

PSM

PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE



CARDEK ACADEMY'NİN BORDO BERELİLERİ

Ekim 2014 / Sayı: 42 / Fiyatı: 10 TL

www.psmmag.com

aktif bank



PASSOLIG

ekenk

ŞUBESİZ BİREYSEL BANKACILIK MUCİZESİ



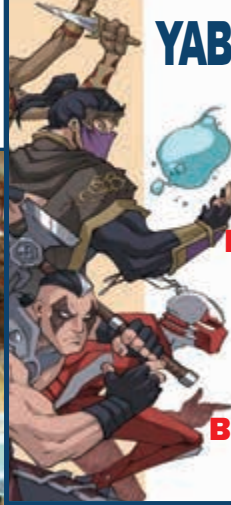
Sanal POS'ların yüzde 80'i etkilenecek, bazı e-ticaret siteleri kapısına kilit vuracak!

YABANCI YATIRIM YAĞMURU

Amerikan teknoloji devi CSC, Türkiye'de

Fransız bankacılık yazılımcısı SAB, YAZ ile ortak oldu

Brezilyalı online oyun pazarlamacısı UOL BoaCompra, Türkiye'de ödeme imkanı sunmaya başladı



Şehirlerarası otobüs şirketlerine Avrupalı rakip



ISSN:1308-5077



9 771308 507002

ESNAFIMIZIN KAPISI HEP AÇIK KALSIN DİYE ŞEKERBANK'TAN TÜRKİYE'DE BİR İLK: AÇIK POS!

FATURA
ÖDEME

Mahalleli esnaftan
faturasını
ödeyebilecek.

0

KOMİSYON

Her ayın 15'inde
yapılan alışverişlerde
esnaf komisyon
ödemeyecek.

PROFESYONEL
YÖNETİM

Esnaf AÇIK POS ile
işini profesyonelce
yönetecek.

STOK TAKİBİ

Esnaf stok takibi
yapabilecek.

NAKİT ÇEKME

Mahalleli esnaftan
nakit para çekebilecek.

CEBE TL YÜKLEME

Mahalleli esnaftan cep telefonuna
TL yükleyebilecek.

Mahallemizi mahalle yapan esnafımızın yüzü hep gülsün diye, AÇIK POS şimdi Şekerbank'ta.



AÇIK
POS

Şekerbank

sekerbank.com.tr | 444 78 78



Abdullah Çetin
acetin@psmmag.com

Pazarın, ekosistemin kadar konuş!

Tesadüftür, bu sayımızda ödeme sistemlerini ilgilendiren alanlarda Türkiye pazarına giriş yapan yabancı şirketlerden haberler ağırlıklı yer alıyor.

Amerikan teknoloji yatırımları yönetimi devi CSC, Fransız temel bankacılık yazılımları üreticisi SAB, şehirlerarası yolculuk paylaşım sosyal ağı BlaBlaCar ile Brezilyalı dijital oyun pazarlamacısı ve dijital ödeme şirketi UOL BoaCompra'nın Türkiye planlarını, pazardan beklentilerini ilerleyen sayfalarımızda okuyabilirsiniz.

Satın alma, ortaklık, start-up, yeni ürün ve teknolojilerin yer aldığı sayfalarımızda ise Türkiye'de geliştirilip yabancı sermaye alan, yurtdışına hatta Çin'e ihraç edilen girişimlere yer verdik. Ama benim dikkatimi asıl İsveçli bir girişim olan Klarna çekti. Ayrıntılarını "Dünyadan" sayfalarımızda okuyabileceğiniz bu ilginç girişim, Avrupa'daki başarısını şimdi de kuzeyinden başlayarak Amerika kıtasına taşımaya hazırlanıyor.

Bizdeki BKM Express örneğinde olduğu gibi online alışverişlere aracılık eden Klarna'nın sistemi özetle şöyle işliyor: Klarna üyeleri, online alışverişlerinde herhangi bir kart bilgisi girmiyor. Hatta alışveriş yaptığı yere ödeme de yapmıyor. Bunu sizin yerinize Klarna yapıyor. Siz de 14 gün içerisinde istediğiniz zaman Klarna'ya ödemenizi yapabiliyorsunuz.

Evet, yaratıcı bir girişim. Peki bırakın 14 günde ödemeyi, 50 liralık alışverişe bile 9 taksit yapabiliyor mu? Aldığınız ürünü kontrol edip, deneyip, beğenmezseniz koşulsuz iade etmenizi garanti edebiliyor mu?

Verebileceğim çok örnek var ama yerim dar. Asıl üzücü olansa Klarna'nın altı farklı finansman grubundan 282 milyon dolarlık sermaye girişi sağlaması. Yanlış anlaşılmasın, konumuz Klarna'nın bu desteği hak edip etmediği değil. Bizim derdimiz Türkiye'deki başarı hikayelerinin hak ettiği ilgiyi görmemesi, dış dünyaya açıklamaması. Ama bunda da suçlu dışarıda aramayalım. Klarna, Amerika'ya açılma kararı almadan önce Avrupa'da 25 milyon tüketiciye ve 45 bin perakendeciye ulaşmış. Bizde böyle bir örnek var mı?

Bu noktada sözü Phaymobile Genel Müdürü Dr. Özgür Güngör'den bir alıntıyla bitirmek istiyorum: "Sadece şirketlerin, hizmetlerin değil çevresindeki ekosistemin de sürdürülebilir olması gerekiyor. Pazarımızın derinliğini artırmalıyız. Kendi pazarımızda ne kadar güçlü, tercih edilir ve kullanılır olursak dünya pazarlarında da o derece güçlü ve talep edilir oluruz."

Keyifli okumalar



www.psmmag.com

Medya Gündem Dijital Yayıncılık
ve Tic. A.Ş. adına
İMTİYAZ SAHİBİ VE SORUMLU MÜDÜR
Barış Bekar

YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ
Abdullah Çetin
acetin@psmmag.com

YAZI İŞLERİ MÜDÜR YARDIMCISI
Esin Gedik

YAYIN KOORDİNATÖRLERİ
Kayhan Öztürk, Sibel Köklü

HABER MÜDÜRÜ
Orhan Pala

DÜZELTMEN
Celalettin Kafesoğlu

GÖRSEL YÖNETMEN
Halil Günüş

HABER MERKEZİ
Berrin Vildan Uyanık, Fatih Rençberler,
Selin Paratutmaz, Burak Taşçı,
Murat Demirbağ, Aslı Yaraşan

YURTDIŞI TEMSİLCİLİKLER
Sinem Büber Singh (New York), Özlem
Aydın (Londra), Zeynep Turan (Roma)

FOTOĞRAF
Sinan Özel

ARŞİV VE ABONE SORUMLUSU
Özlem Özen
oozen@gundemmedyagrubu.com

REKLAM & REZERVASYON
Seda Uygun
suygun@psmmag.com

YÖNETİM YERİ
Medya Gündem Dijital Yayıncılık ve Tic. A.Ş.
Cumhuriyet Cad. No: 181 Efser Han Kat: 8
Harbiye / Sisli - İstanbul
Tel: 0212 255 32 92-93-94 / Faks: 0212 238 72 07

BASKI
Pelikan Basım Matbaa Ambalaj San. ve Tic. Ltd. Şti.
Gümüşsuyu Cad. Odin İş Merk.No: 28-1
Topkapı - İstanbul Tel: 0212 613 79 55

YAYIN TÜRÜ
AYLIK - YAYGIN - TÜRKÇE (EKONOMİ - HABER DERGİSİ)
PSM, T.C. Yasalarına uygun olarak yayımlanmaktadır.
Dergide yayımlanan yazı, fotoğraf, harita, illüstrasyon ve konuların her hakkı saklıdır. Kaynak gösterilmeden alıntı yapılamaz.
Köşe yazıları yazarlarının sorumluluğundadır.

iÇİNDEKİLER

PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE • EKİM 2014



AYIN EKİBİ

İşte Cardtek Academy'nin
bordo berelileri
X TEAM

**8 VİTRİN**

Mobil bankacılıkta parmak izini İşÇep başlattı

18 BİREYSEL BANKACILIK

Aktif Bank'ın ezber bozan girişimleri

22 MOBİL UYGULAMA

Şehirlerarası yolculuklar artık daha ucuz, daha eğlenceli

24 TEKNOLOJİ SOHBETLERİ

NFC'nin önündeki son temas da kalktı!

26 BT YÖNETİMİ

Amerikan teknoloji devi CSC Türkiye'de

28 YAZARKASA POS

Mikrosaray'ın hedefi yüzde 15 pazar payı

30 YAZARKASA POS

VERA Delta bayramı uzattı

36 VİZYON – ERMAN KINAY

Dijital ödemelerin önemi

38 YENİ UYGULAMA

Kredi notunu cepten öğren, bankada refüze olma!

40 E-TİCARET

'E-para' yasası POS'lu işlemlerin yüzde 80'ini etkileyecek

44 ONLINE ALIŞVERİŞ

Türkiye 14 milyar TL'yi online harcadı

48 BANKACILIK ÇÖZÜMLERİ

Katılım bankacılığında uluslararası işbirliği

50 EĞİTİM

Üniversitede ders verir gibi İslami finansı öğretecekler

52 INFOGRAFİK

Doğru kullanılan kartlar 6 bin kişilik istihdam sağlıyor

54 DİJİTAL BANKACILIK

Bankalar ödeme köprüsü ayrıcalığını yitirebilir

58 ONLINE OYUN

Bu oyunda kurallar Türkiye'ye göre belirlendi

60 SATIN ALMA & ORTAKLIK & START UP

Çinliler de kombin yapacak

62 EXTRE

Bireyseldeki daralmayı ticari kredi kartları dengeliyor

64 DÜNYADAN

Tek tık ile satın al; parasını 2 hafta içinde öde

66 NOSTALJİ

Elektronik para internet yaygın değilken de vardı



Mobil bankacılıkta parmak izini İşCep başlattı

Türkiye İş Bankası, mobil bankacılık uygulamasına girişte müşteri şifresi tuşlama ihtiyacını ortadan kaldıran parmak izi tanıma (Touch-ID) teknolojisini Türkiye’de ilk kullanan banka oldu. İş Bankası, bu teknolojiyle Bankamatiklerdeki biyokimlik uygulamasının ardından, İşCep’le de müşterisini parmağından tanıyabilecek.

Monitise ve SoftTech işbirliğiyle geliştirilen, İşCep’e Touch ID ile giriş özelliği sayesinde iOS 8 işletim sistemli ve parmak izi tanıma özelliğine sahip iPhone 5S ve üzeri mobil cihazlardan, İş Bankası mobil bankacılık uygulaması İşCep’e giriş yapmak için müşteri şifresi tuşlamaya gerek kalmıyor. Ekstra bir şifre girme işlemine gerek bırakmayan teknoloji sayesinde güvenlikten taviz verilmeden müşteriye kullanım kolaylığı ve zaman tasarrufu sağlanıyor.

Banka müşterilerinin sadece bir defaya mahsus olmak üzere aktivasyon işlemi yapması yeterli oluyor. İşCep



üzerinden gerçekleştirilen aktivasyon sırasında müşterinin tarayıcıya okuttuğu parmak izi bilgisi, telefona kayıtlı olan parmak izi bilgisiyle karşılaştırılıp doğrulanarak işlem tamamlanıyor. Aktivasyonunu tamamlayan müşteriler, müşteri şifresini tuşlamak yerine İşCep’e parmağını okutarak hızlı ve kolay bir şekilde giriş yapabiliyor.

İşCep’te parmak izi aktivasyonu ile birlikte “müşteri numaramı hatırla” ve cep anahtar uygulaması için “anahtar kodumu hatırla” seçenekleri de kullanıldığında, İşCep’e girişte müşteri numarası, müşteri şifresi ve tek kullanımlık şifre tuşlamaya gerek kalmadan sadece parmak iziyle giriş yapılabilir.

CRIF, Türkiye’de satın aldığı 4 şirketi tek çatıda birleştirdi



Finansal kurumlar ve reel sektör işletmeleri için derecelendirme modelleri dâhil karar sistemleri geliştiren CRIF, geçen yıl

bünyesine kattığı Türkiye’deki tüm firmaları tek çatı altında birleştiriyor. CRIF SpA Başkan ve CEO’su Carlo Gherardi’nin de katılımıyla 23 Eylül’de Intercontinental Otel’de düzenlenen toplantıda CRIF’in Türkiye’deki yeni grup yapısı açıklandı. CRIF grubunda faaliyet gösteren Finar, D&B Türkiye, Kompass Türkiye ve Recom yetkililerinin yanı sıra müşterileri arasında yer alan banka, finans, reel sektör, telekomünikasyon ve kamu hizmet kuruluşlarının temsilcilerinin bir araya geldiği toplantıda grubun vizyonu ve hedefleri hakkında bilgiler verildi. “Kredi yaşam döngüsü” konseptine uygun olarak yakın zamanda hayata geçirilen online platformlar ve çözümler de tanıtıldı.

CRIF, geçen yıl Türk iş dünyasının ticari ve finansal bilgi gereksinimini karşılamak üzere 1989 yılında kurulan Finar Enformasyon Derecelendirme ve Danışmanlık A.Ş. (Finar) ile kardeş firmaları D&B Türkiye ve Kompass Türkiye’yi bünyesine katmıştı. CRIF, bu yıl ise Türkiye’de alacak yönetimi ve tahsilatı alanında da hizmet vermek amacıyla Recom’u satın almıştı.

1988 yılında İtalya’da kurulan CRIF, halen 40’tan fazla ülkede 2 bin 400’ün üzerinde banka, kredi birliği, finansal ve finansal olmayan kuruluşlara hizmet veriyor. Bilgi çözümleri, karar destek sistemleri ve dış kaynak hizmetleri alanında faaliyet gösteren CRIF’in 2013 yılında toplam cirosu 305 milyon euro’ya ulaştı. Grubun İtalya dâhil dünyadaki ofisleri ve iştiraklerinde 2 binin üzerinde danışman ve personel çalışıyor.

Turkcell, PCI DSS sertifikasını “yüzde 100” uyumla aldı



İlker Kuruöz

Turkcell, kartlı ödeme sistemlerinde dünyanın en önemli veri güvenliği standardı belgesi olan “PCI DSS Veri Güvenliği Standardı” sertifikasını aldı. Böylece Turkcell’in tüm online satış kanallarında, PCI DSS uyumluluk sertifikasıyla kredi kartı bilgilerinin güvenliğini yüzde 100 sağladığı tescil edilmiş oldu. PCI

DSS belgesi, kartlı ödeme sistemlerinde veri güvenliğini sağlamak amacıyla uluslararası kabul görmüş ödeme markaları American Express, Discover Financial Services, MasterCard, JCB ve Visa kurumları tarafından oluşturulan PCI Güvenlik Komitesi tarafından veriliyor. Turkcell Genel Müdür Yardımcısı İlker Kuruöz, söz konusu belgenin önemini şöyle açıklıyor:

“Müşterilerimizin bize emanet ettiği hassas bilgileri, güvenli şekilde saklamak ve işlemek asli görevimiz. Bilgi güvenliği, özellikle kartlı ödeme sistemlerinde son derece titizlikle ele alınması gereken bir konu. Turkcell olarak bu noktadan hareketle müşterilerimizin güvenliğini en iyi şekilde sağladığımızı bir kez daha vurgulamak adına bu belgeyi aldık. PCI DSS sayesinde zaten yüksek güvenlik sistemleriyle korunan bu bilgileri artık dünya genelinde kabul görmüş bir standartla koruduğumuzu da söyleyebiliriz.”

YENİ NESİL YAZAR KASA POS'A AKBANK FARKIYLA GEÇİN

PAKET 1

- Akbank kredi kartıyla alanlara vade farksız 9 ay taksit imkanı
- Akbank uygulamasıyla ilk işlemlerini yapanlara 50 TL chip-para hediye

PAKET 2

- Ciro taahhüdü verenlere yazar kasa POS hediye



1. Paket: Kampanya kapsamında 9 ay taksit imkanından yararlanılabilmesi için, 30 Eylül 2014 tarihine kadar Akbank kredi kartları ile satın alınan EFT-POS özellikli yazar kasa cihazlarının POS slibi ve cihaz faturasının belirtilen tarihe kadar Akbank şubelerine ibraz edilmesi gerekmektedir. 30 Eylül 2014 tarihine kadar yazar kasa POS cihazları üzerine Akbank uygulamasını kurduklarını ilk işlemi yapan müşterilerimize cihaz başına 50 TL chip-para hediye edilecektir.

2. Paket: Yeni nesil cihaz taahhüt kampanyası 30 Eylül 2014'e kadar 1000 adet sınırlı sayıda cihaz için geçerlidir. 1 müşteri maksimum 3 adet yeni nesil POS cihazını taahhütlü alabilir. Ciro taahhüt tutarı ve süresi banka tarafından belirlenecektir. Cihaz başına 1.600 TL'ye kadar olan tutar, taahhüt edilen aylarda, belirtilecek olan Akbank kredi kartına chip-para olarak yüklenecektir.

Detaylar için AkbankPOS.com, şubeniz ya da 444 2828 POS Destek Hattımız ile iletişime geçebilirsiniz. Cihazlara yönelik yaşanabilecek olumsuzluklarda banka sorumlu değildir. Sorun cihazı tedarik eden firma ile görüşülmelidir. Aynı anda iki paketten yararlanılamaz.

► GARANTİ’NİN DİJİTAL DÖNÜŞÜM ELÇİLERİ GÖREV BAŞINDA



Nafiz Karadere

Garanti Bankası, Google, Microsoft ve Turkcell’le iş ortaklığı halinde “Dijital Dönüşüm Elçileri” projesini başlattı. Bankanın KOBİ’lere hizmet sunan müşteri ilişkileri yöneticilerinden oluşan Dijital Dönüşüm Elçileri, KOBİ’lerin temel teknoloji bilgilerine sahip olmasını amaçlıyor. Proje doğrultusunda düzenlenen en önemli etkinlikse “Gelecek Dijital KOBİ Zirvesi” adını taşıyor. KOBİ’lerin dijital dönüşümün ve dijital okuryazarlığının gelişimine destek veren Garanti, Dijital Dönüşüm Elçileri ekibiyle; dijital dönüşümle KOBİ’lerin verimliliğinin artmasını, süreçlerinin kolaylaşmasını, kontrol sistemlerinin oluşturulmasını ve pazarlama faaliyetlerinin geliştirilmesini hedefliyor. Garanti Bankası Genel Müdür Yardımcısı Nafiz Karadere, Dijital Dönüşüm Elçilerinin e-ticaret ve dijital şirketler konusunda da bilgilendirme yapabilmesi için eğitildiğini belirtiyor. Karadere,

Dijital Dönüşüm Elçileri projesinin çıkış noktasını ve amaçlarını şöyle anlatıyor: “Microsoft’un 24 ülkeden 4 bin KOBİ’yi kapsayan araştırmasına göre ‘daha çok teknoloji kullanmak’ KOBİ’lerin cirosunu ve istihdamını yükseltiyor. Teknolojiyi yüzde 10 daha fazla kullanan KOBİ’lerin cirosunun 15 milyar dolar, istihdamının ise 360 bin kişi artacağı öngörülüyor. Garanti Bankası olarak, dijital okuryazarlığın, iletişim ve işlem teknolojilerine hakim olmanın, günümüzde başarıya ulaşmanın temel faktörleri arasında yer aldığına inanıyoruz. Bu kapsamda, KOBİ’lerin dijitalleşme sürecini hızlandırmak ve yeni çağda hayatlarını kolaylaştırmak için yeni bir projeyi hayat geçiriyoruz. Dijital Dönüşüm Elçileri projesiyle, değişen dünya düzenine uyum sağlaması için KOBİ’lerin farkındalığını artırmayı, temel teknolojik gereksinimleriyle ilgili yönlendirmede bulunmayı amaçlıyoruz.”

YeninesilPOS' unuzu nasıl arzu edersiniz ?



Mobil Yazarkasa POS

Depo Stok Yönetimi

Otopark

Cafe Restaurant

Yeni Nesil Yazarkasa POS

Pibion
MT360E



Umman Bank Sohar, anında kart basım hizmetine başlıyor



Cardtek Group iştiraki olan Dubai merkezli Cardtek Middle East, Umman'da faaliyet gösteren Bank

Sohar'la anlaştı. Proje kapsamında Cardtek Middle East, SmartSoft'un Palmaris ürün kurulumunu tamamlayarak banka müşterilerinin bir dakikadan daha az sürede kartlarını teslim almalarını sağlayacak. Bank Sohar müşterileri, Ocak 2015 tarihi itibarıyla bankadan talep ettikleri kartlarını anında şubeden teslim alabilecekler. Zebra Technology kart basım makineleri üzerinde çalışan SmartSoft'un Palmaris ürünü banka kartlarının bir dakikadan daha az süre içerisinde şubede basılıp teslim edilmesini sağlıyor.

Bank Sohar'ın 26 şubesinde kullanılacak sistem sayesinde mevcut banka kartları, manyetik şeritli teknolojiden EMV-çip tabanlı kart teknolojisine geçiş yapabilecek. SmartSoft tarafından geliştirilen Palmaris ürünü, sektörde aktif olarak faaliyet gösteren kart basım makinelerinin tamamına yakınıyla tam uyumlu olarak çalışıyor. Anında kart basma özelliğinin yanı sıra şubelere kart stoklarını takip etme imkanı da sunan Palmaris, bankalara büyük kolaylık sağlıyor.

Akıllı binalar bulut üzerinden tek merkezden yönetilecek

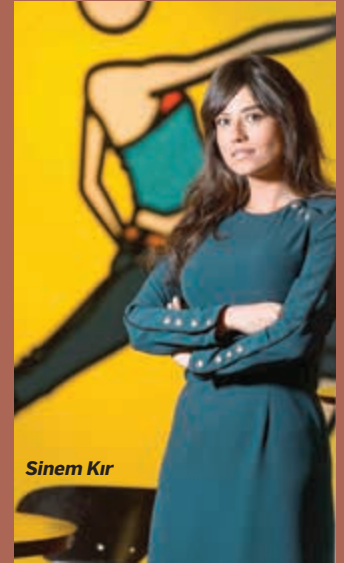


Avrupa Birliği'nin ITEA2 (Avrupa'nın Gelişimi için İletişim Teknolojisi) kümesi çerçevesinde 2013 yılında onaylanan; Türkiye'de ise TÜBİTAK TEYDEB tarafından desteklenen BaaS (Building As A Service) projesi İTÜ Arı Teknokent'te değerlendirildi. Türkiye'den Defne Telekomünikasyon, KoçSistem, Bor Yazılım ve Cardtek Group şirketlerinden SmartSoft'un yer aldığı BaaS'ta, dünya genelindeki akıllı binaların "bulut" üzerinden, tek merkezden yönetilmesi amaçlanıyor. ITEA2 BaaS projesi kapsamında geliştirilecek platformla; binalardaki aydınlatma, ısıtma-soğutma, güvenlik gibi farklı disiplinlerdeki kontrol sistemlerinin arasındaki boşluğun kapatılması, bu sayede sosyoekonomik etkileri olan servis ve uygulamaların ortaya çıkmasını sağlayacak altyapının oluşturulması planlanıyor. Ayrıca donanımdan soyutlanmış ancak iyi tanımlı standart ara yüzlerle yeni katma değerli servislerin kurulumuna imkân sağlayacak ITEA2 BaaS platformunun, bina otomasyonu ve yönetimi servislerine yatırımı cazip hale getirmesi ve yeni pazarlar yaratılmasına katkı sağlaması hedefleniyor. ITEA2 BaaS projesi Türkiye konsorsiyumu, projede hemen her iş paketi içerisinde yer alacak.

Kıbrıs'ta POS'tan kontör yükleme dönemi başladı



Hitay Yatırım Holding şirketlerinden 2Nokta ile Kuzey Kıbrıs Turkcell arasında başlatılan işbirliğiyle KKTC'deki Kuzey Kıbrıs Turkcell müşterileri, yeni dönemde 2Nokta POS cihazları üzerinden kontör yükleyebilecek. Sisteme Garanti Bankası'nın da dahil olmasıyla POS cihazı üzerinden hem kredi kartı ödemesi alınıp hem de kontör



Sinem Kır

yüklenebilecek. Söz konusu uygulamadan küçük esnaftan büyük marketlere kadar 1.250 noktada yararlanılabilecek. 2Nokta Genel Müdürü Sinem Kır, mobil POS cihazlarının kullanıldığı bu projeyi diğerlerinden ayıran en önemli özelliklerden birinin, sisteme bir bankanın katılması olduğunu belirtti. Kır, "Bu kapsamda, bir ilke imza attık ve sisteme bir bankayı dahil ettik. Garanti Bankası'yla yaptığımız anlaşmayla hem KKTC'deki projelerimizi hem de tüm bankaları tek bir POS cihazı üzerinde bir araya getirmeyi hedefliyoruz" dedi.

PASSOLİG Kartın hazır mı?

Maç bileti... Banka kartı... Kredi Kartı... Kulüp taraftar kartı... Ulaşım kartı*...
Ve Mağaza indirim kartı... Artık hepsi tek bir kartta bir araya geliyor. PASSOLİG
Karta hemen başvur, takımının yanında ol!

Ayrıntılı bilgi; www.passolig.com.tr'de!



*Anlaşmalı şehirlerde geçerlidir.



İnternet veya cepten passolig.com.tr'ye gir.
Başvurunu yap, kartın adresine gelsin.

PASSOLİG

Spor ve Eğlenceye Giriş Kartı

0850 724 33 44

www.passolig.com.tr

► TAKSİCİ BOŞ GEZMEYECEK, YOLCU SOKAKTA BEKLEMİYECEK



İstanbul Büyükşehir Belediyesi iştiraki İSPARK, İstanbul'daki tüm taksilerin "çağrı merkeziyle entegrasyonu" projesini uygulamaya geçiriyor. İstanbul'daki 18 bin taksinin tüm teknolojik donanımı, altyapı değişikliği ve hizmetleri için yapılan ihaleyi kazanan VeriFone, halen dünya çapında 92 şehirde kullanılan taksi sistemini İstanbul'da İSTAKSİ çatısı altında hayata geçirecek. İSTAKSİ'nin sadece yolcular değil taksici esnafı ve taksiciler için de çığır açacak bir uygulama olduğunu söyleyen İSTAKSİ yetkilileri, projenin faydalarını şu şekilde özetliyor:

"İSTAKSİ projesiyle artık taksiler boş gezmeyecek. Artık hem temsilcilerimiz hem de yolcularımız güvenli yolculuklar yapacak. Ayrıca yollarda taksi beklemeye de artık bir son verilmiş olacak. Yolcularımız istedikleri yöne istedikleri yere, istedikleri zaman taksi bulabilecekler.

Bu sistem, yolcu ve sürücü güvenliğini düşünerek geniş kapsamlı önlemleri de beraberinde getiriyor. Her araçta hem yolcu hem de taksici bölümünde yer alacak iki ayrı panik butonu, güvenlik sisteminin esasını oluşturacak. İstenmeyen bir durum anında, taksici ya da yolcu kendi panik butonlarını kullanarak yardım isteyebilecek. Böylece taksici esnafımızın en büyük sorunu olan taksicilere yönelik saldırılar, gasp ve hırsızlıklar büyük oranda azalacak. En son teknolojik donanıma sahip olacak bu sistemle, her taksi 3G sistemi ile internete bağlanabilecek. Bu sistem zaman içinde en yenilikçi cep telefonu ve tablet uygulamalarına açık olacak." İSTAKSİ projesinin getireceği yeni teknolojiler sayesinde taksiye binen yolcular güvenli bir ortamda seyahat ederken seyahat rotasını ekranında görebiliyor, taksimetre ücretini önündeki cihazdan okuyabiliyor. Çağrı merkezleriyle entegre edilen sistem sayesinde yolcular, tek bir numara arayarak taksi çağırabiliyor, rezervasyon yapabiliyor, araç modeline kadar tüm detayları öğrenebiliyor. İstanbul'daki 18 bin taksiyi ve günde 600 bin yolcu kapsayacak olan İSTAKSİ projesi, şu an Amerika'da New York, Miami, Boston, Las Vegas, San Francisco gibi 72 şehirdeki taksilerde kullanılan VeriFone teknolojisiyle aynı şekilde Türkiye'de uygulanacak. Sistem Amerika dışında Meksika, Kanada, İngiltere, Polonya ve İrlanda'da da 20'den fazla şehirde kullanılıyor. Amerika Silikon Vadisi şirketi olan VeriFone, taksi projesi Ar-Ge çalışmalarını California, Londra, New York ve Uruguay'da yapıyor.

► VeriFone'a deneyimli İş Geliştirme Yöneticisi



Özgür Ayarç

Özgür Ayarç, VeriFone'da Güneydoğu Avrupa, Rusya ve Türkiye'nin de içinde bulunduğu bölgenin İş Geliştirme Yöneticisi oldu. Ayarç, finans sektöründeki 15 yıllık deneyiminin son 8 yılında ödeme sistemlerinin çeşitli rollerinde görev aldı. Yapı Kredi ve Akbank gibi Türkiye'nin öncü bankalarıyla bankaların ortak platformu olan Bankalararası Kart Merkezi'nde (BKM) iş geliştirme ve proje yönetimi alanında üst düzey görevlerde bulundu. Başta mobil finansal servisler ve temassız ödemeler olmak üzere birçok projede görev alan Özgür Ayarç, eylül ayı itibarıyla VeriFone'daki yeni görevine başladı.

iyzico, Apple Pay entegrasyonunda ilk olmak istiyor

Sadece akıllı telefonla ödeme yapmaya imkân tanıyan dijital cüzdanlara Apple Pay de eklendi. Peki bu aydan itibaren ABD'de aktif olarak kullanılmaya başlayacak sisteme NFC ile ödemeye alışkın olmayan Türkiye ne kadar hazır? Türkiye'nin önde gelen inovatif ödeme sistemleri platformlarından iyzico, hem e-ticaret platformlarının hem de kullanıcıların Apple Pay'i rahatlıkla kullanabilmesi için çalışmalarına başladı. iyzico, Türkiye'de e-ticaret alanında Apple Pay entegrasyonunu sağlayan ilk şirket olmayı hedefliyor. iyzico CEO'su Barbaros Özbugutu, "Dünyada Linkpay, Adyen gibi pek çok ödeme sistemi platformu Apple Pay'i destekleyeceğini açıkladı. Biz de Türkiye'de

kullanıcılarımızın ihtiyacını karşılamak için Apple Pay entegrasyonu konusunda implementasyon ve yazılım geliştirme kiti üzerinde çalışıyoruz" diyor.



verisoft, e-Fatura ve Yeni Nesil ÖKC TSM çözümlerini **THALES** nShield ürünleriyle güvence altına alıyor.



nShield Connect



payShield 9000



nShield Solo



nShield Edge



nShield Connect

THALES HSM Çeşitleri Verisoft Güvencesiyle Size Çok Yakın...

- Ağ Güvenliği Çözümleri
- Oracle ve Microsoft SQL Veri Tabanı Şifrelemesi
- PCI DSS Uyumluluk Çözümleri
- e-Ticaret ve Tokenization Çözümleri
- Uçtan Uca Şifreleme Çözümleri
- P3 EMV Veri Hazırlama Çözümleri
- TSM Güvenli Oda ve ÖKC Sertifika Çözümleri



verisoft
Security Alliance

THALES



verisoft

YTU Teknopark, AR-GE B1 N11 Esenler 34220 İstanbul
Tel: +90 212 483 72 72 Faks: +90 212 225 97 54
thales@verisoft.com / www.verisoft.com

GÜVENLİKTE “DAMAR İZİ” DÖNEMİ



Hüseyin Yeter



Veysel Raşit Sevil

NEC'in "güvenli şehirler için sürdürülebilir çözümler" hedefiyle geliştirdiği "damar izi okuyucusu", Ankara'da düzenlenen "Daha Güvenli Şehirler için Güvenlik Çözümleri" seminerinde tanıtıldı. Şirketin "dünyada bir ilk" diye lanse ettiği sistem sayesinde kişilerin parmak ve damar izleri alınarak tüm biyometrik bilgilere ulaşıyor ve olası suçların önüne geçilebiliyor. Aynı sensör üzerinde iki farklı verinin değerlendirildiği söyleyen NEC Ön Satış Yöneticisi Hüseyin Yeter, sistemin sadece birkaç saniye içinde tanımlama yaparak verilere ulaşılmasını sağladığını vurguladı. Bu sistemle özellikle bankacılık uygulamalarında kolaylık sağlanacağını altını çizen Yeter, "Yüksek meblağlı para transferlerinde çok sayıda kişinin işini kolaylaştıracak bir sistemi hayata geçirdik. Sistem sayesinde belirli bir miktarın üzerindeki bankacılık işlemlerinde kişilerin biyometrik bilgilerine ulaşıyor ve transferin güvenli bir şekilde yapılması sağlanıyor" dedi.

Bankaların yanı sıra 5-6 bin kişinin çalıştığı büyük şirketlerin de bu sistemden faydalanabileceğini düşünen Yeter, çalıştıkları işyerlerinde özellikle giriş şifrelerini unutan çok sayıda kişinin damar izi okuyucusu sayesinde biyometrik bilgilere ulaşarak yeni şifreler üretebileceklerini kaydetti. NEC Türkiye Güvenlik Teknolojileri Direktörü Veysel Raşit Sevil ise ülkelere yapılan giriş çıkışlarda da bu sistemin kullanılabilmesine işaret etti. Ülkeye giriş yapan kişilerin biyometrik bilgilerine bakılarak daha önce herhangi bir suça karışıp karışmadığının öğrenilebileceğini ve suç işlemenin söz konusu olabileceği durumlarda güvenlik önlemleri alınmasının kolaylaşacağını ifade eden Sevil, NEC'in bir diğer çözümü olan yüz tanıma sistemiyle ilgili de şu bilgileri paylaştı: "Yüz tanıma sistemi birçok sistemden daha hijyenik. Çünkü herhangi bir temas olmuyor. Bildiğiniz gibi ülkemizdeki en büyük güvenlik sorunları maçlarda yaşanıyor. Bu sistem sayesinde maçlara gelen kişilerin tanımlaması yapılarak olası güvenlik zaaflarının önüne geçilebilecek. Ayrıca güvenliğin yanı sıra konserlerde, tiyatro ve sinemalarda yine bu sistem kullanılarak kişilerin yanlış yerlere oturmaları engellenebilecek."

MasterCard onaylı ilk kristal kredi kartını Mapikart üretti

Mapikart, dünya çapında bir ilke atarak kristal kredi kartları üretmeye başladı. Mapikart Genel Müdür Yardımcısı Özgün Terzi, "Üretim departmanımızın geliştirdiği bu yeniliğin ISO 7810 ve MasterCard'ın kart tasarım standartlarına uygunluğu onaylandı ve 'Mapi Crystal Card' olarak MasterCard literatürüne geçti" diyor.

Erayşan Grubu iştiraklerinden Mapikart, yüzde 100 Türk sermayeli bir şirket olarak 20 yılı aşkın süredir plastik kart üretiyor. Şirket, son 5 yıldır da özellikle ödeme sistemlerinde tercih edilen akıllı kart teknolojilerinde firmaların ihtiyaç ve yapılarına göre esnek, güncellenebilir yazılım altyapısıyla uçtan

uca çözümler sağlıyor. Mapikart, İstanbul Hadımköy'de Visa ile MasterCard'ın fiziksel ve mantıksal güvenlik kurallarına göre inşa edilmiş, tesislerinde her sektörün ihtiyacına göre kart tasarlayıp üretebiliyor.



Özgün Terzi



"Mobil bankacılığın merkezi olacağız"

ING BANK

ING Bank tarafından yapılan ve 13 Avrupa ülkesini kapsayan

'Dijital Çağda Finansal Güçlendirme Araştırması'na göre Türkiye, 2013 yılında olduğu gibi 2014'ün ilk yarısında da Avrupa'da internet kullanıcıları arasında mobil bankacılık kullanıcılarının en fazla olduğu ülke oldu. Diğer yandan Türkiye'de mobil bankacılık uygulamalarını kullanan internet kullanıcılarının sayısı 2013 yılı sonuna göre 7 puan artış gösterdi. 2013'te Türkiye'de mobil bankacılık kullanan internet kullanıcılarının oranı yüzde 49 iken 2014 yılı mayıs ayı itibarıyla bu oran yüzde 56'ya yükseldi. Araştırmada Avrupa genelinde mobil bankacılık kullanıcılarının oranı ise yüzde 38 olarak belirlendi.

Türkiye'nin ardından mobil bankacılık pazarının en hızlı büyüdüğü ülkeler Hollanda, Polonya, İspanya ve Avusturya. Mobil bankacılığın kan kaybettiği ülkeler ise Fransa ve Romanya olarak göze çarpıyor. Mobil bankacılık kullanıcı oranı, bu dönemde Fransa'da yüzde 25'ten 22'ye, Romanya'da ise yüzde 23'ten 17'ye geriledi. Avrupa'da tüketicilerin yarısına yakını, nakit kullanımlarının bir yıl öncesine göre azaldığını belirtiyor. Türkiye'de de bir yıl öncesine oranla daha az nakit kullandığını söyleyen tüketicilerin oranı yüzde 60. İtalya, İspanya, Romanya ve Fransa, Türkiye'yi izliyor. Araştırmaya göre Türkiye'deki kullanıcıların yüzde 44'ü temassız ödemeyi güvenilir bulurken Avrupa'da bu oran yüzde 37'e düşüyor.



Your Payment Partner of Choice



POS DÜNYASINDA TAŞLAR YERİNDEN OYNAYACAK

 **Derpos**
www.derpos.com.tr



TÜRKİYE'DE İNGİLİZLER, İNGİLTERE'DE DE TÜRKLER BONKÖR



Visa Europe, yaz aylarında Türkiye ve yurtdışında Visa kartlarıyla yapılan harcamaları açıkladı. Buna göre, Haziran-Ağustos 2014 döneminde yabancıların Türkiye'de Visa kartlarıyla yaptıkları harcamalar, geçen yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 30 artarak 1.7 milyar euro'ya ulaştı.

İngiliz turistler, Visa kartlarıyla geçen yıla oranla yüzde 23 artışla toplam 234 milyon euro harcadı. Bu da İngilizleri, Türkiye'de 2014 yılı yaz aylarında en çok harcama yapan yabancılar listesinde ilk sıraya yerleştirdi. İngilizleri takip eden Ruslar ise bu yaz, yüzde 25'lik artışla toplam 196.5 milyon euro harcadı. Geçen yıla kıyasla yaklaşık yüzde 30'a varan artışla ABD vatandaşlarının Türkiye'deki harcamaları 147 milyon euro'ya ulaştı. Listede dördüncü sırada yer alan Almanlar ise yüzde 36 artışla yaz boyunca 112 milyon Euro harcadı. Visa Europe'un açıkladığı verilere göre, Arap turistlerin bu yaz Türkiye'de Visa kartlarıyla

yaptıkları harcamalarda yüksek artış gözlemlendi. Suudi Arabistan'dan gelen turistler, yüzde 72 artışla bu yıl ülkemizde 93.7 milyon euro harcadı. Libyalı turistlerse geçen yıla oranla 16 kat daha fazla harcamaya dikkat çekti.

Visa Europe'un yaz dönemi kartlı harcamalara ilişkin yaptığı açıklamada yurtdışına seyahat eden Türkler için bilgiler de yer alıyor. İstatistiklere göre Türkler, yaz döneminde Visa kartlarıyla en çok harcamayı geçen yıla kıyasla yüzde 24 artışla İngiltere'de yaptı. Türklerin en çok tercih ettiği ikinci ülke ABD olurken, üçüncü sırada Almanya yer aldı. Listenin dördüncü sırasında Fransa bulunurken, Türklerin yaz aylarında en çok ziyaret ettikleri beşinci ülke ise İrlanda oldu. Lüksemburg ise Türklerin geçen yıla kıyasla yüzde 61 daha fazla harcama yaptığı ülke olarak, bu yazın yükselen yıldızlarından biri oldu. Türklerin Visa kartlarıyla Haziran-Ağustos 2014 döneminde yurtdışında yaptığı toplam harcama 382 milyon euro'ya yaklaştı.



TÜRKİYE'DE EN FAZLA HARCAMA YAPAN 10 ÜLKE

Ülke	2013 (Euro)	2014 (Euro)	Yıllık artış (%)
1- İngiltere	190.818.085.46	233.983.896.14	23
2- Rusya	157.389.205.76	196.544.847.46	25
3- ABD	112.958.923.44	146.796.392.11	30
4- Almanya	82.379.554.34	112.249.898.31	36
5- Suudi Arabistan	54.516.186.24	93.714.728.79	72
6- Norveç	101.764.165.13	88.585.203.39	-13
7- Fransa	73.696.595.55	86.970.873.55	18
8- Libya	2.953.081.10	51.425.747.80	1600
9- İsveç	42.715.437.70	39.938.753.76	-7
10- BAE	22.973.252.64	36.575.918.49	59

TÜRKLERİN EN FAZLA HARCAMA YAPTIĞI 10 ÜLKE

Ülke	2013 (Euro)	2014 (Euro)	Yıllık artış (%)
1- İngiltere	57.766.217.73	71.690.142.74	24
2- ABD	64.854.814.80	67.762.771.73	4
3- Almanya	24.043.626.49	23.275.737.87	-3
4- Fransa	19.533.191.97	17.945.928.58	-8
5- İrlanda	21.915.229.73	15.941.242.01	-27
6- Yunanistan	13.360.408.22	15.169.789.67	14
7- İtalya	15.046.120.16	14.449.309.61	-4
8- Lüksemburg	8.426.331.61	13.579.555.53	61
9- İspanya	11.736.444.02	10.478.309.22	-11
10- Gürcistan	7.448.143.75	7.750.728.27	4

PayFOR: VPOS & Daha Fazlası...



YENİ 6493 E-PARA
KANUNU İLE
UYUMLU!



ESNAFA
YEPYENİ
FIRSATLAR!



GRAFİKSEL
RAPORLAR!



ÇEŞİTLİ
KURULUM
SEÇENEKLERİ!



BANKALARA
YEPYENİ
FIRSATLAR!

SMARTSOFT

COMPLETE PAYMENT SOLUTIONS



TÜM VPOS & CPOS
ÖZELLİKLERİ ve
DAHA FAZLASI...

GLOBAL
OTORİTELER
TARAFINDAN
ONAYLI!



www.smartsoftww.com

SmartSoft bir **CARDTEKGROUP** kuruluşudur

aktif bank'ın ezber bozan girişimleri

E-Kent, Passolig, N Kolay, Mürsel Amca, UPT... Aktif Bank, ödeme sistemlerinin önemli noktalarında konumlandığı iştirakleriyle klasik bireysel bankacılığa yepyeni bir açılım getiriyor...

ABDULLAH ÇETİN - acetin@psmmag.com



Subesiz bireysel bankacılık olur mu? Bu soruyu çok değil 5 yıl önce sorsaydınız hemen her bankacıdan “hayır” yanıtı alırdınız. Şube açma yarışının sürdüğü göz önüne alırsa, şimdi de çoğu bankacının aynı yanıtı vereceğini tahmin ediyoruz.

Ancak Aktif Bank, E-Kent ve Passolig’le başlayıp N Kolay, Mürsel Amca, UPT (Ucuz Para Transferi) diye süren girişimlerle bu algıyı yıkmayı, deyim yerindeyse ezber bozmayı kafasına koymuş görünüyor.

Nitekim Aktif Bank Genel Müdürü ve Grup Şirketleri Yönetim Kurulu Başkanı Dr. Önder Halisdemir, son 3 yıldır üst üste “Dünyanın En Yenilikçi Bankası” seçilmelerini de doğru yolda olduklarının bir kanıtı olarak gösteriyor. Halisdemir, “Son 4 yılda uluslararası ödüllerde 68 birincilik ve birçok da ikincilik, üçüncü-

lük ödülüne layık görüldük. Kıyaslandığımız bankalar arasında önde gelen Türk bankaları da vardı” diyor.

Halisdemir, bunca yeni girişime, yatırma karşılık Türkiye’deki 49 banka arasında kârlılık sıralamasında dördüncü olduklarını da özellikle vurguluyor. Ardından da bireysel bankacılık hizmetleri verebilmek için neden şubeleşme yerine yeni teknoloji ürünlerini, farklı girişimleri tercih ettiklerini şöyle açıklıyor:

“Teknolojideki yenilikler ve bu yeniliklerin kullanımındaki yaygınlığa bağlı olarak banka şubeleri hayatımızdan çıkmaya başladı. Kentleşen insanın artık şubelere ihtiyacı yok. Sabah 9’dan akşam 6’ya kadar çalışan insanların zaten şubelere gidecek zamanı da yok. Kaldı ki teknoloji sayesinde şubelerde yapılan işlemlerin neredeyse tamamına yakını artık alternatif kanallardan yapılabilir.”

2 ayda 300 bin Passolig alındı

PASSOLIG İşte Aktif Bank'a bu alternatif kanallardan en önemlisini, Türk futbolunda yeni bir dönemi başlatan Passolig açtı. Okurlarımız hatırlayacaktır, daha önce PSM'de Passolig hakkında ayrıntılı haber ve değerlendirmelere yer vermiştik.

Çalık Grubu bünyesinde ve yine bir Aktif Bank işbirliği olarak hizmet veren E-Kent ile ilgili de dönem dönem haberlere yer veriyoruz. İşte bu iki girişim, Aktif Bank'a bir yatırım bankası olarak çok daha geniş kitlelere erişme, dokunma fırsatı sundu. Halisdemir, sadece son 2 ayda 300 bin kişinin Passolig kartı aldığını açıklıyor. Son olarak Fenerbahçe'nin de sisteme katılmasıyla Passolig kart sayısındaki artışın daha da hızlanması bekleniyor. Passolig'i "Ulaşımında geçen, ulaşım harcamasından, bilet alımından puan kazandıran, bu puanları alışverişlerde kullandıran, taksit yaptıran tek kart" olarak tanımlayan Passo Genel Müdürü Özgür Gündoğan, kısa sürede 81 ilde 4 bin bayiye ulaşan N Kolay noktalarının da kartlara ulaşımı kolaylaştırıp ilgiyi artıracağını belirtiyor.

"Akıllı şehirlerde yaşayan mutlu insanlar"

ekent Aktif Bank'ın toplu ulaşım ve stadyum operasyonları konusunda faaliyet gösteren işbirliği E-Kent'in hedefinde ise "akıllı şehirler" var. E-Kent Yönetim Kurulu Üyesi Murat Emre Duman, "Amacımız akıllı şehirlerde yaşayan mutlu insanlar oluşturmak" diyor.

E-Kent, halen 5'i büyükşehir olmak üzere 21 kent için toplu ulaşım çözümü sunuyor. Duman, halen sahada 5 milyondan fazla ulaşım kartını yönettiklerini, bu alanda Türkiye'nin en büyük çözüm sağlayıcısı olduklarını vurguluyor.

2010 yılından bu yana 160 milyon manyetik bilet tedarik eden E-Kent, 1.2 milyar geçiş sağladı. İmzaladığı yeni sözleşmelerle birlikte 26 noktada işletim yapan şirket, 2014 yılı başından bu yana 2.5 milyon "akıllı kart", 180 milyon da "kullan at" bilet satışı yaptı.

E-Kent, stadyum operasyonlarında ise Passolig uygulaması



Dr. Önder Halisdemir

doğrultusunda 2.5 milyon kartın yönetimini üstleniyor. Halen 26 şehirdeki 30 stadyuma kurulan 1.000 turnikeyle giriş-çıkış kontrolünün yanı sıra şiddet, vandalizm ve suçla karşı denetleme, kontrol sistemleri, ulaşım, EMV ve mobil cüzdanla entegre hizmetler sunuyor. E-Kent ayrıca, lokal satış noktalarının tamamını merkezi bilet platformları üzerinden izleme, sadakat ve e-para özelliklerinin yönetimi gibi görevleri üstlenmiş durumda. Duman, "7/24 biletleme, görüntülü kameralarla kayıt ve kontrollerle güvenli hizmet veriyoruz. Stadyumlara 3 binden fazla yüksek çözünürlüklü kamera yerleştirdik. Passolig ile dünyanın en büyük e-bilet dönüşümünü üstlendik. Dünyayı defalarca doluşacak kablo yerleştirdik" diyor.

Fatura ödeme değil yetkili işlem merkezi



Aktif Bank, N Kolay girişimiyle, son yıllarda sayıları hızla artan fatura ödeme merkezlerine farklı ve modern bir alternatif, disiplin getirmeyi amaçlıyor. Bakkallarda, akaryakıt istasyonlarında, sigorta acenteleri ve benzeri işletmelerde konumlandırılan





N Kolay terminallerinde maç biletinden etkinlik biletlerine, şehir kartı dolumundan fatura tahsilatına, GSM TL yüklemelerden otobüs bileti işlemine ve sigorta başvurusuna kadar birçok farklı hizmet sunuluyor.

N Kolay Genel Müdürü Murat Elkaya, şimdiden 81 ilde 4 bin bayiye ulaşan N Kolay'ın kısa sürede ayda 2.5 milyon işlem sayısına ulaştığını açıklıyor. Elkaya, "N Kolay İşyeri" konseptinin Avrupa'nın en prestijli finans ve bankacılık ödüllerinden EFMA'da "Dağıtım Kanalları" kategorisinde birinciliğe layık görüldüğünü vurguluyor.

N Kolay yöneticilerinden Özcan Yılmaz ise N Kolay bankolarının tıpkı birer banka şubesi gibi güçlü teknolojik altyapıya sahip olduğunu anlatıyor. Yılmaz, halen 320'si İstanbul'da olmak üzere 4 bin noktada hizmet veren N Kolay bankalarının müşterilerine güvenli ve kontrol edilebilir ödeme imkanı sunduğunu belirtiyor. Yılmaz, "Müşteri fatura ödemesi veya diğer işlemlerinde, banko-

nun ön kısmındaki ekrandan yapılan işlemi kontrol edebiliyor. Ayrıca yine faturasını, kartını mekandaki kioksa okutarak ödemenin, yüklemenin yapıp yapılmadığını kontrol edebiliyor" diyor. Özcan Yılmaz, N Kolay acentesini belirlerken oldukça titiz davrandıklarını, özel bazı güvenlik soruşturması ve araştırmaların ardından temsilcilik verdiklerini söylüyor. Tabii banka teminatı ve ilgili N Kolay acentesinin işlem potansiyeline göre belli bir ön ödeme alındığını da belirtelim.

"Dükkanı büyütme, işini büyüt"

Aktif Nokta Kurumsal Satış Bölümü İş Başkanı Onur Karadağ, "Mürsel Amca"nın "Dükkanımı büyütme işini büyüt" sloganıyla başta bakkallar olmak üzere küçük esnafı destekleyen bir konsept olduğunu vurguluyor. Aslında bu konsepti "mini N Kolay" noktaları olarak da tanımlamak mümkün.

"Mürsel Amca" konseptiyle şimdiye kadar 4 bin noktaya dağıtılan çift taraflı, dokunmatik kioskun değeri 3 bin 500-4 bin dolar civarında. Karadağ, tasarımı Aktif Bank bünyesinde yapılan cihazların yurtdışında üretildiğini anlatıyor. Temassız ya da manyetik kartlarla işlem yapılabilen bu kioskardan E-Kent ulaşım kartlarına, Passolig kartlarına yükleme yapılabilir. Esnaf, işlem başına 1 TL ücret alıyor. Esnaf, bu kioskun yanı sıra yine Aktif Bank tarafından temin edilen POS'lar üzerinden kendi ürünleri için de kampanya yapabiliyor.

Bakkal, manav, kuruyemişi, emlakçı gibi küçük esnafın bu sistem için bayi olması mümkün. İnternet hattı, bilgisayar ve yazıcı olması yeterli. Buna bir nevi acentelik adı veriliyor. Karadağ, esnafın bu sayede ayda 3 bin 500-4 bin TL kazanç sağlayabileceğini söylüyor.

Para transferi artık yüzde 40 daha ucuz

Yine bir Aktif Bank işbirliği olarak kurulan UPT (Ucuz Para Transferi) ise kısa sürede 400 binden fazla noktaya dünya çapın-





da hizmet verebilecek konuma ulaşmasıyla dikkat çekiyor. UPT, halen Türkiye’de 4 bin 700’ü aşkın PTT şubesi ve MoneyPost Office’lerde, yurtdışında ise 300 bini aşkın anlaşmalı noktada hizmet veriyor. Bu sistem sayesinde 5 katada 200’ü aşkın ülkeye UPT ile para göndermek mümkün. Alıcı herhangi bir komisyon ödemiyor. Para tıpkı EFT, havalede olduğu gibi anında alıcıya ulaşıyor.

UPT Acente ve Dağıtım Kanalları Direktörü Murat Yaprakdal, UPT’nin Türkiye genelindeki tüm PTT şubelerinin yanı sıra Azerbaycan’daki 9 bankayla anlaşması olduğunu anlatıyor. UPT’nin Aktif Bank’ın tüm bankacılık altyapısından yararlandığını da belirtelim.

UPT Genel Müdürü Erol Ulu, UPT’nin en bilinen rakibi Western Union’a göre yüzde 30-40 daha ucuz para transferi sağla-

dığını vurguluyor. UPT’de her bölge için aynı oranda komisyon uygulanıyor. Yani “tek fiyat” politikası var.

Ulu, halen 400 bin olan UPT noktasının 2015 sonuna kadar 600 bine ulaşacağını; 2014 yılında 400 milyon dolar olarak gerçekleşmesi beklenen işlem hacminin de 2015 yılında 1 milyar dolara yükseleceğini öngörüyor.

“Satana kadar değil, sonuna kadar hizmet”



Online sigortacılıkta 1 yılını geride bırakan Sigortayeri.com da Aktif Bank grup şirketlerinin CeBIT Bilişim Eurasia’daki

çıkarmasında önemli işbirlikleri ve anlaşmalara imza attı. En iyi fiyat garantisi, işini kaybedenin primini ödeme garantisi, 5 günde hasar ödeme garantisi, vade hatırlatma gibi farklı uygulamalarıyla dikkat çeken Sigortayeri.com; Turkcell, D-Smart & Acıbadem Mobil ve Mika Tur işbirlikleriyle müşteri kitlesini genişletmeyi amaçlıyor.

Sigortayeri.com İcra Kurulu Başkanı Ali Erhan Tamer, Sigortayeri.com’un sadece fiyat sorgulanan, ürün karşılaştırılan bir platform olmadığını vurguluyor: “Evet, ana işimiz bu ama hizmetlerimiz sadece satışa aracılık yapmakla sınırlı değil. Sigortayla birlikte yanında birçok katma değerli hizmetin de alınabildiği bir platformuz. Örneğin bizden kasko satın alanlara akaryakıt hediye ediyoruz. Konut poliçesi alanlara ev alışverişleri için indirim çekleri ve benzeri hediyeler veriyoruz. Ekstra taksit imkanları sağlıyoruz.” Sektöründe “kişiyi özel hasar asistanı” hizmetini de başlatan Sigortayeri.com, bir sigorta aracı olmasına rağmen satış sonrası da hizmet veriyor. Tamer, “Bize erişmek sigorta şirketlerinden bile kolay. Müşteriyi hiçbir şekilde yalnız bırakmıyor, bütün süreçlerden memnun olmasını amaçlıyoruz. Sigortayeri yüzde 100 müşteri memnuniyetini garanti eder” diyor.

ELEKTRONİK PARA PAYSAFECARD, N KOLAY NOKTALARINDA

N Kolay, online oyun dünyasında ve sosyal medya topluluklarında kredi kartı, banka bilgileri ve diğer kişisel bilgiler paylaşılmadan yapılan ön ödemeli, hızlı ve güvenli nakit ödeme yöntemi olan paysafecard ile işbirliği başlattı. N Kolay Genel Müdürü Murat Elkaya, anlaşması CeBIT Bilişim Eurasia’da imzalanan bu yeni işbirliğinin amacını şöyle özetliyor:

“N Kolay işyerlerimizde ihtiyaç duyulabilecek her ürün ve hizmete kolayca ulaşılabilmesini sağlamak istiyoruz. Özellikle dijital dünyanın sürekli önem kazandığı günümüzde elektronik para önemli bir ihtiyaç. N Kolay işyerlerimizden elektronik para temin edecek kullanıcılara özellikle de oyun ve sosyal medya kullanıcılarına büyük rahatlık ama çok daha önemlisi güven sağlayacağız. N Kolay cihazlarında paysafecard’a ait online sanal ‘pin’ satışı yapılacak. paysafecard ile pin satışıyla ilgili online entegrasyon sağlanıp ve bu sayede N Kolay olarak ürünlerin online olarak satış mümkün olacak.

Kullanıcılar paysafecard aboneliği gerektirmeden direkt olarak N Kolay cihazlarından paysafecard ‘pin’lerini satın alabilecek ve bu ‘pin’ler başta online oyunlarda,

sosyal medya platformları olmak üzere paysafecard’ın ödeme tipi olarak yer aldığı tüm alanlarda kullanılabilir nakit para olarak değerlendirilebilecek.”

2000 yılında Avusturya’da kurulan paysafecard, halen ABD, Kanada, Uruguay, Peru, Arjantin, Meksika, Avustralya ve Türkiye dahil olmak üzere Avrupa’nın birçok ülkesinde toplam 39 ülkede 450 bini aşkın satış noktasında geçiyor. paysafecard, Türkiye pazarında 2012 yılından bu yana 10 bini aşkın satış noktasında ve online mağazasında satılıyor. 10, 20, 50 ve 100 TL’lik kupürlerde satışa sunulan paysafecard pinleriyle 4 bin online oyun sitesinde, League of Legends, Bigpoint, Point Blank, Metin 2 gibi popüler online oyunlarda, Facebook gibi sosyal medya ve topluluklarda, Turkcell Avrupa ve Skype gibi telefon ve mesajlaşma servislerinde ve diğer internet hizmeti verilen binlerce internet sitesinde hızlı ve güvenli ödeme yapılabilir. Telefon kontörüne benzeyen konseptte, müşteri www.paysafecard.com sitesinden ya da akıllı telefon uygulamasından kendisine en yakın satış

noktasını bulup nakit parasını 16 haneli bir PIN kodu şeklinde elektronik paraya dönüştürebiliyor.





Şehirlerarası yolculuklar artık daha ucuz daha eğlenceli



Francis Napez

Frédéric Mazzella

Nicolas Brusson

Mobil yolculuk paylaşım uygulaması BlaBlaCar, 8'inci ofisini açmak için İstanbul'u seçti. Türkçe iPhone ve Android uygulamaları ücretsiz olarak indirebilen BlaBlaCar, şehirlerarası yolculuk maliyetlerini azaltıyor. Üstelik "kafa dengi" yol arkadaşları buldurup seyahatinizi renklendiriyor...



BlaBlaCar, aynı yöne giden sürücü ve yolcuları bir araya getiren, yol masraflarını paylaşarak seyahatü herkes için daha ucuz hale getiren bir şehirlerarası yolculuk paylaşım sosyal ağı. Her yolcu, koltuğu için payına düşen masrafı ödüyor, sürücü de herhangi bir kâr etmeden akaryakıt masrafını karşılıyor. BlaBlaCar'ın bir diğer önemli faydası da trafikteki araç sayısını azaltmak...

Halen 13 ülkedeki toplam 10 milyon üyesiyle dünyanın en büyük şehirlerarası yolculuk paylaşım ağı olan BlaBlaCar, geçen temmuz ayında Index Ventures, Accel Partners, ISAI ve Lead Edge Capital'dan 100 milyon dolarlık yatırım almıştı. Bu yatırımdan sonra, büyüme stratejisi kapsamında yeni gireceği ilk pazarı Türkiye olarak seçen BlaBlaCar, İstanbul-Ankara arası ulaşımı kişi başına yaklaşık 35 TL, İstanbul-Eskişehir'i 25 TL, İstanbul-Çeşme'yi 52 TL, Ankara-Adana'ya 38 TL, Samsun-Trabzon'u da 26 TL'ye indirmeyi vaat ediyor. Kendi araçlarıyla yola çıkacaklar ise masraflarını yolcularla paylaşarak her 400 kilometrede 100 TL'ye kadar akaryakıt giderlerini karşılayabilecek.

Ayda 2 milyon kişi yolculuk paylaşıyor

BlaBlaCar kurucusu ve CEO'su Frédéric Mazzella, Avrupa'da her ay 2 milyon kişinin BlaBlaCar ile yolculuklarını paylaştığını söylüyor. Mazzella, bu platform sayesinde arabalardaki boş koltuk kapasitesinin optimize edildiğini, ulaşımın daha verimli hale geldiğini şu sözlerle vurguluyor:

"Avrupa'da araç başına düşen kişi sayısı 1.7 iken BlaBlaCar ile paylaşılan yolculuklarda bu rakam 2.8'e çıkıyor. Dünya çapında

ÇENEN NE KADAR DÜŞÜK?

Peki bu uygulamanın adı neden BlaBlaCar? Detaylı üye profilleriyle güvenilir bir topluluk yaratmak üzere geliştirilen uygulama, aynı zamanda her üyenin ne kadar sohbetçi olduğunu da belirliyor. Bu da "bla", "blabla" ve "blablabla" derecelendirmelerini sağlayan bir testle mümkün oluyor. Üyeler BlaBlaCar sistemine dahil olduğunda, çevrimiçi profilinde topluluğa kendisi hakkında bir iki şey anlatıyor. Bu önemli çünkü, yolculuk paylaşacak üyeler öncelikle birbirleri hakkında bir şeyler bilmek istiyor. İşte her üyenin kendisi hakkında verdiği bilgilerden biri de arabada giderken ne kadar konuşkan olduğu. Buna göre üç konuşkanlık seviyesinden birini seçiyorsunuz. Bla, "pek konuşkan değilim"; blabla, "modumdaysam konuşurum"; blablabla ise "çenem düşüktür" şeklinde sınıflandırılıyor.

her ay 2 milyondan fazla BlaBlaCar üyesi ortalama 320 km'lik yolculuklarını paylaşıyor."

Sistem nasıl işliyor?

Güvenilir bir topluluktan oluşan ve üyeleri arasında paylaşım imkanı verecek şekilde tasarlanan BlaBlaCar, çoktan popüler ulaşım uygulamaları arasına girmiş durumda. Peki bu sistem nasıl işliyor?

Kullanıcılar, BlaBlaCar'ın ücretsiz mobil uygulamasını indirdikten sonra profillerini yaratıyor, Facebook profilleriyle entegre ediyor. Ardından gidecekleri yer ile tarihi belirtip aynı yolculuğu yapacak sürücülerini arıyor.

Kendi araçlarıyla yolculuk edecekler ise yolculuklarının detaylarını, araba modellerini ve boş koltuk sayılarını belirtiyor. Sistem yolcuların sürücüye ödeyecekleri net rakamı hesaplıyor ve sürücüler kar gözetmeksizin yol masraflarını diğer yolcularla paylaşıyor. Aynı güzergâhta yolculuk edecek yolcu ve sürücüler, BlaBlaCar'ın güvenilir topluluğunda karşılıklı çıkan profilleri inceleyerek birlikte seyahat edeceği kişileri önceden tanıma imkanı buluyor. Birbirlerinin fotoğraf ve kısa biyografilerini, haklarında daha önceki yolculuklarından bırakılmış yorum ve puanlamaları, sürücü yeteneklerini değerlendirip yolculuk yapacakları kişileri seçiyor.

BlaBlaCar'da aynı yöne gidecek kişiler sadece ulaşım masraflarını en aza indirmekle kalmıyor, aynı zamanda yeni insanlarla tanışarak sosyalleşme fırsatı da yakalıyorlar. "Kadınlara özel" bir yolculuk yapmayı tercih edenler, hem sürücü hem de yolcuların sadece kadın olduğu bir yolculuk da planlayabiliyor.



Son dakikada bile uygun fiyat!

Nüfusun yüzde 40'ına denk gelen 34 milyon aktif Facebook kullanıcısıyla sürekli bağlantıda olan Türkiye, dünyada akaryakıt fiyatlarının en yüksek olduğu ülkeler arasında. Üstelik pek çok önemli şehir merkezi arasında uzun mesafeler var. İşte BlaBlaCar'ın ücretsiz mobil uygulamasının, akıllı telefon kullanımının her geçen gün arttığı ülkemizde, kişilerin son dakikada bile olsa çok uygun fiyatlara yolculuk edebilmesi için önemli bir alternatif oluşturması bekleniyor. Aynı zamanda sürücülerin yol masraflarını paylaşarak karşılımlarını sağlayacak. BlaBlaCar uygulamasının, özellikle uzakta yaşayan aile ve arkadaşlarını daha sık görmek isteyenlerden yoğun ilgi görmesi bekleniyor.

BlaBlaCar'ın kurucu ortağı ve COO'su Nicolas Brusson, "Türkiye, petrolü en pahalı kullanan ülkelerden biri olarak uzun mesafe yolculuk paylaşımı için çok büyük potansiyele sahip. Türkiye'yi bu verimli ve tasarruf sağlayan yolculuk çözümü için çok güçlü bir pazar olarak görüyoruz. Aynı zamanda uçak fiyatlarının çok yüksek, otobüs yolculuklarının da uzun sürebildiği ülkede daha fazla şehirlerarası yolculuk seçeneğine ihtiyacı var" diyor.

Frédéric Mazzella'nın Türkiye değerlendirmeleri ve pazardan beklentileri ise şu şekilde: "Türkiye, BlaBlaCar'ın hızla yayılan global yolculuk ağı için çok önemli bir ülke. Türkiye'ye girişimiz, uygun fiyatlı, şehirlerarası yolculuğa ihtiyacı olan her ülkeye yayılma hedefimize bizi bir adım daha yaklaştırdı. Girdiğimiz pazarlarda büyük ilgiyle karşılaşıyor ve şaşırtıcı derecede hızlı bir şekilde pazara uyum sağladığımızı görüyoruz. Bu da yolculuk paylaşımının dünyanın her yerindeki insanlar için büyük bir ihtiyaç olduğunu gösteriyor. Masrafları ortaklaşa paylaşmak finansal anlamda hem çok mantıklı hem de trafiği azaltmak ve araç sahipliği düşüldüğünde toplum için de çok pozitif. Şehirlerarasında yolculuk yapma ve araçlarımızı kullanma biçimlerimiz artık sonsuza dek değişiyor."

Ülke müdürü aranıyor

BlaBlaCar dünya çapındaki 8'inci ofisini İstanbul'da açıyor. Şirket, şu sıralar Türk ekibi yönetmek için bir ülke müdürü arıyor. BlaBlaCar, Türkiye'den sonra diğer yeni pazarlara da kısa bir süre içinde girmeyi planlıyor. Kurucu takım, yeni büyüme stratejisi kapsamında global yetenekler de arıyor. Kariyer için farklı bir seçenek arayanlara duyurulur.





NFC'nin önündeki son temas da kalktı!



Google ile Apple üzerlerine düşeni yaptı ve topu bankalara, telekom operatörlerine, toplu ulaşım şirketlerine, perakendecilere, hepsinden önemlisi kullanıcıya devretti. Golün ne zaman atılacağı ise tarafların paslaşmayı ne kadar iyi yapacağına bağlı...

2 014 yılı ödeme sistemleri açısından önemli bir dönüm noktası olacağı benziyor. Hatırlanacağı gibi ilk adımı Google atmış ve

Android'in KitKat sürümüyle temassız mobil ödemelerin önündeki benderden birini yıkmıştı. Ancak asıl Apple'ın atacağı adım bekleniyordu. Apple, son 6 yıldır her seferinde patent alıp iPhone kullanıcılarını ümitlendiriyor ama bir türlü NFC uyumlu model çıkarmıyordu. Nihayet iPhone'un 6'ncı serisinde bu beklenti cevap buldu...

Evet, şu günlerde herkesin dilinde olan Apple Pay'den söz ediyoruz. Apple'ın MasterCard ve Visa ile işbirliği halinde geliştirdiği, önde gelen bankalarla anlaşmalı olarak bu aydan itibaren ABD'deki 220 binden fazla işyerinde telefonla kolayca, temassız olarak ödeme imkanı vaat eden yeni uygulamasından...

PSM'in temmuz sayısında Phaymobile Genel Müdürü Dr. Özgür Güngör, Vizyon köşemizde Android KitKat'le gündeme gelen HCE (Host Card Emulation) teknolojisini ve ödeme sistemlerine olası yansımalarını ele almıştı. Bu sayımız içinse Apple Pay için bir araya geldik Güngör'le ve Apple Pay'in ne getireceğini, HCE ile farkının olup olmadığını, Türk tüketicisinin bu yeniliklerin nimetlerinden ne zaman ve nasıl yararlanabileceğini konuştuk...

Apple'in geç de olsa bu adımı atmasını nasıl buluyorsunuz?

Öncelikle Apple'ın NFC dünyasında kapalı olan bir kapıyı açacağını düşünüyorum. Apple kullanıcılarının gerek yeniliklere adaptasyon ve onları kullanma gerekse tüketim anlamında öncülüğü



tartışılmaz. Bu adımın Android KitKat yani HCE'nin hemen ardından gelmesi de bir başka sevindirici gelişme. Bu sayede iki badireyi, iki engeli birden aşmış olacağız. Birincisi SIM tabanlılıktan kurtuluyoruz; ikincisi artık Apple telefonları da NFC uyumlu davranabiliyor. Bentler kaldırıldı, artık nehirler daha hızlı akacak. Zaten POS tarafı önemli ölçüde hazır. En geç önümüzdeki bir iki yıl içinde NFC ile oluşturulan beklentilerin gerçekleşmeye başladığını göreceğiz.

Peki piyasada bu yeni teknolojiye uygun yeterli sayıda cihaz var mı? Akıllı telefon penetrasyonunun geleceği açısından beklentiniz nedir?

Son birkaç yılda NFC özellikli telefon sayısında inanılmaz bir artış yaşandı. 2011 yılında NFC özellikli cihaz sayısı 45 milyondtu. Bu rakam 2012'de 135 milyona, 2013'te ise 310 milyona ulaştı. Şimdi iPhone 6'dan itibaren bu sayının çok daha hızlı artmasını bekleyebiliriz.

Anlaşılan cihaz tarafında sorun yok. Peki regülatörler, telekom operatörleri, bankalar ve diğer aktörler bu teknolojilere ne kadar hazır? Cardtek gibi ödeme sistemi entegratörleri açısından durum nedir?

Aslında en hazır olanın biz entegratörler olduğumu söyleyebilirim. Daha önce de belirmiştik; HCExpert çözümümüzle Android tabanlı uygulama için tüm hazırlıklarımızı tamamlamıştık. 4-5 ay önce benzer tartışmaları Samsung ile yapmış, onlar için MasterCard ve Visa ile iletişim halinde key management (anahtar yönetimi), secure element (güvenli öge) gibi konularda çalışmalarımız olmuştu. Biz kendi TSM'imiz üzerinden tüm hazırlıkları tamamladık ve beklemeye geçtik.

Apple lansman sırasında çok detay vermedi ama biz Apple Pay için de bazı araştırmalar yapmış ve olası senaryolara göre hazırlanmıştık. Nitekim Apple da bizim farklı olarak hazırlıkların

yapıp desteklemeye hazır hale getirdiğimiz iki farklı yaklaşımı bir araya getirdi: Embedded secure element ve tokenizasyon... Apple Pay, hem embedded secure element hem de tokenizasyon dediğimiz, kart verilerinin farklı şekilde kodlandığı, maskeleyenmiş halinin kullanıldığı yöntemi mümkün kılıyor. HCE ise tamamen bulut tabanlı, tokenizasyon yöntemiyle işliyor.

NFC'den önce telekom operatörlerinin de mobil cüzdanları vardı ama hedeflenen kullanım oranı bir türlü yakalanamadı. Şimdi SIM bağımlılığı ortadan kalkınca nasıl bir yaklaşım bekliyorsunuz?

Mobil operatörler aslında bu alanda en gelişmiş deneyime sahip kesim. Dolayısıyla bu deneyimden yararlanmaları ve rekabetten ziyade bir işbirliği modeli geliştirilmeleri gerekiyor. Yeni bir iş ve işbirliği modeliyle bankalara, ulaşım operatörlerine, tüketicilere, kendileri de dahil her kesime eşit faydalar sağlayacak adımları atabilirler.

Konunun regülasyon tarafında ise bizim gibi şirketlerin önemi ortaya çıkıyor. Grubumuz bünyesindeki CordisNetwork, bu konuda uzun süredir hizmet veriyor. Örneğin Alman Deutsche Telekom üzerinden bu hizmeti tüm Avrupa'da verebilecek konumdayız. Phaymobile ve CordisNetwork olarak Türkiye'de gerek HCE gerekse Apple Pay için entegrasyon ve güvenlik açısından her türlü desteği verebilecek konumdayız. Bu konuda MasterCard ve Visa ile paralel şekilde çalışıp ilerliyoruz. Bankalarla tüm gelişmeleri paylaşıyoruz. Bu noktada bankaların kararlılığı, ilgili sektörlerle işbirliği de çok önemli. Tabii başta BDDK olmak üzere kamunun konuyu sahiplenmesi, gerekli regülasyonları tamamlaması da süreci hızlandıracaktır.

Regülasyon demişken, Apple'ın farklı ülkelerdeki düzenlemelere karşı tavrı ne olabilir?

Evet, Apple'ın farklı ülkelerdeki BDDK benzeri kurumların regülasyonlarına ne kadar uyum sağlayacağı merak konusu. Biliyorsunuz Apple, iTunes üzerinden yapılan işlemler dolayısıyla kimine göre 500 milyon, kimine göre 800 milyon kart bilgisini elinde bulunduruyor. Ama örneğin bizdeki regülasyon, kart bilgilerinin lokal saklanması öngörüyor. Peki bugüne kadar Apple buna uyuyor muydu? Uymuyordu. Buna rağmen satış yapabiliyor muydu? Yapıyordu...

Tabii bir de iCloud'da yaşanan sızıntı var ortada. Neden Apple Pay'de de benzer bir sorun yaşanmasın...

Kart bilgilerinin çalınması gibi bir risk var mı?

Hayır, sistemin arkasında işlemleri yüzde 100'e yakın güvenli kılacak kontrol mekanizmaları var. Sahteciliğin önlenmesi için farklı metodolojilerin bir arada kullanılacağı sistemler üzerinde çalışılıyor. HCEXpert çözümümüz de birkaç farklı yöntemle bu alanı, işlemlerin güvenliğini kontrol etme imkanı sunuyor. Geliştirdiğimiz "EMV motoru" ile akışı online olarak sürekli kontrol edebiliyor, işlem sırasında bulutta üretilen token'ları kullanıyoruz. Burada token'ların kullanım süresi, ne kadar üretileceği, nasıl kullanılacağı gibi konular üzerinde çalışılıyor. Tek kullanımlık token ya da token havuzu gibi alternatifler söz konusu. Maskeleyenmiş ödeme yapılan yerde kart bilgileri kesinlikle görülemiyor. Burada ancak "sniff" (koklama) diye tabir edilen, veri akışı bilgilerinin alımlı kullanılması gibi bir riskten söz edebiliriz.

Temassız kartlar yıllardır var ama kullanım oranı neredeyse sıfır. Sizce Türk tüketicisi bu yeniliği nasıl daha çabuk benimseyebilir?

Daha önce temassız özellikli POS sayısı çok azdı. Şimdi yeni nesil yazar kasa POS'ların tamamına yakını temassız özellikli üretiliyor. Zaten MasterCard ve Visa da haziran ayından itibaren ödeme kaydedici cihazların temassız özellikli olması konusunda kararlılıklarını belirttiler. Güvenlik açısından arka tarafta bütün hazırlıklar tamamlandı. Şimdi Apple'la birlikte sistemin yaygınlaşmasının önündeki bir engel daha kalkmış oldu.

NFC ile gelen bu yeniliğin yayılması için toplu ulaşım kilit rol oynayabilir. Halen temassız kartlar ve bazı GSM operatörleriyle benzer denemeler bazı şehirlerimizde yapılıyor. Bankalar, telekom operatörleri ve biletleme hizmeti veren şirketlerin işbirliğiyle bu uygulama hızla yayılabilir. Burada edinilen alışkanlığın başta tüketim olmak üzere diğer alanlara yayılması işten bile olmayacaktır. Biz de Türkiye'de toplu ulaşımın tüm aktörleriyle bu yönde görüşmeler yapıyoruz. NFC teknolojisine sahip telefonları kullanarak Eskişehir'den trene binip Ankara'da müze gezmek, konsere gitmek için gerekli teknolojik altyapı hazır. Sadece harekete geçmek gerekiyor.

Yurtdışında ise İtalya'da bu işi başlattık. Orada operatörler ortak hareket edip aynı projede bir araya gelebiliyor. Keza ulaşım şirketleri ve bankalar için de durum aynı. Macaristan'ın başkenti Budapeşte'nin ulaşımında benzer uygulama için çalışmalarımız var. Macaristan'da sadakat kartları ve etkinlik biletleri konusunda da çalışmalar yürütüyoruz. Azerbaycan ve Hindistan'da ulaşım projelerimiz devam ediyor.

Bu noktada sadece şirketlerin, hizmetlerin değil çevresindeki ekosistemin de sürdürülebilir olması gerekiyor. Pazarımızın derinliğini artırmak çok önemli. Kendi pazarımızda ne kadar güçlü, tercih edilir ve kullanılır olursak dünya pazarlarında da o derece güçlü ve talep edilir oluruz. Yazılımda dünya lideri olmamız hiç de zor bir hedef değil.



Dr. M. Özgür Güngör



Amerikan teknoloji devi



Türkiye'de

Yazılım, donanım için harcadığınız milyon dolarlar çöpe gidiyor olabilir! Türkiye'de ofis açan CSC, 55 yıllık küresel deneyimiyle başta bankalar ve sigorta şirketleri olmak üzere müşterilerinin teknoloji yatırımlarına en iyi geri dönüşü sağlamayı vaat ediyor...



55 yılı aşkın süredir hizmet veren, dünyanın en köklü teknoloji şirketlerinden ABD merkezli CSC'nin Türkiye ofisi açıldı. CSC, Türkiye ofisiyle şirketlere yeni nesil bilişim servis ve çözümleri sunarak teknoloji yatırımlarından en yüksek kazanımı elde etmelerine yardımcı olacak.

CSC'nin küresel çaptaki faaliyetleri hakkında bilgi veren Doğu Avrupa ve Avusturya Genel Müdürü Norbert Haslacher, 2013 yılında 13 milyar dolar gelir elde eden şirketin 76 bin çalışanı bulunduğunu; sigortacılık, bankacılık, kamu, sağlık, üretim gibi birçok

sektöre çözüm sunduklarını söylüyor. CSC'nin temel misyonunun müşterilerinin teknoloji yatırımlarından en iyi geri dönüşü almasını sağlamak olduğunu kaydeden Haslacher, "Tüm dünyada sadece 4 bin bilgisayarın bulunduğu bir dönemde kurulan şirketimizin yarım asrı geçen sürede edindiği deneyim ve uzmanlığı yeni ofisimizle Türkiye'ye taşımaktan büyük heyecan duyuyoruz" diyor.

Türkiye'nin potansiyeline inanıyoruz

Norbert Haslacher, Türkiye'ye yatırım yapma gerekçelerini, pazardaki potansiyeli ve CSC Türkiye'nin hedeflerini şöyle açıklıyor: "Nüfusunun yüzde 65'i 20-60 yaş arasında olan ve nominal

GSYİH bakımından dünyada 17'nci sırada bulunan Türkiye'nin sahip olduğu potansiyele inandığımız için, stratejik bir kararlar buradaki operasyonlarımızı Avrupa'dan yönetmek yerine ülke ofisiyle ilerlemeye karar verdik. BT (bilgi ve iletişim teknolojileri) hizmetlerinin dünyadaki önde gelen oyuncularından biri olarak küresel deneyimimizi Türkiye'deki tüm sektörlerle artık çok daha yakından sunabileceğiz. Buradaki öncelikli hedefimiz, şirketlerin süreçlerini daha çevik kılmak ve bilişim yatırımlarından en iyi geri dönüşü almalarını sağlamak."

BT'deki dönüşümün öncülerindeniz

Haslacher, hisseleri New York Borsası'nda işlem gören ve 2013 yılında 13 milyar dolar gelir eden CSC'nin 100'ü aşkın küresel markayla iş ortaklığı bulunduğunu hatırlıyor. "Bu iş ortaklığımızı bulut, büyük veri ve analitik, mobilite, uygulama modernizasyonu ve siber güvenlik gibi beş ana başlıktan oluşan geniş çözüm yelpazemizle birleştirerek Türkiye'deki müşterilerimize sınıfın en iyisi çözümleri sunacağız" diyen Haslacher, sözlerini şöyle sürdürüyor: "BT sektörü bir dönüşüm yaşıyor. CSC olarak 'daha az donanım, daha çok bulut' şeklinde özetleyebileceğimiz bu dönüşümün öncüleri arasında yer alıyoruz. Buradaki güçlü konumumuzu kullanarak, Türkiye'deki şirketlerin hem yerel hem de küresel çapta daha rekabetçi bir pozisyona gelmelerini sağlayacağız."

Finans ve sigortacılığa odaklanacak

Norbert Haslacher, CSC'nin Türkiye'de hedeflediği sektörler arasında finans ve sigortacılığın öne çıktığını vurguluyor. CSC çözümlerinin dünyanın en büyük sigorta şirketleri tarafından yaygın olarak kullanıldığını kaydeden Haslacher, şu bilgileri verdi: "Ana sigortacılık ve talep yönetim sistemleri, dolandırıcılık tespit çözümleri, BT ve iş süreçleri dış kaynak kullandırma çözümleri gibi birçok farklı alanda sunduğumuz hizmetleri şimdi Türkiye'ye taşıyoruz. Sigortacılık alanındaki deneyim ve uzmanlığımızı Türkiye'deki şirketlerle de paylaşmak ve bu şirketlerin hem teknik hem de iş süreçleri bakımından çok daha etkin bir altyapıya sahip olmalarını hedefliyoruz. Operasyonel harcamaların çok yüksek olduğu bu sektörün gelişim potansiyeline inanıyoruz."

Türkiye buluta taşınmalı

CSC Türkiye Genel Müdürü Alev Alp Esen ise Türkiye'deki kurum ve kuruluşların teknoloji altyapılarını yenilemelerinin gerekliliğine dikkat çekiyor. CSC olarak sundukları çözümlerle şirketleri mali açıdan daha etkin olan bulut altyapısına hazır hale getireceklerini belirten Esen, bu doğrultuda izleyecekleri yol haritasını şöyle açıklıyor:

"Planlama, modernizasyon, buluta taşıma, bulut altyapısı sağlama ve kullandığın kadar öde modeli dahil olmak üzere, bu yolculuğun her aşamasında müşterilerimizin yanında olacağız. Türkiye'deki BT pazarını incelediğimizde hâlâ donanım yatırımlarının ağır bastığını görüyoruz. ABD ve Avrupa Birliği'nde yüzde 30'lar civarında olan donanım yatırımları, ülkemizde yüzde 70'in üzerinde bulunuyor. Gelişmiş ülkelerde donanımın sabit yatırımdan daha esnek modellere geçiş var. Yapılan araştırmalar, AB'nin bulut bilişiminin

Norbert Haslacher



ALEV ALP ESEN KİMDİR?



CSC Türkiye Genel Müdürü Alev Alp Esen, 1985 yılında İstanbul Erkek Lisesi'nden mezun oldu. 1990 yılında Boğaziçi Üniversitesi Mütercim Tercümanlık Bölümü'nde lisans eğitimini tamamladı. 24 yıldır finans ve bilişim sektöründe danışmanlık, satış ve üst düzey yöneticilik pozisyonlarında görev yapıyor. Garanti Bankası, Thomson Reuters, Turaz firmalarında yurtiçi ve yurtdışı görevler üstlenen Alev Alp Esen, CSC'ye katılmadan önce Misys'in Türkiye ülke müdürlüğünü yapıyordu. Alev Alp Esen, evli ve bir çocuk sahibi.

önümüzdeki 5 yıl içinde ekonomiye yaklaşık 350 milyar euro'luk katkı sağlayacağını öngörüyor. Türkiye'nin de bulut mimarisine bu yola girmesi gerektiği düşüncesindedir. Türkiye'nin bu alanda yapacağı yatırımlar, tıpkı AB'de olduğu gibi ülke ekonomisine katkıda bulunacaktır. Biz de CSC olarak küresel deneyimimizi kullanarak şirketlerimize bu yolda destek olmak amacındayız."

Alev Alp Esen, BT sektörünün GSYİH içindeki payı incelendiğinde Türkiye'nin geride kaldığına işaret ediyor. Gelişmiş ülkelerin gelişmekte olan ülkelere oranla daha fazla BT harcaması yaptığını hatırlatan Esen, "ABD'de BT harcamaları GSYİH'nın yüzde 4'ünü oluştururken bu oran Almanya, Fransa ve İrlanda'da yüzde 3 seviyesinde bulunuyor. Türkiye ise ne yazık ki yüzde 1'e bile ulaşmayan payıyla Rusya, Brezilya ve Hindistan'ın da gerisinde kalıyor" diyor.

İnovasyonun öncüsü olacak

Şirketlerin bugünkü işletme modellerinde BT bütçelerinin yaklaşık yüzde 80'ini mevcut sistemlerini işletmeye ayırdıklarını vurgulayan Alev Alp Esen, sözlerini şöyle sürdürüyor:

"Maddi kaynakların ağırlıklı olarak var olan yapıyı sürdürmeye yöneltildiği bu ortamda, bütçenin sadece yüzde 20'sinin yeni projelere ve inovasyona ayrıldığını belirtebiliriz. CSC'nin küresel deneyimini kullanarak, inovasyonun bütçeden aldığı payı yükseltirken, genel bütçe maliyetlerini düşürmeyi hedefliyoruz. Hangi sektörde olursa olsun bunu başaramayan şirketleri gelecekte zor günler bekliyor. CSC Türkiye olarak, kurum ve kuruluşlara sunacağımız bulut ve dış kaynak servislerinin yanı sıra 'kullandığın kadar öde' modeliyle dünya genelinde olduğu gibi Türkiye'de de öncülük edeceğimize inanıyoruz."

mikrosaray®'ın hedefi yüzde 15 pazar payı



Yazarkasa POS pazarının yeni oyuncularından Mikrosaray'ın geliştirdiği yeni nesil Pidion MT360E, gerekli tüm yasal izinleri alarak satışa sunuldu. En hafif ve en ergonomik cihazı ürettiklerini belirten Latif Güler, "Hedefimiz yüzde 15 pazar payına ulaşmak" diyor...

Ö

deme sistemlerinin son yıllardaki en hareketli alanı kuşkusuz yeni nesil yazarkasa POS cihazları oldu. Türkiye hatta dünya için bir ilki temsil eden yazarkasa POS piyasasına her geçen gün yeni bir şirket katılıyor. 2015 sonuna, yani tüm vergi mükelleflerinin zorunlu olarak bu cihazları

kullanmaya başlayacağı tarihe kadar da pazara katılımların sürmesi bekleniyor.

Pazara iddialı hazırlanan şirketlerden biri de Mikrosaray olmuştur. Şirket, geliştirdiği yeni nesil yazarkasa POS cihazı Pidion MT360E için tüm yasal izinleri alarak satış sürecini başlattı. Mikrosaray Yönetim Kurulu Başkanı Latif Güler, TÜBİTAK tarafından başlatılan test sürecini başarıyla tamamlayarak Gelir İdaresi Başkanlığı'ndan da onay alan Pidion MT360E'nin 423 gramlık ağırlığıyla şu an sektördeki en küçük ve ergonomik cihaz olduğunu vurguluyor. Güler, bu yeni ürünün 70 mühendis ve 400 uzmanın güç birliğiyle geliştirildiğini belirterek "Cihazımızı standby konumunda 1 hafta kalabiliyor en az 250 adet fiş basabiliyor. Düşmeye ve darbelerle karşı dayanıklılığı, su sızdırmaz tuş takımı, opsiyonel kamerası ve barkod okuyucusuyla kullanıcıların hayatını kolaylaştırıyor" diyor.

Mikrosaray, Pidion MT360E'yi endüstriyel ürün ve POS üretiminde uzmanlaşan Güney Koreli Bluebird ile işbirliği halinde geliştirdi. Apple'ın akıllı telefonu iPhone'da kullandığı 'gorilla glass' camına sahip cihaz, böylece kırılma ve çizilmelere karşı daha dayanıklı hale getirilmiş.

OYUNCU SAYISI 8'DEN 15'E ÇIKACAK

Yazarkasa POS kullanma zorunluluğunun ardından mevcut 2.5 milyon civarındaki cihazın değişimi gerekiyor. Şu ana kadar yaklaşık 200 bin işyeri yeni uygulamaya ayak uydurdu. Latif Güler, gelecek yılın sonundan itibaren Maliye'nin kontrolleri sıklaştıracağı ve zorunluluğu yerine getirmeyen işyerlerine usulsüzlük cezası keseceğini kaydetti. Güler, Ocak 2015'ten itibaren tüm Türkiye'nin dönüşmesi beklenen yazarkasa POS cihazlarında halen 8 olan mevcut firma sayısının 15'e çıkabileceğini öngörüyor.

Sırada sabit yazarkasalar var

Latif Güler, 2 milyon adet civarında olduğu belirtilen mevcut yazarkasaların dönüşümünde bu iddialı ürünlerle yüzde 15 pazar payı hedeflediklerini vurguluyor. Güler, Pidion MT360E'nin belli başlı farklılıklarını ise şöyle anlatıyor:

"Sektörün tüm ihtiyaçlarına yanıt verecek bir ürünü geliştirmek için uzun ve tütüz bir çalışma yürüttük. Tüm bu çalışmalarımız sonucunda göz bebeğimiz olarak gördüğümüz yeni nesil yazarkasa POS ürünümüz Pidion MT360E'yi gerekli izinleri alarak piyasaya sunduk. İlk tepkiler, bizi oldukça memnun etti. Yeni ürünümüz Pidion MT360E ile yazarkasa işlemleri yapılarak fiş kesilebileceği gibi restoran işletmecileri başka hiçbir cihaza gerek duymadan cihaz üzerinden sipariş alıp kapatabilir, masa açabilir. Ayrıca otomatik işletmelerinde plaka girilebilir, aracın kaç saat durduğu görüntülenebilir. Bu örnekler işletme yazılımının özelliklerine göre çoğaltılabilir. Kısacası müşterilerimiz hem seyyar yeni nesil yazarkasaya hem de işletme operasyonunu tek bir cihazla düzenleme özgürlüğüne kavuştu."



Latif Güler

YENİ NESİL BANKACILIK ZİRAAT MOBİL!



Finansal veriler, kampanyalar, geliştirilmiş hesaplama araçları,
en yakın Ziraat ve daha fazlası Ziraat Mobil'de!



Ziraat Bankası

Bir bankadan daha fazlası

VERA Delta

bayramı uzattı



Yeni nesil yazarkasa POS piyasasının önemli oyuncularından VERA Delta, esnafa özel kampanyalarını sürdürüyor. “Esnafın dostu” olmayı ilke edinen VERA'nın cihazları, 1 Eylül - 1 Kasım tarihleri arasında kampanya fiyatı olan KDV hariç 1.083 TL ile satışta sunuluyor. VERA Delta'nın anlaşmalı olduğu bankaların POS uygulamalarını yükleyen her işletme ise bu fırsatın yanı sıra ekstra bir indirim kazanıyor ve VERA Delta yeni nesil yazarkasaya KDV hariç 990

TL ödeyerek sahip olabiliyor.

Yoğun bir Ar-Ge çalışması ve mühendislik başarısının ürünü olan VERA Delta, mali hafızada 2 kat, ürün fiyat hafızasında 10 kat, elektronik kayıt ünitesi kapasitesinde 33 kat fazla çözüm sunuyor. Diğer cihazlardan bu özellikleriyle sınırlan VERA Delta'yı, hem masaüstü hem de mobil olarak kullanmak mümkün. Çekmeceyi ücretsiz olan VERA Delta, 40 milyon satır imkânı veriyor. Böylece işlem hacminin yüksek olduğu işletmelerde kısa süreli ekstra EKÜ maliyetleri en aza iniyor.

20 yıl mali hafızasıyla dikkat çekiyor

Mali hafızası 20 yıl olan VERA Delta, bu özelliğiyle de tercih nedeni oluyor. VERA kullanan işletmeler, bu sayede yazarkasa mali hafızalarını sık sık değiştirmek zorunda kalmayarak tasarruf ediyorlar. PLU (Ürün Fiyat Hafızası) kapasitesininin 100 bin adet olması cihazın bir diğer artısı.

VERA Delta, müşteri memnuniyeti odaklı satış sonrası destek sunuyor. İlgili talepler, 444 22 62 numaralı çağrı merkezinden 7/24 iletilebiliyor. VERA Delta, 403 bayisi, 357 teknik servis ağı, 80 kişiden oluşan “Acil Servis” ve 60 kişiden oluşan saha pazarlama ekibiyle Türkiye genelinde yaygın hizmet vermeye devam ediyor.

VERA Delta'yı 1 Kasım'a kadar satın alan işletmeler, cihaza KDV hariç 1.083 TL ödeyerek sahip olabiliyor. Ayrıca mükellefler satın alırken anlaşmalı bankalardan birinin uygulamasını yükletmesi halinde indirim kazanıyor. KDV hariç 990 TL ödeyerek yeni nesil yazarkasaya sahip olmak ve ister masaüstü isterse mobil kullanmak mümkün...

EFT POS VE YENİ NESİL YAZARKASAYI BULUŞTURDU

Yapımı ve geliştirilmesi 3 yıl süren, bütünüyle Türk mühendislerin ürünü olan gelişmiş EFT POS özellikli yeni nesil yazarkasa POS VERA Delta ile yazarkasa ve POS cihazı aynı hibrit yapıda buluşuyor. Bu sayede, VERA Delta'ya sahip bir işyerinde yazarkasanın yanı sıra POS cihazına gerek duyulmuyor. Hem yazarkasa hem POS işlemi, VERA Delta üzerinden yapılabilir. Ayrıca Vera Delta GPRS, Ethernet, GSM Data, PSTN bağlantı arayüzleriyle mobil kullanımı yanı sıra masaüstü kullanıma da uygun bir cihaz. VERA Delta cihazları; MasterCard, Visa ve Amex destekleyen tüm yurtiçi ve yurtdışı banka kartlarıyla uyumlu olarak çalışıyor.



KARTLARIN CEPTE, ALIŐVERIŐIN SENİNLE!

BKM Express uygulamasını indir,
kart bilgisi vermeden, istediđin kartı
seçerek mobil alışverişlerinin ödemesini
cepten, tablettten kolayca gerçekleştir.

Ücretsiz uygulamayı indirmek için:



1V1Y
COM

atlasjet

BEYMEN.COM
THE FASHION DESTINATION ONLINE

bilet all

D&R
STORE

Game Sultan

Gold.com.tr

KAMILKOÇ
Yol Arkadaşım

Koçtaş

limango
Alışverişin zevki

MİGROS
SANAL MARKET

morhipo

my
bilet

n11.com

O X X O

Vatan
COMPUTER

BKM
express

bkmexpress.com.tr



İşte Cardtek Academy'nin bordo berelileri

X TEAM

Cardtek Academy, uzman kadrosuyla ödeme sistemleri dünyasındaki en kapsamlı eğitimleri verebilen ve özel Ar-Ge çalışmalarında bulunan Türkiye'nin tek, dünyanın nadir ekiplerden biri. Akademi bünyesinde bulunan ve Cardtek Group'un elit teknik çalışanlardan oluşan X Team ise çözülemeyenleri çözüyor, yapılamaz denileni yapıyor, olamaz denileni olduruyor...

Bu sayıda biraz değişiklik yapalım dedik ve aynı grubun iki farklı ekibini konuk etmeye karar verdik sayfalarımıza: Cardtek Academy ve X Team... Aslında iki ekibin görev ve sorumlulukları bambaşka olsa da çalışma ortamları birbirine çok yakın. Cardtek Group'un İTÜ Teknokent ARI3 binasında çalışan iki ekip aslında farklı işler yapıyor ancak sonuçta aynı hedefe koşuyor ve ödeme dünyası için uçtan uca çözümler üretiyorlar. İsterseniz Cardtek Academy ile başlayalım... Cardtek Academy uzman kadrosuyla, yeni teknolojiler doğrultusunda çalışanlara, bankalara, iş ortaklarına, üniversiteler işbirliğiyle öğrencilere, özel ve resmi kurumlara eğitimler düzenliyor. Ayrıca organize ettikleri Q4 etkinlikleriyle ödeme sektörünü bilgilendirerek farkındalık yaratıyorlar. 5 kişiden oluşan ve yaş ortalaması 34 olan bu çekirdek kadroyu Genel Müdür Fatih Mehmet



(Soldan sağa) Kemal Güzel, Burcu Sungu, Selami Akpınar, Ahmet Öztürk, Pınar Çakal, Faik Uygur, Fatih Mehmet Köse, Aytekin Güzeliş, Bilge Bakışlı, Fatma Kalkan, Gökhan Abatay, Yusuf Bozçam, Zeliha Yalçın



X Team: Ahmet Öztürk, Faik Uygur, Yusuf Bozçam, Fatma Kalkan, Selami Akpınar, Gökhan Abatay

KİMLER X TEAM'E GİREBİLİR?

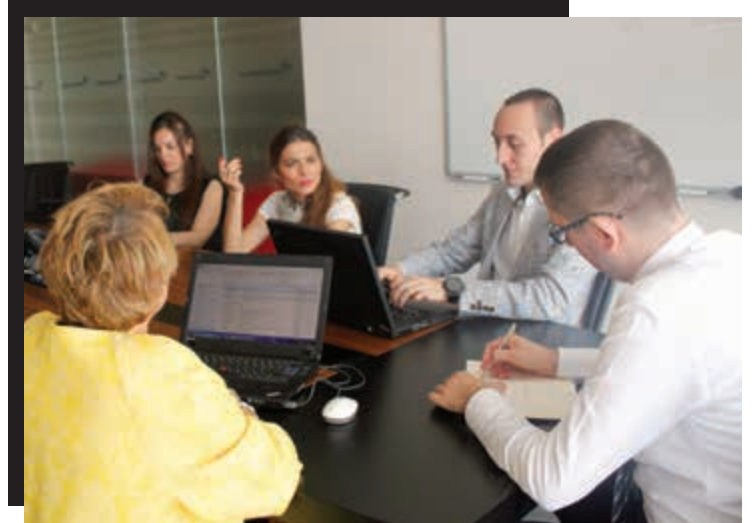
X Team ekibinin üyesi olmak pek kolay bir iş değil. Öncelikle üst üste 3 yıl üstün performans katsayısı eşik değerinin aşılması gerekiyor. Cardtek şemsiyesi altında faaliyet gösteren SmartSoft, CordisNetwork, CredoWork, CardtekUSA veya Phaymobile şirketlerinde çalışıyor olmaları ve zorlu teknik sınavlardan geçebilmeleri gerekiyor. X Team adayı bunların yanı sıra online, Linux, POS gibi konularda da uzman olmak zorunda. 3 yıllık saha deneyiminin yanı sıra ekipte boş pozisyon olması, yöneticinin önermesi ve üst yönetimin onayı da şart.

Köse ve yardımcısı Aytekin Güzelış yönetiyor.

Genel Müdür Yardımcısı Aytekin Güzelış, 2001 yılından günümüze ödeme sistemleri sektörünün önemli oyuncularından biri olan Cardtek Group'un eğitim faaliyetlerini Cardtek Academy bünyesinde devam ettirmekten gurur duyduğunu belirtiyor ve şöyle ekliyor: "30'dan fazla ülkede bankalara, telekom firmalarına, perakende sektörüne, kamuya ve üreticilere çözümler sunan grubumuzun sahadan edindiği bu tecrübe ve bilgi birikimini gerek grup içi ve gerekse de grup dışı firmalarla paylaşmanın sektöre ciddi anlamda fayda sağlayacağını düşünüyorum."

Personel başına 40 bin dolarlık eğitim yatırımı

Güzelış, grup çalışanlarının dünyadaki teknolojiyi günü güne takip etmelerinin ve yürüyen projeler-ürünler konusun-



da bilgi sahibi olmalarının bir zorunluluk olduğunu belirterek "Bu bağlamda Cardtek Academy'ye önemli bir görev düşüyor. Bu yıl master plandaki amacımız personel başına 40 bin dolarlık eğitim yatırımı yapmak. İç eğitimler sayesinde grup personelinin yetkinliklerini ve iş memnuniyetini artırıyor ve kurum bağlılığının da oluşmasını sağlıyoruz" diyor.

Q4 toplantıları oldukça rağbet görüyor

Aytekin Güzelış, EMV, NFC ve HCE gibi birçok ödeme sistemleri teknolojisiyle ilgili genele açık ve şirketlere göre tasarlanmış on-demand eğitimler düzenlediklerini anlatıyor. Ay-





Cardtek Academy: (Soldan sağa) Burcu Sungu, Pınar Çakal, Aytekin Güzelış, Zeliha Yalçın, Kemal Güzel, Bilge Bakışlı



rica Academy olarak güncel konuların sektör temsilcileriyle tartışıldığı ve çözümler üretildiği Q4 adlı etkinlikler de Cardtek Academy'nin sorumlulukları arasında yer alıyor.

Cardtek'in kalesinde X Team var

X Team, teknik ekibin içinden özel sınav ve mülakatlarla alınan, üst düzey saha deneyimi olan sınırlı sayıda yazılımcı ve analistlerden oluşan uzman özel bir ekip. Bu ekip, şimdiye





kadar Yapı Kredi, TEB, DenizBank gibi birçok yurtiçi bankada kart paketi değişim projeleri, Azerbaycan Bakü ulaşım projesi, Gelir İdaresi Başkanlığı sistem entegrasyon yazılımları gibi onlarca kritik öneme sahip projelere imza atmış. Ekibin yöneticisi Fatih Mehmet Köse, "Cardtek olarak tüm teknoloji ekiplerimizi, futbol organizasyonu modelini baz alarak kurguladık. Ekiplerimizi forvet, orta saha ve defans şeklinde konumlandırdık. Forvette proje ekipleri var. Orta sahada uzman çalışma ekiplerimiz var, X Team bu kurguda defans ve kaleyi temsil ediyor bu ekibin gücü deneyim ve uzmanlığından geliyor. Merkezdeki bu arkadaşlarımız sahadaki tüm ekiplerimize ihtiyaç duydukları desteği veriyor ve grubun inovasyon gücünün belkemiğini oluşturuyor, onlara çözülemez denileni çözmek, yapılamaz denileni yapmak, olamaz denileni öldürmek gibi zorlu bir görev verdik. Proje ve uzman çalışma ekiplerinden gelen özellikle altyapısal ve özel işleri yapıyorlar. Altyapıyla ilgili yazılımların tasarımı ve bakımını yapmak, teknolojik yenilikleri takip etmek, araştırmak ve ürünler için en doğru, performansı en yüksek, en güncel çözümleri bulup hayata geçirmek bu ekibin ana görevleri arasında" diyor. 8 kişilik bu özel ekip, ürün ekipleriyle birlikte Ar-Ge yapmak, tüm proje ve ürünlerde performans KPI'larına uygun yazılım kodlanmasını sağlamak, diğer ekiplere know-how transfer etmek, iç ve dış müşterilere danışmanlık ve eğitim vermek, yüksek riskli, kritik ve kompleks yazılımları yapmak, kod standartlarını belirlemek, yayınlamak ve kurala uygun yazılımı denetlemekle görevli.



Dijital ödemelerin önemi



Erman Kınay
Bankalararası Kart Merkezi
Strateji ve Ekonomik Analiz Müdürü

Dijital ödemeler, bir başka deyişle internet üzerinden yapılan para transferleri, mobil işlemler ve e-ticaret işlemleri, ödemelerin kayıt altına alınması için en pratik yollardan biri. Çünkü dijital ödemelerin nakit para ile kayıt dışı olarak yapılması mümkün değil. Örnek vermek gerekirse Türkiye’de toplam ödemelerin yüzde 38’i kartlarla yapılırken bu oran e-ticarette yüzde 90’ı buluyor. Kalan yüzde 10’luk kısmın da yarısı internetten para transferi (havale ve EFT) ile yapılıyor. Dolayısıyla kapıda ödeme opsiyonunu saymazsak e-ticaretin en az yüzde 95’i kayıt altında bulunuyor. Bu da daha fazla vergi geliri demek.

2.5 milyar insanın banka hesabı yok!

Dijital ödemelerin önemiyle ilgili geçen ay içerisinde Dünya Bankası Araştırma Grubu’nun konuyla ilgili geniş kapsamlı bir araştırması yayınlandı. Rapor, dünyadaki 2.5 milyar yetişkin insanın yüzde 59’unun bankada bir hesabının bulunmadığını ve bu kişilerin sisteme alınmasının en kolay yolunun dijital ödemeler olduğunu ortaya koyuyor. G-20 ülkelerinin şu üç temel finansal hedefinin bulunduğu ve bu hedeflere erişim için finansal erişilebilirliğin çok kritik rol oynadığı üzerinde duruluyor:

- Güçlü bir ekonomik büyüme,
- Göçmenlerin daha iyi şartlarda yaşaması,
- Kadınların ekonomiye daha fazla katılımı,

Dijital ödemeler ise maliyetleri ve fiziksel engelleri ortadan kaldırarak, finansal hizmetlere erişimi artırarak ve kadınlara sadece kendilerinin erişebildiği bir ortam sunarak bu hedeflere katkı sağlıyor. Dünya Bankası Araştırma Grubu’nun raporunda Türkiye’ye de tavsiyelerde bulunuluyor. Avustralya’nın yaptığı gibi Türkiye’nin de şu adımları atması gerektiği ve 2015’te ülkemizde düzenlenecek G-20 zirvesinde bu konulardaki gelişimin irdeleneceği belirtiliyor:

1. Bağış ve benzeri sosyal ödemeler dahil tüm ödemelerin ve faturalandırma sürecinin dijitalize edilmesi, bu sayede maliyetlerin azaltılması, verimlilik ve şeffaflığın artırılması.
2. Dijital ödemeleri teşvik için yapılan düzenlemelerle rekabetin artırılması, tüketicinin korunması, yenilikçi yaklaşımların teşvikiyle sektöre giriş engellerinin ortadan kaldırılması ve kara para aklaması, terörün finansmanı gibi konuların tespiti edilmesi.
3. Özel sektör ve kamunun ortak platformda çalışmasıyla ürün geliştirmede rekabet ortamının sağlanması.
4. Özel sektör yatırımlarının özendirilmesi ve yeniliklerin teşvik edilmesi.
5. Tüketicilerin ve KOBİ’lerin eğitilmesiyle kendilerine ve sisteme güvenlerinin artırılması, tümüyle uyum sağlamaları.
6. Para transferi sağlayan tüm kurumların dijital



“ Dijital ödemeler, finansal erişilebilirliği artırarak kadınların ekonomiye daha fazla katılmasına da katkı yapacak...” ”



ÖZET

Banka şubesinin önünden bile geçmeyen insanları dijital ödemelerle finansal sisteme dahil etmek mümkün. Dijital ödemeler kayıt dışı ekonominin, kara paranın, yolsuzluğun, rüşvetin azaltılmasında; maliyetlerin düşürülüp verimlilik ve şeffaflığın artırılmasında anahtar rol oynayabilir...

bir ortam sağlayarak para gönderme ve alma hizmetini sunabilmesi.

7. Kalkınma bankalarının ve ko-nuyla ilgili tüm kurumların tecrübelerinden faydalanarak süreçte desteklerinin alınması.

Rüşveti ve maliyeti azaltıyor, riskleri sıfırlıyor

Atılması gereken adımların yanı sıra raporda ilginç veriler ve tespitler de var. Örneğin;

► Bankacılık hizmetlerinden faydalanan nüfus oranı kadınlarda daha düşük seviyede. Erkeklerde yüzde 46 olan oran, kadınlarda sadece yüzde 37.

► Günde 2 dolardan daha az harcayan kişilerin yüzde 80'inin bankalarla hiçbir ilişkisi yok.

► Tüm ülkelerin bankacılık hizmetlerinden yararlanma oranlarına göre oluşturdukları bir harita paylaşılmış. Bu haritaya göre Türkiye'de bankacılık hizmetlerinden yararlanma oranı yüzde 40-60 arasında bulunuyor.

► Ülkelerin yüzde 77'sinde elektronik ödeme imkanı sunulurken, yüzde 84'ünde otoyol ödemeleri için otomatik sistem bulunuyor.

► Hindistan'da bir araştırmaya göre SGK ödemelerinde nakit ödemelerin yüzde 3.8'inde rüşvet alınırken, online ödemelerde bu oran yüzde 1.8'e kadar iniyor. Bir diğer deyişle elektronik ödemeler kayıt dışı gelirlerin de önüne geçilmesini sağlıyor.

► Brezilya'da maddi durumu yetersiz olan ailelere yardım sağlayan Bolsa Família projesi online ödemeler sayesinde gelirlerinin yüzde 14.7'si kadar olan masraflarını yüzde 2.6'ya kadar düşürmüştü.

► Afrika ülkelerinde dijital ödemeler risk maliyetlerini büyük oranda ortadan kaldırıyor...

Finansal okuryazarlık geliştirilmeli

Raporun son kısmında ise uygulanması gereken detaylı plana yer verilmiş. Buna göre;

► Bankacılık hizmet maliyetlerinin düşürülmesi,

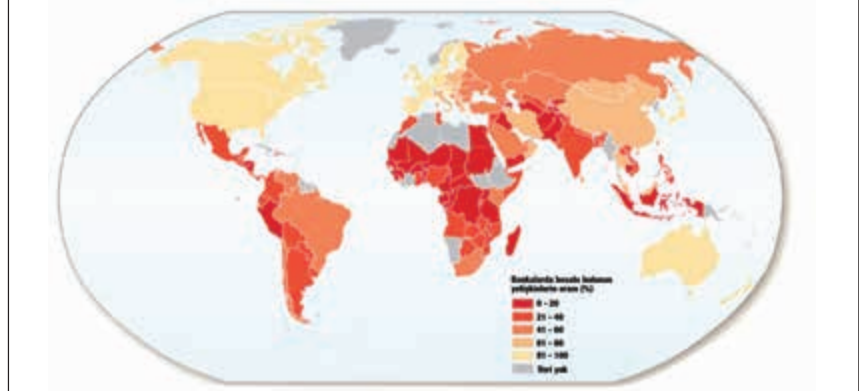
► Güvenin artırılması,

- Hizmet noktalarının yaygınlaştırılması,
- Müşterilerin eğitilmesi,
- Regülasyonların çıkarılması,
- Tüketici koruma kanunlarının olması,
- Özel sektör yatırımlarının desteklenmesi gerektiği belirtiliyor.

Bu ve benzeri çalışmalarla dijital ödemeler yaygınlaşacak, hem kayıtlı ekonominin gelişimi hızlanacak hem de finansal hizmetlere erişimin yolu açılacaktır. Tüm gelişmiş ekonomilerde olduğu gibi Türkiye'de de finansal okuryazarlığın gelişmesi dijital ödemelerin artışı sağlayacaktır.

Kaynak: World Bank Development Research Group, the Better Than Cash Alliance, the Bill & Melinda Gates Foundation

Ülkeler bazında bankacılık müşterisi olan yetişkin nüfus oranı dağılımı - 2012



Kredi notunu cepten öğren bankada refüze olma!

Kredi Kayıt Bürosu'nun yeni uygulaması Findeks ile internet üzerinden kişisel kredi notunuzu kolayca öğrenebiliyorsunuz. Findeks, notu düşük olanlara danışmanlık hizmeti vererek kredi alabilir hale gelmesine de yardımcı oluyor...

Kredi Kayıt Bürosu (KKB), hayatın ayrılmaz bir parçası haline gelen kredi kullanmanın en önemli adımlarından biri olan "kredi notunu" öğrenmeyi sorun olmaktan çıkardı. Türkiye'de ilk kez hayata geçirilen ve finansal hayatta yeni bir dönemi başlatacak olan Findeks, kredi notunu öğrenmeyi sıradan bir işlem haline getiriyor: Yeni sistemin tanıtımı için düzenlenen basın toplantısında konuşan Kredi Kayıt Bürosu Genel Müdürü Kasım Akdeniz, Findeks adını verdikleri yeni platformun çek raporu, çek endeksi, bireysel kredi notu bilgileri ve risk raporundan oluştuğunu açıkladı.

Yeni 1.000 kilometrelik hedefi oluşturduklarını söyleyen Akdeniz, "Son 10 yılda önemli yollar kat ettik. Bu ürünü kullanarak ticareti daha da şeffaflaştırmayı, güvenli hale getirmeyi ve ticaretin hacmini artırmayı hedefliyoruz" dedi.

Sistemin kişilerin bankalar nezdindeki kredibilitesini öğrenme imkanı tanıdığı belirten Akdeniz, sözlerini şöyle sürdürdü: "Finansal disiplini sağlamış kişilerin bankacılık sektöründen daha kapsamlı ve avantajlı hizmet alabilmesini hedefliyoruz. Finansal disiplini sağlayamamış bireylerin de bu disiplini sağlayabilmesi için kendilerine destek olmak istiyoruz. Alacaklarını zamanında tahsil eden ve riskini doğru yöneten bir reel sektör ve finansal disiplini sağlamış bireyler bankacılık sektörü açısından daha az riskli olacaktır."

Bankacılık sektörü için son dönemde çok önemli ürün ve hizmetler geliştirdiklerini ifade eden Akdeniz, "Bankalarımız özellikle 2005 yılı sonrasında kredi hacimlerini olağanüstü artırdı ve bunu da gecikmiş alacak oranlarını artırmadan yapabildiler. Şimdi de reel sektörü bilgilendirerek ticaret hacmini artırmayı hedefliyoruz" değerlendirmesini yaptı.

SORGULAMA SAYISI 370 MİLYON OLACAK

Kasım Akdeniz, Kredi Kayıt Bürosu'nun ulaştığı hacimler hakkında da şu bilgileri paylaştı: "2001'de yıllık 5 milyon civarında olan sorgulama sayısı geçen yıl itibarıyla 320 milyonu aştı. Bu yılın sonu itibarıyla ise 370 milyonun üzerinde sorgulama yapılmasını bekliyoruz. Uygulamanın başladığı 2004 yılında 10 milyon adet üretilen bireysel kredi notu da bu yıl sonu itibarıyla 300 milyonu aşmış olacak."



Kasım Akdeniz

Koray Kaya

4 farklı paket var

Findeks platformu bünyesinde 'izleme', 'uyarı', 'not danışmanı' ve 'takipçi' olmak üzere 4 yeni uygulama da devreye sokuldu. KKB, bu hizmeti alacak kişileri de 'klasik', 'gold', 'gold takipçi' ve 'premium' diye sınıflandırarak 4 farklı paket oluşturdu. Yıllık taahhütle aylık 4.5 TL'den başlayan en yüksek 11 TL ücreti olan bu paketlerle istenildiğinde www.findeks.com adresinden ya da akıllı cep telefonlarına indirilen uygulamalarla anında bireysel kredi notunu izlemek ya da çek bilgilerine ulaşmak mümkün.

Findeks'in izleme uygulamasıyla tüm bankaların kullandığı kredi ve borç bilgileri görülebiliyor. Takipçi parametrelerini tanımlayarak notunu ya da sicilini etkileyecek bir adım attığında sistem tarafından bir mesajla uyarı yollanıyor. Not danışmanı, düşük notu olan bireylerin notunu nasıl yükseltebileceğini ya da yüksek notun

Son dönemde özellikle 'cahiiler' çıkışıyla sosyal medyada fenomen olan ünlü tarihçi Prof. Dr. İlber Ortaylı, Findeks'in reklam yüzü olarak ekranlarda boy gösteriyor.

nasıl korunacağı konusunda danışmanlık yapıyor. Takipçi ise çalıntı ve sahtecilik risklerini sıfırıyor.

Finansal durumun aynası

KKB Stratejik Planlama ve Kurumsal İlişkiler Genel Müdür Yardımcısı Koray Kaya, yeni uygulamayı "Aynada kendinize bakmanızda nasıl kıyafetinizi, saçınızı düzeltiyorsanız, Findeks'le de



9 BANKA KURDU OLACAK

Türkiye'nin ilk ve tek kredi bürosu olan KKB, sektörün önde gelen 9 bankasının ortaklığıyla 11 Nisan 1995 tarihinde kuruldu. Kurulduğu tarihten itibaren üye sayısı hızla artan KKB; bankalar, tüketici finansman şirketleri, leasing, faktoring ve sigorta şirketleri olmak üzere 190'a yakın üyesine finansal bilgi paylaşımı hizmeti veriyor. Kurum, 2013 yılında hizmete sunduğu Elektronik Rapor Sistemi ile sadece finansal kuruluşlara değil, bireylere ve reel sektöre yönelik hizmetler de sunmaya başladı.

FINDEKS

finansal açıdan bankalar tarafından nasıl görüldüğünüzü görebiliyorsunuz" söyleşiyle tanımlandı.

Türkiye'de kredi kullanan herkesin 2004 yılından bu yana bir kredi notu olduğunu hatırlatan Kaya, artık Findeks aracılığıyla herkesin kredi notunu öğrenebileceğini, notu düşük ise yükseltmek için danışmanlık, yüksek ise düşmesini engellemek için farklı hizmetler alabileceğini vurguladı. Kaya, kredi notunun artık sadece bankalarca değil emlak, enerji, otomobil kiralama, beyaz eşya gibi vade riski içeren her sektörde kullanılmaya başlayacağına dikkat çekti.

KREDİ KAYIT BÜROSU'NUN KİLOMETRE TAŞLARI

2000

Nisan ayında Müşteri İtirazları Değerlendirme Sistemi (MİDES), eylül ayında SABAS hayata geçirildi. Kasım ayında MİDES, müşteri itirazının maksimum 2 saat içinde yanıtlanacak sağlayan elektronik ortama taşındı.

2001

Hazıranda Kredi Hesap Kayıtları ve Kredi Başvuru Kayıtları paylaşımına açıldı.

2002

Bilgi Doğrulama Sistemi hayata geçirildi.

2004

Bireysel Kredi Notu (BKN) hayata geçirildi.

2005

Kurumsal Büro Sistemi üyelerin kullanımına açıldı.

2006

MİDES, Bilgi Doğrulama ve Acil Güncelleme Sistemi tamamen online altyapıya sahip ve interaktif bilgi paylaşım platformlarına dönüştü.

Ayrıca, Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu'nun 9'uncu maddesinde öngörülen düzenleme kapsamında Limit Kontrol Sistemi (LKS) uygulamaya alındı.

2007

İnternet Sahtekârlıkları Alarm Sistemi (IFAS) şubat ayında hayata geçirildi.

2008

Kurumsal Büro Sistemi'nin veritabanı zenginleştirildi. SABAS'ın teknik altyapısı geliştirilerek KKB sistemiyle entegre çalışmaya başlaması sağlandı.

2009

Üyelerle günlük olarak sorgulamaya yönelik "Karşılıksız Çek Sorgulama Sistemi" kuruldu.

2012

Bankalar arası kapalı devre bir sistemle çalışan KKB, reel sektöre de hizmet vermeye başladı. Organizasyonel yapı yenilendi ve yeni kurumsal kimlik çalışmaları tamamlandı. Risk Merkezi'ni hayata geçirmek için somut adımlar atıldı. Risk ve Çek Raporları devreye

alındı ve elektronik ortamda rapor talep ve teslimi süreçlerini sağlayan E-Rapor Sistemi hayata geçirildi.

2013

✓ Ocak ayında Elektronik Rapor (E-Rapor) Sistemi tanıtıldı.

✓ Mart ayında Ticari Kredi Notu (TKN) lansmanı yapıldı.

✓ Kredi Notu ve Çek Endeksi, Çek ve Risk Raporları ile birlikte nisan ayında sunulmaya başladı.

✓ KKB üyelerine mayıs ayı itibarıyla E-Bülten gönderimine başlandı.

✓ Harita Bazlı Raporlama Sistemi GEOMIS ve Tarım Kredileri

Değerlendirme Sistemi TARDES, KRS üyesi kurumların hizmetine sunuldu.

✓ TARDES ve GEOMIS internet siteleri faaliyete geçti.

✓ Bireysel Kredi Notu (BKN) güçlendirilmiş dördüncü versiyonuyla kullanıma açıldı.

✓ Yıllardır Merkez Bankası tarafından verilen memzuç bilgileri paylaşım sistemi, TBB Risk Merkezi'ne taşındı. Bu çalışmaların tüm altyapısı ve operasyonu KKB tarafından üstlenildi.

'E-para' yasası POS'lu işlemlerin yüzde 80'ini etkileyecek

Haziran ayında yürürlüğe giren ve ödeme sistemlerini yakından ilgilendiren 'e-para' yasası, sanal POS altyapısını büyük ölçüde değiştirecek. Uzmanlar, yeni yasayla şirketlerin güvenlik önlemlerini artıracaklarını düşünüyor. Bu sayede 'güvenlik kaygısı' taşıyan tüketicilerin de online alışverişe daha sıcak bakacağı öngörülüyor...

ESİN GEDİK - egedik@psmmag.com

Cardtek Academy, haziran ayında yürürlüğe giren 6493 sayılı Ödeme ve Menkul Kıymet Mutabak Sistemleri Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para Kuruluşları Hakkında kanun ve ilgili mevzuata dair bir bilgilendirme toplantısı düzenledi. 6493 sayılı kanunun başta finans ve e-ticaret firmaları olmak üzere tüm sektörü yakından ilgilendirdiğinin altının çizildiği toplantıda, kanunla yeni oyunculara yer açıldığı, mevcut oyuncular içinse kuralların değiştiği vurgulandı. Yeni kanuna göre başta e-ticaret yapan firmalar olmak üzere sanal POS işlem türüyle ödeme ya da tahsilat yapan firmalar 'hassas ödeme verisi' tutamayacak, işlemeyecek veya kaydedemeyecekler. Kanundaki bu değişiklik mevcut sanal POS ile yapılan işlemlerin yüzde 80'ini doğrudan etkiliyor ve yeni kanuna uygun şekilde firmaların altyapılarını değiştirmelerini zorunlu kılıyor.

E-ticaret pazarının hacmi 14 milyar TL

Cardtek Academy, 2014 yılının üçüncü Q4 toplantısını İTÜ Teknokent'te, ETİCAD, TÜBİSAD, YASAD ve CordisNetwork'un katkılarıyla düzenledi. Toplantıya, TÜBİSAD Yönetim Kurulu Üyesi, Yeni Medya ve Ticaret Komisyonu Başkanı Burak Ertaş, ETİCAD Yönetim Kurulu Üyesi ve CordisNetwork Genel Müdürü İbrahim Durak ve CordisNetwork Genel Müdür Yardımcısı Hasan Murat Yağcı katıldı.

Cardtek Academy Q4 toplantısında Türkiye'de e-ticaretin pazar hacmiyle ilgili bilgi veren Burak Ertaş, e-ticaret pazarının toplam büyüklüğünün 14 milyar TL'ye ulaştığını açıkladı. Ertaş, tatil ve seyahat hizmeti sunan online işletmelerin 5.1 milyar, sadece online olarak faaliyet gös-



teren perakende kuruluşlarının 5 milyar, hem online hem de fiziki olarak faaliyet gösteren perakende kuruluşlarının 2.3 milyar TL büyüklüğe eriştiğini ifade etti.

Burak Ertaş, "Toplam perakende harcamalarının içerisinde yüzde 1.3 olan e-ticaret payı, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerle kıyaslandığında bu alanda önemli bir büyüme potansiyelimiz olduğunu gösteriyor. E-ticaret, farklı ve zengin çeşitlilikteki ürün ve hizmetlere herkesin eşit şartlarda erişmesini sağlayan önemli bir araç. E-ticarette yapılan tüm işlemlerin kayıt altında olması ekonomide kayıt dışılığın azalmasına, haksız rekabetin giderilmesine, vergisel anlamda devlet gelirlerinin artmasına önemli katkılar sağlıyor. Yeni yasa, bu büyümeyi hızlandıracak" dedi.

Tüketiciler online alışverişten ürüyor

Tüketicilerin büyük çoğunun kart bilgilerinin çalınması endişesiyle online alışveriş yapmadığını söyleyen ETİCAD Yönetim Kurulu Üyesi ve CordisNetwork Genel Müdürü İbrahim Durak, 6493 sayılı kanunla güvenlik riskinin en aza indirildiğine işaret etti.



İbrahim Durak

6493 sayılı kanunun yaşanan dijitalleşme sürecinin getirdiği bir zorunluluk olduğunu düşünen Durak, "Dünyada akıllı telefon kullanıcı sayısı 300 milyon civarında. Artık ticaret de mobil olarak yapılıyor. Önümüzdeki 5 yıl içinde akıllı telefonlarla yapılacak işlem miktarının kartlarla yapılacak işlem miktarına eşit olacağını düşünüyoruz. Bu da sanal ticarete yeni düzenlemeleri zorunlu hale getiriyor" dedi.

Gerek mevcut gerekse yeni kurulacak e-ticaret sitelerinin



Cardtek Academy, 2014 yılının üçüncü Q4 toplantısını İTÜ Teknokent'te, ETİCAD, TÜBİSAD, YASAD ve CordisNetwork'ün katkılarıyla düzenledi.





Burak Ertaş

6493 sayılı kanunu çok iyi anlamaları gerektiğini söyleyen Durak, sözlerini şöyle sürdürdü: “Kanun özetle sanal POS ve MO-TO işlem yapan tüm kurumların şifre, güvenlik sorusu, sertifika, şifreleme anahtarı, PIN, kart numarası, son kullanma tarihi, CVV2, CVC2 kodu gibi ‘hassas ödeme verisi’ olarak adlandırılan hassas kart bilgilerini tutmasını, işlemlerini ve kaydetmesini yasaklıyor. Şu an var olan e-ticaret sitelerinin yüzde 80’i bu bilgileri kendi sistem-



lerinde işliyorlar. Bir kısmı da tutuyor veya kaydediyor. Dolayısıyla kanun kendilerini direkt olarak ilgilendiriyor. Çünkü bu siteler artık lisanslı ve sertifikalı bir hizmet sağlayıcıdan hizmet almadan bu ödeme-tahsilat işlemlerini yapamayacak, dolayısıyla ticari faaliyetlerine devam edemeyecekler.”

Tüketici izinlere dikkat etmeli!

6493 sayılı kanunun getireceği yeni güvenlik kriterleriyle ilgili bilgi veren CordisNetwork Genel Müdür Yardımcısı Hasan Murat Yağcı ise tüketicileri online alışveriş sitelerine üye olurken verdikleri yetkilerle ilgili şu uyarıyı yaptı:

“Online alışveriş sitelerine üye olurken onaylarına sunulan belgelere dikkat etmelidir.

Yeni yasa, sanal alışveriş sitelerine tüketicilerden izin almak kaydıyla veri tutma izni veriyor. Bu da güvenlik açıklarına neden olabilir.”

Yeni oyunculara kapı açıldı

Bankaların yanı sıra e-ticaret sitelerine de mobil ödeme konusunda ürün ve hizmet veren

Asseco SEE, yeni yasanın sektör için olumlu olduğuna inanıyor. Asseco SEE Grup Yöneticisi Burak Kutlu, özellikle mobil cihaz-

lardan yapılan alışverişlerin artmasıyla birlikte güvenlik faktörünün daha çok önem kazanmaya başladığını, bu durumun da hukuksal yapının oluşturulması ihtiyacını da beraberinde getirdiğini belirtiyor. 6493 sayılı kanunun da bu amaçla çıkarıldığını düşünen Kutlu, “Tüketicilerin hassas ödeme verilerini güvenceye alan kanun, BDDK’dan lisans alınmasını zorunlu kıldığı için sektördeki mevcut oyuncular doğrudan etkiliyor. Aynı zamanda, bankalar haricindeki yeni oyuncuların da sektörde faaliyet göstermesine olanak sağlıyor. E-ticarette büyük bir potansiyele sahibiz, fakat gelişmiş ülkeler ile kıyaslandığında bu potansiyelimizi tam olarak kullanamadığımızı görüyoruz. Kanunla birlikte 14 milyar TL’lik hacme sahip e-ticaret sektörü, daha güvenli bir yapıya kavuşacak” diyor.



Burak Kutlu

“TÜKETİCİ MAHREMİYETİ KORUNMALI, E-TİCARET SİTELERİNDE KONSOLİDASYON KAÇINILMAZ”



Onur Arıkan

Ödeme sistemleri sektörüne bilgi güvenliği hizmeti veren Biznet'in Genel Müdür Yardımcısı ve Baş Danışmanı Onur Arıkan, yeni e-para yasasının şirketlerin güvenlik yatırımlarını artıracığını dolayısıyla tüketicilerin de ilgisinin artacağını düşünüyor. Ancak Arıkan, yeni yasanın müşteri hareketlerini izleyecek olmasının kişisel haklara yönelik bir saldırı olduğunu da vurguluyor...

Arıkan'a göre kamuoyunda “e-para yasası” olarak bilinen yeni düzenleme,

mobil ticaret yapan birçok şirketin iş yapma biçimini değiştirecek. Özellikle ‘pazaryeri’ olarak adlandırılan ve alıcı ile satıcıyı buluşturan e-ticaret sitelerinin yeniden yapılanması gerekecek. Onur Arıkan ile yeni yasanın sektöre ne getirip ne götüreceğini konuştuk...

Elektronik ticareti daha güvenli hale getirmek için hazırlanan yeni yasanın sektörünüze ne gibi etkileri olacak?

Yeni yasa özellikle kişisel bilgilerin korunması, kişilere kendi rızaları olmaksızın ileti gönderilmemesi ve maddi para cezalarıyla ilgili konuları açıklığa kavuşturuyor. Bu durum yeni kurulacak e-ticaret firmalarının biraz daha sağlam planlar yapmasını gerektirirken, faaliyette olan firmaların çalışma şekillerinde değişikliğe gitmesine sebep olabilir. Esas olarak Avrupa Birliği ülkelerindeki standartlara yaklaşmak uzun vadede mutlaka ülke için kazanç sağlayacaktır.

Kanun ve onu izleyen yönetmeliklerde olumlu olarak gördüğünüz noktaların yanı sıra sektörü zorlayacak, sıkıntıya sokacak başlıklar var mı?

Burada en önemli konuların başında e-ticaretle alışveriş yapan kişinin mahremiyeti geliyor. Eğer kimin nerede, ne zaman, ne satın aldığı bilgisi saklanacak ve birileri tarafından izlenecekse bu, alışveriş yapan kişiler açısından iyi bir durum olmaz. Kim bir süpermarkete girdiğinde aldığı her ürünün başkaları tarafından izlenmesini ve kaydedilmesini ister ki? Bu konularda hassasiyet gösterilmesi, bu bilginin özellikle tüketici istemedikçe satıcı ve alıcı arasında sınırlı kalmasının önemli olduğunu düşünüyorum.

Söz konusu yasa, şirketlere belirli bir sermaye yükümlülüğü, ortaklar için önemli kriterler getiriyor. Bu noktadan yaklaşırsak özellikle e-ticaret sitelerinde eliminasyon, konsolidasyon gibi durumlar yaşanabilir mi?

Kesinlikle yaşanacaktır. Ancak bu tür konsolidasyonlar, satın almalar, birleşmeler otomotivden medyaya, perakendeden

sigortaya her sektörde yaşanıyor. Bu daha çok globalleşmenin ve yeni iş modellerinin bir sonucu. Yasanın özellikle doğrudan buna sebep olacağını düşünmek bir zorlama olur.

Yeni güvenlik önlemleri sektörün ‘güvenilir’ hale gelmesi için yeterli olacak mı? Ek önlemler ya da düzenlemeler gerekiyor mu?

Açıkçası yasada güvenlik önlemleri konusu çok fazla detaylandırılmıyor. Uyulması gereken güvenlik önlemlerinin, standartların, regülasyonların yönetmeliklerle düzenleneceğini tahmin ediyorum. Ama şimdilik bunlara bir atf da yok. Özellikle bilgi güvenliği altyapısı ve standartlarına ilişkin asgari kuralların, servis sağlayıcıların güvenlik yükümlülüklerinin, e-ticarette sıklıkla kullanılan kredi/banka kartlarının güvenliğinin adreslenmesi olmazsa olmaz.

Yeni dönemden en çok hangi şirketler etkilenecek? Alıcı ve satıcıyı buluşturan yapıların daha çok etkileneceği gibi bir durumun olabileceği ifade ediliyor, siz ne düşünüyorsunuz?

Ben özellikle çok sayıda kuruma e-ticaret yazılımı, altyapısı ve servisleri sunan firmalarla bunlardan hizmet alan küçük işletmelerin, ayrıca sadakat programı kapsamında müşteri verilerini toplayarak bunları diğer şirketlere kullandıran aracı firmaların etkileneceğini düşünüyorum.

Türkiye’de internet kullanımı yaygın olmasına karşın e-ticaretin kısıtlı olduğu biliniyor. Yeni dönemde bu açmaza son verileceği konusundaki beklentiniz, düşünceniz nedir?

E-ticaretin kısıtlı olması kullanıcı deneyimlerinden ve alışkanlıklarından kaynaklanıyor. En önemli engellerden biri de güvenliğine yönelik kaygı. Eğer PCI, DSS gibi uluslararası güvenlik standartlarına uygunluk ve bunun bilinirliği artarsa e-ticaretin daha yaygınlaşacağını düşünüyorum. Burada müşterilerin satıcılara not vermesi, düşüncelerini ve alınan hizmet /ürün ile geri beslemelerini internet ortamında duyurmaları çok etkili olacaktır. Örneğin otel rezervasyonlarını internet üzerinden gerçekleştirme çok rağbet görüyor.

Mobil cihaz kullanımının artmasıyla son kullanıcılar sanal ortamlardaki alışverişlerde ne tür tehditlerle karşılaşır? Sizin bu konudaki tavsiyeleriniz nelerdir?

Akıllı telefon, tablet bilgisayar gibi mobil cihazların kullanımı bu tür cihazlara yönelik atakları da artırıyor. Özellikle App. Store’lardan yüklenen uygulamalardaki zararlı kod riski önümüzdeki dönemin önemli sorunlarından biri olmaya aday. Ayrıca cihazların dış dünyaya açık olan arayüzleri, örneğin Bluetooth, kablosuz ağ yapılandırması da kötü niyetli girişimler için bir kapı yaratabiliyor. Burada en önemli önlem, kullanıcıların bilinçlendirilmesi ve kullanım alışkanlıklarının iyileştirilmesi olacaktır. Gizli bilgilerinin mobil cihazlarda korunmasız, şifresiz bir şekilde saklanmaması gerekiyor. Bununla birlikte masaüstü ve taşınabilir bilgisayarlarda kullanılan ve zararlı kodlara karşı koruma sağlayan yazılımların mobil cihazlarda da kullanımının giderek yaygınlaşacağını söyleyebiliriz.

Türkiye 14 milyar TL'yi online harcadı

TÜBİSAD tarafından yapılan araştırmaya göre Türkiye'de online alışveriş 14 milyar TL'lik büyüklüğe ulaştı. Çok kanallı perakendede birincilik elektronikte, online kanalda ise ulaşım, konaklama ve bahis siteleri daha fazla tercih ediliyor...

Bilişim Sanayicileri Derneği (TÜBİSAD) tarafından bu yıl ilk kez, Elektronik Ticaret Derneği (ETİD) proje ortaklığı ve Deloitte Türkiye proje yönetimiyle hazırlanan "Türkiye e-Ticaret Pazarı-2013" raporuna göre Türkiye'de e-ticaret sektörünün büyüklüğü 14 milyar TL'ye ulaştı.

Rapora göre -ticaret sektörünün toplam perakende harcamaları içindeki payı yüzde 1.3 oldu.

Raporu değerlendiren TÜBİSAD Yönetim Kurulu Başkanı

Kemal Cılız, raporun Türkiye'de e-ticaret pazarını tanımlayan ve uluslararası standartlara göre ölçümleyerek kategorize eden ilk rapor olması bakımından önemli bir değer taşıdığını vurguladı. Cılız, "Türkiye halen elektronik ticarete arzu edilen seviyede değil. E-ticaretin gelişimi için sağlıklı bir hukuki zemine ihtiyaç var. 'Kişisel verilerin korunması' ve 'elektronik ticaret' kanunlarının çıkması ve tüketicinin korunması kanununun ikincil düzenlemelerinin sektörün gelişimine yönelik yapılması çok önemli olacaktır" yorumunu yaptı.

E-ticaret = internetten sipariş

TÜBİSAD
BİLİŞİM SANAYİCİLERİ DERNEĞİ



Ürün ya da servis siparişi Online kanaldan verilmelidir. Telefon, fax, çağrı merkezi, e-mail vb. aracı kanallar ile yapılan işlemler hariç tutulur



Ürün ya da servis teslimatı online ya da çevrimdışı olabilir



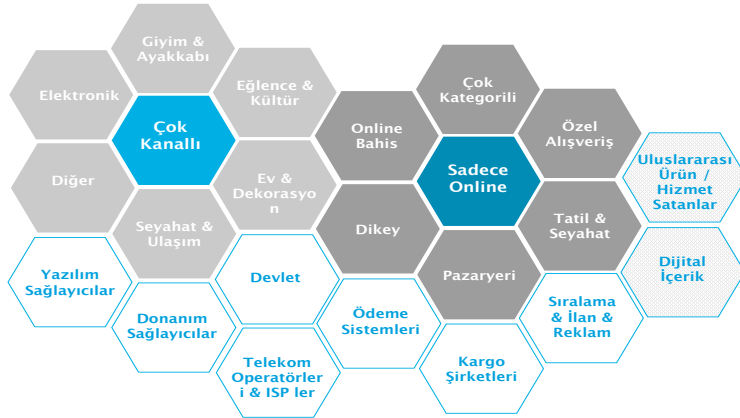
Ödeme kanalı online ya da çevrimdışı olabilir

Sanal POS üzerinden geçen işlemler : e-ticaret



Araştırmaya B2B siteleri dahil edilmedi

E-Ticaret Ekosistemi

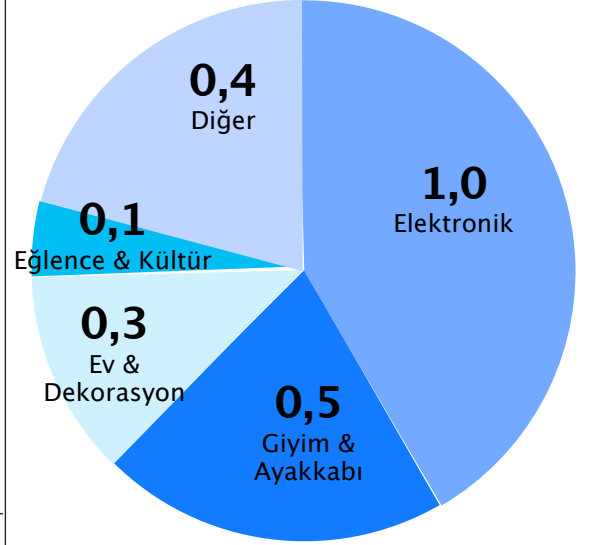


Siteler çok kanallı ve sadece online olarak kategorilendirildi

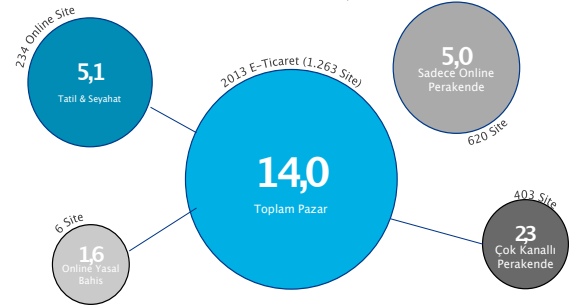
E-Ticaret Pazar Büyüklüğü

Milyar TL (2013)

Çok Kanallı Perakende



Sadece Online Perakende



Çok kanallıda liderlik elektronikte...

Tahminlenen Pazar Kapsamı



Tahminlenen pazar kapsamı



Ödeme şeklinden bağımsız < 3

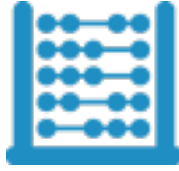
Oluşturulan toplam hacim < 4

1 > Online Olarak Sipariş Verilen

2 > B2B İşlemler Hariç



Ölçülen E-ticaret Hacmi



E-ticaret pazar büyüklüğü - Kategoriler

Milyar TL (2013)



Ulaşım ve konaklamaya harcanan para 4.3 milyar TL. Bahse harcanan tutar ise geçen yıl 1.6 milyar liraya ulaştı.

E-ticaret karşılaştırma (2013)

Ülke	Online Perakende / Toplam Perakende	Internet Penetrasyonu	Online Alışveriş Yapanlar	Kişi Başı Gelir USD k (SGP)	Nüfus (mn)	
Gelişmiş Ülkeler	İngiltere	10,4%	87%	85%	37	64
	ABD	7,4%	81%	72%	53	316
	Almanya	6,0%	84%	79%	40	81
	Fransa	5,5%	83%	75%	36	64
	Japonya	4,2%	79%	77%	37	127
	İspanya	3,1%	72%	55%	30	47
	İtalya	1,8%	58%	44%	30	60
Gelişmekte Olan Ülkeler	Çin	5,6%	42%	44%	10	1.361
	Polonya	5,3%	65%	30%	21	39
	Brezilya	3,1%	49%	34%	12	198
	Rusya	2,8%	53%	38%	18	143
	Hindistan	0,7%	12%	23%	4	1.243
Türkiye	1,3%	49%	24%	15	76	

Kaynak: EIU, emarketer, Euromonitor, IMF, ITU ve TUIK; veriler genel olarak 2013 yılına aittir. Türkiye'nin oranı bu çalışma kapsamında hesaplanan perakende ticaretin toplam perakende sektörü büyüklüğüne bölünmesiyle hesaplanmıştır.

Borsa = Gündem

Kazanmak için

önce siz öğrenin

- ✓ Hisse senetlerindeki hareketlerin perde arkası
- ✓ Uluslararası piyasalardaki son gelişmeler
- ✓ Altın, döviz, faiz için yatırım stratejileri



Raporlar, analizler,
uzmanlardan
öneriler

Borsada
flaş gelişmeler,
son dakika
haberleri

Hepsi ve daha fazlası için



[http:// www.borsagundem.com](http://www.borsagundem.com)



Katılım bankacılığında uluslararası işbirliği



Osman Şerit

Yaz Bilgi Sistemleri, 25 ülkede 200 banka için temel bankacılık yazılımları geliştiren Fransız SAB'ın çözümlerini Türk finans sistemiyle tanıştırmaya hazırlanıyor. Bu bölgesel ortaklığın ilk meyvesini ise küllerinden doğup bir katılım bankası olarak yeniden faaliyete geçmeye hazırlanan Türk Ticaret Bankası'nda göreceğiz...

BARIŞ BEKAR - bbekar@finansgundem.com

SAB, SAB-AT temel bankacılık paketi ve diğer tamamlayıcı yazılım çözümleriyle bankacılık işlemlerinin yazılım altyapısını sağlayan, sektöre yazılım çözümleri üreten global bir şirket. 1989 yılında Fransa'da faaliyete başlamış. Fransa'nın yanı sıra Fransızca konuşan ülkelerdeki bankalara yönelik çözümler sunmuş. 5 yıl önce kurulan SAB International ise uluslararası bir temel bankacılık çözümü olan SAB-AT'yi Avrupa, Afrika, Ortadoğu ve Asya-Pasifik bölgelerinde faaliyet gösteren 200 civarındaki bankaya sunuyor.

SAB ile Yaz Bilgi Sistemleri (YAZ) arasındaki bölgesel iş ortaklığı anlaşması, Eylül 2013'te imzalanmış. Adı üzerinde bu anlaşma temsilcilik, distribütörlük faaliyetleriyle sınırlı değil. YAZ, SAB-AT temel bankacılık çözümlerini Türkçeye uyarlayıp bankalara pazarlayıp destek sunmakla yetinmeyecek. Yaz Bilgi Sistemleri Genel Müdürü Osman Şerit, deyim yerindeyse SAB yazılımlarının içine girme, kod yazma, geliştirme yapma hakkına da sahip olduklarını vurguluyor. Yani YAZ, 22 yıllık deneyimiyle, yerel bankacılık yazılımı uygulama tecrübesiyle SAB-AT çözümlerine katkıda bulunacak. Şerit, "Bu anlaşma, SAB'ın uluslararası arenadaki ürün ve servis uzmanlığı ile YAZ'ın yerel bankacılık yazılımı uygulama ve destek konusundaki deneyiminin birleşmesini sağladı. Ortaklığımız Türk bankacılık sistemine güçlü bir hizmet alternatifi sunacak, kısa sürede hızla büyüyecek" diyor.

İslami bankacılık ve Türk katılım bankacılığı

SAB-YAZ bölgesel iş ortaklığıyla geliştirilen bankacılık çözümlerinin Türkiye'deki ilk örneğini Türk Ticaret Bankası'nda (Türkbank) göreceğiz. Hatırlanacağı gibi Türkbank, TMSF bünyesine geçmiş ardından da tasfiye edilmişti. Ancak daha sonra Türk Ticaret Bankası Munzam Sandığı Vakfı, tasfiye işlemine karşı dava

1992'DEN BERİ YAZIYOR

Yaz Bilgi Sistemleri, 1992 yılında "Mar Data" adıyla Marmara Bank'ın bir iştiraki olarak kurulmuştu. Sonrasında Bayındır Bank bünyesinde faaliyetlerine devam eden ve 2007 yılında Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu'na (TMSF) devredilen şirket, ortaklık yapısındaki değişikliklere bağlı olarak 1994'te Baysis, 2002 yılından itibaren ise Yaz Bilgi Sistemleri (YAZ) unvanıyla hizmet vermeye başladı. YAZ, Türkiye'de daha çok bankacılık temel yazılımı, hukuk takip sistemi ve varlık yönetim sistemi çözümleriyle biliniyor. 2011 yılında İstanbul Davutpaşa'daki YTÜ (Yıldız Teknik Üniversitesi) Teknopark'a taşınan şirkette, çoğu mühendis ve analist olmak üzere 82 kişi çalışıyor.

açıp kazanmış ve bankanın geri dönüşünün yolu açılmıştı. İşte şimdi bir katılım bankası olarak sektöre dönüş hazırlıkları yapan Türkbank'ın temel bankacılık yazılımı SAB lisansıyla geliştirildi. Osman Şerit, yaklaşık 9 ay süren çalışmalarda sona yaklaştıklarını, şu anda yerelleştirme ve dokümantasyon işlemlerinin de tamamlanmak üzere olduğunu söylüyor.

Şerit, SAB'nin tüm bankacılık segmentleri gibi İslami bankacılık konusunda da güçlü referansları olan bir uzman olduğunu, global rakiplerinden farklı olarak bu alanda sıfırdan bir mimari kurup paket çözümler sunduğunu ve bu çözümlerin İslami finans kuruluşlarının işletim ve denetim standartlarını belirleyen en önemli organizasyon olan AAOIFI tarafından da onaylandığını vurguluyor. Bunun dışında, SAB-AT İslami bankacılık ürününün mevcut İslami bankacılık referansları sayesinde, henüz Türkiye pazarına dahil olmamış İslami bankacılık ürün ve fonksiyonlarına sahip olmasının, katılım bankacılığı sektörüne ileride dahil edilecek ürünlere hazırlık açısından, kullanıcılarına önemli bir avantaj sağlayacağına dikkat çekiyor. Ancak İslami bankacılıkla katılım bankacılığının, özellikle Türk bankacılık denetim otoritelerinin tüketiciyi koruma yaklaşımıyla getirdiği yasal düzenlemeler neticesinde felsefede aynı fakat uygulamada farklı yorumlar olduğunu da sözlerine ekliyor.

Esneklik avantajıyla rekabet edecek

İşte YAZ da burada devreye girmiş ve katılım bankacılığına uygunluk için gereken yerelleştirme çalışmalarında etkin rol oynamış. Şerit, "İlk aşamada bütün yazılım uyarılama projelerinde olduğu gibi istenen yazılımla mevcut yazılım arasındaki farkları saptadık. Katılım bankacılığı konusunda deneyimi en üst düzeyde olan Piramit Danışmanlık'la bizim ekip iyi bir analiz süreci geçirdi. Daha sonra özellikle katılım bankacılığının temel fonksiyonları kapsamındaki ihtiyaçları belirledik. Yazılım dili Fransızca, İngilizce, Arapça, Farsça gibi dillere uygundu. Böyle olunca Türkçeleştirilmesi de çok zorlayıcı olmadı" diyor.

Şerit, en geç Ekim 2014 sonuna kadar SAB'nin İslami bankacılık çözümünün Türkiye'deki katılım bankacılığına uygun hale getirilmesiyle ilgili temel fonksiyonların tamamlanacağını belirtiyor. Şerit, SAB'nin gerek katılım bankacılığı gerek diğer temel bankacılık yazılımları arasında "Yerelleşmiş, global rekabet avantajımız" sloganıyla sektörde önemli bir alternatif olacağına inanıyor.



SAB-YAZ anlaşmasının bölgesel bir ortaklığı kapsadığını belirtmiştik. Şerit, bu işbirliğinin başta Azerbaycan olmak üzere YAZ ve Türkiye için komşu ülkelerde yeni fırsatlar oluşturacağına dikkat çekiyor.

Yaz Bilgi Sistemleri, halen Türkiye'de Adabank, Scania ve Birleşik Fon Bankası ile Azerbaycan'da faaliyet gösteren ASB Bank ve AFB Bank'a çözümler sunuyor. Şerit, SAB-AT temel bankacılık uygulaması çözümlerini sunacakları potansiyel müşterileriyle birlikte, talep olması durumunda mevcut müşterilerinin yazılımlarını SAB-AT çözümüyle güncelleyip, onların daha yeni ve uluslararası bir platforma geçmelerini sağlayabileceklerini belirtiyor.

Evet, YAZ'ın SAB ile imzaladığı anlaşma, çözümlerin satış ve pazarlaması ve teknik desteğinin yanı sıra kodlara müdahale, yani yazılımların içine girme yetkisini de içeriyor. Şerit, bunun ne anlama geldiğini ise şöyle anlatıyor:

"Bu sayede bir 'Mükemmellik Merkezi' (Center of Excellence) işbirliği, iş ortaklığı modeli ortaya çıktı. Karşılıklı güven ve işbirliği sayesinde SAB'nin kodları üzerinde ek geliştirme yapabilir duruma geldik. Özellikle yerelleştirme konusunda kendi geliştirdiğimiz kodlarla, YAZ'ın mevcut ürünlerine kattığı fonksiyonların desteğini vereceğiz. Doğal olarak kendi ürettiğimiz ve hakim olduğumuz bir yazılım geliştirme alanında destek vermek bize ve müşterilerimize sektörün global oyuncular tarafından verilen hizmetlerle ilgili en çok sıkıntı yaşanan konularda büyük avantaj sağlayacak. Bugün piyasada rakibimiz olan başka oyuncular da var. Onlara karşı en büyük avantajımızın, bankacılık ihtiyaçları ve gelişmeleri anlamında Türkiye ile sınırlı kalmayarak, SAB'nin 25 ülkede 200 bankadan kazanılan deneyimini Türkiye piyasasına taşıyacak olmamız. Mevcut global oyuncular söz konusu olduğunda ise iş ortaklarıyla genel çalışma modellerinden dolayı kodlara müdahale etmek için dışarıya bağımlı olmadığımız için hızlı davranabileceğiz, bu da çok önemli bir avantaj.



Üniversitede ders verir gibi İslami finansı öğretecekler

Artık İslami finans, İslami bankacılık, sukuk, tekafül, varlık yönetimi gibi konularda eğitim almak için Londra'ya, Dubai'ye gitmenize, on binlerce dolar harcamanıza gerek yok. ITA, İslami finans konusundaki yetkinliği dünyaca kabul gören eğitmenleriyle ister halka açık sınıflarda, isterse ofisinizde ders veriyor...

iki deneyimli iletişimci tarafından kurulan ITA (International Training Academy - Uluslararası Finans Akademisi), Türkiye'nin uzun bir süre görmezden geldiği, tabu olarak baktığı İslami finansı hakıyla öğretmeyi, Türk finans sektörüne yeni ufuklar açmayı amaçlıyor.

Ayça Apak ve Ayşe Sarp ortaklığında kurulan ITA, farklı ülkelerdeki İslami finans kurumlarında deneyimleri bulunan, uluslararası denetim kurumlarında karar verici konumunda olan, bu alanın otoriteleri olarak tanınan eğitmenleriyle kasım ayından itibaren eğitimlerine başlıyor. Ayça Apak, toplam 11 gün sürecek School of Islamic Finance EMEA (SIFemea) eğitimin ayrıntı ve aşamalarını şöyle anlatıyor:

"İlk sınıfımızı, isteyen herkese açık olarak kasım başında açıyoruz. Derslerimizi, 2-4 günlük dört modül olarak yıla yayılmış toplam 11 gün şeklinde programladık. Sınıflarımız en çok 25 kişilik olacak. Derslerimiz aktif öğrenim tekniği esas alınarak alıştırma, örnek vakalar, tartışma grupları, deneyler ve çalışma atölyeleriyle zenginleştirilmiş şekilde verilecek. Her modül arasında workshoplar düzenleyerek eğitimi pekiştirecek, tıpkı gerçek ortamdaymış gibi öğrencilerimize öğrendiklerini uygulama, deneyimleme fırsatı sunacağız. İslami fi-



nansın tüm alt başlıklarını kapsayan eğitimimiz İngilizce ama isteyenler simultane çeviri hizmetimizden yararlanabilecek. Ayrıca tüm programı Türkçeye çevirdik."

ITA, dört modülden oluşan tüm okulu bitirenlere, yıl sonunda düzenlenen SIF mezuniyet töreninde Liyakat Sertifikası (Certificate of Excellence) verecek. Tek bir modüle katılanlara Yeterlik Sertifikası (Certificate of Competence) veriliyor. Apak, bu sertifikaların başta IFQ olmak üzere uluslararası kuruluşlardan akredite olduğunu belirtiyor.

ITA, ek olarak 2 günlük sukuk yani "İslami kira sözleşmeleri" eğitimi ile yine şirket içi atölye çalışması oluşturmuş. Apak, "Bankaların yanı sıra kurumsal sukuk ihracıyla sermaye artırımına gitmek isteyen kuruluşların bu eğitimlerle ilgileneceğini düşünüyoruz" diyor.

En avantajlı "sponsorlu" eğitim

ITA'nın eğitimleri halka açık sınıf şeklinde başlayacak ama Apak, asıl hedeflerinin şirket içi eğitimler olduğunu vurguluyor. Bu sayede maliyetlerin yüzde 50'ye kadar düşeceğine dikkat çeken Apak, "Bu model, başta mekan kirası olmak üzere birçok harcamadan tasarruf edileceği gibi esneklik de sağlıyor. Herhangi bir mesleki derneğin, oluşumun, birliğin, kurumun destek ve ev sahipliğinde toplanacak en az 25 kişilik bir grup için kişi başı katılım maliyeti, sayıya göre yüzde 40 ila 55 oranında azalabiliyor. Ayrıca programı, kuruluşun ihtiyaç ve talepleri doğrultusunda yeniden yapılandırabiliyoruz" diyor.

ITA'nın eğitimlerinde istenirse birkaç şirketin bir araya gele-

Ayça Apak ve Ayşe Sarp, Notre Dame de Sion'daki lise yıllarından bu yana arkadaşlar. İkisi de iletişim kökenli ve 10 yılı aşkın süredir halkla ilişkiler, iletişim, organizasyon faaliyetleri yürütüyorlar. Farkları ise Apak'ın bu işi Londra, Sarp'ın ise İstanbul merkezli yapmalarıydı. Şimdi İstanbul'da ITA çatısı altında ortaklaşa, bazılarının iki kadın için yadırgayabileceği İslami finans alanında bambaşka bir alana yelken açıyorlar.



Ayça Apak

Ayşe Sarp



ceği 'sponsorluk' modeli de tercih edilebiliyor. Böylece şirketler mekanlarını, maliyetleri aralarında paylaşabiliyor.

Ayça Apak, eğitimler için Borsa İstanbul, Katılım Bankaları Birliği gibi konuyla ilgili kurum ve kuruluşlarla sürekli iletişim halinde olduklarını, İslami finansın üniversitelerde master, MBA eğitimi olarak verilmesi için görüşmeler yaptıklarını sözlerine ekliyor.

ITA, faaliyetlerini sadece İslami finans eğitimleriyle sınırlamayacak. Ayça Apak, bölgesel bir konferans düzenlemeyi ve bunu 6 aylık periyotlarla sürekli kılmayı planladıklarını söylüyor. İlk etapta bu konferanslardan biri İstanbul'da, diğeri Londra'da planlanıyor. Apak, ardından Körfez Bölgesi'nde, örneğin Dubai'de de benzer etkinlikler düzenleyeceklerini söylüyor.

Erken kalkan İngilizler çok yol aldı

İslami finans, İslami bankacılık kavramlarının kökeni 1960'lı yıllara dayanıyor. 1980'li yıllardan itibaren Ortadoğu ve Asya'nın önemli bir kısmında popülaritesini artıran bu kavramların başta İngiltere olmak üzere Batı dünyasının ilgisini çekmesinde ise ABD'de yaşanan 11 Eylül saldırıları etkili oldu. Ardından 2008 kriziyle birlikte Batının finans sistemini giderek daha fazla "öcü" gören İslam dünyasına bir alternatif sunma arayışları hızlandı. Başta HSBC olmak üzere büyük bankalar İslami finans enstrümanları çıkarmaya başladı. Bu ilgi, Batılı ülkelerin ekonomi yönetimlerinde de yankısını buldu. Örneğin, İngiltere Başbakanı David Cameron, "Londra'yı İslami finans merkezi yapacağız" dedi...

Türkiye de özellikle 2001 krizinin ardından İslami finansla ilgisini artırdı. Daha önce kendi yağlarında kavrulan Albaraka Türk, Türkiye Finans (Faisal Finans, Family Finans), Kuveyt Türk, Bank Asya gibi katılım bankalarının etkinlikleri hızla artmaya başladı. Hükümet de bu alana ilgisini, desteğini esirgemedi ve 2007 yılında çıkarılan İslami finans tahvilleri özellikle Körfez sermayesi tarafından adeta kapışıldı.

Şu sıralarsa kamu eliyle katılım bankaları kurulması gündemde. Başta Ziraat ve Halk Bankası olmak üzere kamu bankaları bünyesinde bu yönde işbirlikler oluşturulması planlanıyor. TMSF tarafından el konulan ve mahkeme eliyle Türkbank Munzam Sandığı Vakfı'na iade edilen Türk Ticaret Bankası

da katılım bankacılığı faaliyetlerine başlamak için gün sayıyor.

Öte yandan Ağaoğlu İnşaat, THY, Türk Telekom gibi büyük şirketlerin de sukuk ve benzeri İslami finans enstrümanları ihraç etmesi gündemdedi. Ancak 17 Aralık'ta başlayan süreç ve seçimler nedeniyle bu girişimler rafa kaldırıldı. Yeni kabine ve Ali Babacan'ın göreve devam etmesinin piyasaları rahatlatmıştı düşünen Ayça Apak, önümüzdeki dönemde sürecin yeniden hızlanacağını öngörüyor. Apak, İslami finansın potansiyelini şöyle anlatıyor:

"2010-2030 döneminde Müslüman nüfusun yüzde 35 artması bekleniyor. Avrupa ülkelerindeki Müslüman nüfus da giderek artıyor. Ortadoğu ve Asya'daki birçok şirketin Müslüman ortakları, şirketlerinin İslami usullere dayanan finans sistemiyle çalışması için yoğun çaba harcıyor. Ayrıca son yıllarda bu bölgelerin hızlı bir büyüme trendine girdiği görülüyor. Özellikle 2009 sonrası petrol fiyatlarındaki artışlar bu ülkelere likidite girişini hızlandırdı. Tüm bu gelişmeler, önümüzdeki yıllarda İslami finansın dünya ekonomisinde önemli bir paya sahip olacağını gösteriyor."

İŞ İNGİLİZCESİNİ DE ŞİRKETLERİN AYAĞINA GETİRİYORLAR

ITA, kurumsal düzeyde iş İngilizcesi eğitimi vermek üzere de hazırlıklar yapıyor. Ayşe Sarp, şimdilik ismini açıklamadığı büyük bir grupla el sıkışma aşamasında olduklarını söylüyor. Ardından da bu alandaki hedeflerini ve nasıl bir faaliyet yürüteceklerini şöyle anlatıyor:

"Büyük grupların özellikle satış pazarlama departmanlarına yönelik bir iş İngilizcesi modeli kurguladık. Şirket bünyesinde, çalışanların, yöneticilerin iş saatlerine göre esnek; sabah erken ya da akşamları 2 saat eğitim vereceğiz. Eğitimcilerimiz İngiltere'den, Cambridge Üniversitesi'nden gelecek. 25 kişilik gruplara kadar sınıflar oluşturacağız. Tabii isteyen üst düzey yöneticiler için bire bir ya da 2-3 kişilik eğitimlerimiz de olacak."



Doğru kullanılan kartlar 6 bin kişilik istihdam sağlıyor

Kart kullanıcılarının nakit akışını düzenleyen kartların ekonomiye de katkısı olduğunu biliyor muydunuz? BKM'nin kartlı ödeme verilerinden yola çıkarak hazırladığı infografik, kartların ekonomiye etkisini çarpıcı bir şekilde ortaya koyuyor. Kartlı ödemelerdeki büyüme enflasyondan istihdama, vergi geliri artışından tasarrufa kadar birçok alana katkı sağlıyor...

Türkiye kredi kartıyla 1968 yılında tanıştı. Son 20 yılda hızlı bir büyüme kaydetti ve bugün kredi kartı sayısı 57 milyona, banka kartı sayısı 102 milyon adede ulaştı. Kartlı harcamalar ise ödemelerimizin 3'te 1'ine taht kurmuş durumda. Nakitsiz bir topluma doğru koşan Türkiye'de fiziki alışverişlerin yanı sıra internette de kartlarla alışveriş, en büyük tercih haline geldi.

Peki hayatımızı bu kadar kolaylaştıran kartların, kullanıcıların nakit akışını düzenlerken ekonomiye de katkı yaptığını biliyor muydunuz?

Bankalararası Kart Merkezi'nin (BKM) hazırladığı infografik, kartların hem kart sahibine hem de ülke ekonomisine nasıl katkı yaptığını ortaya koyuyor. BKM, bu katkıların en çarpıcı olan 5 maddesini infografik çalışması olarak hazırladı. Elbette bu faydalar sadece 5 maddeyle sınırlı değil. Ancak 5 maddeyle ortaya konulan sonuçlar da oldukça çarpıcı...

Kayıt dışıyla mücadele ediyor

Türkiye'nin en önemli sorunlarından biri kayıt dışı ekonomi. Türkiye'de kayıt dışı ekonomi, Maliye Bakanlığı verilerine göre gayri safi yurtiçi hasılabın (GSYİH) yüzde 32'si, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre ise yüzde 36'sı düzeyinde bulunuyor.

Bu kayıt dışılığın oranına bakılırsa 805.6 milyar dolar GSYİH'ya sahip Türkiye'de kayıt dışı ekonominin büyüklüğü 217.5 milyar dolar (450 milyar TL) düzeyinde hesaplanıyor.

Rakamlara bakıldığında sorun büyük olunca ekonominin kayıtlı kısmının artması da önem taşıyor. BKM'nin hazırladığı infografikçe göre kart kullanımının ekonomiye çarpan etkisi var. Kredi kartlarıyla yapılan 1 liralık harcama milli geliri 1.75 lira artırıyor.

Kartlı ödeme enflasyonu düşürüyor

Söz konusu çalışma ayrıca, kart harcamalarının piyasadaki nakit ihtiyacını ve arzını düşürerek enflasyonla mücadelede önemli bir yapı taşı olduğunu gösteriyor. Şöyle ki, kartlarla yapılan harca-

malardaki yüzde 1'lik artış, enflasyonu 0.13 puan düşürüyor. Bu da kartlı ödeme sistemlerinin hızla büyümesinin ekonomiye nefes aldıracağına en büyük göstergesi olarak öne çıkıyor.

Vergi gelirleri artıyor

İşte Türkiye'nin en büyük sorunlarından biri daha; vergi geliri... Yapılan her ödeme için kesilen fatura veya fiş, vergi olarak devletin kasasına giriyor. Nasıl mı? Nakit ödemeler, fişsiz ya da faturasız yapılabilir. Bu da vergi kaybını gündeme getiriyor. Ancak kredi kartıyla yapılan her ödemede yazarkasa/yazarkasa POS cihazları zorunlu olarak fişi kesiyor. BKM'nin çalışmasına göre kartlı harcamadaki 1 liralık artış, vergi gelirini 19 kuruş artırıyor. Bu da kartlı harcamaların vergi gelirlerinin artışında önemli yapı taşı olduğunu gösteriyor.

İstihdama önemli etkisi var

Kartlarla yapılan harcamanın tahmin edemeyeceğiniz bir diğer etkisi ise istihdam. Şaşırtıcı gibi görünse de BKM'nin hazırladığı infografik çalışması bunu açıkça ortaya koyuyor. Kredi kartı harcamasındaki yüzde 1'lik artışın istihdama katkısı 6 bin kişi. Bugün işsizliğin hızlı artış gösterdiği ülkemizde bu rakam gerçekten çarpıcı. Üstelik kredi kartı harcamalarındaki artışın istihdam üzerindeki etkisi BKM verilerine göre yaklaşık 2.5 yıl boyunca devam ediyor.

Tüketimde istikrar, tasarrufta artış

Ödeme aracı olan kartların tasarruflar üzerindeki etkisi incelendiğinde ise BKM verilerine göre tüketicilerin yaklaşık yüzde 60'ının kredi kartı taşıdıkları için para talebinin azaldığı görülüyor. Yine taksitli alışveriş imkanı sayesinde kart kullanıcılarının yüzde 45'inin tasarruf imkanlarını artırabildiği de dikkat çekiyor. Ayrıca Emeklilik Gözetim Merkezi (EGM) verilerine göre bireysel emeklilik sistemi (BES) primlerinin yüzde 61'i kredi kartlarıyla ödeniyor. Bu da kartların tasarruf üzerindeki etkisini açıkça gösteriyor.

Doğru kullanılan kredi kartının

EKONOMİYE

5

KATKISI

1



Kredi kartı harcamalarında

1₺ artış

Gayri Safi
Yurt İçi
Hasılayı

1.75₺ artırıyor

2

Kartlar piyasadaki nakit para ihtiyacını ve arzını düşürerek enflasyonun azalmasını sağlar.



Kredi kartı harcamalarında

%1 artış
enflasyonu

%0.13 düşürüyor

3

Kredi kartı harcamalarının kayıt altında olması, faturasız işlemleri azalttığından vergi gelirini pozitif etkiliyor.



Kredi kartı harcamalarında

1₺ artış
vergi gelirlerinde

0.19₺ yükseliş sağlıyor

4

Kredi kartlarıyla yapılan harcamaların büyümeye pozitif katkısı yeni iş olanaklarını da tetikliyor.



Kredi kartı harcamalarında

%1 artış
istihdama

5.954 ek katkı sağlıyor



5



Kartlı ödemeler tüketimde istikrarı sağlayarak ekonomideki dalgalanmayı azaltarak büyümeyi artırır

Bankalar ödeme köprüsü avantajını yitirebilir!



Ödemeler hızla dijital, mobile kayıyor; bu alanda banka dışı online ödeme kanalları, e-ticaret platformları öne çıkıyor. Peki daha önce köprü başını tutarken rakipsiz olan bankalar, inisiyatifi kaybetmemek için ne yapmalı?

Ortalama bir tüketicinin bankacılık sistemiyle ilişkisinde en büyük payı ödemelerin tuttuğu belirtiliyor. Durum gerçekten böyleyse neden bankalar bu kritik konuda çok az şey yapıyor?

Gelişmiş piyasalarda her üç insandan biri artık akıllı telefon taşıyor. Ancak bankaların dijital kanallarını artırarak, günlük ticari işlerini çeşitli araçlarla yapan müşterilerinin sayısındaki artışa uyum sağladığı konusunda şüpheler var.

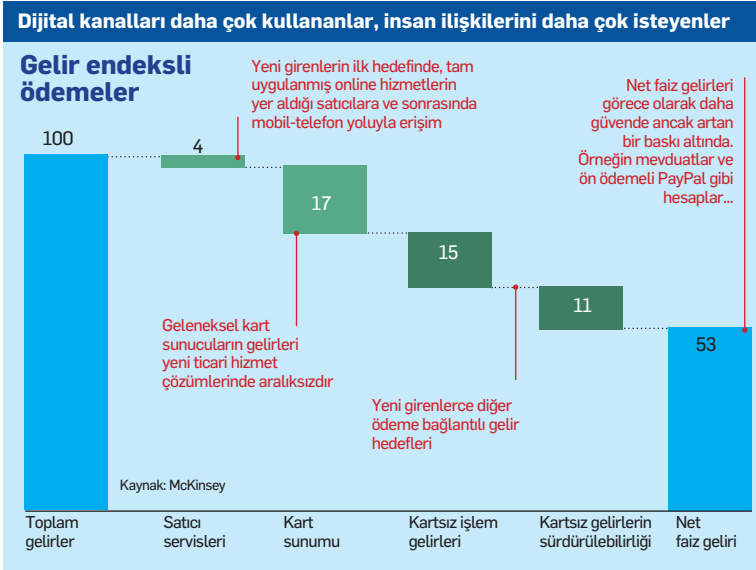
Mobil kullanımların yarısının akıllı telefonlarla yapıldığı ABD'de her üç tüketiciden biri, ödemeler için telefonunu tercih ediyor. Ancak bu ödemelerin büyük bir kısmı bankalar değil online ödeme kabul eden uzmanlaşmış kuruluşlar ve dijital ticaret platformları üzerinden geçiyor. Oysa ödemeler bütün bankacılık ilişkileri açısından bir nevi köprü başını yani geçidi tutmak anlamına geliyor. Oysa şimdilerde köprü başını ciddi saldırı altında.

Güçlü bir ödeme planı sunmak, dijital bankacılık sistemleri için kapsamlı bir strateji ve bankalar için bir zorunluluk. Ancak hızla gelişen bu alanda rekabet edebilmek için bankalar, tüketicilerin dijitaldeki geniş finansal hizmetler aralığında akıllı kararlar almasına yardımcı olmak için beklentileri karşılamak zorunda. Bankalar, yeni mobil kanallarda en çok kullanılan alanlardan başlayarak tüketicilerle tam bir dijital ilişki sağlama hedefine ilerleyebilir.

Ortalama bir tüketici, bankasıyla günde en az iki kez ödeme merkezli konularda ilişkiye giriyor. Finansal ürünlerin satın alınması, bir ödemenin kontrol edilmesi ya da bir faturanın ödenmesi gibi... Bu ilişki, tüketicilerin bankayla ilişkilerinin yüzde 80'ini oluşturuyor. Ancak köprü başını tutmak için yapılan bu yarış kızışıyor. Yarış, mobil ödemeler ve dijital ödemeler alanında bu yarış kendini hissettiriyor.

İnisiyatif bankaların elinden kayıyor mu?

Mevduat hesapları, kredi ilişkileri, güvenlik konusundaki güçlü itibar, güçlü altyapı sayesinde bankalar, mobil ödemeler için gereken şartları karşılayan neredeyse tek oyuncu konumunda. Bankalar, dijital ödeme hizmetleri sağlayıcısı olmanın büyük avantajlarının da tadını çıkarıyor.



Danske Bank, Barclays gibi bankalar yeni sürdürülebilir tüketici topluluklarına ulaşırken, bankacılık dışındaki rakipleri büyük telekom gruplarından irili ufaklı teknoloji şirketlerine kadar geniş bir alana yayılıyor ve dijital bankacılık için standartları belirliyor.

Buna ek olarak banka dışı oyuncular bazı önemli avantajlara sahip. Bunlar arasında daha düzenleyici kurallar, daha yüksek bir risk iştahı gibi unsurlar sayılabilir. Şimdilik ödeme faaliyetleri çekirdek bankacılık alanında kalmaya devam ediyor ama Google, Apple, PayPal gibi yarışçılar bankaların bu kritik gelir kaynağına tehdit oluşturuyor.

Daha çok dijital kanallar kullananlar- Daha çok insan müdahalesi isteyenler

Banka dışı piyasa oyuncuları, operasyonel olarak süren bir inovasyon ve sık sık güncellenen bir sistem içinde yer alıyor. Eski bankacılık ödeme altyapısını kullanıp geliştiren bu kurumlar, bu altyapı içinde oynadıkları marjinal rol sayesinde katma değerli tekliflerine odaklanabiliyorlar. Bu sayede de daha etkin ve daha hızlı davranıyorlar. Örneğin, güncellenmiş bir ödeme yazılımını iki ila üç haftada hazırlayabiliyorlar.

Banka dışı yarışçılar ayrıca müşterilerine daha hızlı hizmet sunabiliyor. Örneğin Square ve PayPal, üyesi olan satıcılara sadece bir günde kendileri aracılığıyla ödeme kabul etme imkanı tanıyor. Ki bu, bankaların çoğundan bir hafta daha hızlı olmaları anlamına geliyor.

Zorlayıcı bir dijital ödeme teklifi hazırlama

Eğer ödemelerde köprü başı pozisyonu bankaların ya da banka dışı yarışçılardan birinin eline geçerse, kayıpta olan taraf savunmada kalacak ve kronik yavaş büyüme ve daralan marjlarla yüzleşecek. Bankaların dijital bankacılık kanallarını yeni tüketici deneyimleriyle yönlendirmesi ve bunu da ödeme kabiliyetleriyle başlatması gerekiyor.

Öte yandan, mobil kanallarda yeni ve farklı ödeme yöntemlerinin geliştirilememesi, tüketici uyumu açısından bir bariyer olabilir. Bugünlerde mobil bankacılık işlemlerinin çoğu online bankacılık işlemlerinden daha az fonksiyonel durumda.

Büyüme fırsatı olarak dijital ödemeler

Bankalar, dijital kanallar aracılığıyla ticari alanlarını genişletebilir ve gelirlerini artırabilir. İşte dijital ödemelerin bankalara sağlayacağı belli başlı avantajlar:

● Komisyon ve faiz gelirlerini artırmak: Perakende bankacılıkta mobil ödeme çözümleri, para transferleri, uluslararası para işlemleri ve küçük satıcılara yönelik mobil kart okuyucuları sadece tüketici işlemlerinin sıklığını artırmakla kalmayıp, ücretlendirilen işlemlerin ve banka sistemleri arasındaki nakit akışının hızlanmasını sağlayacaktır. Kurumsal tarafta ise dijital çapraz işlemler konusunda uzmanlaşmış bankalar, kurumsal mevduat ve kredi pazarındaki payını artıracaktır.

● Daha geniş bir tüketici yelpazesine daha çeşitlenmiş hizmetlerle ulaşmak: Ödeme çözümleri sunulan segmentler birleştirilebilir. Örneğin küçük ve orta işletmeler, gençlik pazarı, uluslararası seyahat edenler, göçmen işçiler, düşük gelirli tüketiciler gibi alanları birleştirebilen bankalar, bu

Gelişmekte olan banka dışı rakipler yüksek operasyonel verimlilikle faaliyet gösteriyor

Kaynak: Dialogic

Adyen:	Her iki üç haftada bir yeni bir yazılım sunuyor
Square:	Satıcıların kendi sistemleriyle 1 gün içinde ödeme kabulüne imkan tanıyor
PayPal:	Önemli sayıda dolandırıcılıkla mücadele profesyoneli istihdam ediyor ve çözüm sunuyor
Global Collect:	7/24 küresel düzeyde alışveriş desteğini telefon ve dijital ortam desteğiyle sağlıyor
Sage:	Küçük ve orta büyüklükteki ticari finansal tedarik zinciriyle entegre ödeme sistemleri sunuyor
Western Union:	Operasyonel kaynaklara doğrudan erişim imkanı olan iş gelişimi ve yenilik odaklı bir birimi var

Bankalar dijital ödemeler konusunda 3 duruştan birisini seçebilir

Hızlı takipçiler	Hızlandırıcılar	Liderler
Konsept belirliyse konseptte uygun çözüm sunarlar	Yenilikçilerin çözüm geliştirmesini mümkün kılarlar	Yenilikçi çözümlerde liderdirler, müşterilerine gerçek farklılığı yaşatırlar
Eski sistemin var olan unsurlarını geliştirmeye odaklanırlar	Veriler ve tüketici erişimini paraya dönüştürecek gelir modelleri oluştururlar	Bankacılık dışı hizmetleri kapsarlar
İşlemlerin sıklığını artıracak hizmet ve sistemlere adapte olurlar	Tüketici güvenliği, hesap yönetilebilirliği ve sistem istikrarını garantilerler	

ödeme kanalındaki paylarını artırabilir.

Bankaların elinde müşteri davranışlarını gözleyip ölçümlenebilecekleri geniş bir havuz var. Mobil kanallar, bu veri havuzuna bölgesel olarak erişme ve verileri daha verimli kullanma imkanı sunacaktır. Bu noktada bankalar, veri avantajını iyi kullanmak ve tüketicilerin kararında ödemelerin ötesine geçen yeni hizmetler sunmak zorunda. Örneğin müşteri sadakati programları ve özel tekliflere erişimle bu erişimde en iyi sonucun elde edilmesini sağlamaya yardımcı olmak gibi...

Köprü başının sonrası...

Her banka dijital bankacılık sürecinde kendi devrimini yansıtmak durumunda. Bankalar dijital platformlarını finansal hizmetlerin tamamını verebilecek şekilde güçlendirmeli. Bu süreç, bütün organizasyonun baştan aşağı yenilenmesini gerektirebilir.

Bankalar, tüketicinin akılcı finansal kararlar almasını sağlayacak araçlarını da giderek güçlendirebilir. Örneğin dijital ödeme uygulamaları, küçük miktarda POS ödemeleri, fatura ödemeleri, P2P transferleri, dijital cüzdanlar gibi alanlarda etkinliklerini artırabilirler. Bir aşama daha ileri



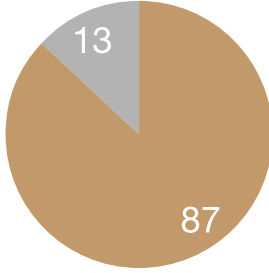
Ödeme tercihlerine göre tüketiciler 8 farklı profil oluşturuyor

Hizmet satın almada kullanılan yöntemlerin oranı

NAKİT
ÇEKLER
KREDİ KARTI
BANKA KARTI
ÖN ÖDEMELİ KARTLAR
DİĞER

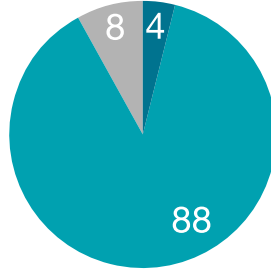
Banka kartı kullanıcıları

Hanehalkının % 22'si
ayda 32 işlem



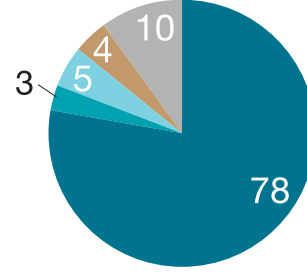
Kredi kartı kullanıcıları

Hanehalkının % 13'ü
ayda 32 işlem



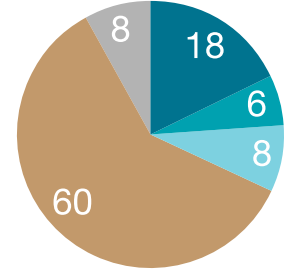
Banka-nakit kullanıcıları

Hanehalkının % 16'sı
ayda 26 işlem



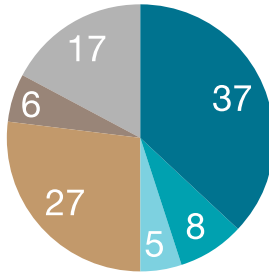
Banka kartı ve nakit kullanıcıları

Hanehalkının % 12'si
ayda 35 işlem



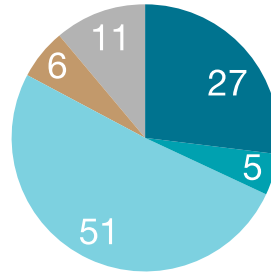
Nakit, banka kartı ve çek kullananlar

Hanehalkının % 14'ü
ayda 34 işlem



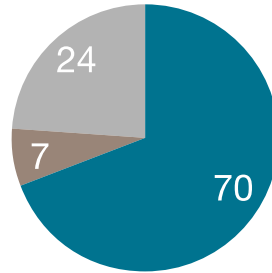
Kredi ve nakit kullananlar

Hanehalkının % 8'i
ayda 37 işlem



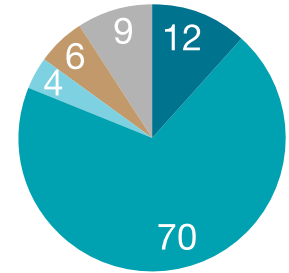
Bankasız ödemeler

Hanehalkının % 10'u
ayda 26 işlem



Çek kullananlar

Hane halkının % 4'ü
ayda 21 işlem



Kaynak: McKinsey



giderek işlemleri ve fonlama maliyetlerini optimize edip, sadakat programları ve özel tekliflerde kendilerini geliştirebilirler. Dijital entegrasyonun bir sonraki aşamasında dijital mali planlayıcılar yoluyla aylık gelirlerin idaresi, faturaların ödenmesi ve tasarruf ve yatırımların yönlendirilmesi imkanı sunulabilir.

Bankalar kendilerine hangi adımların dijital bankacılığın devamında fayda sağlayacağına ilişkin üç strateji arasında tercih yapmak durumunda...

Hızlı takipçiler olarak bankaların rakiplerinin gelişimini, hizmet modellerinin evrimini izlemeleri gerekiyor. Rekabetçi yenilik merkezlerine yatırım yapabilir ve böylece bankacılık piyasasında yeni fikirler üretebilirler. Bazı bankalar da büyüme için bir katalizör olarak hareket etmeyi tercih edebilir. Diğerlerini tüketici güvenliği, hesap yönetimi ve sistem istikrarı gibi alanları güçlendirmeye çağırabilir.

Bir teşvik olarak davranışsal bölümlenme

Bankaların duruşuna bağlı olmaksızın tüketicilerin yaşam döngüsü sürecindeki güzergâhların tanımlanması, önemli kilometre taşlarının belirlenmesi ve tüketicinin dijital evriminin her aşamasına uygun kaynaklar yerleştirilmeli.

Sektör altyapısının gelişimini teşvik

Bireysel finansal kurumların gelişiminin ötesinde sektörün bir bütün olarak ödeme altyapısı için yeni zorunlulukları ve bu değişimden sağlanabilecek faydaları yansıtmaları beklenir. Altyapıdaki gelişmeler ayrıca bir dizi yeni mobil çözümler getirdi. İngiltere'de Pingit, Polonya'da IKO, Avustralya'da da Kaching örneğinde olduğu gibi çözümler var. Bu çözümler, dijital dünyayla gayet uyumlu görünüyor ve pek çok tüketicinin P2P, B2B ve POS gibi alanlardaki ihtiyaçlarına çözüm getiriyor.



Ziraat Bankası'nda bir gecede 11 genel müdür yardımcısı değişti

Kim nereye transfer oldu?

ING Bank'ın yeni genel müdürünü sektör finansgündem'den öğrendi

Sektörle ilgili son gelişmeler

TRT Genel Müdürlüğü'ne talip olan bankacı kim?

Hepsi ve daha fazlası için
www.finansgundem.com



FİNANS SEKTÖRÜNÜN
İNTERNETTEKİ BULUŞMA ADRESİ

Bu oyunda kurallar Türkiye'ye göre belirlendi

Brezilyalı dijital ödeme devi UOL BoaCompra, Türkiye pazarına girdi. 3 binden fazla online oyun için artık yurtdışı riskleri olmadan mobil cihazlardan, banka havalesi ya da kredi kartıyla ödeme yapmak mümkün...

Gelişmekte olan pazarlarda sunduğu dijital ödeme seçenekleriyle tanınan UOL BoaCompra, en umut vaat eden ve hızlı büyüyen online oyun pazarlarından biri olarak görülen Türkiye'de hizmet vermeye başladı. Halen 190'dan fazla oyun yayıncısı ve geliştiricisiyle çalışan UOL BoaCompra, büyüyen pazarlar genelindeki oyuncuların, 3 binden fazla oyun için oyun içerisinde doğrudan alışveriş yapmalarına olanak tanıyor.

UOL BoaCompra mobil ödeme, banka havalesi, kredi kartları gibi en yaygın kullanılan ödeme yöntemlerinin yerel kurallar ve koşullarla kolaylıkla yapılabilmesini sağlıyor. Avrupa'da internet kullanımında dördüncü ülke konumunda olan ve toplam oyun süresinin yüzde 70'inin PC başında harcandığı Türkiye pazarında genelde ücretsiz veya oyunda ilerlemek için ödemelerin yapıldığı free-to-play modelleri ve MMO'lar hakim. UOL BoaCompra ise uluslararası oyun firmalarına, dünya çapındaki en büyük online PC oyun nüfusuna sahip ülkelerden biri olan Türkiye pazarına erişmeleri için tüm portfolyosunu sunuyor.

"Türkiye, 3 yıl önceki Brezilya oyun pazarı gibi"

UOL BoaCompra EMEA Bölgesi İş Geliştirme Müdürü Mario Baumann, Türkiye pazarına girme gerekçelerini şöyle açıklıyor: "İnternet penetrasyon oranlarının ve geniş bant performansının kalitesini ve gelişimini sürdürdüğü Türkiye'de online oyunlar için talep hızla artıyor. Bu açıdan Türkiye, yaklaşık 3 yıl önceki Brezilya pazarıyla ciddi benzerlikler gösteriyor. Bu girişimimizi, ortak-



Mario Baumann



larımızın gelişmekte olan pazarlarda bizim tecrübelerimizden faydalanması ve Türkiye gibi büyük bir pazarda yatırım yapmaya başlamaları adına harika bir fırsat olarak görüyoruz."

Bu girişimi Türk oyun topluluğu açısından muazzam bir adım olarak gören UOL BoaCompra Türkiye Proje Müdürü Kürşat Altay Kalaycı'nın değerlendirmesi ise şöyle: "Nihayet oyunculara Türkiye pazarında oyun sırasında ödeme işlemlerini yapabilecekleri elverişli bir ortam yaratılarak sektörün dinamikleriyle örtüşen çok önemli bir adım atılıyor. Bunu hayata geçirmek ve Türk oyuncularına Batı dünyasındakine benzer erişim kolaylıklarını getirmekten ötürü büyük heyecan duyuyoruz."

OYUNLARI AYDA 1.2 MİLYAR KEZ GÖRÜNTÜLENİYOR

2004 yılında kurulan UOL BoaCompra, online oyunların gelir elde edebilmesi konusunda uzman bir şirket. Aynı zamanda Latin Amerika, Portekiz, İspanya ve Türkiye'de 3 binden fazla online oyunun sunulması ve servis hizmetlerini de üstlenmiş durumda.

Brezilya'nın en büyük internet şirketi ve içerik portalı UOL'un bir parçası olan BoaCompra'nın oyun portalları, ayda 1.2 milyardan fazla sayfa gösterimine sahip. Valve, EA, Ubisoft, Axaso5, Bigpoint, SmileGate, Aeria Games gibi birçok büyük oyun şirketi gelişmekte olan pazarlara kendi oyunlarını ulaştırmak için UOL BoaCompra ile ortaklık yapıyor.



ÖDEME SİSTEMLERİ SEKTÖRÜNÜN RAKİPSİZ DERGİSİ

Sektörün tüm temsilcilerini
kapsayan zengin içerik

Banka ve kredi kartları, internet bankacılığı, e-ticaret, POS, ATM, mobil/ temassız ödemeler başta olmak üzere bankacılık ve finans sektörüne yönelik haberlerin yayınlandığı PSM; yenilenen, güçlenen içeriği ve yeni yüzüyle Aralık 2013'ten itibaren her ay okuyucularıyla buluşmaya başladı. PSM'nin zengin içeriği, başlıca şu konulardan oluşuyor:

- * Ödeme sistemleri sektörüyle ilgili haber-araştırma, dosya ve röportajlar
- * Banka & Kredi Kartları
- * Temassız & Mobil Ödeme
- * ATM & POS Terminalleri
- * İnternet Bankacılığı
- * Mobil Bankacılık
- * E-Ticaret
- * İnovasyon - Yeni Ürünler
- * Güvenlik Çözümleri
- * Türkiye ve dünyadan ödeme sistemleri verileri, sektörel ilgili düzenli istatistikler

Abone Formu

PSM

PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE



Yılda 12 sayı yayınlanan PSM Dergisi'ne abone olmak istiyorum.

Adı Soyadı:

Adresi:

Posta Kodu:

Şehir:

Tel:

Faks:

Ödeme Bilgileri

Yıllık abonelik bedeli olan 120 TL'yi
Medya Gündem Digital Yayıncılık Ticaret A.Ş.'nin

- Türkiye İş Bankası Taksim (1052) Şubesi 0895916 no'lu hesabına yatırdım, fotokopisi ektektir.
- Garanti Bankası Cumhuriyet Caddesi Şubesi (772) 6299155 no'lu hesabına yatırdım, fotokopisi ektektir.
- Denizbank Harbiye Şubesi (2060) 7716533-351 no'lu hesabına yatırdım, fotokopisi ektektir.

Bu formu 0 212 238 72 07 no'lu faksa ya da Cumhuriyet Cad. No:181 Efser Han Kat:8 Harbiye - Şişli / İstanbul adresine gönderiniz.



KOBİ'LERE ÖZEL İK SİTESİ



Kariyer.net küçük ve orta ölçekli şirketleri hedefleyen yeni hizmeti ik-sayfam.net'i tanıttı. Webrazzi etkinliğine katılan Kariyer.net CEO'su Yusuf Azoz'un kariyer ilanları konusunda bariyerleri düşürmek amacıyla kurulduğunu söylediği ik-sayfam.net'in ücretsiz olması ve kullanım kolaylığı sunması hizmeti daha fazla kurum için erişilebilir hale getirecek. Kurumlar, ücretsiz olarak üye olabildikleri ik-sayfam.net'i kendi kurumsal sayfalarına kolayca entegre edebiliyor ve doğrudan kendi sayfalarından ilan vermeye ve başvuruyu almaya başlayabiliyor. Kariyer.net altyapısını kullanan ik-sayfam.net tasarımı, kurumların kendi web sayfalarına göre özelleştirilebiliyor. Yeni bir yatırımın hazırlığını yaptıklarını da söyleyen Azoz, konu hakkında ayrıntılı bilgi vermeyip yakında kamuoyuyla paylaşacaklarını söyledi.



SAMSUNG ÜÇÜNCÜ NESİL SAAT ÇIKARACAK



Apple, geçtiğimiz günlerde iPhone 6, iPhone 6 Plus, akıllı saat ve Apple Pay adında bir ödeme sistemi tanıtınca Samsung da harekete geçti. Yurtdışında çıkan haberlere göre Samsung, bir parmak izi okuyucusu ve PayPal ödeme sistemini içinde barındıran bir akıllı saat üzerinde çalışıyor. Üçüncü nesil akıllı saat üretimi için Samsung'un üst düzey yöneticilerinden biri, Samsung, PayPal ve biyometrik sensör üreticisi Synaptics'in işbirliği içinde hareket ettiğini açıkladı. Samsung'un yeni akıllı saatinin en erken önümüzdeki yılın başlarında çıkması, Şubat 2015'teki Mobil Dünya Kongresi'nde de tanıtılması bekleniyor. Üç teknoloji devinin işbirliğiyle hizmete girecek yeni uygulama sayesinde kullanıcılar, kasaya gitmeden ödeme yapma, önceden ürün seçme ve yakın mağazalardaki promosyonları öğrenme gibi ayrıcalıklardan da yararlanabilecek.

MESAJI UZUN OLANLAR İÇİN...



GBA ile İngiltere merkezli özel sermaye şirketi Ingenious Ventures, sadece üç tıklamada basit tek bir web sayfası oluşturmayı sağlayan dijital yayıncılık çözümü Woto.com'a 500 bin dolarlık yatırım yaptı. Daha önce BBH'nin iştiraki olan Zag'den ilk yatırımı alan Woto.com, bu yeni kaynağı tanıtım çalışmalarına ayıracak. Woto.com'un kurucularından Emre Kurttepel, Türk girişimcilerin Londra pazarında hayata geçirdiği bu işin çok önemli olduğunu belirtiyor ve "Yurtdışı bağlantılarımızı geliştirmek ve farklı pazarlarda Türk girişimcilerin başarılarına imza attığını görmek GBA yatırımcıları için gurur verici. Woto.com'un İngiltere'yi takiben Türkiye ve dünya pazarında da büyük katkıları olacağına

inaniyoruz" diyor. "Hayat her zaman 140 karaktere sığmaz" sloganıyla Twitter'ı da hedefleyen Woto.com, uzun yazılar yazıp sosyal medya hesabında paylaşmak isteyen kullanıcılar tarafından tercih ediliyor.

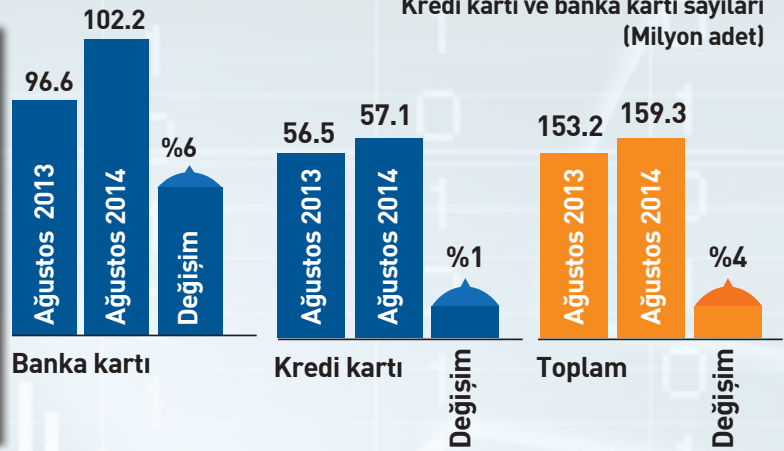


Bireysel kredi kartlarındaki daralmayı ticari kredi kartları dengeliyor

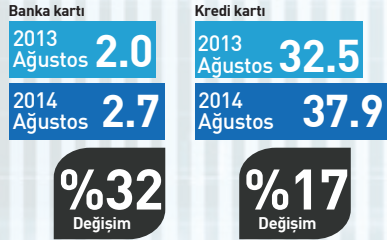
TABLO 1

Kredi kartı sayısı 1 yılda yüzde 1 arttı

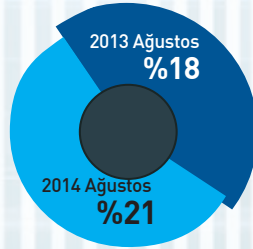
Bankalararası Kart Merkezi (BKM) kartlı ödeme sistemlerine ait Ağustos 2014 verilerini açıkladı. BKM verilerine göre ağustos ayı sonunda Türkiye’de 57.1 milyon kredi kartı ve 102.2 milyon banka kartı olmak üzere toplam 159.3 milyon adet kart bulunuyor. Bu sayı, 2013 yılının aynı ayına göre toplam kart sayısının yüzde 4 arttığını gösterirken kredi kartı sayısındaki artış 600 bin adetle sınırlı kaldı.



Kartlı ödeme tutarı (Milyar TL)



Banka kartlarının kartlı ödeme adedi içindeki payı



TABLO 2-3

Banka kartlarıyla 2.7 milyar TL tutarında ödeme yapıldı

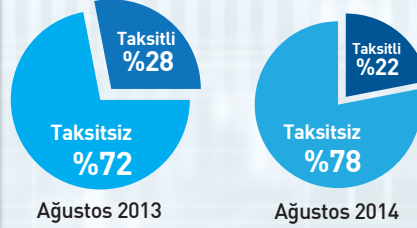
2013 yılında Ramazan Bayramı ağustos ayına denk geldiği için kartlı ödemelerin tutarı nispeten düşük kalmıştı. Bu yıl ise ağustos ayında kredi kartlarıyla ödemelerin tutarı yüzde 17 artışla 37.9 milyar TL seviyesinde gerçekleşti. Banka kartı kullanımındaki yaygınlaşma ağustos ayında da devam etti. Banka kartlarıyla 2.7 milyar TL tutarında ödeme yapılırken toplam kartlı ödemelerde banka kartlarının payı yüzde 21 oldu.

TABLO 4-5

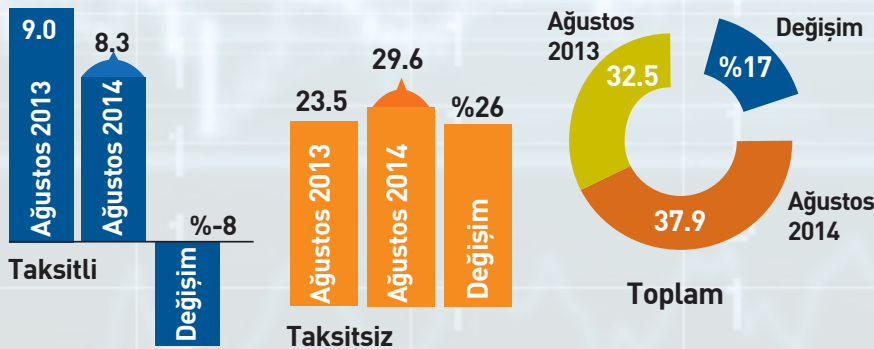
Taksitli ödemelerin payı yüzde 22'ye geriledi

Taksitli kredi kartı ödemeleri ağustos ayında yüzde 8 gerileyerek 8.3 milyar TL oldu. Buna karşılık taksitsiz ödemelerde geçen yılın aynı ayına göre yüzde 26 büyümeye gerçekleşti. 1 Şubat 2014'te yürürlüğe giren taksit düzenlemesi sonrasında kredi kartıyla yapılan ödemeler içerisinde taksitli ödemelerin payı önemli oranda azalmıştı. Bu gerilemenin ağustos ayında da sürdüğü görülüyor. Geçen yıl ağustos ayında yüzde 28 olan taksitli ödemelerin payı bu yılın ayında yüzde 22 oldu.

Taksitli ödemelerin kredi kartı ödemeleri içindeki payı



Kredi kartı ödeme tutarı (Milyar TL)

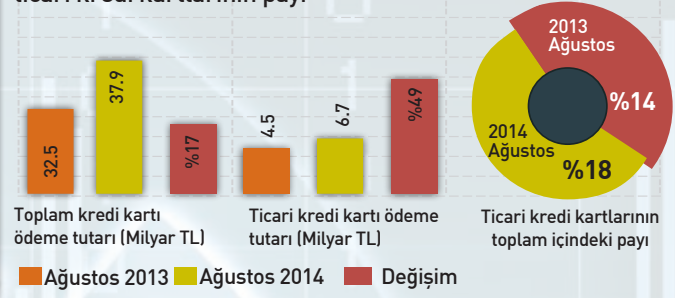


TABLO 6

Ticari kredi kartlarıyla yapılan ödemeler yüzde 49 arttı

Kartlı ödemeler içerisindeki önemi her geçen ay artan ticari kredi kartlarına ilişkin olumlu göstergeler ağustos ayında da devam etti. Kredi kartlarıyla yapılan 37.9 milyar TL'lik ödemenin yüzde 18'ini ticari kredi kartları karşıladı. Böylece ticari kredi kartlarıyla yapılan ödeme tutarı geçen yılın ağustos ayına kıyasla yüzde 49 büyümeye gösterdi.

Kredi kartları ile ödeme tutarı (Milyar TL) ve ticari kredi kartlarının payı



TABLO 7-8

Kredi kartı bakiyesi ve taksitli bakiye oranı gerilemeye devam ediyor

Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu'nun (BDDK) açıkladığı kredi kartı bakiye değerleri incelendiğinde bireysel kredi kartlarındaki daralmanın devam ettiği görülüyor. Temmuz sonunda 74.7 milyar TL olan bireysel kredi kartı bakiyesi, 29 Ağustos 2014 itibarıyla yüzde 1 azalarak 73.8 milyar TL'ye geriledi. Aynı dönemde taksitli bakiye oranı da yüzde 46.3'ten 45.3'e indi. Bireysel kredi kartlarında devam eden küçülmeye karşılık ticari kredi kartı taksitli bakiyesi artıyor: 1 Şubat 2014'te taksit düzenlemesi yürürlüğe girdiğinde 6.4 milyar TL olan ticari kredi kartı taksitli bakiyesi, düzenlemeyle birlikte gerileme trendine girmiş ve mayıs sonunda 4.4 milyar TL'ye kadar düşmüştü. BDDK'nın 13 Mayıs 2014 tarihinde yayınladığı ve ticari kredi kartlarıyla sektör ayını olmaksızın 9 taksit yapılabilmesine izin veren düzenlemenin de etkisiyle ticari kredi kartlarında taksitli bakiye yavaş da olsa artmaya başladı ve 4.8 milyar TL'ye yükseldi.

Bireysel kredi kartı bakiyesi (Milyar TL) ve taksitli bakiye oranı gelişimi

Bireysel kredi kartı bakiyesi (Milyar TL)

Temmuz 2014 74.7

29 Ağustos 2014 73.8

%-1 Değişim

Bireysel kredi kartı taksitli bakiye (Milyar TL)

Temmuz 2014 34.6

29 Ağustos 2014 33.4

%-3 Değişim

Taksitli bakiye oranı

Tem 2014 %46.3

Ağus 2014 %45.3

Kaynak: BDDK



Ticari kredi kartı bakiyesi (Milyar TL) ve taksitli bakiye oranı gelişimi

Ocak 2014 11.3

Mayıs 2014 10.6

29 Ağu 2014 11.0

Ocak 2014 6.4

Mayıs 2014 4.5

29 Ağu 2014 4.8

Ocak 2014 56.3

Mayıs 2014 42.5

29 Ağu 2014 44.0

Ticari kredi kartı bakiyesi (Milyar TL)

Ticari kredi kartı taksitli bakiye (Milyar TL)

Taksitli bakiye oranı (%)

Kaynak: BDDK

KART SAYISI VE İŞLEM VERİLERİ

	Kart sayısı		İşlem adedi		İşlem tutarı (Milyon TL)	
	Kredi kartı	Banka kartı	Kredi kartı	Banka kartı	Kredi kartı	Banka kartı
1. DÖNEM			649.748.798	348.891.794	96.954,32	82.754,42
2. DÖNEM			707.670.644	391.139.311	106.976,39	90.781,17
3. DÖNEM			700.423.222	375.636.731	110.451,32	93.476,29
4. DÖNEM			672.364.396	393.218.830	109.516,22	96.834,79
2013 YILI TOPLAM			2.730.207.060	1.508.886.666	423.898,27	363.846,69
2014						
01- OCAK	56.787.886	100.919.067	229.131.259	131.877.925	38.127,54	31.862,79
02- ŞUBAT	57.019.319	101.236.891	206.290.624	126.793.246	31.628,03	31.753,07
03- MART	57.289.670	102.234.029	232.299.484	146.327.375	36.621,69	34.044,56
1. DÖNEM			667.721.367	404.998.546	106.377,26	97.660,414
04- NİSAN	57.242.835	100.757.343	231.913.391	145.246.359	37.275,38	33.892,85
05- MAYIS	57.317.236	100.511.908	242.793.444	152.306.692	39.952,32	35.113,30
06- HAZİRAN	57.346.935	101.101.684	240.842.893	148.767.449	39.867,69	35.564,46
2. DÖNEM			715.549.728	446.320.500	117.095,39	104.570,61
07- TEMMUZ	57.280.716	101.398.986	239.969.209	143.762.008	39.879,71	37.211,40
08- AĞUSTOS	57.280.716	101.398.986	239.516.332	141.896.602	41.725,58	33.811,84

Tek tık ile satın al; parasını 2 hafta içinde öde

Online alışverişinde kredi kartı, banka kartı bilgisi girmek istemeyenlerin parasını ödeyerek üyelerinden iki hafta içinde tahsil eden İsveç'li Klarna, Amerika piyasasına iddialı bir giriş yaptı...



ABD ödeme sistemleri piyasası bundan daha rekabetçi olamaz derken piyasaya yeni bir oyuncu giriyor. İsveçli Klarna, Kuzey Amerika'ya yayılma planlarının hemen öncesinde ABD'de görev yapacak ekibini açıklamaya hazırlanıyor.

Avrupa'nın alanında dev isimlerinden biri olan ve altı farklı finansman operasyonu ile 282.11 milyon dolarlık sermaye girişi sağlayan Klarna, ABD'deki ekibinde yer alacak isimleri belirlemeye başladı. Bu arada, Klarna'ya sermaye koyanlar arasında Sequoia Capital, General Atlantic, DST, Atomico gibi yatırımcılar göze çarpıyor.

Klarna, Alliance Data'da görev yapan Brian Billingsley'i Kuzey Amerika CEO'su olarak işe aldı. Eski Bill Me Later ve PayPal yöneticisi Carol Hargrave, üst düzey pazarlama yetkilisi (CMO), Apple'ın eski ödemeler avukatı Jin Han da Yasal Danışmanlar Başkanı olarak Kuzey Amerika ekibine katıldı. Daha önce risk danışmanlığı şirketi Treilant'tan Matthew Risley, üst düzey kredi yetkilisi; Green Dot Corporation'dan John Keatly de yine üst düzey yönetici olarak transfer edilmişti.

Klarna Kuzey Amerika CEO'su Billingsley, "Ödeme noktasının çok yavaş olması nedeniyle bir kasanın önünde 70 ila 90 kişinin beklediğini düşünabiliyor musunuz? Bugün online dünyada yaşanan sorun tam da bu. Şirketler bu alana her yıl milyarlarca dolar yatırım yapıyor. Bir de onların altındakilerin yüz milyonlarca dolarlık yatırımını ekleyin. Bunca yatırı-

Klarna ma rağmen müşteriye elde tutmak, girişimleri kârlı şekilde sürdürmek çok zor. İşte Klarna, bunu değiştirmeyi hedefliyor" dedi.

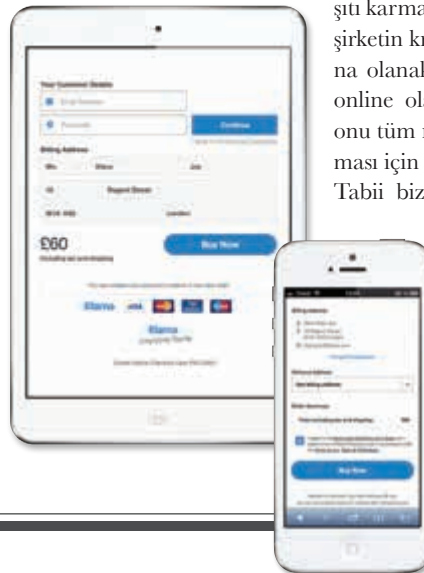
Avrupa'da 25 milyon üyesi var

Klarna'nın online alışveriş sistemini kullanmak isteyenler sadece e-posta adreslerini ve zip kodlarını giriyor. Sonra Klarna bütün riskleri üstlenerek satın alma işlemini gerçekleştiriyor; perakendecilere ödemelerini yapıyor ve tüketicilerden 14 gün içinde alacağını tahsil ediyor.

Klarna, bu şekilde Avrupa'da 25 milyon tüketiciye ve 45 bin perakendeciye hizmet veriyor. Günde ortalama 200 bin işleme aracılık eden şirketin 2013 yılı gelirleri 300 milyon doların üzerinde gerçekleşti.

Klarna'nın ağınnın arkasında dolandırıcılık karıştı karmaşık bir sistem bulunuyor. Bu teknoloji, şirketin kredi risklerini ve mali riskleri taşımaya olanak tanıyor. Bunun anlamı, bir tüketici online olarak alışveriş yaptığında Klarna'nın onu tüm risklere karşı koruması ve ödeme yapması için 2 haftaya kadar süre tanınması.

Tabii bizdeki online ödeme kolaylıklarını ve taksit imkanlarına düşününce, kart bilgisi riskleri ve 14 gün ödeme süresi çok da önemli görünmeyebilir. Ancak bu Avrupa ve Amerika'da hiç de kısa bir süre değil. Türkiye'nin e-ticaret ve mobil ticaret deneyimleri de onlardan hayli ileride...



KÜÇÜK RESTORANLAR DA MOBİLİN NİMETLERİNDEN FAYDALANABİLECEK



ABD'nin beşinci büyük ödeme sistemleri sağlayıcısı Heartland Payment Systems, yeni mobil ve online sipariş çözümüyle küçük restoranlara da rekabet avantajı sağlamayı hedefliyor. Heartland, Mobile ve

Online Ordering (Mobil ve Online Sipariş) çözümü için ToGoTechnologies ile ortaklığa giderek restoranlara ve tüketicilere daha önce büyük restoranların ve büyük markaların sunduğu uygun ödeme imkanlarını sağlıyor. Heartland yetkililerinden David Gilbert, artık tüm restoranların daha rekabetçi mobil sipariş çözümleri aradığını, herkesin artan tüketici talebini karşılamak istediğini belirtiyor. Gilbert, iyi bilinen büyük restoran markalarının pazarlama faaliyetlerini tüketici davranışlarını akıllı telefonlar, tabletler ve bilgisayarlar yoluyla sipariş vermeye doğru dönüştürecek şekilde geliştirdiklerine dikkat çekiyor. Bulut tabanlı bir arayüz kullanan Heartland Mobile ve Online Ordering, restoran işletmecileri, çalışanlar ve müşterilerin kolayca öğrenip kullanabildiği mobil uygulamalarıyla sipariş sürecini otomatik hale getiriyor ve restoran işletmecilerine zaman ve maliyet tasarrufu sağlıyor. Daha önce telefon edilerek, mesaj gönderilerek ya da bizzat restorana gidilerek verilen siparişlerin, POS cihazlarıyla yapılan ödemelerin getirdiği maliyet ortadan kalkıyor. Ayrıca restoranlar, siparişlerin ve satışlarının seyrini daha net ve daha çabuk görebiliyor. Örneğin ABD'deki 35 bölgede Ortadoğu yemekleri sunan Taziki's Mediterranean Cafe, müşterilerinin binlercesinin siparişlerini Heartland Mobile ve Online Ordering'in dijital uygulamasına yönelttiğini açıkladı.

BELÇİKA ÖDEME SİSTEMLERİ PİYASASI REKABETLE TANIŞIYOR

BNP Paribas Fortis ile SIX Ödeme Hizmetleri, yeni bir iş ortaklığı başlattı. SIX'in BNP Paribas Fortis'e özel üreteceği yenilikçi ödeme terminalleri ürün ve hizmet alımlarını kolaylaştırmanın yanı sıra işletmelere pek çok katma değerli hizmet sunma imkanı verecek. Bu işbirliğinin aynı zamanda, halen Belçika piyasasında en yaygın ödeme sistemi olan Bancontact/Mister Cash'e (BC/MC) ilk gerçek alternatif olması bekleniyor. Yeni ödeme terminalleri BC/MC kartlarını, banka kartlarını ve kredi kartlarını (Visa, MasterCard, JCB, CUP, Diners) kabul edecek ve katma değerli hizmetlerin tamamını destekleyecek. İşletmelerin bu basit, hızlı ve güvenli ödeme yönteminden yararlanırken, günlük olarak bütün işlemleri için entegre rapor alabilecekleri de belirtiliyor.



ALİBABA, ÇİN DIŞINDA DA RÜŞTÜNÜ İSPATLADI

Ödeme sistemleri sektörünün liderleri, Alibaba'nın başarılı halka arzının ardından B2B ödemelerinin büyük etkilerinin farkına vardı. Alibaba, B2B (şirketler arasındaki e-ticaret) operasyonlarına Amazon'dan çok daha fazla odaklanıyor ve kendini bu kazançlı alana dokunma konusunda ispatlamış durumda. Bilindiği gibi, Alibaba.com ve 1688.com aracılığıyla dünyanın her yerinden Çin'in tedarik zincirine erişmek mümkün. İnşaatçılar, büyük şirketler, küçük işletmeler, kısacası herkes Çin'e seyahat zorunluluğu olmadan, Çin'deki fabrikalardan özel motorlar ve parçalar sipariş edebiliyor; herhangi bir üreticiyle iş yapmadan önce onunla ilişki kurma ve tanıma fırsatı elde edebiliyor. Alıcılar, güvenilir bir üçüncü taraf olarak kabul edilen Alibaba aracılığıyla yüklü alımlar yapabiliyor ve bu konuda tüm işlemlerini gerçekleştirebiliyorlar. B2B faaliyetleri, 2014 mali yılında Alibaba'nın gelirlerinin yüzde 12'sini oluşturdu. Bu gelirlerin önemli bir kısmı Çin dışındaki alıcıların alımlarından kaynaklanıyor. Alibaba'nın toptan satış



gelirleri 2014 mali yılında 1 milyar doları buldu. Şirketin perakende operasyonlarından gelirleri ise 8 milyar dolar oldu. Gelelim Alibaba'nın halka arzındaki başarısını borsada sürdürüp sürdüremediğine... Bugünlerde piyasalardaki herkesin Alibaba hakkında konuştuğuna bakılırsa sürdürdüğü söylenebilir. Zira hisse senedi piyasaları profesyonellerinin yüzde 49'u bu şirketin hisselerine sahip olmakla ilgileniyor. Wedbush Securities analistlerinden Gil Luria, Alibaba hisseleri için 68 hatta 70 doların çok iyi bir fiyat olduğunu belirtmiş ve alım önermişti. Luria, "Potansiyel yatırımcılar yüksek getiriler için yüksek riskleri göze alıyor. Alibaba'nın halka arzı Çin'de orta sınıfın ve tüketim ekonomisinin nasıl yükseldiğini ortaya koyacak" ifadelerini kullanmıştı. Manhattan Venture Partners'in araştırma bölümü başkanı Santosh Rao da hisseler işleme açılmadan önce, "Eğer hisseler 70 dolardan işleme açılırsa alırım. Ancak 80 dolara ulaşırsa bu perakende işlem yapan bir trader için yüksek bir fiyat olur. Hisse fiyatının açılışın hemen sonrasında 100 ila 120 dolar gibi bir fiyat beklemiyorum ama ilerleyen dönemlerde eninde sonunda bu fiyat görülecektir" ifadelerini kullanmıştı.



Elektronik para internet yaygın değilken de vardı

Elektronik para (e-para), genel olarak internet ortamında kullanılmak üzere geliştirilen para birimini tanımlıyor. Günlük hayatta kullanılan mağaza çeklerinin online ortamındaki karşılığı olarak da değerlendirilebilir.

E-para sisteminden yararlanmak isteyenlerin öncelikle elektronik para hizmeti sunan şirketler tarafından geliştirilen sistemlere üye olması ve kart bilgilerini bu sitelerde tanımlamaları gerekiyor. Ardından elektronik para kabul eden mağazaların sitelerinden alışveriş yapmaları mümkün oluyor. Bu sistem sayesinde kişiler her sitede kart bilgilerini girmek zorunda kalmıyor. Elektronik para sistemleri, istenilen miktarda paranın bir banka hesabından çekilerek, internet üzerinden yapılacak harcamalarda kullanılmak üzere elektronik ortamda saklanmasını sağlıyor. Türkiye’de henüz pek yaygın olmayan elektronik para ve ödeme hizmeti kuruluşlarına dünyada PayPal, E-Cash, WebMoney, Payoneer, CashU, Hub gibi örnekler verilebilir.

İlk e-cüzdanı İngilizler kullandı

Elektronik para kavramı, bu klasik örneklerin dışında farklı bir geleceğe işaret eden Bitcoin ile popülerleşti ama geçmişi 1994 yılına, internetin yaygınlaşmasının hemen öncesine kadar uzanıyor. İlk elektronik cüzdan 1994’te İngiltere’de, Mondex ve National Westminster Bank tarafından Swindon’daki banka müşterilerinin kullanımına sunulmuştu. 1995’te ise Belçikalı ödeme sistemleri şirketi Proton, 60 banka için e-para özellikli kartlar temin etmişti.

2001’de Avrupa’da elektronik para çıkaran kurumlar EMA (Elektronik Para Birliği) çatısı altında birleşerek bu işin standartlarını belirlemeye, know-how paylaşımında bulunmaya başladılar.

2005 yılında İspanyol telekom şirketi Telefonica, yine İspanyol bankası BBVA üzerinden ön ödemeli telefon kartları, kısa mesaj servisleri ve taksi ödemelerinde elektronik para uygulamalarını kullandı. Yine Telefonica, 2012 yılında bu kez İrlanda’da cep telefonu hesabından ön ödemeli olarak toplu ulaşım ücretleri için Easytrip uygulamasını devreye soktu. Hong Kong, Singapur, Londra gibi merkezlerde yine başta toplu ulaşım olmak üzere elektronik paranın farklı alanlarda başarıyla uygulandığı örneklerle rastlamak mümkün...

Devlet bazında ilk adımı Ekvador atıyor

Elektronik para için devlet bazında ilk uygulamayı ise Güney Amerika ülkesi Ekvador’un hayata geçirmesi bekleniyor. Bu girişim, Ekvador’un ABD Doları’ndan vazgeçme yönündeki ilk adımı olarak yorumlanıyor. Adı henüz belirlenmeyen yeni para biriminin önümüzdeki aralık ayında yürürlüğe girmesi bekleniyor. Ancak Ekvador bürokratlarının görüşüne göre yeni para birimi Bitcoin’e benzemeyecek ve sayısı taleple belirlenecek. Yeni Ekvador parası ABD Doları ile birlikte yürürlükte olacak ve likit aktiflerle desteklenecek. Ekvador parasının, geleneksel bankacılık hizmetlerinden faydalanamayacak kadar fakir olan halkın yüzde 40’ına hitap edeceği belirtiliyor. Ekvadorlular cep telefonlarıyla yeni para birimi üzerinden ödeme de yapabilecek.



CARDSMART

BOSPHORUS

"Created by CardtekGroup"

İş Dünyasının Farklı Sektörleri, Ödeme Dünyasında Birleşti...



Ayşe Nil SARIGÖLLÜ
Yönetim Kurulu Başkanı
'Hoş Geldiniz'



Murat Göksenin GÜZEL
Genel Müdür
'Sektörler Arası Ödeme Entegrasyonunun Sinerjisi'



Filiz DOĞAN
Oracle Başkan Yardımcısı ve Türkiye Genel Müdürü
'Dijital Bankacılık Döneminde Teknoloji ile Fark Yaratın'



Dr. Mehmet S. YURTÇİÇEK
Daire Başkanı, Hukuk İşleri Daire Başkanlığı
'6493 Sayılı Kanunun Kapsamı ve Temel Hukuki Sorular'



Fatma TANGI IRKILATA
Daire Başkanı, Uygulama IV Daire Başkanlığı
'6493 Sayılı Kanun ve Alt Düzenlemeleri Çerçevesinde Ödeme Kuruluşları ve Elektronik Para Kuruluşları'



İbrahim DURAK
Genel Müdür
'Yeni Nesil Dijital Satış ve Ödeme Sistemleri ile Ülkemizdeki 6493 Sayılı Kanun Önemli Yeni Fırsatlar Sunuyor'



Pablo Andres Rivera CRUZ
İş Geliştirme Müdürü
'Mobil Ödemeleri Hızlandırmak için Ön Ödemeli Çözümler'



Christy SERRATO
Stratejik Pazarlama ve Global İş Geliştirme Yöneticisi
'Online Servislere Yapılan Aşamalı Saldırlara Çözümler'



Országh ÖRS
Inovasyon Uzmanı
'Kompleks Bir Ekosistem Oluşturmak'



Mete GÜNEY
MasterCard Güneydoğu Avrupa Genel Müdürü
'Ödeme Sistemlerinde Sırada Ne Var?'



DR. Özgür GÜNGÖR
Genel Müdür
'Aslında Mobilizasyonu Konuşmaya Daha Yeni Başlıyoruz'



Nazan ÇAYRAK
İş Geliştirme Yöneticisi
'Standartlaştırarak Fark Yaratmak'



Özgür ALTUNTAŞ
Genel Müdür
'Cebimizdeki Nakit Gelecekte Neye Dönüşecek?'



Jean COSTANTINI
Kıdemli İş Danışmanı
'Ulaşımında Banka Kartları ve Pazarlama Teknikleri'



Merve TEZEL
Visa Europe Türkiye Ülke Müdürü
'Ödemeler Dünyasında Sessiz Devrim'



Sabri İNCİ
Kartlar, Pazarlama Direktörü
'Mobil ve Dijital Teknolojiler Son Kullanıcılara Yönelik Etkin Ödeme Çözümlerine Dönüşebilir mi?'



CARDTEKGROUP

INNOVATION FOR A SMARTER LIFE

www.cardtek.com



PLATİN SPONSOR



ALTIN SPONSOR



GÜMÜŞ SPONSOR



HİZMET SPONSORU



BASIN SPONSORU



YARIŞMA SPONSORU



DİJİTAL PAZARLAMA SPONSORU



DESTEKLEYEN KURULUŞLAR



Hayal ettik,
Tasarladık,
Ürettik



Yeni Nesilin Öncüsü
VERA Delta

444 22 62

www.vera360.com



VeraYazarKasaOfficial
VeraYazarKasa

VERA Delta
YAZAR KASA + POS



mtbilgi teknolojileri