracı. Biz de bu yöntemle, kullanıcıya daha ucuz ve taksitli alışveriş olanağı sağlamak istiyoruz."

KREDİ KARTI İLE ÖDEME YAPILMASI İSTENEN SEKTÖRLER



Ev kirasını da vergi borcunu da kartla ödemek isteyen var

Kullanıcının kartı ile ödeme yapmak istediği sektörler arasında, devlet hastaneleri/sağlık ocakları (yüzde 7), ulaşım (yüzde 5), ticari taksitler (yüzde 4) ve otomotiv (yüzde 3) olarak yer alıyor. Gelen talepler arasında üniversite harçları (yüzde 3) ve ev kirası (yüzde 2) gibi alanlar da yer alırken, devlet daireleri (yüzde 3), vergi borçları (yüzde 2) gibi farklı alanlar da dikkat çekiyor.

Boydak Holding Yönetim Kurulu Üyesi Bekir Boydak

“Taksit satışları artırırken ekonomi kayıt altına giriyor”



Geçmişte daha çok senetle alışverişin yapıldığı mobilya, beyaz eşya, elektronik cihaz gibi sektörlerde, artık yaygın olarak kredi kartı kullanılıyor. Kredi kartları sahip olduğu özelliklerle alıcıya olduğu kadar satıcıya da kolaylık sağlıyor. Bankalarla yaptıkları anlaşmalarla uyguladıkları kampanyalarla kredi kartının avantajlarını en iyi değerlendiren kuruluşlardan biri olan İstikbal Mobilya'nın bünyesinde yer aldığı Boydak Holding'in Yönetim Kurulu Üyesi Bekir Boydak, kredi kartı ile yapılan satışlar hakkında şunları söyledi:

"Kredi kartı ile ödeme şekli öncelikle hayatı kolaylaştırıyor. Bunun yanı sıra kayıt dışı ekonomiyi kayıt içine alıyor. İstikbal Mobilya olarak kredi kartı ile alışverişlerde pek çok kampanyanın içinde yer alan firmayız. Geçen yıl sonunda kredi kartı ile satışların payı toplam ciromuzun içinde yüzde 40 civarındaydı, bu oran yıllar itibariyle artış gösteriyor. Bugün İstikbal olarak neredeyse bütün bankalarla çalışır durumdayız. Mağazalarımızda 10 adet POS cihazı görmeniz

“Kredi kartı ile taksit imkanında vadenin uzun olması tüketiciye ödeme kolaylığı sağlıyor”

mümkün. Öte yandan bankalar ile çeşitli kampanyalar gerçekleştiriyoruz. Bankalar taksit sayısı ile biz de ödül ile bu kampanyaları çeşitlendiriyoruz.”

DAHA UZUN VADE GEREKLİ

Taksit uygulamalarından oldukça memnun olduklarını belirtmekle birlikte, bu konudaki bazı beklentilerini de dile getiren Bekir Boydak, sözlerine şöyle devam etti:

“İstikbal Mobilya olarak satışlarımız büyük montanlı. Bu nedenle kredi kartına taksit uygulamaları bizim için önemli. Taksit uygulamalarının yaygınlaşmaya başladığı 2001 yılından bu yana biz de kredi kartı kullanıcılarına bu hizmeti veriyoruz. Kredi kartı ile taksit imkanında vadenin uzun olması tüketiciye ödeme kolaylığı sağlarken, şirketin de satışlarını artıran en önemli unsur. Bizde ortalama kişi başı alışveriş tutarı 1.000 YTL civarında. Birkaç parça birden alındığında tutar yükseliyor. Biz de istiyoruz ki yapılan alışverişin tutarı arttıkça, kredi kartı müşterimize 12 aydan daha uzun vadelerde taksit imkanı sunabilelim.”





Herşey kayıt altında...



Aralarında Türkiye'nin de olduğu pek çok ülkenin bugün en büyük sorunlarından biri ekonomideki kayıtdışılık. Ülke maliyeleri kayıt içine alınamadığı için vergilendirilemeyen gelirlerin de bir şekilde sisteme girmesi isteniyor. Kredi kartları da, kayıtdışı ile mücadelede başvurulacak en etkili yöntemlerden biri olarak karşımıza çıkıyor.

Kayıt dışı ekonomi bugün gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülkenin başlıca sorunlarından biri olarak karşımıza çıkıyor. Kayıt dışı ekonomi devletten gizlenen, kayda geçirilemeyen ve bu nedenle denetlenemeyen faaliyetler diye nitelendiriliyor. Genel olarak kayıt dışı ekonominin, mal ve hizmet üretimine konu olmasına karşılık ekonominin geleneksel ölçüm yöntemleriyle bütünüyle tespit edilemeyen ve Gayri Safi Milli Hasıla (GSMH) hesaplamalarına yansımayan alanları kapsadığı kabul ediliyor. Gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülkenin mücadele ettiği kayıt dışı ekonomi ise Türkiye'de oldukça yüksek seviyede seyrediyor. Türkiye ekonomisinin yarısına yakınının kayıt dışı olduğu belirtilirken, bu konunun vergi toplanma-

sında sıkıntılara neden olduğu düşünüldüğünde, kayıt dışı ekonomi iktidardaki hükümetlerin en büyük problemleri arasında gösteriliyor. Özellikle kartlı harcamaların hayatın her alanına girmesinin kayıtdışılığın kayıt altına alınmasında önemli rolü olduğu belirtiliyor. Çünkü harcamaların kartlarla yapıldığı alışverişlerde satıcının fiş ya da fatura vermesi kaçınılmaz oluyor.

VERGİ GELİRİNİ ARTIRIYOR

Kartlar ile yapılan alışverişlerin ekonomiyi kayıt altına almasının yanı sıra vergi gelirlerini de artırıcı özelliği bulunuyor. Kart kullanımındaki artış, özellikle bazı ülkelerde kayıt dışı ekonominin önlenmesinde araç olarak kullanılıyor. Hatta geçmiş yıllarda kayıt dışı ekonomiyle mücadele etmek için Güney Kore'de kart kullanımına vergi indirimi getirilerek kayıt dışı ekonominin kayıt altına alma girişimleri gündeme geldi.

Gazi Üniversitesi İİBF; Maliye Bölüm Başkanı,
Prof. Dr. Şükrü Kızılot

Kredi kartı kullanımının kayıt dışı ekonomiye etkisi



Türkiye ekonomisinin en önemli sorunlarından biri de yüksek oranlı kayıtdışılıkla ilgilidir. Kayıtdışılık, yalnızca Türkiye'nin değil, gelişmiş ülkeler de dahil dünyadaki ülkelerin tamamına yakın kısmının sorunu. Ancak, oran yönüyle baktığımızda, Türkiye'deki kayıtdışılık oranının, gelişmiş ülkelere kıyasla, çok yüksek olduğu göze çarpmaktadır. Banka kartları ile ödemelerin yaygınlaşması durumunda, kayıtdışılıkta da ciddi bir gerileme kaçınılmaz gözükmemektedir. Özellikle vergi gelirleri yönünden "banka kartı ile ödeme" büyük önem taşımaktadır.

Mal ve hizmet alımları sırasında, banka kartı ile yapılan ödemelerin, vergi kaybını önleme boyutu, başta Katma Değer Vergisi olmak üzere; Gelir Vergisi, Kurumlar Vergisi ve Özel Tüketim Vergisi yönünden son derece önemlidir.

Günlük alışverişlerde, fiş ya da fatura alınması halinde, bunu düzenleyen firma da gelirlerini defterlerine kaydetmekte ve belgede yer alan KDV'sini ilgili vergi dairesine bildirip, ödemektedir.

Ödemelerin, banka kartı ile yapıldığı durumlarda, satıcının fiş ya da fatura vermesi kaçınılmaz olmaktadır. Nedenine gelince, mal satan ya da hizmeti ifa eden şirketin ya da şahsın, banka kartı ile satış yapıp belge düzenlemediği durumlarda, banka kayıtları üzerinde yapılacak inceleme ile fiil kolayca ortaya çıkartılabilmektedir.

Maliye'nin denetim elemanları, banka kayıtlarını incelediklerinde, banka hesaplarına giren para karşılığında; o tarihte belge düzenlenip düzenlenmediğini araştırmakta, belge düzenlenmeyen satışları tespit ederek, "matrah farkı" bulmaktadır.

Bulunan matrah farkı üzerinden tarh olunan KDV ile Gelir ya da Kurumlar Vergisinin yanı sıra, verginin bir katı kadar da "vergi ziyai cezası" istenilmektedir. Tarh olunan vergi,

tahsilat aşamasına geldiğinde de o verginin normal vadesinden, ödendiği tarihe kadar ayrıca "gecikme faizi" hesaplanmaktadır.

Satışlarını belgesiz yapanların, belgesiz gelirleri nedeniyle açıktan ödeme yapabilme olanakları doğmaktadır. Böyle olunca, bu kişiler, mal alışları ve yaptırdıkları hizmetler nedeniyle hiç değilse kısmen, fatura almayabilmektedir.

Satışlarda banka kartı ile yapılacak tahsilatlar, tüm satışların belgeli olması nedeniyle alışların da belgeli olmasını zorunlu kılacak ve bu alandaki vergi kaybını da önleyebilecektir.

Kayıtdışı işlemler, banka kartı ile yapılan ödemelerle önlenildiği ölçüde, daha fazla vergi toplanacak bu da borçlanmayı ve buna bağlı faiz giderlerini de azaltacaktır.

Yıllardır, Türkiye bütçesinin en önemli giderleri faiz ödemelerinden oluşmaktadır. Kayıtdışılığın önlenildiği ve banka kartı kullanmanın da etkisiyle, vergi gelirlerinin arttığı ölçüde, Türkiye daha az borçlanacak, buna bağlı olarak da faiz ödemeleri düşecektir.

Banka kartları ile yapılan ödemelerin bir başka avantajı da naylon fatura suçlamalarından kurtulmaya ve KDV indiriminin kabulüne yöneliktir.

Maliye Bakanlığı'nın 84 No.lu KDV Genel Tebliği ile yaptığı açıklamaya göre, ödemenin, banka veya özel finans kurumları aracılığıyla yapılması halinde, faturayı alan şahıs ya da kurum adına, müteselsilen sorumluluk hükümlerine göre, "üç kat para cezası" ve naylon fatura iddiasıyla "hapis cezası" uygulanamıyor.

Önce emeklilere, ardından da ücretlilere vergi iadesinin kaldırılması, belge alış verişini olumsuz yönde etkilemiş, başta KDV olmak üzere, gelir ve kurumlar vergisi gelirlerinde, ciddi gerilemeler olmuştur. Banka kartı ile yapılacak ödemelerin teşviki ve hediye, puan vs. ile desteklenmesi,

vergi iadesinin kaldırılmasından kaynaklanan sorunlara önemli ölçüde çözüm getirebilir.

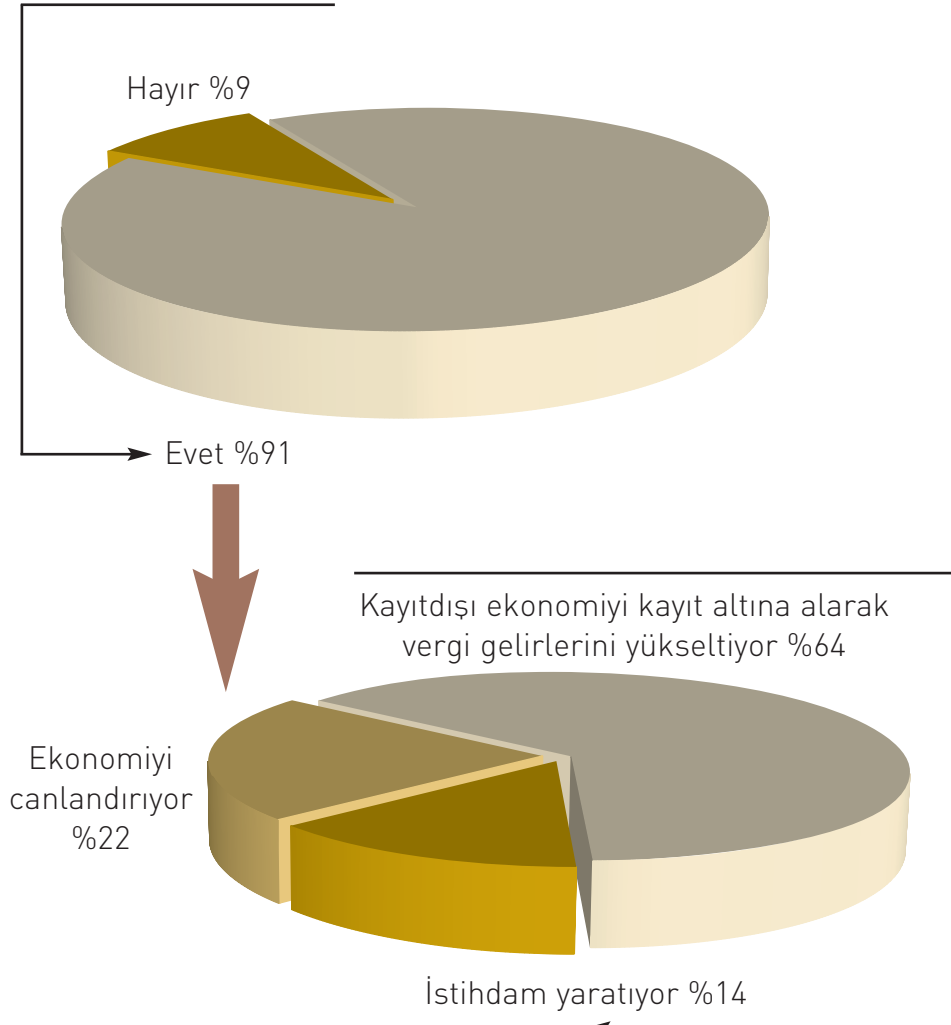
Kayıtdışı istihdamın özellikle 2004 sonrası dönemde kredi kartı işlem hacminde yakalanan yüksek artışa karşılık azalma eğilimi içerisinde olduğu söylenebilir. Bu ters yönlü ilişki çerçevesinde ödemelerin kredi kartları ile yapılması ve firmaların kayıtlılık seviyelerini arttırarak uyarılmış yatırım etkisinin bu yönüyle ortaya çıktığı belirtilebilir.

Kayıtdışı istihdam kadar önemli olan, ancak bir anlamda doğrudan görülemeyen "kayıt içinde kayıtdışılık" konusudur. Kayıtlı istihdam içerisinde olup, ancak ücret geliri olduğundan daha düşük gösterilenlerin içinde bulunduğu durum kayıt içinde kayıtdışılık olarak ifade edilmektedir. Kayıt içinde kayıtdışılık olgusu en az görülebilir kayıtdışılık kadar olumsuz sonuçları olan bir gerçektir. Bu şekilde ortaya çıkan kayıtdışılık hem vergi gelirlerinde bir kayıp yaşanmasına neden olmakta hem de aktüeryal denge arayışı içinde olan Sosyal Güvenlik Kurumu'nun gelir kaybına neden ol-

maktadır. Sosyal Güvenlik Reformu bağlamında yeni Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanununda bu konuya çözüm getirme amaçlı bir düzenleme bulunmaktadır. Bu düzenlemeye göre, ücret ödemelerinin bankalar aracılığıyla ve kartlı sistemler kullanılarak yapılması ve bu konuda düzenleme yapma yetkisinin ilgili bakanlıklara verilmesi son derece önemlidir. Bu şekilde, yani banka kartlarının kullanılması ve kayıtların sistematik şekilde şeffaflaşması kayıt içinde kayıtdışılığı ortadan kaldıracak bir hamle olacaktır.

Banka kartları yoluyla yapılacak ödemelerin sosyal güvenlik sisteminin gelir gider dengesine yansıyacak olumlu katkısının dışında genel bütçeye vergi gelirleri yoluyla faydası da olacaktır. Diğer yandan bugüne kadar kayıt içinde kayıtdışılık yoluyla haksız gelir elde edenlerin ilgili mevzuatlar uyarınca para cezaları ve devamında hapis cezalarından korunması da bu şekilde banka kartlarının kullanımı yoluyla mümkün olacaktır.

KREDİ KARTLARI TÜRKİYE EKONOMİSİ İÇİN ÖNEMLİ Mİ?



KREDİ KARTI VERGİ GELİRLERİNİ ARTIRIR

Kredi kartlarının kullanımına yönelik yapılan araştırma da, tüketici algılarından yola çıkarak kayıtdışılık konusunda kartların ne kadar önemli bir rolü olduğunu gösteriyor. Elde edilen sonuçlara göre, yüzde 91 oranında yüksek çoğunluk kredi kartlarının Türkiye ekonomisi için önemli olduğunu düşünüyor. Kredi kartlarının Türkiye ekonomisi için neden önemli olduğu konusunda ise kayıtdışı ile mücadele ön plana çıkıyor. Kullanıcıların yüzde 64'ü, kredi kartlarının kayıtdışı ekonomiyi kayıt altına alarak vergi gelirlerini yükselttiği görüşünde. Yüzde 22'sine göre de kredi kartları ekonomiyi canlandırırken, yüzde 14'ü ise istihdam yarattığı görüşünü dile getirdi.



Birleşmiş Markalar Derneği
(BMD) Başkanı ve Collezione'nun
CEO'su Ekrem Akyiğit:

Kredi kartları kayıt dışıyla mücadelede en önemli silahımız

Türkiye'nin en tanınmış, marka değeri en yüksek kurumlarını bünyesinde barındıran Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Ekrem Akyiğit, kartlı ödeme sistemlerini yakından tanıyan isimlerden biri. Başta hazır giyim olmak üzere mobilyadan ayakkabıya, kozmetikten çok katlı mağazacılığa kadar pek çok sektördeki 125 markayı başkan olarak temsil eden Akyiğit, aynı zamanda Collezione'nun sahibi ve CEO'su. Perakende sektörü ile kredi kartları arasındaki ilişkiyi değerlendiren Ekrem Akyiğit, sektörün büyümesi açısından elde edilen kazanımların üzerinde durdu. Ancak Akyiğit'in dikkat çektiği bir önemli nokta da kayıt dışı ile olan mücadele oldu. Türkiye'de ekonominin neredeyse yarısının kayıt dışı olduğuna dikkat çeken Akyiğit, buna karşı verilen mücadelede kredi kartlarının önemli bir faktör olduğunu vurguladı. Akyiğit, sorularımızı şöyle yanıtladı:

Perakende sektöründe kredi kartlarının nasıl bir rolü var?

Perakende sektörü hızlı gelişen ve değişen, müşteri ile doğrudan etkileşimde bulunan, rekabetin çok yoğun yaşandığı, müşteri satın alma davranışlarının hızlı değişkenlik gösterdiği kritik bir sektör. Perakende sektöründe, hedef kitlesi 18 yaş ve üzerinde olan marka-

larda satışın yüzde 70 ve üzeri kredi kartlarıyla gerçekleşiyor. Bu da sektörün büyümesine direkt olarak etki yapıyor. Son yıllarda alışverişlerde nakit harcamadan çok kredi kartları kullanılması perakende sektörünü hareketlendirdi. Bu sayede insanlar artık daha fazla tüketme ve gelecekteki satın alma gücünü bu günden kullanma imkânı buldular. Kredi kartları tarafından yapılan puan, taksit ve kampanya uygulamaları hem kredi kartlarının cirosuna hem de kampanyaya katılan firmalara artı ciro ve büyüme imkânı sağlıyor. Ayrıca e-ticarette 2007 rakamlarına bakıldığında 5.5 milyar YTL sanal POS işlemleriyle yapılmıştır. Yine sektörün kayıt dışıyla mücadelede en önemli silahı kredi kartları olmaya devam ediyor. Türkiye ekonomisinin neredeyse yüzde 50'si kayıt dışı. Uygulanan şifre kullanımıyla, giderek artan kredi kartı kullanımının daha da yaygınlaştırılması önem kazanıyor.

“PERAKENDENİN MARKALAŞMA SÜRECİNE KATKI SAĞLIYOR”

Kredi kartları sektörü hareketlendirdi diyorsunuz. Bu satışlara nasıl yansıyor?

Kredi kartı ile alışverişlerde ortalama sepet büyüklüğü nakit satışlara göre daha da artıyor. Tüketicinin fiyata karşı direnmesi anında ödeme yapmadığı için azalıyor. Kaliteli mallar daha kolay satılıyor. Müşteri sadakati sağlanıyor. Kredi kartı kullanımı yoluyla yapılan alışverişlerde daha fazla satın alma eğilimi oluşuyor. Aylık satışların dağılımı daha dengeli oluyor. Özel günlerde ve hediye alımlarında kredi kartları öne çıkıyor. Bankalar kredi kartlarıyla ilgili

“

Kredi kartları tarafından yapılan puan, taksit ve kampanya uygulamaları hem kredi kartlarının cirosuna hem de kampanyaya katılan firmalara artı ciro ve büyüme imkânı sağlıyor

”

detaylı alışveriş verileri ve müşteri demografik bilgilerini firmalarla paylaşarak, firmaların kendi müşterilerini tanımasını ve onlara özel kampanyalar uygulayarak satışlara pozitif etki yapmasını sağlıyor. Ayrıca firmaların, güncel bir veri tabanı elde etmesini 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.

Kredi kartlarının ekonomiye sizce nasıl bir katkısı oluyor?

Kredi kartlarının, satışa olan katkılarına ilave olarak, bu gibi daralmalarda toplam perakende cirolarında yaşanan düşüşleri giderek artan payı ile yavaşlatarak, tüketicinin alışveriş oranının artmasını sağlayarak ekonomideki yaşanacak daha büyük sıkıntıların önüne geçiyor. Satışların sadece nakit olarak yapılabilirdiği bir zaman ve ortamda olsaydık aynı daralmalar ekonomiye çok daha negatif yönde etki edebilirdi. Bu geçişlerin daha yumuşak olmasında en önemli etken olarak kredi kartları ortaya çıkıyor. Ayrıca BDDK (Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu) verilerine göre geriye dönmeyen kredi kartı oranının yüzde 6 olduğu düşünüldüğünde, sistemde bir tıkanma olmadığı teyit edilmektedir

“KAMPANYALAR KARARSIZLARIN İŞİNİ KOLAYLAŞTIRIYOR”

Taksit, puan, kampanya gibi özellikler tüketici davranışlarında nasıl bir etki yaratıyor?

Kredi kartlarının taksit özelliği, tüketicilerin miktarı yüksek alışverişlerde kullandığı bir enstrüman haline geldi. Özellikle hazır giyimde 6 taksite kadar bir yoğunlaşma var. Daha yüksek taksitler tüketici tarafından tercih edilmemeye başlandı. Puan uygulamaları, eğer kazanıldığı sektörde kullanılır ve bankalar belirli sektörlerle (tatil ve seyahat gibi) yönlendirme yerine kazanıldığı sektörlerle yönlendirme yaparlarsa ise mevcut faydanın katlanarak büyümesi söz konusu olacaktır. Yapılan kampanyalar kararsız müşterilerin alışveriş kararını kolaylaştırarak artı değerler yaratmaya devam ediyor.

Önümüzdeki dönemde sektörünüzün, kartlı ödeme sektörüne yönelik bir beklentisi var mı?

Kredi kartlarının kayıt dışını engellemeye yaptığı katkılarının yanı sıra yapılan kampanyalarla hem satışların artmasına yaptığı artılar, hem sektörümüzdeki firmaların markalaşma süreçlerine sağladıkları katkılarının daha sıkı bir şekilde devam etmesi ve sektörümüzle kartlar arasında ortak çalışmalar yapılmasının sektör gelişimimize de önemli bir ivme kazandıracağını düşünüyoruz.



Türk halkı borcunun tamamını ödemekten yana

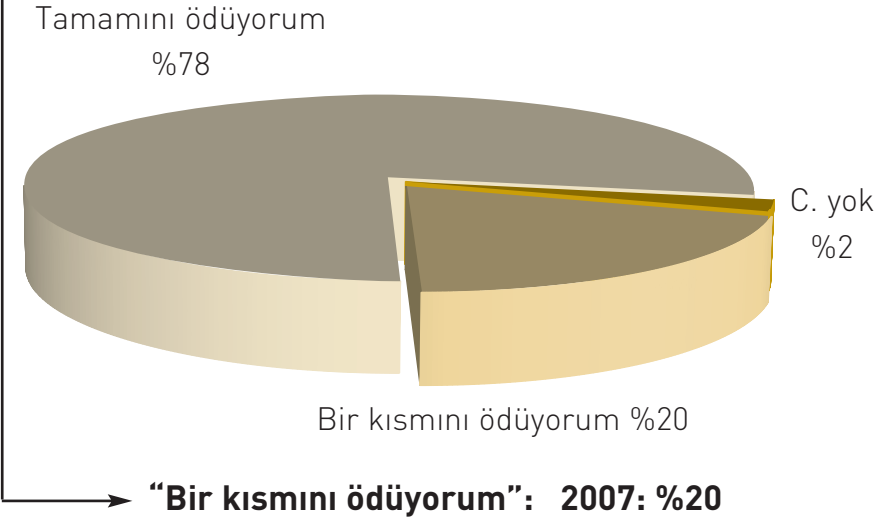


Kredi kartı bir ödeme sistemi olarak nakdin yerini alırken, zaman zaman biriken borçlar da gündeme geliyor. Ancak Türk halkı, kredilendirdiği harcamaların “ödünç para” olduğunun, bunun da bir maliyeti olduğunun son derece bilincinde. Kredi kartı kullanıcılarının çoğunluğu hesap kesim tarihi geldiğinde borcunu ödemeyi tercih ediyor.

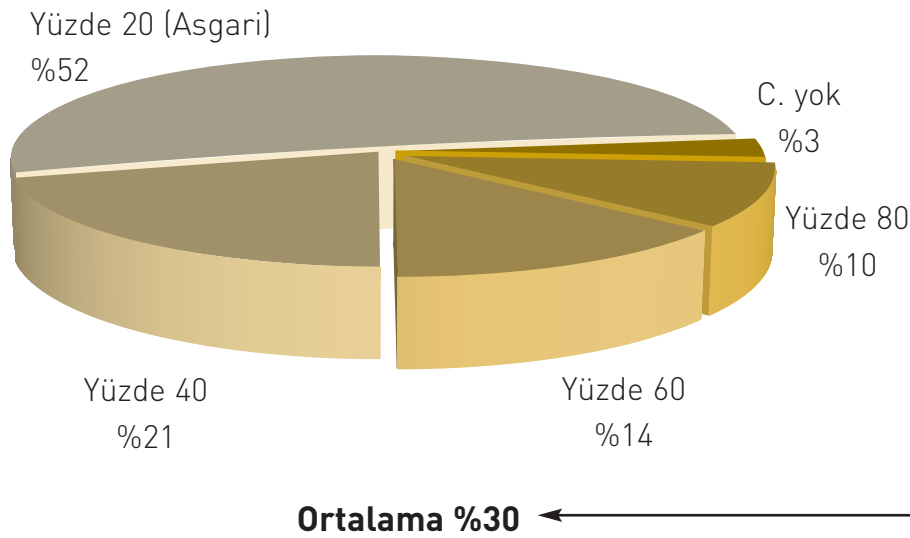
Bu yılın ilk 3 ayında kredi kartı kullanımında yüzde 36.3'lük artış yaşanması kredi kartlarının alternatif bir ödeme aracı olarak yaygınlaşmaya devam ettiğini gösterirken, eldeki veriler kullanıcıların bu konuda oldukça bilinçli olduğunu gösteriyor. Dönmeyen krediler oranının yüzde 6 ile dünya ortalamasının oldukça altında kalması Türk halkının borcuna sadık olduğunun da bir göstergesi. Zaman zaman ödenmeyen ya da ödenemeyen borçlardan dolayı yaşanan sıkıntılar gündeme gelse de, Türkiye'de kredi kartı kullanıcıları borcunun tamamını ödemeyi tercih ediyor.

BORCUN NE KADARI ÖDENİYOR?

KREDİ KARTI BORCUNU ÖDEME MİKTARI



KREDİLENDİRİLEN BORCUN ÖDENEN YÜZDESİ



YÜZDE 78'İ TAMAMINI ÖDÜYOR

Kullanıcıların kredi kartı borçlarını ödeme konusundaki tutumlarına bakıldığında, yüzde 78'le büyük çoğunluk, hesap kesim tarihinde borcunu ödüyor. Bu oran kredi kartı kullanıcılarının çoğunun, kredilendirdiği harcamaların bankadaki hesabından ödünç para kullandığının ve bunun da bir maliyetinin olduğunu bilinciyle hareket ettiğini ortaya koyuyor.

“Kullanılan kredi kartı sayısı arttıkça borcunun tamamını ödeyenlerin oranı azalıyor”

YÜZDE 20'Sİ KREDİLENDİRİYOR

Kullanıcıların yüzde 20'si bir kısmını ödeyerek, borcunu kredilendiriyor. Bu kesimin yüzde 52'si asgari ödeme miktarı olan yüzde 20'sini ödeyebiliyor. Yüzde 21'lik bir kesim borcunun yüzde 40'ını öderken, kullanıcıların yüzde 14'ü borcunun yüzde 60'ını ödeyerek kalanını kredilendiriyor. Yüzde 10'luk bir kesim de borcunun yüzde 80'ini ödüyor. Borcunu kredilendirenlerin yaptığı ödemelerin ortalaması ise yüzde 30'a geliyor. Araştırmadan ortaya çıkan bir tespit de; kullanılan kredi kartı sayısı arttıkça borcunun tamamını ödeyenlerin oranının azaldığı.

Tescilli Markalar Derneği Başkanı
Selçuk Güzenge

“Kredi kartları sektörümüze ivme kazandırdı”

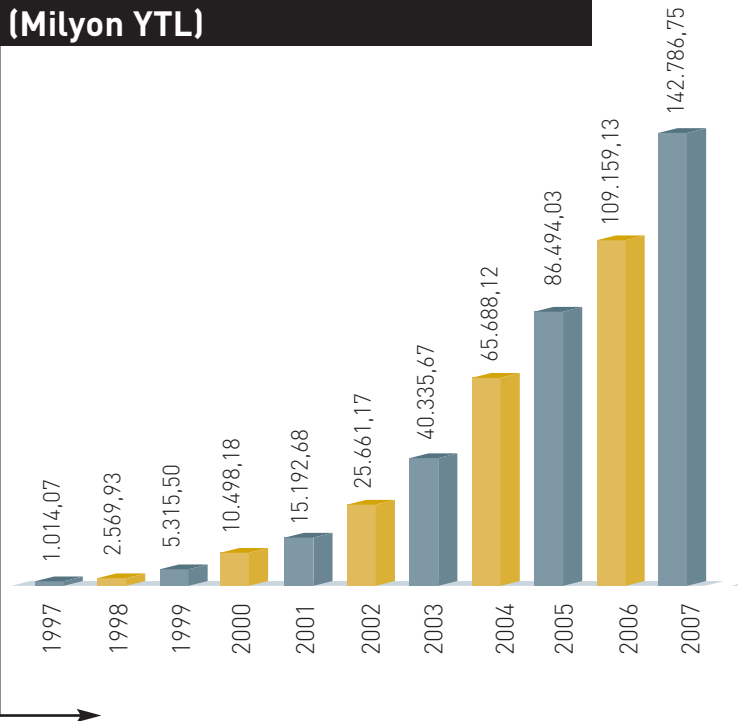


Türk perakende sektörünün son 10 yılda kat ettiği yolu hepimiz biliyoruz. Sektörümüzdeki bu gelişmenin ardında elbette birçok sebep var. Açık pazar ekonomisi, ekonomideki pozitif büyüme, milli gelirin artması, tüketici alışkanlıklarının değişmesi ve bana göre en önemlisi bugün hayatımızın değişmez bir parçası haline gelen kredi kartları. Kredi kartları hayatımıza girdiği ilk yıllardan itibaren, alışlagelmiş satın alma şeklimizi tamamen ve bir daha geri dönmeksizin değiştirdi. Hayatımıza kattığı taksitlendirme olgusuna hepimiz o kadar ihtiyaç duyuyormuşuz ki, çok çabuk uyum sağladık. Ekonomik ve sosyal açı-

dan günden güne gelişme gösteren günümüz dünyasında, toplumları oluşturan bireyler hayatı kolaylaştırabilmek amacıyla çeşitli arayışlar içinde bulunuyor. Bu arayışlar sonucunda elden ele dolaşan paranın kullanımı azalmakta ve yeni bir ödeme aracı olarak çıkan kredi kartlarının kullanılması yaygınlaşmakta.

Perakende sektörüne gelince, bugün artık kredi kartları olmaksızın ayakta kalması imkânsız hale geldi. Ayrıca çeşitli bankaların kendi kredi kartlarıyla düzenledikleri puan ve ekstra taksit kampanyaları, tüketicinin fiyatlara karşı olan direncini ve satın alma eğilimini beslediği ise yadsınamaz bir gerçek. Bu da sektörümüze pozitif bir ivme kazandırdı. Kredi kartlarının Türk tüketicisini olumsuz etkilediği görüşlerine ise katılmıyorum. Bugün Avrupa ülkelerinin perakende sektörleri büyük sıkıntı içindeler. Büyük bir durgunluk hâkim. Onlar da bu sorunu aşmak için Türkiye'deki sistemi kendilerine uyarlamının peşine düştüler. Bugün Yunanistan, Romanya, Ukrayna ve Rusya gibi birçok ülke bizde varolan sistemi incelemekte ve kendi ülkelerine uyarlamının çalışmalarını yapmakta.

KREDİ KARTLARI İŞLEM TUTARLARI (Milyon YTL)

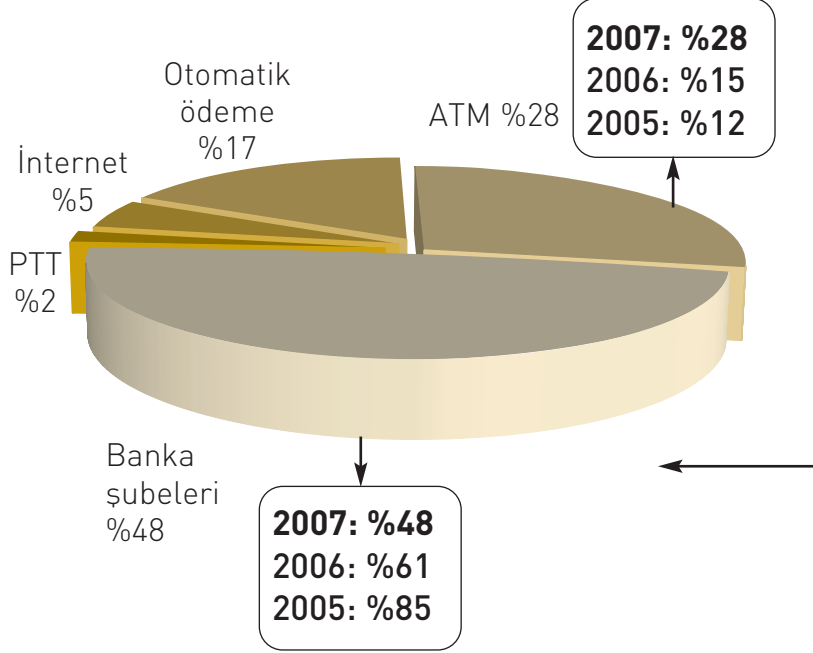


On yılda yüzde 142 büyüme...

Kredi kartlarının alışverişlerdeki kullanım oranı her geçen gün artıyor. Bugün aylık alışverişlerde banka kartları da dahil olmak üzere yüzde 61'i bulan kartlı ödemeler yıllar içerisinde de katlanarak büyüyor. 1997 yılında 1.014,07 milyon YTL olan işlem hacmi 2007 yılında yüzde 142'lik büyüme oranıyla 142.786,75 milyon YTL'ye ulaşmış durumda.

BORÇLAR HANGİ YÖNTEMLE ÖDENİYOR?

EN SIK KULLANILAN KREDİ KARTININ BORCUNU ÖDEME YÖNTEMLERİ



YÜZDE 17 OTOMATİK ÖDÜYOR

Kredi kartı ödemelerinde internetin payı şimdi-lik yüzde 5'te kalırken, kullanıcıların yüzde 17'si ödemeyi otomatik ödeme talimatı vererek yapıyor. Yüzde 2'lik bir kesim ise PTT kanalıyla kredi kartının borcunu ödüyor. Kredi kartı borcunu internet, wap gibi yöntemlerle ödememe nedenlerine bakılınca, şube dışı kanallara olan güvensizlik ilk sırayı alıyor. Şubeden ödeme yapmanın daha kolay bir yöntem olarak görülmesi de burada etkili oluyor.

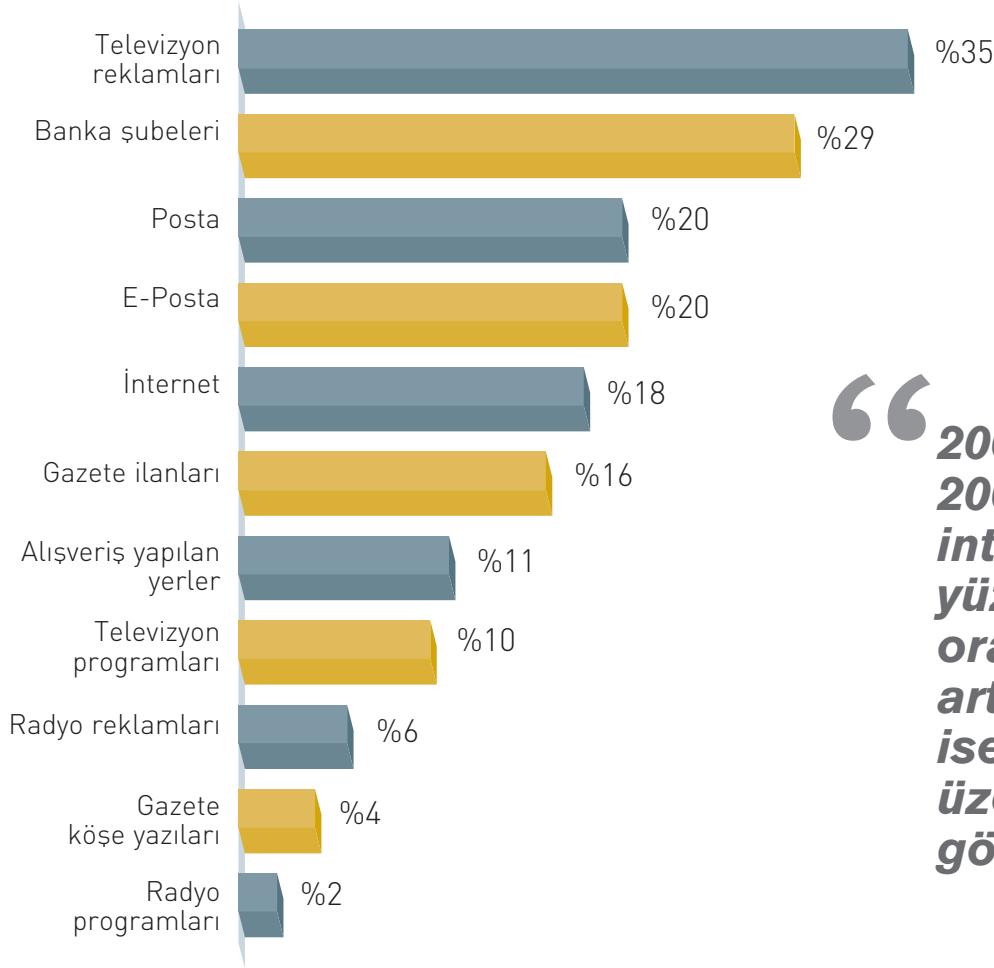
YÜZDE 28 ATM'Yİ KULLANIYOR

En sık kullanılan kredi kartının borcunu ödemek için şubeye gidenlerin oranı azaldıkça, ATM'leri tercih edenlerin oranı artıyor. Bu kanalı kullananların oranı 2005 yılında yüzde 12 iken, 2006 yılında yüzde 15'e, 2007 yılında da yüzde 28'e yükselmiş durumda. Bu durum da ATM'lerden nakit para yatırılmasına imkan tanındıkça, kart kullanıcılarının borç ödemelerinde bu kanalı değerlendirdiği gösteriyor.

Yüzde 48 şubeye gitse de ATM'nin payı artıyor

Teknolojiden en çok yararlanan sektörlerin başında gelen bankacılık, günümüzde hizmetlere erişim konusunda pek çok alternatif sunuyor. Buna karşın şubeler, halen diğer alternatiflerine karşılık ezici üstünlüğünü sürdürüyor. Bu durum kredi kartı borçlarının ödenmesinde de geçerli. En sık kullanılan kredi kartını ödeme yöntemleri olarak bakıldığında, kullanıcıların yüzde 48'inin bunu şubeler kanalıyla yaptığı görülüyor. Ancak 2005 yılında yüzde 85 olan bu oranın, 2006 yılında yüzde 61'e gerilediğini hatırlayıp, son olarak da 13 puan gerilediğini dikkate alırsak, her yıl dikkat çekici bir düşüş yaşandığını görebiliriz.

KREDİ KARTLARININ KULLANIMI KONUSUNDA BİLGİ ALMAK İSTENİLEN KANALLAR



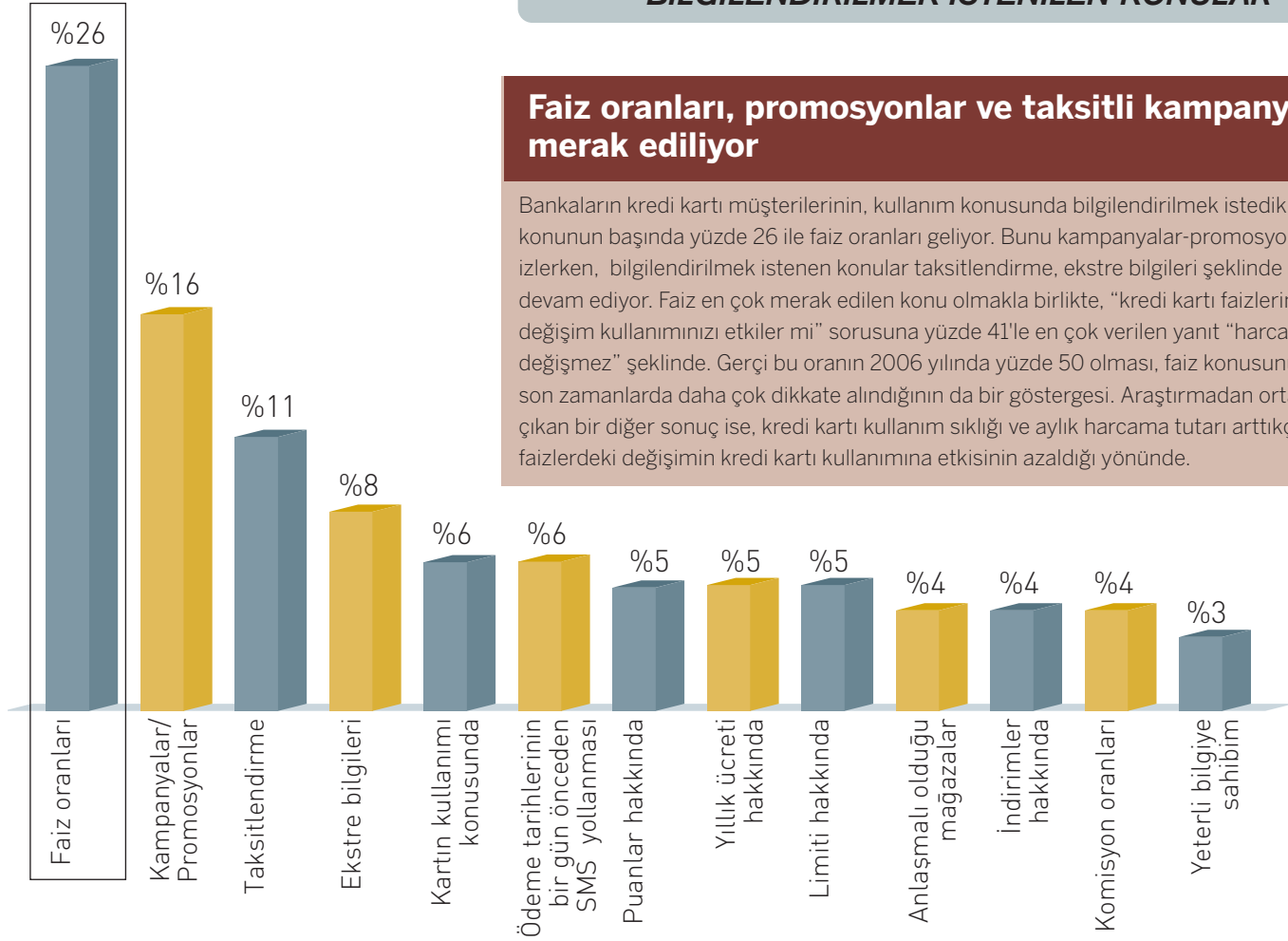
“2006 yılına göre 2007 yılında internetin payı yüzde 200 oranında artarken, e-posta ise yüzde 280'in üzerinde bir artış gösterdi”

BİLGİYİ YENİ MEDYADAN ALMAK İSTİYORUZ

Kullanıcıların, kredi kartlarının kullanımı konusunda bilgi almak istediği kanallar arasında, e-posta ve interneti kapsayan yeni medya, toplamda yüzde 38'lik bir oran ile ilk sırayı alıyor. 2006 yılına göre internetin payı yüzde 200 oranında artarken, e-posta ise yüzde 280'in üzerinde bir artış gösterdi. Konvansiyonel olarak daha önceki yıllarda ilk sıralarda olan televizyon reklamları ise yüzde 35'lik bir oranla ikinci sırada yer alıyor. Kredi kartlarının kullanımı konusunda kullanıcının bilgi almak istediği kanallar arasında yüzde 29 oranı ile banka şubeleri, yüzde 20 oranı ile posta ve yüzde 16 ile gazete ilanları yer alıyor.

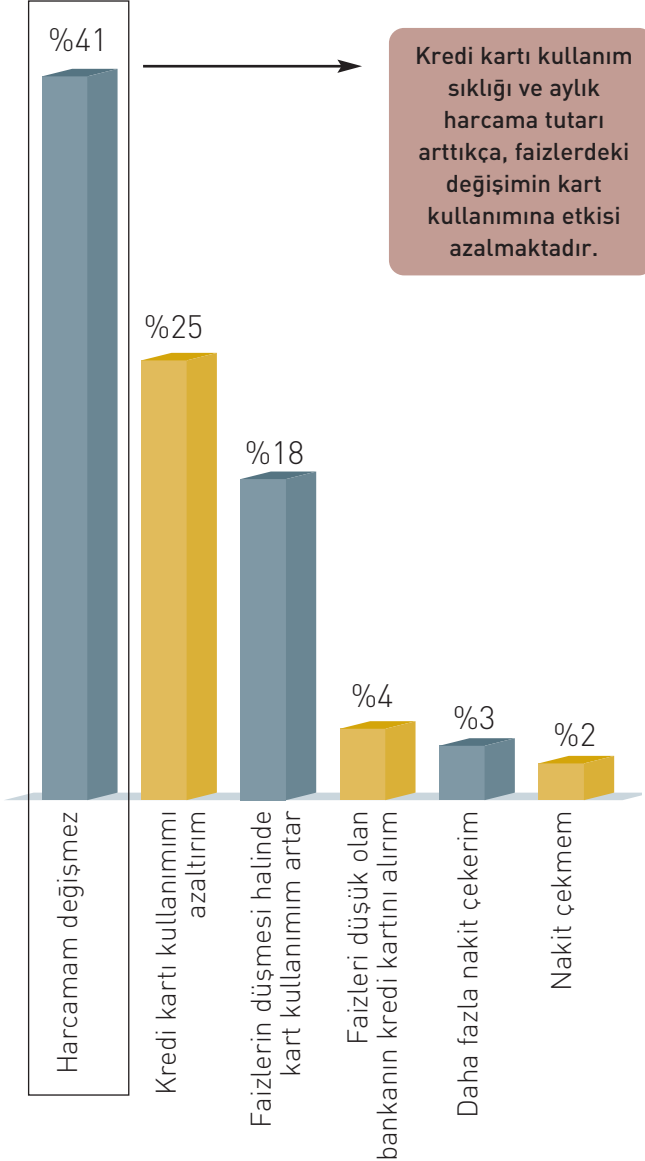


KREDİ KARTLARININ KULLANIMI KONUSUNDA BİLGİLENDİRİLMEK İSTENİLEN KONULAR



“Kredi kartı faizlerindeki değişim kullanımınızı etkiler mi sorusuna yüzde 41’le en çok verilen yanıt harcamam değişmez”

KREDİ KARTI FAİZLERİNDEKİ DEĞİŞİMİN KREDİ KARTI KULLANIMINA ETKİSİ



Alışveriş faiz oranının önüne geçiyor

Kart faizleri kartlı ödeme sistemlerinin değişmeyen gündem konusu. Kart kullanıcıları kartlarıyla ilgili yapılan değişikliklerde öncelikle faiz oranları konusunda bilgi sahibi olmak istiyorlar. Bu sonuca karşın yapılan araştırmada kart kullanıcıları öncelikle faiz oranındaki değişikliğin harcamalarına yansımayacağını söylüyorlar. Araştırma sonuçlarında dikkat çeken bir başka bulgu da faizlerin düşmesi durumunda kart kullanımının artacağı yönünde.



VF Ege CEO'su Alp Tiryaki

“Kredi kartları Anadolu’ya yayılacak”

Kredi kartı işinin, Türkiye’de son derece yaratıcı ve verimli yönetildiğini düşünüyorum. Bugün baktığımızda nüfusun yaklaşık yüzde 35’i aktif kredi kartı kullanıcısı. Avrupa’da, hem kart cirosu hem de adet bakımından ilk 4 içinde yer alıyoruz. Bu başarıda, bankaların, perakende takvimine göre belirledikleri kampanyaların büyük rolü olduğuna inanıyorum. Perakende sektörünün gelişmesine katkıda bulunan bu tür kampanyalar ve sektörün büyümesiyle, kredi kartı pazarı zaman içinde genişleyecek; buna bağlı olarak da şu an büyük şehirlerde ağırlıklı olarak kullanılan kredi kartları Anadolu’nun diğer şehirlerine de yayılacaktır.

Kredi kartı ile alışveriş yapan müşterilerimizin sayısı artıyor. Mağazalarımızda kullanım oranı yüzde 50-yüzde 60’ları aştı diyebiliriz. Yeni açılan alışveriş merkezleri ve diğer mağazalar ile bu oran daha da yükselecektir.

Bir diğer önemli konu ise kredi kartlarının, kayıt dışı ile mücadele eden güçlü bir sistem olmasıdır. Özellikle VF gibi dünyanın en büyük halka açık konfeksiyon hazır giyim şirketinin ve de sektördeki diğer markaların bu kayıtdışılıktan çok daha fazla etkilenmesini bertaraf edecek bir sistem olması kartların önemini bir kat daha artmaktadır.

Tüm bunların yanında kredi kartı kullanıcılarının bilinçlendirilmesi hepimizin sosyal sorumluluğu olmalı ki müşterilerimiz gelirleri oranında harcama yapsınlar ve mağazalarımıza tekrar tekrar gelebilsinler. Bunun da, kredi kartı kullanıcı datalarının çok iyi analiz edilerek gerek mağazaların gerekse bankaların ortak bir yol izlemesi ile gerçekleştirilecek bir proje olduğuna inanıyorum.

Müşteri artırmanın yolu

KREDİ KARTI

Tüketici kadar işyerlerinin de işleyişinin vazgeçilmez bir parçası haline gelen kredi kartları, günden güne daha çok sektörde nakdin yerini alıyor. İşyerleri kredi kartının kendilerine sağladığı olanakları keşfettikçe, kredi kartı ile alışverişe olanak tanıyor. İşyerlerinin kredi kartıyla satış yapma nedenlerinin başında ise müşteri sayısını artırmak geliyor.

Kredi kartları tüketici açısından sağladığı pek çok avantaj kadar, üye işyerleri açısından da önemli faydalar sağlıyor. Müşteriler nakit yerine kredi kartı ile alışveriş yapmayı tercih ettiği için, işyerleri de bankalar ile kredi kartı anlaşması yapma ihtiyacı duyuyor. Fiş kesildiği için mali sorumlulukları kolaylaştırması, "veresiye satışımız yoktur" diyerek müşteri kaybına yol açmaması, bozuk para derdini de ortadan kaldırması gibi pek çok nedenle işyerlerine avantaj sağlayan kredi kartları, bugün toplam 928 bin 731 işyeri tarafından tercih ediliyor.

Kredi kartı ile satış yapmayı tercih eden işyerlerinin en önemli nedeni ise; müşteri sayısını artırmak. Üye işyerlerinin yüzde 40'ı ilk sırada bu faktörü dikkate alırken, "müşterinin yanında parası olmasa bile kredi kartı ile alışveriş yapabilir" düşüncesi de yüzde 22'lik bir kitle tarafından önemseniyor.





KREDİ KARTI İLE SATIŞ YAPMAYI TERCİH ETMENİN EN ÖNEMLİ NEDENİ



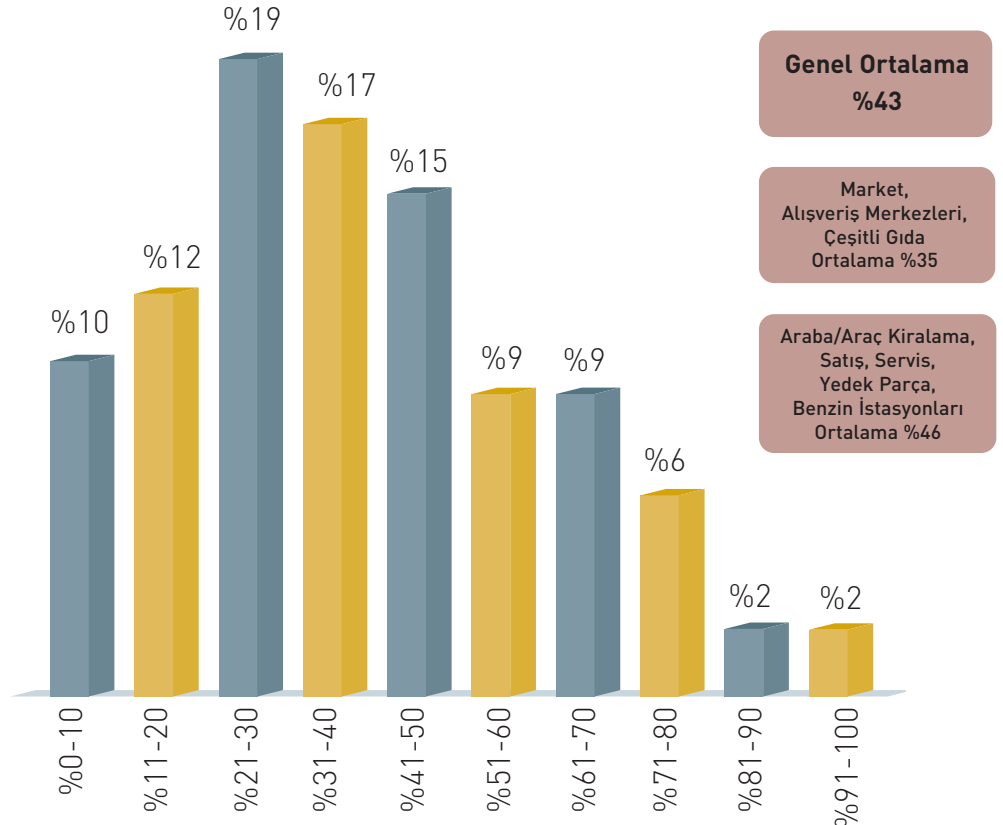
KREDİ KARTLARI KASA GÜVENLİĞİ SAĞLIYOR

Kredi kartlarında taksit olanağının bulunması sadece kullanıcılar açısından değil, işyerleri açısından da önemli bir özellik olarak görülüyor. İşyerlerinin yüzde 8'i kredi kartı sayesinde taksitli satış yapılabilmesini önemli bir tercih nedeni olarak görüyor. Çünkü bu bir yandan alışverişleri artırırken, bir yandan da olası bir ödeme sorunu riskini ortadan kaldırıyor. İşyerlerinin müşterisi ile böyle bir nedenden dolayı karşı karşıya gelmesini engellediği için taksit üye işyerleri açısından da önemli bir avantaj olarak kabul ediliyor. Bu tür bir güvenliğin yanı sıra kasada nakit miktarını sınırladığı için de kredi kartı ayrıca güvenli bulunuyor. İşyerlerinin kredi kartını tercih etme nedenleri arasında bu faktör de 4. sırada yer alıyor.

KREDİ KARTI İLE YAPILAN SATIŞLARIN TOPLAM SATIŞLAR İÇİNDEKİ YÜZDESİ

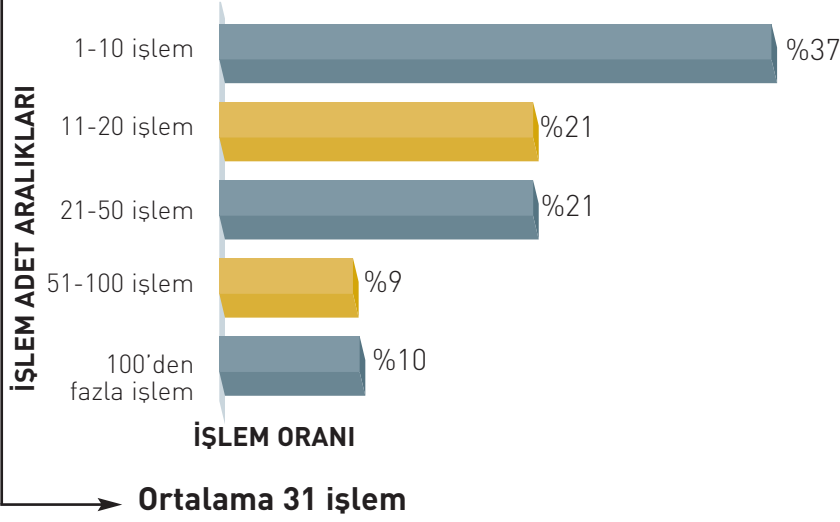
SATIŞLARIN YÜZDE 43'Ü KREDİ KARTIYLA

İşyerlerinin ortalama satışlarının yüzde 43'ü kredi kartıyla gerçekleşiyor. Market, alışveriş merkezleri, çeşitli gıda satışı yapan işyerlerinde ise kredi kartının kullanım oranı yüzde 35'i buluyor. Araba-arac kiralama, servis, yedek parça ve benzin istasyonları ise, açık arayla, kredi kartıyla satış yapma konusunda diğer işyerlerini geride bırakıyor. Bu tip yerlerde kredi kartı ile yapılan satışların toplam satışlar içindeki payı yüzde 46'ya ulaşıyor.

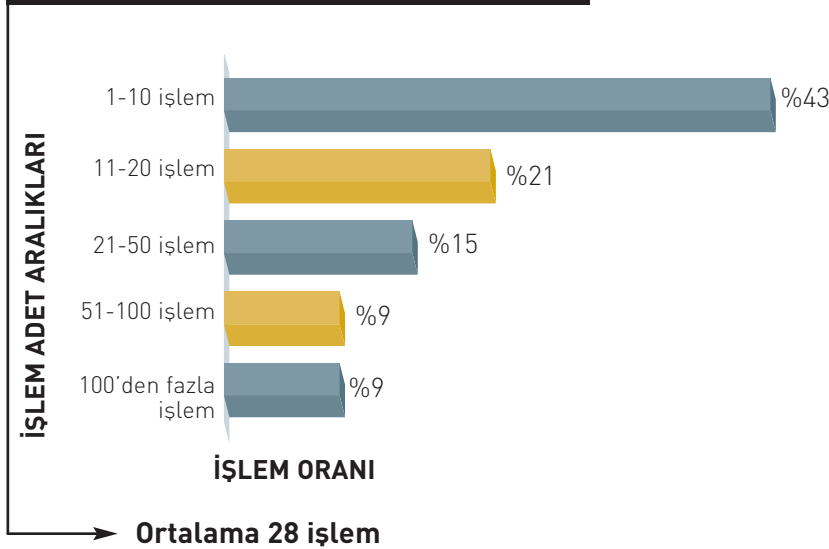


KREDİ KARTI İLE YAPILAN İŞLEM SAYISI

Kredi kartı ile hafta içinde ortalama gerçekleştirilen işlem sayısı



Kredi kartı ile hafta sonunda ortalama gerçekleştirilen işlem sayısı



KREDİ KARTI İLE HAFTADA ORTALAMA 59 İŞLEM YAPILIYOR

Üye işyerleri kredi kartı ile hafta içi ortalama 31 işlem gerçekleştiriyor. Cumartesi ve Pazar günlerinde ise ortalama 28 kredi kartı işlemi yapılıyor. Bu veriler haftanın tamamı olarak değerlendirildiğinde ise ortalama işlem adedi 59'a çıkıyor.

Boyner Büyük Mağazacılık
Genel Müdürü Aslı Karadeniz

“Farklı kart programları düzenliyoruz”

Kartlı ödeme sistemlerinin perakende sektörünün gelişimine etkileri oldukça olumlu. Gerek anneler günü, babalar günü, yılbaşı gibi perakendenin özel dönemlerinde gerekse diğer dönemlerde düzenlenen kart bazlı kampanyalar, müşteri ödül programları, üye işyeri kampanyaları müşterilerin alışverişlerini olumlu etkilemektedir. Mağazalarımızda farklı dönemlerde farklı kart programları düzenleyerek müşterilerimizin ilgisini canlı tutuyoruz ve müşterilerimizden bu konuda olumlu geri dönüşler alıyoruz.

Bir ödeme sistemi olmamakla birlikte mağazalarımızda sürdürdüğümüz sadakat programımız “Boyner Anahtar” ile uyguladığımız programların da müşteri sadakatini kazanma ve sürdürmedeki olumlu etkilerini izliyoruz.

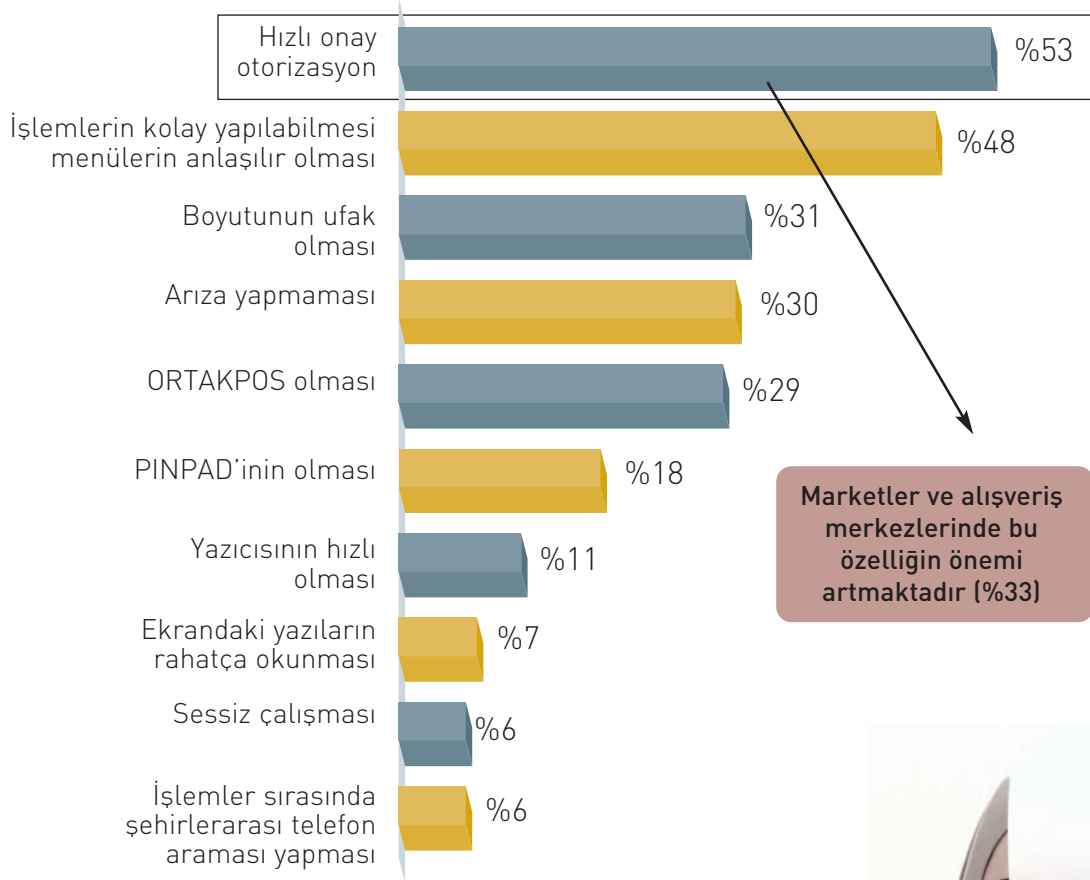
Taksitli ödeme kampanyaları ilk uygulandığı dönemlerde perakendede oldukça etkili oldu. Son dönemlerde ise “uzun vadeli taksit kampanyaları” kredili ev ve araba satışları nedeni ile dayanıklı tüketim gruplarında daha çok tercih edilirken özellikle giyimde daha az tercih edilmeye başlandı.

Kart ödeme sistemlerinin düzenlediği diğer kampanyalarda ise puan, indirim ve alışveriş karşılığı çek kampanyalarının da olumlu etkilerini dönem dönem birlikte düzenlediğimiz kampanyalar ile takip ediyoruz. Dönemin ve kart programının yapısına göre belirli

kampanyaların geri dönüşleri çok daha olumlu gerçekleşebiliyor. Yılbaşında alışveriş karşılığı çek kampanyası etkili olurken, sezonda taksit veya puan kampanyası etkili sonuç veriliyor.



BİR POS CİHAZINDA OLMASI İSTENEN ÖZELLİKLER



Marketler ve alışveriş merkezlerinde bu özelliğin önemi artmaktadır (%33)

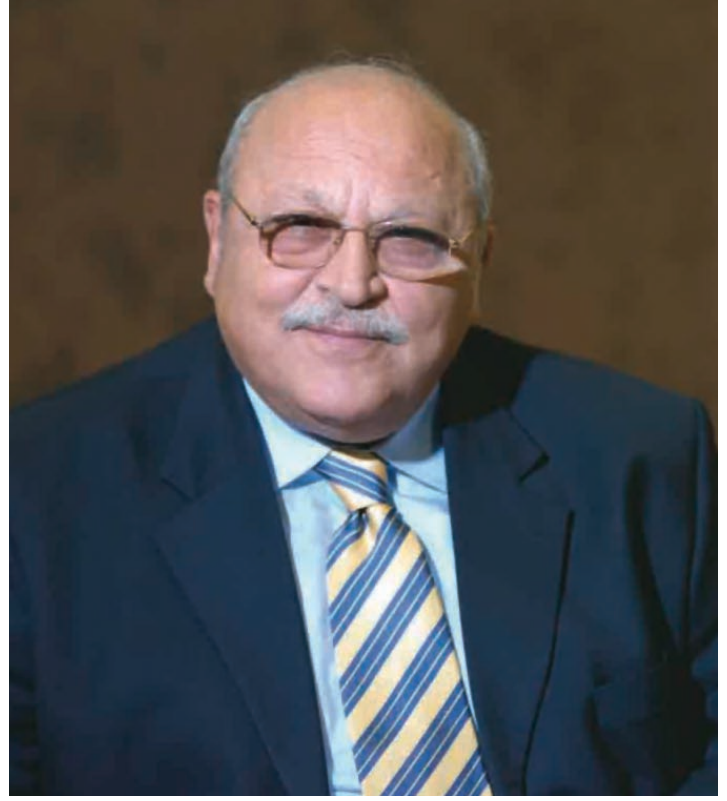
POS CİHAZINDA EN ÖNEMLİ ÖZELLİK HIZLI ONAY

POS cihazı kullanıcılarının bir POS cihazında aradıkları özelliklerin başında, yüzde 53'lük ciddi bir oranla, hızlı onay/otorizasyon geliyor. Yapılan araştırma, market ve alışveriş merkezlerinde bu özelliğin öneminin yüzde 33 oranında arttığını gösteriyor. POS cihazı kullanıcılarının yüzde 48'i ise işlemlerin kolay yapılabilmesi, menülerin anlaşılır olması özelliklerinin bir POS cihazında olması gereken en önemli özellik olduğunu düşünüyor. POS cihazının boyutunun ufak olması yüzde 31, arıza yapmaması yüzde 30'luk bir oranla üçüncü ve dördüncü sıralarda yer alıyor.



Kiğılı Giyim Yönetim Kurulu Başkanı
Abdullah Kiğılı:

Kredi kartları olmadan nasıl alışveriş yapıyorduk?



“ Hayatımıza yerleşen cep telefonu, internet gibi, eskiden onlarsız nasıl iletişim kuruyor, nasıl bilgi ediniyoruz gibi sorular aklımıza geldiğinde cevaplamakta güçlük çektiğimiz bir konu da kredi kartları konusu" diyen Kiğılı Giyim Yönetim Kurulu Başkanı Abdullah Kiğılı, konuya farklı bir bakış açısı getiriyor. Kredi kartlarının hayatı kolaylaştırdığını anlatan Kiğılı'nın bu konuda ilginç yaklaşımları var. "Tüm yaş aralıklarına hitap eden, öğrencisinden, iş adamına hemen herkesin en az bir adet sahip olduğu kredi kartları olmadan çok yoruluyor, vakit kaybediyor ve bazen daha pahalı ürün satın alabiliyoruz" diyen Kiğılı'nın kredi kartlarına ilişkin değerlendirmeleri şöyle:

Kurum davranışlarına yön veriyor

"Bu kadar hayatımıza yerleşmiş bir olgu olan kredi kartlarının, harcamayı teşvik edici puan para, taksitlendirme, taksit erteleme gibi müşteriyi cezpedici yollarını eklediğimizde alışveriş ivme kazandırdığı bir gerçek. Ayrıca yaş aralığı, cinsiyet, alışveriş alışkanlıkları gibi müşteri segmentasyon bilgileri sayesinde müşteri mutluluğunu sağlayıcı kurum davranışlarına yön veriyor."

AVM'ler ve kredi kartı kullanımı

"Uzun çalışma saatleri ve yoğun şehir hayatı insanları alışveriş merkezlerine (AVM) yönlendiriyor. Mutfak, giyim, teknoloji alışverişinin yapılabildiği gibi sinema ve restoranlarla eğlence ve sosyal etkinlikleri sağlayan AVM'lerde kredi kartı kullanımı, rahat ve alışveriş teşvik eder niteliktedir. Tüm ailenin güvenli bir şekilde alışveriş ve eğlence ihtiyacını artık neredeyse AVM'ler gidermektedir."

4 haneli şifre rahatlık sağladı

"Kendi güvenliği adına olduğunu bildiği halde, kimlik bilgilerini göstermekten haz etmeyen müşterilere uygun bir çözüm olan chip&PIN uygulaması yani dört haneli bir şifrenin girimi ile tek bir kart tüm alışverişin rahatça yapılmasını sağlıyor."

Alışverişlerde taksit cazibesi

"Taksitlendirme seçeneğinin tüm ürünlere, herhangi bir limit olmadan yapılması alışverişini cazip hale getiriyor. Ayrıca kredi kartlarının, sadakat kartı özellikleri taşımaya başlaması yani para olarak kullanabildiği gibi anlaşmalı kurumlarda o kartı kullanmak şartı ile indirim, ayrıcalık ve öncelik sunması da etken olmaya başladı."

Kampanya ve reklamın gücü

"Tüketici doğru şekilde bilgilendirildiği kampanyayı takip ediyor. Yazılı ve görsel iletişimde her daim yer alması yani reklâmın gücünün kullanılması tüketiciyi alışverişe teşvik ediyor ve başarılı da oluyor. Müşterisinin alışveriş niteliklerini çok iyi bilen bankalar SMS, e-posta seçeneklerini de kullanarak varlıklarını hatırlatıyor."

Nakit para elde tutuluyor

"Ekonomimizdeki iç daralma kredi kartı alışverişini aslında besleniyor. Taksit ve faiz uygulanmadan aylar sonra başlayan ödeme seçenekleri yani taksit atlatmalar ile tüketici nakit parasını elinde tutuyor ve kredi kartının sağladıklarını kullanıyor."



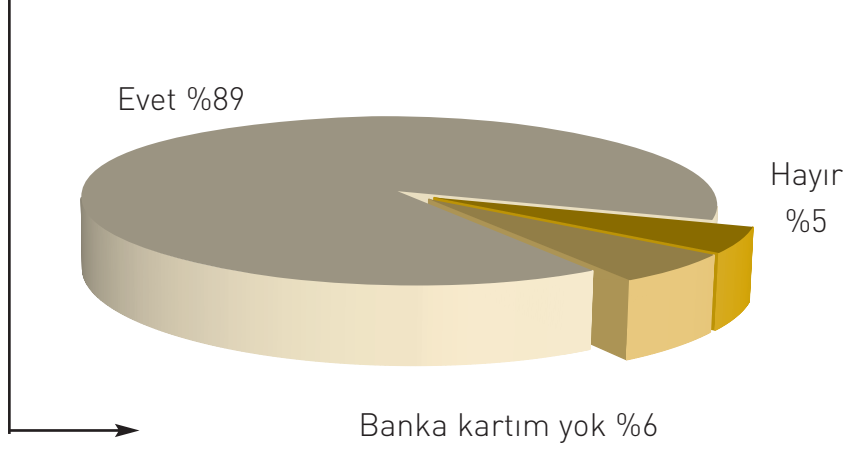
Çoğunluk şifresini biliyor güvenlik en önemli konu



Türkiye'de bireysel bankacılıkta, özellikle kredi kartlarında ürün ve hizmet çeşitliliği, teknik alt yapısı, güvenlik sistemleri, farklı uygulamaları ve kampanyaları ile dikkatleri üzerine çeken bankacılık sektörü, son olarak işlemlerden imzayı kaldırarak önemli bir dönüşüme imzasını attı. İngiltere ve Fransa'nın ardından Türkiye, Avrupa'da chip&PIN'e geçen üçüncü ülke olmasının yanı sıra 15 ay gibi kısa bir sürede bu dönüşümü sağlayarak da başarısına başarı kattı. Öyle ki 31 Mart 2006 tarihinde başlayan geçiş sürecinin BKM ve üyelerinin yoğun çalışmalarının ardından 30 Haziran 2007'de tamamlanması, sisteme geçmeye hazırlanan pek çok ülkenin bu deneyimi paylaşmak istemesine yol açtı.

KART KULLANICILARI ŞİFRESİNİ BİLİYOR MU?

BANKA KARTI ŞİFRESİ BİLİNİRLİĞİ

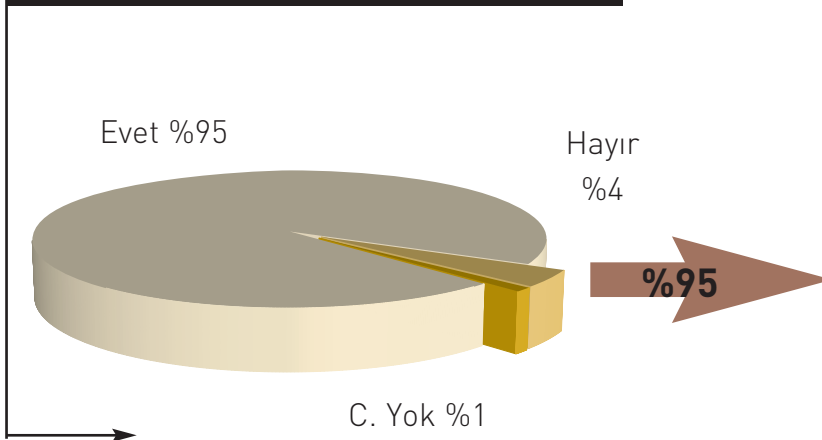


“Kredi kartı şifresini bilenlerin yüzde 52'si şifresini alışverişlerde ödeme yapmak için kullanıyor”

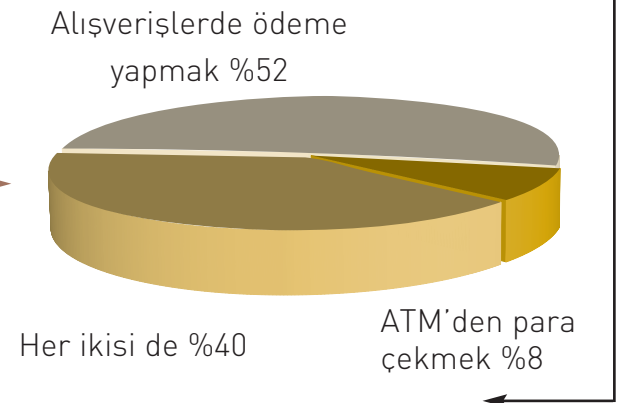
YÜZDE 95 ŞİFRESİNİ BİLİYOR

chip&PIN başarısının asıl göstergesi, kart kullanıcıların verdiği tepki oldu. Elde edilen sonuçlar gösteriyor ki, chip&PIN, kullanıcılar ve üye işyerleri tarafından kabul görerek bu dönüşümün başarısını perçinledi. Yapılan araştırma da, bu başarıyı gözler önüne seriyor. Buna göre banka kullanıcılarında şifre bilinirliği oranı yüzde 89. Kredi kartı şifresinde bilinirlik oranı ise yüzde 95'e ulaşıyor. Kredi kartı şifresini bilenlerin yüzde 52'si şifresini alışverişlerde ödeme yapmak için kullanıyor. Yüzde 8'lik bir bölüm de şifresini kullanarak ATM'den para çekiyor. Yüzde 40'lık bir kesim ise şifresini kullanarak hem alışveriş yapıyor hem de ATM'den para çekiyor.

KREDİ KARTI ŞİFRESİNİN BİLİNİRLİĞİ



KREDİ KARTI ŞİFRESİNİN KULLANIM AMACI



“Şifreli Alışverişe Geçişte Dünyada Üçüncüyüz”

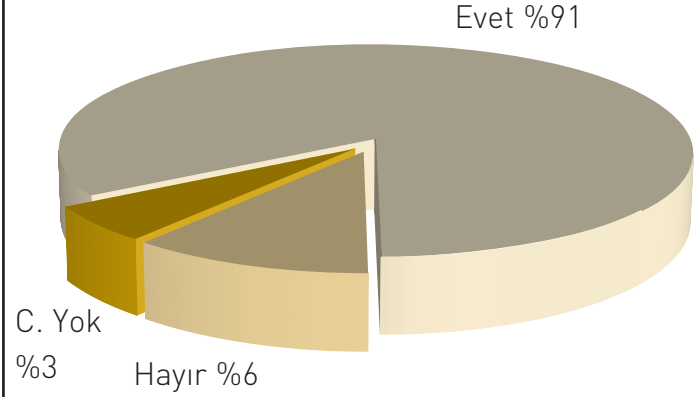
Türkiye 1 Temmuz 2007 tarihinde, İngiltere ve Fransa'nın ardından dünyada şifreli ödeme sistemine geçen üçüncü ülke oldu.

Bankalararası Kart Merkezi ve üye kuruluşları tarafından yürütülen Chip&PIN geçiş sürecinde, Okan Bayülgen'in oyuncu ve yönetmen olarak görev aldığı ilgi çekici reklam kampanyalarının yansısı, Türkiye çapında yaklaşık 40 alışveriş merkezinde chip&PIN eğitim toplantıları, 40.000 işyeri ile bire bir chip&PIN saha eğitimleri, BKM üyesi tüm kuruluşların çalışanları için chip&PIN uygulama eğitimlerini kapsayan, Türkiye'nin en büyük eğitim organizasyonu da gerçekleştirildi.

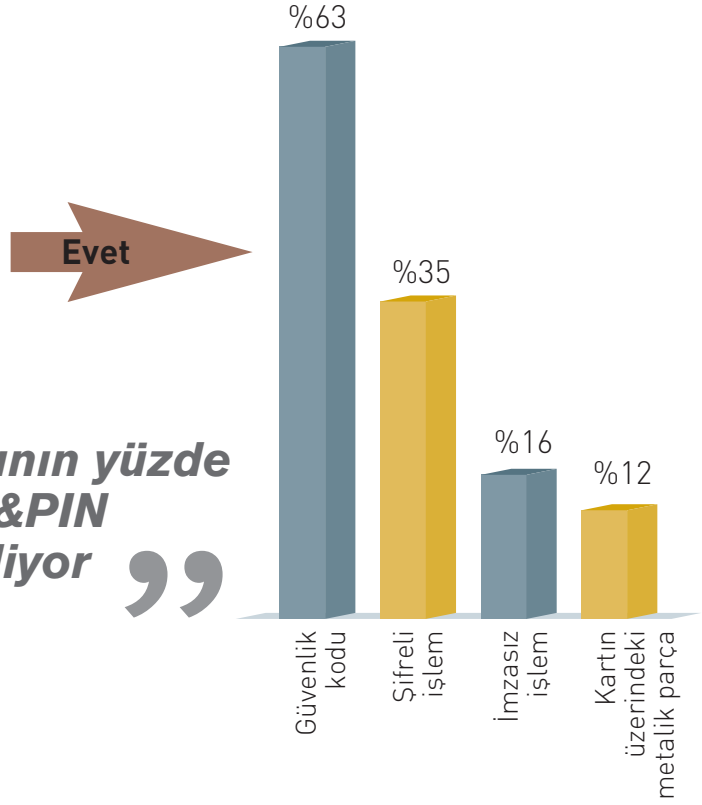


KREDİ KARTLARINDA CHIP&PIN DÖNEMİ

CHIP&PIN BİLİNLİĞİ

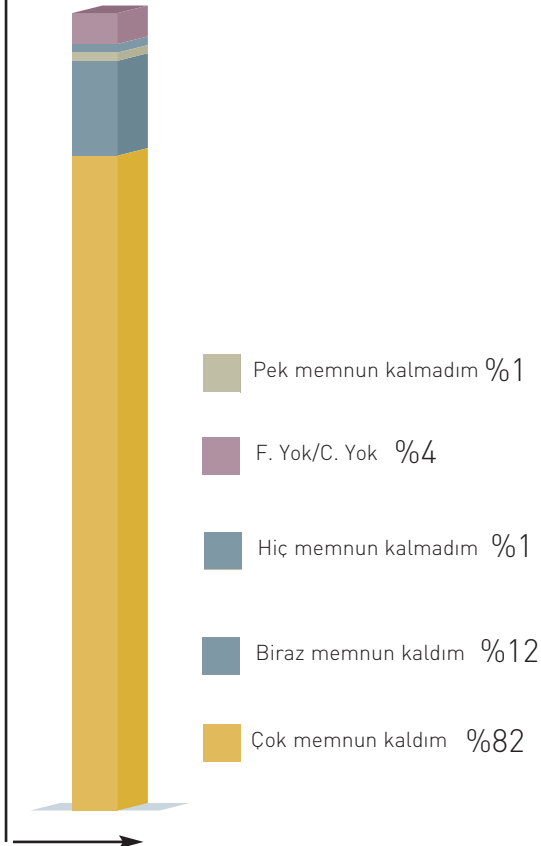


CHIP&PIN SİZE NE İFADE EDİYOR?



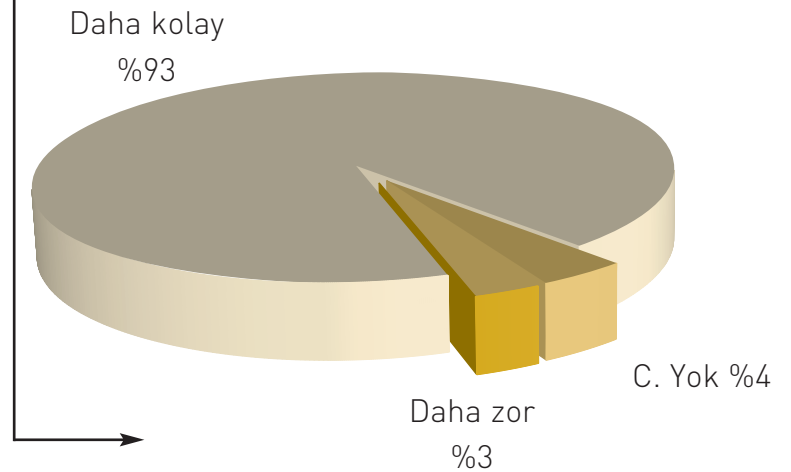
“Kart kullanıcılarının yüzde 91’lik oranı chip&PIN uygulamasını biliyor”

İŞYERİNİN CHIP&PIN UYGULAMASINDAN MEMNUNİYET DERECESESİ



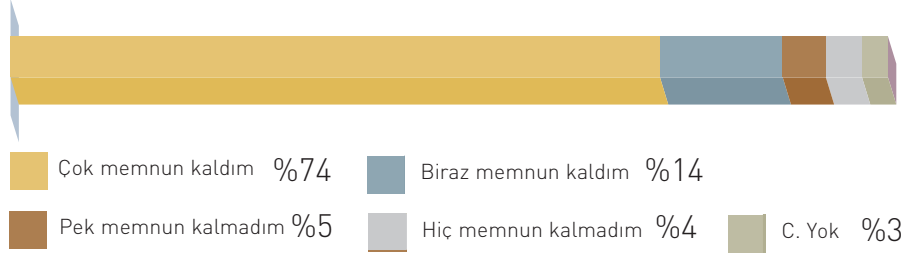
ŞİFRE İLE KREDİ KARTI İŞLEMİ YAPMANIN DAHA ÖNCE KULLANILAN YÖNTEMLE KİYASLANMASI

KULLANICI İÇİN ŞİFRE İLE KREDİ KARTI İŞLEMİ YAPMAK DAHA ÖNCEKİ YÖNTEME GÖRE...

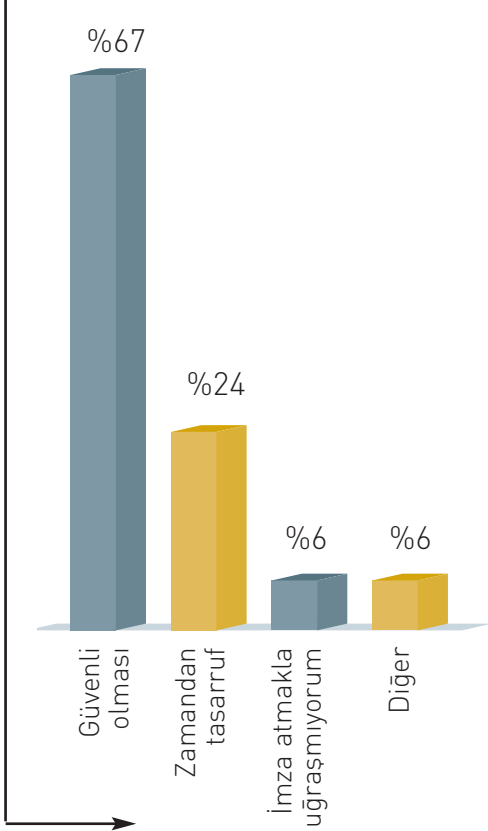


ŞİFRE GİRME SÜRECİ ŞİKAYET YARATTI MI?

KART KULLANICISI ŞİFRE GİRME SÜRECİNDEN MEMNUNİYET DERECEİ



MEMNUN OLMA NEDENLERİ



“Şifreden memnun olanların yüzde 24'ü zamandan tasarrufu önemli bir neden olarak görüyor”

KREDİ KARTI GÜVENLİK ANLAMINA GELİYOR

Kredi kartı şifresini bilenlerin yüzde 59'u chip&PIN denilince bunun ne olduğunu bilirken, işyerlerinde bu oran yüzde 70'e yükseliyor. chip&PIN'in ne olduğunu bilen kullanıcıların yüzde 63'ü, üye işyerlerinin de yüzde 42'si için chip&PIN "güvenlik kodu" anlamına geliyor. Kullanıcıların yüzde 35'i üye işyerlerinin de yüzde 54'ü ise chip&PIN'i "şifreli işlem" olarak görüyor.

Güvenlik konusu şifre girme sürecine ilişkin bir başka şıkta da karşımıza çıkıyor. Dünya ortalaması yüzde 0.07 iken Türkiye'de kredi kartında sahtekarlık cirosu yüzde 0.04 olmasına karşın, tehlikeyle erken mücadele anlamına gelen chip&PIN bu konuda en etkili yöntem olarak kabul ediliyor. Şifre girme sürecinden memnuniyet duyan yüzde 88'lik kesimin büyük bir kısmı, bunun ilk nedenini güvenlik olarak açıklıyor. Kullanıcıların yüzde 67'si şifre girmeyi "güvenli olması" nedeniyle memnuniyetle karşılarken, chip&PIN uygulamasıyla birlikte sahtekarlık oranının binde 1'lere kadar gerilemiş olması da kullanıcıların bu yöndeki beklentilerini haksız çıkarmıyor. Şifreden memnun olanların yüzde 24'ü de "zamandan tasarruf"u önemli bir neden olarak görüyor. "İmza atmakla" uğraşmamak da yüzde 6 ile memnuniyet nedenleri arasında sayılıyor.

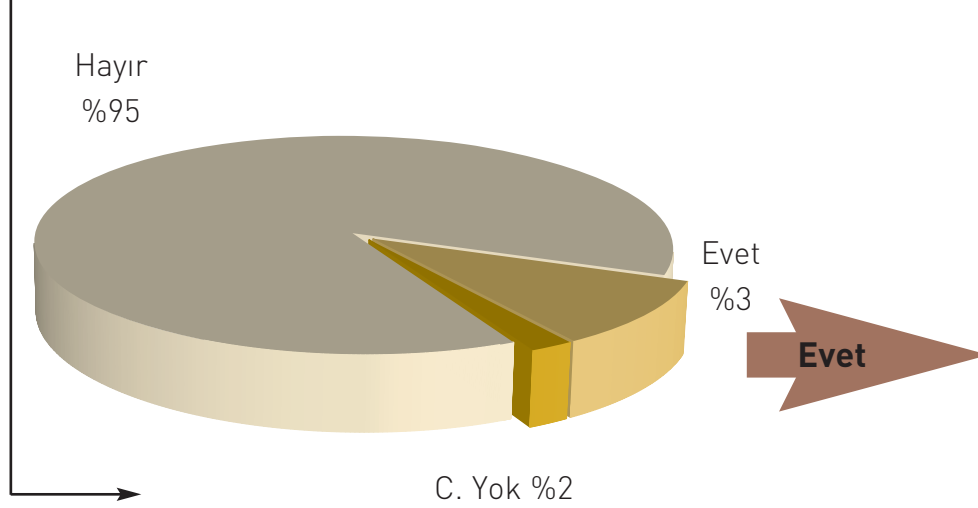
chip&PIN uygulamasından duyulan memnuniyet, işyerlerinde daha yüksek bir orana çıkıyor. Memnuniyetini "çok" ile anlatan yüzde 12'lik kesimle memnun olanların oranı yüzde 94'ü buluyor. Burada da chip&PIN uygulamasının güvenli olması yüzde 69'la ilk sırayı alırken, yüzde 10'luk bir kesim zamandan tasarruf edilmesinden memnuniyet duyuyor.



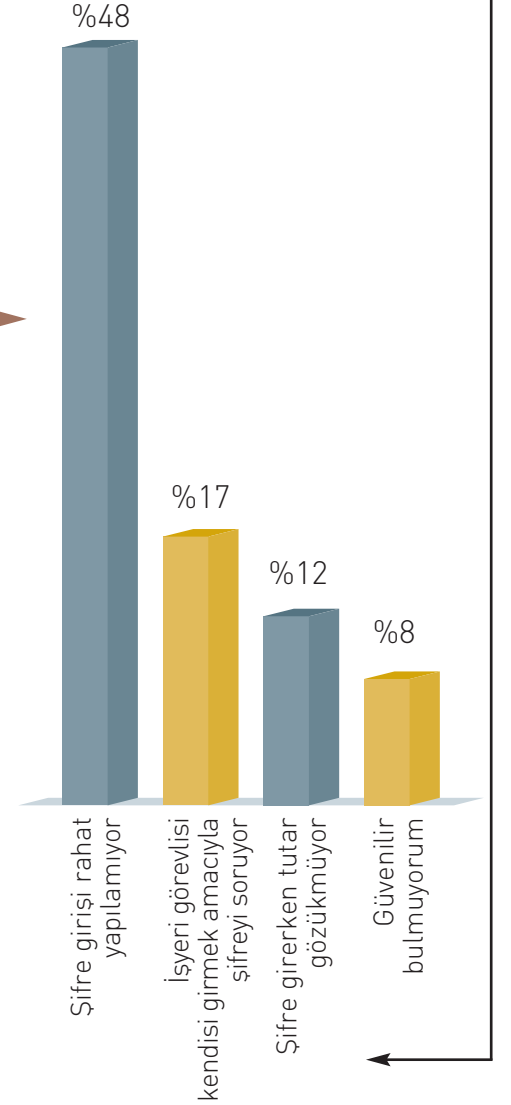
BKM, 2007
chip-PIN kampanyası.
Şelale Hanım tiptemesi

KART KULLANICILARININ KREDİ KARTI İLE GERÇEKLEŞTİRDİĞİ İŞLEMLERDE YAŞADIĞI SORUNLAR

SORUN YAŞIYOR MUSUNUZ?



NE GİBİ SORUNLAR YAŞIYORSUNUZ?



ŞİFRE İLE ALIŞVERİŞ SORUNSUZ

Şifresini alışveriş yaparken kullananların yüzde 95'si kredi kartı işlemlerini sorunsuz bir şekilde yaptığını ifade ediyor. Kredi kartını şifre ile kullanmak daha önceki yöntemle göre kıyaslanınca; yüzde 95'lük kesim daha kolay olduğunu düşünüyor. Yüzde 3'lük bir kesim ise daha zor olduğu fikrinde. Yapılan araştırma, şifre ile işlem yapmanın daha zor olduğunu düşünenlerin oranının 55 yaş ve üzeri yaş grubunda diğer gruplara göre daha fazla olduğunu gösteriyor.

Şifre ile işlem yapmanın daha önceki yöntemle göre kolay olduğunu düşünen üye işyerlerinin oranı yüzde 91. Ancak kolay bulunması hiç sorun yaşanmadığı anlamına gelmiyor. Üye işyerlerinde yüzde 80'le büyük bir kesim chip&PIN uygulamasında herhangi bir zorluk yaşamazken, yüzde 13'lük bir kesim bazı zorluklardan söz ediyor. Burada yaşanan en büyük zorluk yüzde 38 ile şifresini/çipli kartını henüz almamış müşterilerden kaynaklanıyor.

Şelale Hanım'ın yerini Marilyn Monroe aldı



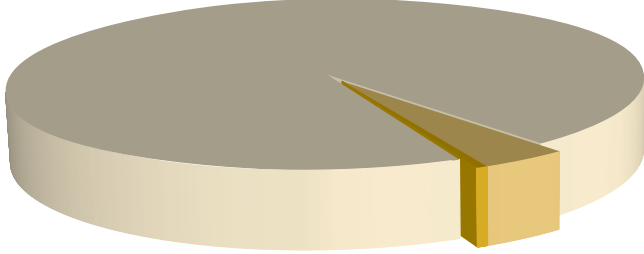
chip&PIN'e geçiş denilince BKM ve üyelerinin yürüttüğü bilgilendirme çalışmaları arasında ilk akla gelen, şüphesiz reklam kampanyası oluyor. Usta oyuncu Okan Bayülgen'in rol aldığı reklam kampanyası, chip&PIN'in bilinirliği açısından oldukça etkili oldu. TV, gazete, dergi, outdoor, sinema, radyo ve internet mecralarında eş zamanlı olarak yürütülen bu kampanyada akıllarda en çok kalan ise Şelale Hanım tiptemesiydi.

Şelale Hanım'ın yanı sıra bakkaldan manava kadar birçok tiptemeyle chip&PIN'i anlatan Okan Bayülgen, bu kez yeni tiptemeleriyle "alışverişlerde banka kartı kullanımını yaygınlaştırma ve kullanım avantajlarını" tanıtmaya çalışıyor. Okan Bayülgen'in yeni karakterleri ise Bob Marley, Marilyn Monroe, Einstein ve Yüzüklerin Efendisi filminin Gandalf'ı. Oyunculuğun yanı sıra bu yeni seride yönetmenlik de yapan Okan Bayülgen, yeni kampanyada küçük tutarlı alışverişler için ATM'lerden para çekmek yerine, banka kartının kullanılabileceği bilincini aşıyor.

BKM, 2007
Banka kartı
kampanyası, Marilyn
Monroe tiptemesi

KREDİ KARTI ŞİFRESİNİN POS MAKİNESİNE GİRİLMESİ

Her zaman kendim giriyorum %95



Her zaman görevliye girdiriyorum %1

Zaman zaman görevliye girdiriyorum %4

ŞİFRE MAHREMİYETİ ÖNEMLİ

Kredi kartı şifresinin POS makinesine girilmesi konusuna gelince; "her zaman kendim giriyorum" diyenlerin oranı yüzde 95'i buluyor. Şifre işlemini kolay bilenlerden bile daha fazla olan bu oran, kullanıcıların çoğunluğunun bu konuda bilinçli davrandığını, şifre mahremiyetine özen gösterdiğini ortaya koyuyor. Şifresini zaman zaman görevliye girdirmekten çekinmeyenlerin oranı yüzde 4 olurken, yüzde 1'lik bir kesim de şifresini her zaman görevliye girdirmekte bir sakınca görmüyor. Bu yüzde 1'lik kesimi daha çok 45 yaş ve üzeri yaş grup oluşturuyor. Üye işyerlerinde ise zaman zaman kendisinin girdiğini söyleyenlerin oranı ise yüzde 9'a çıkıyor.

“Şifremini her zaman kendim giriyorum diyenlerin oranı yüzde 95'i buluyor”

Reina Eğlence Grubu Başkanı
Mehmet Koçarlan:

Hesapların yüzde 95'i kartla ödeniyor

İstanbul'un ünlü eğlence mekanlarından Reina'nın Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Koçarlan, kredi kartı kullanımının en yaygın olduğu sektörlerden birinin de yeme-içme-eğlence sektörü olduğunu söylerken, şu değerlendirmeyi yaptı: "Bizim müşterilerimiz bankalar tarafından kartları kullanmaya teşvik ediliyor, onlara yönelik pek çok kampanya ve promosyon çalışması var. Bankalar arasındaki rekabet, müşteriye de bize de olumlu yansıyor. Kredi kartlarının bizim sektörün cirosunda önemli bir payı var. İnsanlar cebinde nakit parası yokken bile dışarda yemeğini yiyip, eğlenebiliyor, harcamalarını cebindeki parayla sınırlaması gerekmiyor. Bizim sektörde kredi kartı kullanımı yüzde 95'lere ulaşmış durumda, 50 YTL'nin üzerindeki harcamaların çoğu kartla ödeniyor. Bazı banka kartları ile bahşiş bile ödenebiliyor ama çok yaygın değil. O nedenle sadece küçük miktarlı harcamalar ve bahşişlerde para kullanılıyor diyebilirim. Bizler için nakit kullanımı ne kadar az olursa o kadar iyi. Reina'ya yüzlerce insan geliyor, aynı anda 30 masadan birden hesap isteniyor. Bu trafiği kartla kontrol edebilmek daha kolay. Reina mobil POS'u ilk uygulayan mekanlardan biri. Şifre ve mobil POS uygulaması büyük bir kolaylık. Bizim gibi kalabalık mekanlarda, nakit paranın ortada olması bir güvenlik sıkıntısı yaratıyordu. Şimdi şifre ve mobil POS ile bu güvenlik sorunu aşıldı. Bütün işlemler müşterinin gözünün önünde yapılıyor. Bu arada 15 yaşındaki kızım geçenlerde benden ek kart çıkartmamı istedi, 'biz sana harçlığını veriyoruz, kartı ne yapacaksın' diye sordum, 'Para kaybolabilir ama kartım kaybolursa bile şifresi bende' yanıtını verdi. Kart kullanımı nakite göre daha güvenli, ayrıca anneler-babalar açısından da çocuklarının harcamalarını nasıl yaptığını görme imkanı veriyor."



Kredi kartı internetten alışverişı sevdirdi



Türkiye'de internetin kısa geçmişine karşın kullanıcı sayısında çok büyük bir artış yaşanırken, sanal alışveriş cirosunda da hızlı bir yükseliş görülüyor. Ancak internet kullanıcısı sayısının 16 milyona ulaştığı Türkiye'de kullanıcıların ancak yüzde 11'i alışverişlerinde internet ya da telefonu kullanıyor. Oran çok düşük gibi görünse de, bunu gelişim potansiyeli olarak görmek de gerekiyor. Artan güvenlik yöntemleri de daha çok kullanıcıyı internete yönlendiriyor.

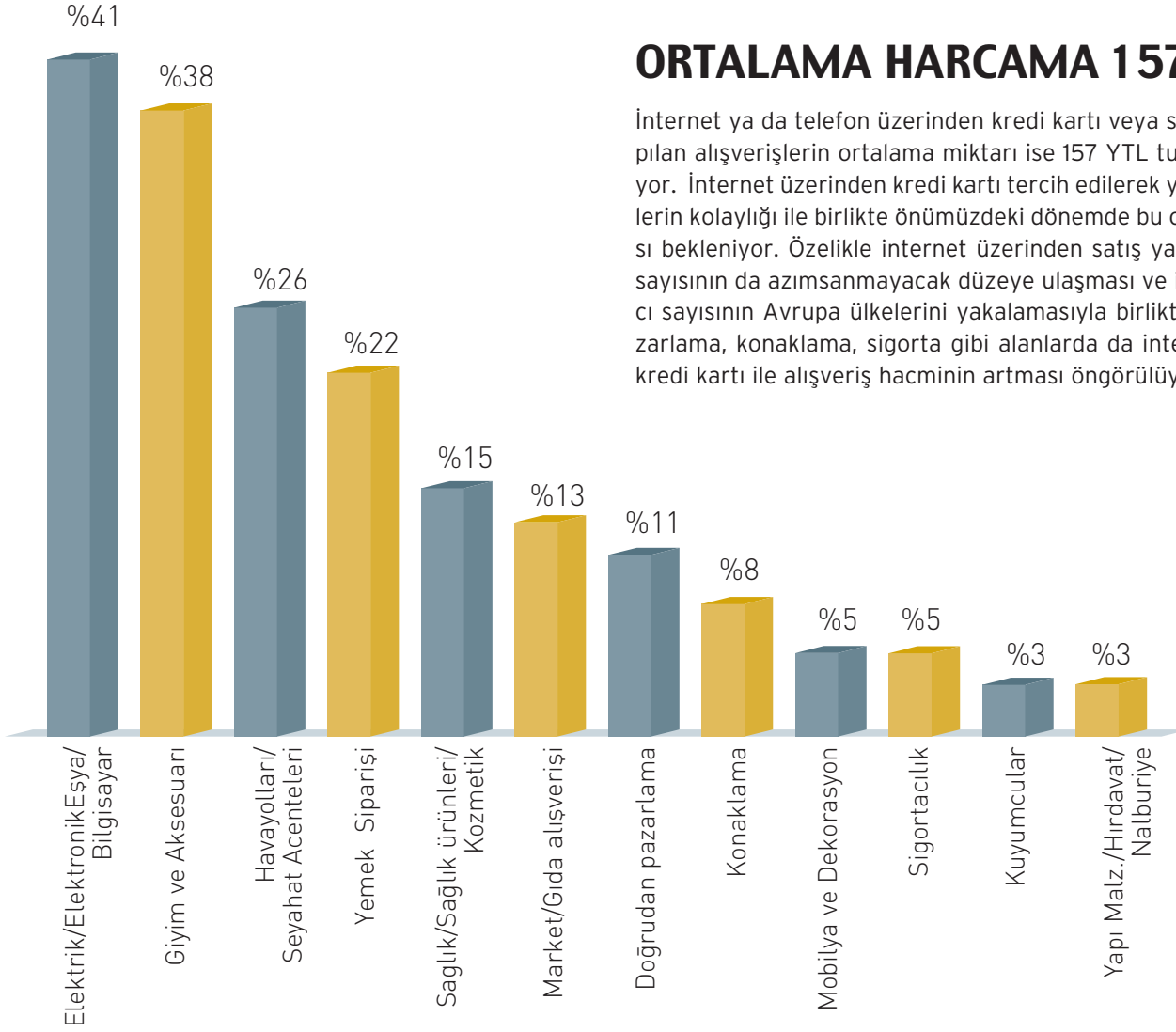


Pek çok konuda olduğu gibi alışverişlerde de zaman ve mekan kısıtlamasını ortadan kaldıran internet, bugün özellikle gençlerin hayatının en önemli olgularından biri sayılsa da Türkiye için henüz çok yeni bir mecra. Türkiye'de internet ile tanışıklığımız, 13 yıllık bir geçmişe dayanıyor. İstatistiklere göre Türkiye nüfusunun yüzde 21'i interneti kullanıyor.

Avrupa ülkelerinde ise nüfusun yüzde 50'sinden fazla internet kullanıcısı var. Ancak Türkiye'de 2000-2007 yılları arasında yüzde 700 gibi yüksek bir artış söz konusu. Haliyle internet üzerinden ya da yaygın deyimle sanal alışveriş de Türkiye'de henüz yeni yeni öğrenilen bir yöntem. Bankalararası Kart Merkezi (BKM) verilerine göre 2007 yılındaki e-ticaret işlemlerinde Türkiye'de yerli ve yabancı kartların yurtiçi kullanımına bakıldığında, toplam 54 milyon 145 bin 804 adet işlem gerçekleştiği görülüyor. Ayrıca 2007'de toplam işlem miktarının ise 5 milyar 537 milyon 170 bin YTL'ye ulaştığı dikkat çekiyor. 2008'in ilk 3 aylık döneminde ulaşılan rakamlar ise geçen yılın aynı dönemine göre yaklaşık 2 kat artış olduğunu gösteriyor.

Bunda, bankaların yaptıkları altyapı çalışmalarıyla bu işe güçlü bir teknoloji ile girmelerinin güvenlik konusundaki endişeleri gidermesi kadar, sanal işyerlerinde de alışverişlerin taksitlendirilmesi imkanı bulunmasının etkili olduğu biliniyor. BKM'nin chip&PIN ile fiziki ortamda sahtecilik ve dolandırıcılık için alınan güvenlik önlemlerinden sonra, e-ticaret güvenliğini de artırıcı bir unsur olarak 3-D uygulaması çalışmalarına başlaması da, bir diğer faktör olarak internet üzerinden alışverişlerin artmasında etkili oluyor.

İNTERNET YA DA TELEFONLA ALIŞVERİŞ YAPILAN SEKTÖRLER



ORTALAMA HARCAMA 157 YTL

İnternet ya da telefon üzerinden kredi kartı veya sanal kart ile yapılan alışverişlerin ortalama miktarı ise 157 YTL tutarında bulunuyor. İnternet üzerinden kredi kartı tercih edilerek yapılan alışverişlerin kolaylığı ile birlikte önümüzdeki dönemde bu oranların artması bekleniyor. Özellikle internet üzerinden satış yapan işyerlerinin sayısının da azımsanmayacak düzeye ulaşması ve internet kullanıcı sayısının Avrupa ülkelerini yakalamasıyla birlikte doğrudan pazarlama, konaklama, sigorta gibi alanlarda da internet üzerinden kredi kartı ile alışveriş hacminin artması öngörüldüğü.

İNTERNETTEN EN ÇOK ELEKTRONİK EŞYA SİPARİŞİ VERİLİYOR

İnternet ya da telefonla yapılan alışverişlerde yüzde 41 ile ilk sırayı elektronik eşya sektörü alıyor. İkinci sırada yer alan sektör ise, giyim ve aksesuar. Kullanıcıların yüzde 38'i harcamalarını bu sektörde yapıyor. Kredi kartlarının bilet ve tatil rezervasyonlarında önemli bir araç olması nedeniyle, bu sektörü yüzde 26'lık bir oranla havayolları ve seyahat acenteleri izliyor. Çalışan kesimin ve öğrencilerin tercih ettiği netten yemek siparişi de giderek artış kaydediyor. İnternet üzerinden yemek siparişi yüzde 22 gibi azımsanmayacak bir düzeye ulaşmış durumda. Bunu yüzde 15 ile sağlık ve sağlık ürünleri, yüzde 13 ile market gıda alışverişleri takip ediyor. İnternet ya da telefonla alışveriş yapılan sektörler arasında kuyumcuların da bulunması, bu yöntemin yaygınlığı açısından özel bir önem taşıyor. Bu kullanıcılar henüz yüzde 3'lük gibi küçük bir kesim olsa da, bu oran sanal alışverişin Türkiye'de giderek daha çok sektörde yapıldığının önemli bir göstergesi.

“Çalışan kesimin ve öğrencilerin tercih ettiği netten yemek siparişi de giderek artış kaydediyor”

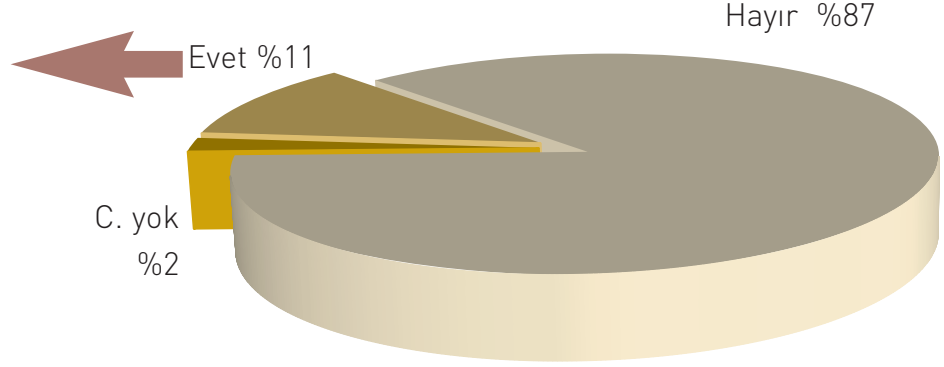
KREDİ KARTI KULLANICILARI TEKNOLOJİDEN NE KADAR YARARLANIYOR?

İnternet üzerinden ya da telefonla alışveriş yapanlar ayda ortalama 2 defa alışveriş yapmaktadır.

İnternet üzerinden ya da telefonla alışveriş yapanlarda A sosyo-ekonomik grubunun oranı diğer gruplara göre daha yüksektir.

En çok tercih edilen ödeme yöntemi Kredi Kartı'dır.

İnternet üzerinden ya da telefonla alışveriş yapıyor musunuz?



İNTERNET VE TELEFONLA ALIŞVERİŞ YÜZDE 11

Türkiye'de internet ya da telefon üzerinden yapılan alışverişlere yönelik yapılan ankette ise alınacak çok yol olduğu dikkat çekiyor. 100 kişiden sadece yüzde 11'i internet ya da telefon üzerinden alışveriş gerçekleştirirken, yüzde 87 gibi bir çoğunluk bu işlemi gerçekleştirmediğini belirtiyor. Yüzde 2'lik bir kesim ise bu işlemler hakkında yorum yapmamayı tercih ediyor.

TERCİH KREDİ KARTINDAN YANA

İnternet üzerinden ya da telefonla alışveriş yapan tüketiciler ise ayda yaklaşık iki kez bu işlemi gerçekleştiriyor. Bu kişiler A sosyo ekonomik grupta yer alırken, bu alışverişlerinde de en çok kredi kartı ile ödeme-yi tercih ediyor. Netten sipariş vermenin kolaylığını yakalayanların yüzde 41'i ise alışverişini yine teknoloji alanında gerçekleştiriyor. Bu tüketiciler elektronik eşya ve bilgisayar alımlarında, öncelikle internetten alışveriş yapmayı uygun buluyor.

“Kartını internette kullananların yüzde 41'i teknolojik ürünler satın alıyor”



GELECEKTE İNTERNETTEN SATIŞ YAPMAYI DÜŞÜNÜYOR MUSUNUZ?

Gelecekte internetten satış yapmayı düşünen sektörler arasında mobilya/yapı malzemeleri sektörünün oranı diğer sektörlerle göre daha yüksek (%29).

Zaten yapıyoruz
%6

Cevap
yok
%3

Evet
%11

Hayır
%80

İnternette satış yapan işyeri artmalı

Tüketiciler için büyük kolaylık olan tek bir tuş ile siparişin, istenilen zamanda, istenilen adrese ulaşması bu işlemleri gerçekleştiren işyerlerinin sayısı ile de artış gösterecek. Ancak yapılan anket 100 işyerinden 80'inin bu işlemi yapmayı düşünmediğini gösteriyor. Yüzde 6 gibi düşük bir kesim ise zaten internet ya da telefon üzerinden satış gerçekleştiriyor. 100 işyerinden 11'inin ise önümüzdeki dönemde internet ya da telefon üzerinden sipariş alabileceğini belirtiyor. Bunların içinde de mobilya ve yapı malzemeleri sektörü yüzde 29 gibi oldukça yüksek bir orana denk geliyor.



hepsiburada.com Genel
Müdürü Kaan Dönmez:

Güvenlik korkusu aşıldı, kartın satışlardaki payı yüzde 90'a ulaştı

İnternet üzerinden alışveriş imkanı veren, en popüler e-ticaret şirketlerinden biri olan hepsiburada.com, bu alandaki gelişmelerden oldukça memnun. Kredi kartı ile yapılan alışverişlerin, toplam ciroları içinde yüzde 90'a ulaştığını belirten hepsiburada.com Genel Müdürü Kaan Dönmez, şirketlerindeki işleyişi ve elde ettikleri sonuçları şöyle açıkladı: "hepsiburada.com olarak yola çıkış amacımız, tüketicinin mal ve hizmete kolay ulaşımını sağlamak ve ürünleri kıyaslayarak doğru fiyat üzerinden satın almasını sağlamaktı.

Başlangıçta tüketicinin bu konuda 'kredi kartı ile alışveriş güvenli mi' şeklinde yaygın bir endişesi vardı. Fakat bugün görüyoruz ki, internet üzerinden yapılan alışverişlerde en çok kullanılan ödeme yöntemi kredi kartı. Bunun en büyük nedeni de kredi kartlarının taksit imkanı sunması. Ayrıca internette bazı standartların getirilmiş olması da önemli bir faktör.

Visa ve MasterCard tarafından yetkili kılınan denetleme şirketi tarafından 3 ayda bir denetleniyoruz. Ancak biz 3 ayda bir denetlenmenin yanı sıra her gün denetlenmeyi tercih eden bir firmayız. Böylece bir açık varsa bunu anında tespit ediyoruz. Böylece hepsiburada.com'dan yapılan alışverişleri, mağazadan yapılan alışverişler kadar güvenli bir hale getirdik."



“İnternet
üzerinden
yapılan
alışverişlerde
en çok
kullanılan
ödeme
yöntemi
kredi
kartı”



Sanal korsanlara karşı en güçlü silah: 3D SECURE

Bankalararası Kart Merkezi (BKM), kredi kartı ile internet üzerinden yapılacak alışverişlerde, hem ticari sitelere, hem de kart kullanıcılarına güvenli bir alışveriş ortamı sağlayacak 3D SECURE uygulaması için gerekli platformu hayata geçirdi.

Chip&PIN uygulaması ile kredi kartı sahtekarlığının önüne geçen Bankalararası Kart Merkezi (BKM), şimdi sanal korsanlara da savaş açtı. Sahtekarlık çetelerinin internet ortamına kayması üzerine 3D Secure uygulamasını devreye sokan BKM, e-ticarette güvenli alışveriş için çok önemli bir platform yarattı. Bugün 1.100'den fazla e-ticaret sitesi 3D Secure kullanıyor.

İnternet ile alışverişlerde en önemli konu, bu işin güvenliğinin nasıl sağlandığı. Diğer ülkelerle karşılaştırıldığında Türkiye'de sanal alışverişin boyutu çok düşük olsa da, yıllar itibarıyla görülen artış sanal korsanların iştahını kabartıyor. Bir de chip&PIN uygulaması ile kredi kartı sahtekarlığının önüne geçilmiş olması, internette alışveriş sitelerini sahtekarlık çetelerinin yeni hedefi haline getirdi. Ancak Bankalararası Kart Merkezi (BKM), bu tespiti çok daha önceden yaparak, uluslararası kart sahtekarlarına karşı ciddi bir güvenlik duvarı oluşturdu. Türkiye'de e-ticaretin gelişimine olanak sağlayacak bir şekilde 3D Secure (3 Boyutlu Güvenlik) uygulamasını devreye sokan BKM, sahtekarlarla mücadelede önemli bir adım attı.

1.100 işyerini aştı

3D Secure uygulamasının hayata geçmiş olması, internette alışverişin güvenilirliğini artırırken, BKM kart sahiplerine "Güvenliğinden emin olmadığınız sitelerden alışveriş yapmayın" uyarısı yapıyor. Bu noktadan sonra kart kullanıcılarının mutlaka 3D Secure uygulamasını bulunduran siteleri tercih etmeleri önemli bir unsur. 3D Secure uygulaması halen Türkiye'nin önde gelen 1.100'ü aşkın e-ticaret sitesi tarafından kullanılıyor. Uygulama giderek de yaygınlaşıyor. Visa ve MasterCard'ın geliştirdiği bu "güvenli sanal alışveriş" yöntemi, hem kart sahipleri hem de üye işyerlerini sahtekarlıklara karşı güvence altına alıyor.

3D Secure nedir

Uluslararası kart sahtekarlarının Türkiye'ye girişine engel olan bu sistemin nasıl işlediğine bakarsak, işin temelinde "kart sahibinin onayı olmadan bir işlemin gerçekleştirilemeyeceği" kuralı var. 3D Secure, kart sahibi ile e-ticaret işyerinin işlem sırasında birbirlerine doğrulayabilmeleri üzerine kurulmuş bir güvenlik uygulaması. 3D Secure sisteminde, sanal ödeme işlemi gerçekleşirken, banka tarafından kart sahibine sadece kendisinin bildiği ödeme şifresi soruluyor ve kart sahibinin kimliği doğrulanıyor. Böylece yetkisiz kişilerin kartlarını internet ortamında kullanması engelleniyor.

Sistem Nasıl İşliyor?

- Kart sahibi, kartını internet bankacılığı kanalıyla bankasına kaydettirir. Kartına bağlı bir şifre ve bir güvenlik soru-cevabı tanımlar.
- Kart sahibi, sisteme uyumlu sanal işyerinde alışverişini yapar ve ödeme bölümüne geçer.
- Kart sahibinin karşısına, bankası tarafından, işlem şifresini ve kişisel güvenlik mesajını soran bir pop-up ekran açılır.
- Kart sahibi şifresini girerek işleme devam eder. Şifre, banka tarafından doğrulanınca işlem tamamlanır.

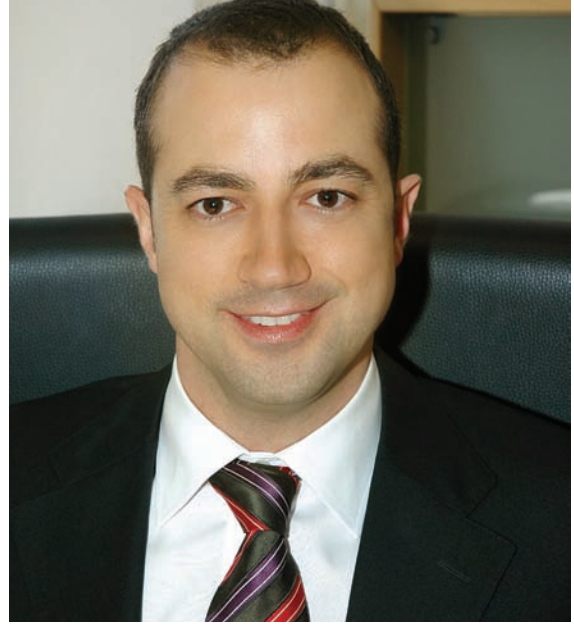


Turkcell Genel Müdür Yardımcısı Cenk Serdar: Kartlı ödeme sistemleri ve bankacılıkta mobil çözümler

Teknolojideki gelişmelerle birlikte kartlı ödeme sistemlerindeki gelişimi nasıl değerlendiriyorsunuz? (İnternet, vb.) Kredi ve banka kartı kullanımı sektörünüzü nasıl etkiledi?

Bilişim ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeye paralel olarak cep telefonu başta olmak üzere mobil cihazlar farklı işlevler kazanıyor. Uygun altyapıyla desteklendiğinde artık her türlü veri transferi cep telefonlarıyla yapılabiliyor. Multimedya uygulamaları ve internet erişiminin cep telefonlarının standart işlevleri haline geldiği günümüzde, ödemeler ve birçok bankacılık işlemi de artık cep telefonları aracılığıyla yapılabiliyor. Turkcell olarak vizyonumuz; iletişim ve teknoloji çözümleriyle hayatı kolaylaştırmak ve zenginleştirmek. İnovasyona yaptığımız yatırım sayesinde, çalışanlarımız ve iş ortaklarımızdan oluşan ekosistemimiz, en yeni ürün ve servisleri hayata geçirmemizi sağlıyor. Turkcell olarak finans ve bankacılık alanında da dünyada öncü uygulamalara imza attık.

Bunlardan ilki, kanunen ıslak imza gerektiren işlemlerin cep telefonu ile yapılmasını sağlayan "Turkcell Mobil İmza". SIM kart üzerin-



deki ek güvenlik özellikleriyle ATM'lerden nakit çekme, elektronik işlemlerde tek bir şifreyle kimlik onayı, e-Belediye ve e-Devlet hizmetlerinden yararlanma, bankaların internet şubelerinde nakit kredi başvurusu yapma ve işlemleri uzaktan sonuçlandırma gibi olanaklar sunan bu uygulama aynı zamanda dünyada bir ilk olma özelliğini taşıyor. Turkcell ve Bankalararası Kart Merkezi (BKM) işbirliğiyle "Turkcell Mobil İmza" bankacılık ve kamu işlemlerinden sonra dünyada ilk kez, kredi kartıyla yapılacak internet alışverişlerine de kolaylık ve güvenlik kattı. BKM'yle uyumlu çalışarak dünyadaki öncü bir uygulamayı hayata geçirmekten dolayı çok mutluyuz. Turkcell Mobil İmza müşterileri bu sayede, başka bir şifre almaya gerek olmadan, kredi kartları ve Turkcell Mobil İmza'ları ile internetten alışveriş yapabiliyorlar.

Finansal alanda yaptığımız diğer bir öncü uygulama da Turkcell Mobil Cüzdan. Tüketicinin her an, herhangi bir yerde, para ya da kart kullanmadan, cep telefonu ile en güvenli biçimde ödeme yapmasını sağlayan "Turkcell Mobil Cüzdan" servisini başlatarak bu alanda bir ilke imza attık. Mobil ödeme ve temassız bankacılıkta yeni bir devrin başlangıcı olması beklenen projenin yapılması için Dünya GSM Birliği (GSMA) tarafından bu projede Türkiye'yi Turkcell temsil ediyor. Pilot uygulamanın sonuçlarının, birliğin dünya çapında gerçekleştirdiği Mobil Ödeme çalışmasına da katkıda bulunarak, bu konudaki standartları belirlemesine katkıda bulunacağız.





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.



BANKALARARASI
KART MERKEZİ