



ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΣΤΡΟΓΓΥΛΗΣ ΤΡΑΠΕΖΗΣ

ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΗΣ:
Χ. Α. Παπαδημητρίου

Η “ΑΝΟΙΞΗ” ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΚΑΡΤΩΝ

ΝΕΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΣΤΗΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΠΙΣΤΗ

Η ΕΝΤΑΤΙΚΗ ΧΡΗΣΗ πιστωτικών καρτών αποτελεί πρόσφατο φαινόμενο για τις συναλλακτικές συνήθειες της χώρας μας. Η ευρύτατη απελευθέρωση του τραπεζικού συστήματος και η ταχεία μείωση των επιτοκίων δανεισμού, δύο σημαντικές εξελίξεις εντάσσονται στις διαδικασίες ένταξης της Ελλάδας στην ευρωζώνη και συμμετοχής της στην Οικονομική και Νομισματική Ένωση της Ευρώπης, εξηγούν, σε καθοριστικό βαθμό την “έκρηξη” της αγοράς των καρτών.

ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΙΔΙΑ όμως κατεύθυνση λειτούργησε η εντατική και συστηματική προσέλευση πελατών από την πλευρά των εμπορικών τραπεζών. Οι τράπεζες αξιοποίησαν αποτελεσματικά τις νέες δυνατότητες, με την προσφορά ποικίλων προϊόντων καταναλωτικής πίστης, τον εκσυγχρονισμό των συστημάτων πληρωμών που διαθέτουν. Οι προσπάθειες των τραπεζών αναπτύχθηκαν προς όλες τις κατευθύνσεις. Οι ιδιώτες πελάτες αντελήφθησαν καλύτερα τα πλεονεκτήματα και τις διευκολύνσεις που προσφέρει η παρεχόμενη, μέσω των καρτών, πίστη. Πολλαπλασιάστηκαν επίσης οι έμποροι και, γενικότερα, οι εταιρικοί και άλλοι οργανισμοί, που αποδέχονται την πιστωτική κάρτα ως μέσον πληρωμής, γεγονός που αύξησε καθοριστικά τις δυνατότητες χρησιμοποίησης των καρτών.

ΤΕΛΟΣ, σημαντική για την ανάπτυξη της αγοράς ήταν η συνεισφορά της βελτιωμένης τηλεπικοινωνιακής υποδομής καθώς και της αναδιοργάνωσης που σημειώθηκε στο μεγαλύτερο μέρος του εμπορίου καταναλωτικών προϊόντων καθώς και σε ένα μικρότερο τμήμα των υπηρεσιών.

ΟΠΩΣ ΗΤΑΝ ΕΠΟΜΕΝΟ, ένα μεγάλο μέρος της πίστης που, μέχρι πρόσφατα, λειτουργούσε χωρίς κανόνες, κυρίως στη βάση διαπροσωπικών σχέσεων απορροφήθηκε από το τραπεζικό σύστημα. Η ποιοτική αυτή αλλαγή επέτρεψε την “επίσημη” καταγραφή των ανοδικών τάσεων που ήταν λογικό να σημειωθούν και στη χώρα μας, σε ό,τι αφορά την καταναλωτική πίστη. Ωστόσο, όπως σημειώνουν οι συνομιλητές στη στρογγυλή τράπεζα που οργάνωσε το “Δελτίο”, τα διαθέσιμα στοιχεία και η διασταυρωμένη εμπειρία, δεν υποστηρίζουν την άποψη σύμφωνα με την οποία θα μπορούσε κανείς να παρατηρήσει φαινόμενα “υπερδανεισμού” ιδιωτών, τα οποία μάλιστα θα αποτελούσαν κίνδυνο για τα νοικοκυριά και, βεβαίως, για τις τράπεζες.

Η ΔΙΕΞΟΔΙΚΗ ΣΥΖΗΤΗΣΗ για την πορεία της συγκεκριμένης αγοράς, σε συνδυασμό με την



Η "ΑΝΟΙΞΗ" ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΚΑΡΤΩΝ



εξάπλωση της καταναλωτικής πίστης, αποδεικνύει μάλιστα ότι υπάρχουν ακόμη σημαντικά περιθώρια περαιτέρω ανόδου του όγκου των συναλλαγών που διακπεραιώνονται με πιστωτικές κάρτες. Η χρήση πιστωτικών καρτών στην Ελλάδα παραμένει σε μάλλον περιορισμένα επίπεδα, όταν συγκρίνεται με τα δεδομένα και τις τάσεις άλλων ευρωπαϊκών χωρών. Επιπλέον, η αγορά των καρτών θα δεχθεί ισχυρή αναπτυξιακή ώθηση όταν, σε σύντομο χρονικό διάστημα, η κεντρική τράπεζα θα καταργήσει τους τελευταίους περιορισμούς που ισχύουν ακόμη σήμερα σε ό,τι αφορά την καταναλωτική πίστη.

ΕΙΝΑΙ ΛΟΙΠΟΝ προφανές ότι η συνεχής εξάπλωση της καταναλωτικής πίστης, καθώς και η συστηματικότερη χρήση των καρτών ως μέσου πληρωμής, κάτι που προσφέρουν οι χρεωστικές κάρτες, θα απαιτήσουν, από την πλευρά του τραπεζικού συστήματος, σημαντικές επενδύσεις σε μέσα και διαδικασίες. Σημαντική θα είναι, τέλος, η δημιουργία της λεγόμενης "Λευκής Λίστας", μέσω της οποίας θα καταστεί δυνατή η παρακολούθηση των τάσεων στην αγορά των καρτών αλλά και η πρόληψη φαινομένων υπερβολικού δανεισμού.

**ΣΤΗ ΣΥΖΗΤΗΣΗ
ΠΟΥ ΔΙΟΡΓΑΝΩΘΗΚΕ
ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΝΩΣΗ
ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ
ΤΡΑΠΕΖΩΝ
ΣΥΜΜΕΤΕΙΧΑΝ
ΟΙ ΕΞΗΣ:**

ΓΙΩΡΓΟΣ ΑΛΒΕΡΤΗΣ, Διευθύνων Σύμβουλος Eurobank Cards
ΓΙΩΡΓΟΣ ΑΡΩΝΗΣ, Διευθυντής Καταναλωτικής Πίστης (Εθνική Τράπεζα)
ΙΩΑΝΝΗΣ ΚΑΛΚΟΥΝΗΣ, Διευθυντής Διεύθυνσης Καρτών (Alpha Bank)
ΣΟΦΙΑ ΠΑΛΗΜΕΡΗ, Γενική Διευθύντρια Καρτών (Citibank-Ελλάδος)

Τη συζήτηση συντόνισε ο δημοσιογράφος ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΣ Α. ΠΑΠΑΔΗΜΗΤΡΙΟΥ

ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΗΣ:

Να δούμε, κατά πρώτον, μια γενική εικόνα για την εξέλιξη της αγοράς των πιστωτικών καρτών και, γενικότερα, του πλαστικού χρήματος, τη δυναμική της ανάπτυξής της κατά τα τελευταία έτη.

ΣΟΦΙΑ ΠΑΛΗΜΕΡΗ:



Πράγματι, η αγορά των καρτών, τα τελευταία 2-3 χρόνια έχει σημειώσει μια σημαντικότερη ανάπτυξη. Ανάλογα ποια νούμερα έχει κανείς υπόψη του, ένα πρόσφατο στοιχείο έδειχνε ότι έχουμε πάνω από 5.000.000 κάρτες, χωρίς να υπολογίζουμε κάποιες χρεωστικές (debit) κάρτες. Ομιλούμε, επομένως, για διπλασιασμό, πρακτικά, και των καρτών που έχουν εκδοθεί και των πωλήσεων που πραγματοποιούνται μέσω αυτών, στη διάρκεια των τελευταίων δύομισυ ετών. Επιπλέον, οι παράγοντες της αγοράς, οι εκδότες των καρτών, έχουν μεγαλώσει πολύ. Υπάρχουν πάνω από 20 στη μία εταιρεία καρτών (Visa) και άλλοι 10 στην άλλη (Mastercard).

Ταυτόχρονα πληθαίνουν και οι έμποροι που αποδέχονται την πληρωμή μέσω καρτών. Με αποτέλεσμα μια όξυνση του ανταγωνισμού. Η ταχεία αύξηση της κάρτας εξηγείται από πολλούς λόγους. Ένας από τους κύριους παράγοντες είναι τα επιτόκια. Που έπεσαν σχεδόν στο μισό του επιπέδου πριν 3-4 χρόνια, δηλαδή από το επίπεδο του 35-36% σε αυτό του 14-16%.

ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΗΣ:

Μήπως αυτό που άλλαξε επίσης είναι ότι τις κάρτες δεν τις ζητούν και δεν προτείνονται μόνο στα υψηλότερα εισοδήματα, αλλά και σε ανθρώπους χαμηλότερου εισοδήματος;

Σ. ΠΑΛΗΜΕΡΗ:

Τις παίρνει, σχεδόν, ο καθένας. Ο φοιτητής, ο νέος, εκείνος που ξεκινά να εργάζεται σε μια επιχείρηση και λαμβάνει τον πρώτο του μισθό. Οι τράπεζες δίνουν πολύ πιο εύκολα μια κάρτα, σε σχέση με το παρελθόν και, βεβαίως, είναι πολύ φθηνότερο να τη συντηρήσεις. Και τα δύο αυτά χαρακτηριστικά έχουν διαδραματίσει σπουδαίο ρόλο.

Στην ίδια κατεύθυνση επέδρασε, νομίζω, η ευκολία στις πληρωμές των καρτών με τη σταδιακή μείωση του ποσοστού ελάχιστης καταβολής. Καθώς και οι αντίστοιχες ευκολίες που προσφέρουν τα καταστήματα με τις πολλαπλές δόσεις εξόφλησης. Υπάρχουν τελικά πάρα πολλοί λόγοι για τους οποίους ο πελάτης ωφελείται με τη χρήση της πιστωτικής κάρτας.



Η ΑΝΟΙΞΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΚΑΡΤΩΝ

**ΙΩΑΝΝΗΣ
ΚΑΛΚΟΥΝΗΣ:**



Να προσθέσω τον εξής συλλογισμό: αν λάβουμε ως πραγματικό τον αριθμό των 5 εκατομμυρίων πιστωτικών καρτών, θα πρέπει να λάβουμε υπόψη και μερικούς παράγοντες ακόμα. Τι σημαίνει αυτός ο αριθμός των καρτών σε έναν πληθυσμό 10,5 εκατομμυρίων ανθρώπων, πέραν του ότι ο μισός πληθυσμός έχει ήδη μια κάρτα; Ακόμη, αν υπολογίσει κανείς ότι η ελληνική επαρχία παραμένει στραμμένη κατά προτίμηση στη χρήση μετρητών, γεγονός που αποτελεί εμπόδιο στην κατοχή κάρτας, τότε η αναλογία εκείνων που έχουν κάρτα στο πορτοφόλι τους είναι μεγαλύτερη.

ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΗΣ:

Υπάρχουν δηλαδή περισσότερες από μία κάρτες ανά πελάτη;

Ι. ΚΑΛΚΟΥΝΗΣ:

Σαφώς! Και αυτό είναι κάτι που δεν είμαστε σε θέση να γνωρίζουμε ικανοποιητικά. Δεδομένου ότι δεν υπάρχει, ακόμα τουλάχιστον, ένας κεντρικός φορέας από τον οποίο να αντλούνται συγκεντρωτικά πληροφορίες για την πιστωτική επέκταση του κάθε Έλληνα.

ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΗΣ:

Ωστόσο, αυτό που άλλαξε δεν είναι μόνο ότι εκδίδονται περισσότερες κάρτες αλλά ότι είναι πολύ περισσότεροι όσοι είναι έτοιμοι να τις χρησιμοποιήσουν και να τις δεχτούν. Κάποτε ήσαν λιγότερα τα καταστήματα που δεχόντουσαν την κάρτα καθώς και εκείνοι που θα ήθελαν να χρησιμοποιήσουν το πλαστικό χρήμα και που δεν το θεωρούν ως κάτι το "επικίνδυνο". Υπάρχει μια αλλαγή νοοτροπίας. Είναι μια κοινωνική εξέλιξη και μια βαθύτατη αλλαγή στην οικονομική μας ζωή. Αυτά όλα δεν έχουν φέρει πιο κοντά την κάρτα με τον πελάτη της;

**ΓΙΩΡΓΟΣ
ΑΛΒΕΡΤΗΣ:**



Να διευκρινίσω κατ' αρχήν ότι ο πραγματικός αριθμός των καρτών είναι μικρότερος από αυτόν που αναφέραμε προηγουμένως. Αν ορίσουμε τις κάρτες ως πιστωτικές, πιστεύω ότι είναι αρκετά μικρότερος. Βεβαίως, σε κάθε περίπτωση, τα τελευταία 3 χρόνια, έχουμε ένα διπλασιασμό στον αριθμό των καρτών που κυκλοφορούν.

Οι λόγοι είναι πολλοί. Σίγουρα η βελτίωση στα βασικά μεγέθη της οικονομίας. Πιστεύω όμως ότι πιο αποτελεσματική στη μεγάλη αυτή ανάπτυξη, ήταν η συμβολή του μάρκετινγκ στο οποίο επένδυσαν οι τράπεζες, καθώς και ο ανταγωνισμός μεταξύ τους.

Αυτό έφερε την ταχεία ανάπτυξη, τόσο από την πλευρά της εκδόσεως νέων καρτών προς τους πελάτες, όσο και από εκείνη των εμπόρων που δέχονται πληρωμές με κάρτες. Και στις δύο αυτές πλευρές, που είναι

αποφασιστικής σημασίας για την πορεία της αγοράς καρτών έχουν γίνει υπερβολές, κυρίως επειδή υπήρχε άγνοια των πραγματικών διαστάσεων της αγοράς. Δηλαδή, οι τράπεζες δεν ήξεραν ποιος είχε ήδη κάρτα και απευθύνθηκαν πολλές φορές ακόμη και στους ίδιους πελάτες. Με αποτέλεσμα και εν αγνοία τους – επαναλαμβάνω – να εκδώσουν πολλές κάρτες στον ίδιο πελάτη. Από την άλλη πλευρά, ίσως πιο ηθελημένα, λόγω του ανταγωνισμού, οι τράπεζες έδωσαν και 2 και 3 και 4 μηχανάκια σύνδεσης στον ίδιο έμπορο. Επιπλέον, μείωσαν πολύ τις προμήθειές τους.

Θα ήθελα να τονίσω επίσης, ότι ακόμη κι αν τα βασικά μεγέθη της οικονομίας εξελίσσονται λιγότερο ικανοποιητικά, και πάλι πιστεύω ότι η εξέλιξη της αγοράς δεν θα ήταν πολύ διαφορετική. Θα υπήρχε ο ίδιος ανταγωνισμός, ίσως μάλιστα και ακόμη εντονότερος, και τελικά, τα νούμερα θα ήταν περίπου τα ίδια.

ΓΙΩΡΓΟΣ ΑΡΩΝΗΣ:



Πιστεύω ότι η ανάπτυξη της αγοράς αποτελεί μια φυσιολογική εξέλιξη. Μη ξεχνάμε ότι η καταναλωτική πίστη στην Ελλάδα δεν έχει ούτε 10 χρόνια από τότε που απελευθερώθηκε.

Η πιστωτική κάρτα έχει δύο διαστάσεις. Η μια αφορά το γεγονός ότι είναι μέσον πληρωμής και προσφέρει μια σημαντική ευκολία. Πρέπει ακόμη να επισημάνουμε ότι η εποχή του ευρώ δούλεψε και αυτή ευεργετικά για τις κάρτες. Τέλος, η καταναλωτική πίστη καθιστά τις κάρτες μέσον πρόσβασης σε σειρά προϊόντων καταναλωτικής πίστης, γεγονός που βοήθησε επίσης στην αύξηση των καρτών.

Ανεξαρτήτως του σωστού αριθμού των καρτών σε κυκλοφορία, το σίγουρο είναι ότι έχει αυξηθεί πάρα πολύ. Επιπλέον, είναι προφανές ότι η καταναλωτική πίστη ως αναλογία στο σύνολο του ΑΕΠ παραμένει χαμηλή και σίγουρα πολύ μικρότερη από τις υπόλοιπες χώρες της ευρωζώνης.

Νομίζω πως το ουσιαστικό ερώτημα είναι “ποιοι έχουν πάρει τις κάρτες και τα καταναλωτικά δάνεια”; Εάν αντιστοιχούν στο 20% του πληθυσμού, τότε αυτό είναι το τμήμα που έχει συσσωρεύσει όλον αυτόν το δανεισμό. Προκύπτει επομένως το ερώτημα για τα πραγματικά περιθώρια που υπάρχουν στην περαιτέρω ανάπτυξη της αγοράς.

Γ. ΑΛΒΕΡΤΗΣ:

Η κάρτα, ως πλαστικό χρήμα, είναι σαφώς ένα εργαλείο. Η κάρτα ως προϊόν, ήταν ήδη εργαλείο πριν ακόμα εμφανιστεί η τραπεζική κάρτα. Οσο μάλιστα εξελίσσεται η τεχνολογία των καρτών θα δούμε ότι η κάρτα θα είναι εργαλείο για πολλαπλές εφαρμογές όπως η υγεία, τα μετρητά, η τηλεφωνία κ.λπ.



ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΗΣ:

Να δούμε λοιπόν πώς ο Έλληνας πελάτης, τα τελευταία 10 χρόνια, αντιλαμβάνεται τη χρήση της κάρτας.

Γ. ΑΛΒΕΡΤΗΣ:

Ο Έλληνας, ο Ευρωπαίος και ο Αμερικανός είδε την κάρτα όπως την προσφέραμε. Στην Ελλάδα μέχρι σήμερα η κάρτα έχει προσφερθεί ως πιστωτικό εργαλείο. Όμως η κάρτα, στη διεθνή αγορά, αποτελεί εργαλείο που επιτρέπει, εύκολα, απλά και γρήγορα να κάνεις τη δουλειά σου. Όπως είπα προηγουμένως, είτε για να περάσεις την πόρτα του ξενοδοχείου, να πάρεις χρήματα από ΑΤΜ, να έχεις μέσα το ιατρικό ιστορικό σου ή λεφτά κ.λπ. Επομένως, πέραν της λειτουργίας της ως εργαλείο παροχής πίστωσης, όπως είναι ένα καταναλωτικό δάνειο, στο μέλλον η κάρτα θα προσφέρει πολλά επιπλέον πράγματα.

Με τις κάρτες, το κοινό κατορθώνει να κάνει πιο εύκολη τη ζωή του και τις διαδικασίες ολιγότερο δύσκολες. Προφανώς μια από τις κυριότερες εφαρμογές της κάρτας είναι η χορήγηση πίστωσης στον κάτοχο. Ο Έλληνας χρήστης αντελήφθη γρήγορα πως μπορεί να κάνει τις δουλειές του ευκολότερα, όταν σε 10 μόλις λεπτά έχει δυνατότητα χρηματοδότησης των αγορών του και μάλιστα με δόσεις. Η ευκολία και η ταχύτητα στην εξυπηρέτηση ευνόησε την ανάπτυξη.

Σ. ΠΑΛΗΜΕΡΗ:

Η κάρτα σίγουρα ανταποκρίνεται και σε μια οικονομική ανάγκη. Έδωσε δηλαδή τη δυνατότητα να έχει ο πελάτης μια εύκολη πίστωση και να καλύψει τις καταναλωτικές του ανάγκες με τον πιο απλό τρόπο και με όλο και μικρότερο κόστος.

ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΗΣ:

Είναι δηλαδή κ. Αρώνη προϊόν εξέλιξης της οικονομίας αλλά και της αντίληψης του τραπεζικού κοινού που κατάλαβε ότι μπορεί να διαχειριστεί τον τραπεζικό λογαριασμό του δυναμικά.

Γ. ΑΡΩΝΗΣ:

Όπως σημείωσε ο κ. Αλβέρτης προηγουμένως, ο ανταγωνισμός των τραπεζών έδωσε στον καταναλωτή τη δυνατότητα να επιλέξει μεταξύ πολλών δικτύων διανομής. Οι τράπεζες, από την άλλη, διαπίστωσαν ότι τα δεδομένα άλλαζαν και έχαναν παραδοσιακές τραπεζικές εργασίες. Χρειάστηκε λοιπόν να βρουν άλλα μονοπάτια που θα τις βοηθούσαν να τοποθετηθούν έναντι των αλλαγών στις καταναλωτικές συνήθειες.

Η συνισταμένη των δύο αυτών φαινομένων οδήγησε σήμερα στην αγορά που ξέρουμε: πολύ μεγαλύτερη και με υψηλούς ρυθμούς αύξησης. Πέρσι τα υπόλοιπα των δανείων μέσω καρτών εμφάνισαν αύξηση κατά 45% και τα αμιγώς καταναλωτικά δάνεια κατά 39%, περίπου. Είναι προφανές ότι ακολουθούμε και εμείς, με καθυστέρηση είναι αλήθεια, τους ρυθμούς

ανάπτυξης άλλων χωρών που καταγράφηκαν στα προηγούμενα χρόνια και, σε κάποιες περιπτώσεις, σε προηγούμενες δεκαετίες.

ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΗΣ:

Θα περίμενε ωστόσο κανείς, ότι οι τράπεζες θα έδιναν στους πελάτες τους, μια κάρτα προκειμένου να τον διευκολύνει στη διαχείριση του λογαριασμού. Πρόκειται κυρίως για τις κάρτες πληρωμών ή απλώς τις κάρτες αναλήψεων. Υπήρχε, κ. Καλκούνη, ανταγωνισμός και σ' αυτό το πεδίο.

I. ΚΑΛΚΟΥΝΗΣ:

Ναι, βέβαια! Αυτό συνέβη. Μετά το 1981, όταν άρχισαν να εγκαθίστανται τα πρώτα ATM στην αγορά, άρχισε ταυτοχρόνως και η έκδοση των καρτών αναλήψεων που έδιναν τη δυνατότητα στον πελάτη ευκολότερης διαχείρισης του λογαριασμού του αλλά και με χαμηλότερο κόστος για τις τράπεζες.

Τα τελευταία 3 χρόνια παρατηρούμε να αυξάνεται η χρήση και των χρεωστικών καρτών, πέραν των πιστωτικών, στις αγορές αγαθών και υπηρεσιών με χρέωση του τραπεζικού λογαριασμού. Αυτό σημαίνει ότι αλλάζει σταδιακά η νοοτροπία του καταναλωτή που βλέπει την κάρτα όχι σαν μέσο δανεισμού αλλά σαν μέσο πληρωμής.

ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΗΣ:

Παλαιότερα, η κάρτα ήταν σύμβολο οικονομικής άνεσης, μερικές μάλιστα φορές και “σπατάλης”. Το αίσθημα αυτό παραμένει έντονο καθώς η κάρτα έδωσε την αφορμή ή την ευκολία σε ανθρώπους, που δεν είχαν ενδεχομένως την οικονομική άνεση, να πάνε λίγο πιο πάνω από τις δυνατότητές τους και να διαχειριστούν χρέη με βάση το μελλοντικό τους εισόδημα. Ποια είναι, κυρία Παλημέρη, η δική σας εμπειρία σ' αυτό το θέμα;

Σ. ΠΑΛΗΜΕΡΗ:

Η κάρτα εξυπηρέτησε, σημαντικότερα μάλιστα, μελλοντικές ανάγκες, που αλλιώς θα περίμενε κανείς χρόνια για να τις καλύψει. Ταυτόχρονα, βέβαια, δημιούργησε σε κάποιους υπερχρέωση ή απλώς επιβάρυνση. Ολα συνέβησαν. Βεβαίως, στο διάστημα των τελευταίων ετών οι τράπεζες επένδυσαν τεράστια ποσά σε μάρκετινγκ, τηλεοπτικές διαφημίσεις κ.λπ. προκειμένου να ενημερώσουν αλλά και να πείσουν τον πελάτη για τις ιδιότητες της κάρτας, την ικανότητά της να διευκολύνει και πόσους πολλούς λόγους έχει για να τη χρησιμοποιήσει σε σύγκριση με τα μετρητά.

Η συγκυρία των τελευταίων ετών βοήθησε αποφασιστικά. Βρήκαμε τον πελάτη παντού: μέσα στην επιχείρησή του, στη δουλειά του, στο σπίτι του, στα πανεπιστήμια. Δεν περιορίστηκε η κάθε τράπεζα μόνο στους πελάτες του δικτύου της. Οπου μπορούσαμε να βρούμε πελάτη, τον προσεγγίζαμε.



Η “ΑΝΟΙΞΗ” ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΚΑΡΤΩΝ

ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΗΣ:

Να προχωρήσουμε τώρα στο δεύτερο κύκλο της συζήτησής μας και να εξετάσουμε αν υπάρχει πράγματι πρόβλημα υπερδανεισμού λόγω της ταχύτατης εξάπλωσης της πιστωτικής κάρτας.

Γ. ΑΡΩΝΗΣ:

Υπάρχει έλλειψη ακριβούς πληροφόρησης που δυστυχώς έχουμε ακόμη, ως προς το ποιος έχει δανειστεί και σε ποιο ύψος. Γεγονός που αποτελεί στρέβλωση και για άλλα θέματα της αγοράς. Όπως είναι οι κίνδυνοι που αναλαμβάνουν οι τράπεζες, το κόστος διαχείρισης των λογαριασμών καρτών, κ.ά. Η έλλειψη αυτή αφαιρεί από τους διαχειριστές τη δυνατότητα να έχουν ένα κοινό σημείο αναφοράς. Επιπλέον, οι περιορισμοί που έχει θέσει από καιρό η Τράπεζα της Ελλάδος, οδηγούν οπωσδήποτε σε μια αύξηση του κόστους διαχείρισης, συγκριτικά με άλλες χώρες. Θα προσέθετα ωστόσο ότι, προκειμένου να δούμε αναλυτικά την αγορά, το εμπόδιο αυτό δεν μας προβληματίζει άμεσα.

Σε κάθε περίπτωση όμως, η ανάπτυξη της καταναλωτικής πίστης είναι θέμα που απαιτεί συνεχή παρακολούθηση. Χρειάζεται συνεχής βελτίωση. Δεν είναι τα πράγματα όπως όταν ξεκινήσαμε, πριν μερικά χρόνια και δεν πρέπει να αφήνουμε τις εξελίξεις να λαμβάνουν χώρα χωρίς καμία παρακολούθηση από μέρους μας. Πάντως, τα διαθέσιμα στοιχεία, αυτή τη στιγμή, δείχνουν ότι η χρέωση των νοικοκυριών δεν είναι υπερβολική. Πόσο μάλλον που η εξυπηρέτηση των υπολοίπων στις πιστωτικές κάρτες είναι ικανοποιητική. Είναι βεβαίως, δεδομένο ότι ο ρυθμός ανάπτυξης παραμένει υψηλός, αφού σε κάθε περίπτωση θα είναι μεγαλύτερος από 30% σε σύγκριση με πέρυσι. Αυτό που δεν πρέπει να παραγνωρίσουμε είναι η ανάγκη να ξεφύγουμε σταδιακά από την εντυπωσιακή παρακολούθηση της ποσοστιαίας μεταβολής και να παρακολουθούμε τα απόλυτα νούμερα.

ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΗΣ:

Πόσο όμως ευσταθεί η ανησυχία για υπερδανεισμό των νοικοκυριών μέσω των καρτών, θέμα που έχει τραβήξει την προσοχή των μέσων ενημέρωσης; Ήταν ο υψηλός ρυθμός αύξησης που εντυπωσίασε ή ότι ένα τμήμα της κατανάλωσης, για το οποίο χρησιμοποιούσαμε μετρητά, έχει μετατραπεί σε πληρωμή μέσω κάρτας, με αποτέλεσμα να έχουμε αυτούς τους ρυθμούς ανάπτυξης;

Γ. ΑΡΩΝΗΣ:

Είναι αλήθεια ότι πρέπει να λάβουμε υπόψη μας ότι παλαιότερα χρησιμοποιούσαμε πολύ τις συναλλαγματικές, με επιτόκια συνήθως εξαιρετικά υψηλά. Με την έννοια αυτή, η αγορά με πίστωση δεν ξεκίνησε από το μηδέν.

Γ. ΑΛΒΕΡΤΗΣ:

Η παρατήρηση του κ. Αρώνη είναι σωστή. Θυμόμαστε όλοι την εποχή που είχαμε ετήσιο επιτόκιο 36% όταν ο τραπεζικός δανεισμός ήταν απολύτως εταιρικός, για όσες επιχειρήσεις μπορούσαν να τον έχουν. Δανεισμός που μετέτρεπε εμπορικές επιχειρήσεις σε “τράπεζες” έναντι των καταναλωτών.

Εγώ πάντως κλίνω στην άποψη ότι εκείνο που κυρίως έχει συμβεί, είναι ότι από την κατανάλωση με μετρητά έχουμε περάσει σε σημαντικό βαθμό, στην πληρωμή με κάρτες και αυτό είναι που στηρίζει τους ρυθμούς ανόδου της αγοράς μας.

Πριν λίγο καιρό ήταν στην Αθήνα ο πρόεδρος της VISA International, ένας σημαντικός άνθρωπος της αγοράς, ο οποίος, απαντώντας σε ερώτηση δημοσιογράφου για τον τελικό του στόχο, απάντησε: “να περάσω όλες τις πληρωμές μετρητών σε πλαστικό”.

Αυτός είναι, πιστεύω και ο δικός μας στόχος. Να επιτύχουμε όσο το δυνατόν μεγαλύτερο κύκλο εργασιών μέσω του πλαστικού χρήματος. Πιστεύω πως αν δούμε ορισμένες κατηγορίες αγοράς, π.χ. αυτοκίνητα ή ρούχα ή λευκά είδη, τότε με σαφήνεια, στη διάρκεια της τελευταίας δεκαετίας, υπάρχει ταχύτατη αύξηση αγορών με πλαστικό χρήμα και καταναλωτική πίστη, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι τα εισοδήματα αυξήθηκαν παράλληλα. Επομένως, είναι αλήθεια ότι το πλαστικό χρήμα και γενικότερα η καταναλωτική πίστη, βοήθησε στην αύξηση της κατανάλωσης. Είμαι απολύτως πεπεισμένος για αυτό. Είναι άλλη συζήτηση αν η εξέλιξη αυτή επέφερε και ορισμένα προβλήματα. Είναι όμως γεγονός και προκύπτει από τα διαθέσιμα στοιχεία.

Να κάνω και μια παρατήρηση στο θέμα του μάρκετινγκ, που πολύ σωστά έθιξε η κυρία Παλημέρη. Ξοδεύτηκαν μεγάλα ποσά, χωρίς πάντως να επιτύχουμε να αλλάξουμε την εικόνα που έχει μια μεγάλη μερίδα της κοινής γνώμης για τους κινδύνους που υποκρύπτει η κατανάλωση μέσω πιστωτικών καρτών. Υπάρχουν ακόμη πελάτες που πιστεύουν ότι οι κάρτες είναι ακριβές, πως οι τράπεζες προσπαθούν να τους παραπλανήσουν, ότι έχουμε “ψιλά γράμματα” και άλλα παρόμοια, που επηρεάζουν αρνητικά την αγορά μας. Δεν πιστεύω όμως ότι τέτοιες αντιλήψεις ευσταθούν. Ούτε θα μπορούσε να παρατηρείται παρόμοια εντυπωσιακή αύξηση αν όλα τούτα ήσαν αληθινά. Οι πελάτες δεν θα το δεχόντουσαν.

Γ. ΑΡΩΝΗΣ:

Να συμπληρώσω ότι ενώ πράγματι καλλιεργείται μια παρόμοια αντίληψη, όταν ερωτώνται αυτοί που έχουν αρνητική άποψη για την κάρτα και κατά πόσον οι ίδιοι έχουν γίνει μάρτυρες κάποιου περιστατικού ή αν γνωρίζουν κάποιον που θα είχε “καταστραφεί”, η απάντηση είναι πάντοτε η ίδια, “εγώ δεν έχω άμεση παρόμοια αντίληψη, αλλά το άκουσα...”.

Πρόκειται δηλαδή για μια αντίληψη που έχει καλλιεργηθεί. Κατά τα λοιπά, τα περισσότερα από εκείνα που καταμαρτυρούμε για τη δική μας αγορά, συναντώνται ακριβώς με τον ίδιο τρόπο και σε ώριμες αγορές όπως είναι η



αμερικανική. Αυτό που διαφέρει είναι ο βαθμός έντασης και ο τρόπος, αλλά κι αυτό εξηγείται από το γεγονός ότι δεν είμαστε ακόμη μια ώριμη αγορά και περνούμε τις αρρώστιες των παιδικών χρόνων.

Να παρατηρήσω τέλος ότι κατά τη δική μου άποψη, η αγορά δεν κινείται προς τις χρεωστικές κάρτες. Στη δική μας εμπειρία, που διαθέτουμε πάνω από δύο εκατομμύρια χρεωστικές κάρτες, παρατηρούμε πως μόνον το 5% του συνολικού τζίρου γίνεται μέσω αυτών. Αντίθετα, στη Βόρεια Ευρώπη, κάνουν ευρεία χρήση χρεωστικών καρτών.

Ι. ΚΑΛΚΟΥΝΗΣ:

Να προσθέσω στον προβληματισμό για τον υπερδανεισμό ότι αυτό που με απασχολεί δεν είναι η αύξηση των καρτών αλλά η αύξηση των καταναλωτικών δανείων. Ενώ η αύξηση των καρτών μπορεί να σημαίνει ότι ο καταναλωτής συνηθίζει να χρησιμοποιεί την κάρτα σαν εργαλείο, όπως είπαμε πριν, το καταναλωτικό δάνειο σημαίνει κάτι διαφορετικό, γιατί υποδηλώνει την ανάγκη δανεισμού. Πάντως, εμείς παρατηρούμε αύξηση της τάξεως του 85% από πέρυσι στις χρεωστικές κάρτες.

Η εξήγηση υπάρχει στις συνήθειες που επικρατούν στην Ευρώπη, όπου κυρίως οι καθημερινές συναλλαγές γίνονται με τις χρεωστικές κάρτες. Ας μη ξεχνούμε ότι εμείς δεν περάσαμε ποτέ από την ιδιωτική επιταγή, αφού η χρεωστική κάρτα αποτελεί υποκατάστατο της ιδιωτικής επιταγής της οποίας το διαχειριστικό κόστος είναι μεγαλύτερο.

Γ. ΑΛΒΕΡΤΗΣ:

Είναι αλήθεια ότι υπάρχει υπερδανεισμός σε συγκεκριμένους πελάτες, τους οποίους όμως, συνήθως, δεν γνωρίζουμε. Αυτό προκύπτει επειδή οι τράπεζες απευθύνονται στον ίδιο πελάτη, πολύ συχνά τα τελευταία 4-5 χρόνια. Είναι επόμενο αφού έχουμε επικεντρωθεί όλοι σε ομάδες πελατών με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά.

Πιστεύω όμως ότι υπάρχουν “παρθένες” κατηγορίες πελατών, που ακόμα δεν τους έχουμε αγγίξει. Συνήθως γιατί δεν ξέρουμε ποιοί είναι και δεν γνωρίζουμε πώς να τους προσεγγίσουμε. Ή γιατί φοβόμαστε ότι θα είναι κακοί πιστωτές και τους αποφεύγουμε. Είμαι πάντως σίγουρος, και πιστεύω ότι θα επιβεβαιωθώ από τα πιλοτικά προγράμματα που τρέχουμε για τον “Τειρεσία”, ότι έχουμε απευθυνθεί όλοι μαζί στον ίδιο πελάτη με αποτέλεσμα να έχουμε υπερδανείσει κάποιους πελάτες. Το θέμα όμως του υπερδανεισμού σταματά εδώ!

Γιατί ένας πελάτης θα μπορούσε να ανοίξει την πιστωτική του θέση, σε καθεστώς απελευθέρωσης της καταναλωτικής πίστης, ανάλογα με την πιστωτική πολιτική κάθε τράπεζας. Αυτό θα το μάθουμε όταν θα μπορούμε να έχουμε ολοκληρωμένα την εικόνα του πελάτη, δηλαδή από πού έχει δανειστεί, σε ποιο ύψος και τι μπορούμε να του προσφέρουμε.

ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΗΣ:

Αυτή δεν είναι η προσπάθεια που κάνετε τώρα επιδιώκοντας να αποκαταστήσετε μια κοινή βάση πληροφόρησης;

Σ. ΠΑΛΗΜΕΡΗ:

Σχετικά με τη λειτουργία του “Τειρεσία”, θέλω να παρατηρήσω ότι πράγματι υπάρχει πρόβλημα. Υπάρχει υπερδανεισμός σε ένα ορισμένο τμήμα, το οικονομικά αδύνατο τμήμα του πληθυσμού. Πιστεύω λοιπόν ότι ο “Τειρεσίας” θα λύσει σχεδόν πλήρως αυτό το θέμα αφού θα έχουμε την πλήρη εικόνα του πελάτη.

Πιστεύω ότι οι τράπεζες γνωρίζουν τα όποια προβλήματα υπάρχουν και ίσως δεν έχουν κάνει όλες τις προβλέψεις που θα έπρεπε αν και διαβάζω ότι έχουν αρχίσει να τις αυξάνουν σίγουρα όμως όχι αντίστοιχα με την ταχύτητα αύξησης των δανείων και των καρτών. Ιδιαίτερα για τα καταναλωτικά δάνεια. Υπάρχει λοιπόν ένα θέμα που θα εμφανίζεται σιγά-σιγά και θα χαλά σε κάποιο βαθμό τους ισολογισμούς των τραπεζών.

Γ. ΑΛΒΕΡΤΗΣ:

Εγώ πάντως δεν συμφωνώ με αυτό...

Σ. ΠΑΛΗΜΕΡΗ:

Ίσως να είναι η δική μου εντύπωση.

Πάντως, εκτός από τον “Τειρεσία” που σίγουρα θα βοηθήσει στο να έχουμε σωστή εικόνα για όλο το πελατολόγιο και να κάνουμε τις σωστές ενέργειες από εδώ και μπρος, το άλλο που θα βοηθούσε σίγουρα είναι η σωστή και πλήρης απελευθέρωση των δανείων. Κάτι που θα σταματούσε το φαινόμενο να απευθύνονται συνεχώς οι τράπεζες στο ίδιο πελατολόγιο, σε αυτό που ενδιαφέρεται για το 1 εκατομμύριο ενώ, προφανώς, έχει πάρει από πέντε τράπεζες και δυσκολεύεται να αποπληρώσει. Με την πλήρη απελευθέρωση κάθε τράπεζα θα έβρισκε το σωστό προϊόν για τη σωστή κατηγορία πελατών. Επομένως, το ένα θέμα είναι ο “Τειρεσίας” και το άλλο να απελευθερωθεί η καταναλωτική πίστη αφού ο περιορισμός δημιουργεί πλέον στρεβλώσεις.

Γ. ΑΡΩΝΗΣ:

Όπως είπε ο κ. Αλβέρτης προηγουμένως αξιολογούμε, σχεδόν όλοι, την αγορά με τα ίδια κριτήρια και αυτό οφείλεται σε δύο λόγους. Το ένα είναι ότι τα τεστ αξιολόγησης είναι λίγο πολύ ίδια. Το δεύτερο είναι ότι τα δίκτυα διανομής που χρησιμοποιούμε είναι κι αυτά περίπου παρόμοια. Άρα τα κανάλια που έχουμε για να προσελκύσουμε κοινό, είναι λίγο πολύ τα ίδια.

Θα συμφωνήσω ότι δεν είναι υπερδανεισμός η μεταφορά σε κάρτα ή σε καταναλωτικό δάνειο των δαπανών που θα κάναμε έτσι κι αλλιώς. Πρόκειται μάλλον για αλλαγές στη διαχείριση των καταναλωτικών μας συνθηθειών και είναι απολύτως λογική. Δεν ισχυρίζομαι βεβαίως πως δεν πρέπει να είμαστε προσεκτικοί σε καταστάσεις υπερβολικού δανεισμού, όμως αυτό δεν σημαίνει ότι δεν υπάρχουν δυνατότητες περαιτέρω αύξησης της αγοράς.



Η «ΛΕΥΚΗ ΛΙΣΤΑ» ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΚΑΡΤΩΝ

ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΗΣ:

Πώς θα λειτουργεί όμως το σύστημα με τη “λευκή λίστα”, που θα επιτρέψει την καλύτερη παρακολούθηση της αγοράς;

Ι. ΚΑΛΚΟΥΝΗΣ:

Εκείνο που έχει συμφωνηθεί, μετά από μεγάλη προσπάθεια και μάλιστα περιμένουμε να είμαστε έτοιμοι κατά το καλοκαίρι είναι η καταγραφή από τον “Τειρεσία” όλων των στοιχείων που έχουν στη διάθεσή τους οι τράπεζες. Με τον τρόπο αυτόν θα είμαστε σε θέση να γνωρίζουμε την πιστωτική επέκταση καθενός πελάτη, ανεξαρτήτως της τράπεζας που επιλέγει. Θα διαπιστώσουμε τότε λοιπόν τις πραγματικές διαστάσεις ενδεχόμενης υπερχρέωσης.

Σήμερα οι τράπεζες δεν έχουν τρόπο να ανταλλάξουν στοιχεία μεταξύ τους, εφόσον δεν υπάρχει αυτή η κοινή βάση δεδομένων και συνεπώς με τις υπεύθυνες δηλώσεις που εύκολα υπογράφουν οι πελάτες ότι δεν έχουν δανειστεί από άλλη τράπεζα, μπορούν να συνεχίσουν να λαμβάνουν καταναλωτικά δάνεια, ακόμη και πέραν των δυνατοτήτων τους.

ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΗΣ:

Τι θα καταγράφεται στη “Λευκή Λίστα”; Τα καταναλωτικά δάνεια που έχουμε πάρει, ή τα υπόλοιπά μας στις κάρτες;

Ι. ΚΑΛΚΟΥΝΗΣ:

Θα καταγράφει τα υπόλοιπα των καρτών, τα υπόλοιπα των δανείων που έχουν δοθεί από το τραπεζικό σύστημα. Θα υπάρχει ειδικός κωδικός. Τα υπόλοιπά του και σε τι κατάσταση βρίσκονται τα υπόλοιπά του.

Γ. ΑΛΒΕΡΤΗΣ:

Δηλαδή θα μπορούμε να δούμε για τον πελάτη μας τον αριθμό αλλά και το συνολικό ύψος των καταναλωτικών του δανείων.

ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΗΣ:

Αυτό σημαίνει ότι ενδεχομένως οι τράπεζες μεταξύ τους θα έχουν συμφωνήσει ένα ύψος δανείων, πέραν του οποίου θα είναι προσεκτικές και, ενδεχομένως, δεν θα δίνουν νέα δάνεια;

Ι. ΚΑΛΚΟΥΝΗΣ:

Οχι, δεν σημαίνει κάτι τέτοιο. Απλώς η κάθε τράπεζα θα εκτιμά το αίτημα του πελάτη καθώς και τον κίνδυνο που είναι διατεθειμένη να αναλάβει, γνωρίζοντας όμως τον πραγματικό κίνδυνο.

Γ. ΑΛΒΕΡΤΗΣ:

Είναι θέμα κάθε τράπεζας να επιλέξει, με βάση την πιστωτική πολιτική της, πώς θα χειριστεί τα αιτήματα των πελατών της. Σχετικά με την παρατήρηση της κυρίας Παλημέρη για ενδεχόμενα προβλήματα που θα αντιμετωπίσουν στους ισολογισμούς τους όσοι έχουν δώσει πολλά καταναλωτικά

δάνεια, θα ήθελα να παρατηρήσω ότι αυτό δεν αναμένεται να συμβεί, αφού κάθε τράπεζα εφαρμόζει εμπειριστατωμένη πολιτική διαχείρισης πιστωτικών κινδύνων. Αυτές που δεν γνωρίζουν ή που δεν εφαρμόζουν τέτοια πολιτική, φυσικά θα έχουν πρόβλημα. Πιστεύω μάλιστα ότι αν απελευθερωθεί η καταναλωτική πίστη, πρακτικά θα καταργηθούν τα καταναλωτικά δάνεια, όπως τα γνωρίζουμε σήμερα. Θα έχουμε τραπεζικούς λογαριασμούς με δυνατότητα υπερανάληψης, ενώ το μεγαλύτερο, αν όχι και ολόκληρο, το εύρος καταναλωτικής πίστης, θα περνά μέσα από κάρτες.

Βέβαια, πολλοί είναι εκείνοι που δανείζονται από συγκεκριμένες εμπορικές επιχειρήσεις και αυτές δεν θα συμπεριληφθούν στο σύστημα. Κάτι που θα ήταν χρήσιμο για να έχουμε απολύτως σωστή πιστωτική πολιτική. Η αγορά λευκών και μαύρων ηλεκτρικών ειδών έχει χιλιάδες πελάτες, που έχουν δανειστεί τεράστια ποσά και επομένως αποτελεί ένα σημαντικό κομμάτι της πιστωτικής πληροφόρησης που δεν θα έχουμε.

Σ. ΠΑΛΗΜΕΡΗ: Είναι εξάλλου επόμενο ότι θα προσφερθούν νέες δυνατότητες καλύτερης τιμολόγησης των προϊόντων προς τους πελάτες.

Γ. ΑΛΒΕΡΤΗΣ: Αυτό δηλαδή που τελικά επιθυμεί και ο πελάτης.

Σ. ΠΑΛΗΜΕΡΗ: Θα πρέπει να γίνει και είναι το πιο δίκαιο.

ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΗΣ:

*Πράγματι, πολλοί είναι εκείνοι που θεωρούν ότι το κόστος των καρτών είναι πολύ υψηλό στη χώρα μας.
Πώς σχολιάζετε τις παρατηρήσεις αυτές;*

Γ. ΑΡΩΝΗΣ: Πριν έναν περίπου χρόνο κάναμε μια κοινή προσπάθεια να εξηγήσουμε ότι παρόμοιες “κατηγορίες” δεν ευσταθούν. Το αποδείξαμε στην Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, στον κ. Υπουργό και αλλού. Είχαμε ήδη από τότε σημειώσει ότι οι συνθήκες ανάπτυξης της αγοράς των καρτών δεν ήταν ευνοϊκές για τις τράπεζες, για δύο κυρίως λόγους. Ο ένας ήταν ότι υπήρχαν οι περιορισμοί που μας υποχρέωναν να δίνουμε μικρότερα δάνεια με το ίδιο όμως κόστος διαχείρισης. Ο δεύτερος ήταν ότι δεν υπήρχε η “Λευκή Λίστα” από την οποία να μπορούμε να αντλήσουμε στοιχεία.

Ι. ΚΑΛΚΟΥΝΗΣ: Να σημειώσουμε επίσης ότι, για τις κάρτες ειδικότερα, υπάρχει κι ένα υψηλό λειτουργικό κόστος.

Γ. ΑΛΒΕΡΤΗΣ: Ένας τρίτος λόγος είναι ότι είχαμε πανάκριβα συστήματα σε μια μικρή αγορά και, επομένως, δεν είχαμε τις απαραίτητες οικονομίες κλίμακας.



Η "ΑΝΟΙΞΗ" ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΚΑΡΤΩΝ

- Γ. ΑΡΩΝΗΣ:** Σαφέστατα στο θέμα του κόστους δεν μπορούμε αυτή τη στιγμή να είμαστε χαμηλότερα. Είναι άλλωστε χαρακτηριστικό ότι κανείς δεν έρχεται να μας ανταγωνιστεί στην αγορά μας. Όπως, για παράδειγμα, ξένες τράπεζες, κάτι που λεγόταν πριν μερικά χρόνια. Βλέπουν, απλούστατα, ότι δεν υπάρχει ιδιαίτερος χώρος ανταγωνισμού. Αρα το κόστος μπορεί να μειωθεί οριακά, με την προϋπόθεση ότι θα γίνουν διαρθρωτικές αλλαγές που θα μας βοηθήσουν να αξιολογούμε καλύτερα τους πελάτες και να διαχειριζόμαστε χαμηλότερους κινδύνους.
- Ι. ΚΑΛΚΟΥΝΗΣ:** Χωρίς να ξεχνούμε ότι, παρόλα αυτά, σήμερα, το κόστος της καταναλωτικής πίστης στην Ελλάδα, δεν είναι το ακριβότερο στην Ευρώπη, θα έλεγα ότι είναι σε ένα μέσο επίπεδο ή από τα χαμηλότερα, παρά τις δυσκολίες.
- Σ. ΠΑΛΗΜΕΡΗ:** Και μάλιστα κάτω από το μέσο όρο της Ευρώπης αλλά και της Αμερικής.
- Γ. ΑΛΒΕΡΤΗΣ:** Και μάλιστα με τις Ηνωμένες Πολιτείες να είναι ακριβότερες, όπως και γενικότερα στην ευρωπαϊκή αγορά.

ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΗΣ:

Θα μπορέσουμε να φθάσουμε σε μια διαμόρφωση κόστους και προσφορών που θα βρίσκεται πιο κοντά στα χαρακτηριστικά του πελάτη μας; Θα έχουμε κάποια διαφοροποίηση ανάλογα με τους πελάτες και τις ομάδες πελατών;

- Γ. ΑΛΒΕΡΤΗΣ:** Χρειάζεται πράγματι μια προσωποποιημένη τιμολόγηση, γεγονός που απαιτεί και την ανάλογη μηχανογραφική υποστήριξη. Ο ανταγωνισμός μας οδηγεί προς τα εκεί.
- Σ. ΠΑΛΗΜΕΡΗ:** Είναι σίγουρο. Υπάρχει όμως κι ένα θέμα νομοθετικού πλαισίου, γιατί είναι πολύ δύσκολο να διαφοροποιείς τιμολόγηση μεταξύ ομοίων πελατών. Νομίζω ότι και εδώ χρειάζεται κάποια βελτίωση.
- Γ. ΑΛΒΕΡΤΗΣ:** Προσωπικά είμαι αντίθετος σε ομοιόμορφες και υποχρεωτικές δικαστικές ή άλλες κανονιστικές διαδικασίες σε ζητήματα τιμολόγησης. Αυτό είναι μόνο θέμα ανταγωνισμού και αγοράς και τίποτε άλλο.

ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΗΣ:

Υπάρχουν πελάτες που φθάνουν σε σημείο να μην μπορούν να ανταποκριθούν στις τρέχουσες υποχρεώσεις τους και πώς αντιμετωπίζονται από τις τράπεζες;

Ι. ΚΑΛΚΟΥΝΗΣ:

Πρέπει να είμαστε βέβαιοι και είναι αυτό κάτι που δεν έχει επαρκώς εξηγηθεί, ότι τράπεζες δεν έχουν καμία διάθεση να φέρουν τον καταναλωτή σε απόγνωση. Ισα-ίσα, το αντίθετο ακριβώς είναι που ισχύει. Για μια τράπεζα η ρευστοποίηση οφειλής, με μέσα ένδικα, σημαίνει πολλαπλάσιο κόστος. Οι τράπεζες είναι διατεθειμένες και κατά κανόνα προτιμούν να δίνουν τη δυνατότητα στον καταναλωτή, είτε δίνοντας περισσότερο χρόνο ή βελτιώνοντας το ύψος της οφειλής, να δημιουργούν μια νέα κατάσταση ευνοϊκή για την αποπληρωμή των υποχρεώσεων, που κάποια στιγμή ενδεχομένως, από κακή εκτίμηση των οικονομικών του δυνατοτήτων, έχει ξεπεράσει.

Πάντως, η μέση οφειλή των καταναλωτών δεν είναι πολύ υψηλή. Έχουμε πολλούς καταναλωτές που έχουν δανειστεί αρκετά χρήματα βεβαίως, μερικοί απ' αυτούς έχουν σίγουρα δανειστεί περισσότερα απ' όσο μπορούν να αποπληρώσουν αλλά δεν υπάρχει κάποιο πρόβλημα για τις τράπεζες.

Σ. ΠΑΛΗΜΕΡΗ:

Εξ άλλου, οι πελάτες έχουν την τάση να πληρώνουν κατά προτεραιότητα τις κάρτες τους, γιατί είναι και το πιο χρήσιμο εργαλείο απ' όλα.

Γ. ΑΡΩΝΗΣ:

Αν οι τράπεζες έπρεπε να αξιολογήσουν το ρίσκο των χαρτοφυλακίων τους ίσως το τελευταίο πράγμα το οποίο θα έπρεπε να τους ανησυχεί, θα ήταν η καταναλωτική πίστη. Να προσθέσω μάλιστα ότι η στροφή των τραπεζών προς την καταναλωτική πίστη, κίνηση λογική καθώς υπήρχε απώλεια από τις παραδοσιακές εργασίες, εξηγείται και γιατί προσφέρει διαφοροποίηση των κινδύνων.

ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΗΣ:

Να περάσουμε τώρα στις προοπτικές ανάπτυξης. Έχουμε δύο θέματα: το ένα είναι τεχνολογικό και το άλλο έχει να κάνει με την ωρίμανση της αγοράς. Ποιες βλέπετε να είναι οι τάσεις σε θέματα τεχνολογίας, προϊόντων, συνηθειών και, βεβαίως, μεγεθών;

Ι. ΚΑΛΚΟΥΝΗΣ:

Τεχνολογικά βεβαίως και προωθείται ήδη από καιρό, είναι οι έξυπνες κάρτες, που θα δώσουν περισσότερες δυνατότητες χρήσης στους καταναλωτές και παρέχουν μεγαλύτερη ασφάλεια στις συναλλαγές. Ασφάλεια και για τους ίδιους τους καταναλωτές αλλά και για τις τράπεζες. Οι έξυπνες κάρτες, μέχρι το 2005, χρονικό όριο που έχουν θέσει οι διεθνείς οργανισμοί, φαντάζομαι και λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων, θα προχωρήσουν σε νέες δυνατότητες χρήσης αυτών των καρτών, που θα κυκλοφορήσουν στις περισσότερες προηγμένες τεχνολογικά χώρες.

Σ. ΠΑΛΗΜΕΡΗ:

Εξελιξείς θα έχουμε και στο θέμα της ηλεκτρονικής κάρτας της i-CARD με την οποία θα μπορείς, να κάνεις αίτηση μέσω Internet να βλέπεις την κίνηση, να ψωνίζεις δικτυακά, κατεύθυνση προς την οποία όλοι εργαζόμαστε.



Η ΑΝΟΙΞΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΚΑΡΤΩΝ

Αλλα προϊόντα, που τα έχουμε ήδη δει, είναι οι κάρτες co-branded, που προσφέρουν διάφορα ειδικά προνόμια στους πελάτες. Ισως μεγαλώσει το Private Label. Σημαντικά θα είναι τα προγράμματα “ανταμοιβής του πελάτη”, κάτι που είναι διαδεδομένο στις ΗΠΑ. Πολλά θα εξαρτηθούν από τη διάδοση της τεχνολογίας σε νέα σημεία πώλησης και χρήσης των καρτών, όπως είναι η τοποθέτηση POS σε ταξί, σε μέσα συγκοινωνίας, στην αγορά υπηρεσιών, στην ύπαιθρο και αλλού.

Γ. ΑΡΩΝΗΣ:

Να προσθέσω ότι εκεί που πραγματικά θα υπάρξει μεγάλη αύξηση θα είναι στο τμήμα της αγοράς που δεν έχει ακόμα μπει στο χορό της καταναλωτικής πίστης. Πέραν όμως της αύξησης του αριθμού των καρτών, αυτό που περιμένω είναι αύξηση της χρήσης του πλαστικού χρήματος. Δεν γνωρίζω πώς θα φθάσουμε στην πλήρη υποκατάσταση των μετρητών. Είναι όμως σίγουρο ότι από το ποσοστό, γύρω στο 40%, που έχουμε σήμερα, θα πάμε στο 80 με 85% που είναι στην υπόλοιπη Ευρώπη. Εύκολα αντιλαμβάνομαστε το μέλλον που έχουν οι πιστωτικές κάρτες.

Γ. ΑΛΒΕΡΤΗΣ:

Πιστεύω ότι η τεχνολογική εξέλιξη δεν βρίσκεται μόνον στο μικροεπεξεργαστή. Η τεχνολογία θα μας δώσει ευκαιρίες με πολλές διαφορετικές μορφές. Με δύο λόγια, όσο πιο εύκολη και διαδικαστικά απλή κάνει τη ζωή μας, τόσο πιο πολύ θα χρησιμοποιείται το πλαστικό χρήμα.

ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΗΣ:

Πιστεύετε ότι η υπάρχουσα τεχνολογική υποδομή, κυρίως στο θέμα των επικοινωνιών, είναι ικανοποιητική;

Γ. ΑΛΒΕΡΤΗΣ:

Η υποδομή που υπάρχει στην Ελλάδα βρίσκεται στο μέσο όρο. Αυτό πρέπει να το ερμηνεύσουμε θετικά, ότι δηλαδή έχουμε ένα σημαντικό περιθώριο βελτίωσης. Οσον αφορά τις τράπεζες πιστεύω ότι είμαστε, κατά μέσον όρο, στην ελληνική αγορά σε αρκετά καλό επίπεδο.

