



**ABD - AVRUPA ÜLKELERİ
VE TÜRKİYE'DE**

2025

KREDİ KARTI KULLANIMI

**TİCARİ İŞLETMELERE
STRATEJİ ÖNERİLERİ**



ÖZ	1
GİRİŞ	2
KREDİ KARTININ TANIMI VE ÇEŞİTLERİ	2
Banka Kredi Kartları	3
Masraf Kartları (Charge Cards)	3
Borç Kartları (Debit Cards)	4
Mağaza Kartları	4
Sanal Kartlar	4
Şirket Kartları	4
Akıllı Kartlar (Smart Cards)	4
KREDİ KARTI KULLANIMLARININ ETKİLERİ AVANTAJ VE DEZAVANTAJLARI	5
Kredi Kartlarının Avantajları	6
Kredi Kartlarının Dezavantajları	7
ÜLKELER BOYUTUNDA KREDİ KARTI KULLANIMI	8
Amerika'da Kredi Kartı Kullanımı	8
Avrupa Birliği Ülkelerinde Kredi Kartı Kullanımı	10
Almanya	11
Fransa	12
İtalya	12
İspanya	13
Hollanda	13
TÜRKİYE'DE KREDİ KARTI KULLANIMI	14
TÜRKİYE'DE KREDİ KARTLARININ SAYISAL ANALİZİ	18
TİCARİ İŞLETMELER İÇİN KREDİ KARTI STRATEJİLERİ	20
Perakende Sektörü	20
Hizmet Sektörü (Cafe, Restoran, Turizm, Sağlık vb)	21
E-Ticaret ve Online Hizmetler	21
Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler	21
Büyük ve Kurumsal İşletmeler	21
KAYNAKÇA	22



ABD - AVRUPA ÜLKELERİ VE TÜRKİYE'DE **KREDİ KARTI KULLANIMI** TİCARİ İŞLETMELERE STRATEJİ ÖNERİLERİ

Türkiye'de kredi kartlarının kullanım alanı ve önemi her geçen gün daha çok artmaktadır. Ülkemizde 2023 yılı itibariyle yaklaşık 81.000.000 kredi kartı bulunmakta ve bireylerin ortalama 1,1 ile 1,5 arasında kredi kartına sahip olduğu düşünülmektedir. Günümüzde kredi kartları sadece bireysel alışverişleri kolaylaştırmakla kalmamakta, aynı zamanda ekonomik yapıyı güçlendiren ve kayıt dışılığın önlenmesine katkı sağlayan önemli bir finansal enstrüman haline gelmektedir. Özellikle perakende ve e-ticaret sektörleri kredi kartı kullanımında öne çıkarken, temassız ödemelerin pandemi sonrası yaygınlaşmasıyla birlikte dijital ödeme sistemleri de hızlı bir gelişme göstermiştir. Kredi kartlarının sunduğu taksit imkanları, puan ve indirim sistemleri, hızlı erişim ve rahatlık özellikleri hem tüketici davranışlarını şekillendirmekte hem de ticari faaliyetlere yeni boyutlar kazandırmaktadır. Ticaretle uğraşanlar ve sektör profesyonelleri, bu gelişmeleri yakından takip ederek rekabet avantajı elde edebilir, müşteri memnuniyetini artırabilir ve işletmelerini büyütebilirler. Bu çalışma kredi kartlarının ekonomik, sosyal ve ticari etkilerini detaylarıyla anlatırken kredi kartlarındaki gelişmelerin sektörünüzü nasıl etkilediğine dair önemli ipuçları sunmaktadır. Özellikle ticaretle uğraşanlar ve finansal analiz yapmayı amaçlayanlar için kaçırılmaması gereken kapsamlı bir kaynak niteliğindedir.

Bugün hem bireyler hem de ekonomiler için kritik bir öneme sahip olan kredi kartları, finansal sistemin vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Kredi kartlarının yaygınlaşması ile birlikte bireylerin harcama alışkanlıklarında belirgin ve takip edilebilir değişimler yaşanmaktadır. Günümüzde kredi kartları sadece fiziksel alışverişte değil, çevrim içi platformlarda da yaygın şekilde kullanılmaya başlamıştır. İnsanların günlük yaşamlarında nakit taşımaktan daha güvenilir ve pratik buldukları kredi kartları, basit bir plastik parçasından daha fazlasını ifade etmektedir.

Bu çalışmada kredi kartlarının genel özellikleri, tarihçesi ve çeşitleri hakkında bilgi verilecektir. Ayrıca Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa Birliği ülkelerinde kredi kartı kullanımlarıyla ilgili güncel incelemeler yapıldıktan sonra, Türkiye'de kredi kartı kullanımlarıyla bunlardaki artış trendleri ayrıntılı olarak incelenecektir.

KREDİ KARTININ TANIMI VE ÇEŞİTLERİ

Para birimi ve ödeme aracı olarak madeni paranın kullanılmaya başlanması M.Ö. 7. yüzyıla kadar uzanırken, modern anlamdaki kredi kartlarının gelişimi 20. yüzyılda başlamıştır. Kredi kartı bir kişinin veya bir işletmenin önceden belirlenmiş kredi limitine dayanarak alışveriş yapmasına olanak veren finansal enstrümandır. Kredi kartında amaç belirli bir süre içerisinde geri ödemek şartıyla alışverişe imkân tanımadır. Bu yönüyle değerlendirildiğinde kredi kartları yaygın bir kullanıma sahip ödeme araçlarıdır. Bu noktada kredi kartlarının tanımını yapmak gerekirse kredi kartları, "Bankalar ve çıkarmaya yetkili kuruluşlar tarafından müşterilerine belirli limitler dahilinde açtıkları kredilerle, nakit kullanmaksızın mal ve hizmet alımı, nakit kredi çekme imkanı sağlamak için verdikleri ödeme aracı" olarak tanımlanabilir (Kaya, s.2). Tanımdan da anlaşılabilceği gibi kredi kartları temel işlevi olan alışverişlerde anında likidite sağlamanın yanı sıra kullanıcılarının gerektiğinde acil durum finansmanı sağlamasına yardımcı olabilecek bir yapı kazanmıştır. Kredi kartlarında kullanıcı kart ile yaptığı harcamaları belirli bir tarih aralığında geri ödemekle yükümlüdür (Apak- Yılmaz, s.39).



Kredi kartlarının çalışma prensibi, belirli bir banka veya finans kuruluşu ile yapılan sözleşmeye dayanır. Bu sözleşme, kart kullanıcısına, onların gelir durumlarına ve kredi geçmişlerine bağlı olarak, belirli bir kredi limiti sunar. Kullanıcı, harcama yaptıkça bu limit azalır ve geri ödeme yapıldıkça limit yeniden açılır. Kredi kartı kullanımı, nakit para ile yapılan alışverişlere göre birçok avantaj sunmaktadır; bunlar arasında sadakat programları, (mil veya puan kazanma) çeşitli indirimler ve harcamalarda sağlanan ek kampanyalar yer almaktadır. Bu nedenlerle, kredi kartı, özellikle Türkiye gibi gelişen piyasalarda, yaygın olarak kullanılmaktadır (Altan - Göktürk, s.127).

Kredi kartı türleri, kullanıcıların farklı ihtiyaçlarına ve gelir seviyelerine göre çeşitlilik göstermektedir. Bu geniş yelpaze sayesinde, tüketiciler kendi bütçelerine uygun ve ihtiyaçlarını karşılayacak en iyi seçeneği bulabilme imkanına sahip olur. Farklı kredi kartları, insanlara finansal özgürlük sağlarken, çeşitli harcama fırsatları ve avantajları ile günlük yaşamlarını da kolaylaştırır. (Smith, s.46) Kredi kartları finansal sistemde farklı ihtiyaçlara yönelik çeşitlere sahiptir. Bu çeşitler kullanım şekline, ödeme yapısına ve kart çıkaran kuruluşa göre farklı kategorilere ayrılır.

Banka Kredi Kartları

Bankalar tarafından çıkarılan en yaygın kredi kartı türüdür. Hem ödeme aracı hem de nakit kredi sağlama özelliği ile kullanılırlar. Kart sahipleri borçlarını belirli dönemlerde ödeyebilir veya taksitlendirebilirler. Bu kartlarda borç bakiyesi ödeme süresi içinde ödenirse faiz işlemez; sürenin sonunda ödeme yapılmazsa faiz işletilir. Bu tür kartlara "kredili kredi kartı" denir.

Masraf Kartları (Charge Cards)

Masraf kartlarında nakit kredilendirme olmaz, kart sahipleri yaptıkları harcamaları genellikle ay sonunda topluca öderler. Borç taksitlendirilemez. Harcamalar doğrudan kart sahibinin hesabından tahsil edilir. Bu tip kartlar alışveriş kolaylığı sağlar, ancak ödemeler hemen yapılmak zorundadır.



Borç Kartları (Debit Cards)

Borç kartları doğrudan kullanıcı hesabından para çeker. Alışveriş anında kart sahibinin banka hesabından elektronik fon transferi ile ödeme yapılır. Böylece kredi gibi kullanımı yoktur, sadece hesapta bulunan para kadar harcama yapılabilir. Bu kartlar ödeme aracı olarak kullanılır ancak kredi sağlamazlar. (Aydın, s.147-148)

Mağaza Kartları

Belirli mağazalar veya zincirler tarafından çıkarılan sınırlı kullanım hakkına sahip kartlardır. Genellikle sadece kartı çıkaran mağazada geçerlidir ve kredi limitleri mağaza ile sınırlanır (Bayar, s.24).

Sanal Kartlar

İnternet alışverişlerinde güvenliği artırmak amacıyla çıkarılan, fiziksel kartı olmayan ve tek kullanımlık limitlere sahip kartlardır. Sanal kartlar ödeme platformlarında kullanılır ve dolandırıcılık riskini azaltır.

Şirket Kartları

Kurumsal kullanımlar için çalışanlara verilen ve şirket hesabına bağlı kartlardır. İş harcamaları için kullanılır, kişisel harcamalar için değil. Harcamalar, şirket tarafından takip edilmesini amaçlar. (Göktaş, s.15)

Akıllı Kartlar (Smart Cards)

Çip teknolojisine sahip kartlardır. Bilgi depolama ve işlem kapasitesi yüksektir. Güvenlik açısından manyetik bantlı kartlardan üstün olan bu kartlar hem kredi hem de farklı ödeme yöntemleri için uygundur. (Bakır, s.19)

Ülkemizde kredi kartları çeşitlerinden; banka kredi kartları, mağaza kartları ve masraf kartları tercih edilirken, daha çok Visa, MasterCard ve American Express gibi uluslararası kartlar yaygın olarak kullanılmaktadır.

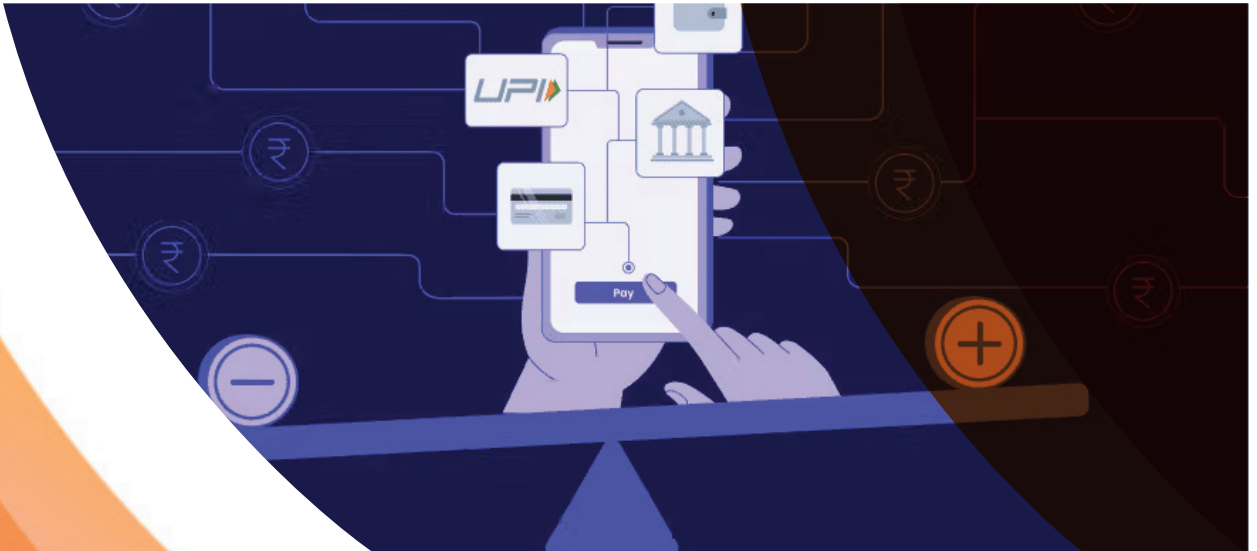


KREDİ KARTI KULLANIMLARININ ETKİLERİ AVANTAJ VE DEZAVANTAJLARI

Günümüz modern ekonomilerinin önemli finansal enstrümanlarından biri haline gelmiş olan kredi kartları, tarihsel gelişim sürecinde ekonomik ve sosyal açıdan çok çeşitli ve derin etkiler yaratmıştır. Kredi kartları ekonomik açıdan incelendiğinde, bireylerin tüketim alışkanlıklarını değiştirdiğini ve onları yüksek harcamalara yönlendirdiğini görmek mümkündür. Eskiden senetli ve/veya senetsiz yapılan ve hem finansal hem de tahsilat riskinin satıcı işletmede bırakan vadeli satışlar problemi kredi kartları sayesinde belli bir ölçüde çözüme kavuşmuştur. Bununla birlikte işletmeler, dijital platformlarda satış yapabilme potansiyeline de sahip olmuşlardır. Bu durum ticaret hacminin belirgin bir şekilde artmasına, dolayısıyla ekonomik büyümeye katkı sağlamıştır. Bununla birlikte bireylerin aşırı harcama isteği ve harcama rahatlığı, çeşitli olumsuz sonuçları da beraberinde getirmiştir.

Ülkeler tüketim harcamalarındaki artışın ekonomik büyümeyi desteklemesi ve harcamaları kayıt altına almada bir araç olarak gördükleri kredi kartı kullanımını desteklemektedir. Ancak insanın ihtiyaçlarının sonsuz olması ve harcama kolaylığı kredi kartı kullanımıyla birlikte hane halkı borçluluk düzeyinin finansal istikrarı tehdit edecek şekilde yükselmesine neden olabilmektedir. Kredi kartlarının ekonomik avantajlarının yanı sıra sosyal etkilerinden de bahsetmek gerekir. Sosyal açıdan kredi kartları incelendiğinde, kredi kartlarının bireylerin finansal bağımsızlıklarını arttırmakla birlikte aynı zamanda. Borç yükü ve ödeme zorlukları gibi karmaşık sorunları da çıkarabildiği görülmektedir (Pehlivanoğlu, s.21).

Kredi kartları sahiplerine birçok avantajlar sağlayabilmektedir. Bu avantajların başında kredi kartları ile hızlı ve kolay bir şekilde ödeme yapma imkanının kazanılması gelir. Bunun yanı sıra kredi kartları ile çeşitli bonuslar kazanma ve nakit çekme imkanları gibi özellikler de kredi kartı kullanımını oldukça avantajlı hale getirmektedir. Düzenli harcamalar yapma alışkanlığı kazandırması ve online alışverişte kullanım kolaylığı sağlama gibi unsurlar da kredi kartlarının sunduğu önemli avantajlar arasındadır. Önceden planlanmamış acil durumlarda nakit ihtiyacını karşılama olanağı ve dünya genelinde pek çok yerde kullanılabilme yeteneği gibi faydalar da kredi kartlarının sağladığı faydalar olarak göz önünde bulundurulmalı ve değerlendirilmelidir. Bu nedenlerle kredi kartı kullanımı birçok kullanıcı için son derece işlevsel ve pratik bir seçenek haline gelmiştir.



Kredi kartlarının doğru kullanımı sosyal açıdan bireylere statü sembolü, özgüven gibi faydalar da sağlamaktadır. Kredi kartları, bireylerin yaşam standartlarını önemli ölçüde etkilemektedir. Kredi kartları sayesinde birçok insan anlık ihtiyaçlarını karşılama noktasında büyük bir imkan ve kolaylık elde edebilmekte, bununla birlikte toplumsal hareketlilik artmakta ve bireyler farklı sosyal çevrelere dahil olabilmektedir. Ancak kredi kartlarının kontrolsüz kullanımı zaman zaman kredi kartına yapılan faiz ödemeleri, bireylerin elde ettikleri gelirleri azaltmakta tasarruf için birikim yapamamalarına neden olmakta, hatta kimi zaman bu nedenlerden dolayı finansal zorluklar yaşanabilmektedir. Kredi kartı kullanmanın dezavantajları arasında kredi kartlarının ödemelerinde gecikme ya da eksik ödemelerde yüksek faiz oranları söz konusudur. Bunun dışında kredi kartları taşıdıkları özelliklere göre kullanıcılarından kart aidatları adı altında ek ücretler talep edilebilmektedir. Taksitli alışverişlerde fazladan ödeme yapma durumu ve tüketiciyi borçlanmaya teşvik etme gibi olumsuz konular da gerçekten dikkate değer şekilde kredi kartlarında karşımıza çıkmaktadır. Harcama alışkanlıklarını kontrolsüz hale getirme ve kredi notunu olumsuz etkileme gibi durumlar kredi kartlarının dezavantajları arasında önemli bir yere sahip olmaktadır. Tüm bu faktörler kredi kartı kullanımının dikkatli bir şekilde değerlendirilmesi gerektiğini de gösterir. Aşağıda kredi kartlarının sağladığı avantajlar ve dezavantajlar maddeler halinde özetlenmiştir.

Kredi Kartlarının Avantajları

1. Tüketim Kolaylığı ve Harcamaların Artması:

Kredi kartları, nakit taşımadan alışveriş yapabilme imkanı sunar. Bu da alışverişlerin hızlanması ve harcamaların artması ile sonuçlanır. Kredi kartlarının sağladığı kolaylık, ekonomik aktivitenin canlanmasına ve milli gelir artışına katkıda bulunur.

2. Taksitlendirme ve Finansal Esneklik:

Kredi kartları, taksitli ödeme seçeneği ile tüketicilere ödeme kolaylığı sağlar. Bu durum özellikle büyük harcamalarda finansal planlama imkânı yaratarak tüketicilerin bütçelerini düzenlemelerine olanak tanır.

3. Dijital ve Temassız Ödeme İmkanları:

Modern kredi kartları, temassız ödeme, online alışveriş ve otomatik ödeme sistemleri gibi teknolojik avantajlar sunarak zaman ve mekan bağımsız ödeme kolaylıkları sağlar.



4. Ekonomik Büyümeye Katkı:

Yapılan harcamalar ekonomik büyümeyi tetikler. Kredi kartlarının yaygınlaşması, tüketimin ve yatırımların artmasına neden olarak toplam talebi yükseltir ve üretimi teşvik eder.

Kredi Kartlarının Dezavantajları

1. Aşırı Borçlanma ve Finansal Risk:

Kredi kartı kolay harcama imkanı sağladığı için tüketicilerin gelirlerinin üzerinde borçlanmasına yol açabilir. Bu durum, özellikle finansal bilgi eksikliği olan bireylerde borçların birikerek büyümesine, ödeme güclüğü yaratmasına neden olmaktadır.

2. Yüksek Faiz ve Ek Ücretler:

Zamanında ödenmeyen kredi kartı borçlarına yüksek faiz uygulanır. Ayrıca yıllık üyelik aidatı, geç ödeme cezaları gibi ek maliyetler tüketicilerin ekonomik refahını olumsuz etkiler.

3. Psikolojik ve Sosyal Etkiler:

Aşırı borç birikimi tüketicilerde stres, kaygı ve sosyal izolasyon gibi psikolojik sorunlara yol açabilir. Bazı araştırmalar, öğrencilerde ve düşük gelirli gruplarda bu durumun daha yaygın olduğunu göstermiştir.

4. Kontrolsüz Harcama ve Tüketim Alışkanlıklarının Bozulması:

Kredi kartları, satın alma alışkanlıklarını etkileyerek gereksiz veya plansız harcamalara yönlendirebilir. Bu da bireylerin mali disiplini olumsuz etkiler.

5. Kart Sahibi ve İşletmeler için Ek Maliyetler:

Kart sahipleri için faizler ve ek ücretler, işletmeler ise kredi kartı komisyonları nedeniyle maliyet artışları yaşayabilir.



Kredi kartları, finansal sistem için önemli bir araç olup hem tüketicilere hem de ekonomiye önemli faydalar sağlar. Ancak, kullanımının getirdiği riskler ve dezavantajlar dikkate alınarak finansal okuryazarlığın artırılması ve kontrollü kullanım önem taşımaktadır. Kredi kartı kullanıcılarının eğitimi ve yasal düzenlemelerle, kredi kartı avantajlarının sürdürülebilirliği sağlanabilir.

ÜLKELER BOYUTUNDA KREDİ KARTI KULLANIMI

Bugün, tüm dünyada yaygın biçimde kullanılan ve en önemli finansal araçlardan biri olma özelliğini taşıyan kredi kartları, ekonomilerin etkinliklerinde kritik bir rol oynamaktadır. Amerika, Avrupa Birliği ülkeleri ve Türkiye'de kredi kartı kullanım alışkanlıkları, ekonomik ve sosyal dinamikleri etkileyen çeşitli faktörlerle şekillenmekte ve farklılaşmaktadır. Bu faktörler arasında kültürel değerler, ekonomik koşullar ve tüketici davranışları gibi unsurlar yer almaktadır.

Amerika'da Kredi Kartı Kullanımı

Amerika Birleşik Devletleri'nde kredi kartı kullanımı, finansal sistemin önemli bir parçası olarak öne çıkmaktadır. Bu sistem, tüketicilerin harcamalarını kolaylaştırmakta, işletmelere ise satışlarını artırma fırsatı sunmaktadır. Amerika'da kredi kartları, günlük yaşamın bir parçası haline gelmiş olup, büyük bir tüketici kitlesine hitap etmektedir. Amerika Birleşik Devletleri'nin finansal sistemi, karmaşık bir yapı olarak birçok bileşeni içermektedir. Amerika'da kredi kartı kullanımı, 20. yüzyılın ortalarına kadar uzanmaktadır. İlk modern kredi kartı 1949 yılında Diners Club tarafından tanıtılmıştır ve bu tüketicilere restoranlarda yemek yeme imkânı sunan bir ödeme aracı olarak işlev görmüştür. (Apak - Yılmaz, s.38) Zamanla, bankaların bu hizmete girmesiyle birlikte kredi kartları çeşitlenmiş ve daha yaygın hale gelmiştir. 1950'lerde American Express ve MasterCard gibi diğer büyük markalar piyasa katılımcıları olmuştur. Bu süreç, kredi kartlarının ekonomik hayatta önemli bir rol oynamasına zemin hazırlamıştır. 1970'lerden itibaren kredi kartları, tüketicilerin harcama alışkanlıklarını köklü bir şekilde değiştirmiş ve günümüzdeki geniş kullanım alanına ulaşmasına katkıda bulunmuştur. (Chung, s.40) Kredi kartlarının başlangıç dönemleri, 1940'ların sonlarına dayanır. İlk olarak Diners Club tarafından 1949 yılında piyasaya sürülen bu kart, yalnızca belirli restoranlarda ödeme yapmayı sağlamıştır. 1950'li yıllarda American Express ve Master Charge (sonradan MasterCard olarak bilinir) gibi firmalar da benzer kartlar sunmaya başlamıştır. Bu dönemde kredi kartları, tüketicilere nakit



taşımak yerine bir tür kredi sağlama imkânı sunarak alışveriş deneyimlerini dönüştürmüştür. Kredi kartlarının yaygınlaşmasıyla birlikte, tüccarlar da satış yaparken bu yeni ödeme yöntemini benimsemiş ve böylece kredi kartlarının kabulü artmıştır. Bu süreç, ABD'deki ticaretin gelişimine önemli katkılar sağlamıştır.

Amerika'da da tüm dünyada olduğu gibi birçok kişi için kredi kartları günlük hayatın bir parçası haline gelmiştir. Fobes yazarları; Becky Pokora ve Harlan Vaughn, Kredi kartları ve trendleri isimli çalışmalarında Amerika için 2023'ün sonunda, borçlu başına düşen ortalama kredi kartı borcunun 6.360 dolar olduğunu bu rakamın bir önceki yıla göre yaklaşık %10 artışı ifade ettiğini ayrıca söz konusu rakamın Amerika için tüm zamanların en yüksek seviyesi olduğunu yazmışlardır. Toplamda bakıldığında Amerikalıların kredi kartlarına olan toplam borcu yaklaşık 1,13 trilyon dolar olmaktadır. Her yaştan kart sahibinin kredi kartı borcu olması muhtemel olsa da, miktar yaşa göre değişiklik göstermektedir. Federal Rezerv'in 2022 verilerine göre, 45 ila 54 yaş arasındaki Amerikalılar kredi kartı borcuna sahip olma olasılığı (%57) en yüksek olan gruptur, 75 yaş ve üzeri olanların ise kredi kartı borcuna sahip olma olasılığı (%29,8) ile en düşüktür.

Ortalama kredi kartı borcuna gelince, 55 ila 64 ve 65 ila 74 yaş grupları 3.500 dolarla en yüksek sırada yer almaktadır. 55 ila 64 yaş grubu ayrıca ortalama kredi kartı borcunda 7.720 dolar ile en yüksek sırada yer almaktadır.

San Francisco Federal Rezerv Bankası tarafından yapılan bir araştırma, 2022'de kredi kartlarının tüm ödemelerin %31'ini yapmak için kullanıldığı sonucuna ulaşmıştır. Daha yakın zamanda, Aralık 2023'te yapılan bir Forbes Advisor anketinde ise, Amerikalıların %10'undan daha azının alışverişlerini nakit ödeme ile gerçekleştirdiğini göstermiştir. Araştırmaya göre Amerika'daki tüketicilerin alışverişlerinde %53'ünün fiziksel veya sanal banka kartı ve %37'sinin fiziksel veya sanal kredi kartı kullandığı, en çok kullanılan ödeme aracının banka kartları ve kredi kartları olduğu sonucu elde edilmiştir.

Federal Rezerv, 2022'de ABD'li yetişkinlerin %82'sinin bir kredi kartı olduğunu, Amerikalıların yaklaşık %73'ünün 25 yaşına geldiğinde bir kredi kartına sahibi olduğunu ve kredi kartlarının genç yetişkinler için en yaygın ilk kredi deneyimi anlamına geldiğini açıklamıştır.

Şubat 2024'te Forbes Advisor, kredi kartı kullanım nedenleri ile ilgili yaptığı araştırmada insanların üçte birinden fazlasının (%35) kredi kartlarını öncelikle ödül kazanmak için kullandığını, %33'nün "kredi kartını nakit taşımaktan daha güvenli" bulduğunu ve %28'nin ise "karşılayamayacağı masrafları karşılayabilmek" için kredi kartı kullandığını ortaya koymuştur.

Experian açıkladığı raporda, Amerika'daki insanların ortalama olarak üç farklı kredi kartı hesabına sahip olduğunu, kişi başına 3,9 kredi kartına sahip olunduğu yaklaşık 191 milyon Amerikalı yetişkinin en az bir kredi kartı hesabının olduğunu, tüm Amerikalıların yarısının en az iki kartı ve %13'ünün en az beş kartı olduğunu belirtmektedir. (Megan Lee)

Avrupa Birliği Ülkelerinde Kredi Kartı Kullanımı

1950'li yıllarda Amerika Birleşik Devletleri'nde Diners Club ile başlayan kredi kartlarının Avrupa ülkelerine gelmesi 1960'lı yılların ortalarını bulmuştur. Bu dönemde İngiltere'de Barclaycard gibi ilk kart uygulamaları kullanıcılar arasında yayılmaya başlamıştır. 1970'lerden itibaren Avrupa'nın çeşitli ülkelerinde çok sayıda kredi kartı şirketi kurulmuştur. Fransa'da 1967'deki Carte Bleue uygulaması, kullanıcıların geniş bir ticaret ağına erişmelerini sağlamıştır. Bu dönemde kredi kartlarının kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte Avrupa'daki bankacılık sistemleri de modernleşmeye başlamıştır. 1990'lar kredi kartlarının yalnızca bir ödeme aracı olmasının ötesinde, küresel bir finansal fenomen haline geldiği dönemdir. Chip teknolojileri ve internetin yaygınlaşması online alışverişin artışına yol açmış ve kredi kartlarının kullanımını daha da kolaylaştırmıştır. Avrupa Birliği'ne dahil ülkeler bu dönemde bir dizi düzenleme yaparak kredi kartlarının kullanımını standartlaştırmaya çalışmıştır. 2000'li yıllardan günümüze ise dijital ödemelerin, mobil cüzdanların hızla yayıldığı bir dönem yaşanmıştır. Kredi kartları, mobil uygulamalar ve temassız ödeme sistemleriyle birlikte bir kez daha evrim geçirmiştir. Avrupa'da. PSD2 (Payment Services Directive2) gibi düzenlemeler güvenliği artırmak için ödeme hizmetleri alanında önemli değişikliklere yol açmıştır.

Avrupa Birliği ülkelerinde kredi kartı kullanımı, finansal alışveriş dinamiklerinde önemli bir rol oynamaktadır. 2022 verilerine göre, Avrupa genelinde kredi kartı sahipliği oranı, ülkeden ülkeye değişiklik göstermekle birlikte, ortalama %59 seviyesinde gerçekleşmiştir. Bu oran, Kuzey Avrupa ülkelerinde daha yüksek iken, Güney Avrupa ülkelerinde daha düşüktür. Örneğin, İsveç ve Danimarka gibi ülkelerde kredi kartı sahiplik oranları %85'in üzerine çıkarken, Yunanistan ve İtalya'da bu oran %40 civarlarında kalmaktadır. Böylece, kredi kartı kullanımında bölgesel farklılıkların olduğu görülmektedir. Çeşitli ekonomik etkenler, kültürel alışkanlıklar ve tüketici güveninin, bu oranların şekillenmesinde etkili olduğu söylenebilir (Uşaklı - Kenç, 72).

Kredi kartlarının yıllık kullanım sıklığına bakıldığında, 2021 itibarıyla Avrupa Birliği genelinde kredi kartı ile yapılan işlemlerin toplam değeri 2 trilyon Euro'nun üzerinde gerçekleşmiştir. Bu, özellikle e-ticaretin ve online alışverişin artışıyla paralel bir gelişim göstermektedir. E-ticaret satışlarının büyük bir kısmı, kredi kartı ile yapılmaktadır; örneğin, Almanya'da online alışverişlerin %40'ından fazlasında kredi kartı tercih edilmiştir. Bunun yanında, temassız ödeme sistemlerinin benimsenmesindeki



artış da, kredi kartı kullanımını teşvik etmiştir. 2022 itibarıyla, Avrupa'daki kredi kartı işlemlerinin %60'ından fazlası temassız yöntemlerle gerçekleştirilmiştir. Bu gelişme, tüketicilerin hızlı ve güvenli alışveriş deneyimlerini tercih etmelerine yönelik bir yanıttır.

Ayrıca, mevcut veriler, kredi kartı kullanımındaki cinsiyet ve yaş grubu farklılıklarını da gözler önüne sermektedir. Genç bireyler, 18-34 yaş arasındaki kullanıcılar, kredi kartlarını en yaygın biçimde kullanan gruplar arasında yer almaktadır. Buna karşın, daha yaşlı kuşaklar arasında kredi kartı kullanımı, genellikle daha temkinlidir. Sonuç olarak, Avrupa Birliği ülkelerinde kredi kartı kullanımı hem makro-ekonomik faktörler hem de bireysel tüketici davranışları açısından zengin bir veri seti sunmaktadır. Bu istatistikler, gelecekteki finansal stratejilerin belirlenmesine ve piyasa dinamiklerinin daha iyi anlaşılmasına olanak tanımaktadır.

Almanya

Almanya, Avrupa Birliği'nin en büyük ekonomilerinden biri olarak, kredi kartı kullanımında kendine özgü bir profil sergilemektedir. Ülkede genellikle nakit ödeme tercih edilirken, kredi kartı kullanımı son yıllarda artış göstermektedir. Almanya'daki kredi kartı pazarını etkileyen birkaç faktör vardır. Bunlar arasında, tüketici güveni, alışveriş alışkanlıkları ve dijital ödemelerin benimsenmesi gibi unsurlar yer almaktadır. Kredi kartı sahipliği oranı, diğer Avrupa ülkelerine kıyasla daha düşük seviyelerde kalmaktadır ve bu durum, tarihsel olarak nakit kullanımının yaygın olmasından kaynaklanmaktadır. Örneğin, 2020 itibarıyla yapılan araştırmalar, Alman tüketicilerin yalnızca %30'unun en az bir kredi kartına sahip olduğunu ortaya koymuştur. (Köseoğlu, 50)

Almanyalılar genellikle temkinli bir yaklaşım benimsemekte ve borçlanma konusunda dikkatli davranmaktadırlar. Kredi kartlarının sunmuş olduğu avantajlar, özellikle yurtdışında yapılan alışverişlerde ve çevrimiçi ödemelerde kendini göstermektedir. Ancak kullanıcılar, yüksek faiz oranları ve borç döngüsünden kaçınmak için kredi kartlarını yalnızca ihtiyaç halinde ve sınırlı bir şekilde kullanmayı tercih etmektedir. Bunun yanında, yerel bankalar ve finansal kuruluşlar, tüketicilere uygun şartlarla kredi kartı teklifleri sunmakta, bu da kart ile yapılan harcamaların kontrol altına alınmasını sağlamaktadır. (Yaşa, 82)

Almanya'da kredi kartı kullanımının arttığı bir diğer alan ise dijitalleşme ile ilgili gelişmelerdir. Özellikle Fintech şirketlerinin ortaya çıkması hem mobil ödeme çözümleri hem de hızlı ve güvenilir online alışveriş için yeni fırsatlar sunmaktadır. Bu ortamda, Mastercard ve Visa gibi küresel markaların yanı sıra, yerel şirketlerin de yenilikçi çözümler sunarak piyasada kendilerine yer bulması dikkat çekmektedir. Almanya'daki kredi kartı kullanımında sağlanan bu değişim ve gelişmeler, tüketicilerin finansal araçları kullanımında daha esnek ve çeşitli bir yaklaşım benimsemelerine olanak tanımaktadır. Dolayısıyla, bu dinamiklerin ışığında, kredi kartı kullanımının geleceği, ülkenin ekonomik yapısıyla bağlantılı olarak şekillenmeye devam edecektir.

Fransa

Fransa, kredi kartı kullanımında Avrupa'nın önemli aktörlerinden biridir ve bu durum, hem tarihsel hem de ekonomik faktörlerle şekillenmiştir. Fransız tüketicileri, kredi kartlarına olan bağlılıklarında hem ulusal hem de uluslararası ödeme sistemlerinin sunduğu kolaylıklardan faydalanmaktadır. Fransa'da, Visa ve Mastercard, en yaygın kullanılan kredi kartı markaları arasında yer alırken, Carte Bancaire, yerel bir ödeme sistemi olarak da önem arz etmektedir. Bu kartlar, geniş bir ticari ağda kabul edilmekte ve farklı sektördeki iş yerlerinde yaygınlıkla kullanılmaktadır. (Lucas, 53)

Fransa'daki kredi kartı kullanıcıları, genellikle kartı günlük harcamalar için kullanmayı tercih etmektedir. Restoranlar, perakende mağazaları ve çevrimiçi alışveriş platformları, kredi kartıyla ödeme yapmanın en popüler olduğu alanlardandır. Araştırmalar, Fransızların kredi kartıyla ödeme yapmak-tansa, nakit kullanımını daha az tercih ettiğini göstermektedir. Özellikle pandeminin etkileriyle, temassız ödeme yöntemlerinin benimsenmesi artmış, bu da tüketicilerin kredi kartı kullanım alışkanlıklarını etkilemiştir. Temassız teknolojinin sağladığı kolaylık ve hız, günlük alışverişlerde kredi kartı kullanımını teşvik ederken, aynı zamanda güvenlik endişelerini de azaltmaya yardımcı olmuştur.

Fransa'da kredi kartları ile ilgili önemli bir konu da kullanıcıların borçlanma alışkanlıklarıdır. Kredi kartı kullanıcıları, farklı faiz oranları ve ödeme planları ile borçlarını yönetmek durumundadır. Bazı kullanıcılar, asgari ödeme yaparak borç biriktirme eğilimindeyken, diğerleri daha disiplinli bir yaklaşım sergileyerek borçlarını zamanında kapatma hedefi gütmektedir. Ekonomik dalgalanmalar ve değişen yaşam standartları, tüketici davranışlarını yönlendirmekte ve kredi kartı kullanımında dikkat edilmesi gereken unsurlar arasında yer almaktadır. Sonuç olarak, Fransa'da kredi kartı kullanımı hem bireysel hem de ekonomik bağlamda önemli bir yer tutmakta ve tüketicilerin finansal kararlarını derinlemesine etkilemektedir.

İtalya

İtalya'da kredi kartı kullanımı, tarihi ve kültürel faktörlerin, finansal sistemin dinamikleriyle birleştiği karmaşık bir yapıya sahiptir. Ülkenin genel ekonomik çevresi, perakende sektöründeki dijitalleşme ile doğrudan ilişkilidir. İtalya'da, 2022 yılı itibarıyla, yetişkinlerin yaklaşık %50'sinin en az bir kredi kartına sahip olduğu tahmin edilmektedir. Bu oran, özellikle genç nesiller arasında, dijital ödemelere olan yatkınlığın artmasıyla yükselmektedir. Ancak, nakit kullanımı hala önemli bir rol oynamaktadır; nakit ödeme, birçok günlük harcamada tercih edilmeye devam etmektedir.

Kredi kartları, İtalya'da çeşitli avantajlar sunmaktadır. Bu kartlar, genellikle çeşitli indirimler, taksitli ödeme seçenekleri ve puan biriktirme sistemleri içermektedir. Bununla birlikte, tüketiciler için sunulan kredi kartı teklifleri, genellikle yıllık ücretlerle ilişkilidir ve bu, kullanıcıların tercihlerini etkileyen bir faktör haline gelmektedir. Ayrıca, tüketicilerin kredi kartlarına başvuru sürecinin genellikle hızlı ve kolay olması, genç tüketicilerin bu finansal aracı benimsemesini teşvik etmektedir.

Regülasyonlar da İtalya'da kredi kartı kullanımında önemli bir rol oynamaktadır. Avrupa Birliği'nin düzenlemeleri çerçevesinde, tüketicilerin korunması ve finansal şeffaflık açısından gerekli önlemler alınmaktadır. İtalya, ayrıca dijital ödemelerin yaygınlaşmasıyla birlikte uygun altyapıyı geliştirmek amacıyla çeşitli girişimlerde bulunmaktadır. POS cihazlarının yaygınlaşması ve çevrimiçi ödemelerde güvenliğin artırılması, bu çerçevede önemli adımlardandır. Bütün bu faktörler, İtalya'daki kredi kartı kullanım alışkanlıklarını şekillendirirken, kullanıcıların finansal okuryazarlık seviyeleri de mevcut durumu etkilemektedir. Sonuç olarak, İtalya'da kredi kartı kullanımı, dinamik bir yapı sergileyerek hem geleneksel hem de modern ödeme sistemleri arasında bir köprü görevi görmektedir (Soydan, 31).

İspanya

İspanya, Avrupa'nın önemli finansal merkezlerinden biri olarak, kredi kartı kullanımı açısından belirgin özellikler taşımaktadır. Ülke genelinde, nakit kullanımının yavaş yavaş azaldığı ve dijital ödemelerin ön plana çıktığı gözlemlenmektedir. Kredi kartları, özellikle büyük şehirlerde ve turistlerden yoğun şekilde etkilenen bölgelerde yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. İspanyol toplumunda kredi kartı, yalnızca alışveriş için değil, aynı zamanda seyahat ve online işlemler için de önemli bir ödeme aracı haline gelmiştir. Bu dönüşüm, İspanyol bankalarının geliştirdiği yenilikçi ürünler ve tüketicilere sunduğu faydalı avantajlarla desteklenmektedir.

Kredi kartı kullanımının yaygınlaşmasında, özellikle genç nüfusun etkisi büyüktür. Gençler, dijital dünyayla iç içe büyüyen bir nesil olarak, online alışveriş yapma alışkanlıklarıyla birlikte kredi kartı kullanımını hızlandırmıştır. Bunun yanı sıra, birçok İspanyol bankası, kullanıcıların harcama alışkanlıklarını takip etmelerine ve bütçelerini yönetmelerine yardımcı olmak amacıyla mobil uygulamalar geliştirmiştir. Bu tür teknolojik çözümler, kredi kartı kullanıcıları arasında finansal okuryazarlığı artırmakta ve harcama bilincinin oluşturulması noktasında önemli bir rol oynamaktadır.

Kredi kartı sahipleri, çeşitli avantajlardan yararlanmaktadır. İspanya'daki bankalar, genellikle puan biriktirme sistemleri, indirimli alışveriş fırsatları ve taksit seçenekleri sunmaktadır. Ancak, İspanya'da kredi kartı kullanımıyla ilgili sıkça karşılaşılan sorunlar da bulunmaktadır. Örneğin, bazı kullanıcılar, yüksek faiz oranları ve gizli ücretler nedeniyle mali sıkıntılar yaşayabilmektedir. Bu durum, tüketicilerin kredi kartı kullanımı konusunda daha dikkatli olmaları gerektiğini göstermektedir. Genel olarak, İspanya'da kredi kartı kullanımı, toplumsal alışkanlıklar, teknolojik gelişmeler ve ekonomik koşulların etkileşimi ile şekillenmekte ve sürekli bir dönüşüm göstermektedir (Çelik, 46).

Hollanda

Hollanda, kredi kartı kullanımında Avrupa'nın farklı ülkeleri arasında dikkat çekici bir yere sahiptir. Ülke, genel olarak yüksek bir yaşam standardına sahip olmasıyla birlikte, finansal teknoloji ve dijital ödemelere yaptığı yatırımlarla da öne çıkmaktadır. Hollandalılar, kredi kartlarını kullanırken genellikle pratiklik ve güvenliği öncelikli olarak değerlendirmektedir. Ülkede kredi kartı sahipliği, diğer Avrupa ülkelerine kıyasla görece daha yoğundur. Özellikle Visa ve MasterCard gibi uluslararası

markalar yaygın olarak kabul görmekte olup, çoğu perakende noktasında, restoranlarda ve çevrimiçi alışveriş platformlarında geçerlidir (Çelik – Engin, 383)

Hollanda'da kredi kartı kullanımının yaygınlaşmasına katkıda bulunan bir diğer etken, ülkenin güçlü bankacılık altyapısıdır. Yerel bankalar, kredi kartı ürünleri sunarken, kullanıcıların ihtiyaçlarına uygun çeşitli seçenekler oluşturmakta ve güvenli ödeme yöntemleri geliştirmektedir. Bununla birlikte, kredi kartı kullanımında, çevrimiçi alışverişin artışı da belirleyici bir rol oynamaktadır. Tüketiciler, alışverişlerinde kredi kartlarını kullanarak hem hızlı hem de güvenli işlemler gerçekleştirebilmektedir. Ancak, Hollandalı tüketicilerin büyük bir kısmı, debit card gibi alternatif ödeme yöntemlerine de yönelmektedir. Bu durum, ülkede kredi kartı kullanımı ve diğer ödeme yöntemleri arasında bir denge oluşturmakta ve farklı ihtiyaçlara yanıt vermektedir.

Kredi kartı kullanımıyla ilgili olarak, Hollanda'daki kullanıcılar genellikle tasarrufu teşvik eden yaklaşımlar benimsemekte, borçlanma riskine karşı dikkatli davranmaktadır. Bu bağlamda, kredi kartı sahipleri, aylık ödeme planlarına ve faiz oranlarına odaklanarak bilinçli harcamalar yapmayı tercih etmektedir. Ayrıca, birçok banka, kullanıcıların harcama alışkanlıklarını takip etmelerine yardımcı olan uygulama ve araçlar sunmaktadır. Böylece, Hollandalılar hem finansal sağlıklarını koruyarak hem de kredi kartı kullanımında daha etkin bir yaklaşım geliştirmiş olmaktadır. Kısacası, Hollanda'da kredi kartı kullanımı hem yerel dinamiklerin hem de global finansal trendlerin etkisi altında şekillenmekte ve ülkenin dijital dönüşüm süreciyle paralel bir gelişim göstermektedir.

TÜRKİYE'DE KREDİ KARTI KULLANIMI

Türkiye'de kredi kartları dünya genelinden yaklaşık 50 yıl sonra 1968 yılında Koç Grubu'na bağlı Setur Diners Club kartlarıyla piyasaya girmiştir. İlk dönemlerde daha çok lüks oteller ve restoranlarda kullanılmaya başlanmış, 1975'te Interbank Eurocard ve Mastercard gibi kartlar piyasaya girmiştir. 1980'li yıllardan sonra bankacılıktaki serbestleşme ve teknoloji kullanımının artmasıyla kredi kartlarının kullanımı hızla yaygınlaşmaya başlamış. 1990'lardan itibaren Türkiye genelinde ciddi bir artış görülmüştür. 2006 yılında kredi kartlarıyla ilgili ilk yasal düzenlemeler yapılmıştır. Yasal düzenle-





melerin yakın sayılabilecek yıllarda yapılmasına karşın kredi kartı kullanımı son yıllarda ciddi bir artış göstermiştir. 2025 yılı verilerine göre Türkiye'de kredi kartı sayısı yaklaşık 135 milyonu aşmıştır. Kredi kartlarıyla yapılan harcamalar, toplam ödeme içinde en büyük paya sahiptir ve 2020 5 Haziran ayında kredi kartı harcamaları %52 artışla 1,611 trilyon TL'ye ulaşmıştır. Banka kartı ve ön ödemeli kart kullanımında da artış gözlenmiş ancak ön ödemeli kart harcamalarında düşüş yaşanmıştır. Kart sayısı toplamda 453,5 milyona ulaşmış ve kartla ödemelerde dijitalleşmeyle temassız ödemeler hızla yaygınlaşmıştır. Kredi kartı kullanımının en yoğun olduğu sektörler, market, gıda, giyim ve hizmet sektörleridir. Ayrıca Türkiye'de temassız ödeme kullanımı pandemi sonrası patlama yapmıştır. Ülkemizde kredi kartlarının kullanımını sadece bireysel kullanım aracı olarak görmemek gerekir. Özellikle son yıllarda kredi kartlarının yaygın kullanımı kayıt dışılığın önlenmesinde ciddi faydalar sağlamış, böylece genel ekonomik yapının iyileşmesinde önemli bir finansal enstrüman haline gelmiştir (Kendirli - Akgün - Kendirli, s.64). Son yıllarda artan kredi kartı sahipliği, Türkiye'nin dinamik tüketim alışkanlıklarını da yansıtır haline gelmiştir. Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu'nun (BDDK) verilerine göre 2020 yılında 72.000.000 adeti geçen kredi kartı sayısı, 2022 yılında itibariyle merkez bankası verilerine göre 75 milyona yaklaşmış, 2023 yılında Bankalar Birliği verilerine göre 81 milyonun üzerine çıkmıştır. Bu veriler Türkiye'de kişi başına ortalama 1,1 - 1,5 kredi kartı düştüğü anlamına gelmektedir. Bu durum birçok tüketicinin nakit yerine kredi kartı kullanmayı tercih ettiği şeklinde yorumlanabilir. Kredi kartlarının sunduğu kolaylıklar, özellikle nakit para taşımanın getirdiği riskleri ortadan kaldırarak alım gücünü artırmaktadır. Alışverişlerde anında ödeme yapma imkânı sunarken, peşin alışverişin yanı sıra taksitlendirme seçenekleri ile de tüketici davranışlarını şekillendirmektedir. Özellikle genç nüfusun kredi kartı kullanımına olan ilgisi, bu araçların dijitalleşmesi ve mobil uygulamalar aracılığıyla yapılan kampanyalar ile daha da artmıştır (Eren, 16).

Bankalara yapılan kredi kartı başvurularındaki artışla birlikte artan kredi kartı kullanımı tüm sektörleri etkilemekle birlikte ülkemizde kredi kartlarının en yoğun kullanıldığı sektör olarak perakende ve e-ticaret sektörlerinin olduğu görülmektedir. Kredi kartlarına olan ilgi deki artış kredi kartlarını çıkarmış olan banka ve finans kurumlarının da kredi kartına bağlı yeni hizmet ve kampanyalar geliştirmesine neden olmaktadır. Geliştirilen yeni uygulamalar bir taraftan tüketicilere avantaj olarak yansırken, diğer taraftan kredi kartı kullanımlarını daha da artırmaktadır. Türkiye'de kredi kartlarının hemen hemen hepsi alışverişlerde kullanıldıklarında sahiplerine belirli oranlarda puan (bonus) kazandırmakta, kazanılan bu puanlar ise sonraki alışverişlerde indirim veya alışverişlerin ücretini ödemede kullanılabilir. Böylece tüketiciler, alışveriş yaparken aynı zamanda küçük de olsa birikim yapma şansına kavuşmaktadır (Karamustafa – Biçkes, s.99). Örneğin bazı kredi kartlarının belirli kategorilerde giyim, elektronik, akaryakıt, restoran vb harcamalarda ekstra puan sunmaktadır.

Ülkemizde kredi kartlarının sunduğu bir diğer avantaj ise acil durumlarda sağladığı kolaylıktır. Bireylerin beklenmedik harcamalarla karşılaştığı durumlarda kredi kartları hızlı ve pratik bir çözümdür. Ani bir sağlık harcaması beklenmedik bir arızanın tamirâtı ya da acil seyahat gereksinimi gibi durumlarda kredi kartı sahipleri kartları sayesinde ihtiyaçlarını karşılayabilmektedir. Bu, kredi kartlarının özellikle nakit paranın hızla erişilemediği durumlarda ve rahatlık sunduğu anlamına da gelir.



Ayrıca, kredi kartları ile yapılan işlemler genellikle taksit seçenekleri ile birlikte sunulmakta, böylece yüksek meblağlardaki harcamaların daha yönetilebilir hale gelmesine yardımcı olmaktadır (Tırpan, s.98). Sonuç olarak Türkiye'de kredi kartı kullanımı hem günlük alışverişlerde sağladığı puan ve indirim avantajlarıyla hem de olası acil durumlarla başa çıkmak için sunduğu kolaylıklarla bireylerin mali hayatını önemli ölçüde kolaylaştırmaktadır. Bu finansal araç doğru bir şekilde kullanıldığında gerekli mali esnekliği sunarak kullanıcılara maddi rahatlık sağlayabilir.

Kredi kartlarındaki puan ve indirim sistemlerinin işleyişi ise genellikle kartın kullanım alanına ve anlaşmalı işletmelere göre değişiklik göstermektedir. Örneğin bir kredi kartı belirli bir market zincirlerinde, online alışveriş sitesinde ya da belirli bir akaryakıt istasyonunda yapılan harcamalarda daha fazla puan kazandırırken farklı sektörlerdeki harcamalarda daha az puan kazandırabilir. Aynı zamanda bazı bankalar, yılbaşı veya özel günlerde ekstra kampanyalar düzenleyerek belirli günlerde yapılan alışverişlerden daha fazla puan kazandırmayı vaat edebilirler. Bu tür kampanyalar tüketicilere ekonomik avantaj sağlamanın yanı sıra müşteri bağlılığını da arttırmayı amaçlar (Yılmaz, s.82). Diğer yandan indirimler de kredi kartlarının çekiciliğini artıran başka bir unsurdur. Kullanıcılar seçtikleri kredi kartı ile yapacakları alışverişlerde belirli kurum veya markalardan indirim elde etme fırsatına sahip olabilirler. Bu indirimler bir dizi sektörde geçerli olabileceği gibi özellikle seyahat, otel, restoran gibi alanlarda belirgin avantajlar sunmaktadır. Böylece kredi kartı kullanıcıları, yalnızca puan biriktirmek ile kalmayıp aynı zamanda harcamalarının toplamını düşürerek bütçelerini daha etkin bir şekilde yönetme fırsatı bulurlar. Sonuç olarak puan ve indirim sistemleri Türkiye'de kredi kartı kullanımını teşvik eden en önemli faktörlerden biri olmaya devam etmekte, tüketicilere hem finansal hem de pratik açıdan önemli avantajlar sunmaktadır.

Kredi kartları, sadece anında fon sağlamakla kalmaz, aynı zamanda birçok kartın sunduğu ek avantajlar da mevcuttur. Örneğin, acil sağlık hizmetleri için yapılan harcamalarda bazı kredi kartları, kullanıcılarına sağlık sigortası gibi ek teminatlar sunabilir ya da seyahat acil durumlarında uçuş iptali, kaybolan bagaj gibi konularda sigorta kapsamını içerebilir. Böylece, bu tür durumlarda ek bir mali yük taşıma riski en aza indirilmiş olur. Ek olarak, kullanıcılar, bazı acil durumlarda taksitlendirme seçenekleri ile harcamalarını daha yönetilebilir hale getirebilir (Köseoğlu, 41).

Acil durumlar için kredi kartı kullanmanın getirdiği bir diğer önemli avantaj ise, finansal takibin kolaylaştırılmasıdır. Harcamalar, kredi kartı ekstrelerinde ayrıntılı bir şekilde yer alır, bu da kullanıcıların bütçelerini daha iyi planlamalarına olanak tanır. Böylece, acil durumlarda yapılan harcamaların üzerinden geçebilmek, ileride benzer durumların önlenmesi adına öngörü geliştirilmesine yardımcı olur. Sonuç olarak, kredi kartlarının sunduğu anında erişim, ek güvence ve harcama takibi gibi özellikler, acil durumlarda bireylerin yaşam kalitesini ve güvenliğini artırmaya önemli katkılar sağlar. Alışverişlerle ilgili avantajların dışında kredi kartlarından limitler içerisinde nakit çekilmesi de mümkündür.

Kredi kartı kullanımı, bireylere geniş bir finansal esneklik sağlasa da, beraberinde önemli dezavantajlar da getirebilir. İlk olarak, kredi kartları ile ilişkili borçlanma riski, kullanıcılar için ciddi bir tehlike oluşturur. Bu risk, genellikle herkesin erişebildiği kolaylıkla ödeme yapabilme olanağından kaynaklanmaktadır. Kredi kartı sahipleri, harcamalarını kontrol edemediğinde veya bütçe planlamalarını ihmal ettiğinde, borçlar hızla birikmeye başlayabilir. Aylık ödemelerin yapılmaması durumunda, bu borçlar faizlerle artarak kullanıcıyı zor bir finansal duruma sokabilir. Sonuç olarak, pek çok tüketici, belirli bir süre içinde yüksek miktarda borçlanarak, zamanla mali istikrarlarını kaybetme tehlikesi ile karşılaşabilir (Geanakoplos-Dubey, 325).

Borçlanma riskini artıran bir diğer faktör kredi kartı limitlerinin kullanıcılar üzerinde oluşturduğu psikolojik baskıdır. Yüksek limitler kredi kartı sahiplerine daha fazla harcama özgürlüğü sunarken bu durum harcamaların bilinçsiz bir şekilde artmasına da neden olabilir. Özellikle genç ve finansal okur yazarlığı düşük bireyler bu durumu yönetmekte zorlanabilir. Bu nedenle kredi kartı kullanıcılarının harcamalarını düzenli olarak izlemeleri ve limitlerini aşmamak için bütçe yapmaları oluşturdıkları riskleri azaltabilir.

Kredi kartı borcunun yönetimi, sadece harcamaların sınırlandırılmasını değil, aynı zamanda borçların zamanında ödenmesini de gerektirir. Farkında olunması gereken bir diğer husus, gecikmeli ödemelerin yalnızca faiz yükünü artırmakla kalmayıp, aynı zamanda kredi notunu da olumsuz etkilemesidir. Bu bağlamda, kredi kartı kullanan bireyler için finansal disiplin, yalnızca borçlanma riskini azaltmakla kalmaz, aynı zamanda genel mali sağlığın korunmasına da katkıda bulunur. Kredi kartı borçlarının akıllıca yönetilmesi, borçlanma riskini minimize ederek, kullanıcıların mali istikrarlarını sürdürmelerine olanak tanır.

Faiz oranları, kredi kartı kullanımında önemli bir etken olarak öne çıkmaktadır ve Türkiye'deki kredi kartı pazarında çeşitli dinamiklere tabidir. Türkiye'deki bankalar, kredi kartı faiz oranlarını belirlerken, Merkezi Banka'nın belirlediği politika faizleri, enflasyon oranları ve piyasa rekabet koşulları gibi faktörleri dikkate almaktadır.

Türkiye'deki kredi kartı kullanımını da açıkladıktan sonra diğer ülkeler ile ülkemizdeki kredi kartı kullanımını bir tablo yardımıyla karşılaştırmamız da mümkündür.

Türkiye ile ABD ve Avrupa Ülkelerinin Karşılaştırılması

Özellik	Türkiye	ABD	Avrupa (Almanya, İngiltere)
Kredi Kartı Sayısı	135+ milyon (2025)	Yüksek (aktif kullanıcı sayısı milyonlarca)	Yüksek ama kullanım daha geç başladı
Kartlı Harcama Artışı	%50 ve üzeri artış (2020-2025)	Yüksek hacimli kartlı harcamalar	Orta derece artış, temkinli kullanım
Faiz Oranları	Yıllık %90 civarında (riskli)	%9-%16	%12-%17
Temassız Ödeme	Yüzde 100'ü aşan artış	Yüksek ve yaygın	Hızla artışta
Dijital Ödeme	Yüksek ve artan oran	Yüksek ve yaygın	Artan trendde

Türkiye, kartlı ödeme hacminde ABD ve Avrupa ülkeleriyle kıyaslandığında hızlı bir büyüme sergilemekte ve kart sayısında, harcamalarda ciddi artışlar görülmektedir. Özellikle 2020 sonrası temassız ve dijital ödemelerde büyük bir artış yaşanmıştır. Türkiye'de kredi kartı faizlerinin yüksek oluşu ise bir risk faktörü olarak öne çıkmaktadır. ABD ve Avrupa'da faiz oranları daha düşük olup tüketici koruması ve ekonomik yapılar farklılık göstermektedir.

TÜRKİYE'DE KREDİ KARTLARININ SAYISAL ANALİZİ

Türkiye'deki kredi kartlarının özet bir analizini yapabilmek için aşağıdaki tablo oluşturulmuştur. Tablodaki veriler Bankalararası Kart Merkezi'nden (BKM) alınan yıllık raporlardan derlenerek oluşturulmuştur. Tabloda yıllar itibarıyla kredi kartlarının işlem, adet ve işlem tutarından yararlanarak kredi kartlarındaki harcamaların ortalama tutarları hesaplanmıştır. Yine tabloda kredi kartları ile yapılan harcamaların yıllar itibarıyla artış yüzdeleri hesaplanmıştır. Kredi kartlarının nakit çekim özelliğinden faydalanarak, kartlardan yapılan nakit çekimlerin miktarı ve yüzdesel değişimleri de tabloda yer almaktadır.

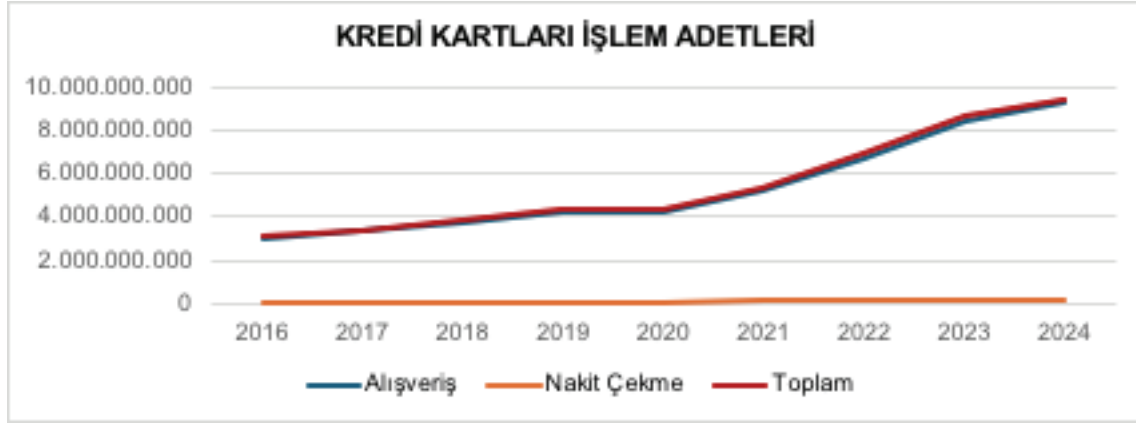
Tablo:1 İşlenmiş kredi kartı verileri

Dönem	İşlem Adedi		Toplam	İşlem Tutarı (Milyon TL)			Ortalama Harcama	Harcama Artış Yüzdesi	Ortalama Nakit Çekim	Nakit Çekim Artış Yüzdesi
	Alışveriş	Nakit Çekme		Alışveriş	Nakit Çekme	Toplam				
2016	3.071.150.337	90.330.848	3.161.481.185	523.506	64.980	588.486	₺170		₺719	-
2017	3.342.000.342	97.397.861	3.439.398.203	590.485	67.208	657.692	₺177	4%	₺690	-4%
2018	3.751.571.087	98.306.067	3.849.877.154	699.379	75.352	774.731	₺186	5%	₺767	11%
2019	4.208.928.855	103.734.711	4.312.663.566	820.235	85.555	905.790	₺195	5%	₺825	8%
2020	4.211.270.021	102.138.365	4.313.408.386	938.922	96.503	1.035.424	₺223	14%	₺945	15%
2021	5.209.663.745	141.691.080	5.351.354.825	1.371.983	150.394	1.522.376	₺263	18%	₺1.061	12%
2022	6.699.666.826	191.862.971	6.891.529.797	2.869.835	330.710	3.200.545	₺428	63%	₺1.724	62%
2023	8.410.726.839	240.410.443	8.651.137.282	6.490.044	819.430	7.309.475	₺772	80%	₺3.408	98%
2024	9.238.932.264	188.684.151	9.427.616.415	11.501.797	799.117	12.300.914	₺1.245	61%	₺4.235	24%

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Aşağıdaki grafikte 2016-2024 yılları arasında kredi kartı kullanımlarında alışveriş ve nakit çekim işlemleri adet bazında görülmektedir. Grafikten de anlaşılabileceği üzere kredi kartlarının alışverişlerde kullanımları 2020 yılından itibaren ciddi bir şekilde artış göstermiş 2020 yılında 4.211.270.021 olan işlem adedi 2024 yılında 9.238.932.264 adede yükselmiştir. Kredi kartından nakit çekimleri adet bazında 102.138.365 iken 2023 yılında 240.410.443'e çıkmış ancak 2024 yılında 188.684.151 adete düşmüştür.

Grafik:1 Kredi kartı işlem adetleri



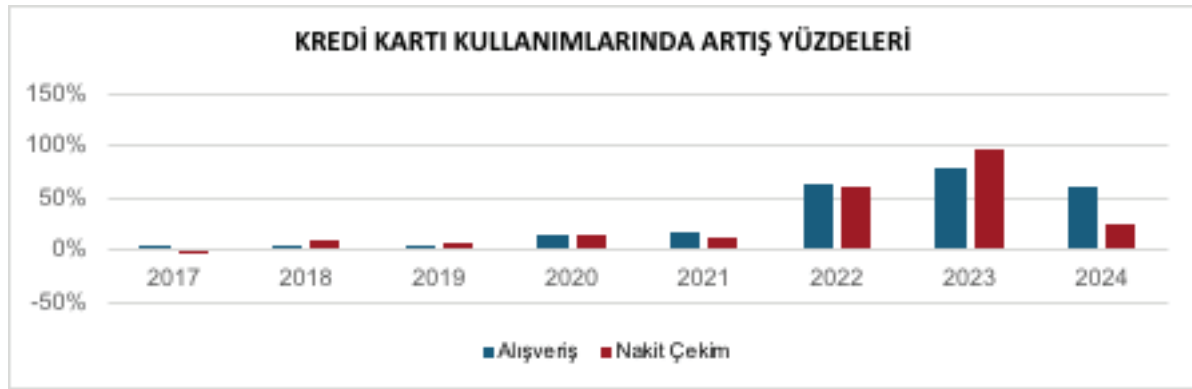
Aşağıdaki grafikte ise 2016-2024 yılları arasında kredi kartı kullanımlarında alışveriş ve nakit çekim işlemlerinin (milyon) TL bazında görülmektedir. Aşağıdaki grafik kredi kartlarının alışveriş ve nakit çekme işlemlerinde toplam yıllık hacimlerini göstermektedir. Grafikten de takip edilebileceği gibi 2021 yılından itibaren kredi kartlarının alışverişlerde kullanımı ve kredi kartlarında nakit çekimleri önemli artışlar göstererek 2024 yılında toplamda 12.300.914 (milyon) TL hacmine ulaşmıştır.

Grafik:2 Kredi kartı işlem tutarları



Aşağıdaki grafikte ise 2017-2024 yılları arasında kredi kartı kullanımlarında ortalama alışveriş ve ortalama nakit çekim tutarlarındaki değişiklikler karşılaştırmalı olarak görülmektedir. Grafik 3'te kredi kartlarının alışverişlerde ve nakit çekimlerinde kullanılan ortalama tutarlarındaki değişim yüzdeleri yıllar itibariyle karşılaştırmalı olarak gösterilmektedir. Kredi kartlarından nakit çekimlerinde tutar bazlı yüzdesel artış 2018-2019 ve 2023 yıllarında alışverişlerin ortalama tutar bazlı yüzdesel artışından daha yüksek gerçekleşmiş ancak diğer yıllarda ise alışverişlerin ortalama tutarlarındaki yüzdesel artışın altında kalmıştır.

Grafik:3 Kredi kartı kullanımlarında artış yüzdeleri



TİCARİ İŞLETMELER İÇİN KREDİ KARTI STRATEJİLERİ

Kredi kartlarının ortaya çıkışı, Amerika, Avrupa ülkeleri ve ülkemizdeki gelişimini ve verileri inceledikten sonra, "kredi kartlarındaki gelişmeler karşısında ticari işletmelerin geliştireceği stratejilerin neler" olması gerektiği ilk akla gelen soru olmalıdır. Her şeyden önce kredi kartı kullanım oranının yüksekliği, kredi kartlarını işletmeler için önemli bir rekabet unsuru haline getirmiştir. Ülkemizdeki toplam POS sayısı yaklaşık olarak 3,5 milyondur. Kartlı ödemelerin perakende içindeki payı %65, e - ticaret ödemelerinde kart kullanımı ise %85'tir. İşletmeler için kredi kartları ile ilgili strateji ve önerileri sektörlere göre farklılaştırmak daha doğru ve faydalı olacaktır.

Perakende Sektörü

Perakende sektörü, kartlı ödemelerin en yoğun kullanıldığı sektördür. Taksitli satış bonus programları ve temassız ödeme altyapısı bu sektörde ön plandadır. Perakende sektöründe işletmeler, müşteri sadakat programlarını bankalarla ortak kampanyalarla güçlendirilmelidir. Taksitli satış seçeneklerini artırmak, bankaların bonus ve puan programlarına entegrasyon sağlamak, temassız ödeme altyapısını güçlendirmek, mobil ödeme (QR kod, dijital cüzdan) seçeneklerini sunmak, sektördeki işletmelere strateji olarak önerilebilir. Bunun yanı sıra POS komisyonlarının minimize edilmesi için işlem hacmi pazarlık aracı olarak kullanılmalıdır.

Hizmet Sektörü (Cafe, Restoran, Turizm, Sağlık vb)

Kredi kartı ile ödeme oranı hizmet sektöründe %80 in üzerindedir. Bu nedenle hizmet sektörü içinde bulunan işletmelere; müşteri sadakatini arttıracak kampanyalar geliştirmek, mobil POS ve tablet POS sistemlerini yaygınlaştırmak, turizm işletmelerinde yabancı kart uyumlu altyapıyı sağlamak, sağlık hizmetlerinde taksitli ödeme çözümleri sunmak şeklinde stratejik tavsiyelerde bulunula bilinir. Ayrıca bu sektörde müşteri deneyimini kolaylaştıracak hızlı ödeme çözümleri önceliklendirilmelidir.

E-Ticaret ve Online Hizmetler

İnternet alışverişlerinde kredi kartı en çok tercih edilen yöntemdir. İnternet alışverişlerinde kartlı ödeme oranının %85 civarındadır. Sanal POS, güvenlik altyapısı ve abonelik modellerinde, otomatik ödeme sistemleri kritik öneme sahiptir. Bu nedenle sektörde faaliyet gösteren işletmeler; sanal POS ve ödeme entegratörleri (İyzico, PayTR gibi) entegrasyon sağlamalı. 3D Secure uygulamaları ile güvenliklerini arttırmalı, abonelik hizmetlerinde otomatik ödeme entegrasyonunu sağlamalıdır. Kişiselleştirilmiş kampanyalar ve sadakat programları geliştirmelidir. Bu uygulamalar sırasında Kişisel Verileri Koruma Kanunu ve veri güvenliği regülasyonlarına uyum sağlamaya dikkat edilmelidir.

Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler

Kobi'ler için kredi kartları ile ödeme alternatifini sunmak müşteri çekmede oldukça önemlidir. Ancak POS komisyonları KOBİ'ler için önemli bir maliyet unsurudur. Bu nedenle Ortak ödeme platformlarını kullanarak düşük komisyon avantajı elde etmek., Mobil post çözümleriyle esnek ödeme imkanı sunmak, bankalarla anlaşarak taksitli satış kampanyaları düzenlemek KOBİ'ler için strateji olarak düşünülebilir. Bununla birlikte KOBİ'ler POS masraflarını düzenli olarak analiz etmeli, finansal okuryazarlıklarını artırmalıdır.

Büyük ve Kurumsal İşletmeler

Büyük ve kurumsal işletmeler, küçük ve orta büyüklükteki işletmelere göre yüksek işlem hacimleri sayesinde bankalarla güçlü pazarlıklar yapma imkanına sahiptirler. Büyük işletmelerin bankalarla yaptıkları anlaşmalar ile özel komisyon oranları almaları mümkündür. Büyük işletmeler bankalarla anlaşmalar yaparken kendilerine bağlı işletmeleri, şubeleri, bayileri de sistemin içine dahil edebilecek anlaşmalar yapabilir. İşletmeler bankalardan aldıkları hizmetlerin ücretlendirmesi içine POS komisyonlarını da ekleyerek bütünsel teklifleri bankalardan isteyebilirler. Kredi kartı veren bankalar ile birlikte ulusal kampanyalar yapabilirler. Ancak büyük işletmeler aynı zamanda birçok siber saldırının hedefi konumundadır. O nedenle büyük işletmeler kendilerini ve kendilerinden alışveriş yapan kart sahiplerini kendilerinden kaynaklanabilecek siber saldırılara karşı korumak zorundadır.

KAYNAKÇA

- Altan M., Göktürk İ. (2008), "Türkiye'de memurların kredi kartı kullanım alışkanlıkları üzerine bir araştırma." Muhasebe ve Finansman Dergisi, 39, 110-127.
- Apak S., Yılmaz G. (2009), "Credit Cards in Turkey during the Financial Crisis Period" The Journal of Accounting and Finance(44), 38-45.
- Aydın, N.(1991) "Kredi Kartları ve Kredi Kartlarında Faiz Masrafının Hesaplanması" Eskişehir Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fak. Dergisi C: IX, S: 1, 147-163
- Bakır H., (2001), "Kredi kartı uygulamaları ve Co-brand kartlar", Sanayide Yeni Ufuk Dergisi, S 19, Eskişehir, 19-23.
- Başoğlu B., (2024), Sürdürülebilir Kalkınma Perspektifinden Yeşil Finans, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 1-128.
- Bozpolat C., (2022). Finansal Ürünlerde Ortak Markalama: Ortak Markalı Kredi Kartları Üzerine Bir Çalışma. Ekonomi Politika Ve Finans Araştırmaları Dergisi, 7(2), 407-425.
- Çelik S. B., (2021). Endüstri 4.0 ile Dijital Değişimin Bankacılık Sektörüne Etkileri Zorlukları ve Sonuçları: Konya Örneği, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 1-103.
- Çelik B., Engin F., (2024). Paradaki Dijitalleşmenin Ekonomi Üzerine Etkileri, Artvin Çoruh Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 371-393.
- Chung Y. S., (1998), "Culture and consumption expenditure patterns: Comparison between Korean and United States households." Journal of Consumer Studies & Home Economics, 22(1), 39-50.
- Eren M., (2023), Bankacılık Ödeme Sistemlerinde Siber Güvenlik Farkındalığı Türkiye Bankacılık Sektöründe Bankacılığın Belirleyicileri Üzerine Bir Uygulama, Marmara Üniversitesi Bankacılık Sigortacılık Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, 1-250
- Geanakoplos I. ve Dubey P. (2010). "Credit cards and inflation." Games and Economic Behavior, 70(2), 325-353.
- Karamustafa K., Biçkes D. M., (2003). Kredi Kartı Sahip ve Kullanıcılarının Kredi Kartı Kullanımlarını Değerlendirmeye Yönelik Bir Araştırma: Nevşehir Örneği, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi S.15, 91-113.
- Kaya F., (2009), "Türkiye'de kredi kartı Uygulaması", Türkiye Bankalar Birliği, Yayın No:263, İstanbul.
- Kendirli S., Akgün Z., ve Kendirli H. Ç. (2017). Bireysel finansman aracı olarak kredi kartı ve kullanımına yönelik Kayseri ve Yozgat illerinde karşılaştırmalı bir araştırma, Aksaray İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi S.9, 63-78.
- Korkmaz Ö., (2019). Kredi Kullanım Oranları İle Enflasyon Oranları Arasındaki İlişki: Türkiye Üzerine Bir İnceleme, Maliye Dergisi, S:176, 98-127.
- Köseoğlu Z., (2023). Açık Bankacılık Uygulamasının Türkiye Bankacılık Sektörüne Olası Etkileri, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 1-108.
- Lucas P., (1991). The Long-Term Gamle on East Europe, Credit Card Management, Vol:4 No:3, 53-54.

- Uşaklı S., Kenç T. (2022). Alibaba'ların Dünyasına Hazırlık: Açık Bankacılık Düzenlemeleri, *Bankacılık Dergisi*, S.120, 68-78.
- Pehlivanoğlu F., (2024). Kocaeli'de Gençlerin Dijitalleşme ve Sosyal Medya Kullanımının Tüketim Davranışları Üzerindeki Etkileri, *Şura Akademi Dergisi*, 21-33
- Smith J., (2017). Understanding Different Types of Credit Cards, *Finance Quarterly*, 12 (4), 45-56.
- Soydan M. C., (2021). Gelişmiş AB Ekonomilerinde Havayolu İşletmelerinin Geleceği, *Niğde Ömer Halis Demir Üniversitesi*, 1-108.
- Tırpan O., (2023). Geleneksel Bankacılıktan Dijital Bankacılığa Değişim Süreci ve Vakıfbank Örneği, *Karatay Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Konya*, 1-172.
- Yapıcı H., (2024). Tüketim Kültürünün Kırsalda Görünümü: Dağ ve Ova Köyleri Üzerinde Bir Karşılaştırma, *Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt:3, S:1, 16-38.
- Yaşa P., (2023). Yükselen Değer Girişimcilik: Seçilmiş Avrupa Birliği Ülkeleri ve Türkiye Karşılaştırması, *Bursa Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, 1-171.
- Yılmaz E., (2000). Türkiye'de Kredi Kartı Uygulaması ve Ekonomik Etkileri, *Türkmen Kitapevi, İstanbul*, 1-229

İnternet Kaynakları

- Becky P. - Harlan V. (2024). <https://www.forbes.com/advisor/credit-cards/credit-card-statistics/> (Erişim Tarihi 7.3.2025)
- Lee, M.(2025). <https://ramp.com/blog/credit-card-statistics/> (Erişim Tarihi 7.3.2025)
- Matt S., Dan S.(2025). <https://www.lendingtree.com/credit-cards/study/credit-card-debt-statistics/> (Erişim Tarihi 7.3.2025)
- BDDK, (2025). <https://www.bddk.org.tr/Veri/Detay/161>
- BKM (2025), <https://bkm.com.tr/raporlar-ve-yayinlar/donemsel-bilgiler/>
- TCMB (2025), <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TR/TCMB+TR/Main+Menu/Istatistikler/Enflasyon+Verileri>
- TÜİK (2025), <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=T%C3%BCKetici-Fiyat-Endeksi-Mart-2025-54178&dil=1>



**ABD - AVRUPA ÜLKELERİ
VE TÜRKİYE'DE
KREDİ KARTI KULLANIMI**
TİCARİ İŞLETMELERE
STRATEJİ ÖNERİLERİ

Hazırlayan
Dr. Hasan BAKIR

Redaktör
Okan ADIYAMAN

Tasarım
Gökhan GÜÇLÜ

ESKİŞEHİR TİCARET ODASI
İki Eylül Cad. No: 28/6 Odunpazarı - ESKİŞEHİR
P: +90 222.222 26 26 F: +90 222.230 72 33
www.etonet.org.tr / bilgi@etonet.org.tr