

PSM

PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE

Yatırım tamam sıra
taftarla bütünleşmede

Ceyhan
Kazancı

PASSO

EYLÜL 2017 / Sayı: 77 / Fiyatı: 10 TL

www.psmmag.com



Adnan Bali:
Teknolojiyi
iskalarsak
gelecek nesiller
bizi iyi anmaz



Melikşah Utku:
Dönüşümü doğru
okuyamayan
çok zorlanacak

3 yılda 419
site kapandı

E-ticaret sektörü
ZORDA MI?



TEKNOLOJİYİ HİSSET, YENİLİĞİ YAŞA

Yeni Nesil Yazar Kasa POS Profilo S900 ECR

Dokunmatik renkli ekranı, basitleştirilmiş menüsü, dahili GPS ve barkod okuyucusu sayesinde işinizi çok kolaylaştıracak.



İster mobil



İster masaüstü



Dokunmatik renkli ekran



Dahili GPS ve Barkod okuyucu*



Barkod Okuyucu*



NFC



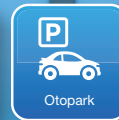
GPS*



Yüksek Güvenlik



Müşteri Deneyimi



Otopark



SGK Katkı Payı



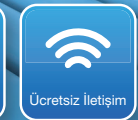
E-fatura, E-arşiv



BKM TechPOS



7/24 Servis



Ücretsiz İletişim

* Opsiyonel

PROFİLO
ÖDEME SİSTEMLERİ

profiloS900.com
profiloodemesistemleri.com

0850 222 72 72
R2 R2



Abdullah Çetin
acetin@psmmag.com

Bitcoin mi daha güvenli Venezuela Bolivarı mı?

2013 sonbaharıydı, komşumuzun üniversitede okuyan kızı heyecanla Bitcoin satın aldığını anlatıyordu. Aldığı risk, yıllardır borsa, finans konularında kalem oynatan beni bile şaşırtmıştı. Dile kolay, 1 Bitcoin karşılığında 800 doların üzerinde para ödemişti. Aylık harçlığının daha fazlasını, o dönemde neredeyse hiç kullanım alanı olmayan bir sanal para birimine yatırdığını öğrenince ailesinin verdiği tepkiyi varın siz düşünün...

İlk Bitcoin, Ekim 2012'de 11.2 dolardan alıcı bulmuştu. Komşunun kızı, Kasım 2013'te fiyatı 1.100 doların üzerine çıkınca çok sevinmişti. 2 bin, 2 bin 500 dolara çıkacağı konuşuluyordu. Çok sürmedi, 2013 sonunda 750, 2014 sonunda da 320 dolara kadar geriledi...

Aldığı fiyatın altına düştüğü anda panikleyip "Satayım mı" diye sormuştu. Ben de borsada hiç oynamadığım halde hisse alan herkese yaptığım uyarıyı tekrarladım: "Hayır, sakın satma. Zararını böyle çıkaramazsın. Aksine bundan sonra her düşüşte kademeli olarak alacak, başlangıçta belirlediğin hedefe kadar da elinde tutacaksın..." Geçen ay Bitcoin borsası yeni bir rekor

kırdı ve CoinDesk Bitcoin fiyat endeksi 4 bin doları aştı... Komşu kızı elindeki Bitcoin'leri kaç dolardan sattı, hala elinde var mı bilmiyorum ama biraz da gençliğin verdiği cesaretle yerinde bir karar aldığı muhakkak. Şu anda Bitcoin, Litecoin ve Ethereum en popüler kripto para birimleri olarak öne çıkıyor. Onca değer kazanımına rağmen, ben de dahil çok geniş bir kesim hala bu para birimlerinin "balon" olduğunu düşünüyor. Ama bir yandan da Bitcoin ile şirket satın alınıyor. Evet, geçen ay İsviçreli kripto para borsası ShapeShift AG, ABD merkezli KeepKey Holder LLC adlı dijital cüzdan sağlayıcıyı şirketi Bitcoin ile satın aldı. Kripto para piyasasının değeri 150 milyar doları aşarak rekor kırdı. Standpoint araştırma şirketinin kurucusu Ronnie Moas, bunun daha başlangıç olduğunu, kripto para piyasasının 10 yıl içinde 2 trilyon dolara ulaşacağını öngörüyor. Ardından da şöyle soruyor: "Venezuela'da kendi para biriminde paranızı tutup yastık altında saklamak mı yoksa Bitcoin'e yatırmak mı daha cazip bir düşünün. Karar vermeniz için çok fazla zamana ihtiyacınız olmayacak." Kripto paralar nakitsiz bir dünyaya geçiş için de önemli bir eşik olacak gibi. Gereksiz risk almayın ama gidışata göre pozisyon belirlemenizde de yarar var. Keyifli okumalar.



www.psmmag.com

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

Barış Bekar

YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Kayhan Öztürk

HABER MÜDÜRÜ

Orhan Pala

EDITÖRLER

**Esin Gedik, Berrin Uyanık Bekar,
Seda Uygun Pala**

YAYIN DANIŞMANI

Abdullah Çetin
acetin@psmmag.com

DÜZELTMEN
Celalettin Kafesoğlu

FOTOĞRAF
Çelik Çelikyaman

GÖRSEL TASARIM
Medya Gündem
Dijital Yayıncılık

HABER MERKEZİ
Burak Taşçı, Serap Sürmeli
Yağızhan Coşkun

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

REKLAM & REZERVASYON
suvgun@psmmag.com

YÖNETİM YERİ
Medya Gündem Dijital Yayıncılık ve Tic. A.Ş.
Cumhuriyet Cad. No: 147 / 6
Harbiye / Sisli - İstanbul
Tel: 0212 255 32 92-93-94 / Faks: 0212 238 72 07

BASKI
Karakış Basım Matbaa Ambalaj ve Reklam San. Tic. Ltd.
Maltepe Mah. Litros Yolu Sok. 2-4 1BF1
Zeytinburnu - İstanbul Tel: 0212 544 58 10
www.karakisbasim.com

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.

i ÇİNDEKİLER

PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE • EYLÜL 2017



48

ANALİZ

Blockchain ile “yeni bir bakış açısı” geliştirilmeli



6

VİTRİN

Startup ekosistemini StarupDostu.com büyütecek

18

YILDÖNÜMÜ

Türkiye'nin Bankası 93 yaşında

22

ÖDEME YÖNTEMİ

TROY, 23 milyon kişiyi dijital ödemelerle de tanıştıracak

26

KATILIM BANKACILIĞI

“Dönüşümü doğru okuyamayan çok zorlanacak”

34

BİLGİ GÜVENLİĞİ

Parola yorgunluğunun çözümü biyometride

38

SPOR EKONOMİSİ

Passolig, 150 bin kredi kartı, 1 milyon banka kartı müşterisi yarattı

42

YATIRIM

Ingenico, esnafa bir adım daha yaklaştı



45

FINTECH

FinTech platformu KOOP, İstanbul'da açılıyor

46

FINTECH DÜNYASINDAN GELİŞMELER

“Cyborg”laştırabildiklerimizden misiniz?

52

VİZYON

Sanal şube bankacılığına doğru



54

KONSOLIDASYON

3 yılda 419 e-ticaret sitesi kapandı

60

MEVZUAT

Banka ve kredi kartlarının e-ticarette kullanımı hakkında

62

EXTRE

İnternette yapılan kartlı ödemelerde bir rekor daha!



64

DÜNYADAN

Amerikalılar nakit taşıyıp ödemeyi dijital yapıyor

► Startup ekosistemini StarupDostu.com büyütecek

Türkiye'nin "Startup Dostu" ekosistemini büyütmek için güçler birleşiyor, yeni programlar ve kanallar kuruluyor. Temmuz ayında Türkiye'de ilk kez düzenlenen "Corporate Startup Zirvesi / Startup Dostu Şirketler" etkinliği yeni bir dönemin kapılarını araladı. Zirve Türkiye'deki büyük şirketler, bankalar ve startup'ları bir araya getirirken, etkinlikte startup'lar, şirketleri sadece yaptıkları yatırımlara göre değil, aynı zamanda kalıcı işbirlikleri, mentorluk ve danışmanlık konularında verdikleri destek ve kuluçka/hızlandırıcı program imkanları açısından da değerlendirip oyladı. Türkiye'nin geleceği için bugüne kadar attıkları "Startup Dostu" adımlara bir teşekkür ve gelecekte atılacak adımlara bir motivasyon niteliğindeki etkinlikte, Türkiye'nin en Startup Dostu şirket olarak Bankalararası Kart Merkezi (BKM) seçildi. BKM Genel Müdürü Dr. Soner Cankö,



"Bugüne kadar attığımız adımlarla böylesine gurur verici bir noktaya gelmiş olmaktan büyük mutluluk duyduk. Ancak bu mutluluğun hemen sonrasında 'Atmamız gereken yeni adım nedir' diye kendimize sorduk" dedi ve sözlerine şöyle devam etti: "Startup Dostu bir şirket olarak bu gururu ve yaklaşımı tüm ülkeye yaymayı görev edindik ve StartupDostu.com adında yeni bir kanal için çalışmalarına başladık." StartupDostu.com önemli bir mesajı geniş kitlelere taşıyacak kar amacı gütmeyen StartupDostu.com, gerçek bir "Startup Dostu" olmaya giden yolda başarılı ve öncü işletmeler, liderler ve girişimcilerle yapılan röportajlar, bu anlayışa hitap eden haberler ve küresel ve yerel raporların yer aldığı bir internet sitesi olarak faaliyet gösterecek. Site, katkıda bulunmak isteyen tüm firma, kurum, marka, organizasyon ve kişilere açık olacak.



Dr. Soner Cankö

Yazarkasa POS sektörünün yeni üyesi Profilo S900 ECR



Profilo Ödeme Sistemleri, Maliye Bakanlığı ve TÜBİTAK onaylı yeni ürünü Profilo S900 ECR ile yeni nesil yazarkasa kategorisindeki model sayısını 9'a çıkardı. Yüz binlerce müşteri deneyimi sonucu Profilo Ödeme Sistemleri'nin deneyimli Ar-Ge ekibi tarafından geliştirilen ürün, sektörde ilk olan birçok yeni özelliğiyle ön plana çıkıyor.

Hem masaüstü hem de mobil olarak kullanılabilen Profilo S900 ECR, tüm bağlantıların tek bir noktada birleştirildiği bağlantı kutusuyla kablo karmaşasına son veriyor. Dahili GPS ve barkod okuyucu opsiyonu, yüksek çözünürlüklü hassas dokunmatik ekranı, basitleştirilmiş menüsü, yeni nesil güvenlik yazılımı, çift SIM kart kullanımı ve 3G modem alternatifleriyle birçok özelliği tek bir cihazda topluyor. Profilo S900 ECR, kullanıcıya maksimum düzeyde kolaylık ve

kesintisiz hizmet sağlamayı hedeflerken, uzun ömürlü bataryası ve 32 metreye yükseltilmiş rulo kapasitesiyle tam dolu şarjla uzun süre kesintisiz fiş kesebilme olanağı sunuyor. Ayrıca, 40 milyon satırlık EKÜ kapasitesine sahip. Profilo Ödeme Sistemleri, müşterilerinin ihtiyaçlarına yanıt verebilmek amacıyla 6 farklı Profilo S900 ECR konfigürasyonu sunuyor.



"İhtiyacım olduğunda
bankam hep yanımda olsa"
diyorsan...

0 iş cepte!



İşCep'i indir, işini cepte bitir.



Ayrıntılı bilgi: isbank.com.tr

► Yeni emekliler maaş ve ikramiyelerini Şekerbank'tan alabilecek

Şekerbank, SGK ile imzaladığı protokol kapsamında yeni emeklilerin maaş ödemelerine aracılık edecek. 1 Ağustos 2017 tarihinden sonra emekli olanlar, maaş ve emekli ikramiyeleri ödemeleri için Şekerbank'ı seçebilecek. Maaş bankası olarak Şekerbank'ı seçenler 450 TL'ye varan nakit promosyondan yararlanırken, Şeker Bonus kartından iki adet otomatik ödeme talimatı vermeleri halinde de ek 50 TL tutarında Bonus kazanabilecek. Yeni emekliler ayrıca Şekerbank'ın emeklilere özel ayrıcalıklı hizmetlerinden de faydalanabilecek. Şekerbank Bireysel Bankacılık Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı Gökhan Ertürk, protokolle ilgili şu bilgileri veriyor:

"Yüzde 70'i Anadolu'da bulunan 71 il ve 100'e yakın merkez dışı ilçeye yayılmış köklü şube ağımla her bölgeye ulaştırdığımız emeklilere özel hizmetleri, SGK



Gökhan Ertürk

Şekerbank

anlaşmasıyla yeni emeklilere de sunmaya başlıyoruz. Yeni emekli olanlar ilk maaş ödemelerini tüm

Şekerbank şubelerinden alabilecek. Tüm emekli maaş müşterilerimiz gibi yeni emekli müşterilerimiz de Şekerbank şubeleri ve ATM'lerinden masrafsız olarak maaşlarını çekebilirken, aynı zamanda diğer tüm banka ATM'lerinden ücret ödmeden günlük çekim limitleri dahilinde maaşlarını alabilecek."

Şekerbank, emekli bankacılığı kapsamında müşterilerine internet, mobil ve çağrı merkezi aracılığıyla havale ve EFT işlemlerini ücretsiz yapma imkanı sunuyor. Sağlık sorunları bulunan emeklilerinse geçerli sağlık raporunu göstermeleri halinde maaşları eve teslim ediliyor.

Ertürk, "Şubelerimizde de öncelikli işlem yapabilen emekli müşterilerimiz ayrıca, Özel Emekli Destek Hattı'nı arayarak tüm bankacılık işlemlerini 7 gün 24 saat telefon aracılığıyla da gerçekleştirebiliyor" diyor.

E-fatura kullananlara SGK'dan daha hızlı tahsilat fırsatı

Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK), 1 Ekim 2017'den itibaren e-fatura uygulamasına geçeceğini duyurdu. Buna göre, elektronik fatura uygulamasına kayıtlı olan mükelleflerin, SGK'ya gönderecekleri faturaları elektronik ortamda e-fatura olarak düzenlemeleri gerekiyor. E-fatura uygulamasına kayıtlı olmayan mükellefler içinse herhangi bir değişiklik söz konusu değil. Süreç tamamlandığında SGK'ya fatura kesen bütün kurumların, ödemelerini daha erken alabilmek için e-faturaya geçeceği öngörülüyor.

Evet, sağlık sektöründen eczaneler, optikçiler ve medikalçiler için e-fatura dönemi başlıyor. Fatura basma ve arşivleme derdine karşı e-fatura ile sağlık sektörüne kolaylık, çevreye ise katkı sağlanması planlanıyor. SGK, yayınladığı duyuru metninde, çağdaş standartlarda sosyal güvenlik sistemini yürütmek ve insan odaklı hizmet anlayışını artırmak amacıyla e-fatura uygulamasına geçeceğini



açıklıyor. E-fatura uygulamasına kayıtlı olan mükellefler için getirilen bu zorunluluğa uymayanlar cezai yaptırımla karşılaşacak. FIT Solutions CEO'su Koray Gültekin Bahar, e-fatura kullanan kurumların SGK'dan daha hızlı ödeme alabileceklerinin altını çiziyor. Bahar, "E-faturadan sonra atılan bütün adımlar dijitalleşme adına önemli bir yer tutuyor. Şimdi de SGK ile fatura süreci yürüten kurumlar için zorunlu bir uygulama geliyor. Ekim ayıyla birlikte artık e-fatura uygulamasını kullanan mükellefler, SGK'ya sadece e-fatura gönderebilecek. Dijital dönüşüm, sektörlere büyük artı kazandırıyor. En önemlisi, maliyetler azalıyor ve ağaçlar korunuyor. Ayrıca, dijital ortamda hazırlanıp arşivlenen faturalar asla kaybolmuyor" diyor.



Koray Gültekin Bahar

KART BİLGİLERİNİZE HER YERDEN ULAŞIN...



Artık herkes kolayca kendi eklentilerini yapabileceği kaprissiz kart paketi istiyor. Verisoft CARDIX.NET bu felsefeyle Microsoft .NET MVC platformunda geliştirildi. Baştan sona API, Web Service, JSON, Thin Client, Web Browser arayüzü sayesinde kolaylıkla istediğiniz amaca uyarlayabilirsiniz.

CARDIX.NET

KASMAVAN KART PAKETİ



verisoft

MERKEZ : YTÜ TEKNOPARK B1 N302 ESENERLER 34220 ISTANBUL 0212 483 7272
YURTDIŞI : LOS ANGELES - TORONTO - LONDON - DUBAI - BRATISLAVA - SARAJEVO

WWW.VERISOFT.COM

► Bankaların ATM'leri ortak kullanması gündemde

Türkiye Bankalar Birliği (TBB) Yönetim Kurulu Başkanı ve Ziraat Bankası Genel Müdürü Hüseyin Aydın, ortak ATM kullanımıyla önemli bir tasarruf sağlanabileceğini söyledi. Sadece 3-4 bankanın ATM ve POS ortaklığı yapması durumunda bile yıllık 1 milyar doları geçen tasarruf sağlanabileceğini vurgulayan Aydın, "Bir ATM'nin fiyatı ortalama 20 bin dolar. Sektörde 20 bin civarında ATM var. Belki fizibil olanı 10 bin ATM'dir. Bu ülkeye 10 bin ATM daha gerekip gerekmediğini artık sorgulayacağız. Belli konsolidasyonları yapmamız lazım. Bunlar için ciddi gayret göstereceğiz" dedi.

Ziraat Bankası olarak bazı bankalarla üye işyeri konusunda ortak bir çalışmaya geçebileceklerini belirten Aydın, konuşmasını şöyle sürdürdü: "Başta genel müdürü olduğum banka olmak üzere, ülkenin bilançosuna daha çok etki eden hususları ön planda tutacağız. Velev



ki az buçuk piyasadan pay kaybetsek de birkaç müşteri başka kardeş bankaya gitse de biz buralardaki iş tutuş biçimimizi tanzim etmeyi düşünüyoruz. Sektörün ciddi biçimde belli oyuncularının bu konudaki çalışmaya

katılacaklarını ümit ediyorum. Zaten bazı bankalarımız ortak POS kullanımıyla ilgili birlikte hareket ediyor. Yani faizlerin daha aşağı yönlü oluşunu sağlayabilecek operasyonel giderleri daha iyi yönetme konusunda çalışmalarımız var."

Sinem Altuncu, EUROGIA2020 Başkanı seçildi

Cardtek'in Ar-Ge ve İnovasyondan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Sinem Altuncu, EUROGIA2020 Başkanı seçildi. Avrupa Birliği EUREKA programı çatısı altında enerji teknolojilerini geliştirmek amacıyla 1985 yılında kurulan EUROGIA2020, Türkiye'nin de içinde bulunduğu 20 Avrupa ülkesi tarafından destekleniyor. Altuncu'nun liderliğinde EUROGIA2020, üye ülkelerde karbon ayak izini düşüren ve yeni nesil enerji kaynaklarını teknolojiyle destekleyen projelere odaklanacak. Alternatif enerji kaynaklarının yaratılması ve mevcut kaynakların daha verimli ve sürdürülebilir kullanılmasını amaçlayan EUROGIA2020, düşük karbon emisyonuna sahip enerji teknolojilerinin ve inovasyonların geliştirilmesi için gerekli uluslararası iş ortaklıkları yaratmayı hedefliyor. Enerji teknolojileri alanında çalışan ve uluslararası Ar-Ge projeleri üretmek isteyen şirket ve araştırma kuruluşları EUROGIA2020 programı dahilinde yenilenebilir enerji, verimlilik, karbon ayak izinin azaltılması ve fosil yakıtlar gibi enerjinin tüm alanlarında çalışmalara imza atıyor.

EUROGIA2020 Başkanı Sinem Altuncu, "Nükleer enerji dışındaki tüm enerji



kaynaklarına odaklanan EUROGIA, sürdürülebilir bir toplum ve ekonomi sunmak üzere önemli bir misyon üstleniyor. Bu misyon doğrultusunda yenilikçi ve yaratıcı teknolojilerin gelişimi için çalışmalarımıza ivme kazandıracaktır. Cardtek, ICT tecrübesini EUROGIA kümesine taşıırken, yapılacak Ar-Ge projelerinde de liderlik rolü üstlenecek. 2016 yılında ön kabul alan 'EnergyShared', Cardtek'in EUROGIA kümesinde koordinatörlük yaptığı ilk

proje oldu" diyor. 2011'den bu yana EUREKA ağında aktif rol alan Cardtek, 2015'te yönetim kurulu seviyesinde EUROGIA çalışmalarına dahil oldu. Cardtek, 25'i aşkın ülkede, 150'den fazla müşterisine sunduğu ödeme sistemleri hizmetleriyle edindiği know-how'ı EUROGIA ağına gelişimi için kullanıyor. Özellikle ICT, yenilikçi yazılım ve teknoloji alanındaki tecrübeleriyle EUROGIA'ya katkı sunuyor.

ALBARAKA MOBİL CÜZDAN'LA ALIŞVERİŞTE KART TAŞIMA DEVİRİ KAPANDI.

Albaraka Mobil Cüzdan'ınıza dilediğiniz Albaraka kredi kartınızı ekleyerek alışverişlerinizi kart taşımadan yapabilirsiniz. Uygulama üzerinden alışverişlerinizi görüntüleyebilir, limit, güncel borç, puan bilgilerinizi ve hesap kesim tarihlerinizi takip edebilirsiniz.



*Kart taşımadan
alışveriş*



*Kredi kartı
bilgi izleme*



*Temassız,
hızlı ödeme*



444 5 666
0850 222 5 666
albaraka.com.tr



alBaraka
değerlerinize değer katıyoruz

► Türk Hava Yolları'nın tercihi yeniden Verifone oldu

Verifone'nun yeni nesil ödeme çözümlerini tercih eden Türk Hava Yolları, yurtiçi kargo, acente ve satış ofislerini VPlatform ödeme platformunda buluşturmaya devam ediyor. THY, VPlatform sayesinde yalın, yönetilebilir ve değer katan servislerle özelleştirilebilir bir POS parkuru oluşturuyor.

VPlatform, kampanya ve taksit avantajları birçok banka için tek bir POS üzerinde sunma imkanı verirken,



binlerce noktadan gerçekleşen işlemler finans departmanına yük getirmeden muhasebe sistemleriyle entegre edilebiliyor. Tüm POS'larda

Verifone®

ve yazarkasa POS'larda kullanılabilen VPlatform sayesinde tek platform üzerinde birçok servis devreye alınabiliyor. Perakende şirketlerinin hayatını kolaylaştıran bu sistem, işletmelerin zaman ve kazanç elde etmelerine de olanak sağlıyor.

Verifone ile yaptığı VPlatform anlaşmasını yenileyen Türk Hava Yolları, Verifone'un ödeme çözümleriyle operasyonlarını sürdürmeye devam edecek.

ABank Yönetim Kurulu'na iki duayen isim katıldı

2016 sonunda yüzde 100 The Commercial Bank iştiraki olan ABank'ın üst yönetimindeki yeniden yapılanma sürüyor. Didem Çerçi ve Paul Gossiaux görevlerinden ayrılırken; 2010-2017 yılları arasında Sabancı Holding CEO'luğunu yürüten Zafer Kurtul Denetim Komitesi Başkanı, uzun yıllar Garanti Bankası'nda üst düzey yöneticilik yapan Turgay Gönensin de Kredi Komitesi Başkanı görevleriyle ABank Yönetim Kurulu üyeliğine atandı. ABank Yönetim Kurulu Üyesi ve The Commercial Bank Grup CEO'su Joseph Abraham ise ABank Yönetim Kurulu Başkan Vekili görevine getirildi. ABank Yönetim Kurulu Başkanı ve The Commercial Bank Murahhas Üyesi Omar Hussain Alfardan, atamalarla ilgili şu açıklamayı yaptı: "ABank Yönetim Kurulu'na deneyimli ve üst düzey profesyonellerin katılmasından büyük bir memnuniyet duyuyoruz. Bu atamalar, ABank'a ve Türkiye'de yürüttüğümüz faaliyetlere verdiğimiz önemin bir yansımasıdır. Sayın Kurtul ve Gönensin'in çok kıymetli tecrübeleri, vizyonları ve



katkıları Türkiye'deki büyüme planlarımızın başarıyla geliştirilip hayata geçirilmesinde anahtar rol oynayacaktır." İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi mezunu Zafer Kurtul'un, Wisconsin-Madison Üniversitesi'nden finans dalında yüksek lisans (MBA) derecesi bulunuyor. Kurtul, Citibank, BNP-Ak-Dresdner Bank ve Societe Generale'deki yöneticilik görevlerini takiben 1998 yılında genel müdür yardımcısı olarak Akbank bünyesine katıldı. Aynı bankada 2000-2009 yılları arasında genel müdür, 2009-2010 arasında ise yönetim kurulu başkan yardımcısı olarak görev yaptı. 2010-2017 yılları arasında Sabancı Holding CEO'su

olarak görev yapan Kurtul, bu dönem içinde Sabancı Grubu'nun çeşitli iştiraklerinde yönetim kurulu başkanlığı görevi üstlendi. Boğaziçi Üniversitesi İşletme mezunu Turgay Gönensin, kariyerine 1985 yılında İnterbank'ta MT olarak başladı. 1987-1995 arasındaki Garanti Bankası'nda finansal kurumlar ve kurumsal bankacılık

müdürlüğü görevini takiben, 1995-1997 arasında Finansbank'ta genel müdür yardımcısı, 1997-2000 arasında United Garanti Bank International'da ve 2000-2001 arasında Osmanlı Bankası'nda genel müdür olarak görev yaptı. 2002-2013 arasında Garanti Bankası'nda ticari bankacılıktan sorumlu genel müdür yardımcılığı, 2013-2015 arasında aynı bankada yurtiçi ve yurtdışı iştirakler koordinasyonundan sorumlu genel müdür yardımcılığı görevlerini yürüten Gönensin, 2015'ten Mayıs 2017'ye kadar Garanti Bankası iştiraklerinde yönetim kurulu üyesi, kredi komitesi ve denetim komitesi üyesi olarak görev yaptı.

Şeker Mobil Şube ile
ihtiyaç duyduğunuz
tüm bankacılık işlemlerini
şubeye gitmeden, 7 gün 24 saat
kolaylıkla yapabilirsiniz!



Şekerbank

► Akbank'ta emeklilere ilk maaş ve ikramiye ödemeleri başladı

Akbank SGK ile yaptığı anlaşma sonrasında, 1 Ağustos 2017 tarihinden itibaren emekliye ayrılan SGK'lı çalışanların ilk maaş ve ikramiye ödemelerine aracılık etmeye başladı. Anlaşmayla emekliye yeni ayrılan SGK'lı çalışanlar, ilk emekli maaşlarının ve emekli ikramiyelerinin ödeneceği bankayı Akbank olarak seçebiliyor, aynı zamanda 450 TL'ye varan nakit promosyondan faydalanıyor. Bunun için Akbank müşterisi olsun ya da olmasın, yeni emeklilerin çalıştıkları kuruma veya SGK'ya banka tercihlerini Akbank olarak iletmeleri yeterli. Akbank Bireysel Bankacılıktan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Arif İsfendiyaroğlu, "Akbank olarak, uzun yıllar ülkemize hizmet ederek emekliye ayrılan tüm yeni emeklilerimizin ilk

günlerinden itibaren yanlarında olabilmek için çalışmalarımızı tamamladık. Artık yeni emeklilerimiz ilk maaş ve ikramiyelerini diledikleri Akbank şubelerinden alabilecek ve emeklilere sunduğumuz tüm ayrıcalıklardan faydalanabilecek" diyor. Akbank, 450 TL'ye varan promosyonun yanı sıra emekli maaş müşterilerine şubelerinde öncelikli hizmet veriyor, müşterilerinin maaş hesaplarından yapacakları havalelerini ve dijital kanallarda EFT işlemlerini ücretsiz gerçekleştiriyor. Emekliler ayrıca, Neo maaş kartlarıyla tüm bankaların ATM'lerinden ayda 2 kez ücretsiz para çekebiliyor. Akbank, emeklilere özel, dosya masrafsız ihtiyaç kredisi ve vadeli mevduatta özel oranlar da sunuyor.



Arif
İsfendiyaroğlu

Armut, Amerika'daki markasını Türkiye'den yönetecek



Başak
Taşpınar
Değim

Türkiye'de online ev hizmetleri sunan Armut, geliştirmiş olduğu teknolojisini ve bu alandaki bilgi birikimini yurtdışında farklı pazarlara taşıyor. Bu hedef kapsamında ilk durağı ABD olan Armut, HomeRun markasıyla faaliyetlerine başladı. ABD'de, HomeRun'ın internet sitesi www.aHomeRun.com üzerinden şu anda ev temizliği, boya badana, tesisatçı, fotoğrafçı ve kişisel eğitmen hizmetlerine ulaşabiliyor. Amerika pazarını alanında uzman uluslararası ekibiyle Türkiye'den yöneteceklerini açıklayan

Armut.com Kurucu Ortağı Başak Taşpınar Değim, "Kendi sektörümüzde trafik açısından dünyadaki ilk 5 oyuncudan biriyiz. İlk yurtdışı durağımızın yerleşmiş ve rekabetçi bir pazar olan ABD olması bizim için çok heyecan verici. Ülkemiz teknolojik olanaklar ve beyin gücü açısından yurtdışı pazarlarını buradan yönetmemize olanak verecek kadar iyi durumda. Türkiye'deki hızlı büyümemize yeni pazarları da ekleyerek 2018'de gelirimizin yüzde 20'sinin yabancı pazarlardan gelmesini bekliyoruz" diyor.

► Türk hızlandırıcı dünya liderleri arasına girdi

Türkiye'nin önde gelen hızlandırıcı programı ve erken aşama yatırımcısı Etohum, GUST tarafından yapılan "Global Accelerator Report" değerlendirme raporuna göre, diğer hızlandırma programları Techstars, 500 Startups, MassChallenge, Startups Chile, Microsoft Accelerator'ın bulunduğu listede tüm dünya genelindeki hızlandırıcılar arasında 6'ncı sıraya yerleşti. Etohum Kurucusu Burak Büyükdemir, "Başta Kuzey Amerika ve Avrupa olmak

üzere dünya genelinde hızlandırıcı programların sayısı hızla artıyor. Bu programların en büyük özelliği yüksek nitelikli mentorlar ve startup ekipleriyle çalışarak şirketlere büyük değerler katmaları. Sayıları artsa da üstün nitelikli mentorların bulunduğu hızlandırıcı programlara talep arzın çok önünde. Etohum olarak yeni kuluçka teknolojisinin ürünleri olan startup'lara



yön verme konusunda ülkemizin öncü kuruluşlarından biri olduk. Bu doğrultuda düzenlediğimiz Startup İstanbul

etkinliklerinde söz konusu listede yer alan birçok hızlandırıcıyı ve mentorları girişimcilerle buluşturduk. Bu yıl da Startup İstanbul'a gelen girişimlere global anlamda başarılar kazandırmaya ve Türk girişimcilerini de global platforma devam edeceğimiz" diyor.



MARKA DEĞERİNİ EN FAZLA ARTIRAN TÜRK BANKASI

Ziraat Bankası,
Brand Finance tarafından
gerçekleştirilen
“Türkiye’nin En Değerli
Markaları 2017”
araştırmasına göre;
marka değerini %39 artışla
en fazla yükselten
Türk bankası olmuştur.



Müşteri İletişim
Merkezi
www.ziraatbank.com.tr



Ziraat Bankası

Bir bankadan daha fazlası



► TEB'in desteklediği 16 girişimciye 2.5 milyon TL'lik fon

TEB, Girişim Bankacılığı ile yenilikçi iş fikirlerini ekonomiye kazandırmaya ve girişimcilik ekosistemini güçlendirmeye yönelik çalışmalarına devam ediyor. TÜBİTAK'ın Genç Girişim (BiGG) Programı kapsamında 20 akredite kuruluş arasında yer alan tek özel kurum olarak iki yıldır girişimcilerin başvurularını kabul eden TEB, açıklanan hibe destek sonuçlarıyla yüksek bir başarı elde etti.

İlki 2015 yılında düzenlenen program kapsamında TEB'in desteklediği 15 girişimciden her birinin 150 bin TL'lik hibe desteği almaya hak kazandığı programda, 2017'de de TEB tarafından desteklenen 16 girişimci yaklaşık 2.5 milyon TL'lik fon almayı başardı. Bu sonuçlara göre uygulayıcı kuruluşlar arasında TEB üst sıralarda yer aldı. TEB KOBİ Bankacılığı Kıdemli Genel Müdür Yardımcısı ve Genel Müdür Vekili Turgut Boz, "Danışman Banka' anlayışımızla ülkemizde girişimcilik ekosisteminin gelişimine katkı sağlamak için çalışıyoruz. Bu kapsamda bünyesinde girişimcilik ekosistemine özel sinerji oluşturan tek bankayız. Girişim Bankacılığı ile girişimcilere elde ettikleri finansmanla fikirlerini nasıl işe dönüştürebileceklerinden projelerini nasıl pazarlayacaklarına kadar her konuda yol gösteriyoruz. Desteklediğimiz girişimcilerin başarıya ulaşması



Turgut Boz

bizleri ayrıca gururlandırıyor ve doğru yolda olduğumuzu gösteriyor" diyor. Programa başvurusu kabul edilen tüm girişimcilerin fikir ve projelerine başlangıç aşamasından dünyaya açılmasına kadar 360 derece destek sunan TEB, tecrübeli danışman ve mentorleriyle iş fikri sahiplerini hem girişimciliğe hazırlıyor, hem de iş planlarını son

haline getirerek TÜBİTAK'a iletmeye hazır hale getiriyor. TEB ayrıca, projelerin ticarileştirilmesi öncesinde network kurulmasını sağlayarak piyasa koşullarına karşı dayanıklılığını tespit etme, geniş müşteri kitlesi sayesinde ücretsiz reklam yapma, farklı disiplinlerden kitlelere ulaşarak iş fikirlerini değerlendirme avantajı da sağlıyor.

Mobil şube ile hesapsız para gönder, kartsız para çek

Kuveyt Türk müşterileri, bankanın mobil şubesini kullanarak, IBAN ya da hesap numarasına ihtiyaç duymadan, telefon numarasını bildikleri herkese para gönderebiliyor. Bu işlemi yapmak için mobil şubeye giriş yapıp "Cep Telefonuna Para Gönderme" özelliğini seçtikten sonra karşı tarafın telefon numarasını girmek yeterli. Para gönderilen kişi, telefonuna gelen referans numarasıyla Kuveyt Türk ATM'lerinden parasını çekebiliyor. Kuveyt Türk Mobil Şube'nin bir diğer yeni özelliği QR kodla para çekme ise ATM'den kartsız para çekmeye imkan tanıyor. Kartsız para çekmek için mobil şubeye giriş yaptıktan sonra "QR Kod ile Para Çek" menüsüne tıklayıp çekmek istenilen tutar giriliyor. Ardından ATM üzerinde 5 tuşuna basıp ekranda çıkan QR kodu telefonun kamerasına okutulduktan sonra para çekim işlemi tamamlanıyor.





“Bizim için ayrıcalıklısiniz çünkü **ihtiyacınız, önceliğimiz.**”

Mobil uygulamamız
ile her zaman yanı başınızdayız.



METRO
“Akında Neresi Varsa, Oraya Metro Var”

Genel Müdür Adnan Bali, 93'üncü kuruluş yıldönümü için yaptığı açıklamada, İş Bankası'nın büyük teknolojik altyapı dönüşümüne dikkat çekti. Bali, "Bankanın gelecek nesilleri bizi ne kadar da güzel mevduat topladığımız, ne kadar da güzel krediler verdiğimiz için anıyor olmayacak. Ancak bir teknolojik trendi ıskaladıysak, o zaman anacaklar ve iyi anlamıyor olacaklar" dedi...



Türkiye'nin Bankası

93 yaşında

SEDA UYGUN PALA

İş Bankası Genel Müdürü Adnan Bali, bankanın 93'üncü kuruluş yıldönümü dolayısıyla yaptığı açıklamada, Türkiye Cumhuriyeti'nden bir yıl sonra Gazi Mustafa Kemal Atatürk tarafından kurulan İş Bankası'nın bir asra yaklaşan tarihinin "müthiş bir başarı hikâyesi" olduğunu belirtti. Kurulduğundan bu yana hem yaygınlaşma hem büyüme anlamında son derece başarılı bir performans sergileyen İş Bankası'nın sadece

bankacılık alanında fonksiyon yüklenmediğini, sanayileşme hamlesinde, kültürel gelişimde, sosyal sorumluluk alanında çok ciddi değerler yarattığını ve yaratmaya devam edeceğini söyledi.

İş Bankası'nın bugün 340 milyar TL'nin üzerinde bir bilanço, 40 milyar TL'lik özkaynak büyüklüğüne ulaştığı dile getiren Bali, "Bunlar geniş kesimlere dokunan, yaygın mahiyette çok önemli sonuçlar. Bizim farklı bir iş anla-

“Aslında aynı insanlar gibi kurumların da bir huyu, tarzı vardır. Bizim DNA’mız, huyumuz, tarzımız da Türkiye’nin Bankası olarak güçlü mali yapımızı ekonomimizin doğrusuna kullanmak. 93 yıldır bu şekilde çalışarak bugünlere geldik.”



yışımız, bir iş yapma tarzımız var. Aslında aynı insanlar gibi kurumların da bir huyu, tarzı vardır. Bizim DNA’mız, huyumuz, tarzımız da Türkiye’nin Bankası olarak güçlü mali yapımızı ekonomimizin doğrusuna kullanmak. 93 yıldır bu şekilde çalışarak bugünlere geldik” diye konuştu.

Adnan Bali, İş Bankası’nın gerek hane halkına gerekse ekonomiye istihdam ve katma değer yaratan sektörlerle kesintisiz finansman desteğini sürdürdüğünü belirterek, “Bütün teşkilatımız, sahadaki tüm arkadaşlarımız el birliğiyle, imece usulüyle diyebileceğimiz bir çalışmayla, Türkiye’nin bu zor dönemlerinde muhataplarımıza da yapıcı yaklaşım göstermek suretiyle bu bankaya layık çok iyi bir performans sergiledi. Bundan gurur duyuyorum” dedi.

“Hedeflerimizi ilk yarıda yakaladık ya da aştık”

Yakın dönemde ilk yarı finansal sonuçlarını açıkladıklarını hatırlatan Bali, şu bilgileri paylaştı: “2017 yılı iş programımızda belirlediğimiz hedefleri ilk yarıda yakaladık ya da büyük ölçüde aştık. Yüzde 14’ün üzerinde bir sermaye yeterlilik rasyosu hedefliyorduk. Yüzde 16.5 gibi gayet iyi bir noktada ilk yarıyı kapattuk. Yine 2017 yılı için yüzde 12-13 bandında bir kredi büyümesi, yüzde 14-15 bandında da bir mevduat büyümesi öngörmüştük. Haziran sonu itibarıyla kredilerde yaklaşık yüzde 10, mevduatta da yüzde 8 düzeyinde bir büyüme kaydettik. Dolayısıyla öngördüğümüz büyümenin büyük bölümünü ilk yarıda gerçekleştirmiş durumdayız.”

Bankanın aktif kalitesi açısından da olumlu ayrışmasını sürdürdüğünün altını çizen Bali, sorunlu kredilerin toplam kredilere oranında yüzde 2.4 gibi sektör ortalamasının önemli ölçüde altında bir seviyeyi koruduklarını vurguladı. Bali, uluslararası piyasalardan kaynak sağlama konusuna da şöyle değindi:

“Darbe girişiminden sonra zamanlaması ve maliyetleri

anlamında banka ve ülke için son derece değerli yurtdışı ihraçlara imza attık. Ekonomideki normalleşmeye de katkı sağladığımız düşündüğümüz bu ihraçlar ve sendikasyon, sekürütizasyon gibi diğer borçlanma araçları yoluyla sağladığımız toplam kaynak 15 Temmuz 2016’dan bugüne 6 milyar doları aştı. Hatırlayalım, o süreçteki reyting düşüşünün gerekçelerini teknik bakımdan aceleci bulduğumu ifade etmiştim. Reyting raporlarında borçların yenilenmesine dair olumsuz öngörülerde bulunuluyordu. Ne oldu şimdi o öngörülere?”

“KGF kredilerini en çok kullandıran bankayız”

Adnan Bali, İş Bankası’nın Kredi Garanti Fonu (KGF) kefaletli krediler konusunda da önemli bir performans gösterdiğini ifade ederek, “Biz KGF kefaletli olarak 18.5 milyar Türk Tirası kredi kullandırdık. Bu desteğimiz



“Bütün teşkilatımız, sahadaki tüm arkadaşlarımız el birliğiyle, imece usulüyle diyebileceğimiz bir çalışmayla, Türkiye’nin bu zor dönemlerinde muhataplarımıza da yapıcı yaklaşım göstermek suretiyle bankaya layık çok iyi bir performans sergiledi.”

tüm KOBİ’lere ve KOBİ ölçeği dışında kalan firmalara il/ilçe bazında nakış gibi işlenerek, 2 ay gibi kısa bir sürede sağlandı. Ayrıca en fazla KGF kredisi veren banka olarak, bu kredilerin çok büyük bölümünü yeniden yapılandırma maksatı değil, yeni kullandırım şeklinde amacına uygun olarak müşterilerimize sunduk” dedi. ▶



“Atatürk paylarını temsilen sahiplik yapımızda bir politik partinin varlığı söz konusu. Ama bu bir politik etkiye açık olduğumuz, bir politik etkiye maruz kaldığımız anlamına gelmiyor. Bu kurumun genel müdürü olarak çok açık, çok net şunu söyleyebilirim: Politik etkiye açık olmayan, siyasi etkiye ne olursa olsun en uzak kurum İş Bankası’dır. Prensibimiz işin sadece tekniği ve etiğidir.”

Bali, KGF kredileri konusunda sektörün de iyi bir sınav verdiğini belirterek şu değerlendirmeyi yaptı: “Daha iyisi olabilir miydi? Daha iyisi tabii ki olabilir. Şöyle ki, alınmış olan makro ihtiyati tedbirlerdeki gevşemelerle bütçe açığının GSYH’ya oranını bir miktar genişletecek şekilde kamunun almış olduğu sorumluluk banka bilançolarına olumlu yansdı. Bunun karşılığı olan politikaların, bütün bankalarımızca daha da cesurca uygulanabileceğini düşünüyorum.”

“Önce aksiyon aldık, tereddütsüz, çok net bir duruş sergiledik”

Banka olarak 15 Temmuz’dan sonraki süreçte, KGF kre-

delerinin uygulamaya alınmasından önce, hiç tereddüt etmeden işlerinin gereğini yapmak anlamında çok önemli bir duruş sergilediklerini vurgulayan Bali, sözlerini şöyle sürdürdü:

“Bunun genel kamuoyunda çok önemli bir karşılığı ve teveccühü olduğunu biliyorum, görüyorum. Bu gösterilmesi gereken bir reaksiyondur, refleksli kanaatimce. Ve ‘Türkiye’nin Bankası’ diye kendini tanımlamış olan İş Bankası’na yakışır, yaraşır bir tavrıdır. Nitekim ekonomik anlamda da bunları destekleyecek yönde icraat ve uygulamalarda bulunduk. Hemen bireye, tüketiciye, esnafa, yani hane halkına yaygın mahiyette dokunan plasmanlarda faiz indirimine gittik. Yönetme kalitesini sonuna kadar gözeterek, imkânlarımızı ekonominin doğrusuna kullanmak için gayret sarf ettik. Örneğin, esnaf ve küçük işletmelere 100 bin Türk lirasına kadarlık bir kredi paketi sunduk. Bu kredi paketinde çok da özel bir faiz oranıyla çıkmıştık. 8 haftalık süre içinde 24 bini aşkın esnaf ve küçük işletmeye 2 milyar Türk lirasının üzerinde kredi kullandık. Yani biz KGF kefaletli kredilerden evvel aksiyon almıştık aslında. Ondan sonra da KGF uygulamasının devreye girmesiyle biz orada da son derece aktif bir şekilde yürüdük.”



“Siyasi etkiye en uzak kurum İş Bankası’dır”

Bali, 170 milyar TL’nin üzerinde ticari krediyle en büyük ticari kredi portföyüne sahip özel banka konumunda olduklarını da anımsattığı açıklamasında bu konuya şöyle değindi: “Bu portföyümüzün yaklaşık üçte birini KOBİ kredileri oluşturuyor. Bu yönüyle çok önemli. Peki biz bunları neden yaptık? Çünkü biz İş Bankası’nın bu ülke için ne manaya geldiğini, Türkiye’nin Bankası’nın ne anlama geldiğini ve bu sorumlulukla hareket etmemiz gerektiğini biliyoruz. Onun için net, tereddütsüz bir duruş sergiledik. Bu ülkeye özellikle zor dönemlerinde nasıl sahip çıktığımızı çok net bir tavırla ortaya koyduk. İş Bankası her zaman bir güven müessesesi olarak takdir görür, bu yönüyle bir teveccüh görür. Bunun da çok özel bir katkısı oldu. Ama açık ifade etmem gerekirse, bütün bunlara rağmen sermaye yapımızdaki politik partinin varlığı nedeniyle veya bir kısmı eksik bilgiden, yanlış bilgiden, bir kısmı maksatlı olarak bize önyargılı yaklaşan başka başka kesimler de var. Türkiye’ye nasıl sahip çıktığımızı onlara da gösterdik diye düşünüyorum. Vatansızlık ayrı bir şey. Bütün öz kaynağını bu ülkeden elde etmiş, kuruluşu bu felsefeye dayanan bir kurum, zaten bunu yapmak durumundaydı.”

Adnan Bali, İş Bankası’nın sahiplik yapısına atfen zaman

zaman ortaya çıkan tartışmalar ve değerlendirmelere ilişkin de şunları kaydetti: “Bu miras hukukuyla ilgili bir durum. Evet, şu anda Atatürk paylarını temsilen hisse yapımızda bir politik partinin varlığı söz konusu. Politik partinin konumu da tamamen temsili, bir ekonomik fayda temini de söz konusu değil. Sonuçta politik partinin varlığı bir politik etkiye açık olduğumuz veya bir politik etkiye maruz kaldığımız anlamına gelmiyor. Politik etkiye açık olmak için, illa bir politik partinin sermaye yapınızda olması da gerekmez. Sermayesi itibarıyla bakıldığında hiç böyle bir yapısı olmayan, ama politik etkiye de açık olan kurumlar, kuruluşlar olabilir. Bu kurumun genel müdürü olarak çok açık, çok net şunu söyleyebilirim: Politik etkiye açık olmayan, siyasi etkiye ne olursa olsun en uzak kurum İş Bankası’dır. Bunun altını özellikle çizmek isterim. Kuruluş idealleri çerçevesinde bu zorlu süreçlerde de işimize gücümüze bakarak, aynen adımız gibi işimizi yapmaya devam ettik. İşimizin kıstasları neyse ona bakarız. İşin tekniğine bakarız, işin etiğine bakarız. Bunlar karşılandığında, işimize bakar yolumuza devam ederiz. Nitekim kredi portföyümüz, yaptığımız işler, Türkiye’nin büyüklükleri ve sıralamalarıyla, iş dünyasının sıralamalarıyla paralellik arz eder. Aynı müşterinin yaptığımız işi vardır, reddettiğimiz işi vardır. Kıstaslarımız, hep işin tekniği ve hep işin etiğidir. Böyle bir miras, böyle bir yönetim anlayışı devraldık biz büyüklerimizden.”

Vatandaş olmayı, kurum olmayı bir ülkenin sadece refahını paylaşmak olarak görmediklerini ifade eden Bali, “İlk başımızın sıkıştığını düşündüğünüz anda kendinize ülke arayacaksınız, bu ülkenin nasıl vatandaşı olabilirsiniz? Bu ülkenin nasıl kurumu olabilirsiniz? Onun için oturup çalışacağız, uğraşacağız. Yanlışlarımız varsa düzeltereğiz. Gayretli olacağız. Bu ülkenin zorluklarını da meşakkatini de paylaşacağız” dedi.

“Dijitalleşmeyi iyi kavradığımızı düşünüyorum”

İş Bankası’nın dijitalleşmeyle ilgili çalışmalarına da değinen Bali, tarihsel geçmişine bakıldığında bankanın teknoloji alanındaki büyük dönüşümlere öncülük ettiğini vurgulayarak, şöyle devam etti:

“1990’ların başında ‘803 kapılı tek şube’ sloganıyla çıkmışız ortaya. ‘Online-realtime’ bütün şubelerini birbirine bağlayan, aslında tek şube haline getiren bir banka olmayı başarmışız. Tamamen dâhili vizyonla, o yıllardaki o jenerasyonların, o nesillerin çalışmalarıyla... 1982’de Türkiye’ye ilk Bankamatik cihazını getirirken de aynı ruhla çalışmışız, 1997’de Türkiye’de ilk internet bankacılığım



“İlk başımızın sıkıştığını düşündüğünüz anda kendinize ülke arayacaksınız, bu ülkenin nasıl vatandaşı olabilirsiniz? Bu ülkenin nasıl kurumu olabilirsiniz? Onun için oturup çalışacağız, uğraşacağız. Yanlışlarımız varsa düzeltereğiz. Gayretli olacağız. Bu ülkenin zorluklarını da meşakkatini de paylaşacağız. Vatandaş, yurttaş olmaktan anladığım budur.”

sunarken de... Yine 2000’lerin başında bankacılık işlemlerini mobil platformlara taşıma konusunda teknolojinin yönünü öngördüğümüzü ve izleyen değil, öncülük yapan rolleri üstlendiğimizi görüyoruz. Şu anda da bankayı önmümüzdeki onlarca yıla taşıyabilecek olan en büyük teknolojik altyapı dönüşümünü gerçekleştiriyoruz. Mesela bunun bir parçası, Tuzla’da kurmuş olduğumuz, 2 binin üzerinde çalışanımızın bütün bankaya hizmet verdiği teknoloji ve operasyon merkezi... Bankayı gelecek yıllarda veri konusunda olumlu yönde ayrıştıracak veri merkezi yatırımımızı da tamamlamış bulunuyoruz. Dünyadaki en iyi uygulamaları yerinde görerek, bizzat benim de katıldığım ziyaretlerle bu işleri yapmaya çalıştık. Bunları yaparken de bankayı geleceğe hazırlayabilme, tehditleri ve fırsatları öngörerek, ona göre pozisyonlar alabilme yaklaşımıyla hareket ettik. Hep söyledim, bankanın gelecek nesilleri bizi ne kadar da güzel mevduat topladığımız, ne kadar da güzel krediler verdiğimiz için anıyor olmayacak. Ancak bir teknolojik trendi iskaladıysak, o zaman anacaklar ve iyi anmayacaklar.”

Teknolojik gelişimi ve dijitalleşmeyi nihai kullanıcı ile nihai sunucu arasındaki mesafenin kısılması ve etkinleşmesi şeklinde “aracısızlaşma” olarak anladığının altını çizen Bali, bu konuda da öncü olabilmek için yenilikleri yerinde görüp, trendleri yakından izlediklerini vurgulayarak “Mesela Silikon Vadisi’nde iştirakimiz SoftTech’in altında bir oluşumumuz var. Genç arkadaşlarımız, yöneticilerimiz sürekli orayı ziyaret ediyorlar. Ben de orada bir süre buldum. Bölgedeki bütün o atmosferi, iklimi ve inovatif kültürü sonuna kadar hissedecek şekilde çalışıyoruz. Teknolojik gelişmeyi, dijitalleşmeyi iyi kavradığımızı düşünüyorum. Ve kavradığımız şeyi hayata geçirme konusunda çok iyi yoldayız. Çok ciddi bir müşteri sayısına eriştik” dedi.

Bali, dijitalleşmenin bankacılık sektöründeki insan kaynağı ve şubeleşmeye etkilerine ilişkin şu değerlendirmeyi yaptı: “Bunları birbirinin alternatifi olarak görmüyoruz, birbirinin tamamlayıcısı alanlar. Nitekim bunun en somut örneğini Bankamatikler ile ilgili verebilirim. 20-25 yıllık bir sürede 6 bin 700 civarında Bankamatik sayısına ulaştık. Bu, 19 bin çalışana denk geliyor. ‘19 bin çalışana denk geliyor’ hesabıyla yola çıkarken bir öngörde bulunsaydık, istihdam epey azalacak diye düşünebilirdik. Oysa çalışan sayımız da aynı dönemde 15 binden 25 bine çıktı. Çünkü o alanda da büyüyorsunuz, bu alanda da. Birbirini destekliyor. Müşteri bölünen, parçalanan bir şey değil. Müşterinin mobilden geçeni, şubeye gideni de aynı kişi olabiliyor tabii ki... Dolayısıyla hepsini bir bütünlük içinde kavriyoruz.”

troy®

Türkiye'nin Ödeme Yöntemi

BKM, TROY ile bir yandan 23 milyon kişiyi bankacılık sistemiyle tanıştırdı, diğer yandan bu nüfusun dijital ödemelere de geçmesini sağlayacak. 3 yıl içinde toplam kart sayısının 210 milyona ulaşacağı öngörüsünü paylaşan BKM Genel Müdür Yardımcısı Cenk Temiz, "TROY bu pazarın yüzde 10'unu hedefliyor. Ancak adetten daha da önemlisi, bizler Türkiye'deki her cüzdanda TROY kart bulunmasını hedefliyoruz" diyor...

Cenk Temiz



TROY, 23 milyon kişiyi dijital ödemelerle de tanıştıracak

Türkiye'nin Ödeme Yöntemi TROY, "yüzde 100 nakitsiz ödemeler toplumu" hedefine giden yolda çok önemli bir kilometre taşı olacak. Geleceğin ödeme sistemlerini inşa etmek için çalışan Bankalararası Kart Merkezi (BKM), TROY'u bir kart olmanın ötesinde dijitalleşme ve inovasyon anlamında öncü olarak konumlandırıyor. BKM Genel Müdür Yardımcısı Cenk Temiz, bu vizyon doğrultusunda, ödeme sistemlerinin geleceğine hizmet etmek üzere inovasyon ve teknolojik üretimin desteklendiği bir ekosisteme ev sahipliği yapacak TROY İnovasyon Merkezi'ni kurduklarını anlatıyor...

Cenk Temiz'le TROY'un ulaştığı seviyenin yanı sıra yeni hedef ve stratejileri konuştuk. Temiz, kartlarını yurtdışında kullanmak isteyenlere de bir müjde veriyor: "TROY kartların yurtdışında kabulünü ve kullanım yaygınlığını genişletmek adına uluslararası bir ödeme kuruluşuyla işbirliği çalışmasında sona yaklaştık..."

Türkiye'nin Ödeme Yöntemi TROY, ne zaman, hangi ihtiyaçtan yola çıkarak geliştirildi?

Dijital dönüşüm ve yeni teknolojiler hayatın her alanında etkili olurken, ödeme alışkanlıkları her geçen gün daha da dijital hale geliyor. Bu değişimin bir yansıması olarak dünya "nakitsiz ödemeler toplumuna" doğru hızla ilerlerken, yerel ödeme yöntemlerinin dünya genelinde giderek artan başarılı örnekleri de dikkat çekiyor. BKM olarak 5 yıl önce bu örneklerden yola çıkıp dünyaya ilham verecek bir marka olma ve geleceğin inovasyonları için altyapıyı kurma hedefiyle yola çıktık. 2 yıllık detaylı bir hazırlık döneminin ardından ise tüm bankaların desteğiyle ve Türkiye'nin Ödeme Yöntemi TROY'u 2016 yılının nisan ayında hayata geçirdik.

Türkiye'de bugün yaklaşık 23 milyon kişi hala bankacılık sistemine dahil değil. Başka bir deyişle Türkiye nüfusunun nerdeyse 3'te 1'inin hala banka hesabı, banka kartı ve kredi kartı bulunmuyor. İşte biz TROY ile bir yandan 23 milyon kişiyi bankacılık sistemiyle tanıştırmak, diğer yandan bu nüfusun dijital ödemelere de geçmesini sağlamayı hedefliyoruz.

Şu anda kaç banka ve banka dışı kurum TROY kart basabiliyor? Kaç tane Troy logolu kart bulunuyor?

Öncelikle TROY kartlarla Türkiye'deki POS cihazlarının tamamında, 50 bine yakın ATM'de ve tüm e-ticaret sitelerinde işlem yapılabilir.

Hali hazırda 15'i banka, biri banka dışı olmak üzere 16 kurum TROY logolu banka kartı, ön ödemeli kart ve kredi kartı basabilir duruma geldi. Mevcuttaki kart sayısı 500 bini aşmış durumda. Yıl sonuna kadar ise toplam 28 ban-



15'i banka, biri banka dışı olmak üzere 16 kurum TROY logolu banka kartı, ön ödemeli kart ve kredi kartı basabilir duruma geldi. Mevcuttaki TROY kart sayısı 500 bini aştı. Yıl sonuna kadar ise toplam 28 banka TROY logolu kartlarını kullanıcılara sunacak...

ka TROY logolu kartlarını kullanıcılara sunacak. Hedef, her cüzdanda en az bir TROY kartın bulunması.

TROY markalı kartımı yurtdışında da kullanabileceğim mi?

TROY kartların yurtdışında kabulünü ve kullanım yaygınlığını genişletmek adına uluslararası bir ödeme kuruluşuyla işbirliği çalışmasında sona yaklaştık. Çok yakında bu gelişmenin detaylarını hem sektör hem de tüketicilerle paylaşacağız. Önümüzdeki dönemde, kart basan üyelerimiz dilerse bu işbirliği kapsamındaki kuruluşla, dilerse kendi tercih edecekleri diğer global ödeme kuruluşlarıyla yurtdışında da geçerli TROY kart basabilecek.

Konuşmamızın başında dünyadaki örneklerden yola çıkarak dünyaya ilham verecek marka olma hedefiyle yola çıktığınızı aktardınız. Hem bu örnekleri biraz açıp hem de TROY'un dünyaya ilham verecek marka olma yolunda nasıl bir hikaye yazabileceğini aktarabilir misiniz?

Dünyada yerel ödeme sistemlerinin çok sayıda örneği var. Bugün baktığımızda bu ülkelerde yerel ödeme yöntemi



logolu kullanılan kart adedi bazı ülkelerde nüfusun yarısından fazlasına eş değer. Örnek vermek gerekirse, 200 milyon nüfusa sahip Brezilya'da, yerel ödeme yöntemi Elo logolu yaklaşık 110 milyon adet kart kullanılıyor.

1.3 milyar nüfusa sahip Hindistan'da ise yaklaşık 645 milyon adetlik banka kartı pazarının yüzde 38'ini Hindistan'ın yerel ödeme yöntemi olan Rupay oluşturuyor. Rusya'nın 2015 yılında duyurduğu yerel ödeme sistemi MIR de şimdiden 1 milyon adet karta ulaştı.

Diğer yandan, bildiğiniz gibi Türkiye'de bankacılık sistemi ve özellikle de ödeme sistemleri, gelişmiş ülkelere örnek teşkil eder durumda. Bunu da doğal karşılıyor. Çünkü Türkiye'nin ödeme ve alışveriş kültürü yüzyıllardır dünyaya ilham veren bir dinamizmle donanmış durumda. İlk paranın, ilk borsanın, ilk büyük alışveriş merkezinin dünya sahnesine çıktığı toprakların üzerinde yaşıyoruz.

Türkiye'nin Ödeme Yöntemi TROY, dünyanın örnek aldığı bankacılık sektörümüzün desteği ve dünyada ödeme sistemleri alanındaki yeni teknolojilere ve uygulamalara ilham veren Türk ödeme ve alışveriş kültürünün bir araya

gelmesiyle hayata geçirildi.

Bugün ülkemizde toplam 180 milyon kart bulunuyor. BKM verilerine göre 3 yıl içinde bu rakam 210 milyona ulaşabilir. TROY bu pazarın yüzde 10'unu hedefliyor. Ancak adetten daha da önemlisi, bizler Türkiye'deki her cüzdanda TROY kart bulunmasını hedefliyoruz.

TROY, bankalara, kullanıcılarına, Türkiye ekonomisine ne gibi katkılar, avantajlar sağlıyor?

TROY ile esasında tüm Türkiye kazanacak. Amacımız bildiğiniz üzere "Yüzde 100 nakitsiz ödemeler toplumu" vizyonunu hayata geçirmek. Yine bildiğiniz üzere, nakit ödemeyi terk eden bir toplumda kayıt dışı ekonomi ortadan kalkar ve kaynaklar daha adil dağılır. TROY "Yüzde 100 nakitsiz ödemeler toplumu" hedefine giden yolda çok önemli bir kilometre taşı ve sonraki atılımlarımızın en sağlam basamağıdır.

Amacımız, TROY sayesinde 23 milyon kişiyi ilk defa bankacılık sistemiyle tanıştırmak, dijital ödemelere geçmesini

sağlamak. Ayrıca TROY ile yeniliklerimizi dışarıya, hiçbir kuruma, markaya bağlı kalmadan yapma lüksümüz olacak.

TROY, dijital dönüşümün merkezinde yer alan finansal teknolojilere de kucak açan yenilikçi bir platform. Bu vizyon doğrultusunda, ödeme sistemlerinin geleceğine hizmet etmek üzere inovasyon ve teknolojik üretimin desteklendiği bir ekosisteme ev sahipliği yapacak TROY İnovasyon Merkezi'ni kurduk.

Ülkemizin yıllardır en önemli gündem maddelerinden biri olan teknoloji üretimini kolaylaştıracak TROY İnovasyon Merkezi'nin en büyük gücü, bankaların kurduğu tek bir çatı altında, onların ihtiyaçlarıyla şekillenen yerel, hızlı ve çevik bir yapıya sahip olması. Sektörün nabzını tutup hangi ürünlere ve hizmetlere ihtiyaç olduğunu tespit etmek, bu ürün ve hizmetlere ilişkin pilot uygulamaları kısa süreler içinde hayata geçirmek ve alınacak sonuçlara göre zamanla ölçeklendirmek temel hedeflerimiz arasında.

TROY İnovasyon Merkezi'nin kısa ve uzun vadeli planları ve hedefleri neler?

BKM olarak sadece bugünle sınırlı kalmıyoruz, geleceğin ödeme sistemlerini de inşa etmek için çalışıyoruz. Bunun için de kendi yerel sistemimiz üzerinden hızlı ve kaliteli bir şekilde ilerleyebilmek üzere yola çıktık. TROY bir kart olmaktan öte dijitalleşme ve inovasyon anlamında öncü olacak.

TROY, teknolojiyi ve ödemeler sektöründeki gelişmeleri yakından takip ederken Türkiye için en uygun çözümleri sunabilmek adına da var gücüyle çalışmalarını devam ettiriyor.

Bu anlamda TROY İnovasyon Merkezi'nin yoğunlaştığı konular mobil üzerinden kullanılacak sistemler, özellikle temassız ödemeler ve HCE'yi (bulut tabanlı mobil ödemeler) kapsıyor. Yıl sonu itibarıyla TROY, HCE teknolojisiyle mobil ödemeleri gerçekleştirecek. Kartınızın temassız özelliğini kullanır gibi telefonunuzla hızlı, güvenli temassız ödemeler yapabileceksiniz.



Diğer yandan, çip üreticileriyle giyilebilir teknolojiler ve nesnelerin interneti alanlarında çalışmalarına başladık. Toplu taşıma ve küçük işletmelerden yapılan mikro ödemelere yönelik yenilikçi çözümler de TROY'un odaklandığı diğer alanlar arasında yer alıyor.

TROY'un Türkiye'deki ödeme sistemlerinin dijital dönüşümü için nasıl bir rolü olacağını düşünüyorsunuz?

"Nakitsiz ödemeler toplumu" hedefine her geçen gün yaklaşırken ödeme alanında yenilikler sunan finansal teknoloji (FinTech) girişimlerinin önemi de artıyor. FinTech'lerin önemiyle ilgili belki de en önemli gösterge, geçen yıl girişimlere yönelik yatırımların yarısına yakınının bu alana yapılmış olması.

TROY ile biz de dijital dönüşümün merkezinde yer alan ve finansal teknolojilere kucak açan yenilikçi bir platform kurduk. TROY, yarattığı ekosistemle ödeme teknolojileri alanında emek harcayan, fikirleri olan, kafa yoran tüm girişimcileri ve FinTech'leri bir araya getirip öğretileri tüm ekosistemle paylaşmayı hedefliyor. TROY, mevcut düzendeki klasik konumlanma yerine, ödemeler dünyasındaki değer zincirine ve tüm paydaşlarına dinamizm getirecek bir yolu seçiyor. Türkiye'nin geleceğini de şekillendirecek başarıyı getirecek olansa mevcut yapıyla uyumlu bir şekilde sürekli değişen dijital dünyayı takip etmek ve hızlıca adapte olmak. Dijital dönüşümlere ancak bu şekilde bir çeviklikle ulaşılabilirken TROY da inovasyona ve FinTech'lere verdiği değerle Türkiye ödeme sistemlerindeki dijital dönüşümün öncüsü olacak. ☹



Türkiye'nin Ödeme Yöntemi



*Albaraka Türk Genel Müdürü
Meliřah Utku*

DÖNÜŞÜMÜ DOĞRU OKUYAMAYAN ÇOK ZORLANACAK

Katılım bankacılığında dijital dönüşümün öncüleri arasında yer alan Albaraka Türk, Garaj Startup Hızlandırma ve FinTech Teknoloji Transferi programlarıyla inovasyon fırsatlarını değerlendiriyor, teknolojik değişimlere karşı hızlı pozisyon alma yetilerini geliştiriyor, yeni işbirlikleri kuruyor. Bankanın dümenindeki Genel Müdür Melikşah Utku'nun yazılım tecrübesi de bu noktada önemli bir avantaj oluşturuyor...

BARIŞ BEKAR

Albaraka Türk Genel Müdürü Melikşah Utku, mühendis kökenli bir finansçı. Bankacılıktan önce aktif olarak yazılım sektörünün içinde bulunmuş bir isim. Bu nedenle dijital inancı tam. Dijitalleşmenin sadece mobil bankacılıktan ibaret olmadığını, bankacılık sektörü tümünden değişecek, yeni iş yapma alışkanlıklarını sektöre kazandıracak bir dönüşüm projesi olduğunu düşünüyor. “Her şeyi baştan uca değiştirecek bir devrimle karşı karşıyayız. Bankalar bu dönüşümü doğru okuyamazlarsa çok zorlanacak” diyen Utku, direnmek yerine çağın gereklerini yerine getirmenin önemini vurguluyor..

Öncelikle katılım bankalarının sektör içerisinde geldiği seviyeyi konuşalım istiyorum...

Türkiye’de katılım bankacılığı 1999 yılına kadar mevzuat çerçevesinde ticari şirketler gibi değerlendiriliyordu. O tarihte Bankalar Kanunu kapsamına alındı ve mevzuatımız netleşti. 2002’den itibaren, yani mevzuat altyapısı tamamlandıktan sonra sektör hızla büyümeye başladı. Son olarak 2005 yılında katılım bankalarının adı, mevzuatı ve çalışma prensipleri belirlendi. Bu gelişmelerden sonra bankacılık sektörü ortalama iki katı büyüme gösterdi. Bank Asya sektörden çıktıktan sonra katılım bankalarının payı biraz gerilese de şu anda tekrar büyüme başladı diyebiliriz.

Bu büyümenin içinde kamunun payı ne kadar?

Kamunun kurduğu katılım bankaları henüz küçük olduğu için pazar payına etkisi şimdilik yok. Önümüzdeki yıllarda etkileri ortaya çıkacak. Bank Asya etkisini saymazsak, şu anda bankalarda mevduat faizleri yüksek, katılım bankaları ise kullan-

dırdıkları krediyi hesap sahibiyle paylaştıkları, oluşan geliri paylaştıkları için getiriler geriden geliyor. Hesap sahipleriyle önceden bir faiz paylaşımı söz konusu değil. Haliyle diğer bankalarla aramızda 400-500 baz puan fark oluyor. Eskiden bu farklar önemli değildi. Fon toplama tarafında niş bir piyasada çalışıyorduk. Bizim fon sağladığımız insanlar, ticaret bankalarıyla çalışmayan işletme sahipleriydi ve faiz oranları ne olursa olsun bizde kalıcı bir fon kaynağıydı. Bu manzaraya karşılık önümüzdeki dönemde büyüme sürecinin tekrar hızlanacağını öngörüyoruz. Sektör ortalamasına göre 1.5-2 kat büyüme olur. Şu anda bankacılık sektöründeki payımız yüzde 5.5 civarında. Bu oran bir ara yüzde 6.5'lere kadar gelmişti. Hedefimiz katılım bankacılığının payını yüzde 15'lere çıkarmak.

SEKTÖRE YENİ BANKALAR KATILACAK

Türkiye son yıllarda katılım bankalarının etkinliğini artırmak için düzenlemeler yapıyor, cazip hale getiriyor. Sizce bu adımların etkisi ne olacak?

Bu sektör önümüzdeki dönemde yeni oyuncularla büyüyecek. Türkiye’ye gelmek için uygun koşulları bekleyen yabancı kuruluşlar var. Ayrıca kamu tarafında yeni oyuncular da olacak. Sektör, önümüzdeki dönemde hem organik büyüyecek hem de yeni girişler olacak.

Sektörün büyümesine ülkenin konumu, İstanbul’un finans merkezi olma projesi de etki edecek. Eğer İstanbul bölgesel bir finans merkezi olacaksa hem yeni ürün pazarlarının oluşması hem de bu bölgede ciddi bir katılım finansmanı kaynağı olması lazım. Bunun sadece bankacılık değil sigorta, gayrimenkul, fon yönetimi ve sermaye piyasaları tarafı da var. Oralarda da güçlü olmak lazım.

Sözünü ettiğiniz güçlü duruma gelmek için neler yapılması gerekiyor?

Son yıllarda mevzuat tarafında önemli gelişmeler var. Gerçekten geçmişte de otorite sektörün gelişmesi için destek

alBaraka

RAKAMLARLA

ALBARAKA TÜRK

- Kullanımda olan 673 bin 559 banka kartı, 143 bin 764 kredi kartına sahip.
- Banka kartı sayısında katılım bankacılığı sektörü içinde yüzde 18.4, bankacılık sektörü içerisinde yüzde 0.6 payı var.
- Kredi kartı sayısında katılım bankacılığında payı yüzde 15.08, bankacılık sektöründeki payı ise yüzde 0.24.
- Irak Erbil'le birlikte 214 şube ve 279 ATM'ye sahip.
- Şube sayısıyla katılım bankacılığında yüzde 21.04, sektör genelinde ise yüzde 1.83 payı var. ATM payı ise katılım bankaları genelinde yüzde 18.48, toplamda yüzde 0.6.



verdi ve katılım bankacılığı için adeta bir seferberlik ilan edildi. İlk defa ticari bankacılıktan farklı olarak katılım bankacılığı nasıl gelişir diye ciddi çalışmalar var. Bu tarz değişikliği sektör için çok önemli. Hem ürünlerin gelişmesi anlamında hem de Merkez Bankası, BDDK gibi kamu kurumları tarafından özel çalışmalar yapılması sektör için çok önemli. Böylelikle yurtdışından fonlar gelecek, ilgi artacak, yeni kurumlar da bu sektöre girecek. Kamu da iki yeni kurumla sektöre girdi. Başlangıçta büyük şehirlerde faaliyet gösterdiler ama zaman içerisinde kendilerine ait niş alanlar bulacaklar. Özellikle Anadolu'da finans sektörünün penetre edemediği, özel bankaların verim görmediği yerlerde kamu katılım bankaları önemli işler yapacaktır. Türkiye'deki kayıt dışını sistem içine çekecektir.

Katılım bankaları deyince akla hep işletme bankacılığı geliyor, bireysel biraz geride kalmış gibi, nedenleri nedir?

Katılım bankacılığı zamanla öğrenilen bir alan, bunu kabul etmemiz lazım. Başlangıçta mevcut ürünler de ticari işletmelere yönelikti. Bireysel ihtiyaçlar, işin operasyonel yoğunluğundan dolayı biraz zordu ama zaman içinde bu alana da yöneldik. Şimdi ise bireysel tarafta değişik modeller deniyor ve ge-

liştiriliyor. Kredi kartını ele alalım. Biz işin işleyişi gereği bir müşterinin cebine para koyamıyoruz. Bir ticari işlemi olduğu anda banka olarak orada olmamız lazım ki işleme aracı olalım. Tabiatıyla çoğu zaman bireysel müşterilerin ihtiyaçları ötelenmiş. Teknoloji şimdi bu ihtiyaçları yeni yeni gidermeye başladı. Örneğin mobil bankacılıkla sürekli müşterinin yanında olabiliyorsunuz. Bu ürün buna imkan sağlıyor. İşlemleri kolaylaştırıyor.

FETVA KONUSUNDA KANUN HAZIRLIĞI VAR

Katılım bankaları için fetva önemli. Sizin bu konuda kurumsal çalışmalarınız var mı? Örneğin fetvayı Diyanet'ten mi alıyorsunuz, BDDK'dan mı?

Bu alanda da kurumsallaşma zaman içerisinde oluşuyor. Biz de öğreniyoruz, yasa yapıcı da... Biz işin icazetini alma konusunda doğru mu yapıyoruz diye çok dikkat ediyoruz. Sadece faiz konusunda değil, en ufak sözleşmelerde bile uyum sorunlarına dikkat ediyoruz. Mevcut durumda fetva konusunda deneyimli üniversite hocalarımızla çalışmalar yapmaktayız. Fakat şahsi yorumlarda farklılıklar kaçınılmaz oluyor. Oysa bu işin standartlaştırılması gerekiyor. Şu anda genel bir kanun taslağı üzerinde çalışılıyor. Ondan sonra umuyoruz ki bu konu kurallara, standartlara bağlanacak. Böylece bu iş daha şeffaf hale gelecek. Bir de eğitim tarafı var. Bu, tek başına katılım bankaların yapacağı bir iş değil. Üniversitelerin de bu alanda insan yetiştirmesi lazım. Hem İslam hukukunu bilecek hem ekonomiyi, hem de genel hukuku. Körfez ülkelerini de bilecek, Malezya'yı da... Dünyada bu alanda neler olduğunu araştırarak kadrolar gerekiyor.

Teknolojiye bireysel olarak önem veren bir yönetici olduğunuzu biliyoruz. Biraz da bankanızdaki dijital dönüşüm çalışmalarından bahsedebilir misiniz?

Biliyorsunuz ben yazılımcıyım, mühendisim. Bankacı olmadan önce yazılım sektöründe çalışıyordum. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin geleceğimizi, toplum düzenini nasıl değiştirip geliştireceğine dair dersler verip, makaleler yazdım. Dijitalin teknolojiden çok daha fazlası olduğuna inanan ve bunu savunan biriyim. Kültürel dönüşümü, devletlerin dönüşümünü etkileyecek, iş yapış şekillerimizi değiştirecek bir yenilik. Bunlar tahmin edemediğimiz kadar erken oldu. 1999 yılında bir gazeteyle yazdığım köşe yazımda, otomobillerin rota çizeceğini ve benzin istasyonlarıyla fiyat pazarlığı yapacağını anlatmıştım. Yazımda fiyatlamaların yapay zeka ile internet üzerinden yapılacağını da değinmişim. Bunlar henüz olmadı ama çok yaklaştık.

İş yapış şeklimiz çok değişecek. Bizde dijitalleşme deyince çoğumuzun aklına telefon üzerinden internet bankacılığı ya da mobil geliyor. Oysa bu çok geniş bir alan. Örneğin yurtdışına gittiniz ve cebinizde bir gezi uygulaması var, bunun içinden bankacılık işlemlerinizi yapabilir hale geldiniz. Zaten çok bariz bir şekilde ortaya çıktı ki, artık bu altyapıyı sunanlar bankacılık işine soyundu. Büyük satış platformları da bu işe girdi. Bankalar tek bir açıdan değil pek çok açıdan zorlanacak. Dijitalleşme, mobil bankacılığı geliştirip ATM ve kartları yaygınlaştırmakla olacak bir iş değil. Bankaların komple iş yapış şekilleri değişecek.

DİJİTAL DÖNÜŞÜM İÇİN MEVZUAT YENİLENMELİ

Sektörü sıkı bir rekabet ve hızlı bir dönüşüm bekliyor o zaman. Nasıl bir süreç olacak sizce?

“Kolay olacak” demek isterdim ama bana göre iki büyük engel var. Organizasyon yapıları çok eskilerde kalmış. İkincisi de mevzuat tarafı arkadan geliyor. Örneğin kimlik belirlemeyle ilgili bir uygulama yapıyorsunuz, mevzuata takılıyor. Hala sözleşmelerde ıslak imza isteniyor. Biz Türkiye’de bankacılıkta çağ atlayacak evrak, imza işlerini dijitalleştirmemiz, buluta taşımamız ve mobil yapmamız lazım. Kredi işlemi için müşterinin kimlik numarası yetmesi lazım. Tüm işlemlerin e-devletten, e-noterden halledilmesi lazım. Buna hazır olanlar çıkacak ve sanal bilgi satacaklar. Standartlar ve mevzuatlar değişecek. Mevzuat tarafından geç gelen ülkeler dijitalde eşik atlamakta gecikecek. Bu işi hızlı yapan devletler, tüm sektörlerin önünü açmış olacak.

Banka olarak dijital dönüşüm konusunda ne gibi çalışmalar yapıyorsunuz? İnternet bankacılığı, mobil bankacılık, ATM gibi alanlardaki yeniliklerinize örnek verebilir misiniz?

Teknolojik gelişmeler dünyayı, insanı ve dolayısıyla iş yapma biçimimizi yeniden harmanlıyor, bizi bu dünyanın sunduğu fırsatlar ve riskler çerçevesinde yeni iş modelleri üretmek mecburiyetinde bırakıyor. Katılım bankalarında dijital yapılan yatırımlar artıyor, büyük altyapı dönüşümleri, yeni hizmet alanları, süreçlerin dijitalleşmesi gibi konular bu alanda başı çekiyor.

Dijitalleşme sadece teknoloji demek değil, aynı zamanda teknolojinin inovatif strateji, hizmet, süreç ve müşteri deneyimi aracılığıyla büyüme ve verimlilik sağlayacak şekilde iş

yapış biçimlerine entegre edilmesi anlamına geliyor. Karar alıcılar olarak dijital platformları kullanarak işlerimizi nasıl daha verimli hale getirebiliriz diye bakıyoruz. Yatırımların müşteri beklentilerine uygun ürünlere dönüştürülmesi, bütün kanallardan ortak bir müşteri deneyimi sunulması iş modellerini belirlerken hassasiyetle üzerinde durulan konular. Bankalarımızda yoğun bir şekilde devam eden dijital tale yönelik yatırımların ekipler tarafından benimsenmesi konusunda da çalışmalar yapmak ve bunu da işin başarı ölçütü olarak ortaya koymak gerekiyor. Tam da bu noktada dijitalden ne anladığımız önem kazanıyor. Dijitalleşmenin odak noktasının müşteriye merkezde tutmak olduğunu düşünüyorum.

Biz banka olarak ana altyapımızı değiştirdik. Kapalı bir sistemden açık bir sisteme geçtik. Bu sistemle herkes yazılımcımız olabiliyor. Haliyle daha kalifiye insan kaynağına erişimimiz kolaylaştı. Daha hızlı ürün üretebilir hale geldik. Şube dışı dağıtım kanalları gelişen teknolojiye paralel olarak alternatif olmaktan çıkıp merkezi olma yolunda ilerliyor. Bu noktada ciddi bir değişim yaşıyoruz, ezberlerimiz bozuluyor. İnternet, mobil gibi platformlardan sunduğumuz hizmet kanallarımıza yoğun bir ilgi var. İnternet bankacılığı üzerinden yaygınlaşan elektronik kanal kullanım trendi mobile doğru kayıyor artık. Önümüzdeki dönemde mobilin çok daha yaygın olmasını bekliyoruz. Dolayısıyla yatırımların da yoğun olarak mobil teknolojilere kaydığını söyleyebiliriz. Albaraka olarak mobil cüzdan müşterilerine sunan ilk katılım bankası olmanın mutluluğunu yaşıyoruz. Bunun yanında Android platformu için yayımlanan ve iOS platformu için de önümüzdeki günlerde yayımlanacak olan “Albaraka Yanımda” uygulaması ile müşterilerimiz yapmış oldukları işlemlere ilişkin anında bildirim alabiliyor. ☺



“20 BİN MÜŞTERİMİZ TROY BANKA KARTI KULLANIYOR”

Albaraka Türk, 2016’dan bu yana müşterilerine, Türkiye’nin Ödeme Yöntemi Troy’un logosunu taşıyan banka kartları veriyor. Melikşah Utku, ilginin ne düzeyde olduğunu, Troy hakkındaki görüşlerini şöyle ifade ediyor: “Troy, sizin de dediğiniz Türkiye’nin Ödeme Yöntemi. Toplumumuzun dinamik yapısı ve teknolojiyi benimseme hızı sayesinde dünyaya ödeme teknolojilerine kattığı yeniliklerle zaten ilham veriyorduk. Örneğin, taksitlendirme, güçlü sadakat programları, chip & PIN ve temassız ödemeler ciddi anlamda öncülük ettiğimiz alanlar arasındaydı. Yeni dönemde ise milli markamızla bu alanda bulunuyoruz. Bu sevindirici bir gelişme. Albaraka Türk olarak Troy’u



2016’dan itibaren müşterilerimizin kullanımına sunduk. Tüm Albaraka Türk müşterileri, Troy banka kartlarıyla yurtiçinde ATM’lerimizi kullanarak havale, EFT, para çekme, para yatırma, bakiye sorgulama, fatura ve vergi ödeme, döviz ve altın alım satımı gibi banka kartı işlemlerini yapabiliyor;

alışverişlerini cüzdan ve nakit taşıma gereği kalmadan yapabiliyor, Troy logolu tüm ATM’lerde ve POS’larda kartlarını kullanabiliyor. Mevcutta 20 binden fazla müşterimiz Albaraka Troy banka kartını kullanıyor. Bu konuda şirket olarak müşterilerimizden ilk etapta oldukça güzel geri dönüşler aldık. Mobil cüzdan uygulamamıza Troy kartların eklenmesi ve Troy logolu kredi kartı verilebilmesi için de çalışmalara başladık. Önümüzdeki dönemde işbirlikleriyle kullanım alanları artarsa, ülke dışında da kullanılabilirliği özelliği gelirse çok daha güzel olacaktır. Kartların büyük bölümün yurtdışına çıkmıyor olabilir ama yurtdışından alışveriş yapıyor internet üzerinden.”



Melihşah Utku

Ciddi anlamda yabancı müşterilerimiz var. Bunlara gayrimenkuller sunuyoruz. Örneğin, ATM'lerimizde Arapça menüler çok önemli. İnternet ve mobil uygulamamızda da Arapça olması gerekiyor. Mevcut altyapımızı mevzuat, dil uygunluğu konusunda esnekleştiriyoruz. Bürokratik ataleti azaltma yönünde adımlar atıyoruz. Deneme-yanılma yapabileceğimiz mekanizmalar kuruyoruz. Hızlı karar alma süreçlerine önem veriyoruz.

START-UP'LARI 'GARAJ' İLE DESTEKLEYECEĞİZ

Amerika ve Avrupa'daki pek çok büyük banka, finans ve sigorta şirketleri FinTech şirketlerine yatırım yapıyor, onlarla işbirliği fırsatlarını değerlendiriyor? Sizin de benzer uygulamalarınız var, son durumu paylaşabilir misiniz?

alBaraka

Son birkaç yılda meydana gelen değişimlerden finansal teknolojilerin şu anda büyük bir ilgi odağı oldu-

ğunu gözlemliyor ve etkisinin giderek artacağını öngörebiliyoruz. Gelecekte bankacılık sektörü finansal hizmetlerin ötesinde geniş bir iş modeli yelpazesinde rekabet eden pazar haline gelecek. Artan müşteri odaklılığıyla her kişiye özelleştirilmiş deneyimler sunulacak. Hizmet modellerini ve yapışkanlığı artırmak için API modellerinin daha fazla benimsenmesini ve onlardan yararlanmanın ilginç bazı yeni yollarını göreceğiz. Özellikle Avrupa'da PSD2 regülasyonunun yürürlüğe girmesiyle beraber API bankacılığının önü açılmış durumda. Bu sayede bankacılık dışındaki çeşitli çözümlerle entegre yeni ekosistemler oluşacaktır. Ödemeler, mobil bankacılık, online para transferi, varlık yönetimi, sigortacılık, sermaye piyasaları finansal modelleme ve analiz yazılımları, crowdfunding (kitlese fonlama) ve blockchain gibi çok farklı alanlarda inovasyonlarla karşılaşacağız. Örneğin, son günlerde çokça konuşulan Bitcoin, küresel ölçekte finansal anlayışı ciddi manada sarsabilecek bir potansiyele sahip. Tüm bu gelişmelere kayıtsız kalmak, bu sektörde var olmanızın önüne çekilmiş en büyük engel olacaktır.

Biz de bu amaçla dünyada bir ilk olarak, ilk defa bir katılım bankası bünyesinde planlanan Albaraka Garaj Startup Hızlandırma Projesi'ni hayata geçirdik. Girişimcilerin ihtiyaç duyduğu her türlü hizmeti tek bir çatı altında sunacağız. Hayallerini gerçekleştirecek motivasyona sahip tutkulu girişimcileri ve yenilikçi, teknoloji tabanlı ve ölçeklenebilir girişimleri destekleyeceğiz. Ayrıca finansal teknoloji firmalarıyla işbirliklerini yürüttüğümüz FinTech Teknoloji Transferi Programı'nı başlattık. Bu programla inovasyon fırsatlarını değerlendiriyor, değişimlere karşı hızlı pozisyon alma yetilerini geliştiriyor ve yeni işbirlikleriyle FinTech start-up'larını da destekliyoruz. Türkiye'de mobil bankacılık, ödeme sistemleri ve online para transferi konusunda ciddi mesafeler kat ettik. Fakat kitle fonlaması olarak dilimizde karşılık bulan crowdfunding alanında hala önemli gelişim alanlarımız var. Bu yönde yapılacak yatırımlar kısa sürede çok büyük kitlelere ulaşma potansiyeline ve işlem hacmine sahip.

Bir diğer konu da blockchain. Bu teknolojiyi çok önemsiyorum bu nedenle İngiltere'de bu konudaki bir gruba katıldık. Gelişmeleri, yenilikleri izliyoruz ve hızlıca burada da uygulamayı hedefliyoruz. ☺

DAHA İNOVATİF BİR MOBİL ŞUBE GELİYOR

Albaraka Türk, müşteri alışkanlıklarının her geçen gün internetten mobile doğru kaydığı gerçeğinden hareketle mobil şubesine ciddi yatırımlar yapıyor. Melihsah Utku, "Önümüzdeki yıl inovatif teknoloji üzerinde inşa edilmiş yeni mobil şubemizi müşterilerimize sunmayı planlıyoruz. İçinde yenilikçi fonksiyonların olduğu dolu dolu bir mobil şubeyi hayata

geçireceğiz. Müşterilerden aldığımız geri dönüşlerle sıfırdan yapıyoruz. Mobilde tüm bankacılık işlemlerinin yapılabilecek şekilde yapılandırmaya çalışıyoruz. İnternet iyi, mobil biraz geride ama o alan çok hızlı gelişecek" diyor. Utku, yoğun ilgi gören "AlbarakaYanımda" uygulamasıyla ilgili de şu bilgileri paylaşıyor: "AlbarakaYanımda, bütün işlemleri müşteriyle paylaşan bir uygulama.

Otomatik fatura ödemelerinden hesaba para girişi ve çıkışlarına kadar bildirim yapıyor. Arşivlediği için ne yaptığınızı biliyorsunuz. Bu uygulamamızı da yeniliyoruz. Kampanya duyurularını da ekleyeceğiz. Yazılımımız başka katılım bankalarında da kullanılıyor. Dünyada da ana bankacılık yazılımları çok hantal. Biz iyi bir yazılım hazırlattık ve bunun da satışını yapıyoruz."

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

17 Aralık 2013 Salı 14:39

Finans Gündem

ARAMA YAP

ANA SAYFA | GÜNDEM | BANKACILIK | FINANS KÜLTÜRÜ | SİGORTA - BES VE HAYAT | EMLAK-MORTGAGE | PARA PİYASA | LEASING/FAKTÖRİNG | RÖPORTAJLAR | YAZARLAR

KISAYOLLAR: GÜNÜN TÜM HABERLERİ | İLGİLİ BANKACI HİKAYELERİ | PARA KOMEDİ | ARASTIRMA | BASIN TOPLANTILARI / AJANDA | DÜNEN BUGÜNE BANKACILAR

Öne Çıkan Haberler

İngiltere'de enflasyon hedefler dahilinde

İngiltere'de enflasyon Kasım ayında beklenden düşük seviyeye indi

MOBİL

Uç yönlü görüşme yapabilen akıllı telefon

Uç yönlü görüşme yapabilen dünyanın ilk akıllı telefonu: GSmart SIMBA SX1

Altınbaş'ta atama

Bir inşaat patronu daha gözaltında

Merkez faizi sabit tuttu

AİHM Perişinçi'yi haksız buldu

Japonya tabii ilihramı arttıracak

Serbiya faiz indirdi

Haberleri sitenize ekleyin

Finans Hattı

Serbiya faiz indirdi

Almanya'nın tüketici güveni yükseliyor

2013 altından çıkış yılı oldu

MERKEZ 'AYNEN DEVAM' DEDİ FAİZ DEĞİŞTİRİLMEDİ

Can'a Geleceğine MALAGELSİN

canageleceginemalagelsin.com

TEB

DEV MARKALAR

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 > Tümünü

FINANS SEKTÖRÜNÜN
İNTERNETTEKİ BULUŞMA ADRESİ

MANY SOLUTIONS TO MANY COUNTRIES WITH ONE NAME: CARDTEK



www.cardtek.com

SAN JOSE • CHICAGO • TORONTO • ISTANBUL • DUBAI



With well-established product portfolio and more than 15 years of experience in EMV, we provide end-to-end payment solutions in this new and digitalized era. We are also one of the leading players in digital payments, open-loop transit and wearable payment technologies. Our award-winning, scalable and robust solutions work flawlessly with multiple technologies and platforms providing full flexibility that takes away the need of working with multiple vendors, while achieving the highest compliance standards. Since the beginning, we, as Cardtek, have achieved a phenomenal success at 400+ projects of 150+ customers in 25 countries across the globe.

Cardtek is proud to manage more than 100 million cards and 1 million POS devices, globally.

 **Transit Solutions**  **Wearable Technologies**  **Hardware Solutions**



Parola yorgunluğunun çözümü



Bilal Alhmod

BIYOMETRİDE

Yapılan işlemin risk düzeyi ne olursa olsun bitmeyecekmiş gibi görünen kimlik doğrulama süreçlerinden gına geldi. Gemalto yöneticilerinden Bilal Alhmod'a göre, bankaların biyometriyi esnek ve çok katmanlı bir güvenlik yaklaşımına dahil etmesi gerekiyor. Gemalto, "davranışsal biyometri" teknolojisini ve gerçek zamanlı risk analizini kullanan yeni nesil Assurance Hub platformuyla bu konuda da öncü rol üstleniyor...

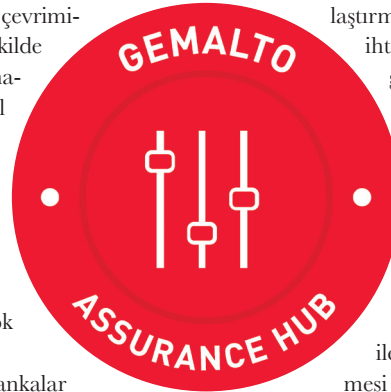
Dijitalleşme, 2017 yılında bankacılık dünyasını tanımlayan faktör olarak öne çıktı. Dijitalleşmenin öneminin kavranması, bu hızlı hareket eden dijital ekonomiler devrinde bankalar için rekabet gücünü tanımlama kaynağı haline aldı. Herkesin bir akıllı telefonu var ve hizmetlere erişim için mobil cihazların kullanılma oranı hiç olmadığı kadar yüksek. Ancak tüketicilerin beklentileri de benzer biçimde artıyor. Bu doğrultuda müşterilerin hesaplarına 7/24 erişebilmesinin ve çevrimiçi işlemlerini hızlı ve sorunsuz bir şekilde tamamlayacak özgürlüğe sahip olmasının sağlanması bankalar için temel bir gereksinim haline geldi. Ancak bu olanaklar tanıırken güvenliğin elden bırakılması da düşünülemez. Birçok tüketicinin siber suçluların ne derece tehlikeli olduğunun farkına vardığı günümüzde, dijital ekosistemlere güven duyulmasının sağlanması da çok önemli.

Bu çelişkili durumu çözmeye çalışan bankalar

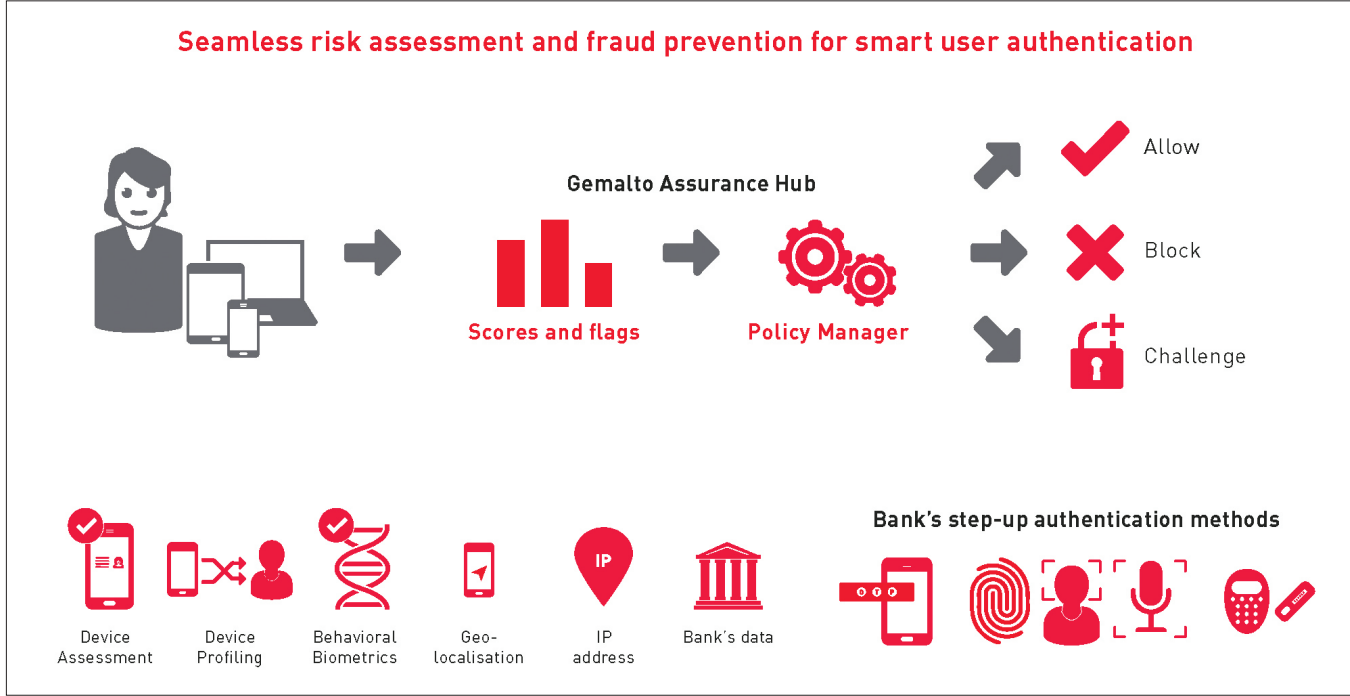
genelde "her duruma uygun" güvenli kimlik doğrulama ilkeleri benimsiyor. Bu ilkelerin çoğu da uzun süredir var olan kullanıcı adı/parola yöntemlerini temel alıyor. Dijital hizmetlere yönelik talep artmaya devam ederken ne yazık ki parola yorgunluğunun belirtileri de görülmeye başladı. Kısaca belirtmek gerekirse müşteriler, yaptıkları işlemin risk düzeyi ne olursa olsun hiç bitmeyecekmiş gibi görünen bir dizi kimlik doğrulama işleminden geçmekten bıkmaya

başladı. Bankacılık sektörünün, son kullanıcıları uzaklaştırmaktan kaçınmak için yeni bir yaklaşıma ihtiyacı olduğu açık. Bu yaklaşım da fiziksel geçmişten dijital geleceğe geçişi destekleyen bir dijital güven sağlamak durumunda.

Bu zorlukların üstesinden gelecek bir yol arayan yenilikçi bankalar, öncülüğünü başlıca akıllı telefon üreticilerinin yaptığı biyometrik tekniklere yöneliyor. Parmak izi ve yüz tanıma gibi teknolojiler, dijital bankacılıkta güvenlik ile rahatlık arasında karşılıklı ödün verilmesi gerekliliğini ortadan kaldıracak gibi gö-



Seamless risk assessment and fraud prevention for smart user authentication



rünüyor. Ancak başarının gerçek anahtarı, bu teknolojilerin nasıl yaygınlaştırıldığına yatıyor.

Gemalto'nun Orta Doğu ve Türkiye'den sorumlu Dijital Bankacılık Çözümleri Müdürü Bilal Alhmod, biyometrik kimlik doğrulama teknikleri ve bunların bankacılıkta kullanımıyla ilgili yaklaşımları PSM okurları için değerlendiriyor...

Banka müşterilerinin biyometrik kimlik doğrulamaya hazır olduğu yönünde bir kanıt var mı?

Parmak izi tarayıcısı 2011'de iPhone 5S modeliyle piyasaya sürüldüğünden beri tüketiciler tarafından büyük bir hızla benimsendi. 2018 yılına gelindiğinde tüm dünyada piyasaya sunulan parmak izi sensörlü akıllı telefon sayısının 1 milyarın üzerine çıkması bekleniyor.

Önemli bir nokta, biyometrinin sadece telefonların kilidini açmak için kullanılmanın ötesine hızla geçip çevrimiçi bir uygulamada veya "gerçek dünyadaki" satıcılardan yapılan alışverişlerde mobil ödemeleri güvenli ve sorunsuz bir şekilde yetkilendirmek için kullanılan bir araç haline gelmesi. Bunun sonucunda, giderek artan sayıda kullanıcı, parmak izlerini şimdiden basit ve güvenli bir işlem olarak görüyor. Ayrıca biyometri araç seti hızla genişliyor. "Selfie" kavramına herkesin alıştığı günümüzde yüz tanıma gibi yeni teknolojiler insanlara çok doğal geliyor ve güvenli kimlik doğrulama için bir başka pürüzsüz yöntem sağlıyor. Ses tanıma gibi diğer teknikler de yakın gelecekte kullanıma sunulacak.

Gemalto'nun araştırması da bu trendleri doğruluyor. 2016 yılında yaptığımız bir ankete göre tüketicilerin yüzde 55'i bankacılık alanında biyometriyi zaten kullanıyor veya kullanmaya istekli. Katılımcıların yüzde 80'i biyometrik kimlik doğrulamanın kullanıcı adı/parola prosedürlerinden daha güvenli olduğunu, yüzde 41'i daha rahat kullanıldığını ve yüzde 25'i zaman kazandırdığını belirtiyor.

Peki biyometri kullanımı risk içeriyor mu?

Tüketiciler için güvenlik de rahatlık kadar önemli. Zaten

Gemalto'nun 2016 yılında yaptığı bir ankete göre, tüketicilerin yüzde 55'i bankacılık alanında biyometriyi zaten kullanıyor veya kullanmaya istekli. Katılımcıların yüzde 80'i biyometrik kimlik doğrulamanın kullanıcı adı/parola prosedürlerinden daha güvenli olduğunu, yüzde 41'i daha rahat kullanıldığını ve yüzde 25'i zaman kazandırdığını belirtiyor.

bankalar için de bu taleplerin her ikisinin karşılanması ticari açıdan bir zorunluluk. Bir başka Gemalto anketinde, katılımcıların yüzde 38'i, daha iyi hizmet sunan rakip bir bankaya geçebileceklerini belirtiyor. Katılımcıların yüzde 44'ü ise bir güvenlik ihlali yaşanması halinde bankalarını terk edeceklerini ifade ediyor.

Biyometrinin daha güvenli ve sorunsuz müşteri deneyiminin oluşturulması ne kadar yüksek olursa olsun, bankalar buna kusursuz bir silah olarak bakmamalı. Kullanılabilirlik, basitlik ve güvenlik avantajlarından aynı anda yararlanabilmek için teknolojinin dikkatli bir biçimde uygulamaya geçirilmesi çok önemli. Örneğin kötü tasarlanmış bir uygulama, son kullanıcıları biyometrik kimlik bilgisi hırsızlığına karşı savunmasız bırakabilir ve bu da bankanın dijital ekosistemine duyulan güvenin hızla erimesine neden olur.

O zaman sizce doğru yaklaşım nedir?

Bankalar biyometriyi esnek ve çok katmanlı bir güvenlik yaklaşımına dahil etmeli. Güçlü kimlik doğrulama yöntemleri, her bir işlemin içerdiği risk düzeyine otomatik olarak uyum sağlayacak esneklikte bir karma şekilde kullanılmalı. Gemalto'nun Assurance Hub platformu, bu iddialı hedeflere "davranışsal biyometri" teknolojisini ve gerçek zamanlı risk analizini kullanarak ulaşan yeni nesil çözümlerin öncülerinden. Davranışsal biyometri, adından da anlaşılacağı gibi kullanıcının kimliğini doğrulama alanında her müşteri

Benefits for Banks



Optimized user experience

- > Differentiated user management
- > Frictionless security enabled
- > More transactions accepted thanks to reduced false positives



Improved risk management

- > Multiple layers of assessment (device, location, user behavior, etc.) based on best-in-class solutions
- > Real-time assurance scoring
- > Linked to proven step-up methods
- > Integrating the bank existing scoring systems



Compliance with regulations

- > Privacy by design compliance for data minimization
- > The list of attributes can be customized to adapt to local regulation
- > Cloud regulations compliant hosting facility



Reduced operating costs

- > Pre-integrated, flexible and future-proof solution making it easy to integrate other solutions
- > SaaS solution reducing integration lead-time & cost
- > Reduced number of alerts and claims to the fraud team
- > Efficiently provides rich information to manager alerts and complaints

Tüketiciler için güvenlik de rahatlık kadar önemli. Bankalar için de bu taleplerin her ikisinin karşılanması ticari açıdan bir zorunluluk. Bir başka Gemalto anketinde, katılımcıların yüzde 38'i, daha iyi hizmet sunan rakip bir bankaya geçebileceklerini belirtiyor. Katılımcıların yüzde 44'ü ise bir güvenlik ihlali yaşanması halinde bankalarını terk edeceklerini ifade ediyor.

İçin benzersiz bir profil oluşturulmasına dayanan yenilikçi bir yaklaşım. En son "büyük veri" ve "makine öğrenimi" teknolojilerini kullanan davranışsal biyometri, zengin bir kişisel ve cihaza ait özellikler karışımından yararlanarak gerçek müşterileri dolandırıcılardan ayırıyor. Bunun için genellikle telefon veya tablette tuşlara nasıl basıldığı ya da farenin PC ile nasıl kullanıldığı gibi kalıpları otomatik olarak tanıma teknolojilerinden yararlanılıyor. Ayrıca insana ait bu özellikler, IP adresi ve coğrafi konum gibi cihaza dayanan göstergelerle destekleniyor. Ardından her işlem için kimlik doğrulama düzeyinin önerilmesi sağlanıyor.

Örneğin, müşterinin normal davranış kalıplarına uyan düşük değerli bir işlem anında yapılabilir. Öte yandan, sıra dışı bir konum ya da bilinmeyen bir IP adresi gibi yüksek riskin algılandığı durumlarda işlem engellenebilir. Alternatif olarak, parmak izinin taranması veya bir selfie çekilmesi gibi ek bir kimlik doğrulama işlemi de istenebilir. Assurance Hub'ın önemli bir özelliği de üçüncü tarafların sunduğu türünün en iyisi kimlik doğrulama sistemlerinin kolayca entegre edilebileceği bir platform sağlaması. Böylece bankalar, hepsi bir arada bir çözümün avantajlarından yararlanmaya devam ederken en son gelişmelere de ayak uydurabiliyor.



Tüm risk değerlendirme süreci, son kullanıcının gözünden uzak bir biçimde anında gerçekleşiyor. Bunun sonucunda müşteri deneyimi önemli ölçüde iyileşiyor, gereksiz kimlik doğrulama işlemleri ortadan kalkıyor, sahtekârlığa ve bilgisayar korsanlığına karşı savunma güçleniyor.

Bankalar biyometriye dayanan kimlik doğrulama stratejisinde güvenlik ve rahatlığın ötesinde ne aramalı?

Biyometriye dayanan kimlik doğrulama, gerçek zamanlı risk değerlendirmeyle birlikte kullanıldığında, bankacılık sektörünün hızla dijitalleşmesine yol açmış olan kullanım rahatlığının giderek sıkılaşan güvenlik önlemleri nedeniyle bozulmamasını sağlıyor. Ama bankaların elde edebileceği faydalar bununla bitmez. Gemalto'nun Assurance Hub platformu gibi çözümlerin açıkça gösterdiği gibi bu yeni teknolojiler, her müşterinin kendine ait gereksinimlerini tam olarak karşılayacak şekilde tasarlanmış bir bankacılık teklifi sunulabilmesinin temellerini sağlıyor. Böylece biyometri, tüketicileri biçimsiz ve gereksiz parola isteklerinden kurtarmaktan daha fazlasını yapacaktır. Tüketicileri biyometrik özellikler üzerinde inşa edilen bankacılık hizmetlerinin en az bu özellikler kadar kişisel olduğu bir gelecek bekliyor. ☺

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)



PASSOLiG, 150 bin kredi kartı, 1 milyon banka kartı müşterisi yarattı



Ceyhun Kazancı

Sporda şiddetin önlenmesi amacıyla çıkarılan 6222 sayılı Kanun sonrasında oluşturulan Passolig Kart yatırım dönemini tamamlamak üzere. Bugüne kadar 150 milyon dolarlık yatırım yapan şirket, yeni uygulamalarla taraftarın hayatını kolaylaştırmaya odaklanmış durumda. Passolig Genel Müdürü Ceyhun Kazancı, “Kart kullanıcılarının yüzde 60’ı Aktif Bank müşterisi değil, sadece maça gidiyorlar. 150 bin kredi kartı, 1 milyona yakın da banka kartı müşterisine ulaştık” diyor...

ESİN GEDİK

Nisan 2014’te start alan Passolig uygulaması 3 sezondur devam ediyor. Uygulamanın ilk dönemlerinde ciddi eleştirilere maruz kalan, hatta protesto edilen Passolig artık kabul görmeye başladı. Bugüne kadar 8 milyon kişinin maç izlemek için üye olduğu Passolig, bu yıl en hareketli sezonunu geçireceğe benziyor.

Passolig Genel Müdürü Ceyhun Kazancı, “Önceki sezonlarda görmediğimiz bir ilgiyle karşılaştık. Hem tatil sezonu olması hem de maçların geç saatlerde başlaması nedeniyle ligin ilk dönemleri sönük geçiyordu. Şu anda 800 bini aşkın kart sattık ve maça giriş sayıları da ciddi oranda arttı” diyor. Ceyhun Kazancı ile Passolig’in 3 yılı aşan hikayesini, geldiği noktayı ve yenilikleri konuştuk...

Önce işin finans kısmıyla başlayalım isterse-niz. Bugüne kadar yaptığınız yatırım miktarı hangi seviyeye ulaştı?

Aktif Bank olarak bugüne kadar kulüplere sağladığımız finansal destek modelleri, sponsorluk faaliyetlerimiz başta olmak üzere Türk futboluna 150 milyon dolarlık bir altyapı desteğimiz oldu. Bildiğiniz gibi Nisan 2014 tarihinde kul-

lanılmaya başlandı, hala para yatırmaya devam ediyoruz. Yılda ortalama 750 civarı maç operasyonu yapıyoruz. Bu nedenle ciddi bir personel maliyeti söz konusu. Hem kadro-lu elemanlarımız var hem de part-time çalışanlar elemanlarımız var.

Bir Passolig Kart’ın basım maliyeti 1.5 euro + KDV, yani yaklaşık 7.5 TL’ye geliyor. İlk çıktığında kartlar 15 TL’den satılıyordu. Her yıl enflasyon oranında güncelleme yapılıyor. Bu sezon itibarıyla 19.5 TL’ye çıktı. Ancak kulüpler isterse daha yüksek fiyatla satabiliyor. Örneğin şu anda Galatasaray ve Beşiktaş kulüpleri 36 TL’ye satıyor. Yani satış fiyatını kulüpler belirliyor. Biz bu 19 TL’nin yüzde 53’ünü alıyoruz, kalanı da TFF ve kulüplere gidiyor. Baskı maliyetini düşüğünüzde bize kart başına 2.5 TL kalıyor.

Kart dışında başka geliriniz yok mu?

Bu konuda zamanında çok eleştiri yapılmıştı ama haksızlık edildi. Bu işin finansal durumunu biz yaşıyoruz, biz biliyoruz. Kart dışında bilet satışlarından hizmet bedeli alıyoruz. Tüm kulüplerin biletlerini piyasanın altında bir hizmet bedeliyle satıyoruz. Onun dışında vizeleme dediğimiz, her yıl ödenen bir kart aidatı var. Tüm gelirimiz bu üç kalemden oluşuyor.

Başa dönersek, Passolig'in oluşma sürecini de anlatabilir misiniz? Böylece bu yatırım ve gelir konusunu daha da netleştirmiş oluruz sanırım...

Kısaca anlatayım. Biliyorsunuz, 2011 yılında 6222 sayılı yasa çıkarıldı. Yasanın ardından bu işin düzenlemesi Türkiye Futbol Federasyonu'na verildi. Federasyon tüm stadyumların gerekli altyapıya kavuşturulması için bir ihale şartnamesi hazırladı. Biz de bir Çalık Holding kuruluşu olan E-Kent'le bu ihale girdik. Konsorsiyum ortağımız Netaş'tı. İhalede "29 tane stadyumun altyapısını 100 milyon TL'ye yaparız" dedik ve kazandık.

Biliyorsunuz her yıl liglere yeni takımlar, haliyle yeni stadyumlar geliyor. Birçok yeni stadyum yapılıyor. Federasyon bu 100 milyon TL'lik bedeli kulüplerden isteyecekti. İşte burada devreye Aktif Bank girdi. Federasyona Passolig Kart çıkarma projesini sunarak bir futbol ekonomisi modeli önerdi. Bu proje kabul edildi ve Aktif Bank Passolig'i oluşturmak için 53 milyon dolarlık bir sponsorluk anlaşması yaptı. Bu durumda ne TFF'ye ne de kulüplere herhangi bir maliyet yansıtıldı.

ORTA ÖLÇEKLİ BİR BANKA BÜYÜKLÜĞÜNE ULAŞTI

Bugün itibarıyla 53 milyon dolarlık sponsorluk tutarının tamamı kullanıldı mı?

Evet, bugün itibarıyla o seviyeye gelindi. Anlaşma 2019'a kadar yapılacak stadyumlarla ilgiliydi. O tarihe kadar 5-6 yeni stadın gelmesini bekliyoruz. Bunların altyapısını da kurarken kulüpleri zor durumda bırakmayacak şekilde TFF ile bir formül üzerinde çalışıyoruz.

Passolig'in üç kart tipi var: Maçlara girişi sağlayan ön ödemeli cüzdan kartı, banka kartı ve kredi kartı. Oradaki dağılım nedir?

3 milyon 100 bin kartın yaklaşık yüzde 60'ı ön ödemeli (pre-paid) dediğimiz banka müşterisi olmayan bir kitle. Yani bu kesim sadece Passolig Kart ile maçlara gidiyor. Yüzde 5'i yani yaklaşık 150 bin kişi kredi kartı sahibi, yüzde 35'i de banka kartı sahibi. 1 milyona yakın banka kartı var. Yüzde 60'lık kısma müşterimiz olmadığı için pazarlama yapmıyoruz.

Yeni müşteri sayısında orta ölçekli bir bankanın büyüklüğüne ulaşmışsınız...

Elbette iyi bir rakam bu, eskiden bu alanda hiç müşterisi olmadığını düşündüğümüzde oldukça mantıklı. Dediğim gibi operasyon maliyetlerimiz çok yüksek ancak bu körü körüne girilmiş bir iş değil elbette, Aktif Bank bu projeye yeni müşteri elde etmeyi hedefledi.

3 SEZONDA 7 MİLYON KİŞİ MAÇ İZLEDİ

Şu ana kadar kaç tane Passolig Kart'ı sattınız? Bu yıl ilginin daha fazla olduğunu söyleyebilir misiniz?

Türkiye'nin 26 ilindeki 46 stadyumda gerçekleştirdiğimiz geniş kapsamlı altyapı çalışmalarımızın sonunda 3 sezonda toplam 7 milyon sporsevere hizmet verdik.

Bu sezon Passolig Kart sahibi taraftar sayısı 3 milyon 100



bine ulaştı. 2016-2017 futbol sezonunda 800 bin kişi Passolig ailesine katılırken geçen sezon boyunca 4.5 milyon kişi stadyumlarda maç izledi.

Ağustos ayının son haftasında oynanan maçlarda biletlerin tümü satıldı. Burada yeni uygulamaya koyduğumuz bir sistemi de anlatmak istiyorum. Kombinesi olan bir taraftar

MAÇA GİDEN KADIN TARAFTAR ORANI YÜZDE 10



3.1 milyonluk Passolig Kart sahiplerinin yüzde 25'i 18-25 yaş aralığında. Onu yüzde 17 ile 26-30 yaş grubu izliyor. Kadın taraftar sayısı yüzde 9-10 aralığında değişiyor. İl bazında kart sayısında ise İstanbul'u Bursa, Ankara ve İzmir izliyor. En fazla kart 565 bin 500 ile Fenerbahçe taraftarı tarafından alınmış durumda. Galatasaray logolu kart sayısı 546 bin, Beşiktaş logolu kart sayısı ise 529 bin.



maça gitmeyecekse ve kartını da devredecek kimse bulamamışsa kombinesini tek maçlığına kulübe iade ediyor. Kulüp de bu kombineyi o maç için satıyor. Bilet parasının yarısını kulüp alıyor, yarısı da o taraftarın bir sonraki sezon kombine fiyatından düşülüyor. Bu uygulama özellikle büyük takımların maçlarında oldukça rağbet görüyor. Kapasitenin üzerinde bilet satılmış oluyor böylece.



Kartların kulüp dağılımı nasıl?

Şu anda 565 binle en fazla kart sayısına Fenerbahçe sahip. Galatasaray 549 bin, Beşiktaş 529 bin kartla onu takip ediyor. Tabii bu rakamlar stad kapasitesiyle ilgili. Bu üç takım toplam Passolig Kart'ın yarısını oluşturuyor. Anadolu'da Trabzon dışında Atiker Konyaspor taraftarının ciddi ilgisi var, şu anda 110 bin rakamını geçtiler. Ardından da 103 binle Bursaspor geliyor...

Bu iki takımın da yeni stadı var, ilgi bu nedenle mi artıyor?

Hakkınız, bu iki takımın da yeni stadyumları açıldı, bu yüzden maça gelen taraftar sayısında da ciddi bir artış oldu. Yeni stadyumlar çok ciddi etkiliyor, en büyük rakibiniz artık televizyon, insanlar artık rahat edemediği maçlara, stadyumlara gitmiyor. Konforlu alanlar yaratılması etkiliyor. Aynı durum Antalyaspor'da da görüldü, kart sayısı yeni stadın açılışı ve takımın sportif olarak iyi gitmesi üzerine birden 80 bine çıktı. Yeni Malatyaspor'da da bu durum yaşanacak.

“PEPE İLK KEZ BOŞ TRİBÜNLERE OYNADI”

Tribün kapatılması çok tartışılan bir konu. Hatta siz de bu konuda çeşitli eleştirilerde bulunmuştunuz. Bir değişiklik olacak mı cezalandırma konusunda?

Biz de TFF de 6222 sayılı kanuna göre hareket ediyor, yasanın çıktığı dönemde yani 2011 yılında tribünlerde ciddi sorunlar vardı. Bunu önlemek için çıkarıldı sert bir kanun ancak cezai müeyyideler bizce daha sert olmalı. Sertlikten kastım şu, sahaya bir şey atan kişinin gerçekten canı yanmalı ki bir daha yapmasın. Şimdi sahaya bir şey atılıyor, tüm tribün kapatılıyor, haliyle herkes cezalandırılmış oluyor. Şiddette bir azalma var ama bazı değişiklikler olmalı. Tribün kapatılması herkes için ciddi bir karar. Örneğin Beşiktaş, Pepe adlı dünya çapında bir oyuncu aldı, maç sonrasında “Ben hayatımda ilk kez boş tribünlere maç oynadım” açıklaması yaptı. Maçtaki tüm güvenlik kameralarını biz koyuyoruz, tespitleri yapıp görüntüleri ilgililere veriyoruz. Ne ceza konusunda ne de tespitten bir adım sonrasında etkimiz var.

KUPA FİNALLERİNDE DE PASSOLİG OLACAK

Süper Kupa maçında ciddi sorun yaşandı, neden Passolig uygulanmadı?

Kanun bu uygulamanın en üst iki ligde uygulanacağını söylüyor. Buradan sadece lig maçları anlaşılıyor. Ancak Avrupa maçlarında da kulüpler istiyor. Bu da bizim hizmetimizden memnun olduklarını gösteriyor. Herhangi bir olay olduğunda tespit etmesi kolay. Hangi sistemi kullanacağına organizasyonu düzenleyen kurum karar veriyor. Örneğin Beşiktaş Kulübü, “Ben Avrupa maçlarında Passolig istiyorum” diyor, talep gelirse biz yapıyoruz. Sonuçta bu kulübün kendi malı, istediği gibi satabilir. Süper Kupa finaline dönersek, organizasyonun sahibi Türkiye Futbol Federasyonu, kanuna tabi olmadığı için, tarafsız sahada olduğu için kağıt bilet

yapıldı. Ancak istenmeyen olaylar yaşandı. Zaten bakanlık da müdahale etti, artık hem Türkiye Kupası hem de Süper Kupa finalinde Passolig uygulanacak. Ancak Türkiye Kupası'nda final dışındaki diğer maçlarda Passolig uygulanmayacak. Bu organizasyona Anadolu'nun her yerinden, alt liglerden takımlar da katılıyor. Dolayısıyla oralarda altyapı olmadığı için Passolig uygulanmayacak. Zaten finale kadar bu tür maçlarda pek sorun da yaşanmıyor.

Basketbol ve voleybol ligleri de gündemdedi, bir gelişme var mı?

6222 sayılı kanunda basketbol ve voleybol ligi de geçiyor ama orada da teknik altyapı ihtiyacı var. Bunun kararını ilgili federasyonlar verecektir. Ancak bazı takımlarımız orada da Passolig istiyor. Örneğin, Beşiktaş-Fenerbahçe serisinde ciddi olaylar oldu ve saha boşaltıldı. Kulüp yöneticileri bu tür olayların yaşanmasını istemiyor. Zorunlu olmayacak şekilde bu tarz bir kayma, talep olacağını düşünüyorum. Ancak bu teknik altyapı maliyetini karşılamak zor. Büyük takımlar karşılar ama Anadolu'da çok sayıda basketbol takımı var ve bütçeleri çok mütevazı.

EKOLİG İLE FUTBOLUN HARİTASINI ÇIKARIYOR

Ekolig adlı bir rapor yayınladınız geçen yıl, devamı gelecek mi?

Bizim için önemli bir çalışma. Futbolun tam ortasındayız ve elimizde ciddi bir data birikiyor. Bunu Türk futbolunun katkısına sunmak istedik. Elimizdeki verilerle bir rapor hazırlamaya başladık. Tamamen kulüplerin gelirlerine odaklı bir çalışma yaptık. Üç gelir kalemi belirledik. Maç günü gelirleri, yayın gelirleri, sponsorluk ve reklam gelirleri kalemi oluşturduk. İlkinde biraz uzak davrandılar ama bu yıl tüm kulüplerden bilgi aldık. Ekim ayında kamuoyuyla pay-



laşacağız. Hem taraftar profilini ortaya koyacağız hem de kulüplerin finansal durumunu... Bu raporda ciddi yükseliş gösteren bazı takımları da mercek altına alacağız. Örneğin, yükseliş trendinde olan Başakşehir ve Yeni Malatyaspor'u inceledik. Yeni Malatyaspor yükselişte, yeni stadyumları açılınca çok daha iyi olacak. Lige de fena başlamadılar.

Başakşehir iyi futbol oynayan bir takım ama taraftarı yok denecek kadar az. Kaç Passolig kartı var?

Evet diğer kulüpler gibi değil ama yavaş yavaş oluşmaya başladı. Yeni bir takım olduğu için Başakşehir ilçesiyle bütünleşmeye çalışıyorlar. Başakşehir de yeni bir semt, orada bir mahalle kültürü henüz oturmadı. Ancak kulüp o algıyı yaratmak için yoğun çalışma yapıyor. Her geçen gün artıyor taraftar sayısı. Şu anda 35 bin 190 kartları var. Anadolu'da belediyeler taraftar sayısını artırmak için çalışmalar yapıyor. Belediyeler bu işe kaynak ayırıyor, biz de kartları hazırlayıp dağıtımını yapıyoruz.

MOBİL UYGULAMAYI 400 BİN KİŞİ İNDİRDİ

Ceyhan Kazancı, Passolig mobil uygulaması ve kullanım oranlarıyla ilgili şu bilgileri paylaşıyor: "Açıkçası mobil uygulamamıza yönelik yoğun ilgi bizi de şaşırttı. Bu kadar hızlı ilerleyeceğini düşünememiştik. Bugüne kadar 400 bin kişi uygulamamızı indirdi. Galatasaray-Sivasspor maçında 6 bin kişi mobil uygulamayla maça girişi yaptı. Bunun önemli bir kısmı da tek geçişli kart sahibiydi. Beşiktaş-Bursaspor maçında 4 bini aşkın kişi de mobil uygulamamızı kullandı. Turnikeye gidip telefonunuzu gösterip içeri giriyorsunuz, yerinde inceledik

hiç kuyruk yoktu. Bu uygulamayı çok önemsiyoruz. Üzerine yenilikler katarak yoğun bir şekilde kullandığı bir platforma dönüştüreceğiz. Futbolla ilgili bir portal haline getireceğiz." Peki mobil uygulama varken fiziki karta neden ihtiyaç duyulsun? Neden kart parası alınıyor? Kazancı'nın bu soruya yanıtı da şu şekilde: "Kart parası bu işin ekonomisinde var. Çünkü sponsorluk işinin arkasında bu var. O para olmazsa kimse bu işi yapmazdı. Aksi durumda kulüplere yük binecekti. Elbette rahatsız olan taraftarlar var ama



yılda bir kere verilen bir para ve devam edecek."



Alpay Sidal

ingenico GROUP

Ingenico Group, 3 milyon dolarlık yatırımla Türkiye TSM merkezini kurdu. Ingenico Türkiye Genel Müdürü Alpay Sidal, “Şu anda sahada çalışan 160 binden fazla cihazla 110 binden fazla işyerinde hizmet veriyoruz. TSM merkezimizle tüm sektöre hizmet verirken, farklı uygulamalarımızı daha etkin bir biçimde hayata geçirip esnafımızın ek gelir kazanmasını da sağlayacağız” diyor...

INGENICO, ESNAFA BİR ADIM DAHA YAKLAŞTI

Ingenico Group, 1998 yılında girdiği Türkiye pazarı için yatırımlarını sürdürüyor. Ingenico'nun, 3 milyon dolar yatırımla hayata geçirdiği ve yazarkasa POS cihazlarının yönetiminin yapıldığı TSM (Trusted Service Manager) merkezi, kayıt dışı ekonomiyle mücadelede destek olurken, farklı uygulama ve modellerle esnafa

para kazandıracak, sektöre hizmet verebilecek. Ingenico Türkiye Genel Müdürü Alpay Sidal, TSM merkezimizle tüm sektöre hizmet verirken, farklı uygulamalarımızı daha etkin bir biçimde hayata geçirip esnafımızın ek gelir kazanmasını da sağlayacağız” diyor.

Sidal, bu uygulamaların bazılarının mükelleflerin ek gelir

kazanmasına altyapı oluştururken, bazılarının da mevcut sistemlerine ve operasyonlarına kullanım kolaylığı getirip verimliliklerini artırdığını vurguluyor. Uydu takip sistemiyle kapıda ödeme yaptıran projeler buna örnek veren Sidal, TSM sistemini farklılık yaratacak bir araç olarak gördüklerini belirtiyor.

TSM merkezi sadece Ingenico yazarkasa POS'lerden geçen işlemleri takip etmiyor, ek olarak satış, operasyon, faturalama, bakım onarım süreçlerinde de kullanılıyor. Sidal, TSM merkezinin, Ingenico'nun tüm operasyonlarının takip edilebildiği, bankaların ve bakım onarım firmalarının, kısacası Ingenico'nun hizmet aldığı ve hizmet verdiği tüm kurumların ERP (kurumsal kaynak planlama) sistemlerine entegrasyonunun başarıyla sağlandığı, yaşayan ve her geçen gün büyüyen bir sisteme dönüştüğünü vurguluyor.

Tek cihaz üzerinde 200'da fazla uygulama

TSM, kullanıcı işyerlerinin yazarkasa POS'lar üzerinden KDV fişi vermesinin ötesinde, para kazanmalarını sağlayacak katma değerli hizmetlerin de altyapısını oluşturuyor. Sidal, bu hizmetleri şöyle örneklendiriyor:

Ingenico yazarkasa POS'lar, son teknoloji tasarımları sayesinde üzerinde geliştirilen özel uygulamalarda en çok çeşitliliğe cihazlardır. En son duyurusunu yaptığımız 'Turkcell Satış' da dahil 200'den fazla uygulamayla esnafımız yazarkasa yatırımını kazançlı bir modele dönüştürebilir, operasyonel verimlilik sağlayabilir. Örneğin, kapıya teslim yemek dağıtım yapan bir esnafımız, tek bir Ingenico yazarkasa POS üzerinde dilediği sayıda banka uygulamasını kullanabilir, yemek kartlarıyla ödeme alabilir, hatta Zubizu gibi özel sadakat uygulamalarıyla müşterisine indirim sunabilir. Dilerse seyyar cihazlarımızda bulunan uydu takip uygulamasıyla dağıtım yapan motorlu araçlarını haritadan takip edebilir. Tax free (vergisiz) satış yapabilen esnafımız, bilgisayar gibi farklı bir cihazdan form doldurup müşterisini bekletmek yerine, yaptığı satış için Ingenico yazarkasa POS'lardan otomatik olarak vergi iade formu alabilir; müşteriye ait pasaport bilgilerini Ingenico yazarkasaların dokunmatik ekranını kullanarak girebilir. Markamızı tercih eden esnafımız tüm bu uygulamaları, uygulama sağlayıcı firma veya finansal kuruluşlarla belirlenen cüzi aylık bedellerle kullanıma açtırabilir. Ek gelir veya ek verim alamazsa, yani faydasını görmezse, hizmet sağlayıcı firmadan onay alarak ertesi ay kapattırabilir. Böylece sadece kendisine ek gelir sağlayan ve verimlilik artıran uygulamaları kullanır."

Ingenico yazarkasa POS'larda, yemek çeki özelinde şu anda Multinet, Sodexo ve Ticket uygulamaları çalışıyor. Alpay Sidal, Metropol Kart uygulamasının da tamamlandığını, pilot çalışma aşamasında olduğunu söylüyor.

Ingenico da kendisinden cihaz alan büyük küçük işletmeleri dönem dönem çeşitli kampanyalarla destekliyor. Sidal,



"Çoklu banka uygulaması kullanan ve 1000 adetten fazla ÖKC'si olan organize perakendecilere özel imkanlar başta olmak üzere, altın kampanyamız ve ek uygulamalarımızla esnafımızı desteklemeye devam ettik, ediyoruz. Amacımız ÖKC cihazımızı sadece fiş kesen bir cihaz olmaktan öteye taşıyarak, uygulama merkezi haline getirip esnafımızın günlük iş akışında ek gelirler sağlamasına destek olabilmek. Bu yüzden sadece KDV fişi veren cihaz almanın ötesinde ek gelir elde etmek isteyen mükelleflerimizin ilk tercihi son dönemde Ingenico oldu" diyor.

"Uygulama sayısı ve GMP3 dönüşümünde lideriz"

Ingenico, rakiplerine göre yazarkasa POS pazarına biraz geç dahil olmasına karşılık son dönemlerde yaptığı atakla pazar payını artırdı. Alpay Sidal, şirketin satış ve Pazar payıyla ilgili şu bilgileri paylaşıyor: "Yeni nesil ÖKC kanunu doğrultusunda ilk satışlar 2013'ün son çeyreğinde başlamıştı. Bizse Ingenico olarak yazarkasa POS pazarına 2014'te girdik. Gecikmemizin nedeni, o tarihte geçerli olan tebliğe en uygun cihazı sıfırdan tasarlamak için yaptığımız çalışmalarıdır. Dolayısıyla ilk satışımız diğer oyuncularından yaklaşık 7 ay daha geç gerçekleşti. Ancak zaten amacımız ilk çıkan olmak değil, en kaliteli cihaz sunan olmaktır. Geç ve sıfırdan girmiş olduğumuz pazarda şu anda yaklaşık yüzde 18 pazar payına sahibiz. Sahada çalışan 160 binden fazla cihazla 110 binden fazla işyerinde hizmet veriyoruz. Uygulamalar ve GMP3 protokolü açısından da bakıldığında cihaz başına uygulama sayısı olarak pazar lideriyiz."

"Organize perakendecilere tanınacak istisna yanlıştır değil"

Başta süpermarket zincirleri olmak üzere bilgisayar bağlantılı ödeme kayde



dici cihaz kullanan; e-fatura, e-defter mükellefleri olmak üzere belli kesimlere yeni nesil ÖKC kullanma muafiyeti öngören tebliğ tasarımı beklemeye alındı. Alpay Sidal'e bu konudaki düşüncesini sorduğumuzda şu yanıtı alıyoruz:

"Taslak tebliğle otorite tarafından belirlenen sayıda yazarkasa cihazı olan organize perakendecilerin -ki burada sayılar büyük mağazaları kapsıyor- halihazırda e-fatura sistemi kullanması ve GİB'e istenen raporları online olarak sunabilmesi şartıyla mevcut cihazlarını donanım süreleri dolana kadar kullanmasına izin veriyor. Yeni nesil ÖKC kullanımı, özünde KDV ve gelir vergisini denetlemek için çıkarıldığından ve bahsi geçen organize perakendecilerin zaten GİB tarafında en yüksek vergi mükellefleri olmasından ve tüm işleri ödemeyle entegre edilmiş şekilde otomatik olarak vermesinden dolayı, bir istisna ile yeni nesil ÖKC sistemi dışında ele alınmasını yanlış bulmuyoruz. Sahada çalışan mevcut EFT POS parkının çok büyük kısmının 5 yaşından eski olduğu düşünülürse, zaten mağaza sistemi de eski olan organize perakendecilerin de yakın zamanda geçişlerini yeni nesil



ÖKC'lerdeki avantajları göz önüne alarak yapacaklarını düşünüyoruz. Yani bu tebliğ belirli bir zaman için organize perakendecilere süre tanıyor. Bu kapsam dışında kalan tüm mükelleflerin 31 Aralık 2017 tarihine kadar yeni nesil ÖKC alma zorunluluğu devam ediyor."

"Yazarkasa dönüşümünün yüzde 64'ü tamamlandı"

Peki büyük yazarkasa dönüşümünde sayısal ve oransal olarak hangi seviyeye gelindi? Söz konusu dönüşüm planlandığı gibi 2018 başına kadar tamamlanabilecek mi? Erteleme ya da vazgeçme gibi bir durum söz konusu olabilir mi? Alpay Sidal, bu soruyu da şöyle yanıtlıyor:

"Açıklanmış resmi bir rakam olmasa da yaklaşık 950 bin adet cihazın değişimi yapıldı diye düşünüyoruz. Tahminimizce bu adetler potansiyel sayının yaklaşık yüzde 64'üne denk geliyor. Yani pazarın büyük kısmı geçiş yaptı. Kalan 500-600 bin adetlik değişim içinse son tarih halen 31 Aralık 2017. Fakat yukarıda bahsettiğimiz yeni taslak tebliği üzerine bazı basın organlarında 'yeni nesil ÖKC geçişi durduruldu' şeklinde hatalı haber yapılması geçiş sürecini baltaladı. Esnafın kafası karıştı. Dolayısıyla bu yanlış algı düzeltilmeden, yıl sonuna kadar kalan adetlerin sahaya kurulması mümkün olmayacaktır diye düşünüyoruz." ☹

"ARAŞTIRMADAN, SORGULAMADAN YENİ NESİL ÖKC SATIN ALMAYIN"

Eskiden yazarkasa olarak adlandırılan cihazlar yasal zorunluluk sebebiyle alınıyor ve sadece KDV fişi kesebiliyordu. Günümüzde yeni nesil ÖKC (ödeme kaydedici cihaz) olarak adlandırılan cihazlarsa esnafa ek kazanç sağlıyor, verimliliği artırıyor. Alpay Sidal, yeni nesil ÖKC'leri önümüzdeki 1-2 yıl içinde çok farklı uygulamalarla daha da öne çıkacak, tıpkı cep telefonları gibi "akıllı makineler" olarak tanımlıyor. Ardından da yeni cihaz alacak ya da mevcut cihazını yenileyecek olan işletme sahiplerine şöyle sesleniyor: "İş ihtiyaçlarınıza göre size en uygun cihazı araştırıp satın almazsanız; farklı uygulamalar için başka cihazlar aramak zorunda kalabilirsiniz. Dolayısıyla araştırmadan, sorgulamadan yeni nesil ÖKC satın almayın."



FİNTECH PLATFORMU KOOP İSTANBUL'DA AÇILIYOR



Demet
Zübeyiroğlu

Küresel ölçekte finans dünyasının değiştiği, alternatif ürün ve hizmetlerin tercih edildiği yeni bir döneme giriliyor. Bu yeni döneme de finans ile teknolojiyi birleştiren FinTech'lerin damga vurması bekleniyor. Değişen kullanıcı ihtiyaçlarını öngörerek yenilikçi hizmetler sunan, mobil dünyanın avantajlarını da vatandaşın ayağına getiren FinTech sektörünün iş dünyasını dönüştürmesi öngörülüyor. Hem kurumsal hem de bireysel tüketicilere sunulan işlemleri daha uygun ve hızlı şekilde gerçekleştiren, dahası Finans sektöründe paradigma değişimine yol açan FinTech'ler, farklılaşan hizmet ve çözümleriyle birlikte aldıkları yatırımlarla da dikkat çekiyor. "Türkiye Fintech Ekosistemi" raporuna göre, bu sektörün yılda ortalama yüzde 14 büyümesi öngörülüyor. Girişim sermayeleri ve melek yatırım ağları son dört yılda ülkemizdeki FinTech girişimlerine toplam 53.2 milyon dolarlık yatırım yaptı. Teknolojinin hızla gelişmesi ve finansal bilincin olgunlaşmasıyla sayıları artan FinTech girişimleri bizde de hızla yaygınlaşıyor. İhtiyaç odaklı çözümleriyle dikkat çeken FinTech'ler daha fazla insana daha kolay ulaşabiliyor.

Finans dünyası ile teknolojiyi bir araya getirerek kuvvetli bir ekosistem oluşturmak üzere yola çıkan FintechPark, KOOP'un Türkiye platformunu eylül sonunda yapılacak tanıtımla devreye alacak...



Finans ve teknoloji dünyasını bir araya getirecek

Finans dünyası ile teknolojiyi bir araya getirerek kuvvetli bir ekosistem oluşturmak üzere yola çıkan FintechPark, KOOP ile FinTech şirketlerine, finansal kuruluşlara, perakendecilere, telekom operatörlerine, teknoloji şirketlerine ve diğer sektör oyuncularına yüksek katma değerli hizmetler verecek. Üyelerine diğer sektör katılımcılarıyla birlikte yer alabilecekleri ortak çalışma alanları ve ofis seçenekleri gibi fiziksel alanların yanında, dijital işbirliği ortamı için bir API Sandbox Platformu da sunacak olan KOOP, FinTech sektörüyle ilgili konferanslar, çalıştaylar, yuvarlak masa toplantıları ve uluslararası FinTech merkezlerine turlar düzenleyecek. Ayrıca sektörle ilgili araştırmaları ve sektör raporlarını organize edip mentorluk, iş geliştirme ve yatırım danışmanlığı hizmetleri sunacak. KOOP LAB'da ise özel projelerin yanı sıra hızlandırma programları, uluslararası açılım ve dijital dönüşüm gibi özel paket programlara da yine kooperatif yapılarla imza atacak. KOOP'un Türkiye platformunun eylül sonunda yapılacak tanıtımla devreye alınacağını açıklayan KOOP Program Başkanı ve FintechPark İş Geliştirme Ortağı Demet Zübeyiroğlu, "KOOP, FinTech sektöründeki oyuncular açısından birleştirici bir role sahip olacak. İletişim, bilgi, iş birliği ve geliştirme faaliyetleriyle önemli bir destek ve sinerji sağlayacağımızı düşünüyoruz. Platformun, birlikte doğacak güçle Türkiye finans sektörünün bölgedeki konumunu güçlendirmesinin yanı sıra pazarlar arasındaki etkileşim ve iş birliğinin artırılmasında öncü rol oynamasını bekliyoruz. KOOP platformunu yaygınlaştırmayı, Doğu Avrupa, Orta Asya, Kuzey Afrika ve Ortadoğu'daki diğer pazarlara da açılmayı planlıyoruz. Bu sayede finansal araç ve hizmetler, modern ekonomi yapılarının olmadığı yerlerde tüketiciler için de erişilebilir olacak" diyor



“Cyborg”laştırabildiklerimizden misiniz?

Son dönemlerde Amerika’da isteyen çalışanlarına mikroçip takmaya başlayan Three Square Market ile ilgili pek çok haber medya kanallarında karşımıza çıktı. Firma, gönüllü çalışanlarının deri altına piring tanesi büyüklüğünde bir mikroçip yerleştirerek çalışanların şirkete giriş çıkışlarını, bilgisayarlarını açmalarını, otomattan yiyecek almalarını kolaylaştırmayı hedefliyor. Şirkette bu teste beklenenden büyük bir ilgi var ve 80 çalışanın 50’si gönüllü olarak çalışmaya katılmış durumda. Yani bu çalışanlar temel olarak gönüllü birer “cyborg” haline gelmiş durumda.

Deri altına çip yerleştirmek ilk defa denenmiyor. Hatta Amerika’da yaşayan Amal Graafstra, 2005 yılında kendi deri altına yerleştirdiği çiple 12 yıldır yaşıyor. Kendisiyle yapılan röportajda evinin ve arabasının anahtarlarını çok sık kaybettiğini, buna bir çözüm ararken öncelikle biyometriyi araştırdığını, ancak iris ve parmak izi okuyucu gibi teknolojilerin o dönemde çok pahalı olduğunu ve yeterince güvenilir bulmadığını belirtiyor. Bunun üzerine eline



Özge Çelik
Bankalararası Kart Merkezi
İş Geliştirme Direktörü

çip taktırmaya karar vermiş. Gelecekte ise bu çipe kredi kartı, pasaport eklemek üzere çalışmalar yaptığını aktarıyor. Diğer yandan, henüz sağlığa bir zarar verip vermediğiyle ilgili bilgi olmasa da ez azından kişinin mahremiyet haklarına çok dikkat edildiği belirtiliyor. Tüm bu gelişmeler olurken benim aklıma ise “Bu kadar dijitalleşen bir dünyada doğruların geleceğinin gerçekten fiziki çiplerde mi olması gerektiği” sorusu geliyor. Her gün kimliğimizi online veya fiziki dünyada defalarca doğrulanması gerekiyor. Bu da bize kullandığımız her yeni uygulama, alışveriş yaptığımız internet sitesi, bankamız, e-devlet

işlemlerimiz, şirkete giriş çıkışlarımız için onlarca farklı şifre ve/veya kart olarak geri dönüyor. Tüm bunları çok daha güvenli ve kolay yönetmeye yarayacak dijital kimlik ise bir başka alternatif olarak karşımıza çıkıyor. Birçok ülkede bu konuda çalışmalar yapılıyor, ürünler hayata geçiriliyor.

Derime çip taktırmak yerine tüm ekosistemi kapsayan, herkese açık ve güvenliğin en üst seviyede olduğu bir dijital kimlik kullanmayı tercih ederim, siz ne dersiniz?

WEF, FinTech kaynaklı dönüşümü masaya yatırdı

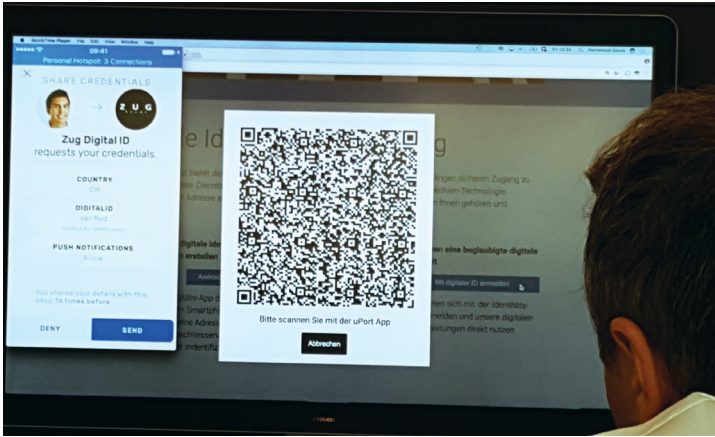


Beyond Fintech: A Pragmatic Assessment Of Disruptive Potential In Financial Services

Hazırladığı raporlarla pek çok sektörün dünyadaki gelişimine yön veren Dünya Ekonomik Forumu (WEF), bu kez mobil ödeme, dijital bankacılık, kitlesel fonlama gibi alt başlıkların olduğu son derece kapsamlı bir rapor yayınladı. "Beyond Fintech: A Pragmatic Assessment of Disruptive Potential in Financial Services" isimli çalışmada ödeme sistemleri, ödeme dünyasının

alternatifleri, sigortacılık, dijital bankacılık, geleneksel bankaların karşılaştığı riskler, dijital bankacılığın önündeki engeller, kredi ve borç verme, yatırım yönetimi, yapay zeka, kitlesel fonlama gibi çok önemli başlıklar pek çok alt araştırma ile sunuluyor. Rapor, FinTech dünyasının son dönemlerinde hazırlanmış en temel ve kapsamlı çalışmalardan birini oluşturuyor.

İsviçre'de kimlikler Ethereum ile doğrulanacak



Kripto para girişimlerine sunduğu ekosistemle bilinen İsviçre'nin Zug şehri, Ethereum tabanlı yeni kimlik servisini duyurdu. Eylül ayında hayata geçirilmesi planlanan sistem, her bireyin kimliğini kendine özgü bir kripto adrese bağlayan yeni bir uygulama aracılığıyla kullanılacak. Teknolojik altyapı olarak Ethereum geliştirici topluluğu ConsenSys tarafından hazırlanan uPort kimlik

platformunu kullanacak olan uygulamanın geliştirilmesinde İsviçreli FinTech girişimi ti&m ve Lucerne Ekonomi Üniversitesi de katkıda bulunuyor.

Dijital para birimleri ve Blockchain girişimleri açısından Avrupa'nın önemli merkezlerinden biri haline gelen Zug, bu atılımlarla FinTech dünyası için cazibesini artırmaya çalışıyor.



Blockchain milyarlarca insana kimlik verebilir

Accenture ve Microsoft kayıt altında olmayan kimliklerin belirlenmesi için prototip bir sistem oluşturmak üzere blockchain tabanlı bir altyapı kuruyor. Uzmanlara göre blockchain teknolojisi, dünyanın dört bir yanından 1.1 milyardan fazla kişinin kimlik tespiti konusundaki zorlu mücadeleyi çözmek için anahtar rol oynayabilir.

Küresel yönetim danışmanlığı grubu Accenture, yazılım devi Microsoft ve profesyonel hizmetler şirketi Avanade, New York'ta düzenlenen Birleşmiş Milletler destekli ID2020 Zirvesi'nde bir harekete geçme çağrısına yanıt olarak, blockchain teknolojisine dayalı bir kimlik prototipi geliştirdiklerini açıkladılar.

1.1 milyar insanın kimlik sahibi olması aynı zamanda bu insanların bankacılık ve finansal hizmetlerden de faydalanabileceği anlamına geliyor.

Küçük bankalar mobilde rekabet için ortaklık kurmalı

Küçük bankalar mobilde rekabet için ortaklık kurmalı. Küresel ölçekteki bankaların her geçen gün yeni mobil uygulamalarını duyurması, rekabette geride kalan küçük bankaların elinde tek bir koz bırakıyor: Ortaklık... ABD merkezli First Tennessee Bank'ın Dijital Kanal Başkan Yardımcısı Kevin Karrels verdiği bir röportajda, konu mobil uygulamalar olduğunda kendileri gibi küçük ölçekli bankaların küresel bankalarla rekabet etmesinin neredeyse imkansız olduğunu belirtti.

JP Morgan Chase, Bank of America Merrill Lynch ve Wells Fargo gibi bankaların her geçen gün yeni mobil özellikler duyurduğu

hatırlatıldığı sohbet, böylesi büyük isimlerin imkanlarına sahip olmayan bankaların kendi başlarına rekabete giremeyecekleri vurgulandı. Karrels, First Tennessee gibi bankaların mobil uygulama konusunda sadece tek atımlık güçleri olduğunu ifade etti. Wells Fargo gibi dev rakiplerinin ise başarısız olmayı göze alacak ve yeni özellikler sunmak için riske girebilecek düzeyde sermayeye sahip olduklarına dikkat çekti. Karrels, bölgesel bankaların dünya devleriyle rekabet edebilmesinin tek yolunun ise ortaklıktan geçtiğinin altını çizdi.



Kaynak: FinTechIstanbul.org



BLOCKCHAIN ile “yeni bir bakış” açısı geliştirilmeli

Blockchain’e, Bitcoin’in temelini oluşturan ve diğer özellikleriyle hayatımızı pek çok açıdan değiştirecek bir kavram olarak bakarsanız hatalı bir başlangıç yaparsınız. Birlikte farklı bir açıdan bakmaya ne dersiniz?



AHMET USTA

Bankalararası Kart Merkezi Genel Müdürü Dr. Soner Canko, “Ahmet, blockchain ile ilgili bir kitap yazmalısın” dediğinde beni bekleyen zor süreci tam kavramış olsaydım belki de kaçacak bir yol bulmak için şansımı deneyebilirdim. Öte yandan, genel bir bakış açısıyla içine adım attığım bu dünyanın karmaşası ve aynı zamanda sadeliğini çözmek önce benim ve sonra bu zorlu yolda tüm desteğini sunan Dijital Teknolojiler Çözüm Mimarı Serkan Doğantekin için mutlaka ulaşmamız gereken bir hedefe dönüştü. Blockchain dünyasını olabilecek en sade şekilde okuyucuya anlatmaya çalıştığımız kitabımızın ismi ilk aşamada belli değildi. Kaba bir taslaktan



ibaret olan kitabımız için her bir bölüm yazılı hale gelip, ardi ardına sıraya girdikçe blockchain kavramını da yeniden keşfetmeye ve her defasında bölümleri tekrardan elden geçirmeye başladık.

BKM Genel Müdür Yardımcısı Celal Cündoğlu, BKM İş Geliştirme Direktörü Özge Çelik ve BKM İş Geliştirme Müdürü Okan Yıldız’ın katkıları ve tavsi-

yeleriyle nihayet kitabımıza bir isim verebileceğimiz noktaya gelerek “Blockchain 101” adı altında kısa ancak hedefli, yalnız ancak yeterli içeriğe sahip ve bu alandaki ilk Türkçe esere imza atmanın gururunu da sahiplendik.

Blockchain 101, bir sosyal yardım derneğine BKM Express kullanarak sadece 1 TL bağış yapmak karşılığında dileyen herkesin ulaşabildiği

dijital bir eser olarak sunuluyor. Ulaşmak için yapmanız gereken sadece www.bkm.com.tr sitesini ziyaret etmek ve yayınlar sayfasını takip etmek.

Bakış açısının değişmesi gerekiyor

Samim bir şekilde itiraf etmeliyim ki Blockchain 101'i yazdığımız süre zarfında benim bu teknolojiye bakış açım bütünüyle değişti. Bu gün okuduğunuz pek çok makalenin blockchain teknolojisinin hikayesine, 2008 yılında Satoshi Nakamoto adıyla yayımlanan bir makale olarak başladığını düşünebilir. Bu kesinlikle yanlış değil, ancak bu teknolojiyi gerekli kılan ihtiyaçların da benzer bir zamanda ve teknoloji kökenli olarak ortaya çıktığı yanlıgısını beraberinde getirebiliyor.

İnsanlık tarihine dönüp baktığımızda veri üretmenin ve paylaşmanın her zaman bir ihtiyaç olduğunu görüyoruz. Bu önemli çünkü, bilgi veri olarak kayıt altına alınıp geniş topluluklara yayılabilen bir kavram. Veri ise işlenmemiş temel bilgi parçacığına verilen isim ve bilginin ötesinde toplumları bir arada tutan kurallar ve kanunların da yine aynı yöntemlerle kayıtlara geçirildiğini görüyoruz. Bu temel yaklaşım birbirini tanımayan insanların belli merkezler tarafından bir araya gelmesini, birbirine güvenmesini ve modern medeniyete giden yolda adım atmasını sağlıyor.

Dijital teknolojilerin hayatımıza girmesi, verinin sadece insanlar tarafından üretilen ve anlaşılabilir bir kavram olmaktan çıkıp makineler tarafından da işlenir hale gelmesi tarihsel seyrinde olduğu gibi modern zamanların da en büyük sorunlarından birini ortaya çıkıyor: Bir güven merkezi oluşturmak.

Blockchain dijital dünyanın imkanlarını kullanarak birbirini tanımayan insanların ortak kurallar üzerinde mutabık kalmasını, bu kuralların manipüle edilmeden işletilmesini ve nihayetinde bu süreçlerin hiç birinde belli bir merkeze ihtiyaç olmamasını mümkün kılıyor. Bu sadece ortak bir ticari araç olarak kullanılacak "değer" kavramı üzerinde insanların fikir birliği sağladığı para kavramını dijitalleştirmek değil, tüm insanlık tarihi boyunca süregelen en büyük problemlerden birini çözmek demek. Blockchain, farklı düşünce yapılarına, dillere, inançlara ve kabullere sahip insanların bir birine güvenmesini sağlayan bir çözüm sunuyor.

Blockchain 101 bir harita sunuyor

Blockchain teknolojisinin gerçekten hizmet ettiği amacı anladıktan sonra Blockchain 101, aynı yalın dille sizlere bu teknolojinin genel toplum ve özel şirket veya kurum yapıları içinde kullanılabileceği türleri anlatıyor. İşte bu nokta artık blockchain'in içine sıkıştırıldığı Bitcoin ve kripto para birimi altyapısı

tekilliğinden çıkarıp okuyucuya geniş bir bakış açısıyla ticari dünyada nerelerde kullanılabileceğine dair bir rehber dönüşüyor.

Bugün blockchain teknolojisini farklı platformlar şeklinde kullanmak mümkün. En temel ve kısıtlı düzeyde Bitcoin blockchain ağı bu amaca hizmet edebilir. Ancak daha kar-

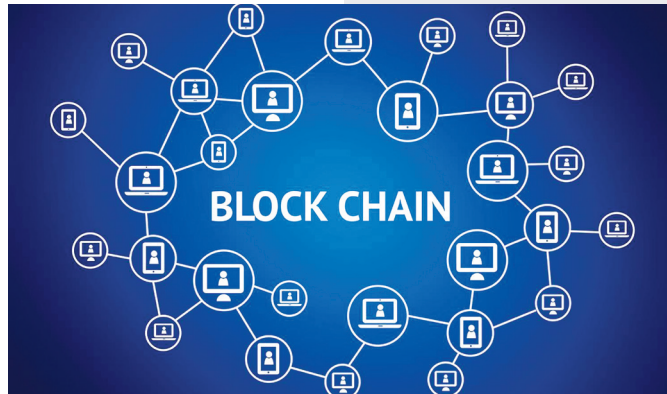
"BLOCKCHAIN'İN BAŞARISI EKOSİSTEME BAĞLI"



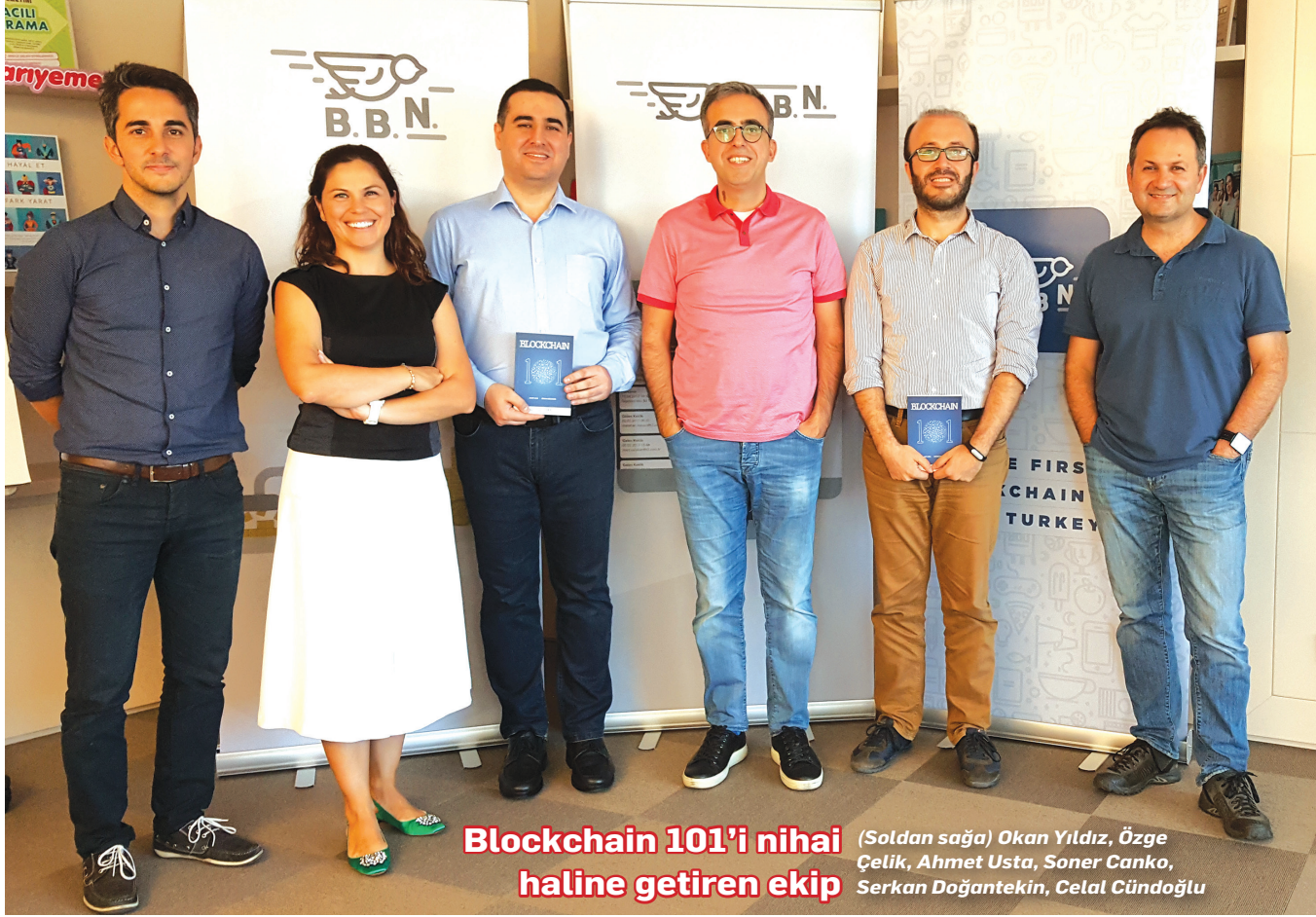
**Dr. Soner Canko /
BKM Genel Müdürü**

Blockchain ile ilgili dünyada olup bitenleri yaklaşık 3 yıldır yakından takip ediyoruz. Kullanılabilecek platformlar ve dünyadaki örnekler hakkında bilgi sahibi olduktan sonra test etmek istediğimiz alanları belirleyip bir kavram kanıtlama çalışması yapmaya karar verdik. BKM'de bu proje üzerinde çalışan tüm ekibin ortak bir görüşü var: Tüm sürecin, blockchain teknolojisinin başarılı olabilmesi için kilit unsur, sektörlerin bütün olarak bu teknolojiye sahip çıkması. Blockchain bir şirketin üstlenerek yaygınlaştırılabileceği bir teknoloji değil, bir ekosistem işi. Dağıtık yapı da aynı sektördeki farklı kurumları bir araya getirmek için uygun ortamı sağlıyor. Bakış açılarının bu yönde değişmesi halinde blockchain ile sektörlere ve topluma faydalı üst düzey çözümler geliştirmek mümkün olacağına

inanıyoruz. Bu yüzden de sadece kendi çatımız altında bir proje yapmakla sınırlı kalmak istemiyoruz, deneyim ve tecrübeyi ve ötesinde yenilikçi bakış açısını herkesle paylaşmak istiyoruz. Blockchain 101 gibi bir kitabın, FinTech İstanbul gibi bir organizasyonun ve bu alandaki tüm çabalarımızın arkasında bu motivasyon var.



maşık ve iş dünyasını ihtiyaçlarına cevap verene Ethereum bu alanda lider konumda. Eğer sisteminizi kendinize özel olarak kurmak isterseniz Hyperledger veya Tendermint gibi alternatif platformlar da var. Blockchain 101'in temel amacı okuyucuya bu platformlara doğru yaklaşım sunabilecek bir harita çıkarmak, çeşitli örneklerle bu süreci zenginleştirmek. ➔



Blockchain 101'i nihai haline getiren ekip (Soldan sağa) Okan Yıldız, Özge Çelik, Ahmet Usta, Soner Canko, Serkan Doğanekin, Celal Cündoğlu



Samimi bir şekilde belirtmem lazım ki bu satırların ve sayfaların amacı sizlere, sosyal yardımlaşma derneklerine sembolik bir bağış dışında hiçbir maliyeti olmayan bir kitabın reklamını yapmak değil. Blockchain 101'in ortaya çıkış sürecinde yaşadığımız heyecanı bir nebze olsun okuyucuya aktarabilmek.

Eğer blockchain teknolojisine bakış açınızı birkaç derece değiştirip biraz daha yukardan bakacak olursanız bu heyecanı yaşayacağımıza kesinlikle eminiz.

“BBN BİR TEKNOLOJİ TESTİ VE EĞİTİM ARACI”

Celal Cündoğlu / BKM Genel Müdür Yardımcısı

Bankalararası Kart Merkezi olarak blockchain teknolojisinin yol açacağı dönüşümü bizzat test etmek istedik. BBN projesini bir teknoloji testi ve eğitim aracı olarak konumlandırdık. Çalışmamızın amacı, BKM ekosistemi çatısı altında blockchain potansiyelini gözlemlemektir. Bu kapsamda BBN'i şirket içerisindeki pilot bir çalışmayla hayata geçirdik. Artık birçok kurum ve platforma üyeliğimiz var ve her bir üyelik için de bir şifreye sahibiz. Bu da şifre yönetim sürecini karmaşıktırıyor ve kullanıcılar için içinden çıkması zor bir hale getiriyor. Nitekim biz de BBN projesiyle dijital kimlik yönetimini hedefledik. Bu noktada özellikle dijital cüzdan dünyasında BKM Express ile edindiğimiz tecrübeden ve başarıyla işleyen platformumuzdan destek aldık.



“KULLANIM ALANI: DİJİTAL KİMLİK”

Okan Yıldız / BKM İş Geliştirme Müdürü

Temel hedefleri belirledikten sonra projemizi iş dünyasına yönelik sunulan açık kaynak kodlu blockchain platformu Hyperledger'in 0.6 versiyonu üzerinde geliştirdik. BBN platformu, kullanıcıların oluşturdukları dijital kimliklerini farklı uygulamalarla paylaşabildiği bir süreci test ediyor. Mobil tabanlı geliştirilen, iOS ve Android cihazlarda kullanılabilen BBN'e bugüne kadar yaklaşık 200 kullanıcı erişim sağladı. BBN ile dijital kimliğin yanı sıra dağıtık kayıt defteri (distributed ledger), akıllı sözleşmeler (smart contracts) kavramlarını da test ederken 'Keklik' ifadesiyle kendi birimimizi oluşturduk. Bu birim sayesinde kullanıcıların birbirine Keklik göndermesini ve uygulama içindeki mağazalardan alışverişler yapmasını test ettik.”



“OLGUNLAŞMASI İÇİN ZAMAN VAR”

Özge Çelik / BKM İş Geliştirme Direktörü

Blockchain teknolojisini, henüz son haline getirilmemiş taslak bir teknoloji olarak görüyoruz. Standartların belirlenmesi, üzerinde çalışılan platformların istenen düzeye gelmesi için önümüzde hala zaman var. Biz bu süreçte denemeye, öğrenmeye devam edeceğiz. Bu doğrultuda Hyperledger'in yeni versiyonu 1.0 ve Ethereum platformları üzerinde de çalışmalar yapmayı hedefliyoruz. Tüm yeni teknolojilerde olduğu gibi ellerimizi kirlenmeden, dışarıdan izleyerek öğrenemeyeceğimizi biliyoruz. Blockchain ve benzeri yeni teknolojiler, ülkelerin geleceği için çok büyük öneme sahip. Türkiye'nin bu yarışta geri kalmaması için ellerimizi kirlenmeye, sorumluluk almaya devam edeceğiz.



BBN PROJESİNİN ARKASINDAKİ ŞİRKET: T2 YAZILIM

2011 yılında Ankara'da kurulan T2 Yazılım, şu anda yaklaşık 30 kişilik bir mühendislik kadrosuyla Ankara, İstanbul ve Münih ofislerinde faaliyet gösteriyor. Kurulduğu dönemde telekom sektöründe çözümler üreten T2, son yıllarda tamamen finans sektörüne yönelmiş durumda. T2'nin blockchain üzerine çalışmaları 2 yıl öncesine dayanıyor.

Blockchain içerisindeki bazı temel konseptlerin (transaction signing, distributed ledger ve consensus) farklı amaçlarla kullanıldığı konsept projeler geliştirdi. Bunlardan biri de çevrimdışı olarak da çalışabilen P2P (kişiden kişiye) bir mobil ödeme sistemi oldu. T2 Yazılım son dönemde ise özellikle finans ve iş dünyasının odağındaki blockchain teknolojileri

ve kullanım senaryoları konusunda çalışıyor. Bu bağlamda BKM tarafından hayata geçirilen BBN projesinin teknoloji danışmanlığı ve hayata geçirilmesi de T2 tarafından üstlenildi. Şirket, son dönemde bilgi birikimini kullanarak ülkemizde bu konuya ilgi duyan finans ve iş dünyasındaki şirketlere danışmanlık ve proje uygulamaları sağlamaya odaklanıyor.

Sanal şube bankacılığına doğru

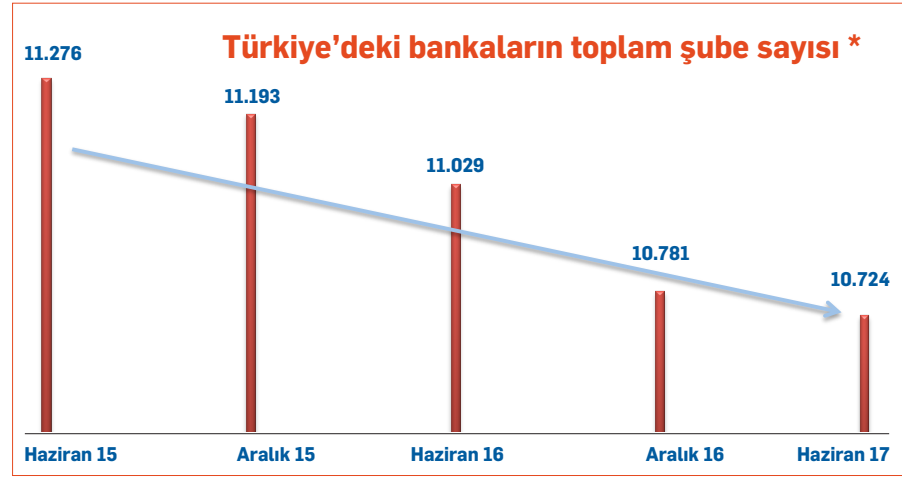


Elif Bilge Eder

Banka şubeleri, bankalar ve müşteriler açısından daima ana bankacılık kanalı oldu. Ancak dijital teknolojilerdeki gelişmeler ve hizmet kanallarında artan olanaklar geleneksel şubelerin amacını ve kullanım şeklini değiştirdi. Ülkemizdeki banka şube sayılarının son 2 yılda yüzde 4.9 oranında gerilemesi de bunun bir göstergesi.

şube konseptine, şube çalışanlarının uzmanlıkları ile müsaitlik durumlarına, sundukları ürün ve hizmetlere bakarak seçiyor.

Banka hizmetleri, müşterinin yaş grubuna göre de değişiyor. Milenyumcular dijital kanalları tercih ederken, yaş daha ileri olan nesiller ve emekliler ise şubelerde yüz yüze işlem yapmayı istiyor. İngiltere Mali Piyasaları Kontrol Dairesi (FCA) tarafından Şubat



(*) Kaynak TBB

Müşteriler de dönüşüyor

Bankalar, müşteri beklentilerinin yanında kârlılıklarını da koruyabilmek adına dijital kanal hizmetlerine katma değer eklemek durumunda. Dijital dönüşüm yolunda müşteriye, banka çalışanlarına, teknolojiye, veriye ve veri işlemeye ilişkin yaklaşımlar da dönüşüyor. Örnekleme gerekirse, kişisel bilgilerin korunmasına ve siber güvenliğe verilen önemin artması da bunların bir sonucu.

ABD merkezli teknoloji şirketi Cognizant tarafından Kasım 2016'da yayınlanan "Şube Dönüşümü" adlı raporda, Hizmet Mükemmelliği Enstitüsü tarafından 2014 ve 2015'te yapılan müşteri memnuniyeti araştırmasının sonuçlarına yer verilmiş. 2014 ve 2015'te elde edilen sonuçlar karşılaştırıldığında internet bankacılığı, kredi kartı, mobil bankacılık ve ATM hizmetlerinin müşteri memnuniyetine etkisi azalmış. Buna karşılık iletişim merkezi, self servis makineler, kişisel müşteri temsilcisi ve şube hizmetlerinin müşteri memnuniyetine etkisi artmış.

Bu sonuçlar, şube içi müşteri deneyiminin ve müşteri-banka ilişkisinin beklentiler doğrultusunda iyileştirilmesinin zorunlu olduğunu ortaya koyuyor.

Müşteriler bankalarını şube lokasyonuna,

2016'da yayınlanan "Yaşlanan Nesiller ve Finansal Hizmetler" adlı raporda, ortalama insan ömrünün uzamasıyla birlikte yaşlı nüfusun arttığı ve bu kitleye olması gereken düzeyde hizmet verilemediği, hatta finansal hizmetlerde özellikle 65 yaş üzerine yönelik negatif ayrımcılık yapıldığı vurgulanmış.

Rapordaki tespit çok doğru, zira bankada çalıştığım dönemlerde, özellikle 65 yaş üstü müşterilere mevduat fiyatlarırken bu hesaplardaki mobilitenin düşük olduğunu göz önüne alırsanız, kredi kartı, fatura KMH gibi kredili ürünleri vermemek için bin dereden su getirirdik. Sigortalı ürünlere gelirsek, 65 yaş üstüne ya hiç satılmıyor ya da satılsa bile çok yüksek primler isteniyor. Örneğin, kayıvalıdemin sağlık sigortası için ödediği 2 yıllık primle hallice bir binek otomobil satın alabilirsiniz.

Sanal bankacılık

Kişisel müşteri hizmetinin ön plana çıktığından bahsetmiştik. Ancak bu hizmeti alabilmek için fiziki olarak şubeye gitmek her zaman mümkün olamıyor tabii. Günümüz iş dünyasında bile toplantılar artık telekonferans, video konferans gibi dijital dönüşüme uğramışken, bankacılık hizmeti de neden dönüşmesin?

Artan şube maliyetlerini dikkate aldığımızda, dijital bir şube gibi çalışan, güvenli ve yüz



“O kadar iyi olun ki sizi görmezden gelemesinler.”
MARC ANDRESSEN

yüze işlem yapılabilen bir platformda bankacılık hizmeti verilemez mi?

Bu amaçla planlanmış birden çok sanal banka ve şube kavramı var. Chatbot olarak adlandırılan yapay zekâ ürünü robotlar aracılığıyla, insansız şubelerde self servis terminaller ya da bilgisayarlar üzerinden sanal bankacılık hizmeti mümkün. Bunların yanında sanal gerçeklik, artırılmış sanal gerçeklik gibi teknolojilerin kullanımı da farklı amaçlara hizmet eder şekilde yaygınlaşacak gibi duruyor.

Yapay zekâlı chatbot'lar

İsveç Bankaları chatbot'lara yatırım yapıyor. Swedbank'ın Nina'sına Ocak 2017 yazımında yer vermiştim. Görülen o ki ülkede yapay zekâlı chatbot'lar fazlasıyla benimsenmiş. SEB AB "Aida Hanım", Nordea Bank da "Nova Hanım" ile benzer çizgide hizmet veriyorlar. Ayrıca, sanmayın ki bu hanımlar sadece dış müşterilerin hizmetindedir, banka birimlerine de teknoloji konusunda danışmanlık ve yardım masası gibi görevleri de bulunuyor.

İsveç dışında Bank of America "Erica", Capital One da "Eno" ile chatbot hizmeti veren bankalar arasında yer alıyorlar.

Chatbot'lar ses ya da metin mesajlarıyla bankacılık işlem hizmeti sunan, müşterinin hesap durumuna ve işlemlerine göre öneriler getirerek yatırım kararlarında onu yönlendiren akıllı robotlar. Müşteriyi şubeye gitme derdinden kurtarıyor, basit finansal danışmanlıkla bankacılık işlemlerini de kolaylaştırıyorlar.

İnsansız şubeler

Alışageldiğimiz banka şubelerinde müşteri temsilcimizle görüşerek taleplerimizi dile getirir, parasal işlemler için de giden hizmet alırız. Bakalım bu iş sanal şubeyle nasıl oluyor? Gözünüzün önüne insansız bir şube, müşteri temsilcisiyle video konferans imkânı sunan bir bilgisayar ve parasal işlemler için de self servis terminalleri getirin. Kredi almak isteyen bir müşteri video konferans ile müşteri temsilcisine bağlanıyor, görüşüyor ve kredi şartlarında karşılıklı mutabık kalıyor. Ekrandaki müşteri temsilcisi, bilgisayarın bağlı olduğu yazıcıya bir başvuru formu ve sözleşme gönderiyor. Müşteri bunları doldurup, imzalayıp tarayıcıdan geçirerek dijital ortama yüklüyor. Akabinde kredi değerlendirme süreci skorlama sisteminden anında gerçekleşiyor ve süreç tamamlanıyor. Kredinin onaylanması halinde müşteri ATM'den parasını alıyor ya da ödemesi olan kişiye/kuruma aktarımını sağlıyor.

Bu sistemde, müşteri temsilcisinin nerede olduğunun aslında bir önemi yok. Özellikle şube maliyetlerinin azaltılması, şubelerde uzmanlaşmış personelin bulundurulması gerekliliği gibi zorunluluklar ortadan kalkıyor. Bu sistemler sayesinde işinde uzmanlaşmış personellerin daha verimli kullanılması da mümkün hale geliyor.

Sanal gerçeklik

Artırılmış gerçeklik (AR), sanal gerçeklik (VR) ve karışık



gerçeklik (MR) uygulamaları; sensorlar, büyük veri, bulut, yapay zekâ ve giyilebilir teknolojilerin entegre olacağı "dördüncü teknoloji dalgası" olarak görülüyor. Bank of America'nın 22 Eylül 2016'da yayınladığı "Geleceğin Gerçeklik" adlı raporunda AR, VR ve MR uygulamalarının yeni nesil bilgi teknolojilerini şekillendireceği ve dijital dünya ile fiziksel dünyanın birleşiminde köprü olacağı belirtilmiş.

Bankalar, AR ve VR alanında yaptıkları pilot çalışmalarla müşterinin şube ve ATM lokasyonlarını navigasyon yardımıyla bulabilmesini sağlayan mobil uygulamalar geliştiriyor.

Aynı yöntemle Halifax ve Avustralyalı Commonwealth Bank, potansiyel alıcılara özel bir mobil uygulama geliştirerek, lokasyona yaklaşıldığında gayrimenkule dair tüm detay bilgileri sağlayacak şekilde müşterilerinin kullanımına sunuyor.

Citibank ve Fidelity Yatırım Laboratuvarları ise veri setlerini görüntülemeyi ve analiz etmeyi sağlayan gelişmiş bir VR uygulamasını test ediyor. Bu uygulamayla yatırım müşterisi VR başlığı takarak çoklu data setini aynı anda görebilecek, zum yapma özelliğiyle ilgilendiği veriye yakından bakabilecek.

Sanal şube uygulamalarından chatbot'ların Türk tüketicisine hitap etmeyeceğini düşünüyorum. Ancak arada bir ekran da olsa yüz yüze işlem yapmaya imkân sağlayan insansız şube uygulamalarının ülkemizde rağbet göreceğine inanıyorum. Sanal gerçeklik gözlemediğim kadarıyla erkek tüketiciye daha çok hitap ediyor. Zamanı geldiğinde borsa ve yatırım dünyasında kullanım alanı bulacağını sanıyorum.

Biraz önce değindiğim emekli ve yaşlılara yönelik şube ve bankacılık hizmetlerinin nasıl dönüşeceğine, teknolojiye uzaktan bakan bu nesillerin dijital dünyaya nasıl kazandırılacağına da bakmak lazım. ☹

3 yılda



419

e-ticaret sitesi kapandı

E-ticaret sektörü büyüklük açısından henüz gelişmiş ülkelerin çok gerisinde. Ancak hızlı bir büyüme süreci yaşanıyor. Bu hızlı büyümenin yanında internet siteleri de “hızla açılıp hızla kapanıyor”.



Adı pek duyulmamış bireysel girişimlerin yanı sıra ünlü işadamlarının kurduğu ya da internet dünyasının yabancı yatırımcılarının satın aldığı siteler de aynı kaderi yaşayabiliyor. Markafoni, Limango, Bavul, gibi tanınmış siteler de kapanınca akla “E-ticaret sektörü zorda mı” sorusu geliyor...

ESİN GEDİK

Türkiye’de elektronik ticaret her yıl ortalama yüzde 25 büyümesine karşın bu alanda hizmet veren site sayısı dramatik bir şekilde azalıyor. Büyük reklam kampanyalarıyla faaliyetlerine başlayan hatta kullanıcı sayıları milyonları ulaşan birçok site, bir süre sonra kepenk indiriyor.

Aslında 2011 yılından beri yaşanan ama fazla dillendirilmeyen bu “kepenk kapatma” trendi, haziran ayında sektörün en önemli markalarından Markafoni’nin faaliyetlerini durdurmasıyla kamuoyunun gündemine yansıdı. Markafoni’nin hemen ardından Borusan Holding’in yatırımı Bukoli ile Turkcell’in 2011 yılında kurduğu, daha sonra Romanya merkezli Paravion tarafından satın alınan seyahat sitesi Bavul da operasyonlarını durdurma kararı aldı.

Bilişim Sanayicileri Derneği’nin (TÜBİSAD) verileri de site sayısındaki azalmayı göz önüne seriyor. Dernek tarafından Mayıs 2017 tarihinde açıklanan “Türkiye e-Ticaret 2016 Pazar Büyüklüğü” adlı rapora göre 2015 yılında 885 olan e-ticaret sitesi sayısı 2016 yılında 844’e inmiş; yüzde 7’yi aşan bir küçülme söz konusu. Oysa asıl küçülme bir önceki dönem yaşanmış, site sayısı 2013 yılındaki bin

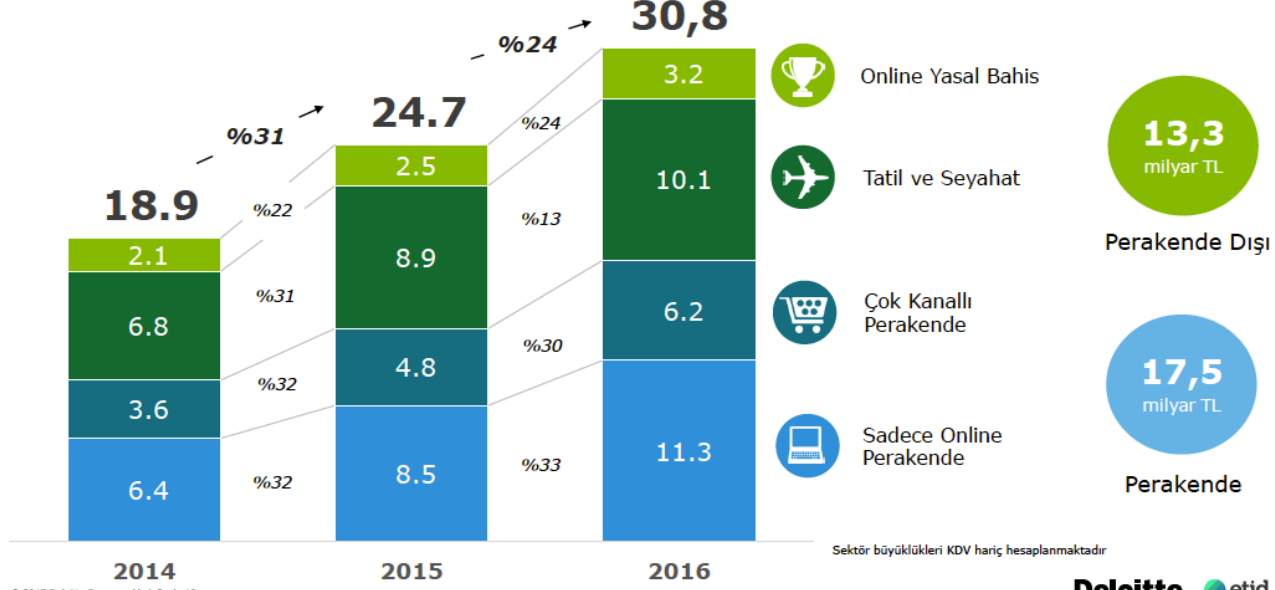
263’ten 2014’te 989’a gerilemişti. Sonuçta 3 yıllık dönemde 419 e-ticaret sitesi kapısına kilit vurmuş oldu.

2015 yılında hem internetten hem de fiziksel mağazalardan satış yapan firmalara ait sitelerin sayısı 272’den 385’e yükselirken, tatil-seyahat sitelerinin sayısı 326’dan 129’a, sadece online satış yapan mağazaların sayısı ise 384’ten 365’e geriledi. 6 olan bahis sitesi sayısı ise değişmedi.

Bu olumsuz tabloya rağmen e-ticaretin payı her geçen yıl artıyor. TÜBİSAD e-Ticaret Komisyonu Başkanı Burak Ertaş, bu durumu şu sözlerle ifade ediyor: “Türkiye’de son yıllara baktığımızda e-ticaretin yanı sıra e-ticareti destekleyen diğer alanlarda da çok ciddi bir büyüme ve gelişme olduğunu görüyoruz. 2016 sonunda, bir önceki yıla göre e-ticaret pazar büyüklüğü yüzde 24 artarak 30 milyar TL’nin üzerine çıktı. Bu önemli seviyeye rağmen e-ticaretin toplam perakende pazarına oranı ise yüzde 3.5 ile gelişmekte olan ülkelerin altında kalıyor. Ülkemizde mobil internetin ve mobil uygulamaların gelişimiyle, e-ticaretin ilerleyen yıllarda daha yüksek paylar alacağını düşünüyoruz.”

İşin ilginç yanı, kapanan sitelerin arasında Türk girişimciler tarafından kurulmuş, daha sonra yabancı sermaye tarafından satın alınmış birçok örnek var. Markafoni

Türkiye’de e-ticaret pazar büyüklüğü milyar TL



bunlardan biri. Bir başka örnek Bavul... Dünyanın birçok yerinde e-ticaret işi yapan Rocket Internet’in Türkiye’den çekilmesiyle de yatırım yaptığı dört site faaliyetlerine son verdi.

Peki kapanan internet siteleri hangileri ve hangi gerekçelerle kapandılar? Bu sitelerin kurucu ve yöneticileri nerede yanlış yaptı? Dosya haberimizde bu konuyu inceledik...



Markafoni’nin kapanışı moralleri bozdu

2008 yılında kurulan ve kendisi gibi birçok sitenin kurulmasının yolunu açan Markafoni, internet dünyasındaki yatırımlarıyla tanınan Sina Afra tarafından kurulmuştu. 2014 yılında Naspers tarafından satın alınan Markafoni, Türkiye’de iş yapma biçiminin kendilerinden farklı olduğu gerekçesiyle bu yılın haziran ayında faaliyetlerine son verdi.

Bukoli, teslimat hizmeti veriyordu

Borusan Lojistik tarafından kurulan ve “yeni nesil teslimat hizmeti” olarak adını duyuran Bukoli, 30 Haziran 2017 itibarıyla kapandı. İnternet alışverişlerine yeni bir teslimat seçeneği getirmek ve müşterilere kolaylık sağlamak ama-

cıyla kurulan Bukoli, 2014 yılında faaliyetine başlamıştı. Borusan Lojistik müşterilerine yaptığı açıklamada, “Şirketimizin inovatif iş modellerinden biri olarak 2014 yılında faaliyete geçen ve geliştirmek için hepimizin canla başla çalıştığı Bukoli operasyonunu bugün itibarıyla sonlandırıyoruz. Bukoli’yi tüm taraflar için en fazla değer yaratacak şekilde sürdürmemiz mevcut pazar koşullarında maalesef mümkün olmadı” demişti.



Alman Limango da veda etti

Almanya’nın en büyük e-ticaret şirketlerinden OTTO Group’un Nisan 2009’da kurduğu Limango, 2013 yılında 6 milyondan fazla üyeye ulaşmıştı. Giyim alanına odaklanan şirketin Türkiye’deki bazı büyük gruplarla satış görüşmeleri yaptığı basına yansımıştı. Ancak bu görüşmeler olumsuzlukla sonuçlanınca 2015 yılının ilk yarısında şirket faaliyetlerine son verdiğini duyurdu.

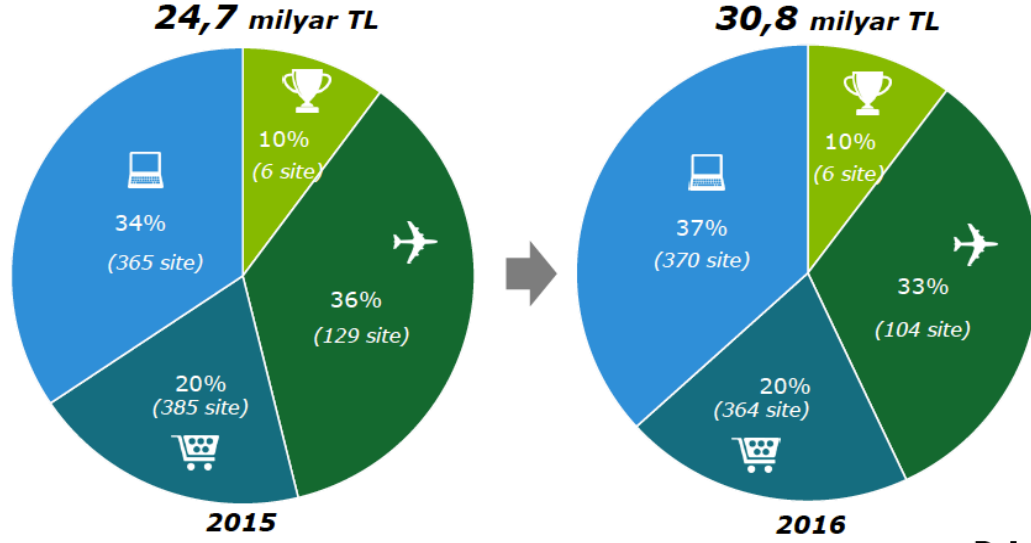


VIPDukkan yatırım desteği bulamadı

Özel alışveriş sektörünün önemli oyuncularından olan VIPDukkan.com, Temmuz 2013’te kapanma kararı aldığını açıkladı. 2011 yılında ePlanet Capital’den 5 milyon dolar yatırım alan sitenin kapanışı da sektörü şaşırtmıştı. Kurucu ortaklardan Oğuz Şenol, kapanışla ilgili şirketin yaklaşık yüzde 50’sine sahip olan ePlanet Capital’in yeni tur yatırım yapmak istemediğini, farklı kaynaklardan da yatırım bulamadıkları için sektörün içinde bulunduğu rekabet koşullarında daha fazla devam edemeyeceklerini söylemişti. Şenol, o dönemde birçok sitenin de benzer sıkıntılar yaşadığını açıklamıştı.

Türkiye'de e-ticaret pazar büyüklüğü

Kategori payları ve site sayıları



© 2017 Deloitte Danışmanlık A.Ş. | 12

Deloitte. etid

Daybuyday.com, Hepsiburada'nın oldu

Hepsiburada, Cem Hakko ve Dinç Artman ortaklığında 2011 yılında kurulan DayBuyDay de kısa ömürlü siteler arasında yer alıyor. Moda, aksesuar, kozmetik, çocuk gibi kategorilerin yanı sıra dünyaca ünlü markaların ürünlerini de satan site, Aralık 2013'te Hepsiburada'ya devredilerek kapatıldı.

Clubboon.com da kepenk indirdi

Özel alışverişte genel kitleye odaklanan ve kadın ve erkek tekstil ürünlerinin yanında çocuk ve ev kategorilerine de yer veren Clubboon, oldukça tatmin edici bir ziyaretçi sayısına sahipti. Ancak 2014 yılında ticaret hayatına son verdi.

Alamarka.com lüksün adresiydi

2010 yıllarda sayıları hızla artan özel alışveriş sitelerinin bir başka örneği Alamarka.com'du. "Lüks" tüketim odaklanan ve sektöre Besincicadde.com adlı şirketi de satın alarak giren Alamarka'nın 2011 yılı sonunda ulaştığı ziyaretçi sayısı 200 bini geçmişti. Gördüğü ilgi, siteyi ayakta tutmaya yetmedi.

Butikbebe.com'u hızlı büyüme bitirdi

Netset Grup bünyesinde 2011 yılında pazara giren site, yine giyim sektöründeydi. Ancak odak noktası anne ve bebektir. O dönemde Azerbaycan'a da satışa başlayan site, 2014 yılının ortalarında günde bine yakın ürün kargolar hale gelmişti. Cirosu da 7.5 milyon TL'ye ulaşmıştı. Site'nin bu başarılı rakamlara karşın neden faaliyetini durdurduğuna ilişkin bir açıklama yapılmadı.

Evim.net kâra geçemedi

Özel alışveriş sektöründe ev tekstiline odaklanan Evim.net, 2011 yılında faaliyetlerine başladı. Mayıs 2013'te yabancı bir fondan 5 milyon dolarlık yatırım alan şirketin hedefi, bir sonraki yıl kâra geçmekti. Ancak beklenen olmadı ve 2015 yılında kapıya kilit vurdu.



Unnado.com yenilenemedi

Bir başka anne-çocuk ürünleri satan Unnado.com, 2010 yılında kapılarını açtı. 2011 ve 2012'de iLab Ventures'tan iki kez yatırım alan sitenin hedefi bir yıl sonra cirosunu 20 milyon TL'ye çıkarmaktı. Aynı yıl 500 bini aşkın üyeye ulaşan unnado.com, kapanışını ilan etmedi. Uzun süre "yenileniyoruz" mesajı yayınlayan site bir türlü yenilenemedi.

Paramini.com rekabete dayanamadı

Oldukça başarılı bir grafiğe sahip e-bebek.com tarafından kurulan Paramini.com, 2011 yılında özel alışveriş konseptinde faaliyete başladı. Ancak kurucular o dönemde başlayan rekabetin getirdiği zorluklar nedeniyle beklentilerini karşılayamayınca faaliyetlerini durdurdu.

Rocket Internet gidince dört site kapandı

Merkezi Berlin'de bulunan ve 2007 yılında internet dünyasında faaliyete başlayan Rocket Internet; Dafiti, Foodpanda, HelloFresh, Home24, Jumia, Jovago, Lazada, Zalora and Spotcap gibi çeşitli internet firmalarına sahip. Grup, Türkiye'de de bazı e-ticaret sitelerine de yatırım yaptı. Ancak 2012 yılında pazardan çıkma kararı alınca spor ürünleri satan Sporena.com, Zidaya.com, Bamarang.com



ve Evimister.com adlı siteler de kapanmış oldu. Tasarım ürünleri satan DesignLocks'un kaderi de aynı oldu.

BingoMingo.com'un kaderi aynı oldu

BingoMingo da giyim alanına odaklanan ve rakipleriyle aynı kaderi paylaşan girişimlerden biri... Ekim 2011'de 1 milyonun üzerinde ziyaretçi çeken girişimin yerinde artık yeller esiyor.



Şehirde fırsat bitti

ABD orijini Groupon'un Türkiye girişimi olan "Şehir Fırsatı" adlı site, finansal beklentilerin altında kaldığı gerekçesiyle kapatıldı. 2010 yılında o dönemde popüler olan fırsat sitesi örneklerinden Şehir Fırsatı, ilginin azalmasıyla birlikte zor bir sürece girdi. Öte yandan sitenin sahibi Groupon'un da global alanda zarar etmesi de siteyi olumsuz etkiledi ve 2015 yılında kapandı.

Bidolu.com, TMSF'nin elinde kaldı

Türkiye'nin ilk e-ticaret sitelerinden biri olan Baskuda.com, isim değiştirerek Bidolu.com olmuştu. 2001 yılında faaliyete geçen sitenin yüzde 80'i Uzan Grubu'na aitti. Bu nedenle hisseleri Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu'na geçti. 1.5 milyon dolar muhammen bedelle yapılan ihalede alıcı çıkmayınca 2006 yılında kapandı.



Goboti kurulduğu yıl kapandı

Türkiye'deki internet sektörünün önde gelen isimleri arasında yer alan Sina Afra, Tolga Tatarı, Ahmet Emre Sarı'nın yanı sıra Yemeksepeti.com'un kurucusu Nevzat Aydın ve Mynet'in kurucusu Emre Kurttepe'nin kurucuları arasında olduğu Goboti.com'da her güne özel tasarım tişörtleri satılıyordu. 2013 yılının mayıs ayında kurulan site, aynı yılın kasım ayında kapandı. Kuruculardan Nevzat Aydın kapanışla ilgili, "Daha fazla yatırım yapılması gereken bir sürece girdik. Bu yatırımın geri dönüşümüyle ilgili şüphelerimiz vardı. Aslında ilgi ve satışlar çok iyi gidiyordu ve büyüme potansiyeli vardı. Çalışanlarımızla hüzünlü bir şekilde ayrılmak ve siteyi kapatmak zorunda kaldık" açıklamasını yapmıştı.

Ekinciler'in organik domates sitesi Buybye.com

Demir-çelikten finansa kadar pek çok alanda faaliyet gösteren Ekinciler Holding'in veliatları olan Ali ve Demirhan Ekinci tarafından 2003 yılında 100 bin dolar sermayeyle kurulan Buybye.com'da başta organik domates olmak üzere 70 bin çeşit ürün satılıyordu. Ancak işler Ekinci kardeşlerin istediği gibi gitmeyince 2005 yılında sessiz sedasız e-ticaretten çekildiler.



Bir başka organik hüsrana: Tazedirekt.com

Hasan Aslanoba tarafından 2015 yılında yatırım yapılan Tazedirekt, özel tarla ve bahçelerde üretilmiş organik gıdaları sipariş verenlerin evine ulaştırıyordu. Kısa zamanda büyük bir bilinirliğe ulaşan sitenin ömrü maalesef bir yıl sürdü. Aslanoba, siteyi neden kapattıklarını "Çok yüksek hızda nakit yakıyordu ve bu durum sürdürülemez hale gelmişti. Son 5 ayda aylık ortalama yüzde 30'luk büyüme, 2016 ocak ayı net ciromuzu 2 milyon TL'nin üzerine taşımıştı. Ancak en altta nominal TL zararımız, bazı oranlar

"AÇILAN HER 100 SİTENİN 20'Sİ KAPANIYOR"

Ticimax E-ticaret Sistemleri Kurucusu Cenk Çiğdemli, sektörün bu yıl yüzde 25 büyüdüğüne dikkat çekiyor ve bazı sitelerin kapanmasının normal olduğunu düşünüyor. Tüm dünyada benzer bir durum yaşandığını ve yanlış pazarlama stratejileri nedeniyle kapandığını belirten Çiğdemli, "Türkiye'de de durum farkı değil. Açılan her 100 e-ticaret sitesinden yaklaşık 20'si kapanıyor. Bunun

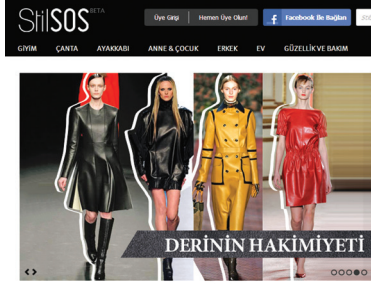
nedeni operasyonel hatalar, yanlış hedef kitle seçimleri ve işle yeterince ilgilenmemesi olarak sıralanabilir. 2017'nin ilk çeyreğinde perakende satış yapan e-ticaret sitelerinin toplam cirosu 600 milyonu geçti. Yıl sonuna kadar 1 milyar lirayı geçeceğini öngörüyoruz. Her yıl yüzde 100-150 büyüyen e-ticaret siteleri var. Dolayısıyla sektörün zorda olduğunu söylemek doğru değil" diyor.



iyileşse bile çok fazlaydı. Kârlılığı yakalamak için 4-5 yıl zarar etme riskini göze almıştım ama bütçelediğim zarar ile gerçekleşen zarar arasında büyük uçurum oluşmaya başlamıştı” sözleriyle açıklamıştı.

Sitenin bu yılın mart ayında Migros tarafından satın alınarak yeniden hizmet vermeye başladığını belirtelim.

Stilos.com, sosyal ticaretin öncüsüydü



Türkiye’de bir ilk olan Stilos, sosyal ticaret alanında hizmet veriyor ve 40 farklı mağazadan 100 bin ürünü kullanıcılara ulaştırıyordu. Reyhan Baylan tarafından kurulan şirket, Ocak 2013’te Galata İş Melekleri’nden 230 bin dolarlık yatırım almıştı. İlk tur yatırımının ardından hızlı bir büyüme ivmesi yakalayan Stilos, birçok girişimin yaşadığı üye başına elde edilen

gelirin düşük olması ve kârlılığın sağlanamaması gibi nedenlerle pazardan çekildi.

Weblebi.com’u ekonomik gidişat vurdu

İlk e-ticaret sitelerinden biri olan ve 2003 yılında kurulan Weblebi.com, 2008 yılında şirket yöneticilerinin yaptığı şu açıklamayla faaliyetlerini sonlandırdı: “Maalesef Türkiye’nin ve dünya piyasalarının içinde bulunduğu ekonomik zorluklar ve özellikle son dönemde internet alışveriş sektöründe bazı önemli firmaların zora girerek faaliyetlerine son vermeleri, ürün tedarikçilerinin ve bankaların sektöre olumsuz bakmalarına sebep olmuş ve tüm bunlar zincirleme olarak firmamızı faaliyetlerini sürdürmez duruma getirmiştir. Sadece 2008 başından bugüne kadar 30 binden fazla siparişi başarıyla sorunsuz olarak müşterilerine teslim etmiş olan Weblebi.com, yakın dönemde sınırlı



sayıda siparişi teminci firmalarla yaşanan sıkıntılardan dolayı müşterilerine teslim edememiştir.”

İstemek yetmedi...

Bir İş Bankası girişimi olarak 100 bin ürünle sektöre iddialı bir giriş yapan Yeterkiiste, personel, yazılım ve strateji konularında yaşadığı sorunlar nedeniyle kısa vadeli işlerden biri oldu.

En eskilerden Estore da kepenk indirdi

Türkiye’nin ilk alışveriş sitelerinden birisiydi Estore, kaliteli hizmeti nedeniyle de tercih ediliyordu. 2001 yılında kurulan şirket, 2008 yılında 4.5 milyon TL’ye ulaşan borcunu ödeyemeyince iflas etti.

Ünlülerin tavsiyeleri de işe yaramadı

Ünlülerin tavsiye ettiği ürünleri satan Gurunzi, 2012’de kuruldu, bir yıl sonra da kapandı. 140 markadan 1.500’e yakın ürün önerisinin bulunduğu sitenin abone sayısı da satış oranları da fena değildi, ancak ayakta kalmalarına yetmedi. Sitenin kurucuları iş fikirlerine güvendiklerini belirterek şu açıklamayı yapmışlardı:

“E-ticaret sektöründe, özellikle farklı bir iş modelini kanıtlamaya çalışan böyle projelerin hızlı ve rahat hareket edebilmesi ve büyüebilmesi için güçlü finansal kaynaklarla yol alması gerektiği gibi bir gerçek var. Son birkaç aydır bu kaynağı sağlamak için hem mevcut yatırımcılarımızla hem de yurtiçi ve dışından birçok yatırımcı ve fonla yaptığımız görüşmelerden sonuç alamadık.”

NEDEN BAŞARISIZ OLUNUR?

Danışman Murat Erdör, e-ticaret sitelerinin başarısız olma nedenlerini şöyle sıralıyor:

■ **Yanlış iş fikri:** Girişimciler bazen piyasadaki ihtiyacı iyi analiz etmeden akıllarındaki projenin çok iyi olduğunu düşünüp bunu hemen hayata geçiriyor. Belki ilk zamanlarda her kanaldan yapılan pazarlama çalışmaları sayesinde satışlar çok iyi gidiyor ama yanlış modelleme yüzünden bazı projeler uzun süre hayatta kalamıyor.

■ **Düşen kâr marjı:** E-ticaret sitelerinin piyasaya girişte kullandıkları en büyük koz, fiziki mağazalardan daha düşük fiyatta ürünleri satmaları. Hem bu durum hem de rekabet ettikleri site sayısının artması nedeniyle kâr marjları zamanla düşüyor ve sistem yürümez hale geliyor.

■ **Kötü yönetilen nakit akışı:** Siteler, elde ettikleri geliri iyi yönetemedikleri

için nakit akışında sorunlar başlıyor. Bir süre sonra tedarikçilere, dağıtıcılara para verilemez hale geliyor, bu da müşteri şikayetlerini artırıyor. Arkasında çalışanların maaşları ödenemez hale geliyor.

■ **Hatalı ortaklık yapısı:** Türkiye’de e-ticaret sitelerinin önemli bir kısmı genç girişimciler tarafından hataya geçirildi, çoğunun ilk iş deneyimiydi. Ya da farklı alanlarda işleri olan bazı işadamlarının bir araya gelmesiyle kuruluyor. Kimin hangi işi yapacağı, sorumluluk alanlarının ne olacağı iyi belirlenmesi gerekiyor, ilerleyen zamanda bu durum yönetim zafiyeti oluşturmaya başlıyor.

■ **Stok yönetimi:** Bir işletmenin en çok dikkat etmesi gereken şey, stok yönetimidir. Stokta fazla ürün tutmanın da ürün bulunmamasının da bir maliyeti vardır. E-ticaret sitelerinin çoğu stok yönetiminin iyi yapamadığı için maliyetleri



beklenenin üzerinde artıyor.

■ **Kötü müşteri ilişkileri:** E-ticaret sitelerinin müşterilerinin siparişin geç gelmesi, hatalı gelmesi ya da diğer taleplerine yanıt verecek düzgün çalışan bir çağrı merkezi zorunlu. Bu konuya dikkat etmeyen siteler, zaman içinde hem müşteri kaybediyor hem de yeni müşteri kazanmakta zorluk yaşıyor.

PSM
PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE

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, sektörle ilgili düzenli istatistikler

GMD
GÜNDEM MEDYA GRUBU

Abone Formu

PSM
PAYMENT SYSTEMS MAGAZINE



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

Adı Soyadı:

Adres ve Fatura Bilgileri:

Posta Kodu:

Şehir:

Tel:

Faks:

Ödeme Bilgileri

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

Türkiye İş Bankası Taksim (1052) Şubesi 0895916 no'lu hesabına yatırdım, fotokopisi ektedir.

Garanti Bankası Cumhuriyet Caddesi Şubesi (772) 6299155 no'lu hesabına yatırdım, fotokopisi ektedir.

Bu formu 0212 238 72 07 no'lu faksa ya da Cumhuriyet Cad. No: 147 / 6 Harbiye / Şişli / İstanbul adresine gönderiniz.

Banka ve kredi kartlarının e-ticarete kullanımı hakkında



YTT Hukuk Bürosu

Av. Çağrı Coşar - Av. Kortan Toygar

Nisan 2017 yazımızda ele aldığımız, banka ve kredi kartlarının elektronik ticarete kullanımına ilişkin değişiklikler için öngörülen ilk tarihi geçmiş bulunuyoruz. Ancak piyasadan gelen tepkiler ve talepler üzerine bu düzenlemenin 17 Ağustos 2017 tarihinde yürürlüğe girmediğini ve ertelendiğini görüyoruz. Bu uygulamaya getirilen 4 aylık ertelemeyle birlikte tüketicilerin daha geniş bir kesiminden yanıt toplanması bekleniyor. Bu sebeple güncel durumu değerlendirmekte fayda görüyoruz.

Bilindiği üzere, Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu'nun (BDDK) 16 Şubat 2017'de almış olduğu 7052 sayılı kararla birlikte, kart sahibinin açık talebi olmadığı hallerde, bütün bireysel banka kartı ve kredi kartları, yurtiçinde ve yurtdışında elektronik ticaret işlemlerine kapatılacak. Bu işlemin yürürlüğe giriş tarihi olarak ilk aşamada 17 Ağustos 2017 tarihi öngörülür ve 6 aylık bir geçiş süresi belirlenmişti. Bunun üzerine bankalar tarafından tüketicilerin onaylarının alınması için çalışmalarda bulunulmuş, online ve mobil kanallardan tüketicilere ulaşmaya çalışılmıştı.

Söz konusu düzenlemeyle tüketicilerin dolandırıcılığa uğramasının önüne geçilmesi istenmekle birlikte, bu geçişin bir anda yapılması halinde elektronik ticaret sektörünün maruz kalacağı zararlar da dikkate alındı. Zira internet üzerinden kart vasıtasıyla yapılan ödemelerin 2016 yılında 69 milyar TL'yi bulduğu göz önüne alırsa, geçişin kontrollü olarak yapılmasının önemi daha açık olacaktır.

Bankalara göre farklılık göstermekle birlikte, bankaların bu 6 aylık dönemin ilk kısmında altyapı geliştirmelerine yöneldiği ve ikinci kısmında tüketicilerin yanıtlarını toplamaya çalıştığı söylenebilir. Ancak bu halde karşılaşılan güçlük, yanıt toplanması istenilen zamanın genel olarak tüketicilerin tatil dönemine denk gelmesi ve tüketicilerden yanıt alınmasında aksaklıklar yaşanması oldu. Nitekim bu husus Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu'nun da önüne geldi ve 16 Ağustos 2017 tarihinde yapılan 2017/5 sayılı basın açıklamasıyla, uygulamaya geçişin yaklaşık 4 ay ertelendiği duyuruldu. Buna göre, 31 Aralık 2017 tarihinden itibaren, tüketicinin açık onayı alınmamış olan bireysel banka ve kredi kartları elektronik ticarete kullanıma kapatılacak.

Burada herkesin dikkat etmesi gereken bir diğer konu, söz konusu talepler alınırken tüketicilerden hiçbir şekilde kişisel bilgi veya şifre talep edilemeyeceği...

Form doldurarak kartlı işlem yapma dönemi bitiyor

Bu düzenlemeler ışığında "Banka ve Kredi Kartı İşlemlerinde Kullanılan Bilgi Sistemlerinin Yönetimi Hakkında Tebliğ Taslağı"nın adeta pilot uygulaması olarak hayata geçmesi beklenen, banka ve kredi kartlarının elektronik ticarete kullanımına açık onay alınması bir süre daha ertelenmiş oluyor.

Bu durumu pilot uygulama olarak değerlendirmemizin sebebi, tebliğ taslağının getireceği düzenlemeyle birlikte, kart hamili ile kartın işlemin gerçekleştirildiği ortamda fizik olarak yer almadığı kartlı işlemlerde, kartların kural

olarak bu işlemlere kapalı olarak sunulması gerekiyor. Kartın bu işlemlere açılması ise ancak müşteriye bu konuda bilgi verilmesi ve müşterinin açık onayının alınmasıyla mümkün oluyor. Bu noktada, anılan tebliğ taslağına bir miktar değinmekte fayda var. Tebliğ taslağının kapsamında, kartlı sistem kuran, kart çıkaran, üye işyeri anlaşması yapan kuruluşlar, üye işyerleri ve dış hizmet sağlayıcılar yer alıyor. Tebliğ taslağının 9'uncu maddesi, kart hamili ile kartın işlemin gerçekleştirildiği ortamda fizik olarak yer almadığı kartlı işlemlerde uygulanacak olan,

MAIL ORDER FORMU

Sıra No:

Cari Müşteri Adı :
Vergi Dairesi & Nosu : T.C. Nosu:

Kart Sahibi Adı Soyadı :

Telefon (1) : Telefon (2):

Kartın Ait Olduğu Banka: Mastercard Visa Amex

Kart Numarası :

Son Kullanma Tarihi : / CCV :

Ödenecek Tutar : Yazı ile:

Ödeme Tipi : Tek Çekim Taksitli:+.....(Banka Kampanyası)

Tarih:.....

Kart Sahibinin İmzası:.....



“Banka ve Kredi Kartı İşlemlerinde Kullanılan Bilgi Sistemlerinin Yönetimi Hakkında Tebliğ Taslağı”nın 9’uncu maddesi, kart hamili ile kartın işlemin gerçekleştiği ortamda fiziki olarak yer almadığı kartlı işlemlerde uygulanacak olan, dinamik kimlik doğrulama sistemlerini düzenliyor. Buna göre, müşteriler tarafından form doldurulup imzalanmak suretiyle iletilen işlemlerin yapılması, taslağın bu haliyle kabul edilmesi halinde mümkün olmayacak...



dinamik kimlik doğrulama sistemlerini düzenliyor. Buna göre, müşteriler tarafından form doldurulup imzalanmak suretiyle iletilen işlemlerin yapılması, taslağın bu haliyle kabul edilmesi halinde mümkün olmayacak.

Öte yandan, şifrelenmiş olsun veya olmasın, hassas kart verileri ve hassas ödeme verileri, gerek kart kuruluşları gerekse de bu kuruluşlara hizmet veren dış hizmet sağlayıcıları tarafından saklanabiliyor. Bu verilerin üye işyerleri tarafından saklanmasına ise tebliğ taslağı kapsamında müsaade edilmiyor, bu veriler de yalnızca kart kuruluşu veya ona hizmet veren dış hizmet sağlayıcı tarafından saklanabiliyor. Görüldüğü üzere, denetim mekanizmalarını artıran ve tüketiciye daha güvenli bir kart kullanım deneyimi sunmayı amaçlayan söz konusu düzenlemeler ve taslaklar, henüz yürürlüğe girmemiş veya uygulanmaya başlamamış olsa da gerek bankalar, gerekse elektronik ticaret kuruluşları önlemler almaya ve altyapılarını uyarlamaya başlamış durumda. Bu düzenlemelerin somut etkilerinin neler olacağına ise uygulamanın başlamasıyla birlikte hep beraber tanık olacağız. ☹



B K MBANKALARARASI
KART MERKEZİ

KATKILARIYLA

İNTERNETTEN YAPILAN KARTLI ÖDEMELERDE BİR REKOR DAHA!



BKM'nin 2017 yılı temmuz ayı verilerine göre mobilya, market ve giyim sektörlerinde temmuz ayı içerisinde internetten yapılan ödemeler ikiye katlanırken, son 1 yılda internetten yapılan toplam kartlı ödeme tutarı 85 milyar TL'ye ulaştı. Yine temmuz ayında motorlu taşıt vergilerinin 3'te 2'si ise internetten kartlarla ödendi...

TABLO 1

Bu yıl internetten kartlı ödemeler yaklaşık 100 milyar TL'ye ulaşacak

Bankalararası Kart Merkezi (BKM) 2017 yılı temmuz ayı verilerini açıkladı. BKM'nin verilerine göre internetten ödeme alışkanlıklarının her geçen gün artması kartlı ödeme istatistiklerine de yansırken, Ağustos 2016-Temmuz 2017 dönemi arası kapsayan son bir yılda 84.7 milyar TL internetten kartlı ödeme yapıldığı görülüyor. Yıllık yüzde 44 olan büyüme hızının bu seviyede devam etmesi halinde 2017 yılı sonunda internetten kartlı ödeme tutarının 98.4 milyar TL'ye ulaşacağı öngörülüyor.

TABLO 2

Mobilya, market ve giyimde internetten kartlı ödemeler 2'ye katlandı

Temmuz ayı içerisinde yapılan internetten kartlı ödemelerin sektörel dağılımı incelendiğinde, 144 milyon TL ve geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 149 artışla mobilya ve dekorasyon, internetten en fazla kartlı ödeme artışı görülen sektör oldu.

363 milyon TL ve yüzde 119 artışla market ve AVM, 350 milyon TL ve yüzde 102 artışla giyim ve aksesuar, 106 milyon TL ve yüzde 91 artışla ise sağlık ürünleri/kozmetik, internetten en fazla kartlı ödeme artışı görülen sektörler arasında yer aldı.

TABLO 3

MTV ödemelerinde kredi kartları tercih edildi

Motorlu taşıtlar vergisinin ikinci taksitinin ödendiği temmuz ayında, bu ödemeleri kapsayan kamu-vergi ödemeleri için kredi kartlarıyla 3 milyar TL'lik ödeme yapıldı. Bu değer 2016 yılının aynı dönemine göre yüzde 47 büyümeye denk gelirken, toplam kredi

kartı ödemeleri içindeki vergi ödemeleri payı yüzde 4.7'den 5.5'e yükseldi. Bu artış kullanıcıların kredi kartlarını, bütçelerini daha verimli yönetebilmek için zorunlu ödemelerde (vergi, sigorta, BES gibi) daha etkin kullandığı bir ödeme aracı olarak konumlandığını gösteriyor.

	2016 Ağustos- 2017 Temmuz	2017 yıl sonu (Tahmini)	Yıllık büyüme
İnternette yapılan kartlı ödeme tutarı (Milyar TL)	84.7	98.4	% 44



İnternette kartlı ödemelerde en fazla artış görülen sektörlerin dağılımı (Milyon TL)

Sektörel kartlı ödeme tutarı (Milyon TL)	2016 Temmuz	2017 Temmuz	Değişim
Mobilya ve dekorasyon	58	144	% 149
Market ve AVM	166	363	% 119
Giyim ve aksesuar	174	350	% 102
Sağlık ürünleri / Kozmetik	55	106	% 91

	2016 Temmuz	2017 Temmuz	Değişim
Kredi kartlarıyla yapılan kamu-vergi ödemesi tutarı (Milyar TL)	2.1	3.0	% 47
Toplam kredi kartı ödemeleri içindeki payı	% 4.7	% 5.5	

EXTRE

	2017 Temmuz
İnternette yapılan kartlı kamu- vergi ödemesi tutarı (Milyar TL)	1.8
İnternette yapılan kartlı ödemelerin payı	% 59

TABLO 4

Kartlarla yapılan vergi ödemelerinin yarısından fazlası internette yapıldı

İnternette yapılan kartlı ödemeler incelendiğinde, kamu ve vergi ödemelerinin yüzde 59'unun internette yapıldığı görülüyor. 1.8 milyar TL'lik tutarla kamu-vergi ödemeleri, temmuz ayında internette en fazla ödeme yapılan sektör oldu.

TABLO 5

Son 1 yılda kartlı ödemeler sayesinde 71 milyon TL cepte kaldı

2005 yılı başlarında Türk Lirası'ndan 6 sıfır atılmasıyla hayatımıza giren Yeni Türk Lirası (YTL) ile kullanıcılar tekrardan kuruş para birimiyle tanıştı. 2009 yılında Yeni Türk Lirası'nın Türk Lirası'na dönüşümüyle beraber bugünkü para birimimiz son halini aldı. Kuruşun hayatımıza girmesiyle 1 TL, 50, 25, 10, 5 ve 1 kuruş madeni paralar olarak kullanıma sunuldu. Perakendede özellikle temel gıda ürünlerinin fiyatlamasında kuruş yoğun olarak kullanılırken, pratikte 5 ve 1 kuruş madeni paralar hayatımızdan yavaş yavaş çıkmış durumda. Hal böyleyken etiket fiyatlarındaki 10 kuruş altındaki fiyat barmelerinde para üstü sıkıntısı yaşanıyor. Çoğu zaman maddi değeri çok yüksek olmayan kuruşlar hizmet/ürün alımı sonrası satıcıdan istenmiyor. Diğer taraftan kartla yapılan alışverişlerde ise fişte yazan gerçek tutar ödeniyor. Bu durum bireylerin nakit gerçekleştirdikleri alışverişlerde daha fazla ödeme yapmasına neden olarak enflasyonist etki yaratıyor. Bu da yapılan alışverişlerin ne kadarında kuruşlu ödeme tutarının 10 kuruş altında bulunduğu sorusunu beraberinde getiriyor. Bankalararası Kart Merkezi'nin açıkladığı veriler kartlarla yapılan ödemeler sayesinde para üstü sıkıntısı yaşamadan kuruşlardan ne kadar

kar ettiğimizi ortaya koyuyor. Yerli kartlarla Temmuz 2016-Haziran 2017 dönemini içeren son 1 yılda yurtiçinde yaklaşık 4.36 milyar adet kartlı ödeme işlemi gerçekleştirilen, bu işlemlerin yüzde 35'inde yani 1.53 milyar adedinde ödeme tutarının kuruş bareminin 10 kuruş altında gerçekleşmesi dikkat çekiyor. Kuruşlu ödemelerde en fazla işlem adedinin

336 milyon adet işlem ve yüzde 22 pay ile 91-99 kuruş aralığında olduğu görülüyor. 198 milyon adet işlem ve yüzde 13 pay ile 71-79 arası aralığı kuruşlu ödemeler ikinci sırada yer alırken, 181 milyon adet işlem ve yüzde 12 pay ile 21-29 arası kuruşlu ödemeler ise en fazla kuruşlu ödemenin yapıldığı üçüncü aralık olarak ön plana çıkıyor.

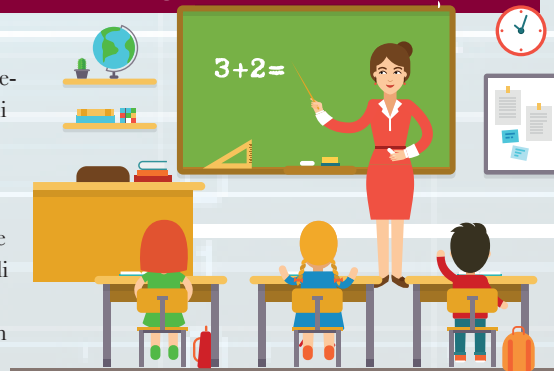
Kartlarla yapılan kuruşlu ödeme bandı dağılımı

Kuruşlu ödeme bandı	İşlem sayısı (Milyon adet)	İşlem tutarı (Milyon TL)	Kuruşlu ödemeler içindeki adet payı	Kuruşlu ödemeler içindeki tutar payı
91-99 kuruş arası	336	12.1	% 22	% 17
71-79 kuruş arası	198	9.8	% 13	% 14
21-29 kuruş arası	181	9.0	% 12	% 13
81-89 kuruş arası	133	6.3	% 9	% 9
41-49 kuruş arası	132	6.2	% 9	% 9
1-9 kuruş arası	118	6.3	% 8	% 9
61-69 kuruş arası	111	5.5	% 7	% 8
31-39 kuruş arası	110	5.4	% 7	% 8
11-19 kuruş arası	107	5.3	% 7	% 7
51-59 kuruş arası	102	5.1	% 7	% 7
Toplam	1.528	71		

24 derslikli 10 ilköğretim okuluna eşdeğer

Önemsiz gibi görünen kuruşları alt alta topladığımızda son 1 yılda 71 milyon TL'nin kartlı ödemeler sayesinde kullanıcıların cebinde kaldığı görülüyor. Bugün 71 milyon TL ile 8 derslikli 20 ilköğretim okulu, 12 derslikli 16 ilköğretim okulu, 16 derslikli 12 ilköğretim okulu, 24 derslikli 10 ilköğretim okulu, 32 derslikli 9 ilköğretim okulu ya da 40 derslikli 8 ilköğretim okulu yapılabileceği gibi 100 kişilik 20 tane öğrenci pansiyonu, 200 kişilik 14

tane öğrenci pansiyonu veya 300 kişilik 10 tane öğrenci pansiyonu yapıp hizmette sunulabilir. Üstelik hanehalkı tüketimi içinde kartlı ödemelerin yaklaşık yüzde 40'una sahip olduğu düşünüldüğünde, tüm ödemelerimizi kartlarla yapsaydık cebimizde kalan tutar 178 milyon TL'ye kadar çıkabilirdi. Bu tutar da 24 derslikli 24 ilköğretim okuluna ya da 100 kişi kapasiteli 51 tane öğrenci pansiyonunun maliyetine eş değer.





ABD'li bankalar tarafından Venmo, PayPal, Square Cash gibi FinTech şirketlerine alternatif olarak geliştirilen Zelle, mobil ödeme oranını artırdı. U.S. Bank tarafından yapılan son araştırmaya göre Amerikalıların yüzde 47'si, ceplerinde nakit taşımaya rağmen ödemesini dijital yöntemlerle yapıyor...

Amerikalılar nakit taşıyıp ödemelerini dijital yapıyor



U.S. Bank tarafından yapılan ve harcama alışkanlıklarını araştıran "Cash Behavior Survey (Nakit Alışkanlıkları Araştırması)", ABD'de harcamaların giderek mobil uygulamalara kaydığını ortaya koyuyor. Ankete katılanların yüzde 47'si dijital ödemeyi tercih ettiklerini açıklıyor. Ülkede P2P (kişiden kişiye ödeme) hizmetlerinin yaygınlaşması tüketicilerden büyük ilgi görüyor.

Ankete göre, dijital ödemeye sadece gençler değil, teknolojiyle daha az ilgili olan diğer kuşaklar da ilgi gösteriyor. Nitekim yaşları 19-36 arasında olan "milenyum" kuşağının yüzde 49'u, yaşları 37 ila 52 arasında olan X kuşağının yüzde 44'ü ve "baby boomers" olarak sınıflandırılan 53 yaşın üzerindeki de yüzde 32'si en az bir kez dijital ödeme yapmış.



Gareth Gaston

Araştırmayı değerlendiren U.S. Bank Omnicannel Başkan Vekili Gareth Gaston, bu büyümede nakit ve çeke oranla daha hızlı, güvenli ve kolay olan P2P ağı Zelle'nin büyük payı olduğunu düşünüyor. Zelle, P2P işleminin yapıldığı ABD'li bankaların Venmo, PayPal, Square Cash gibi çözümlere karşı geliştirdiği bir platform. Bu yılın mart ayında kullanılmaya başlayan Zelle, kısa zamanda büyük ilgi gördü.

Gaston, bu ilgiyi "Dijital ve mobil bankacılık çözümlerine inanılmaz bir tüketici tepkisi var. Bu durum da tüm endüstriyi değiştiriyor ve nakit kullanımını 'tarihi' bir şekilde

azaltıyor" sözleriyle değerlendiriyor. Gaston'un konuyla ilgili görüşlerinin devamı şöyle:

"Zelle'nin U.S. Bank'ın mobil uygulamasına dahil edilmesinden bu yana geçen 30 günlük süre zarfında, müşterilerimiz tarafından gönderilen P2P ödemelerinin sayısı yükseldi. ATM kullanımı ve şube ziyaretleri yavaş yavaş azalırken, mobil işlemler yıl boyunca yüzde 300 oranında arttı. Zelle'nin ücretsiz, kullanımı kolay, hızlı ve güvenli olması nakit ihtiyacını ortadan kaldırdığını gösteriyor."

Cepte 20 dolar taşıyorlar

U.S. Bank Cash Behavior Survey'e katılanların yüzde 50'si zamanın nakitten daha önemli olduğunu belirtiyor. Ödemeler mobil yapıyor ama Amerikalılar üzerinde para taşımaya da devam ediyor. Ankete katılan 2 bin kişinin yarıya yakını yanında 20 dolardan az para taşıdığını ifade ederken, 50 doların altında para taşıyanların oranı dörtte

BANKA GÜVENCESİ ÖNEMLİ BİR ETKEN

- Ankete katılan erkeklerin yüzde 48'i, kadınların ise yüzde 38'i son 6 ayda dijital ödeme yapmış.
- Nakit yüzde 36 yemek, yüzde 15 ulaşım, yüzde 14'er oranlarda da partiler ve aile işleri için kullanılıyor.
- Zelle'nin en yoğun kullanıldığı alan yüzde 51 ile fatura ödeme. Başka birine para göndermek için kullanım sıklığı ise yüzde 40. Hediye alımında yüzde 35, konserlerde de yüzde 8'lik bir kullanıma sahip.
- Ankete katılanların yüzde 73'ü, ödemelerin bir banka tarafından desteklenmesi durumunda P2P hizmetini kullanma olasılığının yüzde 78 olduğunu belirtiyor.

üç seviyesinde. Yine katılımcıların yüzde 46'sı bir ayda nakit kullandıkları gün sayısının 8 olduğunu söylerken yüzde 5'i hiç nakit kullanmadığını belirtiyor.

Tüketicilerin en büyük sorunu güvenlik
Zelle'nin bu büyümedeki rolü büyük. Ancak katılımcıların yüzde 43'ü, Zelle piyasaya sürülmeden önce de dijital ödeme yaptığını dile getiriyor. Tüketicilerin mobil ödemeyi denemesi ve kullanım sıklığını artırmasının önündeki engeller arasında

ise her zaman olduğu gibi güvenlik kaygısı ve komisyonlar olarak öne çıkıyor. Gaston, Zelle'nin ücretsiz ve üst düzey güvenlik bariyerlerinin olduğunun daha iyi anlaşılmasıyla bu tür kaygıların azalacağını düşünüyor.

Gaston, Zelle ödemeleri doğrudan banka hesapları arasında yapıldığı için kişinin bilgilerinin tamamen koruma altında olduğunu vurgulayarak, müşterilerinin Zelle ile yaptığı tüm işlemlerin U.S. Bank Online Risk-Free Guarantee tarafından korunduğunu sözlerine ekliyor. ☹



Tesco, çalınan kartı mobilde bloke edecek

İngiltere merkezli Tesco Bank, son bir yılda 300 bini aşkın banka müşterisinin kartını kaybetmesi veya çaldırması üzerine bir çözüm geliştirdi. Artık Tesco Bank müşterileri, mobil bankacılık uygulamasına giriş yaparak, kayıp veya çalıntı kartları tek dokunuşla bloke ederek, o andan itibaren kullanımını önleyebilecek. Kartın bulunması durumunda da aynı uygulama üzerinden bloke işlemini kaldırmak mümkün olacak. Kaybolan kartın yenisini talep eden müşteriler, eski kartlarını tamamen iptal etme işlemini de yine mobil uygulama üzerinden gerçekleştirebilecek. Mobil bankacılığı müşterileri için mümkün olan en basit şekilde sunmayı hedeflediklerini dile getiren Tesco Bank Dijital Direktörü Grant Bourbousson, "İngiltere genelinde her yıl milyonlarca kredi kartı müşterisi, kartlarını kaybettikleri gerekçeyle bankaya başvuruyor. Ancak daha sonra kartlarını buluyorlar. Biz kendi kredi kartı müşterilerimize doğrudan akıllı telefonları üzerinden kartı bloke etme ve bu işlemi geri alma imkanı sunarak, kayıp ve çalıntı durumlarında yaşanan stresi en aza indiriyoruz" diyor.

cüzdanı daha geniş katılıma açılan kapı olacaktır" diyor. "Soğuk depolama" ifadesi, dijital varlıkların tümüyle çevrimdışı (offline) olarak saklanmasını, internete bağlı kalmayarak "hack" gibi siber saldırı girişimlerini ortadan kaldırmayı ifade ediyor.

Dünya genelinde toplam dijital para birimi pazar hacmi 140 milyar doları aşarken, ShapeShift'in yönettiği hacim ise son bir yılda 15 kat artarak, yaklaşık 280 milyon dolar değere ulaştı.

WhatsApp mesajla para transferine başlıyor

1 milyardan fazla kişinin kullandığı WhatsApp mesajlaşma uygulaması içine P2P ödemelerini de ekleyecek. Sistemin WhatsApp'ın bir sonraki güncellemesinin beta sürümüyle birlikte kullanılacağı ortaya çıktı. WABetaInfo adlı blog tarafından duyurulan habere göre, bir sonraki sürümde "Welcome to WhatsApp Payments" adlı bir ekran olacak. Bu hizmet aslında bir süredir Hindistan'da kullanılıyor. Uygulama üzerinden yaklaşık 200 milyon kullanıcı para transferi yapabiliyor.



amazon pay

PAYTM VE AMAZON, HİNDİSTAN'A ÖZEL MODEL GELİŞTİRİYOR

Paytm ve e-ticaret devi Amazon, Hindistan'a özel ödeme sistemleri projeleri geliştiriyor. Hindistan, ekonominin her alanında olduğu gibi ödeme sistemlerinde de büyük bir gelişme gösteriyor. Bu potansiyeli değerlendirmek isteyen dünya devleri de bu ülkeye özel önem veriyor. Banking Technology adlı sitede yer alan habere göre Paytm, QR (karekod) temelli ödeme sistemlerinin yaygınlaşması için projeler geliştirirken, Amazon ise kendi dijital cüzdanının Hindistan'da kullanılması adına entegrasyon çalışmalarını tamamladı.

2010 yılında faaliyete geçen ödeme sistemleri şirketi Paytm, Hindistan'da 5 milyondan fazla KOBİ'ye çözüm sunuyor. Şirket, Alipay ve WeChat sayesinde Çin'de yaygın biçimde kullanılan QR ile mobil ödeme sistemini Hindistan'da uygulamaya geçirdi. Paytm'in Başkan Yardımcısı Deepak Abbot, geliştirdikleri yeni sistem sayesinde QR ile ödeme yapmanın yanı sıra mobil uygulamaları üzerinden bu teknolojinin desteklediği işletmelerin de görülebilmesine imkan tanıyan bir altyapıya sahip olduklarını söyledi. Hindistan'a özel proje geliştiren bir diğer isim olan Amazon ise kendi dijital cüzdanını kullanıma açtı. Reserve Bank of India'dan ön ödemeli kart lisansı aldığını açıklayan Amazon, kartla yapılan tüm işlemlerde Amazon Pay dijital cüzdanının kullanılabilirliğini duyurdu.

Bitcoin ile şirket satın aldılar

Kullanım alanı gün geçtikçe artan Bitcoin, rüştünü bir kez daha ispatladı. Ağustos ayında İsviçreli kripto para borsası ShapeShift AG, ABD merkezli KeepKey Holder LLC adlı dijital cüzdan sağlayıcıyı şirketi Bitcoin ile satın aldı. İsviçre merkezli ShapeShift, 2014 yılında kuruldu ve bu yılın başlarında A Serisi fonlama oturumuyla 10.6 milyon dolar sermaye artırımını sağladı. KeepKey, Bitcoin ve diğer kripto para birimlerinin hızla yaygınlaşması sonucunda ortaya çıkan bir şirket. İşi de dijital ortamda tutulan paraların güvenle saklanması sağlamak. KeepKey'in yaklaşık 100 dolar fiyatla sattığı dijital cüzdan, kripto parayı güvenle korumaya yarıyor.

Satın almayla birlikte müşterilerine daha bütünlük bir deneyim sunacaklarını söyleyen ShapeShift CEO'su Erik Voorhees, tüketicilerin dijital para alımı yaptıktan sonra onu saklamak için de daha güvenli bir seçeneği olacağına dikkat çekiyor. Voorhees, "Dijital para birimlerine ilgi hızla yükselirken, basit ve kullanıcı dostu bir 'soğuk depolama'





Kripto paralar balon değil!

➔ Kripto para piyasası 150 milyar dolar değerini aşarak rekor kırdı. Standpoint araştırma şirketinin kurucusu Ronnie Moas, bunun daha başlangıç olduğunu, kripto para piyasasının 10 yıl içinde 2 trilyon dolar karşılığı değere ulaşacağını öngörüyor. Kripto paralara yapılan yatırımların ve bu alanda ortaya çıkan yeni girişimlerin sadece bir trendden ibaret olmadığını düşünen Moas, birçok düşünce kuruluşunun aksine kripto paraların yeni bir varlık sınıfı haline geleceğini savunuyor.

Kripto paraların gelişimini 1990'lı yıllardaki Silikon Vadisi'nin durumuna benzetilen Moas, "Büyük bir inovasyon dalgası, çalışma şeklimizi ve hayatımızı değiştiriyor ve bu sayede pek çok kişiye muazzam bir servet oluşturma fırsatı veriyor" diyor ve şöyle ekliyor:

"Google ve Amazon yatırımcıları, hisse değerlerinin 100 dolardan 200 dolara fırladığı zamanlarda ne kadar endişeliyse ben de şu anda o kadar endişeliyim. Her iki şirketin hisse değerlerinin şu anda 900 dolardan fazla olduğunu düşünürsek olursak nerede olduğumuzdan çok nereye doğru gideceğimizi düşünmemiz gerektiğini düşünüyorum. Kripto paraların bir balon olduğunu düşünmüyorum."

"İlk 50 dışına çıkmayın, portföyü çeşitlendirin"

Moas'a göre şu anda küresel piyasalar zaten şişirilmiş bir değerde. Altın rezervleri, hisse senetleri gibi küresel varlıkların değeri 200 trilyon dolara ulaşmış durumda. Dünyanın

en büyük 500 şirketi, son yıllarda hisse senetleri bakımından kazanmaları gereken ortalama fiyatların 5-6 kat fazlasını kazanıyor. Tüm bunlara karşılık dolar değer kaybediyor. Moas, "Günümüzde herkesin dolara erişim fırsatının olduğunu söylemek oldukça zor. Şimdi Venezuela'da kendi para biriminizde paranızı tutup yastık altında saklamak mı yoksa Bitcoin'e yatırmak mı daha cazip bir düşünün. Karar vermeniz için çok fazla zamana ihtiyacınız olmayacak" diyor.

Moas, önümüzdeki 10 yıl içerisinde en küresel varlık sınıfının en az yüzde 1'inin kripto paralara geçiş yapacağını öngörüyor ve bunun da 2 trilyon dolar değerine eş değer olduğunu belirtiyor. Sadece Bitcoin değil, tüm kripto para birimlerinin değerlendirileceğini, hatta ortalama bir yatırımın yüzde 1.250 değer kazandıracaklarını iddia ediyor. Ancak Moas, uyarıdan da geçemiyor:

"Şu anda piyasada 800'den fazla kripto para birimi var. Ancak ilk 50 dışında pek fazla güvenilmemesi gerekiyor. 'Dotcom' balonu unutulmamalı; Amazon, Microsoft ve Apple tüm zamanların en değerli şirketleri olurken birçok şirket yavaş ve acı çekerek ölmüştü. İlk 50 dışındaki kripto paralar şu anki piyasa değeri için neredeyse hiç bir anlam ifade etmiyor. Bu nedenle yatırım yaparken tercihler buna göre yapıp çeşitlendirilmeli."

Ronnie Moas, Bitcoin'in 3 yıl içinde 20 bin dolara ulaşabileceğini, önümüzdeki 36 ay içerisinde de fiyatını ikiye katlayabileceğini sözlerine ekliyor. ☺





Sadece yazarkasada değil, tüm ödeme çözümlerinizde Verifone

Son teknoloji ödeme çözümleriyle Türkiye'de 20, dünyada 35 seneyi aşkın süredir çok büyük başarılarla imza atan Verifone, geliştirdiği yeniliklerle işinizi kolaylaştırmaya ve size kazandırmaya devam ediyor.

Günlük, olağan ödeme işlemlerini işletmeniz için yeni nesil alışveriş fırsatlarına dönüştüren Verifone, yazarkasadan POS'a farklı ödeme sistemleriyle tüm zorlu süreçlerde iş ortağınız olarak yer alıyor ve çözümler üretiyor.

www.verifone.com.tr
pazarlama@verifone.com

Verifone®

TÜRKİYE'NİN ÖDEME YÖNTEMİ TROY

Türk bankalarının geliştirdiği
kutlamaya değer bir yenilik.

**Kartınız hangisi olursa olsun,
sağ alt köşesinde TROY olsun.**



troyodeme.com | [#TroyOlsun](https://twitter.com/TroyOlsun)

[f/TroyOdeme](https://www.facebook.com/TroyOdeme) [/TroyOdeme](https://www.instagram.com/troy_odeme) [@troy_odeme](https://www.instagram.com/troy_odeme)