

KART MONİTÖR 2017

KART KULLANIM ALIŞKANLIKLARI ARAŞTIRMASI



troy®

Bu araştırma TROY'un desteğiyle hazırlanmıştır.

ÖNSÖZ

TÜRKİYE ÖDEME TEKNOLOJİLERİNİN DİJİTAL ÇAĞINA YÖN VERECEK



Ödeme teknolojileri, tüm dünyayı etkisi altına alan dijital dönüşüm çağına en hızlı uyum sağlayan sektörlerin başında geliyor. 2008'den bu yana yayınladığımız Kart Monitör Araştırması ilk günden bugüne incelendiğinde çok çarpıcı bir gerçeği ortaya koyuyor. Ülkemizde her yıl ödemelerde nakit kullanım oranı düşerken başta kredi kartı olmak üzere yenilikçi ödeme yöntemlerinin kullanım oranı hızla artıyor. Bu sonuçlar bize gösteriyor ki ödemelerin dijital dönüşümü ve bunun nihai sonucu olan “nakitsiz ödemeler toplumu” birçok ülke için henüz hayalken, ülkemiz için artık sağlam bir ekosistemin desteklediği, ulaşılabilir ve somut bir hedef haline gelmiş durumda.

“Nakitsiz ödemeler toplumu”na dönüşümün öncüleri arasında yer alan Bankalararası Kart Merkezi, geliştirdiği platformlar ve yaptığı çalışmalarla, bu kıymetli ekosistemin daha da büyümesi ve verimli hale gelmesi için faaliyetlerini sürdürüyor.

Ülke ekonomimiz açısından çok önemli adımlardan olan kayıtdışı ekonominin ortadan kalkması, finansal verimliliğin artması, yeni ödeme teknolojilerine kapı açacak olan finansal teknoloji girişimlerinin (FinTech) gelişmesi, finansal okuryazarlığın artması, ülkemizde henüz bir banka hesabına sahip olmayan 20 milyon kişiye finansal ürün ve hizmetlerin ulaştırılması bu ekosistemin odaklandığı alanların başında geliyor.

2017, tüm bu alanlar açısından çok önemli gelişmelere sahne oldu. Türkiye'nin bankasız nüfusuna yerli değerleri sahiplenerek erişen yeni ödeme yöntemi ve markamız TROY, cüzdanlara girdi.

Türkiye'nin Ödeme Yöntemi TROY'un desteğiyle hazırlanan BKM Kart Monitör Araştırması'nın da ortaya koyduğu üzere, Türkiye'nin bu gelişmelerle yön verdiği ödeme sistemlerinin dijital dönüşüm süreci 2018'de de devam edecek, Türkiye ödeme teknolojilerinde dünyaya ilham vermeyi sürdürecektir.

Araştırmada emeği geçen tüm iş ortaklarımıza bu vesileyle teşekkür ediyorum.

Dr. Soner Canko

Bankalararası Kart Merkezi Genel Müdürü

İÇİNDEKİLER

Önsöz: Türkiye Ödeme Teknolojilerinin Dijital Çağına Yön Verecek	2
Metodoloji	4
Kredi Kartı Araştırması	5
10 kişiden 7'sinin ödeme tercihi kredi kartı	6
Kredi kartıyla yaptığımız alışveriş oranı geçmişe göre artıyor	6
Ortalama 1.4 kredi kartına sahibiz, limitin %42'sini kullanıyoruz	7
Ayda ortalama 7 kez elimiz kredi kartına gidiyor	7
“Kaç taksit olsun?” sorusunu seviyoruz	8
Marka farkındalığımız yüksek	9
Geleceğimiz daha fazla mobil ödeme	11
Temassızla ödeme hızında sınırları aşıyoruz	11
Tehditlere karşı bilincimiz gelişiyor	12
3D Secure özelliği alışkanlığımız oluyor	12
Çoğumuz kredi kartı borcumuzun tamamını öduyoruz	13
Asgari ödeme tutarı “sürpriz” değil	14
Kredi kartı almayı düşünenlerin sayısı artıyor	15
İnternette en çok giyim ürünleri ve aksesuar alıyoruz	18
E-ticaretin lider ödeme yöntemi kredi kartı	19
Banka Kartı Araştırması	21
Banka kartının işlev yolculuğu: Maaş kartından ödeme aracına	22
Üye İşyeri Araştırması	29
Üye işyeri ortalama iki bankayla çalışıyor	30
Üye işyerlerinin banka tercihi “güven”	30
Üye işyeri bankanın kredi kartından da yararlanıyor	30
Müşteri memnuniyetinin yolu ödemede kart kabulünden geçiyor	31
İşyerleri “temassız”dan memnun	32
İşyerleri e-ticarette fiziksel mağazaların birlikte var olacağı görüşünde	33
Sanal İşyeri Araştırması	36
Müşteriler en çok ürün iade kolaylığına bakıyor	37
Firmalar en çok hangi ödeme yöntemini kabul ediyor?	37
3D Secure işyerlerinin de güvencesi	38
Tüketiciler e-ticarette neyi önemsiyor?	38
Sanal işyerlerinin %29'u fiziksel mağaza açmayı düşünüyor	39
Sosyal medya satışları artacak	39
Kartlı Ödemelerde Genel Trendler	40
Omnichannel'da gidecek yolumuz var	41
Tüketicinin mobil cüzdanda aradığı, ödeme kolaylığı	41
Türkiye'nin akıllı telefon sahiplik oranı yüksek	42
Görüşmeciler gelecekte kripto para kullanım alanlarının artacağını düşünüyor	42

Üyelerinden topladığı bilgilerle sektörel gelişim konusunda düzenli olarak bilgi paylaşımında bulunmaya önem veren Bankalararası Kart Merkezi için İpsos tarafından gerçekleştirilen bu çalışma ile üyelerinden gelen bilgilerin yanı sıra tüketicilerin güncel davranışlarının daha iyi anlaşılabilmesi amaçlanmıştır. Bu sayede ödemeler ekosisteminin dinamikleri ve gelişim alanları daha iyi tespit edilerek, daha odaklı bir iyileşme sağlanabilecektir.

Araştırma kapsamında:

- Kredi kartı kullanıcıları ve kredi kartı kullanmayan kişilerin kredi kartı kullanım alışkanlıkları ve bu kartlara sahip olmayanların davranış ve tutumları,
- Banka kartı sahibi olup kartını alışverişlerde kullanan, banka kartı olan ancak kartını alışverişlerde kullanmayan ve banka kartı olup kartını hiçbir şekilde kullanmayan kişiler ile banka kartı kullanım alışkanlıkları, davranış ve tutumları,
- POS cihazı kullanan ve kullanmayan işyerleri ile banka tercihleri, beklentileri,
- Sanal POS cihazı kullanan işyerleri ile banka tercihleri ve beklentileri analiz edilmiştir.

Kredi kartı ve banka kartı raporu için yapılan araştırma, 26 ilde 18 yaş ve üzeri örneklem ile Türkiye'yi temsil eden yaş ve gelir oranlarına göre tasarlanmıştır. Örneklem büyüklüğü olarak “Kredi kartı kullanım alışkanlıkları raporu”nda 1252 kişi ile, “Banka kartı kullanım alışkanlıkları raporu”nda ise 840 kişi ile görüşülmüştür.

Kredi ve banka kartı raporu için gidilen iller: Adana, Ankara, Antalya, Aydın, Balıkesir, Bursa, Denizli, Diyarbakır, Erzurum, Eskişehir, Gaziantep, Hatay, Mersin, İstanbul, İzmir, Kayseri, Kocaeli, Konya, Malatya, Manisa, Muğla, Sakarya, Samsun, Tekirdağ, Trabzon, Zonguldak.

POS cihazı tercihleri raporu için yapılan araştırma, 14 ilde 19 farklı sektörden 401 üye işyeri ve 201 POS cihazı kullanmayan işyeri ile gerçekleştirilmiştir.

POS cihazı tercihleri raporu için gidilen iller: Adana, Ankara, Antalya, Aydın, Bursa, Erzurum, Gaziantep, İstanbul, İzmir, Kayseri, Kocaeli, Samsun, Tekirdağ, Trabzon.

Sanal POS cihazı tercihleri raporu için yapılan araştırma ise 11 farklı sektörden 58 e-ticaret firması olan işyeri ile tamamlanmıştır.

2 Kasım 2017 – 8 Aralık 2017 tarihleri arasında gerçekleştirilen çalışma, kotalı bir örnekleme CAPI (Bilgisayar destekli yüz yüze görüşmeler) yöntemiyle yapılmıştır.

KREDİ KARTI ARAŞTIRMASI



10 kişiden 7'sinin ödeme tercihi kredi kartı

Kredi kartı kullanan bireyler arasında yapılan kredi kartı araştırmasına göre kredi kartı, Türkiye'de ödeme anlayışının dijital dönüşümünde en etkili ödeme yöntemlerinin başında geliyor. Türkiye'nin başta taksitli ödemeler olmak üzere tüm dünyada yön verdiği kredi kartlı ödeme yönteminin gelişimi, 2015'ten günümüze çarpıcı bir seyir izliyor.

Kart Monitör araştırmasının verilerine göre 2015 yılında "Alışveriş yaparken en çok tercih ettiğiniz ödeme yöntemi nedir?" sorusuna %61 oranla kredi kartı yanıtı verilirken, 2017 yılında bu oran %68'e yükselmiş bulunuyor.

Kredi kartı tercihindeki bu yükseliş, nakit para kullanımının azalışıyla da paralellik içeriyor. 2015'te alışveriş yaparken en çok tercih edilen ödeme yöntemi olarak nakit parayı görenlerin oranı %35'ken, 2017'de bu oran %27'ye düşmüş durumda.

Alışveriş yaparken en çok tercih edilen ödeme yöntemi



Kredi kartıyla yaptığımız alışveriş oranı geçmişe göre artıyor

"Bozuk yok mu?" Bir alışverişin ardından kasanın önünde, belki de birkaç saniyelik bir telaş, yere dökülen bozuk paraların şingirtısı gibi gelişmeleri doğuran bu soruyu son dönemlerde giderek azalan bir şekilde duyduğumuzu fark ettiniz mi?

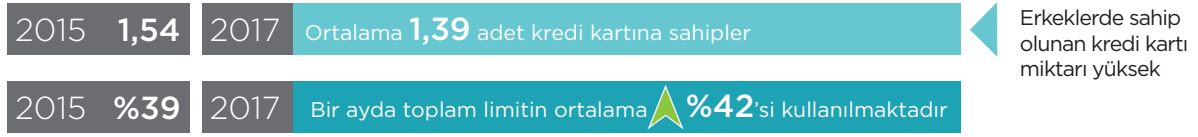
Kart Monitör araştırmasının ortaya koyduğu önemli bulgulardan biri bu farkındalığın kaynağına dair fikirler veriyor. Kredi kartı sahiplerinin %92'si gibi çok yüksek bir çoğunluğu, alışverişlerinde kredi kartı kullandığını söylüyor. Geriye kalan %8'lik dilim ise kredi kartını yalnızca acil durumlarda kullandığını belirtiyor. "Neredeyse tüm alışverişlerimi kredi kartıyla yapıyorum" diyenlerin oranıysa 2015'ten 2017'ye 17 puan artmış bulunuyor.



Ortalama 1.4 kredi kartına sahibiz, limitin %42'sini kullanıyoruz

Kimisinin bir, kimisinin birkaç kredi kartı var. 2017'de 1032 adet kart kullanıcısı arasında yapılan araştırmanın sonucu, ortalama 1.4 kredi kartına sahip olduğumuzu gösteriyor. Araştırma, esas kredi kartına bağlı ek kart çıkartan kart sahibi oranının ise son iki yılda yaklaşık iki katına çıktığını ortaya koyuyor.

Limit Bilgisi



Sahip olunan kartlara bağlı bulunan ek kartlar



Ayda ortalama 7 kez elimiz kredi kartına gidiyor

En sevdiğiniz restoranda yemek yedikten ya da alışverişinizi tamamladıktan sonra, sıra hesabınızı ödemeye geliyor. Bu noktada ayda eliniz kartınıza kaç defa gidiyor?

Araştırma bu sorunun da yanıtını veriyor. Türkiye'de kredi kartı sahipleri, kartlarını ayda ortalama yedi kez kullanıyor ve yine ortalama 819 TL'lik kredi kartı harcaması yapıyor.



“Kaç taksit olsun?” sorusunu seviyoruz

Kredi kartlarını seviyoruz ama sevme sebeplerimiz çok çeşitli. Bir kredi kartını tercih ederken farklı kriterleri göz önünde bulunduruyoruz. Bu kriterler arasında; yaygınlığı, harcadıkça puan kazandırması, taksitlendirme imkânı ve uygun faiz oranları sunması bulunuyor. Kredi kartı sahiplerinin “En sık kullandığınız kredi kartının en çok beğendiğiniz özelliği hangisi?” sorusuna verdiği yanıtların aslan payını %19’la “Taksitlendirme yapılması” alıyor. Taksitlendirmeyi %6’sar oranla “Her yerde geçmesi” ve “Faiz oranlarının düşük/iyi olması” takip ediyor.

Taksitlendirme yapılması kredi kartının en çok beğenilen özelliği

En sık kullanılan kredi kartının en çok beğenilen özellikleri	İlk sırada söylenenler	(n: 1032)
★ Taksitlendirme yapılması	%19	
★ Her yerde geçmesi / Bütün mağazalarda geçmesi	%6	
★ Faiz oranlarının düşük / iyi olması	%6	
★ Güvenle kullanılması / Güvenilir olması	%5	
★ Puan kazandırması / Harcadıkça kazandırması	%4	
★ Alışverişlerde avantaj sağlaması / Fırsatlar sağlaması	%4	

Kart aidatının olması ve faiz oranlarının yüksek olması düşük bir oranda da olsa kredi kartı ile yaşanan sorunlar arasında

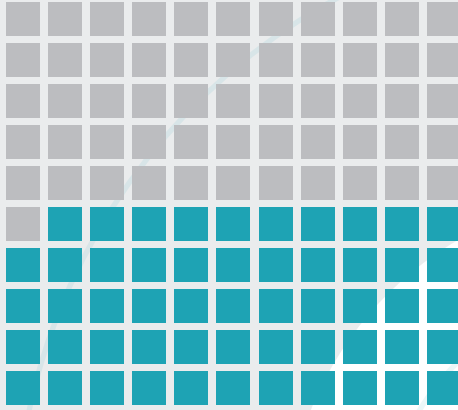
Kredi kartı ile yaşanan en önemli sorunlar	İlk sırada söylenenler	(n: 1032)
Yaşadığım herhangi bir sorun yok	%48	
Faiz oranlarının yüksek olması	%8	
Aidat ödemesinin olması / Kart aidatı alınması	%5	

Kredi kartlarının en çok kullanılan 3 özelliği “taksitlendirme”, “indirim olanağı” ve “puan biriktirme özelliği”

	Kredi kartının taksitlendirme özelliği	Kredi kartı harcamalarınızda indirim olanakları	Kredi kartı harcamalarınızdan puan biriktirme özelliği	Hediye çekilişi ve benzeri gibi promosyonlar sunması	Kredi kartı harcamalarınızdan mil/seyahat puanı biriktirme özelliği	Kredi kartları ile nakit avans çekebilme	Kredi kartları ile taksitli avans çekebilme	Kredi kartlarının alışveriş özelliği sunması	Kredi kartlarının özel asistans hizmetleri
Kullanıyorum	82%	80%	79%	61%	52%	44%	42%	37%	34%
Sürekli kullanıyorum	39%	32%	31%	23%	19%	13%	14%	13%	11%
Zaman zaman kullanıyorum	43%	48%	47%	38%	33%	31%	27%	23%	23%
Kullanmıyorum	17%	18%	19%	33%	40%	53%	56%	53%	53%

(n: 1032)

Marka farkındalığımız yüksek



%49

Cebimdeki kartta
hangi markanın logosu
olduğunu biliyorum

VISA

%57

MASTERCARD

%47

TROY

%11

TÜRKİYE’NİN ÖDEME YÖNTEMİ TROY



2016 yılında hayata geçen Türkiye'nin Ödeme Yöntemi TROY ile birlikte Türkiye kartlı ödemeler sektöründe yeni bir dönem başladı.

troy
Türkiye'nin Ödeme Yöntemi®

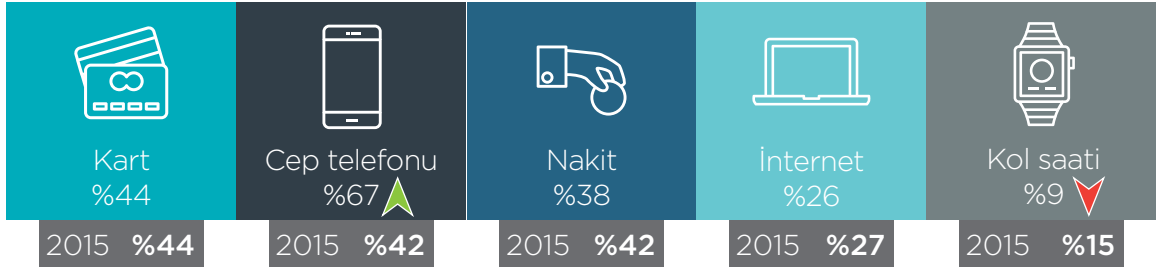
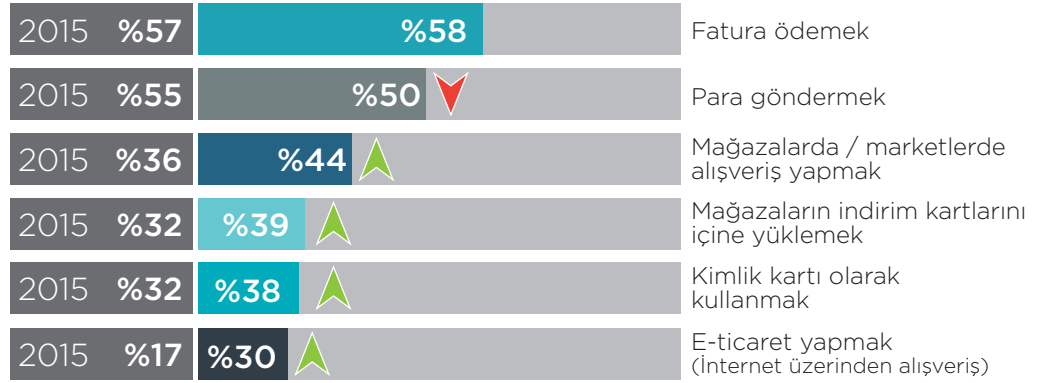
Geleceğimiz daha fazla mobil ödeme

POS makinesi, e-ticaret siteleri, cep telefonu uygulaması ve daha pek çok seçenek... Kredi kartını kullandığımız alanların sayısı, gelişen teknoloji ve değişen müşteri talepleriyle her geçen gün artıyor, türleri çeşitleniyor.

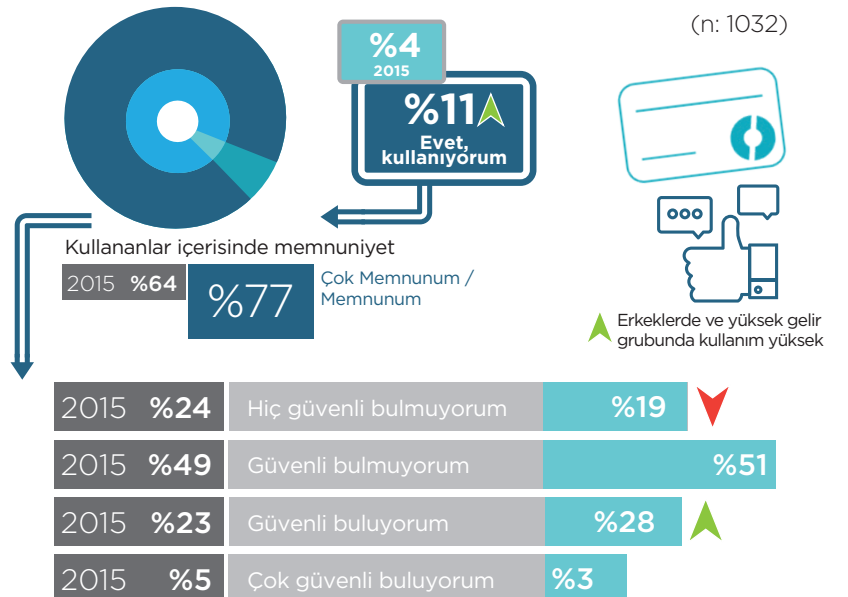
Araştırma sonuçlarında ise bir ödeme aracı, hepsinin önünde yer alıyor: mobil. 2015'te "Gelecekte ödemenizi hangi araçla yapmak istersiniz?" sorusuna "Cep telefonu" yanıtını verenlerin oranı %42'yken, 2017'de bu oran %67'ye gelmiş bulunuyor. Akıllı saatler ise popülerliğini 2015'e göre yitirmiş gibi gözüküyor.

Gelecekte ödemelerin yapılmak istendiği araç

(n: 1032)

Cep telefonu ile
yapılmak
istenenlerKredi kartını toplu taşımada
kullanmak ister misiniz?%42
EvetTemassızla ödeme hızında
sınırları aşıyoruz

Mikro ödemelerde kredi kartı şifresi girme zahmetini ortadan kaldıran, kredi kartını elden ele dolaştırma alışkanlığına son veren, saniyeler içerisinde "onaylandı" yazısını görmemizi sağlayan "Temassız Ödeme" teknolojisini Türkiye çok sevdi. Temassız ödemenin güvensiz olduğuna dair şehir efsaneleri giderek azaldı ve bu teknolojiye yönelik güven arttı. Son iki yılda temassız kullanan kart sahiplerinin oranı yaklaşık 3 katına çıkarken, temassızdan memnun kalanların oranı da %64'ten %77'ye yükseldi.

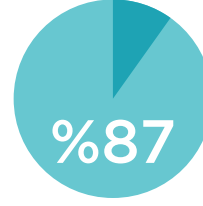


(n: 1032)

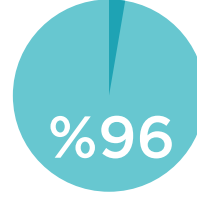
Tehditlere karşı bilincimiz geliyor

“Kendisini polis, jandarma ya da yargı görevlisi olarak tanıtanlara asla kişisel bilgilerinizi ve kredi kartı şifrenizi vermeyin.” Bu ve buna benzer mesajları artık daha sık görüyor, eski dolandırıcılık girişimlerini artık “yemiyoruz”. Bunda hiç kuşkusuz düzenleyici nitelikteki bağımsız kuruluşların yaptığı bilinçlendirme çalışmalarının rolü büyük.

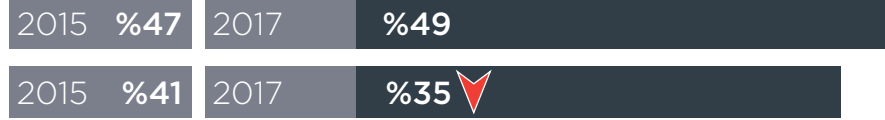
Artık her iki kişiden biri, tüm kartları için farklı bir şifre kullanıyor. 2015’le karşılaştırıldığında günümüzde daha yüksek oranda kart sahibi şifrelerini kimseyle paylaşmadığını belirtiyor.



Şifremi oluştururken doğum tarihi, spor kulüplerinin kuruluş yılları gibi bilgileri kullanmıyorum



ATM’de işlem yaparken 3. kişilerden yardım almıyorum



Bütün kartlarım için farklı şifre kullanıyorum

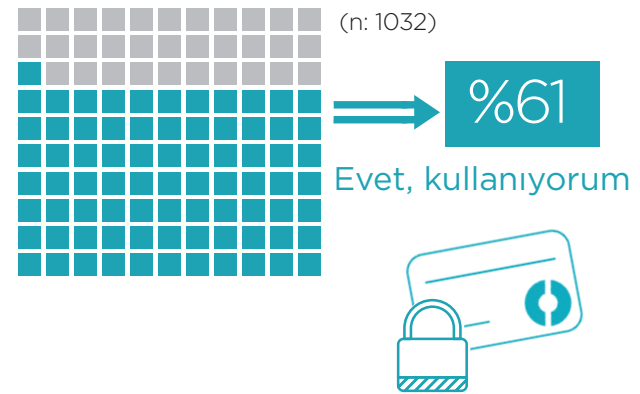
Bütün kartlarım için aynı şifreyi kullanıyorum

Şifrenizi başkalarıyla paylaşıyor musunuz? (n: 1032)

	2015	2017
Hayır, kimseyle paylaşmıyorum	%72	%81
Evet, en yakın çevremle (ailem, yakın arkadaşlarım) paylaşıyorum	%21	%13
Evet, herhangi biriyle paylaşabilirim	%7	%6

3D Secure özelliği alışkanlığımız oluyor

Online alışverişlerde güvenlik kredi kartı sahipleri için çok önemli bir kriter. Ödeme adımını ek bir güvenlik katmanıyla koruma altına alan 3D Secure teknolojisi her geçen yıl daha fazla kullanıcı tarafından tercih ediliyor. Araştırmanın sonuçlarına göre her beş kişiden üçü (%61), 3D Secure güvenli ödeme sistemini tercih ediyor. 3D Secure, kredi kart sahiplerinin, internetten alışveriş yapacakları site tercihini de etkiliyor. Alışveriş yapılan sitede 3D Secure Güvenlik Sistemi bulunmamasının tercihini olumsuz yönde etkileyen kart sahiplerinin oranı %48’e ulaşmış bulunuyor.

3D Secure Güvenli Ödeme Sistemi**Neden 3D Secure kullanmıyorsunuz?**

Tam olarak ne olduğunu bilmiyorum	%51
Güvenli / güvenilir bulmadığım için	%25
Gerek / ihtiyaç duymadığım için	%19

Alışveriş yapılan sitede 3D Secure Güvenlik Sistemi bulunmamasının e-ticaret kullanımına etkisi

Olumsuz etkiler	%48
Etkilemez	%39
Olumlu etkiler	%12

Çoğumuz kredi kartı borcumuzun tamamını ödüyoruz

Hesap kesim tarihi hepimiz için farklı. O ay yaptığımız harcama miktarını ve ödeyeceğimiz miktarı öğrendiğimiz bu tarihte önümüzde birkaç seçenek yer alıyor. Borcumuzun tamamını ödemek ya da bir kısmını ödeyerek kredi kartını bir finansman yöntemi olarak kullanmak.

Ülkemizdeki kart sahiplerinin yarısından fazlası (%62) kredi kartı borçlarının tamamını ödediğini belirtiyor. Ödemeyen kesim ise kredilendirme yaparak, kredi kartlarını uygun fiyatlı bir finansman aracı olarak kullandıklarını söylüyor.

Tüm kredi kartlarımın borcunun tamamını ödüyorum



Kartlarımın bazısının borçlarını kredilendirmeyi tercih ediyorum



(n: 1032)

Kredi kartı ve banka kartı	2017	
Ekstremi hiç kontrol etmem	%4	
Ekstremi seyrek olarak kontrol ederim	%15	
Ekstremi bazen kontrol ederim	%29	▲
Ekstremi çoğunlukla kontrol ederim	%29	
Ekstremi mutlaka kontrol ederim	%23	▼

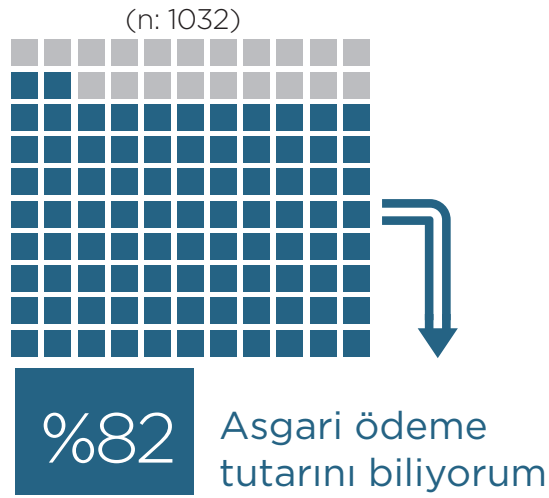
}%96 ekstresini kontrol ediyor

(n: 1032)

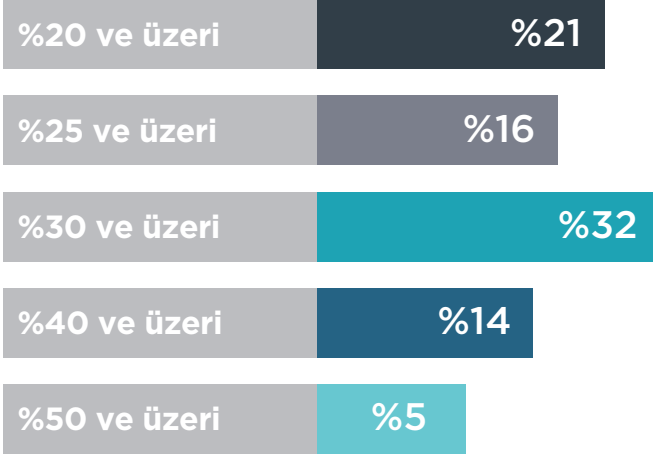
Kart borcunun tamamını ödememe nedenleri	2017
Kredilendirme yapmayı daha avantajlı buluyorum	%44
Aylık elime geçen nakitin hepsini borçlarıma yatırmak istemiyorum	%32
Aylık elime geçen nakit ile ancak borçlarımdan bir kısmını ödeyebiliyorum	%20
Kart borcumu ödemeyi untabiliyorum	%4

Asgari ödeme tutarı “sürpriz” değil

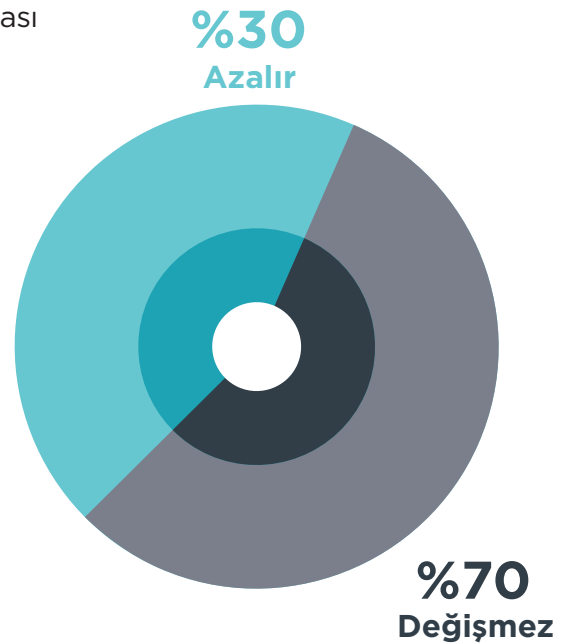
Kredi kartı ekstre döneminde kredi kart sahiplerinin hesaplarında “asgari ödeme tutarı” önemli bir yer tutuyor. Araştırmaya katılan her beş kredi kartı sahibinden dördü, asgari ödeme tutarının tanımını bildiğini belirtiyor. Düşünülen asgari ödeme sorulduğunda ise katılımcıların yarıya yakını doğru oranı belirtmiş bulunuyor. Borcunu kredilendirenlerin büyük kısmının, asgari ödeme tutarının artması durumunda harcamalarını azaltacağı anlaşıyor. Bu soruya yanıt veren kredi kartı sahiplerinin %70'i, asgari ödeme tutarının aylık alışveriş harcamasına herhangi bir etkisi olmadığını belirtiyor.



Düşünülen Asgari Ödeme Tutarı (n: 897)



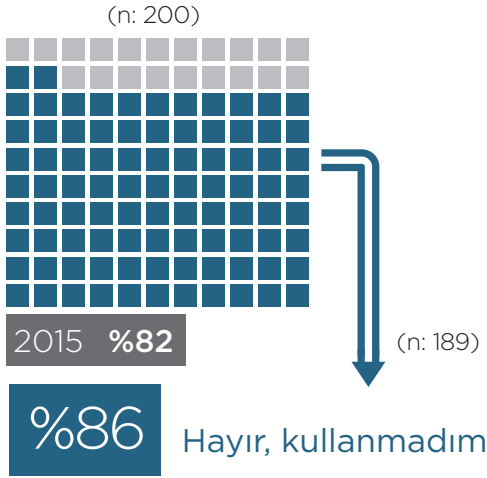
Kredi kartlarının aylık asgari ödeme oranının artırılması aylık ortalama alışveriş tutarınızı nasıl etkiler?



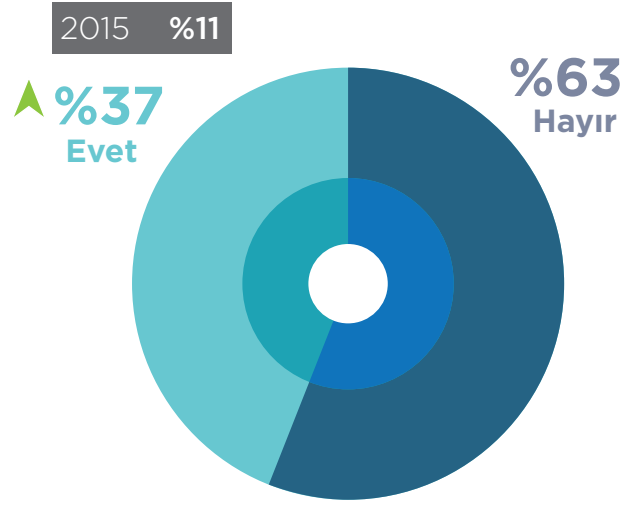
Kredi kartı almayı düşünenlerin sayısı artıyor

Türkiye’de bir banka hesabı ya da kredi kartı bulunmayan 20 milyonu aşkın tüketici bulunuyor. Kredi kartı almayı düşünen tüketicilerin sayıdaysa 2015’e kıyasla ciddi bir artış var. 2015’te kredi kartı almayı düşünen kartsızların oranı %11’ken, 2017’de bu oran %37’ye yükselmiş bulunuyor.

Daha önce kendinize ait bir kredi kartı kullandınız mı?

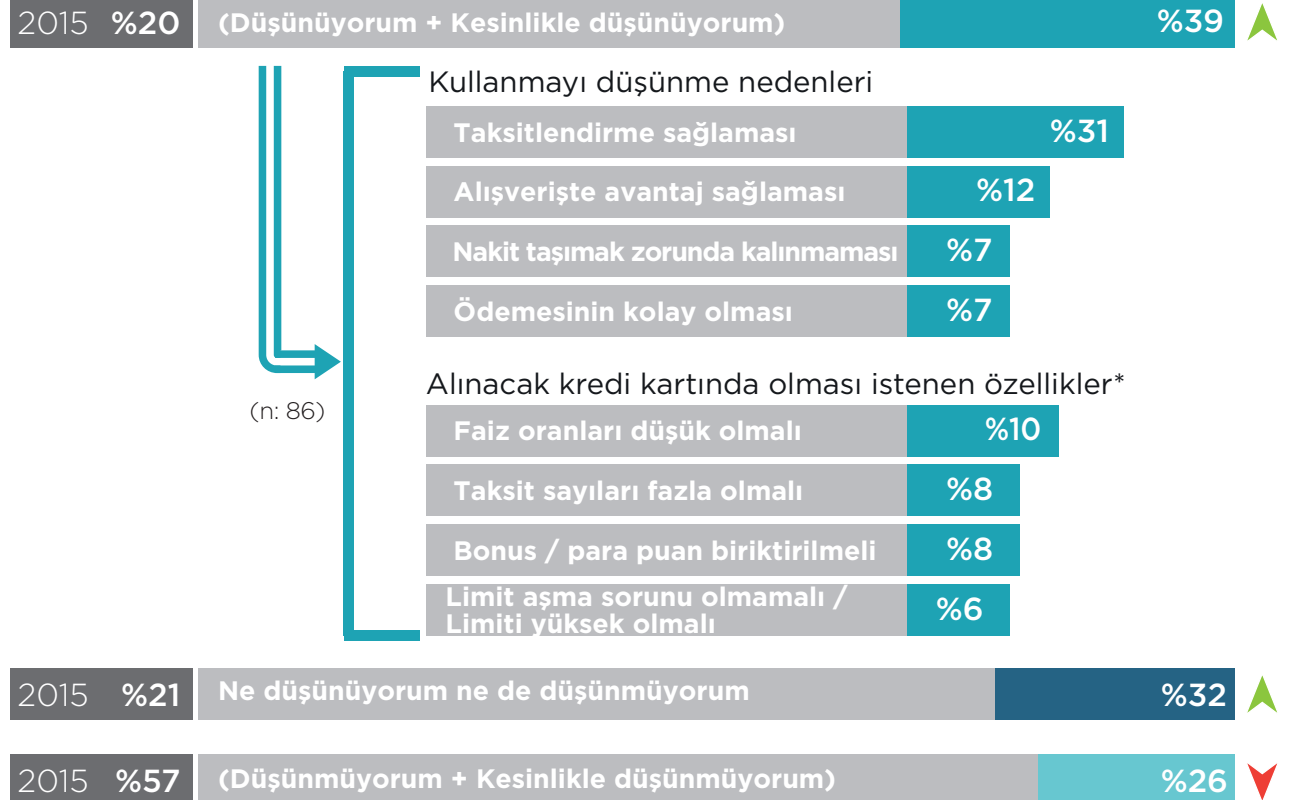


Daha önce kredi kartı almayı hiç düşündünüz mü? (n: 189)



Bundan sonra kredi kartı kullanmayı düşünüyor musunuz?

(n: 220)



TROY HER ZAMAN VE HER YERDE SİZİNLE!



TROY logolu kartların sayısı tam 1,9 milyona ulaştı. Bugün TROY, Türkiye'deki 2,4 milyon POS, 49 bin ATM ve tüm e-ticaret sitelerinde kullanılabiliyor. **Sektörün yüzde 100'ü TROY üyesi!**

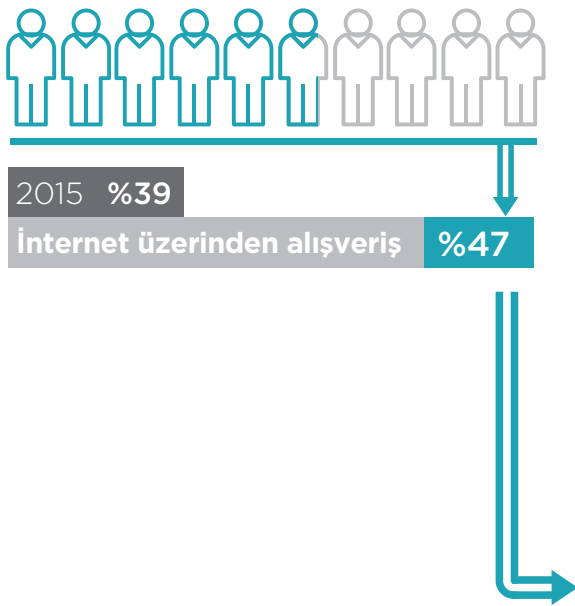
troy
Türkiye'nin Ödeme Yöntemi®

İnternet alışverişlerinde ana kriterimiz “uygun fiyat”

Türkiye’de her gün milyonlarca alışveriş işlemi internetten gerçekleşiyor. Kredi kartı kullanan internet kullanıcılarının %47’si internet üzerinden alışveriş yaptıklarını belirtiyor. Alışveriş yapmaya başlamada en etkili neden %81’le “uygun fiyat” olurken, alışveriş yapmama nedenlerinde üst sırada %32 ile “güvenmeme” yanıtı yer alıyor.

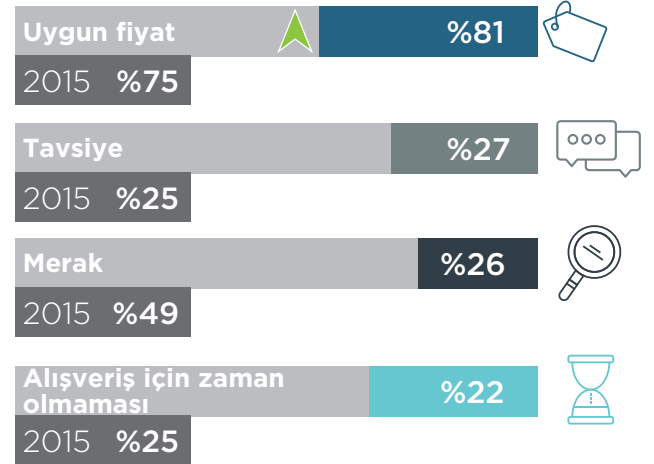
Kredi Kartı Kullananlar

İnternet Kullanıcıları Arasında (n: 877)

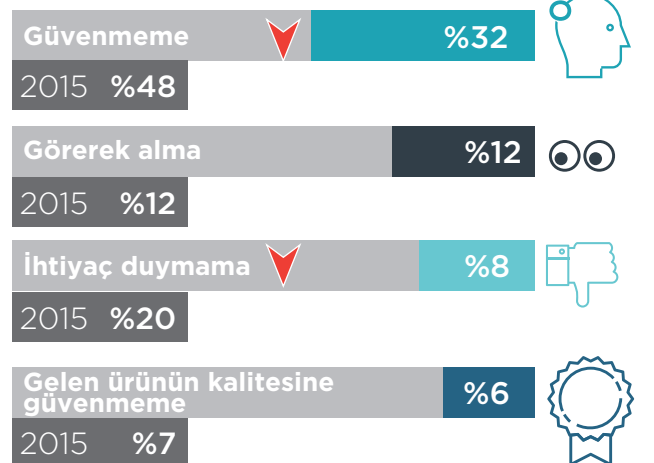


Kredi kartı kullananlarda

Alışveriş yapmaya başlamada etkili olan nedenler



Alışveriş yapmama nedenleri



Kredi Kartı Kullanmayanlar

İnternet Kullanıcıları Arasında (no:192)



Kredi kartı kullananlar ve kullanmayanlar ile internet alışverişini yapıp yapmama nedenleri arasında anlamlı bir fark ise bulunmamaktadır.

İnternette en çok giyim ürünleri ve aksesuar alıyoruz

Ayakkabıdan bluza, uçak biletinden kırtasiye malzemesine kadar her şeyi internette alabiliyoruz. Hıza, ödeme kolaylığına, istediğimiz ürünün ayağımıza kadar gelmesine öyle alıştık ki, alternatif bir gelecek hayal edemiyoruz. Kredi kartı kullanıcıları arasında internette alışveriş yapma sıklığı ayda ortalama 2,1'e yükselmiş durumda. 2015'te bu sayının 1,5 olduğu düşünüldüğünde, internette alışveriş yapma alışkanlığının ne kadar büyük bir hızla arttığı anlaşılabilir. Önceleri kabine girip aynada kendimize bakmadan karar vermediğimiz giyim ve aksesuar alışverişleri ise internetin cazip şartları altında online dünyaya taşınmış durumda. Kredi kartı sahiplerinin %32'si internette giyim ürünleri ve aksesuar satın aldıklarını söylerken, bu kategorileri %14'le yemek siparişi, %10'la market, elektronik ve gıda, %8'le havayolu/seyahat harcamaları takip ediyor.

Kredi Kartı Kullananlar

İnternet Kullanıcıları Arasında (n: 877)



İnternet üzerinden alışveriş %47

Ortalama internette alışveriş sıklığı (ayda)



Kredi Kartı Kullanmayanlar

İnternet Kullanıcıları Arasında (no:192)



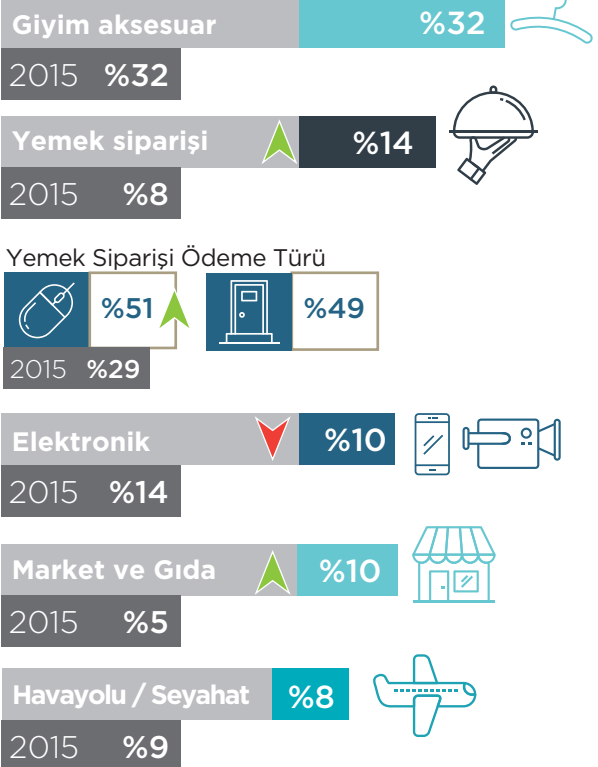
İnternet üzerinden alışveriş %18

Ortalama internette alışveriş sıklığı (ayda)



Kredi kartı kullananlarda

İnternette en çok alışveriş yapılan kategoriler



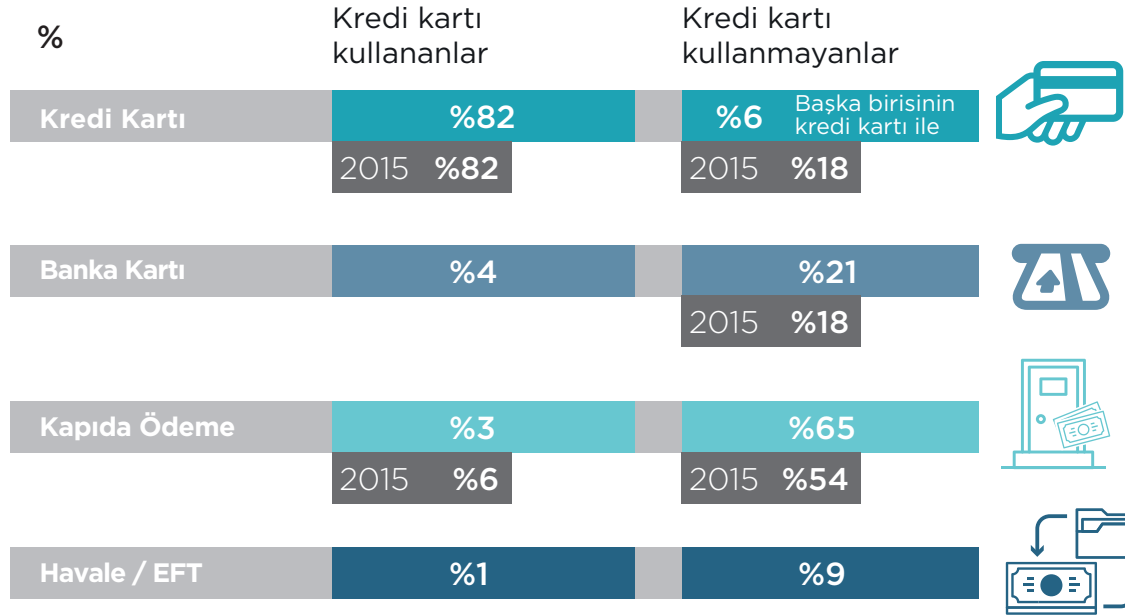
Kredi kartı kullananlar ve kullanmayanlar ile internet alışverişini yapıp yapmama nedenleri arasında anlamlı bir fark ise bulunmamaktadır.

E-ticaretin lider ödeme yöntemi kredi kartı

E-ticaret, hayatımıza birçok kolaylığı getirdi. Ödeme yöntemlerinin çeşitliliği de bunlardan biri. Kredi kartı, kapıda ödeme, banka kartıyla ödeme, EFT/havale gibi yöntemlerden kendi alışkanlıklarına en uygununu seçen tüketiciler, sektörde hız ve kolaylık sınırlarının da zorlanmasını teşvik etti.

Kredi kartı kullanıcılarının internetten alışveriş yaparken en çok tercih ettiği yöntem ise kredi kartı. Araştırmaya katılanların %82'si internet alışverişlerinde en çok kredi kartı kullandıklarını söylerken, banka kartı %4'le ikinci sırada yer alıyor. İnternetten yaptığımız alışverişlerin aylık ortalama tutarlarında ise son iki yılda ciddi bir artış görülüyor. 2015'te 148 TL olan bu tutar, 2017'de 163 TL'ye ulaşmış durumda.

İnternetten alışveriş yaparken en çok tercih edilen ödeme yöntemleri (n: 445)



İnternetten aylık ortalama alışveriş tutarı

163 TL ▲	125 TL
2015 148 TL	2015 112 TL

Kredi Kartı Kullananlar
Online Alışverişlerde Kredi Kartı
Kullanmama Nedenleri
(n: 73)

2015 %59

%49

**ALİŞVERİŞİN GÜVENSİZ
OLDUĞUNU DÜŞÜNME**

TROY'DAN TÜRKİYE SINIRLARINI AŞAN ADIM!



TROY; 185 ülkede, 26 milyonun üzerinde alışveriş noktasında ve 1,1 milyonun üzerinde ATM'de geçerli global bir ödeme kuruluşu olan Discover ile işbirliği yaptı ve tüm dünyada geçerli hale geldi.

troy
Türkiye'nin Ödeme Yöntemi®

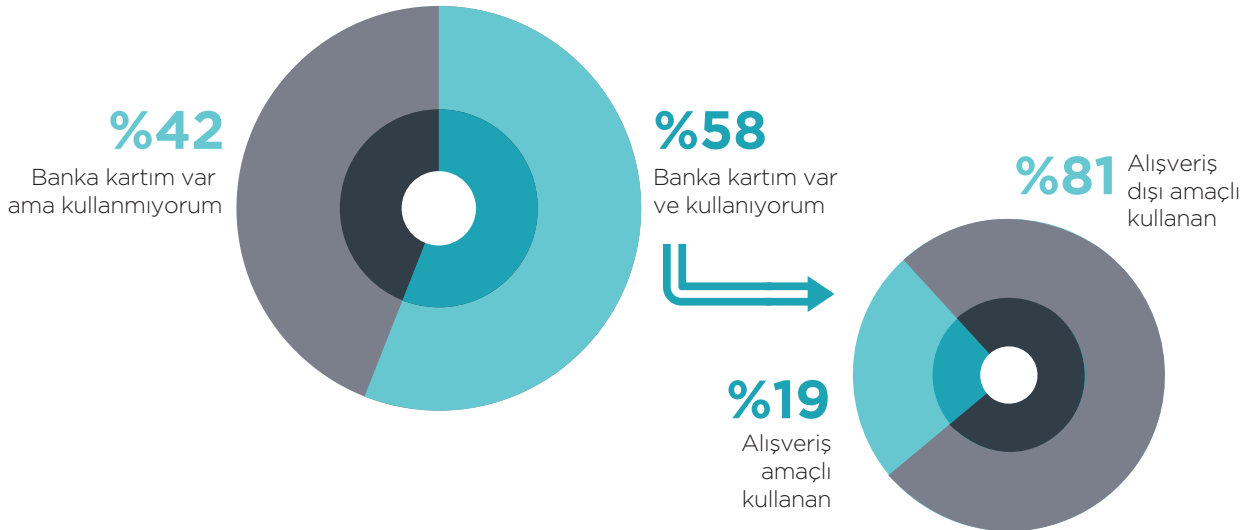
BANKA KARTI ARAşTIRMASI



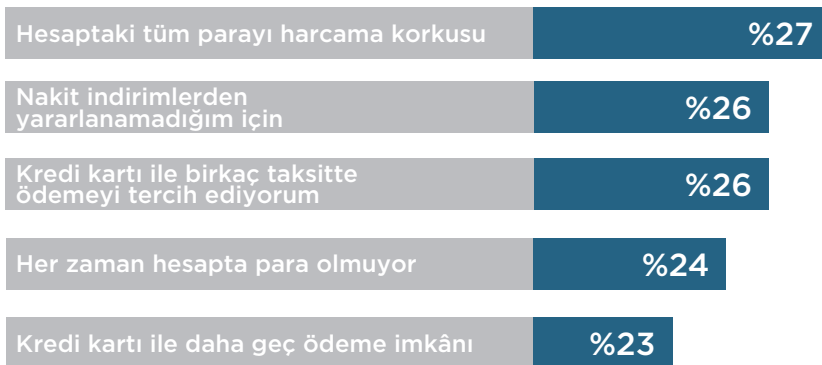
Banka kartının işlev yolculuğu: Maaş kartından ödeme aracına

ATM kartı ya da maaş kartı olarak tanıdığımız banka kartları, artık yerleşik algılarını yitiriyor, birer ödeme aracı olarak daha fazla tercih ediliyorlar. Kredi kartının avantajlarını sahiplenen tüketicilere, hesabındaki para kadar harcama yapmak isteyen tüketici kesiminin de dâhil olmasıyla birlikte kartlı ödemeler dünyasında banka kartının da ağırlığı artmaya başladı. Araştırmada bir banka kartına sahip olduğunu ve onu kullandığını söyleyenlerin oranı %58 olarak ölçülürken, bu kesimin %19'u banka kartını alışveriş amaçlı olarak kullandığını belirtiyor. Banka kartını alışverişlerinde kullanmayanların gerekçelerinde ise kredi kartının taksit ve puan gibi avantajları göze çarpıyor. "Kredi kartı ile taksit kullanarak ödemeyi tercih ediyorum" diyenlerin oranı 2015'te %6'yken, 2017'de bu oran %26'ya yükselmiş bulunuyor.

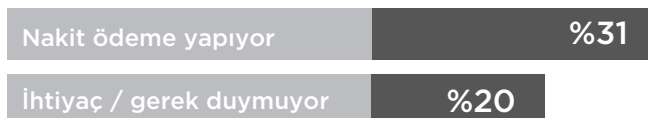
Banka kartı kullanım oranları (%) (n: 840)



Alışveriş amaçlı kullanmama nedenleri



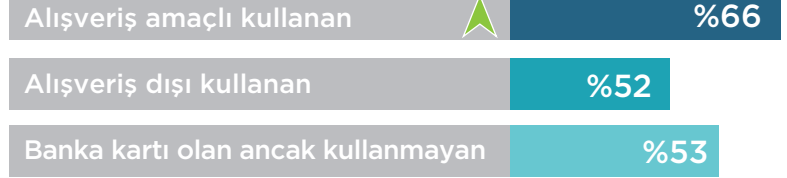
Banka kartı sahibi olup kullanmayanların



Banka kartının nakite göre avantajları (n: 840)

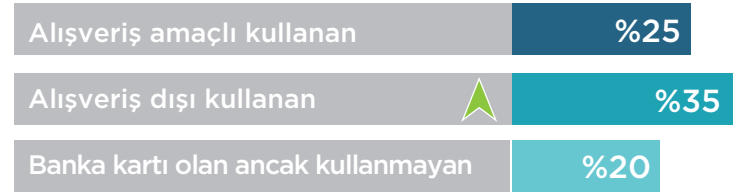
Banka kartlarını alışveriş amaçlı kullanan kişiler en büyük avantajın kolaylık (rahat taşıma) olduğunu düşünüyor.

Kolaylık (rahat taşıma)



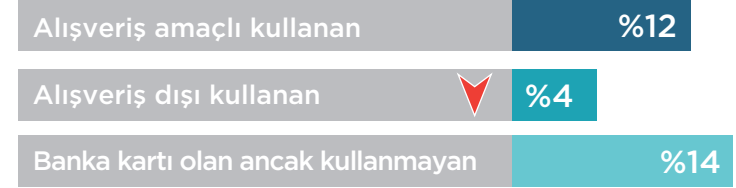
Banka kartı olup sadece alışveriş dışı amaçlarla kullanan kişiler banka kartının çok yüksek miktarda parayı risksiz bir şekilde taşıyabilme açısından nakite göre avantajlı olduğunu diğer gruplara göre daha çok düşünüyor.

Çok yüksek miktarda parayı risksiz bir şekilde taşıyabilme



Banka kartı olup sadece alışveriş dışı amaçlarla kullanan kişiler diğer iki gruba göre bozuk para taşımamanın önemli bir avantaj olmadığını düşünüyor.

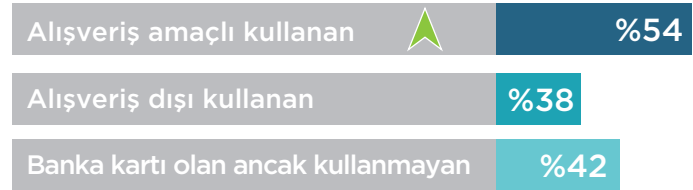
Bozuk para üstü taşımak zorunda kalmam



Banka kartının nakite göre dezavantajları (n: 840)

Banka kartlarını alışveriş amaçlı kullanan kişiler, kart kullanımının nakit ödemeye göre en büyük dezavantajının "Daha çok harcamaya neden olma" olduğunu daha fazla vurguluyor.

Daha fazla harcamaya neden olabilir

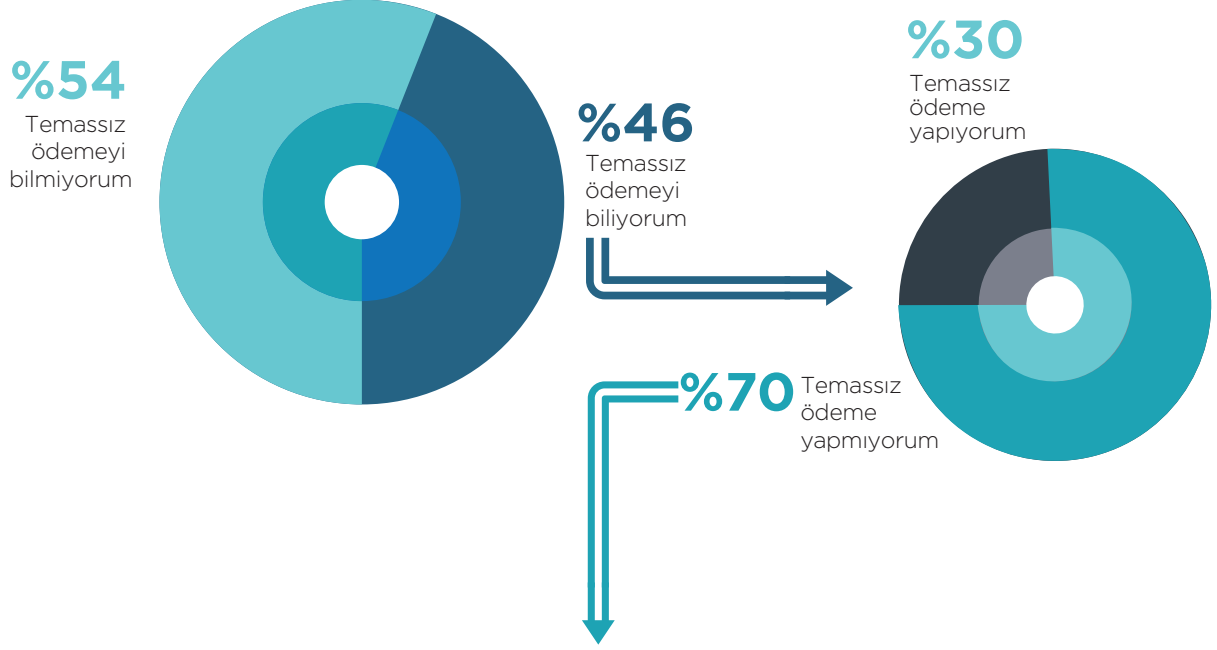


Banka kartı olup sadece alışveriş dışı amaçlarla kullanan kişiler banka kartıyla şifre girerken etraftan şifrenin görülmesi riskinden dolayı nakiti daha avantajlı görüyor.

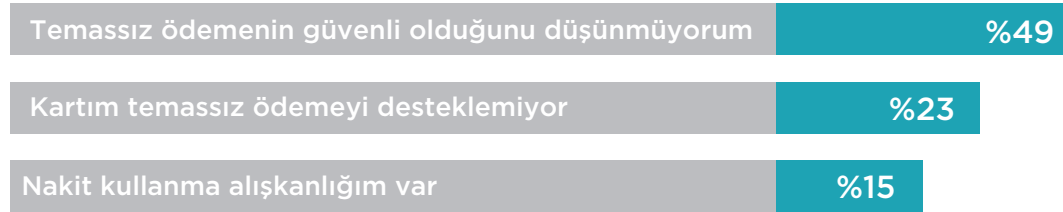
Şifreyi girerken etraftan şifrenin görülmesi büyük risk taşıyor



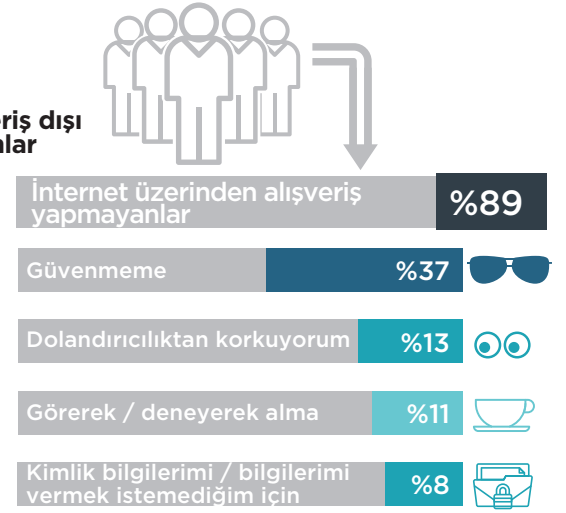
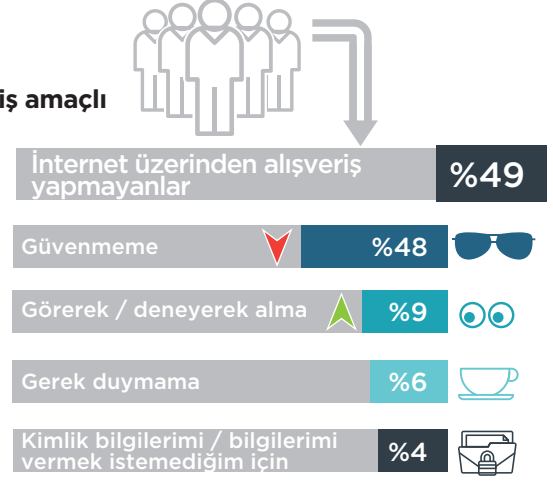
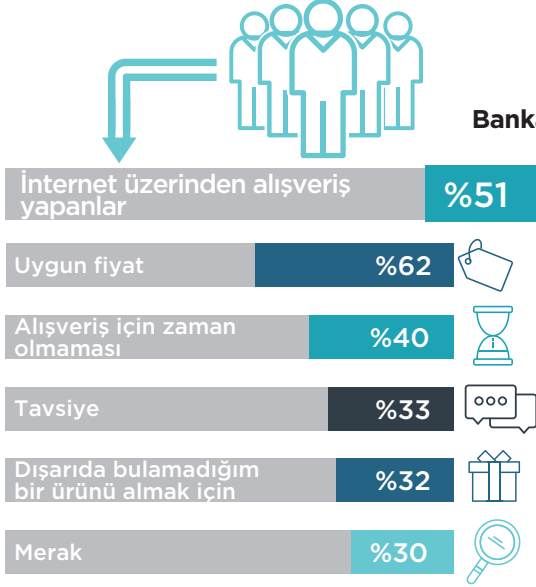
Görüşmecilerin neredeyse yarısı temassız ödemeyi biliyor (n: 840)



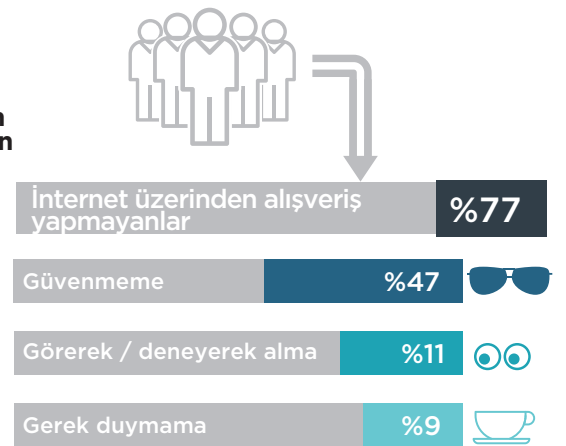
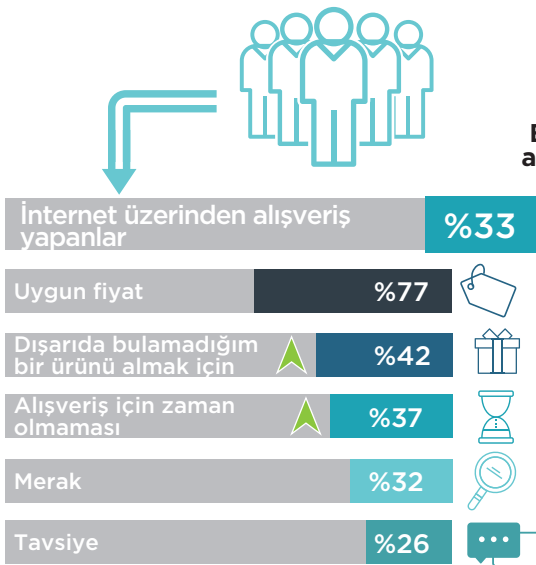
Banka kartından temassız ödeme gerçekleştirmeme nedenleri



İnternette alışverişin en önemli nedeni uygun fiyatlı ürünlerin bulunması. Bariyer olarak ise güven duymama ön planda. Bununla birlikte internet alışverişlerinde güvensizlik bariyeri 2015'e göre düşüyor.



%58 internet alışverişine güvenmiyor, hiçbir şahsi bilgisini internete koymak istemiyor.



Alışveriş amaçlı banka kartı kullanan kişilerde geçen döneme göre internetten alışveriş sıklığı artmıştır. Alışverişlerde giyim ve aksesuar en çok alınan ürün kategorileri. İnternette verilen yemek siparişlerinde ödemeler benzer oranda internet üzerinden ve kapıda yapılıyor.

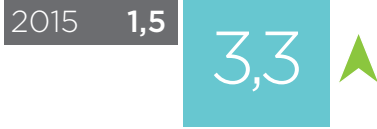
Alışveriş amaçlı kullanan (n: 310)

İnternet Kullanıcıları Arasında



İnternet üzerinden alışveriş %51

Ortalama internetten alışveriş sıklığı (ayda)



İnternette en çok alışveriş yapılan kategoriler

Giyim aksesuar %46



Yemek siparişi %13



Yemek Siparişi Ödeme Türü



Havayolu / Seyahat %13



Elektronik %7



Kitap / DVD / VCD %4



Banka kartı olan ama kullanmayan (n: 301)



İnternet üzerinden alışveriş %33

Ortalama internetten alışveriş sıklığı (ayda)



Giyim aksesuar %52



Elektronik %13



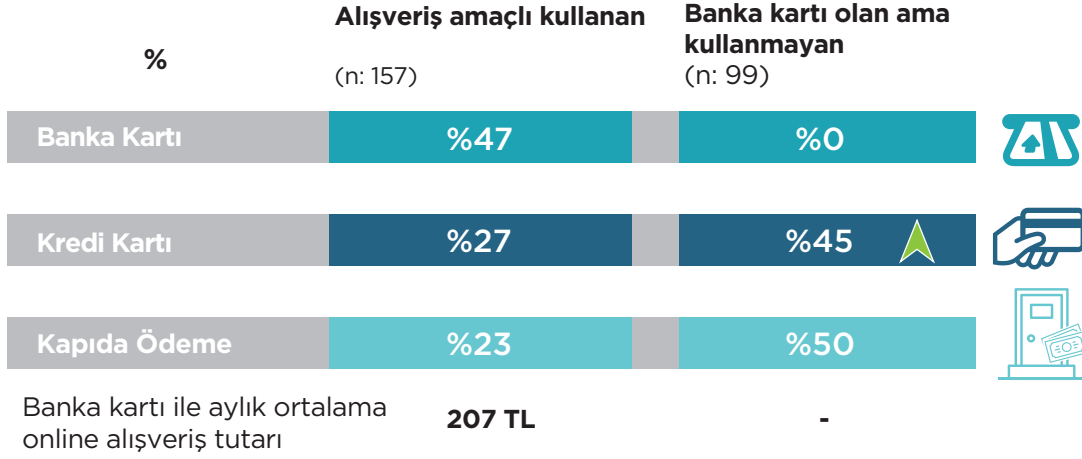
Yemek siparişi %10



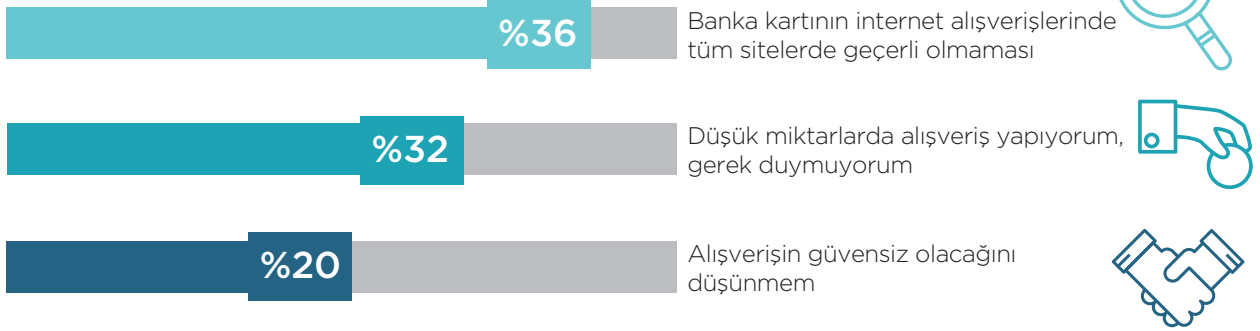
Havayolu / Seyahat %5



Banka kartı kullanmayan kişiler daha çok kapıda ödeme seçeneği ile online alışveriş yapıyor. Online alışverişlerde banka kartı kullanmayanların ana nedeni, banka kartının internet alışverişlerinde tüm sitelerde geçerli olmaması.



Online alışverişlerde banka kartı kullanmama nedenleri



TROY'DAN YEPYENİ BİR ÇÖZÜM: MOBİL TEMASSIZ ÖDEME



TROY, Ocak 2018'de yepyeni çözümü Mobil Temassız Ödeme teknolojisini tanıttı. Devreye alınan bu teknoloji sayesinde TROY, kullanıcılarına cep telefonu aracılığıyla temassız, hızlı ve güvenli ödeme imkânını sunuyor.

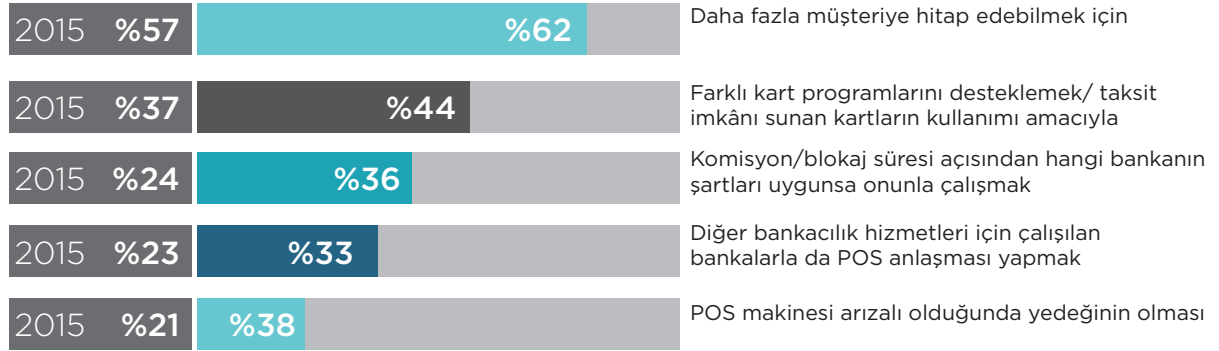
ÜYE İŞYERİ ARAŞTIRMASI



Üye işyerleri ortalama iki bankayla çalışıyor

İşyerleri ödemenin dijital dönüşüm çağına ayak uyduruyor. Üye işyerleri zorlu rekabette farklılaşmak için ortalama iki bankayla çalışıyor. Bu kararın arkasında yatan sebeplerde en yüksek payı %62 ile “Daha fazla müşteriye hitap edebilmek için” yanıtı alıyor. Bu oran 2015’e kıyasla %5’lik bir artışı da ifade ediyor. Diğer gerekçeler “Farklı kart programlarını desteklemek” (%44) ve “Komisyon/blokaj süresi uygunluğu” (%36) olarak sıralanıyor.

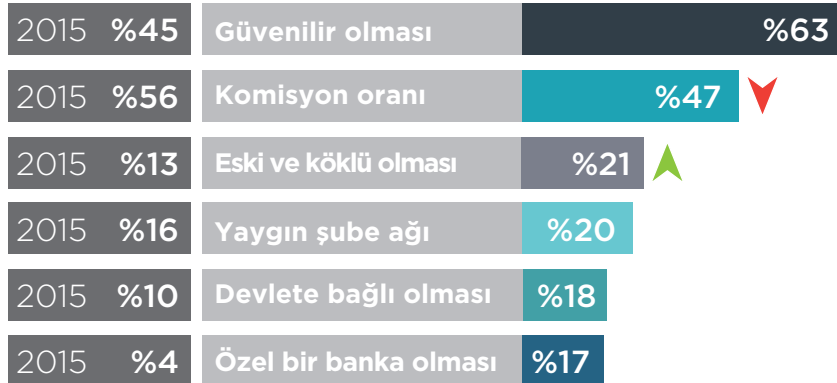
Birden fazla bankayla üye işyeri anlaşması yapma nedenleri (n:192)



Üye işyerlerinin banka tercihi “güven”

Her üye işyeri, dijital dönüşüm çağında bankalarını seçerken belirli kriterleri ön planda tutuyor. Güvenilirlik %63 ile ilk sırada yer alırken, komisyon oranı %47 ile ikinci, eski ve köklü bir kuruluş olması ise %21 ile üçüncü sırada yer alıyor. Son iki yılda yaşanan gelişime bakıldığında en çarpıcı değişiklik, tercih edilen bankanın köklülüğüne atfedilen önemin artmış olması. 2015’te %13 olan bu oran 2017’de %21’e yükselmiş durumda.

Üye işyeri anlaşması yapılacak banka seçilirken etkili olan faktörler* (n: 401)



Üye işyeri bankanın kredi kartından da yararlanıyor

Üye işyerleri bankalarla anlaşırken POS dışında farklı banka ürün ve hizmetlerinden de yararlanıyorlar. Bu ürün ve hizmetlerden kredi kartı %53’le ilk sırada yer alırken, kredi kartını %43’le EFT, %39’la havale ve %21’le vadesiz hesaplar takip ediyor.

Üye işyeri anlaşması yapılan bankaların, POS'ları dışında yararlanılan ürün ve hizmetleri (n: 401)

2015	%30	Kredi kartı	%53	▲
2015	%16	EFT	%43	▲
2015	%22	Havale gönderme	%39	▲
2015	%17	Vadesiz hesaplar	%21	
2015	%10	Vadeli hesaplar	%20	▲
2015	%17	Tüketici kredisi	%17	

Müşteri memnuniyetinin yolu kart kabulünden geçiyor

Kredi kartı ya da banka kartı ile satış yapma nedenlerini açıklayan üye işyerlerinin %44'ü, müşteri memnuniyetini en önemli gerekçe olarak gösterirken, %14'ü kredi ve banka kartlarının pratik ve hızlı yönlerini öne çıkarıyor.

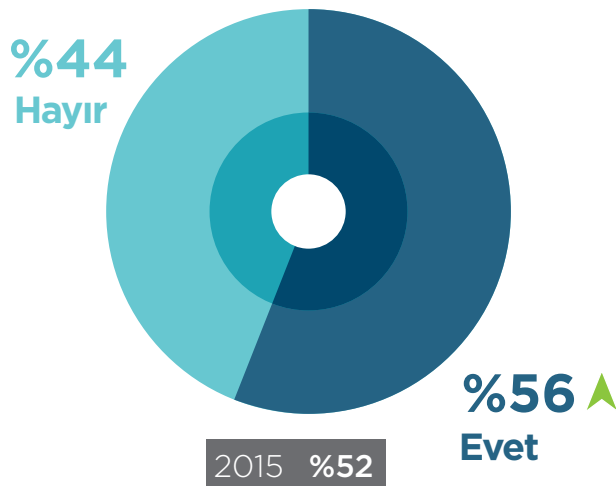
Kredi kartı veya banka kartı ile satış yapmayı tercih etme sebepleri (n: 401)

%44	Müşteri memnuniyetinin olması
%14	Pratik / hızlı olması
%11	Bozuk para sorununun olmaması

Araştırmaya katılan üye işyerlerinin yaklaşık yarısı nakit ödemede indirim yaptıklarını belirtiyor.

Bu üye işyerlerinin %25'i ise bu durumun kurallara uygun olmadığını bildikleri halde bu indirimi sağladıklarını belirtiyor. Kredi kartı ya da banka kartı ile satış yapmanın en önemli gerekçesiye müşteri memnuniyetini sağlamak.

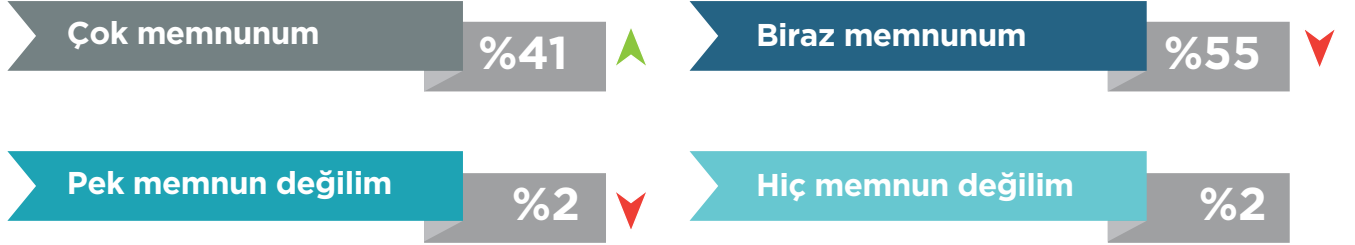
Nakit ödemede indirim yapıyor musunuz?



Nakit alımlara kıyasla kredi kartlı alışverişlerde müşteriye daha yüksek fiyat vermenin kurallara uygun olmadığını ve bu nedenle işyerinizin bankanızla anlaşmasının iptal edilip, başka bir banka ile de bir süre çalışmanızın engelleneceğini biliyor muydunuz?

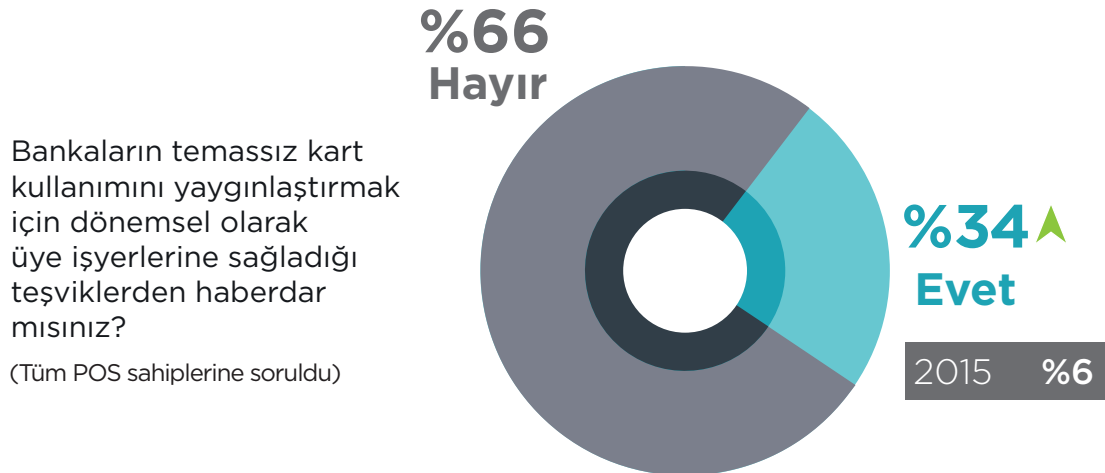
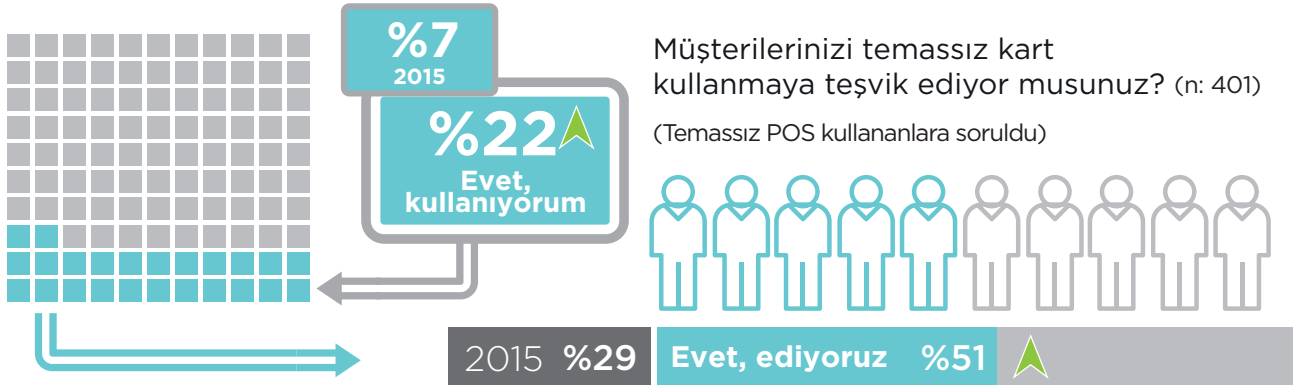
%25 EVET	2015 %13
%50 HAYIR	2015 %83

Bankaların kredi kartlarına yönelik olarak sundukları
bilgilendirme hizmetlerinden memnun musunuz? (n: 401)



İşyerleri “temassız”dan memnun

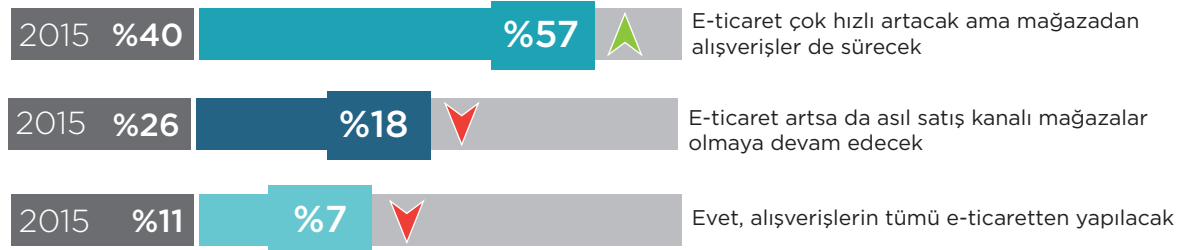
Temassız ödeme alışkanlığı müşteriler arasında hızla yayılırken, üye işyerleri de temassız ödemenin hız ve kolaylığından yararlanıyor. Araştırmaya katılan işyerlerinin %22’si temassız POS kullandığını belirtiyor. Bu oranın 2015’te %7 olduğu düşünülürken temassızın üye işyerleri arasında da dalga dalga yayılan bir alışkanlık olduğu ortaya çıkıyor. Temassız veya temassız özelliği bulunmayan POS sahibi üye işyerlerine bankaların temassız kart kullanımını yaygınlaştırmak için dönemsel olarak üye işyerlerine sağladığı teşviklerden haberdar olup olmadıkları sorulduğunda ise geçtiğimiz döneme göre haberdar olanlarda ciddi bir artış gözleniyor.



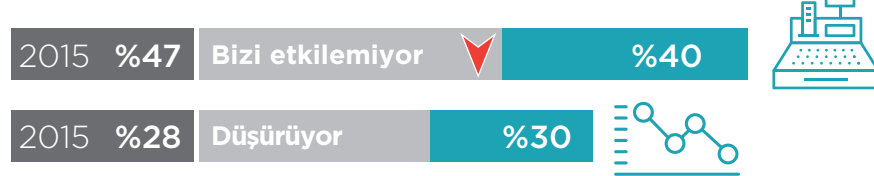
İşyerleri e-ticaretle fiziksel mağazaların birlikte varolacağı görüşünde

İnternetin ve e-ticaretin gelişmeye başladığı ilk günden bu yana online alışverişle fiziksel alışverişin birlikte varolup olmayacağı önemli bir tartışma konusu olarak perakende sektöründe yer almayı sürdürdü. Kart Monitör araştırmasına katılan üye işyerleriyse her iki kavramın da varlıklarını sürdüreceği görüşünde. Fiziksel POS sahiplerinin %57'si "E-ticaret çok hızlı artacak ama mağazalardan alışveriş sürecek" derken, %18'i de "E-ticaret artsa da asıl satış kanalı mağazalar olmaya devam edecek" görüşünü bildiriyor.

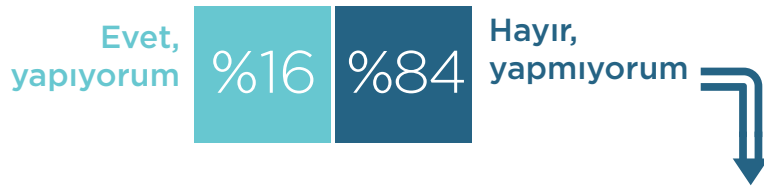
Sizce yakın gelecekte e-ticaret, mağazadan alışverişin yerini alacak mı? (n: 401)



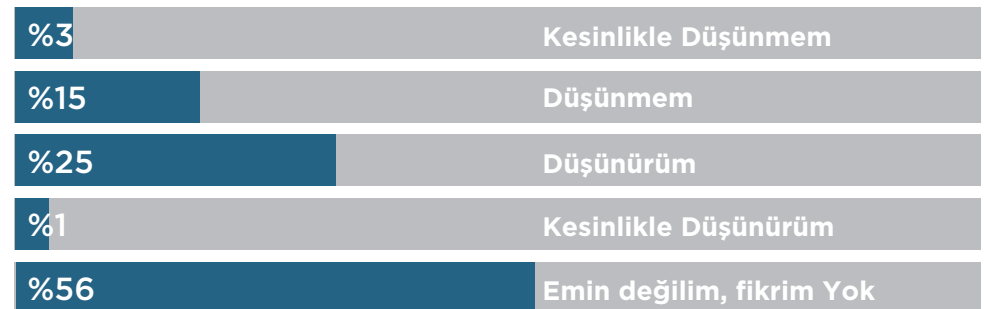
Artan organize perakende ve e-ticaret imkânı satışlarınızı nasıl etkiliyor? (n: 401)



İnternet üzerinden satış yapıyor musunuz? (n: 401)

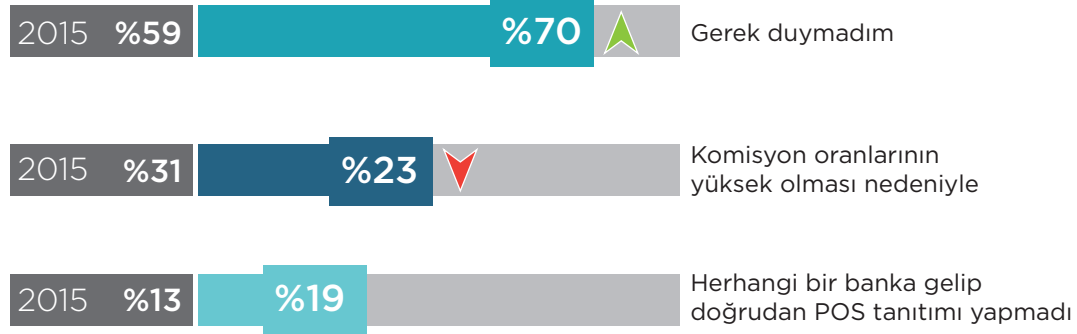


Gelecekte internet üzerinden satış yapmayı düşünüyor musunuz? (n: 338)



İşyerlerinin kredi kartı kabul etmeme nedenlerinin başında gerek/ihtiyaç duyulmaması geliyorken, kredi kartı ile ödeme yapmak isteyen müşterilerine POS cihazının arızalı olduğunu belirten işyeri oranı ise dikkat çekicidir.

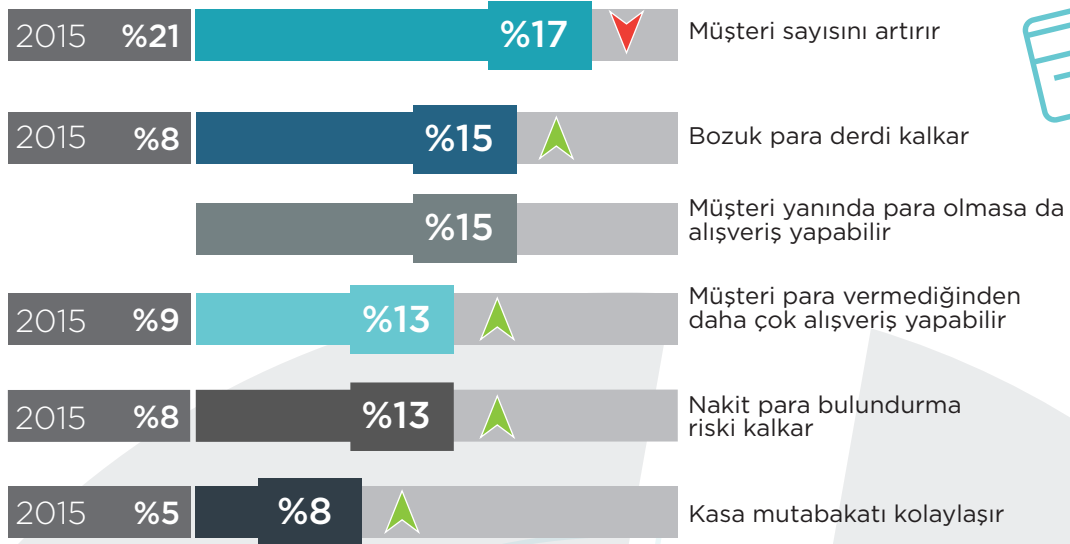
Kredi kartı kabul etmeme nedenleri (n: 201)



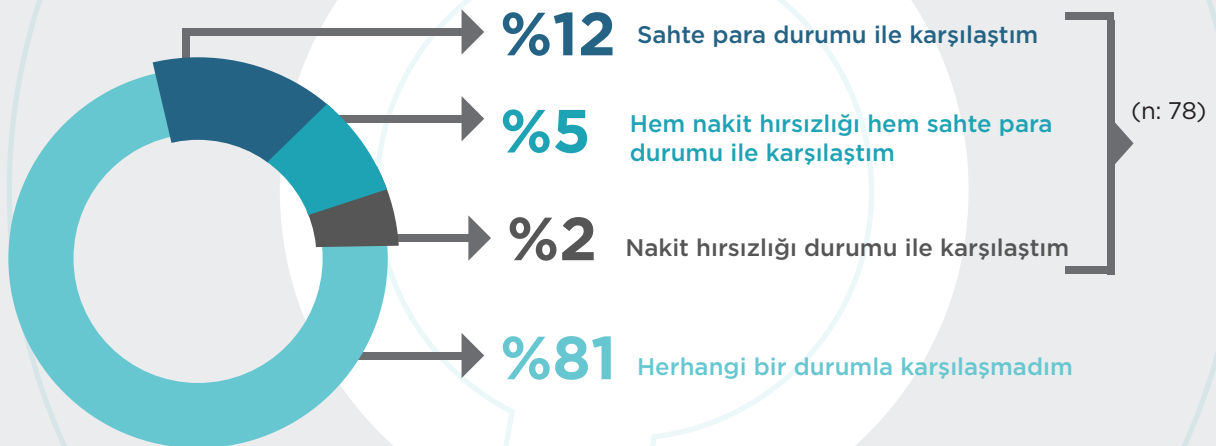
Müşterilerinizden kredi kartı ile ödeme yapmak isteyenlere ne cevap veriyorsunuz? (n: 201)

Kredi kartı kabul etmediğimizi belirtiyorum	İlk Söylenen	Toplam
	%47	%72
Nakit ile öderse indirim yapabileceğimizi söylüyorum	İlk Söylenen	Toplam
	%10	%39
POS cihazının arızalı olduğunu söylüyorum	İlk Söylenen	Toplam
	%13	%30

POS cihazı kullanmayan işyerleri kredi kartı kabul ediyor olmanın müşteri sayısını artıracığını düşünüyorlar (n: 201)



İşyerinde nakit hırsızlığı / sahte para durumu (n: 401)
Üye işyerlerinin %19'u nakit hırsızlığı / sahte para gibi nakit bulundurmaktan ötürü zarara uğradığını belirtiyor



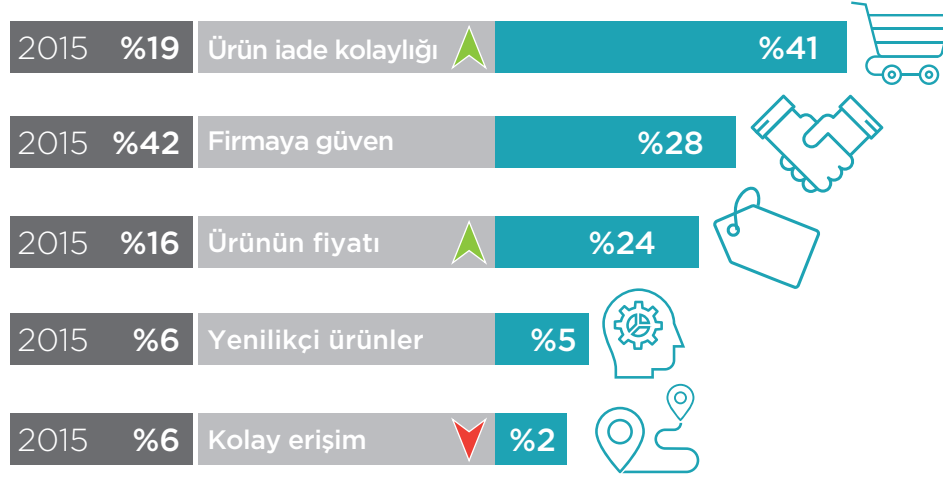
SANAL İŞYERİ ARAŞTIRMASI



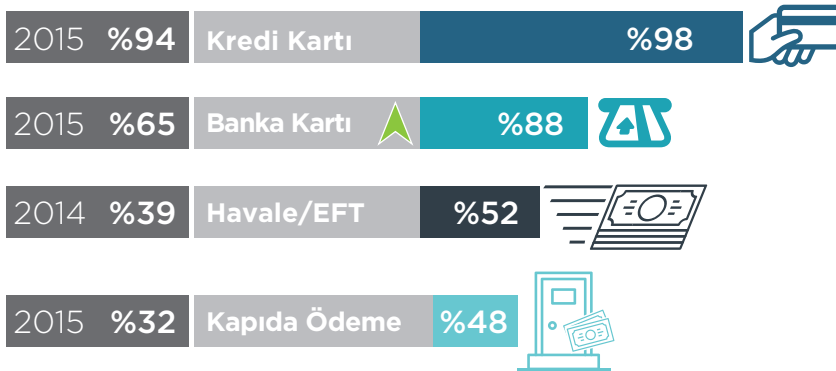
Müşteriler en çok ürün iade kolaylığına bakıyor

Araştırmaya katılan üye sanal işyerlerinin %41'i ürün iade kolaylığının müşterilerin en çok dikkat ettiği özellik olduğunu söylüyor. 2015'te %19 olan bu oran, müşterilerin iade konusuna gösterdiği hassasiyetin ne ölçüde arttığına dair önemli bir göstere niteliğinde. "Ürün fiyatı" da iki yılda %16'dan %24'e yükselişle sanal işyerlerine bırakılan önemli bir müşteri geri bildirimi konumunda.

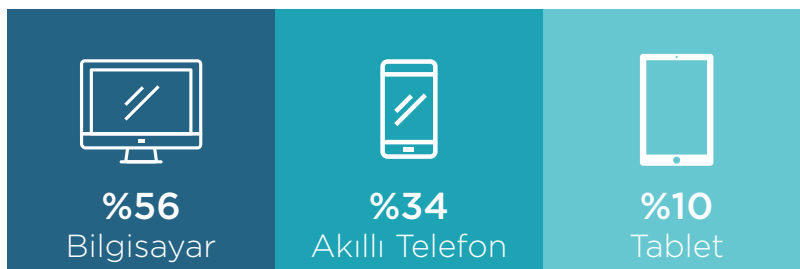
Ürün alınırken müşterilerin en çok dikkat ettikleri özellikler (n: 58)

**Firmalar en çok hangi ödeme yöntemini kabul ediyor?**

Ödeme araçlarından hangileri ile ödeme kabul ediyorsunuz? (n: 58)

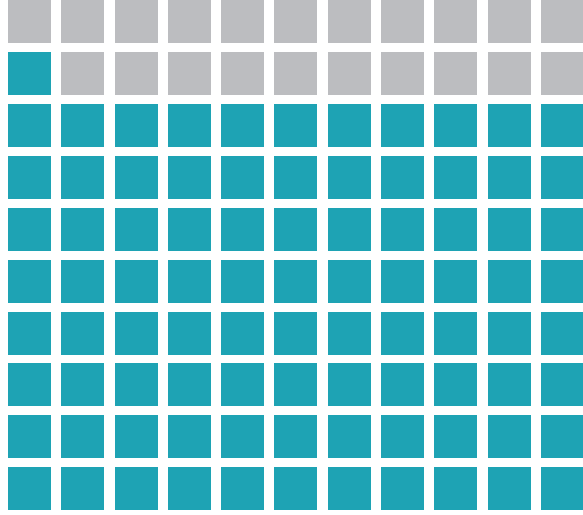


Mobil cihazların toplam seviyesinin %44'ü yakaladığı görülürken cironun kanallara göre dağılımı şu şekilde belirlendi:



3D Secure, işyerlerinin de güvencesi

3D Secure Güvenli Ödeme Sistemi (n: 58)



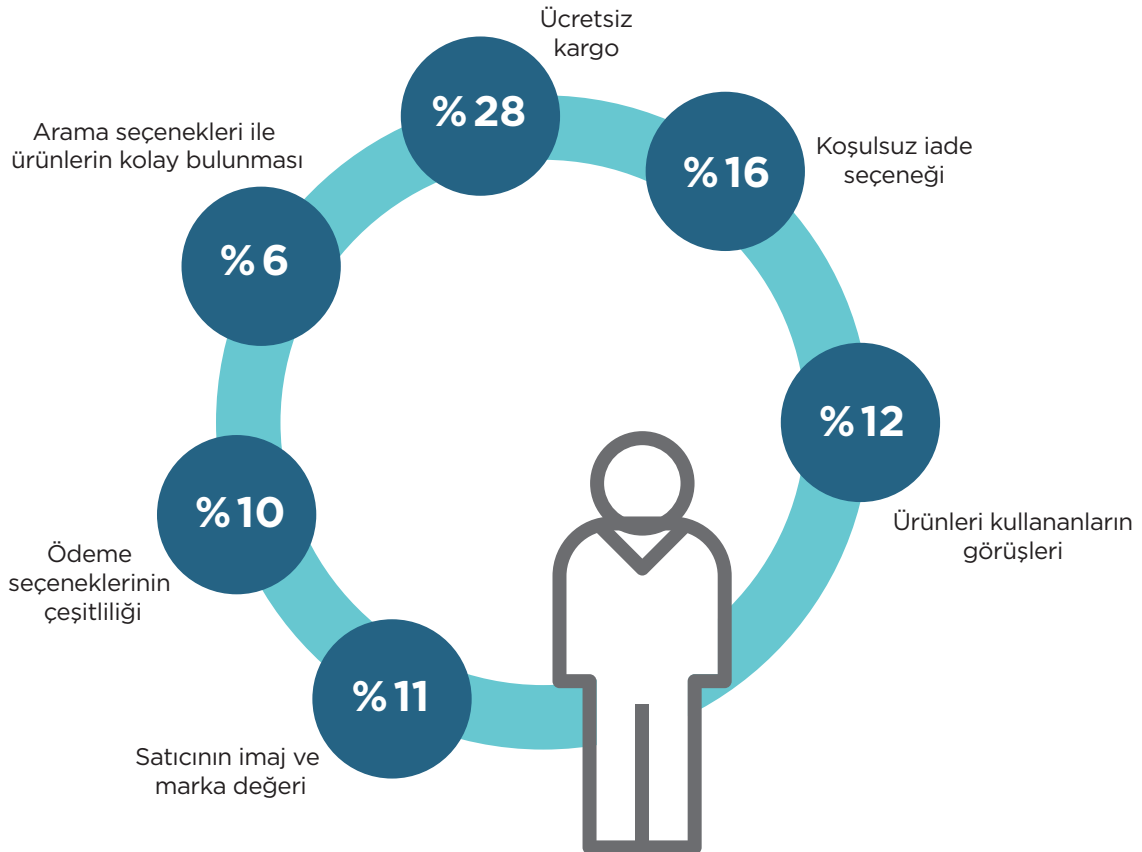
%81
EVET,
kullanıyorum



3D Secure güvenli ödeme sistemi kullanıcılarının %89'u bu sistemi faydalı buluyor.

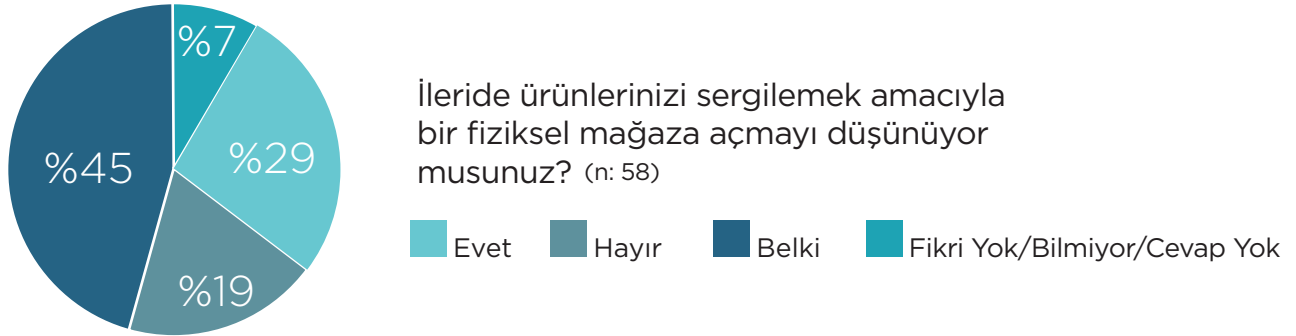
Tüketiciler e-ticarete neyi önemsiyor? (n: 58)

E-ticareti çekici kılan faktörler

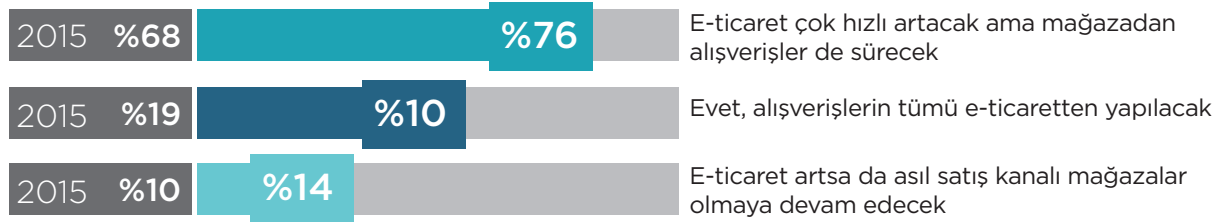


Sanal işyerlerinin %29'u fiziksel mağaza açmayı düşünüyor

E-ticaret ile fiziksel alışveriş arasındaki ilişkide, sanal işyerleri de her iki kavramın da süreceği görüşünde. Firmaların %29'u ileride fiziksel mağaza açma planları olduğunu belirtirken, her dört firmadan üçü e-ticaretin hızlı artacağını ancak mağazadan da alışverişlerin süreceğini belirtiyor.



Sizce yakın gelecekte e-ticaret, mağazalardan alışverişin yerini alacak mı? (n: 58)



Sosyal medya satışları artacak

MAĞAZALAR YAKIN GELECEKTE SADECE SHOW ROOM OLACAKLAR



İNTERNETTEN YAPILAN SATIŞLAR MAĞAZALARDAN YAPILAN SATIŞLARIN PAYINI ALIYOR



GELECEKTE SOSYAL MEDYA ÜZERİNDEN SATIŞLAR YAPILACAK



MÜŞTERİLER AYNI ÜRÜNÜ EN DÜŞÜK FİYAT NEREDEYSE ORADAN ALIYORLAR



PERAKENDE MAĞAZALARI ÜRETİCİLERE NAZARAN MÜŞTERİYE YAKINLIK OLARAK AVANTAJ

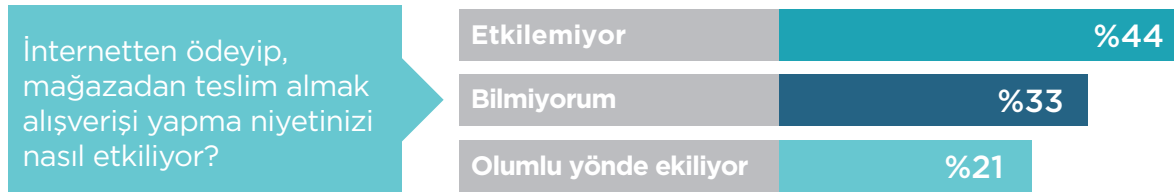
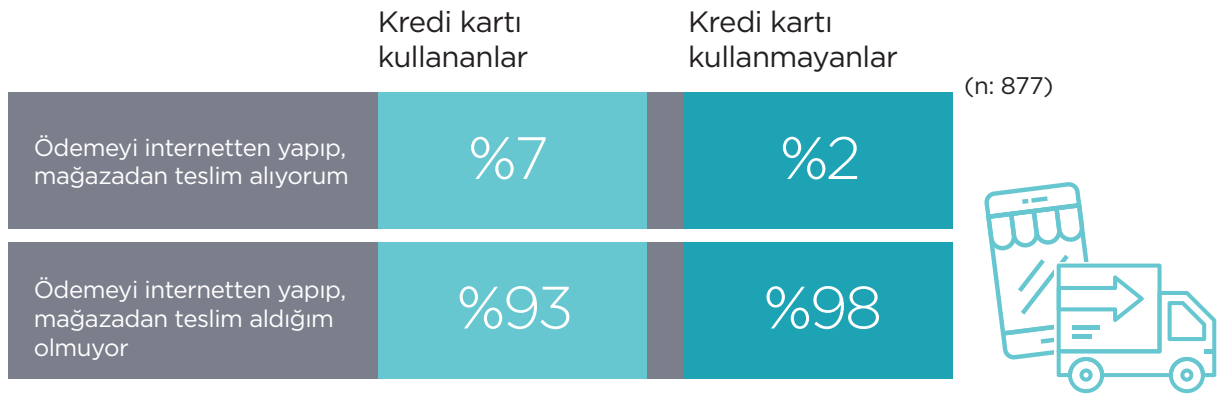


KARTLI ÖDEMELERDE GENEL TRENDLER



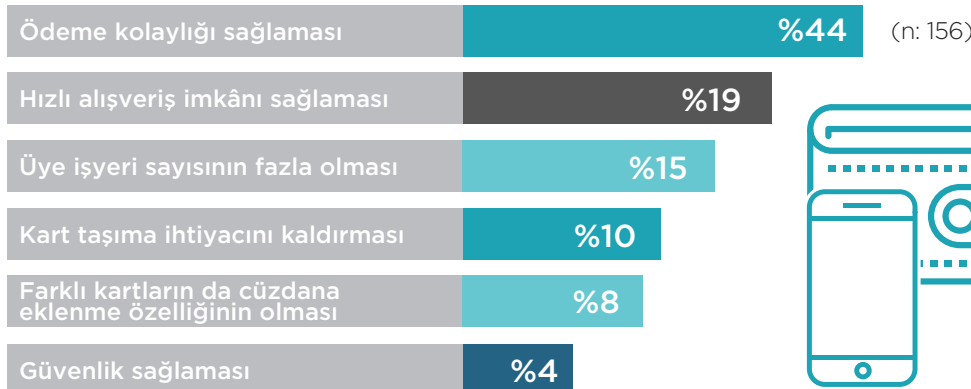
Omnichannel'da gidecek yolumuz var

E-ticaretteki rekabet, kendini farklılaştırmak isteyen şirket ve iş modellerinin yenilikçilik odaklı yarışına sahne oluyor. Online ve offline alışveriş deneyimlerini birbirinin uzantısı olarak sunan “omnichannel” deneyimi, e-ticaret ekosisteminde görece yeni olmakla birlikte heyecan verici bir yaklaşım olarak öne çıkıyor. Buna rağmen araştırmada, omnichannel ticaretin henüz beklenen etkiyi yaratamadığı görülüyor. Zira ödemeyi internetten yapıp ürünü mağazadan alma yöntemi henüz ciddi bir tercih edilirlilik oranına ulaşmış değil.



Tüketicinin mobil cüzdanda aradığı, ödeme kolaylığı

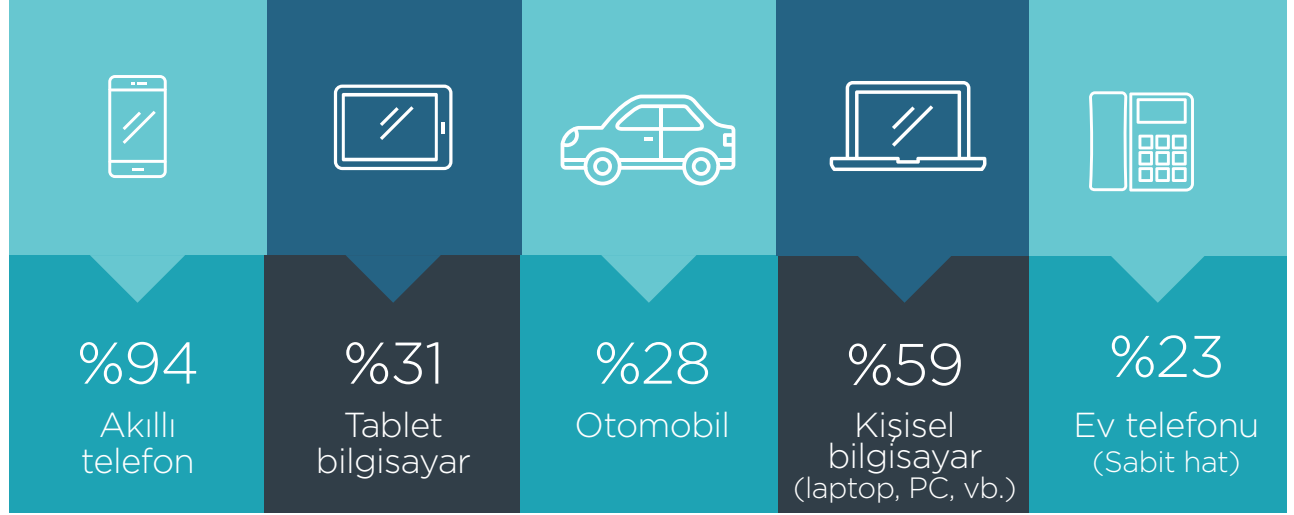
Mobil cüzdanlar dijital alışverişleri çok kolaylaştırdı. Kart ya da nakit taşıma zorunluluğunu ortadan kaldıran, ekstra yer kaplamayan, deforme olmayan bu cüzdanları hepimiz çok sevdik. Araştırmada tüketicilerin mobil cüzdan tercihlerine de ışık tutuluyor. Mobil cüzdanın sahip olması gereken en önemli özellikler sorulduğunda araştırma katılımcılarının %44'ü, “Ödeme kolaylığı sağlaması” yanıtını verirken, %19'u “Hızlı alışveriş imkânı sağlaması”, %15'lik dilim ise “Üye işyeri sayısının fazla olması” yanıtını veriyor.



Türkiye'nin akıllı telefon sahiplik oranı yüksek

Teknolojik ürün sahipliği

(n: 1032)

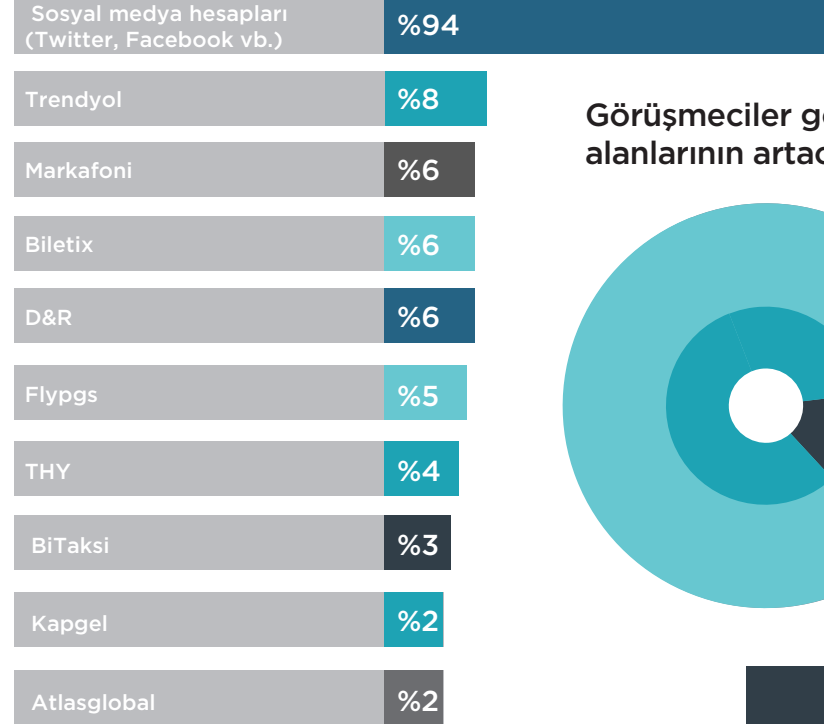


Akıllı cihaz sahipliği

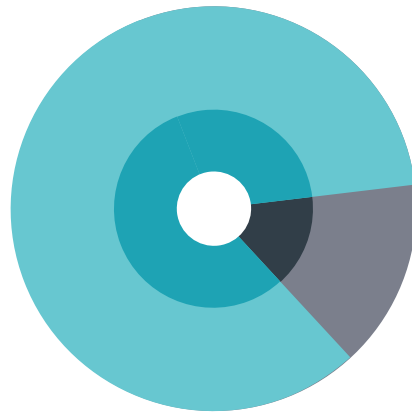
%95



Akıllı telefon üzerinden kullanılan uygulamalar



Görüşmeciler gelecekte kripto para kullanım alanlarının artacağını düşünüyor



%84

Bitcoin'in ne olduğunu bilmiyorum

%16

Bitcoin'in ne olduğunu biliyorum



Gelecekte çok yaygın kullanım alanları bulacak

%63

Bir dolandırıcılık yöntemi haline gelerek kullanım alanları gittikçe azalacak

%37



troyodeme.com

 /TroyOdeme

 /troyodeme

 /troy_odeme