

TÜRKİYE KARTLI ÖDEMELER RAPORU



9792 0123 4567 8901

10/20

Ağustos 2018, İstanbul

troy[®]
Türkiye'nin Ödeme Yöntemi

Türkiye Kartlı Ödemeler Raporu

Ağustos 2018, İstanbul





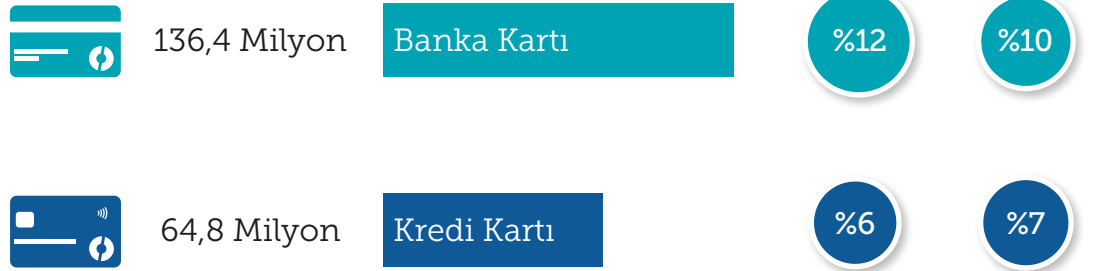
Türkiye'nin Ödeme Yöntemi TROY, pazara ilişkin önemli bulgu ve öngörüler içeren Türkiye Kartlı Ödemeler Raporu'nun ikinci sayısı ile sektöre ışık tutmaya devam ediyor.

Türkiye Kartlı Ödemeler Pazarından Gelişmeler

Avrupa'nın en büyüğü "Türkiye Kartlı Ödemeler Pazarı" 2018'in ilk yarısında da büyümeyi sürdürdü

2018 Haziran itibarıyla, sektördeki banka kartı adedi bir önceki yılın aynı dönemine göre %10 artarak 136 milyonun üzerine çıktı. Banka kartlarının 2017 yılındaki büyümesi ise %12 idi; yani banka kartlarındaki büyüme hız kesmeden devam etti.

Şekil 1: Kart Adetleri (2018 Haziran)



Kaynak: Bankalararası Kart Merkezi

Ön ödemeli kart adedi, bir önceki yılın aynı dönemine göre %22 artarak 20,5 milyon; ön ödemeli kartların toplam banka kartları içindeki payı %15,0 oldu (2017: %14,8)

Dünya Bankası verilerine göre yetişkin nüfusun henüz %63'lük kısmının banka kartı sahibi olduğu ve gelişmiş ülkelerde bu oranın %80 ila %98 aralığında olduğu göz önünde bulundurulduğunda, banka kartlarındaki büyüme ivmesinin önümüzdeki yıllarda da devam etmesi bekleniyor.

Şekil 2: Erişkin Nüfus Banka Kartı Sahipliği (2017, 15 Yaş Üzeri Nüfus)

İskandinav Ülkeleri **%98**



Almanya, İngiltere **%91**



Fransa, İtalya **%85**



ABD **%80**



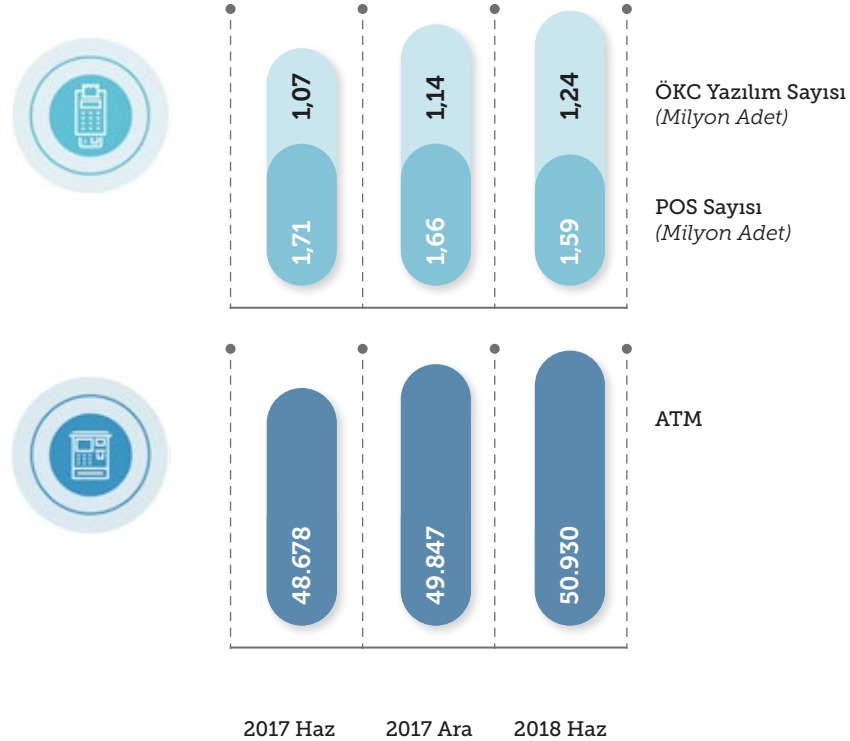
Türkiye **%63**



Kredi kartı adedinde 2018'in ilk yarısındaki artış banka kartına kıyasla sınırlıydı; 2018 Haziran itibarıyla, 2017'nin aynı dönemine göre %7 artan kredi kartı adedi 64,8 milyon oldu. Kredi kartı adetleri 2017'de %6 büyümüştü. (Şekil 1)

Kart kabulü tarafında, Şekil 3'de görüldüğü üzere, 2017 sene sonunda 1,66 milyon olan POS sayısı 2018 Haziran itibarıyla 1,59 milyona geriledi. Öte yandan, Ödeme Kaydedici Cihaz (ÖKC) yazılım sayısı 2017'nin aynı dönemine göre %17 artarak 1,24 milyon oldu. Cihaz başına ÖKC yazılım adedinin 1,65 olduğu dikkate alındığında sektördeki toplam terminal sayısının 2,34 milyona ulaştığı görülüyor. ATM sayısı ise, bir önceki yılın Haziran ayına göre %5 artarak 51 bine ulaştı.

Şekil 3: Kart Kabul Noktası İstatistikleri



Banka kartları ile yapılan ödeme işlemlerinin banka kartı ve toplam kartlı ödeme işlemleri içindeki payı artmaya devam ediyor

Banka kartı işlemleri 2018'in ilk yarısında büyümeye devam etti. 2018 Haziran itibarıyla, banka kartları ile gerçekleştirilen nakit çekim ve ödeme toplam işlem adetleri yıllık %21'lik bir büyümeye kaydederek yıllık 2,9 milyara, toplam işlem hacmi yıllık %19 büyümeye ile yıllık 732 milyar TL'ye ulaştı.

Banka kartı ile ödeme işlemleri ise adetsel olarak yıllık %32, hacimsel olarak yıllık %38 büyüdü. Banka kartı ödeme işlemlerinin toplam banka kartı işlem adetlerindeki payı 2017 sene sonuna kıyasla 200 baz puan artarak %55 oldu. Banka kartı işlem hacimlerinde ise ödeme işlemlerinin payı 2017'ye paralel şekilde %11 olarak gerçekleşti. (Şekil 4)

Şekil 4: Banka Kartı İşlem İstatistikleri (2018 Haziran, Yıllıklandırılmış)

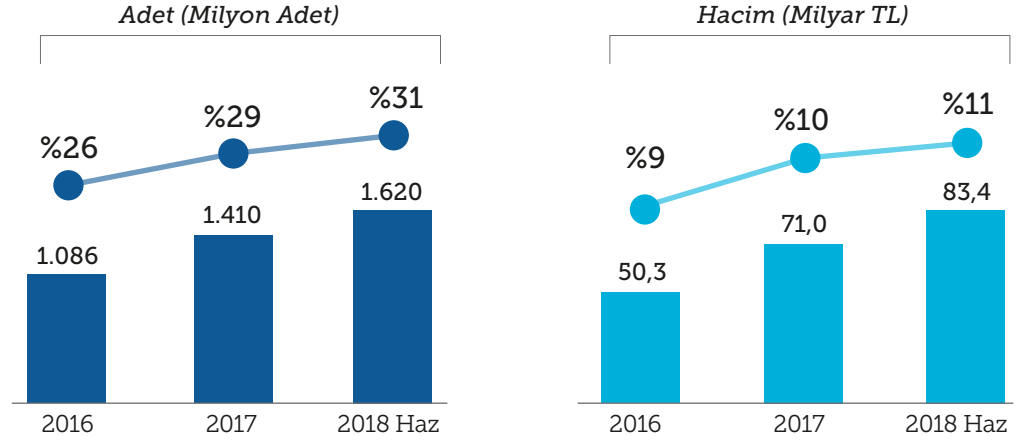


*Nakit çekim ve ödeme toplamını göstermektedir.
Not: Yıllıklandırılmış değerler 2018 Haziran itibarıyla son 12 ay toplamını göstermektedir. Büyüme oranları yıllıklandırılmış değerlere göre hesaplanmıştır.
Kaynak: Bankalararası Kart Merkezi

Ön ödemeli kartlarla yapılan ödeme işlemleri de bu dönemde artış kaydetti. 2018 Haziran itibarıyla, işlem adedi yıllık bazda %45 artarak yıllık 60 milyona, işlem hacmi yıllık bazda %112 artarak yıllık 2,2 milyar TL'ye ulaştı. Ön ödemeli kartlarla ödeme hacminin toplam banka kartı ödeme hacmi içindeki payı ise %2,6 oldu. (2017: %2,1)

Banka kartı ile ödeme işlemlerinin toplam kartlı ödeme işlemlerindeki payı ise, işlem adetlerinde 2017'ye göre 200 baz puanı daha artarak %31, işlem hacimlerinde 100 baz puanı artarak %11 oldu. (Şekil 5)

Şekil 5: Banka Kartı ile Ödeme İşlemleri ve Toplam Kartlı Ödemelerdeki Payı



Banka kartı ile yapılan ödeme işlemleri ilk kez 2017 yılında nakit çekim işlemlerini geçmişti. 2018 Haziran itibarıyla da banka kartları ile ödeme işlemlerinin nakit çekim işlemlerinin önüne geçtiği görülüyor. Yani, banka kartlarının bir ödeme aracı olarak kullanım alışkanlığı yerleşiyor. 2018'in ilk yarısında banka kartları ile aylık ortalama 3,1 ödeme işlemi yapılırken (2017: 3,0), banka kartları ayda ortalama 1,5 kez nakit çekim için kullanıldı. Bu dönemde, banka kartları ile aktif kart başına aylık ortalama 162 TL'lik ödeme yapıldı; 2017'de bu değer 151 TL idi. (Şekil 6)

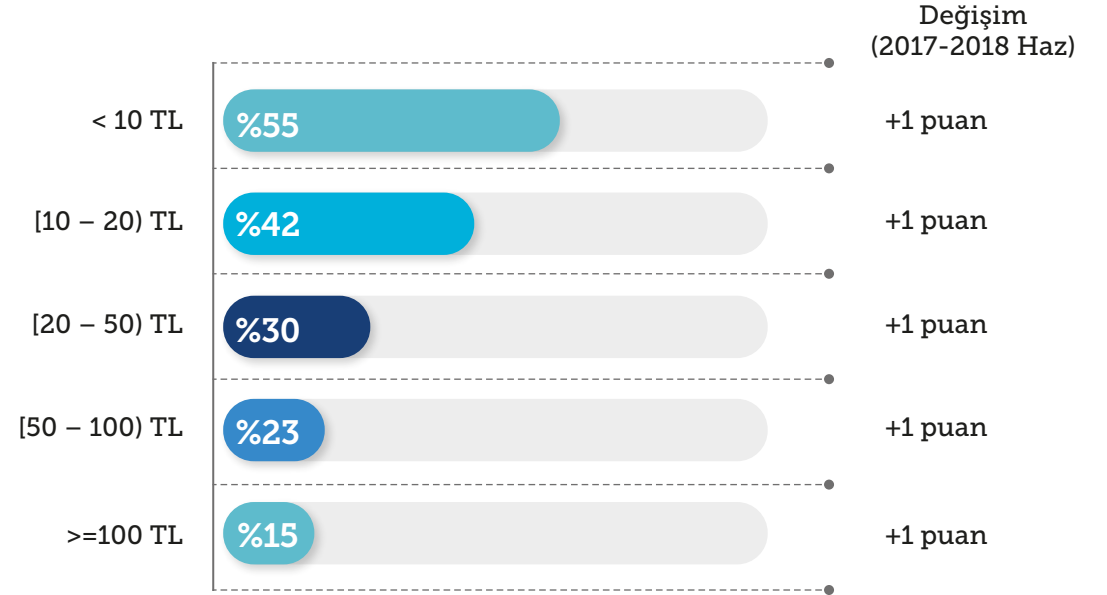
Şekil 6: Aktif Banka Kartı Başına İşlem Adet ve Hacimleri (2018 Haziran)



Not: 2018 değerleri Haziran itibarıyla son 12 ay toplamı üzerinden hesaplanmıştır. Ortalamalar hesaplanırken, son 12 ay işlem aktifliğine göre aktif kart sayıları dikkate alınmıştır.
Kaynak: Bankalararası Kart Merkezi

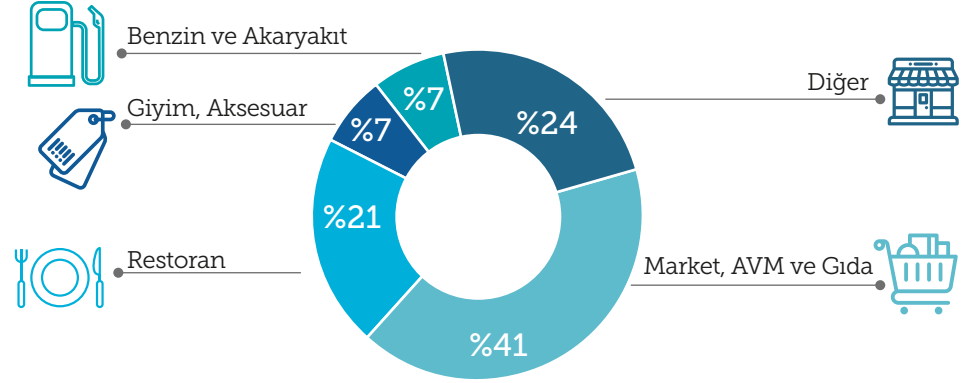
Banka kartlarının özellikle belirli bir tutar aralığının altındaki ödemelerde daha yoğun kullanıldığı görülüyor. Banka kartları ile yapılan ödeme işlemlerinin ortalama büyüklüğü 52 TL olurken, banka kartları ile yapılan ödemeler 50 TL altındaki tüm kartlı ödemelerin %39'unu oluşturuyor. Banka kartlarının payı 10 TL altındaki ödemelerde %55'e, 10-20 TL arasındaki ödemelerde %42'ye kadar çıkıyor. (Şekil 7)

Şekil 7: Tutar Aralıklarına Göre Banka Kartı Ödeme İşlemlerinin Kartlı Ödemelerdeki Payı
(İşlem Adetleri, 2018 Haziran)

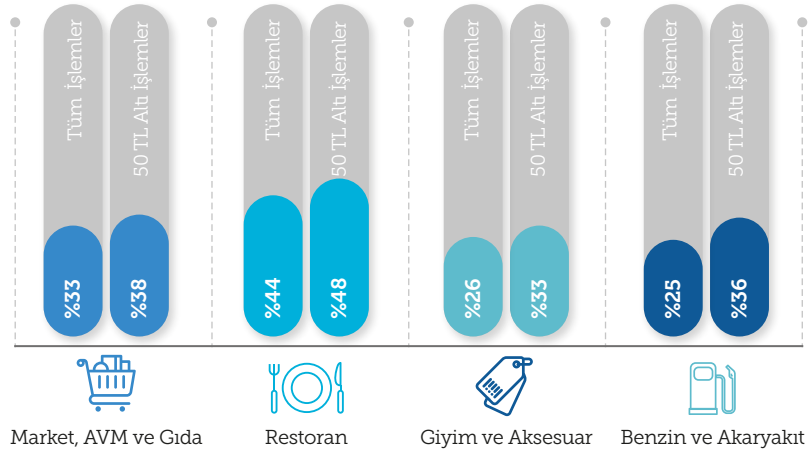


Banka kartlarının en çok kullanıldığı sektörler "Market, AVM ve Gıda", "Restoran", "Benzin ve Akaryakıt" ile "Giyim/Aksesuar" olurken, bu sektörlerde 50 TL altındaki ödemelerde banka kartları kullanım oranı %35'lerin üzerine çıkıyor. "Restoran" sektöründe 50 TL altındaki toplam kartlı ödemelerinin yansına yakını banka kartları ile yapılıyor. (Şekil 8, Şekil 9)

Şekil 8: Banka Kartlarının En Sık Kullanıldığı Sektörler (İşlem Adetleri, 2018 Haziran)



Şekil 9: Banka Kartlarının İlgili Sektörlerde Kartlı Ödemelerdeki Payı (İşlem Adetleri, 2018 Haziran)



Not: 2018 Haziran itibarıyla son 12 ay içerisinde yapılan işlemler baz alınmaktadır.
Kaynak: Bankalararası Kart Merkezi



Türkiye'nin eşsiz
zenginliğini ve köklü
ödeme alışkanlıklarını
Türkiye'nin Ödeme
Yöntemi'ne dönüştüren
TROY, hem Türkiye'de
hem dünyada geçerli.



Kredi kartı pazarı ticari kart ve yeni bireysel kart kullanıcılarıyla büyüyor

Kredi kartları ile gerçekleştirilen nakit avans ve ödeme toplam işlem adetleri 2018 Haziran itibarıyla, yıllık bazda %12 büyümeye kaydederek yıllık 3,7 milyara ulaşırken, işlem hacmi yıllık %16 büyüdü ve yıllık 727 milyar TL oldu. Bu dönemde, ödeme işlemleri kredi kartı işlem adetlerinin %97'sini, işlem hacminin ise %90'ını oluşturdu; bu oranlar 2017'ye paralel.

Şekil 10: Kredi Kartı İşlem İstatistikleri (2018 Haziran, Yıllıklandırılmış)



Not: Yıllıklandırılmış değerler 2018 Haziran itibarıyla son 12 ay toplamı, büyüme oranları son 12 ay toplamının 2017 toplamına oranı olarak hesaplanmıştır.

Kaynak: Bankalararası Kart Merkezi

Haziran verilerine göre, bir kredi kartı kullanıcısı 2018'de aylık ortalama 6,2 adet ödeme işlemi yaparken, kart başına aylık ödeme tutarı 1.123 TL oldu. (Şekil 11)

Şekil 11: Aktif Kredi Kartı Başına İşlem Adet ve Hacimleri



Not: 2018 Haziran itibarıyla son 12 ay verisi dikkate alınmıştır. Kart başına değerler hesaplanırken, ilgili dönemde en az bir tane işlem yapılan kart sayısı kullanılmıştır. Parantez içindeki sayılar 2017 yılı değerlerini göstermektedir.

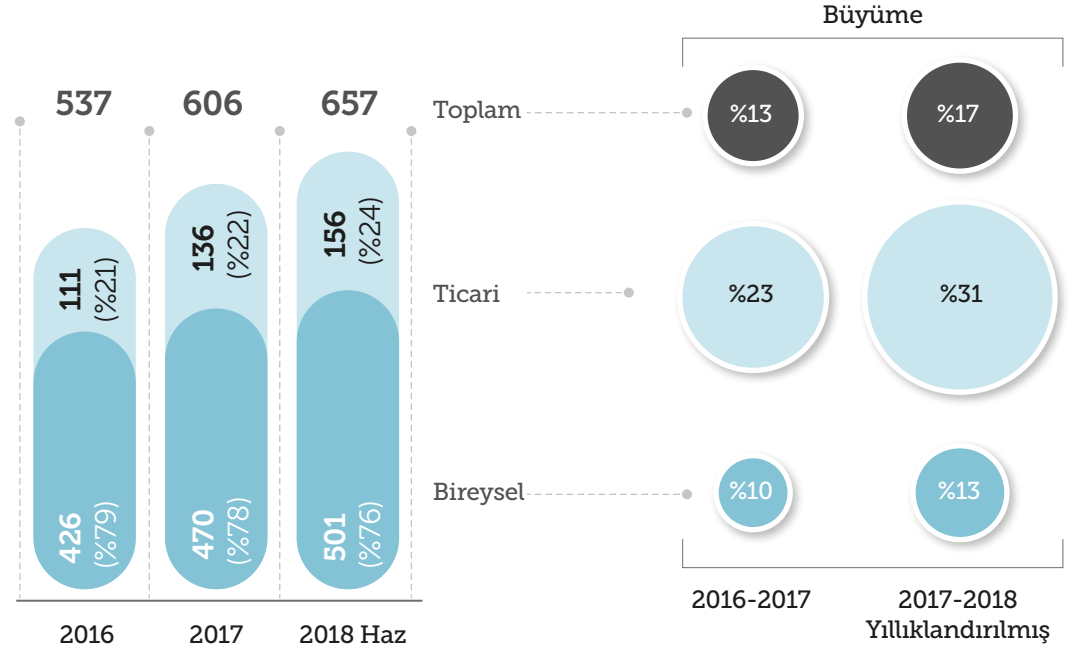
Kaynak: Bankalararası Kart Merkezi

**Bireysel Kredi Kartı
60,8 Milyon Adet**

**Ticari Kredi Kartı
4,0 Milyon Adet**

Kredi kartlarının segment kırılımı incelendiğinde ise, 2018 Haziran itibarıyla 4 milyon adede ulaşan ticari kartlarla yapılan ödemelerde büyümenin 2018'de de devam ettiği görülüyor. 2017 yılında %23 büyüyerek 136 Milyar TL olan ticari kartlarla ödeme hacmi, 2018 Haziran itibarıyla yıllık bazda %31 büyüyerek yıllık 156 milyar TL'ye ulaştı. Ticari kartlarla yapılan ödemelerin kredi kartı ödemelerindeki payı ise 2017'deki %22 düzeyinden 2018 Haziran itibarıyla %24'e yükseldi.

Şekil 12: Kredi Kartı Ödeme Hacmi Segment Kırılımı (Milyar TL)



Geçtiğimiz son bir kaç yılda, bireysel kredi kartları alanındaki en temel değişim, tüketicilerin bilinçli kart kullanımının artması ve sektörün mevcut kullanıcıların daha çok harcaması kaynaklı değil yeni kart kullanıcılarının sisteme dahil olması kaynaklı olarak büyümesi idi.

Şekil 13'de görüldüğü üzere 2018 Mayıs itibarıyla, bireysel kredi kartı sahibi kişi sayısı 2017 sonuna kıyasla 600 bin artarak 25,1 milyon; kişi başına bireysel kredi kartı adedi 2017'ye kıyasla aynı kalarak 2,2 oldu.

Şekil 13: Bireysel Kredi Kartı İstatistikleri (2018 Mayıs)



2018'de bir bireysel kredi kartı sahibi kartı ile aylık ortalama 1.678 TL (2017: 1.643 TL) harcarken, aylık ortalama kredi kartı borcu 3.728 TL oldu (2017: 3.657 TL). Bilinçli kullanım alışkanlığına paralel olarak, bireysel kredi kartlarındaki takip oranları 2017 sonuna kıyasla 50 baz puan düşerek %6,1 oldu. (Şekil 13)

Not: Kişi başı kredi kartı sayısı hesaplanırken, toplamdan ticari kredi kartları ve sanal kartlar çıkarılmıştır. Aylık ortalama harcama ve kredi kartı borcu ilgili dönem itibarıyla son 12 ay ortalamasını göstermektedir.

Kaynak: Türkiye Bankalar Birliği Risk Merkezi Raporu, Bankalararası Kart Merkezi

Yıllık online kartlı ödeme hacmi %15 büyüdü ve 116 Milyar TL'ye ulaştı

Online ödemeler 2018'in ilk yarısında da hızlı büyümesini sürdürdü. 2017 yılında 99 Milyar TL olan online kartlı ödeme hacmi 2018 Haziran itibarıyla yıllık bazda 116 Milyar TL'ye ulaştı. Bu da %36'lık bir büyüme anlamına geliyor. Öte yandan, online kartlı ödemelerin toplam kartlı ödemelerdeki payı 2017'deki %14,5 seviyesinden 2018 Haziran itibarıyla %15,4'e yükseldi.

Şekil 14: İnternette Ödeme İstatistikleri (2018 Haziran, Yıllıklandırılmış)



116 Milyar TL
(2017: 99 Milyar TL)
İnternette Kartlı
Ödeme Tutarı



%15,4
(2017: %14,5)
İnternette Kartlı Ödemelerin
Toplam Kartlı Ödemelerdeki Payı



27,6 Milyon
(2017: 26,6 Milyon)
İnternette Ödeme Yapan
Tekil Kredi Kartı Adedi

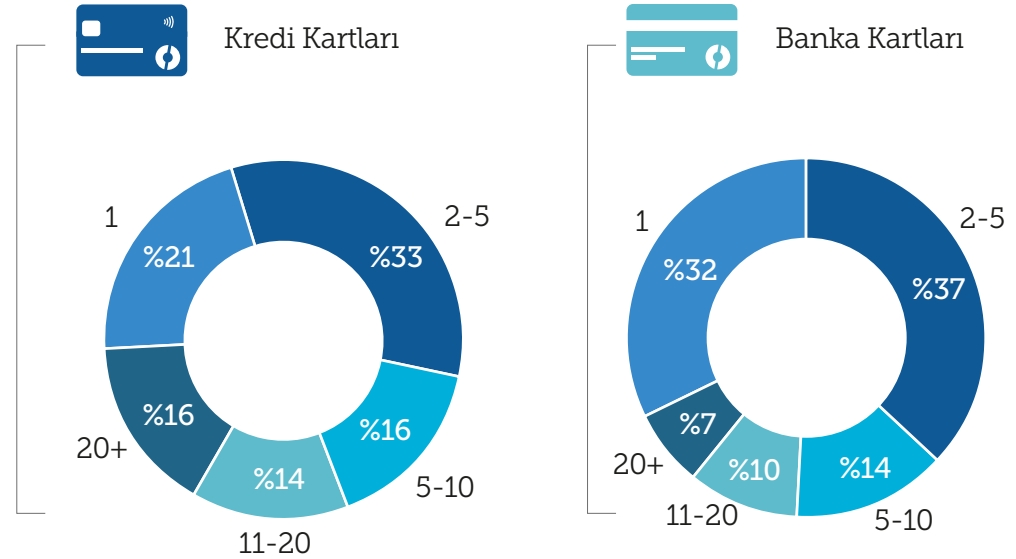


9,9 Milyon
(2017: 8,4 Milyon)
İnternette Ödeme Yapan
Tekil Banka Kartı Adedi

Online ödemelerde kullanılan tekil kredi kartı adedi 2017'de 26,6 milyon iken, 2018 Haziran itibarıyla 27,6 milyon oldu. Bu dönemde, online ödemelerde kullanılan tekil kredi kartlarının toplam kredi kartlarına oranı %42,6 olarak gerçekleşti (2017: %42,5). Banka kartlarında ise, online ödemelerde kullanılan tekil kart adedi 9,9 milyon adet oldu ve toplam banka kartlarının %7,2'sine ulaştı (2017 %6,4).

2018'in ilk yarısında da online ödemelerde kredi kartları ağırlığını korumaya devam etti. Kredi kartları ile yapılan online ödemeler toplam online kartlı ödemelerin adetsel olarak %84'ünü hacimsel olarak %95'ini oluştururken; online ödemelerde kullanılan kredi kartlarının %30'u ile ayda en az bir kere (yıllık işlem adedi 10 ve üzeri) işlem yapıldı. (Şekil 15)

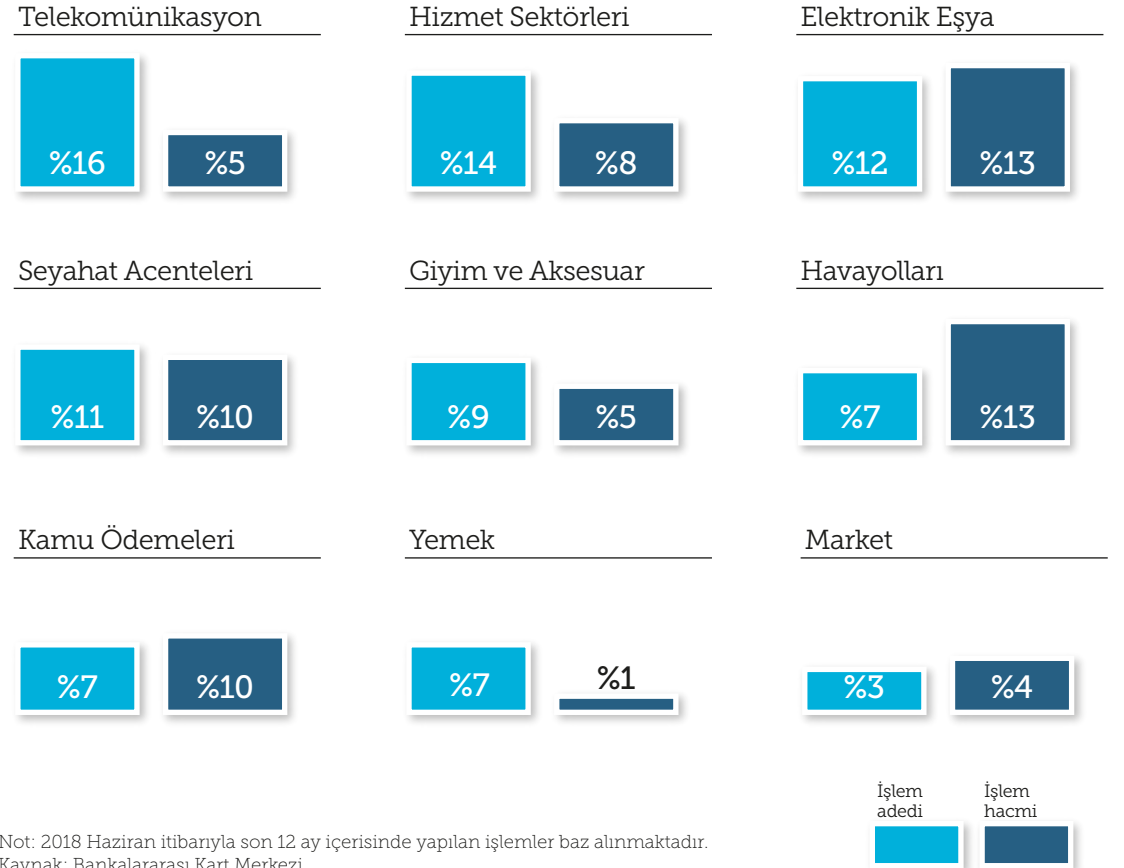
Şekil 15: İnternette Yıllık Ödeme Sıklığına Göre Tekil Kart Adedi Dağılımı (2018 Haziran)



Not: 2018 Haziran itibarıyla son 12 ay içerisinde yapılan işlemler baz alınmaktadır.
Kaynak: Bankalararası Kart Merkezi

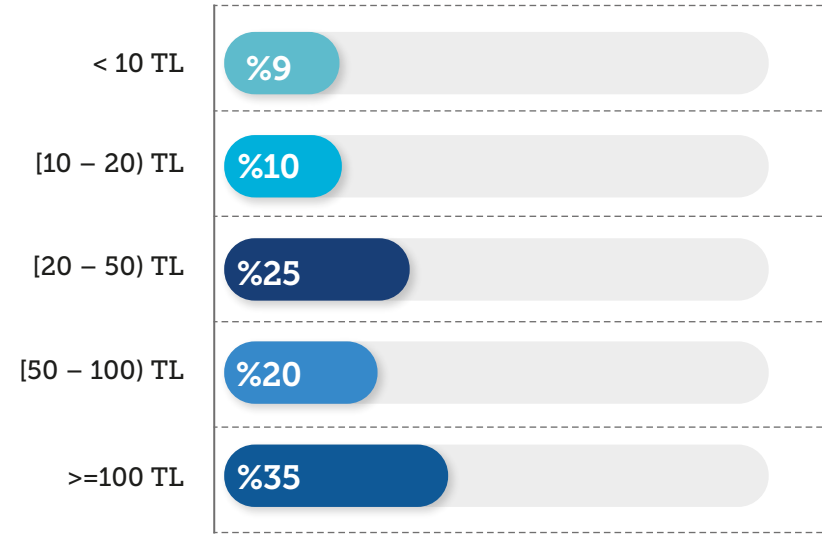
Online ödemelerde işlem adetlerinin yoğunlaştığı üç sektör "Telekomünikasyon" (%16), "Hizmet Sektörleri" (%14) ve "Elektronik Eşya" (%12) olurken, işlem hacminde "Elektronik Eşya" (%13), "Havayolları" (%10) ve "Kamu Ödemeleri" (%10) sektörleri ilk üçü oluşturdu. (Şekil 16)

Şekil 16: Online Ödeme İşlemlerinin Sektörel Dağılımı



Online ödemelerin tutar aralıklarına göre dağılımı incelendiğinde ise, online ödemelerin 100 TL üzerinde yoğunlaştığını söylemek mümkün; online ödemelerin %35'i 100 TL ve üzerinde. 20-50 TL aralığındaki online ödemelerin payı %25, 50- 100 TL arasındaki online ödemelerin payı ise %20. (Şekil 17)

Şekil 17: İnternette Ödemelerin Ödeme Tutar Aralığına Göre Dağılımı (İşlem Adetleri, 2018 Haziran)

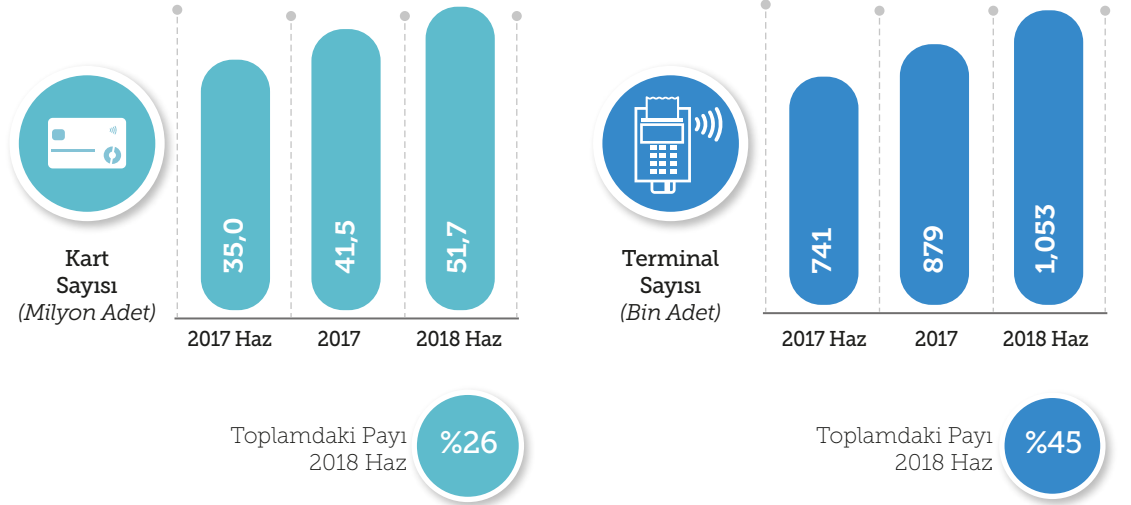


Not: 2018 Haziran itibarıyla son 12 ay içerisinde yapılan işlemler baz alınmaktadır.
Kaynak: Bankalararası Kart Merkezi

"Hızlı ve kolay ödeme" aracı temassız ödemeler büyüme ivmesini sürdürüyor

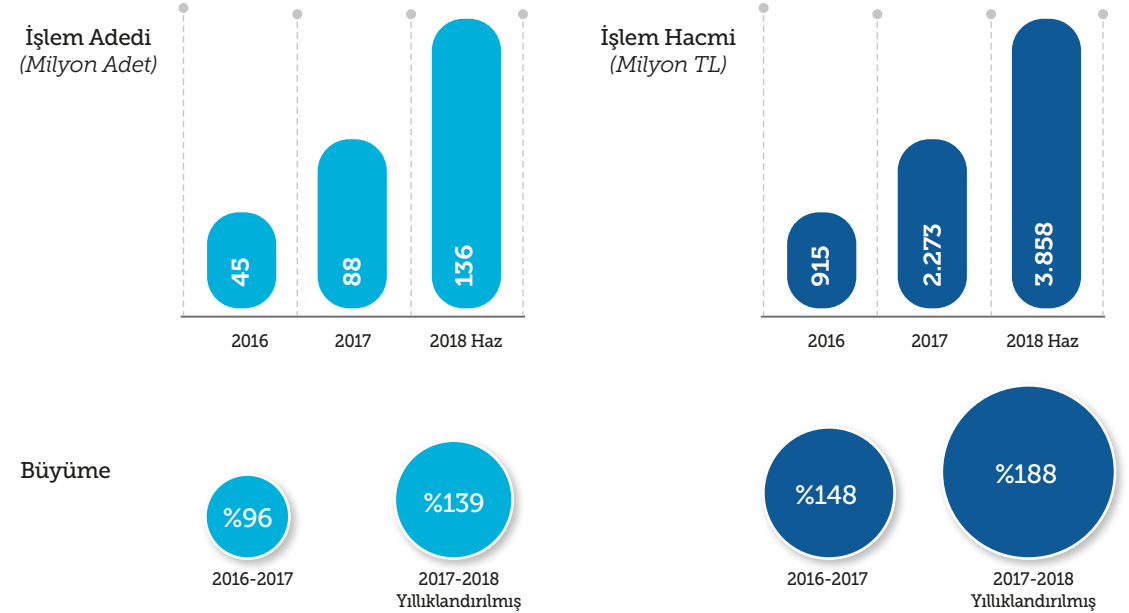
Hız ve kolaylık değer önermesi ile pazarda yaygınlığı artan temassız ödemeler 2018'de de büyümeye devam etti. 2018 Haziran itibarıyla, temassız kart adedi 51,7 milyon olurken, bir önceki yılın aynı dönemine göre %24'lük büyüme katedilmiş oldu. Temassız kart kabul eden terminal sayısı da hızla artmaya devam etti. 2017 Haziran dönemine göre %42 artan temassız terminal sayısı 1 milyonu geçti. Böylelikle temassız kartlar toplam kartların %26'sını oluştururken, temassız terminaller de toplam terminallerin %45'ine erişti.

Şekil 18: Temassız Kart Adedi ve Kabul Noktası İstatistikleri



Temassız kart adetleri ve kabul noktalarındaki artışla birlikte, temassız kart kullanımı da yaygınlaşıyor. 2018 Haziran itibarıyla, temassız işlem adetleri %139'luk büyüme ile yıllık bazda 136 milyona, temassız işlem hacmi ise %188'lik artış ile yine yıllık bazda 3,8 milyar TL'ye ulaştı. Temassız işlemler, toplam kartlı ödemelerin işlem adetlerinde %2,6'sını, işlem hacimlerinde ise %0,5'ini oluşturdu.

Şekil 19: Temassız İşlem İstatistikleri (Yıllık/Yıllıklandırılmış)



Temassız ödemelerin en sık kullanıldığı sektörler ise Restoran, Seyahat Acenteleri ile Süpermarket ve Gıda olarak karşımıza çıkıyor. Bu sektörlerde temassız işlemlerin kartlı ödemelerdeki payı sırasıyla %6,4, %4,5 ve %2,9.

Not: Yıllıklandırılmış değerler 2018 Haziran itibarıyla son 12 ay toplamını göstermektedir. Büyüme oranları yıllıklandırılmış değerlere göre hesaplanmıştır.

Kaynak: Bankalararası Kart Merkezi





TROY üyelerine EMVCo standartları ile uyumlu, manyetik bantlı, çipli, ve temassız özellikli kartlarının yanı sıra temassız mobil ödeme çözümü de sunuyor.

Özel Gündem: Dünyada Yerel Ödeme Şemaları

Kartlı ödemelerin doğduğu ilk zamanlardan beri hayatımızda olan yerel ödeme şemaları son dönemde tekrar yükselişe geçti

Kartlı ödemelerin hayatımıza girdiği 1960'lardan bu yana, yerel ödeme şemaları da ödemeler dünyasında yer buluyor. 1980'li yıllarda Avrupa ve Asya başta olmak üzere pek çok ülkede, ATM ağlarının uzantısı olarak yerel ödeme şemalarının da ortaya çıktığını gördük.

1990'larda ise Kuzey Amerika menşeli şemaların dünyaya yayılmasına tanıklık ettik. Kişilerin ülkeler arası dolaşımının arttığı bu dönemde, Kuzey Amerikalı şemaların globalleşme adımına hızlı cevap veremeyen yerel şemalar durağan bir döneme girmişti.

Şekil 20: Yerel Şemaların Tarihçesi



Özel Gündem:
Dünyada Yerel
Ödeme Şemaları

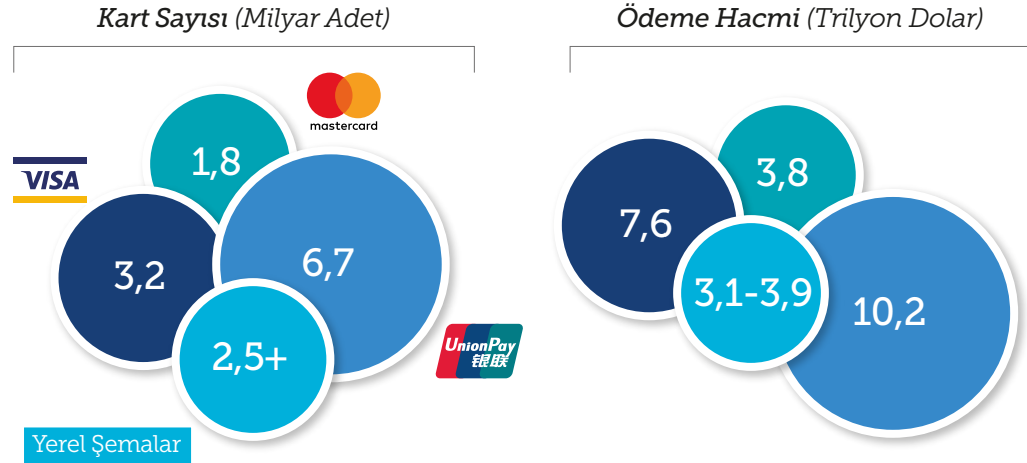
2000'lerin başında Çin'de yerel bir şema olarak kurulan UnionPay'in kısa sürede dünyaya yayılması ve kart adedinde dünya lideri bir şema haline gelmesi ile birlikte yerel ödeme şemaları da 2010'dan itibaren yeniden bir yükseliş trendine girmiş oldu. Almanya'da Giro-card gibi köklü ödeme şemalarının yanı sıra, son dönemde kurulan Brezilya'daki ELO gibi kimi yerel ödeme şemaları kendi pazarlarının en bilinen markaları haline geldi.



Çin'de 2002 yılında "China UnionPay" ismi ile yerel bir ödeme şeması olarak kurulan UnionPay, 2011 sonuna gelindiğinde, yani 10 yıldan kısa bir sürede, yaklaşık 3 milyar karta ulaşarak global şemaları geride bıraktı. Çin'in dünya ekonomileri ile entegrasyonu ve Çin vatandaşlarının Çin dışına seyahatlerinin artması ile birlikte UnionPay'in global bir şemaya dönüşümü de başlamış oldu. UnionPay bugün 7 milyara yakın karta sahip, 48 ülke ve bölgede kartları ihraç edilen, 169 ülke ve bölgede geçerli, ödeme hacminde de dünyada lider global bir ödeme şeması.

McKinsey&Company'nin raporuna göre, yerel ödeme şemaları 2016'da dünya genelinde 2,5 milyarın üzerinde karta ulaştı ve dünya genelindeki 26 trilyon dolarlık ödeme hacmi pastasından %12-%15 arasında pay alır oldu. Yani, yerel şemalar toplamda kimi global şemalardan büyük hale geldi. (Şekil 21)

Şekil 21: Seçili Global Şemalar ve Yerel Şemalar Karşılaştırması (2017)



Not: Yerel şema rakamları 2016'ya aittir. 2016'da global şemaların kart adetleri Visa: 2,5 milyar, Mastercard: 1,7, UnionPay: 6,1 milyar adet; ödeme hacimleri Visa: 7,0 trilyon dolar, Mastercard: 3,5 trilyon dolar, UnionPay: 8,4 trilyon dolar'dır.

Kaynak: McKinsey on Payments (Ekim 2017); Nielson Report (Nisan 2018)

Özel Gündem:
Dünyada Yerel
Ödeme Şemaları

Yerel şemaların payı, Orta ve Güney Amerika'da %24'e, Batı Avrupa ülkelerinde %26'ya, Avustralya ve Yeni Zelanda'da %37'ye kadar yükseliyor. (Şekil 22)

2,5 Milyar+

Yerel Şema
Logolu
Kart Sayısı

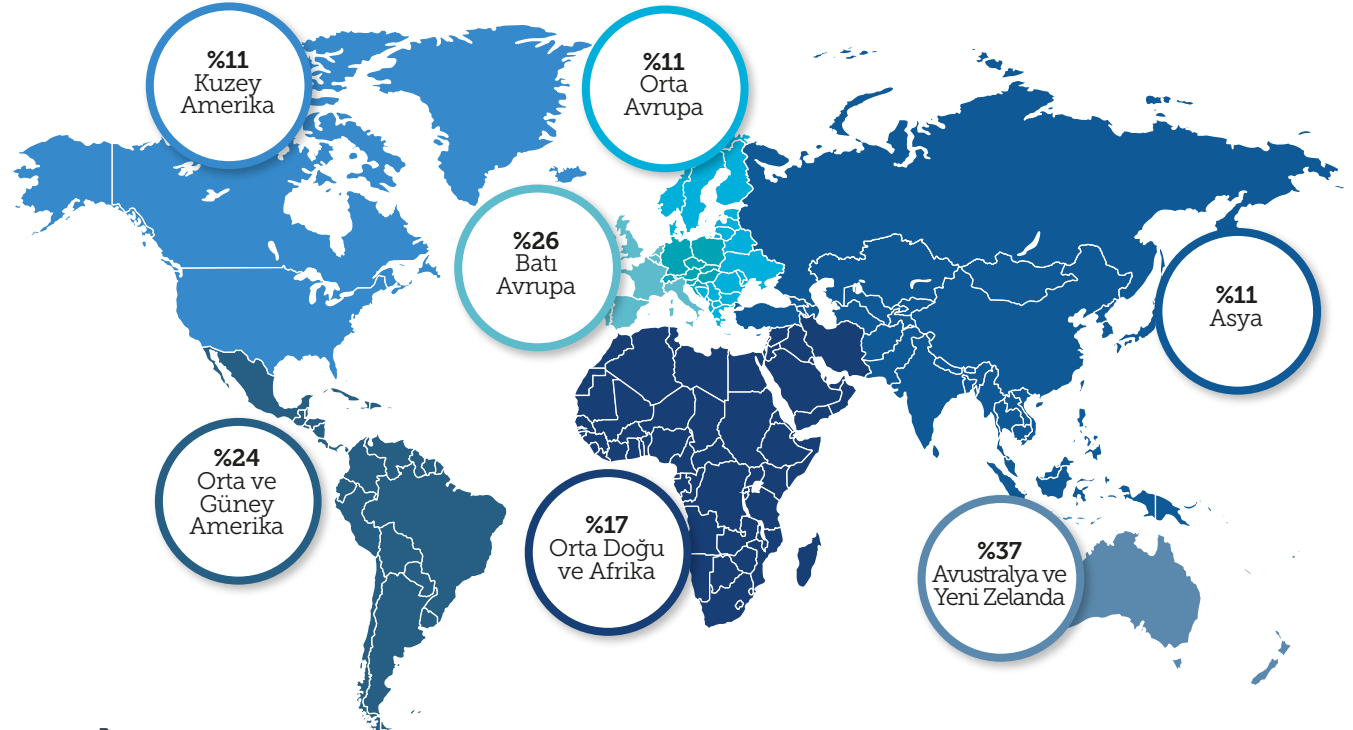
26 Trilyon Dolar

Global Kartlı
Ödeme
Hacmi

%12 - %15

Yerel Şemaların
Global Kartlı Ödeme
Hacmindeki Payı

Şekil 22: Yerel Şemaların Kartlı Ödemelerdeki Payı (2016)



Yerel ödeme şemalarının yükselişindeki temel etmenler stratejik öneminin yanı sıra maliyet avantajı sunması ve yenilikçiliği desteklemesi

Yerel şemaların son dönemdeki bu yükselişinde rol oynayan etmenleri belirlemek için şu soruyu sormak gerekiyor: "Yerel ödeme şemaları ödeme sistemleri dünyasındaki hangi sorunlara çare olarak görülüyor?"

Rusya, Brezilya gibi kimi ülkeler, yerel bir ödeme şemasına sahip olmayı stratejik bir avantaj olarak görüyor. Örneğin, Rusya'da 2015'te hayata geçen yerel ödeme şeması MIR'in en önemli kuruluş motivasyonu, dışa bağımlılığı azaltmak idi. Benzer şekilde Brezilya'nın 2012'de kurulan yerel ödeme şeması ELO'nun kuruluşunda temel motivasyonlar, bir yandan yerel kaynaklarla üretilen teknolojiyi ülke içerisinde tutarak dışa bağımlılığı azaltırken, bir yandan da ödeme ürünlerinde farklılaşma sağlamak, sektör karlılığını artırmak ve yerel sermaye yaratmak idi.



Yerel şemalar temelde pazardaki tüm paydaşların istek ve ihtiyaçlarına daha uygun çözümler geliştirme yetkinliğine sahip. Aynı zamanda, düzenleyici ve ekosistemdeki diğer aktörler arasındaki işbirliğini ve uyumu da kuvvetlendiriyor. Zira yerel ödeme yöntemleri yerel dinamikleri daha iyi okuyor. Bu durum, siber güvenlik, veri gizliliği gibi gittikçe önem kazanan konularda yerel bilginin önemi düşünüldüğünde, oldukça kritik hale geliyor.

Dr. İbrahim Karasu

(Alman Bankalar Birliği, Murahhas YK Üyesi)

Özel Gündem:
Dünyada Yerel
Ödeme Şemaları

Kimi pazarlarda ise yerel ödeme şemaları pazarda mevcut ödeme yöntemleri ile karşılanmayan ihtiyaçları cevaplamak için bir araç olarak görülüyor. Örneğin 1,3 milyarlık bir nüfusa sahip olan Hindistan'da 2012 yılında kurulan yerel kartlı ödeme şeması Rupay hem ülkede nüfusun %52'lik kısmını oluşturan bankasız nüfusun finansal sisteme erişimini sağlamak hem de ülkenin nakit bazlı bir ekonomiden dijital bir ekonomiye dönüşümünde katalizör görevi görmek misyonu ile kurulmuş. Bunu yaparken de Hindistanlı bankalara avantajlı fiyatlaması ile maliyet tasarrufu yaratmayı hedeflemiş.



Rupay'i pazardaki diğer şemalardan farklılaştıran en temel yetkinlikleri, hızlı ve kaliteli servis, yerel bilgi ve destek sağlayabilme, diğer şemalara kıyasla üçte bir oranında maliyet avantajı sunması ve tüketici için yarattığı katma değerli ürün ve servisler.

Abhaya Prasad Hota
(RuPay eski CEO'su)

Maliyet avantajı pek çok yerel şemanın faaliyette bulunduğu pazara sağladığı en önemli değer önermelerinden bir diğeri. Dijital finansal servisler alanında yatırım ve danışmanlık hizmetleri sunan Anthemis'in tahminlerine göre yerel şemalar, global şemalara kıyasla yarı yarıya daha uygun fiyatlama ile sektördeki oyuncuların maliyetlerini düşürmelerine katkıda bulunuyor. Bu oran ülkeden ülkeye farklılaşmakla birlikte %25 - %75 arasında değişiyor.¹ Pek çok ülkede yurtiçi işlemlerin hala toplam ödeme hacminin çok önemli bir kısmını oluşturduğu ve karlılık üzerindeki baskının her geçen gün arttığı göz önünde bulundurulursa, sektör için yaratılan bu faydanın önemi de daha net bir şekilde ortaya çıkıyor.

Özel Gündem:
Dünyada Yerel
Ödeme Şemaları

Yerel ödeme şemalarının bir diğer değer önermesi yenilikçiliğin öncü gücü olarak, hem pazarda cevap bulamayan ihtiyaçları hızlı bir şekilde karşılamak hem de pazara dinamizm katmak. Buna birkaç örnek saymak mümkün. Örneğin, Avrupa'da 1980'lerde kurulmuş olan Danimarkalı Dankort, Belçikalı Bancontact, Fransız Cartes Bancaires ve Portekizli Multibanco'nun yıllar içerisinde kabuk değiştirerek mobil ödeme çözümleri ile kendi pazarlarında dijital ödemelerin yenilikçi öncüleri konumuna geldiğini gördük.



Stratejik
Avantaj



Maliyet Avantajı



Pazara Özgü Ürün
Geliştirme Yetkinliği



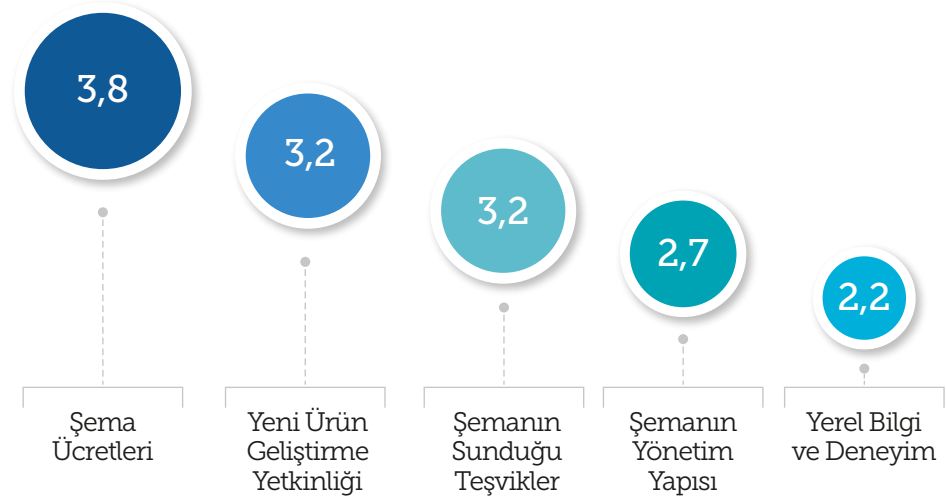
Yenilikçilik
ve Hız

Almanya'nın yerel ödeme şeması Girocard'ın Volksbank Mittelhessen ve VR-Bank HessenLand ile pilotunu yaptığı mobil ödeme çözümü sayesinde, kartlarını dijital olarak bankaların mobil uygulamalarında aktif hale getiren kullanıcılar, HCE (Host Card Emulation) teknolojisi ile temassız mobil ödeme yapabilir hale geldi.

Güney Kore'nin yerel ödeme şeması BC Card 2018'in Mayıs ayında Kore'nin ilk mobil kredi kartı ile ilgili testlerinin başarılı şekilde tamamlandığını duyurdu. Ülkede yakın zamana kadar, mobil ödemelerde kullanılacak olsa bile plastik kart üretme zorunluluğu bulunuyordu. Bu zorunluluğun kalkmasının ardından hızlı bir şekilde çalışmalarına başlayan BC Card, HCE (Host Card Emulation) ve NFC (Near Field Communication) gibi farklı teknolojileri kullanan, kullanıcılarına pek çok lokasyonda mobil temassız ödeme yapma imkanı sunan bu yeni ürünü pazara ilk süren oyuncu oldu. Bu durum, uluslararası şemaların globaldeki öncelikleri ve çok büyük organizasyonlar olmaları gibi sebeplerle yerel pazarlardaki ihtiyaçlara yeterince hızlı cevap veremediği durumlarda, yerel ödeme şemalarının oynadığı kritik role güzel bir örnek oluşturuyor.

Yerel şemaların maliyet avantajı, yenilikçilik ve hız, pazara özgü ihtiyaçlara cevap verebilme yetkinlikleri kart ihraççıları nezdinde de anlam buluyor. Anthemis'in yaptığı bir ankete göre, bu avantajlar bankaların şema seçiminde önem verdiği beş faktörden üçünü oluşturuyor. Yani, yerel şemalar, uluslararası ödeme şemalarının aksiyonları ile artan rekabet ortamında, sundukları değer önermelerini sürekli kılmayı başarırlarsa, pazarda önemli ve kalıcı birer oyuncu olma ihtimalleri de artacak.

Şekil 23: Bankaların Şema Seçiminde Rol Oynayan Faktörler



Not: Değerlendirme 1 en az önemli, 5 en çok önemli olmak üzere 1-5 aralığında yapılmıştır.

Kaynak: The Outlook For National Payment Schemes In A Global Economy (John Chaplin, Andrew Veitch)

Yerel şemaların, kart ihraççılarının yanı sıra düzenleyici kurumlar, üye işyerleri gibi ekosistemdeki kritik diğer paydaşların da ihtiyaç ve beklentilerine daha iyi cevap verebiliyor olmaları yükselişlerindeki diğer bir etmen.



Türkiye ödemeler pazarının yenilikçi gücü TROY, mobil temassız ödeme çözümünün ardından TROY İnovasyon Merkezi'nde, sanal gerçeklik, giyilebilir teknolojiler gibi teknolojilerle ödemeleri buluşturan yenilikçi ürün ve hizmetler için çalışmalarını hız kesmeden sürdürüyor.



Yerel ödeme şemalarının gelişimi ise pazarın dinamiklerine göre değişiklik gösteriyor

Yerel ödeme şemalarının gelişimi her ülkede farklı bir yapı izlemiş. Örneğin Kanada, Almanya, İtalya gibi ülkelerde yerli ödeme şemalarının pazarı domine etmesi 20 ila 25 yıllık süreler almış. Öte yandan, Hindistan, Brezilya gibi yerel ödeme şemalarının beş yıl gibi kısa bir sürede pazarda önemli bir oyuncu haline geldiği ülkeler de bulunuyor.

Avrupa'nın en köklü banka kartı şeması Alman Girocard bugün 108 milyonluk banka kartı pazarında 100 milyonun üzerinde karta sahip ve uzak ara pazar lideri. Uluslararası şemaların yeni markalarla (Visa V Pay, vb.) banka kartları alanında penetrasyonlarını artırmaya çalışmasına rağmen, banka kartları ile özdeşleşen Girocard uzunca bir süre daha liderliğini koruyacak gibi görünüyor.

Benzer şekilde, İspanya'da 1970'li yıllarda kurulan üç farklı yerel ödeme şeması (Servired, Sistema 4B, Euro 6000) günümüzde de büyümesini sürdürüyor. 2017 sonu itibarıyla, üç yerel şemanın toplam kart sayısı 79 milyonun üzerinde.

Gelişmekte olan pazarlar da son beş yıllık dönemde kendi yerel şemasını kurdu ve önemli bir büyüme ivmesi kazandı. Brezilya'da üç büyük bankanın ortaklığında kurulan yerel ödeme şeması ELO, 2012 sonunda 11 milyon olan kart sayısını beş yıl gibi kısa bir sürede ona katladı ve 115 milyon karta ulaştı. ELO bu dönemde ödeme işlem hacmini ise 1,2 milyar dolardan 40 milyar dolara çıkardı ve %12'lik bir pazar payı elde etti.



ELO'nun pazar için en önemli katkılarından biri kendi çip ve sanal kart teknolojisini geliştirerek yenilikçiliğin yerelleştirilmesi oldu. Ayrıca ELO pazarın ihtiyaçları doğrultusunda kurguladığı pazarlama programları ile kart ihraççılarına daha önce ulaşamadıkları kitle segmenti, küçük işletmeler gibi yeni müşteri segmentlerine, üstelik de çok daha düşük maliyetlerle ulaşma şansı da yaratmış oldu.

Max Iervolino Basile
(ELO, CMO)

Hindistan'da kurulan yerel ödeme şeması RuPay beş yıllık serüveninde 500 milyon karta yaklaştı ve 861 milyonluk banka kartı pazarında %57'lik bir pazar payına ulaştı. Rupay'ın kart tabanının %60'ı devletin "Finansal Kapsayıcılık" programı kapsamında bankasız nüfusa verilmiş kartlardan oluşsa da, %40 gibi önemli bir kısmı da halihazırda sistemde olan finansal olarak dezavantajlı olmayan kişilere verilmiş durumda. Şema, yaklaşık 38 milyonluk kredi kartı pazarında da aktif olmak amacıyla 2017'de kredi kartı ürününü çıkarttı.²

RuPay, özel sektör tarafından hayata geçirilmesine rağmen kamudan aldığı destek ile daha az nakdin kullanıldığı bir Hindistan geleceği için önemli bir katalizör olarak ödemeler ekosisteminde yerini aldı. Kamu tarafından yapılan tüm sosyal yardım ve ödemeler ile tarım ödemelerinin RuPay üzerinden yapılması ve de Rupay'ın kamunun doğrudan kullandığı ödeme sistemi olması yaygınlaşmasını oldukça hızlandırdı. Böylece, Rupay kuruluş amaçlarından biri olan bankasız nüfusa erişim misyonunda da başarılı oldu ve üç buçuk yıl gibi kısa bir sürede banka hesabına sahip nüfusun oranı %48'den %80'e ulaştı.

² Kaynak: Hindistan Merkez Bankası

Şekil 24: Seçili Yerel Şemaların Gelişimi

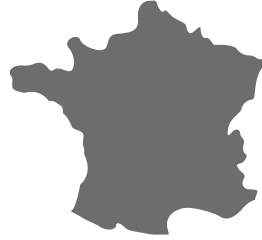
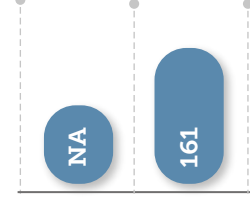


İspanya – Servired,
Sistema 4B, Euro 6000
(1974 - 1979)

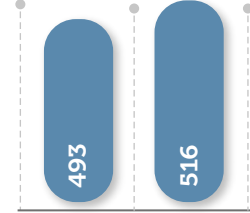
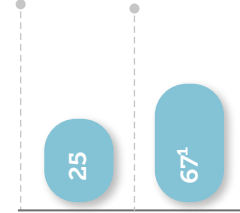
Kart Adedi
(Milyon Adet)



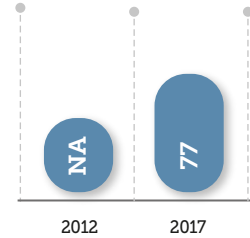
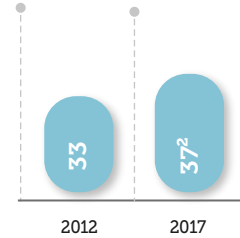
Ödeme Hacmi
(Milyon Dolar)



Fransa – Cartes Bancaires



İtalya – Bancomat
(1983, Banka Kartı)

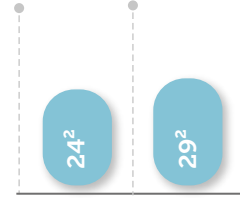


Özel Gündem:
Dünyada Yerel
Ödeme Şemaları

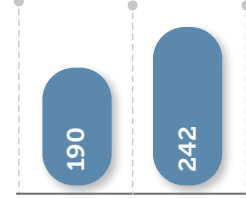


Kanada - Interac
(1984, Banka Kartı)

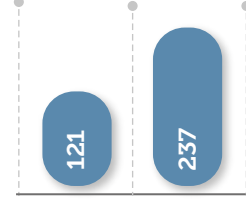
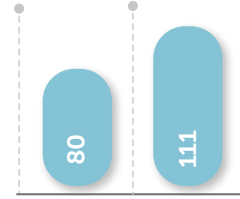
Kart Adedi
(Milyon Adet)



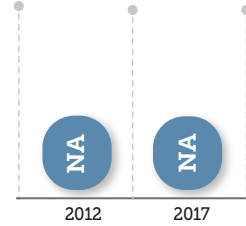
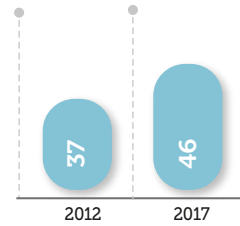
Ödeme Hacmi
(Milyon Dolar)



Japonya - JCB
(1961)



Avustralya - EFTPOS
(1980)

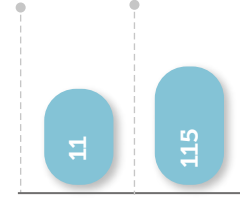


Özel Gündem:
Dünyada Yerel
Ödeme Şemaları

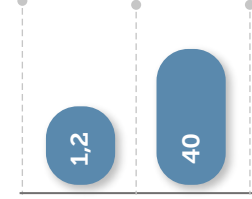


Brezilya - ELO
(2011)

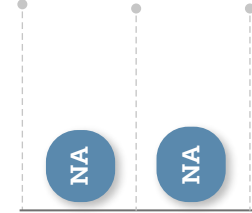
Kart Adedi
(Milyon Adet)



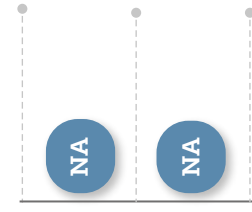
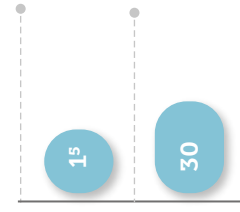
Ödeme Hacmi
(Milyon Dolar)



Hindistan - Rupay
(2012)



Rusya - MIR
(2015)



Yerel ödeme şemalarının nasıl bir gelecek bekliyor?

CC Associates ve SIA'nın ortaklaşa yaptığı ve beş kıtadan 25 yerel şemanın katıldığı ankete göre, yerel şema yöneticileri çeşitli güçlüklerle rağmen gelecekte ümitli. Ankete katılanların %70'i geleceğin kendileri için daha iyi olacağını düşünüyor. Bu oran 2014'te benzer bir metodoloji ile Anthemis'in yaptığı araştırmada %56 idi.

Şekil 25: Yerel Şemalar Geleceklerini Nasıl Görüyor?



Not: Parantez içindeki değerler 2016'da benzer bir araştırmada verilen cevapların oranını göstermektedir.

Kaynak: "National Payments Schemes: Drivers of Economic and Social Benefits?" (John Chaplin, Andrew Veitch, Prof. Dr. Jürgen Bott); Global Survey: Domestic Schemes Shifting Focus To New Digital Payments Services (CC Associates, SPA)

Gelecekle ilgili kötümser olan yerel şema yöneticilerinin oranı aradan geçen bir kaç yılda %32'den %9'a gerilemiş. Yani, global şemalarla rekabetin daha da artmasına rağmen yerel ödeme şemaları gelecekleri hakkında iyimser ve önümüzdeki dönemde ödemeler dünyasında daha da önemli bir yer edineceklerine inanıyor.

Yerel ödeme şemaları, kuşkusuz ki son dönemlerde yükselen ve uluslararası arenada da yerini alan bir trend. Ancak, yerel ödeme şemalarını gelecekte bekleyen zorluklar da yok değil. Yerel şemalar için en büyük zorluklardan biri, değişen regülasyonlarla birlikte yeni iş modelleri geliştirme ve verimlilik sağlama kasını kuvvetlendirme ihtiyacı. Global şemaların aksiyonları ile birlikte artan rekabet karşısında, hem kart ihracı hem de kart kabulü tarafında ölçek yakalamak, yeni ürün ve hizmet geliştirmek için gerekli olan finansal güç ve bilgi birikimini sağlamak, marka bilinirliğini artırmak için büyük pazarlama yatırımları yapma ihtiyacı da diğer zorlayıcı faktörler.

Max Iervolino Basile

(ELO, CMO)

Peki, gelecekte ümitli olan yerel şemalar neleri önceliklendiriyor? Ankete katılanların %56'sı yenilikçi ürün ve hizmetler geliştirmeyi en önemli öncelikleri olarak görüyor; %46'sı ise yeni ürün ve hizmetler geliştirmeyi orta önemde bir öncelik olarak değerlendiriyor. Yerel şemalar, hayatın gittikçe dijitalleştiği bir dünyada konvansiyonel ürünlerin ötesine geçmenin önemini kavlıyorlar. Pek çok şema, mobil ödemelere yönelik ürün ve hizmetler geliştirmeyi önceliklendiriyor.



Yerel şemalar için öncelikli bir başka konu uluslararası işbirlikleri; anket katılımcılarının %92'si uluslararası açılımı çok önemli buluyor. İnsanların ülkeler arası dolaşımının her geçen gün arttığı düşünülürse, özellikle kartların uluslararası kabulü kimi pazarlarda hijyen faktör haline geliyor.

Yerel şemaların rekabet gücünün arttığı bir dünyada, yerel şemalar diğer büyük global şemalar (Discover, JCB) ile işbirliğine gidiyor ya da diğer yerel şemalar ile güçlerini birleştirerek kabul konusunda ortak çalışmalar yapıyor.

Yerel şemaların önünde iki temel zorluk var. Birincisi, uluslararası geçerlilik; bu durumun üstesinden gelmek için en iyi çözüm ise kimi global şemalar ile co-badge ürünler çıkarılması. Yerel şemalar için ikinci zorluk ise, hızla dijitalleşen dünyaya ayak uydurmak ve bu dünyada neleri önceliklendireceğini belirleyebilmek. Bu konudaki tavsiyem ise, kart kullanıcısına katma değer sağlayabilecek alanları önceliklendirmeleri olur. Örneğin, Girocard'da pazarın dinamiklerini düşünerek, temassız ve mobil ödemelerin yanı sıra kart kullanıcısına kolay para çekme imkanı yaratmak üzere mağaza içi çözümleri önceliklendiriyoruz. Geleceğe yönelik olarak ise anlık ödemeler, omni-channel çözümleri gibi konular ajandamızda.

Dr. İbrahim Karasu

(Alman Bankalar Birliği, Murahhas YK Üyesi)

Global şemaların, yerel kart ihraççılarına sundukları finansal faydalar karşısında rekabetin güçleşmesi, yerel şemalar için gelecekte de en zorlayıcı faktörlerden biri olacak. Bu durumda, kimi yerel şemaların güçlerini birleştirdiğini görebiliriz. İspanya'daki üç yerel şemanın 2018 itibarıyla güçlerini birleştirerek pazardaki ihtiyaçlara daha iyi cevap verebilecek tek bir şema haline gelme kararı buna iyi bir örnek.

Son olarak, ticari baskıların arttığı bir dünyada, gelir ve maliyetlerini yönetmek de ankete katılan yerel şemaların %25'inin önceliklendirdiği bir konu. Yani, yerel şemaların temel vaadlerinden biri olan üyelere sağlanan maliyet avantajını sürdürülebilir kılmak gelecekte önemli bir ajanda olacak.

Türkiye'nin Ödeme Yöntemi TROY 2017'de tüketici ile buluştu; 2 yıldan kısa bir sürede 3 milyon üzerinde karta ulaştı

Avrupa'nın bir numaralı kart pazarı olan Türkiye, sektörün ödemeler dünyasındaki bilgi birikimi, bankaların tek çatı altında toplandığı BKM'nin sektördeki kritik rolü ile birlikte ve bunlardan güç alarak, diğer gelişmekte olan pazarlar gibi kendi yerel ödeme şemasını kurma kararını 2014'de verdi.

BKM çatısı altında bankaları bu karara götüren dinamikler ise şunlardı: (i) Türkiye'nin yurtiçi işlemlerin ağırlıkta olduğu bir pazar olması, (ii) halihazırda takas ve switch işlemlerinin BKM tarafından yürütülüyor olması ve BKM'nin sektördeki kural setlerini belirler pozisyonda olması (iii) sektörün kartlı ödemeler konusunda çok güçlü bir bilgi birikimine ve teknolojiye sahip olması (iv) sektörde yerel talep ve ihtiyaçlara daha hızlı ve doğru cevap verebilecek bir alternatif ödeme yöntemi ihtiyacının olması.

Türkiye kartlı ödemeler sektörü incelendiğinde sektördeki kartların önemli bir kısmının sadece yurtiçi işlemlerde kullanıldığı (tekil kartların %91'i), işlem adet ve hacimlerinin de %98'lere varan oranlarda yurtiçi işlemlerden oluştuğu görülüyor. (Şekil 26)

Şekil 26: Türkiye Kartlı Ödemeler Sektöründe Yurtiçi İşlemlerin Payı (2017)



%98
(İşlem Adedi)



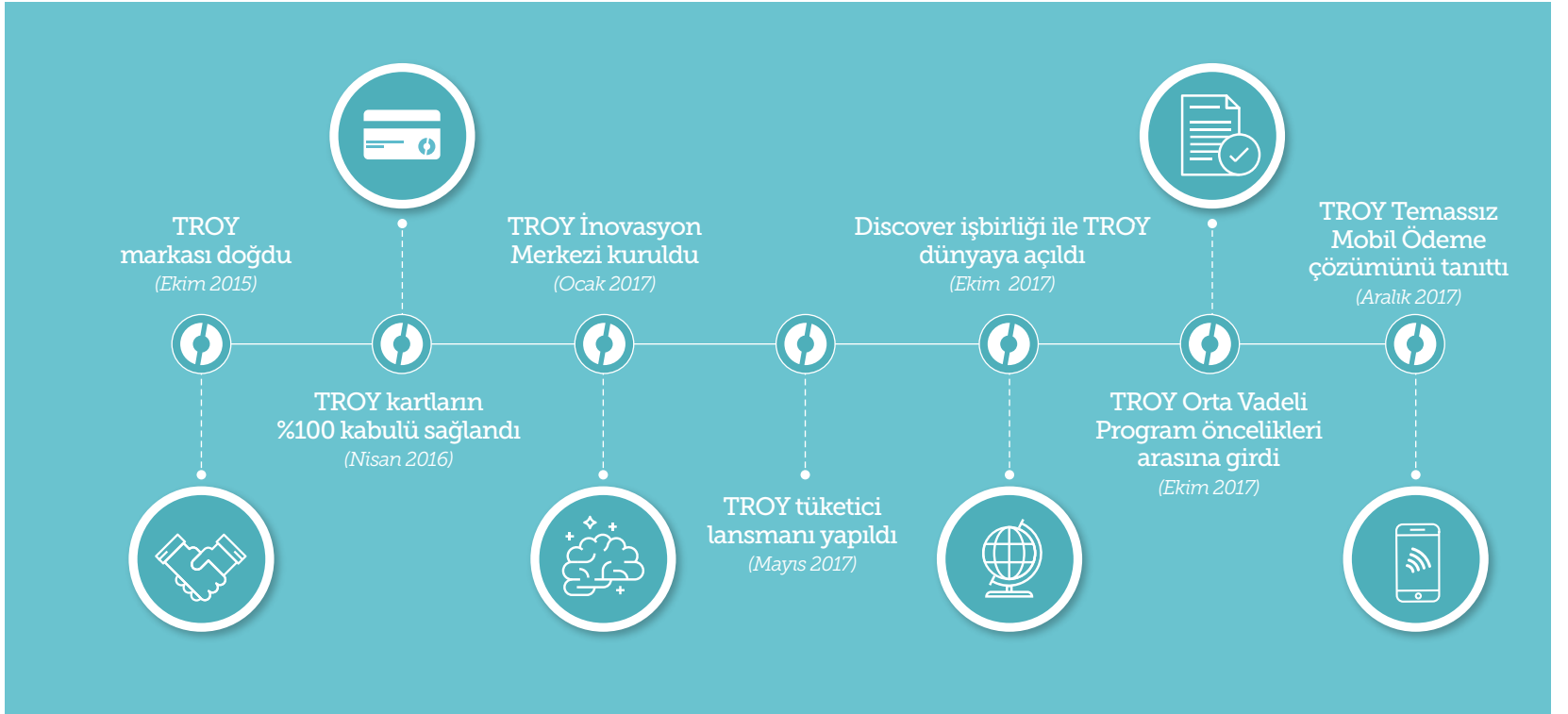
%91
(Tekil Kart Adedi)



%98
(İşlem Hacmi)

Bu dinamikleri göz önünde bulundurarak, 2014-2015 döneminde detaylı değerlendirme ve planlama çalışmalarının yapılmasının ardından, 2015 senesinde geliştirme çalışmalarına başlandı. Gerekli strateji ve planlama çalışmalarını tamamlayıp, düzenleyici kurumlardan izinlerini alan TROY tüm bankaların ortak çalışması ile Nisan 2016 itibarıyla Türkiye'deki tüm kart kabul noktalarında (ATM, POS cihazları, e-ticaret siteleri) geçerli hale geldi. Kısa sürede elde edilen bu başarı, yani yurtiçinde %100 kabul sağlanması, TROY'u diğer yerel şemalardan ayıran en önemli avantajı.

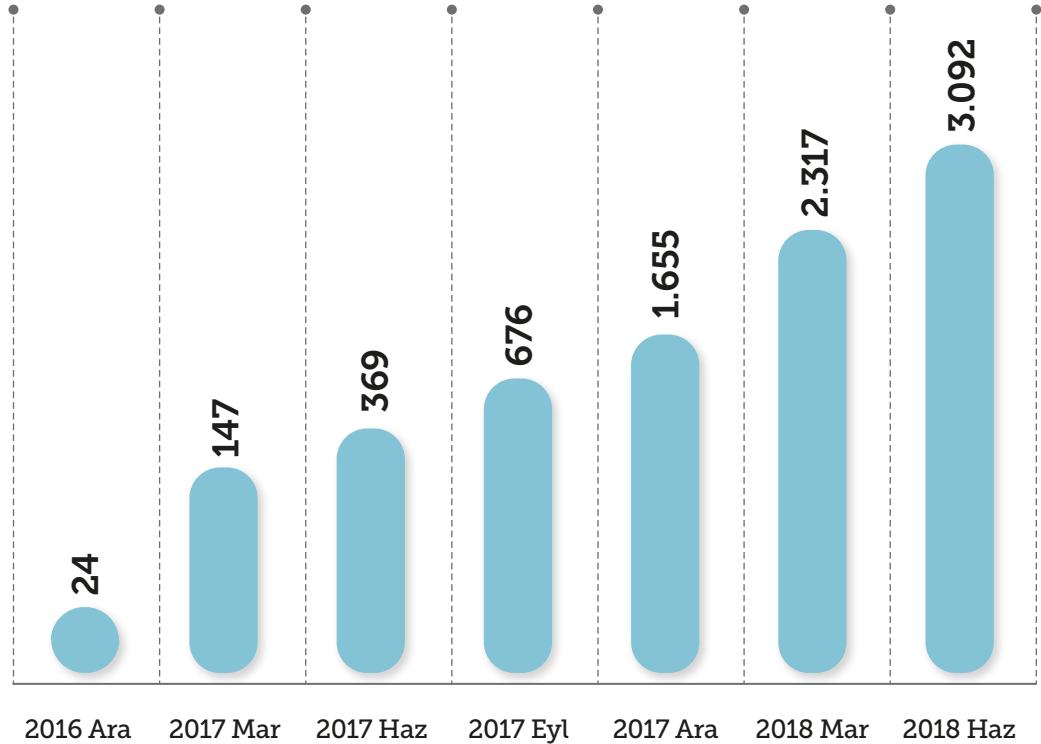
Şekil 27: TROY'un Kuruluşundan Bu Yana Dönüm Noktaları



1 Nisan 2016'da yapılan ilk işlemle birlikte kamuoyuna ilk kez duyurulan TROY'un, kitlelerle buluşması Mayıs 2017'de yapılan tüketici lansmanı ile oldu.

Bugün ise, aradan geçen kısa sürede çok önemli bir mesafe katedildi. TROY mevcutta 28 üyesi ile pazarın neredeyse tamamını kapsayabilecek durumda. 28 üyenin 20'si ise kart ihraç ediyor; diğer üyeler kart ihracı için gerekli geliştirme çalışmalarına devam ediyor. 2016 sonunda 24 bin olan TROY logolu kart adedi, 1,5 yıl gibi kısa bir sürede 3,1 milyona yükseldi.

Şekil 28: TROY Logolu Kart Adedi Gelişimi (Bin Adet)



Kart adetlerindeki artışla birlikte TROY'un pazar payı 2018 Haziran itibarıyla %2,1'e ulaşmış oldu. TROY'un pazarda yeni verilen kartlar içindeki payı ise çok daha yüksek. 2017 başından bu yana, sektörde verilen her 100 yeni banka kartından 15 tanesi TROY logolu idi. Yani, TROY yeni verilen kartlarda %15'lik bir pazar payına sahip ve bu oran her geçen gün yükseliyor.

Şekil 26: TROY Logolu Kart Adedi Gelişimi (Bin Adet)

100 karttan 15'i



2017 başından bu yana
yeni verilen kartlarda
TROY'un payı

44 Milyon Adet



TROY logolu kartlardan
bir yılda geçen
işlem adedi

12 Milyar TL



TROY logolu kartlardan
bir yılda geçen
işlem hacmi

TROY logolu kartlarla yapılan işlemler de yüksek bir ivme ile büyüyor. 2018 Haziran itibarıyla, son bir yıllık dönemde TROY logolu kartlarla yapılan işlemler 44 milyon adede ulaşırken, işlem hacmi 12 milyar TL oldu.

TROY logolu kartların kullanımı ise sektöre paralel bir seyir izliyor. Örneğin, TROY logolu kartların önemli bir kısmını oluşturan banka kartlarının ödeme işlemleri için kullanımı sektöre paralel. Ödeme işlemlerinin toplam banka kartı işlem adedindeki payı sektörde %55 iken, bu oran TROY logolu kartlar için de aynı. Benzer şekilde, ödeme işlemlerinin toplam banka kartı işlem hacmindeki payı sektörde ve TROY logolu kartlarda %11.

Halihazırda kartlı ödeme sistemlerinde oldukça gelişmiş bir pazar olan Türkiye'de yerel bir ödeme şeması olarak yer alan TROY, dünyadaki benzer örneklerde olduğu gibi, pazarda yenilikçiliği sahipleniyor. TROY'un kamuoyuna duyurulmasından hemen sonra, Ocak 2017'de kurulan TROY İnovasyon Merkezi, geliştirdiği yenilikçi ürünlerle Türkiye ödemeler pazarının yıllardır süregelen ve dünyaya örnek olduğu yenilikçi ürün geliştirme kasını daha da güçlendiriyor.

Özel Gündem:
Dünyada Yerel
Ödeme Şemaları

TROY'un 2018'in ilk günlerinde kamuoyuna duyurduğu ve HCE (Host Cloud Emulation) teknolojisi tabanlı temassız mobil ödeme çözümü bunun ilk örneği oldu.

TROY'un hedefi, Türkiye'de ödemeler dünyasında yenilikçi ürün ve hizmetlerde öncü olmaya devam ederken 2022 itibarıyla, 40 milyon karta ve %20 pazar payına ulaşmak, sektörün sürdürülebilir ve sağlıklı bir şekilde büyümesine katkıda bulunmak.



KREDİ KARTI



9792 0123 4567 8901

DERYA ENGİN

05/20





troyodeme.com

 /TroyOdeme

 /troyodeme

 /troy_odeme