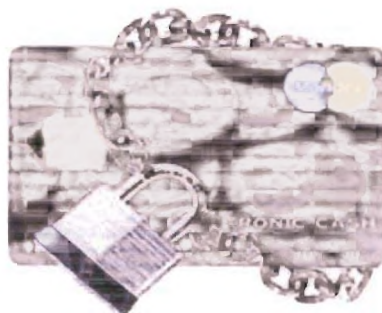


ΤΕΙ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΣΣΟΕ

ΠΛΑΣΤΙΚΟ ΧΡΗΜΑ ΚΑΙ VISA



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
ΤΗΣ
ΤΣΩΤΑ ΕΛΕΝΗΣ

ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ
ΝΤΟΒΑΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ

Τ.Ε.Ι. ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ

ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ

Αριθ. Εισαγωγής 1060

ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ 2007

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Εισαγωγή	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο	
ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ MARKETING	
1.1. Παλιός τρόπος λειτουργίας και οργάνωσης των τραπεζών	3
1.2. Εισαγωγή της τεχνολογίας στη λειτουργία των τραπεζών	4
1.3. Βασικές έννοιες και φιλοσοφία του Μάρκετινγκ	8
1.4. Marketing υπηρεσιών	11
1.5. Ανάγκη για Marketing και δημόσιες σχέσεις στις τράπεζες	15
1.6. Το Marketing Mix στις τράπεζες	19
1.7. Το τραπεζικό μάρκετινγκ στο κατώφλι του 21 ^{ου} αιώνα	21
1.8. Χαρακτηριστικά Μάρκετινγκ	28
1.9. Προώθηση και προβολή υπηρεσιών	30
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο	
ΠΛΑΣΤΙΚΟ ΧΡΗΜΑ (ΚΑΡΤΕΣ) ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΧΡΗΣΗ ΑΥΤΟΥ	
2.1. Εισαγωγή	36
2.2. Ιστορική ανασκόπηση	36
2.3. Βασικά χαρακτηριστικά	37
2.4. Σύγχρονες κάρτες	42
2.5. Το κύκλωμα και κατηγορίες καρτών	43
2.6. Είδη και χαρακτηριστικά καρτών	48
2.7. Πιστωτικό όριο, επιτόκιο και έξοδα καρτών	50
2.8. Πιστωτική κάρτα	58
2.9. Χρεωστική κάρτα	68
2.10. American Express	70
2.11. Άλλες κάρτες	71
2.12. Τα πλεονεκτήματα - μειονεκτήματα των πιστωτικών καρτών	73
2.13. Λόγοι ανόδου και προοπτικές επέκτασης των πιστωτικών καρτών	74
2.14. Παροχές πιστωτικών καρτών	75
2.15. Πλεονεκτήματα-Μειονεκτήματα για τράπεζες και εμπόρους	76
2.16. Άτοκη εξόφληση πιστωτικών καρτών	77

2.17. Οι πιστωτικές κάρτες στην Ε.Ε. και στην Ελλάδα	79
2.18. Ανάλυση χαρακτηριστικών των χρηστών των πιστωτικών καρτών	80
2.19. Χρήση πιστωτικών καρτών στην Ελλάδα	82
2.20. Το σύστημα αχρήματης οικονομίας	85
2.21. Οι ιδιαιτερότητες της διανομής των τραπεζικών προϊόντων	85
2.22. Οι πιστωτικές κάρτες και το άμεσο Marketing	87

Κ Ε Φ Α Λ Α Ι Ο 3^ο

ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΚΑΡΤΩΝ

3.1. Εισαγωγή	89
3.2. Χρήσεις των καρτών	92
3.3. Εφαρμογές των καρτών	93
3.4. Η φυσική δομή των πιστωτικών καρτών	95
3.5. Κύκλος ζωής μιας έξυπνης κάρτας	97
3.6. Λογική δομή και έλεγχοι πρόσβασης	99
3.7. Αναγνώστες πιστωτικών καρτών	100
3.8. Στοιχεία ασφάλειας	101
3.9. Πιστωτικές κάρτες για την ασφάλεια των δεδομένων	104
3.10. Επικύρωση του κατόχου της κάρτας-PIN	105
3.11. Υποκλοπή	106
3.12. Λειτουργίες ασφάλειας	108
3.13. Απάτες με πιστωτικές κάρτες	108
Συμπεράσματα	112
Βιβλιογραφία	115
Παράρτημα	116

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Από την εμφάνιση του ανθρώπινου γένους πάνω στη γη εμφανίστηκε η ανάγκη επικοινωνίας. Οι άνθρωποι άρχισαν να ζουν σε οργανωμένες κοινωνίες. Με το καιρό κατάλαβαν ότι για να επιβιώσουν και να επικοινωνήσουν μέσα σ' αυτές έχει ο ένας την ανάγκη του άλλου.

Με το καιρό διαπίστωσαν ότι η ανταλλαγή αγαθών για την ικανοποίηση των αναγκών τους, δεν ήταν ο πιο δίκαιος τρόπος. Εξαιτίας του προβλήματος αυτού, χρειάστηκε να βρουν ένα κοινά αποδεκτό τρόπο έτσι ώστε οι συναλλαγές αυτές να είναι δίκαιες. Ξεκινώντας, λοιπόν, από την ανταλλαγή των προϊόντων έφτασαν σε σημείο να χρησιμοποιήσουν τα χρήματα, με τη μορφή των κερμάτων και αργότερα των χαρτονομισμάτων. Είναι λογικό, εξαιτίας της έμφυτης ανάγκης του ανθρώπου για εξέλιξη, ο τρόπος αυτός συναλλαγής να εξελιχθεί. Φτάνοντας στη σημερινή εποχή, το χρήμα τείνει να αντικατασταθεί με διάφορα άλλα μέσα, όπως οι πιστωτικές κάρτες, οι τηλεφωνικές κάρτες, οι κάρτες διοδίων κ.τ.λ.

Πλέον, αντί να κρατάμε επάνω μας χαρτονομίσματα, το νέο «πορτοφόλι» θα αποθηκεύει ψηφιακό χρήμα που είναι αδύνατο να παραχαραχθεί. Σήμερα, όταν δίνεται ένα χαρτονόμισμα, μία επιταγή, μία διατακτική δώρου, κ.λ.π. η μεταβίβαση χρήματος αντιπροσωπεύει μεταβίβαση κεφαλαίου. Αλλά το χρήμα δεν είναι απαραίτητο να εκφράζεται σε χαρτί. Μπορεί να εκφραστεί με τη μορφή πιστωτικής κάρτας, τηλεφωνικής κάρτας, κάρτας SIM κ.λ.π., οι οποίες ανήκουν στις πιο συνηθισμένες κατηγορίες έξυπνων κάρτων.

Σήμερα, η εξέλιξη των καρτών είναι ραγδαία αφού χρησιμοποιούνται ευρέως σε όλες σχεδόν τις καθημερινές δραστηριότητες. Επίσης, είναι σημαντικό το γεγονός ότι μια έξυπνη κάρτα μπορεί να χρησιμοποιηθεί για πολλές εφαρμογές ταυτοχρόνως, αφού μπορείτε να ταξιδεύσετε μ' αυτήν, να τη χρησιμοποιείτε ως αποδεικτικό πληρωμής της εισόδου σας στο θέατρο, σε βιβλιοθήκες, σε κτίρια υψηλής ασφαλείας(π.χ. σε στρατιωτικές βάσεις) και ότι άλλο μπορείτε να φανταστείτε. Σε λίγα χρόνια, χάρη στο προσωπικό υπολογιστή τσέπης, όλοι θα μπορούν να συναλλάσσονται με ψηφιακό χρήμα. Το ψηφιακό χρήμα θα χρησιμοποιείται και για διαπροσωπικές συναλλαγές.

Καθώς θα καταργούνται σιγά-σιγά τα μετρητά και οι πιστωτικές κάρτες, οι εγκληματίες θα βάζουν στόχο τις έξυπνες κάρτες και επομένως, θα πρέπει να υπάρχει ασφάλεια που θα εμποδίζει να χρησιμοποιηθούν με τον ίδιο τρόπο που μπορεί να χρησιμοποιηθεί σήμερα μία κλεμμένη πιστωτική κάρτα. Μέσα στις κάρτες αυτές θα είναι αποθηκευμένα τα κλειδιά που θα χρησιμοποιείται για να προσδιορίσετε την ταυτότητά σας. Θα μπορείτε εύκολα να ακυρώνετε τα κλειδιά σας και να τα αλλάζετε τακτικά. Την ώρα ορισμένων σημαντικών συναλλαγών θα

χρειάζεται, ίσως, να πληκτρολογήσετε ένα συνθηματικό. Οι αυτόματες ταμειακές μηχανές σας ζητούν να δώσετε το προσωπικό κωδικό αριθμό σας, δηλαδή ένα σύντομο συνθηματικό. Άλλη δυνατότητα που θα καταργεί την ανάγκη να θυμάστε κάποιο συνθηματικό, θα είναι η χρήση βιομετρικών μέτρων- όπως η αποτύπωση της φωνής ή το δακτυλικό αποτύπωμα. Τα ατομικά βιομετρικά μέτρα είναι ασφαλέστερα και είναι σχεδόν βέβαιο, ότι θα προστατεύουν τις έξυπνες κάρτες.

Η ασφάλεια των πληροφοριών και των ευαίσθητων προσωπικών δεδομένων διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην εξέλιξη και τη λειτουργία των έξυπνων καρτών. Αυτό είναι ένα θέμα που απασχολεί τη τεχνολογική κοινωνία και απ' ότι φαίνεται θα συνεχίσει να την απασχολεί και για αρκετά χρόνια αργότερα.

Η παρούσα εργασία πραγματεύεται το θέμα της έκδοσης πιστωτικών καρτών στη χώρα μας. Τα στοιχεία για την εκπόνηση της παρούσας εργασίας αντλήθηκαν με δευτερογενή έρευνα από τις βιβλιοθήκες του ΤΕΙ Μεσολογγίου, του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών και της Εθνικής Τράπεζας της Ελλάδος στην Αθήνα, όπως επίσης και από διαδικτυακές πηγές.

Η εργασία εκτείνεται σε τρία κεφάλαια. Στο πρώτο αναπτύσσεται η έννοια του τραπεζικού μάρκετινγκ, τα χαρακτηριστικά, οι τεχνικές εφαρμογής του. Στο δεύτερο κεφάλαιο αναλύεται η έννοια του πλαστικού χρήματος και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του. Στο τρίτο κεφάλαιο περιγράφονται οι μέθοδοι εφαρμογής και αναλύονται τα σχετικά με την ασφάλεια των πιστωτικών καρτών θέματα. Η εργασία ολοκληρώνεται με την παράθεση των συμπερασμάτων και την καταγραφή της σχετικής βιβλιογραφίας.

Τέλος θα ήθελα να ευχαριστήσω όσους με βοήθησαν στην εκπόνηση της παρούσας εργασίας και ιδιαίτερα τον καθηγητή μου κ. Δημήτριο Ντόβα για την πολύτιμη υποστήριξη που μου προσέφερε στην εύρεση των στοιχείων.

Κ Ε Φ Α Λ Α Ι Ο 1^ο

ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ MARKETING

1.1. Παλιός τρόπος λειτουργίας και οργάνωσης των τραπεζών

Ο παραδοσιακός τρόπος οργάνωσης της εργασίας στις τράπεζες συνίσταται σε ένα συνδυασμό διοικητικών και εμπορικών καθηκόντων στο κατάστημα. Η εμπορική δραστηριότητα αφορούσε την επαφή με την πελατεία και η διοικητική, τη σημασία τήρησης των διαδικασιών εκτέλεσης των επιμέρους έργων. Η όσμωση μεταξύ εμπορικών και διοικητικών καθηκόντων, η εν θέσεων σε δραστηριότητες προώθησης εργασιών και σωστής εφαρμογής των κανόνων δημιουργούσε μία συνέχεια στην εξέλιξη και θεμελιώνει τις προϋποθέσεις σταδιοδρομίας στον κλάδο.

Τα καθήκοντα ήταν διατεταγμένα «σε μικρά κομμάτια», σύμφωνα με μια οργανωτική σύλληψη, που εστίαζε στην κατακερματισμένη εργασιακή διαδικασία. Οι διαδοχικές φάσεις εκτέλεσης των έργων και οι σχέσεις άλλη μεταξύ τους στις μεθόδους εργασίας της εποχής δύο βασικά χαρακτηριστικά:

- Την έντονη λειτουργία του ελέγχου από την πλευρά των διαφόρων κλιμακίων της ιεραρχίας πάνω στην παραγωγική διαδικασία,
- Τη δημιουργία διαφορετικών βαθμών ειδίκευσης ανάλογα:

Είτε με το χαρακτήρα των εργασιών του καταστήματος, όπου η φύση της οικονομικής δραστηριότητας στη ζώνη γεωγραφικής εξάπλωσης της κάθε τραπεζικής μονάδας προσέδιδε και στο προσωπικό τις σχετικές εξειδικεύσεις, είτε με την εσωτερική οργάνωση του κάθε καταστήματος, όπου παρατηρούνται οι εξής διακρίσεις:

1. Η διάκριση μεταξύ μεγάλων και μικρών μονάδων, με έντονη τη στενή - περιοριστική εξειδίκευση (Θρυμματισμός των εργασιών) στα πρώτα, ενώ αντίστροφα στα δεύτερα οι θέσεις εργασίας ήταν πιο πολυλειτουργικές, αν και υστερούσαν ως προς τα πρώτα, εξαιτίας της μη αντιμετώπισης εργασιών ίδιας δυσκολίας και συνθετότητας.
2. Η διάκριση μεταξύ του guichet και των «πίσω υπηρεσιών»
3. Η διάκριση στη γραμμή του guichet μεταξύ υπαλλήλων-ταμιών και προϊσταμένων.
4. Οι διακρίσεις μεταξύ των υπαλλήλων της πρόσω γραμμής ανάλογα με τα διάφορα αντικείμενα ενασχόλησης τους.

Το περιεχόμενο των θέσεων απασχόλησης ήταν κατά βάση φτωχό και οι εργασίες απλές - επαναληπτικές. Η συμπεριφορά στην εργασία χαρακτηριζόταν από παθητικότητα και από την

αναμονή εξυπηρέτησης των αιτημάτων των πελατών, τους οποίους άλλωστε δεν ήταν αναγκασμένοι να αναζητήσουν, αφού αυτοί οι τελευταίοι ήταν υποχρεωμένοι να προσφύγουν στις τράπεζες για να εξυπηρετηθούν.

Η εκμάθηση του επαγγέλματος ξεκινούσε από τις λεγόμενες απλές εργασίες και με το διαδοχικό πέρασμα από τη θέση σε θέση δημιουργούνται οι προϋποθέσεις πρόσβασης στις σύνθετες τραπεζικές εργασίες. Η εκπαίδευση «δια της ασκήσεως της εργασίας» δίπλα σε αρχαιότερους και πιο πεπειραμένους υπαλλήλους σε συνδυασμό με την ύπαρξη ενδοτραπεζικών ή διατραπεζικών εκπαιδευτικών μηχανισμών δημιουργούσαν ευκαιρίες για ανάδειξη στους ικανότερους. Το πνεύμα ένταξης στις αξίες της κάθε τράπεζας και η γραμμική επαγγελματική εξέλιξη συνέθεταν την κουλτούρα του επαγγέλματος.

1.2. Εισαγωγή της τεχνολογίας στη λειτουργία των τραπεζών

Σειρά παραγόντων επηρέασε το ρυθμό εισαγωγής και χρήσης των νέων τεχνολογιών. Ως τέτοιους μπορούμε να αναφέρουμε:

- Τη φύση της δραστηριότητας των διαφόρων τύπων πιστωτικών ιδρυμάτων που συνθέτουν τον κλάδο,
- Το μέγεθός τους, δεδομένου ότι οι μικροί οργανισμοί τείνουν να υιοθετούν συγκεντρωτική δομή για την επίτευξη οικονομιών κλίμακος σε αντίθεση με τους μεγάλους που αποκεντρώνουν για να ανταποκριθούν καλύτερα στις απαιτήσεις των αγορών,
- Την κοινωνική φυσιογνωμία του κλάδου που χαρακτηρίζεται από την ειδίκευση του ανθρώπινου δυναμικού, τις νοοτροπίες εργασίας (επαγγελματική ωριμότητα) που κυριαρχούν και το περιεχόμενο της συλλογικής διαπραγμάτευσης,
- Την κουλτούρα των επιχειρήσεων σε θέματα συγκεντρωτισμού (συνοχής του συνόλου) και αποκέντρωσης (τοπικής αυτονομίας),
- Τέλος, τη σχέση του κλάδου με το εξωτερικό οικονομικό σύστημα.

Η οικονομική ανάπτυξη, που σημειώθηκε στις βιομηχανικές χώρες τα χρόνια που ακολούθησαν το τέλος του δεύτερου παγκοσμίου πολέμου, χαρακτηρίστηκε από τους τρόπους ζωής της καταναλωτικής κοινωνίας. Η απόκτηση κατοικίας, η πρόσβαση στα διαρκή καταναλωτικά αγαθά, η σε μηνιαία βάση καταβολή των μισθών και η απόκτηση λογαριασμών σε τράπεζες από τα νοικοκυριά επηρέασαν τα δεδομένα του τραπεζικού περιβάλλοντος. Τα δάνεια συνιστούσαν τον τρόπο πρόσβασης στις νέες φόρμες κατανάλωσης και η αύξηση των τραπεζικών καταστημάτων το μέσο για τη συγκέντρωση της αποταμίευσης.

Ο όγκος της ροής των πληροφοριών που έπρεπε να διαχειριστούν οι τράπεζες άρχισε να λαμβάνει διαστάσεις που ουδέποτε πριν είχαν γνωρίσει. Η χρήση των πρώτων μεγάλων υπολογιστών αρχίζει από το 1950. Σύμφωνα με τις προσπάθειες περιοδολόγησης των φάσεων εισαγω-

γής και διάχυσης της πληροφορικής στις τραπεζικές εργασίες προκύπτουν οι κατωτέρω διαπιστώσεις.

Στις δεκαετίες '50-'60 η πρώτη φάση (βαριά - πληροφορική) εστιάζεται στην επεξεργασία μεγάλης μάζας δεδομένων σε εξειδικευμένες κεντρικές υπηρεσίες. Στα τέλη της περιόδου αυτής η πληροφορική αντικαθιστά τα παλαιά συστήματα μηχανογραφίας, χωρίς όμως ακόμη να μεταβάλλει την οργάνωση της εργασίας. Η ταχύτητα συνιστά την μόνη προτεραιότητα.

Μέχρι και τα μέσα της δεκαετίας του '70 η όλη θεώρηση της αρχιτεκτονικής των συστημάτων είναι συγκεντρωτισμός για την επίτευξη οικονομιών κλίμακος. Γι' αυτόν το λόγο η επεξεργασία των δεδομένων πραγματοποιείται σε μεγάλα κέντρα πληροφορικής, που είναι επιφορτισμένα και με την ανάπτυξη των νέων εφαρμογών. Είναι η εποχή της προτεραιότητας στην αποθήκευση των πληροφοριών και στη δημιουργία των αρχείων των πελατών. Οι πρώτες εφαρμογές (μισθοδοσίας, εντολές, επιταγές, λογιστική επιμέρους εργασιών, πληρωμές εξωτερικού, positions πελατών) είναι περιφερειακές ως προς την καρδιά της χρηματοοικονομικής λειτουργίας των τραπεζών.

Όμως, ο τρόπος εισαγωγής και διάχυσης της πληροφορικής εντάσσεται πλέον στις στρατηγικές των τραπεζών και αρχίζει να έχει τις επιπτώσεις του στην εργασιακή διαδικασία. Το μοντέλο εφαρμογής της πληροφορικής της εποχής εγγράφεται σε ένα τεχνικο-οργανωτικό σχέδιο που ανατρέπει τις παραδοσιακές οδούς σταδιοδρομίας που γνώριζε το επάγγελμα. Η σε πληροφορική βάση ανάλυση κατ' αρχήν της εργασιακής διαδικασίας και η τυποποιημένη οργάνωση των έργων κατόπιν διασπούν το επαγγελματικό συνεχές που χαρακτήριζε τον κλάδο. Το τεχνολογικό μοντέλο χαρακτηρίζεται από την απουσία οποιαδήποτε ευκαμψίας στην εργασία.

Τα βασικά χαρακτηριστικά του νέου καταμερισμού ήταν:

1. Μη άμεση επαφή μεταξύ υπαλλήλου και πληροφορικού συστήματος,
2. Θεμελίωση τυποποιημένων κανόνων εργασίας στη βάση της κωδικοποίησης των βασικών εντύπων ή εκείνων που προορίζονται να τροφοδοτήσουν τους υπολογιστές,
3. Λειτουργία χωροταξικά απομονωμένων κέντρων πληροφορικής όπου οι μέθοδοι και οι συνθήκες εργασίας (καταμερισμός των έργων, ακανόνιστα ωράρια) προσιδιάζουν περισσότερο στη βιομηχανία παρά στο περιβάλλον εργασιών γραφείου,
4. Αύξηση της εξουσίας των κεντρικών υπηρεσιών πληροφορικής, καθώς με τους τρόπους ανάπτυξης των εφαρμογών που επιλέγουν επιβάλλουν συγκεκριμένους τύπους οργάνωσης σε άλλες μονάδες.

Από πλευράς επιπτώσεων στις ειδικότητες του προσωπικού παρατηρούνται διακρίσεις και διπολικά σχήματα ειδικεύσεως ήτοι:

1. Διάκριση ανάμεσα σε πληροφορικούς και χρήστες πληροφορικής,

2. Διχοτόμηση του ανθρώπινου δυναμικού σε προσωπικό υψηλής ειδίκευσης (μηχανικοί πληροφορικής, αναλυτές, προγραμματιστές) και προσωπικό παραγωγής και καταχώρησης των δεδομένων,
3. Συγκέντρωση στα μηχανογραφικά κέντρα ενός μεγάλου αριθμού στενά (περιοριστικά) εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού για απλές επαναληπτικές εργασίες καταχώρησης,
4. Διπολισμός στα καθήκοντα των υπαλλήλων μεταξύ εκείνων που εξασφαλίζουν την παραγωγή τυποποιημένων υπηρεσιών και εκείνων που είναι επιφορτισμένοι να αντιμετωπίσουν ειδικές περιπτώσεις που ξεφεύγουν από τα συνήθη περιστατικά,
5. Τομή μεταξύ των θέσεων εργασίας που στηρίζονται σε τοπικά τραπεζικές ειδικεύσεις με καθήκοντα είτε διοικητικής φύσης είτε συνδεδεμένα με την πληροφορική, όπου κυρίως απασχολούνται γυναίκες,
6. Πόλωση ανάμεσα στην τάση για από-ειδίκευση των θέσεων που σχετίζονται με την προώθηση τυποποιημένων προϊόντων προς τα νοικοκυριά και στο prestige που χαίρουν θέσεις που προσφέρουν υπηρεσίες χρηματοοικονομικής φύσης προς τις επιχειρήσεις που συνιστούν και την elite των τραπεζικών ειδিকেύσεων.

Το τεχνικό-οργανωτικό μοντέλο πληροφορικής που εφαρμόστηκε αυτήν την περίοδο γνωρίζει τα όρια του, με την εμφάνιση στα μέσα της δεκαετίας του '70 φαινομένων κρίσης της εργασίας και απεργιών. Την ίδια περίοδο σηματοδοτούνται ραγδαίες εξελίξεις στην απελευθέρωση των αγορών και στην ένταση του ανταγωνισμού. Η αποκέντρωση εξουσιών καθίσταται αναγκαία. Η νέα αντίληψη που διαμορφώνεται θέλει τις μονάδες να λειτουργούν ως ανεξάρτητα κέντρα κέρδους και η παλαιά θεώρηση που περιορίζε τα καταστήματα σε εργασίες ρουτίνας γίνεται πλέον εμπόδιο στον εκσυγχρονισμό.

Η εισαγωγή τέλος, νέων τεχνολογιών επηρέασε εκτός από την εσωτερική λειτουργία τα προϊόντα και τις αγορές. Οι εξελίξεις στα συστήματα πληρωμών: οι κάρτες μνήμης, τα αυτόματα guiltest DAB-GAD/ATM, τα τερματικά στα σημεία πωλήσεων TPV/POS και οι καινοτομίες στην οπτική ή στη φωνητική τελεματική επέτρεψαν στις τράπεζες να διευρύνουν τις υπηρεσίες τους. Η έμφαση στην τεχνολογία προσδιόρισε σε μεγάλο βαθμό την ανάπτυξη των αγορών. Από τα μέσα των χρόνων του 80 και με σημείο αρχής την αυτοματοποίηση των πράξεων στα κύρια χρηματιστήρια, οι τράπεζες ανέπτυξαν αξιόπιστη τεχνική υποδομή (συστήματα συμψηφισμών και διατραπεζικών υπηρεσιών).

Το προβάδισμα στην τεχνολογία κατέστη προϋπόθεση για την κατάκτηση πρωτοποριακής θέσης στο διεθνή ανταγωνισμό μεταξύ των χρηματοπιστωτικών κέντρων.

Οι απαιτήσεις για ειδικούς πληροφορικής ήδη γνωστές από την εποχή της βαριάς πληροφορικής μεγεθύνθηκαν κατά την αποκέντρωση και τη στροφή στις προτεραιότητες της εμπορικής πολιτικής.

Ο προσανατολισμός των πληροφοριών προς καθήκοντα σχετικά με τις ιδιαιτερότητες της τραπεζικής εργασίας αύξησε τη συνθετότητα των απαιτήσεων από το πρόσωπικό αυτής της κατηγορίας.

Συμπερασματικά παρατηρούμε, πως οι τράπεζες αναζήτησαν νέες επικερδείς δραστηριότητες, εισήλθαν σε νέες εργασίες, ανέπτυξαν χρηματοοικονομικά εργαλεία αξιοποιώντας τις δυνατότητες μιας αξιόπιστης και αποδοτικής τεχνολογικής υποδομής, που δημιούργησαν συχνά συνεργαζόμενες μεταξύ τους.

Παρά το γεγονός όμως ότι η υιοθέτηση καινοτομιών αύξησε τους κινδύνους οι τράπεζες έδειξαν αξιοσημείωτη προσαρμοστικότητα στον ανταγωνισμό. ...

Από την άλλη πλευρά όμως οι τράπεζες πρέπει να προχωρήσουν με γοργά βήματα στο δικό τους εκσυγχρονισμό για να μπορέσουν να αντιμετωπίσουν τις δυσκολίες για την πρόκληση της επόμενης δεκαετίας.

Οι βασικοί άξονες εκσυγχρονισμού είναι:

- ◆ Η δημιουργία ενός νέου οργανωτικού πλαισίου, το οποίο να αντανάκλα τις σύγχρονες μελλοντικές ανάγκες των αγορών.
- ◆ Η τεχνολογική αναβάθμιση με κάθε δυνατό τρόπο, είτε με αντανάκλαση στο επίπεδο της σχέσης με τον πελάτη, είτε με αντανάκλαση στην αποτελεσματική δραστηριοποίηση σε τμήματα της αγοράς. Νεωτερισμοί όπως το home banking για τον καταναλωτή, το office banking για τις εταιρίες, θα συντροφεύσουν την ακόμα μεγαλύτερη επέκταση του δικτύου των ATM's.
- ◆ Ο εκσυγχρονισμός και ορθολογισμός των διαδικασιών για αύξηση της παραγωγικότητας και ταχύτερη λήψη αποφάσεων
- ◆ Η δημιουργία και στήριξη νέων ανταγωνιστικών προϊόντων και υπηρεσιών, τα οποία θα απευθύνονται κυρίως στον καταναλωτή (αποταμιευτικά, επενδυτικά, πιστωτικά προϊόντα), αλλά και στις επιχειρήσεις για καλύτερη διαχείριση των διαθεσίμων και των κινδύνων που αναλαμβάνουν.
- ◆ Η εντατική εκπαίδευση και αναβάθμιση του ανθρώπινου δυναμικού μαζί με νέα συστήματα αξιολόγησης και αμοιβών, για να μπορέσει αποτελεσματικά να ανταποκριθεί στις νέες συνθήκες της αγοράς. Αυτό περιλαμβάνει σ' αυτή τη φάση και την επανεκπαίδευση που απαιτείται για εκείνους που το αντικείμενο δουλειάς τους φθίνει με την τεχνολογική αναβάθμιση (π.χ. λογιστήρια καταστημάτων).
- ◆ Η ανάπτυξη νέων μεθόδων διάθεση των τραπεζικών προϊόντων.

1.3. Βασικές έννοιες και φιλοσοφία του Μάρκετινγκ

Ο όρος Μάρκετινγκ στα ελληνικά, αποδίδεται με διάφορους όρους εκ των οποίων κανένας δεν έχει επικρατήσει. Το γεγονός αυτό δείχνει την αδυναμία πλήρους και ακριβούς απόδοσης του όρου. Γι' αυτό, συνηθίζεται να χρησιμοποιείται ο ξένος όρος Μάρκετινγκ.

Μάρκετινγκ είναι η επιχειρηματική εκείνη δραστηριότητα που αποσκοπεί στο να ικανοποιήσει τις ανάγκες αλλά και τις επιθυμίες των καταναλωτών, αρχικά αναζητώντας και προσδιορίζοντας αυτές και, στη συνέχεια, «μεταφράζοντάς» τες σε χρήσιμα προϊόντα και υπηρεσίες που είναι σε θέση να ικανοποιήσουν τις ανάγκες αυτές. Το Μάρκετινγκ είναι μια επίκαιρη επιχειρηματική διαδικασία που αναπτύχθηκε και καθιερώθηκε μετά τον Β' Παγκόσμιο πόλεμο, ως μια φυσική συνέπεια των σύγχρονων κοινωνικοοικονομικών εξελίξεων.

Το Μάρκετινγκ είναι η αμφίδρομη εκείνη επικοινωνία μεταξύ καταναλωτή και επιχείρησης η οποία θα προσδιορίσει εκείνη τη στρατηγική που πρέπει να ακολουθήσει η επιχείρηση, ώστε να παράγει ακριβώς εκείνα τα αγαθά ή και υπηρεσίες που χρειάζεται ο καταναλωτής. Εκείνα τα αγαθά και υπηρεσίες, δηλαδή, που η οριακή χρησιμότητα τους ισούται με την οριακή δαπάνη που θα κάνει ο καταναλωτής για την απόκτηση τους, έτσι ώστε η συνολική προσφορά να ισορροπεί με τη συνολική ζήτηση. Το Μάρκετινγκ ως επιστημονικός κλάδος έχει ορισμένες αρχές, στα πλαίσια των οποίων κινείται. Οι αρχές αυτές περιλαμβάνουν:

- τη φιλοσοφία του Μάρκετινγκ
- τη διοίκηση του Μάρκετινγκ και
- τη στρατηγική του Μάρκετινγκ

Η φιλοσοφία του Μάρκετινγκ πρέπει να διαχέεται σε όλη την επιχείρηση και περιλαμβάνει:

- τον προσανατολισμό των λειτουργιών της επιχείρησης για ικανοποίηση των επιθυμιών των πελατών με σκοπό το κέρδος,
- την ορθολογική επιδίωξη της αύξησης των εργασιών και κερδών της επιχείρησης,
- το σχεδιασμό, προετοιμασία και εκτέλεση των απαραίτητων ενεργειών ώστε να επιτευχθούν οι σκοποί της επιχείρησης και
- την ύπαρξη κοινωνικής ευθύνης για την επιχείρηση κατά τη λήψη αποφάσεων.

Βλέπουμε, λοιπόν, ότι το Μάρκετινγκ είναι μία δυναμικά εξελισσόμενη διαδικασία που προσανατολίζεται πλέον προς τους πελάτες και όχι προς τα παραγόμενα αγαθά.

Η διοίκηση του Μάρκετινγκ αντιπροσωπεύει την εφαρμογή στην πράξη των αρχών πάνω στις οποίες στηρίζεται η φιλοσοφία του Μάρκετινγκ. Πιο συγκεκριμένα λειτουργεί μέσα από τη διαδικασία που περιλαμβάνει τις εξής φάσεις: ανάλυση, σχεδιασμό, υλοποίηση και έλεγχο.

Μέσα σε αυτήν τη διαδικασία αναπτύσσονται λειτουργίες όπως:

- ο προσδιορισμός των αναγκών των πελατών,

- η δημιουργία και προώθηση των κατάλληλων αγαθών και υπηρεσιών που ικανοποιούν τις παραπάνω ανάγκες,
- η διαφήμιση των προσφερομένων αγαθών και υπηρεσιών και η ανάπτυξη των δημοσίων σχέσεων της επιχείρησης και
- ο συντονισμός και έλεγχος όλων των ενεργειών που απαιτούνται για την επίτευξη των στόχων που αναφέρθηκαν.

Η δραστηριότητα του Μάρκετινγκ ασκείται και κατευθύνεται από κάποιο χωριστό τμήμα της επιχείρησης. Κυρίως, όμως, είναι μια φιλοσοφία διοίκησης η οποία πρέπει να διαχέεται σε όλη την επιχείρηση, σε όλα τα επίπεδα, σε όλες τις εκδηλώσεις. Το αρμόδιο τμήμα συντονίζει, ελέγχει, προτείνει και καταρτίζει εκείνη τη στρατηγική Μάρκετινγκ που θα επιτρέψει στην επιχείρηση να πετύχει το βασικό σκοπό της. Στην εποχή μας, που τη χαρακτηρίζει μια υπερπαραγωγή, το πρόβλημα πλέον έχει μετατεθεί από την παραγωγή στην κατανάλωση.

Το Μάρκετινγκ δεν είναι μια νέα εφεύρεση ή μόδα, απλώς είναι η νέα έκφραση και πρακτική των συγχρόνων απαιτήσεων στη διοικητική επιστήμη. Η νέα αυτή πρακτική ανταποκρίνεται στις εξελιγμένες μορφές των συγχρόνων κοινωνικών και οικονομικών σχέσεων, οι οποίες, σε τελευταία ανάλυση, είναι εκείνες που πυροδοτούν τις εξελίξεις στο χώρο του Μάρκετινγκ.

Το Μάρκετινγκ δεν επιβάλλεται, αλλά αναπτύσσεται για να βοηθήσει στη διαδικασία της ισορροπίας της αγοράς με ένα λειτουργικό τρόπο. Πολύ περισσότερο, δεν είναι η απλή παράθεση κάποιων όρων ή απομονωμένων τεχνικών διοίκησης ή λήψης αποφάσεων. Είναι ένα ολοκληρωμένο σύστημα διοίκησης των επιχειρήσεων, συνδεδεμένο με κάθε άλλη διοικητική δραστηριότητα, το οποίο προσανατολίζει σε μια νέα διοικητική προσέγγιση.

Εκφράζει τη μακροχρόνια επίτευξη των στόχων της επιχείρησης δια μέσου της συνεχούς ικανοποίησης των συγχρόνων αναγκών των πελατών. Η διαρκής αυτή ικανοποίηση των αναγκών προκύπτει με τη συνεχή επαγρύπνηση της επιχείρησης και την εισαγωγή καινοτομιών, νέων προϊόντων και υπηρεσιών που ανταποκρίνονται στις μεταβαλλόμενες ανάγκες του καταναλωτή. Κατ' αυτόν τον τρόπο, εξασφαλίζεται η άριστη κατανομή των υπάρχοντων πόρων σε μια κοινωνία. Γιατί οι επιχειρήσεις, με τη σωστή διάγνωση των αναγκών, παράγουν εκείνα ακριβώς τα αγαθά και τις υπηρεσίες που ο καταναλωτής προτιμά κι έτσι δεν έχουμε σπατάλη παραγωγικών πόρων. Βλέπουμε ότι υπάρχει ένα σύστημα Marketing το οποίο αποτελείται από πολλές αλληλοεπηρεαζόμενες παραμέτρους:

- Πρώτα - πρώτα, η αγορά, δηλαδή οι καταναλωτές, οι οποίοι ανήκουν σε διάφορες ομάδες και οι προτιμήσεις τους που αλλάζουν.
- Δεύτερον, υπάρχει η επιχείρηση που έχει μια συγκεκριμένη επιχειρηματική ταυτότητα, ανήκει σε κάποιο συγκεκριμένο κλάδο και απευθύνεται σε κάποιο τμήμα της αγοράς. Εδώ εισέρχονται οι διάφορες μεταβλητές του Marketing με τον κατάλληλο συνδυασμό των

οποίων μπορούμε να πούμε ότι επιτυγχάνεται ή όχι ο σκοπός της ικανοποίησης των αναγκών του καταναλωτή.

Η προσέγγιση των αναγκών του καταναλωτή από τις επιχειρήσεις και ο προσδιορισμός του ακριβούς στίγματος της επιχείρησης μέσα στους ποικίλους παράγοντες της αγοράς, γίνεται με την εφαρμογή μιας συγκεκριμένης στρατηγικής Marketing. Η στρατηγική αυτή, προϋποθέτει τον προσδιορισμό της αγοράς στην οποία στοχεύει η επιχείρηση, την πλήρη γνώση του τμήματος της αγοράς και την κατάστρωση ενός σχεδίου δράσης για την παραγωγή και διάθεση των κατάλληλων αγαθών και υπηρεσιών προς την «αγορά-στόχο».

Βασικά, κάθε επιχείρηση έχει δύο επιλογές: Η πρώτη επιλογή είναι να κάνει κατάκτηση της αγοράς σε υποαγορές, απ' όπου θα διαλέξει ποιοι πελάτες θα είναι ο στόχος της με βάση τα προϊόντα που διαθέτει. Η τμηματοποίηση αυτή μπορεί να γίνει κυρίως με κριτήρια: γεωγραφικά, δημογραφικά, ψυχογραφικά και συμπεριφοράς.

Η δεύτερη επιλογή είναι να παρουσιάσει ένα νέο, διαφοροποιημένο προϊόν ή προϊόντα με τα οποία θα ξεχωρίσει από τον ανταγωνισμό, βάζοντας ως στόχο όλη την αγορά ή ορισμένες υποαγορές. Και στις δύο περιπτώσεις που αναφέραμε, η επιχείρηση, για να καθορίσει ποιοι είναι οι πιθανοί στόχοι της, θα προσπαθήσει να βρει απαντήσεις σε ερωτήσεις όπως:

- Ποιοι είναι οι πιθανοί πελάτες για κάθε προϊόν που διαθέτει;
- Που διαμένουν αυτοί οι πελάτες;
- Που συνηθίζουν τώρα να αγοράζουν (να συναλλάσσονται);
- Πόσο συχνά και πότε κάνουν τις αγορές τους;
- Τι τους επηρεάζει στις αγορές τους (πώς και γιατί αγοράζουν);
- Ποιες είναι οι απόψεις τους για ένα συγκεκριμένο προϊόν ή προϊόντα της επιχείρησης;
- Τι δεν τους αρέσει από την παρούσα εξυπηρέτηση της επιχείρησης; κ.ά.

Αφού ληφθούν τα στοιχεία που χρειάζονται, τότε καθορίζονται οι ειδικότεροι στόχοι της επιχείρησης, σε συνάρτηση με τις δυνατότητες που έχει και τις υπάρχουσες συνθήκες της αγοράς. Οι στόχοι αυτοί καλύπτουν και την προώθηση του προϊόντος μέχρι τον τελικό καταναλωτή και περιλαμβάνονται σε ένα σχέδιο Marketing. Το σχέδιο αυτό περιλαμβάνει μεταξύ άλλων:

- ιεράρχηση των προτεραιοτήτων και θέσπιση των υποθέσεων,
- κατανομή των χρηματικών πόρων με βάση την ιεράρχηση,
- ανάλυση των δραστηριοτήτων που πρέπει να αναληφθούν για να εκμεταλλευθούν οι ευκαιρίες και να αντιμετωπιστεί ο ανταγωνισμός,
- ακριβές χρονοδιάγραμμα δραστηριοτήτων.

Στη στρατηγική Marketing, ειδικότερα, πρέπει να καθοριστούν οι στόχοι σχετικά με τις πολιτικές του Marketing Mix, δηλαδή των πολιτικών για το προϊόν, την τιμολόγηση, τη διανομή και την προώθηση. Είναι ένα συγκεκριμένο «μίγμα» αποφάσεων τις οποίες πρέπει να πά-

ρει και να υλοποιήσει η επιχείρηση. Οι αποφάσεις αυτές αφορούν το προϊόν, την τιμή, τη διανομή, και την προώθηση των προϊόντων ή των υπηρεσιών. Δηλαδή: τι προϊόν θα παράγει η επιχείρηση, σε ποια τιμή, πού θα απευθυνθεί, με ποιόν τρόπο και πώς θα επικοινωνήσει με την αγορά ώστε να γίνει γνωστό. Είναι τα λεγόμενα τέσσερα «πι» (4 P's) του J. McCarthy.

Στο Marketing υπηρεσιών συνηθίζεται να αναλύονται και τρεις ακόμη μεταβλητές οι οποίες αρχίζουν από P. Οι άνθρωποι (people), οι διαδικασίες (process) και ο φυσικός εξοπλισμός και ο περιβάλλον χώρος (physical evidence), τον οποίο εμείς θα ορίζουμε ως υλική υποδομή.

1.4. Marketing υπηρεσιών

Συνήθως, όταν μιλάμε για Marketing, έχουμε υπ' όψιν μας το Marketing των προϊόντων, κυρίως των καταναλωτικών, αν και υπάρχει κι αυτό των βιομηχανικών προϊόντων.

Όμως, παρ' όλες τις αντίθετες απόψεις, που τείνουν να μηδενίσουν τη διαφορά μεταξύ αγαθών και υπηρεσιών, θεωρείται κλασσικά ορθή η διάκριση μεταξύ τους. Φυσικό είναι να υπάρχει και ο χωριστός κλάδος του Marketing των υπηρεσιών.

Συνήθως, όταν μιλάμε για υπηρεσίες, που είναι βέβαια αντικείμενο οικονομικών ανταλλαγών, εννοούμε την υγεία, την εκπαίδευση, την παροχή συμβουλών σε επιχειρήσεις, την ατομική περιποίηση, τη τραπεζική εξυπηρέτηση, την αναψυχή, την ασφάλεια κ.τ.λ.. Οι υπηρεσίες αυτές γίνονται αντικείμενο συναλλαγών όλο και περισσότερο τα τελευταία χρόνια. Όσο βαδίζουμε προς τη λεγόμενη μεταβιομηχανική κοινωνία, τόσο η σημασία και η χρήση των διαφόρων υπηρεσιών θα αυξάνεται.

Ξεκινώντας από την κλασσική άποψη του Maslow για την ιεράρχηση των αναγκών, βλέπουμε ότι, όπως τα άτομα ακολουθούν μία σταδιακή πορεία ικανοποίησης των αναγκών τους, έτσι πράττουν και οι κοινωνίες. Η ιεράρχηση των αναγκών κατά Maslow είναι: α) φυσιολογικές ανάγκες (επιβίωσης), β) ανάγκες ασφάλειας (διατήρησης), γ) κοινωνικές, δ) αυτοσεβασμού και ε) αυτοεκπλήρωσης.

Μετά την ικανοποίηση των αναγκών πρώτης, δεύτερης και τρίτης ακόμη βαθμίδας στην κλίμακα αναγκών του Maslow, που επέτρεψε η μαζική παραγωγή ποικίλων και άφθονων αγαθών κατά και μετά την περίοδο της βιομηχανικής επανάστασης, στις κοινωνίες των βιομηχανικών χωρών τουλάχιστον, περνάμε, σε γενικές γραμμές, στην αναζήτηση ικανοποίησης αναγκών τέταρτης και πέμπτης βαθμίδας που αφορούν, κυρίως, τις υπηρεσίες.

Ήδη, στο διεθνή χώρο, αλλά και στην Ελλάδα, παρατηρείται μία στροφή από τον πρωτογενή τομέα (γεωργία, αλιεία, μεταλλεία) και τον δευτερογενή τομέα (βιομηχανία, μεταποίηση) στον τριτογενή τομέα, δηλαδή, στις υπηρεσίες. Είτε αυτό μετράται με την ποσοστιαία συμμετοχή κάθε τομέα στο ΑΕΠ, είτε με την ποσοστιαία απασχόληση του ανθρώπινου δυναμικού της

χώρας στους τρεις αυτούς τομείς, παρατηρούμε μια σημαντική μείωση της δραστηριότητας και της σημασίας του πρωτογενή τομέα, μια ελαφρά μείωση της σημασίας του δευτερογενή τομέα και μια σημαντική αύξηση της δραστηριότητας του τριτογενή τομέα.

Υπάρχει ένας προβληματισμός κατά πόσο πράγματι η μετακίνηση των δραστηριοτήτων προς τον τριτογενή τομέα είναι σημάδι υγιούς οικονομικής πορείας. Το ζητούμενο σε αυτή τη πορεία είναι αν έχει προηγηθεί η βιομηχανοποίηση πριν την αποβιομηχανοποίηση ή αν πάμε απ' ευθείας στις υπηρεσίες. Δηλαδή, αν έχει επιτευχθεί μια παραγωγή σε μεγάλη κλίμακα και με υψηλή παραγωγικότητα και αν υπήρξε εκείνη η βιομηχανική υποδομή που θα επέτρεπε την άμεση εφαρμογή και χρησιμοποίηση κάθε νέας τεχνολογίας.

Σε περιπτώσεις όπως η Ελλάδα, που δεν έχει επιτευχθεί η βιομηχανική αυτή ολοκλήρωση, το πέρασμα στις υπηρεσίες μέσα από μία μισοτελειωμένη βιομηχανοποίηση ίσως είναι και ένα σημάδι στρεβλής ανάπτυξης και όχι μία προγραμματισμένη εξέλιξη. Θα μπορούσε, βέβαια, να έχει αναπτυχθεί ο τριτογενής τομέας, ως αποτέλεσμα συνειδητής επιλογής, για ανάπτυξη του τομέα των υπηρεσιών και εγκατάλειψη της ιδέας της εκβιομηχάνισης, με την επιλογή του ρόλου της παραγωγής υπηρεσιών στον διεθνή καταμερισμό των εργασιών, με την ανάπτυξη του εμπορίου, του τουρισμού και άλλων παρεμφερών δραστηριοτήτων.

Όσον αφορά το Marketing των υπηρεσιών, είναι το ίδιο με αυτό των αγαθών, με την ιδιαιτερότητα ότι πρέπει να λαμβάνονται υπ' όψιν ορισμένες διαφορές που υπάρχουν μεταξύ αγαθών και υπηρεσιών. Τα αγαθά είναι υλικά, ενώ οι υπηρεσίες άυλες, άρα δεν είναι δυνατόν να γίνουν αντικείμενο ιδιοκτησίας. Όλες οι διαφορές που υπάρχουν και αναλύονται πιο κάτω, σχετικά με τα αγαθά και τις υπηρεσίες, προέρχονται από τη βασική διαφορά μεταξύ ύλης και μη ύλης.

- Το πρώτο χαρακτηριστικό είναι ότι δεν μπορείς να μεταβιβάσεις, να μεταφέρεις την υπηρεσία της εξυπηρέτησης σε κάποιον και αυτός να σου την επιστρέψει. Γι' αυτό λέμε ότι οι υπηρεσίες προσφέρονται ή παρέχονται. Δε μεταφέρονται ούτε αποθηκεύονται.
- Το δεύτερο χαρακτηριστικό, το οποίο είναι άμεσα συνδεδεμένο με το πρώτο, είναι ο συγχρονισμός της παραγωγής με την κατανάλωση. Δεν είναι δυνατόν να παραχθεί η υπηρεσία και να πωληθεί σε άλλον τόπο και χρόνο. Οι υπηρεσίες παράγονται και καταναλώνονται την ίδια χρονική στιγμή.
- Επίσης, σαν τρίτο χαρακτηριστικό, μπορεί να θεωρηθεί η συμμετοχή του αγοραστή στην παραγωγή και κατανάλωση της υπηρεσίας, π.χ. ασθενής και γιατρός. Αν δε συμμετέχει ο ασθενής (ιστορικό) δε μπορεί ο γιατρός να παράγει τη σωστή υπηρεσία (διάγνωση), ούτε μπορεί να γίνει η σωστή κατανάλωση (θεραπεία) χωρίς τη συμμετοχή του ασθενή.
- Ένα τέταρτο χαρακτηριστικό των υπηρεσιών, το σπουδαιότερο ίσως από πλευράς Marketing, είναι η μοναδικότητα των υπηρεσιών που παράγονται κάθε φορά μεταξύ του

πελάτη και του πωλητή. Διαφορετική υπηρεσία προσφέρει ο κάθε πωλητής σε κάθε έναν πελάτη. Επιπλέον δε, διαφορετική υπηρεσία προσφέρεται στον ίδιο πελάτη από τον ίδιο πωλητή κάθε φορά. Δεν είναι δυνατόν να τυποποιηθούν, πέρα από κάποιο σημείο, οι υπηρεσίες.

Όμως, καταβάλλονται σημαντικές προσπάθειες - και αυτή είναι η συμβολή του στρατηγικού Marketing - να τυποποιούνται οι υπηρεσίες που προσφέρονται, σε όσο το δυνατόν μεγαλύτερο βαθμό κάθε φορά. Η προσπάθεια αυτή εκδηλώνεται με τη δημιουργία διαφόρων προτύπων (Standards - ελάχιστου βαθμού εξυπηρέτησης για κάθε προσφερόμενη υπηρεσία), με την καθιέρωση προδιαγραφών για ανάλογα επίπεδα προσφερομένων υπηρεσιών (σε σχέση βέβαια και με τις τιμές τους) και με την εκπόνηση κανονισμών, διαδικασιών, περιγραφών θέσεως εργασίας, οδηγών υπευθυνοτήτων και παντός άλλου οργανωτικού μέσου που θα επιτρέπει το σαφή προσδιορισμό των προσφερομένων υπηρεσιών.

Στον τραπεζικό χώρο είναι συγκεκριμένοι οι όροι που επιτρέπουν σε κάποιον να χρησιμοποιεί και να απολαμβάνει τα τραπεζικά προϊόντα π.χ. τις διάφορες πιστωτικές κάρτες, είναι συγκεκριμένες οι διαδικασίες χορήγησης ενός δανείου, της χρήσης των αυτόματων μηχανημάτων κατάθεσης και ανάληψης κ.τ.λ..

Από την άλλη πλευρά, όμως, διαφορετικά θα σου φερθεί ο ταμίας - teller ή ο υπεύθυνος δανείων κάθε φορά που θα έρθεις σ' επαφή μαζί του για κάθε, κατά τα άλλα, τυποποιημένη συναλλαγή. Επίσης, διαφορετικοί μπορεί να είναι οι όροι σύναψης των διαφόρων δανείων. Επομένως, είναι σημαντικός ο ρόλος του Marketing στις τράπεζες, έτσι ώστε να καθιερώνεται η παροχή υπηρεσιών από ένα συγκεκριμένο επίπεδο και πάνω, έτσι ώστε ο καταναλωτής να αναμένει ένα ελάχιστο επίπεδο προσφερομένων υπηρεσιών. Γι' αυτό, σ' αυτό το σημείο, σημαντικό ρόλο παίζει η επιχείρηση που παράγει και προσφέρει την υπηρεσία. Δηλαδή, μεγάλη σημασία δίνεται στην εικόνα της επιχείρησης ή της τράπεζας, η οποία θα εγγυάται για την ποιότητα των προσφερομένων υπηρεσιών. Ισχυροί οργανισμοί μπορούν να προσφέρουν υπηρεσίες ποιότητας αλλά το ίδιο και όλες οι επιχειρήσεις.

Για να παραχθεί μια υπηρεσία, όπως ασφάλεια, υπηρεσίες δημοσίας διοίκησης, έρευνας, εκπαίδευσης, κοινωνικής πρόνοιας κ.τ.λ., είναι απαραίτητη η ύπαρξη ενός ισχυρού οργανισμού ο οποίος θα παράγει (προσφέρει) αυτές τις υπηρεσίες. Στις περιπτώσεις αυτές, αποδίδεται μεγάλη σημασία στην συγκρότηση και οργάνωση του οργανισμού αυτού καθώς και στην εξασφάλιση της υποδομής που επιτρέπει την παραγωγή και προσφορά των επιθυμητών υπηρεσιών.

Το δύσκολο για τις υπηρεσίες είναι η εγκαθίδρυση αυτής της υποδομής. Δηλαδή, η δημιουργία ενός νοσοκομείου, μιας τράπεζας, ενός σχολείου κ.τ.λ. Το να προσφέρει ένας οργανισμός μια νέα υπηρεσία, αν έχει την υποδομή αυτή, είναι θέμα μιας καλής ιδέας, η οποία να

μπορεί να υλοποιηθεί. Είναι θέμα επιδεξιότητας, προσφοράς εργασίας και επιχειρηματικής ικανότητας περισσότερο, και όχι θέμα κεφαλαίων.

Έχουν δημιουργηθεί οργανισμοί οι οποίοι σε κάθε κλάδο, ιδιαίτερα στις υπηρεσίες, εκδίδουν προδιαγραφές με πρότυπα ποιοτικής λειτουργίας και πιστοποιούν την ποιότητα σε διάφορα αγαθά και υπηρεσίες. Κάθε επιχείρηση και τράπεζα που θεωρεί ότι εκπληρώνει αυτές τις ποιοτικές προδιαγραφές καταφεύγει στους οργανισμούς πιστοποίησης και ζητά να πιστοποιηθεί. Προϊόντα και υπηρεσίες ελέγχονται με βάση προκαθορισμένα κριτήρια και αποκτούν ή όχι, πιστοποιητικά ποιότητας. Όσες επιχειρήσεις ή τράπεζες έχουν πιστοποίηση ποιότητας απολαμβάνουν ειδικά προνόμια στην αγορά, αφού σε ορισμένους διαγωνισμούς για προμήθειες μεγάλης αξίας, ιδιαίτερα του δημοσίου τομέα, απαιτείται οι προμηθευτές να έχουν πιστοποιητικό ποιότητας.

Οι οργανισμοί πιστοποίησης είναι ιδιωτικοί ή δημόσιοι. Υπάρχουν πολλοί τέτοιοι στο εξωτερικό. Στην Ελλάδα λειτουργεί ο Εθνικός Φορέας Διαπίστευσης, ο οποίος λειτουργεί σύμφωνα με τα Βρετανικά πρότυπα και ο Ελληνικός Οργανισμός Τυποποίησης (ΕΛΟΤ), ο οποίος πιστοποιεί οργανισμούς και επιχειρήσεις με βάση τη σειρά του διεθνούς συστήματος ISO 9000. Μερικά από τα στοιχεία που αξιολογούνται στις πιστοποιήσεις είναι:

- Το επίπεδο προσόντων των εργαζομένων σε μια επιχείρηση, όπως μόρφωση, πτυχία, εξειδικεύσεις, ξένες γλώσσες, χρόνια προϋπηρεσίας, κ.τ.λ..
- Ο μέσος χρόνος εξυπηρέτησης του πελάτη, κάτι που έχει άμεση σχέση με τις «ουρές» αναμονής στις τράπεζες.
- Η ύπαρξη και εφαρμογή διαδικασιών και κανονισμών.
- Το επίπεδο αξιοπιστίας στην εξυπηρέτηση και στην ενημέρωση των πελατών, κ.τ.λ.

Το σύστημα ολικής ποιότητας είναι μία νέα προσέγγιση των θεωριών του σύγχρονου Management και Marketing, το οποίο εστιάζει την προσοχή του στη ποιότητα σε όλα τα επίπεδα της παραγωγής, της διοίκησης και τις άλλες επιχειρηματικές δραστηριότητες και λειτουργίες αλλά εστιάζεται, κυρίως, στον ανθρώπινο παράγοντα, τον συνεργάτη και το πελάτη. Σίγουρα, η νέα αυτή τάση στο σύγχρονο Management ξεφεύγει από τον πρόσφατο προσανατολισμό του Management στο κέρδος (υπό τη στενή έννοια) και αγκαλιάζει το ανθρώπινο στοιχείο στην επιχειρηματική και οικονομική δραστηριότητα.

Το θέμα αυτό θέλει προσοχή, γιατί ενώ ανταποκρίνεται και εκφράζει την τάση της εποχής που στρέφεται στον άνθρωπο και την οικολογία, υπάρχει κίνδυνος πολλά να ειπωθούν ή να γραφούν και πολλές επιχειρήσεις να το χρησιμοποιήσουν απλά ως μία εκδήλωση δημοσίων σχέσεων και δημοσιότητας χωρίς πράγματι να ενσκήψουν στις πραγματικές αρχές και τους

σκοπούς της διοίκησης με βάση την ολική ποιότητα. Αυτό, όμως, εξασφαλίζεται σήμερα από την καθιέρωση κριτηρίων και οργανισμών πιστοποίησης ποιότητας.

Οι υπηρεσίες, όπως και τα αγαθά, χωρίζονται σε βιομηχανικές και καταναλωτικές. Ισχύει και στην περίπτωση των υπηρεσιών ο κύκλος ζωής προϊόντος, εισάγονται νέες υπηρεσίες με τις ίδιες διαδικασίες εισαγωγής νέων προϊόντων αλλά λιγότερες σε αριθμό. Εφαρμόζεται εδώ, όπως και στα υλικά αγαθά, η τιμολόγηση, με τους γνωστούς τρόπους και χρησιμοποιείται η έρευνα αγοράς. Χαρακτηριστικό είναι ότι οι υπηρεσίες έχουν ειδικούς όρους για την έννοια της τιμής, όπως ενοίκιο, δίδακτρα, επιτόκιο κ.τ.λ. Από πλευράς προώθησης, εφαρμόζονται όλες οι γνωστές μέθοδοι της προώθησης του Marketing: διαφήμιση, προώθηση πωλήσεων, δημόσιες σχέσεις, δημοσιότητα κ.τ.λ., αλλά ο αποτελεσματικότερος τρόπος προώθησης σε πολλές υπηρεσίες είναι η δημοσιότητα διότι, από τη φύση του, ο τομέας των υπηρεσιών λαμβάνει δημοσιότητα.

Σχετικά με την διανομή, στις επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών, παρατηρούνται τρεις διαφορετικές τακτικές: Πολλές φορές παρατηρείται οι επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών να είναι συγκεντρωμένες σε ορισμένες περιοχές και να αποτελούν εμπορικά κέντρα, «στέκια» π.χ. Wall Street στη New York, ή LaSalle Street στο Chicago όπου είναι μαζεμένες όλες οι μεγάλες τράπεζες. Σε άλλες περιπτώσεις, όπως γραφεία παροχής συμβουλών επιχειρήσεων ιατρεία κλπ., αρμόζει η διασπορά. Την τρίτη τακτική, εφαρμόζουν οι τηλεπικοινωνίες ή οι ραδιοτηλεοπτικοί σταθμοί των οποίων τα σημεία παροχής υπηρεσιών δεν παίζουν κανένα ρόλο. Ανάλογες είναι και οι εφαρμογές του Marketing στη στέλέχωση και τη διοίκηση του προσωπικού, στην οργάνωση των διαδικασιών και στον εξοπλισμό και τις κτιριακές εγκαταστάσεις των τραπεζών.

1.5. Ανάγκη για Marketing και δημόσιες σχέσεις στις τράπεζες

Πριν τα μέσα της δεκαετίας του 1950, οι τράπεζες δεν είχαν ενδιαφέρον ούτε πίστευαν ότι υπήρχε λόγος να ασχοληθούν με το Marketing. Οι τράπεζες λειτουργούσαν κανονικά προσφέροντας τις παραδοσιακές υπηρεσίες. Δεν υπήρχε ανάγκη να μελετήσουν τη χρήση επιταγών ή διαφόρων μορφών δανείων ή θυρίδων. Το βασικό στοιχείο που ενδιέφερε τις τράπεζες ήταν να δείξουν ότι είναι οικονομικά υγιείς και να εμπνεύσουν εμπιστοσύνη. Μιλάμε κυρίως για την Αμερική, διότι εκεί πρώτα γεννήθηκε η ανάγκη να αναπτυχθεί το Τραπεζικό Marketing. Την εμπιστοσύνη αυτή λοιπόν, προσπαθούσαν να περάσουν στον κόσμο οι τράπεζες ακόμα και με τις κτιριακές τους εγκαταστάσεις.

Έτσι, εξωτερικά, οι τράπεζες είχαν τη μορφή κάποιου αρχαίου ελληνικού ναού για να δείξουν τη σταθερότητα, την ευημερία και την επιμονή τους στον κλασικό πολιτισμό. Ανάλογη ήταν και η εσωτερική διακόσμηση. Μεγάλοι χώροι, ψηλές οροφές και μάρμαρο. Αν ήταν δυνατόν, και οι ταμίες - tellers σοβαροί και αυστηροί καθώς ήταν, σπανίως να χαμογελούσαν.

Ο Philip Kotler στο βιβλίο του «Marketing Management» δίνει μια πολύ πετυχημένη εικόνα σχετικά με το τι πράγματι συνέβαινε τότε. Περιγράφει κάποιον που είχε πάει να πάρει ένα δάνειο από μία τράπεζα. Ο υπάλληλος καθόταν σε μια μεγάλη και αναπαυτική πολυθρόνα «ζυγίζοντας» τον πελάτη, καθώς εκείνος προσπαθούσε με δυσκολία να εξηγήσει γιατί ήθελε το δάνειο. Αυτή γενικά ήταν η κατάσταση στις τράπεζες πριν την εποχή του Marketing.

Μετά την καθιέρωση του Τραπεζικού Marketing, η εικόνα άλλαξε. Ο πελάτης μαζί με τη σύζυγο του και, πιθανόν, και τον μικρό γιο του, κάθονται άνετοι και γελαστοί στις αναπαυτικές πολυθρόνες που είναι μπροστά από το γραφείο του υπεύθυνου δανείων της τράπεζας και πίνοντας τον φυσικό τους χυμό πορτοκάλι, ακούν τον υπεύθυνο να τους εξηγεί τα πλεονεκτήματα του νέου δανείου που τους προσφέρει η τράπεζα προσπαθώντας να τους πείσει να συνάψουν το δάνειο με την τράπεζα του.

Ο προσανατολισμός στον πελάτη, μέσω του Marketing, στις ανάγκες αλλά και τις επιθυμίες αυτού διακρίνει πλέον τις τράπεζες. Ένα παράδειγμα γι' αυτό αποτελεί η δημιουργία του cafe «Μαζί» της Alpha Τράπεζας. Πρόκειται για ένα χώρο που λειτουργεί στο Κεντρικό κατάστημα της Τράπεζας και αποτελεί τόπο συναντήσεως στελεχών επιχειρήσεων, επιχειρηματιών, δικηγόρων, χρηματιστών κ.τ.λ., είναι εξοπλισμένο με οθόνες τηλεοράσεως που παρέχουν συνεχώς πληροφορίες για την κίνηση του χρηματιστηρίου και τις τιμές του συναλλάγματος.

Το Marketing εμφανίστηκε στις τράπεζες της Αμερικής στα τέλη της δεκαετίας του 1950, όχι με τη σκοπιά της φιλοσοφίας του Marketing αλλά με τη μορφή της διαφημιστικής και προωθητικής έννοιας του Marketing. Οι τράπεζες και τα άλλα χρηματοδοτικά ιδρύματα αντιμετώπιζαν αυξανόμενο ανταγωνισμό για προσέλκυση καταθέσεων.

Μερικοί τραπεζικοί οργανισμοί αποφάσισαν να αποδεχθούν αυτό το γεγονός και χρησιμοποίησαν εργαλεία του Marketing όμοια με αυτά που χρησιμοποιούσαν οι εταιρείες παραγωγής απορρυπαντικών. Δημιούργησαν προϋπολογισμούς και παρεχώρησαν κονδύλια για διαφημίσεις και προώθηση πωλήσεων και τελικά κατόρθωσαν να προσελκύσουν πολλούς νέους πελάτες. Πιεζόμενοι από αυτήν την κατάσταση, οι ανταγωνιστές τους εξαναγκάστηκαν να προσαρμοσθούν και αυτοί στη νέα κατάσταση, επισπεύδοντας τη σύναψη συμβάσεων με διαφημιστικές εταιρείες και προσλαμβάνοντας ειδικούς στην προώθηση. Οι τράπεζες οι οποίες, αρχικά, εισήγαγαν μοντέρνες διαφημιστικές και προωθητικές μεθόδους, γρήγορα αντιλήφθηκαν ότι το συγκριτικό τους πλεονέκτημα σε σχέση με τις άλλες τράπεζες αποδυναμώθηκε διότι πολλοί έσπευσαν να τις μιμηθούν. Επίσης, μέσα από αυτή την εμπειρία έμαθαν και κάτι άλλο. Το να προσελκύσεις νέους πελάτες, είναι εύκολο, το να τους διατηρήσεις, όμως, και το να τους μετατρέψεις σε πιστούς πελάτες είναι πιο δύσκολο.

Αυτές οι τράπεζες λοιπόν, άρχισαν να δίνουν μια νέα ευρύτερη διάσταση στο Marketing, έτσι ώστε να προσπαθούν να ευχαριστήσουν τον πελάτη. Οι τραπεζικοί έπρεπε ν' αρχίσουν να

μαθαίνουν να χαμογελούν. Οι ταμίες - tellers έπρεπε να επαναεκπαιδευτούν. Έπρεπε τα κάγκελα να βγουν από τα γκισέ των τραπεζών ώστε να υπάρχει αμεσότερη επαφή μεταξύ υπαλλήλων και πελατών. Ο εσωτερικός χώρος της τράπεζας έπρεπε να ξανασχεδιαστεί και να διακοσμηθεί με ένα νέο τρόπο, ώστε να δημιουργεί μια ζεστή και φιλική ατμόσφαιρα. Ακόμη και η εξωτερική αρχαιοελληνική όψη έπρεπε να γίνει πιο προσιτή. Οι πρώτες τράπεζες που αντιλήφθηκαν και εφάρμοσαν αυτές τις αλλαγές άρχισαν να προπορεύονται έναντι των ανταγωνιστών τους στο να προσελκύουν και να διατηρούν νέους πελάτες. Εν τούτοις, οι ανταγωνιστές τους γρήγορα αντιλήφθηκαν τι συνέβαινε και βιάστηκαν να θεσμοποιήσουν προγράμματα με κυρίαρχο στοιχείο τη φιλική συμπεριφορά στην εξυπηρέτηση του πελάτη. Γρήγορα, όλες οι τράπεζες έγιναν τόσο φιλικές, ώστε ο πελάτης δύσκολα έβρισκε μια τράπεζα που να μη φέρεται φιλικά. Η φιλικότητα στις τράπεζες ξαφνικά έγινε τόσο διαδεδομένη, ώστε έχασε την ισχύ της ως στοιχείο διαφοροποίησης και καθοριστικός παράγοντας στην επιλογή της τράπεζας.

Τότε οι τράπεζες άρχισαν να ψάχνουν για μια νέα βάση διαφοροποιημένων πλεονεκτημάτων. Τραπεζίτες οι οποίοι την εποχή εκείνη διάβασαν το άρθρο του καθηγητή Levitt «Marketing Myopia», άρχισαν να διαπιστώνουν ότι το Marketing υπερέχει της διαφήμισης και της φιλικότητας, αλλά, εν τούτοις, αυτά παραμένουν βασικά συστατικά στοιχεία. Οι τράπεζες δεν είναι πλέον στενά συνυφασμένες με τις αποταμιευτικές εργασίες. Αρχίζουν τώρα να μπαίνουν σε τέτοιες επιχειρηματικές δραστηριότητες όπως το να ανακαλύπτουν και να ικανοποιούν τις ποικίλες και, συχνά, μεταβαλλόμενες χρηματοοικονομικές ανάγκες των πελατών. Αυτές οι τράπεζες αρχίζουν να αντιμετωπίζουν την κατάσταση με γνώμονα τη συνεχή ανανέωση προσφέροντας νέες και σημαντικές υπηρεσίες στους πελάτες, μέχρι που έφτασαν στις πιστωτικές κάρτες, στα χριστουγεννιάτικα αποταμιευτικά προγράμματα, στα αυτόματα τραπεζικά δάνεια και σε τόσες άλλες χρήσιμες υπηρεσίες. Τράπεζες όπως η Αγροτική Τράπεζα της Ελλάδος Α.Ε. προσφέρουν εξειδικευμένα τραπεζικά προϊόντα, όπως τα εορτοδάνεια, σε ειδικά τμήματα της αγοράς.

Μια επιτυχής καινοτομία εξασφαλίζει στην τράπεζα ένα ανταγωνιστικό προβάδισμα. Παρ' όλα αυτά, οι χρηματοοικονομικές και τραπεζικές υπηρεσίες εύκολα αντιγράφονται και τα πλεονεκτήματα έχουν μικρή διάρκεια ζωής. Αντίθετα, αν η ίδια τράπεζα επενδύει συνεχώς σε καινοτομίες, αυτή πράγματι θα παραμείνει πρωτοπόρο σε σχέση με τις άλλες τράπεζες της περιοχής. Τι γίνεται όμως τώρα αν όλες οι τράπεζες προσφέρουν φιλικότητα και χαμόγελα, διαφημίζονται και καινοτομούν; Αναμφισβήτητα, αρχίζουν και φαίνονται ίδιες. Πρέπει να ψάξουν να βρουν άλλη βάση στην οποία θα διαφοροποιηθούν.

Σταδιακά, αρχίζουν να καταλαβαίνουν ότι καμία τράπεζα δε μπορεί να προσφέρει όλα τα προϊόντα - υπηρεσίες. Κάθε τράπεζα πρέπει να διαλέξει, να εξετάσει τις ευκαιρίες και να καταλάβει μια «θέση» στην αγορά.

Η τοποθέτηση στην αγορά έρχεται μέσω της δημιουργίας μιας παράστασης, ενός ιδεατού συμβόλου αντιπροσωπευτικού για την τράπεζα. Η τράπεζα θέλει να δημιουργήσει ένα σύμβολο, προσπαθεί να καλλιεργήσει μια ιδέα -φαντασίωση - φήμη, στο μυαλό των πελατών π.χ. ότι αυτή η τράπεζα είναι μεγάλη, φιλική ή αποτελεσματική. Συχνά, αναπτύσσει ένα σύμβολο όπως ένα λιοντάρι, ένα καγκουρό ή ένα αρχαιοελληνικό μοτίβο (Ιονική), για να διαμορφώσει την προσωπικότητα της με ένα χαρακτηριστικό τρόπο. Το σύμβολο αυτό συνοδεύεται συνήθως και με ένα σλόγκαν που κατοχυρώνεται, όπως το «Μπορεί» της Εμπορικής τράπεζας, το «Μαζί» της Alpha, το «Η τράπεζα που θέλατε» της Nova Bank κτλ.

Ακόμη και τώρα, ο πελάτης μπορεί να δει τις ανταγωνιζόμενες τράπεζες σε βασικά ίδιες. Εκτός από τα επλεγμένα σύμβολα, η τοποθέτηση είναι μια προσπάθεια διάκρισης της τράπεζας από τους ανταγωνιστές της, χρησιμοποιώντας πραγματικές διαφοροποιήσεις ώστε να γίνει η προτιμώμενη τράπεζα σε κάποιο κομμάτι της αγοράς. Η τοποθέτηση βοηθά τους πελάτες να διακρίνουν τις πραγματικές διαφορές μεταξύ των ανταγωνιστικών τραπεζών, ώστε να μπορούν να προσαρμόζουν τους εαυτούς τους στην τράπεζα που είναι πιο χρήσιμη σ' αυτούς.

Υπάρχει ακόμη ένα άλλο σοβαρότερο θέμα, το οποίο αντιπροσωπεύει την ουσιώδη έννοια του μοντέρνου Marketing. Είναι το αν μια τράπεζα έχει σχεδιάσει και χρησιμοποιήσει αποτελεσματικούς τρόπους και συστήματα προγραμματισμού, ανάλυσης και ελέγχου της αγοράς. Μια μεγάλη τράπεζα η οποία έχει πετύχει επιτήδευση στην διαφήμιση, στην καινοτομία και στην τοποθέτηση, παρ' όλα αυτά μπορεί να υστερεί σε καλό σύστημα σχεδιασμού Marketing και ελέγχου.

Για παράδειγμα, πριν από κάθε νέο οικονομικό έτος, οι υπεύθυνοι των καταναλωτικών δανείων κάθε τράπεζας, υποβάλλουν τους στόχους προς επίτευξη, συνήθως ένα μέγεθος περίπου 10% υψηλότερο του προηγούμενου χρόνου, οπότε απαιτούν και μια προώθηση 10% υψηλότερη. Κανένα σχέδιο ή λογικοφάνεια δε συνοδεύει αυτές τις προτάσεις. Η ανώτερη διοίκηση είναι συνήθως ικανοποιημένη με τις επιδόσεις των υπαλλήλων της. Αν υποθέσουμε, όμως, ότι ο υπάλληλος στο τμήμα των δανείων συνταξιοδοτείται και παίρνει την θέση του ένας νεώτερος ο οποίος αυξάνει τη δανειοδοτική δραστηριότητα κατά 50% το επόμενο έτος, τότε η τράπεζα αντιλαμβάνεται ότι κακώς ήταν ικανοποιημένη με την μέχρι τώρα απόδοση του πρώτου υπαλλήλου, με τον οποίο, αν και παρουσίαζε αύξηση μόνο 10% κάθε χρόνο, ήταν ικανοποιημένη. Παρατηρούμε ότι δεν είχαν ερευνήσει και αναλύσει τις δυνατότητες στον τομέα αυτό και, οπωσδήποτε, αναγνωρίζουν την ανάγκη για ύπαρξη σχεδίου Marketing και για ανάπτυξη κατάλληλου συστήματος αμοιβών.

1.6. Το Marketing Mix στις τράπεζες

Εξετάζοντας το θέμα του Τραπεζικού Marketing, μπορεί να παρατηρηθεί ότι, όπως όλες οι επιχειρήσεις έτσι και οι τράπεζες, είναι υποχρεωμένες να πάρουν έναν αριθμό αποφάσεων σχετικά με τα τραπεζικά προϊόντα-υπηρεσίες που προσφέρουν στο κοινό, τον τρόπο και την τιμή της πώλησης καθώς και τον τόπο διάθεσης τους. Πιο συγκεκριμένα, πρέπει να αποφασιστεί:

- τι υπηρεσίες θα προσφερθούν,
- που θα ιδρυθούν τα διάφορα καταστήματα και σε τι μέγεθος το καθένα,
- πως θα γίνει η προώθηση της πώλησης των υπηρεσιών και η επαφή με το κοινό και τέλος,
- με ποια επιτόκια και προμήθειες πρέπει να προσφέρονται οι υπηρεσίες αυτές.

Η λήψη αποφάσεων για καθένα από τα παραπάνω θέματα προϋποθέτει τη λύση μίας σειράς άλλων προβλημάτων, όπως:

α) Σχετικά με τις προσφερόμενες υπηρεσίες:

- Σε ποια πελατεία απευθυνόμαστε και τι χρειάζεται η πελατεία αυτή;
- Από πλευράς δυναμικότητας, μπορούμε να προσφέρουμε στους πελάτες μας ότι θέλουν και με τον τρόπο που το θέλουν;
- Από πλευράς ανταγωνισμού, ποια είναι η κατάσταση;
- Από πλευράς απόδοσης, μας συμφέρει να προσφέρουμε την Α ή τη Β υπηρεσία; Και αν δεν τις προσφέρουμε, τι ποσοστό πελατείας θα χάσουμε; κ.ά.

β) Αναφορικά με το θέμα του τόπου διάθεσης των υπηρεσιών, το που θα ιδρυθεί ένα κατάστημα είναι συνάρτηση πολλών παραγόντων μερικοί από τους οποίους είναι:

- Η οικονομική δυναμικότητα της περιοχής δράσης και η κάλυψη της από άλλες μονάδες μας
- Η μελλοντική ανάπτυξη της περιοχής.
- Η ανάλυση της πιθανής πελατείας κατά κατηγορίες (ιδιώτες, επιχειρήσεις εμπορικές-βιομηχανικές, κρατικές υπηρεσίες, ιδρύματα κ.τ.λ.).
- Η μορφή και το μέγεθος του ανταγωνισμού.
- Οι τρόποι και οι δυνατότητες συγκοινωνίας της περιοχής, χώροι στάθμευσης κ.τ.λ.

γ) Για τον τρόπο προώθησης (προβολής) των υπηρεσιών:

- Ποιες υπηρεσίες θα προωθηθούν;
- Μήπως χρειάζεται μία γενική προβολή της τράπεζας;
- Ποιοι είναι οι πελάτες μας για τη συγκεκριμένη υπηρεσία που θέλουμε να προσφέρουμε;
- Ποιες είναι οι ανάγκες τους;
- Πως αυτοί σκέπτονται και πως συναλλάσσονται;
- Πόσα πρέπει να ξοδέψουμε για μία διαφημιστική εκστρατεία και πως (μέγεθος, μέσα) πρέ-

πει να διεξαχθεί αυτή; κ.ά.

δ) Σε συνάρτηση με το θέμα της τιμολόγησης των προϊόντων:

- Τι ζητά ο ανταγωνισμός;
- Τι μπορούμε (Minimum - Maximum) να ζητήσουμε εμείς;
- Ποιοι τυχόν περιορισμοί υπάρχουν από τα αρμόδια κρατικά όργανα;
- Τι μας συμφέρει να ζητήσουμε σε συνδυασμό με τη γενική οικονομική μας κατάσταση; κ.ά.

Αν το θέμα «τιμολόγηση» αφορά παθητικές εργασίες, αλλάζει απλώς το αντικείμενο και αντί του «τι θα ζητήσουμε από τον πελάτη» ασχολούμαστε με το «τι θα προσφέρουμε στον πελάτη».

ε) Αναφορικά με τους ανθρώπους (people) που εργάζονται, διοικούν και πωλούν τις τραπεζικές υπηρεσίες στο κοινό, εξετάζουμε τις σχέσεις των υπαλλήλων με τους πελάτες και το κοινό.

στ) Αναφορικά με τις διαδικασίες (process) και την οργάνωση των τραπεζών. Μέσα από ποιες διαδικασίες και ποιο οργανωτικό πλαίσιο προσφέρονται οι τραπεζικές υπηρεσίες.

ζ) Σχετικά με το περιβάλλον και τον εξοπλισμό που χρησιμοποιείται για να διεκπεραιωθούν οι τραπεζικές εργασίες, προσδιορίζουμε όλη εκείνη την υλική υποδομή που είναι απαραίτητη για την ανάπτυξη των εργασιών της τράπεζας και την εξυπηρέτηση των πελατών. Όλα τα χρηματοοικονομικά προϊόντα και οι υπηρεσίες προσφέρουν στο πελάτη επιλογές που διευκολύνουν τρεις βασικές λειτουργίες: ευκολία μεταβίβασης, συσσώρευση πλούτου και οικονομική ασφάλεια.

Οι άυλες ιδιότητες ενός προϊόντος ή μίας υπηρεσίας πρέπει να χειρίζονται με συνέπεια και συνάφεια, ώστε να μην υπάρχουν υποτιμήσεις των προσδοκιών των πελατών οι οποίες θα έθεταν σε κίνδυνο την επαναλαμβανόμενη αγορά και την πίστη προς το προϊόν -στοιχεία που αποτελούν την ουσία της εφαρμογής του Marketing. Η δημιουργία και διατήρηση πιστών πελατών αυξάνει τις πωλήσεις προς δύο κατευθύνσεις. Αύξηση των πωλήσεων στα προϊόντα που ήδη καταναλώνουν και αύξηση των πωλήσεων σε νέα προϊόντα.

Δύο είναι τα βασικά στοιχεία τα οποία δημιουργούν επιτυχημένες σχέσεις με το πελάτη και έτσι οδηγούν σε επιτυχημένη ανάπτυξη της επιχείρησης: το ικανό προσωπικό και η ακριβής συλλογή πληροφοριών για τον πελάτη (που αφορούν τα καταναλωτικά προϊόντα, τις ανάγκες και τις απαιτήσεις του).

Η νέα προσέγγιση της εξυπηρέτησης του πελάτη στις τράπεζες, αφορά την εξυπηρέτηση όλων των αναγκών του πελάτη από ένα στέλεχος της τράπεζας για να αποφεύγεται η ταλαιπωρία του πελάτη από υπηρεσία σε υπηρεσία. Επειδή όμως αυτού του είδους η εξυπηρέτηση, λόγω

κόστους, δε μπορεί να προσφερθεί σε όλους τους πελάτες, προσφέρεται μόνο στους μεγάλους πελάτες.

1.7. Το τραπεζικό μάρκετινγκ στο κατώφλι του 21^{ου} αιώνα

Ως μάρκετινγκ τραπεζικών εργασιών νοείται το σύνολο των οργανωμένων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων που ασκεί μια τράπεζα, με βάση την τραπεζική δεοντολογία, προκειμένου να καλύψει τόσο τις υφιστάμενες όσο και τις μελλοντικές ανάγκες της αγοράς, στην οποία αποτείνεται.

Το μάρκετινγκ άρχισε να διεισδύει στις ελληνικές τράπεζες και η αποτελεσματικότητά του γρήγορα διέλυσε κάθε αμφιβολία για τη χρησιμοποίησή του.

Το μάρκετινγκ στις τράπεζες εμφανίστηκε μέσω των παρακάτω πέντε βημάτων:

- Διαφήμιση και προβολή για την αντιμετώπιση του αυξημένου ανταγωνισμού
- Χαμόγελο και φιλική ατμόσφαιρα, μέσα από την ανακατασκευή του χώρου του καταστήματος και την αλλαγή νοοτροπίας
- Εκσυγχρονισμός και καινοτομίες σε πολλά και διαφορετικά νέα προϊόντα, χάρις και στην εξέλιξη της τεχνολογίας
- Ανάλυση, σχεδιασμό και έλεγχο, μέσω της εφαρμογής ενός σφαιρικού σχεδίου που αναλύει τις υφιστάμενες και προβλεπόμενες πωλήσεις, με σκοπό να επιλύσει προβλήματα και να αξιοποιήσει ευκαιρίες.

Οι Τράπεζες εναρμονισμένες προς τις επιταγές του Σήμερα και του Αύριο, είδαν έγκαιρα το Μάρκετινγκ σαν το κλειδί για τη λύση πολλών από τα προβλήματά τους. Πριν από μερικά χρόνια το Μάρκετινγκ ήταν μια άγνωστη λέξη για τα τραπεζικά στελέχη, όπως άλλωστε και οι λέξεις πληροφορική και μάνατζμεντ. Σήμερα η ύπαρξη και δραστηριοποίηση του στελέχους Μάρκετινγκ-Πωλητή μιας τράπεζας, του υποδιευθυντή συναλλαγών κ.τ.λ. αποδεικνύει τη μεγάλη αξία του Μάρκετινγκ στα πλαίσια της λειτουργίας του τραπεζικού συστήματος. Όμως, το μάρκετινγκ, από τη φύση του, καλεί τους εμπλεκόμενους σε πολύπλευρη δραστηριοποίηση. Έτσι ο ρόλος που καλείται να παίξει το στέλεχος μάρκετινγκ είναι αντίστοιχα πολυσχιδής. Απαιτεί συνεχή δράση και ενημέρωση επί θεμάτων αγοράς, προϊόντων και πελατείας.

Σήμερα πλέον είναι ευρύτατα αποδεκτό ότι, προκειμένου ένα Κατάστημα να βελτιώσει την ανταγωνιστικότητά του, θα πρέπει κατ' ανάγκη να χρησιμοποιήσει το Μάρκετινγκ σαν εργαλείο για τον καθορισμό των χρονοδιαγραμμάτων που θα ακολουθήσει, ώστε να πετύχει τους στόχους, που ύστερα από έρευνα, έθεσε. Η επιτελική Μονάδα Μάρκετινγκ, σε συνεργασία με τα στελέχη Μάρκετινγκ των Μονάδων του δικτύου της Τράπεζας, καλείται να αναλάβει και να φέρει σε πέρας την πολύ υπεύθυνη έρευνα, η οποία θα προσδιορίσει την ορθολογική σύνθεση

του είδους και της ποιότητας των προσφερομένων υπηρεσιών, τις νέες υπηρεσίες καθώς και τον τρόπο προώθησής τους. Επισημαίνεται ότι όλα τα προαναφερθέντα θα πρέπει να γίνουν από τα στελέχη Μάρκετινγκ μέσα στις διαρκώς μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς, υπό την πίεση του ανταγωνισμού και των τυχόν περιορισμένων δυνατοτήτων της τράπεζας. Επιπλέον, επιτόπιες λύσεις θα πρέπει να δοθούν στην ακολουθούμενη Τιμολογιακή Πολιτική, με στόχο την αύξηση της ανταγωνιστικότητας της Τράπεζας και την παράλληλη βελτίωση των αποτελεσμάτων της. Το στέλεχος Μάρκετινγκ που πουλάει τις υπηρεσίες της Τράπεζας πρέπει να γνωρίζει πότε η Μονάδα του παρουσιάζει κέρδη και να την μεταβάλει σε κέντρο κερδοφορίας (profit center).

Η Διαφήμιση, σε συνεργασία με τις Δημόσιες Σχέσεις από την πλευρά της επιτελικής Μονάδας, και η Προσωπική Πώληση από τα στελέχη που έρχονται σε επαφή με την πελατεία θα αποτελέσουν τον επιθετικό Κριό της σχεδιασμένης πολιτικής Μάρκετινγκ της Τράπεζας, ούτως ώστε να επιτευχθεί η αναβάθμιση της εικόνας που έχουν σχηματίσει οι πελάτες για τη λειτουργία της Τράπεζας, μέσα στο πνεύμα του συνεχούς εκσυγχρονισμού. ο σχεδιασμός της ανάπτυξης του δικτύου των τραπεζικών Καταστημάτων πρέπει να εξυπηρετεί τις πραγματικές ανάγκες των αγορών στις οποίες απευθύνεται και να λαμβάνει υπόψη του τις τάσεις εξέλιξης, ώστε έγκαιρα η Τράπεζα να βρίσκεται κοντά στον πελάτη της, προκειμένου να τον εφοδιάσει με ολοκληρωμένα και ποιοτικά πακέτα υπηρεσιών, σε τιμές ανταγωνιστικές. Οι καταναλωτές έχουν υιοθετήσει τη self-service τεχνολογία των ΑΤΜ'ς και του τηλεφωνικού banking. Πολλοί τραπεζίτες συνειδητοποιούν ότι δεν είναι εύκολο να κρατούν με επιτυχία τους πελάτες τους, όταν οι ανταγωνιστές τους είναι πολύ επιθετικοί. Τέλος, ενώ όλοι γνωρίζουμε ότι οι τράπεζες είναι πιο αξιόπιστες από τις ασφαλιστικές εταιρείες, εντούτοις οι ασφαλιστικές εταιρείες μπορούν και τους αποσπούν πελάτες. Κι όμως, από την άλλη μαθαίνουμε ότι οι καταναλωτές αγαπούν τα υποκαταστήματα των τραπεζών. Ενώ παραπονιούνται για τις υπηρεσίες που τους προσφέρουν, εντούτοις συνεχίζουν να επισκέπτονται τα υποκαταστήματα για τις συναλλαγές τους. Μπορεί ο καταναλωτής να μην αισθάνεται καλύτερα ή χειρότερα όταν συναλλάσσεται με άλλους οικονομικούς πράκτορες, αλλά προτιμά να επισκέπτεται το υποκατάστημα της γειτονιάς του σαν ένα παλιό φίλο.

Πολλοί τραπεζικοί πιστεύουν ότι η αύξηση του αριθμού των ΑΤΜ'ς καθιστά τα υποκαταστήματα λιγότερο απαραίτητα. Αν και είναι γεγονός ότι πολλοί καταναλωτές επισκέπτονται όλο και λιγότερο τα υποκαταστήματα, είναι δύσκολο να βρει κανείς έστω και έναν καταναλωτή που με αφορμή κάποιο σημαντικό γεγονός της ζωής του (σύνταξη, αγορά σπιτιού) δεν επισκέφθηκε μια Τράπεζα. Πολλά στελέχη του τραπεζικού χώρου πιστεύουν ότι η απώλεια του μεριδίου αγοράς στο Retail Banking (λιανική πώληση) βασίζεται στο γεγονός ότι τα υποκαταστήματα δεν αντιμετωπίζονται όπως θα έπρεπε, δηλαδή σαν καταστήματα λιανικής. Στις μέρες μας, πολλές επιτυχημένες τράπεζες έχουν ήδη μετατρέψει τα υποκαταστήματά τους σε κέντρα λιανικής και το προσωπικό τους σε «ειδικούς επί των λιανικών πωλήσεων και υπηρεσιών». Οι περισσότεροι

τραπεζίτες έχουν συνειδητοποιήσει ότι πωλούν κάτι άυλο, το οποίο είναι και αόρατο, έως ότου το εμπόριο το θέσει υπόψη του πελάτη. Εάν το τραπεζικό προϊόν είναι ανταγωνιστικό, θα γίνει ευρύτερα γνωστό και, με καλά εκπαιδευμένο προσωπικό, η γνώση αυτή θα μετατραπεί με τον καιρό σε πωλήσεις. Αυτό που λείπει από τη δραστηριότητα πολλών τραπεζικών καταστημάτων είναι μια συντονισμένη προσπάθεια, που θα τα βοηθήσει να καταλάβουν πώς ο καταναλωτής θέλει να διαχειρίζεται τις οικονομικές του υποθέσεις, ώστε, με βάση την πολύτιμη αυτή γνώση, να ξαναχτίσουν το σύστημα. Ακόμη και σήμερα, υπάρχουν τράπεζες που δε χρησιμοποιούν έρευνες Μάρκετινγκ, για να εξακριβώσουν τι πραγματικά θέλει ο καταναλωτής και τι πρέπει να αλλάξουν σχετικά με τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους, ώστε να κερδίσουν μεγαλύτερο μερίδιο της αγοράς. Η δημοτικότητα των υποκαταστημάτων και των ATM's δηλώνει ότι τα μετρητά παίζουν ένα πολύ σπουδαίο ρόλο για τον καταναλωτή. Το κέρδος, οι δαπάνες, οι αποταμιεύσεις και οι επενδύσεις καθορίζουν την οικονομική ζωή ενός ανθρώπου. Δεν τυχαίνει πολλές φορές στη ζωή του καθενός να αγοράσει ένα σπίτι ή να κερδίσει μια κληρονομιά, αλλά είναι καθημερινό το φαινόμενο να κρατάει κανείς πάνω του μετρητά. Αυτό περισσότερο από καθετί άλλο καθορίζει το ρόλο της τράπεζας στη ζωή των ανθρώπων. ο κόσμος αναγνωρίζει την τράπεζα ως «φύλακα μετρητών», απαιτεί να του παρέχει ασφάλεια και συγχρόνως επιθυμεί να έχει σ' αυτήν εύκολη πρόσβαση παντού και πάντα. Οι καταναλωτές θέλουν συνεχώς πληροφορίες για τα χρήματά τους, πόσα έχουν και πόσα τους λείπουν για να αγοράσουν τα σπίτια των ονείρων τους ή να πραγματοποιήσουν τις διακοπές που επιθυμούν. Τα ATM's, πράγματι, έκαναν πραγματικότητα αυτή την επιθυμία. Το τηλεφωνικό banking εξελίχτηκε επιτυχώς σε πολλές χώρες, επειδή επιτρέπει στον κόσμο να χρησιμοποιεί οικεία τεχνολογία για να παίρνει πληροφορίες για τα χρήματά του, όταν το θέλει, χωρίς να μετακινείται σε υποκαταστήματα. Τα υποκαταστήματα θα γίνουν όλο και λιγότερο αναγκαία, όταν ο πελάτης θα βάζει μια πιστωτική κάρτα στο τηλέφωνο, για να πάρει μετρητά. Σήμερα, αυτό είναι εφικτό με τις έξυπνες κάρτες, δηλαδή τις κάρτες με ενσωματωμένο ηλεκτρονικό υπολογιστή (τσιπάκι). Μπορεί το κοινό να προτιμά τα ATM's για αναλήψεις χρημάτων, ακόμη και σήμερα, όμως, πολλοί διστάζουν να καταθέσουν στα ATM's.

Οι λόγοι είναι πολλοί, αλλά οι σημαντικότεροι δύο:

- Οι πελάτες πιστεύουν ότι τα λεφτά μπορεί να χαθούν, αν δεν τα δώσουν οι ίδιοι στον υπάλληλο.
- Προσφέρει ευχαρίστηση το να δίνεις «εντολές» στον ταμία. Ακούγεται ανόητο, αλλά το να χρησιμοποιείς ταμία για να πραγματοποιείς καταθέσεις αναδείχθηκε από έρευνα εξέχον κίνητρο.

Επομένως, όσο ο καταναλωτής θα επιθυμεί να συζητάει κάτι τόσο σημαντικό όσο τα οικονομικά του πρόσωπο με πρόσωπο, το υποκατάστημα θα είναι απαραίτητο.

Το πώς θα λειτουργούν τα καταστήματα στο μέλλον είναι σαφές. Οι τράπεζες θα διεκπεραιώνουν τις συναλλαγές γρηγορότερα και καλύτερα, έτσι θα είναι σε θέση να δίνουν πληροφορίες για τους νέους τύπους λογαριασμών και να απαντούν σε ερωτήσεις και προβλήματα με πιο αποτελεσματικό τρόπο. Το πιο σημαντικό έργο τους, για την επιβίωσή τους, θα είναι να χτίζουν τις σχέσεις με τους πελάτες τους, κάτι που πολύ λίγες τράπεζες, ως τώρα, έχουν πετύχει.

Τα ΑΤΜ'ς και το τηλεφωνικό banking θα συνεχίσουν να στηρίζουν τις συναλλαγές για τα επόμενα χρόνια. Έχουμε δει υποκαταστήματα με δόναμη 10 υπαλλήλων, όπου, όμως, μια μεγάλη σειρά πελατών περιμένουν να εξυπηρετηθούν από ένα και μόνο υπάλληλο. Είναι λίγες οι Τράπεζες που μπορούν να αντέξουν το κόστος του να αυξήσουν τους ταμίες, προκειμένου να λύσουν το πρόβλημα της ουράς. Τεχνολογία όπως οι card readers, cash dispensers και αναγνωριστές υπογραφών μπορούν να επιταχύνουν τις συναλλαγές. οι τράπεζες πρέπει να μάθουν να λύνουν τα προβλήματα κάθε φορά, τη στιγμή που εμφανίζονται. Αν δεν παρέχουν τέτοια εξυπηρέτηση, οι ανταγωνιστές θα τους κλέβουν μερίδια.

Στο μέλλον, τα κέντρα συναλλαγών θα είναι μικρότερα, πιο κοντά στο χώρο εργασίας ή κατοικίας και θα είναι σχεδιασμένα για να εξυπηρετούν με ταχύτητα. Χρώματα και φώτα, όλα θα δημιουργούν μια καθαρή εικόνα που θα παραπέμπει σε ταχεία επίλυση των προβλημάτων. Αν και ξοδεύτηκαν εκατομμύρια για τα υποκαταστήματα του μέλλοντος, οι πωλήσεις δεν αυξήθηκαν πολύ. Τα «Οικονομικά super Markets» εμφανίστηκαν στην Αμερική στα μέσα του 1980, για να απαντήσουν στους τραπεζίτες που ήθελαν να αυξήσουν τις πωλήσεις τους στο πώς θα μπορούσαν να δώσουν αξία στα υπάρχοντα υποκαταστήματά τους. Η επιτυχία τους όμως ήταν περιορισμένη κι αυτό γιατί λειτούργησαν, τελικά, όμοια με τα υπάρχοντα υποκαταστήματα, όπου οι υπάλληλοι ανέμεναν παθητικά τους πελάτες να ρωτήσουν για τα προϊόντα.

Οι τράπεζες βαθμιαία θα μετατραπούν σε Κέντρα Οικονομικών Πληροφοριών. Ένα ορισμένο ποσοστό του πληθυσμού είναι εκπαιδευμένο να πηγαίνει στην τράπεζα και να ζητάει κάποιο προϊόν. Πολλοί καταναλωτές, όμως, δεν είναι. Αυτοί απλώς ξέρουν ότι έχουν κάποιο πρόβλημα, που όμως δε γνωρίζουν πώς να το λύσουν. Οι συγκεκριμένοι πελάτες θέλουν βοήθεια, για να ξεκαθαρίσουν τις ανάγκες τους και να μάθουν τις εναλλακτικές λύσεις που τους προσφέρονται. Σήμερα, όμως, δεν είναι αποδεκτή η μέθοδος να οδηγήσεις μέσα από διάλογο τον πελάτη στην αποδοχή της αγνοίας του. Εξάλλου, πρόκειται και για χρονοβόρα διαδικασία. Η λύση θα ήταν να δημιουργηθεί ένα σύστημα επικοινωνίας που να πιστοποιεί ότι ο συγκεκριμένος πελάτης έχει τις ίδιες ανάγκες με κάποιους άλλους και θα μπορούσε να ικανοποιηθεί με συγκεκριμένους τρόπους. Έτσι, οι πελάτες θα μπορούν να ομαδοποιηθούν μέσω μιας κάρτας με οικονομικό προφίλ, που θα τους επιτρέπει να επισκέπτονται ένα κιόσκι στην είσοδο της τράπε-

ζας. Η κάρτα θα δίνει το προφίλ του πελάτη στο κομπιούτερ, όπως προκύπτει από την οικονομική του δραστηριότητα κατά την τελευταία του επίσκεψη, και έτσι εύκολα θα μπορεί να εξυπηρετηθεί και να αγοράσει ίσως κάποιο από τα τραπεζικά προϊόντα. Η τεχνολογία υπάρχει ήδη, απλώς περιμένει τους ειδικούς να την αξιοποιήσουν, στο μέτρο βέβαια που και το περιβάλλον συνειδητοποιεί την ανάγκη εστίασης στον πελάτη. Το Κέντρο Οικονομικών Πληροφοριών θα είναι μεγαλύτερο από ένα κέντρο συναλλαγών και θα έχει διαφορετική αρχιτεκτονική, για να το ξεχωρίζεις.

Η επόμενη γενιά τραπεζικών στελεχών θα είναι πιο μορφωμένη, πιο εξειδικευμένη και πιο ευέλικτη. Βασική αρχή του Μάρκετινγκ είναι ότι στον πελάτη δεν προσφέρουμε μόνο προϊόντα αλλά και πληροφορίες. Αυτό, σε συνδυασμό με τις ευκολίες που παρέχει η τεχνολογία, μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι θα δημιουργηθεί μια ζώνη οικονομικών πληροφοριών, ευκολότερα κατανοητών. Ηλεκτρονικά προγράμματα θα αναλύουν τις ανάγκες και τις διαφορετικές επιλογές και τελικά οι ίδιοι οι πελάτες θα υπολογίζουν την πληρωμή των δανείων, τη χρονιά της σύνταξης ή την ποιότητα του προϊόντος. Το προσωπικό θα παίζει διαφορετικό ρόλο σ' αυτά τα υποκαταστήματα: θα υποδέχεται τους πελάτες και θα τους βοηθάει όσο χρειάζεται, με προσωπικές συμβουλές. Τα υποκαταστήματα του 21ου αιώνα θα είναι πολύ διαφορετικά από τα σημερινά: η λειτουργία και οι στόχοι τους θα διαφέρουν εντελώς. Αυτό εξηγεί γιατί πολλές μεγάλες τράπεζες άρχισαν ήδη να σχεδιάζουν από την αρχή πιο ευέλικτα υποκαταστήματα. Η καλύτερη πολιτική για μια τράπεζα σήμερα είναι να έχει ευέλικτα υποκαταστήματα, με σταθμούς εργασίας ή ακόμη και με νέες ζώνες καλωσορίσματος.

Ο σκοπός της τράπεζας έχει αλλάξει κατά την τελευταία δεκαετία και ακολουθώντας κάποιους, λίγους, πρωτοπόρους πολλές επιτυχημένες τράπεζες ανταποκρίθηκαν στο κάλεσμα να αλλάξουν το στυλ και τη λειτουργία τους. Σήμερα, η διαφορά μεταξύ νικητών και ηττημένων μοιάζει να είναι ακριβώς ότι οι πρώτοι έχουν καταφέρει να μετατρέψουν μια επίσκεψη σε υποκατάστημα σε μια ευχάριστη και ενδιαφέρουσα εμπειρία. Σε μια επιχείρηση που έχει υιοθετήσει την έννοια του Μάρκετινγκ, όλη η επιχείρηση επικεντρώνεται στην αναγνώριση και ικανοποίηση των αναγκών και επιθυμιών του πελάτη. Για να συνεχίσουμε το παράδειγμα της εκπαίδευσης στις πωλήσεις, που δίδεται παραπάνω, οι υπάλληλοι του τμήματος εξυπηρέτησης πελατών, κατά τη διάρκεια της εκπαίδευσής τους στις πωλήσεις, μαθαίνουν τρόπους με τους οποίους μπορούν να παρακινήσουν τους πελάτες να ξεκινήσουν μια συζήτηση μαζί τους, η οποία ίσως αποκαλύψει ανικανοποίητες ανάγκες τους για τραπεζικές υπηρεσίες ή ευκαιρίες να κερδίσουν χρήματα μεταφέροντας τους λογαριασμούς τους από ανταγωνιστικές τράπεζες στη δική τους. Το ενδιαφέρον εστιάζεται στην κατανόηση του πελάτη και στην ικανοποίηση των αναγκών του, όχι στην πώληση ενός συγκεκριμένου αριθμού υπηρεσιών σε κάθε πελάτη.

Τα στοιχεία της απόδοσης των πωλήσεων μπορούν να διατηρηθούν, για να δώσουν κίνητρα στο προσωπικό να βελτιώσει τις - επικεντρωμένες στον πελάτη - ικανότητές του στην πώληση, όμως οι αριθμοί δεν αποτελούν αυτοσκοπό. Ο υπέρτατος στόχος είναι η μέγιστη ικανοποίηση του πελάτη. Σε μια τράπεζα που διεξάγει τις πωλήσεις δίνοντας έμφαση στον πελάτη, ο νέος πελάτης που απευθύνεται σ' αυτή απλώς για να ανοίξει ένα λογαριασμό όψεως μπορεί να φύγει, έχοντας συμφωνήσει να αγοράσει άλλα είδη λογαριασμών και υπηρεσιών. Ωστόσο, εάν πρόκειται για μια τέτοια περίπτωση, η πώληση πραγματοποιείται, καθώς ο πελάτης, στην πραγματικότητα, χρειάζεται και θέλει αυτά τα προϊόντα και τις υπηρεσίες, από τα οποία και θα ωφεληθεί. Ο πελάτης, επίσης, φεύγει από την τράπεζα, έχοντας το όνομα του υπαλλήλου, στον οποίο θα τηλεφωνήσει όταν του προκύψει κάποια χρηματοοικονομική ανάγκη, και με την εντύπωση ότι η τράπεζα πιστεύει ότι οι υποθέσεις των πελατών είναι σημαντικές. Εάν ο υπέρτατος στόχος της τράπεζας είναι να μεγιστοποιήσει την ικανοποίηση του πελάτη, είναι σημαντικό να αντιληφθεί τι θέλουν οι πελάτες από αυτή. Σε μια πρόσφατη έρευνα σε χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, κατά την οποία ζητήθηκε από τους πελάτες να εκτιμήσουν τη σπουδαιότητα διαφόρων τραπεζικών υπηρεσιών και την ικανοποίησή τους από την εξυπηρέτηση που τους προσφέρθηκε, προέκυψε ότι, πάνω απ' όλα, αυτοί οι πελάτες εκτίμησαν περισσότερο τις αξιόπιστες υπηρεσίες, την ευγενική αντιμετώπιση, τη σαφή και κατανοητή πληροφόρηση, το ικανό προσωπικό και τη γρήγορη και ευχάριστη εξυπηρέτηση.

Ειδικότερα:

1. Αξιόπιστες υπηρεσίες. Οι πελάτες περιμένουν ότι η τράπεζα, τα προϊόντα της και το προσωπικό της θα αποδίδουν, όπως τους το είχαν υποσχεθεί, όταν τους το είχαν υποσχεθεί και με τον τρόπο που τους το είχαν υποσχεθεί. Εάν μία διαφήμιση λέει, «Απάντηση στην αίτηση του δανείου σας μέσα σε 24 ώρες», οι πελάτες περιμένουν μία απάντηση μέσα σε 24 ώρες. Εάν ένας υπάλληλος του τμήματος εξυπηρέτησης πελατών λέει, «Σε διάστημα τριών ημερών θα λάβετε αντίγραφο της κίνησης του λογαριασμού σας,» ο πελάτης περιμένει να έχει το αντίγραφο στα χέρια του εντός τριών ημερών. Οι πελάτες περιμένουν ότι θα λαμβάνουν τις αναλύσεις των λογαριασμών τους σύντομα, μετά το τέλος της χρονικής περιόδου που καλύπτει η ανάλυση, και ότι θα βρίσκουν τις δικές τους επιταγές μέσα σ' αυτές και όχι κάποιου άλλου. Περιμένουν ειδοποίηση ανανέωσης για τις προθεσμιακές τους καταθέσεις, ότι τα προειδοποιητικά ή ενημερωτικά έγγραφα θα είναι ακριβή και ότι θα φθάνουν εγκαίρως στα χέρια τους.
2. Ευγενική αντιμετώπιση. Οι πελάτες περιμένουν ότι οι εργαζόμενοι στην τράπεζα θα είναι φιλικοί και εξυπηρετικοί και θα τους συμπεριφέρονται με σεβασμό. Επιθυμούν να ακούνε εκφράσεις ευγένειας, όπως «παρακαλώ» και «σας ευχαριστώ.» Περιμένουν ότι οι εργαζόμενοι της τράπεζας θα κατανοούν τα συναισθήματά τους και θα δείχνουν ευαισθησία ως προς

τον ιδιωτικό χαρακτήρα των χρηματοοικονομικών τους συναλλαγών. Θέλουν να τους φέρονται με τρόπο που να δηλώνει ότι η τράπεζα τους υπολογίζει. Οι πελάτες συχνά αντιδρούν με έκπληξη και ευχαρίστηση, όταν κάποιος εργαζόμενος στην τράπεζα, είτε ταμίας είτε υπάλληλος του τμήματος εξυπηρέτησης πελατών, με κάποιο τρόπο τους περάσει το μήνυμα ότι η τράπεζα χαίρεται που μπορεί και τους εξυπηρετεί. Ορισμένοι τραπεζικοί υπάλληλοι φέρονται με τέτοιο τρόπο στους πελάτες, γιατί αυτή η αντιμετώπιση είναι μέρος του χαρακτήρα τους. Ωστόσο, πολλοί είναι και εκείνοι που δεν αντιλαμβάνονται τι εντύπωση προκαλεί η συμπεριφορά τους στους πελάτες, και οι εργοδότες τους δεν έχουν προφανώς απαιτήσει να φέρονται στους πελάτες με τρόπο που να προάγει τις θετικές σχέσεις μεταξύ αυτών και των πελατών. Σε ορισμένες τράπεζες, το κέντρο του ενδιαφέροντος φαίνεται να είναι περισσότερο η ολοκλήρωση των συναλλαγών χωρίς λάθη και χωρίς αποκλίσεις από την πολιτική της τράπεζας, παρά η ικανοποίηση των συναισθηματικών και χρηματοοικονομικών αναγκών του πελάτη.

3. Σαφής και κατανοητή πληροφόρηση. Και η γραπτή και η προφορική επικοινωνία με τους πελάτες της τράπεζας θα πρέπει να γίνεται σε σαφή, περιεκτική γλώσσα, που να γίνεται κατανοητή από τον πελάτη.
4. Ικανό προσωπικό. Οι πελάτες των τραπεζών θέλουν οι υπάλληλοι να είναι επαγγελματίες και να έχουν τις απαραίτητες ικανότητες και γνώσεις, για να προτείνουν και να προσφέρουν τις υπηρεσίες που διατίθενται από την τράπεζα. Περιμένουν ότι το προσωπικό είναι σε θέση να εξηγήσει πώς λειτουργούν τα προϊόντα της τράπεζας και να απαντήσει στις ερωτήσεις τους με σαφήνεια. Χρειάζονται διαβεβαίωση ότι τα χρήματά τους βρίσκονται σε καλά χέρια, και το ικανό προσωπικό τους παρέχει αυτής της μορφής τη διαβεβαίωση.
5. Γρήγορη και ευχάριστη εξυπηρέτηση. Οι πελάτες θέλουν οι εργαζόμενοι της τράπεζας να είναι έτοιμοι και πρόθυμοι να καλύψουν τις ανάγκες τους. Περιμένουν άμεση και σωστή τακτοποίηση των λαθών που τυχόν θα προκύψουν. Προκαλεί ενδιαφέρον το γεγονός ότι οι πελάτες των τραπεζών δεν περιμένουν να έχουν μια σχέση με την τράπεζα απαλλαγμένη εντελώς από προβλήματα. Ωστόσο, περιμένουν ότι οποιοδήποτε λάθος ήθελε προκύψει, θα αντιμετωπιστεί άμεσα και με επαγγελματικό τρόπο.

Αν και πολλές τράπεζες έχουν τμήμα εξυπηρέτησης πελατών, όπου οι πελάτες μπορούν να τηλεφωνήσουν για να πάρουν πληροφορίες για το λογαριασμό τους και να λύσουν διάφορα προβλήματά τους, οι εργαζόμενοι εκεί μπορεί να μην είναι εκπαιδευμένοι, ώστε να χειρίζονται περιπτώσεις δυσαρεστημένων πελατών με τη διακριτικότητα που απαιτείται.

Οι πελάτες των τραπεζών, ιδιαίτερα σε αστικά κέντρα, δεν επιθυμούν να περιμένουν σε μεγάλες ουρές μπροστά στα ταμεία. Ορισμένες τράπεζες χρησιμοποιούν την τεχνολογία, για να

καταγράψουν το χρονικό διάστημα που οι πελάτες περιμένουν στη σειρά, στη διάρκεια της ημέρας.

Συμπερασματικά, θα λέγαμε ότι, ενώ κάποιες μεμονωμένες τράπεζες έχουν επιδείξει έναν ασυνήθιστο βαθμό εξουκείωσης με τις ανάγκες και τις επιθυμίες των πελατών, ο τραπεζικός κλάδος στο σύνολό του έχει καθυστερήσει, σε σχέση με άλλες επιχειρήσεις, να υιοθετήσει την ιδέα της απαραίτητης έμφασης στον πελάτη, σ' ένα περιβάλλον που πραγματικά επικεντρώνεται στο Μάρκετινγκ.

1.8. Χαρακτηριστικά Μάρκετινγκ

Η νέα τεχνολογία δεν εισάγει απλώς νέους τρόπους διανομής των υπηρεσιών και εξυπηρέτησης νέων αγορών αλλά προκαλεί εντονότατα τον ανταγωνισμό μεταξύ των τραπεζών και των άλλων οργανισμών παροχής χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών.

Λόγω της αυξανόμενης αυτοματοποίησης οι τράπεζες μειώνουν το δίκτυο των υποκαταστημάτων τους και αντικαθιστούν πολλά κλασσικά καταστήματα με ηλεκτρονικούς υπολογιστές.

Μετά τη δεκαετία του 1970, κατά την οποία ο αριθμός των υποκαταστημάτων αυξανόταν ή παρέμενε τουλάχιστον σταθερός, ακολούθησε έντονη μείωση του αριθμού των υποκαταστημάτων με προσωπικό και δραματική αύξηση των σημείων πώλησης τραπεζικών υπηρεσιών από ηλεκτρονικά συστήματα. Η πίεση των περιθωρίων κέρδους μαζί με την πίεση για εξειδίκευση και βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών εξανάγκασε τις τράπεζες να προσθέσουν ακριβά συστήματα διανομής στο δίκτυο τους και να επανεξετάσουν το κόστος που συνεπάγεται γι' αυτές η διατήρηση των παραδοσιακών συστημάτων διανομής.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να κάνουμε μια παρένθεση για να αναφέρουμε στο πως τα χαρακτηριστικά μάρκετινγκ των υπηρεσιών επηρεάζουν το σύστημα διανομής τους.

Οι υπηρεσίες είναι άυλες και για να πουληθούν χρειάζεται προσωπική επαφή ανάμεσα στον πελάτη και τον πωλητή. Για το λόγο αυτό, ανεξάρτητα αν αλλάξει διάρθρωση, στυλ και ύφος το κλασσικό δίκτυο υποκαταστημάτων θα συνεχίσει να αποτελεί το βασικό κορμό διανομής των τραπεζικών υπηρεσιών.

Ορισμένα παραδείγματα υπηρεσιών είναι : το Leasing, το factoring, Τραπεζική κατ' οίκον (Home Banking), Τερματικά στα σημεία πωλήσεων, τα μηχανήματα αυτόματης συναλλαγής, η πληρωμή συναλλαγματικών με χρέωση του λογαριασμού καταθέσεων του αποδέκτη, η παροχή πιστωτικής κάρτας.

Η πρόοδος των τεχνικών προβολής, η ανάγκη για περισσότερη τυποποίηση των τραπεζικών υπηρεσιών και η όλο και μεγαλύτερη επαφή του κοινού με τις τράπεζες συντέλεσαν ώστε οι υπεύθυνοι μάρκετινγκ να επικεντρώσουν την προσοχή τους στα υλικά γνωρίσματα των καθιε-

ρωμένων τραπεζικών υπηρεσιών, όπως το βιβλιάριο επιταγών και τα έντυπα με τις εκκαθαρίσεις των λογαριασμών. Αυτό, βέβαια, δε σημαίνει ότι όλοι οι πελάτες θα επηρεαστούν από ένα κομψό βιβλιάριο επιταγών ή ένα ευανάγνωστο έντυπο, γιατί είναι πολλοί εκείνοι που έχουν πολύ συνθετότερες συναλλαγές με την τράπεζα όπου και πάλι η προσωπική επαφή παίζει πρωταγωνιστικό ρόλο.

Παλαιότερα το άνοιγμα ενός λογαριασμού ή η παροχή πίστης απαιτούσε την ταυτόχρονη παρουσία του πελάτη και του πωλητή. Σήμερα δεν είναι πάντα αναγκαίο κάτι τέτοιο γιατί υπάρχουν οι Αυτόματες Ταμειολογιστικές Μηχανές (ΑΤΜ'ς), που οι πελάτες χρησιμοποιούν μόνοι τους, οι μέθοδοι παραγγελίας μέσω ταχυδρομείου καθώς και άλλοι τρόποι που δεν απαιτούν τη συνύπαρξη πωλητή και πελάτη για την παροχή της υπηρεσίας.

Σήμερα παρ' όλο που οι τράπεζες από τη φύση τους είναι αναγκασμένες να προσφέρουν κατ' εξοχήν ομοιόμορφες υπηρεσίες προσπαθούν να βρουν τρόπους που θα διαφοροποιήσουν σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό όχι μόνο τις υπηρεσίες αυτές καθαυτές αλλά και τη μια τράπεζα από την άλλη.

Τέτοιοι τρόποι είναι το μέγεθος της ουράς στο κάθε υποκατάστημα, ο χρόνος αναμονής για τη διεκπεραίωση της συναλλαγής, η διακόσμηση και η διάταξη των γραφείων / υπηρεσιών στο κάθε υποκατάστημα. Επίσης εκτός από αυτές τις εξωτερικές διαφορές υπάρχουν και οι διαφορές στην ίδια την υπηρεσία λόγω διαφορετικής εκπαίδευσης και συμπεριφοράς του προσωπικού.

Οι διακυμάνσεις της ζήτησης ρυθμίζονται πιο αποτελεσματικά από πλευράς κόστους για τις τράπεζες με τις ΑΤΜ'ς, τη λειτουργία και το πρωί του Σαββάτου, τη χρησιμοποίηση ηλεκτρονικών υπολογιστών εγκαταστημένες στο γραφείο ή την κατοικία του πελάτη.

Τέλος αυτό που θα πρέπει να τονίσουμε είναι το κύριο χαρακτηριστικό των τραπεζικών υπηρεσιών είναι η συνεχής σχέση ανάμεσα σε πελάτη και το τραπεζικό στέλεχος. Και η ποιότητα αυτής της σχέσης παίζει σημαντικό ρόλο τόσο για τους πελάτες - ιδιώτες όσο και για τους πελάτες - εταιρείες, γιατί εμπιστεύονται τον υπάλληλο, προσέχουν τις συμβουλές που τους δίνει και πολλές φορές ενεργούν σύμφωνα με τις υποδείξεις του.

Σήμερα, βέβαια, οι συνθήκες έχουν αλλάξει και ο πελάτης σε πολλές περιπτώσεις δεν επισκέπτεται πλέον την τράπεζα του, γιατί μπορεί να διεκπεραιώσει τη δουλειά τους από το τηλέφωνο ή γιατί ο τραπεζίτης είναι αυτός που επισκέπτεται τον πελάτη. Μερικές τράπεζες ακόμα και στην Ελλάδα (π.χ. American Express) έχουν ήδη θέσει σε εφαρμογή το θεσμό του «προσωπικού τραπεζίτη» (private banking) όπου οι υπάλληλοι αναλαμβάνουν να αναπτύξουν και να διατηρήσουν συνεργασία με συγκεκριμένους ιδιώτες πελάτες των οποίων τα κεφάλαια ανέρχονται από ένα ορισμένο ποσό και πάνω.

Παράλληλος είναι και ο θεσμός του «εταιρικού λογαριασμού» (corporate banking) όπου οι υπάλληλοι της τράπεζας αναλαμβάνουν την καθημερινή πλήρη τραπεζική εξυπηρέτηση εταιρειών - πελατών. χαράσσεται και τυπικά η στρατηγική που θα καθοδηγήσει την όλη εκστρατεία προβολής και επικοινωνίας.

Στη συνέχεια γίνεται μια προσπάθεια συνοπτικής διερεύνησης των χαρακτηριστικών των συστατικών στοιχείων του μίγματος επικοινωνίας ξεχωριστά.

1.9. Προώθηση και προβολή υπηρεσιών

Το μίγμα μάρκετινγκ είναι το είδος εκείνο που μάρκετινγκ μέσου του οποίου προωθούνται τα παραγόμενα προϊόντα ή υπηρεσίες από τους παραγωγούς - τράπεζες προς τους πελάτες. Περιλαμβάνει το στυλ, την ποιότητα των υπηρεσιών, τις συγκεκριμένες εναλλακτικές τιμές κατά συσκευασία κ.α. Είναι το λεγόμενο PromoMix. προώθηση δηλαδή και συνίσταται στο σύνολο των προσπαθειών του Μάρκετινγκ να επικοινωνήσει σωστά με τον πελάτη. Το μίγμα Προβολής περιλαμβάνει τις Προσωπικές Πωλήσεις, την Επίδειξη (Προώθηση Πωλήσεων), τη Διαφήμιση και τις Δημόσιες Σχέσεις.

Η Προσωπική Πώληση αναφέρεται στην προσπάθεια όπου καταβάλλουν τα στελέχη της τράπεζας να πουλήσουν στον πελάτη μέσα από μια πρόσωπο με πρόσωπο διαδικασία, στο γκισέ, στο γραφείο του στελέχους, στο γραφείο του πελάτη, στην επιχείρηση, στο εργοστάσιο κ.ο.κ. Στην προσωπική πώληση το στέλεχος ασχολείται άμεσα και σε προσωπική βάση με τους πελάτες. Χτίζει σχέσεις μαζί τους.

Η Επίδειξη βοηθάει σημαντικά στη δημιουργία καλής πίστης, άλλοτε εξωτερικά (βιτρίνα) και άλλοτε εσωτερικά (χώρος λειτουργίας Καταστήματος, χώρος αναμονής πελατών κ.τ.λ.). Αντιλαμβάνεται κανείς εύκολα ότι η επίδειξη έρχεται σαν συνέχεια της διαφήμισης. Η διαφήμιση καλεί τον πελάτη να μπει στο Κατάστημα και η επίδειξη τον υποδέχεται.

Η Διαφήμιση είναι το μέσο προώθησης όπου σε κάθε επιχείρηση, και ειδικότερα σε μία τράπεζα, αντιμετωπίζεται με επιφύλαξη από τους διοικούντες ως μια δαπάνη (ένα κόστος) αμφισβητούμενης χρησιμότητας. Μόλις κατά την τελευταία δεκαετία έγινε αποδεκτή η σπουδαιότητα του μέσου για την προώθηση των τραπεζικών υπηρεσιών και επενδύθηκαν αξιόλογα ποσά, κυρίως από τις ιδιωτικές και τις ξένες τράπεζες. Σήμερα, η διαφήμιση θεωρείται το πιο δυνατό επικοινωνιακό εργαλείο που έχει στη διάθεσή του ένα πιστωτικό ίδρυμα. Η διαφήμιση, όπως και κάθε άλλο μέσο προώθησης, με βάση τη φιλοσοφία του Μάρκετινγκ, δε θεωρείται «δαπάνη» αλλά «επένδυση».

Πρόκειται για μία επένδυση, που ίσως να μην έχει πάντα άμεσα ή εύκολα ορατά αποτελέσματα, αλλά οπωσδήποτε αποδίδει μακροχρόνια, εφόσον βέβαια είναι καλά σχεδιασμένη, έχει

σωστούς στόχους και πραγματοποιείται την κατάλληλη χρονική στιγμή και με το κατάλληλο μέσο μαζικής επικοινωνίας. Η διαφήμιση, για να έχει σωστά αποτελέσματα, θα πρέπει να:

- ενημερώνει σωστά για την Τράπεζά μας (κύρος, Image making)
- καθιερώνει την Τράπεζά μας στα μάτια του πελάτη (εμπιστοσύνη)
- μεταδίδει μηνύματα σχετικά με τις υπηρεσίες της (τι, πόσο, πού και πώς)
- ενισχύει τη σχέση της Τράπεζας με τους παλαιούς πελάτες
- προσελκύει νέους πελάτες
- αυξάνει τον όγκο των εργασιών της Τράπεζας.

Η διαφήμιση, περιλαμβάνει κάθε μορφή πληρωμένης, όχι προσωπικής, παρουσίασης (πληροφόρησης) και προώθησης ιδεών, προϊόντων ή υπηρεσιών από ένα συγκεκριμένο χρηματοδότη. Η αποτελεσματικότητα της διαφήμισης είναι συνάρτηση πολλών μεταβλητών, είτε ενδογενών (μεταβλητές που καθορίζονται ή επηρεάζονται από την επιχείρηση) είτε εξωγενών (μεταβλητές που δεν ελέγχονται από την επιχείρηση).

Μερικές απαραίτητες προϋποθέσεις που καθιστούν τη διαφήμιση αποδοτική:

- Να έχει σαφείς (ποσοτικούς) στόχους, προσδιοριζόμενους με βάση τους γενικούς στόχους της επιχείρησης και τους αντίστοιχους στόχους του Μάρκετινγκ.
- Το προϊόν να είναι «καλό» (αυτό που θέλει ο πελάτης).
- Το μέγεθος της αγοράς να δικαιολογεί το κόστος.
- Η επιχείρηση να είναι σε θέση ν' αντεπεξέλθει στην αναμενόμενη αύξηση των πωλήσεων.
- Η επιχείρηση να είναι σε θέση να πραγματοποιήσει τις υποσχέσεις της διαφήμισης.
- Το διαφημιζόμενο προϊόν να έχει ένα τουλάχιστον μοναδικό χαρακτηριστικό προβολής (U.S.P.)
- Η τιμή του προϊόντος να είναι «σωστή» (αυτή που ο καταναλωτής είναι διατεθειμένος να πληρώσει).

Η αποτελεσματικότητα της διαφήμισης κρίνεται με βάση την επιτυχία των στόχων της, που δεν είναι πάντοτε η αύξηση των πωλήσεων. Είναι φανερό ότι, στο στάδιο εισαγωγής ενός νέου προϊόντος στην αγορά, ο στόχος δεν είναι η μεγιστοποίηση των πωλήσεων, αλλά η ενημέρωση των καταναλωτών για το νέο αυτό προϊόν. Οι στόχοι της διαφήμισης βρίσκονται γενικά σε αρμονία με τον κύκλο ζωής ενός προϊόντος. Μερικοί συγκεκριμένοι στόχοι μπορεί να είναι:

- Η γνωστοποίηση της ύπαρξης του προϊόντος ή η πληροφόρηση για κάποιο ιδιαίτερο χαρακτηριστικό του, (π.χ. δάνειο μ' ένα τηλεφώνημα από το σπίτι σας).
- Η πειθώ (π.χ. Γραμμή για Εθνοδάνειο).
- Η υπενθύμιση (Τράπεζα Αθηνών, Η πρωτεύουσα Τράπεζα).
- Το Κύρος

- Η ισχυροποίηση της απόφασης (Με τα μάτια κλειστά ομόλογα ΕΤΒΑ, Εθνοκάρτα και δε χρειάζεστε Καμιά άλλη).
- Η αύξηση της συχνότητας χρήσης (Μέρα - νύχτα μετρητά).
- Η αύξηση των χρήσεων του προϊόντος (Εθνocash «και για μετρητά και για αγορές»).

Οι ρόλοι της διαφήμισης τραπεζικών υπηρεσιών είναι:

- Η δημιουργία της συνείδησης των πελατών μιας συνολικής εικόνας για την τράπεζα (image). Η διαφήμιση πρέπει να φτιάξει δηλαδή μια εικόνα με τις αξίες που διέπουν τη Διοίκηση και το προσωπικό της τράπεζας, το περιβάλλον στο οποίο λειτουργεί, τις γενικότερες δραστηριότητες της, τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των υπηρεσιών που προσφέρει και που την κάνουν διαφορετική από τις άλλες τράπεζες.
- Η διαμόρφωση της κατάλληλης προσωπικότητας της τράπεζας κατά τέτοιο τρόπο ώστε να αλλάξει η γνώμη των πελατών γι' αυτήν προς το καλύτερο.
- Αυτό χρειάζεται μακροχρόνιες προσπάθειες ώστε να πλαστούν οι ιδέες και οι προσδοκίες των πελατών κατά τέτοιο τρόπο ώστε να αλλάξουν και τις προτιμήσεις τους.
- Η διαφήμιση πρέπει να συνεπικουρεί ώστε τόσο η εικόνα όσο και οι υπηρεσίες που προσφέρει η τράπεζα να ταυτίζονται με τις ανάγκες, αξίες και συμπεριφορά του πελάτη. Πρέπει δηλαδή να φροντίζει ώστε να υπάρχει ταυτότητα απόψεων της τράπεζας με αυτές του πελάτη.
- Η διαφήμιση επηρεάζει τον τρόπο με τον οποίο το προσωπικό της τράπεζας θα πρέπει να συμπεριφέρεται στους πελάτες. Οι διαφημίσεις των (τραπεζικών) υπηρεσιών έχουν δύο ακροατήρια : το προσωπικό και τους πελάτες. Γι' αυτό θα πρέπει όχι μόνο να αντιπροσωπεύουν και να απεικονίζουν τις απόψεις του προσωπικού αλλά και να έχουν γίνει πλήρως κατανοητές από αυτό ώστε να μπορούν πράγματι να υποβοηθήσουν την τελική πώληση, η οποία εξαρτάται από το προσωπικό.

Υπάρχουν αρκετοί κανόνες οι οποίοι αφορούν την καλή διαφήμιση καταναλωτικών προϊόντων. Οι κανόνες αυτοί γίνονται ακόμα πιο απαραίτητοι και σημαντικοί όταν πρόκειται να σχεδιάσουν μια διαφήμιση που αφορά τραπεζικές υπηρεσίες. Αναφέρουμε σύντομα μερικούς από αυτούς τους κανόνες:

- Η διαφήμιση πρέπει να χρησιμοποιεί ευκρινή και σαφή μηνύματα ακόμα και όταν πρόκειται να περιγράψει δύσκολες και σύνθετες υπηρεσίες όπως οι τραπεζικές.
- Η διαφήμιση πρέπει να τονίζει τα οφέλη που προκύπτουν για τον πελάτη αν θέλει όχι μόνο να του τραβήξει την προσοχή αλλά και να επηρεάσει δραστικά τις αποφάσεις του για αγορά. Για να επιτευχθεί κάτι τέτοιο πρέπει να έχει προηγηθεί μελέτη σχετικά με τα οφέλη που αναζητά ο πελάτης ώστε να συμπέσουν με αυτά που του υπόσχεται η διαφήμιση.

- Η διαφήμιση πρέπει να υπόσχεται μόνο ότι είναι σε θέση να προσφέρει η τράπεζα. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό στην πώληση τραπεζικών υπηρεσιών όπου ο ανθρώπινος παράγοντας παίζει τεράστιο ρόλο μειώνοντας τα περιθώρια τυποποίησης της προσφοράς των υπηρεσιών. Αυτός ο κανόνας πρέπει να λαμβάνεται υπόψη σοβαρά από τους διαφημιστές οι οποίοι δεν πρέπει ποτέ να δημιουργούν ψευδαισθήσεις στο κοινό με παράλληλες τρομερές πιέσεις στο προσωπικό για να ανταποκριθεί στην ψευδή εικόνα της διαφήμισης.
- Η διαφήμιση αν χρησιμοποιηθεί σωστά μπορεί να αποδειχτεί κινητήριο μοχλός για τους υπαλλήλους και να αυξήσει την παραγωγικότητά τους.
- Η διαφήμιση πρέπει να φροντίζει ώστε η τράπεζα να αποκτήσει και να διατηρήσει την ειλικρινή διάθεση του πελάτη για συνεργασία. Πρέπει δηλαδή ο πελάτης να επισκέπτεται την τράπεζα έχοντας καλή προδιάθεση απέναντι της και απέναντι στις υπηρεσίες που του προσφέρει.
- Η διαφήμιση πρέπει να ενισχύει τη διάδοση των καλών ειδήσεων και της καλής φήμης της τράπεζας και δια του στόματος επωνύμων ή ανωνύμων πελατών. Κάτι τέτοιο μπορεί να γίνει με την ενθάρρυνση των δυνάμει πελατών να μιλήσουν με τους παλαιούς πελάτες, με το να πείσουμε τους ευχαριστημένους πελάτες να πουν τις απόψεις τους για την τράπεζα και σε άλλους, με τη δημιουργία του κατάλληλου διαφημιστικού υλικού το οποίο οι ίδιοι οι πελάτες θα μπορούν να δώσουν σε μη - πελάτες (αιτήσεις εγγραφής μελών πιστωτικής κάρτας, όροι παροχής στεγαστικών δανείων σε συγκεκριμένες κατηγορίες πελατών, όπως πχ. Υπάλληλοι ΔΕΗ, ΟΤΕ, κλπ.).
- Η διαφήμιση μιας υπηρεσίας μιλάει συνήθως για ένα άυλο και αρκετά αφηρημένο αντικείμενο. Μια διαφήμιση που μπορεί να κάνει μια υπηρεσία να φαίνεται περισσότερο χειροπιαστή έχει συνήθως μεγαλύτερη επίδραση στον καταναλωτή από εκείνη που αναφέρεται μόνο σε αφηρημένες έννοιες.
- Επειδή οι υπηρεσίες είναι άυλες και δε διαφοροποιούνται εύκολα μεταξύ τους, πολλές εταιρείες (Visa, Lloyds Bank) χρησιμοποιούν κάποια σύμβολα με τα οποία οι καταναλωτές μπορούν εύκολα να αναγνωρίσουν την εταιρεία που αντιπροσωπεύουν. Μπορούν επίσης να χρησιμοποιηθούν κάποια πολύ σύντομα ολόγκαν τα οποία θα στηρίζονται σε κάποιο βασικό γνώρισμα των υπηρεσιών που προσφέρουν πχ. Φιλικότητα, εξυπηρέτηση, ασφάλεια, κύρος, ποιότητα, παροχή έγκυρων συμβουλών, κλπ.
- Οι καταναλωτές διακατέχονται συνήθως από ένα αίσθημα αμφιβολίας ως προς την ορθότητα των αγορών τους. Αυτό δεν συμβαίνει μόνο όταν αγοράζουν υπηρεσίες αλλά και όταν αγοράζουν αγαθά. Η διαφορά είναι ότι τα αγαθά επειδή τα βλέπουν, τα πιάνουν κ.λ.π. μπορούν και να τα εκτιμήσουν μετά την πραγματοποίηση της αγοράς και να πειστούν μό-

νοι τους για την ορθότητα ή όχι της αγοράς που πραγματοποίησαν. Όσον αφορά όμως τις υπηρεσίες, το ρόλο αυτό πρέπει να τον αναλάβει εν μέρει η διαφήμιση, η οποία πρέπει να καθυστερήσει τον αγοραστή για τη σωστή του επιλογή ή /και ακόμα να ενθαρρύνει τους πελάτες να ενημερώσουν τους γύρω τους σχετικά με τα οφέλη που απέκτησαν αγοράζοντας τη συγκεκριμένη υπηρεσία. Η προσωπική πώληση όμως είναι το συστατικό του μίγματος επικοινωνίας που παίζει τον πρωταγωνιστικό ρόλο στο σημείο αυτό.

Τα τέσσερα πλέον συνήθη μέσα διαφήμισης είναι αυτά της μαζικής επικοινωνίας: Τηλεόραση, Ραδιόφωνο, Περιοδικά και Εφημερίδες. Συνεχώς όμως αυξάνεται και η χρήση άλλων διαφημιστικών μέσων, όπως είναι οι γιγαντοαφίσες, οι περιστρεφόμενες ή κινητές επινοήσεις, οι αφίσες σε μέσα μαζικής μεταφοράς, τα αυτοκόλλητα σε πάρκινγκ, η πίσω πλευρά τηλεκαρτών και εισιτηρίων, Ιντερνετ κ.ά.

Η επιλογή του κατάλληλου διαφημιστικού μέσου δεν είναι εύκολη υπόθεση και φυσικά δεν εξαρτάται μόνο από το κόστος (η τηλεόραση είναι το ακριβότερο μέσο) αλλά και από πλήθος άλλων παραγόντων. Είναι μάλλον εύκολο να υποθέσει κανείς ότι η διαφήμιση των νέων επιτοκίων για τη βιομηχανία θα «φθάσει καλύτερα» και με λιγότερο κόστος στους ενδιαφερομένους, εάν παρουσιαστεί σε μία οικονομική εφημερίδα ή περιοδικό, παρά στην τηλεόραση. Μία άλλη, ραγδαία αναπτυσσόμενη στον τραπεζικό χώρο, μορφή διαφήμισης είναι η απευθείας προσέγγιση του υποψήφιου πελάτη με επιστολή και έντυπο διαφημιστικό υλικό (direct marketing/advertising).

Προβολή των υπηρεσιών μιας τράπεζας μπορεί να πραγματοποιηθεί είτε στα σημεία των πωλήσεων, δηλαδή μέσα στα καταστήματα της τράπεζας, είτε έξω από αυτά.

Ενώ η διαφήμιση αποσκοπεί κυρίως στο να φέρει τον πελάτη μέσα στην τράπεζα, η προβολή στοχεύει στο να τον παροτρύνει σε συνεργασία. Μέσα στο ίδιο το τραπεζικό κατάστημα, η τοποθέτηση πινακίδων, τα διαφημιστικά έντυπα πάνω στο γκισέ και το σωστά εκπαιδευμένο προσωπικό αποτελούν στοιχεία προβολής.

Άλλα μέσα προβολής μιας τράπεζας ή μιας υπηρεσίας της μπορεί να είναι ένα διαφημιστικό μπλουζάκι με το σήμα της, ένα δώρο, ένα βραβείο, διαγωνισμοί, λαχνοί, συμμετοχή σε εκθέσεις κ.ά.

Για τις Δημόσιες Σχέσεις τα πράγματα διαφοροποιούνται, μολονότι πολλοί είναι εκείνοι που τις συγχέουν με τη διαφήμιση. Δημόσιες Σχέσεις είναι η σκόπιμη, σχεδιασμένη και συνεχής προσπάθεια για τη δημιουργία και διατήρηση αμοιβαίας κατανόησης μεταξύ της επιχείρησης και του «κοινού» της. Το «κοινό» ενός πιστωτικού οργανισμού δεν είναι μόνο οι πελάτες του. Είναι όλοι όσοι έχουν κάποιο ενδιαφέρον για την ύπαρξη, τη λειτουργία και το μέλλον της επιχείρησης. Έτσι, μπορεί κανείς να εντάξει στο «κοινό» μιας τράπεζας: το προσωπικό, τους μετόχους, τους πελάτες, τους προμηθευτές, το χρηματοπιστωτικό σύστημα γενικά, την κυβέρνηση,

τον κοινωνικό περίγυρο, τον τύπο και τα μεμονωμένα άτομα που έχουν τη δυνατότητα να επηρεάζουν και όλους όσοι ενδιαφέρονται για τη «ζωή» μιας επιχείρησης και ειδικότερα ενός πιστωτικού οργανισμού. Όλοι αυτοί αποτελούν αντικείμενο προσέγγισης, σε ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα Δημοσίων Σχέσεων, με τελική επιδίωξη την αναβάθμιση του κύρους και της εικόνας ενός οργανισμού. Μερικές από τις αναρίθμητες δραστηριότητες των Δημοσίων Σχέσεων ενός πιστωτικού οργανισμού συνίστανται σε: ομιλίες, εκθέσεις, δεξιώσεις, συνέδρια, δελτία τύπου, συνεντεύξεις, ανάπτυξη καλών σχέσεων με το προσωπικό, ανάπτυξη καλών σχέσεων με τους κατοίκους της περιοχής, δημιουργία εκπαιδευτικών διαφημίσεων κ.ά. Στα στελέχη, τέλος, ενός τραπεζικού καταστήματος παρουσιάζονται ανεξάντλητες ευκαιρίες για πραγματοποίηση Δημοσίων Σχέσεων μέσα από συνέδρια, επαγγελματικές συνεστιάσεις, δεξιώσεις, ομιλίες, προσωπικές επαφές, εκθέσεις, αντιμετώπιση παραπόνων κ.τ.λ.

Κ Ε Φ Α Λ Α Ι Ο 2^ο

ΠΛΑΣΤΙΚΟ ΧΡΗΜΑ (ΚΑΡΤΕΣ) ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΧΡΗΣΗ ΑΥΤΟΥ

2.1. Εισαγωγή

Οι κάρτες ή αλλιώς το πλαστικό χρήμα όπως έχουμε συνηθίσει να αποκαλούμε τις κάρτες, είναι το προϊόν εκείνο που ανταποκρίνεται όσο κανένα άλλο στο σύγχρονο τρόπο συναλλαγών. Οι τράπεζες διαθέτουν μια σειρά από τραπεζικές, πιστωτικές και χρεωστικές κάρτες ευκολίας που δίνουν άνεση στις αγορές τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό 24ώρες το 24/ωρο όλες τις ημέρες του έτους.

Πρόκειται λοιπόν για ένα εύχρηστο προϊόν που δίνει στον καθένα την δυνατότητα να κυκλοφορεί πάντα με χρήματα και να έχει, κατά κάποιο τρόπο, όλο το λογαριασμό μαζί του (είτε πρόκειται για τρεχούμενο, μισθοδοσίας ή άλλου είδους λογαριασμό).

Οι κάρτες δεν είναι μόνο εύχρηστες γι' αυτό το λόγο, αλλά επιπλέον για το γεγονός ότι παρέχουν ασφάλεια γιατί ακόμα και αν κλαπούν ή χαθούν, με ένα απλό τηλεφώνημα ειδοποιείται η υπηρεσία εξυπηρέτησης καρτών ή οποιαδήποτε υποκατάστημα της τράπεζας και αυτόματως μπλοκάρεται ο λογαριασμός του δικαιούχου. Έτσι μπορεί να αποφευχθεί ο κίνδυνος απώλειας χρημάτων και κάθε άλλη ζημιά για τον δικαιούχο.

Οι κάρτες παρέχουν μια σειρά από ευκολίες και δικαιολογημένα θεωρούνται από τα πιο διακεκριμένα τραπεζικά προϊόντα. Έχοντας έναν οποιοδήποτε λογαριασμό σε μια τράπεζα μπορεί κανείς να αποκτήσει μια κάρτα που να ανταποκρίνεται και να καλύπτει τις ανάγκες του.

2.2. Ιστορική ανασκόπηση

Η ιστορία των καρτών ξεκίνησε στην Αμερική στις αρχές του αιώνα, από ορισμένα πολυκαταστήματα και εταιρείες πετρελαιοειδών. Στη δεκαετία του '50 εμφανίστηκαν οι κάρτες διευκόλυνσης Diners Club, American Express κ.τ.λ.. Η πρώτη πιστωτική κάρτα στον κόσμο εκδόθηκε το 1951 από τη Franklin National Bank και μάλιστα εμπνευστής της ήταν ο Αμερικανός επιχειρηματίας Franc McNamara, ο οποίος μαζί με το φίλο του Ralph Schneider εξέδωσαν την DINER'S CLUB, η οποία προοριζόταν για τη χρησιμοποίηση της μόνο στα εστιατόρια.

Οι πιστωτικές κάρτες, όμως, δεν αναπτύχθηκαν και διαδόθηκαν ευρέως πριν από τα τέλη της δεκαετίας του '60. Στην Ευρώπη, οι κάρτες εισήχθησαν μετά την Αμερική. Η Diners Club εμφανίστηκε στην Αγγλία για πρώτη φορά το 1953, ενώ η κάρτα American Express εισήχθη στη Δ. Ευρώπη το 1963. Η πρώτη ευρωπαϊκή πιστωτική κάρτα εκδόθηκε από την Barclay's Bank η οποία, σε συμφωνία με την Bank America Card, εισήγαγε στην αγορά, το 1966, την Barclaycard. Στις κάρτες διευκόλυνσης κυριαρχούν οι Diners και America Express. Η American Express ξεκίνησε στις ΗΠΑ το 1958. Το 1985, ο τζίρος της American Express ανήλθε διεθνώς στα 55 δισ. δολάρια με 22,2 εκ. κατόχους καρτών και 1,2 εκ. συμβεβλημένες εμπορικές επιχειρήσεις.

Στην Ελλάδα, η πρώτη Πιστωτική Κάρτα που κυκλοφόρησε (το 1959) ήταν η Πιστωτική Κάρτα της DINER'S CLUB. Ακολούθησε (το 1963) η Πιστωτική Κάρτα AMEXCO και το 1971 η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος (ΕΤΕ) εκδίδει την πρώτη Ελληνική Πιστωτική Κάρτα με την ονομασία «ΕΘΝΟΚΑΡΤΑ». Την ενέργεια της ΕΤΕ μιμούνται και άλλες τράπεζες (Εμπορική Τράπεζα με την ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ, Ιονική Τράπεζα με την ΙΟΝΟΚΑΡΤΑ, Τράπεζα Πίστεως με την CASH CARD). Στη συνέχεια, οι ελληνικές τράπεζες κάνουν συμβάσεις με Διεθνείς Πιστωτικούς Οργανισμούς Καρτών (MASTERCARD, JCB, EUROCARD, VISA) γεγονός που δίνει τεράστια ώθηση στο θεσμό της Πιστωτικής Κάρτας στη χώρα μας, αφού καλύπτει και τις ανάγκες επιχειρηματικών και καταναλωτών που ταξιδεύουν από και προς το εξωτερικό.

2.3. Βασικά χαρακτηριστικά

Μορφή του λεγόμενου «πλαστικού χρήματος», σύγχρονου και διαδεδομένου τρόπου συναλλαγών, που παρέχει τη δυνατότητα αγοράς αγαθών ή υπηρεσιών χωρίς άμεση εκταμίευση μετρητών για πληρωμή της αξίας τους. Οι πιστωτικές κάρτες εκδίδονται κυρίως από πιστωτικά ιδρύματα (π.χ. τράπεζες) και μεταξύ άλλων η χρήση τους παρέχει και τα ακόλουθα πλεονεκτήματα: α) ευκολία στις συναλλαγές σε όσες περιπτώσεις ο κάτοχος της κάρτας δεν έχει ή δεν θέλει να έχει μαζί του μετρητά, β) ασφάλεια στις συναλλαγές, γιατί ο κάτοχος της κάρτας δεν χρειάζεται να έχει μαζί του μετρητά διακινδυνεύοντας έτσι να τα χάσει, γ) εξασφάλιση περιόδου χάριτος αρκετών ημερών (π.χ. 25 ή 40 ημέρες) χωρίς τόκο από την ημερομηνία έκδοσης του λογαριασμού έως την ημερομηνία πληρωμής, δ) (λειτουργώντας ως κάρτες ηλεκτρονικών συναλλαγών) παροχή της δυνατότητας στους κατόχους τους να διενεργούν τραπεζικές πράξεις μέσω των Αυτόματων Ταμειολογιστικών Μηχανών (ATM), όπως αναλήψεις, καταθέσεις, μεταφορά ποσών από λογαριασμό σε λογαριασμό κ.ά.

Τα τελευταία χρόνια η ευρεία διάδοση των πιστωτικών καρτών και ο τραπεζικός ανταγωνισμός έχουν οδηγήσει σε μια συνεχή επέκταση των παρεχόμενων υπηρεσιών, διευρύνοντας έτσι την κλασική λειτουργία της κάρτας ως μέσου πληρωμών. Έτσι, προστέθηκαν ασφαλιστικές

καλύψεις (ταξιδιωτική ασφάλιση, ιατρική και νομική βοήθεια), καταρτίστηκαν ειδικά προγράμματα συνεργασίας τραπεζών με επιχειρήσεις, ώστε να παρέχονται εκπώσεις για την αγορά αγαθών ή υπηρεσιών, και τελευταία άρχισαν να εφαρμόζονται προγράμματα σύνδεσης πιστωτικών καρτών με οργανισμούς, σωματεία, λέσχες, φιλανθρωπικές ή οικολογικές οργανώσεις κ.ά. Η προσπάθεια αυτή εμπλουτισμού των πιστωτικών καρτών με στοιχεία που δεν σχετίζονται άμεσα με την κύρια λειτουργία τους αποσκοπεί κυρίως στη διεύρυνση της πελατείας του τραπεζικού φορέα, στην εξυπηρέτηση και ικανοποίηση του πελάτη και στην προβολή του συνεργαζόμενου φορέα (π.χ. ποδοσφαιρικό ή φιλανθρωπικό σωματείο).

Τι είναι όμως οι πιστωτικές κάρτες;

Είναι σύγχρονος και διαδεδομένος τρόπος συναλλαγών, μορφή του λεγόμενου «πλαστικού χρήματος». Εκδίδονται από πιστωτικούς οργανισμούς με ευρύτατη αποδοχή και αναγνώριση και εξασφαλίζουν στους κατόχους τους τη δυνατότητα αγοράς αγαθών ή υπηρεσιών χωρίς να απαιτείται άμεση καταβολή της αξίας τους. Η πιστωτική κάρτα έχει τη μορφή μιας πλαστικής κάρτας η οποία φέρει στη μια πλευρά της με ανάγλυφα στοιχεία τον αριθμό μητρώου και το ονοματεπώνυμο του κατόχου της, τη λήξη ισχύος της, καθώς και το πιστωτικό κατάστημα το οποίο τη χορήγησε. Στην άλλη πλευρά συνήθως υπάρχει η μαγνητική ταινία, θέση για την υπογραφή του κατόχου της και ο λογότυπος του οργανισμού που την εξέδωσε.

Η πιστωτική κάρτα παρέχει στον κάτοχό της τη δυνατότητα να πραγματοποιεί αγορές αγαθών και υπηρεσιών χωρίς άμεση καταβολή της αξίας τους, εντός βέβαια των πιστωτικών ορίων της, από επιχειρήσεις που είναι συμβεβλημένες με τον τραπεζικό οργανισμό που την εξέδωσε. Η δυνατότητα αυτή για ορισμένες κάρτες επεκτείνεται και στο εξωτερικό, ενώ άλλες μπορούν να χρησιμοποιηθούν για απεριόριστο όριο αγορών, με μόνη προϋπόθεση τη μηνιαία εξόφληση του λογαριασμού. Επίσης, με την πιστωτική κάρτα παρέχεται η δυνατότητα ανάληψης μετρητών 24 ώρες το 24ωρο, ανάλογα βέβαια με το ύψος του πιστωτικού ορίου. Το μηνιαίο όριο ανάληψης μετρητών κλιμακώνεται ανάλογα με το πιστωτικό όριο που έχει ο κάτοχος της κάρτας, π.χ. για πιστωτικό όριο 1.500 ευρώ το μηνιαίο όριο ανάληψης μετρητών ανέρχεται σε 600 ευρώ. Ακόμη, η πιστωτική κάρτα ως κάρτα ηλεκτρονικών συναλλαγών παρέχει στον κάτοχό της τη δυνατότητα να διενεργεί τραπεζικές πράξεις μέσω των Αυτόματων Ταμειολογιστικών Μηχανών (ΑΤΜ) επί συνδεδεμένων τραπεζικών λογαριασμών, προσωπικών του ή κοινών, τους οποίους δήλωσε στην αίτησή του ότι επιθυμεί να κινεί. Δηλαδή μέσω των μηχανών αυτόματης εξυπηρέτησης, τις οποίες διαθέτουν σε ευρύ συνήθως δίκτυο οι τράπεζες, ο κάτοχος της πιστωτικής κάρτας μπορεί να πραγματοποιεί αναλήψεις, καταθέσεις, μεταφορά ποσών από λογαριασμό σε λογαριασμό, εξόφληση της δόσης ή ακόμη να έχει ενημέρωση για το υπόλοιπο των λογαριασμών του ή της πιστωτικής του κάρτας. Πέρα από αυτές τις κύριες δυνατότητες, παρέχεται και

σειρά υπηρεσιών όπως είναι τα πλήρη πακέτα ασφαλιστικών καλύψεων (π.χ. ταξιδιωτική ασφάλιση, ασφάλιση τροχαίου δυστυχήματος κ.ά.), η δυνατότητα λήψης επιπρόσθετου συναλλάγματος για ταξίδια στο εξωτερικό, ευνοϊκά τουριστικά πακέτα με εκπτώσεις στις τιμές των ξενοδοχείων, σε ενυκιάσεις αυτοκινήτων κ.ά. Επιπλέον, σε πολλές περιπτώσεις οι κάτοχοι πιστωτικών καρτών ενημερώνονται, μέσω ειδικών περιοδικών που τους αποστέλλονται, για προσφορές καταστημάτων κατά τις οποίες η εξόφληση των άμεσων αγορών που πραγματοποιούνται γίνεται ύστερα από την παρέλευση αρκετών μηνών (προγράμματα μεταχρονολογημένων χρεώσεων) ή με πολλές άτοκες μηνιαίες δόσεις (προγράμματα άτοκων δόσεων).

Ποια είναι όμως η διαδικασία έκδοσης πιστωτικής κάρτας;

Ο ενδιαφερόμενος υποβάλλει σχετική αίτηση και μετά την έγκριση ανοίγει ένα λογαριασμό στην εκδούσα τράπεζα για την αυτόματη εξόφληση του λογαριασμού της κάρτας. Η αίτηση συνοδεύεται από φωτοτυπία της αστυνομικής ταυτότητας, καθώς και φωτοτυπία του τελευταίου εκκαθαριστικού της εφορίας ή της τρέχουσας μισθοδοσίας. Προκειμένου να εγκρίνει την αίτηση η τράπεζα συνεκτιμά ένα σύνολο από κριτήρια, όπως το ύψος και η πηγή του εισοδήματος, η σταθερή επαγγελματική κατάσταση, η τυχόν προηγούμενη πελατειακή σχέση με την τράπεζα. Η κάθε πιστωτική κάρτα έχει ορισμένα όρια πίστωσης, υπάρχουν όμως και ορισμένες, οι οποίες χαρακτηρίζονται συνήθως ως "χρυσές", που έχουν ιδιαίτερα υψηλά πιστωτικά όρια και συνοδεύονται από ακόμη μεγαλύτερες παροχές, πιο ισχυρά ασφαλιστικά πακέτα και πολλά ιδιαίτερα προνόμια.

Τα κύρια πλεονεκτήματα που παρουσιάζει η πιστωτική κάρτα σε σχέση με τις συναλλαγές με μετρητά είναι:

α) ευκολία στις συναλλαγές σε περίπτωση που ο κάτοχός της δεν έχει ή δεν θέλει να έχει μαζί του μετρητά

β) ασφάλεια στις συναλλαγές, γιατί ο κάτοχος της κάρτας δεν απαιτείται να έχει μαζί του μετρητά διακινδυνεύοντας να τα χάσει

γ) εξασφάλιση περιόδου χάριτος αρκετών ημερών (π.χ. 25 ή 40 ημέρες) χωρίς τόκο, από την ημερομηνία έκδοσης του λογαριασμού έως την ημερομηνία πληρωμής

Όσον αφορά τις κατηγορίες πιστωτικών καρτών που υπάρχουν, σε γενικές γραμμές οι πιστωτικές κάρτες μπορούν να χωριστούν σε τρεις κατηγορίες: στην πρώτη ανήκουν όσες μπορούν να χρησιμοποιηθούν μόνο στο εσωτερικό της χώρας, στη δεύτερη οι κάρτες που η ισχύ τους επεκτείνεται και στο εξωτερικό, ενώ στην τρίτη κατηγορία ανήκουν οι κάρτες που χαρακτηρίζονται ως "χρυσές", "prestige" κ.ά. και οι οποίες παρέχουν υψηλά πιστωτικά όρια και συνοδεύονται συνήθως από προνόμια και παροχές όπως ισχυρά ασφαλιστικά πακέτα, νομική προστασία κ.ά.

Ο προσωπικός αριθμός αναγνώρισης ή P.I.N. (Personal Identification Number) είναι ο απόρρητος κωδικός αριθμός που ισοδυναμεί με την υπογραφή του κατόχου της κάρτας και ο οποίος είναι απαραίτητος σε συνδυασμό με την κάρτα για την πραγματοποίηση συναλλαγών. Ο αριθμός αυτός είναι και πρέπει να παραμένει αυστηρά προσωπικός. Ο κάτοχος της κάρτας πρέπει να τον φυλάσσει με πολύ μεγάλη προσοχή (το καλύτερο είναι να τον απομνημονεύσει), να μην τον αναγράφει στην κάρτα του ή σε οποιοδήποτε άλλο έγγραφο και να καταστρέφει τα έντυπα στα οποία αυτός αναγράφεται.

Τι κοστίζει όμως μια πιστωτική κάρτα;

Οι εκδότες πιστωτικών καρτών χρεώνουν τους κατόχους των καρτών για τις υπηρεσίες που τους παρέχουν με μια ετήσια συνδρομή, που κυμαίνεται ανάλογα με το είδος της κάρτας και τον εκδότη. Εκτός από τη δαπάνη αυτή υπάρχει και το ετήσιο συμβατικό επιτόκιο, με το οποίο δανειοδοτείται ο κάτοχος της κάρτας, καθώς και ο Ειδικός Φόρος Τραπεζικών Εργασιών (ΕΦΤΕ), που επιβαρύνει τους τόκους. Εκτός από τις επιβαρύνσεις αυτές, ο κάτοχος βαρύνεται συνήθως και με τα έξοδα αποστολής του μηνιαίου λογαριασμού ή και με άλλα διαχειριστικά έξοδα. Για να είναι σε θέση ο καταναλωτής να συγκρίνει τη συνολική Ετήσια Πραγματική Επιβάρυνση (ΕΠΕ) από κάρτα σε κάρτα, το Υπουργείο Εμπορίου έχει υποχρεώσει τους οργανισμούς έκδοσης πιστωτικών καρτών να αναγράφουν στη σύμβαση που υπογράφει ο πελάτης, εκτός από τους όρους χορήγησης της κάρτας, και την ετήσια πραγματική επιβάρυνση βάσει ενός υποθετικού παραδείγματος.

Τι γίνεται όμως σε περίπτωση απώλειας ή κλοπής της πιστωτικής κάρτας και τι πρέπει να κάνει ο κάτοχός της;

Πρέπει να ειδοποιήσει αμέσως την εκδούσα τράπεζα ή οργανισμό και να υποβάλει σχετική έγγραφη δήλωση, η οποία συνοδεύεται συνήθως από υπεύθυνη δήλωση του Ν. 1599. Η γνωστοποίηση της απώλειας της κάρτας πρέπει να γίνει το ταχύτερο δυνατό, διότι μέχρι την ημέρα που θα λάβει γνώση η τράπεζα ο κάτοχος εξακολουθεί να είναι υπεύθυνος για τις αποδείξεις πώλησης και τις άλλες τυχόν συναλλαγές που διενεργούνται μέσω της κάρτας του.

Όσον αφορά τη φορολογία εισοδήματος και τι ισχύει σχετικά με τις πιστωτικές κάρτες, τα τελευταία χρόνια έχει καθιερωθεί ως πρόσθετο φορολογικό τεκμήριο η χρήση πιστωτικών καρτών. Το τεκμήριο αυτό συγκρίνεται με τα τεκμήρια δαπανών διαβίωσης και απόκτησης περιουσιακών στοιχείων και αν τα υπερβαίνει, φορολογείται αυτό. Οι οργανισμοί έκδοσης πιστωτικών καρτών χορηγούν στους πελάτες τους στο τέλος κάθε χρόνου βεβαίωση στην οποία αναγράφεται το συνολικό ποσό που κατέβαλε ο πελάτης τους. Οι βεβαιώσεις αυτές αθροίζονται και αν το σύνολό τους είναι μεγαλύτερο τόσο από το δηλούμενο στην Εφορία εισόδημα όσο και από το ποσό που προκύπτει από τα τεκμήρια δαπανών διαβίωσης και απόκτησης περιουσιακών

στοιχείων, τότε αυτό θεωρείται ότι είναι το φορολογητέο εισόδημα του οικονομικού έτους, εκτός και αν αποδειχτεί ανάλωση κεφαλαίου που αποκτήθηκε τα προηγούμενα έτη. Οι φορολογούμενοι, λοιπόν, θα πρέπει να προσέχουν ώστε οι αγορές που πραγματοποιούν με πιστωτικές κάρτες να μην είναι μεγαλύτερες από το εισόδημα που δηλώνεται στις φορολογικές αρχές.

Το πρώτο πράγμα που πρέπει να έχει υπόψη του ο καταναλωτής είναι ότι η πιστωτική κάρτα απαιτεί συνετή χρήση. Ένα από τα μεγάλα σύγχρονα κοινωνικά προβλήματα σε χώρες όπου υπάρχει μεγάλη διάδοση των πιστωτικών καρτών, όπως είναι οι ΗΠΑ, ο Καναδάς, η Γαλλία κ.ά., είναι η λεγόμενη «υπερχρέωση των νοικοκυριών». Υπάρχουν δηλαδή νοικοκυριά που χρωστούν μία ή και παραπάνω φορές το ετήσιο εισόδημά τους λόγω υπέρμετρων αγορών μέσω πιστωτικών καρτών. Σύμφωνα με υποδείξεις της Διεύθυνσης Καταναλωτών του Υπουργείου Εμπορίου, οι καταναλωτές που κάνουν χρήση πιστωτικών καρτών πρέπει να φροντίζουν:

- Να διαβάζουν προσεκτικά τους όρους χρήσης των πιστωτικών καρτών.
- Να έχουν τις κάρτες μαζί τους, αλλά όχι μέσα σε πορτοφόλι ή τσάντα που κινδυνεύουν να κλαπούν ή να ξεχαστούν.
- Να έχουν γραμμένους σε ασφαλές μέρος τους αριθμούς και τους προσωπικούς κωδικούς (PIN) των καρτών.
- Να αποφεύγουν να υπογράφουν κενά (άγραφα) δελτία χρέωσης.
- Πριν από την υπογραφή ενός δελτίου χρέωσης, να διαγράφουν τα τετραγωνίδια που βρίσκονται πάνω από το συνολικό ποσό.
- Να κρατούνται προσεκτικά οι μηνιαίοι λογαριασμοί των πιστωτικών καρτών.
- Να ειδοποιούν αμέσως την τράπεζα που εξέδωσε την κάρτα σε περίπτωση απώλειας ή κλοπής της, καθώς και σε περίπτωση αλλαγής της διεύθυνσης κατοικίας τους.
- Να μη δανείζουν την πιστωτική τους κάρτα.
- Να μη δίνουν τον αριθμό της κάρτας από το τηλέφωνο.

Τέλος όσον αφορά τις καινοτομίες που δρομολογούνται στον τομέα των πιστωτικών καρτών έχουμε να επισημάνουμε τα εξής:

Το λεγόμενο «πλαστικό χρήμα» εκτιμάται από τους ειδικούς ότι θα αποτελέσει τομέα ιδιαίτερης ανάπτυξης κατά τη μετάβαση στον 21ο αιώνα και αναμένεται ότι ένα σημαντικό μερίδιο του τραπεζικού μάρκετινγκ θα αφορά τη διάδοση και τη γενίκευση της χρήσης των πιστωτικών καρτών και γενικότερα μορφών του πλαστικού χρήματος. Ήδη όλο και περισσότερα μεγάλα καταστήματα στο εξωτερικό εκδίδουν πιστωτικές κάρτες, προσπαθώντας με τον τρόπο αυτόν να διατηρήσουν έναν σημαντικό αριθμό πελατών. Πρόσφατη καινοτομία είναι η έκδοση πιστωτικών καρτών που είναι συνδεδεμένες με αθλητικά σωματεία (π.χ. Παναθηναϊκός FC-Visa), πολιτιστικούς οργανισμούς (π.χ. Artion Visa σε συνεργασία με τον Οργανισμό Μεγάρου

Μουσικής Αθηνών) κ.ά. Στόχος της είναι η διεύρυνση της πελατείας του τραπεζικού φορέα, η προβολή του συνεργαζόμενου φορέα και η εξυπηρέτηση του πελάτη (π.χ. εκπώσεις, εξασφάλιση εισιτηρίων, θέσεων σε εκδηλώσεις του φορέα κ.ά.). Σημαντική αύξηση παρουσιάζουν τα τελευταία χρόνια και οι χρεωστικές τραπεζικές κάρτες, με τις οποίες μπορεί κανείς να πραγματοποιεί αγορές με απευθείας χρέωση του λογαριασμού του χωρίς κανένα όριο ή επιβάρυνση με τόκους. Τέλος, τα επόμενα χρόνια εκτιμάται ότι θα κυκλοφορήσουν και στην Ελλάδα οι λεγόμενες «έξυπνες κάρτες» (smart cards), που θα αποτελέσουν έναν σημαντικό νέο τρόπο συναλλαγών λειτουργώντας ως ηλεκτρονικά πορτοφόλια.

2.4. Σύγχρονες κάρτες

Το πλαστικό χρήμα - δηλαδή οι συναλλαγές με τις πιστωτικές κάρτες - αναπτύχθηκε, όπως προείπαμε, στις ΗΠΑ επειδή οι Αμερικανοί αντιμετώπιζαν πρόβλημα στην εξαργύρωση των επιταγών τους από τη μια τράπεζα στην άλλη, και από τη μια Πολιτεία (State) στην άλλη γεγονός που τους ανάγκαζε να μεταφέρουν μετρητά μαζί τους και αυτό εγκυμονούσε πολλούς κινδύνους.

Έτσι σε μία προσπάθεια να λυθεί το πρόβλημα τους, πρώτη η Bank of America δημιούργησε την Bank America - Card. Με αυτόν τον τρόπο, ο κάτοχος της κάρτας δε χρειαζόταν να μεταφέρει μετρητά μαζί του, αλλά παρουσίαζε την κάρτα του και απολάμβανε την τραπεζική εξυπηρέτηση. Το ίδιο πρόβλημα, όμως, παρουσιαζόταν και στα ταξίδια προς την Ευρώπη μια και δεν υπήρχε τρόπος, η τράπεζα στην Ευρώπη να παίρνει τα χρήματα της από την Αμερική.

Έτσι, δημιουργήθηκε ένας διεθνής οργανισμός που αγοράζοντας τα δικαιώματα από την Bank of America έγινε πλέον αυτός υπεύθυνος για την έκδοση των καρτών. Από τότε όλες οι τράπεζες που εκδίδουν κάρτες πρέπει να είναι μέλη αυτού του οργανισμού. Το όνομα του, Visa, προέρχεται από τη Visa που χρησιμοποιείται από ορισμένες χώρες στα διαβατήρια.

Η Liza Minelli ήταν η πρώτη που τραγούδησε στο «Καμπαρέ», «Money makes the world go around», δηλαδή το χρήμα κάνει τον κόσμο να γυρίζει. Σήμερα κυριαρχεί παντού το Πλαστικό Χρήμα. Με μία Πιστωτική Κάρτα μπορεί κανείς να αγοράσει ρούχα, τρόφιμα, καλλυντικά, να πληρώσει το λογαριασμό σ' ένα ξενοδοχείο ή εστιατόριο, ακόμη και να εξοφλήσει με δόσεις την αξία ενός αυτοκινήτου.

Όσο υπάρχουν άνθρωποι, που ονειρεύονται την πολυτέλεια, τόσο θα αυξάνουν οι ανάγκες για ανώδυνη σπατάλη Χρημάτων. Όταν αγοράζεις κάτι με Πλαστικό Χρήμα, δεν καταλαβαίνεις αμέσως την αξία του Εμπορεύματος.

Σε λίγο καιρό, θα βγουν και Πιστωτικές Κάρτες με ενσωματωμένες φωτογραφίες για μεγαλύτερη ασφάλεια όπως επίσης και Ηλεκτρονικά Πορτοφόλια, για όσους θέλουν να αγοράζουν ψωμί ή γάλα κλπ. με κάρτα.

Τεχνολογία και μόδα: Σχέση πάθους και εξάρτησης. Υπάρχει ωραιότερο συναίσθημα από το να πηγαίνει κανείς ταξίδι και να έχει για ασφάλεια μαζί του μία Πιστωτική Κάρτα;

Σήμερα, μπορείς ακόμη και να ξεφυλίσης ένα ξένο περιοδικό, να επιλέξεις ρούχα και αξεσουάρ, καλλυντικά, κ.λ.π. από τα εντυπωσιακά ρεπορτάζ αγοράς και να τα παραγγείλεις τηλεφωνικά δίνοντας μόνο τον αριθμό της πιστωτικής Κάρτας, χωρίς και να επιβαρυνθείς με τα έξοδα αποστολής.

Τα μεγαλύτερα πολυκαταστήματα (Harrod's, Harvey Nichols, Bloorningdale's, Lafayetts, κ.λ.π.) προσφέρουν στους πελάτες τους πολύτιμες «πλαστικές» υπηρεσίες. Σύνθημα τους: «χωρίς τόκο». Αρκεί να συμπληρώσεις την αίτηση !!!

Η πιστωτική κάρτα είναι ένα μικρό ορθογώνιο (5 X 8 cm) από πλαστική ύλη. Στην μπροστινή όψη είναι ανάγλυφα αποτυπωμένα: το όνομα του εκδότη (π.χ. Τράπεζα), το έμβλημα του, το ονοματεπώνυμο του κατόχου, ο αύξων αριθμός του κατόχου και ο αριθμός του λογαριασμού του, τα γεωγραφικά όρια, ισχύος της πιστωτικής κάρτας, η λήξη της και τυχόν άλλα συμπληρωματικά στοιχεία ανάλογα με το είδος της πιστωτικής κάρτας. Στην πίσω πλευρά της πιστωτικής κάρτας περιέχονται οδηγίες για τη χρήση της κάρτας. Σε κάποιο σημείο υπάρχει ειδικός χώρος για να βάλει την υπογραφή του το κάτοχος της πιστωτικής κάρτας

Τα ανάγλυφα στοιχεία της κάρτας χρησιμεύουν για την αποτύπωση τους σε ειδικές χρεωστικές αποδείξεις (που υπογράφει ο κάτοχος της Κάρτας κατά την αγορά αγαθών) με τη βοήθεια ειδικού μηχανήματος (πρέσας).

2.5. Το κύκλωμα και κατηγορίες καρτών

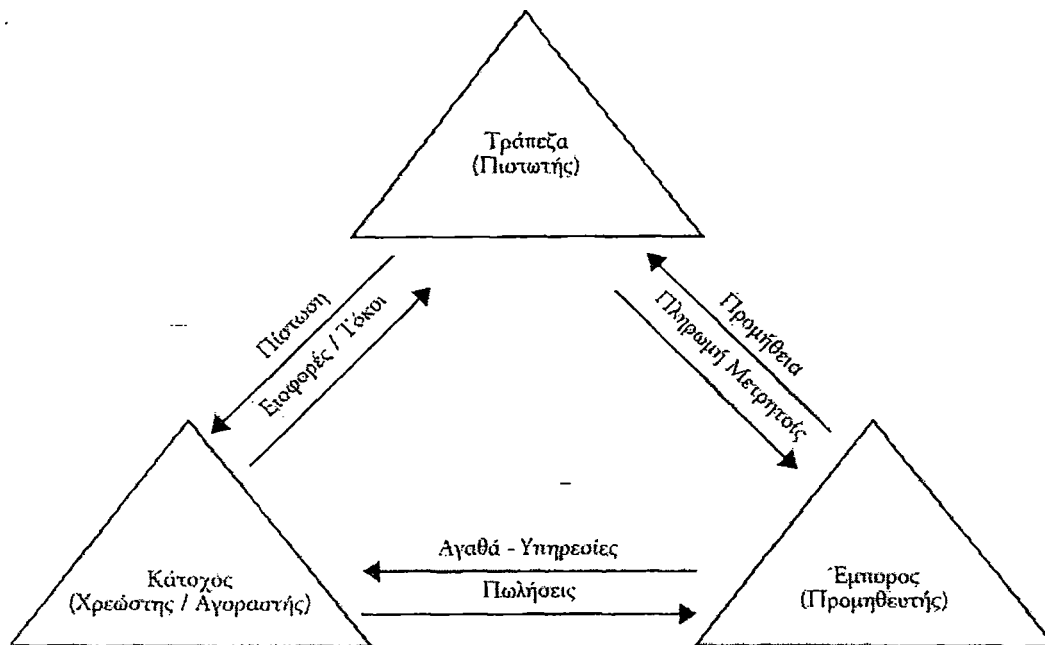
Τρία είναι τα κύρια μέρη του κυκλώματος των σύγχρονων καρτών:

- Ο κάτοχος: δηλαδή αυτός που χρησιμοποιεί την κάρτα για τις διάφορες συναλλαγές του.
- Η τράπεζα: που πιστώνει τον κάτοχο με τα ποσά των συναλλαγών που πρέπει να αποπληρωθούν.
- Ο έμπορος: που είναι ο συμβεβλημένος με την συγκεκριμένη πιστωτική κάρτα, ο οποίος προμηθεύει τα αγαθά στον κάτοχο της κάρτας και πληρώνει κάποια προμήθεια στην τράπεζα ανάλογα με το είδος των αγαθών που διακινούνται με την πιστωτική κάρτα.

Στο διάγραμμα 1 εμφανίζονται παραστατικά οι αλληλοεπιδράσεις και λειτουργίες μεταξύ των τριών συναλλασσομένων μερών.

Διάγραμμα 1

Το κύκλωμα των πιστωτικών καρτών



Οι πιστωτικές κάρτες, με βάση διάφορα κριτήρια, διακρίνονται:

α) σε πιστωτικές κάρτες τραπεζικές, όταν ο εκδότης είναι μια τράπεζα.

β) σε πιστωτικές κάρτες επιχειρήσεων, όταν ο εκδότης είναι ειδικές επιχειρήσεις (π.χ. Ασφαλιστικές εταιρίες).

Με κριτήριο το είδος των υπηρεσιών που παρέχουν στον κάτοχο τους, οι πιστωτικές κάρτες διακρίνονται:

α) σε Πιστωτικές Κάρτες (Credit Cards) αγοράς αγαθών. Δίνουν στον κάτοχό τους το δικαίωμα να κάνει αγορών διαφόρων ειδών μέχρι ένα ορισμένο ύψος ποσού που καθορίζει η τράπεζα, χωρίς να πληρώνει μετρητά, τα οποία πληρώνει αργότερα στην τράπεζα.

β) Παροχές υπηρεσιών. Πληρωμή λογαριασμών σε γιατρούς, νοσηλευτικά ιδρύματα ή Διαγνωστικά Κέντρα, κλπ.

Με βάση το κριτήριο αν οι πιστωτικές κάρτες χρησιμοποιούνται ως μέσον πληρωμής ή ανάληψης χρημάτων, οι πιστωτικές κάρτες διακρίνονται:

α) πιστωτικές κάρτες πληρωμής (Money Cards) και

β) σε Ταμιακές Κάρτες (Cash Cards) που είναι κάρτα με «μικροτσιπ» και χρησιμοποιείται για την ανάληψη χρημάτων από Αυτόματη Ταμειακή Μηχανή (A.T.M. = Automated Teller or Telling Machine).

Η Τράπεζα χορηγεί στον κάτοχο της πιστωτικής κάρτας έναν Προσωπικό Αριθμό Αναγνώρισης (P.I.N.=Personal Identification Number). Ο κάτοχος της πιστωτικής κάρτας υποχρεούται να απομνημονεύει τον P.I.N. και να μην τον αναγράφει πάνω στην πιστωτική κάρτα ή σε φάκελο που ενδεχομένως φυλάσσεται η πιστωτική κάρτα.

Με κριτήριο τα γεωγραφικά όρια της ισχύος των πιστωτικών καρτών διακρίνονται σε τοπικές ή εθνικές (ΕΘΝΟΚΑΡΤΑ, ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ, κτλ.) και σε διεθνείς (MASTERCARD, VISA, κλπ.).

Διάφορες μορφές τραπεζικών καρτών είναι:

- **CASH CARD**, η οποία χρησιμοποιείται για την ανάληψη μετρητών.
- **DEBIT CARD**, όπου ο πελάτης έχει ήδη λογαριασμό και όλες οι πράξεις με την κάρτα χρεώνονται στον λογαριασμό του.
- **CREDIT CARD**. Η κάρτα έχει δικό της λογαριασμό με όριο (αυτό το όριο είναι πέρα από άλλους λογαριασμούς που έχει ο πελάτης). Με αυτή τη κάρτα ο πελάτης μπορεί να πραγματοποιεί αγορές αλλά και αναλήψεις.
- **CASH GUARANTEE CARD**. Η κάρτα δεικνύεται ως εγγύηση προς επιταγές που εκδίδει ο πελάτης (τα γνωστά Eurocheques).
- **CHARGE CARDS**. Οι λεγόμενες «κάρτες χρέωσης» εκδίδονται από τραπεζικούς ή μη οργανισμούς και χρησιμοποιούνται κυρίως για ταξίδια και αναψυχή (Travel and Entertainment Cards).
- **RETAILERS CARDS**. Εκδίδονται από μεγάλες εμπορικές εταιρείες (όπως π.χ. πολυκαταστήματα) και χρησιμοποιούνται για συναλλαγές μέσα στην ίδια την επιχείρηση. Η χρήση τους είναι παρόμοια με των άλλων κατηγοριών.
- **CO-BRANDED CARDS**. Εκδίδονται από μεγάλα εμπορικά καταστήματα, επιχειρήσεις ή ασφαλιστικές εταιρείες σε συνεργασία με τραπεζικούς οργανισμούς και απευθύνονται σε εξειδικευμένες ομάδες.

Διαδικασία Έκδοσης Πιστωτικής Κάρτας. Εκείνος που θέλει να αποκτήσει μια πιστωτική κάρτα συμπληρώνει «ΑΙΤΗΣΗ ΓΙΑ ΤΗ ΧΟΡΗΓΗΣΗ ΠΙΣΤΩΤΙΚΗΣ ΚΑΡΤΑΣ» που του χορηγεί η τράπεζα του. Στην «ΑΙΤΗΣΗ» συμπληρώνει διάφορα στοιχεία: Ατομικά Στοιχεία, Στοιχεία Κατοικίας, Επαγγέλματος, Οικονομικά Στοιχεία κλπ.

Η έκδοση της πιστωτικής κάρτας γίνεται από το Τμήμα Πιστωτικών Καρτών, το οποίο παίρνει τις αναγκαίες πληροφορίες για τον αιτούντα είτε από το τμήμα Καταθέσεων, είτε από το τμήμα Χορηγήσεων της τράπεζας.



ΑΙΤΗΣΗ ΓΙΑ ΧΟΡΗΓΗΣΗ ΠΙΣΤΩΤΙΚΗΣ ΚΑΡΤΑΣ

Παρακαλούμε συμπληρώστε με ΚΕΦΑΛΑΙΑ ΓΡΑΜΜΑΤΑ αυτή τη φόρμα. Τα κουτάκια με * συμπληρώνονται από την Τράπεζα.



ΑΤΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΟ _____

ΟΝΟΜΑ _____

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΠΑΤΕΡΑ _____

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΥΖΥΓΟΥ _____

Η ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΗ ΚΑΝΟΝΙΚΑ ΚΑΙ ΑΝΑΡΤΗΤΑ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΤΗΣ ΚΑΡΤΑΣ ΕΙΝΑΙ ΟΡΘΗ ΚΑΙ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ. ΟΙ ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΕΣ ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΚΑΙ ΕΠΙΣΤΡΟΦΕΣ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΤΗΣ ΚΑΡΤΑΣ ΕΙΝΑΙ ΑΝΑΡΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΕΣ.

ΕΠΩΝΥΜΟ _____

ΟΝΟΜΑ _____

ΟΝΟΜΑ ΠΑΤΕΡΑ Ή ΣΥΖΥΓΟΥ _____

ΗΜΕΡ ΓΕΝΝΗΣΗΣ _____ ΤΟΠΟΣ _____

ΑΡ. ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ _____ ΗΜΕΡ. ΕΚΔΟΣΗΣ _____

ΕΚΔΟΣΤΡΑ ΑΡΧΗ _____

ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΕΓΓΑΜΟΣ ΑΓΑΜΟΣ ΔΙΑΓΕΥΓΕΜΕΝΟΣ ΑΛΛΟ _____

ΑΡΘΡΟΣ/Σ ΕΠΙΣΤΑΤΕΥΜΕΝΩΝ ΜΕΛΩΝ _____

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΑΤΟΙΚΙΑΣ

ΟΔΟΣ _____ ΑΡ. _____ Τ.Κ. _____

ΔΗΜΟΣ Ή ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ _____ ΤΗΛ. _____

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΔΙΑΜΟΝΗΣ ΜΟΝΟΚΑΤΟΙΚΙΑ ΔΙΑΜΟΝΗ ΤΕ ΓΕΝΙΚΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΑΛΛΟ

ΑΡΘΡΟΝ ΔΙΑΜΟΝΗΣ ΣΤΗΝ ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗΣ _____

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΣΥΝΕΤΕΡΙΑ ΜΕΛΟΣ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΥ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥ ΣΥΝΕΤΕΡΙΑΣ ΑΛΛΟ

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ _____

Α.Σ.Μ.Α. _____ Β.Ο.Υ. _____

ΕΠΩΝΥΜΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ _____

ΒΕΣΗ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ (ΑΝΕΡΧΟΜΕΝΟΣ) _____

ΑΝΤΙΧΡΕΜΕΝΟ (ΑΝΕΡΧΟΜΕΝΟΣ) (ΔΙΚΗ ΣΑΣ ΕΡΓΑΣΙΑ) _____

ΟΔΟΣ _____ ΑΡ. _____ Τ.Κ. _____

ΔΗΜΟΣ Ή ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ _____ ΤΗΛ. _____

ΟΤΙΟΝ ΟΥΚ ΟΥΚΙΟΥ _____ ΝΑ ΟΧΙ

ΥΠΟΧΡΩΝ ΣΤΗΝ ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ _____

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΤΗΣΙΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ (ΕΥΡΩ) _____

ΑΤΟΜΙΚΟ _____ ΣΥΖΥΓΟΥ _____

ΙΣΟΚΡΗΤΑ ΑΚΙΝΗΤΑ (ΣΑΒΕΛ ΕΚΤΙΜΑΣΗ ΣΕ Τ.Μ.) _____

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ _____

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ _____

ΑΛΛΑ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ Ή ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΑ (ΑΥΤΟΝΟΜΗΤΑ Κ.Α.Π.) _____

ΕΧΕΤΕ ΑΛΛΕΣ ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΚΑΡΤΕΣ ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΠΟΝΑΙ ΡΟΙΣ ΝΑΙ ΟΧΙ

ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ

ΕΧΕΤΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΝΑΙ ΟΧΙ

ΕΑΝ ΝΑΙ, ΕΧΕΤΕ ΔΑΔΕΝΟ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΟ ΝΑΙ ΟΧΙ

ΕΑΝ ΝΑΙ, ΕΧΕΤΕ ΔΑΔΕΝΟ ΣΤΕΛΕΣΤΙΚΟ ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΛΛΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ _____

TELEBANK - ΚΙΝΗΣΗ ΚΑΙ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΝ ΚΑΤΑΒΕΤΕΟΝ ΣΤΙΣ Α.Τ.Μ.

ΑΡ. ΛΟΓ. ΤΑΜΕΥΤΗΡΙΟΥ _____

ΑΡ. ΛΟΓ. ΠΡΟΧΩΡΟΥΜΕΝΟΥ Ή ΠΡΟΧΩΡΙΑΚΟΥ _____

ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ _____

ΑΥΤΟΜΑΤΗ ΠΑΡΡΟΜΗ ΤΗΣ ΚΑΡΤΑΣ, ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΚΗ ΣΑΣ ΕΥΚΟΛΙΑ

ΔΙΚΗ ΠΑΡΡΟΜΗ ΜΕΡΟΦΥΛΑΧΗ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗΣ

ΑΡ. ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ _____

ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ _____

ΕΠΙΛΕΞΤΕ ΤΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ ΤΩΝ ΜΗΝΙΑΙΩΝ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΩΝ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΚΑΤΟΙΚΙΑΣ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

ΑΛΛΕΣ ΠΑΡΡΟΦΟΡΙΕΣ

ΜΕ ΡΟΙΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ ΣΥΝΕΡΓΑΖΕΣΤΕ,

ΤΡΑΠΕΖΑ - ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ _____ ΠΡΟΙΟΝ _____

ΤΡΑΠΕΖΑ - ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ _____ ΠΡΟΙΟΝ _____

ΤΡΑΠΕΖΑ - ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ _____ ΠΡΟΙΟΝ _____

ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΧΗ ΑΠΟΧΕΣΑΣ ΜΟΥ ΕΠΙΧΡΕΩΝΩΣΤΕ ΜΕ

ΕΠΩΝΥΜΟ _____ ΟΝΟΜΑ _____

ΟΔΟΣ _____ ΑΡ. _____ Τ.Κ. _____

ΔΗΜΟΣ Ή ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ _____ ΤΗΛ. _____

ΠΡΟΣΒΕΤΗ ΚΑΡΤΑ

ΕΠΩΝΥΜΟ _____ ΟΝΟΜΑ _____

ΟΝΟΜΑ ΠΑΤΕΡΑ Ή ΣΥΖΥΓΟΥ _____ ΤΗΛ. _____

ΗΜΕΡ ΓΕΝΝΗΣΗΣ _____ ΤΟΠΟΣ _____

ΕΠΩΝΥΜΙΑ _____

ΑΡ. ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ _____ ΗΜΕΡ. ΕΚΔΟΣΗΣ _____

ΕΚΔΟΣΤΡΑ ΑΡΧΗ _____

Η ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΗ ΤΗΣ ΦΟΡΜΑΣ ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΟ ΚΑΙ ΑΝΑΡΤΗΤΟ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΤΗΣ ΚΑΡΤΑΣ ΕΙΝΑΙ ΟΡΘΗ ΚΑΙ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ. ΟΙ ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΕΣ ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΚΑΙ ΕΠΙΣΤΡΟΦΕΣ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΤΗΣ ΚΑΡΤΑΣ ΕΙΝΑΙ ΑΝΑΡΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΕΣ.

ΠΑΡΑΚΑΛΟΥΜΕ ΦΡΟΝΙΣΤΕ ΓΙΑ ΤΑ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ

ΦΩΤΟΤΥΠΗ ΤΗΣ ΤΕΛΕΥΤΙΑΣ ΣΟΡΟΝΟΜΗΣ ΕΚΔΑΡΜΩΣΗΣ

Η ΕΠΙΧΡΗΣΗ ΒΕΣΗΤΙΚΗΣ ΑΠΟΔΕΙΧΝΟΥΣΑΙ ΑΠΟ ΤΟΝ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥ

ΚΑΙ ΦΩΤΟΤΥΠΗ ΤΩΝ ΔΥΟ ΟΥΣΕΩΝ ΤΗΣ ΑΠΕΥΘΕΡΗΣ ΕΑΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ

ΠΑΡΑΚΑΛΟΥΜΕ ΥΠΟΓΡΑΨΤΕ ΑΦΟΥ ΔΙΑΒΑΣΤΕ ΤΟΙΣ ΚΙΤΙΑ

ΟΙ ΚΑΡΤΕΣ ΑΥΤΕΣ ΣΥΜΠΛΗΡΩΝΟΥΝΤΑΙ ΜΕ ΤΗΝ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΤΗΣ ΚΑΡΤΑΣ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΤΗΣ ΚΑΡΤΑΣ ΕΙΝΑΙ ΟΡΘΗ ΚΑΙ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ. ΟΙ ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΕΣ ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΚΑΙ ΕΠΙΣΤΡΟΦΕΣ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΤΗΣ ΚΑΡΤΑΣ ΕΙΝΑΙ ΑΝΑΡΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΕΣ.

ΥΠΟΓΡΑΦΗ ΑΙΤΗΤΗ ΑΥΤΟΓΡΑΦΗ

ΥΠΟΓΡΑΦΗ ΑΙΤΗΤΗ ΣΤΗΝ ΚΑΡΤΑ ΝΑΙ ΟΧΙ

ΣΥΜΠΛΗΡΩΝΕΤΑΙ ΑΠΟ ΤΗΝ ΤΡΑΠΕΖΑ

ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ _____

Ε.Α. _____ Ν.Α. _____ Ε.Σ. _____

Ε.Υ. _____ ΑΙΤΙΩΝ _____

ΕΓΧΡΗΣΤΑΙ ΟΡΘΟ ΕΠΩΝΥΜΟ ΝΑΙ ΟΧΙ

ΙΣΟΚΡΗΤΑ ΑΚΙΝΗΤΑ _____

ΑΝΑΡΤΗΤΟ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΟ _____

ΕΠΙΧΡΕΩΝΕΤΑΙ

ΣΥΜΒΑΣΗ ΧΟΡΗΓΗΣΗΣ
ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ - ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ VISA - ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ VISA GOLD
ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ VISA ELECTRON - ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ MasterCard

Η ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε. (στο εξής "Τράπεζα") χορηγεί την πιστωτική κάρτα με τον τίτλο ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ ή ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ VISA ή ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ VISA GOLD ή ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ VISA ELECTRON ή ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ MasterCard (στο εξής "Κάρτα"), στον αιτούντα υποψήφιο-αιτώντα (στο εξής "Κάτοχος") της άλλης όψης της παρούσης Συμβάσης-Αίτησης (στο εξής "Αίτηση"). Η χορήγηση διέπεται από τους παρακάτω όρους, οι οποίοι στο σύνολό τους συνιστούνται ως συνθήκες:

Α. Η ΚΑΡΤΑ ΓΕΝΙΚΑ

1. Κάθε φορά που ο Κάτοχος παραλαμβάνει την Κάρτα με αποτυπωμένο το όνομα του, υποχρεούται να υπογράψει αυτός στην προβλεπόμενη θέση στην πίσω όψη της. Η Τράπεζα χορηγεί την Κάρτα αποκλειστικά «α» μόνο στον Κάτοχο, απαγορεύοντας την με οποιαδήποτε τρόπο μεταβίβαση ή χρήση αυτής από άλλον. Ο Κάτοχος υποχρεούται να φυλάσσει ασφαλιστικά την Κάρτα και να τη διατηρεί σε καλή κατάσταση μέχρι την ημερομηνία λήξης της, όπως αυτή είναι ημερομηνία, με την καταστρέφεται. 2. Με την παρούσα Σύμβαση, ο Κάτοχος εξουσιοδοτεί την Τράπεζα να αναλάβει αυτoαυτός τη χρονική περίοδο ισχύος της Κάρτας, και να απολύτωση αυτής της, λαμβάνοντας Κάρτα με νέα ημερομηνία λήξης και χρεώνοντας την αναλογούσα συνδρομή στο λογαριασμό της Κάρτας (στο εξής "Λογαριασμός"). Εάν ο Κάτοχος δεν επιθυμεί την ανανέωση, υποχρεούται να ενημερώσει εγκαίρως την Τράπεζα, διατηρώντας τη δυνατότητα αποδοχής η' αυτή, από ταυτοχρόνως μηνες πριν τη λήξη της Συνδρομής που καταλογίζονται δεν επιστρέφονται. 3. Η Τράπεζα χορηγεί επίσης στον Κάτοχο έναν Προσωπικό Αριθμό Αναγνώρισης (στο εξής "P.I.N.-Personal Identification Number"), του οποίου η χρήση στις Αυτόματες Ταμειακομηχανές Μηνιαίας (στο εξής "Α.Τ.Μ."), σε συνδυασμό με την Κάρτα, ισοδυναμεί με την υπγραφή του Κατόχου. Ο Κάτοχος υποχρεούται να αποφυγενοποιήσει τον αυστηρό προστατικό νόμο αυτόν καθώς και να καταστρέψει άμεσα το σφραγισμένο φύλλο του εντύπου γνωστοποίησης, εφόσον ο Κάτοχος υποχρεούται να διασφαλίσει πάντοτε το αποτύπωμα του κωδικού P.I.N. Το κώδικας διαφέρει και σε περίπτωση, ότι δεν πρέπει να αναγραφεί ο κωδικός P.I.N. στην Κάρτα ή σε αντικείμενα που μεταφέρονται μαζί της. Η Τράπεζα δεν ευθύνεται απέναντι στον Κάτοχο για πρόβλημα μη εξουσιοδοτημένων προσώπων, μέσω των Α.Τ.Μ., σε αποσυνδεδεμένους Λογαριασμούς του. 4. Ο Κάτοχος υποχρεούται να ενημερώνεται σχετικά την Τράπεζα με έγγραφο και διατηρώντας τη δυνατότητα αποδοχής η' αυτή, για κάθε αλλαγή των δεδομένων που έχει δηλώσει στην Αίτηση ή με άλλο έγγραφο, αλλά και των αριθμών τηλεφώνων του. Μέχρι την ενταξη στην Τράπεζα για ούχον αλλαγή διεύθυνσης, κάθε κοινοποίηση έγγραφου στην παλαιά διεύθυνση είναι εγχαίρη. 5. Σε περίπτωση κλάσης ή απώλειας της Κάρτας, ο Κάτοχος υποχρεούται, αμέσως μετά το γεγονός, να ειδοποιήσει αμελλητί την Τράπεζα τηλεφωνικά ή με κάθε άλλο δυνατό τρόπο και να προσφέρει το συμβών σε δέχοντα του Ν. 1599/1986. Μέχρι την ήμερα που θα λάβει γνώση η Τράπεζα για την απώλεια ή κλάση της Κάρτας, ο Κάτοχος παραμένει υπεύθυνος απέναντι στην Τράπεζα για όλες τις συναλλαγές που έγιναν με την Κάρτα και για την οφείλη που προκύπτει είναι στην αποκλειστική διακρίση ευχέρεια της Τράπεζας να επαναδώσει την Κάρτα. Ο Κάτοχος υποχρεούται να προσφέρει κάθε δυνατή βοήθεια για τη διερεύνηση των συνθηκών απώλειας ή κλάσης. 6. Η Κάρτα είναι και παραμένει πάντοτε ιδιοκτησία της Τράπεζας και ο Κάτοχος υποχρεούται να την επιστρέψει άμεσα, εφόσον ζητηθεί από την Τράπεζα. Η Τράπεζα δικαιούται να καταγγείλει τη Σύμβαση και να αποσυνδέσει προσωρινά τη χρήση της Κάρτας, μόνο για απώλεια ή κλάση. Η Τράπεζα δικαιούται μονομερώς να τροποποιήσει τη Σύμβαση, μόνο για αποδοχή λόγω, ή δε παράλληλα με κατάρτιση να αντικαταστήσει την σύμβαση της με αυτή στην Τράπεζα, σε εύλογο χρόνο, λαμβάνοντας με αποδοχή της τροποποίησης. Η Τράπεζα δικαιούται να συμπληρώνει ή να τροποποιεί κάθε όρο της Σύμβασης, συμπεριλαμβανομένων των πιστώσεων και άλλων όρων και των επιβαρυνόμενων-σταθμών κοστώς, γνωστοποιώντας στον Κάτοχο, κατά περίπτωση, τις μεταβολές, με δημοσίευση, ανακοίνωση στα καταστήματα της Τράπεζας, επιστολή ή ημερήσιο στο ημερήσιο λογαριασμό της Κάρτας, το οποίο αποτελεί κάθε όρο αναπόσπαστο μέρος της Σύμβασης. Ημερήσιο, για αλλαγή ή μείωση των επιτοκίων, το με επίσημο συμφωνητικό οι θα ισχύει από την ημερομηνία της σχετικής απόφασης της Τράπεζας και ο Κάτοχος θα λάβει γνώση της μεταβολής μέσω του ημερήσιου λογαριασμού Λογαριασμού. Αν ο Κάτοχος διαφωνήσει με το νέο επιτόκιο και δεν υπεισέλθει συμφωνία, δύναται η Τράπεζα να απαιτήσει την εξόφληση του αναμεικτού χρεωστικού υπολοίπου. Η Τράπεζα δικαιούται κατά την ανάληψη κέρση της, χωρίς υπεύθυνη παρουσίαση, να καταχωρεί την Κάρτα σε ηλεκτρονικές ή έγγραφες λίστες καταστημάτων Κάρτας. Με την παρούσα Σύμβαση, ο Κάτοχος δίνει από τώρα την ανεκτίμητη άδειά του για τυχόν γνωστοποίηση αντιγράφων στην Αίτηση σύμβασης σε άλλους εκδότες πιστωτικών κωδικών, με σκοπό την απώλεια αντικατάστασης χρήσης της Κάρτας. Η, με οποιαδήποτε τρόπο, χρήση της Κάρτας μετά από τη γνωστοποίηση της Τράπεζας για απώλεια ή κλάση της, συνιστά και συνεπώς παραμυθία και αθέτηση αυτής. 7. Είναι στην αποκλειστική ευχέρεια του Κατόχου να καταγγείλει οποτεδήποτε τη Σύμβαση, λπαιστρούοντας την Κάρτα στην Τράπεζα, και καταγγείλει και συγχωρείται σε έγγραφο δήλωση της αποδοχής του αυτής. Αν, για αποσυνδέσεις λόγω, ο Κάτοχος καταγγείλει τη Σύμβαση, πρέπει να εξοφλήσει το Λογαριασμό εντός δεκα ημερών. 8. Ο Κάτοχος ευθύνεται για όλες τις συναλλαγές που έγιναν μέχρι την απώλεια της Κάρτας στην Τράπεζα και για την οφείλη που προκύπτει. 9. Μετα από αίτημα του Κατόχου της Κάρτας, είναι δυνατόν να χορηγηθεί από την Τράπεζα "πρόσθετη" Κάρτα με άλλο όνομα προσώπου, με την ίδια ημερομηνία λήξης, η οποία κινείται συμπληρωματικά του ίδιου Λογαριασμού. Τοσο ο Κάτοχος της "κείνης" Κάρτας όσο και ο Κάτοχος της "πρόσθετης" Κάρτας έχουν ο καθένας χωριστά, πλήρη αστική και πολιτική ευθύνη απέναντι στο αρχικό και στην Τράπεζα, έναντι της οποίας εκδότης ευθύνεται για αλλαγή της ποσής της οφείλης που προκύπτει από τη χρήση και κλάση των δύο Κάρτας. Τα ημερήσια λογαριασμού του κοινού Λογαριασμού, αλλά και κάθε άλλο έγγραφο που αφορά στην "πρόσθετη" Κάρτα, αποστέλλεται στον Κάτοχο της "κείνης" Κάρτας. 10. Ο Κάτοχος αναλαμβάνει την υποχρέωση να ηρείει εγκαίρως όλους τους όρους της Σύμβασης. Διαφορετικά η Τράπεζα δικαιούται να αποσυνδέσει και να καταγγείλει τη Σύμβαση ή μη κοινή με βάση της Τράπεζας αποσυνδεδεμένη διακρίση δεν συνεπείθηται παραίτηση της απ' αυτή. Σε κάθε περίπτωση η Τράπεζα ευθύνεται μόνο για το δικό ή βαρύνει αμελία.

Β. Η ΧΡΗΣΗ ΤΗΣ ΚΑΡΤΑΣ

11. Η ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ μπορεί να χρησιμοποιηθεί μόνο στην Ελλάδα, στις επιχειρήσεις που φέρουν το όνομα της, στο οποίο και στις Α.Τ.Μ. της Τράπεζας. Η ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ VISA και η ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ VISA GOLD μπορούν να χρησιμοποιηθούν στις επιχειρήσεις, στα ταμεία τραπεζικών καταστημάτων και στις Α.Τ.Μ. που φέρουν το όνομα της VISA, στην Ελλάδα και στο εξωτερικό. Η ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ VISA ELECTRON μπορεί να χρησιμοποιηθεί στην Ελλάδα και στο εξωτερικό, μόνο σε ηλεκτρονικά περιβάλλοντα, δηλαδή σε επιχειρήσεις που πραγματοποιούν συναλλαγές μέσω συστημάτων συσκευών P.O.S και σε Α.Τ.Μ. που φέρουν το όνομα VISA. Η ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ MasterCard μπορεί να χρησιμοποιηθεί στις επιχειρήσεις, στα ταμεία τραπεζικών καταστημάτων και στις Α.Τ.Μ. που φέρουν το όνομα της MasterCard και της EUROPAY INT. στην Ελλάδα και στο εξωτερικό. 12. Η Τράπεζα καθορίζει και γνωστοποιεί στον Κάτοχο το πιστωτικό όριο που παρέχεται με την Κάρτα, το οποίο δεν διακρίνεται να υπερβεί, καθώς επίσης και το συμπληρωματικό δανεισμό ο οποίο μπορεί πιστωτικό όριο ανάληψης μετρητών. 13. Αναστροφή με τη χρήση της Κάρτας σε πιστωτικό ο Κάτοχος δικαιούται 13.1. Η Τράπεζα απαλλάσσει τον Κάτοχο από τις επιβαρύνσεις, υποχρεώσεις και όρους της σχετικής "αποδοχής" πλαισίου και λαμβάνοντας το δικό του αντίστοιχο της "αποδοχής". Οι όποιες αλλαγές να γίνεται πάντοτε μέσα στο ημερήσιο λογαριασμό. Σε περιπτώσεις ηλεκτρονικής ή ταχυδρομικής πιστωτικής ή της Τράπεζας επιλογής, οι χρεώσεις του Λογαριασμού υποχρεώνονται να είναι χωρίς να έχει επιβεβαιωθεί λήξη του Κατόχου στις "αποδοχές" πλαισίου. 13.2. Τα αναλαμβάνει η Τράπεζα από τη στιγμή που η Α.Τ.Μ., με συνδυασμό γνώση του κωδικού P.I.N. και πάντοτε μέσω του πιστωτικού όρου και της ημερήσια πιστωτικού όρου ανάληψης μετρητών. 14. Η Τράπεζα δικαιούται να παραρτήσει οποιαδήποτε επιμνημα για ενδεχόμενη συναλλαγή αν και την αποκλειστική της παραρτήσει και παραρτήσει ή συνδυαστικά. 15. Με την παρούσα Σύμβαση ο Κάτοχος εξουσιοδοτεί ανεκτίμητα την Τράπεζα να πληρώσει από ή αυτήν στις επιβαρύνσεις ή αγοράς που έχουν γίνει με την Κάρτα και να κρωρεί με την Κάρτα στο λογαριασμό της απώλειας αλλά και τις αναλήψεις μετρητών που έχουν γίνει με οποιαδήποτε χρήση της Κάρτας από τη στιγμή ης Α.Τ.Μ. 16. Ο Κάτοχος δεν μπορεί να επιστρέψει παρά αποδοχή εντύπου στην κεντρική γραμμή ή να απαιτήσει σε "απόλυτη" της συναλλαγής προς αποδοχή εντύπου. Έφαρση συμπληρωθεί ή επέκταση για επιστροφή

αγοράς, θα πρέπει να εκδώσει πιστωτικό σημείωμα υπέρ του Κατόχου, οπότε και η Τράπεζα θα πιστώσει με το κόστος του Λογαριασμού, όταν το λάβει. 17. Η Τράπεζα δεν ευθύνεται απέναντι στον Κάτοχο για πράξεις ή παραλείψεις της επιχείρησης. Ο Κάτοχος δεν μπορεί να προβάλει εναντίον της Τράπεζας υποχρεώσεις, υποχρεώσεις, ενδοτικές ή ανταποδοτικές που τυχόν θα έχει σε βάρος της επιχείρησης. 18. Αναστροφή με τη χρήση της Κάρτας και ως Κάρτας TELEBANK, ο Κάτοχος μπορεί από το 24ωρο, με συνδυαστική χρήση του κωδικού P.I.N. στις Α.Τ.Μ. της Τράπεζας και ακολουθώντας τις σχετικές οδηγίες της αθόνης τους, να απελευθερώσει πρόσβαση στην υπηρεσία της Κάρτας (όρος 13.2) και σε λογαριασμούς κατάθεσης του στην Τράπεζα (έναν ταμειακό ή/και έναν τρεχούμενο ή προνομησιο), τους οποίους θέλωσε στην Αίτηση ή με άλλο έγγραφο. 19. Η χρήση των Α.Τ.Μ. αφορά στην κατάθεση ή ανάληψη χρηματοοικονομικών, σε ποσά αδειάζου πολλαπλάσια των είκοσι ευρώ, στη μεταφορά ποσών μεταξύ λογαριασμών, στην ενσωμάτωση για το υπόλοιπο των λογαριασμών και σε όσες άλλες τραπεζικές υπηρεσίες η Τράπεζα παρέχει. 20. Οι αναλήψεις μετρητών από τους λογαριασμούς καταθέσεων μέσω των Α.Τ.Μ. επιτρέπονται μόνο όταν υπάρχει επαρκές υπόλοιπο, το οποίο ο Κάτοχος υποχρεούται να γνωρίζει. Ο Κάτοχος διατηρεί το δικαίωμα υπερανάληψης από τρεχούμενο λογαριασμό, όπως καθορίζεται στην επίσημη σύμβαση ανοίγματος του λογαριασμού αυτού. Σε άλλη περίπτωση υπέρβασης πιστωτικού υπολοίπου, ο Κάτοχος υποχρεούται, αμέσως μετά την είδοσή της Τράπεζας, να καταβάλει το ποσό στον αντίστοιχο λογαριασμό με τραπεζοεύρω ή χρηματικούς τόκους υπερπληρωθεί. Οι αναλήψεις μετρητών με χρήση λογαριασμού τραπεζοεύρω γίνεται με νόμιμη την προσήγουσα εργασία της ημερομηνίας συναλλαγής. Οι αναλήψεις με χρήση τρεχούμενου ή προνομησιο λογαριασμού γίνεται με νόμιμη την ημερομηνία συναλλαγής, εφόσον αυτή είναι εργάσιμη, ή με νόμιμη την ημερομηνία εργάσιμη για τις συναλλαγές σε ημέρες που δεν λειτουργεί η Τράπεζα. 21. Οι καταθέσεις μετρητών σε λογαριασμούς μέσω των Α.Τ.Μ. πραγματοποιούνται με φιλκήση που διαφέρει η Α.Τ.Μ. Το ποσό σε κάθε περίπτωση είναι διαθέσιμο τη μεθεπόμενη εργάσιμη ήμερα. Το περιεχόμενο του κάθε φιλκήση πιστωτικού, δεσμεύεται για τον Κάτοχο, επιστροφή υπαλλήλων της Τράπεζας, η οποία και υφίσταται την κατάθεση. Ο Κάτοχος αναγγίζει ανεπιφύλακτα από τώρα το σχετικό περικό της επίδοσης αυτής ως πλήρης αποδοχή του περιεχομένου του φιλκήση και της κοπής που πραγματοποιήθηκε. Οι καταθέσεις μετρητών σε λογαριασμούς κατάθεσης εκτελούνται από τη μεθεπόμενη εργάσιμη ήμερα. Στην περίπτωση μεταφοράς ποσών από ένα λογαριασμό καταθέσεων σε άλλο, οι καταθέσεις είναι έγκυρες από την επομένη εργάσιμη ήμερα. 22. Η Τράπεζα δικαιούται να καθορίσει για τις Α.Τ.Μ. ανάληψη όμο αναλήψεις, ανά ημερήσια και ανά ημέρα, τόσο για το χρονικό διάστημα αμεσης επικοινωνίας με το Ηλεκτρονικό Κέντρο (ON LINE), όσο και για τις απολήψεις όρους και ημέρες, όπως αυτές καθορίζονται από την Τράπεζα. Η Τράπεζα δικαιούται να διακόψει τη λειτουργία ή να περιορίσει τις υπηρεσίες που παρέχει μέσω της όλων των Α.Τ.Μ., για οποιαδήποτε λόγο, γνωστοποιώντας τις μεταβολές με δημοσίευση ή ανακοίνωση. 23. Η Α.Τ.Μ. μπορεί ένα μηχανοκίνητο σημείωμα αποδοχής της κοπής συναλλαγής. Ο Κάτοχος αποδέχεται ρητάς και ανεπιφύλακτα, ότι όλες αυτές οι ενέργειες στους λογαριασμούς του είναι δεσμευτικές η' αυτόν και οι σχετικές εκπτώσεις του ημερησίου της Α.Τ.Μ. ή/και του Ηλεκτρονικού Κέντρου της Τράπεζας είναι η πλήρης αποδοχή για την κίνηση των λογαριασμών του.

Γ. Ο ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΣ ΤΗΣ ΚΑΡΤΑΣ

24. Κάθε μέρα η Τράπεζα υπέχει με από ταμειακό στον Κάτοχο μια εκκαθάριση του Λογαριασμού (στο εξής "Αντίγραφο"), όπου εμφανίζονται τα προηγούμενα υπόλοιπα, αναλυτικά οι νέες χρεώσεις και ταμειακό αποσπασμένο μέχρι την ημερομηνία έκδοσης του, το ελάχιστο απαιτούμενο ποσό πληρωμής (στο εξής "Δόση"), η προβλεπόμενη πληρωμή, οι κοστώς που αναλογεί (επίσης αναφέρονται οι αναμεικτοί κοστώς τόκοι) και το νέο υπόλοιπο. Συναλλαγές που δεν καταχωρήθηκαν σε ένα Αντίγραφο καταχωρούνται σε επόμενο. Για την ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ και την ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ MasterCard εκδίδονται Αντίγραφα την 13^η κάθε μήνα και για τις Κάρτες VISA την 25^η κάθε μήνα. Εκτός περιπτώσεων που οφείλονται από τον Κάτοχο, η Δόση πληρωτέα είναι μέχρι το πιστωτικό όριο, πλέον ποσού τυχόν υπερπληρώσει (εφόσον 3%) και του κόστους που αναλογεί. Η Δόση υπαλλήλων σημειώνεται με κωδικό όμο Ευρώ 15. 25. Για τις αγορές που καταλογίζονται για πρώτη φορά στο Αντίγραφο, η Τράπεζα έχει οριστεί ελάχιστη δόση περίοδο χρέους 24 ημερών από την ημερομηνία έκδοσης αυτού. Αν το υπόλοιπο του ως άνω υπολοίπου αφορά εξόφληση στην περίοδο αυτή, δεν καταλογίζονται τόκοι. Σε αντίθετη περίπτωση, οι τόκοι εκπίπτουν από την ημερομηνία έκδοσης του Αντιγράφου. Οι αναλήψεις μετρητών με χρήση του λογαριασμού της Κάρτας, είναι και επίδοσης τραπεζοεύρω από την ημερομηνία ανάληψης και προσαυξανόμενα αναλογεί, με προμήθεια για κάθε πράξη. Οι υπερπληρωές χρεώνονται στο Λογαριασμό στην αρχή κάθε επόμενου περιόδου από τη ημερομηνία της απόδοσης της Κάρτας. Οι τρέψ, παύσει, του ετήσιου επιτοκίου, των προμηθειών αναλήψεων μετρητών και της επίδοσης αναφέρονται στο "ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ" του όρου 34. 26. Κάθε συναλλαγή στο εξωτερικό μετατρέπεται με κοινήση με καθορίζονται από τους Διεθνείς Οργανισμούς VISA INT., MasterCard και EUROPAY INT. και την Τράπεζα, προσαυξανόμενα με το ανάλογο κόστος, το οποίο αναφέρεται στο "Παράρτημα" του όρου 34. 27. Αν ο Κάτοχος δεν παράσχει ένα Αντίγραφο, υποχρεούται να ειδοποιήσει την Τράπεζα εγγράφως και δημοσίως για διενέργεια αποδοχής η' αυτή, σε εύλογο χρονικό διάστημα και πάντως το συντομότερο δυνατόν. 28. Ο Κάτοχος υποχρεούται να προβάλλει έγγραφως και διατηρώντας τη δυνατότητα αποδοχής η' αυτή, τις τυχόν αντιρρήσεις του για το νέο υπόλοιπο εντός εύλογου χρονικού διαστήματος από τη λήψη του πρώτου Αντιγράφου, εφ' όσον έχει αποδοχθεί το νέο από υπόλοιπο και κάθε επόμενη εργάσιμη, χωρίς να μπορεί πλέον να εγγραφεί οποιαδήποτε. Το ίδιο ισχύει και όταν η Τράπεζα, μετά από την έσοδα της, αποδοχθεί με παρρησία αντιρρήσεις του Κατόχου ως αθόνης κλάσης ή ανακαταλογισμού. 29. Για κάθε εκδίδόμενο Αντίγραφο ο Κάτοχος υποχρεούται να πληρώσει, πάντοτε εντός της εκδοτικής προθεσμίας πληρωμής, είτε τη δόση είτε το σύνολο της οφείλης του. Με την παρούσα Σύμβαση ο Κάτοχος εξουσιοδοτεί ανεκτίμητα την Τράπεζα να κρωρεί χωρίς προειδοποίηση το λογαριασμό καταθέσεων αυστημής πληρωμής στο όμο χρεώσεως που δήλωσε στην Αίτηση ή με άλλο έγγραφο και με νόμιμη την τελευταία ημέρα της προθεσμίας πληρωμής. 30. Αν δεν πληρωθεί εμπρόθεσμος όλη ή δόση, τότε το απόλυτο μέρος αυτής, χωρίς άλλη ειδοποίηση, είναι οι καθυστερήσεις και επιβαρύνονται σημειώνεται με επίσημο υπερπληρωμή 2% πλέον του ετήσιου επιτοκίου, ή μηρ του οποίου σημειώνεται αναφέρεται στο "ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ" του όρου 34. Συμπληρωθεί οι οι είναι σε καθυστέρηση εκτελούνται από την πρώτη ήμερα της καθυστέρησης και εκκαθαρίζονται ανακαταλογίζονται στα εδόση. 31. Σε περίπτωση που καθυστερήσει η πληρωμή δύο δόσεων ή σε περίπτωση υπερπληρωθεί του πιστωτικού όρου και μη εξόφλησης στην προθεσμία που ορίζει η Τράπεζα, δύναται το δέχοντα στην Τράπεζα να καταγγείλει τη Σύμβαση και να ανακόψει με κάθε νόμιμο τρόπο το σύνολο των ανεπληρωμένων χρεωστικών υπολοίπων, πλέον τυχόν εδόσεων που θα επιβάρυνον τον οφειλέτη. 32. Με την παρούσα Σύμβαση ο Κάτοχος εξουσιοδοτεί ανεκτίμητα την Τράπεζα να κρωρεί μονομερώς, χωρίς άλλη σύμφωνη και αποσυνδεδεμένη διακρίση καταθέσεων διατηρεί στην Τράπεζα, με το ποσό της τυχόν ανακαταλογιστικής ή/και αποδοχής οφείλης του Η Τράπεζα δικαιούται να κρωρεί στο Λογαριασμό οποιαδήποτε δόση της που αφορά στην επίδοξη είσοδος ή/και υπερπληρωμένων οφειλών, όπως οφείλη το ποσό που θα πληρωθεί σε τρέψ με τον σκοπό της διενέργειας συναλλαγών της Κάρτας που πραγματοποιούνται ανεπιφύλακτα. 33. Ο Κάτοχος αποδέχεται ρητάς και ανεπιφύλακτα ότι οι εκδοτικές τελευταία Αντίγραφα, αποσπασμού του Λογαριασμού που ημερήσια αναγράφονται στο Ηλεκτρονικό Κέντρο, αποτελούν πλήρη αποδοχή της οφείλης που στην Τράπεζα από την πιστωτική χρήση της Κάρτας την ίδια στιγμή έχουν και ομοίου περιεχομένου εκπτώσεις που η Τράπεζα φιλάσσει σε ποσά. 34. Για να καταστεί δυνατή η υπαλληλική χρήση της Συνδρομής Ετήσιου Προνομίου Προσκόπησης Επιδρομής (I.E.P.E.), η οποία ορίζεται στην Κ.Υ.Α. 6/1-983-91 (Φ.Ε.Κ. 172/Α 21 03 91), είναι ένα ειδικό "ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ", το οποίο βρίσκεται στις παρούσες αποδοχές ή/και από την Ελλάδα Ευρώ 2.934.70, ένα μην πριν την έκδοση του Αντιγράφου του τελευταίου (β) Το τελευταίο εξοφλήσει σε δόσεις ισόποσες σημειώνεται μερ, πλέον του κόστους του συνολικού και οι καταρτίσεις γίνεται στη ήμερη εκδοτική προθεσμίας πληρωμής Στην παρούσα Σύμβαση παραρτήσει "ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ" με 1, σημειώνεται στοιχεία κοστώς της Κάρτας και του υπολοίπου της Σ.Ε.Π.Ε., το οποίο αποτελεί ενιαίο και αποσπασμένο μέρος της παρούσης Σύμβασης. Το "ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ" μεταφράζεται από τις συμβολισμούς και ο καθένας οι οποίες είναι από ένα αντίγραφο δι' υποδιπλασιασμού της ης Σ.Ε.Π.Ε. παρουσιάζονται αποκλειστικά ως ενιαίο από τη πρόσθετη στοιχεία και τις συνθήκες εξόφλησης που διαρρυθμίζονται το "ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ" και τους πίνακες του "ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΟΣ". Κάθε διασποράση των περιγραφόμενων παραρτήσεων μεταβάλλει αθητικότητα των Σ.Ε.Π.Ε. 35. Αρμόδια για την έκδοση κάθε δόσης, που τυχόν θα προκύψει από την παρούσα Σύμβαση, είναι η Διακρίση του τρέψ καταρτίσεως της και εφαρμόζεται δικαιο του Ελληνικού Κέντρου Σύμβασης διαδοχικώς προσεκτικά από τους συμβαλλόμενους και οφείλονται σε τρέψ, αλλά σε ένα ενιαίο.

2.6. Είδη και χαρακτηριστικά καρτών

(α) *Πιστωτική Κάρτα (Credit Card)*: Οι πιστωτικές κάρτες εκδίδονται από τις τράπεζες και σχεδόν στο σύνολο τους είναι ενταγμένες σε ένα από τα δίκτυα των παγκόσμιων οργανισμών πιστωτικών καρτών (Visa, Mastercard, American Express, κλπ). Στο εξωτερικό και ιδιαίτερα στις ΗΠΑ, πιστωτικές κάρτες εκδίδονται και από μεγάλες επιχειρήσεις και αλυσίδες καταστημάτων. Η πιστωτική κάρτα παρέχει στον κάτοχο τη δυνατότητα πραγματοποίησης αγορών ή και αναλήψεων μετρητών, με πίστωση, στην Ελλάδα ή και το εξωτερικό.

Οι συναλλαγές του κατόχου χρεώνονται σε ένα ανοικτό λογαριασμό προκαθορισμένου ανώτατου ύψους (πιστωτικό όριο) και ο κάτοχος έχει την ευχέρεια τμηματικής ή ολοσχερής εφάπαξ εξόφλησης του χρεωστικού υπολοίπου. Στην πρώτη περίπτωση (τμηματική εξόφληση) ο κάτοχος επιβαρύνεται με τόκους επί του ανεξόφλητου υπολοίπου, ενώ στη δεύτερη το κόστος της κάρτας περιορίζεται στην συνδρομή και τυχόν άλλα έξοδα (αναλήψεις μετρητών, κλπ).

(β) *Χρεωστική Κάρτα (Debit Card)*: Οι χρεωστικές κάρτες λειτουργούν σχεδόν παρόμοια με τις πιστωτικές κάρτες, με τη βασική διαφορά ότι δεν παρέχουν στον κάτοχο πίστωση για τις αγορές, αλλά το ποσό της συναλλαγής μεταφέρεται αυτόματα από το λογαριασμό του κατόχου στο λογαριασμό του εμπόρου. Το πλεονέκτημα για τον κάτοχο είναι ότι με τη χρήση της χρεωστικής κάρτας ελέγχει το ύψος των αγορών του γιατί δε ξοδεύει χρήματα τα οποία δεν έχει. Αντίστοιχα το όφελος της τράπεζας είναι ότι παρακρατά από τον έμπορο ένα ποσοστό προμήθειας ως διαχειριστικό κόστος. Οι χρεωστικές κάρτες τείνουν να αντικαταστήσουν τη χρήση των μετρητών και των επιταγών (ιδιαίτερα για συναλλαγές μικρού ύψους), αλλά η επέκταση των έξυπνων καρτών (smart cards), εκτιμάται ότι θα περιορίσει τη χρήση τους.

(γ) *Κάρτα Διευκολύνσεων (Charge Card)*: Σε αντίθεση με τις χρεωστικές κάρτες, οι κάρτες διευκολύνσεων (charge cards) παρέχουν στον κάτοχο πίστωση για αγορές ή αναλήψεις. Όμως οι μηνιαίες συναλλαγές είναι απαιτητές για εξόφληση στο σύνολο τους, διαφορετικά ο κάτοχος επιβαρύνεται με τόκους ή και έξοδα. Οι κάρτες διευκολύνσεων συνοδεύονται σχεδόν πάντα από ετήσια συνδρομή.

(δ) *Κάρτα Μετρητών (Cash Card)*: Οι τράπεζες εκδίδουν κάρτες μετρητών σε άλλους τους πελάτες τους που έχουν τουλάχιστον ένα λογαριασμό καταθέσεων. Με την κάρτα μετρητών ο κάτοχος έχει τη δυνατότητα να πραγματοποιεί στα ATMs (Automatic Teller Machines) ένα μεγάλο εύρος συναλλαγών (αναλήψεις, καταθέσεις, μεταφορά υπολοίπου, πληρωμή λογαριασμών, κλπ) χωρίς να είναι απαραίτητο να προσέρχεται ποτέ στα ταμεία της Τράπεζας. Οι κάρτες μετρητών όπως και οι πιστωτικές, χρεωστικές, κλπ, έχουν μία μαγνητική ταινία στην πίσω τους όψη, στην οποία είναι αποθηκευμένες πληροφορίες για τους λογαριασμούς του κατόχου. Απαραίτητη προϋπόθεση για την χρήση της κάρτας μετρητών, είναι ο κάτοχος να πληκτρολο-

γήσει σωστά το PIN επιβεβαιώνοντας ότι είναι και ο νόμιμος κάτοχος της κάρτας. Οι κάρτες μετρητών συνήθως εμπλουτίζονται και με τα χαρακτηριστικά και τις δυνατότητες των πιστωτικών και των χρεωστικών καρτών.

(ε) *Έξυπνη Κάρτα (Smart Card)*: Η ενσωμάτωση ενός chip στις χρεωστικές και πιστωτικές κάρτες συνέβαλε ουσιαστικά στη δημιουργία μίας νέας γενιάς καρτών, των έξυπνων καρτών. Η αποθήκευση περισσότερων δεδομένων (ασφάλειας, ιατρικού ιστορικού, κλπ) στο chip, συντέλεσε στην ανάπτυξη νέων εφαρμογών για τον κάτοχο αλλά κυρίως στη μείωση του ρίσκου για τις τράπεζες. Μία από τις περισσότερες διαδεδομένες εφαρμογές που συναντάμε (στο εξωτερικό) στις έξυπνες κάρτες είναι το ηλεκτρονικό πορτοφόλι.

(στ) *Ηλεκτρονικό Πορτοφόλι (E-Wallet)*: Το ηλεκτρονικό πορτοφόλι είναι μία έξυπνη κάρτα του οποίου η εφαρμογή φιλοδοξεί να υποκαταστήσει τα μετρητά στις καθημερινές συναλλαγές μικρού ύψους. Ο κάτοχος μεταφέρει από την πιστωτική, τη χρεωστική ή την κάρτα μετρητών ένα ποσό στο ηλεκτρονικό πορτοφόλι με το οποίο πραγματοποιεί συναλλαγές (π.χ στα μέσα μαζικής μεταφοράς, σε χώρους στάθμευσης, κλπ) χωρίς να είναι πάντα απαραίτητη η χρήση του PIN. Όταν εξαντληθούν τα μετρητά, ο κάτοχος επαναλαμβάνει τη μεταφορά χρημάτων στο ηλεκτρονικό πορτοφόλι. Η Mondex έχει αναπτύξει μία από τις πλέον διαδεδομένες εφαρμογές ηλεκτρονικού πορτοφολιού στο Swindon στην Αγγλία. Αντίστοιχες εφαρμογές είναι ακόμα σε πιλοτικό στάδιο από τις ελληνικές τράπεζες.

(ζ) *CO-BRANDED CARD*: Η co-branded κάρτα είναι η πιστωτική κάρτα που εκδίδεται από την τράπεζα σε συνεργασία με μία επιχείρηση (ή όμιλο επιχειρήσεων) και απευθύνεται κυρίως στο πελατολόγιο της επιχείρησης στους οποίους και παρέχει πρόσθετες παροχές και προνόμια.

(η) *AFFINITY CARD*: Η affinity κάρτα είναι η πιστωτική κάρτα που εκδίδεται από την τράπεζα σε συνεργασία με ένα σωματείο-σύλλογο και απευθύνεται κυρίως στα μέλη τους τα οποία έχουν ένα κοινό χαρακτηριστικό. π.χ είναι φίλαθλοι μίας ποδοσφαιρικής ομάδας, ενός μη κερδοσκοπικού σωματείου για την προστασία της φύσης, κλπ.

(θ) *Αυτόματες Ταμειολογιστικές Μηχανές (ATMs)*: ATMs (Automatic Teller Machines) παρέχουν τη δυνατότητα στον κάτοχο μίας κάρτας (χρεωστικής, πιστωτικής, κλπ) να πραγματοποιεί ένα μεγάλο εύρος συναλλαγών (αναλήψεις, καταθέσεις, μεταφορά υπολοίπου, πληρωμή λογαριασμών, κλπ) χωρίς να είναι απαραίτητο να προσέρχεται ποτέ στα ταμεία της Τράπεζας. Σήμερα η κάθε τράπεζα έχει αναπτυχθεί από ένα δίκτυο ATMs το οποίο εξυπηρετεί τόσο τους δικούς της πελάτες όσο και τους κατόχους καρτών που έχουν εκδοθεί από άλλες τράπεζες του εσωτερικού ή του εξωτερικού. Σήμερα οι περισσότερες τράπεζες που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα έχουν ενταχθεί στο διατραπεζικό σύστημα που έχει αναπτυχθεί από την Δίαι Διατραπε-

ζικά Συστήματα. Ο κάτοχος που χρησιμοποιεί δίκτυο ATMs άλλης τράπεζας χρεώνεται με προμήθεια.

2.7. Πιστωτικό όριο, επιτόκιο και έξοδα καρτών

Η Τράπεζα για την έκδοση μίας κάρτας διευκολύνσεων ή μίας πιστωτικής κάρτας αξιολογεί την πιστοληπτική ικανότητα του κάθε υποψήφιου κατόχου και εγκρίνει το πιστωτικό όριο, το οποίο είναι και το πλάфон των συναλλαγών του. Όταν οι συναλλαγές του κατόχου υπερβαίνουν το πιστωτικό όριο τότε το ποσό της υπέρβασης είναι απαιτητό στο σύνολο του μέχρι την ημερομηνία εξόφλησης που αναφέρεται στο εκκαθαριστικό σημείωμα.

Οι συναλλαγές του κατόχου που δεν εξοφλούνται στο σύνολο τους την ημερομηνίας πληρωμής που αναγράφεται στο μηνιαίο λογαριασμό (statement), επιβαρύνονται με τόκους. Οι τόκοι υπολογίζονται με το ονομαστικό επιτόκιο της κάρτας προσαυξημένο με εισφορά +0,6% μονάδες (N.128/75). Οι περισσότερες τράπεζες υπολογίζουν τις τοκοφόρες ημέρες από την ημερομηνία της αγοράς του προϊόντος ή της ανάληψης των μετρητών μέχρι και την ημερομηνία επεξεργασίας του λογαριασμού. Στα πλαίσια της προσέλκυσης νέων πελατών, ορισμένες τράπεζες έχουν καθορίσει χαμηλό επιτόκιο (εισαγωγικό επιτόκιο) για μία συγκεκριμένη περίοδο από την ημερομηνία εκδόσεως της κάρτας. Αντίστοιχα μπορεί να καθορίσουν διαφορετικό επιτόκιο για τη μεταφορά υπολοίπου από άλλη κάρτα.

Όσον αφορά το επιτόκιο μεταφοράς υπολοίπου, το τελευταίο διάστημα λόγω της αλματώδους αύξησης των πιστωτικών καρτών, το πεδίο του ανταγωνισμού των τραπεζών μεταφέρεται σταδιακά στην εξόφληση του χρεωστικού υπολοίπου μίας πιστωτικής κάρτας από μία άλλη πιστωτική κάρτα. Με τον τρόπο αυτό οι τράπεζες στοχεύουν στην προσέλκυση πελατείας απ' ευθείας από τον ανταγωνισμό. Τα προγράμματα μεταφοράς υπολοίπου συνήθως συνοδεύονται από προνομιακό επιτόκιο για ένα συγκεκριμένο διάστημα, ή ειδικές προσφορές (κληρώσεις, δώρα, κλπ).

Εδώ θα πρέπει να σημειώσουμε ότι ορισμένες πιστωτικές κάρτες παρέχουν στον κάτοχο το προνόμιο ενός εισαγωγικού επιτοκίου για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα (συνήθως 6 μήνες), το οποίο και είναι αισθητά χαμηλότερο από το αντίστοιχο κανονικό επιτόκιο της κάρτας.

Τέλος όσον αφορά τη συνδρομή του κατόχου, αυτή είναι η ετήσια εισφορά που καταβάλλει ο κάτοχος για την απόκτηση και χρήση της πιστωτικής κάρτας. Με συνδρομή επιβαρύνονται και οι πρόσθετες κάρτες που αιτείται ο κάτοχος για τα μέλη της οικογένειάς του. Τα τελευταία χρόνια λόγω του έντονου ανταγωνισμού οι τράπεζες εκδίδουν πιστωτικές κάρτες χωρίς ή με μειωμένη ετήσια συνδρομή.

Βέβαια εκτός από την ετήσια συνδρομή, ο κάτοχος επιβαρύνεται με έξοδα για τις αγορές ή αναλήψεις που πραγματοποιεί στο εξωτερικό, Τις αναλήψεις από το δίκτυο ATMs ή τα καταστήματα άλλων τραπεζών και τις συναλλαγές που υπερβαίνουν το πιστωτικό του όριο. Σπανιότερα, στην περίπτωση που ο κάτοχος έχει ληξιπρόθεσμες οφειλές εκτός από τον τόκο που υπολογίζεται με επιτόκιο υπερημερίας (ονομαστικό επιτόκιο +2,5 μονάδες) επιβαρύνεται και με έξοδα. Συνήθως τα έξοδα υπολογίζονται ποσοστιαία επί του ποσού της συναλλαγής.

Τέλος πρέπει να μιλήσουμε και για τις συσκευές Electronic Fund Transfer Point of Sales, E.F.T./P.O.S., ή τα EFT/POS, όπως εν συντομία ονομάζονται και είναι τα ηλεκτρονικά μηχανήματα τα οποία φροντίζουν για την επικοινωνία της συμβεβλημένης επιχείρησης με την τράπεζα για την ολοκλήρωση μίας συναλλαγής με χρεωστική ή πιστωτική κάρτα. Ειδικότερα με τα EFT/POS αυτόματα α) η τράπεζα ενημερώνεται για τη συναλλαγή και την εγκρίνει (ή όχι), β) παρακρατείται από την επιχείρηση η προμήθεια της τράπεζας γ) πιστώνεται ο λογαριασμός της επιχείρησης και δ) χρεώνεται ο λογαριασμός του κατόχου. Ευνόητο είναι ότι τα EFT/POS ελέγχουν τη γνησιότητα της κάρτας και αν το υπόλοιπο του κατόχου της κάρτας επαρκεί για τη συγκεκριμένη αγορά.

Τα είδη καρτών που κυκλοφορούν την ελληνική αγορά είναι:

(1) ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ

AB Visa

MasterCard

Gold MasterCard

Platinum MasterCard

Αγαπώ ΤΑ ΠΑΙΔΙΑ MasterCard

Visa

Visa Electron

Smart Card

Visa Παρουσίαση EuroCard

(2) ALPHA BANK

Χρυσή Alpha Bank

Alpha Bank Visa

Alpha Bank Mastercard

American Express Πιστωτική

Κάρτα BLUE από την American Express

Πράσινη Κάρτα American Express

Χρυσή Κάρτα American Express

Κάρτες American Express Υγειονομικού Κλάδου (Πράσινη και Χρυσή)

Ηλεκτρονικών αγορών - Μετρητών

Alpha Bank Electron Visa

Κάρτες συνεργασίας και επιχειρήσεων

(3) Eurobank

EuroLine.

EuroLine Style. Για γυναίκες

EUROBANK Visa

EUROBANK Visa Gold

WWF EUROBANK Visa

Student EUROBANK Visa

EUROBANK MasterCard

Gold EUROBANK MasterCard

PLATINUM EUROBANK MasterCard

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΘΗΝΩΝ Visa

EXPERT Visa

ΣΥΚΑΡΗΣ Visa

DAMA Visa. Για γυναίκες

MUST MasterCard

ALLIANZ Visa

ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΠΙΣΤΗ MasterCard

IPCA Visa

The Art of Living!

MILITARY CLUB Visa

COSMOTE Visa

ΕΛΠΙΑ Visa

SMART MasterCard

SIDER Visa

ELECTRONET Family

LONGCHAMP Card

LE CLUB DANOS

(4) ATEbank

Πιστωτική Κάρτα ATE Κάρτα - VISA

Πιστωτική Κάρτα «ELECTRON» VISA

Πιστωτική Κάρτα «SILVERSTAR» VISA

Πιστωτική Κάρτα «GOLDSTAR» VISA

Πιστωτική Κάρτα «SILVERMAST» MASTERCARD

Πιστωτική Κάρτα «GOLDMAST» MASTERCARD

Φοιτητική Πιστωτική Κάρτα «ELECTRON»

Πιστωτική Κάρτα «ABG TELEPASSPORT» VISA SILVER

Πιστωτική Κάρτα «ABG TELEPASSPORT» VISA GOLD

(5) *Emporiki Bank*

Εμποροκάρτα

Emporiki Bank Visa

Emporiki Bank Visa Gold

Emporiki Bank Visa Electron

Emporiki Bank Visa Business

Emporiki Bank MasterCard

ANT1 VISA

(6) *ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ*

Πειραιώς Visa Classic

Πειραιώς Visa Gold

Πειραιώς University

Visawinlife Visa

Πειραιώς Visa Electron

Πειραιώς Mastercard

Champions Card Master

CardMiles & More Master

Card Miles & More Master

Card GoldPanathinaikos FC Visa Classic

Panathinaikos FC Visa Gold

(7) *TAXYΔΡΟΜΙΚΟ ΤΑΜΙΕΥΤΗΡΙΟ*

Πιστωτική T.T. VISA

Πιστωτική Philatelic VISA

Μεταφορά υπολοίπου

(8) *GENIKI Bank*

GENIKI VISA Electron Νέων

GENIKI VISA / GENIKI VISA Electron

GENIKI VISA Gold

GENIKI MasterCard

CASH 365 Maestro

(9) ΕΓΝΑΤΙΑ

VIACARD VISA

Classic

Gold

Electron

CO-BRANDED

- TOP CAR VISA

- NISSAN COSMOS VISA

- PEUGEOT VISA

- PAZAROPOULOS VISA

- INTERNATIONAL LIFE VISA

- ΙΝΤΕΡΣΑΛΟΝΙΚΑ VISA

- ΠΑΠΙΣΤΑΣ VISA

- TEOROCHE VISA

(10) ΤΡΑΠΕΖΑ ΑΤΤΙΚΗΣ

Attica Card Visa

Attica Card Electron Visa

Technocard Visa

Attica gift CARD VISA

(11) ΛΑΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ

Popular Card Visa

Popular Card Visa Electron

Popular Card Visa Gold

Popular Card Visa Business

(12) ASPIS BANK

Πρόγραμμα Μεταφοράς Υπολοίπου Πιστωτικών Καρτών

Aspis College Visa! Η κάρτα για τις σπουδές!

Aspis Bank Electron Visa, η ευέλικτη πιστωτική κάρτα

Aspis Bank Visa, η ευέλικτη πιστωτική κάρτα

Aspis Equestrian Visa μια για πάντα πολυνίκης σε κάθε συναλλαγή σας

Aspis Bank - Debit Visa

(13) HSBC

Visa Classic

Visa Gold

Home & Away

(14) NOVABANK

Visa Classic

Visa Gold

MasterCard Standard

MasterCard Gold

Platinum MasterCard

ΣΑΚΑ Visa

Business Visa

Visa University

(15) PROBANK

PROBANK VISA ELECTRON

PROBANK VISA SILVERP

ROBANK VISA GOLD

PROBANK VISA PLATINUM

PROBANK VISA BUSINESS

(16) ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ

HELLENIC BANK VISA

- Χρυσή (Privileged Card)
- Κλασσική (HELLENICARD)

(17) Omega Bank

Co-branded Cards

- MasterCard
- VISA

Πίνακας 1

Πιστωτικές κάρτες και επιτόκια

ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΚΑΡΤΕΣ - ΕΠΙΤΟΚΙΑ	
ΤΡΑΠΕΖΑ	επιτόκιο
ΑΕΓΕΑΝ ΒΑΛΤΙΚ ΒΑΝΚ Α.Ε.	
ΑΛΦΑ ΤΡΑΠΕΖΑ Α.Ε.	Visa 16,50%
ΑΣΠΙΣ ΒΑΝΚ ΑΝΩΝΥΜΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ	15,50%
ΣΕΤΕΛΕΜ	16,50%
CITIBANK INTERNATIONAL PLC	16,75% Visa, Mastercard
EFG EUROBANK ERGASIAS	16,45% (ΕΚΤ, 0-2%)
F.B.V. ΠΡΩΤΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ	-
HSBC BANK PLC	6,90%
MARFIN BANK A.E.	7,25%-10,75%
MILLENIUM BANK A.E.	17,00%
PROBANK A.E.	16,50%
ΠΡΟΤΟΝ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ Α.Ε.	-
ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ	14,95%
ΓΕΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.	15,9% (ΕΚΤ, 0-2%)
ΕΙΓΝΑΤΙΑ ΤΡΑΠΕΖΑ Α.Ε.	16,50%
ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.	16,30%
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΔΗΜΟΣΙΑ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΛΤΔ	14,90%
ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.	16,00% ή Εμποροκάρτα 14,50%
ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.	-
ΛΑΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ (ΕΛΛΑΣ) ΑΕ	14,10%
ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΑ ΤΡΑΠΕΖΑ Α.Ε.	15,40%
ΤΑΧΥΔΡΟΜΙΚΟ ΤΑΜΕΥΤΗΡΙΟ	9,00%
ΤΡΑΠΕΖΑ ΑΤΤΙΚΗΣ Α.Ε.	15,90%
ΤΡΑΠΕΖΑ ΚΥΠΡΟΥ ΔΗΜΟΣΙΑ ΕΤΑΙΡΕΙΑ LTD	15,60%
ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ Α.Ε.	16,20% (μείωση κατά 1% μετά από έξι μήνες συνεχούς αποπληρωμής)
ΩΜΕΓΑ ΤΡΑΠΕΖΑ Α.Ε.	15,50%

Πίνακας 2
Πιστωτικές κάρτες και έξοδα

ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΚΑΡΤΕΣ - ΕΞΟΔΑ				
ΤΡΑΠΕΖΑ	ετήσια συνδρομή	ανάληψη μετρητών (cash advance) μέσω του δικτύου:		
		της τράπεζας	άλλων τραπεζών στην Ελλάδα-Ε.Ε.	άλλων τραπεζών σε τρίτες χώρες
ΑEGEAN BALTIC BANK A.E.	-	-	-	-
ALPHA ΤΡΑΠΕΖΑ Α.Ε.	Visa €24	0	Visa: €2-€25	Visa: \$2,25/ συναλλαγή
AMERICAN BANK OF ALBANIA	-	-	-	-
AMERICAN EXPRESS BANK, I.B.C.	-	-	-	-
ASPIS BANK ΑΝΩΝΥΜΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ	€ 30	€ 3	€ 5	€ 5
BANK SADERAT IRAN	-	-	-	-
BNP PARIBAS	-	-	-	-
BAYERISCHE HYPO UND VEREINSBANK AG	-	-	-	-
CETELEM	€ 20	-	€ 3	-
CITIBANK INTERNATIONAL PLC	€ 35,22	€ 3,52	€ 5	€ 5
EFG EUROBANK ERGASIAS	€ 29,35	€3 - €25	€3 - €25	€3 - €25 Έξοδα επεξεργασίας 1,25% επί του ποσού συναλλαγής σε συναλλαγμα (εκτός ευρωζώνης)
F.B.B. ΠΡΩΤΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ	-	-	-	-
FIDIS BANK G.m.b.H.	-	-	-	-
F.C.E. BANK PLC	-	-	-	-
GMAC BANK	-	-	-	-
HSBC BANK PLC	€ 30	0	€ 1,25	\$1 - \$1,35
INSTITUTO BANCARIO SAN PAOLO DI TORINO SPA	-	-	-	-
MARFIN BANK A.E.	-	-	-	-
NOVABANK A.E.	€ 41	€4-€12	€4-€12	€4-€12 συν 2% επί του ποσού συναλλαγής ή ανάληψης μετρητών
PROBANK A.E.	0	0	€ 3,50	€ 3,50
PROTON ΕΠΙΕΝΔΥΤΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ Α.Ε.	-	-	-	-
SOCIETE GENERALE BANK AND TRUST	-	-	-	-

THE ROYAL BANK OF SCOTLAND PLC	-	-	-	-
UNION DE CREDITOS INMOBILIARIOS S.A.	-	-	-	-
VOLKSWAGEN BANK GmbH	-	-	-	-
ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ	€26,41	€1,50 έως €2,50	€2 έως €3	€2 έως €3
ΓΕΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.	€ 35	€ 3	€ 3	€ 3
ΕΓΝΑΤΙΑ ΤΡΑΠΕΖΑ Α.Ε.	€ 26,41	€ 4,30	€ 4,30	€ 4,30
ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.	€ 29	€3 - €20	€5 - €20	€5-€20
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΔΗΜΟΣΙΑ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΛΤΔ	€ 20	0	€ 5	€ 5
ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.	€ 26	€5 - €26	€5 - €26	€5 - €26
ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.	-	-	-	-
ΛΑΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ (ΕΛΛΑΣ) ΑΕ	€ 25	€ 5	€ 5	€4,5+1,5%/Συν.
ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΑ ΤΡΑΠΕΖΑ Α.Ε.	€ 22	-	€ 2 - € 20	€ 2 - € 20
ΤΑΧΥΔΡΟΜΙΚΟ ΤΑΜΙΕΥΤΗΡΙΟ	€25	€3-25	€3-25	€3-25
ΤΡΑΠΕΖΑ ΑΤΤΙΚΗΣ Α.Ε.	€ 26	€ 1,50	€ 3,25	\$ 3,50
ΤΡΑΠΕΖΑ ΚΥΠΡΟΥ ΔΗΜΟΣΙΑ ΕΤΑΙΡΕΙΑ LTD	€ 20	€ 2,75 έως €15	€ 2,75 έως €15	€ 2,75 έως €15
ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ Α.Ε.	€ 27	€ 3	€ 5	€ 5
ΩΜΕΓΑ ΤΡΑΠΕΖΑ Α.Ε.	€ 30	€ 0	€ 5	€ 5

2.8. Πιστωτική κάρτα

Πιστωτικές κάρτες (credit cards) είναι οι κάρτες που παρέχουν στον κάτοχο τους την πιστωτική δύναμη μέχρι ενός ορίου. Η πιστωτική και τραπεζική κάρτα, είναι μια κάρτα που δίνει την δυνατότητα αγορών, αγαθών και υπηρεσιών από εκατομμύρια επιχειρήσεις στην Ελλάδα και στο εξωτερικό ενώ η εξόφληση τους πραγματοποιείται με άτοκες δόσεις. Επίσης, στο κάτοχο της πιστωτικής κάρτας παρέχεται η δυνατότητα τραπεζικών συναλλαγών 24 ώρες το 24/ωρο όλες τις ημέρες του έτους μέσω των ATM' s της τράπεζης αλλά και του πανελλαδικού δικτύου ΔΙΑΣ. Επιπλέον η κάρτα παρέχει δωρεάν πρόγραμμα ταξιδιωτικής ασφάλισης και βοήθειας όπου και αν βρίσκεται ο κάτοχος της visa.

Το ποσό των συναλλαγών που γίνονται από τον κάτοχο μιας τέτοιας κάρτας θα πρέπει να αποπληρωθεί στην τράπεζα που την εκδίδει είτε ολόκληρο μέσα σε διάστημα 30-45 ημερών είτε σε έντοκες μηνιαίες δόσεις και εδώ βρίσκεται το κύριο πλεονέκτημα των πιστωτικών καρτών. Η έκδοση τέτοιων καρτών δεν προϋποθέτει ύπαρξη λογαριασμού του κατόχου στην τράπεζα εκ-

δοσης της κάρτας. Οι πιστωτικές κάρτες εκδίδονται είτε για χρήση στο εξωτερικό, είτε για χρήση στο εσωτερικό ή και για τα δύο. Οι πιστωτικές κάρτες εξωτερικού δίνουν το δικαίωμα στον κάτοχο τους να πραγματοποιήσει έξοδα στο εξωτερικό με δυνατότητες αποπληρωμής σε Ευρώ. Βέβαια, οι κάρτες αυτές απαιτούν υψηλή ετήσια συνδρομή.

Στην Ελλάδα, σήμερα, όλες σχεδόν οι τράπεζες εκδίδουν πιστωτικές κάρτες, οι πιο γνωστές από τις οποίες είναι της Εθνικής Τράπεζας, της Alpha, της Πειραιώς και της Αγροτικής Τράπεζας και όλες συνεργάζονται με τους δύο μεγάλους οργανισμούς έκδοσης πιστωτικών καρτών, τη Visa και τη Mastercard. Συγχρόνως, κυκλοφορούν και οι κλασσικές κάρτες Diners, American Express κ.τ.λ.. Όλες οι τράπεζες εκδίδουν κάρτες που, στη πλειοψηφία τους, καλύπτουν όλο το εύρος της αγοράς (απλές πιστωτικές κάρτες, κάρτες διευκόλυνσης και επαγγελματικές κάρτες για υψηλόβαθμα στελέχη).

Στον πίνακα 3, παρουσιάζονται μερικές από τις πιστωτικές κάρτες, ανά τράπεζα που κυκλοφορούσαν στην Ελλάδα το 2001 με τα ποσά συνδρομής σε δραχμές (με την εισαγωγή του Ευρώ έχουν γίνει οι ανάλογες στρογγυλοποιήσεις) και τα επιτόκια. Λόγω, βέβαια, του έντονου ανταγωνισμού οι συνδρομές και τα επιτόκια αλλάζουν και νέες κάρτες εμφανίζονται κάθε τόσο. Για παράδειγμα το επιτόκιο της Visa της Εθνικής, όπως φαίνεται στον πίνακα, είναι 15,5% το 2001, ενώ λίγο πριν το 1996 το ίδιο επιτόκιο ήταν 29%. Πρόκειται δηλαδή για μεγάλη μείωση που πραγματοποιήθηκε μέσα σε πέντε περίπου χρόνια. Ανάλογη πορεία είχαν και τα επιτόκια και πολλών άλλων τραπεζών. Υπάρχει μεγάλη ποικιλία πιστωτικών καρτών που προσφέρει η κάθε τράπεζα ανάλογα με το τμήμα της αγοράς στο οποίο απευθύνεται και τη διαφορετική τιμολογιακή πολιτική σε επίπεδο επιτοκίων και συνδρομής. Για παράδειγμα πάνω από δέκα κάρτες προσφέρουν η Εγνατία, η εμπορική, η Γενική, η Eurobank, η Alpha και η Πειραιώς. Στον πίνακα 3 παρουσιάζονται, ενδεικτικά, κάποιες μόνο από αυτές. Παρατηρούμε πως οι περισσότερες τράπεζες εκδίδουν κάρτες και Visa και Mastercard, καθώς και εταιρικές και, τα τελευταία χρόνια, πολλές co-branded cards (π.χ. Εικόνα Ηχος Visa, από την Εγνατία, Audi Visa από την Εμπορική κτλ.). Επίσης, συναντούμε το διαχωρισμό Silver/Gold ή Classic/Gold. Οι μεν πρώτες απευθύνονται σε άτομα με χαμηλότερο εισόδημα και έχουν μικρότερη συνδρομή αλλά και μικρότερο πιστωτικό όριο, ενώ οι δεύτερες είναι κάρτες για άτομα με υψηλότερο εισόδημα και ανάλογο είναι και το πιστωτικό τους όριο.

Η Eurobank εκδίδει εξειδικευμένες κάρτες όπως πιστωτικές κάρτες για φοιτητές. Οι φοιτητές και οι σπουδαστές είναι δυνητικοί καλοί πελάτες για τις τράπεζες.

Υπάρχουν, τέλος οι λεγόμενες Electron cards. Πρόκειται για κάρτες που απευθύνονται μόνο στα νέα τερματικά, τα οποία «δέχονται» κάρτες που ο αριθμός τους δεν είναι πια ανάγλυφος, όπως ισχύει με τις υπόλοιπες, αλλά σε μορφή που να «διαβάζεται» ηλεκτρονικά. Μέσα

στα επόμενα χρόνια, πιθανόν να αποκτήσουν όλες οι κάρτες αυτή τη μορφή, κάτι βέβαια που σημαίνει πως θα πρέπει να αποσυρθούν όλα τα τερματικά στα καταστήματα και οι έμποροι να εφοδιαστούν τα νέα τερματικά

Πίνακας 3

Συγκριτικός πίνακας ποσωτικών καρτών

ΤΡΑΠΕΖΕΣ	ΚΑΡΤΕΣ	ΣΥΝΔΡΟΜΗ	ΕΠΙΤΟΚΙΟ
Εθνική	Mastercard Visa	30,00	15,5%
	ΑΓΑΠΩ ΤΑ ΠΑΙΔΙΑ	30,00	15,5%
	MASTERCARD ΒΙΒΛΙΟΦΙ-	30,00	15,5%
	ΛΙΚΗ (Τοπική*)	15,00	13,17
Αγροτική	ΑΤΕ ΚΑΡΤΑ VISA (τοπική)	12,00	14,9%
	Silverstar Visa	27,00	14,9%
	Goldstar Visa	50,00	14,9%
	Silverstar Visa Business	30,00	14,9%
	Goldmast Mastercard	50,00	14,9%
	Silvermast Mastercard	27,00	14,9%
Εμπορική	Εμποροκάρτα (τοπική)	12,00	13%
	Εμποροκάρτα Visa Εμπορο-	24,00	15%
	κάρτα Business Visa Audi	35,00	-
	visa	30,00	14,5%
	Antenna Visa	30,00	15%
	Scoda visa	30,00	14,5%
	Εμποροκάρτα Mastercard	24,00	15%
Alpha Bank	Alphabank Visa	30,00	15%
	Alphabank Visa Εταιρική	24,00	15%
	Alphabank Mastercard	24,00	15%
	American Express	35,00	14,25
	Αργύρη Αθήνα 2004 Visa Κα-	35,00	14%
	λογήρου Silver	24,00	15%
	BMW American Express Card	35,00	15%

Πειραιώς	Πειραιώς visa classic	24,00	15,5%
	Πειραιώς visa Gold Πειραιώς visa εταιρική Πειραιώς Mastercard	60,00	-
	Macedonia Trade Card	30,00	15,5%
	Anna Riska Visa Παναθηναϊκός visa Κοτσόβολος visa	24,00	15,5%
		24,00	15,5%
		30,00	15,5%
		45,00	15,5%
Αττικής	Attica card Visa	30,00	15,5%
	Attica card Visa Gold	45,00	15,5%
	Technocard visa	30,00	15,5%
Nova	Novabank Visa	27,00	16,1%
	Novabank Mastercard	56,00	15,8%
	Interamerican Visa	27,00	14,2%
Aspis	Novabank Visa	30,00	16,8%
	Novabank Mastercard	Δωρεάν	16,8%
	Interamerican Visa	30,00	16,8%
Aspis	Aspis Bank visa	30,00	16%
	AspisCollege visa	15,00	13%
	Aspis Electron visa	30,00	16%

Eurobank	Eurobank visa	30,00	16,8%
	WWF Eurobank visa	30,00	16,8%
	Eurobank visa Gold	75,00	15,9%
	Eurobank Mastercard	30,00	16,8%
	Alico visa/ Electron	30,00	16,8%
	Cosmote visa Electron	20,00	16,8%
	Mazda visa 30	30,00	16,8%
	Συγκάρης visa Electron	30,00	16,8%
	Studio Costa Boda Ilium Visa	30,00	16,8%
Citibank	Citibank Visa Classic	35,00	16,8%
	Citibank Visa Gold	60,00	16,8%
	Citibank Mastercard	35,00	16,8%
	Citibank visa Vodafone	35,00	16,8%
	Citibank visa Vodafone	20,00	16,8%
	University		

Κύπρου	Κύπρου Visa	20,00	29%
	Κύπρου Visa Gold Κύπρου	55,00	29%
	Visa Business	45,00	29%
Γενική	Fivestar Visa	27,00	16%
	Fivestar Visa Business card	60,00	-
Abn Amro	ABN Amro Visa	20,00	16,5%
	ABN Amro Visa Gold	45,00	16,5%
Λαϊκή	Popular Card visa	24,00	13%
	Popular Card visa Gold	50,00	12,5%
	Popular Card visa Business	30,00	
Barclay's	Barclaycard visa	30,00	16,3%
Diner's	Diner's	65,00	10,75%
	Diner's Domestic	35,00	10,75%
	Diner's V.I.P Diner's	50,00	
	Club Panafon	65,00	10,75%
ING	N-N visa classic	30,00	16,8%
	N-N visa Gold	60,00	16,8%
	N-N visa Electron	Δωρεάν	13,5%

Θα λέγαμε λοιπόν ότι η πιστωτική κάρτα είναι μια κυλιόμενη πίστωση (δάνειο διάρκειας) που παρέχεται σε ιδιώτες. Το ύψος της συγκεκριμένης πίστωσης καθορίζεται από την εταιρία ανάλογα με την πιστοληπτική ικανότητα του αιτούντος.

Η πιστωτική κάρτα καλύπτει πάγιες και έκτακτες οικονομικές ανάγκες των καταναλωτών:

- Αγορές σε καταστήματα (εμπορικά, super markets, κ.λ.π.)
- Παροχές υπηρεσιών (ξενοδοχεία, λογαριασμούς υπηρεσιών, εισιτήρια, συνδρομές, ενοικιάσεις κ.α.)
- Αναλήψεις μετρητών
- Αγορές μέσω τηλεφώνου/internet (χωρίς την φυσική παρουσία κατόχου)

Η πιστωτική ιδιότητα της κάρτας, παραμένει το σημαντικότερο προνόμιο που προσφέρει η κάρτα εφόσον δίνει τη δυνατότητα να την χρησιμοποιεί ο κάτοχος όπου υπάρχει το σήμα της VISA ή το δίκτυο των τερματικών (points of sales). Δίνοντας την κάρτα του μπορεί να κάνει τις

αγορές του πληρώνοντας σε άτοκες μηνιαίες δόσεις οι οποίες αφαιρούνται από τον λογαριασμό του. Το πιστωτικό όριο της κάρτας μπορεί να φτάσει το 3.000 ευρώ ανάλογα βέβαια με τις προσωπικές καταθέσεις και τα όρια του καθενός, γεγονός που δίνει στην κάρτα αγοραστική δύναμη που ανταποκρίνεται στην οικονομική επιφάνεια του καθενός, γεγονός που δίνει στην κάρτα αγοραστική δύναμη που ανταποκρίνεται στην οικονομική επιφάνεια του καθενός.

Επιπλέον, ο κάτοχος της κάρτας έχει τη δυνατότητα να προγραμματίζει τα έξοδα του και να πληρώνει με άνεση ανάλογα με τις ανάγκες του και τα εισοδήματά του. Κατ' αυτό τον τρόπο μπορεί να εξοφλήσει άτοκα ολόκληρο το υπόλοιπο του λογαριασμού του ή να χρησιμοποιήσει τις έντοκες μηνιαίες δόσεις με χαμηλό επιτόκιο για τμηματική εξόφληση.

Άλλο ένα χαρακτηριστικό της πιστωτικής κάρτας είναι, όπως ήδη έχουμε αναφέρει, ότι είναι διαθέσιμη κάθε στιγμή, κάθε μέρα για κάθε είδους συναλλαγή. Αυτή η δυνατότητα βέβαια, παρέχεται από τη στιγμή που η πιστωτική κάρτα συνδεθεί με τους λογαριασμούς καταθέσεων στην τράπεζα και γίνει μια κάρτα πολλαπλών χρήσεων. Σε αυτή την περίπτωση ο κάτοχος θα μπορεί να πραγματοποιεί αναλήψεις, καταθέσεις μετρητών και επιταγών, εξόφληση της δόσης ή του υπολοίπου της κάρτας, μεταφορά ποσών από λογαριασμό σε λογαριασμό και ενημέρωση για το υπόλοιπο των λογαριασμών ή της κάρτας. Ο πελάτης μπορεί να εξυπηρετηθεί ανέξοδα από τα μηχανήματα αυτόματης εξυπηρέτησης της τράπεζας ή με μια μικρή επιβάρυνση από τα ATM's του διατραπεζικού δικτύου ΔΙΑΣ. Επίσης μέσω των ATM's μπορεί να πάρει από την πιστωτική του κάρτα μετρητά μέχρι και 1.000 ευρώ για την κάλυψη μικροεξόδων ή εκτάκτων αναγκών.

Σε ότι αφορά την μηνιαία εξόφληση του λογαριασμού, αυτή μπορεί να πραγματοποιηθεί με τους εξής τρόπους:

- Πληρωμή της μηνιαίας δόσης ή και μεγαλύτερου ποσού στα ATM's 24 ώρες το 24/ωρο, με μεταφορά από λογαριασμό καταθέσεων, ή με μετρητά.
- Πάγια εντολή για αυτόματη πληρωμή του ποσού της δόσης με χρέωση του λογαριασμού καταθέσεων.
- Αποστολή ταχυδρομικής ή τραπεζικής επιταγής με συστημένη επιστολή, στη διεύθυνση έκδοσης της κάρτας.

Η απόκτηση πιστωτικής κάρτας μπορεί να πραγματοποιηθεί με την συμπλήρωση μιας αίτησης που θα κατατεθεί στο τραπεζικό κατάστημα της αρμοσύνης του ενδιαφερόμενου μαζί με την αστυνομική του ταυτότητα και το τελευταίο εκκαθαριστικό σημείωμα της εφορίας. Στην περίπτωση που η αίτηση εγκριθεί, η κάρτα θα παραδοθεί σε σύντομο χρονικό διάστημα από το κατάστημα που υπέβαλλε ο ενδιαφερόμενος τα δικαιολογητικά. Παράλληλα, θα ταχυδρομηθεί ο ειδικός φάκελος που περιέχει τον προσωπικό αριθμό ασφαλείας (PIN) για την χρήση της κάρ-

τας στα ΑΤΜ's. Ο κάτοχος επωφελείται των χαμηλών επιτοκίων που προσφέρει αλλά και της χαμηλής ετήσιας συνδρομής της. Και φυσικά χρησιμοποιώντας την κάρτα κερδίζει πολλαπλά προνόμια από προσφορές σε συνεργασία με επιλεγμένα καταστήματα, ειδικές εκπτώσεις, καθώς και συμμετοχή σε διαγωνισμούς που κληρώνουν πλούσια δώρα για τους κατόχους της, γεγονός που καθιστά την VISA ακόμα πιο ενδιαφέρουσα και φιλική για τους κατόχους της.

Πίνακας 4

Πιστωτικές κάρτες και επιτόκια εισαγωγικό και μεταφοράς-πιστωτικό όριο

Πιστωτική Κάρτα	Τράπεζα	Τύπος	Επιτόκιο	Εισαγωγικό	Μεταφοράς	Πιστωτικό Όριο	Σχόλια
Visa Gold	Τ. Ταμιευτήριο	VISA	9	OXI	6	0€	
VISA Classic	Τ. Ταμιευτήριο	VISA	9	OXI	6	0€	
PHILATELIC VISA	Τ. Ταμιευτήριο	VISA	9.6	ΑΓΝΩΣΤΟ	6	0€	
PLATINUM MASTERCARD	ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.	MASTERCARD	11.75	OXI --	0	0€	
AMERICAN EXPRESS GREEN CARD	Alpha Bank	AMERICAN EXPRESS	12.25	OXI	0	0€	
College Visa	Aspis Bank	VISA	12.5	ΑΓΝΩΣΤΟ	0	0€	
Citibank Platinum Visa	Citibank	VISA	12.8	ΑΓΝΩΣΤΟ	0	0€	
NOVABANK MASTERCARD PLATINUM	Millennium bank	MASTERCARD	13	OXI	1	0€	
Co Branded NOKIA Visa Electron	Τράπεζα Κύπρου	VISA	13.5	OXI	0	0€	δώρα η συνδρομή του 1ου χρόνου
POPULAR CARD VISA GOLD	Λαϊκή Τράπεζα	VISA	13.6	ΑΓΝΩΣΤΟ	0	0€	
HELLENIC BANK VISA	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΔΗΜΟΣΙΑ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΛΤΔ	VISA	13.9	OXI	5.5	0€	
PROBANK VISA PLATINUM	Probank	VISA	14	ΑΓΝΩΣΤΟ	8.5	0€	
ANTENNA VISA	Εμπορική Τράπεζα	VISA	14	OXI	0	0€	
POPULAR CARD VISA Classic - Electron	Λαϊκή Τράπεζα	VISA	14.1	ΑΓΝΩΣΤΟ	0	0€	
ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ GOLD VISA	Αγροτική Τράπεζα	VISA	14.25	ΑΓΝΩΣΤΟ	0	25000€	
ΠΕΙΡΑΙΩΣ VISA	Τράπεζα	VISA	14.25	ΑΓΝΩΣΤΟ	0	25000€	

GOLD	Πειραιώς						
ASPIS BANK GOLD VISA	Aspis Bank	VISA	14.5	ΑΓΝΩΣΤΟ	0	0€	
Basic Citibank MasterCard	Citibank	MASTERCARD	14.5	ΑΓΝΩΣΤΟ	0	0€	14,50%* εάν οι συναλλαγές είναι >900€ ετησίως. Σε άλλη περίπτωση 16,50%*.
ATE GOLDSTAR VISA	Αγροτική Τράπεζα	VISA	14.75	ΑΓΝΩΣΤΟ	8.5	5870€	
ATE SILVERSTAR VISA	Αγροτική Τράπεζα	VISA	14.75	ΑΓΝΩΣΤΟ	8.5	2935€	
ATE KAPTA VISA	Αγροτική Τράπεζα	VISA	14.75	ΑΓΝΩΣΤΟ	8.5	1760€	
SILVERSMAS MASTERCARD	Αγροτική Τράπεζα	MASTERCARD	14.75	ΑΓΝΩΣΤΟ	8.5	2935€	
COLDMAST MASTERCARD	Αγροτική Τράπεζα	MASTERCARD	14.75	OXI	8.5	4695€	
ΠΕΙΡΑΙΩΣ MASTERCARD	Τράπεζα Πειραιώς	MASTERCARD	14.75	OXI	0	15000€	
TOP CAR VISA	Εγνατία Τράπεζα	VISA	14.75	ΑΓΝΩΣΤΟ	0	0€	
PEUGEOT VISA	Εγνατία Τράπεζα	VISA	14.75	ΑΓΝΩΣΤΟ	0	0€	
NISSAN COSMOS VISA	Εγνατία Τράπεζα	VISA	14.75	ΑΓΝΩΣΤΟ	0	0€	
CHEVROLET VISA	Εγνατία Τράπεζα	VISA	14.75	ΑΓΝΩΣΤΟ	0	0€	
ΕΘΝΟΚΑΡΤΑ GOLD MASTERCARD	ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.	MASTERCARD	14.75	OXI	0	0€	
ΕΜΠΟΡΟΚΑΡΤΑ MASTERCARD	Εμπορική Τράπεζα	MASTERCARD	14.75	ΝΑΙ	0	0€	
DINERS	Citibank	DINERS	14.8	ΑΓΝΩΣΤΟ	0	0€	14,80% με ελάχιστη καταβολή 5% του εκάστοτε υπολοίπου και 16,80% για ανάληψη μετρητών
DINERS CLUB VODAFONE	Citibank	DINERS	14.8	ΑΓΝΩΣΤΟ	0	0€	14,80% με ελάχιστη καταβολή 5% του εκάστοτε υπολοίπου και 16,80% για ανάληψη μετρητών
HELLENIC BANK VISA CLASSIC	ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.	VISA	14.9	OXI	5.5	0€	
AMERICAN EXPRESS	Alpha Bank	AMERICAN	15	ΝΑΙ	8	0€	

ΠΙΣΤΩΤΙΚΗ		EXPRESS					
BMW - AMERICAN EXPRESS CARD	Alpha Bank	AMERICAN EXPRESS	15	ΝΑΙ	0	0€	
Κύπρου Visa Gold	Τράπεζα Κύπρου	VISA	15	ΑΓΝΩΣΤΟ	4.9	0€	8,5% για αγορές, τον πρώτο χρόνο (τρέχον 15%). Δώρο η μισή συνδρομή του 1ου χρόνου
Κύπρου Visa Gold MediEXCLUSIVE	Τράπεζα Κύπρου	VISA	15	ΟΧΙ	0	0€	δώρο η συνδρομή του 1ου χρόνου και των μετέπειτα βάσει προγράμματος
INTERNATIONAL LIFE VISA	Εγνατία Τράπεζα	VISA	15	ΑΓΝΩΣΤΟ	0	0€	
ΧΡΥΣΗ ΑΘΗΝΑ 2004 VISA	Alpha Bank	VISA	15.25	ΟΧΙ	0	0€	
Olympiakos Citibank Student Visa	Citibank	VISA	15.3	ΑΓΝΩΣΤΟ	0	0€	
ΕΘΝΟΚΑΡΤΑ MASTERCARD	ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.	MASTERCARD	15.3	ΟΧΙ	0	0€	
Κύπρου MasterCard Standard	Τράπεζα Κύπρου	MASTERCARD	15.35	ΑΓΝΩΣΤΟ	4.9	0€	
VISA CLASSIC	Εμπορική Τράπεζα	VISA	15.42	ΑΓΝΩΣΤΟ	0	4000€	
ASPIS BANK VISA	Aspis Bank	VISA	15.5	ΑΓΝΩΣΤΟ	0	0€	
ASPIS BANK VISA ELECTRON	Aspis Bank	VISA	15.5	ΟΧΙ	0	0€	
CITIBANK MASTERCARD GOLD	Citibank	MASTERCARD	15.5	ΝΑΙ	0	0€	
Gold	Citibank	VISA	15.5	ΑΓΝΩΣΤΟ	0	0€	
Gold Vodafone	Citibank	VISA	15.5	ΑΓΝΩΣΤΟ	0	0€	
Olympiakos Citibank Visa Gold	Citibank	VISA	15.5	ΑΓΝΩΣΤΟ	0	0€	
ΠΑΟΚ MasterCard Gold	Citibank	MASTERCARD	15.5	ΑΓΝΩΣΤΟ	0	0€	
EUROBANK VISA GOLD	EFG Eurobank	VISA	15.5	ΟΧΙ	0	0€	
VIACARD VISA GOLD	Εγνατία Τράπεζα	VISA	15.5	ΑΓΝΩΣΤΟ	0	0€	
Olympiakos Citibank Visa Silver	Citibank	VISA	15.8	ΑΓΝΩΣΤΟ	0	0€	
ΠΑΟΚ MasterCard	Citibank	MASTERCARD	15.8	ΑΓΝΩΣΤΟ	0	0€	
GENIKI MASTERCARD	Geniki Bank	MASTERCARD	15.9	ΑΓΝΩΣΤΟ	5	0€	Υπάρχει δυνατότητα μείωσης επιτοκίου κατά

0,5 ποσοστιαίες μονάδες με 5 αγορές το μήνα και μπορεί να φτάσει έως και 3,5% λιγότερο (μείωση επιτοκίου κατά 0,5% για 7 συνεχόμενους μήνες με 5 αγορές/ μήνα)

GENIKI VISA GOLD	Geniki Bank	VISA	15.9	OXI	5	0€
GENIKI VISA	Geniki Bank	VISA	15.9	ΑΓΝΩΣΤΟ	0	0€
AMERICAN EXPRESS GOLD CARD	Alpha Bank	AMERICAN EXPRESS	16.25	OXI	0	0€
NOVA MASTERCARD CLASSIC	Millennium bank	MASTERCARD	16.25	ΝΑΙ	1	0€
NOVA MASTERCARD GOLD	Millennium bank	MASTERCARD	16.25	ΝΑΙ	1	0€
VISA	Proton Επενδυτική Τράπεζα Α.Ε.	VISA	16.25	ΑΓΝΩΣΤΟ	0	0€
Proton Mastercard	Proton Επενδυτική Τράπεζα Α.Ε.	MASTERCARD	16.25	ΑΓΝΩΣΤΟ	0	0€
EUROBANK VISA Business	EFG Eurobank	VISA	16.3	OXI	0	0€
PLATINUM EUROBANK MASTERCARD	EFG Eurobank	MASTERCARD	16.45	OXI	0	0€
EUROBANK MASTERCARD	EFG Eurobank	MASTERCARD	16.45	OXI	0	0€
Eurobank Visa Classic	EFG Eurobank	VISA	16.45	OXI	0	0€
ALPHA BANK MASTERCARD	Alpha Bank	MASTERCARD	16.5	OXI	0	0€
BLUE	Alpha Bank	AMERICAN EXPRESS	16.5	OXI	0	0€
CITIBANK MASTERCARD	Citibank	MASTERCARD	16.5	OXI	0	0€
Silver	Citibank	VISA	16.5	ΑΓΝΩΣΤΟ	0	0€
Silver Vodafone	Citibank	VISA	16.5	ΑΓΝΩΣΤΟ	0	0€
Φοιτητική Citibank Visa	Citibank	VISA	16.5	ΑΓΝΩΣΤΟ	0	0€
Φοιτητική Citibank Visa Vodafone	Citibank	VISA	16.5	ΑΓΝΩΣΤΟ	0	0€
VIACARD VISA Classic	Εγνατία Τράπεζα	VISA	16.5	ΑΓΝΩΣΤΟ	0	0€
VIACARD VISA BUSINESS	Εγνατία Τράπεζα	VISA	16.5	ΑΓΝΩΣΤΟ	0	0€

PAZAROPOULOS VISA	Εγνατία Τράπεζα	VISA	16.5	ΑΓΝΩΣΤΟ	0	0€
INTERSALONICA VISA CLASSIC/ELECTRON	Εγνατία Τράπεζα	VISA	16.5	ΑΓΝΩΣΤΟ	0	0€
PET CITY VISA	Εγνατία Τράπεζα	VISA	16.5	ΑΓΝΩΣΤΟ	0	0€
INTERAMERICAN MASTERCARD CLASSIC	Millennium bank	MASTERCARD	16.85	ΑΓΝΩΣΤΟ	0	0€

2.9. Χρεωστική κάρτα

Η cashcard, όπως άλλωστε το λέει και το όνομα της, είναι μια χρεωστική κάρτα που δίνει την δυνατότητα στον δικαιούχο να κάνει αγορές αγαθών και υπηρεσιών με απευθείας χρέωση του τραπεζικού του λογαριασμού του. Επίσης, ο δικαιούχος μπορεί να πραγματοποιεί κάθε τραπεζική συναλλαγή 24 ώρες το 24/ωρο, όλες τις ημέρες του έτους από τα μηχανήματα αυτόματης εξυπηρέτησης της τράπεζας (ATM's) σε όλη την Ελλάδα ή μέσω των ATM's του πανελλαδικού δικτύου των τραπεζών που συμμετέχουν στο διατραπεζικό σύστημα πληρωμών ΔΙΑΣ.

Όπου και αν βρίσκεται, επομένως, ο κάτοχος της κάρτας μπορεί να κάνει τις συναλλαγές του έχοντας απλά την κάρτα του και τον κωδικό του (PIN).

Εάν πραγματοποιήσει τις συναλλαγές του από το δίκτυο της τράπεζας του, έχει τα εξής προνόμια χωρίς καμία επιβάρυνση:

- Αναλήψεις μετρητών μέχρι 1.200 ευρώ κάθε μέρα από οποιονδήποτε λογαριασμό του στην τράπεζα που είναι συνδεδεμένος με την κάρτα του.
- Καταθέσεις μετρητών και επιταγών
- Μεταφορά χρημάτων από λογαριασμό σε λογαριασμό
- Ενημέρωση για το υπόλοιπο του λογαριασμού του (μέχρι 10 τελευταίες συναλλαγές)
- Αποδείξεις για κάθε συναλλαγή, όπου αναγράφονται η ημερομηνία, η ώρα, το είδος και το ποσό της συναλλαγής.

Εάν χρειαστεί να χρησιμοποιήσει τα ATM's άλλων τραπεζών συνδεδεμένων με το δίκτυο ΔΙΑΣ προβλέπεται κάποια επιβάρυνση για την χρήση του δικτύου.

Μέσω των ATM's του διατραπεζικού συστήματος ο δικαιούχος μπορεί να κάνει:

- Αναλήψεις μετρητών μέχρι 600 ευρώ κάθε μέρα από οποιονδήποτε λογαριασμό στην τράπεζα που είναι συνδεδεμένος με την κάρτα του.
- Ενημέρωση για το υπόλοιπο των λογαριασμών του
- Αποδείξεις για κάθε συναλλαγή

Η χρεωστική ιδιότητα της κάρτας επιπλέον δίνει την δυνατότητα αγοράς προϊόντων και υπηρεσιών από καταστήματα, ξενοδοχεία, εστιατόρια, όπου υπάρχει αυτοκόλλητο σήμα της cashcard ή το δίκτυο τερματικών (points of sale) που είναι εγκατεστημένα στις επιχειρήσεις και προσφέρουν την δυνατότητα ηλεκτρονικής εγκρίσεως, ηλεκτρονικής καταγραφής των συναλλαγών και συστηματοποιούν τη διαδικασία λογιστικής τακτοποίησης. Το μόνο που χρειάζεται είναι να δώσει ο κάτοχος την κάρτα του να υπογράψει τη διπλότυπη απόδειξη συναλλαγής, που τυπώνει το τερματικό και να κρατήσει το ένα αντίτυπο της απόδειξης για το αρχείο του. Το ποσό που ξοδεύει κάθε φορά αφαιρείται αυτόματα, την ίδια στιγμή από τον λογαριασμό του, χωρίς φυσικά την παραμικρή επιβάρυνση. Η cashcard δεν έχει όριο αγορών αφού κάθε στιγμή όλο το υπόλοιπο του λογαριασμού είναι στη διάθεση του για να το χρησιμοποιήσει όπως θέλει.

Άλλο ένα πλεονέκτημα της cashcard είναι ότι, σε ορισμένες περιπτώσεις τραπεζών, μπορεί να χρησιμοποιηθεί και στο εξωτερικό. Έτσι με μια χρεωστική κάρτα ο δικαιούχος μπορεί να πραγματοποιεί αναλήψεις μετρητών από τον κύριο λογαριασμό του στο τοπικό νόμισμα της χώρας που βρίσκεται γρήγορα και εύκολα από τα ATM's με το διεθνές σήμα «CIRRUS» ή «MAESTRO» σε όλο τον κόσμο.

Με την διεθνή cashcard, πλεονεκτήματα που έχει ο δικαιούχος είναι:

- Πρόσβαση στη διεθνή 24/ωρη τραπεζική εξυπηρέτηση που προσφέρουν τα ATM's με το σήμα «CIRRUS» ή «MAESTRO».
- Μεγαλύτερη ασφάλεια αφού ταξιδεύει χωρίς να μεταφέρει μεγάλα χρηματικά ποσά ή ποσά σε διαφορετικά νομίσματα.
- Κέρδος χρόνου εφόσον δεν χρειάζεται να στέκεται στα γκισέ των τραπεζών για την μετατροπή των χρημάτων σε συνάλλαγμα.
- Δυνατότητα για την αντιμετώπιση έκτακτων ή επείγουσών αναγκών σε οποιοδήποτε μέρος του κόσμου και αν βρεθεί.

Το ημερήσιο όριο συναλλαγών από τα ATM's του εξωτερικού, που ισχύει σήμερα, είναι ισότιμο των 1.200 ευρώ. Για την διευκόλυνση του, ο κάτοχος της cashcard θα πρέπει να φροντίσει να υπάρχει επαρκές υπόλοιπο στον κύριο λογαριασμό του. Επιπλέον τα χρήματα που λαμβάνει εκτός Ελλάδας σε ξένο νόμισμα μετατρέπονται σε δραχμές και χρεώνονται στο λογαριασμό αυτό.

Χρεωστική κάρτα μπορούν να αποκτήσουν όλοι, αρκεί να ανοίξουν έναν λογαριασμό στην τράπεζα της προτίμησής τους και να συμπληρώσουν τη σχετική αίτηση για την απόκτηση της κάρτας χωρίς καμία συνδρομή.

Στην περίπτωση που ο δικαιούχος της cashcard θέλει να την χρησιμοποιήσει και στο εξωτερικό πρέπει να συμπληρώσει την ειδική πάγια αίτηση χορήγησης συναλλάγματος καθώς και το ειδικό δελτίο μετατροπής της κάρτας σε διεθνή.

Ο ενδιαφερόμενος θα παραλάβει την κάρτα του καθώς και τον προσωπικό του αριθμό (PIN) λίγες μέρες μετά την υποβολή της αίτησης, ενώ μπορεί να εκδοθούν παραπάνω από μία κάρτες για όλα τα μέλη της οικογένειας.

Εάν ο ενδιαφερόμενος είναι ήδη κάτοχος άλλων καρτών μπορεί να αποκτήσει την cashcard στον ίδιο λογαριασμό.

Η cashcard είναι μια κάρτα σχεδιασμένη για να καλύπτει όλες τις ανάγκες των κατόχων της κάθε στιγμή προσφέροντας μετρητά από τους λογαριασμούς του όλο το 24/ωρο. Είναι λοιπόν, ευέλικτη, ασφαλής και προσφέρει τις μοναδικές ευκολίες της ηλεκτρονικής εξυπηρέτησης που διαθέτουν τα τραπεζικά καταστήματα χάρη στην πρόοδο του σύγχρονου κόσμου.

2.10. American Express

Η American Express είναι η κάρτα σύμβολο εφόσον αποτελεί το πιο διακεκριμένο προϊόν πλαστικού χρήματος παγκοσμίως. Εκδόθηκε για πρώτη φορά στην Αμερική και οφείλει τα χρώματα της (κυκλοφορεί σε πράσινο και σε χρυσό) στο χρώμα του δολαρίου και του χρυσού. Κάποτε η απόκτηση της απαιτούσε καταθέσεις σε συνάλλαγμα, τώρα πια εκδίδεται και στην Ελλάδα (αποκλειστικά από τον όμιλο της ALPHA ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΠΙΣΤΕΩΣ) πληρωτέα σε ευρώ.

Η American Express είναι η κάρτα που συνδυάζει τα προνόμια όλων των καρτών μαζί, είναι χρεωστική και πιστωτική και χωρίς αμφιβολία αποτελεί το πιο ολοκληρωμένο προϊόν στο είδος της. Μερικά από τα πλεονεκτήματα της απαριθμούνται ως εξής:

1. Δεν έχει όριο αγορών.
2. Στις καθημερινές δαπάνες παρέχει πολλές διευκολύνσεις όπως τη δυνατότητα ειδικής πιστώσεως για μια μεγάλη αγορά το μήνα.
3. Επιπλέον, προσφέρει την δυνατότητα αγορών με άτοκες δόσεις καθώς και άλλες προσφορές σε συνεργασία με επιλεγμένες επιχειρήσεις σε όλο τον κόσμο.
4. Χρησιμοποιείται και για διενέργεια συναλλαγών στα ΑΤΜ's του πανελλαδικού συστήματος ΔΙΑΣ εφόσον συνδεθεί με τραπεζικό λογαριασμό της ALPHA ΠΙΣΤΕΩΣ.
5. Προσφέρει δυνατότητα ανάληψης μετρητών οποιαδήποτε στιγμή, στην Ελλάδα και το εξωτερικό.
6. Αντικαθίσταται άμεσα σε περίπτωση απώλειας.
7. Συνεργάζεται με γνωστούς ταξιδιωτικούς οργανισμούς σε όλο τον κόσμο.
8. Ασφαλιστική κάλυψη.

Αυτά είναι μερικά από τα προνόμια της American Express, της κάρτας «μύθος», σε όλο τον κόσμο που παρέχει πρωτοποριακή προσωπική εξυπηρέτηση σε συνδυασμό με ποικίλες ελκυστικές και οικονομικά συμφέρουσες προτάσεις σε όλους τους χώρους και όλα χάρη στην παγκόσμια υποστήριξη, γεγονός που της έχει δώσει ιδιαίτερη αξία καθώς και μεγάλο εύρος επιλογών στα μέλη της.

Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι στη χώρα μας οι προσωπικές κάρτες που εκδόθηκαν το 2004 αυξήθηκαν κατά 40% έναντι του 2003 ενώ ο κύκλος εργασιών κατά 63%.

2.11. Άλλες κάρτες

Η Diners είναι μία αυτόνομη κάρτα η οποία προέρχεται και πάλι από την Αμερική. Η ιστορία της Diners άρχισε όταν κάποιος πήγε σε ένα εστιατόριο για φαγητό και δεν είχε να πληρώσει αφού είχε ξεχάσει τα χρήματα του. Έτσι, υπέγραψε ένα χαρτί με το οποίο υποσχόταν να πληρώσει. Με αυτόν τον τρόπο δημιουργήθηκε η κάρτα Diners (από το γεύμα - δείπνο [dinner]). Στην αρχή χρησιμοποιείτο μόνο στα εστιατόρια, ενώ τώρα γίνεται δεκτή σε διαφόρων ειδών συναλλαγές, κυρίως για ταξίδια και διασκέδαση.

Ανάλογες κάρτες είναι οι Mastercard, Eurocard, Access και η American Express. Αυτές οι κάρτες δεν έχουν ορισμένο όριο μέσα στο οποίο πρέπει να κινούνται (όπως η Visa Credit card), αλλά μπορούν να χρησιμοποιηθούν για οποιοδήποτε ποσό φτάνει να δέχεται την κάρτα η επιχείρηση. Ο περιορισμός είναι ότι ο κάτοχος της κάρτας πρέπει να εξοφλήσει ολόκληρο το υπόλοιπο με την έκδοση της κατάστασης του λογαριασμού της κάρτας, κάτι που γίνεται συνήθως κάθε μήνα. Οι κάρτες μπορούν να εκδίδονται από όλες τις τράπεζες που είναι στη συμφωνία. Μόνο η Diners και η American Express έχουν περιορισμούς και έχουν σε κάθε χώρα ένα μόνο αντιπρόσωπο. Για τη Visa υπολογίζεται ότι υπάρχουν γύρω στα 140.000.000 κάτοχοι σε 160 χώρες στις οποίες υπάρχει το σύστημα (φυσικά αυτά τα μεγέθη αλλάζουν καθημερινά). Τελευταία, η Visa επεκτάθηκε και στις Ανατολικές χώρες. Οι co-branded ή επιχειρηματικές κάρτες, παρουσιάζουν σημαντική άνοδο, γι' αυτό και αξίζει να πούμε λίγα λόγια για αυτές.

Και τα τρία μέλη (τράπεζα-καταναλωτής-επιχείρηση) ωφελούνται: η τράπεζα αυξάνει το πελατολόγιο της, ο καταναλωτής λαμβάνει παραπάνω παροχές με το ίδιο ή και μικρότερο επιτόκιο και η επιχείρηση, βέβαια, που παρέχει επιπλέον εξυπηρέτηση στους πελάτες της.

Η αρχή με τις co-branded κάρτες έγινε από την Interamerican που σε συνεργασία με την Interbank έβγαλαν την Interamerican visa. Αμέσως μετά, η Εθνική Τράπεζα, μέσω της Mastercard, συνεργάστηκε με την Εθνική Ασφαλιστική. Έπειτα, η Ιονική Τράπεζα είχε συνεργαστεί με το Μέγαρο Μουσικής Αθηνών και εξέδωσαν την Artion Visa και η τράπεζα Πειραιώς με την ασφαλιστική εταιρεία Helvetia εξέδωσαν την Helvetia Visa. Οι ομάδες Ολυμπιακός και

Παναθηναϊκός, βλέποντας την επιτυχία των καρτών αυτών, εκδίδουν, στη συνέχεια ανάλογες κάρτες μέσω της Εθνικής και της Χiosbank. Η εταιρεία ηλεκτρικών ειδών Κοτσόβολος ήταν η πρώτη από τις επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου που σε συνεργασία με την Πειραιώς εξέδωσε co-branded κάρτα. Σήμερα υπάρχουν ήδη πάνω από είκοσι co-branded κάρτες στην αγορά και, βέβαια, έπεται συνέχεια.

Όλες κάρτες είναι οι επονομαζόμενες Έξυπνες Κάρτες (Smart Cards). Πρόκειται για κάρτες με μνήμη που κρύβουν στο εσωτερικό τους έναν αυτοπρογραμματιζόμενο μικροϋπολογιστή και ένα μικροεπεξεργαστή.

Οι Smart Cards, σε αντίθεση με τις «φτωχές» μαγνητικές κάρτες, που χρησιμοποιούν οι ελληνικές τράπεζες, μπορούν να υποστηρίξουν πολλά είδη συναλλαγών. Όπως είπαμε, διαθέτουν ενσωματωμένο μικροεπεξεργαστή (μικροτσιπ) και μπορούν να λειτουργήσουν σαν πιστωτική κάρτα, σαν Κάρτα αναλήψεων και καταθέσεων ακόμη και σαν «Ηλεκτρονικό Πορτοφόλι». Οι πλέον εξελιγμένες θα έχουν αποθηκευμένα ορισμένα ή και όλα τα βιομετρικά χαρακτηριστικά του νόμιμου κατόχου (δακτυλικό αποτύπωμα, ίριδα οφθαλμών, κλπ.), έτσι ώστε η αναγνώριση να μην επιδέχεται καμιά αμφισβήτηση. Ενδεχομένως, οι νέες "έξυπνες" κάρτες καταργήσουν τις ταυτότητες.

Η Εταιρεία Hygercom συμμετείχε στην ανάπτυξη της πρώτης εφαρμογής Smart Cards, με βάση το νέο πρότυπο VME (= Visa - Mastercard - Europay) στόχος του οποίου είναι η χρήση μιας "έξυπνης κάρτας" σε παγκόσμιο επίπεδο.

Το Ηλεκτρονικό Πορτοφόλι είναι μια «έξυπνη Κάρτα». Ο χρήστης δηλαδή γεμίζει την κάρτα του με χρήματα από ειδικό μηχάνημα της τράπεζας και στη συνέχεια την χρησιμοποιεί για αγορές σε καταστήματα που διαθέτουν συσκευή που διαβάσει τη «Smart Card» και αφαιρεί το αντίστοιχο ποσό. Έτσι αποφεύγεται η παράνομη χρήση κλεμμένων Πιστωτικών Καρτών.

Σήμερα, σε πολλές χώρες του κόσμου έχουν τεθεί σε λειτουργία συστήματα λειτουργίας Ηλεκτρονικών Πορτοφολιών. Προσπάθειες γίνονται και από την Ευρωπαϊκή Ένωση, αφού το ηλεκτρονικό πορτοφόλι «X Change» του CAFE (= Conditional Access For Europe) χρησιμοποιείται από τους υπαλλήλους της Κομισιόν.

Στην Ελλάδα, οι «έξυπνες κάρτες» με τη μορφή του ηλεκτρονικού πορτοφολιού έχουν ήδη κάνει -σε πιλοτική μορφή- την εμφάνισή τους στις τράπεζες Εθνική και Εμπορική.

Για την εκκαθάριση των συναλλαγών έχουν γίνει δύο κέντρα συντονισμού (clearing centers), ένα στην Αμερική και ένα στο Λονδίνο. Αυτά τα κέντρα δίνουν αυτόματα εγκρίσεις για πληρωμές μέσω της Visa. Ακολούθως, κάθε χώρα στέλνει τις απαιτήσεις για συναλλαγές που έγιναν στη χώρα με κάρτες πελατών, τραπεζών άλλων χωρών. Έτσι, με αυτή την ηλεκτρονική διαδικασία χρεώνονται οι τράπεζες των οποίων οι κάρτες χρησιμοποιήθηκαν. Οι τράπεζες

αυτές, με τη σειρά τους, χρεώνουν τους πελάτες τους και, τέλος, πιστώνεται η τράπεζα που πλήρωσε αρχικά.

2.12. Τα πλεονεκτήματα-μειονεκτήματα των πιστωτικών καρτών

Η χρήση των πιστωτικών καρτών παρουσιάζει σημαντικά πλεονεκτήματα. Όπου αναφέρονται όρια ή επιτόκια, είναι φυσικό αυτά να αναπροσαρμόζονται και να αλλάζουν συνέχεια.

Συγκεκριμένα η χρήση καρτών προσφέρει:

- 1) Ασφάλεια, γιατί ο κάτοχος της κάρτας δε χρειάζεται να κυκλοφορεί με πολλά μετρητά.
- 2) Ευκολία και ταχύτητα συναλλαγών με απεριόριστο όριο δαπανών.
- 3) Καλύτερο προγραμματισμό των μηνιαίων εσόδων και εξόδων. Οι ανάγκες και τα διαθέσιμα εισοδήματα του κατόχου της κάρτας εταιροχρονίζονται, γεφυρώνοντας το χάσμα μεταξύ της καταβολής δύο διαδοχικών μισθών.
- 4) Διευκόλυνση για αγορά διαρκών καταναλωτικών προϊόντων (π.χ. ηλεκτρικά) με δόσεις (πολλές φορές άτοκες) που προσφέρει η κάρτα.
- 5) Προσφορά τηλεφωνικών και ταχυδρομικών πωλήσεων.
- 6) Έκδοση ειδικών περιοδικών, πληροφόρηση και συμμετοχή σε εκπτώσεις, διοργανώσεις διαγωνισμών, κληρώσεων κ.τ.λ..
- 7) Ασφάλιση αγορών για ζημιά ή κλοπή.
- 8) Αυτόματη εξόφληση δαπανών διαμέσου του τραπεζικού λογαριασμού.
- 9) Χρήση της κάρτας στα ΑΤΜs (Αυτόματες Ταμειακές Μηχανές) και δυνατότητα χορήγησης καρνέ εγγυημένων επιταγών.
- 10) Προνομιακές τιμές και προσφορές από επιχειρήσεις που συνεργάζονται με την πιστωτική κάρτα.
- 11) Ενίσχυση χωρίς επιβάρυνση κοινωφελών οργανισμών (παιδικό χωριό SOS, τις κοινότητες Ιθάκη, Στροφή, 18 Άνω και άλλα κοινωνικά προγράμματα).
- 12) Ευχάριστη ψυχολογική διάθεση (αίσθηση αγοραστικής δύναμης και ελευθερίας).
- 13) Παροχή ικανοποιητικού πιστωτικού ορίου
- 14) Μεγάλη περίοδος αποπληρωμής του ποσού των συναλλαγών που γίνονται με αυτές (κατά μέσο όρο 40 μέρες χάριτος).
- 15) Δυνατότητα αποπληρωμής του λογαριασμού - εφ' όσον αυτός δεν ξεπερνά το πιστωτικό όριο - σε έντοκες μηνιαίες δόσεις.
- 16) Καλύτερο έλεγχο των μηνιαίων εξόδων του κατόχου με τον αναλυτικό λογαριασμό που λαμβάνει.
- 17) Παροχή επιπλέον συναλλάγματος και διευκολύνσεις στα ταξίδια εξωτερικού.

18) Επιπλέον ασφάλεια ταξιδιού με διάφορα ποσά και καλύψεις όπως:

- Ασφάλεια ζωής.
- Ιατρική και νομική βοήθεια.
- Ασφάλιση καθυστέρησης ή ακύρωσης πτήσης.
- Ασφάλιση καθυστέρησης ή απώλειας αποσκευών.
- Εξασφαλισμένη κράτηση ξενοδοχείου.

Μειονεκτήματα των πιστωτικών καρτών για τους κατόχους τους συνοψίζονται στα εξής:

- Το μεγαλύτερο μειονέκτημα που έχουν οι πιστωτικές κάρτες είναι ότι οδηγούν σε υπερκαταναλωτισμό
- παρασύρουν τους χρήστες πιστωτικών καρτών σε αγορές αγαθών μεγαλύτερες από τις οικονομικές τους δυνατότητες με αποτέλεσμα να επιβαρύνονται με τόκους, όταν οι πληρωμές γίνονται με δόσεις,
- Οι πιστωτικές κάρτες αποτελούν φορολογικό τεκμήριο για τους κατόχους,
- Για την εκδότρια τράπεζα, οι κίνδυνοι από αφερέγγυους κατόχους πιστωτικών καρτών και κακοπληρωτές ή από απώλειες και κλοπές Καρτών, είναι μεγάλοι.

2.13. Λόγοι ανόδου και προοπτικές επέκτασης των πιστωτικών καρτών

Λόγω των πλεονεκτημάτων των πιστωτικών καρτών έχει αναπτυχθεί πολύ η χρήση τους. Οι λόγοι που οδήγησαν τις πιστωτικές κάρτες να γίνουν τόσο δημοφιλείς οφείλονται:

- 1) Στο μέγεθος και τη χρονική διάρκεια της οικονομικής ύφεσης που έκαναν εντονότερη την ανάγκη προσφυγής μεγάλης μερίδας καταναλωτών σε δανεισμό.
- 2) Στην αύξηση της εγκληματικότητας που αναβάθμισε τη σημαντικότητα της ασφάλειας που παρέχουν οι πιστωτικές κάρτες.
- 3) Στις προσφορές πρόσθετων προϊόντων - υπηρεσιών είτε δωρεάν, είτε με ένα ποσοστό έκπτωσης.
- 4) Στην αποτελεσματικότερη προώθηση των πιστωτικών καρτών από τους εκδότες τους μέσα από προσφορές δώρων σε νέους συνδρομητές, απ' ευθείας ταχυδρόμησης προωθητικού υλικού (direct mail) κ.τ.λ.. Η άνοδος των καρτών ενισχύθηκε και από τη ραγδαία αύξηση του αριθμού των εκδοτών τους.
- 5) Στη μεγάλη αύξηση του αριθμού των σημείων πώλησης (καταστήματα) που συνεργάζονται με τους εκδότες των πιστωτικών καρτών.
- 6) Στη βελτίωση της ποιότητας εξυπηρέτησης των κατόχων πιστωτικών καρτών από τα αντίστοιχα τμήματα των εκδοτών που ενισχύθηκε και με τη χρήση των εφαρμογών πληροφορι-

κής (μεγάλη μείωση των λαθών, ταχύτερη διεκπεραίωση των συναλλαγών, δημιουργία πιο αποτελεσματικών συστημάτων Πληροφόρησης της Διοίκησης) κ.τ.λ..

Εκτός από τους παραπάνω παράγοντες, που ευνοούν την αύξηση της χρήσης των πιστωτικών καρτών, υπάρχουν τρεις ακόμη εξελίξεις που ευνοούν την διεύρυνση της χρήσης τους - τα μηχανήματα συνεχούς αυτόματης συναλλαγής, τα τερματικά τηλέφωνα και η χρήση της έξυπνης κάρτας.

1.- **Μηχανήματα αδιάκοπης αυτόματης συναλλαγής:** Σήμερα, στην Ελλάδα, σχεδόν όλες οι εμπορικές τράπεζες έχουν τοποθετήσει μηχανήματα αδιάκοπης αυτόματης συναλλαγής, στα οποία ο πελάτης μπορεί να καταθέσει ή να αποσύρει χρήματα, όλο το 24ωρο. Οι δυνατότητες αυτών των μηχανημάτων είναι τεράστιες, αν σκεφτεί κανείς, ότι με την ίδια κάρτα μπορεί ο κάτοχος να διατηρεί πολλούς λογαριασμούς και εκτός από αναλήψεις-καταθέσεις, να μεταφέρει χρήματα από τον ένα λογαριασμό στον άλλο. Η λειτουργία τους καλύπτει όλους τους κατόχους διαφορετικών πιστωτικών καρτών, που μάλιστα, μπορούν να επικοινωνούν μεταξύ τους. Δηλαδή, μπορεί ο κάτοχος να κάνει συναλλαγές με μία κάρτα μέσω μηχανήματος άλλης τράπεζας.

2.- **Τερματικά τηλέφωνα.** Τα τερματικά τηλέφωνα είναι ένα νέο σύστημα πληρωμών και χρήσης των πιστωτικών καρτών. Οι κάρτες περνούν από μία ειδική υποδοχή στα τηλέφωνα, και σε δευτερόλεπτα, η τερματική συσκευή εγκρίνει την συναλλαγή. Με αυτό το σύστημα, ο οποιοσδήποτε κάτοχος πιστωτικής κάρτας, Έλληνας ή ξένος, μπορεί να πραγματοποιήσει μία συναλλαγή και, *αυτόματα*, η πίστωση να εγκριθεί από οποιοδήποτε μέρος του κόσμου. Στον τομέα αυτό, το πρώτο βήμα είχε κάνει η Εθνική Τράπεζα στην Ελλάδα.

3.- **Έξυπνη κάρτα.** Η «έξυπνη κάρτα» είναι μία πιο μακροχρόνια «προκλητική» εφαρμογή. Το μεγάλο πλεονέκτημα μιας τέτοιας κάρτας, είναι ότι μπορεί να εκτελούνται συναλλαγές με το σύστημα «off-line», που κοστίζει πολύ φθηνότερα από το on-line το οποίο απαιτεί ένα πολυσύνθετο δίκτυο.

2.14. Παροχές πιστωτικών καρτών

Η έκδοση πιστωτικών καρτών σήμερα αποτελεί πρωταρχική ανάγκη για όλες τις τράπεζες, τόσο για λόγους εκσυγχρονισμού, όσο και για λόγους ανταγωνισμού στην ελληνική αγορά. Για το λόγο αυτό οι διάφορες εμπορικές τράπεζες «διαφοροποιούν τα προϊόντα τους», προσφέροντας στους κατόχους των πιστωτικών καρτών τους, παροχές και διευκολύνσεις που δε δεσμεύονται από το σημερινό νομικό καθεστώς πίστωσης. Οι περισσότερες κάρτες πάντως προσφέρουν πολλά «δώρα» σε συνεργασία με ξενοδοχεία, εστιατόρια, καταστήματα κτλ., προσπαθώντας έτσι να κερδίσουν όσο το δυνατόν περισσότερους πελάτες.

Η προσέλκυση πελατών αφορά και άτομα που δεν έχουν πιστωτικές κάρτες, αλλά και άτομα που έχουν ήδη κάποια κάρτα μια άλλης τράπεζας. Αυτό, προσπαθούν οι τράπεζες, να το πετύχουν κυρίως με τη «μεταφορά υπολοίπου» από τη κάρτα μια τράπεζας στην άλλη. Για παράδειγμα, η Nova προσφέρει τη δυνατότητα μεταφοράς υπολοίπου από άλλες κάρτες με επιτόκιο 8,8% για έξι μήνες. Ανάλογες προσφορές κάνουν και όλες οι υπόλοιπες τράπεζες.

Ο μεγάλος ανταγωνισμός βρίσκεται πάντα στα επιτόκια, στην ελάχιστη μηνιαία καταβολή του υπολοίπου για την κάθε κάρτα, δηλαδή πόσο τοις εκατό από το ποσό που οφείλεται στην πιστωτική κάρτα καλείται να δώσει το μήνα ο κάτοχος της και στο πόση είναι ή άτοκη περίοδος για την κάθε κάρτα, από την πραγματοποίηση μιας αγοράς με κάρτα, μέχρι την ημέρα της εξόφλησής της. Τέλος, όλο και περισσότερες κάρτες εκδίδουν πιστωτικές κάρτες με την ονομασία University (Nova, Citibank) κάτι που δείχνει πως προσπαθούν να επεκτείνουν τις πωλήσεις τους και σε άλλες ομάδες ανθρώπων, όπως είναι οι φοιτητές.

Βλέπουμε λοιπόν πως οι τράπεζες απευθύνουν τα προϊόντα τους όλο και περισσότερο σε ανθρώπους μέσου ή και χαμηλού εισοδήματος, κάτι που για μια ακόμη φορά επιβεβαιώνει τη στροφή των τραπεζών στο Retail Banking. Οι πιστωτικές κάρτες που κάποτε θεωρούνταν είδος πολυτελείας, τώρα παρέχονται σε ανθρώπους μέσης οικονομικής κατάστασης και απλά υπάρχει ο διαχωρισμός σε «φτηνές» και «ακριβές» κάρτες, για να ικανοποιούνται και οι πελάτες υψηλότερου εισοδήματος ή και υψηλότερης κοινωνικής τάξης. Η σημασία, τέλος, που δίνεται στην τμηματοποίηση της αγοράς και γενικότερα η νέα μορφή των τραπεζών αποδεικνύει το πόσο σπουδαίο ρόλο παίζει πλέον το Marketing και στις τράπεζες.

2.15. Πλεονεκτήματα-Μειονεκτήματα για τράπεζες και εμπόρους

Για την εκδοτική τράπεζα, τα κύρια πλεονεκτήματα συνοψίζονται στην:

- προβολή της τράπεζας ως μοντέρνα και σύγχρονη που υιοθετεί σύγχρονους τρόπους συναλλαγών. Η πιστωτική κάρτα θεωρείται μία υψηλού επιπέδου υπηρεσία της τράπεζας προς τους πελάτες της,
- αύξηση του κύκλου εργασιών με την προσέλκυση νέων πελατών, τόσο ιδιωτών και επιχειρήσεων - πελατών (εταιρικές κάρτες), όσο και των συμβεβλημένων επιχειρήσεων,
- εισπραξη συνδρομών από τους κατόχους της κάρτας και προμηθειών από τις συμβεβλημένες επιχειρήσεις,
- προβολή και διαφήμιση της τράπεζας αφού σχεδόν τα 3/4 της επιφάνειας της κάρτας καλύπτονται από την εταιρική ταυτότητα (λογότυπο) της εκδοτικής τράπεζας.

Το κύριο μειονέκτημα είναι ο πιστωτικός κίνδυνος που αναλαμβάνει η τράπεζα, σε περιπτώσεις πλαστών καρτών.

Τα πλεονεκτήματα των εμπορικών επιχειρήσεων είναι:

- Αύξηση του κύκλου εργασιών. Με τη δυνατότητα αποπληρωμής σε δόσεις καθώς και με την αποδοχή της κάρτας από την επιχείρηση, αυξάνεται η αγοραστική δύναμη των κατόχων που μπορούν να ικανοποιήσουν τις καταναλωτικές τους προτιμήσεις οποιαδήποτε στιγμή,
- ασφάλεια, αφού ο έμπορος δεν διατηρεί στο ταμείο του πολλά χρήματα,
- σιγουριά, αφού ο πιστωτικός κίνδυνος επιβαρύνει μόνο την εκδότρια τράπεζα,
- εγγύηση επιταγών (σε ορισμένες κάρτες),
- δημιουργία εικόνας «σύγχρονης αντίληψης» της επιχείρησης στο αγοραστικό κοινό της,
- βελτίωση της ροής των χρημάτων και της λογιστικής τακτοποίησης των εισπράξεων του εμπόρου.

Τα κύρια μειονεκτήματα είναι:

- Η πληρωμή προμηθειών προς την εκδότρια τράπεζα,
- Ο κίνδυνος από πλαστές κάρτες.

2.16. Άτοκη εξόφληση πιστωτικών καρτών

Τη δυνατότητα άνετης και ανέξοδης αποπληρωμής των υπολοίπων τους σε πιστωτικές κάρτες έχουν σήμερα οι καταναλωτές, κάνοντας έξυπνη χρήση των προνομιακών προγραμμάτων μεταφοράς που προσφέρουν τα τελευταία χρόνια στην ελληνική αγορά οι τράπεζες. Ο ανταγωνισμός που έχει αναπτυχθεί στον συγκεκριμένο τομέα της καταναλωτικής πίστης δίνει την ευκαιρία σε όσους έχουν φουσκώσει τους λογαριασμούς τους να εξοφλήσουν όλα τους τα χρέη, ακόμη και άτοκα. Η υπηρεσία μεταφοράς υπολοίπων στις κάρτες λειτουργεί απλά. Κάποιος που εξοφλεί μία ή περισσότερες κάρτες για αγορές που έχει πραγματοποιήσει στο παρελθόν, μπορεί να μεταφέρει μέρος ή το σύνολο του χρέους του σε μια δεύτερη κάρτα. Το υπόλοιπο των πρώτων καρτών μηδενίζεται ή μειώνεται κατά το ύψος του μεταφερόμενου ποσού.

Οι προσφορές των τραπεζών ποικίλλουν. Ορισμένες προσφέρουν άτοκη περίοδο που μπορεί να φτάσει ως και τους 6 μήνες, άλλες πολύ χαμηλό επιτόκιο, για εξόφληση του μεταφερόμενου ποσού σε διάστημα ως και δύο ετών και κάποιες επιτόκιο με έκπτωση ως και 50% σε σχέση με τα ισχύοντα, για αποπληρωμή χωρίς χρονικούς περιορισμούς. Επιπλέον, στις περισσότερες περιπτώσεις δεν χρεώνεται ετήσια συνδρομή. Μια έξυπνη ιδέα λοιπόν για κάποιον που θέλει να ξοφλήσει τα παλαιά του χρέη σε σχετικά σύντομο χρονικό διάστημα χωρίς να επιβαρυνθεί με τόκους είναι η μεταφορά του υπολοίπου του ανά τακτά χρονικά διαστήματα από

τράπεζα σε τράπεζα, προκειμένου να εκμεταλλευτεί τις περιόδους των χαμηλών ή μηδενικών επιτοκίων.

Την τακτική αυτή ακολουθούσαν για αρκετά χρόνια οι βρετανοί καταναλωτές, εκμεταλλευόμενοι τον ανταγωνισμό που υπήρχε στην τοπική τραπεζική αγορά. Οι τράπεζες πάντως μόλις αντιλήφθηκαν ότι έχαναν σημαντικά ποσά από τόκους, άρχισαν σταδιακά να αποσύρουν τις προσφορές άτοκων αρχικών περιόδων και τις αντικατέστησαν κυρίως με προγράμματα που έδιναν τη δυνατότητα αποπληρωμής των μεταφερόμενων ποσών με χαμηλό επιτόκιο, χωρίς χρονικούς περιορισμούς. Αντίθετα στη χώρα μας τα νοικοκυριά δείχνουν να προτιμούν περισσότερο για την εξόφληση των παλαιών τους οφειλών τα δανειακά προϊόντα της μορφής «όλα σε ένα», στα οποία μεταφέρουν όλα τους τα χρέη από δάνεια και κάρτες. Οπως επισημαίνουν τραπεζικά στελέχη, μετά την εμφάνιση των εν λόγω προγραμμάτων συγκέντρωσης οφειλών, η ζήτηση για την υπηρεσία μεταφοράς υπολοίπου στις κάρτες μειώθηκε ως και 30%.

Το κέρδος για κάποιον που χρωστά 5.000 ευρώ και προχωρήσει σε αναδιάρθρωση του χρέους του μπορεί να φτάσει ως και 870 ευρώ σε διάστημα μόλις δύο ετών. Αναλυτικότερα, το νοικοκυριό του συγκεκριμένου παραδείγματος έχει τρεις βασικές επιλογές για την πλήρη εξόφληση του χρέους του:

- Να συνεχίσει να καταβάλλει την ελάχιστη μηνιαία δόση, έστω 5% επί του εκάστοτε υπολοίπου, με επιτόκιο 13%. Για να εξοφληθεί το ποσό θα χρειαστεί να περάσουν περισσότερα από επτά χρόνια, κατά τη διάρκεια των οποίων θα έχει καταβάλει για τόκους το ποσό των 1.340 ευρώ, εκ των οποίων τα 870 θα έχουν καταβληθεί τα δύο πρώτα χρόνια.
- Να καταθέτει κάθε μήνα, όχι την ελάχιστη δόση, αλλά το ποσό των 200 ευρώ. Η κάρτα θα έχει εξοφληθεί έπειτα από τριάντισι χρόνια, στα δύο πρώτα χρόνια θα έχει καταβάλει 840 ευρώ για τόκους, ενώ σε όλη τη διάρκεια αποπληρωμής οι τόκοι θα φτάσουν τα 860 ευρώ περίπου.
- Να μεταφέρει το υπόλοιπό του από τράπεζα σε τράπεζα ανά εξάμηνο, απολαμβάνοντας μηδενικό επιτόκιο. Καταβάλλοντας το ποσό των 200 ευρώ τον μήνα, θα έχει εξοφλήσει τα 5.000 ευρώ μέσα σε δύο περίπου χρόνια (25 μήνες), χωρίς να έχει πληρώσει ούτε ένα ευρώ σε τόκους. Αυτό βέβαια ισχύει με την προϋπόθεση ότι θα απαλλαγεί σε όλες τις περιπτώσεις από την ετήσια συνδρομή.

Ακολουθώντας την τρίτη πρακτική, το νοικοκυριό που χρωστούσε 5.000 ευρώ, όχι μόνο αποπλήρωσε το χρέος μέσα σε 25 μήνες, αλλά το έκανε και χωρίς να πληρώσει καθόλου τόκους, οι οποίοι σε διαφορετική περίπτωση θα ανέρχονταν σε αυτή τη διετία τουλάχιστον σε 860 ευρώ.

2.17. Οι πιστωτικές κάρτες στην Ε.Ε. και στην Ελλάδα

Στην Ελλάδα, το 1990, κυκλοφορούσαν γύρω στις 700.000 πιστωτικές κάρτες που αντιστοιχούν σε ένα ποσοστό περίπου 8% των ατόμων άνω των 18 ετών. Αυτό το γεγονός, δείχνει την ύπαρξη ενός μεγάλου πεδίου ανάπτυξης της αγοράς των πιστωτικών καρτών, ιδιαίτερα, αν συγκρίνει κανείς το ποσοστό αυτό με αντίστοιχα ποσοστά άλλων δυτικών χωρών. Ενδεικτικά, στην Αγγλία το 1990 κυκλοφορούσαν 13,1 εκατ. κάρτες Visa και 10,7 εκατ. κάρτες Access. Την ίδια χρονιά εκτιμάται, ότι συνολικά πάνω από το 55% των Αγγλων, άνω των 18 ετών, διαθέτουν μία ή περισσότερες πιστωτικές κάρτες. Το αντίστοιχο ποσοστό στη Γαλλία ανέρχεται στο 20%, ενώ στην Ισπανία κυκλοφορούσαν γύρω στα 3 εκατ. κάρτες Visa μόνο, χωριστά από τις άλλες πιστωτικές κάρτες, που αντιστοιχούν σε ποσοστό 15% των ατόμων πάνω από 17 ετών. Είναι, λοιπόν, φανερό ότι σε πολλές χώρες, ο θεσμός της πιστωτικής κάρτας είναι καλά εδραιωμένος, όπως, επίσης, ότι υπάρχουν περιθώρια για την ελληνική αγορά, η οποία τα τελευταία χρόνια αρχίζει και αναπτύσσεται με γρήγορους ρυθμούς. Η κατάταξη των πιστωτικών καρτών, ανάλογα με τα μερίδια αγοράς που κατέχει η κάθε κάρτα, σε σχέση με τον αριθμό των κατόχων της, εμφανίζει στις πρώτες θέσεις την Εθνοκάρτα, που από 140.000 κατόχους καρτών το 1986, έφτασε το 1987 τους 177.800 (αύξηση 27%). Πολύ κοντά στα επίπεδα αυτά, κυμαίνονται και οι κάτοχοι της Εμποροκάρτας/Visa που το 1987 έφτασαν τις 160.000. Η Diners ακολουθεί αμέσως μετά. Το 1987, απαριθμούσε περίπου 83.000 κατόχους μ' ένα ποσοστό αύξησης των κατόχων της μέσα στο 1988, γύρω στο 20%. Οι κάτοχοι της Eurocard από 6.328 το 1986, έφτασαν το 1987 τους 8.800 (αύξηση 39%). Η Mastercard το 1987 αριθμούσε 39.831 κατόχους.

Από πλευράς τζίρου, υπολογίζεται ότι οι συναλλαγές που έγιναν με την Εθνοκάρτα μέσα στο 1986 έφτασαν τα 5,5 δισ. δρχ. ενώ οι συναλλαγές με την Eurocard τον ίδιο χρόνο έφτασαν τα 410 εκατ. δρχ. Από πλευράς των συμβεβλημένων επιχειρήσεων με κάθε πιστωτική κάρτα έχουμε: Με την Εθνοκάρτα και την Eurocard, οι συμβεβλημένες επιχειρήσεις το 1986 έφτασαν τις 19.719. Με την Εμποροκάρτα/Visa, όσο και με την Ιονοκάρτα/Visa που χρησιμοποιούν το ίδιο δίκτυο, είναι συμβεβλημένες στην Ελλάδα 32.000 επιχειρήσεις. Επίσης, υπάρχουν περισσότερες από 14.000 συμβεβλημένες επιχειρήσεις με την Diners - συγκεντρωμένες στο χώρο της Αθήνας κυρίως. Εάν ιεραρχήσουμε το τζίρο που γίνεται με τις πιστωτικές κάρτες ανά είδος επιχείρησης, θα δούμε ότι η πελατεία κάθε πιστωτικής κάρτας κυμαίνεται ανάλογα με τα χαρακτηριστικά της. Έτσι, για τις «κάρτες χρέωσης», πρώτες σε τζίρο έρχονται οι σχετικές με την ψυχαγωγία επιχειρήσεις (ταξίδια, ξενοδοχεία, εστιατόρια, κ.τ.λ.) ενώ, αντίθετα, για τις «πιστωτικές κάρτες», οι εμπορικές επιχειρήσεις καταλαμβάνουν την πρώτη θέση.

2.18. Ανάλυση χαρακτηριστικών των χρηστών των πιστωτικών καρτών

Είναι απαραίτητο να γίνει μία ανάλυση των δημογραφικών χαρακτηριστικών, των καταναλωτικών συνηθειών και άλλων στοιχείων που έχουν προέλθει από έρευνες αγοράς και από τα στοιχεία που κατέχουν οι επιχειρήσεις ή οι τράπεζες των πιστωτικών καρτών. Η ανάλυση των στοιχείων μας προσφέρει πολύτιμες πληροφορίες, έστω και αν δεν έχουμε ακόμη φτάσει στο κλειστό σύστημα της αχρήματης οικονομίας και ένα μόνο ποσοστό των συναλλαγών καταγράφεται διαμέσου των πιστωτικών καρτών. Γενικά, πιστεύεται (σύμφωνα και με στοιχεία ερευνών της leap) ότι πιστωτικές κάρτες κατέχουν οι εύποροι Έλληνες, καθώς επίσης, ότι η συχνότητα της χρήσης της κάρτας είναι ανάλογη με το πόσο πλούσιος είναι κάποιος.

Η έρευνα αυτή δίνει και κάποιες ακόμη ενδιαφέρουσες πληροφορίες. Οι κάτοχοι και χρήστες των πιστωτικών καρτών έχουν συγκεκριμένα δημογραφικά στοιχεία, εισόδημα, ηλικία, φύλλο κ.τ.λ.. Η ανάλυση των στοιχείων που έχουν προέλθει από τις διευθύνσεις των διαφόρων πιστωτικών καρτών, που εμφανίζονται στους παρακάτω πίνακες δείχνει τις καταναλωτικές συνήθειες και προτιμήσεις των χρηστών των πιστωτικών καρτών. Παρατηρείται χρήση των πιστωτικών καρτών εκ μέρους συγκεκριμένων ομάδων π.χ. μισθωτών, κατοίκων Αθήνας, ηλικίας 36 - 45 ετών και προς συγκεκριμένη κατεύθυνση, όπως εμπορικά καταστήματα και είδη ένδυσης και σπιτιού.

Πίνακας 5

Καταναλωτικές προτιμήσεις χρηστών πιστωτικών καρτών Εθνικής Τράπεζας

Καταναλωτικές Προτιμήσεις	Ποσοστά Χρήσης Πιστωτικών Καρτών: Εθνοκάρτα, Mastercard, Eurocard, Επαγγελματική Eurocard
Είδη ένδυσης και σπιτιού	61%
Super Markets	17%
Ταξίδια και υπηρεσίες ανάγκης	10,5%
Άλλου είδους υπηρεσίες (ιατρικά έξοδα κ.τ.λ.)	11,5%
Αθήνα (61% κάτοχοι)	70%
Θεσσαλονίκη	6%
Υπόλοιπη Ελλάδα	24%
Μισθωτοί	50%
Επιχειρηματίες	19,58%
Επιστήμονες	11,63%

Έμποροι	7,08%
26 - 30 ετών	11%
36 - 45 ετών	34,6%
46-55 ετών	17,7%

Πηγή: Εθνική Τράπεζα - Έρευνα ICAP

Πίνακας 6

Καταναλωτικές προτιμήσεις χρηστών πιστωτικών καρτών Εμπορικής Τράπεζας

Καταναλωτικές Προτιμήσεις	Ποσοστά Χρήσης Πιστωτικών Καρτών: Εμποροκάρτα, Εμποροκάρτα Visa, Χρυσή Κάρτα VISA, Εταιρική Κάρτα
Είδη ένδυσης και υπόδησης	28%
Αεροπορικές εταιρίες, εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων, ξενοδοχεία, εστιατόρια	4%
Μεγάλα καταστήματα	3%
Τρόφιμα και ποτά	10%
Διάφορα είδη	55%

Πηγή: Εμπορική Τράπεζα - Έρευνα ICAP

Πίνακας 7

Καταναλωτικές προτιμήσεις χρηστών πιστωτικών καρτών της CITIBANK VISA

Καταναλωτικές Προτιμήσεις	Citibank Visa
Εμπορικά καταστήματα	42%
Super Markets	8%
Βενζινάδικα	14%
Εστιατόρια και κέντρα διασκέδασης	11%
Ξενοδοχεία	8%
Διάφορα είδη	17%

Πηγή: Citibank - Έρευνα ICAP

Πίνακας 8
Καταναλωτικές προτιμήσεις χρηστών πιστωτικών καρτών

Καταναλωτικές Προτιμήσεις	Χρήστες Πιστωτικών Καρτών
Αλυσίδες καταστημάτων, πολυκαταστήματα	77%
Άλλα εμπορικά καταστήματα	70%
Super Markets	56%
Βενζινάδικα	30%
Εστιατόρια και κέντρα διασκέδασης	28%
Ξενοδοχεία	20%
Ταξιδιωτικά γραφεία, αεροπορικές εταιρίες	18%

Πηγή: CITIBANK- Έρευνα ICAP

2.19. Χρήση πιστωτικών καρτών στην Ελλάδα

Η καταναλωτική πίστη στην Ελλάδα απελευθερώθηκε μετά το 1993. Τα ανώτατα πιστωτικά όρια που αφορούν τα καταναλωτικά δάνεια και τις πιστωτικές κάρτες, διαχρονικά, αυξάνονταν παράλληλα με την άνοδο των τιμών. Σήμερα, δεν υπάρχουν τέτοιοι περιορισμοί και το πιστωτικό όριο προσδιορίζεται σε συνδυασμό με την πιστοληπτική ικανότητα κάθε καταναλωτή. Η απελευθέρωση αυτή διαμόρφωσε μία νέα κατάσταση στην ελληνική αγορά - και από την πλευρά των καταναλωτών και των επιχειρήσεων και από την πλευρά των τραπεζών.

Οι καταναλωτές απολαμβάνουν μεγαλύτερα όρια πιστοληπτικής ικανότητας μέσω των καρτών και των καταναλωτικών δανείων. Το γεγονός αυτό θα μπορούσε να επηρεάσει τον πληθωρισμό και την υπερχρέωση των νοικοκυριών. Οι επιχειρήσεις υποδέχθηκαν με ανακούφιση την απελευθέρωση των πιστωτικών ορίων και του τραπεζικού συστήματος γενικότερα, αφού δημιουργεί τις προϋποθέσεις για τόνωση της ήδη χαμηλής ζήτησης. Οι τράπεζες, από την πλευρά τους, αντιμετωπίζουν νέες δυναμικές προκλήσεις για ανάπτυξη και ανταγωνισμό και από την πλευρά των πιστωτικών δανείων και από την πλευρά των καταναλωτικών. Στην πράξη, όμως, όπως δείχνει ο πίνακας 9, οι καταναλωτές στην ελληνική αγορά δεν ανταποκρίθηκαν (σε πρώτη φάση) αφού δεν καλύφθηκαν όλα τα περιθώρια της αύξησης των ορίων.

Πίνακας 9

Σύνολο πιστωτικών καρτών και δαπανών στην Ελληνική αγορά

Περίοδος	Αριθμός καρτών	Μεταβολή %	Ποσά εκατ. Δρχ.	Μεταβολή %	Ποσά ανά κάρτα Δρχ.
1984	161.488	-	2.103	-	13.023
1985	193.880	20,1	4.314	105,1	22.251
1986	266.142	37,3	8.041	86,4	30.213
1987	390.758	46,8	14.601	81,6	37.366
1988	567.137	45,1	33.860	131,9	59.700
1989	687.101	21,1	49.752	46,9	74.409
1990	743.525	8,2	55.160	10,9	74.187
1991	815.237	9,6	63.052	14,3	77.342
1992	891.991	9,4	81.764	29,7	91.665
1993	945.000	5,9	102.060	24,8	108.000
1994	1.070.000	13,2	146.590	43,6	137.000

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος

Παρατηρούμε ότι ο αριθμός των καρτών αυξήθηκε κατά 6,6 φορές τη δεκαετία 1984 -1994, ενώ τα ποσά που δαπανώνται ανά κάρτα αυξήθηκαν κατά 10,5 φορές. Τα συνολικά ποσά που διακινήθηκαν μέσω των καρτών την ίδια δεκαετία αυξήθηκαν κατά 69,7 φορές. Αυτό σημαίνει ότι, παράλληλα με την αύξηση των χρηστών των πιστωτικών καρτών, αυξάνονται, με ταχύτερους ρυθμούς, οι δαπάνες ανά χρήστη και, πολύ περισσότερο, η συνολική δαπάνη μέσω των πιστωτικών καρτών. Τα συμπεράσματα από τη μελέτη του πίνακα, είναι ενθαρρυντικά για την εξαπλώση των πιστωτικών καρτών. Υπάρχει μεγάλο περιθώριο αύξησης του συνολικού αριθμού των καρτών και, συγχρόνως, παρατηρείται εξοικείωση των κατόχων καρτών στη χρησιμοποίηση τους στις συναλλαγές.

Πίνακας 10



Αποτελέσματα 2004 – Στατιστικά Στοιχεία Ελλάδας

Σύνολο καρτών πληρωμών Visa

	% Μεταβολή έναντι Δ Τριμ. 2003	
Αριθμός καρτών	5,6 εκατομμύρια	9,4%
Συνολική Καταναλωτική Δαπάνη	€7,1 δισεκατομμύρια	28,7%
Καταναλωτική Δαπάνη στα Σημεία Πώλησης (POS)	€3,9 δισεκατομμύρια	13,4%
Συνολικός Αριθμός Συναλλαγών	65,7 εκατομμύρια	15,4%
Αριθμός Συναλλαγών στα POS	51,4 εκατομμύρια	9,6%
Μέσος αριθμός συναλλαγών ανά κάρτα	12,1	5,7%
Μέσος αριθμός συναλλαγών στα POS ανά κάρτα	9,5	0,6%
Μέση ετήσια χρήση στα POS ανά κάρτα	€722	4,0%
Μέση αξία συναλλαγής	€108,60	11,6%
Μέση αξία συναλλαγής στα POS	€75,90	3,4%

Χρεωστικές Κάρτες

	% Μεταβολή έναντι Δ Τριμ. 2003	
Αριθμός καρτών	1,9 εκατομμύρια	25,7%
Συνολική Καταναλωτική Δαπάνη	€1,7 δισεκατομμύρια	156,4%
Καταναλωτική Δαπάνη στα Σημεία Πώλησης (POS)	€210,7 εκατομμύρια	29,0%
Συνολικός Αριθμός Συναλλαγών	9,2 εκατομμύρια	105,9%
Αριθμός Συναλλαγών στα POS	2,6 εκατομμύρια	24,2%
Μέσος αριθμός συναλλαγών ανά κάρτα	5,2	62,0%
Μέσος αριθμός συναλλαγών στα POS ανά κάρτα	1,5	-1,8%
Μέση ετήσια χρήση στα POS ανά κάρτα	€119	2,0%
Μέση αξία συναλλαγής	€189,40	24,6%
Μέση αξία συναλλαγής στα POS	€80,20	3,9%

Πιστωτικές Κάρτες

	% Μεταβολή έναντι Δ Τριμ. 2003	
Αριθμός καρτών	3,6 εκατομμύρια	2,1%
Συνολική Καταναλωτική Δαπάνη	€5,2 δισεκατομμύρια	10,6%
Καταναλωτική Δαπάνη στα Σημεία Πώλησης (POS)	€3,5 δισεκατομμύρια	12,3%
Συνολικός Αριθμός Συναλλαγών	55,6 εκατομμύρια	7,6%
Αριθμός Συναλλαγών στα POS	47,9 εκατομμύρια	8,8%
Μέσος αριθμός συναλλαγών ανά κάρτα	15,4	5,5%
Μέσος αριθμός συναλλαγών στα POS ανά κάρτα	13,3	6,7%
Μέση ετήσια χρήση στα POS ανά κάρτα	€976	10,2%
Μέση αξία συναλλαγής	€93,60	2,8%
Μέση αξία συναλλαγής στα POS	€73,40	3,2%

Εταιρικές Κάρτες

	% Μεταβολή έναντι Δ Τριμ. 2003	
Αριθμός καρτών	37.000	16,7%
Συνολική Καταναλωτική Δαπάνη	€188,2 εκατομμύρια	19,9%
Αριθμός Συναλλαγών	900.000	15,1%
Μέσος αριθμός συναλλαγών ανά κάρτα	25,4	-3,9%

2.20. Το σύστημα αχρήματης οικονομίας

Η τάση αυτή φαίνεται να συμβαδίζει με τις γενικότερες εκτιμήσεις για την καθιέρωση μίας αχρήματης οικονομίας. Ενός συστήματος όπου όλες οι συναλλαγές θα γίνονται χωρίς την παρεμβολή της φυσικής παρουσίας του χρήματος. Οι εργαζόμενοι θα έχουν τραπεζικούς λογαριασμούς και κάρτες, με τις οποίες θα πληρώνουν όλες τις συναλλαγές, και, διαμέσου ενός δικτύου, θα γίνονται οι πληρωμές και οι συμψηφισμοί. Ο δικαιούχος θα ενημερώνεται με ειδική έκθεση απολογισμού. Το σύστημα αυτό, αν συνδυαστεί με το άμεσο Marketing (direct Marketing) και την ανάπτυξη συστημάτων πληροφοριών και εκμεταλλευτεί τις σύγχρονες εξελίξεις της τεχνολογίας (τους Ηλεκτρονικούς Υπολογιστές Η/Υ), τα ηλεκτρονικά μικροκυκλώματα και τη προοπτική για δημιουργία αναγνωριστικών μικροκυκλωμάτων που θα αποθηκεύουν όλες τις ατομικές πληροφορίες, εμφυτευμένων στο ανθρώπινο σώμα, τότε τα πράγματα από πλευράς οργάνωσης του χρηματοοικονομικού συστήματος παρουσιάζουν κάποια πλεονεκτήματα.

Όμως, ένα τέτοιο ολοκληρωμένο και κλειστό σύστημα δημιουργεί ερωτηματικά ως προς τον τρόπο αξιοποίησης και ελέγχου των πολύ σημαντικών αυτών πληροφοριών. Οι πληροφορίες αυτές, πράγματι, είναι πολύτιμες και σήμερα δαπανώνται τεράστια χρηματικά ποσά για τη συλλογή τους. Οι πληροφορίες στο νέο αχρήματο σύστημα απλά θα καταγράφονται κατά τη διάρκεια των διαφόρων συναλλαγών και θα καταχωρούνται απ' ευθείας στους Η/Υ, όπου θα γίνονται και οι σχετικές αναλύσεις.

Το μεγάλο ερωτηματικό είναι το πώς θα κατοχυρωθούν τα ατομικά δικαιώματα των πολιτών και πώς οι πολίτες θα προστατεύονται από την αλόγιστη χρήση αυτών των πληροφοριών. Ποιος θα έχει τον έλεγχο των πληροφοριών και πώς θα τις χρησιμοποιεί. Το όλο σύστημα αγγίζει τα θέματα των ατομικών ελευθεριών και της δημοκρατίας και δεν έχουν δοθεί ικανοποιητικές απαντήσεις σε αυτούς τους τομείς.

2.21. Οι ιδιαιτερότητες της διανομής των τραπεζικών προϊόντων

Η διανομή είναι το χαρακτηριστικότερο πεδίο διαφοροποίησης των υπηρεσιών σε σχέση με τα φυσικά προϊόντα. Οι υπηρεσίες, όπως έχουμε αναφέρει, είναι άυλες, δεν αποθηκεύονται, δε μεταφέρονται, δε μεταβιβάζονται και παράγονται ταυτόχρονα με την κατανάλωση όπου συμμετέχει και ο καταναλωτής. Επομένως, το θέμα της διανομής καλύπτουν τα σημεία προσφοράς των τραπεζικών υπηρεσιών. Τέτοια σημεία είναι τα κεντρικά καταστήματα και τα περιφερειακά καταστήματα των τραπεζών. Κατά συνέπεια, είναι σημαντικό να εξεταστούν σε μεγάλη έκταση οι διαδικασίες εγκατάστασης ενός καταστήματος. Τα τραπεζικά καταστήματα πλέον εί-

ναι το κέντρο του ενδιαφέροντος, μεταμορφώνονται από διοικητικά κέντρα κόστους σε παραγωγούς εσόδων και κερδών μέσω των πωλήσεων.

Τα τελευταία χρόνια, όμως, με την εισαγωγή της σύγχρονης τεχνολογίας στον τραπεζικό χώρο και την εφαρμογή της στην παραγωγή και προσφορά σύγχρονων τραπεζικών προϊόντων και εξυπηρετήσεων προς τους πελάτες, η λειτουργία της διανομής έχει περιέλθει και εξυπηρετείται με πολλά σύγχρονα τραπεζικά προϊόντα.

Προϊόντα όπως:

- οι πιστωτικές κάρτες,
- το διατραπεζικό σύστημα ΔΙΑΣ,
- οι αυτόματες ταμειολογιστικές μηχανές (ATMs),
- τα drive in windows,
- οι θυρίδες ασφαλείας,
- οι εγγυητικές επιστολές,
- τα συστήματα ηλεκτρονικής μεταφοράς αξιόγραφων (EFTS),
- οι μηχανές αυτόματης ανάληψης μετρητών (ACDs),
- οι πληρωμές στα σημεία πώλησης (EFTPOS),
- οι έξυπνες κάρτες και
- το internet banking

αποτελούν χαρακτηριστικές περιπτώσεις που εμπεριέχουν τη λειτουργία της διανομής.

Το πιο χαρακτηριστικό προϊόν, βέβαια, είναι οι αυτόματες ταμειολογιστικές μηχανές (ATMs) οι οποίες αποτελούν ή υποκαθιστούν ένα μικρό τραπεζικό κατάστημα και μπορούν να εξυπηρετήσουν τις βασικότερες τραπεζικές ανάγκες ενός καταναλωτή (κατάθεση, ανάληψη, ερώτηση υπολοίπων κ.τ.λ.) με τον πλέον ικανοποιητικό τρόπο. Λόγω του ότι αυτά τα μηχανήματα είναι τοποθετημένα σε πολλά καταλλήλως επιλεγμένα σημεία, λειτουργούν όλες τις ώρες και όλες τις ημέρες και η χρήση τους είναι πολύ εύκολη και γρήγορη. Μπορούμε να πούμε ότι η εφαρμογή των ATMs ενσαρκώνει την εφαρμογή του σύγχρονου Τραπεζικού Marketing εξυπηρετώντας τις ανάγκες της διανομής των τραπεζικών υπηρεσιών.

Η ανάπτυξη των λιανικών αγορών είναι το ζητούμενο της νέας εποχής του Τραπεζικού Marketing όπως επίσης και η ανάπτυξη καταστημάτων και δικτύων διανομής που περιλαμβάνουν έντονη παρουσία ATMs και διευκολύνουν τη γρήγορη εξυπηρέτηση των τραπεζικών πελατών. Η εξυπηρέτηση των πελατών, ανάλογη με αυτή των καταστημάτων γρήγορου φαγητού (fast food), με γρήγορο, λειτουργικό και αποτελεσματικό τρόπο είναι το ζητούμενο. Τα ATMs ικανοποιούν με τον καλύτερο τρόπο αυτήν την ανάγκη της γρήγορης εξυπηρέτησης (one - stop shopping).

Το θέμα της διασποράς και της επιλογής του τόπου εγκατάστασης των ATMs συνδέεται και με το θέμα της εγκατάστασης των τραπεζικών καταστημάτων που αναλύεται στη συνέχεια.

2.22. Οι πιστωτικές κάρτες και το άμεσο Marketing

Ο θεσμός των πιστωτικών καρτών τα τελευταία χρόνια εξαπλώνεται με ταχύ ρυθμό. Οι πιστωτικές κάρτες που άρχισαν ως ένας τρόπος συναλλαγών που αντικαθιστούσε το πραγματικό («real») χρήμα με το λεγόμενο «πλαστικό», τείνουν να εξελιχθούν και να παρασύρουν σε παρόμοια εξέλιξη όλο το χρηματοπιστωτικό σύστημα σε μία νέα πρακτική και ηθική των συναλλαγών και του εμπορίου. Πάνω στον άξονα πιστωτικές κάρτες - πλαστικό χρήμα - λογιστικό χρήμα, τείνει να ευθυγραμμιστεί ολόκληρη η σύγχρονη εξέλιξη του χρηματοπιστωτικού συστήματος. Οι δραστηριότητες που αφορούν τις πιστωτικές κάρτες αποσχίζονται από τον κύριο κορμό των τραπεζών και αναπτύσσονται ως αυτοτελείς επιχειρήσεις.

Οι τραπεζικές εργασίες, όμως, σε συνδυασμό με τη λειτουργία των πιστωτικών καρτών και το λεγόμενο λογιστικό χρήμα, καθιστούν το χρήμα «αόρατο». Ένας εργαζόμενος ή μία επιχείρηση μπορεί να δέχεται την αμοιβή του απ' ευθείας σε ένα τραπεζικό λογαριασμό και να πραγματοποιεί τις πληρωμές του μέσω των διαφόρων τραπεζικών προϊόντων, δηλαδή, τις προσωπικές ή επαγγελματικές επιταγές, τις ταξιδιωτικές επιταγές (travellers cheques) και τις πιστωτικές κάρτες. Στο τέλος κάθε μήνα θα λαμβάνει μία μικρή έκθεση («report») με τα αποτελέσματα της χρήσης του μήνα και την κίνηση του λογαριασμού του. Φυσικά, θα είναι δυνατή η μετακίνηση των διαφόρων χρηματικών ποσών από τον ένα λογαριασμό στον άλλο. Έτσι, η ποσότητα του διαθέσιμου πραγματικού χρήματος θα είναι πάρα πολύ μικρή, ίση για να καλύπτει τις απολύτως απαραίτητες μικροανάγκες.

Σε αυτό το σημείο προστίθενται, εκτός από τις μικροανάγκες, και οι ανεπίσημες συναλλαγές. Δηλαδή, πολλές φορές γίνονται κάποιες συναλλαγές για τις οποίες τα άτομα δεν επιθυμούν να αφήνουν τα «ίχνη» τους π.χ. με τη μορφή πιστωτικής κάρτας (αποδείξεις). Για ορισμένες τέτοιες συναλλαγές δε διευκολύνει τον καταναλωτή ο τρόπος πληρωμής ούτε με πιστωτικές κάρτες, ούτε με επιταγές. Ο όγκος, λοιπόν, αυτών των συναλλαγών είναι ένα μικρό εμπόδιο (μαζί με τις μικροσυναλλαγές) στην καθιέρωση ενός πλήρους λογιστικού χρηματοπιστωτικού συστήματος. Ο παράγοντας αυτός μας δείχνει και το μεγάλο πλεονέκτημα που έχει η χρήση των πιστωτικών καρτών σε συνδυασμό με το άμεσο (direct) Marketing. Όσες συναλλαγές πραγματοποιούνται με πιστωτικές κάρτες καταγράφονται, με αποτέλεσμα, τα στοιχεία να διατίθενται για περαιτέρω έρευνα και εξαγωγή συμπερασμάτων. Τα στοιχεία αυτά συλλέγονται, φυλάσσονται επιμελώς και αναλύονται δημιουργώντας τις λεγόμενες τράπεζες πληροφοριών (Data Banks ή Data Bases) για το direct Marketing. Οι σπουδαστές θα μπορούσαν να αναλάβουν εργασίες που

πραγματεύονται αυτά τα δέματα και, πιο συγκεκριμένα, το βαθμό εφαρμογής όλων αυτών από τις ελληνικές τράπεζες και τις εταιρίες πιστωτικών καρτών που λειτουργούν στην Ελλάδα, καθώς και τους κινδύνους που πιθανόν ελλοχεύουν για την ατομική ελευθερία και τη δημοκρατία ως συνέπεια ανορθόδοξης λειτουργίας του συστήματος και τα μέτρα που πρέπει να ληφθούν για να διασφαλιστούν οι συναλλασσόμενοι. Τίποτα δεν μας λέει πως θα χρησιμοποιηθούν τα στοιχεία αυτά.

Κ Ε Φ Α Λ Α Ι Ο 3^ο

ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΚΑΡΤΩΝ

3.1. Εισαγωγή

Σε μια πιστωτική κάρτα η διαχείριση των πληροφοριών γίνεται με ασφαλή τρόπο ενώ υπάρχουν πολλαπλές δυνατότητες χρήσης αυτής. Καταρχήν, μια κανονική πιστωτική κάρτα είναι ένα απλό κομμάτι πλαστικού. Το εσωτερικό της, συνήθως, περιέχει έναν ενσωματωμένο οκτάμπιτο μικροεπεξεργαστή, ο οποίος έχει αντικαταστήσει τη μαγνητική λωρίδα που υπήρχε μέχρι σήμερα.

Σήμερα, οι πιστωτικές κάρτες χρησιμοποιούνται σε πολλούς τομείς της καθημερινής μας ζωής αντί των νομισμάτων. Επίσης, οι πιστωτικές μπορούν να περιέχουν ένα χρηματικό ποσό για τις καθημερινές χρηματικές μας συναλλαγές, να γίνονται αγορές με προνομιακές τιμές, να ενοικιάζουμε αυτοκίνητο ή δωμάτιο σε ξενοδοχείο ή για την αγορά αγαθών και υπηρεσιών, για ασφαλιστικές, νομικές και ιατρικές υπηρεσίες κ.τ.λ. Όλες αυτές οι διαφορετικές και ανεξάρτητες εφαρμογές μπορούν να συνυπάρχουν σε μια πιστωτική κάρτα κάνοντάς την ένα απαραίτητο εξάρτημα της καθημερινής μας ζωής.

Ο μικροεπεξεργαστής στην πιστωτική κάρτα βρίσκεται εκεί για την ασφάλεια. Ο κεντρικός υπολογιστής δικτύου και ο αναγνώστης καρτών, στη πραγματικότητα, «μιλούν» στο μικροεπεξεργαστή. Ο μικροεπεξεργαστής επιβάλλει την πρόσβαση στα στοιχεία που βρίσκονται στην κάρτα. Εάν ο κεντρικός υπολογιστής διάβαζε και έγραφε στην μνήμη άμεσης προσπέλασης της έξυπνης κάρτας (RAM), δεν θα υπήρχε καμία διαφορά απ' ότι σε μια δισκέτα.

Οι πιστωτικές κάρτες μπορούν να έχουν RAM μεγαλύτερη του 1 kilobyte , 24 kilobyte ROM, 16 kilobyte προγραμματιζόμενης ROM και ένα οκτάμπιτο μικροεπεξεργαστή που τρέχει στα 5 MHz. Η πιστωτική κάρτα χρησιμοποιεί μια σειριακή διεπαφή και λαμβάνει την ισχύ της από εξωτερικές πηγές, όπως έναν αναγνώστη καρτών. Ο επεξεργαστής χρησιμοποιεί ένα περιορισμένο ρεπερτόριο εντολών για εφαρμογές όπως το σύστημα κρυπτογραφίας.

Αυτό που καθιστά την κάρτα «έξυπνη», συγκρίνοντας τη με μια κάρτα μνήμης ή μια μαγνητική κάρτα, είναι η επιβολή των κανόνων ελέγχου πρόσβασης στη μνήμη: για παράδειγμα μερικές περιοχές (όπως το όνομα του κατόχου της κάρτας) μπορούν να γίνουν μόνο αναγνώσιμες, αφού γίνει η πρώτη εγγραφή (που κρατά την αξία της κάρτας). Μπορεί να γίνει εγγραφή

μόνο με έναν τρόπο, που επιτρέπει στην αξία της κάρτας να μειωθεί, όχι να αυξηθεί. Αυτός ο έλεγχος πρόσβασης μπορεί να εκτελεσθεί από έναν οκτάμπιτο μικροελεγκτή όμοιο με ένα Motorola 6805 ή ένα Intel 8051.

Μέσα σ' αυτές, υπάρχουν τα προστατευμένα PIN που τις καταστούν παρόμοιες στη φύση με τις κάρτες του ATM που χρησιμοποιούμε. Και, γι' αυτό το θέμα, ακόμα και διεθνώς η αγορά των PC πρέπει να αγκαλιάσει πλήρως τις έξυπνες κάρτες. Ο λόγος είναι η έλλειψη ενός ενσωματωμένου αναγνώστη. Εφαρμογές και συστήματα που χτίζονται συγκεκριμένα για την εργασία χρήσης των έξυπνων καρτών (όπως οι κερματοδέκτες) δουλεύουν εξαιρετικά καλά. Αλλά για την αποδοχή της αγοράς των PC από τους καταναλωτές απαιτείται μια καταλληλότερη λύση. Εκτός από τους προβλέψιμους εφιάλτες της νέας τεχνολογίας, για την επέκταση των αναγνωστών των έξυπνων καρτών, υπάρχει και το ζήτημα του κόστους. Αντίθετα με τους αναγνώστες, οι έξυπνες κάρτες είναι σχετικά οικονομικές.

Έχει ειπωθεί ότι οι πιστωτικές κάρτες μια ημέρα θα είναι τόσο σημαντικές όσο είναι οι υπολογιστές σήμερα. Αυτή η δήλωση είναι λίγο λανθασμένη επειδή υπονοεί ότι οι έξυπνες κάρτες δεν είναι υπολογιστές, όταν στην πραγματικότητα, είναι. Επειδή, οι πιστωτικές κάρτες είναι στην πραγματικότητα μικροσκοπικοί υπολογιστές, είναι δύσκολο να προβλεφθεί η ποικιλία των εφαρμογών που θα είναι δυνατή μ' αυτές στο μέλλον. Είναι δυνατόν, οι πιστωτικές κάρτες να ακολουθήσουν την ίδια τάση της ραγδαίας αύξησης στη δύναμη της επεξεργασίας που έχουν οι υπολογιστές, διπλασιάζοντας την απόδοση και μειώνοντας το κόστος.

Οι πιστωτικές κάρτες εφευρέθηκαν ανεξάρτητα στη Γερμανία (1967), την Ιαπωνία (1970), τις Ηνωμένες Πολιτείες (1972), και τη Γαλλία (1974). Το 1980, όταν η Γαλλία άρχισε μια σημαντική εκστρατεία για να εξάγει την τεχνολογία, ο Roy Bright της κυβερνητικής εμπορικής οργάνωσης, Intelmatique, επινόησε τη φράση «έξυπνη κάρτα» για να περιγράψει την τεχνολογία.

Οι πιστωτικές κάρτες είναι δημοφιλέστερες τόσο στην Ευρώπη όσο και στις Ηνωμένες Πολιτείες. Η τεχνολογία της μαγνητικής λωρίδας παραμένει σε ευρεία χρήση στις Ηνωμένες Πολιτείες. Εντούτοις, τα δεδομένα στη λωρίδα μπορούν εύκολα να διαβαστούν, να γραφτούν, να διαγραφούν ή να αλλάξουν με τη χρήση κάποιου παράνομου εξοπλισμού. Επομένως, η λωρίδα δεν είναι το πραγματικά καλύτερο μέρος για να καταχωρηθούν ευαίσθητες πληροφορίες. Για την προστασία του καταναλωτή, οι επιχειρήσεις στις ΗΠΑ έχουν επενδύσει σε μια απευθείας σύνδεση που βασίζεται στα δίκτυα υπολογιστών μεγάλης ισχύος για την επαλήθευση και την επεξεργασία. Στην Ευρώπη, δεν έχει αναπτυχθεί μια τέτοια υποδομή.

Οι πιστωτικές κάρτες έχουν αποδειχθεί αρκετά χρήσιμες ως μέσο συναλλαγής στις ευρωπαϊκές χώρες. Όπως αυξάνονται οι ικανότητές τους, θα μπορούσαν να αντικαταστήσουν τελικά όλα τα πράγματα που μεταφέρουμε στα πορτοφόλια μας και μπορούν να χρησιμοποιηθούν για

να προσδιορίσουν εθελοντικά τις ιδιότητές μας οπουδήποτε και αν βρισκόμαστε ή με οποίο δικτυο υπολογιστών είμαστε συνδεδεμένοι. Δεν θα προσπαθήσουμε να προβλέψουμε το μέλλον των δυνατοτήτων της εφαρμογής των πιστωτικές καρτών, ούτε τον αντίκτυπό τους στην κοινωνία, αλλά αντί αυτού στρεφόμαστε στη κατάσταση προόδου των πιστωτικών καρτών και της χρήσης τους στα συστήματα ασφάλειας υπολογιστών και δικτύων. Οι κάρτες δεν είναι επιστημονικά περιεκτικές σχετικά με κάθε λεπτομέρεια του ολοκληρωμένου κυκλώματος, αλλά αντίθετα προσπαθούν να βρουν μια μέση λύση μεταξύ της ακρίβειας και της δυνατότητας κατανόησης.

Οι ρίζες των διαδεδομένων σήμερα έξυπνων καρτών χαρακτήθηκαν από τις ΗΠΑ στις αρχές της δεκαετίας του '50, όταν το Dinners Club παρήγαγε την πρώτη πλαστική κάρτα για να χρησιμοποιηθεί για εφαρμογές πληρωμής. Το συνθετικό υλικό PVC που χρησιμοποιήθηκε, επέτρεψε κάρτες μεγαλύτερης διάρκειας απ' ότι οι προηγούμενες συμβατικές κάρτες που βασιζόταν στα έγγραφα (χαρτί). Σε αυτό το σύστημα, μόνο το γεγονός ότι εκδώσατε μια Dinner Club κάρτα, σας επιτρέπει να πληρώνετε με το «καλό σας όνομά» παρά με μετρητά. Στην πραγματικότητα, η κάρτα σας αναγνωρίζει ως μέλος μιας επίλεκτης ομάδας και γίνεστε αποδεκτός από ορισμένα εστιατόρια και ξενοδοχεία που αναγνωρίζουν αυτήν την ομάδα. Η VISA και η MasterCard μπήκαν αργότερα στην αγορά αλλά τελικά με το κόστος της απάτης, τον εμπορικό χειρισμό και το κόστος των τραπεζών κατέστησαν απαραίτητη μια κάρτα που είναι αναγνώσιμη από μια μηχανή.

Η μαγνητική λωρίδα που εισήχθη, επέτρεψε σε περαιτέρω μεταλλαγμένα στοιχεία να αποθηκεύονται στις κάρτες σε ένα αναγνώσιμο από τη μηχανή σχήμα. Αυτός ο τύπος κάρτας, αποτυπωμένος σε ανάγλυφο με μια μαγνητική λωρίδα είναι η πιο συνηθισμένη μέθοδος πληρωμής. Η τεχνολογία των μαγνητικών λωρίδων πάσχει από μια κρίσιμη αδυναμία, αφού ο οποιοσδήποτε με πρόσβαση στην κατάλληλη συσκευή μπορεί να διαβάσει, να αντιγράψει ή να διαγράψει τα δεδομένα. Κατά συνέπεια, μια κάρτα με μαγνητική λωρίδα είναι ακατάλληλη για τη διαφύλαξη ευαίσθητων στοιχείων. Υπό αυτήν τη μορφή, απαιτείται μια εκτενής απευθείας σύνδεση, συγκεντρωμένη στο πίσω μέρος της υποδομής για την επαλήθευση και επεξεργασία. Αυτός ο τύπος της υποδομής διατέθηκε στις ΗΠΑ αλλά δεν ήταν εύκολα διαθέσιμος στις Ευρωπαϊκές χώρες. Όπως σε οποιαδήποτε αρχιτεκτονική client/server, μια λύση στην αδυναμία επεξεργασίας του πίσω μέρους είναι να προστεθεί ισχύς στο πίσω μέρος της πλευράς του κεντρικού υπολογιστή. Μια άλλη λύση είναι να καταστήσει το κομμάτι του client ισχυρότερο, ανακουφίζοντας, κατά συνέπεια, μερικά από τα καθήκοντα του πίσω μέρους. Οι ευρωπαϊκές χώρες φαίνονται να έχουν προτίμηση στη δεύτερη προσέγγιση και να κάνουν μια τεράστια βελτίωση, πέρα από τη τεχνολογία των μαγνητικών λωρίδων, με την εισαγωγή της κάρτας του ολοκληρωμένου κυκλώματος (ICC).

Το 1968, οι γερμανοί εφευρέτες Jørgen Dethloff και ο Helmut Grötrup υπέβαλαν αίτηση σχετικά με τα πρώτα ICC διπλώματα ευρεσιτεχνίας. Παρόμοιες εφαρμογές ακολούθησαν η Ιαπωνία το 1970 και η Γαλλία το 1974. Το 1984, το γαλλικό PTT (ταχυδρομικές και τηλεπικοινωνιακές υπηρεσίες) πραγματοποίησε επιτυχώς μια υπαίθρια δοκιμή με τις τηλεφωνικές κάρτες. Μέχρι το 1986, πολλά εκατομμύρια γαλλικές τηλεφωνικές έξυπνες κάρτες βρίσκονταν σε κυκλοφορία. Ο αριθμός τους έφθασε σχεδόν τα 60 εκατομμύρια το 1990 και 150 εκατομμύρια προβλήθηκαν το 1996.

Μεγάλη πρόοδο σημείωσαν το σύστημα κρυπτογραφίας τη δεκαετία του '60 και οι μηχανισμοί ασφάλειας. Οπότε, οι έξυπνες κάρτες αποδεδειγμένα μπορούν να είναι ένα ιδανικό μέσο για τη δημιουργία ακίνδυνων κρυπτογραφικών κλειδιών και αλγορίθμων. Οι γαλλικές τράπεζες ήταν ο πρώτος τομέας που εισήγαγε αυτού του τύπου κάρτες, με μια τραπεζική κάρτα με ενσωματωμένο τσιπ το 1984. Οι γερμανικές τράπεζες άρχισαν να την παρουσιάζουν περίπου το 1997. Άλλη μια εφαρμογή που τοποθετήθηκε στη Γερμανία περιλάμβανε την έκδοση άνω των 70 εκατομμυρίων έξυπνων καρτών, οι οποίες έφεραν πληροφορίες για την ασφάλεια υγείας.

3.2. Χρήσεις των καρτών

Η χρήση των πιστωτικών καρτών εμφανίζεται σε γενικές κατηγορίες εφαρμογών. Οι πιστωτικές κάρτες μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως:

- ❖ **Χρηματοπιστωτικό μέσο (πιστωτική κάρτα - κάρτα χρέωσης):** διευκολύνουν τις πιστωτικές και χρεωστικές συναλλαγές με ασφαλέστερο τρόπο και περιορίζονται στο ελάχιστο οι πιθανότητες ύπαρξης οποιασδήποτε οικονομικής απάτης..
- ❖ **Κλειδιά πρόσβασης:** διευκολύνουν την αυθεντικοποίηση και ταυτοποίηση του κατόχου της και την επεξεργασία δεδομένων, παρέχοντας έτσι ένα ασφαλέστερο περιβάλλον για τη μεταφορά, αποθήκευση και ανταλλαγή πληροφοριών. Οι δυνατότητες των καρτών αυτών τις καθιστούν ιδανικές για εφαρμογές Διαδικτύου (Internet), υπηρεσίες Home-banking ή ακόμα και ως κάρτες μέλους οργανισμών (loyalty cards). Πρόκειται συνήθως για κάρτες τύπου contact, οι οποίες χρησιμοποιούνται για την προμήθεια αγαθών ή υπηρεσιών από συγκεκριμένο έμπορο. Μέσω του κατάλληλου συστήματος, ο έμπορος είναι σε θέση να λάβει λεπτομερείς πληροφορίες για τον πελάτη έχοντας ως αποτέλεσμα τη βελτίωση των υπηρεσιών προς αυτόν.
- ❖ **Μέσω Web Browsers:** οι μηχανισμοί αναζήτησης χρησιμοποιούν τεχνολογίες, όπως Secure Sockets Layer(SSL) ή Transport Layer Security (TLS) προκειμένου να προσδώσουν μεγαλύτερη ασφάλεια στο Διαδίκτυο. Οι τεχνολογίες αυτές μπορούν να πραγματοποιήσουν αυθεντικοποίηση του πελάτη-χρήστη και του διακομιστή, παρέχοντας ειδικά κανάλια επικοινωνίας.

νίας και μεταφοράς μηνυμάτων. Η εισαγωγή της έξυπνης κάρτας εστιάζεται κυρίως στη μεταφορά ειδικού κλειδιού αποκρυπτογράφησης, ώστε να αποφεύγεται οποιαδήποτε προσπάθεια αντιγραφής των σχετικών κλειδιών.

- ❖ **Secure E-mail:** όπως και με τις παραπάνω τεχνολογίες και σε αυτήν την εφαρμογή η πιστωτική κάρτα μπορεί να χρησιμοποιηθεί κατά παρόμοιο τρόπο.
- ❖ **Kiosk computer:** πολλές εφαρμογές προϋποθέτουν την ύπαρξη κατάλληλου κεντρικού σταθμού (kiosk), που συνδέεται με πολλούς υπολογιστές συγχρόνως (τερματικά). Η ύπαρξη κατάλληλης μνήμης και του μικροεπεξεργαστή παρέχει στο χρήστη τη μεταφορά οικονομικών δεδομένων, δημογραφικών δεδομένων, καθώς και οποιωνδήποτε πληροφοριών θεωρεί αυτός ότι είναι χρήσιμες μέσω μιας φορητής κάρτας
- ❖ **Ηλεκτρονικό πορτοφόλι (e-purse):** Προσαρμοσμένες αγοραπωλησίες με τη βοήθεια βάσεων δεδομένων, ηλεκτρονικά κουπόνια, προγράμματα αξιοπιστίας ή ακόμα και πιστοποιητικά δώρων μπορούν να διαχειρισθούν επιτυχώς με τη χρήση πιστωτικών καρτών. Το ηλεκτρονικό χρήμα ομοιάζει με την περίπτωση προπληρωμένων τηλεφωνικών καρτών, καθώς η τιμή που περιλαμβάνει η κάρτα είναι προκαθορισμένη και σε οποιαδήποτε χρήση της αφαιρείται το αντίστοιχο ποσό. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτής της εφαρμογής αποτελούν οι ηλεκτρονικές διατάξεις ανάγνωσης καρτών Automatic Teller Machine (ATM), όπου ο χρήστης με τη βοήθεια κατάλληλου προσωπικού αριθμού αναγνώρισης (PIN) αποκτά πρόσβαση σε κάποιο τραπεζικό δίκτυο, εκτελώντας τραπεζικές συναλλαγές, όπως κατάθεση ή ανάληψη χρημάτων. Οποσδήποτε και σ' αυτήν την εφαρμογή παρέχεται ένα ασφαλέστερο περιβάλλον με ταυτόχρονη μείωση του κόστους επεξεργασίας των δεδομένων. Η χρήση τους σ' αυτόν τον τομέα εξυπηρετεί κυρίως εφαρμογές προώθησης υπηρεσιών και προϊόντων.
- ❖ **Ανάληψη ηλεκτρονικού χρήματος**

3.3. Εφαρμογές των καρτών

Οι πιστωτικές κάρτες επεκτείνονται στους περισσότερους τομείς της δημόσιας και ιδιωτικής αγοράς. Οι κάρτες ενιαίας λειτουργίας χρησιμοποιούνται για τις λειτουργίες πίστωσης και χρέωσης των οικονομικών οργανισμών, τα συνεταιρικά συστήματα προσωπικού, τις λειτουργίες της συνδρομητικής τηλεόρασης και πολλά άλλα. Με την εμφάνιση των καρτών-πολυεφαρμογών, ικανών να μεταφέρουν δεδομένα που σχετίζονται με διάφορες λειτουργίες, τα πιο σύνθετα σχέδια αναπτύσσονται ιδιαίτερα, από τις πόλεις για τους πολίτες και από κεντρικές κυβερνήσεις για τους κατοίκους τους. Στα περισσότερα από αυτά σχέδια, οι απλές δομές δεδομένων κρατούνται και ενημερώνονται μέσα στις κάρτες, συμπεριλαμβάνοντας τις προσωπικές πληροφορίες για τον κάτοχο της κάρτας και τη σχέση του λογαριασμού του, ή της κάρτας και του εκδότη

της εφαρμογής μαζί με τα διεξαγόμενα δεδομένα. Τα κεντρικά συστήματα των διαδικασιών συχνά καθρεφτίζουν αυτά τα δεδομένα, έχοντας συλλέξει αυτά μέσω ενός μηχανισμού συγκέντρωσης από τα τερματικά, τα οποία δέχονται οι ειδικές κάρτες και τους επιτρέπουν να συμμετάσχουν στις σχετικές συναλλαγές.

Όπως στις πιστωτικές κάρτες και άλλες αναβαθμισμένες κάρτες που βασίζονται στα τσιπ, οι άνθρωποι βρήκαν νέους τρόπους να τις χρησιμοποιούν. Οι καταναλωτές χρησιμοποιούν τις κάρτες τσιπ για τα πάντα, από την επίσκεψη τους σε βιβλιοθήκες μέχρι την αγορά ταινιών από βιντεοκλάμπ και εγκαθίστανται σταθερά στη καθημερινή μας ζωή. Διάφορα κράτη έχουν προγράμματα καρτών τσιπ υπό εξέλιξη στις κυβερνητικές τους εφαρμογές που παρατάσσονται από το τμήμα οχημάτων μέχρι την ηλεκτρονική μεταφορά οφελών (EBT). Πολλές βιομηχανίες έχουν εφαρμόσει τις δυνατότητες των πιστωτικών καρτών στα προϊόντα τους, όπως τα νέα ψηφιακά κυψελοειδή τηλέφωνα GSM και τους αποκωδικοποιητές της δορυφορικής TV.

Οι πιο κοινές εφαρμογές των πιστωτικών καρτών είναι:

Τραπεζικές κάρτες: Οι γαλλικές τράπεζες αποτέλεσαν τους πρωτοπόρους στον τομέα αυτό στοχεύοντας με την ύπαρξη κατάλληλων συστημάτων, στη μείωση της ζημίας λόγω κλοπών ή απάτης, στην ελαχιστοποίηση οποιωνδήποτε λαθών και στη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών από αυτές.

Υπάρχουν τρεις βασικοί τύποι πιστωτικών καρτών:

- ❖ τραπεζικές κάρτες, που εκδίδονται από τις τράπεζες (παραδείγματος χάριν, η Visa, MasterCard και Discover card)
- ❖ κάρτες ταξιδιού και ψυχαγωγίας (T&E), όπως American Express και Dinners Card
- ❖ κάρτες σπιτιού που είναι καλές μόνο σε μια αλυσίδα καταστημάτων (Sears είναι η μεγαλύτερη από αυτές, και ακολουθείται από τις επιχειρήσεις πετρελαίου, τις τηλεφωνικές επιχειρήσεις και τα τοπικά τμήματα καταστημάτων).

Υπάρχουν επιπλέον και οι γνωστές κάρτες συγγένειας. Αυτή η κάρτα - χαρακτηριστικά η MasterCard ή η Visa - φέρει και το λογότυπο ενός οργανισμού εκτός από το έμβλημα του δανειστή. Συνήθως, αυτοί οι κάτοχοι καρτών αποκομίζουν κάποιο όφελος χρησιμοποιώντας τη κάρτα - ίσως τα μίλια συχνών πτήσεων ή οι πόντοι σχετικά με τα εμπορεύματα. Οι οργανισμοί δελεάζουν τα μέλη τους για να πάρουν τις κάρτες, με την ιδέα να κρατηθεί το όνομα του ομίλου μπροστά από τον κάτοχο της κάρτας. Εκτός από την καθιέρωση των εμπορικών σημάτων, ο οργανισμός λαμβάνει κάποια οικονομικά κίνητρα (ένα μέρος της ετήσιας αμοιβής ή των εξόδων χρηματοδότησης ή κάποιο μικρό ποσό ανά συναλλαγή ή ένας συνδυασμός απ' αυτά) από την επιχείρηση πιστωτικών καρτών.

Κάρτες Pay TV: Οι κάρτες αυτές προϋποθέτουν την εγγραφή του συνδρομητή-κατόχου σε καλωδιακού δικτύου τηλεόραση. Η κάρτα, στην περίπτωση αυτή, λειτουργεί ως προπληρωμή της εφαρμογής που απαιτεί ο συνδρομητής και περιλαμβάνει τα στοιχεία λογαριασμού και της αναγνώρισης του κατόχου της. Ο χρήστης είναι σε θέση να χρησιμοποιήσει την κάρτα οπουδήποτε (από το σπίτι του ή από ένα Ξενοδοχείο), αποκτώντας πρόσβαση στις εφαρμογές του δικτύου. Η χρήση τους, όμως, δεν περιορίζεται μόνο στην καλωδιακή τηλεόραση αλλά και στις υπηρεσίες δορυφορικής τηλεόρασης, με τη διαδικασία πρόσβασης να είναι απολύτως όμοια. Υπολογίζεται ότι περίπου 10 εκατομμύρια κάρτες αυτού του τύπου χρησιμοποιήθηκαν σε ολόκληρο τον κόσμο το έτος 1994.

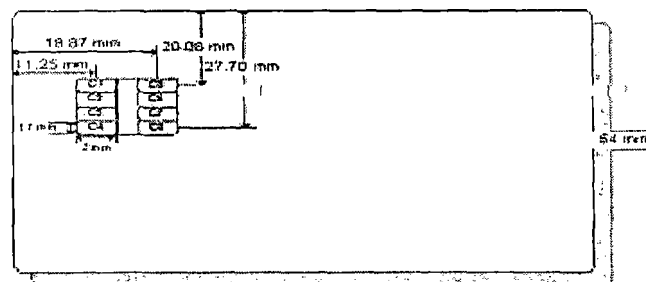
3.4. Η φυσική δομή των πιστωτικών καρτών

Αυτό το τμήμα συζητά τη φυσική δομή μιας πιστωτικής κάρτας και εξετάζει τα συστατικά της. Επίσης, αναφέρεται σε όλες τις φάσεις του κύκλου ζωής μιας κάρτας και ερευνά πώς το microchip χειρίζεται και μεταφέρει τα δεδομένα ασφαλή από τον κατασκευαστή της κάρτας στον προμηθευτή της εφαρμογής και έπειτα στο φορέα. Κατά συνέπεια, να προσδιορίσουμε πώς τα δεδομένα ή οι πληροφορίες που αποθηκεύονται στη κάρτα μπορούν να προστατευθούν.

Η φυσική δομή μιας έξυπνης κάρτας προσδιορίζεται από την οργάνωση διεθνών προτύπων (ISO) 7810, το 7816/1 και 7816/2.

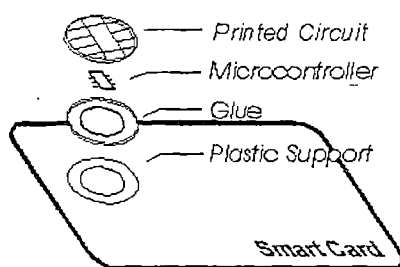
Το ότι είναι πλαστική κάρτα είναι το πιο βασικό και έχει διαστάσεις 85.60mm X 53.98mm X 0.80mm. Η κάρτα είναι αρκετά μικρή για να είναι εύκολα φορητή, αλλά από την άλλη πλευρά είναι αρκετά μεγάλη για να παρουσιάσει γραφικά και διαφημίσεις.

Figure 17-1: Smartcard Physical Dimensions



Σχήμα 1: Φυσικές διαστάσεις πιστωτικής κάρτας

Ένα τυπωμένο κύκλωμα και ένα τσιπ ολοκληρωμένων κυκλωμάτων ενσωματώνονται στην κάρτα. Το σχήμα 2 παρουσιάζει τη φυσική δομή μιας έξυπνης κάρτας.



Σχήμα 2: Φυσική δομή μιας πιστωτικής κάρτας

Το τυπωμένο κύκλωμα προσαρμόζεται στα πρότυπα του ISO 7816/3, που παρέχουν πέντε σημεία σύνδεσης για τη ισχύ και τα δεδομένα. Το καθορίζει ερμητικά στην εσοχή που υπάρχει στην κάρτα και καίγεται επάνω στο τσιπ κυκλωμάτων, γεμίζει με ένα αγώγιμο υλικό και σφραγίζεται με τη σύνδεση των προεξοχών. Το τυπωμένο κύκλωμα προστατεύει το τσιπ κυκλωμάτων από τη μηχανική πίεση και τη στατική ηλεκτρική ενέργεια. Η επικοινωνία με το τσιπ ολοκληρώνεται μέσω των επαφών που επιστρώνουν το τυπωμένο κύκλωμα.

Η ικανότητα μιας πιστωτικής κάρτας καθορίζεται από το τσιπ ολοκληρωμένων κυκλωμάτων της. Χαρακτηριστικά, ένα τσιπ ολοκληρωμένων κυκλωμάτων αποτελείται από έναν μικροεπεξεργαστή, μια μνήμη μόνο για ανάγνωση (ROM), μια μη στατική μνήμη τυχαίας προσπέλασης (RAM) και μία ηλεκτρικά εξαλείψιμη προγραμματίσιμη μνήμη μόνο για ανάγνωση (EEPROM), που θα διατηρήσει τη κατάσταση του όταν αφαιρείται η ισχύς. Το τρέχον τσιπ κυκλωμάτων γίνεται από πυρίτιο που δεν είναι εύκαμπτο και ιδιαίτερα εύκολο να σπάσει. Επομένως, προκειμένου να αποφευχθεί η θραύση όταν κάμπτεται η κάρτα, το τσιπ είναι περιορισμένο μόνο σε μερικά χιλιοστά.

Επιπλέον, η φυσική διεπαφή, που επιτρέπει την ανταλλαγή δεδομένων μεταξύ του τσιπ ολοκληρωμένων κυκλωμάτων και της συσκευής αποδέκτη καρτών (CAD), περιορίζεται σε 9600 μπιτ ανά δευτερόλεπτο. Η γραμμή επικοινωνίας είναι μια αμφίδρομη γραμμή τμηματικής μετάδοσης που προσαρμόζεται στα πρότυπα του ISO 7816/3. Όλες οι ανταλλαγές δεδομένων είναι υπό τον έλεγχο της κεντρικής μονάδας επεξεργασίας στο τσιπ ολοκληρωμένων κυκλωμάτων. Η κάρτα διατάζει και τα δεδομένα εισόδου στέλνονται στο τσιπ που απαντάει με λέξεις θέσης και δεδομένα εξόδου, κατά τη παραλαβή αυτών των εντολών και των δεδομένων. Οι πληροφορίες στέλνονται κατά τέτοιο τρόπο, ώστε η μετάδοση των δεδομένων να γίνεται προς μια κατεύθυνση τη φορά. Αυτό το πρωτόκολλο μαζί με τον περιορισμό του ποσοστού των bit αποτρέπει τη μαζική επίθεση δεδομένων στην κάρτα.

Γενικά, το μέγεθος, το πάχος και οι απαιτήσεις κάμψης για τις πιστωτικές κάρτες έχουν ως σκοπό να προστατεύσουν την κάρτα από φυσικές καταστροφές. Εντούτοις, αυτό περιορίζει τους πόρους μνήμης και επεξεργασίας που μπορούν να τοποθετηθούν στην κάρτα. Μάλιστα για το

λόγο αυτό πολλοί υποστηρίζουν ότι οι περιορισμοί μπορούν να υποβιβάσουν την ασφάλεια μιας πιστωτικής κάρτας σε μερικές περιστάσεις, δεδομένου ότι τα εξωτερικά στοιχεία είναι αμφίβολα και αβέβαια.

3.5. Κύκλος ζωής μιας έξυπνης κάρτας

Η πιστωτική κάρτα, ένα ευφρές σημείο, είναι μια πλαστική κάρτα που ενσωματώνει ένα τσιπ ολοκληρωμένων κυκλωμάτων. Παρέχει όχι μόνο την ικανότητα της μνήμης, αλλά και την υπολογιστική ικανότητα, επίσης. Ο αυτοπεριορισμός της πιστωτικής κάρτας την καθιστά ανθεκτική στην επίθεση, δεδομένου ότι δεν πρέπει να εξαρτηθεί από ενδεχόμενες εξωτερικές πηγές. Λόγω αυτών των χαρακτηριστικών, οι πιστωτικές κάρτες χρησιμοποιούνται συχνά σε διαφορετικές εφαρμογές που απαιτούν ισχυρή προστασία και επικύρωση ασφάλειας.

Η κύρια όμως εφαρμογή της είναι αυτής της πίστωσης-χρέωσης που επιτρέπει τις εκτός σύνδεσης συναλλαγές. Για όλες τις εφαρμογές που πρέπει να γίνουν, απαιτούν να αποθηκευτούν στην κάρτα, όπως οι πληροφορίες βιομετρικής του ιδιοκτήτη της κάρτας, των κρυπτογραφικών κλειδιών για την επικύρωση, κ.λ.π.

Στο εγγύς μέλλον, η παραδοσιακή πιστωτική κάρτα θα αντικατασταθεί και θα ενσωματωθεί σε μια ενιαία κάρτα με τη χρησιμοποίηση της έξυπνης κάρτας πολυεφαρμογής, η οποία είναι γνωστή ως ηλεκτρονικό πορτοφόλι. Η έξυπνη κάρτα γίνεται όλο και περισσότερο σημαντική και θα διαδραματίσει έναν σημαντικό ρόλο στην καθημερινή ζωή μας. Θα χρησιμοποιηθεί για να φέρει πολλά ευαίσθητα και κρίσιμα δεδομένα για τους καταναλωτές, περισσότερο από πριν, σε σύγκριση με τη μαγνητική κάρτα. Επομένως, υπάρχουν πολλές διαμάχες και συζητήσεις για το εάν οι έξυπνες κάρτες είναι ή όχι αρκετά ασφαλείς, για να αποθηκεύσει εκείνες τις πληροφορίες. Αυτό είναι πάντα μια πηγή διαμάχης.

Υπάρχει ένα λειτουργικό σύστημα μέσα σε κάθε πιστωτική κάρτα που μπορεί να περιέχει έναν αριθμό αναγνώρισης κατασκευαστή (ID), ένα τύπο συστατικού (εξαρτήματος, σύνθεσης), μια σειρά αριθμών (serial number), πληροφορίες για το profile, κ.α. Ακόμη πιο σημαντική είναι η περιοχή του συστήματος που μπορεί να περιέχει διαφορετικά κλειδιά ασφάλειας, όπως το κλειδί κατασκευαστή ή το κλειδί επεξεργασίας (KF) και το κλειδί εξατομίκευσης (KP). Όλες αυτές οι πληροφορίες πρέπει να κρατηθούν μυστικές και να μην αποκαλυφθούν από άλλους.

Ως εκ τούτου, από τον κατασκευαστή στον προμηθευτή της εφαρμογής, και έπειτα στον κάτοχο της κάρτας, η παραγωγή μιας πιστωτικής κάρτας διαιρείται σε διαφορετικές φάσεις. Ο περιορισμός στη μεταφορά και την πρόσβαση των στοιχείων είναι αυξητικός στις διαφορετικές φάσεις, προκειμένου να προστατευθούν οι διαφορετικές περιοχές στην πιστωτική κάρτα. Υπάρχουν πέντε κύριες φάσεις για έναν τυπικό κύκλο ζωής έξυπνων καρτών.

Φάση επεξεργασίας: Αυτή η φάση πραγματοποιείται από τους κατασκευαστές των τσιπ. Τα τσιπ πυριτίου ολοκληρωμένων κυκλωμάτων δημιουργούνται και εξετάζονται σε αυτήν την φάση. Ένα κλειδί επεξεργασίας (KF) προστίθεται για να προστατεύσει το τσιπ από την ψευδή τροποποίηση, έως ότου συναρμολογηθεί στην υποστήριξη της πλαστικής κάρτας. Το KF κάθε τσιπ είναι μοναδικό και προέρχεται από ένα κύριο κλειδί κατασκευαστών. Άλλα δεδομένα επεξεργασίας θα γραφτούν στο τσιπ κυκλωμάτων στο τέλος αυτής της φάσης. Κατόπιν το τσιπ είναι έτοιμο να παραδοθεί στον κατασκευαστή καρτών με την προστασία του κλειδιού KF.

Φάση προ-εξατομίκευσης: Αυτή η φάση πραγματοποιείται από τους προμηθευτές καρτών (κυρίως τραπεζικά ιδρύματα). Σε αυτήν την φάση, το τσιπ θα τοποθετηθεί στην πλαστική κάρτα που μπορεί να έχει το λογότυπο του προμηθευτή εφαρμογής τυπωμένο σε αυτό. Η σύνδεση μεταξύ του τσιπ και του τυπωμένου κυκλώματος θα γίνει και ολόκληρη η μονάδα μπορεί να δοκιμαστεί. Για προστιθέμενη ασφάλεια και για να επιτραπεί η ασφαλή παράδοση της κάρτας στον εκδότη της κάρτας, το κλειδί επεξεργασίας θα αντικατασταθεί από ένα κλειδί εξατομίκευσης (KP). Μετά από αυτό, μια κλειδαριά εξατομίκευσης VPER θα γραφτεί για να αποτρέψει την περαιτέρω τροποποίηση της KP. Επιπλέον, οι οδηγίες για την πρόσβαση στη φυσική μνήμη θα τεθούν εκτός λειτουργίας. Η πρόσβαση της κάρτας μπορεί να γίνει μόνο με τη χρησιμοποίηση της λογικής διευθυνσιοδότησης της μνήμης. Αυτό προστατεύει τις περιοχές συστήματος και επεξεργασίας που προσπελάζονται ή τροποποιούνται.

Φάση εξατομίκευσης: Αυτή η φάση διεξάγεται από τους εκδότες καρτών. Ολοκληρώνει τη δημιουργία των λογικών δομών δεδομένων. Το περιεχόμενο των αρχείων δεδομένων και των δεδομένων εφαρμογής γράφονται στην κάρτα. Οι πληροφορίες της ταυτότητας του κατόχου της κάρτας, PIN, και το ξεμπλοκάρισμα του PIN θα αποθηκευτούν, επίσης. Στο τέλος, μια κλειδαριά Vper χρησιμοποίησης θα καταγραφεί για να δείξει ότι η κάρτα είναι στη φάση χρησιμοποίησης.

Φάση χρησιμοποίησης: Αυτή είναι η φάση για την κανονική χρήση της κάρτας από τον κάτοχο. Το σύστημα εφαρμογής, οι έλεγχοι της λογικής πρόσβασης των αρχείων και άλλοι ενεργοποιούνται. Η πρόσβαση των πληροφοριών για την κάρτα θα περιοριστεί από τις πολιτικές ασφάλειας που τίθενται από την εφαρμογή. Αυτό θα συζητηθεί λεπτομερώς στο επόμενο τμήμα.

Η Φάση του τέλους ζωής (φάση ακύρωσης): Υπάρχουν δύο τρόποι να κινηθεί η κάρτα σε αυτήν την φάση. Η μία αρχίζει από την εφαρμογή που γράφει την κλειδαριά ακύρωσης σε ένα μεμονωμένο αρχείο ή στο κύριο αρχείο. Όλες οι διαδικασίες, συμπεριλαμβανομένου του γραψίματος και της ενημέρωσης θα τεθούν εκτός λειτουργίας από το λειτουργικό σύστημα. Οι οδηγίες μόνο για ανάγνωση μπορούν να παραμείνουν ενεργές για λόγους ανάλυσης. Ο άλλος τρόπος να τεθεί η κάρτα σε αυτήν την φάση είναι αυτός, όταν το σύστημα ελέγχου εμποδίζει αμετά-

κλητα την πρόσβαση, επειδή και το PIN και η απελευθέρωση του PIN εμποδίζονται. Κατόπιν, όλες οι διαδικασίες θα μπλοκαριστούν συμπεριλαμβανομένου και της ανάγνωσης. Όλες αυτές οι ενέργειες γίνονται από τον εκδότη της πιστωτικής κάρτας.

3.6. Λογική δομή και έλεγχοι πρόσβασης

Αφότου διανέμεται μια πιστωτική κάρτα στον καταναλωτή από τον προμηθευτή εφαρμογής, η προστασία της κάρτας θα ελεγχθεί κυρίως από το λειτουργικό σύστημα της εφαρμογής. Ο φυσικός τρόπος εξέτασης της πρόσβασης στα δεδομένων δεν είναι πλέον διαθέσιμος. Η πρόσβαση στα δεδομένα πρέπει να γίνει μέσω της λογικής δομής των αρχείων στην κάρτα.

Γενικά, από την άποψη της αποθήκευσης στοιχείων, μια πιστωτική κάρτα μπορεί να αντιμετωπιστεί ως δίσκος όπου τα αρχεία οργανώνονται σε μια ιεραρχική μορφή μέσω των καταλόγων. Παρόμοιος με το MS-DOS, υπάρχει ένα κύριο αρχείο (MF) που είναι όπως ο root directory. Κάτω από τη ρίζα, μπορούμε να έχουμε διαφορετικά αρχεία που καλούνται στοιχειώδη αρχεία (EFs). Μπορούμε επίσης να έχουμε τα διάφορους υποκαταλόγους που καλούνται αφοσιωμένα (dedicated) αρχεία (DFs). Κάτω από κάθε υποκατάλογο θα είναι τα στοιχειώδη αρχεία πάλι. Η κύρια διαφορά μιας δομής αρχείων των πιστωτικών καρτών και μιας δομής αρχείων MS-DOS είναι ότι τα αφιερωμένα αρχεία μπορούν επίσης να περιέχουν δεδομένα.

Στη τεχνολογία των πιστωτικών καρτών, η ρίζα ή το κύριο αρχείο (MF), εκτός από το μέρος της επικεφαλίδας αποτελείται από τις επικεφαλίδες όλων των dedicated αρχείων και των στοιχειωδών αρχείων που περιέχουν το MF στη γονική ιεραρχία τους. Το dedicated αρχείο (DF) είναι μια λειτουργική ομαδοποίηση των αρχείων που αποτελούνται από τον εαυτό τους και όλα τα αρχεία που είναι άμεσα παιδιά του DF. Το στοιχειώδες αρχείο (EF) αποτελείται απλά από την επικεφαλίδα του και το σώμα που αποθηκεύει τα δεδομένα.

Οι τρόποι με τους οποίους τα δεδομένα διαχειρίζονται μέσα σε ένα αρχείο διαφέρουν και εξαρτώνται από τα διαφορετικά λειτουργικά συστήματα. Μερικά από αυτά μπορούν να διαχειριστούν τα δεδομένα απλά από την εξισορρόπηση και το μήκος, ενώ άλλα μπορούν να οργανώσουν τα δεδομένα στα σταθερά ή μεταβλητά μήκη των εγγραφών όπως το παγκόσμιο σύστημα για την κινητή επικοινωνία (GSM). Σε οποιαδήποτε περίπτωση, το αρχείο πρέπει να επιλεγεί πριν εκτελεστεί οποιαδήποτε διαδικασία. Αυτό είναι ισοδύναμο με το άνοιγμα ενός αρχείου.

Οι λογικοί μηχανισμοί πρόσβασης και επιλογής ενεργοποιούνται αφότου παρέχεται η δύναμη στην κάρτα ενώ το κύριο αρχείο επιλέγεται αυτόματα. Η λειτουργία επιλογής επιτρέπει τη μετακίνηση γύρω από το δέντρο. Μπορεί να κατέρχεται με την επιλογή ενός EF ή DF, ή μπορεί

να ανέρχεται με την επιλογή ενός MF ή DF. Η οριζόντια μετακίνηση μπορεί να γίνει με την επιλογή ενός EF από ένα άλλο EF, επίσης.

Μετά από την επιτυχία της επιλογής, η επικεφαλίδα του αρχείου μπορεί να ανακτηθεί και η οποία αποθηκεύει τις πληροφορίες για το αρχείο όπως ο αριθμός αναγνώρισης, η περιγραφή, οι τύποι, το μέγεθος, και τα λοιπά. Ιδιαίτερα, αποθηκεύει τις ιδιότητες του αρχείου που δηλώνει τους όρους πρόσβασης και την παρούσα κατάσταση. Η πρόσβαση των στοιχείων στο αρχείο εξαρτάται από το εάν εκείνοι οι όροι μπορούν να τηρηθούν ή όχι. Αυτό θα περιγραφεί στο ακόλουθο τμήμα.

Εν ολίγοις, η δομή αρχείων του λειτουργικού συστήματος των πιστωτικών καρτών είναι παρόμοια με άλλα κοινά λειτουργικά συστήματα όπως το MS-DOS και το Unix. Εντούτοις, προκειμένου να παρασχεθεί ο μεγαλύτερος έλεγχος ασφάλειας, η ιδιότητα κάθε αρχείου ενισχύεται με την προσθήκη των όρων πρόσβασης και της θέσης αρχείων στην επικεφαλίδα του αρχείου. Επιπλέον, το κλειδωμά των αρχείων παρέχεται για να αποτρέψει την πρόσβαση στο αρχείο. Αυτοί οι μηχανισμοί και οι αλγόριθμοι ασφάλειας παρέχουν μια λογική προστασία της πιστωτικής κάρτας.

3.7. Αναγνώστες πιστωτικών καρτών

Συνήθως αναφερόμενοι στους «αναγνώστες πιστωτικών καρτών», εννοούμε ότι όλα τα τερματικά των πιστωτικών καρτών έχουν τη δυνατότητα, εξορισμού, να διαβάσουν και να γράψουν, εφ' όσον τους υποστηρίζει η πιστωτική κάρτα και οι κατάλληλοι όροι πρόσβασης έχουν τηρηθεί. Σε αντίθεση με τις πιστωτικές κάρτες, οι οποίες έχουν όλες τους παρόμοια κατασκευή, οι αναγνώστες των πιστωτικών καρτών έχουν παράγοντες ποικιλόμορφους με τα διάφορα επίπεδα μηχανικής και λογικής εκτέλεσης. Μερικά παραδείγματα περιλαμβάνουν: τον αναγνώστη που ενσωματώνεται σε μια μηχανή πώλησης, το φορητό αναγνώστη με τη λειτουργία συσσωρευτή με μια μικρή οθόνη LCD, τον αναγνώστη που ενσωματώνεται σε ένα κινητό τηλέφωνο GSM και τον αναγνώστη που συνδέεται με έναν προσωπικό υπολογιστή. Μηχανικά, οι αναγνώστες έχουν διάφορες επιλογές που συμπεριλαμβάνουν: το κατά πόσο ο χρήστης πρέπει να παρεμβάλει-αφαιρέσει την κάρτα του από τον αυτοματοποιημένο μηχανισμό εισαγωγής-εξαγωγής αποφεύγοντας, έτσι, τις διάφορες επαφές εναντίον των προσγειωμένων επαφών και των προβλέψεων για την είσοδο στην οθόνη και το πληκτρολόγιο. Ηλεκτρικά, ο αναγνώστης πρέπει να προσαρμοστεί με τα πρότυπα ISO / IEC 7816-3.

Οι επιλογές για τους αναγνώστες είναι πολυάριθμες. Πολλοί τύποι αναγνώστων είναι διαθέσιμοι άμεσα προς παραγγελία στη σημερινή αγορά και ο κάθε ένας έχει τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματά του.

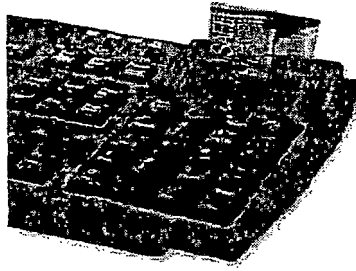


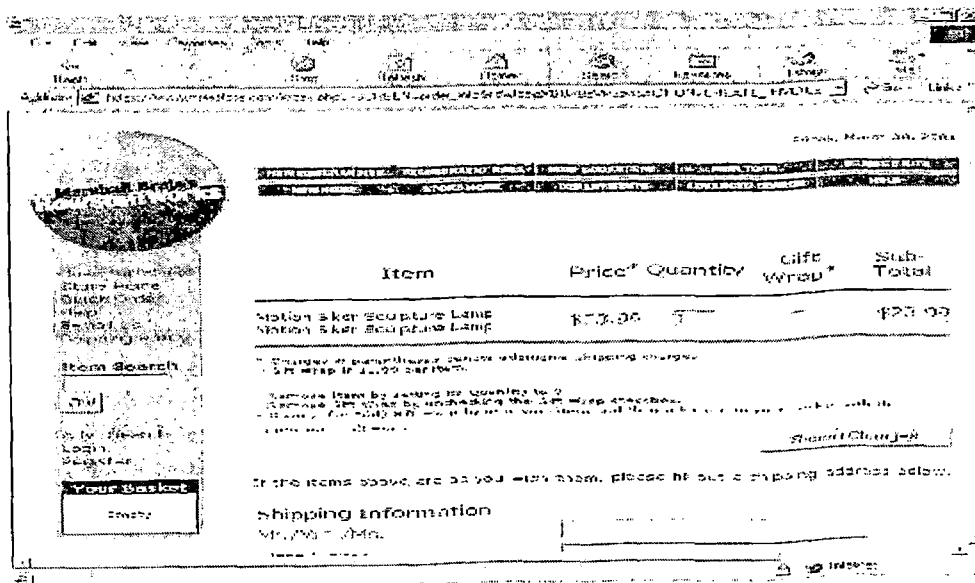
Figure 4. Smart-Card Reader
Αναγνώστης πιστωτικών καρτών

3.8. Στοιχεία ασφάλειας

Η απίστευτη ανάπτυξη του Διαδικτύου έχει κινήσει το ενδιαφέρον των επιχειρήσεων και των καταναλωτών, καθώς και με την υπόσχεση της αλλαγής του τρόπου που ζούμε και εργαζόμαστε. Αλλά μια σημαντική ανησυχία είναι το πόσο ασφαλές είναι το Διαδίκτυο, ειδικά όταν στέλνονται ευαίσθητες πληροφορίες μέσω αυτού.

Υπάρχουν πολλές πληροφορίες που δεν θέλουμε να δουν άλλοι άνθρωποι, όπως:

- ✦ Πληροφορίες πιστωτικών καρτών
- ✦ Αριθμοί κοινωνικής ασφάλειας
- ✦ Ιδιωτική αλληλογραφία
- ✦ Προσωπικές πληροφορίες
- ✦ Ευαίσθητες πληροφορίες επιχειρήσεων
- ✦ Πληροφορίες τραπεζικών λογαριασμών .



Η ασφάλεια των πληροφοριών παρέχεται στους υπολογιστές και πέρα από το Διαδίκτυο με ποικίλες μεθόδους. Μια απλή αλλά ακριβής μέθοδος ασφάλειας είναι να κρατηθούν μόνο οι ευαίσθητες πληροφορίες στα μετακινούμενα μέσα αποθήκευσης, όπως τις δισκέτες. Αλλά οι δημοφιλέστερες μορφές ασφάλειας στηρίζονται στην κρυπτογράφηση όπου η διαδικασία της κωδικοποίησης των πληροφοριών γίνεται κατά τέτοιο τρόπο, ώστε μόνο το πρόσωπο (ή ο υπολογιστής) με το κλειδί μπορεί να τις αποκωδικοποιήσει.

Η ασφάλεια, βασικά, είναι η προστασία κάτι πολύτιμου για να εξασφαλίσει ότι δεν θα κλαπεί, να χαθεί, ή να μεταβληθεί. Ο όρος "ασφάλεια στοιχείων" κατευθύνει μια εξαιρετικά ευρεία σειρά εφαρμογών και αγγίζει την καθημερινή ζωή όλων μας. Οι ανησυχίες σχετικά με την ασφάλεια των στοιχείων είναι έντονες κάθε στιγμή, ουσιαστικά σε κάθε συναλλαγή, οφειλόμενες στη αλματώδη πρόοδο της τεχνολογίας, από τους μετρητές χώρων στάθμευσης μέχρι την εθνική άμυνα.

Τα στοιχεία δημιουργούνται, ενημερώνονται, ανταλλάσσονται και καταχωρούνται μέσω των δικτύων. Ένα δίκτυο είναι οποιοδήποτε υπολογιστικό σύστημα όπου οι χρήστες είναι ιδιαίτερα αλληλεπιδραστικοί και αλληλοεξαρτώμενοι και εξ ορισμού, δεν είναι όλοι στην ίδια φυσική θέση. Σε οποιοδήποτε δίκτυο, αφθονεί η ποικιλομορφία, από την άποψη των τύπων των στοιχείων αλλά και των τύπων των χρηστών. Γι' αυτό τον λόγο, ένα σύστημα ασφάλειας είναι σημαντικό να διατηρεί λειτουργίες υπολογισμού και δικτύων, να κρατά μυστικά τα ευαίσθητα στοιχεία ή να διατηρεί απλά την ασφάλεια των εργαζομένων. Οποιαδήποτε επιχείρηση μπορεί να παρέχει ένα παράδειγμα αυτών των πολλαπλών ανησυχιών ασφάλειας.

Η ασφάλεια πληροφοριών είναι μια εφαρμογή από μέτρα που εξασφαλίζουν την ασφάλεια και την ιδιωτικότητα των στοιχείων με τη διαχείριση της αποθήκευσης τους και της διανομής τους. Η ασφάλεια πληροφοριών έχει τεχνικές και κοινωνικές επιπτώσεις. Η πρώτη, για να παρέχει μέτρα ασφάλειας εξετάζει απλά με την ερώτηση "πώς" και "πόσο" είναι το λογικό κόστος. Η δεύτερη επιτίθεται με το ζήτημα της ατομικής ελευθερίας, τις δημόσιες ανησυχίες, τα νομικά πρότυπα και πώς τους καλύπτεται η ανάγκη για ιδιωτικότητα. Αυτή η συζήτηση καλύπτει μια σειρά από επιλογές που έχουν ξεδιπλωθεί από τους διευθυντές επιχειρήσεων, τους αρμόδιους για το σχεδιασμό συστημάτων και τους προγραμματιστές που θα συμβάλουν στην τελική στρατηγική ασφάλειας. Η τελική επιλογή στηρίζεται στο σχεδιαστή και τον εκδότη του συστήματος.

Στην εφαρμογή ενός συστήματος ασφάλειας, όλα τα δίκτυα δεδομένων εξετάζουν τα ακόλουθα βασικά στοιχεία:

Υλικό: συμπεριλαμβάνονται οι κεντρικοί υπολογιστές, οι εφεδρικές συσκευές μαζικής αποθήκευσης, τα κανάλια και οι γραμμές επικοινωνίας, τα συμβολικά υλικού (έξυπνες κάρτες)

και απομακρυσμένες τοποθετημένες συσκευές (π.χ. αδύναμοι χρήστες ή συσκευές Διαδικτύου) που εξυπηρετούν ως μέσο διασύνδεσης μεταξύ των χρηστών και των υπολογιστών.

Λογισμικό: συμπεριλαμβάνονται τα λειτουργικά συστήματα, τα συστήματα διαχείρισης της βάσης δεδομένων, και η εφαρμογή προγραμμάτων επικοινωνίας και ασφάλειας.

Δεδομένα: συμπεριλαμβάνονται βάσεις δεδομένων που περιέχουν πληροφορίες σχετικές με τον πελάτη.

Προσωπικό: ενεργεί ως δημιουργός ή/ και χρήστης των δεδομένων, επαγγελματικό προσωπικό, προσωπικό γραφείου, διοικητικό προσωπικό και προσωπικό υπολογιστών.

Δουλεύοντας με τα πιο πάνω στοιχεία, λειτουργεί ένα αποτελεσματικό σύστημα ασφάλειας των δεδομένων με τους ακόλουθους βασικούς μηχανισμούς:

Ακεραιότητα δεδομένων(integrity): αυτός ο μηχανισμός εξασφαλίζει ότι τα δεδομένα δεν θα χαθούν ή θα αλλοιωθούν όταν θα σταλούν σε σας(δηλ. Έχουν φτάσει άθικτα τα δεδομένα;).

Πιστοποίηση ταυτότητας(authentication): αυτό αποδεικνύει τις ταυτότητες των χρηστών ή του συστήματος. (Είναι σωστά τα δεδομένα και προέρχονται από το σωστό πρόσωπο;)

Μη απαρνησιμότητα (Non-Repudiation): απαγορεύει σε ένα οποιοδήποτε άτομο να απαρνηθεί τη συμμετοχή του στη δοσμένη συναλλαγή. (Μπορώ να επιβεβαιώσω την παραλαβή των στοιχείων και τη ταυτότητα του αποστολέα;)

Εμπιστευτικότητα (confidentiality): εξασφαλίζει πρόσβαση στα δεδομένα μόνο στους πομπούς και τους δέκτες. Αυτό γίνεται χαρακτηριστικά, με την υιοθέτηση μιας ή περισσότερων τεχνικών κρυπτογράφησης για την εξασφάλιση των δεδομένων σας. (Μπορώ να κρατήσω μυστικά αυτά τα δεδομένα;)

Διαθεσιμότητα (availability): τα συστήματα ασφαλείας καθίστανται άμεσα προσπελάσιμα σε κάθε εξουσιοδοτημένο χρήστη.

Έγκριση και αποστολή: μπορεί να τεθούν και να διαχειριστούν προνόμια πρόσβασης για πρόσθετους χρήστες και ομάδες. (Μπορώ να μοιραστώ ακίνδυνα αυτό τα δεδομένα εάν το επιλέξω;)

Έλεγχος ασφάλειας και καταγραφή: παρέχει ένα σταθερό όργανο παρακολούθησης και ένα ανιχνευτή λαθών της λειτουργίας του συστήματος ασφαλείας. (Μπορώ να ελέγξω ότι το σύστημα εργάζεται;)

Διαχείριση : επιτρέπει την διαχείριση του συστήματος ασφαλείας σας. (Μπορώ να διαχειριστώ ενεργά το σύστημα;)

3.9. Πιστωτικές κάρτες για την ασφάλεια των δεδομένων

Όπως ο εκδότη καρτών, πρέπει να καθορίσετε όλες τις παραμέτρους για την ασφάλεια της κάρτας και των δεδομένων της. Υπάρχουν δύο μέθοδοι που χρησιμοποιούν κάρτες για την ασφάλεια των δεδομένων του συστήματος, οι βασισμένοι στο κεντρικό υπολογιστή και οι βασισμένοι στη κάρτα.

α) *Σύστημα ασφαλείας βασισμένο στο κεντρικό υπολογιστή:* Ένα σύστημα βασισμένο στο κεντρικό υπολογιστή επεξεργάζεται την κάρτα σαν ένα απλό κομιστή δεδομένων. Εξαιτίας αυτού, οι άμεσες κάρτες μνήμης μπορούν να χρησιμοποιηθούν πολύ επικερδώς, για πολλά συστήματα. Όλη η προστασία των δεδομένων παρέχεται από τον κεντρικό υπολογιστή. Η κάρτα δεδομένων μπορεί να έχει κρυπτογραφηθεί αλλά η μεταφορά τους στον κεντρικό υπολογιστή μπορεί ακόμα να είναι ευαίσθητη σε επιθέσεις.

Μια κοινή μέθοδος αύξησης της ασφαλείας είναι να γραφτεί σ' ένα μην κρυπτογραφημένο κείμενο, ένα κλειδί που συνήθως περιέχει μια ημερομηνία ή και κατά τη διάρκεια κάποιας στιγμής μαζί με μια μυστική αναφορά σε ένα σύνολο κλειδιών στον κεντρικό υπολογιστή. Με αυτό το τρόπο κάθε μεταφορά είναι διαφορετική. Αλλά τα μέρη των κλειδιών βρίσκονται στη διάθεση των χάκερ που τα αναλύουν. Αυτή η ασφάλεια μπορεί να αυξηθεί με την χρήση των έξυπνων καρτών μνήμης που υιοθετούν έναν μηχανισμό κωδικού πρόσβασης για να αποτρέψουν κάποια αναρμόδια ανάγνωση των δεδομένων. Δυστυχώς οι κωδικοί πρόσβασης μπορούν να απορροφηθούν ανεμπόδιστα. Η πρόσβαση είναι έπειτα πιθανή και στη βασική μνήμη. Αυτές οι μεθοδολογίες χρησιμοποιούνται συχνά όταν ένα δίκτυο μπορεί να επεξεργασθεί μεθοδικά τα δεδομένα. Μπορεί να συγκρίνει τις τιμές και τη χρήση των καρτών και να παράγει έναν κατάλογο με τα προβλήματα των καρτών.

β) *Σύστημα ασφαλείας βασισμένο στη κάρτα:* Αυτά τα συστήματα είναι χαρακτηριστικοί μικροεπεξεργαστές που βασίζονται στη κάρτα. Μια κάρτα, ή ένα σύστημα που βασίζεται στο συμβολικό μεταχειρίζεται μια κάρτα σαν μια ενεργό συσκευή υπολογισμού. Η αλληλεπίδραση μεταξύ του κεντρικού υπολογιστή και της κάρτας μπορεί να είναι μια σειρά από βήματα που καθορίζουν εάν η κάρτα είναι εξουσιοδοτημένη για να χρησιμοποιηθεί στο σύστημα. Η διαδικασία ελέγχει επίσης εάν μπορεί να προσδιοριστεί ο χρήστης, να επικυρωθεί και εάν η κάρτα παρουσιάζει τα κατάλληλα αποδεικτικά για να διεξαχθεί μια συναλλαγή. Η ίδια η κάρτα μπορεί επίσης να απαιτεί το ίδιο πράγμα από τον κεντρικό υπολογιστή πριν προχωρήσει σε μια συναλλαγή. Η πρόσβαση σε συγκεκριμένες πληροφορίες της κάρτας ελέγχεται από Α) το εσωτερικό λειτουργικό σύστημα της κάρτας Β) τις προετοιμασμένες δικαιοδοσίες που τίθενται από τον εκδότη καρτών σχετικά με τους όρους των αρχείων.

3.10. Επικύρωση του κατόχου της κάρτας-PIN

Η εισαγωγή και χρήση προσωπικών κωδικών ή αριθμών αποτελεί το συνηθέστερο τρόπο αυθεντικοποίησης και ταυτοποίησης ατόμων τα τελευταία χρόνια. Οι κωδικοί, όμως, αφενός μεν δεν συνίστανται για εφαρμογές υψηλής ασφαλείας, αφού πολύ συχνά οι χρήστες ξεχνάνε τον κωδικό τους ή τον γράφουν σε χαρτί ή χρησιμοποιούν λέξεις, αφετέρου δε θεωρείται εύκολο να προβλεφθούν, με αποτέλεσμα να μειώνεται η αξιοπιστία και η ασφάλεια του συστήματος.

Καλύτερα αποτελέσματα επιφέρει ο συνδυασμός των κωδικών με κάποια μορφή κουπιονιού (token) ή άλλης γεννήτριας τύπου πρόκλησης-απόκρισης (challenge-response). Όμως, και με αυτόν τον τρόπο, απομακρύνεται το μεγαλύτερο πλεονέκτημα που διαθέτουν οι κωδικοί, δηλαδή το χαμηλό οικονομικό κόστος, ενώ επιπλέον αποκλείεται η μοναδικότητα του κώδικα.

Από την άλλη μεριά, οι προσωπικοί αριθμοί ταυτοποίησης (Personal Identification Numbers-PINs) είναι ουσιαστικά μία απλή μορφή κωδικών, αφού συνήθως αποτελούνται από τέσσερα έως έξη ψηφία, τα οποία εισάγονται με τη βοήθεια κατάλληλου πληκτρολογίου. Μάλιστα, θεωρείται ότι οι χρήστες είναι περισσότερο εξοικειωμένοι με τη χρήση των παραπάνω κωδικών από τις τραπεζικές κάρτες, εφόσον οι παραπάνω κωδικοί εμφανίζουν περιορισμένο εύρος σφαλμάτων και απαιτούν απλή μορφή λογισμικού, χαρακτηριστικά δηλαδή που τα καθιστούν ευκολόχρηστα μέσα ταυτοποίησης σε βιομετρικά συστήματα.

Παρ' όλα αυτά, εμφανίζεται πληθώρα προβλημάτων στη χρήση τους λόγω δυσκολίας από πολλούς χρήστες στην απομνημόνευση των ψηφίων αυτών, ειδικά όταν χρησιμοποιούνται πολλές κάρτες με διαφορετικά PIN, ή ακόμα και στην αλλαγή του αριθμού PIN, με αποτέλεσμα και σ' αυτήν τη μέθοδο να μειώνεται η αξιοπιστία και η ασφάλεια που παρέχει το σύστημα. Γι' αυτό, και η χρήση τους στα τελευταία συστήματα που έχουν σχεδιασθεί, περιορίζεται σε δευτερεύοντα επίπεδα πρόσβασης των χρηστών στο σύστημα, με καθοριστικό στάδιο την αναγνώριση της κάρτας από την αντίστοιχη διάταξη.

Οι πιστωτικές κάρτες δε βασίζονται συνήθως σε κάποια ευφυή μέθοδο μεταφοράς κι αποθήκευσης των δεδομένων, αλλά τις περισσότερες φορές απαιτούν επαλήθευση του χρήστη. Η επιβεβαίωση της ταυτότητας του χρήστη συνήθως πραγματοποιείται με ξεχωριστή μέθοδο, όπως με την επαλήθευση προσωπικών λεπτομερειών του χρήστη διαφόρων βιομετρικών του στοιχείων ή απλά την εισαγωγή κάποιου προσωπικού αριθμού ταυτοποίησης <Personal Identification Number -PIN>.

Ενώ οι κατάλληλα σχεδιασμένες πιστωτικές κάρτες δεν μπορούν στην πράξη να πλαστογραφηθούν, λίγη πρόοδος έχει σημειωθεί για να εξασφαλίσει ότι είναι ο αναγνωρισμένος κάτοχος κάρτας εκείνος που χρησιμοποιεί τη γνήσια κάρτα. Αυτό το πρόβλημα είναι ιδιαίτερα οξύ

στον ηλεκτρονικό κόσμο, όπου οι καταναλωτές πραγματοποιούν συναλλαγές, όπου στα τερματικά των επιχειρήσεων δε υπάρχουν χειριστές ικανοί να διευθύνουν τις επαρκείς ρουτίνες επαλήθευσης.

Η πιο κοινή μέθοδος που χρησιμοποιείται για την επαλήθευση του κατόχου της κάρτας είναι αυτή τη στιγμή, να δοθεί στον κάτοχο ένα PIN (προσωπικός αριθμός αναγνώρισης) που πρέπει να θυμάται: ο κάτοχος κάρτας πρέπει να δακτυλογραφήσει το PIN μετά από κάθε αίτημα ή ίσως μόνο μια φορά ανά σύνοδο (π.χ. όταν παρεμβάλλεται η κάρτα στη συσκευή ανάγνωσης). Το PIN, εντούτοις, έχει διάφορα μειονεκτήματα, συμπεριλαμβανομένου του κινδύνου κλοπής ή κακής χρήσης. Η μόνη αληθινά αποτελεσματική μέθοδος επαλήθευσης του κατόχου κάρτας είναι η μέτρηση των φυσικών μοναδικών χαρακτηριστικών ενός ατομικού και ανίκανου για ψεύτικη απάντηση ή κατάχρηση.

3.11. Υποκλοπή

Αν και αυξάνονται οι αριθμοί, οι καταναλωτές ακόμα δεν χρησιμοποιούν τις πιστωτικές τους κάρτες στο Διαδίκτυο, τόσο, όσο, θα ήθελαν οι e-tailers (ηλεκτρονικοί λιανοπωλητές). Γι' αυτό πολλοί έμποροι του Διαδικτύου <cyber-merchants> συνεχίζουν να προσφέρουν μια ατελή σειρά παραγγελιών, έτσι, ώστε οι αγοραστές να έχουν την επιλογή να αποσύρουν την παραγγελία τους. Η αγορά μέσω του Διαδικτύου «cyber-shopping» μπορεί να είναι πιο βολική - και μερικοί άνθρωποι κάνουν όλες τις αγορές τους on-line - αλλά η απάτη των πιστωτικών καρτών είναι πάντα μια απειλή και στο κόσμο του Διαδικτύου και στον πραγματικό κόσμο. Οι χάκερς έχουν βρει τρόπους για να κλέβουν αριθμούς πιστωτικών καρτών από τα web-sites.

Για να επεξηγήσει τη σημασία μιας ικανής ασφάλειας, ένας δημοσιογράφος του δικτύου της TV, προειδοποίησε ότι μια πιθανή απώλεια της ασφάλειας σε μια περιοχή του Ιστού στο Διαδίκτυο, θα ήταν σε θέση να αποκτήσουν πρόσβαση στα αρχεία περίπου 1.500 πελάτες, στα οποία θα περιλαμβάνονται τα πάντα, από τους αριθμούς πιστωτικών καρτών και τα αρχεία πληρωμών μέχρι και λεπτομερή σχόλια για τους πελάτες.

Μερικοί e-tailers κατηγορούν την απροθυμία του καταναλωτή για την ανικανότητα του κυβερνοχώρου να αποκτήσει τη μορφή της προσωπικής επαφής που παίρνει ένας αγοραστής, όταν κοιτάζει με τα μάτια του τον έμπορο ενός καταστήματος. Οι εμπειρογνώμονες λένε ότι αυτό το είδος ενθαρρυντικού επιπέδου, θα ενισχυθεί όταν οι απευθείας σύνδεσης μέθοδοι πληρωμής και τα μέτρα ασφάλειας τυποποιηθούν σύμφωνα με τις λιανικές βιομηχανίες και τις βιομηχανίες ταχυδρομικών παραγγελιών.

Ενώ, οι επιχειρήσεις του Διαδικτύου έχουν αναλάβει τις ευθύνες τους προς τους κατόχους των πιστωτικών καρτών, για τις παραβιάσεις ασφάλειας και τις προκόπιτσες απώλειες, παρα-

μένει το πρόβλημα των ανθρώπων που χρησιμοποιούν κλεμμένες πιστωτικές κάρτες για να κάνουν τις αγορές τους στο Διαδίκτυο. Και ενώ οι άδικες ή ψευδείς ραδιουργίες από τις επιχειρήσεις πιστωτικών καρτών δε λαμβάνονται σαν δεδομένες, συμβαίνουν. Τα καλά νέα είναι ότι οι καταναλωτές προστατεύονται από το νόμο, σε περίπτωση απάτης πιστωτικών καρτών.

Θα πρέπει να αποδίδεται προσοχή κατά την ολοκλήρωση της εφαρμογής της πιστωτικής κάρτας. Μερικά είδη εφαρμογών παρέχουν τώρα ένα κουτί με το οποίο μπορεί να ελεγχθεί αν επιτρέπεται ή απαγορεύετε τη πώληση των πληροφοριών του χρήστη στο κατάλογο αποστολής. Ο χρήστης μπορεί, επίσης, να προστατευθεί αποσύροντας το όνομά του από τον ηλεκτρονικό ταχυδρομικό κατάλογο του πιστωτικού γραφείου «credit bureaus mailing lists».

Όταν θα γράφει σε αυτές τις επιχειρήσεις, θα περιλαμβάνει το πλήρες όνομα του, τις παραλλαγές του ονόματος του και την ηλεκτρονική διεύθυνση αποστολής του, τον αριθμό κοινωνικών ασφαλίσεως του και την υπογραφή του. Πρέπει, να δηλώνεται σαφώς ότι απαιτείται να αφαιρεθεί το όνομά σας από τους ηλεκτρονικούς ταχυδρομικούς καταλόγους.

Η εξασφάλιση των δικτύων, οδήγησε στη δημοτικότητα των λύσεων ασφάλειας της περιμέτρου των δικτύων, όπως τα firewall, τα αντιβιοτικά λογισμικά και τα συστήματα ανίχνευσης τυχόν εισβολών. Αυτά τα προϊόντα στοχεύουν να περιορίσουν τους τύπους εφαρμογών ώστε να μπορούν να διαπεράσουν τα σύνορα δικτύων και να επεκταθούν σε ασφαλής ζώνες. Στις περισσότερες περιπτώσεις, αυτά τα προϊόντα περιορίσαν την κυκλοφορία στις διάφορες ιστοσελίδες και το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο. Αν και δεν είναι σίγουρο, αυτές οι λύσεις εργάστηκαν καλά για την εξασφάλιση των δικτύων από εξωτερικές επιθέσεις - και συνεχίζουν σήμερα για να παρέχουν ένα ακέραιο συστατικό μιας λύσης για πιο ολοκληρωμένη IT ασφάλεια μιας επιχείρησης. Παρά το γεγονός ότι ο αριθμός των επιθέσεων στις εφαρμογές συνεχίζει να αυξάνεται, οι επιχειρήσεις απαιτούν:

- ✦ εξασφάλιση πρόσβασης στις αναδυόμενες εφαρμογές, όπως ροή βίντεο και άμεσα μηνύματα

- ✦ απομάκρυνση της πρόσβασης για τις εφαρμογές των συνεργατών, πελατών και των προμηθευτών μέσω ενός ειδικού δικτύου

- ✦ εξασφάλιση της πρόσβασης στις εφαρμογές και τους πόρους των δικτύων από οποιοδήποτε δημόσιο ή ιδιωτικό δίκτυο.

Σαφώς, η ασφάλεια δικτύων δεν είναι αρκετή για να προστατεύσει τις εφαρμογές και δεν είναι αρκετά εύκαμπτη ώστε να επιτρέψει στις επιχειρήσεις να παραδώσουν την πρόσβαση στις εφαρμογές που ζητούν οι χρήστες. Προσπάθειες έχουν γίνει μέσω της συναρμολόγησης διάφορων συστατικών, αλλά το γεγονός παραμένει ότι η ασφάλεια των δικτύων εξασφαλίζει τα δι-

κτυα, όχι τις εφαρμογές. Η εφαρμογή ασφάλειας αναπτύχθηκε για να παρέχει στις επιχειρήσεις ένα πρόσθετο επίπεδο ασφάλειας, το οποίο παρέχει υποστήριξη στη γενική ασφάλειά.

3.12. Λειτουργίες ασφάλειας

Σε ένα υψηλό επίπεδο, η ασφάλεια εφαρμογής πρέπει να εκτελέσει τρεις λειτουργίες:

- ❖ **Μεγιστοποίηση της διαθεσιμότητας των εφαρμογών:** καθιερώνετε μια σύνδεση από οποιαδήποτε εφαρμογή σε οποιοδήποτε έμπιστο χρήστη που διαχειρίζεται τις πολυπλοκότητες και τους κινδύνους ασφάλειας στα σύνορα των δικτύων και καθιστά την εφαρμογή διαθέσιμη στους χρήστες – σε οποιοδήποτε δίκτυο κι αν βρίσκονται.
- ❖ **Διαχείριση της πρόσβασης της εφαρμογής:** η εγγύτητα των χρηστών και η εμπιστευτικότητα των δεδομένων μέσω της πιστοποίησης της ταυτότητας και του ελέγχου πρόσβασης γίνεται μόλις μια εφαρμογή είναι διαθέσιμη στους χρήστες – σε οποιοδήποτε δίκτυο κι αν βρίσκονται.
- ❖ **Εξασφάλιση της ιδιωτικότητας της κυκλοφορίας των δεδομένων της εφαρμογής:** κρυπτογραφεί το ρεύμα των δεδομένων της εφαρμογής για να εξασφαλιστεί η ακεραιότητα των στοιχείων, δεδομένου ότι διαπερνούν τα δημόσια ή και ιδιωτικά δίκτυα και παρέχεται η δυνατότητα αναγραφής και κάλυψης της εφαρμογής.

Οι εφαρμογές ασφαλείας, μαζί με την εγκατεστημένη ασφάλεια δικτύων, παρέχουν το καλύτερο και στους δύο κόσμους: μέγιστη ασφάλεια με τη μέγιστη πρόσβαση της εφαρμογής.

3.13. Απάτες με πιστωτικές κάρτες

Η ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας, η ανάπτυξη της πληροφορικής καθώς και το Διαδίκτυο έχουν επιφέρει πρωτόγνωρες αλλαγές στην παραγωγική διαδικασία, στις εργασιακές σχέσεις, στις συναλλαγές και σε κάθε έκφανση της καθημερινότητας και της ανθρώπινης επαφής.

Μαζί όμως με τις αλλαγές αυτές που διευκολύνουν, προάγουν και βοηθούν στην καλύτερη ποιότητα ζωής και στην τάχιστη εξυπηρέτηση των αναγκών που δημιουργεί η σύγχρονη κοινωνία, οι νέες τεχνολογίες και το Ίντερνετ διευκόλυναν και δημιούργησαν ιδανικές συνθήκες για την καλλιέργεια και ανάπτυξη νέων μορφών εγκληματικότητας που συνοψίζονται στον όρο ηλεκτρονικό έγκλημα.

Ο όρος ηλεκτρονικό έγκλημα ή ηλεκτρονική εγκληματικότητα αποτελεί μια ευρεία έννοια στην οποία εμπίπτουν όλες εκείνες οι αξιόποινες πράξεις που τελούνται με τη χρήση ενός συστήματος ηλεκτρονικής επεξεργασίας δεδομένων.

Ο όρος αυτός διακρίνεται σε στενή και σε ευρεία έννοια. Η εν στενή έννοια ηλεκτρονική εγκληματικότητα αναφέρεται στις αξιόποινες πράξεις όπως είναι η ηλεκτρονική απάτη, η χωρίς

άδεια απόκτηση δεδομένων, η παραποίηση δεδομένων και η δολιοφθορά δηλαδή εγκλήματα όπου ο ηλεκτρονικός υπολογιστής αποτελεί κύριο μέσο τέλεσης των εγκλημάτων.

Αντίθετα η εν ευρεία έννοια εγκληματικότητα μέσω Η/Υ περιλαμβάνει όλα εκείνα τα αδικήματα για την τέλεση των οποίων ο ηλεκτρονικός υπολογιστής χρησιμοποιείται ως βοηθητικό μέσο

Αρκετός λόγος έχει γίνει κατά καιρούς για τους κινδύνους που συνεπάγεται η χρήση πιστωτικών καρτών στις online συναλλαγές. Συνήθως δίνεται έμφαση σε κινδύνους που αντιμετωπίζει το καταναλωτικό κοινό, χωρίς να λαμβάνονται υπόψη οι κίνδυνοι που αντιμετωπίζει ο ίδιος ο επιχειρηματίας.

Τα φαινόμενα απάτης μέσω online χρήσης πιστωτικών καρτών δεν είναι ιδιαίτερα συχνά, ωστόσο υπάρχουν. Ο μικρομεσαίος επιχειρηματίας, πάντως, δεν έχει να φοβάται εάν είναι προσεκτικός και ακολουθεί ορισμένους απλούς κανόνες.

Η διαδικασία επαλήθευσης των στοιχείων μιας πιστωτικής κάρτας αρχίζει με την είσοδο της κάρτας στο τερματικό ή με την πληκτρολόγηση του κωδικού της αριθμού. Η διαδικασία αυτή ουσιαστικά ελέγχει το αν η κάρτα έχει αναφερθεί ως κλεμμένη και αν η παρεχόμενη πίστωση επιτρέπει τη συγκεκριμένη συναλλαγή.

Είναι γεγονός ότι το Διαδίκτυο καθιστά τις απάτες που σχετίζονται με τη χρήση πιστωτικών καρτών ευκολότερες. Στο Internet κυκλοφορούν λίστες κλεμμένων αριθμών ή και προγραμμάτων που παράγουν νέους κωδικούς αριθμούς πιστωτικών καρτών. Επιπλέον, η έλλειψη επαφής πρόσωπο με πρόσωπο στο Διαδίκτυο τείνει να κάνει τους απατεώνες τολμηρότερους.

Οι τρέχουσες τεχνικές για την πρόληψη της απάτης μέσω πιστωτικών καρτών, που επικεντρώνονται στον έλεγχο των υπογραφών στο πίσω μέρος της κάρτας, των ολογραμμάτων ή και την τυπωμένη εικόνα του κατόχου της, δεν μπορούν να λειτουργήσουν στις online συναλλαγές, όπου ο κάτοχος δεν είναι παρών (συναλλαγή τύπου CNP, cardholder not present), δεδομένου ότι ο έμπορος δεν μπορεί να δει την πιστωτική κάρτα και να ελέγξει την υπογραφή.

Οι online συναλλαγές μέσω πιστωτικών καρτών εμπίπτουν στην κατηγορία MOTO (Mail Order/Telephone Order, παραγγελία ταχυδρομείου/τηλεφωνική παραγγελία), ή αλλιώς CNP. Οι περισσότερες εμπορικές συναλλαγές μέσω πιστωτικών καρτών καθιστούν τον έμπορο 100% υπεύθυνο για απάτες που πραγματοποιούνται μέσω αυτού του τύπου συναλλαγής. Σε περιπτώσεις online απάτης μέσω κλεμμένων καρτών που έχουν διεξαχθεί στο εξωτερικό, οι επιχειρηματίες δεν βρίσκουν την αναμενόμενη αρωγή των αστυνομικών αρχών. Αυτό οφείλεται στο γεγονός πως οι Αρχές θεωρούν πολύ μικρά τα ποσά που διακυβεύονται (κυρίως όταν πρόκειται για λίγες δεκάδες ευρώ). Επίσης, σε περιπτώσεις διεθνών συναλλαγών, υπάρχουν εμπόδια που σχετίζονται με την αρμοδιότητα των εκάστοτε εθνικών αστυνομικών αρχών.

Τέτοιου είδους προβλήματα όμως δεν πρόκειται να αντιμετωπίσει ένας προσεκτικός επιχειρηματίας. Υπάρχουν αρκετές δικλίδες ασφαλείας και μέθοδοι που διασφαλίζουν την καλή πίστη των συναλλαγών μέσω καρτών, ορισμένες από τις οποίες παραθέτουμε.

1. Πρέπει να υπάρχει ταύτιση της διεύθυνσης που δηλώνει ο πελάτης με τη διεύθυνση αποστολής του προϊόντος. Όσο υπερβολικό κι αν ακούγεται, πολλές επιχειρήσεις του εξωτερικού δεν δέχονται να αποστείλουν προϊόντα σε διεύθυνση διαφορετική από αυτήν που έχει δηλωθεί στην πιστωτική κάρτα του καταναλωτή. Σε περίπτωση που ο πελάτης επιθυμεί η παράδοση να γίνει σε διεύθυνση διαφορετική από τη δική του, θα πρέπει να γίνεται κατόπιν ειδικής συνεννόησης.

2. Ο επιχειρηματίας θα πρέπει να είναι προσεκτικός σε παραγγελίες πελατών οι οποίοι παρέχουν διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου δωρεάν υπηρεσίας. Πολλές online επιχειρήσεις του εξωτερικού δεν δέχονται παραγγελίες από πελάτες με email του τύπου username@yahoo.com, username@hotmail.com κ.λπ. Αυτό γίνεται διότι απλούστατα ο ιδιοκτήτης ενός ελεύθερου λογαριασμού email παραμένει ανώνυμος. Εάν ένας απατεώνας διαθέτει κλεμμένο κωδικό πιστωτικής κάρτας και κλεμμένη διεύθυνση κατοικίας, θα χρειαστεί και μια ηλεκτρονική διεύθυνση η οποία δεν μπορεί να ανιχνευθεί.

3. Θα πρέπει να ελέγχει το δικτυακό τόπο του πελάτη, εάν υπάρχει και εάν είναι εφικτό. Είναι πιθανό να βρεί το URL του πελάτη απλά πληκτρολογώντας www. μπροστά από το δεύτερο μέρος της διεύθυνσης ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του. Για παράδειγμα, εάν ένας πελάτης παρέχει μια διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου username@domain.com, πληκτρολογήστε www.domain.com. Είναι αρκετά πιθανό να εντοπίσει με αυτό τον τρόπο το site του. Εκεί θα πρέπει να ελέγξει αν πρόκειται για δικτυακό τόπο υπό κατασκευή ή για site το οποίο παρέχει στοιχεία επικοινωνίας διαφορετικά από αυτά της κατατεθείσας παραγγελίας.

4. Ο επιχειρηματίας θα πρέπει να προσέχει τις ασυνήθιστες παραγγελίες. Οι επιτήδειοι συνηθίζουν να κάνουν παραγγελίες που διαφέρουν σημαντικά από αυτές ενός απλού (και νόμιμου) πελάτη, όπως για παράδειγμα ακριβά προϊόντα ή πολύ μεγάλες ποσότητες, και συχνά εμφανίζονται διατεθειμένοι να πληρώσουν πολύ περισσότερα χρήματα ώστε να λάβουν το εμπόρευμα ταχύτερα.

5. Θα πρέπει να υπάρχει επικοινωνία (τηλεφωνική) με στον πελάτη αν υπάρχουν αμφιβολίες: Ένα σύντομο τηλεφώνημα μπορεί να είναι αρκετό ώστε να εξασφαλίσει το έγκυρο της συναλλαγής.

6. Έλεγχος όσο περισσότερων στοιχείων της παραγγελίας, όπως τη διεύθυνση του πελάτη και τον αριθμό τηλεφώνου, την τράπεζα που εξέδωσε την πιστωτική κάρτα και τη διεύθυνση IP του υπολογιστή από τον οποίο έγινε η παραγγελία. Βέβαια αυτό έρχεται σε αντίθεση με την πο-

λιτική του να μη ζητάμε περισσότερα από τα απαραίτητα στοιχεία για τον πελάτη, ωστόσο ο επιχειρηματίας οφείλει να διασφαλίσει τη νομιμότητα της συναλλαγής.

7. Ο επιχειρηματίας οφείλει να προειδοποιεί τους επισκέπτες του ηλεκτρονικού του καταστήματος για τις μεθόδους που χρησιμοποιεί κατά της απάτης, καθώς και τις συνέπειές της.

8. Τέλος οφείλει να χρησιμοποιεί κάποια προηγμένη υπηρεσία η οποία θα μπορέσει να τον βοηθήσει στον εντοπισμό των επίδοξων απατεώνων ή και στην αποτροπή τους. Υπηρεσίες όπως η CyberSource αυτοματοποιούν όλους τους ελέγχους που καλείτε ο επιχειρηματίας να διεξάγει προκειμένου να εξασφαλίσει τη νομιμότητα και την αξιοπιστία των συναλλαγών του. Εάν βρίσκετε σε επαγρύπνηση και δεν αφήνει τις online παραγγελίες που λαμβάνει στην τύχη τους, τότε η επιχείρησή του δεν πρόκειται να αντιμετωπίσει σοβαρό πρόβλημα με τη χρήση πιστωτικών καρτών.

Οι οικονομικές συναλλαγές μέσω Διαδικτύου, και δη με τη χρήση πιστωτικής κάρτας, έχουν ακόμη μεγάλο περιθώριο διάδοσης στο μέλλον, καθώς η έλλειψη «εμπιστοσύνης» στα ηλεκτρονικά μέσα αποτρέπει σήμερα μεγάλο μέρος των χρηστών από το να πραγματοποιούν τις αγορές τους online. Προστατεύοντας λοιπόν το ηλεκτρονικό του κατάστημα ο εκάστοτε επιχειρηματίας από ύποπτες συναλλαγές με πλαστές ή κλεμμένες πιστωτικές κάρτες ή άλλες απάτες, ουσιαστικά συμβάλλει στην ενίσχυση του αισθήματος ασφάλειας των χρηστών και κατά συνέπεια στη διάδοση των ηλεκτρονικών συναλλαγών.

Σ Υ Μ Π Ε Ρ Α Σ Μ Α Τ Α

Από όλα τα παραπάνω προκύπτει ότι οι πιστωτικές κάρτες καθιστούν εύκολο για τους καταναλωτές, την ασφαλή καταχώρηση των πληροφοριών και των μετρητών για τις αγορές. Τα πλεονεκτήματα που παρέχουν στους καταναλωτές είναι:

- ❖ η κάρτα μπορεί να φέρει κάποιο προσωπικό λογαριασμό, πληροφορίες εκτίμησης και αγοραστικές προτιμήσεις που μπορούν να προσεγγιστούν με ένα χτύπημα του ποντικιού αντί να συμπληρώνουν (filling out) φόρμες.
- ❖ οι κάρτες μπορούν να διαχειριστούν και να ελέγξουν τις δαπάνες, με τα αυτόματα όρια και τις αναφορικές εκθέσεις.
- ❖ Με τα συστήματα POS και τη κάρτα που ενεργεί ως ασφαλής κεντρικός χώρος κατάθεσης πόντων ή ανταμοιβών, τα προγράμματα πίστης του Διαδικτύου (loyalty programs) μπορούν να επεκταθούν σε πολλαπλούς προμηθευτές.
- ❖ «οι μικροπληρωμές» – πληρώνουν το ονομαστικό κόστος χωρίς την αμοιβή της συναλλαγής που συνδέεται με τις πιστωτικές κάρτες ή για ποσά που είναι πάρα πολύ μικρά για μετρητά.

Καθώς οι τράπεζες εισάγουν τον ανταγωνισμό στις πρόσφατα ανοιγμένες αγορές όπως τις μεσιτικές αμοιβές από τις επενδύσεις, εξασφαλίζουν τις συναλλαγές μέσω των έξυπνων καρτών μ' ένα αυξανόμενο ποσοστό. Αυτό σημαίνει ότι:

Θα βελτιώσει την υπηρεσία πελατών. Οι πελάτες μπορούν να χρησιμοποιούν ασφαλισμένα τις έξυπνες κάρτες για γρήγορες, εικοσιτετράωρες ηλεκτρονικές μεταφορές κεφαλαίων μέσω του Διαδικτύου.

Το κόστος μειώνεται: οι συναλλαγές που κανονικά θα απαιτούσαν χρόνο και γραφική εργασία ενός τραπεζικού υπαλλήλου, μπορούν να ρυθμιστούν ηλεκτρονικά από τον πελάτη με μια πιστωτική κάρτα.

Όπως είναι εμφανές από τα παραπάνω, η νέα τεχνολογία καρτών, η οποία σταδιακά εισάγεται σε κάθε δραστηριότητα της καθημερινότητας, διευκολύνει τους κατόχους της, αφού χαρακτηρίζεται από πληθώρα στοιχείων σε σύγκριση με τις παλαιότερες γενιές. Συγκεκριμένα, η χρήση τέτοιων καρτών δικαιολογείται από τους εξής λόγους:

1. Παροχή μεγαλύτερης ασφάλειας: Οι κάρτες smart χαρακτηρίζονται από ικανότητα προστασίας των δεδομένων τους από ενδεχόμενες απάτες ή καταστροφές, χάρη σε ποικίλες μεθόδους. Η παρεχόμενη ασφάλεια μπορεί να είναι πολυεπίπεδη με ύπαρξη ανάλογου αριθμού ασφαλιστικών κλειδιών (π.χ. PIN), τα οποία και να επιτρέπουν την πρόσβαση σε αντίστοι-

χες εφαρμογές του δικτύου που χρησιμοποιείται. Εναλλακτικά, εφόσον ο μικροεπεξεργαστής είναι ενσωματωμένος στη κάρτα, η παραβίαση της είναι αδύνατη χωρίς την καταστροφή του - σε αντίθεση με τις κάρτες τύπου magnetic stripe, οι οποίες περιέχουν τα δεδομένα στο εξωτερικό της κάρτας, με αποτέλεσμα την εύκολη αντιγραφή τους. Επιπλέον, πολλές εφαρμογές που απευθύνονται για smart cards αποτρέπουν την παρακολούθηση της πρόσβασης από άλλα άτομα, τα οποία δεν έχουν την αρμοδιότητα. Τέλος, η απουσία ρευστού χρήματος από έξυπνες κάρτες (smart cards), που χρησιμοποιούνται για τραπεζικές συναλλαγές εξαλείφει τον κίνδυνο οποιασδήποτε κλοπής χρημάτων από τον κάτοχο της κάρτας.

2. Δυνατότητα υλοποίησης διαφορετικών εφαρμογών: οι κάρτες τύπου smart εκτελούν πολλαπλές και διαφορετικές εφαρμογές με απίστευτη απλότητα-αντίθετα με τις άλλες κάρτες λόγω κυρίως της κενότητας αποθήκευσης κι επεξεργασίας των δεδομένων που διαθέτουν.
3. Απλοποίηση διαδικασιών: Εφαρμογές της καθημερινότητας μπορούν να πραγματοποιηθούν εξαιρετικά απλά με χρήση έξυπνων καρτών, όπως προπληρωμένες κάρτες διοδίων, κάρτες μεταφοράς ή συγκοινωνιών.
4. Μείωση κόστους διαδικασιών: Η μείωση του κόστους που επιφέρει η χρήση τους, όπως κόστος προσωπικού, διαχείρισης εγγράφων, χρονικό κόστος κ.λ.π. επιβάλλει την ευρύτερη χρήση των έξυπνων καρτών.
5. Μεταφερσιμότητα: Το μικρό μέγεθος των παραπάνω καρτών, σε συνδυασμό με τις πολύπλοκες εφαρμογές τις οποίες χρησιμοποιούνται, καθιστά ιδιαίτερα ευκολόχρηστη την τεχνολογία των παραπάνω καρτών.

Ζούμε σε έναν κόσμο γρήγορης τεχνικής αλλαγής. Η διαβίβαση της συμβατότητας και η διασυννοριακή και διασταύρωση της διαλειτουργικότητας του σχεδίου είναι όλο και περισσότερο δύσκολο να διατηρηθεί στα πλαίσια της γρήγορης ανάπτυξης της τεχνολογίας των τσιπ.

Οι τεχνολογίες ασφάλειας απαιτούν την πάντα γρηγορότερη δύναμη επεξεργασίας. Αυτό το περιβάλλον καθιστά εξαιρετικά δύσκολη τη βέβαιη ανάπτυξη, την απόκτηση και την επέκταση των πιστωτικών καρτών που για να υποστηρίξουν οποιαδήποτε λογική επιχειρησιακή περίπτωση, πρέπει να θεωρηθούν ως μακροπρόθεσμα σημεία.

Τα τσιπ πιστωτικών καρτών είναι το ουσιαστικό λειτουργικό συστατικό των πιστωτικών καρτών και αυτό εμφανίζεται, επίσης, στην επικάλυψη εκτός από τις κάρτες μεγέθους πιστωτικής, στα πλαστικά σημεία. Οι SIMs (Ενότητες Ταυτοτήτων Συνδρομητών, που υλοποιούνται αρχικά με απλή, ενιαία εφαρμογή των τσιπ των έξυπνων καρτών) με ένα μικρότερο φυσικό σχήμα ενσωματώνεται ήδη σε όλες τις GSM τηλεφωνικές συσκευές και οι νέες εξελίξεις ενσωματώνουν τα έξυπνα τσιπ μέσα σε ποικίλες άλλες συσκευές όπως τα PDAs και τα ρολόγια καρπού.

Υπάρχουν, επίσης, εμπορικές εξελίξεις που επιδιώκουν να τοποθετήσουν το ηλεκτρονικό πορτοφόλι και άλλες παρόμοιες ευκολίες μέσα σε περιβάλλον λογισμικού σε PCs και κεντρικούς υπολογιστές, που προλαμβάνουν την ανάγκη για την επέκταση των έξυπνων καρτών. Μένει να φανεί ποια από αυτές τις πρωτοβουλίες λογισμικού θα ακμάσει, ιδιαίτερα αφού είναι δύσκολο να εξασφαλιστεί η ασφάλειά τους.

Θεωρείται ότι οι πιστωτικές κάρτες προσφέρουν περισσότερη ασφάλεια και εμπιστευτικότητα από τα άλλα είδη αποθήκευσης πληροφοριών ή συναλλαγής. Επιπλέον, οι εφαρμογές των πιστωτικών καρτών καταδεικνύουν ότι μία πιστωτική κάρτα είναι μια από τις καλύτερες λύσεις για να παρέχει και να ενισχύσει στο σύστημα την ασφάλεια και την ακεραιότητα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- 1) Αποστολόπουλος Θεόδωρος, «Οικονομικά Μαθηματικά και Στοιχεία Τραπεζικών Εργασιών», εκδόσεις Σύγχρονη Εκδοτική,
- 2) Γκριτζαλης Δ., «Ασφάλεια Πληροφοριακών Συστημάτων σε περιβάλλοντα Υψηλής ευπάθειας». Διδακτορική διατριβή, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Μάιος 1994
- 3) Μαυρομαμάτης Ελευθέριος, «Πληροφορική και Κοινωνία», σημειώσεις ΤΕΙ Μεσολογγίου
- 4) Ντούσκος Π.: Η επιστημονική τεχνική πρόοδος στον σύγχρονο κόσμο, Εκδόσεις Gutenberg, Αθήνα 1996
- 5) Τομαράς Πέτρος, «Τραπεζικό Μάρκετινγκ», Αθήνα 2003
- 6) Μελέτη της ΕΠΥ, «Οι τεχνολογίες πληροφορικής στο ελληνικό τραπεζικό σύστημα», Φεβρουάριος 1994
- 7) Χρυσικόπουλος Β: Σημειώσεις από το μάθημα Ασφάλεια Πληροφοριακών Συστημάτων, ΤΕΙ Μεσολογγίου

Διαδίκτυο

<http://www.noesis.se/ed/cmiedd10.htm>

<http://www.noesis.se/ed/cmiedd20.htm>

<http://www.noesis.se/ed/cmiedd30.htm>

<http://www.noesis.se/ed/cmiedd40.htm>

<http://www.howstuffworks.com>

<http://www.howstuffworks.com>

<http://www.howstuffworks.com>

<http://www.ram.com>

<http://www.howstuffworks.com>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ



**ΟΡΟΙ ΧΟΡΗΓΗΣΗΣ ΠΙΣΤΩΣΗΣ
 ΚΑΙ ΠΙΣΤΩΤΙΚΗΣ ΚΑΡΤΑΣ EUROBANK VISA CLASSIC / VISA ELECTRON /
 EUROBANK VISA GOLD και EUROBANK MASTERCARD**

ΟΡΟΙ ΧΟΡΗΓΗΣΗΣ ΠΙΣΤΩΣΗΣ

Οι παρακάτω όροι διέπουν τη σύμβαση χορήγησης προσωπικής ανακυκλούμενης πίστωσης (στο εξής η "Πίστωση") που συμφωνείται με την παρούσα μεταξύ:

(α) της ανώνυμης τραπεζικής εταιρίας με την επωνυμία ΤΡΑΠΕΖΑ ΕFG EUROBANK ERGASIAS A.E. (στο εξής η "Τράπεζα"), με ΑΦΜ 094014250 Φ.Α.Ε.Ε. Αθηνών, που εδρεύει στην Αθήνα (οδός Όθωνος Β), όπως νόμιμα εκπροσωπείται από τους υπογράφοντες στο τέλος της παρούσας (β) του οφειλέτη, τα στοιχεία του οποίου αναφέρονται στην αίτηση για την κατάρτιση της παρούσας σύμβασης (στο εξής ο "Πιστούχος"), που αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα της παρούσας (στο εξής η "Αίτηση") και (γ) του Εγγυητή, που εφόσον υπάρχει, τα στοιχεία του αναφέρονται επίσης στην Αίτηση, με τους ακόλουθους όρους και συμφωνίες: 1. Βασικά Στοιχεία και Σκοπός της Σύμβασης: 1.1. Η Τράπεζα χορηγεί στον Πιστούχο, σύμφωνα με την παρούσα, πίστωση για την κάλυψη προσωπικών αναγκών του μέχρι του πιστωτικού ορίου και με τους όρους που αναγράφονται στα Στοιχεία Πίστωσης στην Αίτηση (εφεξής "Στοιχεία Πίστωσης"). 1.2. Εντός εξήντα (60) ημερών από την υπογραφή της παρούσας και πριν από οποιαδήποτε χρήση της Πίστωσης, ο Πιστούχος που τυχόν έχει αναλάβει, στην περίπτωση αυτή απαλλάσσεται από την υποχρέωση καταβολής τόκων, καθώς και από την καταβολή των εξόδων, στα οποία υποβλήθηκε η Τράπεζα για τη σύναψη της παρούσας σύμβασης. Τυχόν καταβληθέντα από τον Πιστούχο έξοδα ή τόκοι θα επιστρέφονται στον Πιστούχο εντός τριάντα (30) ημερών από την εμπρόθεσμη περιέλευση της έγγραφης δήλωσης υπαναχώρησης στην Τράπεζα. 2. Πιστωτικό Όριο: 2.1. Ο Πιστούχος έχει την ευχέρεια να χρησιμοποιεί την Πίστωση κατ' επανάληψη με μερικές ή ολικές αναλήψεις μέχρι το Πιστωτικό Όριο που αναφέρεται στα Στοιχεία Πίστωσης και επιβεβαιώνεται με τον πρώτο Λογαριασμό που θα λάβει ο Πιστούχος σύμφωνα με το άρθρο 8 της παρούσας. 2.2. Η Τράπεζα δικαιούται να μεταβάλει το Πιστωτικό Όριο λαμβάνοντας υπόψη τις εκάστοτε οικονομικές δυνατοότητες του Πιστούχου, την πιστοληπτική του ικανότητα, την συνέπεια τήρησης των όρων της παρούσας και τον εντεύθεν κίνδυνο που αναλαμβάνει, παράγοντες που η Τράπεζα επανεξετάζει τουλάχιστον σε κάθε ετήσια επέτειο της παρούσας. Τα εκάστοτε νέα όρια γνωστοποιούνται στον Πιστούχο με τους Λογαριασμούς του άρθρου 8. 2.3. Υπέρβαση του Πιστωτικού Ορίου από τον Πιστούχο, όπως και υπέρβαση λόγω τόκων ή εξόδων, απαγορεύεται και αν συμβεί συνιστά ουσιώδη παράβαση της σύμβασης εκ μέρους του. Ο Πιστούχος οφείλει να επιστρέψει στην Τράπεζα το συνολικό ποσό της υπέρβασης το αργότερο μέχρι την ημερομηνία εξόφλησης του αμέσως επόμενου Λογαριασμού του άρθρου 8 και να καταβάλει στην Τράπεζα το εφ' άπαξ ποσό που προσδιορίζεται στα Στοιχεία Πίστωσης, λόγω της αυθαίρετης εκ μέρους του αύξησης του αναλαμβανόμενου από την Τράπεζα πιστωτικού κινδύνου. 3. Ο Λογαριασμός της Πίστωσης: 3.1. Η Πίστωση εξυπηρετείται και αποδεικνύεται από δανειακό λογαριασμό (στο εξής ο "Λογαριασμός της Πίστωσης"), ο οποίος θα τηρείται στο όνομα του Πιστούχου στα βιβλία της Τράπεζας. Στο λογαριασμό αυτό θα καταχωρούνται όλες οι αναλήψεις και τα έξοδα που επιβαρύνουν τον Πιστούχο και οι έναντι αυτών καταβολές, κατ' εφαρμογή της παρούσας, χωρίς όμως να χάνεται η αυτοτέλεια των κονδυλίων των εν λόγω αναλήψεων, των εξόδων και των έναντι αυτών καταβολών. 3.2. Ο Λογαριασμός της Πίστωσης δεν θα αποβαίνει χρεωστικός σε βάρος της Τράπεζας και σε κάθε περίπτωση ο Πιστούχος δεν θα δικαιούται τόκο σε περίπτωση πιστωτικού υπέρ αυτού υπολοίπου, το οποίο παραμένει στη διάθεσή του και μπορεί να αντληθεί οποτεδήποτε από αυτόν κατά τα αναφερόμενα στον άρο 1.3 πιο πάνω. 4. Τόκοι: 4.1. Η χορηγούμενη κατά την παρούσα Πίστωση είναι έντοκη με επιτόκιο, το ύψος του οποίου ορίζεται κατά την κατάρτιση της παρούσας, ανάλογα με το ύψος του ποσού της Πίστωσης που κάθε φορά αντλείται, και αναγράφεται στα Στοιχεία Πίστωσης (επιτόκιο ανά κλιμάκιο χορήγησης) και επιβεβαιώνεται με τον πρώτο Λογαριασμό που θα λάβει ο Πιστούχος σύμφωνα με το άρθρο 8 της παρούσας (συμβατικά επιτόκια). 4.2. Κάθε ποσό που αντλείται από την Πίστωση εκτοκίζεται από την ημερομηνία της ανάληψης με το κατά τα παραπάνω αντίστοιχο επιτόκιο και οι τόκοι που παράγονται, χρεώνονται στο Λογαριασμό της Πίστωσης (λογίζονται) μία ημέρα πριν από την ημερομηνία έκδοσης των Λογαριασμών του άρθρου 8 πιο κάτω, που ο Πιστούχος επιλέγει (άρθρο 7.1 και 7.6 πιο κάτω) και η οποία αναγράφεται στους Λογαριασμούς του άρθρου 8 και είναι σταθερή καθόλη τη διάρκεια της παρούσας. 4.3. Τα κατά την προηγούμενη παράγραφο επιτόκια συμφωνούνται κυμαινόμενα. Η Τράπεζα δικαιούται να μεταβάλει τα ανά κλιμάκιο χορήγησης εκάστοτε ισχύοντα συμβατικά επιτόκια οποτεδήποτε μεταβάλλεται το Βασικό Παρεμβατικό Επιτόκιο για Πράξεις Κύριας Αναχρηματοδότησης της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας (Παρεμβατικό Επιτόκιο), σε ποσοστό μέχρι του 200% του ποσού της διαφοράς μεταξύ του εκάστοτε προηγούμενου και του νέου ως άνω Παρεμβατικού Επιτοκίου. Η Τράπεζα σταθμίζοντας τον ειδικό και συνολικό κίνδυνο που αναλαμβάνει και τις εκάστοτε συνθήκες της αγοράς και του ανταγωνισμού διατηρεί το δικαίωμα, είτε να μη μεταβάλει τα επιτόκια σε κάθε μεταβολή του ως άνω Παρεμβατικού Επιτοκίου, είτε να μην εξαντλήσει το ως άνω ανώτατο όριο μεταβολής. Η κάθε περί μεταβολής απόφαση της Τράπεζας ουδέποτε αποτελεί πρόκριμα ή δέσμευση για την διαμόρφωση απόφασης σε περίπτωση επόμενης μεταβολής, ανεξαρτήτως του χρόνου που μεσολαβεί μεταξύ των δύο μεταβολών. 4.4. Κάθε μεταβολή των επιτοκίων γνωστοποιείται στον Πιστούχο με σχετική σημείωση στο Λογαριασμό του άρθρου 8 και ισχύει από την ημερομηνία έκδοσης του Λογαριασμού αυτού, εκτός εάν ορίζεται διαφορετική ημερομηνία έναρξης της ισχύος. Ο Πιστούχος δικαιούται να μην αποδεχθεί τη μεταβολή κατά τους όρους του άρθρου 13 πιο κάτω. Τα εκάστοτε σε ισχύ επιτόκια αναφέρονται σε κάθε Λογαριασμό. 4.5. Οι τόκοι θα υπολογίζονται τοκαριθμικά επί του κεφαλαίου της Πίστωσης που χρησιμοποιείται κάθε φορά από τον Πιστούχο. Για τον υπολογισμό των τόκων θα λαμβάνεται ως μήνας, περιόδος ίση προς 1/12 του έτους, ενώ η εβδομάδα θα είναι ίση προς 1/52 του έτους και μία ημέρα ίση προς 1/365 του έτους. 4.6. Εάν οποιοδήποτε ποσό που οφείλεται με βάση την παρούσα δεν καταβληθεί εμπρόθεσμα κατά τα αναφερόμενα στο άρθρο 7 από τον Πιστούχο, θα βαρύνεται αυτοδίκαια και χωρίς καμία όχληση με τόκο υπερημερίας που θα υπολογίζεται από την πρώτη ημέρα καθυστέρησης. 4.7. Οι τόκοι υπερημερίας θα υπολογίζονται με το ανώτατο επιτρεπόμενο εκάστοτε επιτόκιο υπερημερίας, που σήμερα είναι ίσο με τα εφαρμοζόμενα συμβατικά επιτόκια πριν από την υπερημερία πλέον της προσαύξησης που αναφέρεται στα Στοιχεία Πίστωσης. 4.8. Σε κάθε περίπτωση καθυστέρησης καταβολής οφειλομένων τόκων, αυτοί θα εκτοκίζονται με επιτόκιο υπερημερίας από την πρώτη ημέρα καθυστέρησης και θα κεφαλαιοποιούνται (ανατοκίζονται) ανά εξάμηνο. 5. Επιβαρύνσεις: 5.1. Ο Πιστούχος βαρύνεται με την πληρωμή όλων των παρόντων ή μελλοντικών φόρων, τελών, εισφορών (είτε υπέρ του Δημοσίου, είτε υπέρ τρίτων), της εισφοράς του άρθρου 1 παρ. 3 Ν. 128/1975, όπως εκάστοτε ισχύει, ή οποιασδήποτε άλλης επιβάρυνσης τυχόν επιβληθεί στο κεφάλαιο ή και τους τόκους της Πίστωσης ή γενικότερα στην παρούσα σύμβαση. 5.2. Ο Πιστούχος, επίσης, οφείλει να καταβάλλει προς την Τράπεζα τα έξοδα εξέτασης του αιτήματος για την παροχή της πίστωσης και ελέγχου της πιστοληπτικής ικανότητας και φερεγγυότητας του, τα οποία χρεώνονται στον πρώτο Λογαριασμό καθώς και τα έξοδα διαχείρισης ανά δωδέκα (12) μήνες για την παρακολούθηση και τη διαχείριση του Λογαριασμού, την περιοδική ανανέωση της πίστωσης και την τακτική ενημέρωση του Πιστούχου με την αποστολή των Λογαριασμών του άρθρου 8. Επίσης, σε περίπτωση που ο Πιστούχος ζητήσει από την Τράπεζα μεταβολή της χρονικής συχνότητας καταβολής της Ελάχιστης Καταβολής (άρθρο 7) της Πίστωσης, επιβαρύνεται με το ποσό που αναγράφεται στα Στοιχεία της Πίστωσης. 5.3. Τα κάθε μορφής έξοδα που ηγάζονται από την παρούσα αναγράφονται στα Στοιχεία Πίστωσης. Ο Πιστούχος εξουσιοδοτεί με την παρούσα την Τράπεζα, να χρεώνει τον Λογαριασμό της Πίστωσης, με όλα τα κονδύλια των ως άνω εξόδων. 5.4. Έχοντας υπόψη ότι η παρούσα σύμβαση έχει αόριστη διάρκεια, η Τράπεζα δικαιούται να μεταβάλλει το ύψος των επιβαρύνσεων που αναγράφονται στα Στοιχεία Πίστωσης ή και να συμπληρώσει αυτές για σπουδαίο λόγο, όπως η κατά 100% διακύμανση του πληθωρισμού και του κόστους εργασίας, ο αναλαμβανόμενος ειδικός και γενικός κίνδυνος, και οι συνθήκες της αγοράς και του ανταγωνισμού, που συγχρόνως αποτελούν και τα κριτήρια αναπροσαρμογής. 5.5. Οι εκάστοτε νέες επιβαρύνσεις γνωστοποιούνται στον Πιστούχο μέσω των Λογαριασμών του άρθρου 8 και ισχύουν από την ημερομηνία έκδοσης του Λογαριασμού εκτός, εάν στον Λογαριασμό αναφέρεται διαφορετική ημερομηνία ισχύος. Ο Πιστούχος δικαιούται να μην αποδεχθεί τη μεταβολή κατά τους όρους του άρθρου 13 πιο κάτω. Οποιαδήποτε χρήση της Πίστωσης μετά την παραλαβή του Λογαριασμού ή ανεπιφύλακτη μερική ή ολική εξόφληση αυτού συνεπάγεται την αποδοχή από τον Πιστούχο της επιβάρυνσης. 6. Συνολική Ετήσια Πραγματική Ποσοστιαία Επιβάρυνση (Σ.Ε.Π.Π.Ε.): 6.1. Η Σ.Ε.Π.Π.Ε. του Πιστούχου, όπως αυτή ορίζεται και υπολογίζεται κατά νόμο, καθώς και το παράδειγμα υπολογισμού της αναφέρονται στα Στοιχεία Πίστωσης. Οι κατά τα παραπάνω τιμές της Σ.Ε.Π.Π.Ε. προκύπτουν μόνο με τις υποθέσεις του συγκεκριμένου παραδείγματος. 6.2. Η Σ.Ε.Π.Π.Ε. υπολογίσθηκε με βάση τα κατά την παρούσα στοιχεία κόστους και θα μεταβάλλεται σε κάθε περίπτωση μεταβολής των στοιχείων του κόστους που τη συνθέτουν (Συμβατικό Επιτόκιο κλπ.). 7. Αποπληρωμή: 7.1. Η κατά την παρούσα σύμβαση εκάστοτε οφειλή εξοφλείται με περιοδικές καταβολές που μπορεί να είναι μηνιαίες, διμηνιαίες ή τριμηνιαίες κατ' επιλογή του Πιστούχου, που σημειώνεται στα Στοιχεία Πίστωσης. 7.2. Ο Πιστούχος έχει την υποχρέωση να καταβάλει ακριβόχρονα (κατά τους όρους 7.6 και 7.7 πιο κάτω) στην Τράπεζα, τουλάχιστον την Ελάχιστη Καταβολή το ύψος της οποίας καθορίζεται ως εξής: α) ποσό ίσο με το ποσοστό επί του αθροίσματος του εκάστοτε ποσού της Πίστωσης που έχει αντληθεί, όπως αυτό ορίζεται στα Στοιχεία Πίστωσης και επιβεβαιώνεται με τον πρώτο Λογαριασμό που θα λάβει ο Πιστούχος σύμφωνα με το άρθρο 8 της παρούσας, και των κάθε μορφής δεδουλευμένων και λογισθέντων τόκων (άρος 4.2), μέχρι την ημερομηνία έκδοσης του προς εξόφληση Λογαριασμού (άρος 7.6 πιο κάτω). β) εάν τα κατά το προηγούμενο εδάφιο (α) ποσό της Ελάχιστης Καταβολής είναι μικρότερο από τους δεδουλευμένους και λογισθέντες τόκους, μέχρι την ημερομηνία έκδοσης του προς εξόφληση Λογαριασμού (άρος 7.6 πιο κάτω), η ελάχιστη καταβολή θα είναι ίση με το ποσό των τόκων αυτών, γ) το ποσό της Ελάχιστης Καταβολής που θα προκύψει κατ' εφαρμογή των διατάξεων των δύο προηγούμενων εδαφίων (α και β) στρογγυλοποιείται στα προηγούμενα ή επόμενα πέντε (5) Ευρώ. δ) το

ποσό της Ελάχιστης Καταβολής ουδέποτε είναι μικρότερο των δεκαπέντε (15) ΕΥΡΩ στην περίπτωση των μηνιαίων καταβολών και των τριάντα (30) ΕΥΡΩ στην περίπτωση διμηνιαίων και τριμηνιαίων καταβολών, εκτός εάν το χρεωστικό υπόλοιπο είναι μικρότερο από τα παραπάνω ποσά, οπότε η Ελάχιστη Καταβολή θα ισούται με το μικρότερο αυτό ποσό. 7.3. Στο εκάστοτε ποσό της Ελάχιστης Καταβολής προστίθενται: α) τα ληξιπρόθεσμα και απαιτητά ποσά προηγούμενων Ελάχιστων Καταβολών, β) το ποσό της υπέρβασης του Πιστωτικού Ορίου και το ποσό της ποινής για αυτή την υπέρβαση και γ) οι λοιπές κατά την παρούσα επιβαρύνσεις όποτε υφίστανται. Στο ποσό της πρώτης Ελάχιστης Καταβολής μετά την υπογραφή της παρούσας και κάθε επεξεργασίας δωδεκαμήνου, θα προστίθεται το ποσό των λειτουργικών και διαχειριστικών εξόδων της Τράπεζας (όρος 5.2 πιο πάνω). Το εκάστοτε ακριβές ποσό της Ελάχιστης Καταβολής αναγράφεται στον αντίστοιχο Λογαριασμό του άρθρου 8 που λαμβάνει ο Πιστούχος. 7.4. Εάν ο Πιστούχος είναι συνεπής και ενήμερος ως προς την εξόφληση των από την παρούσα οφειλών του, θα μπορεί να ζητήσει από την Τράπεζα τη μεταβολή της χρονικής συχνότητας πληρωμής της Ελάχιστης Καταβολής μεταξύ των επιλογών που αναφέρονται στον όρο 7.1, αναλαμβάνοντας τη σχετική επιβάρυνση που αναφέρεται στα Στοιχεία Πίστωσης. Το σχετικό αίτημα υποβάλλεται εγγράφως στην Τράπεζα και ικανοποιείται αμέσως, εφ' όσον πληρούνται οι παραπάνω προϋποθέσεις και ο Πιστούχος εξοφλεί την Ελάχιστη Καταβολή του Λογαριασμού που έχει ήδη εκδοθεί κατά το χρόνο υποβολής του αιτήματος, έστω και αν δεν έχει παραληφθεί ακόμα από τον Πιστούχο. 7.5. Έχοντας υπόψη την αόριστη διάρκεια της παρούσας, η Τράπεζα διατηρεί το δικαίωμα να αναπροσαρμόζει το ποσοστό της Ελάχιστης Καταβολής σε κάθε περίπτωση μεταβολής των επιτοκίων κατά τον όρο 4.3. Κάθε μεταβολή του ως άνω ποσοστού γνωστοποιείται στον Πιστούχο με σημείωση στο Λογαριασμό του άρθρου 8. Ο Πιστούχος δικαιούται να μην αποδεχθεί τη μεταβολή κατά τα αναφερόμενα στο άρθρο 13 πιο κάτω. 7.6. Η Ελάχιστη Καταβολή θα πρέπει να εξοφλείται ολοσχερώς από τον Πιστούχο στην Τράπεζα, το αργότερο μέχρι την ημερομηνία που αναγράφεται στον Λογαριασμό του άρθρου 8 (Ημερομηνία Πληρωμής). Ο Πιστούχος επιλέγοντας την ημερομηνία έκδοσης των Λογαριασμών που λαμβάνει, με σχετική σημείωση στην αντίστοιχη επιλογή στα Στοιχεία Πίστωσης, καθορίζει και την Ημερομηνία Πληρωμής των Λογαριασμών. 7.7. Εάν η Ημερομηνία Πληρωμής συμπίπτει με μη εργάσιμη ημέρα, τότε η Ελάχιστη Καταβολή θα καταβάλλεται και την αμέσως επόμενη εργάσιμη ημέρα. 7.8. Σε οποιαδήποτε περίπτωση καθυστέρησης εξόφλησης οποιοδήποτε ληξιπρόθεσμο ποσό πέρα από την Ημερομηνία Πληρωμής (που είναι άλλη ημέρα κατά την έννοια του νόμου), το ποσό αυτό εκτοκίζεται με το ανώτατο εκάστοτε σε ισχύ επιτόκιο υπερημερίας (όρος 4.6 πιο πάνω) και επέρχονται οι συνέπειες του άρθρου 10 πιο κάτω. 7.9. Ο Πιστούχος δικαιούται να εξοφλεί τις κατά τα παραπάνω υποχρεώσεις του είτε σε κρέωση του καταθετικού λογαριασμού του, που τηρεί στην Τράπεζα, τον οποίο υποδεικνύοντας στα Στοιχεία Πίστωσης, εξουσιοδοτεί την Τράπεζα να χρεώνει με το ποσό της Ελάχιστης Καταβολής κατά την Ημερομηνία Πληρωμής. Στην περίπτωση αυτή ο Πιστούχος πρέπει να μεριμνά για την ύπαρξη επαρκούς διαθέσιμου υπολοίπου στον λογαριασμό, άλλως επέρχονται οι συνέπειες του άρθρου 7.9 και του άρθρου 10 της παρούσας. Ανάκληση της παραπάνω εξουσιοδότησης μπορεί να γίνει μόνο με έγγραφο που υποβάλλεται στην Τράπεζα και επιφέρει αποτελέσματα το αργότερο μετά την έκδοση του επόμενου από την υποβολή του αιτήματος Λογαριασμού. Η Τράπεζα ενδέχεται να γνωστοποιήσει στον Πιστούχο και άλλους τρόπους εξόφλησης μέσω των Λογαριασμών. 7.10. Ο Πιστούχος δικαιούται να καταβάλει στην Τράπεζα οποιοδήποτε ποσό πέραν της Ελάχιστης Καταβολής. 7.11. Κάθε καταβολή του Πιστούχου στην Τράπεζα έναντι της κατά την παρούσα χρηρηθείσας πίστωσης εξοφλεί πρώτα τα κάθε μορφής έξοδα, αρχής γενομένης από αυτό που καταλογίσθηκαν παλαιότερα, στη συνέχεια τους τόκους υπερημερίας, τους δεδουλευμένους και λογισθέντες (όρος 4.2) κατά το χρόνο της καταβολής συμβατικών τόκους και τέλος το αναληφθέν κεφάλαιο. 8. **Λογαριασμοί:** 8.1. Η Τράπεζα θα εκδίδει και αποστέλλει στον Πιστούχο με απλό ταχυδρομείο Λογαριασμούς, που εξάγονται από τα εμπορικά της βιβλία, και αποστέλλουν αντίγραφο του Λογαριασμού της Πίστωσης (άρθρο 3), στα χρονικά διαστήματα που ο Πιστούχος επέλεξε κατά τους όρους 7.1 και 7.6 πιο πάνω. 8.2. Κάθε Λογαριασμός θα εμφανίζει την κίνηση του Λογαριασμού της Πίστωσης κατά την αντίστοιχη περίοδο, την οποία ρητά καλύπτει, και συγκεκριμένα θα εμφανίζει όλες τις αναλήψεις και τις έναντι αυτών καταβολές, καθώς και τις ημερομηνίες που πραγματοποιήθηκαν αυτές, τους τόκους, φόρους και λοιπές επιβαρύνσεις, τις απολογίες των χρεώσεων, το χρεωστικό υπόλοιπο από τον προηγούμενο Λογαριασμό και το ύψος του νέου χρεωστικού υπολοίπου και επιπλέον την Ελάχιστη Καταβολή, όπως αυτή ορίζεται στον όρο 7.2 πιο πάνω, την ημερομηνία πληρωμής της καθώς και τα σε ισχύ επιτόκια και Πιστωτικό Όριο. 8.3. Έχοντας υπόψη ότι η Ημερομηνία Πληρωμής επιλέχθηκε από τον Πιστούχο κατά τα αναφερόμενα στον όρο 7.6 πιο πάνω, η παραλαβή Λογαριασμού από αυτόν δεν αποτελεί προϋπόθεση για την εμπρόθεσμη εξόφληση της εκάστοτε Ελάχιστης Καταβολής, το εκάστοτε ύψος της οποίας μπορεί να πληροφορηθεί από οποιοδήποτε κατάστημα ή το σύστημα "EUROPHONE BANKING" της Τράπεζας, κατά τους όρους που η υπηρεσία αυτή παρέχεται. 9. **Αποδεικτικές Συμφωνίες:** 9.1. Ο Πιστούχος γνωρίζοντας ότι η Πίστωση εξυπηρετείται με καταβολές, των οποίων τη συχνότητα έχει επιλέξει ο ίδιος με σχετική σημείωση του κατά τα αναφερόμενα στα Στοιχεία Πίστωσης (όρος 7.1) και ότι λαμβάνει Λογαριασμούς αντίστοιχα της συχνότητας των πληρωμών του: α) αν μέσα σε πέντε (5) ημέρες από την ημερομηνία έκδοσης των Λογαριασμών που έχει επιλέξει κατά τα αναφερόμενα στον όρο 7.6 δεν ειδοποιηθεί στην Τράπεζα γραπτά και με απόδειξη, ότι δεν έχει λάβει τον Λογαριασμό που αφορά την προηγούμενη από την ημερομηνία αυτή χρονική περίοδο, τεκμαίρεται ότι ο Λογαριασμός αυτός παραλήφθηκε, επιτρεπόμενης ανταπόδειξης, β) αν μέσα σε χρονικό διάστημα τριάντα (30) ημερών από τη λήψη κάθε Λογαριασμού ή οποιασδήποτε άλλης έγγραφης ειδοποίησης της Τράπεζας αναφορικά με την Πίστωση, ο Πιστούχος ή ο Εγγυητής δεν αμφισβητήσουν εγγράφως το περιεχόμενο του Λογαριασμού ως προς τα κονδύλια, το ύψος του χρεωστικού υπολοίπου και της Ελάχιστης Καταβολής που αναφέρεται σε αυτό, θεωρείται ότι τα αποδέχθηκαν ανεπιφύλακτα και θα επέρχεται αναγνώριση των επί μέρους και των συνολικών κονδυλίων, επιτρεπόμενης ανταπόδειξης. 9.2. Ο Πιστούχος και ο Εγγυητής αναγνωρίζουν ότι τα αποσπάσματα ή αντίγραφα τα οποία εξάγονται από τα εμπορικά βιβλία της Τράπεζας, που τηρούνται με μηχανογραφικό σύστημα, όπως οι Λογαριασμοί (άρθρο 8), αποδεικνύουν πλήρως την οφειλή και γενικά τις χρεώσεις από την χρήση της Πίστωσης, επιτρεπόμενης ανταπόδειξης. 9.3. Ρητά συμφωνείται ότι ανεπιφύλακτη ολική ή μερική εξόφληση Λογαριασμού συνεπάγεται την εκ μέρους του Πιστούχου και Εγγυητή πλήρη αναγνώριση του περιεχομένου του και του χρεωστικού υπολοίπου, από τη χρήση της Πίστωσης, που αναγράφεται σ' αυτό. 10. **Ανάκληση – Αναστολή – Περιορισμός της Πίστωσης – Καταγγελία της Σύμβασης:** 10.1. Σε οποιαδήποτε περίπτωση καθυστέρησης πληρωμής από τον Πιστούχο πέραν της εκάστοτε Ημερομηνίας Πληρωμής οποιοδήποτε ποσού το οποίο οφείλεται ληξιπρόθεσμα με βάση την παρούσα, η Τράπεζα ειδοποιεί σχετικά τον Πιστούχο (και τον τυχόν εγγυητή) και δικαιούται, εκ μόνου του λόγου αυτού, και χωρίς κάποι άλλο, να περιορίσει το Πιστωτικό Όριο στο αναληφθέν ποσό και να αποκλείσει οποιαδήποτε νέα ανάληψη μέχρι την ολοσχερή εξόφληση των ληξιπρόθεσμων. 10.2. Η Τράπεζα έχει το δικαίωμα να καταγγείλει εγγράφως την παρούσα σύμβαση εάν συντρέχει έστω και ένα από τα ακόλουθα γεγονότα: α) Καθυστερήσει ολοσχερώς εξόφληση στην Τράπεζα από τον Πιστούχο Ελάχιστης Καταβολής επί χρονικό διάστημα ενενήντα (90) ημερών. β) Η παράβαση εκ μέρους του Πιστούχου οποιοδήποτε όρου της παρούσας σύμβασης, που όλοι συμφωνούνται ουσιαστικά. γ) Η παράβαση από τον Πιστούχο πράξεων και αποφάσεων των Νομοσπονδιακών Αρχών αναφορικά με την Πίστωση. δ) Ανακρίβης εκ μέρους του Πιστούχου δήλωση ή απόκριση στοιχείων που ζητήθηκαν στο έντυπο της αίτησης χορήγησης της Πίστωσης. 10.3. Η Τράπεζα δικαιούται να καταγγείλει την παρούσα και σε κάθε περίπτωση σοβαρής επιδείνωσης της πιστοληπτικής ικανότητας ή και της φερεγγυότητας ή της δικαιοπρακτικής ικανότητας του Πιστούχου, όπως σε περίπτωση πτώχευσης, φυλάκισης ή θέσεως του υπό δικαστική συμπαράσταση. 10.4. Σε κάθε περίπτωση καταγγελίας της σύμβασης εκ μέρους της Τράπεζας, η Τράπεζα θα αποστέλλει επιστολή προς τον Πιστούχο και τον Εγγυητή με το συνολικό χρεωστικό υπόλοιπο της Πίστωσης, όπως τούτο θα προκύπτει από το άθροισμα όλων των ποσών που οφείλονται με βάση την παρούσα, όπως δεδουλευμένους τόκους, συμβατικούς και υπερημερίας, έξοδα και επιβαρύνσεις του Πιστούχου κατά την ημερομηνία της καταγγελίας και του κλεισίματος του Λογαριασμού. 10.5. Σε κάθε περίπτωση καταγγελίας της σύμβασης εκ μέρους της Τράπεζας, σταματά αυτοδίκαια η αποστολή Λογαριασμών, η Τράπεζα ανακοινώνει την καταγγελία στο διατραπεζικό αρχείο δεδομένων οικονομικής συμπεριφοράς της ΠΕΠΕΣΙΑΣ Α.Ε. (υπεύθυνος επεξεργασίας), ολόκληρο το ανεξόφλητο χρεωστικό υπόλοιπο του Πιστούχου κηρύσσεται ληξιπρόθεσμο και απαιτητό, το οποίο, εφ' όσον δεν εξοφληθεί, θα βαρύνεται πλέον με τον τόκο υπερημερίας και η Τράπεζα δύναται να αναθέσει κατά την κρίση της την είσπραξη των οφειλομένων σε τρίτα φυσικά ή νομικά πρόσωπα, γνωστοποιώντας σε αυτά τα προσωπικά δεδομένα Πιστούχου και Εγγυητή. Το σύνολο των εξόδων και ομοίων δικηγόρων, δικαστικών επιμελητών κλπ., όπως και ελάχιστο ορίζονται από τον νόμο, αποφάσεις Δικηγορικών Συλλόγων κλπ. για την εξώδικο και δικαστική επιδίωξη της είσπραξης των οφειλομένων, συμπεριλαμβανομένων και των εξόδων αναγκαστικής εκτέλεσης, βαρύνουν αποκλειστικά τον Πιστούχο. 10.6. Ο Πιστούχος δικαιούται να καταγγείλει την παρούσα οποτεδήποτε αζημίως, να εξοφλήσει κάθε οφειλή του από την παρούσα σύμβαση προς την Τράπεζα και να ζητήσει το κλείσιμο του Λογαριασμού. 11. **Εγγύηση:** 11.1. Ο Εγγυητής δηλώνει ρητά και ανεπιφύλακτα: α) ότι εγγυάται προς την Τράπεζα την πιστή εμπρόθεσμη και ολοκληρωτική εξόφληση κάθε απαίτησής της από την Πίστωση, κατά το ανεξόφλητο κεφάλαιο, δεδουλευμένους τόκους (συμβατικών και υπερημερίας), εισφορά Ν. 128/75, όπως εκάστοτε ισχύει και έξοδα, όπως αυτά αναλυτικά αναφέρονται στο άρθρο 5 και στον όρο 10.5 της παρούσας, και γενικά την εκπλήρωση από τον Πιστούχο όλων ανεξαίρετως των υποχρεώσεων που αναλαμβάνονται με την παρούσα σύμβαση και ενέχεται σε ολόκληρο μαζί με τον Πιστούχο ως αυτοφειλέτης, β) ότι παραιτείται από το δικαίωμά του να αρνηθεί καταβολή μέχρι να επιληφθεί άκαρπη αναγκαστική εκτέλεση κατά του Πιστούχου (ένσταση δίχρησης: άρθρο 855 Α.Κ.), γ) ότι δεν μπορεί να προτείνει κατά της Τράπεζας τις μη προσωποπαγείς ενστάσεις του Πιστούχου, δ) ότι δεσμεύεται από κάθε αναγνώριση και παράταση εξόφλησης (οιασδήποτε μορφής είτε εξώδικου, είτε δικαστικής) της από την παρούσα οφειλής από τον Πιστούχο προς την Τράπεζα καθώς επίσης και από το δεδικασμένο υπέρ της Τράπεζας κατά του Πιστούχου, ε) ότι ελαβε πλήρη γνώση όλων των όρων της σύμβασης αυτής, τους οποίους κατανόησε πλήρως. 11.2. Σε οποιαδήποτε περίπτωση καθυστέρησης του Εγγυητή να ανταποκριθεί στις από την παρούσα εγγύηση υποχρεώσεις του, μετά από σχετική πρόσκληση της Τράπεζας, αυτή δύναται να αναθέσει την είσπραξη των οφειλομένων για τα οποία εγγυήθηκε, σε τρίτα φυσικά ή νομικά πρόσωπα και να τον επιβαρύνει με το σύνολο των εξόδων και ομοίων δικηγόρων, δικαστικών επιμελητών κλπ., όπως και ελάχιστο ορίζονται στο νόμο, αποφάσεις Δικηγορικών Συλλόγων κλπ. για την εξώδικο και δικαστική επιδίωξη της είσπραξης των οφειλομένων συμπεριλαμβανομένων και των εξόδων αναγκαστικής εκτέλεσης. 11.3. Τα προαναφερθέντα ισχύουν και στην περίπτωση περισσότερων εγγυητών, καθένας από τους οποίους ευθύνεται σε ολόκληρο. 12. **Συμφωνημένος:** Ο Πιστούχος και ο Εγγυητής, εξουσιοδοτούν από τώρα ανέκκλητα την Τράπεζα να χρεώνει με κάθε ληξιπρόθεσμη και απαιτητή οφειλή από την παρούσα, οποιοδήποτε άλλο λογαριασμό τους, ανεξάρτητα από το νόμισμα στο οποίο τηρείται και το κατάστημα της Τράπεζας όπου έχει ανοχθεί. Επίσης, η Τράπεζα έχει για κάθε ληξιπρόθεσμη και απαιτητή οφειλή από την παρούσα σύμβαση συμψηφισμό προς οποιαδήποτε άλλη ανταπίτηση του Πιστούχου ή/και του Εγγυητή, έστω και αν προέρχεται από εμπόσματα ή καταθέσεις και σε διαφορετικό νόμισμα, χωρίς ιδιαίτερη προειδοποίηση, εφ' όσον συμφωνείται ότι οι όροι του άρθρου 441 Α.Κ. πληρούνται με την παρούσα σύμβαση. 13. **Τροποποίηση Όρων:** Λαμβανομένου υπόψη ότι η παρούσα είναι αόριστης διάρκειας, η Τράπεζα δικαιούται να τροποποιήσει τους όρους της παρούσας σύμβασης μόνο για σπουδαίο λόγο. Η τροποποίηση συντελείται μόνο μετά από προηγούμενη γνωστοποίηση του περιεχομένου της στον Πιστούχο, ο οποίος, σε περίπτωση μη αποδοχής της τροποποίησης, δικαιούται να καταγγείλει την παρούσα σύμφωνα με τον όρο 10.6. Η παράλειψη από τον Πιστούχο να ανακοινώσει τις αντιρρήσεις του στην Τράπεζα εντός χρονικού διαστήματος τριάντα (30) ημερών από την κατά τα ανωτέρω γνωστοποίηση, η χρήση της Πίστωσης ή η ανεπιφύλακτη μερική ή ολική εξόφληση Ελάχιστης Κατα-

βολής μετά την παρέλευση της άνω προθεσμίας συνιστά ανεπιφύλακτη αποδοχή εκ μέρους του της σχετικής τροποποίησης. 14. Γενικοί Όροι: 14.1. Σε καμία περίπτωση η παράλειψη ή καθυστέρηση της Τράπεζας να ασκήσει νόμιμα ή συμβατικά δικαιώματά της, δεν θα μπορεί να ερμηνευθεί ή εκληφθεί ως παραίτηση από τα δικαιώματά αυτά. 14.2. Η ακυρότητα ή η ακυρωσία ενός όρου της παρούσας δεν θα επιδρά κατά κανένα τρόπο στο κύρος και τη δεσμευτικότητα των υπολοίπων όρων της. 15. Γνωστοποιήσεις: 15.1. Όλες οι γνωστοποιήσεις, οχλήσεις, απήσεις ή εγκρίσεις θα απευθύνονται ως προς την Τράπεζα στο Κατάστημα όπου έχει υποβληθεί η αίτηση χορήγησης της Πίστωσης, ως προς δε τον Πιστωτή ή τον Εγγυητή στη διεύθυνση που έχει σημειωθεί στην ίδια αίτηση. 15.2. Ο Πιστωτής, ο Εγγυητής και ο Αντίκλητος υποχρεούνται να γνωστοποιήσουν χωρίς καμία καθυστέρηση στην Τράπεζα εγγράφως κάθε αλλαγή της διεύθυνσής τους. Ρητά συμφωνείται ότι η εκάστοτε διεύθυνση που δηλώθηκε τελευταία θεωρείται νόμιμη κατοικία του συμβαλλομένου στον οποίο αφορά, στην οποία νόμιμα κοινοποιούνται τα κατά την παρούσα έγγραφα και ο Πιστωτής και Εγγυητής δεν μπορούν να προβάλλουν οποιαδήποτε σχετική ένσταση. 15.3. Σε κάθε περίπτωση η Τράπεζα δικαιούται (αλλά δεν υποχρεούται) να απευθύνει κάθε έγγραφο της, εξώδικο ή δικαστικό (συμπεριλαμβανομένων και αυτών της αναγκαστικής εκτέλεσης μέχρι το τέλος της) στον Αντίκλητο, τα στοιχεία του οποίου αναφέρονται στην Αίτηση για την κατάρτιση της παρούσας σύμβασης. 16. Εφαρμοστέο Δίκαιο: Η παρούσα σύμβαση διέπεται από το Ελληνικό Δίκαιο και ειδικότερα από το Ν.Δ. της 17-7/13.8.1923 "περί ειδικών διατάξεων επί ανωνύμων εταιρειών", όπως ισχύει σήμερα.

ΟΡΟΙ ΧΟΡΗΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΧΡΗΣΗΣ ΠΙΣΤΩΤΙΚΗΣ ΚΑΡΤΑΣ

EUROBANK VISA CLASSIC / VISA ELECTRON / EUROBANK VISA GOLD και EUROBANK MASTERCARD

Οι όροι που αναφέρονται στη συνέχεια διέπουν τη χρήση της πιστωτικής κάρτας VISA ή και MASTERCARD (στο εξής Κάρτα), που εκδίδεται από την Τράπεζα EFG EUROBANK- ERGASIAS A.E. (στο εξής Τράπεζα) σε συνεργασία με τη θυγατρική της εταιρία EUROBANK CARDS A.E που είναι εξειδικευμένη στα μέσα πληρωμών, και χορηγείται στον αιτούντα αντισυμβαλλόμενο, τα στοιχεία του οποίου αναφέρονται στην ενσωματωμένη στους παρόντες όρους αίτηση, (στο εξής Κάτοχος), και οι οποίοι ισχύουν ανάλογα και στην περίπτωση χορήγησης περισσότερων Καρτών. Ο Κάτοχος δηλώνει ότι διάβασε τους όρους, τους κατανόησε πλήρως και τους αποδέχεται ανεπιφύλακτα. 1. Παράδοση Κάρτας – Δικαιούχος – Ισχύς: 1.1. Η Κάρτα που θα εκδοθεί, και όσες θα εκδοθούν στη συνέχεια σε αντικατάσταση ή ανανέωση της πρώτης κατ' εφαρμογή της παρούσας σύμβασης, παραδίδονται στον Κάτοχο με συστημένη επιστολή. Ο Κάτοχος αναλαμβάνει τον κίνδυνο της παράδοσης με τον τρόπο αυτό, σε περίπτωση που δεν έχει δηλώσει την ακριβή διεύθυνση κατοικίας του ή τις τυχόν μεταβολές της. 1.2. Αμέσως μετά την παραλαβή της Κάρτας, ο Κάτοχος υποχρεούται να θέσει την υπογραφή του στο συγκεκριμένο για το σκοπό αυτό χώρο στην πίσω όψη της Κάρτας. Η Κάρτα ανήκει κατά πλήρη κυριότητα στην Τράπεζα και μόνο ο Κάτοχος, του οποίου το όνομα είναι αποτυπωμένο στην Κάρτα, αποκτά δικαίωμα χρήσης της, απαγορευόμενης της χρήσης της από οποιοδήποτε άλλο πρόσωπο. 1.3. Κάθε Κάρτα έχει, για λόγους ασφαλείας, ισχύ μέχρι και το τέλος του μήνα που αναγράφεται σ' αυτήν. Χρήση της Κάρτας μετά τη λήξη της ισχύος της ή την ακύρωσή της ή τη λύση της παρούσας σύμβασης είναι αξιόποινη πράξη και απαγορεύεται. 2. Προσωπικός Αριθμός Αναγνώρισης (PIN): 2.1. Μετά την έκδοση και αποστολή της Κάρτας, εκδίδεται και αποστέλλεται στον Κάτοχο ο Προσωπικός Αριθμός Αναγνώρισης (PIN), ο οποίος χρησιμοποιείται μόνο σε συνδυασμό με την Κάρτα για την πραγματοποίηση των συναλλαγών των άρθρων 5 και 6 παρακάτω ή αυτών που τυχόν θα γνωστοποιηθούν στον Κάτοχο στο μέλλον. 2.2. Ο PIN, που ισοδυναμεί με την υπογραφή του Κατόχου για την πραγματοποίηση ηλεκτρονικών συναλλαγών, παράγεται αυτοματoποιημένα σε συνθήκες πλήρους ασφαλείας και δεν μπορεί να αναπαράχθει. Ο Κάτοχος, που μπορεί να αντικαταστήσει τον PIN με άλλον της απολύτου επιλογής του, σε οποιοδήποτε ΑΤΜ της Τράπεζας, οφείλει να τον αποξημενώσει, να καταστρέψει το έντυπο με το οποίο του γνωστοποιήθηκε και σε κάθε περίπτωση να μην τον διατηρεί γραμμένο με οποιαδήποτε μορφή ή τρόπο στην Κάρτα του ή οπουδήποτε αλλού. Η φύλαξη του PIN σε οποιαδήποτε αναγνώσιμη μορφή, συνιστά βαρεία αμέλεια εκ μέρους του Κατόχου. 3. Φύλαξη Κάρτας – PIN: 3.1. Ο Κάτοχος, γνωρίζοντας το χαρακτήρα της Κάρτας ως μέσο πληρωμών (πλαστικό χρήμα) και του PIN ως ηλεκτρονική υπογραφή, αναλαμβάνει την υποχρέωση να φυλάσσει την Κάρτα και να διατηρεί τον PIN απόλυτα εμπιστευτικά. 3.2. Σε κάθε περίπτωση απώλειας ή κλοπής της Κάρτας ή έστω και υπόνοιας διαρροής του PIN προς οποιοδήποτε τρίτο, ο Κάτοχος υποχρεούται να ειδοποιήσει άμεσα την Τράπεζα με οποιοδήποτε πρόσφορο τρόπο και εγγράφως. Σε περίπτωση τηλεφωνικής ειδοποίησης, αυτή καταγράφεται σε μαγνητικό μέσο. Η παράλειψη ειδοποίησης συνιστά βαρεία αμέλεια του Κατόχου, εκτός εάν η μη ειδοποίηση οφείλεται σε ανώτερη βία και για όσο διάστημα αυτή διήρκεσε. 3.3. Κατ' ακολούθια των προαναφερμένων (2.1, 2.2 και 3.1), ο Κάτοχος υποχρεούται να καταβάλει στην Τράπεζα όλα τα ποσά των συναλλαγών που πραγματοποιήθηκαν με χρήση της Κάρτας του μέχρι τη γνωστοποίηση της απώλειας ή κλοπής της, εκτός εάν η μη γνώση της απώλειας ή κλοπής ή η μη γνωστοποίηση οφείλεται σε ανώτερη βία (3.2), οπότε ευθύνεται μέχρι του ποσού που ορίζει ο νόμος, ενώ σε ουδεμία περίπτωση δικαιούται να αναζητήσει ευθύνη από την Τράπεζα για ποσά που απώλεσε από χρήση του διαρρευσαντος PIN του (2.2). 3.4. Ο Κάτοχος υποχρεούται να προσφέρει στην Τράπεζα κάθε συνδρομή για τον περιορισμό των δυσμενών συνεπειών από την κατά τα παραπάνω απώλεια ή διαρροή. 3.5. Σε κάθε περίπτωση γνωστοποίησης απώλειας Κάρτας ή διαρροής PIN, η Τράπεζα, εφ' όσον ο Κάτοχος ανταποκρίνεται με συνέπεια στις εκ της παρούσας σύμβασης υποχρεώσεις, χορηγεί σε αυτόν νέα Κάρτα ή και PIN, εκτός εάν ο Κάτοχος δηλώσει ρητά ότι δεν επιθυμεί νέα Κάρτα. Στο Παράρτημα αναφέρεται η επιβάρυνση του Κατόχου για την επανέκδοση Κάρτας. 4. Συναλλαγές με Επιχειρήσεις: 4.1. Η Κάρτα, με την επιφύλαξη των διατάξεων του άρθρου 7 πιο κάτω, μπορεί να χρησιμοποιηθεί από τον Κάτοχο για την εξόφληση του αντίτιμου συναλλαγών του στο εσωτερικό ή το εξωτερικό στα καταστήματα και στις επιχειρήσεις που δέχονται την Κάρτα ως μέσο πληρωμής και φέρουν τα σύμβολα VISA ή MASTERCARD ("Επιχειρήσεις"). 4.2. Η Τράπεζα γνωστοποιεί άμεσα ή έμμεσα στον Κάτοχο πρόσθετες δυνατότητες ή ευκαιρίες για τη χρήση της Κάρτας, εκτός εάν ο Κάτοχος ζητήσει με έγγραφο την εξαίρεσή του από τη μέσω τρίτων πληροφόρησή του. 4.3. Σε απόδειξη κάθε μιας συναλλαγής με Επιχείρηση ο Κάτοχος θα υπογράφει ειδικό έντυπο (χρεωστικό δελτίο), το οποίο θα εκδίδεται είτε από χειροκίνητο μηχανικό εκτυπωτή (imprinter), είτε από ηλεκτρονική συσκευή (EFT/POS), στο οποίο θα αποτυπώνονται ο αριθμός της Κάρτας, τα στοιχεία της συναλλαγής και της Επιχείρησης, εκτός εάν ο Κάτοχος επιλέξει είτε να συναλλάξει από απόσταση, αναλαμβάνοντας κάθε σχετική ευθύνη, οπότε η συναλλαγή μπορεί να πραγματοποιηθεί τηλεφωνικά, ταχυδρομικά ή με ηλεκτρονικό μέσο ή με άλλης μορφής μέσο επικοινωνίας, είτε να εξουσιοδοτήσει την περιοδική ή εφ' άπαξ χρέωση του λογαριασμού της Κάρτας. 4.4. Ειδικά η κάρτα VISA ELECTRON μπορεί να χρησιμοποιηθεί για συναλλαγές μόνο σε Επιχειρήσεις που διαθέτουν συσκευές EFT/POS, αποκλεισμένης της χρήσης της για συναλλαγές από απόσταση με οποιοδήποτε τρόπο. Οποιαδήποτε παράβαση της διάταξης αυτής πάρεχει στην Τράπεζα το δικαίωμα να επανεξετάσει το Πιστωτικό Όριο του Κατόχου (7.2) ή να καταγγείλει την παρούσα σύμβαση κατά τους όρους του άρθρου 16 πιο κάτω και να μην αναγνωρίσει την συναλλαγή για την οποία είναι αποκλειστικά υπεύθυνος ο Κάτοχος, όπως και για την εκπλήρωση των εξ αυτής υποχρεώσεων. Κατά τα λοιπά εφαρμόζονται και στην περίπτωση αυτή οι διατάξεις του παρόντος άρθρου 4. 4.5. Ο Κάτοχος παρέχει με την παρούσα σύμβαση προς την Τράπεζα την ανεκτίμητη εντολή και εξουσιοδότηση να εφορμή για λογαριασμό του τις Επιχειρήσεις με τα ποσά των χρεωστικών δελτίων που είναι υπογεγραμμένα από αυτόν ή σε περίπτωση συναλλαγής από απόσταση, το αντίτιμο αυτής στο πλαίσιο της εκάστοτε ισχύουσας σχετικής νομοθεσίας και των εκάστοτε συμφωνηθέντων μεταξύ Επιχείρησης και Κατόχου, για τα οποία και την τυχόν αθετησή τους ουδεμία ευθύνη φέρει η Τράπεζα ή σε περίπτωση εξουσιοδοτημένης χρέωσης του λογαριασμού του, να καταβάλει η Τράπεζα στον εξουσιοδοτημένο δικαιούχο το αντίστοιχο ποσό. 4.6. Ο Κάτοχος κατά τις ως άνω συναλλαγές του με τις Επιχειρήσεις λαμβάνει αντίγραφα των χρεωστικών δελτίων που εκδίδονται, τα οποία υποχρεούται να φυλάσσει για αντιπαράβολη με τις χρεώσεις στα του μηνιαίους λογαριασμούς του άρθρου 10 πιο κάτω. Εάν ο Κάτοχος ζητήσει τη χορήγηση από την Τράπεζα πρόσθετων αντιγράφων χρεωστικών δελτίων (π.χ. λόγω απώλειας), η Τράπεζα θα τον επιβαρύνει με το εύλογο κόστος έκδοσης τέτοιων αντιγράφων, το οποίο ορίζεται στο Παράρτημα της παρούσας σύμβασης. 4.7. Η Τράπεζα δε συνδέεται συμβατικά κατ' αποκλειστικότητα με τις Επιχειρήσεις, η δε Κάρτα χρησιμοποιείται σε αυτές ως μέσο πληρωμής και μόνο, ώστε η Τράπεζα δεν φέρει ευθύνη από την τυχόν αδυναμία, όρηση ή πλημμελή εκπλήρωση των υποχρεώσεων από πλευράς Επιχειρήσεων στις συναλλαγές τους με τον Κάτοχο, ούτε ο Κάτοχος έχει το δικαίωμα να προβάλλει εναντίον της Τράπεζας τυχόν ενστάσεις, αντιρρήσεις ή αξιώσεις του που απορρέουν από τις σχέσεις του με τις Επιχειρήσεις, εκτός εάν ο νόμος προβλέπει διαφορετικά. 5. Συναλλαγές στα ΑΤΜs: 5.1. Η Κάρτα μπορεί επίσης να χρησιμοποιηθεί σε συνδυασμό με τον PIN από τον Κάτοχο για τη διενέργεια τραπεζικών συναλλαγών στις Αυτόματες Ταμειολογιστικές Μηχανές (ΑΤΜs) στην Ελλάδα, υπό τους ειδικούς όρους που αναφέρονται στο άρθρο αυτό. 5.2. Οι τραπεζικές υπηρεσίες που παρέχονται μέσω των ΑΤΜs αφορούν ατομικούς ή καινούσιους καταθετικούς λογαριασμούς του Κατόχου που έχουν συνδεθεί με την Κάρτα του μετά από αίτησή του και είναι σήμερα αναλήψιμες μετρητών και παροχή πληροφοριών για υπόλοιπα λογαριασμών από όλα τα ΑΤΜs που φέρουν τα σύμβολα της Κάρτας, όπως και καταθέσεις μετρητών και μεταφορές κεφαλαίων μεταξύ των ως άνω λογαριασμών του ίδιου κατόχου μόνο στα ΑΤΜs της Τράπεζας. Η Τράπεζα γνωστοποιεί στον Κάτοχο τυχόν νέες δυνατότητες συναλλαγών στα ΑΤΜs. 5.3. Αναλήψεις μετρητών με την Κάρτα κατά τον προηγούμενο όρο 5.2 μπορούν να γίνονται μόνο για ακέραια πολλαπλάσια του Ευρώ μέχρι το ημερήσιο όριο που γνωστοποιεί κάθε φορά η Τράπεζα και υπό τον όρο ότι οι λογαριασμοί έχουν επαρκή πιστωτικά υπόλοιπα. Σε περίπτωση ανάληψης από ΑΤΜ άλλης Τράπεζας, ο Κάτοχος επιβαρύνεται με το κόστος της διατραπεζικής συναλλαγής, που αναφέρεται στο Παράρτημα. 5.4. Καταθέσεις σε λογαριασμούς με την Κάρτα μπορούν να γίνουν μόνο σε χαρτονομίσματα, αφού χρησιμοποιηθεί ο ειδικός φάκελος που χορηγείται στις περιπτώσεις αυτές από τα ΑΤΜs, σύμφωνα με τις οδηγίες της Τράπεζας. Ο Κάτοχος πρέπει να χρησιμοποιεί για καταθέσεις σε κάθε λογαριασμό ένα ξεχωριστό φάκελο, ο οποίος θα τοποθετείται στο ΑΤΜ καλά σφραγισμένος και θα ανοίγεται από εξουσιοδοτημένη επιτροπή της Τράπεζας, η οποία θα καταμετρά το περιεχόμενό του. Εάν το ποσό που πληκτρολόγησε στο ΑΤΜ ο Κάτοχος είναι ίδιο με το καταμετρημένο, ο λογαριασμός θα πιστώνεται με το ποσό αυτό. Αν υπάρχει διαφορά, το ποσό που θα πιστωθεί στο λογαριασμό θα είναι εκείνο που η επιτροπή βεβαίωσε ότι βρέθηκε όταν ανοίχθηκε ο φάκελος και ο Κάτοχος θα ειδοποιείται αμέσως με επιστολή. Σε περίπτωση παράλειψης ή κακής σφράγισης του φακέλου από τον Κάτοχο με αποτέλεσμα την εκκένωση του περιεχομένου του και την τυχόν πρόσμιξη ή του με το περιεχόμενο άλλου μη σφραγισμένου φακέλου, η επιτροπή θα διενεργεί την καταμέτρηση και την πίστωση του λογαριασμού, στον οποίο ο κάθε φάκελος αντιστοιχεί, με βάση τα ποσά που έχουν εκτυπωθεί σε κάθε έναν φάκελο από το ΑΤΜ και εφόσον αυτά δεν συμπίπτουν με τα ποσά που καταμετρήθηκαν, θα πιστώνονται οι λογαριασμοί κατά την αναλογία των ποσών όπως έχουν εκτυπωθεί στους φακέλους και θα ειδοποιούνται άμεσα οι Κάτοχοι με επιστολές. 5.5. Με την επιφύλαξη των αμέσως προηγούμενων, καταθέσεις μετρητών που έγιναν στα ΑΤΜs της Τράπεζας θα φέρουν τόκο και θα είναι διαθέσιμες από τη μεθεπόμενη της κατάθεσης εργάσιμη ημέρα. 5.6. Για κάθε συναλλαγή σε ΑΤΜ είναι δυνατό να εκδίδεται, κατ' επιλογή του Κατόχου, από το ΑΤΜ την ίδια στιγμή γραπτή απόδειξη που θα επιβεβαιώνει τις εντολές που έδωσε ο Κάτοχος. Σε περίπτωση μη έκδοσης τέτοιας απόδειξης λόγω τεχνικής βλάβης, ο Κάτοχος πρέπει να επικινυνώσει με την Τράπεζα. 5.7. Η Τράπεζα μπορεί οποτεδήποτε και χωρίς προηγούμενη ειδοποίηση προς τον Κάτοχο να αναστέλλει ή διακόπτει τη δυνατότητα πραγματοποίησης συναλλαγών στα ΑΤΜs, είτε για λόγους προστασίας του Κατόχου, είτε γιατί αυτός παρέβη τις διατάξεις της παρούσας σύμβασης. Η Τράπεζα μπορεί επίσης να διακόπτει προσωρινά ή μόνιμα τη λειτουργία ενός ή περισσότερων ΑΤΜs χωρίς προειδοποίηση εάν συντρέχει περίπτωση βλάβης, δυσλειτουργιών ή για λόγους ασφαλείας. 5.8. Στις περιπτώσεις της προηγούμενης παραγράφου η Τράπεζα ουδεμία ευθύνη φέρει έναντι του Κατόχου για οποιαδήποτε εκ των λόγων αυτών τυχόν ζημιά ή απώλεια υποστεί ο Κάτοχος. 6. Αναλήψεις μετρητών λόγω δανείου: 6.1. Ο Κάτοχος μπορεί επίσης με την συνδυασμένη χρήση της

Κάρτας και του PIN να αναλαμβάνει, ως δάνειο, μετρητά από τα ταμεία της Τράπεζας καθώς και τα ΑΤΜs που φέρουν τα σήματα της Κάρτας, μέχρι του ανωτάτου ορίου ποσού που κάθε φορά ορίζεται από τις νομισματικές Αρχές και πάντως εντός του Πιστωτικού Ορίου που έχει καθορισθεί (άρθρο 7). Στην έννοια του ως άνω δανείου υπάγεται και η μεταφορά κεφαλαίων μέσω της υπηρεσίας e-banking της Τράπεζας. 6.2. Σε κάθε τέτοια περίπτωση το αναλαμβανόμενο ποσό είναι τοκοφόρο από την ημερομηνία που αναλήφθηκε και ο Κάτοχος επιβαρύνεται με το ποσό που αναφέρεται στο Παράρτημα της παρούσας σύμβασης, για την κάλυψη μέρους της δαπάνης της Τράπεζας για την τακτική τροφοδοσία των ΑΤΜs, τη συντήρησή τους και την επέκτασή του δικτύου. Η Τράπεζα διατηρεί το δικαίωμα να ορίσει διαφορετικό επιτόκιο για τα κατά το άρθρο αυτό αναλαμβανόμενα ποσά. 7. Πιστωτικό Όριο: 7.1. Οι συναλλαγές του Κατόχου με Επιχειρήσεις (άρθρο 4) καθώς και οι αναλήψεις μετρητών λόγω δανείου (άρθρο 6) υπόκεινται σε ανώτατο όριο (στο εξής το "Πιστωτικό Όριο") που καθορίζεται από την Τράπεζα εντός των ορίων που εκάστοτε τίθενται από τις Νομισματικές Αρχές και των οικονομικών δυνατοτήτων του Κατόχου. Η Τράπεζα μπορεί επίσης για την ασφάλεια του Κατόχου και των συναλλαγών να καθορίζει ορισμένο ανώτατο ποσό, ως όριο ημερησίων συναλλαγών. Το Πιστωτικό Όριο και το τυχόν όριο ημερησίων συναλλαγών γνωστοποιούνται στον Κάτοχο με την παράδοση της Κάρτας. 7.2. Η Τράπεζα δικαιούται να μεταβάλλει το Πιστωτικό Όριο ή και το όριο ημερησίων συναλλαγών λαμβάνοντας υπόψη τις εκάστοτε οικονομικές δυνατότητες του Κατόχου και την πιστοληπτική του ικανότητα, την συνέπεια του ως προς την τήρηση των όρων της παρούσας σύμβασης και γενικά τον κίνδυνο που αναλαμβάνεται. Τα εκάστοτε νέα όρια γνωστοποιούνται στον Κάτοχο με τους γνωστοποιημένους του άρθρου 10 πιο κάτω. 7.3. Υπέρβαση του πιστωτικού ορίου από τον Κάτοχο απαγορεύεται και αν συμβεί συνιστά ουσιαστική παράβαση της σύμβασης εκ μέρους του. Ο Κάτοχος οφείλει να επιστρέψει στην Τράπεζα το συνολικό ποσό της υπέρβασης το αργότερο μέχρι την ημερομηνία εξόφλησης του αμέσως επόμενου λογαριασμού του άρθρου 10 και να καταβάλει στην Τράπεζα το εφ' άπαξ ποσό που προσδιορίζεται στο Παράρτημα της παρούσας σύμβασης, λόγω της αυθαίρετης εκ μέρους του αύξησης του αναλαμβανόμενου από την Τράπεζα πιστωτικού κινδύνου. 8. Συναλλαγές μέσω Europhone Banking: 8.1. Ο Κάτοχος έχει την ευχέρεια, χωρίς ειδική χρέωση, να συναλλάσσεται με την Τράπεζα με τη τηλεφωνία μέσω της υπηρεσίας "Europhone Banking" κατά τις ώρες, ημέρες και στα τηλέφωνα που ανακοινώνει η Τράπεζα, σύμφωνα με τους όρους χρήσης των υπηρεσιών αυτών που του γνωστοποιούνται με ειδικό έντυπο. 8.2. Οι εξουσιοδοτημένοι υπάλληλοι της Τράπεζας για την προστασία του Κατόχου, θα ζητούν πριν από την εκτέλεση οιασδήποτε συναλλαγής, οποιαδήποτε στοιχεία κρίνονται απαραίτητα για την επαλήθευση της ταυτότητάς του. 8.3. Η Τράπεζα θα ανακοινώνει το είδος των υπηρεσιών και συναλλαγών που παρέχονται μέσω τηλεφώνου, οι οποίες σήμερα ενδεικτικά είναι μεταφορές χρημάτων, αναγγελία κλοπής ή απώλειας Κάρτας ή PIN και παροχή πληροφοριών για υπόλοιπα λογαριασμών και για τραπεζικά προϊόντα. 8.4. Οι τηλεφωνικές συναλλαγές θα αφορούν στους λογαριασμούς που έχουν συνδεθεί με την Κάρτα μετά από αίτηση του Κατόχου. 8.5. Η Τράπεζα δικαιούται να διακόπτει μόνιμα ή προσωρινά τη δυνατότητα συναλλαγών μέσω τηλεφώνου, εάν συντρέχει περίπτωση βλάβης, δυσλειτουργιών ή για λόγους ασφαλείας, καθώς και να θέτει ανώτατα επιτρεπόμενα όρια συναλλαγών ανά ημέρα. 9. Προστασία των Συναλλαγών: Ο Κάτοχος για λόγους προστασίας των συμβαλλομένων και των συναλλαγών, παρέχει την συναίνεσή του για βιντεοσκόπηση των συναλλαγών του με την Κάρτα στα καταστήματα και τα ΑΤΜs της Τράπεζας ή και άλλων Τραπεζών καθώς και μαγνητοφώνηση των τηλεφωνικών του συνδιαλέξεων με την Τράπεζα στο πλαίσιο του άρθρου 8 πιο πάνω και γενικότερα της παρούσας σύμβασης. 10. Μηνιαίοι Λογαριασμοί: 10.1. Η Τράπεζα θα αποστέλλει κάθε μήνα με απλό ταχυδρομείο στον Κάτοχο εκκαθαριστικό σημείωμα (στο εξής "Μηνιαίος Λογαριασμός"), στον οποίο θα εμφανίζεται η συνολική κίνηση της Κάρτας κατά την προηγούμενη μηνιαία περίοδο που ρητά καλύπτει ο λογαριασμός και συγκεκριμένα: όλες οι χρεώσεις που έγιναν με τη χρήση της (όπως τα ποσά που κατέβαλε η Τράπεζα στις Επιχειρήσεις για λογαριασμό του Κατόχου, οι τυχόν αναλήψεις μετρητών λόγω δανείου, οι τόκοι, φόροι, έξοδα και λοιπές επιβαρύνσεις που αναφέρονται στο Παράρτημα της παρούσας σύμβασης), οι ημερομηνίες των παραπάνω χρεώσεων, η απολογία τους, οι καταβολές του Κατόχου στην Τράπεζα και οι ημερομηνίες τους, το χρεωστικό υπόλοιπο από τον προηγούμενο Μηνιαίο Λογαριασμό του Κατόχου, το νέο χρεωστικό υπόλοιπο, η Ελάχιστη Μηνιαία Καταβολή, όπως αυτή ορίζεται στο επόμενο άρθρο 11, η ημερομηνία πληρωμής της καθώς και το Πιστωτικό Όριο. Οι συναλλαγές οι οποίες για οποιονδήποτε λόγο δεν έχουν εγγραφεί σε ένα Μηνιαίο Λογαριασμό, θα καταχωρούνται στον αμέσως επόμενο. 10.2. Οι Μηνιαίοι Λογαριασμοί της προηγούμενης παραγράφου εξάγονται από τα εμπορικά βιβλία της Τράπεζας και αποτελούν ακριβή αντίγραφα αυτών, ώστε ο Κάτοχος (και ο Εγγυητής) αναγνωρίζουν ότι αποτελούν πλήρη απόδειξη της οφειλής, όπως αυτή προκύπτει από τις επιμέρους χρεώσεις και καταβολές, επιτρεπόμενης ανταπόδειξης. 10.3. Επανεκδόση και επαναποστολή Μηνιαίων Λογαριασμών κατ' αίτηση του Κατόχου συνεπάγεται την επιβάρυνσή του με τα αναφερόμενα στο Παράρτημα της παρούσας σύμβασης ποσά. 11. Αποπληρωμή: 11.1. Ο Κάτοχος υποδεικνύει στην ενσωματωμένη στην ενσωματωμένη στους όρους αυτής υπηρεσίας που ορίζεται στο Μηνιαίο Λογαριασμό, είτε ολόκληρο άτοκα (με εξαίρεση τις χρεώσεις από αναλήψεις μετρητών λόγω δανείου που είναι τοκοφόρες από την ημερομηνία που διενεργήθηκαν) είτε τμηματικά, οπότε ο Κάτοχος πρέπει να εξοφλήσει τουλάχιστον την Ελάχιστη Μηνιαία Καταβολή, όπως αυτή ορίζεται στο Παράρτημα της παρούσας σύμβασης, στην οποία προστίθενται όλοι οι δεδουλευμένοι τόκοι, οι τυχόν ληξιπρόθεσμες προηγούμενες οφειλές και οι τυχόν χρεώσεις του Κατόχου κατ' εφαρμογή του επομένου άρθρου 12. 11.2. Η κατά την προηγούμενη παράγραφο εξόφληση γίνεται εναλλακτικά: α) σε οποιοδήποτε κατάστημα της Τράπεζας με την επίδειξη του προς εξόφληση λογαριασμού, β) μέσω της υπηρεσίας ταχυηλεκτρονικών των ΕΑΤΑ, γ) με χρέωση του καταθετικού του λογαριασμού που τηρεί στην Τράπεζα, τον οποίο, εφόσον υποδεικνύει στην ενσωματωμένη στους όρους αυτής υπηρεσίας, εξουσιοδοτεί την Τράπεζα να χρεώνει την ημέρα κατά την οποία η δόση καθίσταται ληξιπρόθεσμη και χωρίς προηγούμενη ειδοποίησή του, με το εκάστοτε ποσό της προς εξόφληση δόσης. Στην περίπτωση αυτή ο Κάτοχος οφείλει να μεριμνά για την ύπαρξη επαρκούς προς τούτο υπολοίπου στον παραπάνω καταθετικό λογαριασμό μία εργάσιμη ημέρα προ της ημερομηνίας χρέωσης, άλλως εξουσιοδοτεί την Τράπεζα να χρεώνει τον λογαριασμό μέχρι του υπάρχοντος υπολοίπου για την εξόφληση όσο το δυνατό μεγαλύτερου μέρους της οφειλής. Τυχόν ανάκληση από τον Κάτοχο της παραπάνω εξουσιοδότησης ή οποιας άλλης όμοιας δόθηκε μεταγενέστερα υπολείπεται από την Τράπεζα εντός δέκα (10) ημερών από την παραλαβή του σχετικού εγγράφου και παράγει σε αυτήν το δικαίωμα να επανεξετάσει το Πιστωτικό Όριο του Κατόχου (7.2) ή να καταγγείλει την παρούσα σύμβαση και να κλείσει το λογαριασμό, οπότε εφαρμόζονται ανάλογα οι διατάξεις του άρθρου 16 πιο κάτω, δ) σε οποιοδήποτε ΑΤΜ της Τράπεζας, σύμφωνα με τις σχετικές οδηγίες που εμφανίζονται στην οθόνη του ΑΤΜ, είτε με τη μεταφορά κεφαλαίων, είτε με κατάθεση ποσού, οπότε εφαρμόζονται ανάλογα οι διατάξεις του άρθρου 5.4 πιο πάνω, ε) μέσω των υπηρεσιών Europhone Banking ή Internet Banking της Τράπεζας, σύμφωνα με τις σχετικές κατά περίπτωση οδηγίες. 11.3. Έχοντας υπόψη την αόριστη διάρκεια της παρούσας σύμβασης, η Τράπεζα διατηρεί το δικαίωμα να αναπροσαρμόζει την Ελάχιστη Μηνιαία Καταβολή λαμβάνοντας υπόψη τις συνθήκες της αγοράς, μόνο μετά από γραπτή ειδοποίηση του Κατόχου προ ενός (1) μηνός μέσω των Μηνιαίων Λογαριασμών. Ο Κάτοχος δικαιούται να μην αποδεχθεί τη μεταβολή κατά τους όρους του άρθρου 23 πιο κάτω. 12. Επιβαρύνσεις: 12.1. Η έκδοση και η χρήση της Κάρτας συνεπάγεται για τον Κάτοχο συγκεκριμένες επιβαρύνσεις, το σημερινό ύψος των οποίων αναφέρεται αναλυτικά στο Παράρτημα της παρούσας σύμβασης και σημειώνεται κατά περίπτωση στους Μηνιαίους Λογαριασμούς. Η εκ των επιβαρύνσεων αυτών ετήσια συνδρομή οφείλεται ανεξάρτητα από τη χρήση ή μη της Κάρτας. 12.2. Έχοντας υπόψη ότι η παρούσα σύμβαση έχει αόριστη διάρκεια, η Τράπεζα δικαιούται να μεταβάλλει το ύψος των επιβαρύνσεων του Παραρτήματος ή και να συμπληρώνει αυτές για σπουδαίο λόγο, όπως η κατά 100% διακύμανση του πληθωρισμού και του κόστους εργασίας, ο αναλαμβανόμενος ειδικός και γενικός κίνδυνος, η αναπροσαρμογή των επιβαρύνσεων των διεθνών οργανισμών και οι συνθήκες της αγοράς και του ανταγωνισμού, που συγχρόνως αποτελούν και τα κριτήρια αναπροσαρμογής. 12.3. Οι εκάστοτε νέες επιβαρύνσεις γνωστοποιούνται στον Κάτοχο με τους Μηνιαίους Λογαριασμούς του άρθρου 10 πιο πάνω και ισχύουν από την ημερομηνία έκδοσης του Μηνιαίου Λογαριασμού, εκτός εάν στον λογαριασμό αναφέρεται διαφορετική ημερομηνία ισχύος. Ο Κάτοχος δικαιούται να μην αποδεχθεί τη μεταβολή κατά τους όρους του άρθρου 23 πιο κάτω. Οποιαδήποτε χρήση της Κάρτας μετά την παραλαβή του Λογαριασμού ή ανεπιφύλακτη μερική ή ολική εξόφληση αυτού συνεπάγεται την αποδοχή από τον Κάτοχο της επιβάρυνσης. 12.4. Η Συνολική Ετήσια Πραγματική Ποσοστιαία Επιβάρυνση (Σ.Ε.Π.Π.Ε.) του Κατόχου, όπως αυτή ορίζεται και υπολογίζεται κατά νόμο καθώς και το παράδειγμα υπολογισμού της αναφέρονται στο Παράρτημα της παρούσας σύμβασης. Η Σ.Ε.Π.Π.Ε. υπολογίστηκε με βάση τις ισχύουσες σχετικές διατάξεις και θα μεταβάλλεται σε κάθε περίπτωση μεταβολής των στοιχείων του κόστους που τη συνθέτουν (συμβατικό επιτόκιο, επιβαρύνσεις κλπ.). 12.5. Η κατά τα παραπάνω τιμή της Σ.Ε.Π.Π.Ε., προκύπτει μόνο με την υπόθεση του συγκεκριμένου παραδείγματος χρήσης, ώστε οποιαδήποτε αλλαγή μεταβάλλει αντίστοιχα και τη Σ.Ε.Π.Π.Ε. 13. Τόκοι: 13.1. Εφόσον το εκάστοτε χρεωστικό υπόλοιπο από την κατοχή και χρήση της Κάρτας εξοφλείται με δόσεις (η Κάρτα χρησιμοποιείται ως πιστωτική), επιβαρύνεται με τόκο που υπολογίζεται με το ετήσιο συμβατικό επιτόκιο, επί του εκάστοτε οφειλόμενου ποσού, από την ημερομηνία χρέωσης του ποσού της συναλλαγής στο λογαριασμό της Κάρτας, μέχρι την εξόφλησή του. Για τον ως άνω υπολογισμό λαμβάνεται υπόψη έτος 365 ημερών. Το επιτόκιο της σύμβασης συμφωνείται κυμαινόμενο και το σημερινό του ύψος καθορίζεται στο Παράρτημα της παρούσας. Η Τράπεζα δικαιούται να μεταβάλει το εκάστοτε ισχύον συμβατικό επιτόκιο οποτεδήποτε μεταβάλλεται το Βασικό Παρεμβατικό Επιτόκιο για Πράξεις Κύριας Αναχρηματοδότησης της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας (Παρεμβατικό Επιτόκιο) σε ποσοστό μέχρι του 200% του ποσού της διαφοράς μεταξύ του εκάστοτε προηγούμενου και του νέου ως άνω Παρεμβατικού Επιτοκίου. Η Τράπεζα σταθμίζοντας τον ειδικό και συνολικό κίνδυνο που αναλαμβάνει και τις εκάστοτε συνθήκες της αγοράς και του ανταγωνισμού διατηρεί το δικαίωμα, είτε να μη μεταβάλει τα επιτόκια σε κάθε μεταβολή του ως άνω Παρεμβατικού Επιτοκίου, είτε να μην εξαντλήσει το ως άνω ανώτατο όριο μεταβολής. Η κάθε περί μεταβολής απόφαση της Τράπεζας ουδέποτε αποτελεί πρόκριμα ή δέσμευση για την διαμόρφωση της απόφασης σε περίπτωση επόμενης μεταβολής, ανεξαρτήτως του χρόνου που μεσολαβεί μεταξύ των δύο μεταβολών. 13.2. Κάθε μεταβολή του επιτοκίου γνωστοποιείται στον Κάτοχο με σχετική σημείωση στο Μηνιαίο Λογαριασμό του άρθρου 10 πιο πάνω και ισχύει από την ημερομηνία έκδοσης του Λογαριασμού αυτού, εκτός εάν ορίζεται διαφορετική ημερομηνία έναρξης της ισχύος. Ο Κάτοχος δικαιούται να μην αποδεχθεί τη μεταβολή κατά τους όρους της Κάρτας μετά την παραλαβή του Λογαριασμού, στον οποίο αναφέρεται το νέο επιτόκιο ή ανεπιφύλακτη μερική ή ολική εξόφληση αυτού από τον Κάτοχο συνεπάγεται την εκ μέρους του αποδοχή, του νέου επιτοκίου. 13.4. Σε οποιαδήποτε περίπτωση καθυστέρησης εξόφλησης οποιοδήποτε ποσού πέρα από την καταληκτική ημερομηνία για την εξόφλησή του (που είναι δήλη ημέρα κατά την έννοια του νόμου), το ποσό αυτό εκτοκίζεται με το ανώτατο εκάστοτε σε ισχύ επιτόκιο υπερημερίας, το σημερινό ύψος του οποίου αναφέρεται στο Παράρτημα της παρούσας σύμβασης, από την επομένη της προκαθορισμένης ημερομηνίας εξόφλησης. Στις περιπτώσεις αυτές η Τράπεζα ειδοποιεί τον Κάτοχο για την καθυστέρηση είτε μέσω των Μηνιαίων Λογαριασμών του άρθρου 10, είτε με επιστολή, είτε μέσω τηλεφώνου. 13.5. Τόκοι οποιασδήποτε μορφής που δεν εξοφλούνται εμπρόθεσμα εκτοκίζονται από την πρώτη ημέρα καθυστέρησης, με επιτόκιο υπερημερίας και οι τόκοι που προκύπτουν κεφαλαιοποιούνται (ανατοκίζονται) ανά εξάμηνο. 14. Καταγγελία από τον Κάτοχο: 14.1. Ο Κάτοχος δικαιούται να καταγγείλει την παρούσα σύμβαση οποτεδήποτε αζήμιως. Η καταγγελία επέχεται με τον διανύον τεμαχισμό της Κάρτας, την παράδοση της σε οποιοδήποτε κατάστημα της Τράπεζας και την εξόφληση κάθε οφειλής που έχει δημιουργηθεί από την κατοχή και χρήση της Κάρτας μέχρι εκείνη την χρονική στιγμή. 14.2. Σε περίπτωση έκδοσης Κάρτας με πρωτοβουλία της Τράπεζας (χωρίς αίτηση του Κατόχου), ο Κάτοχος δικαιούται να μην την αποδεχθεί, να την τεμαχίσει και επιστρέψει κατά τα αμέσως παραπάνω αναφερόμενα, εντός δέκα (10) ημερών από την παραλαβή της, χωρίς καμία απολύτως επιβάρυνσή του. Οποιαδήποτε χρήση της Κάρτας μετά την παραλαβή της, συνεπάγεται την αποδοχή της Κάρτας από τον Κάτοχο. 15. Αναστολή τυχών της Κάρτας: Σε οποιαδήποτε περίπτωση παράβασης οποιασδήποτε διάταξης της παρούσας σύμβασης ή καθυστέρησης στην εξόφληση έστω και μίας Ελάχιστης Μηνιαίας Καταβολής (άρθρο 11) ή

οποιοδήποτε ποσό που οφείλεται ληξιπρόθεσμως, η Τράπεζα δικαιούται εκ μόνου του λόγου αυτού και για να περιορίσει τον αναλαμβανόμενο από αυτή κίνδυνο, να περιορίσει το όριο της πίστωσης ή και να αναστείλει τη χρήση της Κάρτας μέχρι την ολοσχερή εξόφληση των ληξιπρόθεσμων. **16. Καταγγελία Σύμβασης εκ μέρους της Τράπεζας:** 16.1. Η Τράπεζα έχει το δικαίωμα να καταγγείλει εγγράφως την παρούσα σύμβαση και να ακυρώσει την Κάρτα, οπότε ο Κάτοχος υποχρεούται να επιστρέψει άμεσα το σώμα της Κάρτας στην Τράπεζα, εάν συντρέχει έστω και ένα από τα ακόλουθα γεγονότα: (α) Καθυστερήση ολοσχερούς εξόφλησης από τον Κάτοχο των Ελάχιστων Μηνιαίων Καταβολών τριών συνεχόμενων Μηνιαίων Λογαριασμών. (β) Παράβαση εκ μέρους του Κατόχου οποιοδήποτε όρου της παρούσας σύμβασης, που όλοι συμφωνούνται ουσιαστικά. (γ) Παράβαση από τον Κάτοχο πράξεων και αποφάσεων των Νομισματικών Αρχών αναφορικά με την Κάρτα. (δ) Ανακρίβης εκ μέρους του Κατόχου δήλωση ή απόκρυψη στοιχείων που ζητήθηκαν στο έντυπο της αίτησης χορήγησης της Κάρτας. **16.2. Η Τράπεζα δικαιούται να καταγγείλει την παρούσα σύμβαση και σε κάθε περίπτωση σοβαρής επιδείνωσης της πιστοληπτικής ικανότητας ή και της φερεγγυότητας ή της δικαιοπρακτικής ικανότητας του Κατόχου, όπως σε περίπτωση πτώχευσης, φυλάκισης ή θέσεώς του σε δικαστική συμπαράσταση. 16.3. Σε κάθε περίπτωση καταγγελίας της σύμβασης εκ μέρους της Τράπεζας, παύει αυτοδίκαια η ισχύς της Κάρτας, όπως και κάθε άλλης κάρτας, που έχει χορηγηθεί στον Κάτοχο ή πρόσθετης Κάρτας (άρθρο 18 παρακάτω), σταματά αυτοδίκαια η αποστολή Μηνιαίων Λογαριασμών, η Τράπεζα ανακοινώνει την παύση της ισχύος της στις Επιχειρήσεις και την καταγγελία στο διατραπεζικό αρχείο δεδομένων οικονομικής συμπεριφοράς της ΤΕΙΡΕΣΙΑΣ Α.Ε. (υπεύθυνος επεξεργασίας), ολόκληρο το ανεξόφλητο χρεωστικό υπόλοιπο του Κατόχου κηρύσσεται ληξιπρόθεσμο και απαιτητό, το οποίο, εφ' όσον δεν εξοφληθεί, θα βαρύνεται πλέον με τον τόκο υπερημερίας και η Τράπεζα δύναται να αναθέτει την είσπραξη των οφειλομένων και σε τρίτα, κατά την κρίση της, φυσικά ή νομικά πρόσωπα, γνωστοποιώντας σε αυτά τα προσωπικά δεδομένα Κατόχου, Κατόχου πρόσθετης Κάρτας και τυχόν Εγγυητή. Το σύνολο των εξόδων και αμοιβών δικηγόρων, δικαστικών επιμελητών κλπ. όπως κατ' ελάχιστο ορίζονται από το νόμο, αποφάσεις Δικηγορικών Συλλόγων κλπ. για την εξώδικη επιδίωξη της είσπραξης των οφειλομένων συμπεριλαμβανομένων και των εξόδων αναγκαστικής εκτέλεσης βαρύνουν αποκλειστικά τον Κάτοχο. **17. Πρόσθετη Κάρτα:** 17.1. Η Τράπεζα μπορεί μετά από αίτηση του Κατόχου, να χορηγήσει πρόσθετη Κάρτα – επίσης αυστηρά προσωπική – σε τρίτο/α πρόσωπο/α, η χρήση της οποίας θα διέπεται από τους παρόντες όρους. Στην περίπτωση αυτή και ο Κάτοχος της πρόσθετης Κάρτας δεσμεύεται από τις διατάξεις της σύμβασης αυτής, ευθύνεται ως αυτοφειλέτης και υποχρεούται αλληλέγγυα και σε ολόκληρο με τον Κάτοχο της κύριας Κάρτας έναντι της Τράπεζας για το σύνολο της οφειλής από την κατοχή και χρήση των Καρτών. **17.2. Στις περιπτώσεις της προηγούμενης παραγράφου θα εκδίδεται ενιαίος Μηνιαίος Λογαριασμός, στον οποίο θα αναγράφονται οι χρεώσεις από την κατοχή και χρήση και των δύο Καρτών, ο οποίος θα αποστέλλεται στην διεύθυνση του Κατόχου της κύριας Κάρτας. **18. Αποδεικτικές συμφωνίες:** 18.1. Ο Κάτοχος γνωρίζοντας ότι η οφειλή του εξυπηρετείται με μηνιαίες καταβολές και ότι λαμβάνει Μηνιαίους Λογαριασμούς: α) αν μέσα σε εξήντα (60) ημέρες από την έκδοση της Κάρτας ή οποιαδήποτε Μηνιαίου Λογαριασμού ο Κάτοχος δεν ειδοποιήσει εγγράφως και με απόδειξη ότι δεν παρέλαβε τον Μηνιαίο Λογαριασμό τεκμαίρεται ότι ο Λογαριασμός παραλήφθηκε, επιτρεπόμενης ανταπόδειξης, β) αν μέσα σε χρονικό διάστημα τριάντα (30) ημερών από τη λήψη του κάθε Μηνιαίου Λογαριασμού ή οποιασδήποτε άλλης έγγραφης ειδοποίησης της Τράπεζας αναφορικά με την οφειλή από τη χρήση της Κάρτας, ο Κάτοχος δεν αμφισβητήσει εγγράφως το περιεχόμενο του λογαριασμού και το χρεωστικό υπόλοιπο, θα θεωρείται ότι τα αποδέχθηκε ανεπιφύλακτα και θα επέρχεται αναγνώριση των επί μέρους και των συνολικών κονδυλίων, επιτρεπόμενης ανταπόδειξης. **18.2. Ο Κάτοχος αναγνωρίζει ότι οι Μηνιαίοι Λογαριασμοί εξάγονται από τα εμπορικά βιβλία της Τράπεζας, αποτελούν αποσπάσματα ή αντίγραφα αυτών και αποδεικνύουν πλήρως την οφειλή και γενικά τις χρεώσεις από τη χρήση της Κάρτας, επιτρεπόμενης ανταπόδειξης. **18.3. Ρητά συμφωνείται ότι ανεπιφύλακτα ολική ή μερική εξόφληση Μηνιαίου Λογαριασμού συνεπάγεται την εκ μέρους του Κατόχου πλήρη αναγνώριση του περιεχομένου του και του χρεωστικού υπολοίπου, από την κατοχή και χρήση της Κάρτας, που αναγράφεται σ' αυτόν. **18.4. Τα στοιχεία κάθε συναλλαγής με κάρτα στα ΑΤΜs καταγράφονται και τηρούνται στη μνήμη του ηλεκτρονικού υπολογιστή της Τράπεζας και απεικονίζονται στις αποδείξεις που εκδίδονται από τα ΑΤΜs, αποτελούν δε πλήρη απόδειξη για τις συναλλαγές αυτές, επιτρεπόμενης ανταπόδειξης. **19. Συναλλαγές σε συνάλλαγμα:** Η Κάρτα είναι διεθνούς ισχύος. Οι συναλλαγές με χρήση της σε συνάλλαγμα πρέπει να γίνονται μέσα στα ποσοτικά όρια που κάθε φορά ορίζονται από τις Νομισματικές Αρχές, το πιστωτικό όριο του Κατόχου και τις οικονομικές του δυνατότητες. Οι χρεώσεις σε συνάλλαγμα για τις κάρτες VISA θα μετατρέπονται σε ΕΥΡΩ από την Τράπεζα και για τις Κάρτες MASTERCARD πρώτα σε δολάρια ΗΠΑ και στη συνέχεια σε ΕΥΡΩ από την Τράπεζα, με βάση την ισοτιμία που εκάστοτε καθορίζεται και ανακοινώνεται από την Τράπεζα. Το ποσό των χρεώσεων σε συνάλλαγμα επιβαρύνεται με έξοδα επεξεργασίας των συναλλαγών αυτών της Τράπεζας και των διεθνών οργανισμών VISA και MASTERCARD, σύμφωνα με τα αναφερόμενα στο Παράρτημα της παρούσας σύμβασης. **20. Γνωστοποιήσεις – Επικοινωνία:** 20.1. Κάθε γνωστοποίηση, αίτηση ή όχληση της Τράπεζας, ακόμη και αν αφορά πρόσθετη Κάρτα, θα κοινοποιείται στον Κάτοχο στην διεύθυνση που αναγράφεται στην αίτησή του για τη χορήγηση της Κάρτας, εκτός εάν αυτός ειδοποιήσει με έγγραφο την Τράπεζα για την αλλαγή της. Ρητά συμφωνείται ότι η εκάστοτε τελευταία δηλωθείσα από τον Κάτοχο διεύθυνση είναι η νόμιμη κατοικία του στην οποία νόμιμα αποστέλλεται ή κοινοποιείται οποιοδήποτε έγγραφο και ο Κάτοχος δεν μπορεί να προβάλει οποιαδήποτε σχετική ένσταση. Επιπλέον για κάθε επίδοση εγγράφου σχετικά με την παρούσα σύμβαση το οποίο απευθύνεται στον Κάτοχο, διορίζει αυτός αντίκλητο, το πρόσωπο τα στοιχεία του οποίου αναφέρονται στην αίτηση για την έκδοση της Κάρτας. **20.2. Κάθε αίτηση, γνωστοποίηση, επιστροφή Κάρτας ή τυχόν παράπονο του Κατόχου από τη χρήση της Κάρτας, θα απευθύνεται είτε στην Τράπεζα, είτε στην εταιρία EUROBANK CARDS A.E., στις διευθύνσεις και τα τηλέφωνα που γνωστοποιούνται μέσω των ενημερωτικών φυλλαδίων και των Μηνιαίων Λογαριασμών. **21. Ανανέωση Κάρτας:** 21.1. Κάθε Κάρτα κατά τη λήξη της ισχύος της ανανεώνεται από την Τράπεζα αυτόματα. Κάθε νέα Κάρτα αποτελεί συνέχεια της προηγούμενης και διέπεται από την ίδια σύμβαση. Ο Κάτοχος υποχρεούται να τεμαχίσει την παλαιά μόλις λήξει η ισχύς της. **21.2. Εάν ο Κάτοχος δεν επιθυμεί την ανανέωση της Κάρτας του πρέπει να το γνωστοποιήσει εγγράφως στην Τράπεζα τουλάχιστον σαράντα (40) ημέρες πριν από την έναρξη του μήνα λήξης της ισχύος της, οπότε λήγουν και δεν ανανεώνονται και οι τυχόν πρόσθετες Κάρτες. **22. Δικαίωμα Συμφηφισμού:** Ο Κάτοχος και ο Κάτοχος πρόσθετης Κάρτας εξουσιοδοτούν από τώρα ανέκκλητα την Τράπεζα να χρεώνει με κάθε ληξιπρόθεσμη και απαιτητή οφειλή από την παρούσα, οποιαδήποτε άλλα λογαριασμό τους, ανεξάρτητα από το νόμισμα στο οποίο τηρείται και το κατόστημα της Τράπεζας όπου έχει ανοιχτεί. Επίσης, η Τράπεζα έχει για κάθε ληξιπρόθεσμη και απαιτητή οφειλή από την παρούσα σύμβαση δικαίωμα συμφηφισμού προς οποιαδήποτε άλλη ανταπίτηση του Κατόχου ή/και του Κατόχου πρόσθετης Κάρτας, έστω και αν προέρχεται από εμβάσματα ή καταθέσεις και σε διαφορετικό νόμισμα. **23. Τροποποίηση Όρων:** Λαμβανομένου υπόψη ότι η παρούσα είναι αόριστης διάρκειας, η Τράπεζα δικαιούται να τροποποιήσει τους όρους της παρούσας σύμβασης μόνο για σπουδαίο λόγο. Η τροποποίηση συντελείται μόνο μετά από προηγούμενη γνωστοποίηση του περιεχομένου της στον Κάτοχο, ο οποίος, σε περίπτωση μη αποδοχής της τροποποίησης, δικαιούται να υπαναχωρήσει από την παρούσα σύμβαση ακυρώνοντας την Κάρτα σύμφωνα με το άρθρο 14 πιο πάνω. Η παράλειψη από τον Κάτοχο να ανακοινώσει τις ανηρρήσεις του στην Τράπεζα εντός χρονικού διαστήματος τριάντα (30) ημερών από την κατά τα ανωτέρω γνωστοποίηση, η χρήση της Κάρτας ή η ανεπιφύλακτη μερική ή ολική εξόφληση Μηνιαίου Λογαριασμού μετά τη γνωστοποίηση, συνιστά ανεπιφύλακτη αποδοχή εκ μέρους του της σχετικής τροποποίησης. **24. Μερική Ακυρότητα – Δικαιώματα:** 24.1. Η τυχόν ακυρότητα ή ακυρωσία ενός ή περισσώτερων όρων της παρούσας σύμβασης δε θα επιδρά κατά κανένα τρόπο στο κύρος και την δεσμευτικότητα των υπολοίπων όρων της. **24.2. Σε κομία περίπτωση ή παραλείψη ή καθυστέρηση της Τράπεζας να ασκήσει νόμιμα ή συμβατικά δικαιώματά της, δεν θα μπορεί να εκληφθεί ή ερμηνευθεί ως παραίτηση από τα δικαιώματα αυτά. **25. Εφαρμοστέο Δίκαιο:** 25.1. Οι όροι της παρούσας σύμβασης, τους οποίους οι συμβαλλόμενοι συνολόγησαν και συναποδέχθηκαν όλους ως ουσιαστικές, τροποποιούνται μόνο ρητά και εγγράφως. **25.2. Η παρούσα σύμβαση διέπεται από το Ελληνικό Δίκαιο και ειδικότερα από το Ν.Δ. της 17-7/13.8.1923 "περί ειδικών διατάξεων επί ανωνύμων εταιριών", όπως ισχύει σήμερα.******************

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Στη σύμβαση με ίδιο ημερομηνίο για τη χορήγηση πιστωτικής κάρτας Eurobank Visa Classic / Electron / Eurobank Visa Gold στον υπογράφοντα την παρούσα Κάτοχο.

1. Οι σύμφωνα με τη σύμβαση (12) επιβαρύνσεις του Κατόχου έχουν ως εξής:

ΑΙΤΙΑ ΕΠΙΒΑΡΥΝΣΗΣ	ΟΡΟΙ ΣΥΜΒΑΣΗΣ	ΠΟΣΟ/ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙΒΑΡΥΝΣΗΣ
Συμβατικό επίσηο επιτόκιο	13.2,6,2	α) Eurobank Visa Classic / Electron: 16,70% + εισφορά του Ν. 128/75 0,6% = 17,30% Eurobank Visa Gold: 15,75% + εισφορά του Ν.128/75 0,6% = 16,35% για συναλλαγές με επιχειρήσεις β) Eurobank Visa Classic / Electron: 17,70% + εισφορά του Ν. 128/75 0,6% = 18,30% Eurobank Visa Gold: 15,75% + εισφορά του Ν.128/75 0,6% = 16,35% για αναλήψεις από ταμεία και ΑΤΜs λόγω δανείου
Επιτόκιο υπερημερίας	13.4	Εκάστοτε συμβατικό επιτόκιο + 2,5 μονάδες
Ετήσια συνδρομή	12.1	Eurobank Visa Classic / Electron: €29,35 (κύρια κάρτα), €14,67 (πρόσθετη κάρτα), Eurobank Visa Gold: €73,37 (κύρια κάρτα), €29,35 (πρόσθετη κάρτα)
Ελάχιστη μηνιαία καταβολή	11.1	2% επί του ενήμερου οφειλόμενου κεφαλαίου (με ελάχιστο οφειλόμενο ποσό €15)
Συναλλαγές σε συνάλλαγμα	19	1,25% επί του ποσού συναλλαγής (εκτός Ευρωζώνης)
Εφάπαξ επιβάρυνση υπέρβασης πιστωτικού ορίου	7.3	Επί του ποσού υπέρβασης 5%
Επιβάρυνση ανάληψης μετρητών λόγω δανείου	6.2	Εφάπαξ επιβάρυνση: €3 (από €0 - €100), €5 (από €101 - €250), €12 (από €251 - €600), €25 (από € 601 και άνω)
Επιβάρυνση ανάληψης μετρητών από ΑΤΜs άλλης τράπεζας	5.3	Εφάπαξ επιβάρυνση: Έως €150: € 1,5 ανά ανάληψη, από €160 - €600: 1% ανά συναλλαγή με μέγιστο €3
Επανεκδόση αντιγράφων χρεωστικών δελτίων	4.6	-
Επανεκδόση αντιγράφων μηνιαίων λογαριασμών	10.3	-
Επανεκδόση απολεσθείσας κάρτας	3.5	-

2. Συνολική Ετήσια Πραγματική Ποσοστιαία Επιβάρυνση* (ΣΕΠΠΕ: 12.4)**I. Για Eurobank Visa Classic / Electron**

- α) Παράδειγμα υπολογισμού: Εάν χρησιμοποιούσατε την Κάρτα σας μια φορά στο εσωτερικό για αγορά ειδών αξίας €3.000 την 05/01 και εξοφλούσατε το ποσό αυτό πλέον της ετήσιας συνδρομής σε 12 μηνιαίες συνεχείς δόσεις, το συνολικό οφειλόμενο ποσό θα ήταν €3.294,30 και θα αναλύετο ως εξής: Κεφάλαιο €3.000, Τόκοι €264,95, Συνδρομή κάρτας €29,35.
- β) Οι προς καταβολή δόσεις θα είχαν ως εξής:
1η δόση 05/02 €250, 2η δόση 05/03 €292,78, 3η δόση 05/04 €289,10, 4η δόση 05/05 €285,43, 5η δόση 05/06 €280,69, 6η δόση 05/07 €278,08, 7η δόση 05/08 €302,93, 8η δόση 05/09 €270,74, 9η δόση 05/10 €267,06, 10η δόση 05/11 €261,97, 11η δόση 05/12 €259,72, 12η δόση 05/01 €255,81.
- γ) Η ΣΕΠΠΕ σύμφωνα με το νόμο θα ήταν 19,36% συμπεριλαμβανομένης ετήσιας συνδρομής, 17,08% χωρίς ετήσια συνδρομή.

II. Για Eurobank Visa Gold

- α) Παράδειγμα υπολογισμού: Εάν χρησιμοποιούσατε την Κάρτα σας μια φορά στο εσωτερικό για αγορά ειδών αξίας €3.000 την 05/01 και εξοφλούσατε το ποσό αυτό πλέον της ετήσιας συνδρομής σε 12 μηνιαίες συνεχείς δόσεις, το συνολικό οφειλόμενο ποσό θα ήταν €3.323,77 και θα αναλύετο ως εξής: Κεφάλαιο €3.000, Τόκοι €250,40, Συνδρομή κάρτας €73,37.
- β) Οι προς καταβολή δόσεις θα είχαν ως εξής:
1η δόση 05/02 €250, 2η δόση 05/03 €290,43, 3η δόση 05/04 €286,96, 4η δόση 05/05 €283,48, 5η δόση 05/06 €279, 6η δόση 05/07 €276,54, 7η δόση 05/08 €345,66, 8η δόση 05/09 €269,60, 9η δόση 05/10 €266,13, 10η δόση 05/11 €261,31, 11η δόση 05/12 €259,18, 12η δόση 05/01 €255,49.
- γ) Η ΣΕΠΠΕ σύμφωνα με το νόμο θα ήταν 21,36% συμπεριλαμβανομένης ετήσιας συνδρομής, 16,34% χωρίς ετήσια συνδρομή.

* Όλα όσα αναφέρονται παραπάνω υπό 2 /II α-γ αναφέρονται μόνο χάριν παραδείγματος και ισχύουν μόνο εφ' όσον συντρέξουν οι προαναφερόμενες προϋποθέσεις.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Στη σύμβαση με ίδια ημερομηνία για τη χορήγηση πιστωτικής κάρτας Eurobank MasterCard στον υπογράφο τον παρούσα Κάτοχο.

1. Οι σύμφωνα με τη σύμβαση (12) επιβαρύνσεις του Κατόχου έχουν ως εξής:

ΑΙΤΙΑ ΕΠΙΒΑΡΥΝΣΗΣ	ΟΡΟΙ ΣΥΜΒΑΣΗΣ	ΠΟΣΟ/ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙΒΑΡΥΝΣΗΣ
Συμβατικό ετήσιο επιτόκιο	13,2, 6,2	α) Eurobank MasterCard: 16,50% + εισφορά του Ν. 128/75 0,6% = 17,10% για συναλλαγές με επιχειρήσεις β) Eurobank MasterCard: 17,50% + εισφορά του Ν. 128/75 0,6% = 18,10% για αναλήψεις από ταμεία και ATMs λόγω δανείου
Επιτόκιο υπερημερίας	13,4	Εκάστοτε συμβατικό επιτόκιο + 2,5 μονάδες
Ετήσια συνδρομή	12,1	Eurobank MasterCard €29,35 (κύρια κάρτα), €14,67 (πρόσθετη κάρτα)
Ελάχιστη μηνιαία καταβολή	11,1	2% επί του ηήμερου οφειλόμενου κεφαλαίου (με ελάχιστο οφειλόμενο ποσό €15)
Συναλλαγές σε συνάλλαγμα	19	1,25% επί του ποσού συναλλαγής (εκτός Ευρωζώνης)
Εφάπαξ επιβάρυνση υπέρβασης πιστωτικού ορίου	7,3	Επί του ποσού υπέρβασης 5%
Επιβάρυνση ανάληψης μετρητών λόγω δανείου	6,2	Εφάπαξ επιβάρυνση: €3 (από €0 - €100), €5 (από €101 - €250), €12 (από €251 - €600), €25 (από €601 και άνω)
Επιβάρυνση ανάληψης μετρητών από ATMs άλλης τράπεζας	5,3	Εφάπαξ επιβάρυνση: Έως €150: €1,5 ανά ανάληψη, από €160 - €600: 1% ανά συναλλαγή με μέγιστο €3
Επανεκδόση αντιγράφων χρεωστικών δελτίων	4,6	-
Επανεκδόση αντιγράφων μηνιαίων λογαριασμών	10,3	-
Επανεκδόση απαλεσθείσας κάρτας	3,5	-

2. Συνολική Ετήσια Πραγματική Ποσοστιαία Επιβάρυνση* (ΣΕΠΠΕ: 12.4)

- α) Παράδειγμα υπολογισμού: Εάν χρησιμοποιούσατε την Κάρτα σας μια φορά στο εσωτερικό για αγορά ειδών αξίας €3.000 την 05/01 και εξοφλούσατε το ποσό αυτό πλέον της ετήσιας συνδρομής σε 12 μηνιαίες συνεχείς δόσεις, το συνολικό οφειλόμενο ποσό θα ήταν €3.291,24 και θα αναλύετο ως εξής: Κεφάλαιο €3.000, Τόκοι €261,89, Συνδρομή κάρτας €29,35.
- β) Οι προς καταβολή δόσεις θα είχαν ως εξής:
1η δόση 05/02 €250, 2η δόση 05/03 €292,28, 3η δόση 05/04 €288,65, 4η δόση 05/05 €285,02, 5η δόση 05/06 €280,33, 6η δόση 05/07 €277,76, 7η δόση 05/08 €302,66, 8η δόση 05/09 €270,50, 9η δόση 05/10 €266,87, 10η δόση 05/11 €261,83, 11η δόση 05/12 €259,60, 12η δόση 05/01 €255,74.
- γ) Η ΣΕΠΠΕ σύμφωνα με το νόμο θα ήταν 19,14% συμπεριλαμβανομένης ετήσιας συνδρομής, 17,13% χωρίς ετήσια συνδρομή.

* Όλα όσα αναφέρονται παραπάνω υπό 2 α-γ αναφέρονται μόνο χάριν παραδείγματος και ισχύουν μόνο εφ' όσον συντρέξουν οι προαναφερόμενες προϋποθέσεις. Διάβασα τους προαναφερόμενους όρους χορήγησης πίστωσης / πιστωτικής κάρτας, τους οποίους κατανόησα πλήρως και αναλαμβάνω την υποχρέωση να τηρώ απαρέγκλιτα

Τόπος _____

Ημερομηνία _____

Ο/Η ΑΙΤΩΝ/ΟΥΣΑ ΠΑΡΟΧΗ ΠΙΣΤΩΣΗΣ

Ο/Η ΕΓΓΥΗΤΗΣ

Ο/Η ΑΙΤΩΝ/ΟΥΣΑ ΠΙΣΤΩΤΙΚΗ ΚΑΡΤΑ

ΓΙΑ ΤΗΝ EFG EUROBANK ERGASIAS A.E.

ΓΙΑ ΤΗΝ EFG EUROBANK ERGASIAS A.E.