فصلنامه علمی _ترویجی اقتصاد و بانکداری اسلامی، شماره پانزدهم، تابستان ۱۳۹۵- صفحات ۱۹۱-۱۷۷

موانع و چالش‌های توسعه‌ای کارت‌های اعتباری در ایران با معرفی عوامل انگیزشی دارندگان کارت‌های اعتباری

علیرضا اقدامی[۱]
احسان غلامی[۲]

تاریخ دریافت:۱۳۹۴/۱۱/۲۲ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۱/۲۸

چکیده

رشد سریع پیشرفت های تکنولوژیکی دیدگاه های مختلف و رقابت بیشتر را برای بخش بانکی در کشورهای پیشرفته به ارمغان آورده است. واضح است که کشورها و موسساتی که قادر نیستند با این پیشرفت های تکنولوژیکی بانکداری الکترونیکی خود را بهبود بخشند با خطراتی مواجه می‌شوند که نمی توانند با آن رقابت نمایند.بعبارت دیگر بانکداری الکترونیکی در محیط های رقابتی برای افزایش آسودگی در رفع نیازهای مشتریان در هر زمان و مکان تغیر شکل یافته است.بنابراین بانکداری الکترونیکی کلید به دست آوردن مزیت رقابتی در بخش بانکداری شده است.کارت های اعتباری بخش مهمی از بانکداری الکترونیکی می باشد. هدف اصلی این پژوهش در بخش اول بررسی وضعیت کارت های اعتباری در ایران و مقایسه آن با برخی از کشورهای اروپایی بوده، در بخش دوم با توجه به جامعه آماری انتخاب شده که شامل دارندگان کارت های اعتباری بانک ها در شهر تهران بوده به شناسایی عوامل انگیزشی موثر بر مالکیت کارت‌های اعتباری پرداخته(تعیین فاکتورهای چگونگی تبدیل شدن به صاحب یک کارت اعتباری)، در بخش سوم چالش ها و مشکلات اساسی در خصوص توسعه این کارت ها در کشور ایران معرفی و در نهایت جمع بندی پژوهش ارایه می گردد.

همچنین در بخش اول اطلاعات و آمار برگرفته از سایت بانک مرکزی و سایر کشورها مبنای تحلیل بوده، در بخش دوم اطلاعات دریافتی از پرسشنامه جامعه آماری براساس نرم افزار spss و با توجه به آزمون‌های تی استیودنت، KMO تحلیل گردید. در بخش سوم براساس روش فراترکیب و بر مبنای مصاحبه از خبرگان سیستم بانکی مهمترین دلایل عدم توسعه کارت های اعتباری شناسایی گردید. نتایج حاصل از این پژوهش در بخش اول به عدم کارآمدی و رقابت این ابزار در مقایسه با سایر کشورها اشاره داشته در بخش دوم ۵ فاکتور اساسی که استفاده کنندگان کارت های اعتباری براساس پرسشنامه به آن توجه اساسی داشته به ترتیب اولویت معرفی(راحتی و رفاه، امنیت و سهولت،اجتماعی و مدرنیزه شدن،رضایت و خرید) و در بخش پایانی موانع اساسی بر سر راه توسعه این کارت ها با ضریب اهمیت بالا ارایه ، تجمیع و راه کارهایی در این خصوص اشاره ذکر گردید.

واژگان کلیدی: کارت اعتباری،عوامل انگیزشی، کاربران و دارندگان کارت های اعتباری، موانع توسعه، بانک‌های شهر تهران.

طبقه بندی JEL: E34،G21

---

۱. رئیس اداره سازمان و برنامه‌ریزی بانک قرض الحسنه مهر ایران، کارشناسی ارشد دانشگاه امیرکبیر رشته مهندسی صنایع a_r_eghdami@yahoo.com .

۲.کارشناس اداره سازمان و برنامه‌ریزی بانک قرض‌الحسنه مهر ایران، کارشناسی ارشد دانشگاه تهران رشته مدیریت دولتی ehsangholami63@gmail.com

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-02]

مقدمه

پیشرفت تکنولوژی در تمامی عرصه های دنیای عصر حاضر تاثیری شگرف بـه ارمغـان آورده اسـت تاثیرات این پیشرفت بر صنعت بانکداری نیز کاملاً مشهود است و نقطه عطف آن در سیستم بـانکی را می‌توان تحول نظام‌های پرداخت بانکی برشمرد. یکی از ابزارهای متداول در نظام هـای پرداخـت کارت های اعتباری هستند که هم اکنون در سطح وسیعی در کشورهای صنعتی و پیشرفته جهـان مورد استفاده قرار می‌گیرد. امروزه کارت‌های اعتباری جزیی مهم از اقتصاد شده و به واسطه سهولت در بکارگیری و گستره وسیع جایگاه مناسبی در جوامع احراز نموده اند(Adcock et al.,1997).

در سال‌های اخیر استفاده از کـارت‌هـای اعتبـاری بـه صـورت شـگرفی رو بـه افـزایش بـوده و هماهنگی کارت ها با تحولات جهانی را می‌توان از دلایل مهم این افزایش دانسـت.اما در کشـور مـا کارت های اعتباری تاکنون در سـبد محصـولات نظـام بـانکی کشـور جایگـاه مطلـوبی را بـه خـود اختصاص نداده که نشان دهنده این واقعیت است که با اکوسیستم بانکی کشور مشـکل ناسـازگاری ساختاری دارد با این حال همیشه بحث توسعه این قبیل کارت ها مطـرح بـوده و هـر از چنـدی در سخن مسئولان اقتصادی و غیر اقتصادی بر ضرورت توسعه ان تاکید می شود.کارت اعتبـاری ثمـین در سال ۱۳۷۹ و همچنین طرح اعتباری میزان جدی ترین طرح کـارت اعتبـاری کشـور بـوده کـه اجرای آن از سال ۱۳۸۸ تصویب اما به دلایل مشکلات ساختاری تا شکل گیری و راه انذازی مـدتی طول کشد پس از آن ادبیات کارت های اعتباری مبتنی بر عقد قرض الحسنه در سال ۱۳۸۷ مطرح و در نهایت بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران در تاریخ ۱۳۹۰/۶/۲۰دستور العمل جدیدی را برای کارت اعتباری صادر که بر طبق آن صادر کنندگان کارت اعتباری می توانند بر مبنای عقذ مرابحـه اقدام به صدور کارت نمایند.نکته قابل ملاحظه مطابق با آیین نامه نظام بانکداری الکترونیک مصوب سال ۸۶ باید تا پایان سال ۱۳۸۹ حداقل حداقل برای ۲۰ درصد جمعیت کل کشور کارت اعتبـاری صادر می شد مصوبه ای که هیچ وقت حتی به اجرا هم نزدیک نشد.

مبانی نظری پژوهش

در رابطه با موضوع کارت های اعتباری،چالش ها و موانع توسعه و همچنین ابعاد انگیزشی دارندگان این نوع کارت ها تحقیقاتی صورت گرفته که در ادامه به مهمترین آن ها اشاره می شود.

- سیدعباس موسویان(۱۳۸۷) به بررسی« طراحی کارت های اعتباری در بانکداری بدون ربـا براساس بیع مرابحه» پرداخته است. یافته های تحقیق نشان می دهد قرارداد بیع مرابحـه بـه ویـژه مرابحه سفارشی از قراردادهای اصیل و شناخته شده در متون اسلامی است و از جهت قلمرو، شمول فراگیر داشته می تواند خیلی از نیازهای تسهیلاتی خانوارها و بنگاه های اقتصـادی را پاسـخ دهـد.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-02]

بنابراین گستره موضوعی قرارداد مرابحه از یک سو و تنوع شیوه های پرداخت آن از سوی دیگر و مهمتر از همه نگرش وسیع در تنظیم آیین نامه ها و دستورالعمل های اجرایی قرارداد مرابحه و کارت های اعتباری طراحی شده براساس مرابحه، همه محدودیت های فروش اقساطی و جعاله را از فراروی بانکداری بر می دارد به گونه ای که بانک ها می توانند همه نیازهای کالایی و خدماتی همه مشتریان را در صورت توجیه اقتصادی تامین مالی کنند.

– مهنایی(۱۳۹۱) به «بررسی کارت های اعتباری در گذر زمان» پرداخته در این بررسی کلیاتی از کارت‌های اعتباری تشریح و در نهایت به وضعیت این کارت ها در کشور ایران پرداخته شده است.

– مدینا و چاو(۱۹۹۸) به« بررسی رفتار استفاده کنندگان کارت های اعتباری در بین اسپانیایی تبارها و سفید پوستان » می‌پردازد.نتایج تحقیق نشان می دهد عوامل ایجاد انگیزه اساسی برای کاربران غیر فعال از کارت های اعتباری در واقع به ادراکات آنان از وضعیت اجتماعی و مقبولیت آنان مربوط می‌شود.

– کورتولوز و نصیر(۲۰۰۶) به «بررسی رفتار مشتریان استفاده کننده از کارت های اعتباری در بین بازارهای نوظهور می‌پردازد»، نتایج تحقیق نشان می دهد الگوهای استفاده شده در بازارهای نو ظهور قبرس شمالی در مقایسه با بازارهای توسعه یافته براساس درک، نگرش و رفتار استفاده کننده از کارت های متفاوت بوده و توسعه استراتژی های بازاریابی شرکت های دارنده کارت اعتباری را تحت تاثیر شدید قرار می‌دهد.این امر می تواند به شرکت های دارنده کارت های اعتباری کمک نماید تا نگرش مشتریان خود را متناسب با آن تغییر دهند.

– کایناک و هارکر(۲۰۰۱) به «بررسی نگرش و نیت استفاده کنندگان کارت اعتباری در بین کشورهای توسعه یافته می پردازد. نتایج تحقیق نشان می دهد به طور خاص، ساختار دانش، باورها، دوست داشتن و دوست نداشتن و همچنین نگرش صاحبان کارت اعتباری در مالکیت و استفاده از کارت های اعتباری از اهمیت قابل توجهی برخوردار می باشد.

بخش اول: وضعیت کارت‌های اعتباری در ایران و مقایسه آن با برخی از کشورهای اروپایی

– تعریف کارت های اعتباری

کارتی است که توسط بانک ارائه می شود و مشتری طبق آن کارت مجاز است محصولات و خدمات مورد نیاز خود را به صورت اعتباری از فروشنده خریداری کند(Blanchflower,1998). یک روش پرداخت بین المللی که دارنده آن مجاز است پرداخت لازم را برای خرید کالا و خدمات و دریافت وجه نقد صورت دهد. سقف میزان پرداخت نه تنها موجودی حساب دارنده را پوشش می‌دهد بلکه مبلغی

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-02]

اضافه نیز بصورت اعتبار از طرف صادر کننده کارت مجاز به پرداخت می باشد.(Lee and Hogarth,2000)

- کارت های اعتباری در ایران

براساس آخرین آمار بانک مرکزی(جدول شماره ۱) تا پایان مرداد ماه سال ۱۳۹۱ نسبت کارت های اعتباری به کارت های نقدی(برداشت) حدود ۱,۱ درصد بوده در حالی که در پایان سال ۱۳۹۰ یعنی زمانی که عقد مرابحه به شبکه بانکی ابلاغ گردید این نسبت به حدود ۱/۳ درصد می رسید. همچنین براساس آمار برگرفته از سایت بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران نسبت کارت‌های اعتباری به کارت های نقدی(برداشت) در پایان سال های ۹۲، ۹۳ و ۹۴ (پایان آبان ماه) به ترتیب۰/۱،۷/۲ و ۰/۶ بوده است.این یعنی اینکه عملکرد سیستم بانکی پس از ابلاغ دستورالعمل کارت های اعتباری در حوزه تعداد کارت‌های صادره دارای شیب منفی بوده و از اشتیاق بانک‌ها (صدورکارت اعتباری براساس عقد مرابحه) کاسته شده است.

درهمین راستا باید اشاره نمود که از میان ۳۱ بانک و موسسه مالی که آمار آن در سایت بانک مرکزی ثبت گردیده ۱۲ مورد یافت می‌شود که پس از ابلاغ چهار ساله کارت های اعتباری در سیاست های خود خود ورود به این موضوع را در دستور کار خود قرار نداده‌اند.

جدول۱. مقایسه ای آمار صدور کارت های اعتباری در ۵ سال اخیر
(منبع: سایت بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران)

ردیف	پایان سال	تعداد کارت نقدی	تعداد کارت اعتباری	نسبت کارتهای اعتباری به نقدی(درصد)	درصد رشد کارت های نقدی	درصد رشد کارت های اعتباری
۱	۱۳۹۰	۱۲۲،۵۶۲،۵۸۹	۱،۵۶۹،۷۷۹	۱,۳		
۲	۱۳۹۱	۱۵۴،۸۶۱،۵۷۷	۱،۷۵۹،۳۹۱	۱,۱	۲۶,۴	۱۲,۱
۳	۱۳۹۲	۱۸۹،۸۲۵،۴۳۴	۲،۲۳۶،۵۶۳	۱,۲	۲۲,۶	۲۷,۱
۴	۱۳۹۳	۲۲۴،۶۷۲،۴۰۳	۱،۶۴۴،۵۱۹	۰,۷	۱۸,۴	-۲۶,۵
۵	۱۳۹۴	۲۴۸،۵۹۸،۶۷۶	۱،۶۳۹،۴۱۱	۰,۶	۱۰,۶	-۰,۳

- کارت های اعتباری در برخی از کشورهای اروپایی

با توجه به نو بودن ابزار کارت اعتباری در نظام های پرداخت در ایران، مبنای مقایسه ای آن با برخی از کشورهای اروپایی سال ۲۰۰۴ در نظر گرفته شده است که این گزاره براساس جدول شماره ۲ به شرح ذیل می باشد:

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-02]

جدول ۲. وضعیت کارت های اعتباری در کشورهای اروپایی(سال ۲۰۰۴)

ردیف	کشور	کل مصرف	کل مصرف	تعداد کارت اعتباری	تعداد کارت نقدی
۱	انگلیس	۵۲۴ ۰۸۱	۱۸۶ ۱۱۹	۱۰۳ ۵۷۶۰۰۰	۳۶ ۰۹۱۰۰۰
۲	فرانسه	۳۲۱ ۵۸۵	۳۳ ۸۲۲	۳۷ ۸۵۳۰۰۰	۵ ۴۰۷۰۰۰
۳	اسپانیا	۹۴ ۳۸۵	۱۰۲ ۴۸۲	۳۳ ۵۶۸۰۰۰	۲۷ ۲۴۵۰۰۰
۴	سوئد	۵۹ ۴۲۹	۵ ۴۰۵	۶ ۵۰۰۰۰۰	۷۵۸۰۰۰
۵	نروژ	۵۳ ۹۱۸	۵ ۶۸۱	۵ ۹۶۵۰۰۰	۹۴۹۰۰۰
۶	ایتالیا	۴۶ ۰۰۰	۶۵ ۶۲۱	۲۰ ۲۵۷۰۰۰	۲۵ ۳۹۲۰۰۰
۷	ترکیه	۴۴ ۵۴۰	۴۶ ۲۳۷	۲۷ ۰۳۸۰۰۰	۳۶ ۶۱۰۰۰۰
۸	آلمان	۴۴ ۰۰۲	۴۸۳ ۳۱۹	۱۹ ۶۱۴۰۰۰	۸۹ ۲۳۲۰۰۰
۹	دانمارک	۲۶ ۴۹۷	۲۷۲	۲ ۸۱۲۰۰۰	۲۰۶۰۰۰
۱۰	فنلاند	۲۵ ۴۹۳	۶ ۵۲۵	۱ ۶۷۰۰۰۰	۱ ۳۱۷۰۰۰
جمع		**۱ ۳۵۷ ۸۱۳۰۰۰**	**۱ ۳۸۱ ۳۷۶۰۰۰**	**۲۹۷ ۴۲۱۰۰۰**	**۳۶۷ ۵۴۵۰۰۰**

با توجه به جدول فوق و مصرف کارت های اعتباری و نقدی در انتهای سال ۲۰۰۴ در می یابیم که مصرف کارت نقدی به مقدار ناچیزی بیشتر از از مصرف کارت اعتباری است.بطوریکه با مقداری مسامحه می توان گفت که تعداد کارت های نقدی و اعتباری در اروپا برابر(نزدیک به هم) بوده ولی رفتار کشورهای عضو در بکارگیری کارت های اعتباری و نقدی بسیار باهم متفاوت می باشد بطور مثال در کشور آلمان مصرف کارت های نقدی بیشتر و در کشورهای دیگر(فرانسه،انگلیس و...) مصرف کارت های اعتباری بیشتر می باشد که آن را می توان در میزان سرانه درآمد افراد جامعه در کشورها دانست بگونه ای که در کشورهای با سرانه درآمد بالا مصرف کارت‌های اعتباری کمتر و بالعکس در کشورهای با سرانه درآمد پایین مصرف کارت های اعتباری بیشتر می باشد و این واقعیت با وضعیت موجود ایران فاصله بسیار زیادی دارد که این را می توان در میل و اشتیاق بسیار کم سیستم بانکی بعنوان صادر کنندگان کارت‌های اعتباری در این چند سال اخیر نیز مشاهده نمود که آسیب شناسی و دلایل اصلی این مساله در بخش سوم این پژوهش ارایه می گردد.

بخش دوم: بررسی فاکتورهای انگیزشی دارندگان کارت های اعتباری در ایران

در این بخش، چکیده ای از پژوهش انجام شده به منظور بررسی شاخص ها و فاکتورهای انگیزشی تاثیرگذار بر دارندگان کارت های اعتباری ارایه و شاخص های اصلی رتبه بندی می‌شوند. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه دارندگان کارت های اعتباری در سیستم بانکی و در سطح شهر تهران بوده است. روش نمونه‌گیری طبقه ای تصادفی است به دلیل حجم زیاد جامعه اماری و دسترسی دشوار به همه دارندگان کارت های اعتباری در مرحله اول سه بانک ملی، پارسیان و صادرات با توجه به داشتن بالاترین

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-02]

سهم از تعداد کارت های اعتباری در سطح شهر تهران(نزدیک به ۴۰۰ هـزار نفـر بـوده) تعـداد ۲۰۰ نفـر انتخاب گردید. (پارسیان ۷۷ نفر، صادرات ۲۸ نفر و ملی ۹۵ نفر) اما جهت اطمینان از دستیابی بـه تعـداد نمونه مورد نظر پس از توزیـع ۲۲۰ پرسشـنامه، بـا احتسـاب پرسشـنامه هـای برگشـت نشـده و حـذف پرسشنامه های ناقص، در مجموع داده های ۱۸۵ پرسشنامه تجزیه و تحلیل شد.

در این بخش ابتدا به تحلیل متغیرهای جمعیت شناختی نمونه آماری و سپس به ارایه فرضیات و آزمون آن می پردازیم.

تحلیل اطلاعات جمعیت شناختی

از مجموع پرسشنامه های توزیع شـده ۱۸۵ پرسشـنامه تجزیـه و تحلیـل شـده اطلاعـات جمعیـت شناختی آن به شرح جدول شماره ۳ استخراج گردید.

جدول ۳. یافته های جمعیت شناختی

ردیف	متغیر	طبقه	درصد
۱	جنس	مرد	۷۳/۱
		زن	۲۶/۹
۲	سن	۲۵ سال و کمتر از آن	۲۷/۳
		۲۶ تا ۳۵	۳۰/۵
		۳۶ تا ۴۵	۲۹/۲
		۴۶ و بالاتر از آن	۱۳/۰
۳	وضعیت تاهل	مجرد	۳۳/۷
		متاهل	۶۶/۳
۴	تحصیلات	دیپلم و زیر دیپلم	۹/۶
		فوق دیپلم	۳۳/۹
		لیسانس و فوق لیسانس	۵۴/۴
		دکترا و بالاتر	۲/۱
۵	وضعیت کاری	شاغل	۷۴/۶
		بیکار	۱۷/۱
		بازنشسته	۸/۳
۶	محل کار	بخش دولتی	۴۵
		بخش خصوصی	۳۳
		شغل آزاد	۲۲
۷	درآمد ماهیانه	تا ده میلیون ریال	۱/۹
		ده تا بیست میلیون ریال	۱۴/۹
		بیست تا سی میلیون ریال	۴۲/۲
		سی تا چهل میلیون ریال	۲۹/۶
		بیشتر ازچهل میلیون ریال	۱۱/۳

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-02]

همانگونه که جدول فوق نشان می دهد دارندگان کارت های اعتباری بیشتر مردان با سن ۲۶ سال به بالا بوده که با توجه به روند جمعیت فعلی کشورمان می تواند جامعه هدف مناسبی برای دریافت کارت های اعتباری(توسعه کارت ها) باشد .لذا در صورت صدور کارت از مراجع بانک ها و موسسات مالی جمعیت مناسبی بعنوان جامعه هدف وجود دارد.همچنین تحلیل های بخش تحصیلات و وضعیت شغلی به این مساله اشاره می نماید که دارندگان کارت های اعتباری از سطح تحصیلات بالا(قریب به ۵۷ ذرصد لیسانس به بالا) و وضعیت شغلی(دارای شغل و بازنشسته نزدیک به ۸۰ درصد) برخوردار می باشند.

اما در بخش پایانی و متغیر درآمد ماهیانه نشان می دهد برای داشتن کارت های اعتباری نیاز به دستمزد بالا نبوده و در صورت تعمیم این متغیر به جامعه کنونی می توان از آن استنباط نمود که افراد با سطح درآمد متوسط(یا کمتر) از شمار دارندگان کارت های اعتباری بوده و در صورت توسعه کارت های اعتباری در سطح جامعه فرصت بالقوه ای برای صادر کنندگان خواهد بود.

فرضیات پژوهش

تعیین عوامل موثر بر مالکیت کارت های اعتباری و استفاده از آن(مصرف) در جهت اهداف بازاریابی بسیار مهم است.با توجه به این، موضوع این مطالعه تجربی به تعیین فاکتورهای چگونگی تبدیل شدن به صاحب یک کارت اعتباری و کاربران موثر پرداخته و سه فرضیه به شرح ذیل ارایه می‌گردد:

۱- آیتم های انتخابی(گویه های انتخابی) بر روی دارندگان کارت های اعتباری تاثیر ندارند.

۲- فاکتورهای انتخابی(جمع بندی گویه ها) بر روی دارندگان کارت های اعتباری تاثیر ندارد.

۳- اهمیت رتبه بندی فاکتورهای انتخاب کارت اعتباری نمونه اصلی با فاکتورهای جمعیت شناختی(سن/جنس/تاهل و....)متفاوت است.

نتایج فرضیات:

- به منظور آزمون نمودن فرضیه اول ۱۹ گویه در یک پرسشنامه به نمونه آماری ارایه گردید و از آنان خواسته شد براساس یک طیف لیکرت(۱ بدون تاثیر تا ۵ بیشترین تاثیر) به گویه های پرسشنامه وزن دهند. براین اساس آزمون فرض:

$$\begin{cases} H0: \mu = 3 \\ H1: \mu \neq 3 \end{cases}$$

بنابراین با توجه به جدول ذیل و sig های بدست آمده در هرگویه، در ۷ مورد(گویه)میانگین بیشتر از سه که این امر نشان از تاثیرگذاری این گویه بر دارندگان کارت های اعتباری بوده بنابراین فرضیه اول رد می‌شود. که با توجه به جدول شماره ۴ بصورت زیر رتبه بندی شده است.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-02]

جدول ۴. آزمون تی استیودنت برای آیتم(گویه)های موثر بر دارندگان کارت های اعتباری

گویه ها	میانگین	انحراف معیار	Sig.(2- tailed) test value=3(p)	رتبه بندی
۱- کارت اعتباریم به من این امکان را می دهد تا حتی وقتی هیچ پولی ندارم خرید کنم.	۴,۰۹۸۱	۱,۰۰۱۵۹	,۰۰۰	۱
۲- راحتی کارت های اعتباری هنگام خرید	۴,۰۸۱۰	,۹۳۲۴۶	,۰۰۰	۳
۳- من را قادر می شازد تا سپرده نقدی با امنیت داشته باشم "سرمایه گذاری"	۲,۹۳۶۰	۱,۲۴۵۵۷	,۲۶۷	
۴- چقدر از پول قابل حمل برای شما امن تر است.	۳,۷۹۷۴	۱,۱۴۱۴۵	,۰۰۰	۵
۵- آن این امکان را به شما می ده تا بدون استفاده از پول نقد خرید کنید.	۴,۰۸۹۶	۱,۰۰۶۶۴	,۰۰۰	۲
۶- تفکر شکست درباره چیزهای جدید و نیازهای عمومی ام	۲,۹۲۵۴	۱,۲۲۱۵۹	,۱۸۶	
۷- این حقیقت که درآمد من جوابگوی هزینه های من نیست.	۲,۶۴۳۲	۱,۱۱۷۷۱	,۰۰۰	
۸- چقدر کارت اعتباری در شرایط اضطراری "پول نقد نداریم" به شما کمک میکند.	۴,۰۴۹۰	,۹۲۸۹۶	,۰۰۰	۴
۹- به من این امکان را می دهد تا با اینترنت خرید کنم.	۲,۸۶۷۸	۱,۱۹۴۵۴	,۰۱۷	
۱۰- به من این امکان را می دهد تا با خرید کنم.	۲,۲۵۸۰	۱,۱۵۸۱۹	,۰۰۰	
۱۱- این حقیقت که چون مردمی که دورو ور من هستند از کارت اعتباری استفاده می کنند.	۲,۴۰۰۹	۱,۱۹۷۰۸	,۰۰۰	
۱۲- عدم کفایت درآمد من.	۲,۴۱۷۹	۱,۱۲۰۹۸	,۰۰۰	
۱۳- تمایل من برای داشتن استاندارد زندگی بالا.	۲,۴۲۰۰	۱,۱۹۳۱۵	,۰۰۰	
۱۴- نیازهایی که نمی تواند به تعویق بیفتد.	۲,۹۸۰۸	۱,۱۲۱۶۹	,۷۱۱	
۱۵- تمایلات و نیازهایی که نمی توانم بر آن غلبه کنم.	۲,۵۷۷۸	۱,۱۵۱۳۷	,۰۰۰	
۱۶- چطور به این فکر نکنم که خرید را چگونه پرداخت خواهم کرد.	۲,۴۱۳۶	۱,۱۵۶۳۲	,۰۰۰	
۱۷- آن یک راه مدرن و به روز برای پرداخت های صورتحساب است.	۲,۷۶۹۷	۱,۳۰۱۸۲	,۰۰۰	
۱۸- من دوست ندارم پول نقد حمل کنم.	۳,۳۵۱۸	۱,۱۵۳۷۳	,۰۰۰	۷
۱۹- حمل پول نقد خیلی ریسک دارد.	۳,۵۵۶۵	۱,۲۱۴۰۱	,۰۰۰	۶

- به منظور آزمون نمودن فرضیه دوم از آزمون KMO تحلیل عاملی استفاده می شود. تحلیل عاملی، روش ریاضی برای کاهش داده‌ها می‌باشد. در واقع منطق تحلیل عاملی، کاهش مجموعه بزرگی از متغیرها به چند عامل اساسی است. طبیعتاً این عامل‌ها طبق ساز و کارهای این آزمون استخراج می‌شوند. با توجه به اینکه تعداد گویه های مورد استفاده در پرسشنامه ۱۹ گویه بوده به منظور شناسایی متغیرهای اساسی از آزمون یاد شده استفاده گردید که میزان ضریب آزمون

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-02]

KMO برابر بود با ۰/۷۸۱ می باشد بنابراین با توجه به اینکه مقدار آن بزرگ‌تر از ۰,۷۰ باشد همبستگی‌های موجود در بین داده‌ها برای تحلیل مناسب خواهد بود. در این خصوص براساس یافته‌های حاصل از آزمون یاد شده ۵ بعد اصلی از ۱۹ گویه پرسشنامه استخراج و در نهایت براساس اهمیت رتبه بندی گردید.

جدول ۵. نتایج تحلیل آیتم ها و فاکتورهای ۵ گانه

فاکتورها و گویه ها	مقدار ویژه Eigenvalue	Factor loading	میانگین Mean	واریانس Variance	آلفای کرونباخ Cronbach alpha
فاکتور ۱	۴,۲۳۱		۲,۶۰۷۳	۱۵,۸۰	,۷۹۵
– عدم کفایت درآمد من.(۱۲)		,۷۹۹			
– این حقیقت که درآمد من جوابگوی هزینه های من نیست.(۷)		,۷۴۴			
– نیازهایی که نمی تواند به تعویق بیفتد.(۱۴)		,۷۲۰			
– تمایلات و نیازهایی که نمی توانم بر آن غلبه کنم.(۱۵)		,۶۶۹			
– تمایل من برای داشتن استاندارد زندگی بالا.(۱۳)		,۵۹۰			
فاکتور ۲	۲,۵۷۰		۴,۰۷۹۴	۱۴,۳۲۱	,۷۳۰
– راحتی کارت های اعتباری هنگام خرید(۲)		,۷۸۲			
– آن این امکان را به شما می ده تا بدون استفاده از پول نقد خرید کنید.(۵)		,۷۴۴			
– کارت اعتباریم به من این امکان را می دهد تا حتی وقتی هیچ پولی ندارم خرید کنم.(۱)		,۷۰۷			
– چقدر کارت اعتباری در شرایط اضطراری "پول نقد نداریم" به شما کمک میکند.(۸)		,۶۴۱			
فاکتور ۳	۱,۵۶۱		۲,۶۹۸۶	۱۲,۷۶۱	,۷۱۴
– آن یک راه مدرن و به روز برای پرداخت های صورتحساب است.(۱۷)		,۷۷۴			
– تفکر شکست درباره چیزهای جدید و نیازهای عمومی ام(۶)		,۷۵۵			
– این حقیقت که چون مردمی که دورو ور من هستند از کارت اعتباری استفاده می کنند.(۱۱)		,۷۳۱			
فاکتور ۴	۱,۳۹۳		۳,۵۶۸۶	۱۱,۸۵۴	,۷۳۲
– حمل پول نقد خیلی ریسک دارد.(۱۹)		,۸۴۳			
– من دوست ندارم پول نقد حمل کنم.(۱۸)		,۸۳۷			
– چقدر از پول قابل حمل برای شما امن تر است.(۴)		,۶۰۵			
فاکتور ۵	۱,۱۴۲		۲,۵۶۲۹	۹,۳۶۵ ,	,۶۷۸
– به من این امکان را می دهد خرید کنم.(۱۰)		,۸۵۸			
– به من این امکان را می دهد تا با اینترنت خرید کنم.(۹)		,۸۱۱			

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-02]

براساس نتایج جدول فوق ۵ فاکتور اصلی با نام های ارضای نیازها (در مواقعی که درآمد کافی نیست)، راحتی و رفاه (در مواقعی که پول نقد نداریم)، اجتماعی و مدرنیزه شدن، سهولت و امنیت (در مقایسه با حمل پول نقد) و در نهایت خرید به عنوان ابعاد اصلی شناسایی شدند در این راستا و با توجه به آزمون تی استیودنت دو شاخص راحتی (رفاه) و امنیت (سهولت) از میانگین بالاتر از سه برخوردار بوده (جدول شماره ۶) لذا از اهمیت بیشتری برخوردار می باشد بنابراین فرضیه شماره دو نیز رد می شود.

جدول ۶. آزمون تی استیودنت برای فاکتورهای تاثیرگذار بر دارندگان کارت های اعتباری

فاکتورها	میانگین Mean	Std. Deviation	Sig. (2-tailed) Test Value = 3(p)	رتبه بندی میانگین
ارضای نیازها	۲,۶۰۷۳	,۸۴۶۹۳	,۰۰۰	
راحتی و رفاه	۴,۰۷۹۴	,۷۱۹۸۰	۰۰۰	۱
اجتماعی شدن و مدرنیزه شدن	۲,۶۹۸۶	,۹۸۹۸۲	۰۰۰	
سهولت و امنیت	۳,۵۶۸۶	,۹۴۳۹۹	۰۰۰	۲
خرید	۲,۵۶۲۹	۱,۰۲۳۱۲	۰۰۰	

- در فرضیه سوم رتبه بندی کلی(رتبه بندی ۱ و ۲ که مهمترین تاثیر را دارند.جدول شماره ۶) در نظر گرفته شده براساس متغیرهای جمعیت شناختی مورد آزمون قرار گرفته و همانگونه که در جدول ذیل مشاهده می شود برای دو متغیر (تحصیلات دیپلم و سطح درآمد پایین) این رتبه بندی تغییر کرده یعنی ابتدا فاکتور ۲ مهمترین تاثیر و سپس فاکتور ۱ مهمترین تاثیر را دارد بنابراین فرضیه سوم نیز رد می شود.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-02]

جدول ۷. رتبه‌بندی اهمیت فاکتورهای تاثیرگذار از لحاظ متغیرهای جمعیت شناختی نمونه

	فاکتور ۱	فاکتور ۲	فاکتور ۳	فاکتور ۴	فاکتور ۵
نمونه(کلی)	۲,۶۰۷۳	۴,۰۷۹۴	۲,۶۹۸۶	۳,۵۶۸۶	۲,۵۶۲۹
جنس					
زن	۲,۶۷۰۹	۴,۰۹۸۴	۲,۷۸۸۸	۳,۵۷۴۷	۲,۵۰۴۵
مرد	۲,۵۵۰۸	۴,۰۶۲۵	۲,۶۱۸۳	۳,۵۶۳۲	۲,۶۱۴۹
گروه سنی					
۲۵ و کمتر	۲,۶۸۶۶	۳,۹۶۸۸	۲,۸۹۳۲	۳,۳۸۰۲	۲,۸۱۶۴
۲۶ تا ۳۵	۲,۶۴۰۶	۴,۰۸۹۲	۲,۷۳۸۹	۳,۴۶۱۵	۲,۶۶۴۳
۳۶ تا ۴۵	۲,۵۹۵۶	۴,۱۸۲۵	۲,۶۱۵۶	۳,۷۹۸۱	۲,۴۴۵۳
۴۶ و بالاتر	۲,۳۹۰۲	۴,۰۵۷۴	۲,۳۸۲۵	۳,۶۹۹۵	۲,۰۵۷۴
وضعیت تاهل					
مجرد	۲,۶۱۴۷	۴,۱۱۹۵	۲,۶۲۱۱	۳,۴۸۷۸	۲,۷۰۲۴
متاهل	۲,۵۹۶۵	۴,۰۶۷۲	۲,۷۹۳۰	۳,۶۵۲۰	۲,۵۰۶۶
تحصیلات					
دیپلم و زیر دیپلم	۲,۰۰۰۰	۳,۶۲۵۰	۲,۳۶۶۷	۳,۹۳۳۳	۱,۹۰۰۰
فوق دیپلم	۲,۶۳۴۳	۴,۱۰۷۱	۲,۵۶۱۹	۴,۰۵۷۱	۲,۴۴۲۹
لیسانس و فوق لیسانس	۲,۶۹۰۶	۴,۰۸۹۶	۲,۷۴۸۴	۳,۵۵۵۶	۲,۴۷۱۷
دکترا و بالاتر	۲,۵۹۴۵	۴,۰۸۹۲	۲,۶۹۲۸	۳,۴۸۸۹	۲,۶۵۴۹
وضعیت استخدامی					
شاغل	۲,۶۱۲۶	۴,۱۰۱۴	۲,۷۶۵۷	۳,۶۱۷۱	۲,۶۰۲۹
بیکار	۲,۶۱۲۵	۳,۹۷۵۰	۲,۶۷۵۰	۳,۲۴۵۸	۲,۶۶۸۸
بازنشسته	۲,۵۴۸۷	۴,۰۹۶۲	۲,۱۴۵۳	۳,۷۹۴۹	۱,۹۸۷۲
محل کار					
بخش دولتی	۲,۶۹۴۲	۴,۱۰۹۷	۲,۶۷۷۴	۳,۶۲۵۸	۲,۳۸۷۱
بخش خصوصی	۲,۶۰۴۸	۴,۰۹۹۵	۲,۶۸۴۰	۳,۶۴۷۷	۲,۶۴۶۹
شغل آزاد	۲,۴۸۱۶	۳,۹۹۲۷	۲,۷۶۰۵	۳,۳۲۰۴	۲,۶۵۵۳
درآمد ماهیانه					
تا ده میلیون ریال	۲,۸۰۰۰	۳,۳۸۸۹	۲,۰۳۷۰	۳,۷۰۳۷	۲,۲۷۷۸
ده تا بیست میلیون ریال	۲,۷۲۵۷	۳,۸۵۰۰	۲,۵۷۶۲	۳,۴۶۶۷	۲,۵۲۸۶
بیست تا سی میلیون ریال	۲,۸۲۹۱	۴,۰۵۷۷	۲,۵۴۸۱	۳,۵۲۲۴	۲,۶۲۵۰
سی تا چهل میلیون ریال	۲,۶۲۵۵	۴,۱۷۲۹	۲,۷۸۷۲	۳,۵۳۹۰	۲,۴۸۹۴
بیشتر از چهل میلیون ریال	۲,۴۲۷۱	۴,۱۶۱۵	۲,۸۱۲۵	۳,۶۳۸۹	۲,۵۹۱۱

بخش سوم: چالش ها و مشکلات اساسی در حوزه توسعه کارت های اعتباری

همانگونه که در بخش اول اشاره شد پس از تصویب دستورالعمل کارت های اعتباری بر اساس عقد مرابحه در سال ۹۰ روند توسعه کارت های اعتباری در سیستم بانکی از شیب منفی برخوردار بوده و این امر را می توان در عدم اشتیاق بانک ها و موسسات مالی در صدور کارت های اعتباری به

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-02]

مشتریان دانست علیهذا و با توجه به اینکه براساس نتایج بخش دوم این پژوهش در صورت صدور کارت‌های اعتباری توسط بانک و مراجع صادر کننده جمعیت بالقوه و فراوانی از آن استقبال خواهد نمود اما متاسفانه این امر به واسطه عدم سیاست گذاری بانک ها همچنان مسکوت مانده و عملا دلایل عدم توسعه کارت های اعتباری را باید در مراجع صادر کننده(بانک و سایر موسسات مالی) آن جستجو نمود.

بنابراین و با توجه به متغییرهای فراونی که ممکن است از چالش ها و مشکلات پیش روی نظام بانکی و مالی کشور باشد براساس روش فراترکیب(در این روش در گام اول ادبیات مربوط به موضوع در مقالات و ژورنال های علمی به دقت مطالعه شده، در اینجا و با توجه به موضوع یاد شده در ایران از روش مصاحبه با خبرگان سیستم بانکی ابعاد و متغیرهای اصلی شناسایی و در نهایت دسته بندی می شود به منظور اطمینان از یافته ها و دسته بندی پژوهشگر مجدداً یک خبره بانکی برروی آن نظر ساختاری و اصلاحی ارایه و در نهایت جمع بندی می گردد.) و براساس مصاحبه با خبرگان سیستم بانکی ابعاد متعددی بررسی و در نهایت ابعاد اصلی که موجب عدم استقبال بانک ها از کارت های اعتباری شده به شرح ذیل ارایه می گردد.

۱- چالش دستوری نرخ سود کارت های اعتباری

با توجه به اینکه در جهت اصلاح ساختار کارت های اعتباری (از قرارداد قرض الحسنه تا مرابحه) اقداماتی انجام شده اما مانع اصلی به نام نرخ گذاری دستوری وجود دارد. قرارداد مرابحه طبق تقسیم بندی عقود جزو عقود مبادله ای قرار داده شده است که حداکثر ۲۱ درصد تعیین شده است ،از طرفی بانک ها به هزینه تمام شده منابع توجه می کنند که بیش از ۲۳ درصد بوده که اگر بر اساس قرارداد مرابحه بپردازند نه تنها سود نمی کنند بلکه متضرر هم می شوند. در حالیکه در دنیا بهره کارت های اعتباری در مقایسه بهره با وام های عادی معمولا ۱/۵ برابر است لذا مانع اصلی در گسترش و توسعه این کارت ها بخشنامه صادره بانک مرکزی که برای عقود مبادله ای نرخ تعیین کرده و نرخی هم که برای بانک ها تعیین کرده به هیچ عنوان مزیت محسوب نشده در نتیجه گرایش بانک ها به این سمت بسیار کم می باشد.

همچنین با عنایت به اینکه ابزار نوین کارت همواره در تعامل با بخش پذیرندگی معنا دار می باشد و این موضوع تواماً فضای کسب و کار کارت را توجیه می نماید بطوریکه بخشی از کارمزد صادرکننده کارت توسط پذیرنده کارت(فروشگاه) برای صادر کننده کارت تامین می گردد. بدین ترتیب قیمت برای مصرف کننده(دارنده کارت و بانک صادر کننده) اقتصادی می گردد.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-02]

۲- چالش اعتبار سنجی مشتریان

در کشورهایی که در آن بازارهای مالی پیشرفته وجود دارد، موسسه های اعتبار سنجی نسبت به ارزیابی وضعیت اعتباری و توان بازپرداخت متقاضیان کارت های اعتباری بررسی های لازم را انجام داده و نتایج آن را در اختیار موسسه های پولی و اعتباری قرار می دهند بنابراین متقاضیانی که فاقد سابقه منفی در بازپرداخت بدهی های خود بوده از رتبه بالاتری برخوردار می شوند و بخت بالاتری برای استفاده از انواع اعتبارها و از جمله کارت اعتباری را دارند.اما در کشور ما که موسسه های اعتبارسنجی بصورت فعال و عمومی فعالیت ندارند.این مسئولیت بر عهده بانک بوده که همین امر نیز خود بانک را با مشکلات ساختاری عمیقی مواجه ساخته است بگونه که بانک ها نیز به این نتیجه رسیده اند که مشتریان را نمی توانند بصورت جامع اعتبار سنجی نمایند لذا ریسک این قضیه را قبول نکرده و به دلیل عدم دسترسی به اطلاعات مشتریان نمی توانند بصورت جامع رفتار مشتریان را ارزیابی و حسب آن سیاست های تعیین نرخ را اعمال نمایند و کلیه مشتریان را با یک ریسک مشترک ارزیابی و نسبت به دریافت تضمین و وثیقه با نگاه بدبینانه عمل می نمایند. (اخذ گواهی کسر از حقوق سازمانی برای اخذ تضمین برای افراد دارای درآمد مکفی).

۳- چالش مخدوش شدن فضای کسب و کار نظام پرداخت مبتنی بر کارت

زنجیره تامین ارزش کارت متشکل از بازیگران اصلی با نامهای مشتری (دارنده کارت)، فروشنده (پذیرنده کارت)، بانک پذیرنده، بانک صادر کننده و شرکت ارایه دهنده خدمات پذیرندگی کارت (P.S.P) بوده که این امر در حال حاضر و با اضافه شدن سامانه شاپرک جهت مدیریت نظام یاد شده باعث عدم شفافیت و سردرگمی در حوزه کارمزدهای پرداختی شده بنحوی که در بخش تعیین کارمزدها مدل کسب و کار شرکت های مذکور از مسیر منطقی خارج و تبدیل به افزایش قیمت بهای منابع بانکی گردیده است. همچنین مدل جدید ارایه شده فاقد تعریف مشخصی از وضعیت پذیرندگی کارت های اعتباری و تعیین تکلیف کارمزد بانک صادر کننده کارت اعتباری از فروشگاه پذیرنده کارت بوده و این موضوع باعث می‌گردد در وهله اول کارت های اعتباری برای بانک به علت بالا بودن قیمت پول خود اقتصادی نباشد و در وهله دوم عدم دریافت نرخ کارمزد صادرکنندگی از فروشگاه باعث می شود این قیمت به دارنده کارت اعتباری تحمیل و بهای کالا و خدمات را به نرخی بسیار بالاتر تسویه نماید که این موضوع اقتصادی بودن خرید را برای مصرف کننده از حیض انتفاع خارج می نماید در واقع فضای کسب و کار نظام پرداخت واسطه گری عملیات الکترونیکی خرید می باشد که در ایران این موضوع، تفسیر به ابزارهای تامین منابع بانکی گردیده که خود برای بانک‌ها هزینه‌ای حدود ۱۰ تا ۱۵ درصد به قیمت تمام شده قبلی تحمیل می‌نماید.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-02]

جمع بندی

پژوهش حاضر در سه بخش به شرح ذیل ارایه گردید.

- در بخش اول به تحلیل آمار مربوط به صدور کارت های اعتباری در کشور و مقایسه آن با سایر کشورهای اروپایی پرداخته شد. نکته کلیدی این بخش کمرنگ تر شدن حضور بانک ها از سال ابلاغ دستورالعمل کارت های اعتباری تا این برهه به علت افزایش قیمت بهای پول بانک ها می‌باشد.

- در بخش دوم عوامل اثرگذار بر دارندگان کارت های اعتباری معرفی و مهمترین آن شناسایی گردید نکته قابل ملاحظه این بخش قابلیت عوامل جمعیت شناختی کشورمان در استقبال از کارت های اعتباری بوده که این امر در صورت استمرار بانک در توسعه صدور کارت های اعتباری و حل مشکلات ساختاری، آینده مناسبی را در جهت پذیرش فرهنگ استفاده ازین کارت ها فراهم می‌سازد.

- در بخش سوم براساس روش فراترکیب(که بصورت کاملا مختصر اشاره شد) چالش های اساسی توسعه این کارت ها در سه طبقه به شرح "چالش دستوری نرخ سود کارت های اعتباری"،"چالش اعتبار سنجی مشتریان" و در نهایت "چالش مخدوش شدن فضای کسب و کار نظام پرداخت" تقسیم‌بندی گردید که می توان از جمله راه کارهای اساسی آن برای رفع چالش اول به "تامین منابع اقتصادی در بکارگیری کارت های اعتباری بانک ها"، در چالش دوم به" بهبود نظام اعتبارسنجی مشتریان و همکاری بانک های دارای دیتاهای اصلی مشتریان و جامع نمودن آن نظام"، و در نهایت برای رفع چالش سوم راهکار" شفافیت و تعریف مدل کسب و کار نظام پرداخت کشور بر مبنای نوع کارت های نقدی و اعتباری " ارایه گردید.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-02]

منابع و مآخذ

موسویان، سید عباس(۱۳۹۱) «طراحی کارت‌های اعتباری در بانکداری بدون ربا براساس بیع مرابحه»، فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد اسلامی، سال هفتم، شماره ۲۸، ص ۱۱۷-۱۳۷.

مهنایی؛ زینب(۱۳۹۱) «کارت‌های اعتباری در گذر زمان ایران»، نشریه بانکداری الکترونیک، سال چهارم، شماره ۳۵، صفحات ۱۷-۳۳.

Adcock, W.O. Hirschman, E.C. and Goldstucker, J.L. (1997), "Bank Credit Card Users: An Update Profile", Advances in Consumer Research, 4: 236-241.

Blanchflower D. G., D.S. Evans, and A.Y. Oswald (۱۹۹۸), Credit Cards and Consumers, NERA Working papers, December.

Kaynak, E. and Harcar, T. (2001), " Consumers' Attitudes and Intentions Towards Credit Card Usage in an Advanced Developing Country", Journal of Financial Services Marketing 6 (1): 24-39.

Kurtulus, K. and Nasır, S. (2006), "Consumer Behavior of Credit card Users in an Emerging Market", 6th Global Conference on Business & Economics, October 15-17, Gutman Center, USA.

Lee, J. and Hogarth, J.M. (2000), "Relationships among Information Search Activities When Shopping for a Credit Card", The Journal of Consumer Affairs, 34 (2): 330-360.

Medina, J.F. And Chau, C.T. (1998), "Credit Card Usage Behavior between Anglos and Hispanics Hispanic Journal of Behavioral Science, 20 (4): 429-448

safaklı, O. (2006), "A Research on the Usage of Credit Cards in TRNC", Journal of Applied Sciences, 6 (2): 400-405.

Reichheld, F.F. (1996), The Loyalty Effect, The Hidden Force behind Growth, Profits and Lasting Value, Bain & Company Inc., Harward Business Schooll Press, Boston.

www.cbi.ir

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-02]