

# ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΠΛΗΡΩΜΩΝ

• ΠΛΑΣΤΙΚΟ ΧΡΗΜΑ

• ΕΘΝΙΚΟ ΔΙΑΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΠΛΗΡΩΜΩΝ



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Λατσιάνδης Ιωάννης - Βουζάμογλου Πέτρος





ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ	654
----------------------	-----

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	1
ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ	3
P.O.S.	7
ΑΤΜς : Μια δυναμικά ανερχόμενη αγορά	9
α) Τα ΑΤΜς στην Ελλάδα	16
β) Χαρακτηριστικά των ΑΤΜς	20
γ) Αξιοπιστία - Ασφάλεια	21
δ) Λειτουργία δικτύου ΑΤΜ	22
ΕΙΔΗ ΚΑΡΤΩΝ	24
α) Οι κάρτες στην Ελλάδα	28
β) Η έξυπνη κάρτα	36
ΑΓΟΡΑ	
α) Παγκόσμια αγορά πλαστικού χρήματος	38
β) Η Αμερικάνικη αγορά πλαστικού χρήματος	41
γ) Η αγορά πλαστικού χρήματος στην Σοβιετική Ένωση	44
δ) Η Ευρωπαϊκή αγορά πλαστικού χρήματος	46
ε) Η Ελληνική αγορά πλαστικού χρήματος	50
i) Παρεχόμενες υπηρεσίες και καταναλωτικά οφέλη	52
ii) Κάρτες και τράπεζες	56
iii) Μερίδια αγοράς	58
iv) Χαρακτηριστικά της Ελληνικής αγοράς	63
v) Προφίλ κατόχου κάρτας	64
vi) Μακροοικονομικό περιβάλλον της αγοράς	76
vii) Θετικοί-Αρνητικοί παράγοντες για μια κάρτα	77
viii) Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα τραπεζών	79
ix) Ευκαιρίες Ελληνικής Αγοράς	81
x) Κάρτες και Λιανεμπόριο	83
xi) Θεσμικό πλαίσιο	88
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ	
α) Διαφήμιση πιστωτικών καρτών	90
β) Διαφημιστική δαπάνη καρτών	91
γ) Διαφημιστική δαπάνη ανά κάρτα	93
δ) Μερίδιο Διαφημιστικής Φωνής	94
ε) Κατανομή διαφημιστικών δαπανών ανά μέσο	99
στ) Εποχιακή εξέλιξη των διαφημιστικών δαπανών	104

ζ) Μεγαλύτεροι Διαφημιζόμενοι	107
η) Σχόλια	110
ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ	111
ΕΘΝΙΚΟ ΔΙΑΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΠΛΗΡΩΜΩΝ (ΔΙΑΣ)	
α) Διεθνείς τάσεις στα συστήματα πληρωμών	116
β) Οι απαιτήσεις της Ελληνικής αγοράς	119
γ) Η αγορά ξένων επισκεπτών	120
δ) Δυνατότητες Ελληνικών τραπεζών	121
ε) Τηλεπικοινωνίες	122
στ) Σκοπιμότητα δημιουργίας διατραπεζικού συστήματος πληρωμών	123
ζ) Στρατηγικές επιλογές	128
η) Αξιολόγηση επιλογών	129
ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ	130
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	132

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το θέμα των συστημάτων πληρωμών είναι πάρα πολύ ευρύ και το μέλλον τους ευοίωνο. Τα συστήματα πληρωμών καλύπτουν ένα φάσμα που αρχίζει με τις απλές συναλλαγές με χρήμα και φτάνει έως τις συναλλαγές με επιταγές, συναλλαγματικές και με πλαστικό χρήμα. Στην εργασία που ακολουθεί, προσπαθήσαμε να αναλύσουμε ένα από αυτά τα είδη, το πλαστικό χρήμα. Η ανάλυση αρχίζει με την ιστορική αναδρομή ώστε να καταλάβουμε πως εξελίχθηκε αυτή η μορφή συναλλαγών διαχρονικά. Φτάνοντας στο σήμερα αναπτύξαμε τα είδη των καρτών που ήδη υπάρχουν ή θα υπάρξουν αφού ξεπεράσουν το πειραματικό στάδιο στην παγκόσμια αγορά. Ακόμη αναπτύξαμε τις δυνατότητες και τις προϋποθέσεις των καρτών που υπάρχουν στην Ελληνική αγορά. Με την ανάλυση και σπουδή της παγκόσμιας και της Ελληνικής αγοράς πιστεύουμε ότι γίνεται κατανοητό το στάδιο που βρίσκονται οι Ελληνικές επιχειρήσεις έκδοσης πλαστικού χρήματος, καθώς και το που θα φτάσουν στα προσεχή χρόνια. Επιμένοντας στην παρουσίαση της Ελληνικής αγοράς προχωρήσαμε στην ανάλυση της διαφήμισης που γίνεται από τις επιχειρήσεις καθώς και της στρατηγικής και του MARKETING που ακολουθούν ή θα έπρεπε να ακολουθούν οι τραπεζικοί οργανισμοί. Ακόμη, πιστεύουμε, ότι οι δυνατότητες στην σημερινή αγορά πλαστικού χρήματος είναι πάρα πολλές και μόνο με την χρησιμοποίηση της τεχνολογίας θα μπορέσουν οι Ελληνικές τράπεζες να αντιμετωπίσουν το μέλλον και τον σκληρό ανταγωνισμό που θα εμφανιστεί με την ενοποίηση της Ευρωπαϊκής αγοράς.

-Τέλος, προσπαθήσαμε να δείξουμε το μέλλον του πλαστικού χρήματος και των τραπεζικών οργανισμών αναλύοντας το Εθνικό Διατραπεζικό Σύστημα πληρωμών (ΔΙΑΣ) που θα αρχίσει να εφαρμό-

ζεται χαράζοντας μια νέα πορεία για τον εκσυγχρονισμό των συστημάτων πληρωμών.

## ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Τα πρώτα είδη πιστωτικών καρτών που δημιουργήθηκαν πριν από πολλούς αιώνες ένωσαν τις οικογένειες των εμπόρων που τις πρωτοεμφάνισαν και τις οικογένειες αυτών που ζούσαν κάτω από πολύ σκληρή εργασία. φυσικά κανείς δεν μπορεί να αμφισβητήσει το γεγονός ότι τα όρια των πιστώσεων των λιανεμπόρων ήταν πιο ελεύθερα εκατό χρόνια πριν από τα σημερινά επίπεδα. Συνήθως κάθε έμπορος κρατούσε ένα βιβλίο στο οποίο καταχωρούσε τις συναλλαγές και τις πιστώσεις που χορηγούσε σε κάθε πελάτη του. Όμως η αύξηση των εμπορικών καταστημάτων καθώς και η δημιουργία αλυσίδας από επιχειρήσεις κάτω από την ίδια επωνυμία έκαναν δύσκολο τον τρόπο με τον οποίο θα γινόταν κάποιος έλεγχος στις πιστώσεις για κάθε άτομο ξεχωριστά. Αργότερα το 1910 η *Western Union* εμφάνισε κάτι μεταλλικές πλάκες που πάνω τους αναγράφόταν το όνομα του καταναλωτή καθώς και λεπτομέρειες των λογαριασμών του. Αυτές οι "*metal sloppers plates*" όπως χαρακτηριστικά λέγονταν γνώρισαν μεγάλη επίτυχία παρά το βάρος και το μέγεθος τους.

Το γεγονός που μεταμόρφωσε την κατάσταση ήταν η εμφάνιση των πρώτων πιστωτικών καρτών που εκδίδονταν από οικονομικούς οργανισμούς στους καταναλωτές τους για χρήση στα τοπικά εμπορικά καταστήματα.

Η *Flatbush National Bank* ήταν η πρώτη που αναγνώρισε αυτήν την ευκαιρία με τις πιστωτικές κάρτες το 1947 και η *Franklin National Bank* ήταν η πρώτη που επέκτεινε τις υπηρεσίες σε μη πελάτες της και έξω από τα τοπικά όρια. Η ιδέα χρησιμοποιήθηκε και από περισσότερες από εκατό τράπεζες αλλά λίγες κατόρθωσαν να επιβιώσουν πάνω από μερικά χρόνια.

Μια περισσότερα υποσχόμενη προσέγγιση έγινε το 1950 από την DINERS CLUB η οποία αναζητούσε ξενοδοχεία και εστιατόρια στην Νέα Υόρκη που να δέχονται την κάρτα της. Το DINERS CLUB δεν έπαιρνε μόνο ποσοστά από τις αγορές των κατόχων των καρτών αλλά και τα μέλη έδιναν μια ετήσια συνδρομή κάνοντας την επιχείρηση να αισθάνεται πιο ασφαλής σε οικονομικό επίπεδο από ότι οι τραπεζικές πιστωτικές κάρτες. Η DINERS έπεισε τα μέλη της για την αξία της πίστωσης καθώς και για την έγκυρη πληρωμή των επιχειρήσεων. Έτσι γεννήθηκε η πρώτη (*T & E Travel and Entertainment*) card. Η κάρτα αυτή ακολούθηθηκε το 1958 από την *American Express* η οποία αποτελεί σήμερα μια δυναμική επιχείρηση έκδοσης καρτών *Tand E*. Το 1959 έκανε την εμφάνισή της η *Cartee Blanche* η οποία σήμερα μαζί με την DINERS CLUB ανήκουν στην αυτοκρατορία που ονομάζεται CITIBANK.

Την δεκαετία του '50 οι τράπεζες άρχισαν να επεκτείνουν τις υπηρεσίες που πρόσφεραν και έτσι ο κάτοχος πιστωτικής κάρτας μπορούσε να εξοφλήσει την κάρτα του με δόσεις πληρώνοντας βέβαια κάποιο επιτόκιο για το υπόλοιπο του λογαριασμού τους. Αυτό παρακίνησε και τους άλλους οικονομικούς οργανισμούς που εξέδιδαν πιστωτικές κάρτες αφού οι τράπεζες είχαν μεγαλύτερα έσοδα.

Το 1960 δημιουργήθηκε μια μεγάλη διαφορά ανάμεσα στις κάρτες των τραπεζών και τις κάρτες (*Tand E*) των άλλων οργανισμών. Οι τραπεζικές κάρτες είχαν περιορισμένο πιστωτικό όριο και ήταν μόνο για τοπική χρήση. Ακόμη δεν είχαν ετήσια συνδρομή πράγμα που τις έκανε προσιτές στο ευρύ καταναλωτικό κοινό. Από την άλλη μεριά οι *Tand E cards* ήταν προσιτές μόνο σε μερικές κατηγορίες ατόμων κυρίως επιχειρηματίες που ταξίδευαν συχνά αφού ήταν δεκτές σ' όλη την Αμερική και αφού είχαν κάποια ετή-



σια συνδρομή. Ακόμη αυτές οι κάρτες δεν είχαν προκαθορισμένα πιστωτικά όρια.

Η μεγάλη αλλαγή έγινε από την *Bank of America* η οποία το 1966 εξέδωσε τις μπλε, άσπρες και χρυσές *Bank Americard* αφού πρόσφερε τη δυνατότητα έκδοσής τους και από άλλες τράπεζες σ' όλο τον κόσμο. Με αυτόν τον τρόπο οι κάτοχοι των μπλέ, άσπρων και χρυσών καρτών θεωρητικά πάντα είχαν την δυνατότητα να χρησιμοποιήσουν την κάρτα τους σ' όποιο σημείο του κόσμου κι αν βρίσκονταν. Η θεωρία έγινε πραγματικότητα όταν όλες οι τράπεζες του κόσμου που εξέδιδαν τις *BankAmericard* ενώθηκαν κάτω από το όνομα της VISA.

Το 1966 ακόμα μια ομάδα Αμερικάνικων τραπεζών ενώθηκαν κάτω από το όνομα της *Mastercharge* στην αρχή και στο *Mastercard* αργότερα. Από τότε η VISA και η MASTERCARD καθώς και οι παράγωγές του κάρτες άρχισαν μια μάχη για την κατάκτηση της παγκόσμιας αγοράς πιστωτικών καρτών.

Σε αντίθεση δεν υπήρχε μεγάλος ανταγωνισμός για τις κάρτες T & E. Η DINERS κρατώντας κάποια ήδη αποκτημένη αγορά άφησε την *American Express* να γίνεται όλο και πιο δυνατή τόσο όσον αφορά τον αριθμό των καρτών όσο και στα κέρδη. Το 1966 η *American Express* εκδίδοντας την χρυσή κάρτα της μπήκε πολύ μπροστά όσον αφορά τις υπηρεσίες που προσέφερε όσο και το κύρος της.

Παρά την μεγάλη επιτυχία της *American Express* η *Diners* δεν προσέφερε κάποιο ανταγωνιστικό προϊόν. Όμως η VISA και η MASTERCARD εισήγαγαν δύο χρυσές κάρτες πάνω στις ίδιες βάσεις σε συσχετισμό με τον μεγάλο αριθμό συμβεβλημένων επιχειρήσεων.

Η επέκταση των πιστωτικών καρτών επηρέασε και άλλες αγγλόφωνες χώρες ιδιαίτερα τον Καναδά και την Αγγλία. Αλλά και

η Γαλλία και η Ιαπωνία δέχτηκαν τις κάρτες με ενθουσιασμό. Αντίθετα οι τραπεζίτες της Δυτικής Γερμανίας κράτησαν κάποια απόσταση φοβούμενοι για τις εμπορικές σχέσεις καταναλωτή - τράπεζας.

Εκτός από την VISA και την MASTERCARD μόνο δύο μη Αμερικάνικες κάρτες γνώρισαν παγκόσμια αναγνώριση. Η EUROCARD μια *Tand E* κάρτα που προωθήθηκε από πολλές ευρωπαϊκές τράπεζες. Όμως για να γνωρίσει παγκόσμια αναγνώριση προσχώρησε στην MASTERCARD και την ACCESS. Σε αντίθεση μια Ιαπωνική πιστωτική κάρτα η JCB που εκδίδεται από την *Japan Credit Bureau* κατάφερε να στήσει το δικό της παγκόσμιο σύστημα επικοινωνίας και αναγνώρισης από πολλές επιχειρήσεις.

Αυτή ήταν η αρχή ενός νέου συστήματος πληρωμών που στην σημερινή εποχή έχει κατακτήσει όλο τον κόσμο. Το μέλλον των πιστωτικών καρτών διαφέρεται πολύ δυναμικό αφού όλες οι τράπεζες του κόσμου προσπαθούν με κάθε τρόπο να εκσυγχρονιστούν για να μπορέσουν να καλύψουν τις ανάγκες που δημιουργούνται στον τομέα του "πλαστικού χρήματος".

ΤΟ ΣΥΣΤΗΜΑ P.O.S.  
(POINT OF SALES SYSTEMS)

Η εξέλιξη της ηλεκτρονικής τεχνολογίας επηρέασε όπως ήταν φυσικό και τον τραπεζικό χώρο με αποτέλεσμα τα συστήματα πληρωμών να αποτελούν την καρδιά των τραπεζικών εργασιών στην Ευρώπη. Τα τελευταία χρόνια οι τράπεζες συνειδητοποίησαν ότι και η χώρα μας πρέπει να ακολουθήσει τους ίδιους ρυθμούς ανάπτυξης για να μπορέσει το Ελληνικό τραπεζικό σύστημα να συμβαδίσει με την Ευρώπη. Μέσα σ' αυτό το κλίμα η Εθνική τράπεζα εφάρμοσε το σύστημα ηλεκτρονικής σύνδεσης (*Point of Sales System*) για την καλύτερη εξυπηρέτηση των συμβεβλημένων επιχειρήσεων και των κατόχων των καρτών που εκδίδει.

Το P.O.S. πρόκειται για ένα σύστημα που δημιουργεί συνθήκες άμεσης επικοινωνίας μεταξύ αποδεκτών και εκδοτών καρτών. Αποτελείται από ένα σύγχρονο ηλεκτρονικό υπολογιστή και από τερματικές συσκευές τα P.O.S. που βρίσκονται εγκατεστημένα στα συμβεβλημένα καταστήματα και επιχειρήσεις. Ο ηλεκτρονικός υπολογιστής παρέχει την δυνατότητα λήψης εξουσιοδοτήσεως και ελέγχου ασφαλείας της κάρτας. Η όλη επεξεργασία των στοιχείων αυτών ή και άλλων γίνεται χωρίς λάθη και καθυστερήσεις. Οι τερματικές συσκευές P.O.S. είναι ειδικές τηλεφωνικές συσκευές που έχουν την δυνατότητα να "διαβάζουν" την μαύρη μαγνητική πίστα που βρίσκεται στο πίσω μέρος της κάρτας. Το ότι τα P.O.S. είναι συνδεδεμένα με τον Η/Υ της τράπεζας απ' όπου και λαμβάνουν απευθείας την απάντηση για ότι τους ζητήθηκε.

Οι συνθήκες που οδήγησαν στην εφαρμογή αυτού του συστήματος είναι το ότι το ηλεκτρονικό χρήμα εκτοπίζει ταχύτατα τα παραδοσιακά τραπεζογραμμάτια καθώς και τις επιταγές. Στα

πλαίσια αυτών των αλλαγών οι τραπεζικές κάρτες αναπτύσσονται σε ευρύτατη έκταση πράγμα που κάνει σημαντική την αύξηση του όγκου εργασιών της κάθε τράπεζας λόγω του ενδιαφέροντος και συναλλαγματοφόρου χαρακτήρα των εργασιών των καρτών.

Τα πλεονεκτήματα που προκύπτουν από την χρήση των P.O.S. για τους εμπόρους είναι πρωταρχικά η καλύτερη και γρηγορότερη εξυπηρέτηση των πελατών τους γιατί η ακρίβεια και η ταχύτητα του συστήματος καταργούν την καθυστέρηση που μπορεί να συμβεί σ' ένα ταμείο όταν και άλλοι πελάτες περιμένουν την σειρά τους. Η χρήση των P.O.S. είναι απλή. Ο πελάτης δίνει την κάρτα του, ο έμπορος την τοποθετεί στην ειδική υποδοχή των τερματικών και μέσα σε χρόνο εννέα δευτερολέπτων περίπου έχει την εξουσιοδότηση για την χρήση της κάρτας. Ακόμη έχει προβλεφθεί η τυποποίηση των μηνυμάτων που επεξεργάζεται το P.O.S. έτσι ώστε ο χρήστης του να παίρνει ακόμα πιο σαφείς και συγκεκριμένες απαντήσεις. Το σύστημα τέλος καλύπτει και τον κίνδυνο του ελέγχου γνησιότητας και ισχύος της κάρτας. Τα πλεονεκτήματα για τους κατόχους καρτών είναι το ότι ελαχιστοποιείται η παραμονή του στο ταμείο και η ενοχλητική για την προσωπικότητά του αναμονή που ήταν αναγκαία έως ότου έφτανε η έγκριση αγοράς από την τράπεζα.

Όπως καταλαβαίνουμε όλα αυτά αποτελούν μια πολυσύνθετη εργασία πολυνοσηματικής πληροφόρησης και εκκαθαρίσεων που βασίζεται μόνον στην παλιά τραπεζική τεχνική με σύγχρονα μέσα και μέγιστη ελαχιστοποίηση κόστους και χρόνου, που πετυχαίνονται με την χρησιμοποίηση των P.O.S.

## ΑΤΜ'ς :

### ΜΙΑ ΔΥΝΑΜΙΚΑ ΑΝΕΡΧΟΜΕΝΗ ΑΓΟΡΑ

Αν και η εποχή που οι καθημερινές δραστηριότητες του ανθρώπου θα καθορίζονται από τις μηχανές στέκει μακριά, παρ'όλα αυτά, αργά και σταθερά προς τα εκεί προχωρούμε. Η εποχή που οραματιζόταν στις αρχές του αιώνα μας ο πατέρας της κυβερνητικής *Norbert Wiener*, όπου οι μηχανές θα αυτοματοποιούσαν κάθε διαδικασία παραγωγής με αποτέλεσμα την απαλλαγή του ανθρώπινου πνεύματος από τη ρουτίνα στέκει μακριά.

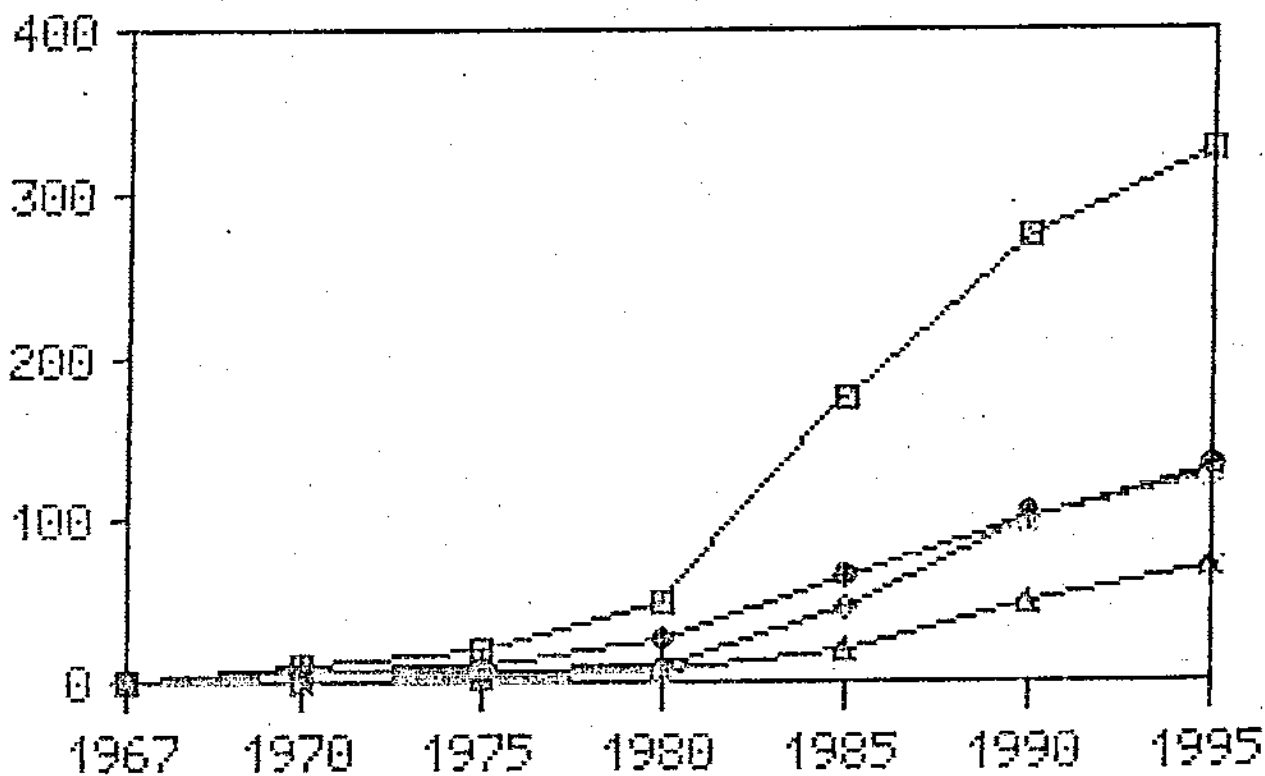
Οι βάσεις για μια μελλοντική κοινωνία που θα βασίζεται όλο και περισσότερο στις μηχανές τίθενται και κανένας δεν γνωρίζει πως θα είναι αυτή η κοινωνία, όπως κανένας από τους δημιουργούς του ENIAC, παρόλο τον ενθουσιασμό τους, θα μπορούσαν να φαντασθούν τη σημερινή κοινωνία, όπου ο υπολογιστής αποτελεί ένα πανταχού παρών πνευματικό εργαλείο.

Η Τηλεματική ανυψώνεται στον ορίζονται σαν τη μελλοντική επιστήμη κλειδί για την ανάπτυξη όλων των υπόλοιπων, ακόμη και αυτών που δεν έχουν σχέση με τις θετικές επιστήμες. Το σημαντικότερο, κάθε ανθρώπινη δραστηριότητα, εξαρτάται όλο και περισσότερο από τη μετάδοση πληροφοριών και τις επικοινωνίες, παρέχοντας υπηρεσίες που από τη φύση του ο άνθρωπος σήμερα είναι αναγκασμένος να παρέχει.

Δίκτυα υπολογιστών επιτρέπουν την απρόσκοπτη ανταλλαγή πληροφοριών, συστήματα που αποτελούν συνδυασμό υπολογιστών και μηχανών, απελευθερώνουν από δραστηριότητες ρουτίνας τον άνθρωπο.

Ένα σύστημα - συνδυασμός υπολογιστή και μηχανής - που σκοπό έχει να απελευθερώσει τον άνθρωπο από δραστηριότητες ρουτίνας, -είναι οι αυτόματες μηχανές συναλλαγής (*Automatic Teller Machines - ATMs*), οι οποίες σήμερα χρησιμοποιούνται για συναλλα-

ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΑΤΜ'S ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ  
( ΣΕ ΧΙΛΙΑΔΕΣ )



● ΕΥΡΩΠΗ    ● Η.Π.Α.    ○ ΑΣΙΑ    ● ΣΥΝΟΛ.



γές χρημάτων σε τράπεζες.

Τα ΑΤΜς αναπτύχθηκαν για πρώτη φορά στις ΗΠΑ τη δεκαετία του '60 και ανήκουν στην τρίτη γενιά αυτόματων συστημάτων που έχουν ιδιότητες απομνημόνευσης ιδιοτήτων και καταστάσεων. Αποτελούν δε, μια ειδική κατηγορία των τερματικών αυτοεξυπηρέτησης (*self - service terminals*), ειδικευμένα στις συναλλαγές χρημάτων.

Μέχρι τα μέσα της δεκαετίας του '70, ενώ πολλές τράπεζες είχαν εγκαταστήσει τέτοιες μηχανές, ο συνολικός αριθμός των ΑΤΜς [παγκόσμια] δεν ξεπέρασε τις 2.000. Αυτό οφειλόταν κύρια στην έλλειψη εμπιστοσύνης του κοινού προς τις μηχανές.

Από το 1975 και έπειτα, παρατηρείται μια συγκρατημένη αύξηση που ανέβασε το 1980 τον αριθμό των εγκαταστάσεων στις 50.000. Από το 1980 ο αριθμός των εγκαταστάσεων υπερτετραπλασιάστηκε - στο τέλος του 1985 υπήρχαν 171.348 ΑΤΜς σε όλο τον κόσμο. (Πηγή : *Nilson Report* - Δεκέμβριος 1986).

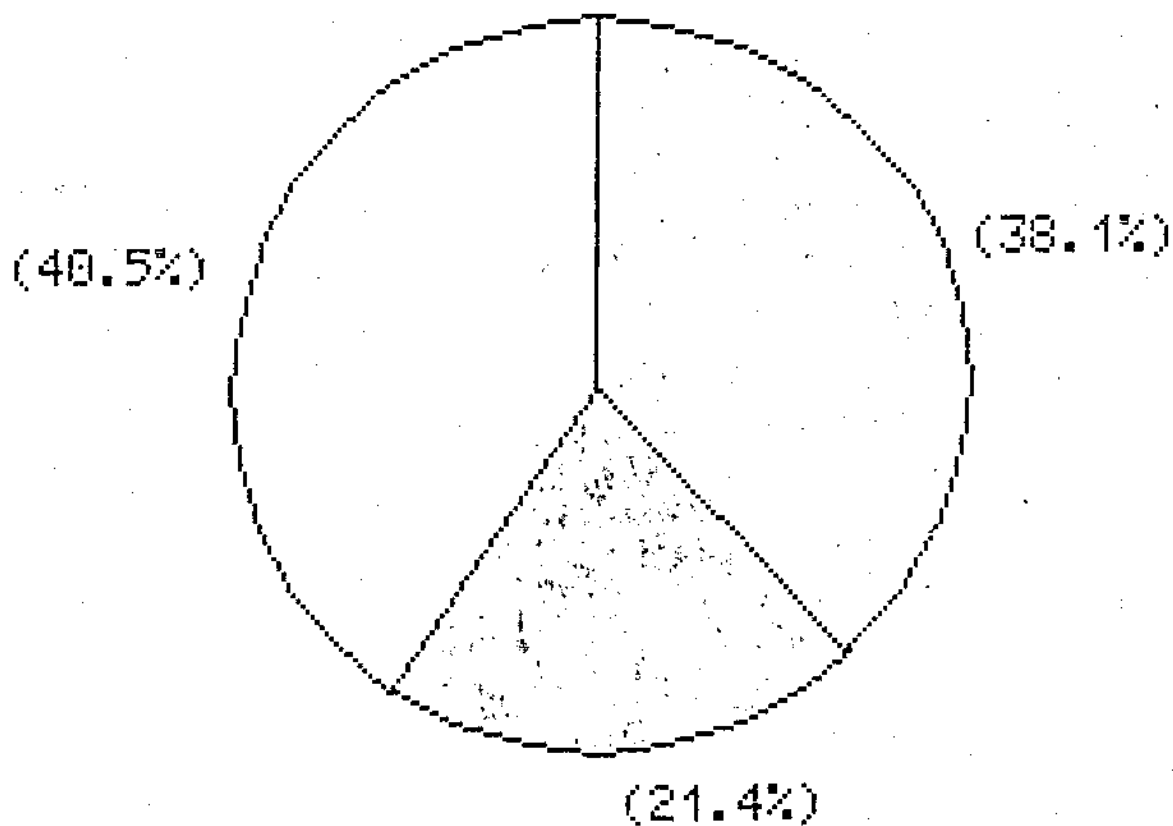
Σύμφωνα με τον πίνακα, τις περισσότερες εγκαταστάσεις το 1985 είχε η Ασία, περίπου 65.000, ακολουθώντας λίγο πιο πίσω οι ΗΠΑ με περίπου 60.000 εγκαταστάσεις.

Στην Ευρώπη υπήρχαν 35.000 εγκαταστάσεις. Η υπεροχή της Ασίας, έναντι των ΗΠΑ και της Ευρώπης, οφείλεται αποκλειστικά στην Ιαπωνία, όπου ο αριθμός εγκατεστημένων ΑΤΜς είναι περίπου ίδιος με αυτόν των ΗΠΑ.

Σύμφωνα με τις προβλέψεις της *Nilson Report*, μια αμερικανική εταιρεία ερευνών, ο ρυθμός αύξησης των εγκαταστάσεων ΑΤΜς θα συνεχισθεί κατά το 1990. Τις περισσότερες εγκαταστάσεις θα έχουν οι ΗΠΑ μαζί με την Ασία (περίπου 100.000 ΑΤΜς η κάθε μία) με την Ευρώπη να βρίσκεται στη μέση με περίπου 50.000 εγκαταστάσεις. Από το 1990 και έπειτα, ο ρυθμός αύξησης αυτός

αναμένεται να ανακοπεί, ενώ μέχρι το 1995 οι ΗΠΑ προβλέπεται θα διαθέτουν περισσότερα ΑΤΜς από την Ασία.

### ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΑΓΟΡΑΣ ΑΤΜ'S ΓΙΑ ΤΟ 1995 Συνολό 8,4 δισ. δολάρια



□ ΕΥΡΩΠΗ

□ ΗΠΑ

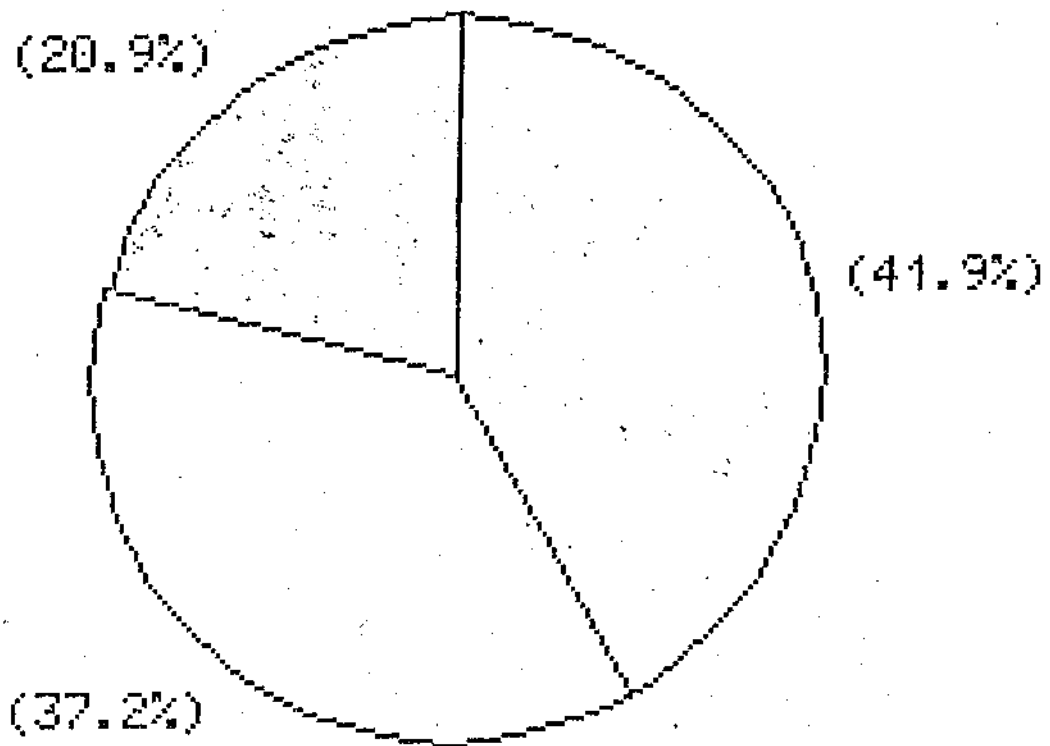
□ ΑΣΙΑ

Έτσι, το 1995, η αγορά των ΑΤΜς, θα έχει διπλασιασθεί και οι κατασκευάστριες εταιρείες θα πρέπει να μοιράσουν τα κέρδη μιας αγοράς 8,4 δισεκατομμυρίων δολλαρίων. Η αγορά τότε θα είναι κατανεμημένη ως εξής :

- Ασία 3,2 δισ. δολλάρια - ποσοστό 38,9%
- ΗΠΑ 3,4 " " - " 40,04%
- Ευρώπη 1,8" " - " 21,42%

(Πηγή : *Nilson Report* - Δεκέμβριος 1986).

ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΑΤΜ'S ΤΟ 1985  
Σύνολο 4.3 δισ. δολάρια



ΕΥΡΩΠΗ

ΗΠΑ

ΑΣΙΑ

Το 1985, η αγορά των ΑΤΜς ήταν 4,3 δισεκατομμύρια δολάρια κατανεμημένη ως εξής :

- Ασία 1,8 δισ. δολάρια - ποσοστό 41,8%
- ΗΠΑ 1,6 δισ. δολάρια - ποσοστό 37,2%
- Ευρώπη 0,9 δισ.δολλ. - ποσοστό 20,9%

(πηγή : *Nilson Report* - Δεκέμβριος 1986).

-Αν'και ο ρυθμός αύξησης των εγκαταστάσεων ΑΤΜς, όπως προαναφέρθηκε, μετά το 1990 θα μειωθεί, τα κέρδη των κατασκευαστριών εταιρειών θα αυξηθούν, γιατί οι παραγγελίες θα αυξηθούν θεαματικά.

Σύμφωνα πάλι με τη *Nilson Report* ο αριθμός των νέων εγκαταστάσεων από το 1987 και μετά, μειώνεται. Ο αριθμός όμως των παραγγελιών θα αυξάνει με πολύ μεγάλους ρυθμούς. Αυτό έχει να κάνει με τον εκσυγχρονισμό της ήδη εγκατεστημένης βάσης από τις τράπεζες. Προβλέπεται δε, το 1995 οι παραγγελίες να φθάσουν τις 50.000, ενώ οι νέες εγκαταστάσεις εκείνη τη χρονιά μόλις που θα ξεπεράσουν τις 10.000

## Τα ΑΤΜ'ς στην Ελλάδα

Η πρώτη εγκατάσταση ΑΤΜς στην Ελλάδα, έγινε από την Τράπεζα Πίστewς το 1981, η οποία εγκατέστησε 11 ΑΤΜς σε υποκαταστήματά της στην Αθήνα και Θεσσαλονίκη. Επί δύο χρόνια, το δίκτυο λειτουργούσε σε πειραματική βάση και από το 1983 άρχισε η επέκταση και ουσιαστική προώθησή του από την Τράπεζα σε ON-LINE REAL-TIME περιβάλλον.

Σήμερα λειτουργούν 54 ΑΤΜς σε πολλές πόλεις της Ελλάδας, ενώ από τα μέσα Ιουνίου ενεργοποιούνται άλλα 15, και μέχρι τέλος του 1989 θα έχουν εγκατασταθεί περίπου άλλα 40, και έτσι ο συνολικός αριθμός θα φθάσει τα 110.

Από τις άλλες τράπεζες, πρόσφατα η CITIBANK εγκατέστησε 10 ΑΤΜς σε 6 υποκαταστήματα, με στόχο σύντομα να εγκαταστήσει σε κάθε υποκατάστημά της ΑΤΜς. Η Εθνική διαθέτει 11 και η Εμπορική 2 στον Ανατολικό Αερολιμένα του Ελληνικού.

Συνολικά, το Τραπεζικό δίκτυο στην Ελλάδα είναι καθυστερημένο, όσον αφορά τα δίκτυα ΑΤΜς, και τις συναλλαγές που γίνονται με αυτά. Αυτό έχει να κάνει κύρια με τη συνήθεια του Έλληνα να μεταφέρει μετρητά και επομένως να καθορίζει τις συναλλαγές τους σύμφωνα με το ωράριο της τράπεζας. Ένας δεύτερος λόγος για τον οποίο αποφεύγονται οι συναλλαγές με ΑΤΜς, είναι η έλλειψη εμπιστοσύνης του κοινού προς τις μηχανές.

Αυτό μάλλον είναι αποτέλεσμα της πρακτικής που ακολουθούν οι περισσότερες τράπεζες. Οι πολύ λίγες εγκαταστάσεις ΑΤΜς, σημαίνει ότι, πολύς κόσμος τα αγνοεί. Αυτό προκύπτει από την εμπειρία της Τράπεζας Πίστewς, όπου ο αριθμός των συναλασσομένων αυξάνεται κάθε χρόνο περίπου κατά 50% και σήμερα στο Λεκανοπέδιο της Αττικής, όπου το δίκτυό είναι πυκνό, το 17% των συναλλαγών ταμειευτηρίου γίνεται μέσω ΑΤΜς.



Οι δυνατότητες που παρέχουν τα ΑΤΜς είναι πολλές και αυτό έχει γίνει αντιληπτό από όλες τις τράπεζες, οι οποίες σκέφτονται να εγκαταστήσουν τις μηχανές αυτές. Μάλιστα, η Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, σκέφτεται να εγκαταστήσει ένα διατραπεζικό δίκτυο ΑΤΜς όπου το κοινό ανεξάρτητα με ποια τράπεζα συναλλάσσεται, εφόσον αυτή θα είναι συμβεβλημένη στο δίκτυο, θα μπορεί να κάνει συναλλαγές με ένα ΑΤΜ μιας άλλης τράπεζας, η οποία είναι και αυτή συμβεβλημένη στο δίκτυο.

Αυτό έχει γίνει ήδη στη Μεγάλη Βρετανία, όπου οι τράπεζες *NAT West, Midland, Barclay's, TSB, Yorkshire* και *Clydsdale*, έχουν δημιουργήσει ένα διατραπεζικό δίκτυο ΑΤΜς με 2.500 ΑΤΜς.

Πριν δει κανείς τι προσφέρει το ΑΤΜ, θα πρέπει να δει ποιες ανάγκες το δημιούργησαν. Η κυρίαρχη ανάγκη που δημιούργησε τα ΑΤΜς ήταν η αποδέσμευση του ανθρώπου από τα μετρητά. Αυτό ήταν ιδιαίτερα σημαντικό για τις Ηνωμένες Πολιτείες, όπου οι επιθέσεις βίας με σκοπό τη ληστεία, είχαν πάρει τρομακτικές διαστάσεις. Η ιδέα ότι, μια μηχανή θα έλυνε το πρόβλημα των μετρητών, αφού θα ήταν σε θέση να τα αποκτήσει οποιαδήποτε στιγμή κάποιος, φαινόταν ελκυστική.

Τα ΑΤΜς έχουν λύσει το πρόβλημα αυτό, αφού ο κάθε πολίτης αντί να μεταφέρει μετρητά ή να διατηρεί χρήματα στο σπίτι του (έστω και λίγα), μεταφέρει μια πλαστική κάρτα, με την οποία μπορεί να έχει στη διάθεσή του χρήματα, οποιαδήποτε στιγμή.

Πέρα όμως από την ασφάλειά που προσφέρει η χρήση των ΑΤΜς, υπάρχει και το θέμα της εξυπηρέτησης. Οι μηχανές αυτές έχουν μισό χρόνο διεκπαιρέωσης μιας συναλλαγής 15 δευτερόλεπτα. Κανένας υπάλληλος τραπεζής δεν έχει ένα τέτοιο χρόνο εξυπηρέτησης. Ακόμη, η χρήση των ΑΤΜς αποδεσμεύει τα γκισέ και ελαχιστοποιεί την πιθανότητα να περιμένει κάποιος στην ουρά.

Στα ΑΤΜς είναι απίθανο να υπάρξει ουρά, λόγω του μικρού χρόνου απόκρισης σε μια συναλλαγή.

Ένα πρόσθετο πλεονέκτημα, για πολλούς κυρίως, είναι ότι, τα ΑΤΜς προσφέρουν εξυπηρέτηση ακόμη και όταν κλείσουν οι τράπεζες. Κάθε πολίτης έχει στη διάθεσή τους μια τράπεζα 24 ώρες το 24ωρο και 7 ημέρες την εβδομάδα. Η δυνατότητα αυτή παρέχει σιγουριά και ασφάλεια σε κάθε πολίτη, έχοντας ανά πάσα στιγμή, όποτε χρειασθεί μετρητά, τα οποία δεν είναι υποχρεωμένος να μεταφέρει.

Όλα όσα αναφέρθηκαν παραπάνω θα μπορούσαν να αποτελέσουν τα οφέλη του κοινού. Η χρήση των ΑΤΜς, προσφέρει πολλά και στις τράπεζες. Πρώτα απ' όλα, ένα ΑΤΜ σημαίνει ποιοτική εξυπηρέτηση των πελατών της τράπεζας. Η δυσφορία της παραμονής σε μια ουρά για την ανάληψη 5.000 ή 10.000 δραχ. είναι μεγάλη. Το ΑΤΜ λύνει εξ ολοκλήρου το πρόβλημα αυτό.

Στη συνέχεια, οι υπάλληλοι της τράπεζας αποδεσμεύονται από εργασίες ρουτίνας, καταθέσεις - αναλήψεις - ενημέρωση λογαριασμών και μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να προσφέρουν άλλες υπηρεσίες που ένα ΑΤΜ δεν μπορεί να προσφέρει (σύναψη δανείων κλπ.).

Τα οφέλη των τραπεζών από τη χρήση των ΑΤΜς είναι τεράστια. Αυτό μπορεί να φανεί από το εξής : Το 1987, στην Τράπεζα Πίστωσης έγιναν 500.000 συναλλαγές με ΑΤΜ.

Ο χρόνος που θα απαιτούνταν αν οι συναλλαγές αυτές θα γίνονταν με ανθρώπους με μέσο χρόνο εξυπηρέτησης 2 λεπτών της ώρας, θα έφθανε τις 2.000 εργασιακές ημέρες.

Κύριος στόχος της χρήσης των ΑΤΜς από τις τράπεζες, είναι να παραμένουν τα διαθέσιμά τους σε αυτές, προκειμένου να καθορίσουν την πολιτική τους.

Επίσης, ένα άλλο πλεονέκτημα για τις τράπεζες, είναι ότι, οι τόκοι των καταθέσεων καθυστερούν κατά μια ημέρα, ώσπου να γίνει η μέτρηση των χρημάτων από τον υπάλληλο.

Η χρήση των ΑΤΜς και η αντικατάσταση των μετρητών γίνεται με τις πλαστικές - μαγνητικές κάρτες. Οι κάρτες αυτές, οι οποίες είναι απόλυτα προσωπικές και κανένας εκτός από τον νόμιμο κάτοχο δεν μπορεί να χρησιμοποιήσει, αποτελούν το μέσο (κλειδί) για να γίνει η συναλλαγή με το ΑΤΜ. Περιέχει μια μαγνητική ταινία, η οποία χωρίζεται σε τρία μέρη (*tracks*) πάνω στα οποία γράφονται οι απαραίτητες πληροφορίες.

Σήμερα υπάρχουν δύο τύποι καρτών, ανάλογα με τη μαγνητική ταινία που χρησιμοποιούν και τις πληροφορίες που γράφονται σε αυτές. Ο πρώτος τύπος κάρτας, διαθέτει μαγνητική ταινία με δύο *tracks* ανάγνωσης μόνο (*read only*) και ένα *tracks* ανάγνωσης εγγραφής (*read-write*). Ο δεύτερος τύπος, διαθέτει δύο *tracks read - write* και ένα *track read only*.

Οι συνήθεις πληροφορίες που αναγράφονται είναι ο αριθμός PIN (*Personal Identification Number*) και το όριο του λογαριασμού. Στο τρίτο *track* γράφονται πληροφορίες, που μπορεί να είναι η ημερομηνία που ενημερώθηκε τελευταία φορά ο λογαριασμός, ή η ημερομηνία που ανοίχθηκε ο λογαριασμός.

Ο αριθμός PIN, υπάρχει σε όλες τις κάρτες, και είναι ο αριθμός που διαβάζει ο υπολογιστής και επιτρέπει τη συναλλαγή με το ΑΤΜ. Τον αριθμό αυτό δεν είναι απαραίτητο να γνωρίζει ο κάτοχος της κάρτας, όπως και τις άλλες πληροφορίες που βρίσκονται στην μαγνητική ταινία. Εκείνο που πρέπει να γνωρίζει, είναι ο κωδικός πρόσβασης του ΑΤΜ, ο οποίος είναι συνήθως ένας τετραψήφιος αριθμός. Χωρίς τον κωδικό πρόσβασης, ένας κάτοχος κάρτας - είτε νόμιμος, είτε παράνομος - δεν μπορεί να κάνει

χρήση του ATM.

Επιπλέον, στα *tracks* της μαγνητικής ταινίας γράφονται και άλλες πληροφορίες, όπως ο κωδικός της χώρας, ειδικά στοιχεία για την αποτυπρωγράφηση των πληροφοριών κλπ. Τα *standards* των καρτών αυτών, έχουν μπει από τον ANSI, τον ISO και την ABA (*American Bankers Association*), και είναι τέτοια, ώστε ποτέ να μην υπάρξουν δύο κάρτες με τις ίδιες πληροφορίες.

### Χαρακτηριστικά των ATMs

ATMs μπορεί κάποιος να δει στον εξωτερικό χώρο της τράπεζας ή σε έναν τοίχο της από την εξωτερική πλευρά, ή και έξω σε αντίστοιχους χώρους (πλατείες, κεντρικούς δρόμους, σε εθνικές οδούς). Στην Ελλάδα υπάρχουν δύο τύποι ATM που κυριαρχούν, αυτά που βρίσκονται μέσα στην τράπεζα και αυτά που βρίσκονται ενσωματωμένα σε ένα τοίχο (*through the wall*). Φυσικά, σε αυτά που βρίσκονται μέσα στην τράπεζα, κάποιος μπορεί να έχει πρόσβαση μόνο όταν η τράπεζα είναι ανοιχτή, ενώ στα υπόλοιπα όσο λειτουργεί το ATM.

Τα εξωτερικά ATMs, συνήθως όμως αντιμετωπίζουν προβλήματα εξαιτίας των βανδαλισμών. Ένας τρόπος προφύλαξης, η εγκατάσταση ATMs στον προθάλαμο της τράπεζας, ο οποίος είναι αποκομμένος από τους υπόλοιπους χώρους κατά τη διάρκεια που δεν λειτουργεί. Τα ATMs αυτά λέγονται *lobby*.

Η εξωτερική πόρτα της τράπεζας ανοίγει με την μαγνητική κάρτα, κλείνει μόλις ο κάτοχος της κάρτας μπει και ξανανοίγει πάλι με την κάρτα, αφού γίνει η συναλλαγή. Τέτοιες εγκαταστάσεις ATMs έχει κάνει η CITIBANK και μάλιστα είναι η πρώτη τράπεζα στην Ευρώπη με τέτοιες εγκαταστάσεις.

Στην Αμερική υπάρχουν ATMs εγκατεστημένα στις εθνικές

οδούς, σε ανοιχτούς χώρους (πλατείες, πολυσύχναστους δρόμους κ.ά). Τα ΑΤΜς που βρίσκονται στις εθνικές οδούς μπορεί να γίνει χρήση των μέσα από το αυτοκίνητο.

Τα ΑΤΜς διαχωρίζονται ανάλογα με τις συναλλαγές που διεκπεραιώνουν. Υπάρχουν ΑΤΜς μόνο για αναλήψεις, για αναλήψεις - καταθέσεις, αναλήψεις - καταθέσεις, ενημέρωση λογαριασμών /βιβλι-αρίων, ακόμη και ΑΤΜς που συνάπτουν δάνεια. Ο μέγιστος όγκος συναλλαγών που διεκπεραιώνονται μέσω ΑΤΜς αφορούν αναλήψεις. Το ποσοστό κυμαίνεται στο 80%. Έτσι, μεγάλος αριθμός εγκαταστάσεων ΑΤΜς είναι μόνο για αναλήψεις.

#### Αξιοπιστία - Ασφάλεια

Το ποσοστό αξιοπιστίας αυτών των μηχανών κυμαίνεται στο 98,5% έως 99,5%. Μια λάθος συναλλαγή μπορεί να συμβεί κάθε 10.000 έως 12.000 συναλλαγές.

Αυτό όμως δεν αποτελεί πρόβλημα, γιατί μέσα στο ΑΤΜ υπάρχει ηλεκτρονικό ημερολόγιο που καταγράφει τα πάντα, οπότε και λάθος να συμβεί, κατά τον έλεγχο που θα γίνει αργότερα θα εντοπισθεί.

Έτσι, ποτέ δεν πρόκειται να ζημιωθεί ο πελάτης ή η τράπεζα. Πρακτικά, σχεδόν ποτέ το ΑΤΜ δεν κάνει λάθος.

Όσον αφορά την ασφάλεια, είναι αδύνατο κάποιος να κλέψει από το ΑΤΜ. Τα χρηματοκιβώτια είναι σχεδόν απαραβίαστα. Και είναι συνδεδεμένα με συναγερμούς.

Ένας τρόπος για να κλέψει κάποιος ΑΤΜ, είναι να μπει στο δίκτυο των γραμμών, απ' όπου μεταφέρονται τα δεδομένα. Αυτό δεν μπορεί να γίνει στην Ελλάδα, αφού οι τράπεζες χρησιμοποιούν μισθωμένες γραμμές, οι οποίες χρησιμοποιούνται αποκλειστικά για αυτό το σκοπό.

Πρόβλημα υπάρχει μόνο στο εξωτερικό, όπου τα δεδομένα

μεταφέρονται από δημόσια δίκτυα, όπως το X.25. Όμως η απόσπαση πληροφοριών είναι δύσκολη, γιατί κάθε ATM διαθέτει μια ειδική συσκευή που ονομάζεται *Demodulation Encryption System*, η οποία κωδικοποιεί τα μηνύματα, και μια άλλη που βρίσκεται στα *host computer*, η οποία τα αποκωδικοποιεί. Η συσκευή αποκωδικοποίησης ονομάζεται *Demodulation Discription System*.

Αν και δεν έχουν δει το φως της δημοσιότητας ειδήσεις που έχουν να κάνουν με παραβίαση των κωδικών ασφαλείας και παραποιήσεις δεδομένων στις γραμμές επικοινωνίας, είναι μάλλον απίθανο να γίνει κάτι τέτοιο. Οι κωδικοί ασφαλείας, έχουν τεράστια ισχύ. Αν ακόμη κάποιος τελικά καταφέρει και μπει στο δίκτυο δεν πρόκειται να καταλάβει τίποτε από τα δεδομένα που μεταφέρονται από αυτό.

### Λειτουργία δίκτυου ATM

Ένα δίκτυο ATM αποτελείται από ορισμένο αριθμό ATM, τα οποία είναι συνδεδεμένα σε ένα κεντρικό υπολογιστή. Συνήθως, ο υπολογιστής αυτός είναι ένα *mainframe*. Η σύνδεση των ATM στον υπολογιστή μπορεί να είναι *on-line/real time*, οπότε οι κινήσεις των λογαριασμών ενημερώνονται απευθείας, ή μπορεί να είναι *off-line*, οπότε οι κινήσεις καταγράφονται στην περιφερειακή μονάδα μνήμης που διαθέτει το ATM. Κατά τη σύνδεση του δικτύου σε *off-line* λειτουργία, το ποσό των χρημάτων που μπορεί να αποσύρει κάποιος, μειώνεται και υπάρχει σε μια μονάδα μνήμης, μια "μαύρη λίστα" με τα ονόματα αυτών που δεν επιτρέπει η τράπεζα να συναλλάγει.

Η σύνδεση απομακρυσμένων ATM γίνεται μέσω *modems* και ιδιωτικών γραμμών επικοινωνίας στην Ελλάδα και μέσω των δημο-



οίων δικτύων στο εξωτερικό.

Το *software* που απαιτείται για τη λειτουργία του δικτύου αναπτύσσεται από τις κατασκευάστριες εταιρείες. Συνήθως οι εφαρμογές αυτές είναι παραμετρικοποιημένες για να προσαρμόζονται στις ανάγκες της τράπεζας. Υπάρχει όμως το ενδεχόμενο, το *software* να αναπτυχθεί από την ίδια την τράπεζα, προκειμένου να είναι όσο το δυνατόν καλύτερα προσαρμοσμένα τις ανάγκες τους.

Αυτό έγινε με την Τράπεζα Πίστωσης, όπου το *software* δημιουργήθηκε από την υπηρεσία μηχανοργάνωσής της. Ως επί το πλείστον, οι περισσότερες εφαρμογές αναπτύσσονται από τις ίδιες εταιρείες που παρέχουν τον εξοπλισμό ή από τρίτες. Τρίτες εταιρείες αναλαμβάνουν συνήθως το πρόγραμμα επικοινωνίας, γιατί συνήθως ο εξοπλισμός ATM και του *host computer* προέρχεται από διαφορετικούς κατασκευαστές.

Στην Ελλάδα σήμερα υπάρχουν πέντε εταιρείες που προμηθεύουν την ελληνική αγορά με ATMs. Αυτές είναι :

- Η *Nixdorf Computer AE*
- Χ. Θεοδόσης ABEE
- *National* - Συστήματα Οργάνωσης
- Και η *Olivetti Hellas AE*
- *IBM WTC*.

Από αυτές, εγκαταστάσεις στην Ελλάδα έχουν μόνο η *Olivetti* που έχει εγκαταστήσει ATMs στην Τράπεζα Πίστωσης, και η *National* που έχει εγκαταστήσει ATM στην CITIBANK και στον Ανατολικό Αερολιμένα για λογαριασμό της Εμπορικής Τράπεζας.

## ΕΙΔΗ ΚΑΡΤΩΝ

Το πλαστικό χρήμα εδώ και λίγα χρόνια έχει αντικαταστήσει τα χαρτονομίσματα και έχει διευκολύνει κατά πολύ την ζωή μας, αφού τα πλεονεκτήματα που μας προσφέρει είναι σημαντικά. Η ύπαρξη πληθώρας πλαστικών καρτών καθώς και η συνεχής τροποποίηση των λειτουργιών τους, κάνει τον διαχωρισμό των πλαστικών καρτών όλο και πιο δύσκολο. Σε γενικές γραμμές οι πλαστικές κάρτες μπορούν να χωριστούν σε έξι κατηγορίες ως εξής :

### α) Πιστωτικές κάρτες (credit cards).

Οι κάρτες αυτές απευθύνονται στο ευρύ κοινό και εξασφαλίζουν στον κάτοχό τους μια πιστωτική δύναμη της τάξεως των 150.000 δρχ. για την κάλυψη των συνηθισμένων αναγκών του. Η έκδοση καθώς και η χρησιμοποίηση της δεν απαιτεί την ύπαρξη λογαριασμού στην εκδότρια τράπεζα. Το ποσό που θα χρησιμοποιήσει ο κάτοχος μπορεί να το εξοφλήσει άτοκα μέσα σε 40 ημέρες από την ημερομηνία που πραγματοποιήθηκε η αγορά. Ακόμη ο κάτοχος έχει την δυνατότητα εξόφλησης του λογαριασμού του σε δέκα έντοκες μηνιαίες δόσεις. Το ύψος του επιτοκίου κυμαίνεται στο 25%-32,4%. Σ' αυτήν την περίπτωση το ποσό της ελάχιστης εισφοράς ανέρχεται στο 1/10 του εκάστοτε χρεωστικού υπολοίπου. Οι πιστωτικές κάρτες χωρίζονται σε δύο είδη : τις τοπικές και τις διεθνείς. Οι τοπικές είναι οι κάρτες εκείνες που ισχύουν για συναλλαγές μόνο στο εσωτερικό κάποιας χώρας. Οι διεθνείς ισχύουν τόσο στο εσωτερικό και στο εξωτερικό παρέχοντας στον κάτοχο το δικαίωμα χρήσης συναλλάγματος ισοτίμο με 300 \$ πέρα από το κανονικό τουριστικό συνάλλαγμα.

## β) Χρεωστικές κάρτες (*debit* ή *charge cards*).

Οι χρεωστικές κάρτες έχουν μεγάλο πιστωτικό όριο. Η έκδοση χρεωστικής κάρτας προϋποθέτει την ύπαρξη τρέχονου λογαριασμού στην τράπεζα η οποία εκδίδει την κάρτα αυτή και αυτό γιατί είναι συνδεδεμένη με τον λογαριασμό αυτόν και η εξόφληση γίνεται μετά από 40 ημέρες από την ημερομηνία συναλλαγής με απευθείας χρέωση του λογαριασμού. Ο δικαιούχος-κάτοχος της κάρτας μπορεί να είναι είτε άτομο είτε επιχείρηση με δυνατότητα έκδοσης καρτών στα στελέχη της. Οι χρεωστικές κάρτες μπορούν να συνδεθούν και με την λειτουργία καθώς και με την χρησιμοποίηση των Αυτομάτων Ταμειολογιστικών Μηχανών (ATM) για αυτόματα και αδιάκοπη συναλλαγή 7 ημερών την εβδομάδα και οποιασδήποτε ώρας κάτι που έχει βρει μεγάλη απήχηση στο εξωτερικό και πρόσφατα και στην Ελλάδα.

## γ) Επαγγελματική κάρτα

Η επαγγελματική κάρτα είναι ένα νέο είδος κάρτας η οποία μπορεί να διατεθεί σε Βιομηχανικές, Ξενοδοχειακές, Τουριστικές κλπ. επιχειρήσεις οι οποίες μπορούν να τις χορηγήσουν στα στελέχη τους έτσι ώστε να κάνουν τις μετακινήσεις και την κάλυψη επαγγελματικών δαπανών τόσο στο εσωτερικό (Τοπική κάρτα) όσο και στο εξωτερικό (Διεθνής κάρτα) πιο εύκολες. Ο κάτοχος επαγγελματικής κάρτας για συναλλαγές στο εσωτερικό δεν έχει περιορισμούς ούτε για τα πρόσωπα που θα αποκτήσουν τις κάρτες ούτε για το ποσό της πιστώσεως που θα τους χορηγήσει η τράπεζα. Οι κάτοχοι διεθνούς επαγγελματικής κάρτας για συναλλαγές στο εξωτερικό δικαιούνται : 1ον) να καλύπτουν με την κάρτα τους α. Δαπάνες ξενοδοχείων, εστιατορίων και αεροπορικών εισιτηρίων χωρίς συναλλαγματικούς περιορισμούς, β. δαπάνες για άλλες ανάγκες

τους ποσό έως 300\$ τον χρόνο. 2ον) Να χρησιμοποιούν επίσης την ατομικής τους διεθνή πιστωτική κάρτα έως του ποσού των 300\$ και 3ον) να παίρνουν επί πλέον το εμπορικό συνάλλαγμα που τους εγκρίνεται.

#### δ) Κάρτες Ευκολίας (*Travel and Entertainment Card*)

Η κάρτα αυτή απευθύνεται αποκλειστικά σ' αυτούς που ενδιαφέρονται περισσότερο για την διευκόλυνση των συναλλαγών τους παρά για την πίστωση. Η κάρτα αυτή όπως και η πιστωτική δεν απαιτεί την ύπαρξη λογαριασμού στην τράπεζα η οποία την εκδίδει. Η πίστωση είναι άτοκη για μια περίοδο που συνήθως φτάνει τις 30 ημέρες από την ημερομηνία της συναλλαγής αλλά δεν παρέχει την δυνατότητα εξόφλησης του ποσού με δόσεις. Έτσι ο κάτοχος πρέπει να εξοφλήσει όλο το ποσό της συναλλαγής μέσα σε 30 ημέρες.

#### ε) Κάρτα Επιταγών (*Cheque Card*)

Η κάρτα αυτή έχει σαν κύριο σκοπό της την εγγύηση ενός συγκεκριμένου ποσού που καθορίζεται από την τράπεζα για την έκδοση επιταγών. Ο κάτοχος της κάρτας αυτής όταν συνάπτει κάποια συναλλαγή με επιταγές πρέπει να έχει μαζί του αυτήν την κάρτα η οποία εγγυάτε την ύπαρξη του ποσού που αναγράφεται στην επιταγή. Σε πολλές περιπτώσεις αυτές οι κάρτες έχουν διπλές λειτουργίες σαν εγγυητική κάρτα και σαν χρεωστική (*debit card*) ή σαν κάρτα συνδεδεμένη με τα μηχανήματα ATM αφού πάνω της αναγράφεται ο αριθμός του τρεχούμενου λογαριασμού.

στ) Πιστωτικές κάρτες εμπορικών εταιριών (*Retailer's Own charge card*). Αυτές οι κάρτες είναι παρόμοιες με

την πρώτη πιστωτική κάρτα που εμφανίστηκε στην Αμερική. Εκδίδονται από μεγάλες εμπορικές ή οικοδομικές εταιρίες (*Building Societies*) και λειτουργεί όπως η καθαρή πιστωτική κάρτα με τη μόνη διαφορά ότι χρησιμοποιείται μόνο σε συναλλαγές με την εκδότρια εταιρία.

Στις επόμενες σελίδες θα δούμε ποιά από τα είδη καρτών που ανέφεραμε υπάρχουν στην Ελληνική αγορά, ποιες κάρτες έχουν γνωρίσει μεγαλύτερη ανάπτυξη και ποιες είναι οι μελλοντικές σκέψεις για τους Έλληνες κατόχους καρτών.

## ΟΙ ΚΑΡΤΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Στην Ελλάδα οι τράπεζες που εκδίδουν κάρτες με διάφορες μορφές είναι η Εμπορική, η Πίστewς, η CITIBANK, η Ιονική, και η Εθνική. Σ' αυτό το κεφάλαιο θα αναπτύξουμε τα είδη των καρτών που χορηγούνται από κάθε οργανισμό ξεχωριστά αναλύοντας τις προϋποθέσεις και τις δυνατότητες κάθε κάρτας.

**Α. Εμπορική Τράπεζα :** Η Εμπορική Τράπεζα εκδίδει την Εμποροκάρτα, την Εμποροκάρτα VISA, την Εμποροκάρτα TELEBANK και την Εμποροκάρτα TELEBANK VISA.

α) Η Εμποροκάρτα είναι μια πιστωτική κάρτα για χρήση μόνο στο εσωτερικό της χώρας. Ο χρόνος έκδοσής της από την ημέρα κατάθεσης της αίτησης και των άλλων δικαιολογητικών είναι περίπου 20 ημέρες. Οι προϋποθέσεις που πρέπει να πληρεί ο μελλοντικός κάτοχος είναι να έχει ετήσιο εισόδημα 1.500.000 ή περισσότερο. Οι επιβαρύνσεις του κατόχου είναι μια ετήσια συνδρομή στην Εμπορική Τράπεζα της τάξεως των 1000 δρχ. και σε περίπτωση που δεν εξοφλήσει το ποσό της χρέωσης του μέσα στο προβλεπόμενο άτοκο περιθώριο θα πρέπει να υπολογίσει ένα επιτόκιο που κυμαίνεται στο 31%.

β) Η Εμποροκάρτα VISA είναι μια διεθνής πιστωτική κάρτα. Η κάρτα αυτή χορηγεί την δυνατότητα χρησιμοποίησης 300 ECU πέραν του τουριστικού συναλλάγματος για χρήση στο εξωτερικό. Ο χρόνος έκδοσης είναι και γι' αυτή την κάρτα 20 ημέρες. Οι προϋποθέσεις είναι και εδώ ελάχιστο ετήσιο εισόδημα 1.500.000. Η ετήσια συνδρομή γι' αυτή την κάρτα είναι 4.500 δρχ. και το επιτόκιο για τις έντοκες δόσεις είναι 31%.

γ) Εμποροκάρτα TELEBANK. Αυτή η κάρτα είναι κάτι νέο για τα Ελληνικά δεδομένα αφού μπορεί να χρησιμοποιηθεί και από τα



μηχανήματα ATM's της Εμπορικής Τράπεζας. Οι προϋποθέσεις για την έκδοση αυτής της κάρτας είναι : ελάχιστο ετήσιο εισόδημα 1.500.000 ελάχιστη κατάθεση 100.000 σε λογαριασμό της Εμπορικής τράπεζας. Ο χρόνος έκδοσης της κάρτας είναι 20 ημέρες. Η ετήσια συνδρομή που πρέπει να καταβάλει ο κάτοχος είναι 1.000 δρχ. και το επιτόκιο για τις έντοκες δόσεις είναι 31%. Όπως αναφέραμε πιο πάνω η Εμποροκάρτα TELEBANK συνεργάζεται με τα μηχανήματα ATM's. Με την συνεργασία αυτή ο κάτοχος έχει την δυνατότητα να κάνει ανάληψη μετρητών από τα ATM's τις εργάσιμες ώρες χωρίς κανένα περιορισμό όσον αφορά το ποσό των χρημάτων που θα πάρει. Σε μη εργάσιμες ώρες ο κάτοχος της κάρτας μπορεί να κάνει ανάληψη έως του ποσού των 50.000 δρχ. Ακόμη μπορεί να κάνει κατάθεση μετρητών οποιαδήποτε ώρα της ημέρας. Μια άλλη δυνατότητα που διευκολύνει κατα πολύ τους πολυάσχολους επαγγελματίες και εμπόρους είναι το ότι μπορούν μέσω των ATM's να κάνουν κατάθεση επιταγής εφ'όσον έχουν τα ειδικά έντυπα της Εμπορικής Τράπεζας. Τα μηχανήματα ATM's μπορούν να δώσουν αντίγραφο λογαριασμού στον κάτοχο της κάρτας και να κάνουν πληρωμή εξοφλώντας το υπόλοιπο της πιστωτικής κάρτας μέσω του λογαριασμού ή με απευθείας πληρωμή.

δ) Εμποροκάρτα VISA TELEBANK. Ένα νέο προϊόν της Εμπορικής Τράπεζας είναι η Εμποροκάρτα VISA TELEBANK. Η κάρτα αυτή είναι μια διεθνής πιστωτική κάρτα με την συνεργασία της VISA και με δυνατότητα χρήσης από μηχανήματα ATM's. Οι προϋποθέσεις για την έκδοση αυτής της κάρτας είναι : ελάχιστο ετήσιο εισόδημα 1.500.000 δρχ., ελάχιστη κατάθεση 100.000 δρχ. Η ετήσια συνδρομή είναι 4.500 δρχ. και το επιτόκιο για τις έντοκες δόσεις είναι και εδώ 31%. Ο χρόνος που απαιτείται για την έκδοση της κάρτας είναι 20 ημέρες. Οι δυνατότητες που προσφέ-

ρει στον κάτοχό της είναι για χρήση στο εξωτερικό πιστωτικό υπόλοιπο 300 ECU ετησίως εκτός από το πιστωτικό υπόλοιπο των 150.000 δρχ. που προσφέρει για χρήση στο εσωτερικό της χώρας. Εκτός από αυτές τις δυνατότητες που προσφέρει σαν διεθνής πιστωτική κάρτα η συνεργασία της με τα ΑΤΜ'ς δίνει την δυνατότητα ανάληψης μετρητών χωρίς όριο κατά τις εργάσιμες ώρες και ανάληψη μετρητών έως το ποσό των 50.000 δρχ. για τις υπόλοιπες ώρες της ημέρας καθώς και για τα Σαββατοκύριακα. Ακόμη μπορεί να γίνει με την χρήση της κάρτας κατάθεση μετρητών οποιαδήποτε ώρα ή ημέρα, κατάθεση επιταγής, ο κάτοχος της κάρτας μπορεί να πάρει αντίγραφο του λογαριασμού του καθώς και να εξοφλήσει την πιστωτική του κάρτα.

**Β. Τράπεζα Πίστωσης :** Η Τράπεζα Πίστωσης εκδίδει δύο κάρτες. Την CASHCARD που είναι κάρτα αποκλειστικής συνεργασίας με ΑΤΜ και την CASHCARD VISA μια διεθνή πιστωτική κάρτα.

α) CASHCARD. Η κάρτα αυτή δεν είναι ούτε πιστωτική ούτε χρεωστική, είναι μια κάρτα η οποία διευκολύνει τις συναλλαγές των κατόχων της με την τράπεζα. Οι προϋποθέσεις για την έκδοσή της είναι η απλή ύπαρξη λογαριασμού με ελάχιστο ποσό το 50.000 δρχ. Ο χρόνος για την έκδοσή της είναι 20 ημέρες. Η CASHCARD δεν επιβαρύνει τον κάτοχό της ούτε με κάποια ετήσια συνδρομή ούτε και με κάποιο επιτόκιο αφού δεν πρόκειται για πιστωτική κάρτα. Το γεγονός όμως ότι δεν είναι πιστωτική κάρτα δεν επιδρά και τόσο στον δυναμισμό της αφού έχει άλλες δυνατότητες μέσω των μηχανημάτων ΑΤΜ'ς. Ο κάτοχος της CASHCARD μπορεί να κάνει αναλήψεις μετρητών χωρίς όριο κατά τις εργάσιμες ώρες ενώ το ποσό αναλήψεων για τις μη εργάσιμες ώρες είναι διαπραγματεύσιμο και το όριο καθορίζεται μετά από συμφωνία.

Ακόμη με την κάρτα αυτή μπορεί να γίνει κατάθεση μετρητών, κατάθεση επιταγών να δώσει αντίγραφο του λογαριασμού και να κάνει μεταφορά χρηματικού ποσού από λογαριασμό σε λογαριασμό.

Όλα τα παραπάνω επιτυγχάνονται μέσω των μηχανημάτων ΑΤΜ της Τραπέζης Πίστιως.

#### β) CASHCARD VISA.

Η κάρτα αυτή της τράπεζας Πίστιως είναι μια διεθνής πιστωτική κάρτα. Οι προϋποθέσεις για την απόκτησή της είναι : ελάχιστο ετήσιο εισόδημα 1.500.000 δρχ. και ελάχιστο ποσό κατάθεσης στην Τράπεζα Πίστιως 100.000 δρχ. Οι επιβαρύνσεις προς τον κάτοχο της κάρτας είναι μια ετήσια συνδρομή 3.200 δρχ. και ένα επιτόκιο 30% για τις έντοκες δόσεις για εξόφληση του ποσού συναλλαγών με την κάρτα. Ο χρόνος έκδοσης είναι 20 ημέρες. Το ότι είναι διεθνής πιστωτική κάρτα δίνει στον κάτοχό της το δικαίωμα να χρησιμοποιήσει το ποσό των 300 ECU ετησίως για συναλλαγές στο εξωτερικό εκτός από το νόμιμο τουριστικό συνάλλαγμα. Το ότι είναι κάρτα ΑΤΜ δίνει στον κάτοχό της πάρα πολλές δυνατότητες οι οποίες είναι :

ανάληψη μετρητών χωρίς όριο για τις εργάσιμες ώρες, ανάληψη μετρητών με όριο μετά από συμφωνία για τις μη εργάσιμες ώρες, κατάθεση μετρητών και κατάθεση επιταγής οποιαδήποτε ώρα ή ημέρα, μεταφορά χρηματικού ποσού από λογαριασμό σε λογαριασμό, πληρωμή πιστωτικής κάρτας και τέλος παροχή αντίγραφου του υπάρχοντος λογαριασμού.

#### Γ. CITIBANK.

Η CITIBANK είναι υπεύθυνη για την έκδοση τεσσάρων καρτών εκ των οποίων οι δύο είναι πιστωτικές κάρτες η μια κάρτα ΑΤΜ και άλλη μια η οποία είναι χρεωστική. Αναλυτικά η CITIBANK

εκδίδει :

α) CITIBANK VISA CLASSIC.

Η κάρτα αυτή είναι διεθνής πιστωτική κάρτα. Οι προϋποθέσεις για την απόκτηση της κάρτας αυτής είναι : ελάχιστο ετήσιο εισόδημα 1.500.000 δρχ. και δεν προϋποθέτει την ύπαρξη λογαριασμού. Οι επιβαρύνσεις του κατόχου είναι 4.500 δρχ. ετήσια συνδρομή και 24% επιτόκιο για το ποσό των συναλλαγών που θα πληρωθεί με δόσεις η έκδοσή της γίνεται μέσα σε 20 ημέρες. Οι δυνατότητες της κάρτας αυτής είναι η χρησιμοποίησή της για συναλλαγές στο εσωτερικό έως του πιστωτικού ορίου που χορηγεί και εγγυάται η τράπεζα και η δυνατότητα χρησιμοποίησής 300 ECU ετησίως στο εξωτερικό εκτός του νομίμου συναλλάγματος.

β) CITIBANK VISA PRESTIGE

Η CITIBANK VISA PRESTIGE είναι μια κάρτα η οποία όπως το λέει και το όνομα της είναι κάρτα που τονίζει το κύρος του κατόχου της. Αναλυτικότερα η CITICARD VISA PRESTIGE είναι μια πιστωτική κάρτα για ανήκοντες στην μεσοανώτερη-ανώτερη κοινωνικοοικονομική τάξη. Οι προϋποθέσεις για την απόκτηση αυτής της κάρτας είναι το να έχει κάποιος ελάχιστο ετήσιο εισόδημα 3.000.000 δρχ. Οι επιβαρύνσεις για τον κάτοχο της κάρτας είναι μια ετήσια συνδρομή 4.500 δρχ. και ένα επιτόκιο 24% για το ποσό των συναλλαγών το οποίο ο κάτοχος επιθυμεί να πληρώσει με δόσεις. Το πιστωτικό όριο της για συναλλαγές στο εσωτερικό είναι υψηλότερο από τις υπόλοιπες πιστωτικές κάρτες αλλά το ετήσιο πιστωτικό όριο για το εξωτερικό είναι και για αυτή την κάρτα 300 ECU.

γ) CITICARD

Όπως είπαμε η CITIBANK εκτός από τις δύο πιστωτικές κάρτες που αναφέραμε παραπάνω εκδίδει και μια κάρτα ATM. Η

κάρτα αυτή είναι η CITICARD. Οι προϋποθέσεις για την απόκτησή της είναι η ύπαρξη λογαριασμού με ελάχιστο ποσό 100.000 δρχ. Οι δυνατότητές της είναι : ανάληψη μετρητών κατά τις εργάσιμες ώρες έως του ποσού των 200.000 δρχ. Το ποσό αυτό ισχύει και για αναλήψεις ποσών από τα ΑΤΜ's και κατά τις μη εργάσιμες ώρες. Ακόμη η CITICARD προσφέρει την δυνατότητα κατάθεσης μετρητών, κατάθεσης επιταγής, μεταφορά ποσών από λογαριασμό σε λογαριασμό, πληρωμή υπολοίπου πιστωτικής κάρτας και παροχή αντίγραφου του υπάρχοντος λογαριασμού.

#### δ) DINERS

Η CITIBANK έχει αναλάβει και την έκδοση μιας χρεωστικής κάρτας της DINERS. Η κάρτα DINERS χαρακτηρίζεται σαν κάρτα ταξιδίων και αναψυχής και απευθύνεται κυρίως στα μεσοανώτερα εισοδηματικά κλιμάκια και σε άτομα που ταξιδεύουν συχνά. Οι προϋπόθεση για την έκδοσή της είναι το ελάχιστο ετήσιο εισόδημα των 1.600.000 δρχ. και η μόνη επιβάρυνση είναι μία ετήσια συνδρομή της τάξεως των 8.000 δρχ. Η κύρια διαφορά από τις υπόλοιπες πιστωτικές/χρεωστικές κάρτες είναι το ότι επιτρέπει στον κάτοχό της να πραγματοποιούν συναλλαγές χωρίς να θέτει κάποιο όριο για το ποσό των συναλλαγών. Ας υπενθυμίσουμε εδώ ότι η DINERS ήταν η πρώτη κάρτα στον κόσμο και γνώρισε πολύ μεγάλη ανάπτυξη.

#### Δ. ΙΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ

Η Ιονική Τράπεζα εκδίδει δύο πιστωτικές κάρτες. Την ΙΟΝΟΚΑΡΤΑ και την ΙΟΝΟΚΑΡΤΑ VISA.

#### α) ΙΟΝΟΚΑΡΤΑ

Η ΙΟΝΟΚΑΡΤΑ είναι μια τοπική πιστωτική κάρτα. Οι δυνατότητές της εξαντλούνται μέσα στα Ελληνικά όρια αφού είναι για

συναλλαγές μόνο για την Ελλάδα. Οι προϋποθέσεις για την απόκτησή της είναι ελάχιστο ετήσιο εισόδημα 850.000 δρχ. Ο χρόνος έκδοσής της από την ημέρα καταβολής των δικαιολογητικών είναι 15-20 ημέρες. Οι επιβαρύνσεις του κατόχου είναι μόνο το επιτόκιο 25% για το ποσό των συναλλαγών που έχουν γίνει με την κάρτα και ο κάτοχος επιθυμεί να πληρώσει με δόσεις.

#### β) ΙΟΝΟΚΑΡΤΑ VISA

Η ΙΟΝΟΚΑΡΤΑ VISA είναι η διεθνής κάρτα που εκδίδει η Ιονική Τράπεζα. Οι προϋποθέσεις για την απόκτησή της είναι : μια ετήσια συνδρομή 3.000 δρχ. ενώ το επιτόκιο για τις έντοκες δόσεις εξόφλησης είναι 25%. Η Ιονοκάρτα VISA σαν πιστωτική κάρτα μπορεί να διευκολύνει τις συναλλαγές των κατόχων της τόσο στο εσωτερικό της χώρας όσο και στο εξωτερικό αφού είναι διεθνής και προσφέρει το γνωστό ποσό των 300 ECU ετησίως.

#### Ε. ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ

Η Εθνική Τράπεζα με την θυγατρική της εταιρεία την Εθνική Ανώνυμος Εταιρεία Διοικήσεως και Οργανώσεως (ΕΑΕΔΟ) εκδίδουν τρεις κάρτες. Την Εθνοκάρτα, την MASTERCARD και την EUROCARD.

#### α) Εθνοκάρτα.

Η κάρτα η οποία έχει το μεγαλύτερο ποσοστό στην Ελληνική αγορά είναι η Εθνοκάρτα. Η κάρτα αυτή απευθύνεται σε όλα τα κοινωνικοοικονομικά στρώματα και έχει ένα πολύ καλό δίκτυο εξυπηρέτησεως μέσω των 500 καταστημάτων της Εθνικής Τράπεζας. Αυτοί οι λόγοι καθώς και η σιγουριά που εμπνέει το όνομα της Εθνικής Τράπεζας έχουν κάνει τους Έλληνες να την εμπιστευτούν τόσο πολύ σαν κάτοχοι εθνοκάρτας ή σαν καταστήματα ή επιχειρήσεις που έχουν συμβληθεί. Η Εθνοκάρτα δεν θέτει σχεδόν κανένα

περιορισμό ή προϋπόθεση για την απόκτηση της αφού έχει αφήσει στα χέρια των καταστημάτων της Ε.Τ.Ε. να κρίνουν την αξιοπιστία του αιτούντος για την απόκτηση της κάρτας. Η Εθνοκάρτα είναι αποκλειστικά μια τοπική πιστωτική κάρτα, η οποία κάνει να εκδοθεί 5-10 ημέρες και θέτει ένα επιτόκιο 32,4% για τις έντοκες δόσεις εξόφλησης.

#### β) MASTERCARD

Η Εθνική Ανώνυμος Εταιρία Διοικήσεως και Οργανώσεως έχει συμβληθεί με την MASTERCARD INTERNATIONAL για την έκδοση της διεθνούς κάρτας MASTERCARD. Και για αυτή την κάρτα η Ε.Τ.Ε. έχει αφήσει στην κρίση του καταστήματός της που κάνει την χορήγηση την ευθύνη να κρίνει την φερεγγυότητα του αιτούντος ο οποίος παίρνει την κάρτα σε 5-10 ημέρες από την έγκρισή της. Η MASTERCARD εκτός από το επιτόκιο 32,4% που χρεώνει τις έντοκες δόσεις επιβαρύνει τον κάτοχό της και με μια ετήσια συνδρομή του ύψους των 3.000 δρχ. Ακόμη σαν διεθνής κάρτα παραχωρεί στον κάτοχό της το δικαίωμα της χρήσης 300 ECU ετησίως στο εξωτερικό.

#### γ) EUROCARD.

Η EUROCARD αποτελεί την χρεωστική κάρτα της Εθνικής Ανωνύμου Εταιρείας Οργανώσεως και Διοικήσεως. Και για αυτήν την κάρτα τα καταστήματά της ΕΤΕ δίνουν την έγκρισή τους για την χορήγηση της κάρτας που παίρνει ο αιτών στα χέρια του μετά από 5-10 ημέρες. Η ετήσια συνδρομή για αυτήν την διεθνή χρεωστική κάρτα είναι 3.000 δρχ. όπως όλες οι χρεωστικές κάρτες πρέπει να εξοφλείται μέσα σε μια περίοδο που καθορίζει η τράπεζα χωρίς την δυνατότητα εξόφλησης με δόσεις έτσι η μόνη επιβάρυνση είναι η ετήσια συνδρομή και αυτή η κάρτα δίνει το δικαίωμα χρήσης 300 ECU ετησίως στο εξωτερικό.

## Η έξυπνη κάρτα (*smart card* ή *chip card*)

Η τεχνολογική πρόοδος που συντελείται σ' όλους τους τομείς μας φέρνει οριστικά στην χρήση των ηλεκτρονικών μέσων πληρωμής. Το 1990 σύμφωνα με διάφορες έρευνες οι παγκόσμιες συναλλαγές με κάρτες φτάνουν το 50% του συνόλου των συναλλαγών.

Όπως καταλαβαίνουμε όσον αφορά τα συστήματα πληρωμών θα υπάρχει συνεχής ανάπτυξη των δικτύων πληρωμών αλλά και των διάφορων καρτών. Το επόμενο βήμα για το πλαστικό χρήμα είναι η (*smart card*), ή "έξυπνη" κάρτα η οποία διαθέτει μνήμη με ενσωματωμένο *Microchip*. Η κάρτα έχει τις ίδιες διαστάσεις με την γνωστή μας πλαστική κάρτα αλλά στο εσωτερικό της κρύβει ένα αυτοπρογραμματιζόμενο μικροϋπολογιστή με μνήμες καθώς και ένα μικροεπεξεργαστή ο οποίος εκτελεί προγράμματα, τα οποία επιτρέπουν τον έλεγχο της χρήσης της μνήμης, την εξασφάλιση της αυθεντικής χρησιμοποίησής της κάρτας καθώς και την επικύρωση των συναλλαγών.

Η *smart card* έχει πολύ υψηλό συντελεστή ασφάλειας και η μέχρι σήμερα χρήση της, που είναι ακόμη περιορισμένη, αξιοποιεί κυρίως αυτό το προσόν, γιατί επιτρέπει την ασφαλή λειτουργία τόσο σε *on line* όσο και σε *off line* συστήματα πράγμα που περιορίζει σημαντικά το κόστος για τις τράπεζες. Οι έξυπνες κάρτες έχουν σχεδιαστεί με μεγάλης χωρητικότητας μνήμη 64 *Kbits* πράγμα που δίνει την δυνατότητα στην κάρτα να έχει πολλές λειτουργίες όπως το να χρησιμοποιείται για "φορητή καρτέλα" του ιδιοκτήτη και να περιλαμβάνει : τραπεζικούς λογαριασμούς, αρχείο υγείας, φάκελο σπουδών ή άλλων υποθέσεων, ακόμη μπορεί να χρησιμοποιηθεί σαν μέσο πληρωμής τηλεφωνικού λογαριασμού, διοδίων, πάρκινγκ, καυσίμων και άλλων.

Η κάρτα αυτή βρίσκεται σε πειραματικό στάδιο και περιορι-



σμένη κυκλοφορία στην Αμερικάνικη αγορά από την MASTERCARD.

Στη χώρα μας η κάρτα αυτή βρίσκεται στο στάδιο του σχεδιασμού από την Εθνική Τράπεζα.

## Η ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΑΓΟΡΑ ΠΛΑΣΤΙΚΟΥ ΧΡΗΜΑΤΟΣ

Το πλαστικό χρήμα όπως συνηθίζεται να λέγονται οι κάθε είδους πλαστικές κάρτες που κυκλοφορούν εδώ και πάρα πολλά χρόνια γνώρισε μια εκπληκτική ανοδική πορεία τα τελευταία χρόνια. Μια χρονολογία ορόσημο για αυτήν την άνοδο μπορούμε να πούμε ότι ήταν το 1987. Οι τραπεζίτες σ' όλο τον κόσμο πεπεισμένοι για την χρησιμότητα του πλαστικού χρήματος από τα έσοδα που αποκόμιζαν με την συνεχή κατανάλωσή του αλλά και από το ότι έβλεπαν το πόσο βοηθούσε τους καταναλωτές στις συναλλαγές τους προώθησαν το πλαστικό χρήμα όσο μπορούσαν περισσότερο. Η προώθηση αυτή βασίστηκε πάνω στην γνωστή "ψυχολογική συνταγή" του ότι μπορείς να αγοράσεις σήμερα χωρίς πολλή σκέψη και ο λογαριασμός για να πληρώσεις έρχεται αργότερα. Ακόμη βασίστηκε και στο γεγονός ότι ψωνίζοντας με τις πιστωτικές κάρτες άσχετα το είδος ή το ποσό των συναλλαγών ο λογαριασμός μπορεί να εξοφληθεί με πολλές δόσεις. Με αυτόν τον τρόπο διευκόλυναν τον καταναλωτή με το είδος αυτό του έμμεσου δανεισμού αλλά και τις τράπεζές τους αφού οι τόκοι έτρεχαν.

Ανάμεσα στους τρεις τρόπους πληρωμής (μετρητά - επιταγές - κάρτα) που προσφέρονται στην Δυτική Ευρώπη το πλεονέκτημα για τους Ευρωπαίους το έχει η κάρτα. Οι λόγοι που χρησιμοποιούν την κάρτα σαν μέσο συναλλαγής είναι το ότι η κάρτα προσφέρει εύκολη συναλλαγή και το ότι παραχωρεί κάποια προσωρινή πίστωση. Στην Ευρώπη οι πιο γνωστές κάρτες που κυκλοφορούν είναι η VISA, η EUROCARD, η AMERICAN EXPRESS και η DINERS εκτός από τις τοπικές και τις κάρτες εκείνες που εκδίδονται από άλλους μη τραπεζικούς οργανισμούς που διευκολύνουν αποκλει-

στικά τις συναλλαγές των καταναλωτών με αυτούς. Στην Ευρωπαϊκή αγορά η κάρτα που προηγείται είναι η VISA η οποία έχει διαθέσει στην παγκόσμια αγορά το 1987 ,180 εκ. κάρτες οι οποίες προωθήθηκαν στους πελάτες της από τα 20.000 υποκαταστήματα τραπεζών που συνεργάζονται μαζί της και ο τζίρος της έφτασε το 1987 στο ύψος των 220 δις δολλαρίων. Το τμήμα της VISA που εδρεύει στο Λονδίνο και εκπροσωπεί την Ευρώπη την Μέση Ανατολή και την Αφρική έχει διαθέσει 37 εκ. κάρτες οι οποίες κάνουν τζίρο 62,2 δις δολλάρια ετησίως. Την δεύτερη θέση στην Ευρώπη με μικρή διαφορά κατέχει η πολύ δυναμική EUROCARD που είναι θυγατρική της Αμερικάνικης MASTERCARD.

Στην άλλη πλευρά του Ατλαντικού οι "μαγικές κάρτες" αποτελούν έναν καθημερινό και καθόλου περίεργο τρόπο συναλλαγής. Οι κάτοικοι των ΗΠΑ έχουν συνειδητοποιήσει την ευκολία και την χρησιμότητα που προσφέρουν οι πλαστικές κάρτες εδώ και πάρα πολλά χρόνια. Για αυτόν ακριβώς τον λόγο η αγορά των καρτών στις ΗΠΑ αποτελεί την πλέον κορεσμένη αγορά σ' αυτόν τον τομέα των συστημάτων πληρωμής. Ο μέσος όρος κατοχής καρτών είναι περίπου 7 κάρτες / κάτοικο. Η κάρτα που κατέχει την εξέχουσα θέση στις προτιμήσεις των κατοίκων των ΗΠΑ είναι η MASTERCARD η οποία έχει το μεγαλύτερο μερίδιο στην αγορά. Μια άλλη κάρτα η AMERICAN EXPRESS αποτελεί την "κατεστημένη κάρτα" στον επιχειρηματικό κόσμο. Όπως βλέπουμε η Αμερικάνικη αγορά πιστωτικών καρτών έχει αναπτυχθεί πάρα πολύ και με γρήγορους ρυθμούς. Τις νέες σκέψεις καθώς και τους νέους τρόπους προσέλκυσης καταναλωτικού κοινού που ακολουθείται από τις Αμερικάνικες τράπεζες και οργανισμούς θα τους αναπτύξουμε σε επόμενο κεφάλαιο.

Μια νέα "παρθένα" αγορά για όλα τα συστήματα πληρωμών

αποτελεί ο "Ανατολικός κόσμος" και πιο συγκεκριμένα η Σοβιετική Ένωση την οποία εκτός από τις εξελίξεις που γίνονται στον τομέα της πολιτικής γίνεται και μια οικονομική επανάσταση. Ήδη έχουν κάνει την εμφάνισή τους οι πρώτες πιστωτικές κάρτες και τα πρώτα μηχανήματα ΑΤΜ'ς ενώ οι Σοβιετικές τράπεζες βρίσκονται σε έναν "οργασμό" εκσυγχρονισμού για να μπορέσουν να ανταπεξέλθουν στις νέες ανάγκες των πολιτών και στους τρόπους συναλλαγής με τον Δυτικό κόσμο.

Στις επόμενες σελίδες θα προσπαθούμε να αναπτύξουμε τόσο την σημερινή κατάσταση όσο και τα μελλοντικά σχέδια για τις τρεις αυτές αγορές.

## Η ΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΤΟΥ ΠΛΑΣΤΙΚΟΥ ΧΡΗΜΑΤΟΣ

Η αγορά στην οποία πρωτοπαρουσιάστηκε το πλαστικό χρήμα όπως ήδη γνωρίζουμε είναι η Αμερικανική. Η Αμερικανική αγορά έχει γνωρίσει μια τρομερή ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια και είναι η πρωτοπόρος στον τομέα των πλαστικών καρτών. Αποτελεί την πιο κορεσμένη αγορά όσον αφορά τα διάφορα συστήματα πληρωμών και γι αυτό πιστεύουμε ότι θα ήταν καλό να δούμε τις διάφορες εξελίξεις που παρουσιάζονται στον τομέα των καρτών.

Είναι πλέον βέβαιο ότι η μορφή του ανταγωνισμού στην αμερικανική αγορά του ηλεκτρονικού χρήματος έχει αλλάξει μορφή. Αυτό συμβαίνει γιατί έχουν αλλάξει οι κύριοι στόχοι των τραπεζών - εκδοτριών του πλαστικού χρήματος. Πριν μερικά χρόνια ο κύριος στόχος των ιδρυμάτων αυτών ήταν να εκδίδουν όσο το δυνατόν περισσότερες κάρτες μπορούσαν. Σήμερα ο κυριότερος στόχος είναι να μπορέσουν να πείσουν τους καταναλωτές - κατόχους καρτών να χρησιμοποιούν το πλαστικό χρήμα όσο περισσότερο και όσο το δυνατόν πιο συχνά μπορούν. Πολλές αν όχι όλες από τις μεγάλες Αμερικάνικες εταιρείες / οργανισμούς καρτών πιστεύουν ότι το κλειδί για το οικονομικό μέλλον θα είναι πλαστικό και αυτό γιατί έχουν καταλάβει το γεγονός ότι οι κάρτες μπορούν να αποδώσουν πάρα πολύ μεγάλα κέρδη στους οργανισμούς που τις εκδίδουν. Αυτός είναι ο κύριος λόγος που οι κολοσσοί τράπεζες της Αμερικής δίνουν πολύ μεγάλη σημασία στις κάρτες. Η AMEX (AMERICAN EXPRESS) από την εποχή που είδε το άνοιγμα και τα κέρδη που θα μπορούσαν να αποδώσουν οι κάρτες σχεδίασε και εφάρμοσε μια επιθετική πολιτική για την προώθηση των καρτών που έκδιδε. Μερικά στοιχεία αυτής της πολιτικής είναι :

α) ενσωμάτωσε τα αγαθά T και E (*Travell and Entertaiment*) πάνω στην κλασσική πράσινη κάρτα της. Αυτή η κίνηση έδωσε την δυνα-

τότητα στον κάτοχο της κάρτας να έχει όλα τα αγαθά που προσφέρονται σε δύο κάρτες χρησιμοποιώντας μόνο μία.

β) Παράλληλα η AMEX για να διατηρήσει όσο το δυνατόν πιο πολλούς κατόχους κάτω από το σήμα της και για να αποτρέψει κάποια πιθανή στροφή του καταναλωτή σε κάποια άλλη κάρτα, λάνσαρε την κάρτα OPTIMA. Οι κάτοχοι της AMERICAN EXPRESS λαμβάνουν την OPTIMA CARD που τους προσφέρει αρκετές δυνατότητες και το σπουδαιότερο χωρίς κάποια συνδρομή.

Οι Αμερικάνικες τράπεζες δίνουν μεγάλη σημασία στον κάτοχο - καταναλωτή και η πολιτική τους τίθεται πάντα στο γεγονός ότι "όσα περισσότερα ξέρουμε για τον τωρινό ή μελλοντικό κάτοχο της κάρτας μου τόσο περισσότερα μπορούμε να του προσφέρουμε και τόσο περισσότερα θα έχουμε να κερδίσουμε". Σύμφωνα με την πολιτική αυτή η AMEX γνωρίζει περίπου 450 διαφορετικά πράγματα για κάθε κάτοχο της AMERICAN EXPRESS. Το ίδιο σκεπτικό ακολουθεί και η φιλοσοφία των ανθρώπων της CITIBANK. Η φιλοσοφία της είναι το ότι η προσοχή προς τον καταναλωτή καθώς και η αναζήτηση νέων "δρόμων" που θα κάνουν τον κάτοχο πιο ευχαριστημένο αποτελούν εγγύηση για την τράπεζα ότι αυτόν τον κάτοχο σπάνια θα μπορέσουν να τον χάσουν.

Εξελίξεις όμως παρουσιάζονται και στους τρόπους προώθησης των καρτών (*promotions*). Στην Αμερική οι τρόποι προώθησης που κερδίζουν συνεχώς έδαφος είναι το *Affinity Marketing*. Πρόκειται για κάποια κοινά *promotions* μεταξύ των τραπεζών και άλλων διαφορετικών επιχειρήσεων όπως Ξενοδοχεία, Αεροπορικές Εταιρείες, Εταιρείες ενοικιάσεως αυτοκινήτων κ.ά. Στα πλαίσια αυτών των κοινών *promotions* οι τράπεζες προσφέρουν στους κατόχους των καρτών τους εκπτώσεις όπου χρησιμοποιούν υπηρεσίες των εταιρειών που μετέχουν στο *promotion*. Οι εκπτώσεις

εξαρτώνται από τον βαθμό που οι κάτοχοι χρησιμοποιούν την κάρτα τους για συναλλαγές με αυτές τις εταιρείες.

Οι αλλαγές που παρατηρούνται στην Αμερικανική αγορά καθώς και το μέλλον στις στρατηγικές των Αμερικάνικων τραπεζών φαίνονται μέσα στα λόγια του προέδρου της AMEX που σε κάποια συνέντευξή του είπε "Υποσχέσου στον κόσμο μόνο αυτό που μπορείς να του προσφέρεις και πρόσφερε στον κόσμο περισσότερο από όσα του υπόσχεσαι".

## Η ΑΓΟΡΑ ΠΛΑΣΤΙΚΟΥ ΧΡΗΜΑΤΟΣ ΣΤΗΝ ΣΟΒΙΕΤΙΚΗ ΕΝΩΣΗ

Η αγορά της Σοβιετικής Ένωσης αποτελεί μια "παρθενική" αγορά σε παγκόσμιο επίπεδο όσον αφορά τα συστήματα πληρωμών. Δεν έχει περάσει πολύς καιρός από τότε που οι κάτοικοι αυτής της χώρας είδαν για πρώτη φορά πλαστικό χρήμα. Οι πολίτες αυτής της χώρας εμπιστεύονται μόνο το ρούβλι σε μετρητά και τους είναι αρκετά δύσκολο να πιστέψουν ότι μπορεί να αντικατασταθεί από μια πλαστική κάρτα που πάνω της έχει μόνο μερικά νούμερα. Παρόλα αυτά υπάρχουν δυο Αμερικάνικες κάρτες που κατάφεραν να εισχωρήσουν σ' αυτήν την αγορά. Οι κάρτες αυτές είναι η *Visa* και η *American Express*. Η *Visa* μάλιστα ήταν η πρώτη που έβαλε "πόδι" στην Σοβιετική αγορά η οποία έδωσε το σύστημά της στην Σοβιετική τράπεζα SBERBANK η οποία προηγουμένως είχε εκσυγχρονισθεί ηλεκτρονικά. Η SBERBANK δεν είναι μόνο η πρώτη τράπεζα στην ΕΣΣΔ που εκσυγχρονίστηκε και έκδοσε για πρώτη φορά πιστωτική κάρτα αλλά προχώρησε και σε άλλη μια καινοτομία μέσα στα πλαίσια του γενικότερου ανοίγματος της "περεστρόϊκα". Οι κάτοχοι της Σοβιετικής *Visa* μπορούν να κάνουν ανάληψη - μέχρι 60.000 δρχ. την εβδομάδα - σε έναν από τους τέσσερις ηλεκτρονικούς διανομείς χρημάτων που διαθέτει η τράπεζα στην Μόσχα. Παρ' ότι οι διεθνείς πιστωτικές κάρτες ήταν αποδεκτές σε ορισμένα καταστήματα και ξενοδοχεία της ΕΣΣΔ η σοβιετική *Visa* η οποία προσφέρεται δωρεάν στους καλούς πελάτες της SBERBANK μπήκε στην αγορά το 1989 και οι κάτοχοι της είναι περίπου 5.000. Ο αριθμός των κατόχων είναι σχεδόν ασήμαντος για μια αγορά 280 εκ. κατοίκων αλλά ας μην ξεχνάμε ότι αυτά τα συστήματα ήταν άγνωστα μέχρι τώρα στους Σοβιετικούς. Αλλά δεν είναι μόνο αυτές οι αλλαγές που έχουν γίνει στην Σοβιετική αγορά. Οι τραπεζικοί παράγοντες μελετούν να



θέσουν σε εφαρμογή ένα πρόγραμμα πληρωμής των εργαζομένων μέσω της τράπεζας καθώς και να προμηθεύσουν τους εργαζόμενους με Visa για να κάνουν αναλήψεις χρημάτων. Το πείραμα αυτό θα γίνει σε 1,5 εκ. εργαζόμενους έτσι ώστε οι κάρτες να αντικαταστήσουν το "παραδοσιακό" τραπεζικό βιβλιάριο. Ο στόχος του πειράματος είναι να επεκταθεί το σύστημα πληρωμής με κάρτες με ρυθμό 5 εκ. καρτών το χρόνο. Αλλά παρά τα γρήγορα βήματα με τα οποία η Σοβιετική Ένωση προσπαθεί να φτάσει το επίπεδο του τραπεζικού εκσυγχρονισμού που επικρατεί στα τραπεζικά συστήματα της Ευρώπης οι παράγοντες της SBERBANK πιστεύουν ότι θα ολοκληρώσουν το στόχο τους μέσα σε 10-15 προσεχή χρόνια.

## Η ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΑΓΟΡΑ ΤΟΥ ΠΛΑΣΤΙΚΟΥ ΧΡΗΜΑΤΟΣ

Η Ευρωπαϊκή αγορά είναι σήμερα χωρισμένη σε υποαγορές οι οποίες γνωρίζουν μεγάλη ανάπτυξη ανάλογα βέβαια με τους στόχους και σκοπούς που έχει βάλει κάθε κράτος. Η αγορά των πιστωτικών καρτών βρίσκεται κάτω από κάποιου είδους κρατικό έλεγχο και γι' αυτόν τον λόγο το πλαστικό χρήμα αντιμετωπίζει μια περιορισμένη αγορά και κινείται μέσα σε προκαθορισμένα πλαίσια. Τι θα γίνει όμως μετά το άνοιγμα των συνόρων και την ενοποίηση της Ευρωπαϊκής αγοράς;

Αν και η ευρωπαϊκή αγορά είναι μεγάλη και παρουσιάζει ευρύ πεδίο, δεν είναι ομοιογενής και επομένως δεν είναι εύκολο να εξυπηρετηθεί. Υπάρχουν διαφορές στα συστήματα πληρωμών, στους νομοθετικούς περιορισμούς, στην εθνική πολιτική, στην ιστορία. Η φιλοσοφία που αναπτύσσεται θα βοηθήσει στην εξομάλυνση των διαφορών, την ελαστικότητα και στην ισότητα. Έτσι που αφ' ενός μεν να μπορεί να επιβληθεί ομοιομορφία στην αποδοχή των προϊόντων και αφ' ετέρου να μπορεί κάθε χώρα κατά την προώθηση των προϊόντων της να προσφέρει μόνο εκείνο το τμήμα που συμφωνεί με την εθνική της πολιτική. Με αυτόν τον τρόπο θα ικανοποιηθούν οι διάφορες ανάγκες και συνθήκες της αγοράς κάθε επιμέρους χώρας.

Κοινός αντικειμενικός σκοπός όλων των ευρωπαϊκών πιστωτικών ιδρυμάτων είναι η προσπάθεια να κρατήσουν στα χέρια τους τα συστήματα πληρωμών για την πελατεία τους πράγμα που συνεπάγεται και έλεγχο της ανάπτυξής τους. Για να πετύχουν αυτόν τον σκοπό τους προσπαθούν να χρησιμοποιούν μεθόδους επεξεργασίας των συναλλαγών με χαμηλό κόστος και εκτός αυτού προσπαθούν να παρέχουν μέσα πληρωμών στους πελάτες τους υψηλής ποιότητας και

λογικού κόστους. Ακόμη προσπαθούν να εξασφαλίσουν ευρεία αποδοχή των μέσων πληρωμής τους από τους εμπόρους. Όμως όσο εισάγεται περισσότερο και νεότερη τεχνολογία τα χωριστά ευρωπαϊκά συστήματα πληρωμών γίνονται πολύ πιο δαπανηρά για τις τράπεζες και τους άλλους πιστωτικούς οργανισμούς, λόγω του διπλασιασμού των τρεχουσών δαπανών και επενδύσεων. Αυτή η τάση αυξάνει με την αυξανόμενη τεχνολογία (π.χ. συστήματα ΑΤΜ'ς , POS, *chip card*) που η εφαρμογή της οδηγεί στην ανάπτυξη των διαφορετικών συστημάτων με συνέπεια να υπάρξουν αρκετές δυσκολίες στην ενοποίηση τους.

Πιο αναλυτικά οι εξελίξεις που παρατηρούνται σήμερα στην Ευρώπη όσον αφορά τα συστήματα πληρωμών και την μελλοντική τους ενοποίηση είναι :

Α. Από την πλευρά της ΕΟΚ έχουμε μια αυξανόμενη παρέμβαση των οργάνων της που με βάση την ενιαία αγορά προχωρεί με οδηγίες συστάσεις και με άλλου είδους ενέργειες στην διαμόρφωση κάποιου κοινού πλαισίου για τα διαφορετικά συστήματα πληρωμών που υπάρχουν σήμερα στις χώρες-μέλη της. Οι κύριοι στόχοι αυτού του πλαισίου είναι η παροχή διαφόρων μορφών υπηρεσιών υψηλού επιπέδου οι οποίες θα είναι κοινές για όλες τις χώρες - μέλη. Ακόμη προσπαθεί να κάνει όσο το δυνατόν πιο ελεύθερη την επιλογή των μέσων πληρωμών από τους καταναλωτές μέσα σε περιβάλλον πλήρους και ελεύθερου ανταγωνισμού. Για να πετύχουν τα παραπάνω προσπαθεί να διαμορφώσει έναν κοινό "κώδικα συμπεριφοράς" τόσο για τις τράπεζες - εκδότριες καρτών των χωρών - μελών όσο και για τους καταναλωτές που χρησιμοποιούν τα προϊόντα των τραπεζών. Ακόμη προσπαθεί να διαμορφώσει κάποια κοινά τεχνικά πρότυπα με σκοπό την επίτευξη κάποιου είδους συμβατότητας που θα δίνει την δυνατότητα της

χρήσης κάθε κάρτας σ' όλες τις χώρες- μέλη της ΕΟΚ.

Β. Οι τράπεζες των κρατών-μελών, μέσω του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου Συστημάτων Πληρωμών, προχωρούν κι αυτές προς την κατεύθυνση της ενοποίησης προσπαθώντας να προστατεύσουν ταυτόχρονα τα συμφέροντά τους. Για να κατορθώσουν τον σκοπό τους αυτόν έχουν κάνει αρκετά βήματα. Έχουν καταφέρει να πείσουν τα ήδη υπάρχοντα συστήματα πληρωμών *Visa*, *Mastercard*, *Eurocard* εξασφαλίσουν μεταξύ τους κάποιου είδους συμβατότητα. Ακόμη έχουν αρχίσει τις προσπάθειες εξασφάλισης συμβατότητας και συνεργασίας για να καλύψουν τις τραπεζικές κάρτες που δεν ανήκουν στα τρία παραπάνω συστήματα πληρωμών. Μια από τις εξελίξεις που έχει συμβεί από τις τράπεζες είναι το ότι κατάφεραν να παραβιάσουν την μέχρι τώρα πολιτική τους το να εκδίδουν δηλαδή κάρτες που ανήκουν μόνο σε ένα από τα συστήματα πληρωμών. Όπως για παράδειγμα η Αγγλική τράπεζα *NatWest* εκδίδει και προσφέρει στους πελάτες της κάρτες που ανήκουν στο σύστημα *Mastercard* και στο σύστημα *Visa* ταυτόχρονα.

Ένα μεγάλο πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι τράπεζες - εκδότριες καρτών στην σημερινή αγορά είναι ο οξύς ανταγωνισμός από τους μη τραπεζικούς Οργανισμούς που εκδίδουν κάρτες που ο αριθμός τους συνεχώς αυξάνεται. Μια από τις τακτικές που ακολουθούν μερικές τράπεζες για την αντιμετώπιση αυτού του προβλήματος είναι η συνεργασία που προτείνουν στους οργανισμούς αυτούς ώστε να εξασφαλίζεται η διέλευση των συναλλαγών με αυτές τις κάρτες μέσα από το τραπεζικό σύστημα.

Ο ρυθμός των εξελίξεων αυτών έχει επιταχυνθεί πάρα πολύ αφού όλες οι τράπεζες-εκδότριες καρτών βλέπουν ότι μόνο με κοινή φιλοσοφία και συνεργασία θα μπορέσουν τα ευρωπαϊκά πιστωτικά ιδρύματα να κυριαρχήσουν στην ενωμένη Ευρωπαϊκή αγορά και θα

γίνουν ισότιμοι συνεργάτες των Αμερικανικών εταιρειών και τραπεζών με αποτέλεσμα να κερδίσουν όχι μόνο την Ευρωπαϊκή αλλά και την παγκόσμια αποδοχή των μέσων πληρωμών τους.

## ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΠΛΑΣΤΙΚΟΥ ΧΡΗΜΑΤΟΣ

Στο χάρμα του 21ου αιώνα, η χρηματική επανάσταση είναι πλέον γεγονός και το "μαγικό" καρτελάκι κάνει σχεδόν τα πάντα. Ο χρόνος είναι τώρα πλαστικό χρήμα. Η επεξεργασία των οικονομικών στοιχείων παρουσιάζει το μέγεθος αυτής της επανάστασης που σαρώνει την διεθνή αγορά, αλλά και που καθιέρωσε νέους κώδικες συμπεριφοράς για το μέσο Έλληνα. Η κάρτα, όπως συνηθίζουμε πλέον να την λέμε, έχει εισβάλει για τα καλά στην καθημερινή μας ζωή. Το πλαστικό χρήμα έγινε τρόπος ζωής, όχι μόνο για τις αγορές αλλά είναι το μέσο που πολλές φορές μας προσδίνει κάποιο κύρος και οικονομική άνεση, έστω και πλασματική.

Οι εκπρόσωποι των τραπεζών και των εταιρειών που εκδίδουν πιστωτικές κάρτες, ομολογούν πως μετά από μια περίοδο ωρίμανσης του Έλληνα καταναλωτή, οι κάτοχοι των πιστωτικών καρτών αγγίζουν σήμερα τις 900.000 σ' όλη τη χώρα. Στόχος είναι πλέον το φράγμα του 1,5 εκατομμυρίου κατόχων το οποίο πιστεύεται ότι θα ξεπεραστεί το 1992.

—Αν και οι τράπεζες θεωρούν ακόμη δαπανηρά τα συστήματα πληρωμών για την πελατεία τους, την τελευταία πενταετία παρατηρείται μια έντονη δραστηριοποίησή τους, καθώς συνειδητοποιούν όλο και περισσότερο ότι πρέπει η χώρα να ακολουθήσει τους σύγχρονους ευρωπαϊκούς ρυθμούς ανάπτυξης. Καθώς αυτός είναι ο μόνος τρόπος για την εξυγίανση, την ποιοτική αναβάθμιση και εντέλει την συμπόρευση του ελληνικού τραπεζικού συστήματος με την υπόλοιπη Ευρώπη. Η πρόσφατη απόφαση των Νομισματικών Αρχών της χώρας για τις επαγγελματικές κάρτες δίνει ώθηση παρ' αυτή την κατεύθυνση. Οι τράπεζες αναθεωρούν την στάση τους απέναντι στον ιδιώτη πελάτη, θεωρώντας τον πλέον πολύ σημαντικό. Γνωρίζουν

ότι τα συστήματα πληρωμών αποτελούν το βασικό κρίκο τους με τους πελάτες, για να κερδίσουν την εμπιστοσύνη τους τόσο για τις καταθέσεις όσο και για τη χρησιμοποίηση των άλλων υπηρεσιών που προσφέρουν αυτές όπως είναι τα καταναλωτικά δάνεια, *leasing*, πιστωτικές - χρεωστικές κάρτες κλπ.

Κοινός αντικειμενικός σκοπός τόσο των ευρωπαϊκών όσο και των ελληνικών πιστωτικών ιδρυμάτων είναι η προσπάθεια να κρατήσουν στα χέρια τους τα συστήματα πληρωμών για την πελατεία τους και να ελέγχουν την ανάπτυξή τους. Για να το πετύχουν αυτό θα πρέπει να χρησιμοποιούν μεθόδους επεξεργασίας των συναλλαγών με χαμηλό κόστος, να παρέχουν υψηλής ποιότητας και λογικού κόστους μέσα πληρωμών στους πελάτες και να εξασφαλίζουν τη δυνατόν ευρύτερη αποδοχή των μέσων αυτών από τους εμπόρους και τους επιχειρηματίες.

Η συμπεριφορά όμως του καταναλωτή αλλάζει με αποτέλεσμα να καθίστανται ανεπαρκείς οι ατομικές ή κρατικές λύσεις και να επιβάλλεται η ανάπτυξη διεθνών συστημάτων πληρωμών. Η σταδιακή κατάργηση των συνόρων μεταξύ των ευρωπαϊκών κρατών αυξάνει την ανάγκη ευρείας αποδοχής των συστημάτων πληρωμών.

Πριν την αναλυτική αναφορά στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και οικονομικά μεγέθη της ελληνικής αγοράς, θα αναφέρουμε τους πιο βασικούς λόγους που συντέλεσαν στην αργοπορημένη διάδοση και εδραίωση του συστήματος πληρωμών με κάρτες στην χώρα μας.

- Ένας πρώτος βασικός παράγοντας είναι η νοοτροπία του Έλληνα και η αυξημένη ανάγκη για ασφάλεια που νιώθει. Ασφάλεια που εξασφαλίζεται με την χρησιμοποίηση μετρητών και όχι με το αδρατικό πλαστικό χρήμα που δεν φαίνεται πουθενά.

- Επίσης η ασφάλεια που πρόσφερε το ελληνικό περιβάλλον, επέτρεπε την απρόσκοπτη και σχετικά ακίνδυνη διακίνηση μεγάλων

χρηματικών ποσών σε μετρητά, από τσέπη σε τσέπη. Ένα κλίμα ασφάλειας το οποίο έχει εκλείψει εδώ και πολλά χρόνια από τις περισσότερες σύγχρονες δυτικές κοινωνίες.

- Η περιορισμένη τουριστική κίνηση των Ελλήνων τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό, δεν δημιουργούσε την ανάγκη αναζήτησης ιδιαίτερων χρηματοοικονομικών υπηρεσιών και άλλων διευκολύνσεων.

- Η περιορισμένη κίνηση και δραστηριοποίηση των Ελλήνων επιχειρηματιών στο εξωτερικό. Μόνο τα τελευταία τρία τέσσερα χρόνια παρατηρείται μια στροφή των επιχειρηματιών στον ευρύτερο ευρωπαϊκό χώρο και δραστηριοποίησή τους στην εκμετάλλευση των νέων ευκαιριών που παρουσιάζονται.

- Η οικονομική φερεγγυότητα κάποιου προσμετρούνταν με την δυνατότητά του να πληρώνει τις υποχρεώσεις του με μετρητή. Το "ζωντανό" χρήμα ήταν το μόνο αξιόπιστο μέσο συναλλαγής.

Σήμερα όμως συντελείται μια σταδιακή και ουσιαστική αλλαγή των κοινωνικών και οικονομικών συνηθειών και παρατηρείται έντονο ενδιαφέρον του ελληνικού κοινού για τα νέα συστήματα πληρωμών.

#### Παρεχόμενες υπηρεσίες & καταναλωτικά ωφέλη

Η εξέλιξη της ηλεκτρονικής τεχνολογίας επηρέασε όπως ήταν αναμενόμενο και τον τραπεζικό χώρο. Οι αλλαγές στη δομή πολλών τραπεζικών συστημάτων προέρχονται άμεσα από τις τεχνολογικές καινοτομίες και προόδους στις εφαρμογές των *computer* και των τηλεπικοινωνιών. Οι τεχνολογικές αλλαγές, που πρωτοεμφανίστηκαν να εξυπηρετούν το Λογιστικό τμήμα της τράπεζας, έκαναν δυνατή τη νέα τεχνική της μεταφοράς στοιχείων με ηλεκτρονικό τρόπο διεθνώς και την ανάπτυξη των καρτών πληρωμής σα μέσο προ-



σέγγισης συσκευών αυτοεξυπηρέτησης, όπως τα τερματικά ATM's και POS και άρχισαν να επηρεάζουν και την σχέση μεταξύ τράπεζας και πελάτη. Η ενσωμάτωση και χρησιμοποίηση της τεχνολογίας των *computers* στο τραπεζικό σύστημα, είχε άμεση θετική επίδραση στις προτάσεις - προσκλήσεις των εταιρειών που εκδίδουν τις κάρτες όσον αφορά την ποιότητα και ποσότητα των παρεχομένων υπηρεσιών.

Οι υπηρεσίες που προσφέρονται σήμερα στην Ελλάδα είναι :

- Τρεχούμενοι λογαριασμοί (*Current accounts*)

Είναι έντοκοι λογαριασμοί καταθέσεων που δίνουν τη δυνατότητα στον κάτοχο να αποκτήσει μπλοκ επιταγών και κάρτα αδιάκοπης συναλλαγής που εγγυάται επιταγές μέχρι ποσού 15.000 δραχμών και την οποία επίσης μπορεί να χρησιμοποιήσει στα αυτόματα ATM's μηχανήματα που βρίσκονται στα καταστήματα των τραπεζών για ανάληψη ή κατάθεση χρημάτων οποιαδήποτε ώρα και ημέρα (όλο το 24ωρο, 7 ημέρες την εβδομάδα). Ακόμα με απλή εντολή του είναι δυνατή η εξόφληση διαφόρων λογαριασμών, όπως ΟΤΕ, πιστωτικών καρτών, κατάθεση επιταγών με ειδικά έντυπα κλπ. Όλες οι τράπεζες σήμερα στον ελληνικό χώρο εκδίδουν τρεχούμενους λογαριασμούς. Όμως δεν έχουν όλες ακόμα εγκαταστήσει μηχανήματα ATM's για αυτόματη και αδιάκοπη συναλλαγή. Μηχανήματα αυτόματης και αδιάκοπης συναλλαγής για εξυπηρέτηση οποιαδήποτε ημέρα και ώρα διαθέτουν η Εθνική (περιορισμένο αριθμό και παλιάς τεχνολογίας), η Εμπορική, η Ιονική, η Πίστεις (διαθέτει το πολυπληθέστερο και πιο σύγχρονο δίκτυο, το οποίο διαρκώς εμπλουτίζει), η AMERICAN EXPRESS και η CITIBANK. Σύντομα δε με αυτά τα μηχανήματα θα εξοπλισθούν και άλλες τράπεζες και θα τα δούμε και σε χώρους εκτός τραπεζών, όπως πολυκαταστήματα, μεγάλα *super market* κλπ.

- Πιστωτικές κάρτες (*Credit cards*)

Οι πιστωτικές κάρτες εξασφαλίζουν στον κάτοχό τους μια πιστωτική δύναμη 150.000 δρχ. Το ποσό αυτό εξοφλείται άτοκα μέσα σε 40 ημέρες ή με πολλές έντοκες μηνιαίες δόσεις. Υπάρχουν δύο ειδών πιστωτικές κάρτες, οι εθνικές και οι διεθνείς. Οι εθνικές ισχύουν στο εσωτερικό της χώρας ενώ οι διεθνείς και στο εσωτερικό και στο εξωτερικό και προσφέρουν επιπλέον συνάλλαγμα 300 δολαρίων πέρα από το επιτρεπόμενο τουριστικό και έχουν ετήσια συνδρομή.

- Χρεωστικές κάρτες (*Charge cards*)

Οι χρεωστικές με μεγάλο όριο πίστωσης, οι οποίες είναι συνδεδεμένες με τρεχούμενο λογαριασμό του κατόχου στην τράπεζα και γίνεται η εξόφλησή τους μετά από 40 ημέρες με απευθείας χρέωση του τρεχούμενου λογαριασμού. Ο δικαιούχος της κάρτας μπορεί να είναι είτε άτομο (και έχει το δικαίωμα να εκδόσει κάρτες και στα άλλα μέλη της οικογένειάς του), είτε επιχείρηση (και έχει τη δυνατότητα για έκδοση κάρτας στα στελέχη της).

Υπάρχει δηλαδή ο διαχωρισμός σε ατομικές και επαγγελματικές χρεωστικές κάρτες. Οι υπηρεσίες που προσφέρουν οι επαγγελματικές κάρτες στα στελέχη των επιχειρήσεων που τις χρησιμοποιούν, συνοψίζονται στις εξής :

- Κάλυψη εξόδων διαμονής στο εξωτερικό (ξενοδοχεία - φαγητό) χωρίς όριο.

- Τριακόσια δολάρια επιπλέον από το νόμιμο εμπορικό συνάλλαγμα.

- Πολύ υψηλό όριο στο εσωτερικό, γεγονός άλλωστε που την τοποθετεί στην κατηγορία των καρτών *prestige*.

Με πολύ μικρές διαφορές η μία από την άλλη, οι γνωστές επαγγελματικές κάρτες καλύπτουν τις βασικές ανάγκες των κατόχων τους και ο ανταγωνισμός επικεντρώνεται σε επιπλέον παροχές όπως:

- Δωρεάν ταξιδιωτική ασφάλεια για τον κάτοχο και την οικογένειά του.

- Κληρώσεις δώρων μεγάλης αξίας (κυρίως ταξίδια)

- Σέρβις πληροφοριών από το δίκτυο των εταιρειών σε όλο τον κόσμο, με τις οποίες η εκδότρια εταιρεία συνδέεται.

Οι παραπάνω υπηρεσίες που προσφέρονται σήμερα από τις τράπεζες στους πελάτες τους διευρύνονται και βελτιώνονται συνέχεια. Αυτή η διαρκής εξέλιξη έχει σαν αποτέλεσμα την αύξηση των πλεονεκτημάτων που αποκομίζουν οι κάτοχοι. Ενδεικτικά μπορούμε να αναφέρουμε τα εξής οφέλη.

- Σιγουριά στην κάλυψη τόσο κάποιων συνηθισμένων αναγκών όσο και κάποιων έκτακτων.

- Ασφάλεια, γιατί αποφεύγεται η μεταφορά μεγάλων χρηματικών ποσών σε μετρητά.

- Άτοκη πίστωση χρηματικών ποσών που μπορεί να μην διαθέτει ο κάτοχος την δεδομένη χρονική στιγμή, η οποία μπορεί να φτάσει μέχρι 55 ημέρες ή τμηματική πληρωμή σε δόσεις με έντοκες όμως δόσεις.

- Επιπλέον συνάλλαγμα στο εξωτερικό για αναψυχή ή επαγγελματικά ταξίδια.

- Δυνατότητα ανάληψης μετρητών από τα καταστήματα των τραπεζών ολόκληρο το εικοσιτετράωρο μέσω των ΑΤΜ's.

- Ασφαλιστική κάλυψη στα ταξίδια.

- Προγραμματισμό αγορών και δυνατότητα εκμετάλλευσης αγοραστικών ευκαιριών.

- Κοινωνική προβολή και γόητρο, σαν φερέγγυο άτομο που η υπογραφή του έχει δύναμη.

## Μερίδια αγοράς για κατόχους πιστωτικών καρτών

### ΚΑΡΤΕΣ & ΤΡΑΠΕΖΕΣ

Η αγορά πιστωτικών καρτών παρουσιάζει πολύ υψηλό ρυθμό ανάπτυξης και πολύ μεγάλα περιθώρια εκμετάλλευσης, έτσι ώστε να υπόσχεται σημαντικά κέρδη σ' αυτούς που θα καταφέρουν να την κατακτήσουν. Δεν είναι λοιπόν παράδοξο το γεγονός ότι οι περισσότερες τράπεζες έχουν εκδώσει ή σχεδιάζουν να εκδώσουν είτε την δική τους είτε κάποια διεθνή κάρτα. Επιδιώκοντας μ' αυτό τον τρόπο να κερδίσουν ένα όσο το δυνατό μεγαλύτερο κομμάτι της εγχώριας αγοράς.

Οι τράπεζες και οι κάρτες που εκδίδονται από αυτές είναι οι εξής :

- Κατ' αρχάς ο "leader" της αγοράς με τα μεγαλύτερα μερίδια αγοράς και την πιο μακρόχρονη παρουσία η ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ εκδίδει όλα τα είδη των καρτών και καλύπτει ένα ευρύ φάσμα εξυπηρειτήσεων. Είναι άλλωστε και η μοναδική τράπεζα στην Ελλάδα που έχει ιδρύσει θυγατρική εταιρεία την ΕΑΕΔΟ με αντικείμενο τα συστήματα πληρωμών. Επίσης αυτή πρώτη εξέδωσε στην Ελλάδα την πρώτη πιστωτική κάρτα την ΕΘΝΟΚΑΡΤΑ που χρησιμοποιείται μόνο στο εσωτερικό. Για χρήση στο εξωτερικό εκδίδει δύο κάρτες\* τη MASTERCARD η οποία είναι πιστωτική και τη χρεωστική EUROCARD. Ακόμη εκδίδει μια νέα κάρτα την EXECUTIVE EUROCARD, η οποία είναι επαγγελματική κάρτα. Κάθε εταιρία έχει την δυνατότητα να παραχωρήσει στα στελέχη της την EXECUTIVE EUROCARD για να καλύπτουν όλα τα έξοδα παραστάσεως (ταξίδια, ξενοδοχεία, εστιατόρια, περιποίηση πελατών, ενοικίαση αυτοκινήτου κλπ.). Η κάρτα αυτή λειτουργεί παράλληλα δηλ. χωρίς συμψηφισμό ποσών με τυχόν ατομική κάρτα του δικαιούχου της επαγγελματικής κάρτας.

Παράλληλα η Ε.Τ.Ε. εκπροσωπεί στην χώρα μας τις κάρτες ACCESS και JCB.

- Η ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ εκπροσωπεί τη VISA και εκδίδει την ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ για χρήση στο εσωτερικό και την ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ/VISA για χρήση στο εσωτερικό και το εξωτερικό. Εξέδωσε πρόσφατα και επαγγελματική κάρτα.

- Η ΙΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ εκπροσωπεί τη VISA και εκδίδει την πιστωτική κάρτα ΙΟΝΟΚΑΡΤΑ και την ΙΟΝΟΚΑΡΤΑ/VISA για χρήση στο εσωτερικό και το εξωτερικό αντίστοιχα. Επίσης εξέδωσε και επαγγελματική κάρτα.

- Η ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΙΣΤΕΩΣ εκπροσωπεί τη VISA και εκδίδει την πιστωτική κάρτα CASHCARD/VISA για χρήση στο εσωτερικό και το εξωτερικό.

- Η AMERICAN EXPRESS εκπροσωπεί την ομώνυμη κάρτα που τώρα ισχύει και για Έλληνες κατόχους ελευθέρου συναλλάγματος και εκδίδεται ατομική και επαγγελματική.

- Η CITIBANK εκπροσωπεί τη DINERS και εκδίδει την ομώνυμη κάρτα για Έλληνες δικαιούχους. Επίσης εκδίδει και την εταιρική DINERS, η οποία σύμφωνα με τις πρόσφατες αποφάσεις της ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΕΛΛΑΔΟΣ μπορεί να χρησιμοποιηθεί και στο εξωτερικό. Τελευταία εκπροσωπεί και εκδίδει την πιστωτική κάρτα VISA που συνδυάζεται με την λειτουργία της CITICARD.

- Το DINERS CLUB INTERNATIONAL εκδίδει την ομώνυμη E & T CARD.

Ακόμα σύμφωνα με εξαγγελία της ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ, ετοιμάζεται να εκδόσει την δική της πιστωτική κάρτα. Αναμένεται σύντομα να ακολουθήσουν και άλλες τράπεζες. Όλες οι τράπεζες μελετούν την εξυπηρέτηση της πελατείας τους με πιστωτικές κάρτες και εκδηλώνουν ενδιαφέρον για συνεργασία με τα δύο διεθνή συστή-

ματα της EUROCARD/MASTERCARD και της VISA.

### Μερίδια αγοράς

Οι πιστωτικές κάρτες είναι ένας σχετικά νέος θεσμός, που έχει βρει σχετικά χαμηλή απήχηση. Μόλις το 9% του ενήλικου ενεργού πληθυσμού (άνω των 18 χρονών) είναι κάτοχοι τουλάχιστον μιας πιστωτικής κάρτας. Αυτό το ποσοστό αντιστοιχεί περίπου σε 900.000 κατόχους και είναι σημαντικά χαμηλό συγκρινόμενο με το αντίστοιχο ποσοστό άλλων ευρωπαϊκών χωρών όπως της Μ.Βρετανίας 55%, της Γαλλίας 20% κλπ.

Αναλυτικά στοιχεία σχετικά με το μερίδιο αγοράς των κυριότερων καρτών που κυκλοφορούν σήμερα, παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα.

ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΚΑΡΤΩΝ '87 - '89

( ΣΕ '000 )

ΜΑΡΚΕΣ	ETH	1987	%	1988	%	1989	%
ΕΘΝΟΚΑΡΤΑ (Δ)		178 100	37	229 129	34	267 150	36
MASTERCARD (Δ)		40 100	8	72 180	11	90 225	13
EUROCARD (Δ)		9 100	2	8 89	1	10 111	3
ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ / VISA (Δ)		160 100	34	200 125	30	200 125	12
ΙΟΝΟΚΑΡΤΑ / VISA (Δ)		10 100	2	40 400	6	70 700	11
CASHCARD / VISA (Δ)		-	-	20	3	45	6
DINERS (Δ)		80 100	17	100 125	15	120 150	17
AMERICAN EXPRESS (Δ)		-	-	4	*	10	2
CITIBANK / VISA ** (Δ)							
ΣΥΝΟΛΟ (Δ)		477 100	100	673 141	100	812 170	100

\* ΠΟΣΟΣΤΟ ΜΙΚΡΟΤΕΡΟ ΤΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ

\*\* ΟΧΙ ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

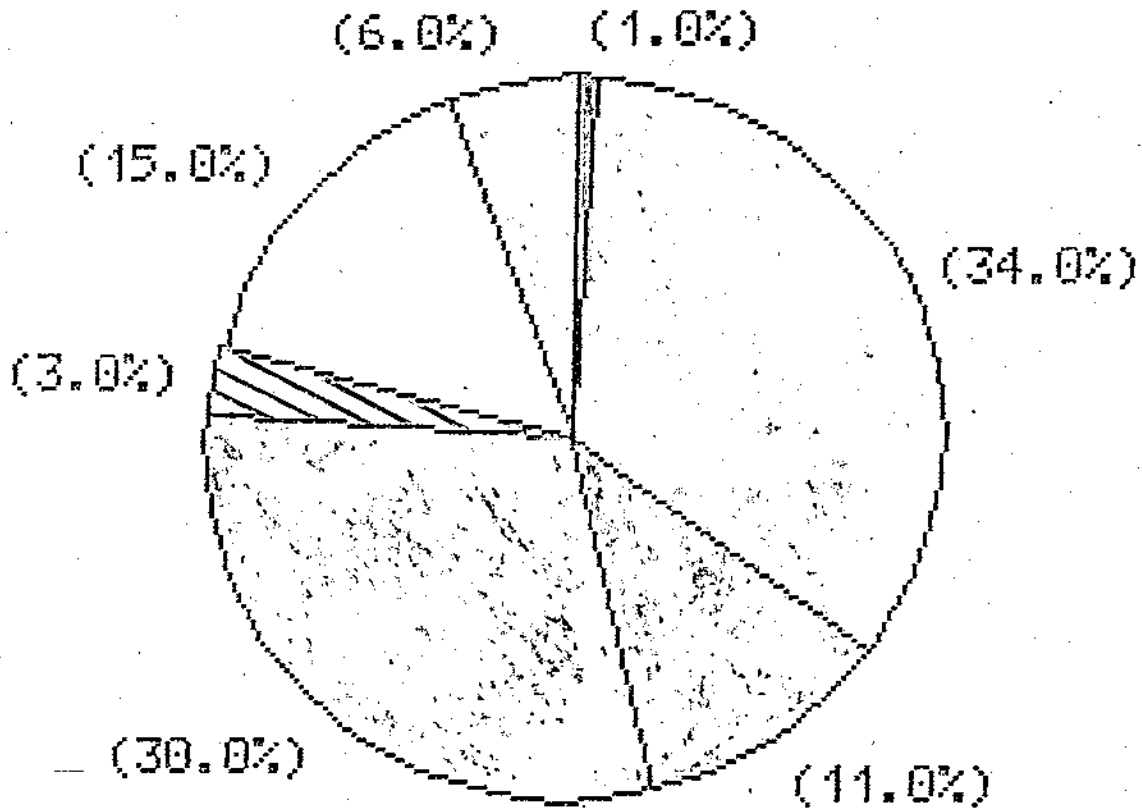
(Δ) ΔΕΙΚΤΗΣ

- Βλέπουμε ότι οι κάτοχοι πιστωτικών καρτών από το 1987 στο 1989 παρουσίασαν μια πολύ σημαντική αύξηση της τάξης του 70,2%. Σ' αυτό το διάστημα μεγαλύτερο ποσοστό αύξησης είχαν οι MASTERCARD και η ΙΟΝΟΚΑΡΤΑ/VISA.
- Οι κυρίαρχες πιστωτικές κάρτες της ελληνικής αγοράς είναι η ΕΘΝΟΚΑΡΤΑ και η ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ/VISA οι οποίες το 1988 είχαν το 64% της συνολικής αγοράς ενώ το 1989 το 47%.
- Αδιαφιλονίκητος κυρίαρχος στον χώρο των E + T CARDS είναι η DINERS κατέχοντας το 17% το 1989. Παρατηρούμε ότι στο διάστημα '87-'89 το μερίδιό της έχει παραμείνει σχεδόν σταθερό, γεγονός που δείχνει μια πολιτική που ρίχνει ιδιαίτερο βάρος στην βελτίωση του *service* και λιγότερο στην αύξηση των κατόχων.
- Η ΙΟΝΟΚΑΡΤΑ/VISA παρουσιάζει μια δυναμική επεκτατική πολιτική, καθώς η αύξηση των ποσοστών της από χρόνο σε χρόνο (87-88-89) είναι εντυπωσιακή, πετυχαίνοντας από το '87 στο '88 μια αύξηση κατά 400% και από το '87 στο '89 κατά 700% αύξηση των κατόχων.
- Η πολιτική προώθησης της MASTERCARD είχε αποτελέσματα ικανοποιητικά πετυχαίνοντας αύξηση από το '87 στο '88 κατά 80% και από το '87 στο '89 κατά 90%.

Για την σαφέστερη κατανόηση της κατάστασης που επικρατεί στην ελληνική αγορά και ιδιαίτερα τα δύο τελευταία χρόνια που παρουσιάζεται έντονη δραστηριότητα στο χώρο, παραθέτουμε την διαγραμματική απεικόνιση των στατιστικών στοιχείων.

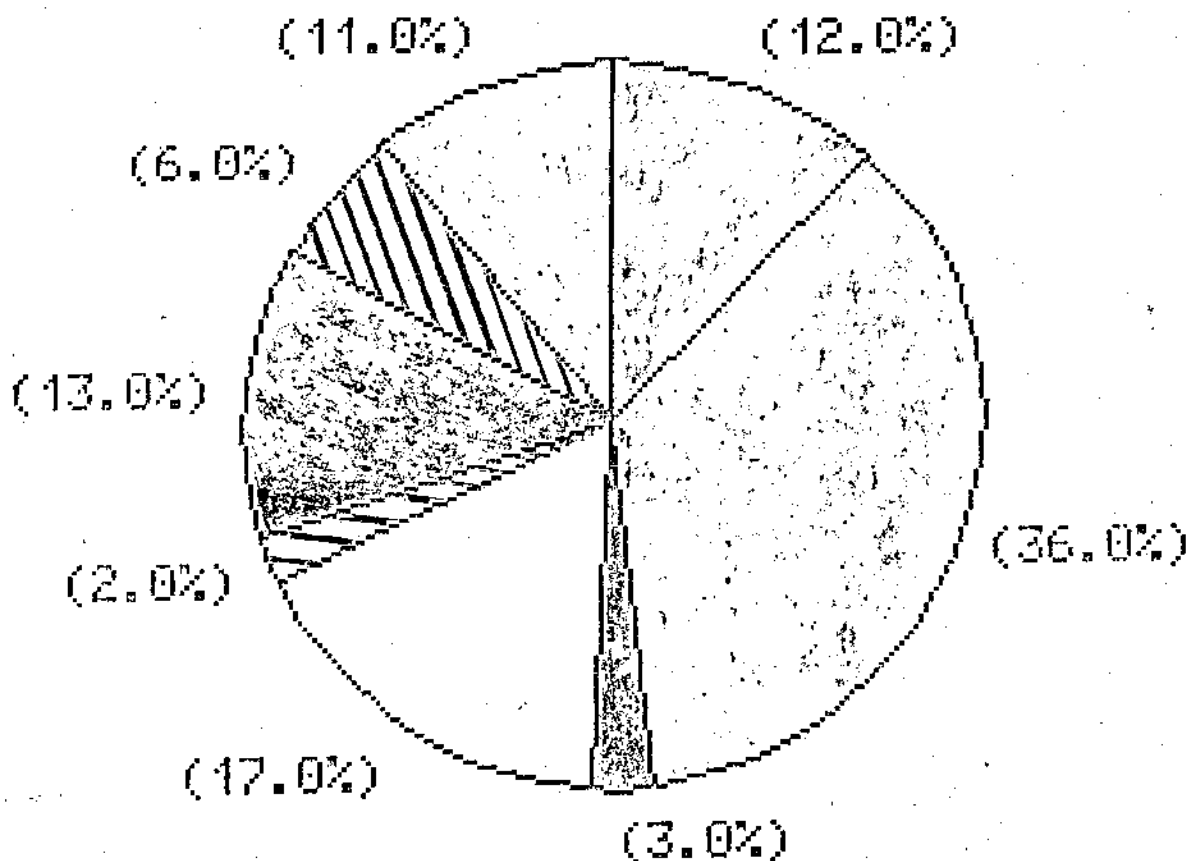


# ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΓΟΡΑΣ ΠΙΣΤΟΤΙΚΩΝ ΚΑΡΤΩΝ '88



- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ΕΘΝΟΚΑΡΤΑ          | <input type="checkbox"/> DINERS           |
| <input type="checkbox"/> MASTERCARD         | <input type="checkbox"/> ΙΟΝΟΚΑΡΤΑ / VISA |
| <input type="checkbox"/> ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ / VISA | <input type="checkbox"/> EUROCARD         |
| <input type="checkbox"/> CASHCARD / VISA    |   |

# ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΓΟΡΑΣ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΚΑΡΤΩΝ '89



- |  |  |
|--|--|
|  ΕΘΝΟΚΑΡΤΑ        |  MASTERCARD       |
|  EUROCARD         |  CASHCARD / VISA  |
|  DINERS           |  ΙΟΝΟΚΑΡΤΑ / VISA |
|  AMERICAN EXPRESS |  ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ/VISA |

## Χαρακτηριστικά της Ελληνικής αγοράς

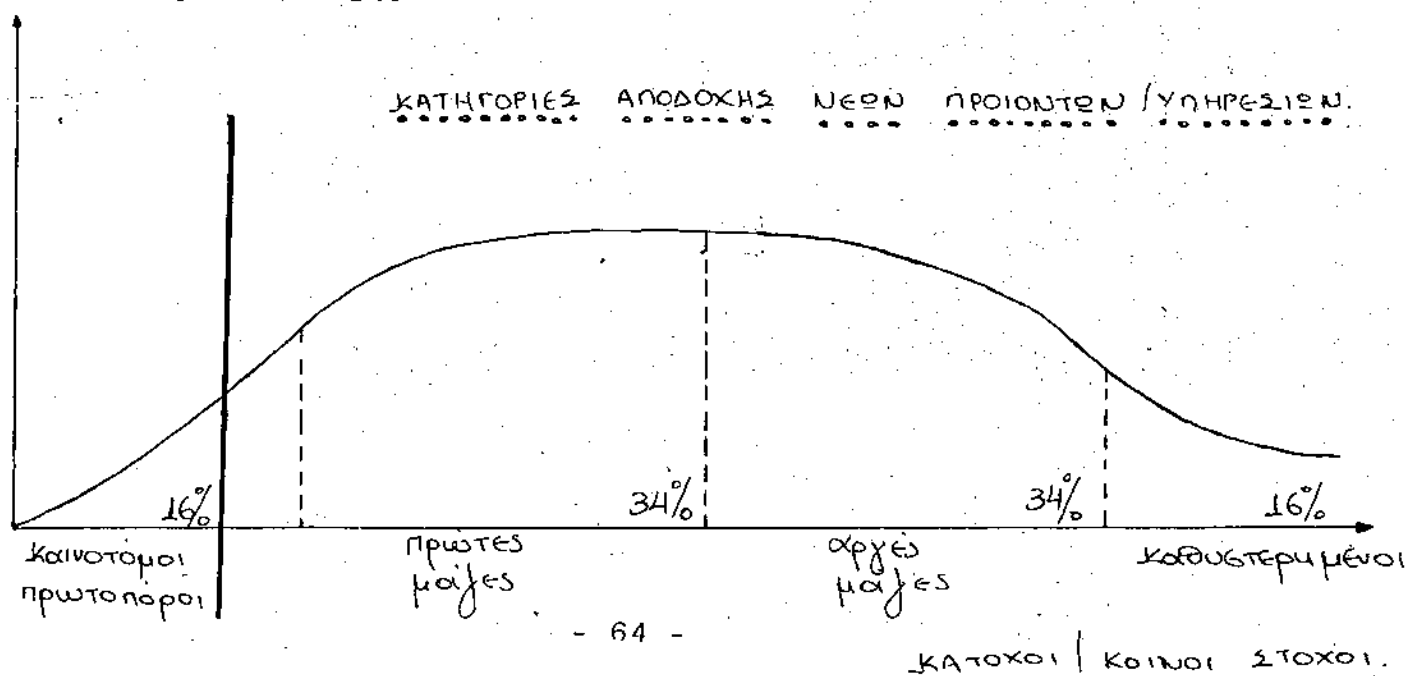
Η σύγχρονη ελληνική αγορά παρουσιάζει ορισμένες ιδιομορφίες που την διαφοροποιούν έντονα από τον υπόλοιπο ευρωπαϊκό χώρο. —Αυτές οι ιδιομορφίες προκαλούνται από διάφορους κοινωνικοοικονομικούς παράγοντες όπως η δύσκολη οικονομική κατάσταση της χώρας, το αναπτυσσόμενο τραπεζικό σύστημα, το μικρό μέγεθος της αγοράς, η ελληνική υπερκαταναλωτική νοοτροπία και ανάγκη για ασφάλεια, ο έντονος κρατικός παρεμβατισμός στην λειτουργία του τραπεζικού συστήματος, η γραφειοκρατία καθώς και η έλλειψη εγχώριας υψηλής τεχνολογίας. Όλοι αυτοί οι παράγοντες επηρεάζουν και διαμορφώνουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της αγοράς που είναι :

- 1) Μείωση του ρυθμού ανάπτυξης της αγοράς σαν αποτέλεσμα των μακροοικονομικών μεγεθών της οικονομίας.
  - 2) Ο ανταγωνισμός επικεντρώνει την προσπάθειά του στην διεύρυνση των παρεχομένων υπηρεσιών και την επέκταση και ποιοτική αναβάθμιση του *service*.
  - 3) Η επίδραση της σύγχρονης τεχνολογίας, η οποία αν και έχει αρκετά υψηλό κόστος δίνει τεράστιες δυνατότητες ανάπτυξης.
  - 4) Εισαγωγή νέων προϊόντων που ανταγωνίζονται άμεσα τις πιστωτικές κάρτες που ήδη υπάρχουν.
- Η αγορά είναι τεμαχισμένη (*segmented*) τόσο από γεωγραφική όσο και από κοινωνική και οικονομική άποψη, δηλαδή υπάρχουν πολλοί κοινοί στόχοι.
  - Η ελληνική αγορά είναι πολύ ελκυστική, καθώς είναι σε μεγάλο βαθμό ανεκμετάλλευτη και με μεγάλα περιθώρια κέρδους (*profitable*).
  - Δεν διαθέτει *barriers of entry* δηλ. συγκεκριμένη και σύγχρονη νομοθετική ρύθμιση των διαφόρων λειτουργιών της.

- Διαρκής εισαγωγή νέων ανταγωνιστών, κυρίως εγχώριες και ξένες τράπεζες καθώς και πολυεθνικών εταιρειών που κάνουν το περιβάλλον ιδιαίτερα ανταγωνιστικό.
- Ταύτιση της αγοράς με το σύγχρονο τρόπο ζωής και δείγμα κοινωνικού *status* (In).
- Έκδοση από τις τράπεζες προηγμένων καρτών δύο συστημάτων πληρωμών (πιστωτικές και χρεωστικές, δυνατότητα κατάθεσης επιταγών κλπ.).
- Δημιουργείται η διατραπεζική εταιρία ΔΙΑΣ που δίνει νέες δυνατότητες και ευκαιρίες αγοράς για τις μετόχους τράπεζες.

### Προφίλ κατόχου κάρτας

Όπως αναφέρθηκε προηγουμένα περίπου το 9% του ενεργού ελληνικού πληθυσμού είναι κάτοχοι κάποιας κάρτας. Πράγμα που σημαίνει ότι το μεγαλύτερο κομμάτι της αγοράς είναι ανεκμετάλλευτο και υπάρχουν πολλές κατηγορίες πολιτών που εμφανίζονται ως πιθανοί κάτοχοι. Χωρίζοντας λοιπόν την αγορά σε τέσσερις κατηγορίες καταναλωτών σχετικά με το χρόνο αποδοχής ενός νέου προϊόντος ή υπηρεσίας η ελληνική αγορά μπορούμε να πούμε ότι παρουσιάζει την εξής εικόνα.



Οι μέχρι σήμερα κάτοχοι καρτών ανήκουν στην πρώτη ομάδα τους καινοτόμους - πρωτοπόρους οι οποίοι πρώτοι μαθαίνουν για το προϊόν, το αποδέχονται σαν κάτι χρήσιμο, το αγοράζουν και τελικά το χρησιμοποιούν. Το μεγαλύτερο κομμάτι όμως οι πρώτες και οι αργές μάζες δεν έχουν ανταποκριθεί ακόμα αν και έχουν λάβει γνώση για την ύπαρξη και τον τρόπο χρήσης του προϊόντος. Αυτές αποτελούν ουσιαστικά και τα κοινά στόχους των διαφόρων καρτών, τόσο για το άμεσο όσο και για το απώτερο μέλλον. Η τελευταία ομάδα, οι καθυστερημένοι, είναι και οι πιο συντηρητικοί καταναλωτές οι οποίοι θα ανταποκριθούν τελευταίοι και με πολύ αργούς ρυθμούς και δεν πρόκειται ποτέ να γίνουν οι φανατικοί οπαδοί και δυναμικοί χρήστες του πλαστικού χρήματος.

Η παραπάνω ανάλυση εξηγεί τα μεγάλα περιθώρια κέρδους που παρουσιάζει, για τους ενδιαφερόμενους οργανισμούς, η σημερινή εικόνα της ελληνικής αγοράς.

Ας δούμε τώρα ΠΟΙΟΣ είναι ο μέσος Έλληνας καταναλωτής που έχει υιοθετήσει το πλαστικό χρήμα σαν μέσο συναλλαγής στην καθημερινή του ζωή.

- Άνδρες-Γυναίκες από 25 έως 54 ετών
- Κάτοικοι Αστικών ή Ημιαστικών περιοχών
- Μέλη της Μεσοκατώτερης - Μεσοανώτερης κοινωνικο-οικονομικής τάξης.
- *Heavy Users* : άνδρες-γυναίκες 30-50 ετών, κάτοικοι αστικών κυρίως περιοχών με σύγχρονο τρόπο ζωής, ταξιδεύουν είναι καινοτόμοι της Μεσοανώτερης-Ανώτερης τάξης.
- *Light Users* : άνδρες-γυναίκες 23 ετών και άνω, μεσοκατώτερης-μεσοανώτερης κοινωνικο-οικονομικής τάξης, συντηρητικής νοοτροπίας.

- Ανάγκες που ικανοποιούνται : δανεισμός, ευκολία στις συναλλαγές και τις τραπεζικές εργασίες, κύρος, ασφάλεια, σιγουριά.

Το προφίλ των κατόχων καρτών εξετάζοντας το επάγγελμα που αυτά ασκούν είναι το ακόλουθο :

ΠΡΟΦΙΛ ΚΑΤΟΧΩΝ ΚΑΡΤΩΝ ( 8 )

ΚΑΡΤΕΣ	Ε Π Α Γ Γ Ε Λ Μ Α									
	ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΕΣ ΕΛΕΥΘ. ΕΠΑΓ.	ΔΙΕΥΘΥΝ. / ΑΝΩΤ. ΣΤΕΛΕΧΗ	ΔΗΜ. ΥΠΑΛ.	ΙΔΙΩΤ. ΥΠΑΛ.	ΕΜΠΟΡΟΙ ΠΡΩΤΕΣ ΠΑΡ. ΥΠΗΡ.	ΑΠΑΣΧ. ΠΑΡ. ΥΠΗΡ.	ΕΡΓΑΤΕΣ	ΦΟΙΤΗΤΕΣ ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ	ΣΥΝΤΑΞ.	ΝΟΙΚΟΚ
ΣΥΝΟΛΟ	22	2	7	14	30	5	3	2	5	10
ΕΘΝΟΚΑΡΤΑ	21	5	7	7	37	5	2	2	-	14
ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ	18	1	4	16	30	4	5	4	4	14
ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ/ VISA	28	-	11	14	31	7	-	-	9	-
DINERS	25	4	8	13	46	-	-	-	4	-

ΠΗΓΗ: MRB

Παρατηρούμε ότι οι έμποροι και οι πωλητές έχουν τα μεγαλύτερα ποσοστά συμμετοχής στις διάφορες κάρτες, με δεύτερη κοινωνική τάξη τους επιστήμονες και ελεύθερους επαγγελματίες. Η κοινωνική τάξη με την μικρότερη συμμετοχή είναι οι εργάτες.

Το προφίλ των κατόχων με βάση το επίπεδο μόρφωσης και την δημογραφική κατανομή του πληθυσμού είναι το εξής :



ΠΡΟΦΙΛ ΚΑΤΟΧΩΝ ΚΑΡΤΩΝ (%)

ΚΑΡΤΕΣ	Μ Ο Ρ Φ Ω Σ Ε Η			Π Ε Ρ Ι Ο Χ Ε Σ	
	ΚΑΘΟΛΟΥ/ ΔΗΜΟΤΙΚΟ	ΓΥΜΝΑΣΙΟ/ ΛΥΚΕΙΟ	ΑΝΩΤΕΡΗ	ΑΝΩΤΑΤΗ	ΑΘΗΝΑ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ
ΣΥΝΟΛΟ	8	47	19	25	61 39
ΕΘΝΟΚΑΡΤΑ	2	58	18	22	60 40
ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ	10	54	15	20	69 31
ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ/VISA	6	45	22	28	49 51
DINERS	4	33	29	33	42 58

ΠΗΓΗ: ΜΡΒ

Οι απόφοιτοι γυμνασίου/λυκείου έχουν τα μεγαλύτερα ποσοστά συμμετοχής στο μερίδιο αγοράς κάθε κάρτας ενώ εξίσου σημαντική είναι και η παρουσία της ανώτατης τάξης. Ακόμη παρατηρούμε ότι η Αθήνα και η Θεσσαλονίκη συναγωνίζονται αρκετά έντονα, με κάποια υπεροχή όμως της Αθήνας η οποία παρουσιάζει υψηλότερο συνολικό ποσοστό (61%) καθώς και σαφή υπεροχή όσον αφορά την ΕΘΝΟΚΑΡΤΑ και ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ.

Μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζουν τα στατιστικά στοιχεία που προκύπτουν από την εξέταση των κατόχων καρτών σύμφωνα με το φύλο, την ηλικία και την κοινωνικο-οικονομική τάξη.

ΠΡΟΦΙΛ ΚΑΤΟΧΩΝ ΚΑΡΤΩΝ (%)

ΚΑΡΤΕΣ	ΦΥΛΟ	ΗΛΙΚΙΑ					ΚΟΙΝ/ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΤΑΞΗ			
		ΑΝΔΡ.	ΓΥΝΑΙΚΕΣ	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	ΑΝΩΤ. ΜΕΣΗ	ΚΑΤΩΤΕΡΗ
ΣΥΝΟΛΟ	55	45	5	33	36	21	5	25	68	7
ΕΘΝΟΚΑΡΤΑ	50	50	7	32	34	23	4	27	68	5
ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ	54	46	8	32	35	20	5	18	71	11
ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ/ VISA	63	37	3	30	43	18	6	29	69	2
DINERS	50	50	4	42	25	21	8	29	71	-

ΠΗΓΗ: MRB

Η αποδοχή και χρησιμοποίηση του πλαστικού χρήματος από τους άντρες είναι μεγαλύτερη απ' ότι στις γυναίκες. Επίσης βλέπουμε ότι οι πιο δραστήριες ηλικίες που υιοθετούν γρήγορα τον νέο τρόπο ζωής είναι από 25 έως 54 ετών. Αντίθετα με τις ηλικίες από 15 έως 24 που κυρίως λόγω έλλειψης εισοδήματος στερούνται σημαντικής αγοραστικής δύναμης, καθώς και οι ηλικίες από 55 έως 64 που έχουν πλέον δημιουργήσει και υιοθετήσει ένα συγκεκριμένο στυλ ζωής το οποίο δεν φαίνονται διατεθειμένοι να μεταβάλλουν εύκολα. Παράλληλα βλέπουμε ότι η κοινωνικο-οικονομική τάξη στην οποία ανήκει κάποιος έχει άμεση σχέση με την αποδοχή ή όχι του θεσμού που λέγεται πλαστικό χρήμα. Η κατώτερη τάξη έχει ένα μικρό ποσοστό που ισοδυναμεί με το 7% ενώ κυρίαρχη είναι η μέση τάξη με το 68% του συνόλου, η οποία φαίνεται να πρωτοπορεί στην αποδοχή νέων αντιλήψεων ζωής.

Αναφορικά με τον μέσο όρο καρτών ανά κάτοχο και την προοπτική εξέλιξης που υπάρχει σ' αυτή την αναλογία παρουσιάζουμε ενδεικτικά τα στοιχεία για τα έτη 1987 και 1988.

ΚΑΤΟΧΗ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΚΑΡΤΩΝ

	ΠΑΘΥΣΜΟΣ ΗΛΙΚΙΑΣ 15-64	ΔΙΕΙΣΔΥΣΗ ΠΙΣΤΩΤ.ΚΑΡΤΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΚΑΤΟΧΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΚΑΡΤΩΝ	ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΚΑΤΟΧΗΣ
1987	6.204.000	8 7.1	440.000	477.000	1.1 ΚΑΡΤΕΣ
1988	6.216.000	7.6	472.000	673.000	1.4 ΚΑΡΤΕΣ

ΠΗΓΗ: Τ.Γ.Ι.  
ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ

Προσδιοριστικός για το πως ακριβώς αντιλαμβάνεται ο Έλληνας την έννοια και τις υπηρεσίες του πλαστικού χρήματος, είναι ο τρόπος, το πως και που αυτός την χρησιμοποιεί, θέλοντας να καλύψει κάποιες ανάγκες του. Παραθέτουμε λοιπόν έναν πίνακα με τα ποσοστά χρησιμοποίησης των καρτών στα διάφορα είδη συμβεβλημένων επιχειρήσεων.

ΕΙΔΗ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝ ΚΥΡΙΑ ΤΗΝ ΚΑΘΕ ΚΑΡΤΑ

	ΕΘΝΟΚΑΡΤΑ 44%	ΕΜΠΙΟΦΟΚΑΡΤΑ 78%	ΕΜΠΙΟΦΟΚΑΡΤΑ/VISA 65%	DINERS 24%
ΕΙΔΗ ΡΟΥΧΙΣΜΟΥ/ΠΑΠΟΥΤΣΙΑ	50	46	23	22
ΕΝΟΙΚΙΑΣΕΙΣ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ	-	-	-	-
ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΑ ΕΙΣΙΤΗΡΙΑ	8	9	4	8
ΒΕΝΖΙΝΗ	2	1	-	4
ΧΡΥΣΑΦΙΚΑ/ΚΟΣΜΗΜΑΤΑ/ΔΩΡΑ	9	5	11	4
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ	4	5	7	26
ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ	-	3	-	-
ΤΡΟΦΙΜΑ (S/M)	7	8	5	13
ΕΙΔΗ ΟΙΚΙΑΚΟΥ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ	6	13	9	-
ΗΛΕΚΤΡΙΚΑ ΕΙΔΗ	2	9	5	4
ΨΩΝΙΑ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ	9	1	36	20
ΥΠΟΛΟΙΠΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	2	1	2	-

Είναι ολοφάνερη η πλατιά αντίληψη που θέλει την κάρτα να χρησιμοποιείται κυρίως για αγορές ενδυμάτων, περιορίζοντας ή και αγνοώντας ακόμα τις υπόλοιπες χρήσεις της. Γι' αυτό άλλωστε και η διαφημιστική καμπάνια των διαφόρων εταιρειών για το 1990-91 επικεντρώνεται στην προτροπή του πελάτη για αύξηση των χρήσεων τόσο από απόψεως όγκου συναλλαγής όσο και από απόψεως αύξησης του είδους των επιχειρήσεων στα οποία γίνεται χρήση. Η κάρτα DINERS φαίνεται να έχει κάνει σημαντικά βήματα προς αυτή την κατεύθυνση, καθώς οι κάτοχοι της φαίνεται να γνωρίζουν τις πολλές υπηρεσίες που τους προσφέρει και το ουσιαστικώτερο τις χρησιμοποιούν. Έτσι παρουσιάζει μια αρκετά ομοιογενή κατανομή του τζίρου σε βασικά είδη επιχ/σεως όπως είδη ρουχισμού/υποδήματος (22%) ξενοδοχεία (26%), *super markets* (13%), ψώνια στο εξωτερικό (20%).

## Μακροοικονομικό περιβάλλον της αγοράς

Ένας πολύ σημαντικός παράγοντας απαραίτητος για την κατανόηση του τρόπου δράσης, τις στρατηγικές επιλογές, τους στόχους και τις τακτικές προώθησης των τραπεζών και των διεθνών οργανισμών που εκδίδουν κάρτες στην χώρα μας, είναι το μακροοικονομικό περιβάλλον της αγοράς. Αυτό, σε ένα σημαντικό βαθμό καθορίζει τα όρια, τις παραμέτρους και τις δυνατότητες της αγοράς μέσα στην οποία "κινούνται" τα συστήματα πληρωμών. Το περιβάλλον αυτό επηρεάζεται από τους εξής παράγοντες :

- (α) Η εξέλιξη του ΑΕΠ, η βελτίωση του οποίου ενισχύει την καταναλωτική πίστη, δημιουργεί μεγαλύτερα πραγματικά εισοδήματα και φανερώνει κλίμα οικονομικής ανάπτυξης.
- (β) Η ιδιωτική κατανάλωση στη χώρα μας είναι αρκετά υγιής και εξελίσσεται με ικανοποιητικούς ρυθμούς, πράγμα που δημιουργεί αισιόδοξες προοπτικές για τις κάρτες.
- (γ) Ο τζίρος των καρτών αυξάνει περισσότερο από την ιδιωτική κατανάλωση δηλαδή αυξάνονται τόσο οι χρήσεις των καρτών όσο και τα ποσά των συναλλαγών.
- (δ) Η παρούσα νομισματική πολιτική με τον δραστικό περιορισμό των δανείων καταναλωτικής πίστης και την αποφυγή κυκλοφορίας πληθωριστικού χρήματος περιορίζει την ρευστότητα, γεγονός που ωθεί στην εντονότερη χρησιμοποίηση στις συναλλαγές του πλαστικού χρήματος.
- (ε) Το υπάρχον πολιτικό κλίμα, μετά από μία μεγάλη περίοδο ρευστότητας, δεν έχει αποκτήσει ακόμα την απαραίτητη ηρεμία, με αποτέλεσμα ένα κλίμα ανησυχίας που αποτελεί ανασταλτικό παράγοντα της ενεργούς ζήτησης.
- (στ) Η ραγδαία τεχνολογική ανάπτυξη στο χώρο της πληροφορικής και



των τηλεπικοινωνιών καθώς και η δυνατότητα εύκολης απόκτησής της, επηρεάζουν άμεσα την εξάπλωση των δικτύων των συστημάτων πληρωμών και την ποιοτική αναβάθμισή τους κάνοντάς τα πιο ελκυστικά στον καταναλωτή.

- Η πολύ θετική πορεία που έχουν οι περισσότερες ελληνικές τράπεζες τα τελευταία χρόνια, έχει αυξήσει θεαματικά τους τζίρους τους, τα κέρδη τους και έχει δημιουργήσει αποθεματικά κεφάλαια, που τους δίνουν την δυνατότητα να προγραμματίσουν μια δυναμική πορεία στο χώρο των συστημάτων πληρωμών.

#### Θετικοί - αρνητικοί παράγοντες για μία κάρτα

Οι βασικοί παράγοντες κίνητρα, πάνω στα οποία βασίζονται οι κάρτες ώστε να γίνουν ελκυστικές στον καταναλωτή συνοψίζονται στα εξής :

- (α) Παρέχουν στον κάτοχό τους τη δυνατότητα να πραγματοποιεί τις αγορές σε ένα πλήθος επιχειρήσεων, οποιαδήποτε στιγμή χωρίς αναγκαστικά να έχει τα ποσά που ξοδεύει. Αυτά μπορεί να τα πληρώσει είτε με έντοκες δόσεις είτε να εξοφλήσει τον λογαριασμό του με μετρητά μέσα σε ένα ορισμένο χρονικό διάστημα.
- (β) Οι κάρτες διευκολύνουν και απλοποιούν πολύ τις συναλλαγές οπότε ο καταναλωτής μπορεί να ασχοληθεί απερίσπαστα με τα είδη που σκοπεύει να αγοράσει.
- (γ) Παρέχει την δυνατότητα έξτρα συναλλάγματος στο εξωτερικό, δημιουργώντας αίσθημα άνεσης και ασφάλειας στον κάτοχό της.
- (δ) Η πιστωτική κάρτα έχει γίνει ένας αδιαμφισβήτητος παράγοντας κύρους για τον κάτοχό της, που μπορεί να του ανοίξει αρκετές πόρτες.

Σ' όλα τα παραπάνω όμως αντιδιαστέλλονται κάποιες συνθήκες που μπορούμε να πούμε ότι λειτουργούν σαν αντικίνητρα για

την απόκτηση κάρτας. Έτσι η χρονοβόρα διαδικασία που απαιτείται για την απόκτηση της κάρτας και το αρκετά μεγάλο διάστημα - κάποιες φορές - για την παραλαβή της, δρουν ανασταλτικά στον υποψήφιο πελάτη. Επίσης η κάρτα, σαν άδρατο χρήμα που είναι, κρύβει τον κίνδυνο της αλλόγιστης υπερκατανάλωσης οδηγώντας μας σε άσκοπα έξοδα και στην υπέρβαση των οικονομικών μας δυνατοτήτων, πράγμα που τους φέρνει υπόλογους απέναντι στην τράπεζα η οποία πολύ δύσκολα "χάνει" τα χρήματά της. Τέλος η ανεπαρκής ενημέρωση των καταναλωτών σχετικά με τις χρήσεις, την λειτουργία και τα οφέλη των συστημάτων πληρωμών.

Τα αναφερόμενα αντικίνητρα συνδυάζονται με μια σειρά από αρνητικούς εξωτερικούς παράγοντες, από την επιτυχή αντιμετώπιση των οποίων εξαρτάται το μερίδιο αγοράς που θα μπορέσει να κατακτήσει κάθε μία κάρτα χωριστά. Λέγοντας εξωτερικούς παράγοντες εννοούμε τα προβλήματα που έχει να αντιμετωπίσει κάθε εταιρία και τα οποία δεν προέρχονται από την εσωτερική της διάρθρωση και λειτουργία. Τα εξωτερικά αυτά εμπόδια είναι :

- (α) Η δυσμενής εξέλιξη των οικονομικών μεγεθών της ελληνικής οικονομίας, που τείνει να περιορίσει την ροπή προς κατανάλωση.
- (β) Εισαγωγή νέων σύγχρονων καρτών από τράπεζες και οργανισμούς δημιουργεί ένα πολύ σκληρό ανταγωνιστικό περιβάλλον.
- (γ) Η ανάπτυξη και βελτίωση των παρεχομένων υπηρεσιών από τους ήδη υπάρχοντες ανταγωνιστές.
- (δ) Βελτίωση των πιστωτικών διευκολύνσεων που παρέχουν μεγάλες επιχειρήσεις στους πελάτες τους.
- (ε) Ανάπτυξη από τους ανταγωνιστές σύγχρονων οργανωμένων τμημάτων *Marketing* και Επικοινωνίας με υψηλό *Know How*, για αποτελεσματικότερη προσέγγιση των κοινών στόχων.

Μετά από αυτή τη γενική θεώρηση των διαφόρων παραμέτρων της αγοράς αξίζει να δούμε τα τρία βασικά συμπεράσματα, σχετικά με το πια στάση έχει η αγορά σήμερα και τα οποία προέκυψαν μετά από έρευνα για λογαριασμό της ΕΑΕΔΟ.

- Κατ' αρχάς λοιπόν, διαπιστώθηκε μια θετική αποδοχή, από μέρους των καταναλωτών, του νέου αυτού θεσμού και των διευκολύνσεων που προσφέρει.
- Επίσης υπάρχει υψηλή γνώση της αγοράς σχετικά με την ύπαρξη και τα είδη των καρτών που κυκλοφορούν.
- Τέλος δεν ενοχλεί η ετήσια συνδρομή για τις διεθνείς κάρτες, σε αντίθεση με το κόστος των εσωτερικών καρτών που λαμβάνεται σοβαρά υπόψη.

#### Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα τραπεζών

Σκοπός αυτού του κομματιού είναι ο εντοπισμός των εσωτερικών διαρθρωτικών αδυναμιών των τραπεζών και των οργανισμών που εκδίδουν κάρτες. Από τις οποίες προκύπτουν διάφορα προβλήματα και αδυναμία ικανοποιητικής παρουσίας στην αγορά. Τα αδύνατα σημεία είναι :

- 1) Η πώληση και έκδοση καρτών δεν έχει ενσωματωθεί με τις άλλες τραπεζικές εργασίες.
- 2) Η εικόνα της εκδότριας τράπεζας σαν μεγάλη και σίγουρη αλλά με δημοσιοϋπαλληλική νοοτροπία, γραφειοκρατικές διαδικασίες και ευθυνοφοβία.
- 3) Η ελλιπής παροχή σύγχρονων υπηρεσιών υποστήριξης πωλήσεων έναντι του ανταγωνισμού.
- 4) Υποανάπτυκτο σύστημα επικοινωνίας με τους κατόχους και τις συμβεβλημένες επιχειρήσεις.

- 5) Έλλειψη ενός συστήματος ενθάρρυνσης των κατόχων για αύξηση των χρήσεων και παρότρυνση των συμβεβλημένων επιχειρήσεων για μεγαλύτερους τζίρους.
- 6) Απουσία τμήματος *Marketing* από τις τράπεζες, στελεχωμένο με εξειδικευμένο προσωπικό, ώστε να είναι δυνατή η αξιολόγηση των ευκαιριών της αγοράς, η στοχοθέτηση, η ανάπτυξη στρατηγικών και η υλοποίησή τους καθώς και ο έλεγχος κάθε προϊόντος.
- 7) Έλλειψη κινήτρων προς τα στελέχη και τους υπαλλήλους των υποκ/των, συνδεδεμένα με την αύξηση της παραγωγής καρτών.
- 8) Ανεπαρκείς πληροφορίες από τους υπαλλήλους των υποκαταστημάτων προς τους πελάτες για τις κάρτες που εκδίδει η τράπεζα, τον ανταγωνισμό κλπ.
- 9) Έλλειψη σύγχρονου *management* και οργανωτικά προβλήματα στην διεκπεραίωση / ανάπτυξη των εργασιών.
- 10) Έλλειψη οργανωμένων σύγχρονων και αποτελεσματικών σεμιναρίων, για την επιμόρφωση στελεχών και υπαλλήλων πάνω στο αντικείμενο.
- 11) Στις τράπεζες που ανήκουν στον ευρύτερο δημόσιο τομέα και τις θυγατρικές τους επιχειρήσεις, παρουσιάζεται απουσία συγκεκριμένου στρατηγικού σχεδιασμού, επιλογών και ανυπαρξία ανώτατης διοίκησης που να προέρχεται από το εσωτερικό της επιχείρησης. Γεγονός που τις εξαρτά απόλυτα από την εκάστοτε πολιτική - κυβερνητική επιλογή.

Οι διαρθρωτικές αδυναμίες που αναφέρθηκαν βρίσκονται στο επίκεντρο των προσπαθειών που καταβάλλουν οι τράπεζες για τον εκσυγχρονισμό και την αναβάθμιση των υπηρεσιών τους. Αυτές οι προσπάθειες βελτίωσης στηρίζονται στα ήδη υπάρχοντα "δυνατά" σημεία που έχουν να επιδείξουν οι ελληνικές τράπεζες και τα οποία συνοψίζονται στα εξής :

- 1) Έχουν την δυνατότητα πώλησης/έκδοσης των καρτών από τα κατά τόπους υποκαταστήματά τους που βρίσκονται σκορπισμένα σ' όλη την ελληνική επικράτεια.
- 2) Η διοίκηση και τα στελέχη τους διαθέτουν υψηλό επίπεδο εμπειρίας χειρισμού συστημάτων πληρωμών.
- 3) Η σειρά των καρτών που προσφέρουν καλύπτει σχεδόν όλα τα τμήματα της αγοράς.
- 4) Επικρατεί συμφέρουσα τιμολογιακή πολιτική (τέλη εγγραφής, προμήθειες).
- 5) Έχουν ένα ευρύτατο και πολυπληθέστερο δίκτυο συμβεβλημένων επιχειρήσεων σ' όλο τον ελλαδικό χώρο, που καλύπτει πολύ ικανοποιητικά την εξυπηρέτηση των κατόχων κάρτας.
- 6) Μέσω των διαφόρων άλλων χρηματοοικονομικών εργασιών που επιτελούν έχουν αποκτήσει ένα μεγάλο αριθμό πελατών, στους οποίους έχουν άμεση πρόσβαση ώστε να τους προωθήσουν τις κάρτες που εκδίδουν.
- 7) Απευθύνονται σε μια αγορά που έχει υψηλή γνώση ύπαρξης των καρτών.

### Ευκαιρίες Ελληνικής Αγοράς

Εξετάζοντας προσεκτικά την εικόνα της ελληνικής αγοράς και την μέχρι τώρα πορεία των καρτών μπορούμε να εντοπίσουμε κάποια σημεία τα οποία δημιουργούν κάποιες ευκαιρίες για κερδοφόρα εκμετάλλευση και περαιτέρω εξάπλωση του θεσμού του πλαστικού χρήματος. Αυτές οι ευκαιρίες δυνατότητες παραθέτονται παρακάτω :

1. Το ποσοστό διείσδυσης της κάρτας στο σύνολο του ελληνικού πληθυσμού είναι μικρό, συγκρινόμενο με τις ευρωπαϊκές χώρες.
2. Αναπτύσσεται η τάση κατοχής και δευτέρας κάρτας.

3. Ο μεγάλος αριθμός στελεχών-υπαλλήλων-συνταξιούχων της ίδιας της τράπεζας και των θυγατρικών επιχ/σεων και πελάτες αποταμιευτές.
4. Η διαμόρφωση των οικονομικών μεγεθών της ελληνικής οικονομίας σε συνδυασμό με τον τρόπο ζωής του νεοέλληνα, δημιουργεί πρόβλημα ρευστότητας.
5. Η ευρωπαϊκή ένωση δημιουργεί ανάγκη για περισσότερες διακινήσεις στελεχών επιχ/σεων και μη και διαμορφώνει τον τρόπο ζωής του Έλληνα.
6. Η ανάπτυξη των ελληνικών μονάδων λιανικού εμπορίου σε μέγεθος, οργάνωση και χρήση υψηλής τεχνολογίας.
7. Η ανάπτυξη αποδοχής και προώθησης των καρτών από τις επιχειρήσεις.
8. Η χαμηλή συμμετοχή της κατανάλωσης με κάρτα, σε σχέση με την συνολική κατανάλωση των κατόχων.
9. Η μέση αξία συναλλαγών των κατόχων καρτών είναι χαμηλή σε σύγκριση με τις ευρωπαϊκές χώρες.
10. Η ανάπτυξη του θεσμού ταχυδρομικών πωλήσεων.
11. Η μέση χρήση των καρτών είναι χαμηλή.
12. Η χρήση κάρτας στο εξωτερικό είναι σε χαμηλά επίπεδα και ταυτίζεται, σε πολύ μεγάλο βαθμό με κάποιες συγκεκριμένες κάρτες (π.χ. DINERS).
13. Υψηλό ποσοστό πελατών εμπορικών κέντρων στην Αττική είναι κάτοχος κάρτας.
14. Υπάρχει ανεκμετάλλευτο περιθώριο ανάπτυξης των δεξαμενών των πελατών, των απλών αποταμιευτών καθώς και των προθεσμιακών.

## Κάρτες & Λιανεμπόριο

Παρόλο που αρχικά υπήρχαν αμφιβολίες σχετικά με την στάση των λιανέμπορων απέναντι στις πιστωτικές κάρτες και για το κατά πόσο ήταν έτοιμοι να τις δεχτούν, τώρα δεν υπάρχει καμία αμφιβολία για την ευρύτατη αποδοχή τους. Από τα πιο μικρά έως και τα πιο μεγάλα πολυκαταστήματα με ετήσιο τζίρο δισεκατομμυρίων δραχμών, είναι συμβεβλημένα με τις περισσότερες εγχώριες και διεθνείς κάρτες. Υπήρξαν βέβαια στην αρχή κάποια προβλήματα και αντιδράσεις των εμπόρων, οι οποίες σχετίζονταν κυρίως με το ποσοστό προμήθειας που παρακρατάει η τράπεζα. Η δυσκολία αυτή τελικά ξεπεράστηκε καθώς φάνηκε ότι οι επιχειρήσεις είχαν να κερδίσουν περισσότερα παρά να χάσουν καθώς οι τράπεζες πρόσφεραν εξασφαλισμένη πληρωμή του αντιτίμου των αγορών, αυξάνεται ο τζίρος των καταστημάτων και βελτιώνεται η ταμειακή τους ρευστότητα. Μακροπρόθεσμα όμως η σημαντικότερη θετική επίδραση είναι η ευκαιρία που δίνεται στους λιανέμπορους να αυξήσουν σημαντικά τους τζίρους τους πάνω από τα συνηθισμένα όριά τους. Έχοντας ο έμπορος συμβληθεί με κάποιες κάρτες δημιουργεί το κατάλληλο κλίμα για αύξηση της αγοραστικής τάσης των πελατών του που πλέον θα αγοράσουν κάτι το οποίο δεν είναι σίγουροι ότι θέλουν ή μπορεί να αγοράσουν κάτι αρκετά ακριβότερο που δεν θα αγοράζουν σε διαφορετική περίπτωση. Επίσης υπάρχει η πιθανότητα ο καταναλωτής να προτιμήσει να κάνει τις αγορές του από κάποιο μαγαζί που δέχεται κάρτες παρά από κάποιο που δεν δέχεται, εκτιμώντας τη δυνατότητα που του παρέχεται για άτοκη εξόφληση των χρημάτων μέσα στο προκαθορισμένο χρονικό διάστημα.

Οι λιανέμποροι που συμβάλλονται με κάποια ή κάποιες κάρτες αποδέχονται την παρακράτηση εκ μέρους της τράπεζας κάποιας εμπορικής προμήθειας. Η προμήθεια αυτή εξαρτάται από διάφορους

παράγοντες και συνήθως κυμαίνεται από 1 έως και 7 τοις εκατό επάνω στο ποσό της αγοράς. Η προμήθεια είναι υψηλότερη για τις T & E κάρτες. Το ποσοστό αυτό αυξάνεται όπου υπάρχει φόβος για δόλια χρησιμοποίηση της κάρτας, εκεί όπου τα περιθώρια κέρδους των λιανεμπόρων είναι μεγαλύτερα ή όταν το ποσό του τζίρου που φέρνει το κατάστημα είναι κάτω από κάποιο προκαθορισμένο όριο. Ακόμη οι δυνάμεις της αγοράς παίζουν καθοριστικό ρόλο. Οι μεγάλες λιανεμπορικές επιχειρήσεις μπορούν συνήθως να διαπραγματεύονται μια χαμηλότερη προμήθεια από τα μικρότερα καταστήματα. Μάλιστα υπάρχουν ειδικοί τομείς με μεγάλη στρατηγική σημασία όπως το λιανεμπόριο καυσίμων και οι σιδηροδρομικές μεταφορές, όπου οι τράπεζες και οι εκδοτικοί οργανισμοί αποδέχονται πολύ χαμηλότερα ποσοστά από τα συνηθισμένα. Γενικά η εμπορική προμήθεια ακολουθεί μια σταθερά ελλοτούμενη πορεία λόγω του έντονου ανταγωνισμού που επικρατεί στο χώρο του πλαστικού χρήματος.

Ένα σημαντικό ζήτημα που προκύπτει είναι η επίδραση των πιστωτικών καρτών επάνω στις λιανικές τιμές πώλησης των διαφόρων ειδών. Για χρόνια υπάρχει μια διχογνωμία σχετικά με το αν οι κάρτες αυξάνουν τις τιμές των αγαθών και υπηρεσιών. Οι διάφορες θεωρίες όμως βασίζονται περισσότερο επάνω σε υποθέσεις και γνώμες παρά πάνω σε συγκεκριμένα στοιχεία. Για μερικούς το γεγονός ότι οι λιανέμποροι πληρώνουν εμπορική προμήθεια αρκεί για να τους πείσει ότι ανεβάζουν τις τιμές. Άλλοι παραθέτοντας κάποια νούμερα, που έχουν παρέλθει από υπεραισιόδοξες υποθέσεις αύξησης του τζίρου των καταστημάτων, υποστηρίζουν ότι στην πραγματικότητα οι κάρτες συμβάλλουν στην μείωση των τιμών.

Αναμφίβολα οι πιστωτικές κάρτες μειώνουν κάποια από τα



κόστη των λιανεμπόρων, όπως η προμήθεια που δίνουν στην τράπεζα όταν δέχονται να πληρωθούν με επιταγή από τον πελάτη, όπως επίσης αποφεύγονται οι μικρο-υπεξαιρέσεις που γίνονται από το προωπικό όταν διαχειρίζεται μετρητά. Επίσης υπάρχουν κάποια στοιχεία που αποδεικνύουν ότι είναι οικονομικότερο για τα καταστήματα να δέχονται πιστωτικές κάρτες από το να διατηρούν ένα δικό τους εσωτερικό σύστημα πίστωσης πελατών. Παρ' όλα αυτά κάθε πιστωτικό σύστημα είναι πρωτίστως σχεδιασμένο να αυξάνει τον τζίρο και η εμπορική προμήθεια μπορεί να αξιολογηθεί πραγματικά μόνο σε σχέση με την αύξηση του τζίρου ή παρουσιάζοντας την μείωση του τζίρου ομοειδών ανταγωνιστικών επιχειρήσεων που δέχονται κάρτες. Δυστυχώς όμως αυτό είναι ένα θέμα για το οποίο υπάρχουν ελάχιστα στοιχεία.

Μια μελέτη η οποία προσπάθησε να μετρήσει την επίδραση των πιστωτικών καρτών στις λιανικές τιμές πώλησης πραγματοποιήθηκε στη Μ. Βρετανία, συγκρίνοντας τις τιμές συγκεκριμένων αγαθών σε καταστήματα συμβεβλημένα με κάρτες, με τις τιμές που είχαν τα ίδια ακριβώς αγαθά σε επιχειρήσεις μη συμβεβλημένες. Επιλέχθηκε ένας αριθμός λιανικών επιχειρήσεων και αγαθά με τιμές από μερικές μόνο πένες μέχρι και μερικές εκατοντάδες λίρες. Η σύγκριση έγινε σε πολλά διαφορετικά είδη λιανεμπόρων.

Διαπιστώθηκε σημαντική διαφορά τιμών ανάμεσα στις τιμές δύο διαφορετικών καταστημάτων. Ακόμη και στα πιο ανταγωνιστικά είδη, βρέθηκαν διαφορές που κυμαίνονταν σε ένα πολύ μεγάλο εύρος από 10% έως και 57% διαφορά. Η έρευνα λοιπόν έδειξε ότι και άλλοι παράγοντες εκτός από την εμπορική προμήθεια επενεργούν κατά τον καθορισμό των τιμών. Τα σημαντικότερα συμπεράσματα της μελέτης είναι τα εξής :

- Σε ομοειδή αγαθά μικρής αξίας, οι λιανέμποροι που χρη-

σιμοποιούν χαμηλές τιμές δεν χρειάζεται να αποδέχονται πιστωτικές κάρτες, για να προσελκύσουν πελάτες, καθώς μπορούν να πετύχουν ικανοποιητικό επίπεδο πωλήσεων συναλλασσόμενοι μόνο με μετρητά. Σε αντίθεση στα αγαθά υψηλής αξίας η δυνατότητα πληρωμής με κάρτα προσελκύει πραγματικά μεγαλύτερο αριθμό πελατών πράγμα που αντισταθμίζει την εμπορική προμήθεια που καταβάλλει η επιχείρηση.

- Το μεγάλο εύρος των τιμών που παρατηρήθηκε κατά την διάρκεια της μελέτης είναι ένα μέτρο για τις διαφορετικές φιλοσοφίες λιανεμπορίου που υπάρχουν μέσα στην αγορά. Είναι αρκετά ξεκάθαρο ότι η τιμή με καμία έννοια δεν είναι το μοναδικό κριτήριο που χρησιμοποιεί ο πελάτης όταν κάνει τις αγορές του. Στους πελάτες προσφέρεται από τον έμπορο ένα πακέτο τιμής και ποιότητα υπηρεσιών. Τώρα το πακέτο αυτό μπορεί να περιέχει το γόητρο της τοποθεσίας του μαγαζιού, το κύρος της φίρμας, το υψηλό επίπεδο εξυπηρέτησης, την μεγάλη ποικιλία προσφερομένων αγαθών, την παροχή πίστωσης, χαμηλές τιμές κλπ. Μπορούμε λοιπόν να πούμε ότι η δυνατότητα ή μη χρησιμοποίησης πιστωτικών καρτών έχει από λίγη έως καμία επίδραση στο επίπεδο τιμών. Αυτή η μικρή επίδραση που μπορεί να έχει η κάρτα "πνίγεται" χάνεται από την επίδραση των άλλων στοιχείων του πακέτου υπηρεσιών που παρέχει το κατάστημα.

Μια διαφορετική προσέγγιση που έφτασε και σε διαφορετικό συμπέρασμα, πραγματοποιήθηκε από το *Federal Reserve System* στις ΗΠΑ. Η μελέτη αυτή δεν βρήκε κάποια σχέση ανάμεσα στις πιστωτικές κάρτες και την αύξηση των πωλήσεων στις λιανεμπορικές επιχειρήσεις. Κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι οι πωλήσεις που γίνονται με πιστωτικές κάρτες, κοστίζουν στους εμπόρους περισσότερο απ' ό,τι άλλοι τρόποι συναλλαγών, περίπου 2-3% περισσότερο επί

του ποσού της συναλλαγής. Έτσι οι συναλλαγές με πιστωτικές κάρτες τείνουν να ανεβάζουν τις λιανικές τιμές κατά ένα ποσοστό μικρότερο του 1%, αντνακλώντας το μικρό μερίδιο των συναλλαγών με κάρτες. Αυτή η μελέτη έχει δεχθεί αρκετές επικρίσεις, οπότε το όλο θέμα παραμένει ανοικτό.

Ένα ζήτημα που έχει αρχίσει να απασχολεί τον εμπορικό κυρίως κόσμο είναι η επαναδιαπραγμάτευση και ο καθορισμός εκ νέου των ποσοστών που παρακρατούνται από τις τράπεζες και τα ιδρύματα ως προμήθεια. Όπως υποστηρίζει ο Εμπορικός Σύλλογος Αθηνών (ΕΣΑ) η ευρύτατη διάδοση του πλαστικού χρήματος έχει σαν αποτέλεσμα το 25% ή και το 30% του ετήσιου ιζήρου των καταστημάτων γίνεται με πλαστικό χρήμα. Ποσοστό που είναι ιδιαίτερα υψηλό και κάνει αναγκαία την επανεξέταση των όρων χρήσεως των καρτών, που θα πρέπει να τεθούν σε νέα βάση. Τα έξοδα άλλωστε των καταστημάτων έχουν φθάσει σε πολύ υψηλά επίπεδα ώστε και η μικρότερη επιπλέον επιβάρυνση αποκτάει ιδιαίτερη σημασία. Οπότε η εμπορική προμήθεια που καταβάλλεται αποτελεί ένα επιπλέον έξοδο που ο καταστηματάρχης στερείται από τον ετήσιο ιζήρο του. Έτσι οι έμποροι ζητούν την δραστική μείωση των ποσοστών αυτών, την μείωσή τους κατά την περίοδο των εκπτώσεων, καθώς και την ταχύτερη αποπληρωμή των αγορών που γίνονται με κάρτες. Οι προτάσεις αυτές βρίσκονται στο στάδιο των διαπραγματεύσεων.

## ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

Οι Εμπορικές τράπεζες καθώς και λοιποί οικονομικοί οργανισμοί και ιδρύματα στην Ελλάδα μπορούν να εκδίδουν και να διακινούν πιστωτικές κάρτες με τις εξής προϋποθέσεις και όρους.

- α. Το ανώτατο όριο πίστωσης που παρέχεται σε ιδιώτες μέσω των τραπεζικών πιστωτικών καρτών είναι από τον Απρίλιο του 1989 150.000 δρχ. κατά κάρτα για το εσωτερικό της χώρας.
- β. Επιτρέπεται η χρήση ποσού 300 USD καθ' υπέρβαση του ετησίου τουριστικού συναλλάγματος από τους Έλληνες κατόχους διεθνούς πιστωτικής κάρτας που ταξιδεύουν στο εξωτερικό.
- γ. Ανώτατο συνολικό όριο χορήγησης πιστώσεων μέσω χρήσης πιστωτικών καρτών για κάθε εκδότρια τράπεζα, ανάλογα με τον κύκλο εργασιών της.
- δ. Δυνατότητα καταβολής από τις τράπεζες στους κατόχους πιστωτικών καρτών μετρητών μέχρι 20.000 δρχ. το μήνα που θα συνημολογίζεται στο συνολικό τους πιστωτικό όριο.
- ε. Το συνολικό ποσό του συναλλάγματος που μπορεί να χρησιμοποιηθεί από τα μέλη των οργανισμών στο εξωτερικό, δεν μπορεί να υπερβαίνει το 40% του συναλλάγματος που εισήγαγε κάθε οργανισμός στη χώρα, κατά τον ίδιο χρόνο, για την κάλυψη δαπανών σε δραχμές στην Ελλάδα αλλοδαπών κατόχων αντίστοιχων καρτών εξωτερικού.
- στ. Σύμφωνα με απόφαση της Τράπεζας της Ελλάδος επιτρέπεται η προσωρινή υπέρβαση του ανωτάτου πιστωτικού ορίου των 150.000 δρχ. εφόσον η υπέρβαση αυτή εξοφλείται το αργότερο εντός μηνός από την έκδοση του μηνιαίου λογαριασμού. Το ύψος της υπέρβασης καθορίζεται από την τράπεζα ανάλογα με την πιστοληπτική ικανότητα του κατόχου. Σε περίπτωση που η παραπάνω

υπέρβαση του κατ' άτομο πιστωτικού ορίου διατηρείται και πέραν των 30 ημερών από την έκδοση του λογαριασμού, το ποσό θα εντοκίζεται με επιτόκιο υπερημερίου όχι κατώτερο του 25% το χρόνο, ενώ σε περιπτώσεις κατ' εξακολούθηση σημαντικών υπερβάσεων θα πρέπει η τράπεζα να μεριμνά για την οριστική αφαίρεση της πιστωτικής κάρτας.

η. Οι πιστώσεις θα πρέπει να εξοφλούνται μέσα σε 25 ημέρες από την έκδοση του μηνιαίου λογαριασμού του κατόχου χωρίς επιβάρυνση. Σε περίπτωση εξόφλησης πέρα της προθεσμίας αυτής οι καταβαλλόμενες δόσεις δεν μπορεί να είναι κατώτερες του 10% του εκάστοτε οφειλόμενου υπολοίπου με ελάχιστο ποσό καταβολής 500 δρχ. Το ισχύον επιτόκιο είναι αυτό που ισχύει κάθε φορά σύμφωνα με τις γενικές αποφάσεις.

Περισσότερα για το θεσμικό πλαίσιο καθώς και μεταβολές και τροποποιήσεις παρατίθενται στο παράρτημα της εργασίας.

## ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΚΑΡΤΩΝ

Η διαφήμιση είναι το σύγχρονο όπλο που έχει στην διάθεσή της κάθε επιχείρηση για την ορθή προβολή και προώθηση των προϊόντων της. Η σημασία της γίνεται ακόμα μεγαλύτερη για τις επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών και χρηματοοικονομικών εργασιών. Και αυτό γιατί δεν υπάρχει έντονη ειδικοποιός διαφορά μεταξύ των παρεχομένων υπηρεσιών, οπότε σ' αυτό το σημείο καλείται η διαφήμιση να διαφοροποιήσει το ένα προϊόν από κάποιο ή κάποια άλλα ομοειδή του.

Έτσι και στην περίπτωση των πιστωτικών /χρεωστικών καρτών και των επιχειρήσεων που τις εκδίδουν δηλαδή τις τράπεζες ή τους διεθνείς οργανισμούς η διαφήμιση κατέχει πρωτεύοντα ρόλο στην προσπάθειά τους για επικοινωνία με τον πελάτη, κτίσιμο του κατάλληλου *image* στην καταναλωτική συνείδηση και τελικά απόκτηση αλλά και διατήρηση ενός ικανοποιητικού μεριδίου αγοράς.

Τα βασικά διαφημιστικά μέσα που χρησιμοποιούνται είναι η τηλεόραση, τα περιοδικά, *news* και το ραδιόφωνο. Το ύφος και οι στόχοι μιας ή περισσότερων διαφημιστικών καταχωρήσεων σ' ένα ή περισσότερα από τα μετρούμενα διαφημιστικά μέσα, είναι εναρμονισμένα με τις εκάστοτε στρατηγικές επιλογές της επιχείρησης. Οπότε με βάση την καμπύλη του κύκλου εργασιών της επιχείρησης και τα θετικά και αρνητικά σημεία της, στόχος της διαφήμισης μπορεί να είναι η αύξηση των κατόχων, η αύξηση των χρήσεων, η ποιοτική αναβάθμιση της κάρτας, η προσέγγιση ενός συγκεκριμένου αγοραστικού κοινού, κ.λ.π.

Εκτός όμως από τους ειδικούς στόχους κάθε διαφημιστικής

καμπάνιας, υπάρχουν και κάποιες γενικότερες επιδιώξεις που αποτελούν τους στόχους των διαφημιστικών μέσων. Αυτοί οι στόχοι είναι :

- Η εξασφάλιση ικανοποιητικού μεριδίου διαφημιστικής φωνής
- Η μετάδοση του μηνύματος ή των μηνυμάτων θα πρέπει να γίνεται με ικανοποιητική συχνότητα, σε επίπεδο που η μέση συχνότητα να δημιουργήσει προϋποθέσεις ανοίγματος της αγοράς ώστε να αυξηθούν οι χρήσεις / εκδόσεις της κάρτας.

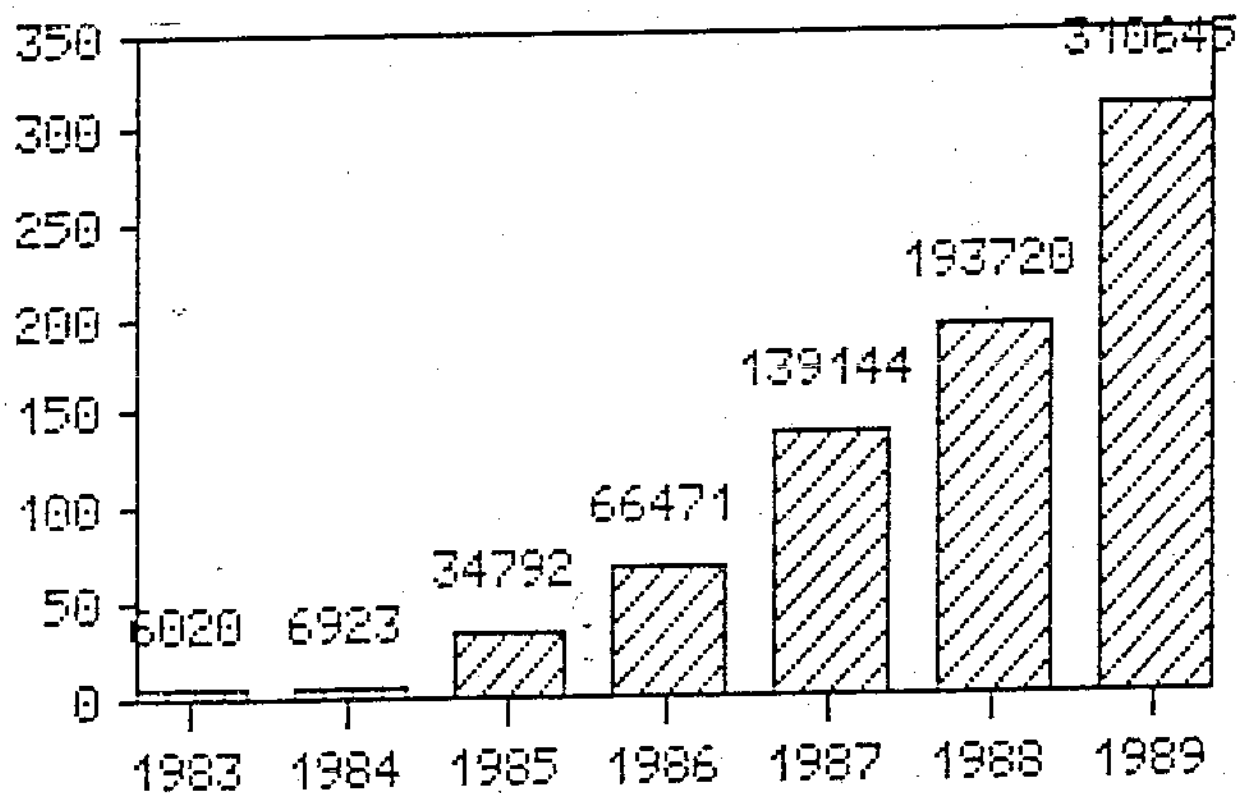
Αυτοί οι δύο στόχοι μπορούμε να πούμε ότι αναφέρονται στην ποσοτική επάρκεια των μηνυμάτων στα διαφημιστικά μέσα.

- Υψηλή κάλυψη του κοινού στόχου, σε επίπεδο που να τείνει προς το 90% για να ανανεωθεί ο υψηλός βαθμός γνωριμίας με την κάρτα.
- Η διαφημιστική καμπάνια πρέπει να πραγματοποιηθεί από πλευράς εποχικότητας σε μία περίοδο που προηγείται της καταναλωτικής αιχμής.
- Προβολή στην αγορά στόχο του *image*, με διαφημιστική καμπάνια που να διαφοροποιεί δυναμικά την κάρτα από τις άλλες.

#### Διαφημιστική δαπάνη καρτών

Η συνολική διαφημιστική δαπάνη για τις πιστωτικές / χρεωστικές κάρτες παρουσιάζει μια πολύ μεγάλη αύξηση τα τελευταία χρόνια, γεγονός που δείχνει την ιδιαίτερη βαρύτητα που αποδίδεται στην αύξηση των εκδόσεων και του τζίρου των καρτών. Συγκεκριμένα τα έξοδα για διαφήμιση των καρτών το 1989 είναι πενήντα μία φορές μεγαλύτερα από το 1983. Τα συνολικά ποσά που ξοδεύτηκαν από όλες τις κάρτες για διαφήμιση στο διάστημα από το 1983 έως το 1989 παρουσιάζονται στο παρακάτω διάγραμμα 2.

ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΚΑΡΤΕΣ / ΔΙΑΦ. ΔΑΠΑΝΗ 83-89  
( ΣΕ '000 ΔΡΧ. )





Διαφημιστική δαπάνη ανά κάρτα

Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζονται τα έξοδα διαφήμισης για κάθε μία χωριστά από όλες τις κάρτες που προσφέρονται στην ελληνική αγορά και για το διάστημα από το 1983 μέχρι το 1989.

ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΗΣΤΙΚΗ ΔΑΠΑΝΗ ΑΝΑ ΚΑΡΤΑ ΣΕ '000 ΔΡΧ.

ΜΑΡΚΕΣ	ΕΤΗ	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
ΕΘΝΟΚΑΡΤΑ		0	0	0	17993	10609	194	13315
EUROCARD		2426	224	0	4921	10584	10632	14049
MASTERCARD		0	0	0	-	59074	46643	63177
ΚΑΡΤΕΣ ΕΒΝ. ΤΡΑΠΕΖΑΣ		-	-	-	-	-	3834	-
DINERS		3245	6166	9441	17028	13872	24705	54762
MOTOCARD		-	-	-	335	116	-	-
CASHCARD		0	0	0	-	2214	-	-
ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ/VISA		0	0	0	117	25629	8988	4244
CITICARD		0	0	0	-	2691	2405	2350
ΙΟΝΟΚΑΡΤΑ		0	0	0	10158	10158	-	-
ΧΡΥΣΗ ΚΑΡΤΑ		-	-	-	-	-	-	-
ΙΟΝΟΚΑΡΤΑ/VISA		-	-	-	-	-	53042	30382
AMERICAN EXPRESS		-	-	-	-	-	20723	9966
SOL CLUB INTERNAT.		-	-	-	-	-	153	459
CASHCARD/VISA		-	-	-	-	-	16549	85560
CITIBANK/VISA		-	-	-	-	-	1399	25585
BUISINESS CARD		-	-	-	-	-	4550	4256
BP FUEL CARD		-	-	-	-	-	-	2540
VISA		153	533	25351	25194	4198	-	-
ΣΥΝΟΛΟ		5824	6923	34792	66471	139144	193720	310645

Παρατηρούμε ότι :

- Το 1983 στα μετρούμενα μέσα διαφημίστηκαν μόνο τέσσερις κάρτες, αλλά το 1989 ο αριθμός τους αυξήθηκε σε δεκατρείς.
- Από το 1986 και μετά η αγορά των πιστωτικών καρτών ανοίγει και αρχίζει έντονος ανταγωνισμός. Ο αριθμός των καρτών που εκδίδονται αυξάνει ραγδαία και αρχίζει πολυδάπανη διαφημιστική προβολή.
- Η ΕΑΕΔΟ ακολουθεί μια έντονη πολιτική προώθησης των MASTERCARD και EUROCARD. Αυτή έχει σαν αποτέλεσμα την αύξηση των δαπανών από το 1983 στο 1989 κατά 600% για την EUROCARD και για την MASTERCARD κατά 7% από το 1987 που πρωτοεκδίδεται στο 1989.
- Βλέπουμε ότι οι CASHCARD VISA, η MASTERCARD και η DINERS CLUB δίνουν τα μεγαλύτερα ποσά για προβολή και προώθηση.
- Τα τελευταία τρία χρόνια παρουσιάζονται πολλές νέες χρεωστικές και πιστωτικές κάρτες στην ελληνική αγορά.
- Σε όλο αυτό το διάστημα (1983-1989) η MASTERCARD έχει υποστηριχθεί με την πιο πολυδάπανη διαφημιστική καμπάνια.

#### Μερίδιο Διαφημιστικής Φωνής

Στο μέρος αυτό θα αναφέρουμε τα στατιστικά στοιχεία σχετικά με το μερίδιο των διαφόρων καρτών στα διαφημιστικά μέσα.

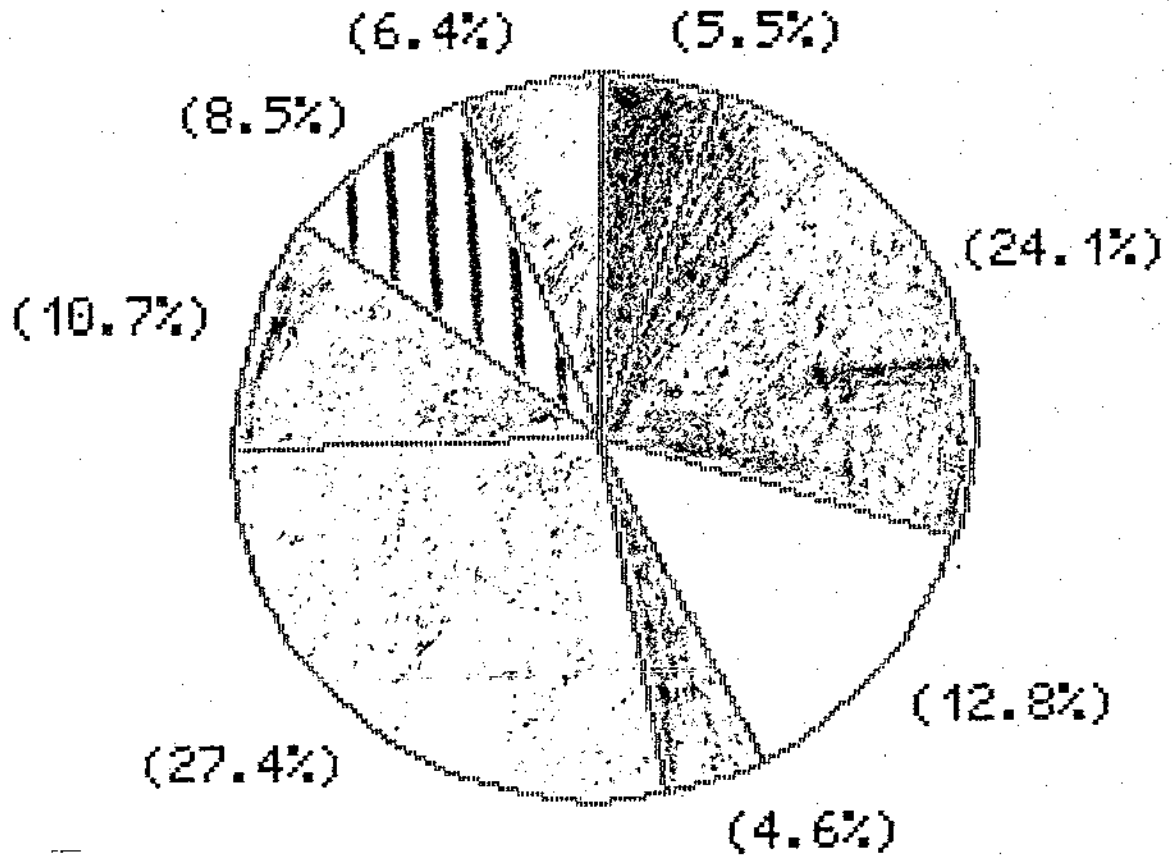
ΜΕΡΙΔΙΟ ΔΙΑΦΗΜΗΣΤΙΚΗΣ ΦΩΝΗΣ ΑΝΑ ΚΑΡΤΑ (%) 1986-1989


ΜΑΡΚΕΣ	ETH	1986	1987	1988	1989
ΕΘΝΟΚΑΡΤΑ		27.1	7.6	0.1	4.3
EUROCARD		7.4	7.6	5.5	4.5
MASTERCARD		-	42.5	24.1	20.3
ΚΑΡΤΕΣ ΕΘΝ. ΤΡΑΠΕΖΑΣ		-	-	2.0	-
DINERS		26.8	10.0	12.8	17.6
MOTOCARD		0.5	0.1	-	-
CASHCARD		-	1.6	-	-
ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ/VISA		0.2	18.4	4.6	1.4
CITICARD		-	1.9	1.2	0.8
ΙΟΝΟΚΑΡΤΑ		-	7.3	-	-
ΧΕΥΣΗ ΚΑΡΤΑ		0.1	-	-	-
ΙΟΝΟΚΑΡΤΑ/VISA		-	-	27.4	9.8
AMERICAN EXPRESS		-	-	10.7	3.2
SOL CLUB INTERNAT.		-	-	0.1	0.1
CASHCARD/VISA		-	-	8.5	27.5
CITIBANK/VISA		-	-	0.7	8.3
BUSINESS CARD		-	-	2.3	1.4
BP FUEL CARD		-	-	-	0.8
VISA		37.9	3.0	-	-
ΣΥΝΟΛΟ		100	100	100	100


- Βλέπουμε ότι η MASTERCARD τα τρία τελευταία χρόνια κατέχει μερικά από τα υψηλότερα ποσοστά διαφημιστικής φωνής. Γεγονός που δικαιολογείται και από τις ιδιαίτερα μεγάλες διαφημιστικές δαπάνες που πραγματοποιεί σ' αυτόν τον τομέα, όπως ήδη έχει αναφερθεί.
- Το 1989 κυριαρχεί η IONOKAPTA VISA, ξεκινώντας την εκστρατεία της πριν τους ανταγωνιστές της.
- Οι πολύ υψηλές διαφημιστικές δαπάνες της CASHCARD VISA για το 1989 όπως έχουν ήδη αναφερθεί τις δίνουν το προβάδισμα στο μερίδιο διαφημιστικής φωνής για το 1989 με 27,5%.
- Η κάρτα DINERS που παρουσιάζει ως το 1986 μια κυρίαρχη θέση, το 1987 έχει μια πτωτική τάση κυρίως λόγω του έντονου ανταγωνισμού.

Λόγω του ιδιαίτερα ανταγωνιστικού περιβάλλοντος που εμφανίζεται τα χρόνια 1988 και 1989, θεωρούμε χρήσιμο να παρουσιάσουμε σε ξεχωριστά διαγράμματα, τα επιμέρους στοιχεία για τις διάφορες κάρτες αυτά τα δύο χρόνια.

ΠΙΣΤ. ΚΑΡΤΕΣ / ΜΕΡΙΔΙΟ ΔΙΑΦ. ΦΟΝΗΣ '99



 MASTERCARD

 DINERS

 ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ/VISA

 ΙΟΝΟΚΑΡΤΑ/VISA

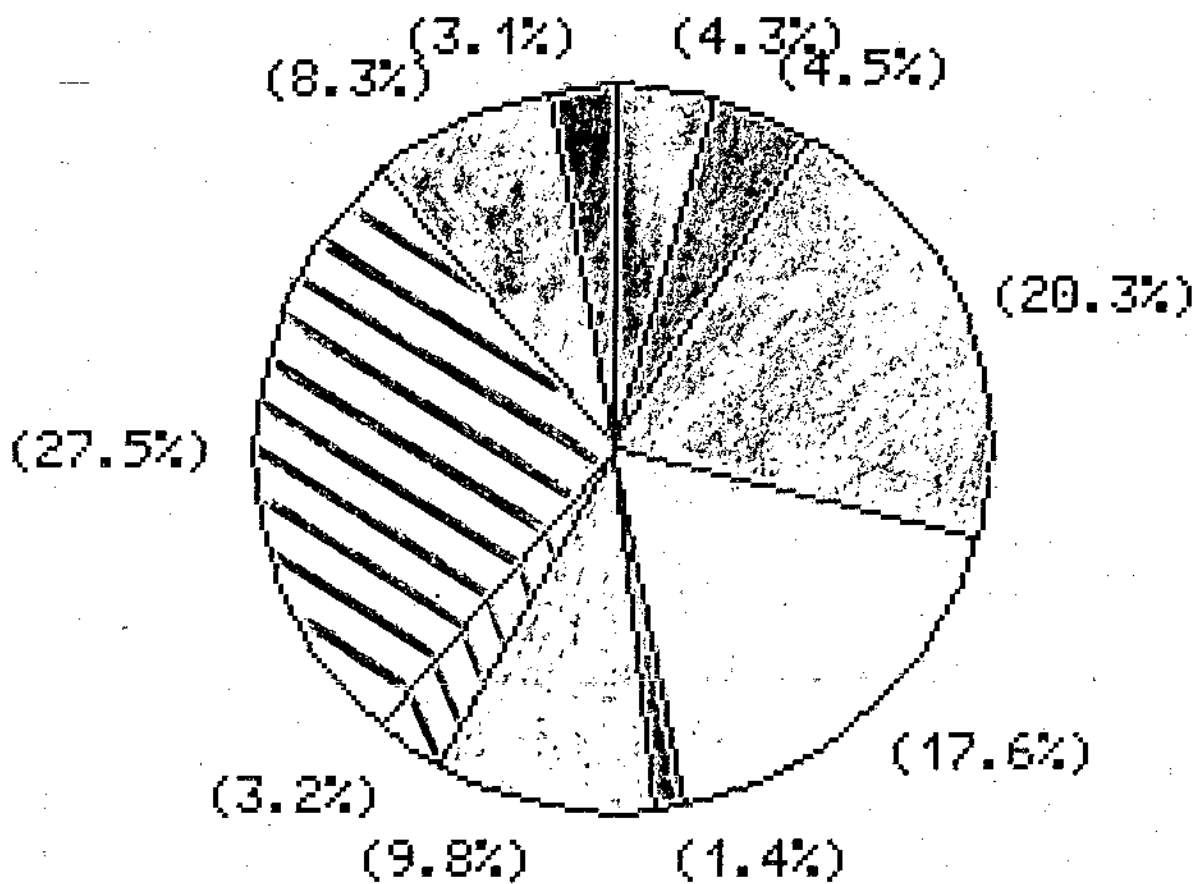
 AMERICAN EXPRESS






 CASHCARD/VISA






 EUROCARD

 ΥΠΟΛΟΙΠΕΣ

ΠΙΣΤ. ΚΑΡΤΕΣ / ΜΕΡΙΔΙΟ ΔΙΑΦ. ΦΟΝΗΣ '89



-  MASTERCARD
-  DINERS
-  ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ/VISA
-  ΙΟΝΟΚΑΡΤΑ/VISA
-  ΕΓΝΟΚΑΡΤΑ

-  AMERICAN EXPRESS
-  CASHCARD/VISA
-  EUROCARD
-  ΥΠΟΛΟΙΠΕΣ
-  CITIBANK/VISA

## Κατανομή διαφημιστικών δαπανών ανά μέσο

Η διαφημιστική καμπάνια που επιλέγει η εκδότρια επιχειρήση κάθε κάρτας υλοποιείται μέσα από την τηλεόραση, τα περιοδικά, *news* και το ραδιόφωνο. Το ποσοστό με το οποίο συμμετέχει καθένα από αυτά τα μέσα στην όλη προσπάθεια ποικίλει ανάλογα με τους ιδιαίτερους στόχους που έχουν τεθεί, την χρονική περίοδο που πραγματοποιείται, αλλά και την θεωρητική πρόσβαση που έχει το κάθε μέσο στον κοινό στόχο.

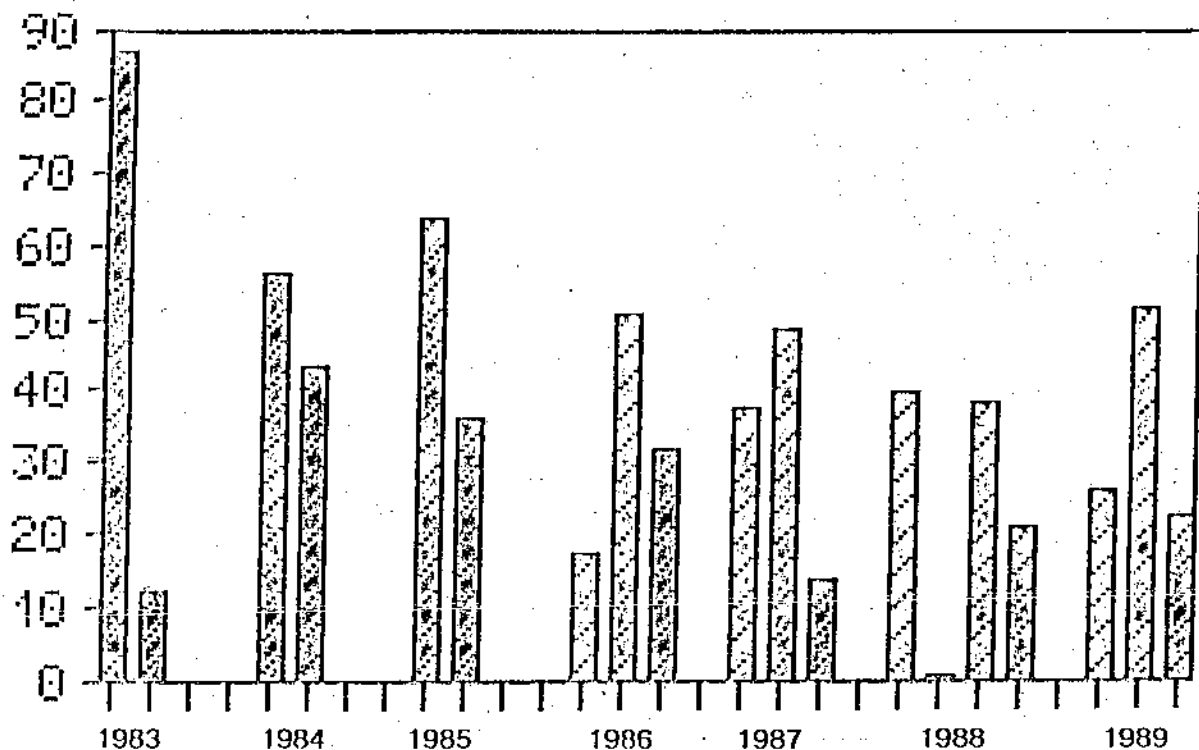
Παραθέτουμε λοιπόν τα συγκριτικά στοιχεία για κάθε μέσο, για την χρονική περίοδο από το 1983 μέχρι και το 1989.

	<u>Προτίμηση διαφημιστικών μέσων % (1983-1989)</u>						
	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ	-	-	-	17,4	37,8	39,6	25,9
ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ	-	-	-	-	-	0,3	-
ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	87,3	56,6	63,9	50,8	48,7	38,8	51,8
ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ	12,7	43,4	36,1	31,8	13,5	21,3	22,3
ΣΥΝΟΛΟ	100	100	100	100	100	100	100

Ακολουθεί διαγραμματική απεικόνιση των παραπάνω στοιχείων ώστε να είναι πληρέστερη η εικόνα και ευκολότερη η εξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων.

- Από τα παραπάνω στατιστικά στοιχεία είναι έκδηλη η μονοπωλιακή κυριαρχία των περιοδικών, σαν το πιο αποτελεσματικό μέσο για την διαφήμιση πιστωτικών καρτών.
- Επίσης παρατηρούμε την απουσία του ραδιοφώνου και της τηλεόρασης στην περίοδο 1983-1985. Η τηλεόραση ως διαφημιστικό μέσο καρτών κάνει την εμφάνισή της το 1986 αποσπώντας μάλιστα αρκετά υψηλά ποσοστά. Αντίθετα το ραδιόφωνο εμφανίζεται

ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΔΑΠΑΝΗ ΑΝΑ ΜΕΣΟ ( % )  
ΓΙΑ ΠΙΣΤΟΤΙΚΕΣ ΚΑΡΤΕΣ



- ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
- ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ
- ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ
- ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ



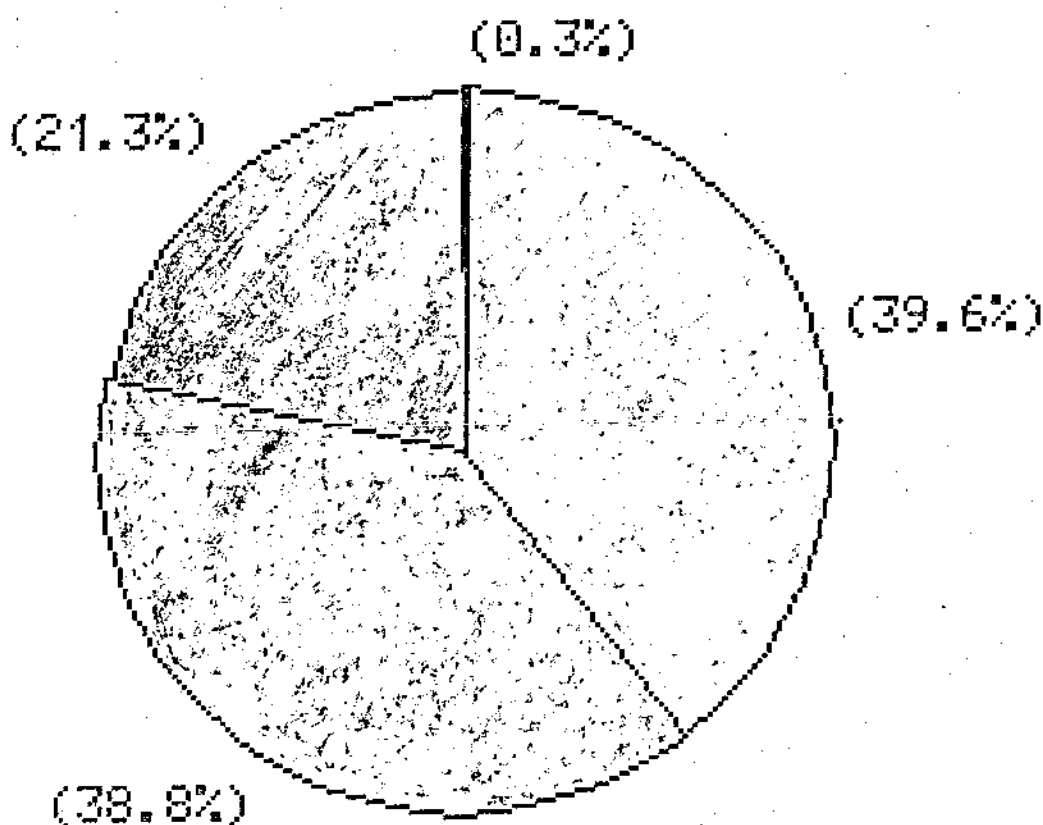
μόλις το 1988 και για μία μόνο χρονιά, αποσπώντας ένα πολύ μικρό μερίδιο της διαφημιστικής δαπάνης.

- Το 1983 το κύριο μέσο είναι τα περιοδικά, που απορροφούν σχεδόν το 90% της συνολικής διαφημιστικής δαπάνης.
- Το 1984-1985 έχουμε και πάλι επικράτηση των περιοδικών σαν κύριο μέσο, με δευτερεύον όμως τις εφημερίδες οι οποίες συμμετέχουν με αρκετά σημαντικά ποσοστά.
- Το 1986 κάνει την εμφάνισή της η τηλεόραση, η οποία φαίνεται ότι χρησιμοποιείται σε βάρος των περιοδικών.
- Το 1987 αν και εξακολουθούν να παραμένουν πρωτεύον μέσο τα περιοδικά, η τηλεόραση αποσπά ένα πολύ σημαντικό μέρος του συνόλου της διαφημιστικής δαπάνης, καταλαμβάνοντας έτσι την δεύτερη θέση.
- Το 1988 η δυναμική πορεία της τηλεόρασης συνεχίζεται καθιστάνας την το κυρίαρχο διαφημιστικό μέσο. Η εμφάνιση του ραδιοφώνου δεν φαίνεται να προκαλεί κάποιες ιδιαίτερες ανακατατάξεις στην διανομή των διαφημιστικών δαπανών ανά μέσο, καθώς αποσπά ένα ελάχιστο ποσοστό.
- Τέλος το 1989 τα περιοδικά αποτελούν το κύριο μέσο με συμπληρωματικά και σχεδόν ισοδύναμα την τηλεόραση και τις εφημερίδες.

Η περιοδική εμφάνιση και εντέλει απουσία του ραδιοφώνου από το χώρο της διαφήμισης των πιστωτικών καρτών μας δείχνει ότι οι διάφορες τράπεζες και οργανισμοί πιστεύουν ότι η συγκεκριμένη διαφήμιση απαιτεί ιδιαίτερη επαφή και επικοινωνία μεταξύ του κοινού στόχου και του προϊόντος, κάτι το οποίο δεν φαίνεται να επιτυγχάνει το ραδιόφωνο.

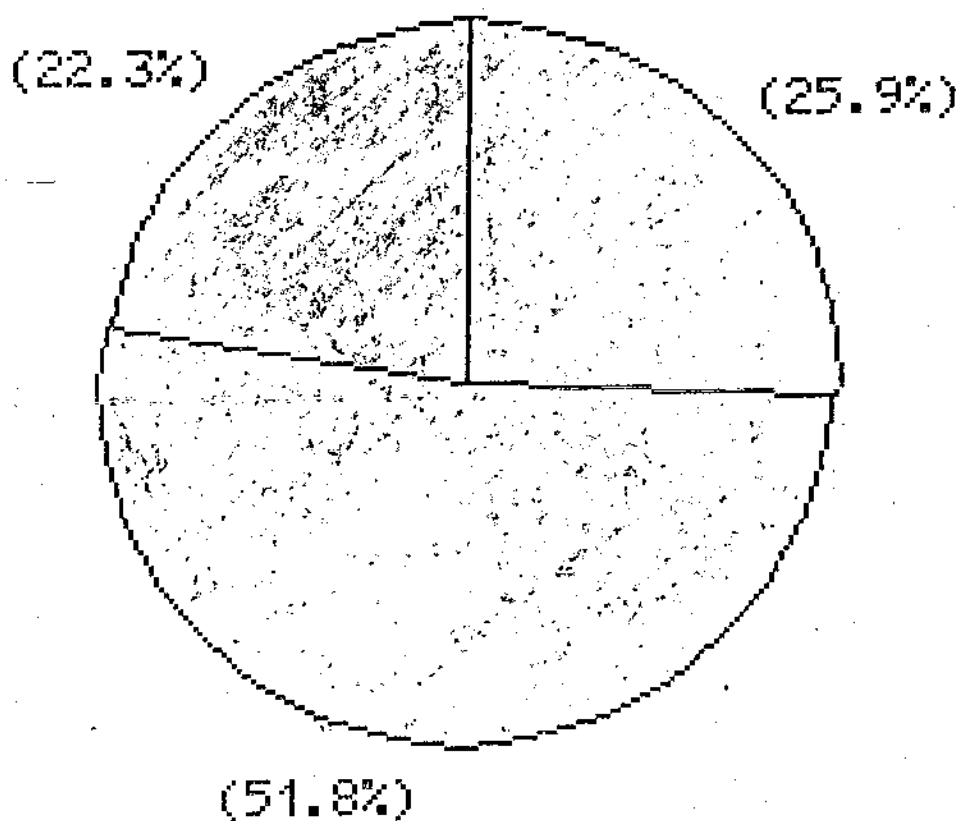
Η διανομή της συνολικής διαφημιστικής δαπάνης στα διάφορα μετρούμενα μέσα, τα δύο τελευταία χρόνια, εμφανίζεται διαγραμματικά παρακάτω.

ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΚΑΡΤΕΣ  
ΜΕΡΙΔΙΟ ΔΙΑΦΗΜΗΣΤΙΚΟΥ ΜΕΣΟΥ '88



- ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
- ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ
- ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ
- ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ

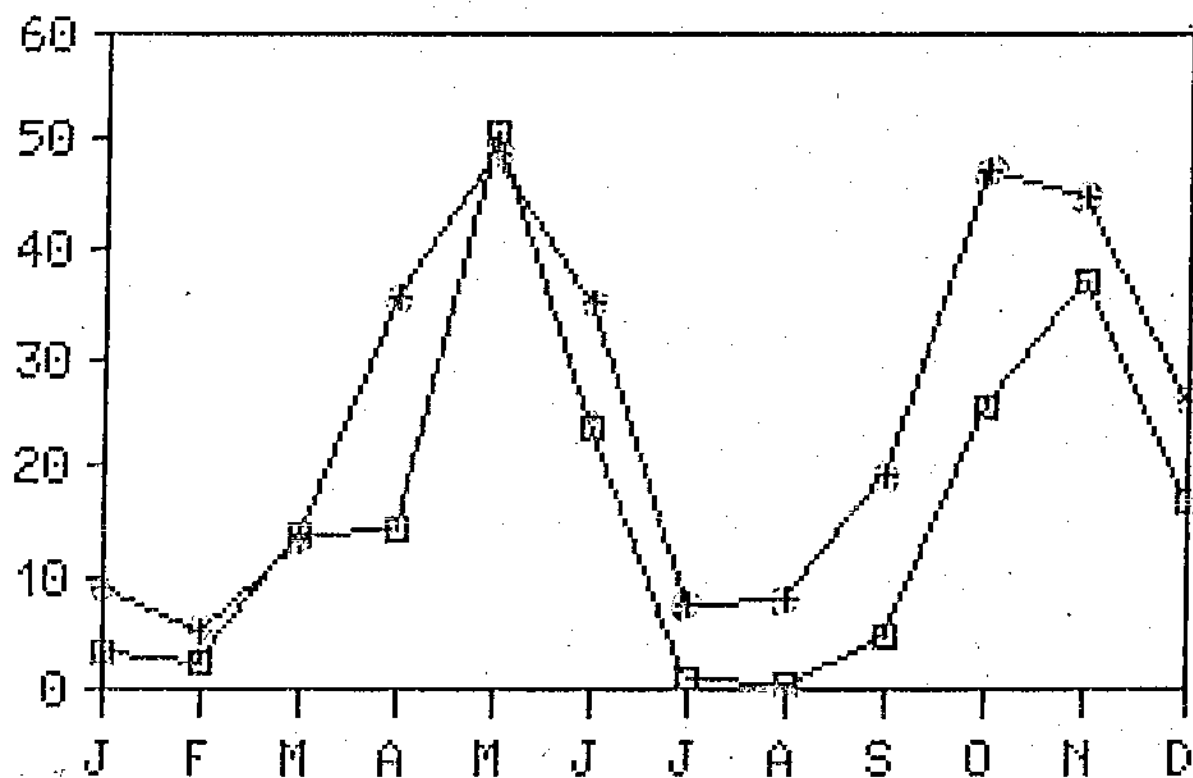
ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΚΑΡΤΕΣ  
ΜΕΡΙΔΙΟ ΔΙΑΦΗΜΗΣΤΙΚΟΥ ΜΕΣΟΥ '89



- ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
- ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ
- ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ
- ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ



ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΚΑΡΤΕΣ / ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ  
ΔΙΑΦΗΜΗΣΤΙΚΩΝ ΔΑΠΑΝΩΝ '88 - '89



⊙ 1988

⊙ 1989

- Τις χρονιές 1986 και 1987 παρατηρούμε μια σχεδόν συνεχή διαφημιστική παρουσία, η οποία διαρκεί όλο το χρόνο, παρουσιάζοντας ιδιαίτερη έξαρση σε δύο κυρίως περιόδους :
  - α' περίοδος : Απρίλιος - Μάιος - Ιούνιος
  - β' περίοδος : Οκτώβριος - Νοέμβριος - Δεκέμβριος
 Ειδικότερα η πρώτη περίοδος του 1987 απορροφά μεγαλύτερα ποσά από αυτή του 1986. Αντίθετα η δεύτερη περίοδος του 1986 παρουσιάζει υψηλότερες δαπάνες από αυτή του 1987.
- Το Δεκέμβριο του 1986 υπάρχει μια έντονη διαφημιστική έξαρση, κυρίως λόγω της ΕΘΝΟΚΑΡΤΑΣ (17.993 εκ.)
- Παρατηρούμε ότι οι δύο περίοδοι έντονης διαφημιστικής προβολής που αναφέρθηκαν παραπάνω έχουν κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά. Είναι οι μήνες που βρίσκονται πριν από τις δύο μεγαλύτερες γιορτές του έτους καθώς και η εποχή που αρχίζουν οι προετοιμασίες των καλοκαιρινών διακοπών. Δηλαδή είναι οι περίοδοι που οι άνθρωποι αντιμετωπίζουν αυξημένες οικονομικές δαπάνες οπότε και πρόβλημα ρευστότητας. Τα έξοδά τους λόγω κάποιων προσωπικών και κοινωνικών αναγκών είναι ιδιαίτερα επιβαρυνμένα, οπότε δημιουργείται πρόβλημα ρευστότητας, το οποίο έρχεται να λύσει η πιστωτική κάρτα.
- Τα ίδια συμπεράσματα εξάγουμε και από το συγκριτικό διάγραμμα των ετών 1988-89, όπου διαπιστώνουμε κι εδώ την ύπαρξη των δύο περιόδων έξαρσης.
- Τις χρονιές 1988 και 1989 παρουσιάζονται δύο περίοδοι έντονης διαφημιστικής ύφεσης :
  - α' περίοδος : Ιανουάριος - Φεβρουάριος
  - β' περίοδος : Ιούλιος - Αύγουστος
 Σ' αυτές τις δύο περιόδους οι καταναλωτές και υποψήφιοι κάτοχοι / χρήστες καρτών είτε βρίσκονται σε οικονομική δυσχέρεια

λόγω σημαντικών εξόδων που προηγήθηκαν, είτε έχουν κάνει τις καλοκαιρινές τους προετοιμασίες και βρίσκονται σε διακοπές.

### Μεγαλύτεροι διαφημιζόμενοι

Το 1987, το 70% της διαφημιστικής δαπάνης απορρόφησαν 3 πιστωτικές κάρτες : η MASTERCARD το 42%, η ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ/VISA το 18% και η DINERS το 10%. Ειδικότερα μπορούμε να αναφέρουμε τα εξής :

#### - MASTERCARD

Εμφανίστηκε διαφημιστικά σε δύο περιόδους :

α' περίοδος : ΜΑΡΤΙΟΣ-ΜΑΪΟΣ οπότε έγινε το λανσάρισμα της κάρτας και δαπανήθηκε το 71% του *budget* : 42 εκατομμύρια δραχμές.

β' περίοδος : ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ-ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ δαπανήθηκε το 29% του *budget* : 17 εκατομμύρια δραχμές.

Η κατανομή αυτών των χρημάτων στα μετρούμενα μέσα έγινε ως εξής :

Τηλεόραση : 71% του *budget* : 42 εκατομμύρια δραχμές

Περιοδικά : 19% " " : 11 " "

Εφημερίδες : 10% " " : 6 " "

Τα μηνύματα που χρησιμοποιήθηκαν ήταν τα εξής :

" Διεθνής Δύναμη MASTERCARD "

" Διεθνής Δύναμη Προσωπική σας Δυνατότητα "

SLOGAN : MASTERCARD Η κάρτα των 5 ηπείρων.

#### - ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ / VISA

Εμφανίστηκε διαφημιστικά σε δύο περιόδους :

α' περίοδος : ΙΟΥΝΙΟΣ-ΙΟΥΛΙΟΣ έγινε το λανσάρισμα της κάρτας

και δαπανήθηκε το 82% του *budget* : 21 εκατομμύρια δραχμές.

β' περίοδος : ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ-ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ δαπανήθηκε το 18% του *budget* : 5 εκατομμύρια δραχμές.

Η κατανομή στα μετρούμενα μέσα έγινε ως εξής :

Περιοδικά : 95% του *budget* 25 εκατομμύρια δραχμές.

Εφημερίδες : 5% " " 1 " "

Τα μηνύματα που χρησιμοποιήθηκαν ήταν τα εξής :

" Νιώστε ελεύθερα στις συναλλαγές σας και στις εκπτώσεις "

" Καθιερώστε την αξία της υπογραφής σας "

" Και για τα Χρόνια Πολλά καθιερώστε την αξία της υπογραφής σας "

SLOGAN : ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ / VISA το Προσωπικό σας Χρήμα.

#### - DINERS

Η DINERS το 1987 με μια σταθερή διαφημιστική παρουσία ακολούθησε την εξής στρατηγική :

α' περίοδος : ΜΑΡΤΙΟΣ ΙΟΥΛΙΟΣ δαπανήθηκε το 97% του *budget* 13,4 εκατομμύρια δραχμές.

β' περίοδος : ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ δαπανήθηκε το 3% του *budget* : 0,4 εκατομμύρια δραχμές.

Η κατανομή στα μετρούμενα μέσα έγινε ως εξής :

Εφημερίδες : 55% του *budget* : 8,1 εκατομμύρια δραχμές.

Περιοδικά : 45% " " : 6,7 " "

Τα μηνύματα που χρησιμοποιήθηκαν ήταν τα εξής :

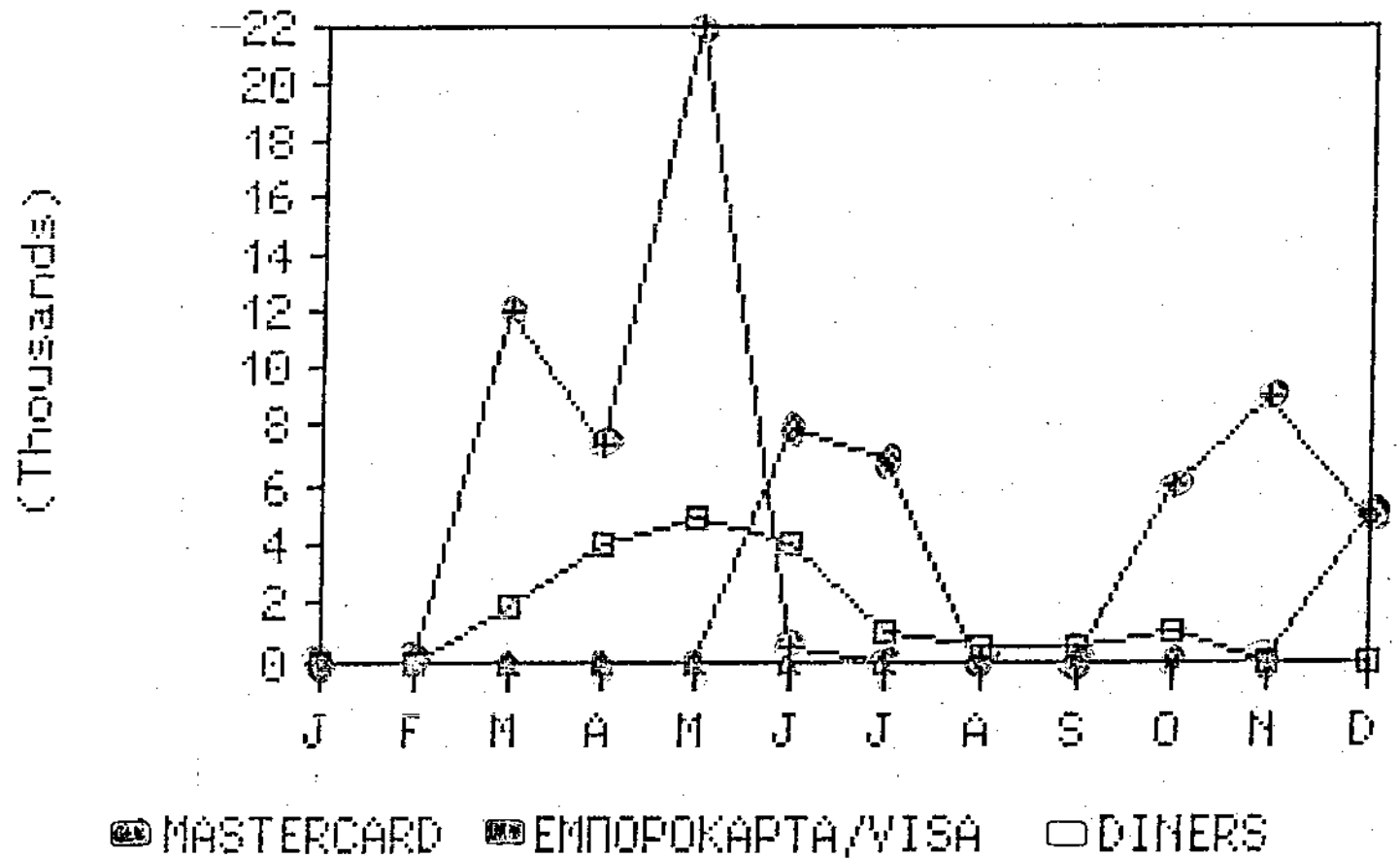
" Κάρτα DINERS. Ευκολία, Σιγουριά και Ποιότητα DINERS στην καθημερινή σας ζωή".

SLOGAN : DINERS CLUB INTERNATIONAL. Καμία άλλη κάρτα δεν θα γίνει ποτέ DINERS.



Ακολουθεί διαγραμματική απεικόνιση των αναλυτικών στοιχείων που αναφέρθηκαν για τις κάρτες MASTERCARD, ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ/VISA και DINERS.

ΜΗΝΙΑΙΑ ΔΙΑΦΗΜ. ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟ 1987 ΣΕ '000  
ΓΙΑ MASTERCARD ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ/VISA DINERS



## ΣΧΟΛΙΑ

Διοπιστώνουμε ότι οι χρεωστικές / πιστωτικές κάρτες αποτελούν ένα σύγχρονο τρόπο συναλλαγής. Απευθύνονται σε μία πολλά υποσχόμενη αγορά, με πολύ μεγάλο ρυθμό ανάπτυξης, γεγονός που φαίνεται αναφέροντας και μόνο ότι το 85/86 είχαμε μια αύξηση 37%.

Τα τελευταία 2 χρόνια λανσαρίστηκαν 45 νέες πιστωτικές κάρτες που απευθύνονται σε όλες τις κοινωνικοοικονομικές τάξεις και καλύπτουν όλο το φάσμα των οικονομικών συναλλαγών. Αναμένεται δε, στην επόμενη διετία να εμφανιστούν και άλλες κάρτες από διάφορους οργανισμούς, τράπεζες ή και μεγάλες πολυεθνικές εταιρείες.

Η διαφημιστική δαπάνη τα τελευταία 5 χρόνια 23πλασιάστηκε.

Η χρήση της τηλεόρασης στις διαφημιστικές τους εκστρατείες τείνει να αυξάνει τα τελευταία χρόνια, αφού η ανάγκη για λεπτομερειακή πληροφόρηση λιγοστεύει μια και οι γνώσεις των καταναλωτών για τις πιστωτικές κάρτες έχουν διευρυνθεί αρκετά.

## ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ

Στις σημερινές συνθήκες αγοράς, ο μόνος τρόπος για να επιβιώσει και να απεντίσει με αισιοδοξία το μέλλον μια τράπεζα εκδότες καρτών ή κάποιος οργανισμός, είναι η υιοθέτηση σύγχρονων και δυναμικών τρόπων δράσης στα πλαίσια ενός μεσοπρόθεσμου και μακροπρόθεσμου σχεδιασμού. Ανώτερος στόχος αυτού του στρατηγικού σχεδιασμού είναι η εδραίωση της θέσης της επιχείρησης στην αγορά και η απόκτηση στρατηγικού πλεονεκτήματος έναντι του ανταγωνισμού, που θα της επιτρέψει να ελέγχει την αγορά, να επιβάλλει τους δικούς της όρους και τελικά να έχει μια θετική κερδοφόρα πορεία.

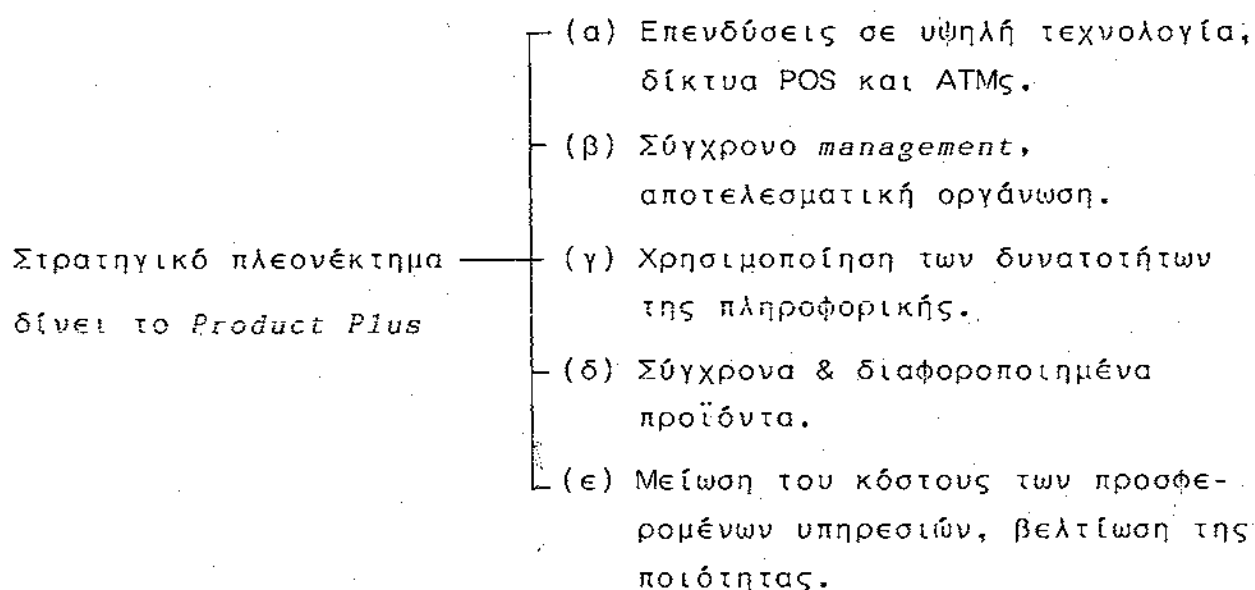
Όσον αφορά το στρατηγικό πλεονέκτημα οι τράπεζες έχουν να κάνουν δύο βήματα : πρώτο, η απόκτηση του στρατηγικού πλεονεκτήματος και δεύτερο, η διατήρηση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

Η πρώτη επιδίωξη επιτυγχάνεται με τις επενδύσεις σε υψηλή τεχνολογία η οποία ελαττώνει το κόστος των εργασιών, συμβάλλει στην ποιοτική αναβάθμιση των προσφερομένων υπηρεσιών και δίνει την δυνατότητα διενέργειας μεγαλύτερου όγκου συναλλαγών. Στην συγκεκριμένη περίπτωση είναι αναγκαία η δημιουργία ενός υπερσύγχρονου διατραπεζικού δικτύου επικοινωνίας και η ουσιαστική αύξηση του αριθμού των POS και ATMs. Απαιτείται επίσης σύγχρονη και αποτελεσματική διάρθρωση και επικοινωνία μεταξύ των διαφόρων τμημάτων δηλαδή επιτυχημένο *management*, καθώς και υψηλή χρησιμοποίηση της πληροφορικής σε όλους τους τομείς της τράπεζας.

Ένα άλλο ουσιαστικό σημείο του πρώτου βήματος είναι η παροχή στην αγορά προϊόντων και υπηρεσιών διαφοροποιημένων από αυτά του ανταγωνισμού, με λογικό κόστος χρήσης για τον καταναλωτή.

Τα προϊόντα δεν θα πρέπει να ακολουθούν, αλλά να προβλέπουν και να προηγούνται των κοινωνικο-οικονομικών εξελίξεων και σύγχρονων απαιτήσεων και να τις καλύπτουν ικανοποιητικά. Η απόκτηση δηλαδή του στρατηγικού πλεονεκτήματος εξαρτάται από εσωγενείς παράγοντες της επιχείρησης - κυρίως το ανώτατο *management* - και κατά πόσο θα προλάβουν την ταχύτητα εξελισσόμενη αγορά.

Συνοψίζοντας μπορούμε να πούμε ότι η απόκτηση του στρατηγικού πλεονεκτήματος προϋποθέτει τα εξής :



Το δεύτερο βήμα αποτελεί την φυσική εξέλιξη του πρώτου καθώς δεν αρκεί μόνο να αποκτήσεις πλεονέκτημα αλλά θα πρέπει να το διατηρήσεις. Η διατήρηση της υπεροχής επιτυγχάνεται μέσω του *feedback* και των γενικότερων εξωτερικών πληροφοριών, που συλλέγει η τράπεζα ή ο οργανισμός. Κατ' αρχήν μέσω του *feedback* ελέγχεται η ορθότητα του τρόπου δράσης που έχει επιλεγεί μέχρι εκείνη την χρονική περίοδο και πραγματοποιείται με την καταγραφή και μελέτη των αποτελεσμάτων των διαφόρων ενεργειών. Απαιτείται η ανελλιπή καταγραφή και αξιολόγηση των διαφόρων εξωγενών κοινωνικών, οικονομικών και πολιτικών παραγόντων που δημιουργούν,

τις ιδιαίτερες συνθήκες μέσα στις οποίες λειτουργεί η αγορά, τις ευκαιρίες αγοράς. Επίσης είναι απαραίτητη η ύπαρξη ανοιχτής γραμμής επικοινωνίας με τους κατόχους των καρτών, τις συμβεβλημένες επιχειρήσεις, τους πελάτες των άλλων τμημάτων του *retail banking* της τράπεζας ώστε να εντοπίζονται έγκαιρα οι νέες αγορές και να υπάρχει δραστηριοποίηση πριν από τον ανταγωνισμό.

Από όλα τα παραπάνω προκύπτει ότι οι παράγοντες κλειδιά, από την μέγιστη ορθή αξιοποίηση των οποίων εξαρτάται η επιτυχία μιας τράπεζας ή οργανισμού στον χώρο των συστημάτων πληρωμών είναι : α) η ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ, β) η ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ, γ) το εκτενές ΔΙΚΤΥΟ, δ) το MARKETING KNOW HOW.

Ιδιαίτερη προσοχή θα πρέπει να δοθεί στον παράγοντα ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ, καθώς είναι η αχίλλειος πτέρνα των ελληνικών επιχειρήσεων είτε αυτές είναι μεγάλες είτε μικρές. Αυτός ο παράγοντας, ιδιαίτερα στις μεγάλες τράπεζες του ευρύτερου δημόσιου τομέα, έχει άμεση σχέση με την ανυπαρξία μόνιμης υπεύθυνης και σωστά καταρτισμένης ανώτατης διοίκησης. Γεγονός που προκύπτει από την άμεση εξάρτηση των διοικήσεων αυτών από την εκάστοτε κομματική (συνηθίζουμε να την ονομάζουμε κυβερνητική) βούληση.

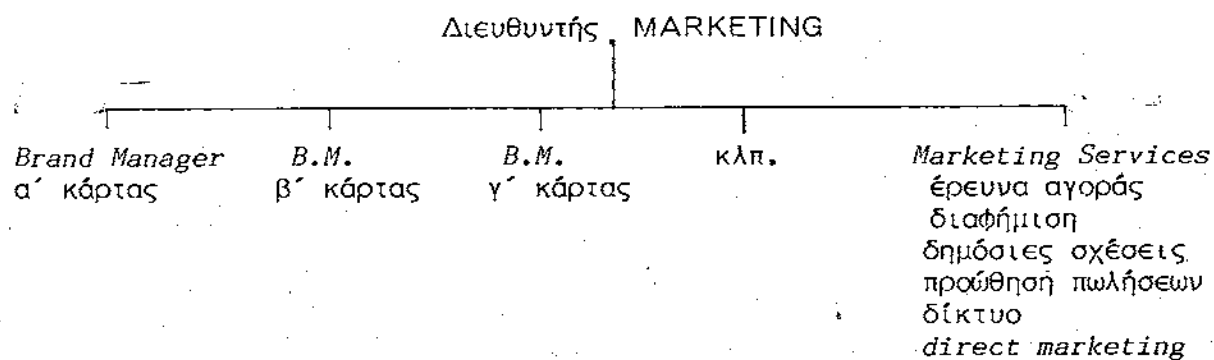
Όπως ήδη αναφέρθηκε η απόκτηση και διατήρηση του στρατηγικού πλεονεκτήματός εξαρτάται από τις εκάστοτε στρατηγικές επιλογές που θα γίνουν, ώστε να επιτευχθούν οι επιθυμητοί στόχοι. Μερικές από τις επιλογές αυτές που κατά καιρούς έχουν υιοθετηθεί από τις διάφορες ανταγωνίστριες επιχειρήσεις στον χώρο του πλαστικού χρήματος είναι :

- Στρατηγική διαφοροποίησης των προϊόντων και διατήρησης του μεριδίου αγοράς.
- Αύξηση των χρήσεων και αύξηση του μεριδίου αγοράς. Προώθηση

των εταιρικών καρτών, μέσω του ιδιαίτερου δικτύου της επιχείρησης.

- Πολιτική εξυπηρέτησης των πελατών
- Επιθετική στρατηγική για ανάπτυξη μέσω αξιοποίησης των δεξαμενών πελατών της.
- Ανάπτυξη μέσω των καταθετών σε συνάλλαγμα στην Ελλάδα.
- Επέκταση κυρίως μέσω OWN LABEL STRATEGY.
- Εξασφάλιση εικόνας ποιοτικής υπεροχής και διεθνούς κύρους.
- Υπογράμμιση του *prestige* των κατόχων της συγκεκριμένης κάρτας. Χρήση και αυστηρή επιλογή των περιοδικών για εξασφάλιση υψηλής ποιοτικής εικόνας και αναλυτικής ποιοτικής προσέγγισης του κοινού στόχου.
- Αύξηση ετήσιας συνδρομής, με παράλληλη αύξηση και αναβάθμιση των παρεχομένων υπηρεσιών.
- Επικέντρωση του ενδιαφέροντος σε μικρά γκρουπ με εξειδικευμένες απαιτήσεις και παροχή του κατάλληλου πακέτου υπηρεσιών.

Απαραίτητη προϋπόθεση για την υλοποίηση αυτών των επιλογών είναι η ύπαρξη δυναμικής διεύθυνσης *marketing*, η οποία θα φροντίζει για την δημιουργία και διατήρηση ενός ολοκληρωμένου προγράμματος επικοινωνίας, την έρευνα αγοράς, την δημιουργία κινήτρων για τα στελέχη. Θα είναι επιφορτισμένη με την συνεργασία με άλλες τράπεζες, οργανισμούς, θα θέτει τις νέες εμπορικές παραμέτρους για την ανάπτυξη καινούργιων προϊόντων. Για την καλύτερη λειτουργία του το τμήμα αυτό σε μια επιχείρηση που εκδίδει κάρτες θα μπορούσε να έχει την εξής εσωτερική διάρθρωση.



Αυτή η μορφή αποτελεί μια πρόταση για την μορφή των οργανωγράμματος του τμήματος MARKETING, χωρίς να αποκλείεται οποιαδήποτε άλλη επιλογή κριθεί ως καταλληλότερη σύμφωνα με την υπόλοιπη δομή της επιχείρησης.

## ΕΘΝΙΚΟ ΔΙΑΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΠΛΗΡΩΜΩΝ

### (ΣΥΣΤΗΜΑ ΔΙΑΣ)

#### Διεθνείς τάσεις στα συστήματα πληρωμών

Η μεγάλη εξειδίκευση που χαρακτηρίζει τη σύγχρονη οικονομική δραστηριότητα προκάλεσε τεράστια αύξηση στον όγκο και την ταχύτητα των συναλλαγών, με συνέπεια την ανάγκη εξεύρεσης νέας μορφής χρήματος πιο κατάλληλης από το χαρτονόμισμα. Έτσι δημιουργήθηκε προοδευτικά το λεγόμενο "λογιστικό χρήμα", με τον όρο αυτό νοούνται τα κεφάλαια που εμφανίζονται στους τραπεζικούς λογαριασμούς καταθέσεων και που επιτρέπουν τη χρήση διαφόρων μέσων πληρωμής (ρευστό χρήμα, επιταγές, κάρτες, εντολές μεταφοράς κεφαλαίων κλπ.). Αυτής της φύσης λογαριασμοί είναι οι τρεχούμενοι και οι λογαριασμοί όψεως.

Στις περισσότερες οικονομικά εξελιγμένες χώρες το λογιστικό χρήμα έλαβε μεγάλη έκταση, περιορίζοντας ανάλογα το χαρτονόμισμα. Με την ανάπτυξη της τεχνολογίας και κυρίως της ηλεκτρονικής, τα παραδοσιακά μέσα πληρωμής, όπως η επιταγή, άρχισαν να υποκαθίστανται με άλλα σύγχρονα μέσα (όπως η πλαστική κάρτα με μαγνητική ταινία ή μνήμη, μαγνητικά αρχεία, κ.ά) που υποστηρίζονται από προηγμένα συστήματα πληρωμών, τα περισσότερα από τα οποία βασίζονται στις τηλεπικοινωνίες. Η νέα τραπεζική τεχνολογία επέτρεψε τη βελτίωση και διεύρυνση των τραπεζικών εργασιών, κυρίως στον τομέα του μικρού μεγέθους καθημερινών συναλλαγών του Κοινού. Έτσι τα σύγχρονα συστήματα πληρωμών άρχισαν να εξαπλώνονται σε όλο τον κόσμο και να διαδίδονται με ταχύτητα. Όλο και περισσότεροι πελάτες των τραπεζών χρησιμοποιούν λιγότερο το χαρτονόμισμα και την επιταγή, προτιμώντας το "ηλεκτρονικό χρήμα", κυρίως μέσω μιας πλαστικής κάρτας ειδικής ή πολλαπλής χρήσης.



Οι παραπάνω εξελίξεις κατέστησαν τον τομέα της προσφοράς απλών τραπεζικών υπηρεσιών προς το ευρύ Κοινό (*retail banking*) μια από τις κύριες δραστηριότητες πολλών τραπεζών, οι οποίες δεν διστάζουν να δίνουν προτεραιότητα στον τομέα αυτό, αναθέτοντας άλλες σημαντικές εργασίες τους (μεγάλες χρηματοδοτήσεις, *leasing, factoring, venture capital*) σε εξειδικευμένες θυγατρικές τράπεζες ή εταιρίες.

Εξ' άλλου, η ευκολία της επικοινωνίας των ανθρώπων παγκοσμίως, η ουσιαστική κατάργηση συνόρων σε μεγάλες εθνικές ενότητες και η διεύρυνση των διεθνών συναλλαγών κατέστησαν το ηλεκτρονικό χρήμα διεθνές. Έτσι παρουσιάσθηκε η ανάγκη συνεργασίας των διαφόρων συστημάτων σε εθνικό και διεθνές επίπεδο. Οι μεγάλοι φορείς συναλλαγών, όπως μεγάλες τράπεζες και εταιρίες καρτών, ανταγωνίζονται σκληρά στην πώληση των υπηρεσιών, αλλά συνεργάζονται και αλληλοεξυπηρετούνται στον τεχνικό και τεχνολογικό τομέα. Αυτή η συνεργασία οδηγεί στην ανάγκη ύπαρξης κατά χώρα ενός φορέα συστημάτων πληρωμών που να λειτουργεί σε εθνικό επίπεδο και ταυτόχρονα να είναι και μέλος κάποιου διεθνούς φορέα που να επιτρέπει την πραγματοποίηση συναλλαγών σε όσο το δυνατόν περισσότερες χώρες. Η αντίληψη αυτή άρχισε να υιοθετείται από τα δύο μεγάλα συγκροτήματα συστημάτων πληρωμών, την *Mastercard Int.*, και την *Visa Int.*, τα οποία συνεργάζονται στην κατεύθυνση αλληλοεξυπηρέτησης των συστημάτων τους. Ακόμα πολλές χώρες έχουν δημιουργήσει εθνικούς φορείς εξυπηρέτησης συστημάτων πληρωμών που είναι συνδεδεμένοι με τα πιο πάνω διεθνή συστήματα ή και άλλα.

Τέτοιες προσπάθειες έχουν αρχίσει τα τελευταία χρόνια και στην Ελλάδα. Θα μπορούσε δε να ισχυρισθεί κανείς ότι αποτελεί ευτυχή συγκυρία το γεγονός ότι η χώρα μας βρίσκεται σ' ένα περίεργο στά-

διο απο πλευράς συστημάτων και μέσων πληρωμών. Οι συναλλαγές του κοινού εξακολουθούν να βασίζονται στο ρευστό χρήμα περισσότερο και λιγότερο στο λογιστικό, ενώ αρχίζουν να αυξάνονται πολύ γρήγορα οι συναλλαγές με ηλεκτρονικά συστήματα (ATMs, POS). Η περίπτωση αυτή χαρακτηρίζεται σαν ευτυχής συγκυρία, γιατί δεν θα υπάρξει ανάγκη μετατροπής των συναλλαγών από τον χώρο της επιταγής στο ηλεκτρονικό χρήμα. Έτσι είναι μεγάλη ευκαιρία για τη χώρα μας να προχωρήσει με σωστά βήματα στην πιο εξελιγμένη μορφή των συστημάτων πληρωμών. Αυτό θα έχει ταυτόχρονα θετικά αποτελέσματα στη συνεργασία και την εξέλιξη των εργασιών των ελληνικών τραπεζών. Η δημιουργία ενός ενιαίου διατραπεζικού συστήματος πληρωμών, όχι μόνο δεν θα βλάψει καμιά τράπεζα, αλλά αντίθετα θα επιτρέψει βελτίωση και αύξηση των συναλλαγών και των ωφελειών τους, ενώ παράλληλα θα τις καταστήσει περισσότερο ανταγωνιστικές τόσο μεταξύ τους όσο, κυρίως, έναντι του ξένου τραπεζικού και εξωτραπεζικού ανταγωνισμού, ο οποίος εποφθαλμιά την επέκτασή του σε περισσότερο παρθένες αγορές, όπως η χώρα μας, μόλις το επιτρέψουν οι συνθήκες (απελευθέρωση της κίνησης κεφαλαίων κλπ.).

Η Ένωση Ελληνικών Τραπεζών (ΕΕΤ) έχοντας στόχο την προαγωγή των τραπεζικών συναλλαγών και τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των τραπεζών μέσω της διατραπεζικής συνεργασίας και συντονισμού, ανέθεσε στη γαλλική εταιρεία GSI και τη συνεργαζόμενη ελληνική *Softragem* την εκπόνηση μελέτης σχεδιασμού του Εθνικού Διατραπεζικού Συστήματος Πληρωμών (Σύστημα ΔΙΑΣ). Στο Σύστημα ΔΙΑΣ θα μπορούν να συμμετέχουν όσες από τις ελληνικές τράπεζες κρίνουν τελικά ότι ενδιαφέρονται και αυτές θα είναι κυρίως οι εμπορικές που ασκούν *retail banking* ή και άλλοι οργανισμοί, όπως το Ταχυδρομικό Ταμιευτήριο το οποίο συμμετέχει

και στη μελέτη.

Οι κυριότεροι στόχοι του συστήματος είναι :

- εκσυγχρονισμός των συναλλαγών, με τη χρήση προηγμένων ηλεκτρονικών συστημάτων.
- δραστικός περιορισμός των ταμειακών συναλλαγών.
- συμπίεση του λειτουργικού κόστους των τραπεζών.
- προσφορά προηγμένων τραπεζικών υπηρεσιών.
- επίτευξη ταχύτητας και άνεσης στις συναλλαγές.
- ανάπτυξη του ηλεκτρονικού λογιστικού χρήματος.
- μείωση του κοινωνικού κόστους, με τον περιορισμό των μετακινήσεων του κοινού, της απώλειας παραγωγικού χρόνου, κλπ.

Η σχετική μελέτη που εκπονήθηκε για το σύστημα ΔΙΑΣ είχε βασικό σκοπό τον σχεδιασμό ενός συστήματος διατραπεζικών πληρωμών που θα λειτουργεί με ιδιωτικοοικονομικά κριτήρια σε εθνικό επίπεδο με διεθνή συνεργασία και θα καλύπτει τους στόχους που προαναφέρθηκαν. Η μελέτη ολοκληρώθηκε σε τέσσερις φάσεις αντλώντας πληροφορίες από το ελληνικό και ευρωπαϊκό περιβάλλον.

#### Οι απαιτήσεις της ελληνικής αγοράς

Ο προσδιορισμός των απαιτήσεων της ελληνικής αγοράς, τις οποίες καλείται να ικανοποιήσει το σύστημα ΔΙΑΣ προέκυψαν μετά από ποιοτική έρευνα αγοράς η οποία έδειξε ότι :

- Το Κοινό δεν είναι ικανοποιημένο ούτε από τον τρόπο παροχής των υπηρεσιών από τις τράπεζες ούτε από την ποικιλία των υπηρεσιών αυτών. Δυσανασχετεί στις ουρές αναμονής τόσο των τραπεζών όσο και άλλων Οργανισμών και αισθάνεται ότι χάνει πολύτιμο χρόνο για τη διεκπεραίωση απλών συναλλαγών.
- Η συμπεριφορά του Κοινού προς τις τράπεζες προσιδιάζει περισσότερο με απρόσωπες σχέσεις προς Οργανισμούς συγκέντρωσης

καταθέσεων παρά με επαφές με εμπορικές τράπεζες, στις οποίες ν' αναθέτει το σύνολο των εργασιών του και να τις θεωρεί ως οικονομικούς συμβούλους του.

- Το Κοινό δεν γνωρίζει επαρκώς τα τραπεζικά προϊόντα που απευθύνονται σ' αυτό (π.χ. κάρτα εγγύησης επιταγής, τρεχούμενος λογαριασμός, αυτόματη εξόφληση λογαριασμών ΟΤΕ, κλπ.) γιατί τα προϊόντα αυτά δεν έχουν προβληθεί ευρύτερα με τη διαφήμιση και την απευθείας ταχυδρομική ενημέρωση, αλλ' ούτε και καταβάλλεται από τους υπαλλήλους των τραπεζών, κατά τις αυτοπρόσωπες συναλλαγές του Κοινού, ιδιαίτερη προσπάθεια για τη γνωστοποίηση και "πώληση" των προϊόντων αυτών. Σε όσες περιπτώσεις έχει αυτό συμβεί (π.χ. πιστωτικές κάρτες, κάρτα αυτομάτων αναλήψεων), το Κοινό ανταποκρίνεται.
- Η παραπάνω έλλειψη ενημέρωσης οδηγεί το Κοινό να νομίζει ότι οι υπηρεσίες των τραπεζών απευθύνονται κυρίως στις επιχειρήσεις και μάλιστα τις μεγάλες.
- Το κοινό δεν προσελκύεται από τις τράπεζες αλλά προσέρχεται μόνο του.
- Το Κοινό αντιδρά θετικά στην αποδοχή προηγμένων τραπεζικών υπηρεσιών και νέων προϊόντων.
- Το Κοινό επιθυμεί κυρίως απλές μορφές υπηρεσιών, εύκολη παρακολούθηση του λογαριασμού καταθέσεων, απόδοση στα αποταμιεύματά του και συνδυασμό των υπηρεσιών πληρωμών με την παροχή πίστωσης από τις τράπεζες.

#### Η αγορά των ξένων επισκεπτών

Εκτός από το ελληνικό Κοινό, μια άλλη αξιόλογη αγορά είναι εκείνη των ξένων επισκεπτών στη χώρα μας (τουρισμός, συνέδρια κλπ.) οι οποίοι κατά το 1986 έφθασαν τα 7,4 εκατομμύρια.

Το μεγαλύτερο μέρος των επισκεπτών αυτών προέρχεται από τις χώρες της Δυτικής Ευρώπης και τις ΗΠΑ, όπου τα σύγχρονα συστήματα πληρωμών έχουν διαδοθεί σε έκταση. Υπολογίζεται ότι μεγάλος αριθμός των επισκεπτών αυτών είναι κάτοχοι μιας τουλάχιστον πιστωτικής ή χρεωστικής κάρτας που λειτουργεί σε εθνικό επίπεδο, ενώ οι κάτοχοι κάρτας διεθνούς επιπέδου αντιπροσωπεύουν περιορισμένο μέρος του πληθυσμού αυτού, αλλά το πλέον εύρωστο οικονομικά. Ο αριθμός των τελευταίων θα μπορούσε να αυξηθεί σημαντικά αν θα γνωρίζουν ότι μπορούν και στη χώρα μας, όπως και στη Γαλλία, Ισπανία, Ιταλία, να κάνουν αυτόματες αναλήψεις από ΑΤΜs/ACDs και αγορές χωρίς όριο στα σημεία πωλήσεων μέσω τερματικών ΕFT/POS.

Σήμερα η έλλειψη αυτών των συστημάτων, εκτός από τις άλλες συνέπειες, οδηγεί την πιθανή αυτή πελατεία είτε να διακανονίζει τις πληρωμές της μέσω ξένων τουριστικών γραφείων, είτε να περιορίζει τις αγορές στη χώρα μας, είτε να δραχμοποιεί ένα σημαντικό μέρος του συναλλάγματος σε μη εξουσιοδοτημένους φορείς (εμπορικά καταστήματα, ταξί κλπ). Έτσι ένα μόνο μέρος της πραγματικής αγοράς συναλλάγματος διέρχεται από το τραπεζικό σύστημα.

#### Δυνατότητες των ελληνικών τραπεζών

Οι ελληνικές τράπεζες δεν έχουν αναπτύξει, στο σημείο που θα ήταν αναγκαίο, το *retail banking* και τα συστήματα πληρωμών. Γεννιέται λοιπόν το ερώτημα εάν οι ελληνικές τράπεζες διαθέτουν τη δυνατότητα ανταπόκρισης σε ένα προηγμένο κοινό σύστημα. Είναι γεγονός ότι οι περισσότερες τράπεζες διαθέτουν την απαιτούμενη τεχνολογική υποδομή για να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις του διατραπεζικού συστήματος. Αλλά και εκείνες οι λίγες, που

προς το παρόν υστερούν, μπορούν εύκολα να προσαρμοσθούν, χάρη στις δυνατότητες που προσφέρει η νέα τεχνολογία. Ορισμένες μά- λιστα από τις τελευταίες άρχισαν ήδη τη διαδικασία εκσυγχρο- σμού τους.

Οι τομείς της τεχνολογίας της πληροφορικής στους οποίους αναφέ- ρονται κυρίως οι απαιτήσεις ανταπόκρισης είναι η μεταγωγή δεδο- μένων (*data communications*) και οι βάσεις δεδομένων (*data bases*). Αλλά εάν επικρατεί αισιοδοξία ως προς τον τεχνολογικό τομέα, υπάρχει μια ανησυχία ως προς το βαθμό της αξιοποίησης του συ- στήματος από τις τράπεζες, διότι το σύστημα ΔΙΑΣ θ' αποτελεί κατά κύριο λόγο μια τεχνολογική υποδομή. Η πώληση των υπηρεσιών θα γίνεται από τις τράπεζες. Αυτό απαιτεί μια αλλαγή νοοτροπίας και οργανωτικών δομών, τόσο στις Κεντρικές Υπηρεσίες τους όσο και στο Δίκτυο των Καταστημάτων, με προσανατολισμό προς το μάρκετινγκ των υπηρεσιών και το *personal banking*. Ένας τέτοιος προσανατολισμός απαιτεί με τη σειρά του μια τεράστια προσπάθεια εκπαίδευσης μεγάλου αριθμού προσωπικού όλων σχεδόν των επιπέδων. Συμπερασματικά, η ανταπόκριση των τραπεζών στο σύστημα δεν προσκρούει σε τεχνολογικά προβλήματα, ενώ η αξιοποίησή του θα εξαρτηθεί από το βαθμό προσαρμογής της κάθε τράπεζας στις απαι- τήσεις του *retail banking*.

### Τηλεπικοινωνίες

Οι τηλεπικοινωνίες θα παίξουν ουσιαστικό ρόλο στη σωστή λειτουρ- γία του συστήματος, αφού θα είναι αυτοματοποιημένο σε υψηλό βαθμό και δεν θα δέχεται πληροφορίες συναλλαγών διατυπωμένες σε έγγραφα, αλλά ηλεκτρονικά μηνύματα από τις κάθε είδους τερματι- κές συσκευές και τα ηλεκτρονικά κέντρα τραπεζών, οργανισμών, εταιριών καρτών, κλπ.

Προς αυτή την κατεύθυνση ο ΟΤΕ δραστηριοποιείται για τη δημιουργία ενός σύγχρονου δημόσιου δικτύου μεταγωγής δεδομένων.

Αλλά και στην περίπτωση που καθυστερήσει η δημιουργία του παραπάνω δικτύου, η σύγχρονη τεχνολογία επιτρέπει τη λειτουργία με κριτήρια οικονομικότητας, ιδιωτικού διατραπεζικού δικτύου.

Ένα τέτοιο δίκτυο, εκτός από την εξυπηρέτηση των διατραπεζικών συναλλαγών, θα μπορούσε να καλύψει και τις εσωτερικές ανάγκες των τραπεζών, οι οποίες σήμερα εξυπηρετούνται με ενοικιασμένες από τον ΟΤΕ γραμμές. Επί πλέον θα έδινε στις τράπεζες τη δυνατότητα να προσφέρουν στην πελατεία τους υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας (τραπεζικές, χρηματοπιστηριακές και ευρύτερα οικονομικές πληροφορίες, τραπεζική εξυπηρέτηση με τερματικά εγκατεστημένα στις επιχειρήσεις - *office banking* - διαχείριση διαθεσίμων, κ.ά). Σημειώνεται ότι ιδιωτικό τηλεπικοινωνιακό δίκτυο μεταγωγής δεδομένων (*data*) λειτουργεί ήδη στη χώρα μας για λογαριασμό της Ολυμπιακής Αεροπορίας.

#### Σκοπιμότητα δημιουργίας διατραπεζικού συστήματος πληρωμών.

Από όσα έχουν εκτεθεί στα προηγούμενα κεφάλαια, προκύπτει σαφώς η αναγκαιότητα και σκοπιμότητα της δημιουργίας ενός διατραπεζικού συστήματος πληρωμών ΔΙΑΣ που να λειτουργεί σε εθνικό επίπεδο και σε σύνδεση με τα αντίστοιχα ευρωπαϊκά, αλλά και διεθνή συστήματα.

Οι ευρωπαϊκές τράπεζες πέρασαν τρεις βασικές φάσεις στην πορεία τους προς το *retail banking* :

1η Φάση : Μεμονωμένες κατά τράπεζα πρωτοβουλίες. Περιορισμένη ανταπόκριση. Μεγάλο κόστος.

2η Φάση : Συνεργασία σε εθνικό και ευρύτερο ευρωπαϊκό επίπεδο

στον τεχνικό και τεχνολογικό τομέα. Δημιουργία της αγοράς με την προσφορά πολλών προϊόντων και την προσέγγιση της ιδιαίτερα με τις τεχνικές του άμεσου μάρκετινγκ.

Αποτέλεσμα : διεύρυνση της τραπεζικής αγοράς, περιορισμός του κόστους.

3η Φάση : Ανάκτηση της ανταγωνιστικότητας στην αγορά που έχει ήδη δημιουργηθεί (όπως στη Δανία, Γαλλία, Νορβηγία).

Οι Ελληνικές τράπεζες μπορούν κάλλιστα ν' αποφύγουν την πρώτη φάση και να προχωρήσουν σε συνεργασία στα εξής κυρίως σημεία :

- Δημιουργία υποδομής για συμψηφιστικό σύστημα και σύστημα καρτών.
- Προώθηση του πακέτου των κοινών υπηρεσιών σύμφωνα με το 2ο σενάριο.
- Εύκολη πρόσβαση της πελατείας όλων των τραπεζών στα δίκτυα ΑΤΜς/ΑCΔς και ΕFΤ/ΡΟS, ανεξάρτητα αν αυτά θ' ανήκουν στον κοινό φορέα ή στις επί μέρους τράπεζες. Ειδικότερα το δίκτυο ΕFΤ/ΡΟS συντρέχουν σοβαροί λόγοι ν' αναπτυχθεί με βάση τη συνεκμετάλλευση. Εκτός από τη βελτιστοποίηση του κόστους, το σχήμα της συνεκμετάλλευσης ανταποκρίνεται καλύτερα στις συμφωνίες ευρωπαϊκής αμοιβαιότητας υπηρεσιών και λειτουργίας ενός μόνο τερματικού στα σημεία πωλήσεων για την εξυπηρέτηση όλων των καρτών. Και οι δύο αυτές θέσεις εννοούνται από την Επιτροπή Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων εν όψει του 1992 και είναι πολύ πιθανό να καταστούν υποχρεωτικές. Αν οι ελληνικές τράπεζες συνεργασθούν από τώρα με βάση την προοπτική αυτή, δεν θα υποστούν το σοβαρό κόστος της προσαρμογής του συστήματός στις νέες απαιτήσεις, ενός συστήματος που δεν θα έχει ακόμη απο-



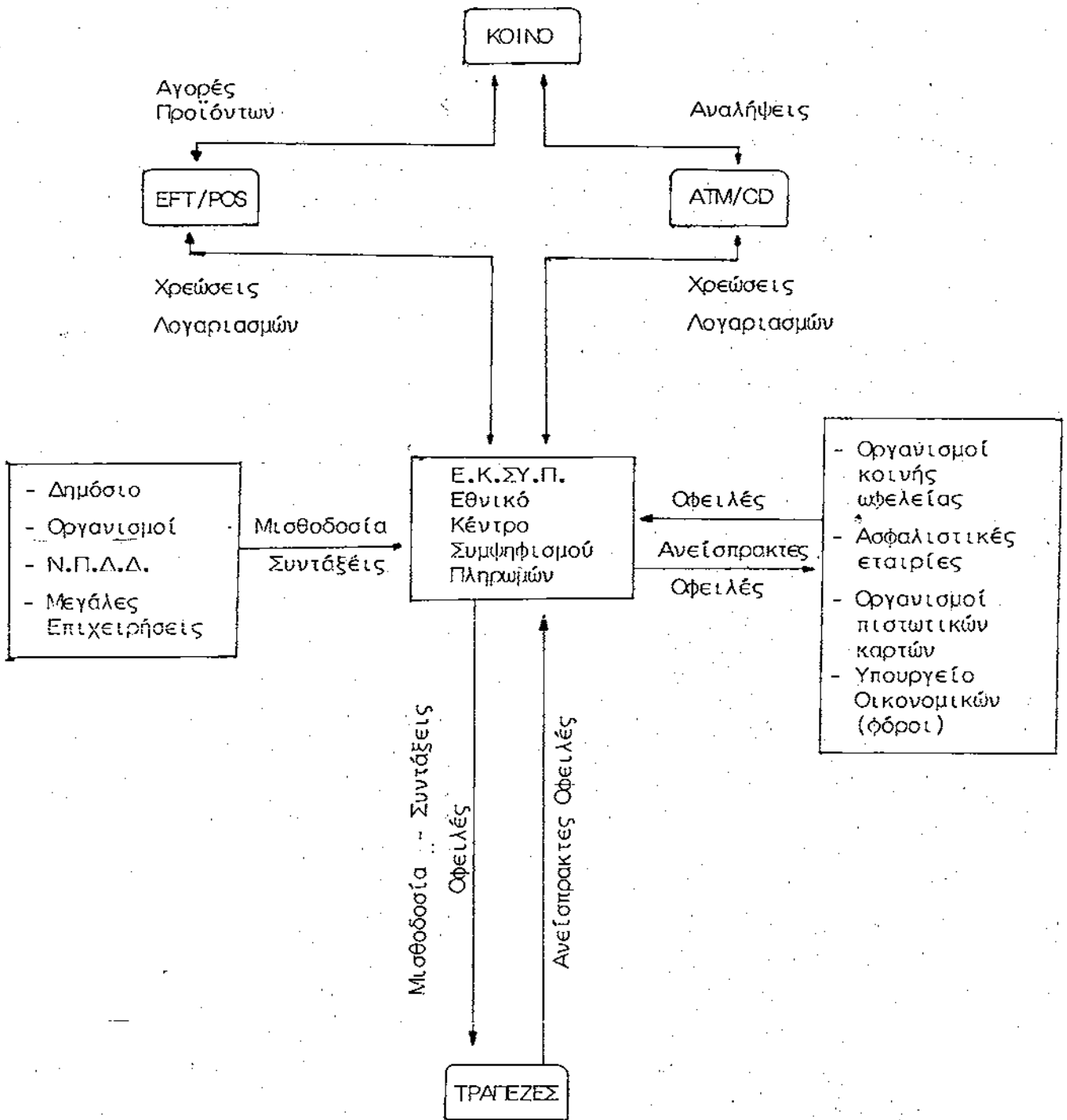
σβεσθεί.

Η έναρξη των εφαρμογών του διατραπεζικού συστήματος προβλέπεται για το 1991, εκτός αν προηγηθεί το συμψηφιστικό σύστημα για τα σημερινά μέσα πληρωμών και τις πάγιες εντολές, πράγμα που θεωρείται σκόπιμο. Στο μεταξύ χρονικό διάστημα προβλέπεται ότι θα διευρυνθούν τα σημερινά και θα δημιουργηθούν νέα δίκτυα ΑΤΜs και ΕFT/POS από μεμονωμένες τράπεζες ή ομάδες τραπεζών. Οι τράπεζες στις ενέργειές τους αυτές πρέπει να συντονισθούν και να εφαρμόσουν ενιαίες τυποποιήσεις, συμβατές με τις επικρατέστερες ευρωπαϊκές ώστε να είναι στο μέλλον δυνατή η αξιοποίηση της διατραπεζικής υποδομής και η συνεκμετάλλευση των συστημάτων. Η Ελλάδα είναι πολύ μικρή αγορά για να δικαιολογούνται παράλληλα συστήματα, όταν μεγάλες αγορές, όπως της Γαλλίας έχουν ενοποιηθεί κάτω από την πίεση λαθών του παρελθόντος, τα οποία δεν υπάρχει λόγος να επαναληφθούν, όταν μάλιστα υπάρχει η εμπειρία. Αν οι ελληνικές τράπεζες δεν δημιουργήσουν έγκαιρα την απαιτούμενη υποδομή, δεν προωθήσουν άμεσα το πακέτο των κοινών υπηρεσιών και δεν διευρύνουν προοδευτικά τα προϊόντα τους θα παραχωρήσουν στον ξένο τραπεζικό και μη ανταγωνισμό μια εύκολη είσοδο στην ελληνική αγορά. Το Κοινό έχει ανάγκη των νέων υπηρεσιών και θα τις αναζητήσει σε όσους του τις προσφέρουν. Αλλά εκτός από την ελληνική αγορά, σημαντική είναι και η ξένη (υπολογίζεται για το 1996 σε 4.300 χιλ. επισκέπτες) στην οποία παρέχονται ήδη από ανταγωνίστριες τουριστικές χώρες (Ιταλία, Ισπανία) σύγχρονες υπηρεσίες πληρωμών. Αυτό το συγκριτικό μειονέκτημα της Ελλάδας πρέπει να εκλείψει πριν εδραιωθεί στην συνείδηση του τουριστικού Κοινού και οπωσδήποτε πριν από την ενδεχόμενη τέλεση των Ολυμπιακών Αγώνων του 1996. Τέλος, για να βελτιστοποιηθεί το κόστος, πρέπει οι τράπεζες να

τείνουν προς περιορισμό των μέσων πληρωμών που βασίζονται σε χαρτί και να προωθήσουν τα ηλεκτρονικά μέσα πληρωμών, όπως προβλέπεται στην επιλογή. (βλ. διάγραμμα)

Οι τεχνικές λύσεις πρέπει να βασισθούν στα τελευταία επιτεύγματα της τεχνολογίας. Οι τράπεζες δεν έχουν κάνει επενδύσεις στην επιταγή και το Κοινό δεν την χρησιμοποιεί σε έκταση. Αυτό αποτελεί για τις ελληνικές τράπεζες μια μεγάλη ευκαιρία, ώστε να βρεθούν κατ' ευθείαν στην πρωτοπορία.

ΕΘΝΙΚΟ ΔΙΑΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΠΛΗΡΩΜΩΝ



## ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ

Για την προσφορά των παραπάνω υπηρεσιών προτείνονται δύο εναλλακτικές επιλογές που έχουν ως κοινούς στόχους τον περιορισμό της επιταγής και των παραδοσιακών εντολών κίνησης κεφαλαίων, την προώθηση των πάγιων εντολών για κατάθεση εσόδων ή εξόφληση υποχρεώσεων, την επιδίωξη στροφής του κοινού προς τα ΑΤΜς/ΑCΔς.

Στην πρώτη επιλογή δίνεται έμφαση στην αυξημένη χρήση των ΑΤΜς ενώ οι αγορές εξακολουθούν να γίνονται με μετρητά ή επιταγές/κάρτες όπως και σήμερα.

Στη δεύτερη επιλογή δίνεται έμφαση στο διακανονισμό των αγορών με κάρτα στα σημεία πωλήσεων. Οπότε απαιτείται μικρότερος αριθμός ΑΤΜς και ευρεία ανάπτυξη των ΕFΤ/ΡΟS με μεγάλο αριθμό τερματικών συσκευών.

Αυτές οι στρατηγικές επιλογές εμφανίζονται παραστατικότερα στον παρακάτω πίνακα :

### ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗ Η ΤΩΝ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΪΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ & ΜΕΣΑ	ΕΠΙΛΟΓΗ 1	ΕΠΙΛΟΓΗ 2
- Αναλήψεις από γκισσέ - Συναλλαγές με επιταγή - Εντολές κίνησης κεφαλαίων	Περιορισμός	Περιορισμός
- Αυτόματη πίστωση μισθοδοσίας - Πληρωμές με πάγιες εντολές και αυτόματες χρεώσεις - <i>Domiciliation</i> τίτλων	Έντονη Ανάπτυξη	Έντονη Ανάπτυξη
- Ανάλυση Μετρητών από ΑΤΜς - ΑCΔς	Έντονη Ανάπτυξη	Περιορισμένη Ανάπτυξη
- Διακανονισμός αγορών στα σημεία πωλήσεων (ΕFΤ/ΡΟS)	-	Έντονη Ανάπτυξη

## Αξιολόγηση των επιλογών

Η 2η επιλογή έχει τα εξής συγκριτικά πλεονεκτήματα έναντι της 1ης.

- α) Μικρότερο κόστος ανά συναλλαγή, καλύτερη σχέση κόστους - εσόδων, με ταχύτερη απόσβεση των επενδύσεων.
- β) Ευχερέστερη αποδοχή από το Κοινό, επειδή δεν απαιτείται εξοικείωσή του με τα αυτόματα μηχανήματα, όπως στην 1η επιλογή.
- γ) Μεγαλύτερη αποσυμφόρηση των τραπεζών από ταμειακές συναλλαγές, επειδή δεν θ' απαιτείται, σε μεγάλη έκταση, η ανάληψη μετρητών από τις τράπεζες και δεδομένου ότι είναι αδύνατο όλες οι συναλλαγές αυτές να διοχετευθούν στα ΑΤΜς/ΑCΔς.
- δ) Πληρέστερη άμυνα στη διεύθυνση του ξένου τραπεζικού και κυρίως του εξωτραπεζικού ανταγωνισμού.
- ε) Το σύστημα ΕFΤ/ΡΟS συμβάλλει στην αύξηση του τουριστικού συναλλάγματος και του μεριδίου που αντλούν από αυτό οι τράπεζες.
- ζ) Το ΕFΤ/ΡΟS ενισχύει τους δεσμούς των τραπεζών με το εμπόριο και θα τις διευκολύνει στην πώληση σ' αυτό υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας (διαχείριση διαθεσίμων, οικονομικές πληροφορίες, κ.ά.).
- η) Η 2η επιλογή εκφράζει τις σύγχρονες τάσεις στα συστήματα πληρωμών.

Αντίθετα η 2η επιλογή παρουσιάζει τα εξής συγκριτικά μειονεκτήματα :

- α) Υψηλότερες επενδύσεις κατά 60-70%
- β) Μεγαλύτερη προσπάθεια στο σχεδιασμό, την εφαρμογή και την ανάπτυξη του συστήματος.
- γ) Αύξηση προβλημάτων από τη διεύρυνση του κύκλου των εμπλεκόμενων φορέων (εμπόριο, εταιρίες καρτών, κ.ά.).

## ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ

Η χρησιμοποίηση σύγχρονων ηλεκτρονικών μέσων στην καθημερινή μας ζωή, αποτελεί πλέον αδιαμφισβήτητο γεγονός. Αποκτά μάλιστα μεγαλύτερη σημασία μια και συνδέεται άμεσα με την εξυγίανση των συστημάτων συναλλαγών, την θετική και παραγωγικότερη χρησιμοποίηση του έμψυχου και άψυχου δυναμικού των ελληνικών τραπεζών και την καλύτερη εξυπηρέτηση των συναλασσομένων.

Ενδεικτικό είναι το γεγονός ότι, οι μεν καταναλωτές ανταποκρίνονται όλο και πιο πρόθυμα στους νέους θεσμούς κατανοώντας τις διευκολύνσεις και οφέλη που προσφέρουν οι δε τράπεζες δραστηριοποιούνται όλο και πιο έντονα σ' αυτή την κατεύθυνση επενδύοντας τόσο σε τεχνολογία όσο και σε ανθρώπινο δυναμικό.

Η σύσταση και λειτουργία του Εθνικού Διατραπεζικού Συστήματος Πληρωμών, μέσω της εταιρίας "ΔΙΑΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΑΕ" στην οποία συμμετέχουν 14 τράπεζες και το Ταχυδρομικό Ταμιευτήριο οριοθετεί την έναρξη μιας νέας εποχής για τα συστήματα πληρωμών και αναβαθμίζει θεαματικά τον ρόλο των καρτών πολλαπλών λειτουργιών για τον Έλληνα καταναλωτή. Τόσο ο αριθμός των καρτών ανά κάτοχο όσο και ο αριθμός των χρήσεων αναμένεται να γνωρίσουν μια νέα άνθηση και να δημιουργήσουν ένα νέο στυλ ζωής.

Η σημερινή διάδοχος των πιστωτικών καρτών θα είναι η *Smart Card* η οποία θα διαθέτει μνήμη με ενσωματωμένο *microchip*. Θα έχει τις ίδιες διαστάσεις με την πλαστική κάρτα που ξέρουμε. Ξεχώντας όμως στο εσωτερικό της ένα αυτοπρογραμματιζόμενο μικροϋπολογιστή με μνήμες καθώς και μικροεπεξεργαστή προγραμμάτων που θα επιτρέπουν τον έλεγχο της χρήσης της μνήμης, εξασφάλιση της αυθεντικής χρησιμοποίησης και υψηλό συντελεστή ασφάλειας.

Όλες αυτές οι εξελίξεις μας φέρνουν στο κατώφλι μιας νέας εποχής όπου την σκυτάλη της προόδου παίρνουν στα χέρια τους οι τράπεζες και οικονομικοί οργανισμοί. Οι τηλεπικοινωνίες, οι οπτικές ίνες και τα *microchips* κατέχουν ηγετική θέση σ' αυτή την πορεία καθώς αποτελούν τις απαραίτητες προϋποθέσεις για την πραγματοποίηση της εξέλιξης.

Η δυναμική αυτή εξελικτική πορεία των συστημάτων πληρωμών, θα θέσει σε δεινή θέση όποιον αγνοήσει την ύπαρξή της ή δεν αντιδράσει έγκαιρα, ώστε να μην τον ξεπεράσουν τα γεγονότα. Δημιουργείται μια κατάσταση όπου οι ουραγοί δεν θα έχουν καμία ελπίδα ισότιμης συμμετοχής στην ευρύτερη ευρωπαϊκή και παγκόσμια αγορά.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ



4. Επιτρέπεται η τήρηση, στο όνομα καθενός από τους παραπάνω (παρ.Ι) φορείς-εκδότες πιστωτικών δελτίων, άτοκου λογαριασμού καταθέσεως σε ελεύθερο συνάλλαγμα σε μία από τις Τράπεζες που λειτουργούν στην Ελλάδα, καθώς και η μέσω του λογαριασμού αυτού κάλυψη, αποκλειστικά και μόνο, ποσοστού μέχρι 97,75% των δαπανών (ανεξαρτήτως ύψους) που πραγματοποιούνται στο εξωτερικό με τη χρήση πιστωτικών δελτίων τους ("EUROCARD", "VISA", "CARTE BLANCHE" και "DINERS CLUB") από Έλληνες μόνιμους κατοίκους εξωτερικού, Έλληνες εφοπλιστές και αλλοδαπούς κατοίκους Ελλάδος ή εξωτερικού, οι οποίοι διαθέτουν μη υποχρεωτικά εκχωρητέο συνάλλαγμα και δεν δικαιούνται τουριστικού ή άλλης κατηγορίας κρατικού συναλλάγματος, υπό την προϋπόθεση ότι:

- α) ο λογαριασμός της άνω καταθέσεως θα πιστούται αποκλειστικά με την εισαγωγή συναλλάγματος από πελάτες της ως άνω κατηγορίας (μόνιμους κατοίκους εξωτερικού κλπ.),
- β) προ της διαθέσεως (με χρέωση του λογαριασμού αυτού) συναλλάγματος προς κάλυψη δαπανών στο εξωτερικό των ανωτέρω κατόχων πιστωτικών δελτίων, θα έχει εισαχθεί, για κάθε έναν από αυτούς και θα έχει έλθει σε πίστωση του λογαριασμού ποσό συναλλάγματος το οποίο θα αντιστοιχεί στο 100% του συνόλου των εν λόγω δαπανών τους στο εξωτερικό,

γ) το υπόλοιπο ποσοστό 2,25%, το οποίο θα απομένει από το ως άνω εισαγόμενο συνάλλαγμα (μετά την πληρωμή του 97,75% των δαπανών κάθε δικαιούχου στο εξωτερικό) και το οποίο αποτελεί έσοδο (προμήθεια) των φορέων-εκδοτών των πιστωτικών δελτίων στην Ελλάδα, θα δραχμοποιείται μέσα σε δύο, το πολύ, ημέρες από την πραγματοποίηση της πληρωμής αυτής, οι εκδιδόμενες δε βεβαιώσεις αγοράς συναλλάγματος θα προσκομίζονται στην Τράπεζα της Ελλάδος για να ακυρωθούν.  
(Αποφ.Υ.Π. 302/8/9.4.82)

ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΙΚΑ Η ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑΤΟΣ Ε Γ Κ Ρ Ι Ν Ε Ι μετά την υποβολή των κατά την κρίση της αρμόδιας Υπηρεσίας της Τράπεζας της Ελλάδος δικαιολογητικών, τη χορήγηση Βεβαίωσης από την Τράπεζα της Ελλάδος, με την οποία θα μπορούν οι ενδιαφερόμενοι (κάτοχοι πιστωτικών καρτών που είναι μόνιμοι κάτοικοι εξωτερικού κ.λ.π.) να τακτοποιούν συναλλαγματικά τα αγαθά και τις υπηρεσίες (που αγοράστηκαν από τους εν λόγω κατόχους στο εσωτερικό), η αξία των οποίων διακανονίσθηκε (σε δραχμές) με πιστωτικές κάρτες (CREDIT CARDS).

Η έγκριση αυτή παρέχεται, επειδή σύμφωνα με τις ισχύουσες διατάξεις, οι Τράπεζες δεν επιτρέπεται να εκδίδουν Βεβαιώσεις Αγοράς Συναλλάγματος για το εκχωρούμενο συνάλλαγμα που προέρχεται από συναλλαγές με πιστωτικές κάρτες.

(Αποφ.Ε.Σ.95/3/23.1.84)

Ετην περίπτωση κατά την οποία ο κάτοχος Πιστωτικής Κάρτας αναλαμβάνει (στο εσωτερικό) μετρητά (σε δραχμές), μπορεί να εκδίδεται στο όνομά του, για το αναλαμβανόμενο ποσό, η σχετική Βεβαίωση Αγοράς Συναλλάγματος (ΒΑΣ) (Αποφ.Ε.Σ.143/3/6.9.84 συμπλ.αποφ. Ε.Σ.95/3/84)

III. Α. Εγκρίνει την εκ μέρους της Τραπέζης της Ελλάδος, μετά την υποβολή των κατά την κρίση της δικαιολογητικών και την τήρηση της διαδικασίας που η ίδια καθορίζει, χορήγηση του αναγκαίου ποσού συναλλάγματος στους ανωτέρω (παρ.Ι) φορείς-εκδότες πιστωτικών δελτίων (καρτών), για την κάλυψη υποχρεώσεων στο εξωτερικό οι οποίες προκύπτουν από τη χρησιμοποίηση των δελτίων τους αυτών, με τον περιορισμό ότι το συνάλλαγμα που χορηγείται κάθε χρόνο για τον ως άνω σκοπό δεν μπορεί σε καμιά περίπτωση να υπερβαίνει:

α) για κάθε ένα μεν δικαιούχο-κάτοχο μιας ή και περισσότερων πιστωτικών δελτίων, το ποσό των \$ ΗΠΑ 300 (δολλαρίων ΗΠΑ τριακοσίων).

β) συνολικά δε (κατά φορέα) ποσοστό 40% (σαράντα τοις εκατό) ολόκληρου του ποσού συναλλάγματος που εισάγεται, κατά τον ίδιο χρόνο, εκ της χρησιμοποιήσεως πιστωτικών δελτίων "EURO-CARD", "VISA", "CARTE BLANCHE" και "DINERS CLUB", για την κάλυψη δαπανών σε δραχμές που πραγματοποιούνται από αλλοδαπούς κατόχους τους στην Ελλάδα.

(Αποφ. Υ.Π.302/8/9.4.82)

Β. Εγκρίνει την εκ μέρους της Τραπέζης της Ελλάδος, μετά την υποβολή των κατά την κρίση της δικαιολογητικών και την τήρηση της διαδικασίας που η ίδια καθορίζει, χορήγηση του αναγκαίου ποσού συναλλάγματος στην Ιονική και Λαϊκή Τράπεζα Ελλάδος για την κάλυψη υποχρεώσεων της στο εξωτερικό από τη χρήση των πιστωτικών δελτίων IONO-KARTA-VISA και μέχρι τα ακόλουθα ανώτατα όρια ετησίως:

α. για κάθε δικαιούχο-κάτοχο μιας ή περισσότερων πιστωτικών δελτίων το ποσό USD 300.

β. συνολικά, συμπεριλαμβανομένου και του ποσού συναλλάγματος που χορηγείται στην Εμπορική Τράπεζα της Ελλάδος για τη χρήση στο εξωτερικό από Έλληνες πιστωτικών δελτίων εκδόσεως της (ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ-VISA), ποσοστό 40% ολόκληρου του ποσού συναλλάγματος που εισάγεται κατά τον ίδιο χρόνο από τη χρήση του πιστωτικού δελτίου με το διακριτικό τίτλο "VISA" για την κάλυψη δαπανών σε δραχμές που πραγματοποιούνται από αλλοδαπούς κατόχους της στην Ελλάδα.

(αποφ.ΕΝΠΘ 331/29/24.10.86 συμπλ.αποφ.Υ.Π.302/8/82)

IV. Εξουσιοδοτεί την Τράπεζα της Ελλάδος για την παρακολούθηση της εφαρμογής της παρούσης αποφάσεως, καθώς και για τον καθορισμό των κατά την κρίση της τυχόν αναγκαιών, προς τούτο, λεπτομερειών.

(Αποφ. Υ.Π.302/8/9.4.82)

V. Καθορίζει ότι η απόφαση αυτή ισχύει μέχρι 31 Δεκεμβρίου 1985 (Αποφ.Υ.Π.302/8/82). Με νεώτερες αποφάσεις της Ε.Σ. (23/37/18.1.83, 155/19/5.11.84 και 189/2/18.4.85) η ισχύς της αποφ.Υ.Π.302/8/82 παρατάθηκε διαδοχικά μέχρι 31.12.83, 31.12.84 και 31.12.85.

Παρατάθηκε η ισχύς της αποφ. Υ.Π.302/8/82 μέχρι 31.12.86 με την αποφ. Ε.Σ.289/15/23.4.86.

Διάθεση των καρτών ΕΘΝΟΚΑΡΤΑ, EUROCARD, MASTERCARD και EXECUTIVE EUROCARD της Εθνικής Τράπεζας της Ελλάδος από άλλες τράπεζες

---

Η ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΝΟΜΙΣΜΑΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΘΕΜΑΤΩΝ, αφού έλαβε υπόψη:

- α) τις αποφ. Ν.Ε.46/3/8.9.72 (1) και Υ.Π. 302/8/9.4.82 (2) (όπως ισχύουν) που καθορίζουν τους όρους και τις προϋποθέσεις εφαρμογής στην Ελλάδα του συστήματος των πιστωτικών καρτών, και
- β) τα από 13.4.88 και 22.4.88 έγγραφα της Εθνικής Ανώνυμης Εταιρίας Διοικήσεως και Οργανώσεων:

Α Π Ο Φ Α Σ Ι Σ Ε τα ακόλουθα:

Επιτρέπεται στην ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ να διαθέτει μέσω άλλων τραπεζών τις κάρτες ΕΘΝΟΚΑΡΤΑ, EUROCARD, MASTERCARD και EXECUTIVE EUROCARD που εκδίδει η θυγατρική της εταιρεία ΕΘΝΙΚΗ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΕΩΣ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΩΣΕΩΣ.

Η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος θα ανακοινώνει έγκαιρα στην Τράπεζα της Ελλάδος τους όρους συνεργασίας της με τις άλλες τράπεζες για τον παραπάνω σκοπό.

Οι τράπεζες που διαθέτουν τις πιστωτικές κάρτες ΕΘΝΟΚΑΡΤΑ και MASTERCARD παρακολουθούν τυχόν υπέρβαση του προβλεπόμενου ανώτατου κατά περίπτωση ορίου (σήμερα δρχ. 150.000) πιστώσεων που χορηγούν προς τους κατόχους των εν λόγω καρτών.

Οι συναλλαγές σε συνάλλαγμα με τη χρήση των καρτών MASTERCARD, EUROCARD και EXECUTIVE EUROCARD, που θα διατίθενται μέσω άλλων τραπεζών, παρακολουθούνται από την Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος, η οποία και εξακολουθεί να ευθύνεται συναλλαγματικά έναντι της Τράπεζας της Ελλάδος.

(ΕΝΠΘ 391/27/19.5.88)

---

(1) Βλ. Φ.23-31 σελ.1,2

(2) Βλ. Φ.23-32 σελ.1-4

Εγκρίσεις εφαρμογής εν Ελλάδα του Θεσμού  
των "Τραπεζικών Πιστωτικών Δελτίων"

Α' ΤΡΑΠΕΖΕΣ ΠΟΥ ΕΚΔΙΔΟΥΝ ΠΙΣΤΩΤΙΚΑ ΔΕΛΤΙΑ

Η Νομισματική Επιτροπή, σύμφωνα με την απόφαση της 46/3/8.9.72 που είχε εγκρίνει την έκδοση Τραπεζικών Πιστωτικών Δελτίων από την Ε.Τ.Ε και ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ (ΕΘΝΟΚΑΡΤΑ και ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ/VISA, αντίστοιχα), ενέκρινε στη συνέχεια την έκδοση τραπεζικών πιστωτικών καρτών και από άλλες τράπεζες, όπως κατωτέρω:

1. Εγκρίνεται η έκδοση από την Ιονική και Λαϊκή Τράπεζα πιστωτικού δελτίου με την επωνυμία ΙΟΝΟΚΑΡΤΑ/ΙΟΝΟΚΑΡΤΑ-VISA για την παροχή πιστώσεων στο εσωτερικό, και για την πληρωμή από Έλληνες δαπανών στο εξωτερικό (1), αντίστοιχα.

(Αποφ. ΕΝΠΘ 331/29/24.10.86)

2. Εγκρίνεται η έκδοση από την Αγροτική Τράπεζα της Ελλάδος, σύμφωνα με τους όρους και προϋποθέσεις της αποφ.Ν.Ε. 46/3/8.9.1972 (όπως ισχύει), πιστωτικού δελτίου (κάρτας) με το χαρακτηριστικό τίτλο "ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ".

Τα υπόλοιπα των εν λόγω πιστώσεων, τα οποία περιλαμβάνονται στο εκάστοτε ετήσιο όριο της πιστωτικής επέκτασης της Αγροτικής Τράπεζας της Ελλάδος προς τον ιδιωτικό τομέα, υπόκεινται σε δεσμεύσεις σύμφωνα με τα ισχύοντα για τις αντίστοιχες χορηγήσεις των εμπορικών τραπεζών (αποφ.Ν.Ε 314/19/4.6.81 (2), όπως ισχύει).

(Αποφ.ΕΝΠΘ 359/17/19.6.87)

3. Εγκρίνεται η έκδοση από την Τράπεζα Πίστωσης ΑΕ πιστωτικού δελτίου με την επωνυμία CASHCARD/VISA για την παροχή πιστώσεων στο εσωτερικό.

(Αποφ.ΕΝΠΘ 372/38/26.10.87)

4. Εγκρίνεται η έκδοση από τη CITIBANK ΝΑ πιστωτικού δελτίου με την επωνυμία VISA/CITIBANK για την παροχή πιστώσεων στο εσωτερικό.

(Αποφ.ΕΝΠΘ 373/23/5.11.87)

Εγκρίνεται η παροχή από τη CITIBANK πιστώσεων σύμφωνα με τους όρους και τις προϋποθέσεις της απόφασης ΝΕ 46/3/8.9.72, όπως ισχύει, μέχρι του ισχύοντος ανώτατου κατ'άτομο ορίου (σήμερα δρχ.150.000) για χρήση της κάρτας Diners Club of Greece στην Ελλάδα.

(ΕΝΠΘ 400/17/9.9.88)

Β' ΟΡΟΙ ΚΑΙ ΠΡΟΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΕΚΔΟΣΕΩΣ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΔΕΛΤΙΩΝ

1. Καταργούνται τα υφιστάμενα κατά τράπεζα ανώτατα συνολικά όρια για πιστώσεις που χορηγούνται με χρήση πιστωτικών δελτίων και σύμφωνα με τους όρους και προϋποθέσεις της απόφασης Ν.Ε. 46/3/72, όπως ισχύει. (Π.Δ/Τ.Ε 1179/12.11.87 καταργ.παρ.1 της αποφ.Ν.Ε 46/3/72)

2. Πιστωτικά δελτία εκδίδονται αποκλειστικώς υπέρ κατοίκων ημεδαπής και ισχύουν δι'αγοράς μόνον εντός της Ελλάδος (1) (αποφ.Ν.Ε. 46/3/8.9.72).

3. Τα εκδιδόμενα Πιστωτικά Δελτία δέον όπως φέρουν εμφανώς τα στοιχεία ή χαρακτηριστικόν τίτλον δηλωτικόν της εκδοτριάς Τράπεζας. Εν περιπτώσει χρησιμοποίησεως αντί ιδίων δελτίων, τοιούτων εκδόσεως ξένων Τραπεζών, ταύτα, εκτός των στοιχείων της χρησιμοποιούσης Ελληνικής Τραπεζής, δέον όπως φέρουν ευκρινώς την ένδειξιν ότι ισχύουν μόνον δια την Ελλάδα (1), γενικώς δε χαρακτηριστικά, άτινα θα διαφοροποιούν ταύτα εκ των εν τη αλλοδαπή κυκλοφορούντων δελτίων των εν λόγω ξένων τραπεζών (αποφ.Ν.Ε.46/3/8.9.72).

(1) Βλ.σε Φ.23-32 σελ.1-4 τις διατάξεις της αποφ.Υ.Π 302/8/9.4.82 για κάλυψη δαπανών στο εξωτερικό Ελλήνων κατόχων πιστωτικών δελτίων (καρτών που έχουν εκδοθεί στην Ελλάδα)

(2) Βλ.σε Φ.40-1 σελ.1

Επιτρέπεται η χρησιμοποίηση πιστωτικών καρτών διεθνών οργανισμών που εκδίδονται στην Ελλάδα και για την ανάληψη μετρητών στο εξωτερικό από έλληνες κατόχους τους μέσα στο προβλεπόμενο για την πληρωμή δαπανών ανώτατο όριο συναλλάγματος USD 300 το έτος. (ΕΝΠΘ 403/16/17.10.88 συμπλ.την παρ.ΙΙ/1 της απόφασης ΥΠ 302/8/82).

2. Κατά την έκδοση πιστωτικών δελτίων, οι αναφερόμενοι στην παράγραφο Ι της παρούσης φορείς - εκδότες των δελτίων αυτών πρέπει να λαμβάνουν υπεύθυνη δήλωση των πελατών τους, ότι γνωρίζουν την απαγόρευση υπερβάσεως του ως άνω καθοριζόμενου ανωτάτου ορίου δαπανών τους στο εξωτερικό (\$ΗΠΑ 300 το χρόνο), ανεξάρτητα αν κατέχουν μία ή περισσότερες πιστωτικές κάρτες (1).

3. Οι ως άνω φορείς-εκδότες πιστωτικών καρτών οφείλουν:

- α) να υποβάλλουν στην Τράπεζα της Ελλάδος τα απαιτούμενα στοιχεία (όπως αριθμό ταυτότητας κατόχων πιστωτικών δελτίων κλπ), μηχανογραφικά επεξεργασμένα και συγκεντρωτικά για κάθε ημερολογιακό εξάμηνο, αρχίζοντας με τα στοιχεία του πρώτου εξαμήνου του 1982. Η υποβολή των στοιχείων αυτών θα γίνεται μέσα στο αμέσως επόμενο εξάμηνο,
- β) να αναφέρουν στην Τράπεζα της Ελλάδος κάθε παράβαση των περί συναλλάγματος διατάξεων από τους κατόχους πιστωτικών δελτίων, που διαπιστώνουν ή που με οποιοδήποτε τρόπο γίνεται γνωστή σ'αυτούς, εφόσον η παράβαση σχετίζεται με τη χρήση των εν λόγω πιστωτικών δελτίων.

(Αποφ. Υ.Π. 302/8/9.4.82)

- 
- (1) Με τη 158/45/15.11.84 απόφαση της Ε.Σ. εγκρίθηκε για τα έτη 1982, 1983 και μέχρι 30.9.84 η απαλλαγή από τις συναλλαγματικές υποχρεώσεις, όσων από τους μόνιμους κατοίκους της χώρας, υπερέβησαν μέχρι του ποσού των \$ 100 (Δολλαρίων εκατό), το ανώτατο πιστωτικό όριο, στις παραπάνω χρονικές περιόδους.

Επίσης εγκρίθηκε η απόδοση των καρτών, που τους παρακράτησαν οι εταιρείες πιστωτικών καρτών για τις παραβάσεις αυτές.

(1) Οκτώβριος 1988

Καθορισμός των όρων εφαρμογής από 1.1.82 του συστήματος καλύψεως δαπανών στο εξωτερικό (1) Ελλήνων κατόχων πιστωτικών δελτίων (καρτών) που έχουν εκδοθεί στην Ελλάδα.

Η ΥΠΟΕΠΙΤΡΟΠΗ ΠΙΣΤΩΣΕΩΝ, αφού έλαβε υπόψη:

- α) τις προηγούμενες σχετικές αποφάσεις (Υ.Π. 678/16/27.6.60, 148/8/17.5.73 και Υ.Δ.Σ. 634/6/16.7.81 όπως τροποποιήθηκαν και συμπληρώθηκαν μεταγενέστερα), με τις οποίες έχει εγκριθεί η εφαρμογή του συστήματος καλύψεως δαπανών Ελλήνων στο εξωτερικό με τη χρησιμοποίηση πιστωτικών δελτίων (credit cards) που εκδίδονται στην Ελλάδα από ειδικά προς τούτο εξουσιοδοτημένους φορείς,
- β) τα υποβληθέντα αιτήματα τροποποίησης ορισμένων από τους βασικούς όρους λειτουργίας του ανωτέρω συστήματος για πληρωμές δαπανών σε συνάλλαγμα των κατόχων πιστωτικών καρτών στο εξωτερικό,

Α Π Ο Φ Α Σ Ι Σ Ε τα ακόλουθα:

- I. Καταργεί τις σχετικές διατάξεις όλων των προηγούμενων αποφάσεων με τις οποίες καθορίστηκαν οι βασικοί όροι και προϋποθέσεις εφαρμογής του ως άνω συστήματος καλύψεως δαπανών σε συνάλλαγμα που πραγματοποιούν Έλληνες στο εξωτερικό με τη χρησιμοποίηση πιστωτικών καρτών (credit cards) που εκδίδονται στην Ελλάδα από:
  - α) την Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος σαν εκπροσώπου του διεθνούς ομίλου Interbank Carte Association, με τον διακριτικό τίτλο "EUROCARD" (Απ.Υ.Π. 302/8/9.4.82)  
Εγκρίνεται η έκδοση από την Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος σύμφωνα με τους όρους και τις προϋποθέσεις της απόφασης Υ.Π. 302/8/9.4.82, όπως ισχύει, διεθνούς πιστωτικής κάρτας υπό τον διακριτικό τίτλο ΕΤΗΝΟΚΑΡΤΑ, η οποία θα χρησιμοποιείται στο εξωτερικό από Έλληνες κατόχους της για την πληρωμή δαπανών ή ανάληψη μετρητών μέσα στο επιτρεπόμενο ανώτατο όριο συναλλάγματος κατ' έτος (Ε.Ν.Π.Θ. 424/16/6.6.89).
  - β) ι. την Εμπορική Τράπεζα της Ελλάδος σαν εκπροσώπου του διεθνούς ομίλου πιστωτικών καρτών Visa, με τον διακριτικό τίτλο "VISA" (Απ.Υ.Π. 302/8/9.4.82),  
ιι. την Ιονική και Λαϊκή Τράπεζα Ελλάδος, με την επωνυμία "ΙΟΝΟΚΑΡΤΑ-VISA" (Αποφ.Ε.Ν.Π.Θ. 331/29/24.10.86 (2) συμπλ.αποφ.Υ.Π. 302/8/82)
  - γ) της Εθνικής Ανωνύμου Εταιρείας Διοικήσεως και Οργανώσεως σαν εκπροσώπου του αμερικανικού οργανισμού Carte Blanche Corporation, με διακριτικό τίτλο "CARTE BLANCHE" και
  - δ) της εταιρείας Diners Club of Greece S.A. σαν εκπροσώπου και του διεθνούς οργανισμού Diners Club International, με τον διακριτικό τίτλο "DINERS CLUB".
- II. Καθορίζει ότι από 1ης Ιανουαρίου 1982 το σύστημα χρησιμοποίησης πιστωτικών δελτίων (καρτών) εκδόσεως των αναφερομένων στην προηγούμενη παράγραφο (I) φορέων για κάλυψη δαπανών στο εξωτερικό θα εφαρμόζεται με τους ακόλουθους όρους και προϋποθέσεις:

1. Επιτρέπεται στους δικαιουμένους τουριστικού συναλλάγματος Έλληνες που ταξιδεύουν στο εξωτερικό και είναι κάτοχοι των ανωτέρω πιστωτικών καρτών, να τις χρησιμοποιούν για την πληρωμή δαπανών τους σε συνάλλαγμα στο εξωτερικό και μέχρι ποσού ισοτίμου \$ ΗΠΑ 300 (δολαρίων ΗΠΑ τριακοσίων) το χρόνο, πέρα του χορηγούμενου σ' αυτούς τουριστικού συναλλάγματος.

Το ως άνω καθοριζόμενο ποσό των \$ 300 αποτελεί το ανώτατο ετήσιο όριο δαπανών σε συνάλλαγμα που μπορεί να πραγματοποιήσει κάθε δικαιούχος, ανεξάρτητα από τον αριθμό των πιστωτικών καρτών που τυχόν είναι κάτοχος.

(Αποφ. Υ.Π. 302/8/9.4.82)

- (1) Για δαπάνες στο εσωτερικό Ελλήνων κατόχων πιστωτικών δελτίων (καρτών)  
βλ.σε Φ.23-31 σελ.1
- (2) βλ.σε Φ.23-32 σελ.4 και Φ.23-31 σελ.1 άλλες διατάξεις της Ε.Ν.Π.Θ.331/29/86

4. α. Αυξάνεται το κατ'άτομο ανώτατο όριο πίστωσης σε ιδιώτες που παρέχεται μέσω των τραπεζικών πιστωτικών καρτών, από δραχμές εβδομήντα πέντε χιλιάδες (δρχ. 75.000) σε δραχμές εκατόν πενήντα χιλιάδες (δρχ. 150.000).

β. Επιτρέπεται η καταβολή μετρητών μέχρι δρχ. 20.000 το μήνα στους κατόχους τραπεζικών πιστωτικών δελτίων καθώς και δελτίων που χρησιμοποιούνται για διενέργεια πληρωμών (Diners Club κλπ).

Οι παραπάνω καταβολές μετρητών συνυπολογίζονται στο ανώτατο συνολικό πιστωτικό όριο κατ'άτομο που αναφέρεται στην παρ.α. (Π.Δ/Τ.Ε 1190/4.12.87 τροπ.αποφ.ΕΝΠΘ 230/14/29.3.85, αποφ.Υ.Π 274/11/29.6.81, Υ.Π 156/1/77, Ν.Ε.51/3/27.9.74, Ν.Ε.46/3/72).

Επιτρέπεται η καταβολή από την Τράπεζα Μακεδονίας-Θράκης μετρητών μέχρι του προβλεπόμενου ανώτατου κατ'άτομο ορίου (σήμερα δρχ. 20.000 το μήνα, Π.Δ/Τ.Ε 1190/4.12.87, παρ.2) σε κατόχους της κάρτας Diners Club International, με άμεση χρέωση του τηρούμενου στην εν λόγω τράπεζα λογαριασμού της Α.Ε. Diners Club of Greece - (ΕΝΠΘ 420/21/7.4.89).

Οι τράπεζες που εκδίδουν πιστωτικές κάρτες στην Ελλάδα μπορούν, κατά την κρίση τους, να επιτρέπουν προσωρινή υπέρβαση του ανωτατου ορίου πιστώσεως κατ'άτομο (1), εφόσον η οφειλή από τις συναλλαγές που δημιουργούν την υπέρβαση αυτή εξοφλείται το αργότερο εντός μηνός από την έκδοση του μηνιαίου λογαριασμού στον οποίο οι συναλλαγές αυτές εμφανίζονται για πρώτη φορά.

Σε περίπτωση που η παραπάνω υπέρβαση του κατ'άτομο πιστωτικού ορίου διατηρείται και πέραν των 30 ημερών από την έκδοση του λογαριασμού, το ποσό της υπέρβασης θα εκτοκίζεται υποχρεωτικά με επιτόκιο υπερημερίας (2) όχι κατώτερο του 25% το χρόνο, ενώ σε περιπτώσεις κατ'εξακολούθηση σημαντικών υπερβάσεων θα πρέπει η τράπεζα να μεριμνά για την οριστική αφαίρεση της πιστωτικής κάρτας. (Αποφ.ΕΝΠΘ 336/26/1.9.87 τροπ.αποφ.ΕΝΠΘ 230/14/85)

5. Έκαστον άτομον δικαιούται ενός πιστωτικού δελτίου και από μίαν μόνον Τράπεζαν (αποφ. Ν.Ε.46/3/8.9.72).

6. Η χρησιμοποίηση των δελτίων επιτρέπεται δια την αγοράν υπηρεσιών και εγχωρίων (3) προϊόντων. Προς τον σκοπόν τούτον δέον όπως οι κάτοχοι πιστωτικών δελτίων και οι συμβαλλόμενοι μετά των Τραπεζών έμποροι υποβάλλουν εις αυτές σχετικές υπευθύνους δηλώσεις (αποφ.Ν.Ε 46/3/8.9.72).

7. Αι πιστώσεις δέον να εξοφλώνται εντός προθεσμίας 25 ημερών από της εκδόσεως του μηνιαίου λογαριασμού του πιστούχου άνευ επιβαρύνσεως τούτου δια τόκους, προμήθειαν κ.λ.π. Εις περίπτωσιν εξοφλήσεως πέρα της προθεσμίας ταύτης, αι καταβαλλόμεναι κατά μήνα δόσεις δεν δύναται να είναι κατώτεραι του 10% του εκάστοτε οφειλομένου υπολοίπου με ελάχιστον ποσόν καταβολής δρχ. 500 (αποφ.Ν.Ε.46/3/8.9.72). Ισχύουν επιτόκιον, αυτό που ισχύει κάθε φορά σύμφωνα με τις γενικές αποφάσεις (4).

8. Η χρονική διάρκεια ισχύος του πιστωτικού δελτίου ορίζεται μέχρι 2 ετών (αποφ.Ν.Ε.46/3/8.9.72).

9. Αι δια των πιστωτικών δελτίων χορηγήσεις των ρηθειών τραπεζών θα εμφανίζονται υπ'αυτών εις την υποβαλλομένην προς την Κ.Υ.Π.Τ. κατάστασιν Υποδ.Νο 1 υπό τον κωδικόν αριθμόν 5112 και υπό ιδιαιτέραν κατηγορίαν "Πιστωτικά δελτία" εις την μερίδα "Καταναλωτική Πίστις" (5) με αναγραφήν και του αριθμού των εν κυκλοφορία Πιστωτικών Δελτίων.

(αποφ. Ν.Ε. 46/3/8.9.72)

(1) Η αποφ.ΕΝΠΘ 336/26/87 κοινοποιήθηκε όταν το ανώτατο όριο πιστώσεως κατ'άτομο ήταν δρχ. 75.000. Τώρα με την Π.Δ/Τ.Ε 1190/87 το ανώτατο όριο είναι δρχ. 150.000.

(2) Βλ.σε Φ.30-14,

(3) Βλ.σε Φ.23-32 σελ.1-4 για κάλυψη δαπανών στο εξωτερικό Ελλήνων κατόχων πιστωτικών δελτίων

(4) Βλ.σε Φ.30-1 τα επιτόκια που ισχύουν κάθε φορά

(5) Βλ.Φ.14-4

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Η ύλη που χρησιμοποιήθηκε για την συγγραφή αυτής της μελέτης αντλήθηκε από :

α) Τις εφημερίδες :

*Financial Times*

Οικονομική Καθημερινή

*Hellenews*

Κέρδος

Ναυτεμπορική

Εξπρές

β) Τα περιοδικά :

Αγορά

Κεφάλαιο

*Cards International*

Εμείς (Περιοδικό της Εθνικής Ανωνύμου Εταιρίας Οργανώσεως και Διοικήσεως ΕΑΕΔΟ).

*Exec-V-Scope*

*The Nilson Report*

*Marketing Newsletter*

γ) Το βιβλίο :

*The Systems Credit Cards*

δ) Από τα στελέχη :

της ΕΑΕΔΟ (Εθνική Ανώνυμος Εταιρία Οργανώσεως και Διοικήσεως)

της ΕΤΕ (Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος)

της Τράπεζας της Ελλάδος

της ΕΤΕ (Ενωσης Τραπεζών Ελλάδος)

της Ιονικής Τράπεζας

