

ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Ελληνικό Τραπεζικό Σύστημα εν μέσω οικονομικής κρίσης, παρουσίαση χρηματοοικονομικών προϊόντων και υπηρεσιών, δίκτυα διανομής, ανταγωνισμός μεταξύ τραπεζών, πώς το Marketing επενδύει στο στοιχείο του ανταγωνισμού, συμπεράσματα και προβλέψεις για το μέλλον.

Στεφανία - Ελένη Δ. Φαμπιάτου

A.M.12089

Υποβληθείσα ως Πτυχιακή εργασία στο

Τμήμα Λογιστικής και Χρηματ/κής του

Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος Πειραιά

2014

Επιβλέπων Καθηγητής: Συκιανάκης Νικόλαος

ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Στεφανία-Ελένη Δ.Φαμπιάτου

Σημαντικοί όροι: Πιστωτικό ίδρυμα, Τράπεζες, Οικονομικό κύκλωμα, Ελληνικό Τραπεζικό σύστημα, Χρηματοοικονομικά προϊόντα, Δίκτυα διανομής, Μάρκετινγκ, Marketing υπηρεσιών, Direct Marketing, Μίγμα Μάρκετινγκ, Ανταγωνισμός και επένδυση στο Μάρκετινγκ

Π Ε Ρ Ι Λ Η Ψ Η

Μέσω της εργασίας, που ακολουθεί, παρουσιάζουμε το Ελληνικό τραπεζικό σύστημα διανομής Χρηματοοικονομικών προϊόντων και υπηρεσιών χρησιμοποιώντας και αναλύοντας βασικές έννοιες, σε βαθμό τέτοιο, ώστε να κατανοήσουμε τη σημασία της ύπαρξης του Τραπεζικού Μάρκετινγκ στην σύγχρονη, άκρως ανταγωνιστική και απαιτητική, εγχώρια και διεθνή τραπεζική αγορά. Επίσης, αναφερόμαστε στις ραγδαίες και ριζικές αλλαγές οι οποίες έχουν επέλθει στο Ελληνικό Τραπεζικό τοπίο ύστερα από την προσφυγή της χώρας μας στο Δ.Ν.Τ. εν έτη 2010, λόγω της εκτίναξης του ελληνικού χρέους το 2009 και καταλήγουμε σε κάποια συμπεράσματα και προβλέψεις για το μέλλον αυτού. Στο έργο αυτό μας εξυπηρετούν τα στοιχεία που αντλούμε από έρευνες και συνεντεύξεις έμπειρων τραπεζικών στελεχών και έγκριτων οικονομολόγων, οι οποίοι βιώνουν αυτή την πραγματικότητα, από άρθρα οικονομικών συντακτών, από επιστημονικά περιοδικά καθώς και από εξειδικευμένη στο Τραπεζικό σύστημα βιβλιογραφία.

Ευχαριστίες

Οφείλω να ευχαριστήσω τον Κ^ο Νικόλαο Συκιανάκη, επιβλέποντα καθηγητή της παρούσας Πτυχιακής Εργασίας, για την καθοδήγηση και την αμέριστη συμπαράσταση που μου προσέφερε καθ' όλη τη διάρκεια της πραγματοποίησης της.

Σας ευχαριστώ θερμά...

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

	Σελίδα
ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΠΙΝΑΚΩΝ	
ΠΙΝΑΚΑΣ 1 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΡΑΠΕΖΩΝ ΑΠΟ ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΔΗΜΟΣΙΟ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΠΕΝΤΑΕΤΙΑ 2009-2013	64
ΠΙΝΑΚΑΣ 2 ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΗΣ	65
ΠΙΝΑΚΑΣ 3 ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΟΜΙΛΟΥ ΠΕΙΡΑΙΩΣ 9ΜΗΝΟΥ 2013	65
ΠΙΝΑΚΑΣ 4 ΕΠΙΤΟΚΙΑ ΚΑΤΑΘΕΣΕΩΝ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ	67
ΠΙΝΑΚΑΣ 5 ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΥ & ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ 9Μ 2013	60
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	2
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	3
ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΚΑΙ ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	7
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΤΡΑΠΕΖΕΣ	
1.1. Εισαγωγή	8
1.2. Έννοια των Τραπεζών	8
1.3. Ο Ρόλος των Εμπορικών Τραπεζών στο Οικονομικό Κύκλωμα	10
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 : ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ	
2.1. Εισαγωγή	12
2.2. Γενικά	12
2.3. Ιστορική Αναδρομή στον Ελληνικό Τραπεζικό Χώρο	13

2.4. Ταμείο Χρηματοπιστωτικής Σταθερότητας (ΤΧΣ)	18
2.5. Μέλη του Ελληνικού Τραπεζικού Συστήματος	19
2.6. Ειδικότερα για τις Ελληνικές Εμπορικές Τράπεζες	
2.6.1. Οι Ελληνικές εμπορικές τράπεζες πριν τη δημιουργία συστημικών τραπεζών	20
2.6.2. Έννοια συστημικού και συστημικής τράπεζας.	21
2.6.3. Αναγκαιότητα δημιουργίας συστημικών τραπεζών.	22
2.6.4. Το τραπεζικό τοπίο όπως διαμορφώνεται μετά την δημιουργία των συστημικών τραπεζών.	24
2.7. Ο Εκσυγχρονισμός των Ελληνικών Τραπεζών	26

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 : ΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΣΤΟΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΧΩΡΟ

3.1. Εισαγωγή στην Έννοια του Μάρκετινγκ	29
3.1.1. Η σημασία του τραπεζικού Marketing	30
3.1.2 Μάρκετινγκ υπηρεσιών	30
3.1.3. Άμεσο Μάρκετινγκ (direct Marketing)	32
3.2. Η Προσφορά του Τραπεζικού Marketing	33
3.2.1. Η αναγκαιότητα ύπαρξης και ανάπτυξης του Τμήματος Marketing	35
3.2.2. Η διαδικτυακή έρευνα στην υπηρεσία του Marketing	37
3.2.3. Έρευνα για τον τραπεζικό κλάδο – Ιούνιος 2013	38
3.3 Τραπεζικός Ανταγωνισμός	39
3.3.1 Επένδυση του Μάρκετινγκ στο στοιχείο του ανταγωνισμού Επένδυση του Μάρκετινγκ στο Στοιχείο του Ανταγωνισμού	40

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ & ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ – ΔΙΚΤΥΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ

4.1. Χρηματοοικονομικά Προϊόντα	41
---------------------------------	----

4.1.1. Αποδοχή καταθέσεων	41
4.1.2. Χορηγήσεις κάθε μορφής	43
4.1.3. Μεταφορά (Κίνηση) κεφαλαίων	45
4.1.4. Έκδοση και διαχείριση μέσων πληρωμής	47
4.1.5. Εγγυήσεις και αναλήψεις υποχρεώσεων	48
4.1.6. Συναλλαγές για λογαριασμό του ιδίου του πιστωτικού ιδρύματος ή της πελατείας του	49
4.2. Δίκτυα Διανομής	55
4.2.1. Νέος προσανατολισμός στα δίκτυα διανομής τραπεζικών προϊόντων	59

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ

5.1. Συμπεράσματα	60
5.2. Προβλέψεις για το μέλλον των Ελληνικών τραπεζών	61

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	70
---------------------	----

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΚΑΙ ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Το Τραπεζικό Σύστημα μιας χώρας αποτελεί τη βάση της Οικονομίας της. Τα Χρηματοπιστωτικά Ιδρύματα – Τράπεζες, από τα οποία αποτελείται, είναι υπεύθυνα για την κάλυψη των αναγκών των δανειστών και των δανειζομένων είτε αυτοί είναι ιδιώτες είτε επιχειρήσεις. Καθώς, με την αποδοχή καταθέσεων και τη διάθεση Κεφαλαίων μέσω του δανεισμού και διαφόρων Επενδυτικών δραστηριοτήτων συμβάλλουν στην ανάπτυξη της χώρας και αποτελούν μέσα εφαρμογής της Νομισματικής της Πολιτικής.

Έτσι, καθίσταται σημαντικό, μέσω της παρούσας εργασίας, να διερευνηθούν και να καταγραφούν τα προϊόντα, οι υπηρεσίες καθώς και οι μέθοδοι με τις οποίες αυτά παρέχονται, ώστε να γίνει αντιληπτός ο τρόπος με τον οποίο αυτά τα Ιδρύματα λειτουργούν και μπορούν ν' αποτελέσουν το βασικό δομικό στοιχείο μιας ισχυρής και εξελισσόμενης οικονομίας και κατ' επέκταση κοινωνίας.

Στο κεφάλαιο 1 κάνουμε διαχωρισμό μεταξύ της έννοιας των Πιστωτικών και τον Χρηματοδοτικών ιδρυμάτων και αναφερόμαστε στις δραστηριότητές τους. Επίσης, ασχολούμαστε με το ρόλο των Εμπορικών Τραπεζών στο Οικονομικό κύκλωμα. Ακολουθώντας, στο κεφάλαιο 2 αναφερόμαστε στο Ελληνικό Τραπεζικό Σύστημα, κάνουμε μια ιστορική αναδρομή στον Ελληνικό Τραπεζικό χώρο, στις Εμπορικές Τράπεζες, από τις οποίες αυτό αποτελείτο, πριν και μετά την δημιουργία Συστημικών Τραπεζών στο χώρο, λόγω της οικονομικής κρίσης και του Ταμείου Χρηματοπιστωτικής Σταθερότητας, το οποίο επέβαλε τη δημιουργία τους, καθώς και στον εκσυγχρονισμό που έχει επέλθει σε αυτές τα τελευταία δεκαπέντε χρόνια. Εν συνεχεία στο κεφάλαιο 3 εξετάζουμε τη σημασία του Τραπεζικού Μάρκετινγκ, μελετάμε τον Τραπεζικό ανταγωνισμό, κατανοούμε την αναγκαιότητα ύπαρξης και ανάπτυξης του Τμήματος Marketing στις Τράπεζες και καταλήγουμε με την επένδυση του Marketing στο στοιχείο του ανταγωνισμού. Στο κεφάλαιο 4 καταγράφουμε πλήρως τα παρεχόμενα Χρηματοοικονομικά προϊόντα και υπηρεσίες τους καθώς και τα χρησιμοποιούμενα από τις τράπεζες Δίκτυα Διανομής. Τελειώνουμε, με το κεφάλαιο 5 όπου αναφερόμαστε σε συμπεράσματα και προβλέψεις για το μέλλον των Ελληνικών τραπεζών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΤΡΑΠΕΖΕΣ

1.1. Εισαγωγή

Στόχος του Κεφαλαίου είναι να αναφερθούμε στην έννοια των Τραπεζών, στις έννοιες Πιστωτικό και Χρηματοδοτικό ίδρυμα και στις δραστηριότητες τους και να τις διαχωρίσουμε, καθώς και στον ρόλο που διαδραματίζουν οι Εμπορικές Τράπεζες, στις οποίες βεβαίως αναπτύσσεται το στοιχείο του Μάρκετινγκ, στο Οικονομικό Κύκλωμα, μέσω της Αποταμίευσης και της Επένδυσης, με σκοπό να κατανοήσουμε τη θέση που κατέχουν οι Τράπεζες στην οικονομία μίας χώρας.

1.2. Έννοια των Τραπεζών

Οι Τράπεζες είναι πιστωτικά ιδρύματα. Σύμφωνα με το Ν. 2076/1992 για την "ανάληψη και άσκηση δραστηριότητας πιστωτικών ιδρυμάτων κ.α. συναφείς διατάξεις", ο οποίος είναι προσαρμοσμένος στη 2η Τραπεζική Οδηγία του Συμβουλίου της Ε.Ο.Κ. Αριθ. 646 του 1989, γίνεται διάκριση ανάμεσα στα πιστωτικά ιδρύματα και τα χρηματοδοτικά ιδρύματα.

Πιστωτικό ίδρυμα είναι επιχείρηση, του τριτογενούς τομέα παραγωγής, η δραστηριότητα της οποίας συνίσταται:

- στην αποδοχή καταθέσεων ή άλλων επιστρεπτέων κεφαλαίων (π.χ. αξιογράφων) από το κοινό και
- στη χορήγηση πιστώσεων για λογαριασμό τους.

Χρηματοδοτικό ίδρυμα είναι η επιχείρηση, η οποία δεν είναι πιστωτικό ίδρυμα

(δηλ. δεν μπορεί να δεχθεί καταθέσεις του κοινού) και της οποίας η κύρια δραστηριότητα συνίσταται σε τοποθετήσεις σε τίτλους ή άλλη, όπως:

- οι Επενδύσεις Χαρτοφυλακίου
- η Διαχείριση Αμοιβαίων Κεφαλαίων
- η Χρηματοδοτική Μίσθωση (Leasing)
- η Πρακτορεία Επιχειρηματικών Απαιτήσεων (Factoring)
- η διακίνηση Πιστωτικών και Χρεωστικών καρτών
- η διακίνηση της Καταναλωτικής πίστης και
- η παροχή επιχειρηματικού κεφαλαίου (Venture Capital)

Το χρηματοδοτικό ίδρυμα δεν είναι πιστωτικό ίδρυμα, ενώ το πιστωτικό ίδρυμα (τράπεζα) έχει ευρύτερη έννοια και μπορεί να εκτελεί άμεσα ή έμμεσα (μέσω θυγατρικής του εταιρίας) όλες τις δραστηριότητες του χρηματοδοτικού ιδρύματος.

Οι εμπορικές τράπεζες όπως και οι άλλες επιχειρήσεις λειτουργούν με σκοπό το κέρδος. Συγκεντρώνουν κεφάλαια προσελκύοντας τους καταθέτες-αποταμιευτές με την παροχή διαφόρων χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών και με την πληρωμή ενός επιτοκίου. Τα κεφάλαια αυτά που συγκεντρώνουν προσπαθούν να τα επενδύσουν και να τα δανείσουν σε ιδιώτες, επιχειρήσεις κλπ., με σκοπό να επιτύχουν τη μεγαλύτερη απόδοση με τον μικρότερο δυνατό κίνδυνο. Η κερδοφορία των τραπεζών βασίζεται στην λεγόμενη "ψαλίδα", δηλαδή τη διαφορά ανάμεσα στο επιτόκιο δανεισμού και στο επιτόκιο καταθέσεων αφού πρώτα αφαιρεθούν οι δαπάνες λειτουργίας τους. Έτσι αν για παράδειγμα μία τράπεζα χορηγεί ένα δάνειο με επιτόκιο 9% και δέχεται κατάθεση με ετήσιο επιτόκιο 2% η διαφορά αυτή (7%) αποτελεί την ψαλίδα που οδηγεί στα κέρδη της τράπεζας. Επίσης, οι τράπεζες αποκομίζουν κέρδη και από προμήθειες ή από συμμετοχές και επενδύσεις. Ωστόσο η κύρια λειτουργία τους έγκειται στον δανεισμό (χορηγήσεις και καταθέσεις) (<http://el.wikipedia.org>). Τα κέρδη αυτά, όπως και στις άλλες επιχειρήσεις, διανέμονται ή αποθεματοποιούνται για την επέκταση των τραπεζών.

1.3. Ο Ρόλος των Εμπορικών Τραπεζών στο Οικονομικό Κύκλωμα

Τα τραπεζικά ιδρύματα παίζουν σπουδαίο ρόλο στην λειτουργία του οικονομικού συστήματος. Η στρατηγική τους θέση μεταξύ των οικονομικών μονάδων που προσφέρουν και των ατόμων που ζητούν κεφάλαια, καθώς και η δυνατότητα τους να δημιουργούν χρήμα, έχει άμεσες επιπτώσεις στην λειτουργία του οικονομικού συστήματος και στη διόρθωση των διαφόρων οικονομικών διαταραχών, όπως ο πληθωρισμός, η ανεργία κλπ.

Αποταμίευση και Επένδυση

Στο απλό μοντέλο της κυκλικής ροής της οικονομίας υποθέτουμε ότι τα νοικοκυριά καταναλώνουν όλο τους το εισόδημα. Στην πράξη αυτό δεν συμβαίνει, διότι ένα μέρος του εισοδήματος τους αποταμιεύεται στις τράπεζες.

Αποταμίευση. Θεωρείται η εκροή από την κυκλική ροή του χρήματος, διότι το εισόδημα που αποταμιεύεται αποσύρεται από το κύκλωμα. Οι εκροές μειώνουν το επίπεδο της οικονομικής δραστηριότητας του συστήματος. Για παράδειγμα, όλοι ξέρουμε πως τα νοικοκυριά δεν ξοδεύουν όλο τους το εισόδημα αλλά ένα μέρος από αυτό το διατηρούν ως αποταμίευση. Η αποταμίευση σημαίνει αποχή από την τρέχουσα κατανάλωση και αύξηση της ικανότητας για μελλοντική κατανάλωση. Οι άνθρωποι μπορούν να αποταμιεύσουν μέρος του εισοδήματός τους ανοίγοντας έναν καταθετικό λογαριασμό σε μία τράπεζα. Η αποταμίευση είναι γνωστή ως εκροή από το οικονομικό κύκλωμα καθώς είναι εισόδημα που ελήφθη από το κύκλωμα, αλλά δεν επιστρέφει σε αυτό με τη μορφή της καταναλωτικής δαπάνης.

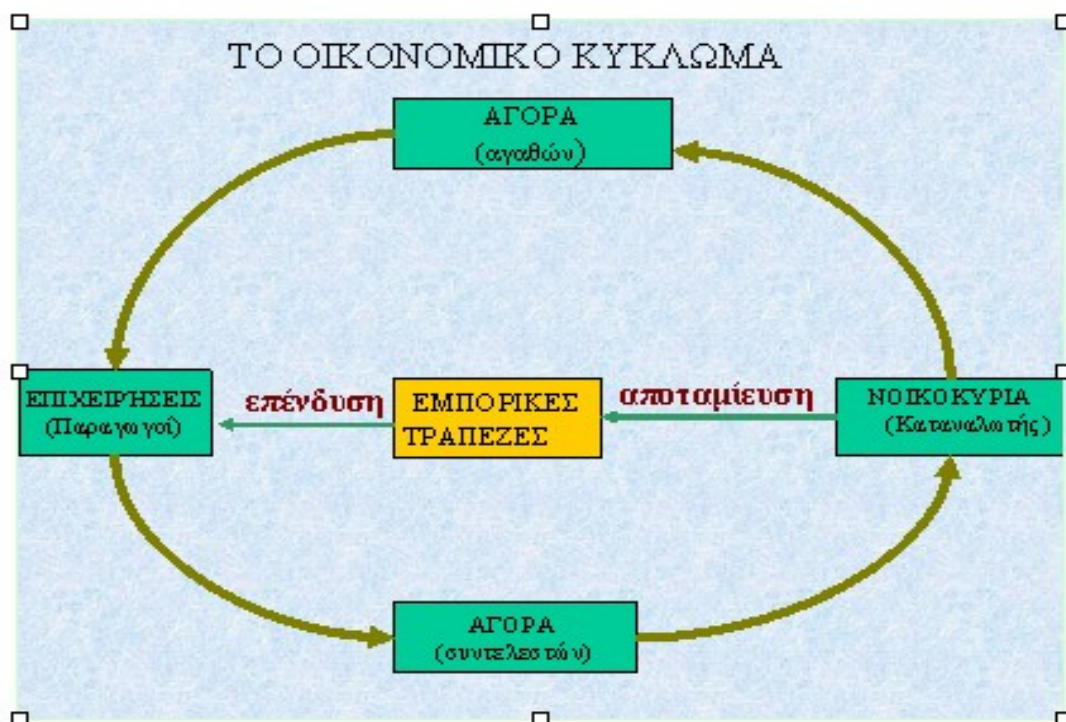
Αν τα νοικοκυριά δεν ξοδέψουν όλο τους το εισόδημα, τότε οι επιχειρήσεις θα συσσωρεύουν απούλητα αποθέματα αγαθών με αποτέλεσμα αργά ή γρήγορα να αναγκαστούν να μειώσουν την παραγωγή τους. Μείωση της παραγωγής

σημαίνει ότι οι επιχειρήσεις θα έχουν μικρότερη ανάγκη για συντελεστές της παραγωγής και επομένως λιγότερα εισοδήματα θα διανεμούν στα νοικοκυριά.

Γίνεται φανερό πως η αποταμίευση περιορίζει την ποσότητα του χρήματος που κυκλοφορεί στην οικονομία, γεγονός που περιορίζει την παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών.

Επένδυση. Όμως, οι επιχειρήσεις που πάντοτε αναζητούν κεφάλαια είναι πρόθυμες να δανειστούν από τις τράπεζες, που συγκεντρώνουν τις αποταμιεύσεις των νοικοκυριών. Οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν τα κεφάλαια που δανείζονται για να αγοράσουν μηχανήματα και αλλά μέσα παραγωγής, ώστε να βελτιώσουν την ποσότητα και την ποιότητα της παραγωγής τους. Αυτή η δαπάνη είναι γνωστή ως επένδυση και αποτελεί εισροή στην οικονομία, διότι αυξάνει τη ροή χρήματος σε αυτήν, με την προϋπόθεση ότι η αξία της συνολικής επένδυσης είναι ίση με την αξία της αποταμίευσης οπότε η οικονομία βρίσκεται σε ισορροπία.

Καταλήγουμε λοιπόν στο γεγονός ότι οι Εμπορικές Τράπεζες είναι ο συνδετικός κρίκος μεταξύ νοικοκυριών και επιχειρήσεων και χωρίς την ύπαρξή τους θα αντιμετωπίζαμε πρόβλημα στη ροή του οικονομικού κυκλώματος όπως φαίνεται και στο Σχήμα που ακολουθεί.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ

2.1. Εισαγωγή

Στο κεφάλαιο που ακολουθεί αναφερόμαστε γενικά στον Τραπεζικό Τομέα, κάνουμε μία Ιστορική Αναδρομή στον Ελληνικό τραπεζικό χώρο, παρουσιάζουμε το ρόλο που καλείτε να διαδραματίσει το Τραπεζικό μας σύστημα εν μέσω της ελληνικής οικονομικής κρίσης, καταγράφουμε τα Μέλη του Τραπεζικού μας συστήματος, κάνοντας αναφορά στις Εμπορικές Τράπεζες, οι οποίες το αποτελούσαν, πριν τη δημιουργία των 4 Συστημικών Τραπεζών που δημιουργήθηκαν εν έτη 2013 και ασχολούμαστε ιδιαίτερα με την παρουσίαση της σημερινής του μορφής. Φυσικά, απώτερος σκοπός μας είναι να συνειδητοποιήσουμε ότι είναι απαραίτητος ο εκσυγχρονισμός των Εμπορικών Τραπεζών ώστε να γίνουν αποτελεσματικότερες μέσω διαφόρων τεχνικών και ειδικότερα της ορθής χρήσης του Μάρκετινγκ.

2.2. Γενικά

Ο τραπεζικός τομέας είχε απελευθερωθεί σε μεγάλο βαθμό στη χώρα μας μετά το 1987 και μέχρι πρότινος ήταν σχεδόν ανεξάρτητος από κρατικές παρεμβάσεις. Στη σύγχρονη επιχειρηματική πραγματικότητα ο τραπεζικός κλάδος αναπτυσσόταν διαρκώς και αποτελούσε έναν από τους πιο κερδοφόρους κλάδους της Ελληνικής οικονομίας. Την δεκαετία 1998 -2008, οι αλλαγές που πραγματοποιήθηκαν στο σύνολο των χρηματοπιστωτικών οργανισμών, ήταν ριζικές και ειδικότερα το φαινόμενο των εξαγορών και των συγχωνεύσεων είχε πάρει μεγάλες διαστάσεις και στο Ελληνικό τραπεζικό σύστημα.

Ο ανταγωνισμός σε παγκόσμιο επίπεδο εντείνεται καθημερινά, με αποτέλεσμα

οι τράπεζες να επιδιώκουν συνεχώς να προσαρμόζονται στα νέα δεδομένα, και να στοχεύουν με τις ακολουθούμενες πολιτικές τους στην βελτίωση της αποδοτικότητάς τους. Έτσι, πολλές φορές για να ισχυροποιήσουν την ηγετική τους θέση στην Ελληνική αγορά, αλλά και να αποκτήσουν μερίδιο αγοράς σε αγορές του εξωτερικού (π.χ. Βαλκάνια) προβαίνουν σε διαδικασίες ενοποίησης (εξαγορές, συγχωνεύσεις, στρατηγικές συμμαχίες) εντός του κλάδου που δραστηριοποιούνται.

2.3. Ιστορική Αναδρομή στον Ελληνικό Τραπεζικό Χώρο

Αν κάνουμε μία σύντομη ιστορική αναδρομή στο παρελθόν του Ελληνικού Τραπεζικού χώρου, με ελάχιστες εξαιρέσεις θα διαπιστώσουμε τα εξής δεδομένα: Οι Ελληνικές Τράπεζες και η Citibank μονοπωλούσαν την Ελληνική Αγορά για 40 περίπου χρόνια! Η ροή των εργασιών, πέρα από τις αναχρονιστικές εγκυκλίους και τους αναρίθμητους κανονισμούς της Τράπεζας της Ελλάδος, λειτουργούσε γραφειοκρατικά και αντιπαραγωγικά. Όσον αφορά τις ετήσιες αυξήσεις των εργασιών, αυτές έρχονταν μόνες τους. Τα κέρδη συγκρινόμενα με αυτά αμερικανικών τραπεζών ήταν αρκετά μειωμένα, κυρίως λόγω του υπεράριθμου προσωπικού.

Διεύθυνση Μάρκετινγκ δεν είχε καμία Τράπεζα, τουλάχιστον μέχρι πριν από μερικά χρόνια. Οι Ελληνικές Τράπεζες μέχρι πρόσφατα ουδέποτε αντιμετώπισαν τον ανταγωνισμό που αντιμετώπιζαν άλλες Τράπεζες σε άλλες χώρες της Δύσης. Στη χώρα μας ο «απειλητικός» ανταγωνισμός των κρατικών Τραπεζών και των δύο ιδιωτικών εμφανίστηκε έπειτα από την ίδρυση της Eurobank (1990). Η παρουσία της και η επιθετικότητά της έγιναν τόσο αισθητές, σε σημείο που η Εθνική Τράπεζα να βγάλει «ανακοίνωση προστασίας» της Alpha Bank από οποιαδήποτε προσπάθεια ελέγχου της πλειοψηφίας των μετοχών της. Παρόμοιες δηλώσεις απαγορεύονται όταν οι εμπλεκόμενες εταιρείες είναι εισηγμένες στο Χρηματιστήριο. (ΕΠΙΣΤΙΜΟΝΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ, Τεύχος Δεκεμβρίου 2002)

Η νοοτροπία των Τραπεζιτών μέχρι τότε ήταν εγκλωβισμένη στις επιτυχίες και στα κέρδη τους, κυρίως λόγω της εντυπωσιακής ανάπτυξης της Ελληνικής Επιχειρηματικής Αγοράς της τελευταίας τριακονταετίας. Τα ποσά που εισέρεαν από την Ε.Ε. μαζί με την ανάπτυξη του Εμπορίου και το σημαντικότερο λόγω της νοοτροπίας του συντηρητικού Έλληνα νοικοκύρη. Από το 1950 έως το 1980 περίπου, ζούσε πολύ συντηρητικά επηρεαζόμενος από τη δυστυχία του πολέμου και του Εμφυλίου και αποταμίευε τη δραχμή του μία μία για να αγοράσει κάποιο ακίνητο, είτε για τα παιδιά του είτε για τα γηρατειά του. Μέχρι πρόσφατα, τα σπίτια αγοράζονταν τοις μετρητοίς! Η πίστωση αν γινόταν, εδίδετο κυρίως από τους κατασκευαστές και αφορούσε το 20-30% της αξίας του ακινήτου.

Από τις αρχές της δεκαετίας του '90, τέσσερα κρίσιμα γεγονότα επέφεραν σημαντικές αλλαγές στο Τραπεζικό Σύστημα:

- *Η Απελευθέρωση των Επιτοκίων*, η οποία είχε σαν αποτέλεσμα τον προσδιορισμό των επιτοκίων από τις δυνάμεις της Αγοράς και όχι από την Κεντρική Τράπεζα.
- *Η κατάργηση των διαφόρων πιστωτικών κανόνων*, η οποία ανάγκασε τις τράπεζες να χρησιμοποιούν ένα ποσοστό των καταθέσεών τους για τη χρηματοδότηση κάποιων δημόσιων ή μη Επιχειρήσεων.
- *Η απελευθέρωση της κίνησης των κεφαλαίων*, η οποία επιτρέπει στα πιστωτικά ιδρύματα να επενδύουν ελεύθερα σε διεθνή χρηματοπιστωτικά Προϊόντα με συνέπεια καλύτερες Αποδόσεις.
- *Η ελεύθερη είσοδος των Τραπεζικών Ιδρυμάτων από την Ευρωπαϊκή Ένωση*. Σε ένα τραπεζικό περιβάλλον που γίνεται καθημερινά περισσότερο ανταγωνιστικό, η Αποτελεσματικότητα των Τραπεζών καθίσταται αναγκαία για την επιβίωσή τους (Αθανάσιος Νούλας - Πασχαλίνα Καραμπάση, *EPISTIMONIKO MARKETING*, Τεύχος Οκτωβρίου 2006).

Από την άλλη μεριά τα Ελληνικά νοικοκυριά κέρδισαν πολλά χρήματα λόγω του εμπορίου και της παροχής διαφόρων υπηρεσιών και δημιούργησαν ένα εύφορο καθεστώς και μια συντηρητική ισχυρή οικονομία-παραοικονομία, η οποία θα

μπορούσε να παρομοιαστεί με ένα παρθένο έδαφος στο οποίο θα μπορούσαν να φυτευτούν και να καρποφορήσουν πολλών ειδών επιχειρηματικοί σπόροι. Μόνο την αγορά των στεγαστικών δανείων να υπολογίσουμε, η οποία είχε ξεκινήσει δυναμικά περίπου από το 2002 και τα 600 επαγγέλματα που επηρεάζονταν από αυτήν, μπορούσαμε να ελπίζουμε σε πολύ καλύτερες μέρες για τον Τραπεζικό κλάδο στη χώρα μας και για την οικονομία μας γενικότερά. Αφήνουμε την αγορά των καταναλωτικών δανείων, τις κάρτες, τα δάνεια αυτοκινήτων, τα νέα προϊόντα, όπως είναι τα Ασφαλιστικά και άλλα.

Σύμφωνα με έρευνα του Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου, οι ελληνικές τράπεζες αποκόμιζαν υπερκέρδη από το μεγάλο άνοιγμα της ψαλίδας ανάμεσα στα επιτόκια χορηγήσεων και καταθέσεων. Η διαφορά αυτή ήταν από τις υψηλότερες στην Ευρωπαϊκή Ένωση και αποτελούσε τον κύριο λόγο για τα κέρδη-μαμούθ που ανακοίνωναν οι ελληνικές τράπεζες τα τελευταία χρόνια. Οι ελληνικές τράπεζες ήταν από τις ακριβότερες στην Ευρώπη στα δάνεια προς ιδιώτες, ενώ είχαν προσαρμόσει τα επιτόκια καταθέσεων σε επίπεδα αντίστοιχα με αυτά του ευρωπαϊκού μέσου όρου. Την ίδια στιγμή οι υψηλές προμήθειες που επέβαλαν στις περισσότερες συναλλαγές – φαινόμενο που εντάθηκε τα τελευταία χρόνια – αποτελούσαν μια επιπλέον πηγή για τα κέρδη των τελευταίων ετών. Σύμφωνα με τους αναλυτές, τα υψηλά περιθώρια κέρδους και όχι η Αποτελεσματικότητα των ελληνικών τραπεζών ήταν ο λόγος της αυξημένης κερδοφορίας των τελευταίων ετών (*Αθανάσιος Νούλας - Πασχαλίνα Καραμπάση, EPISTIMONIKO MARKETING, Τεύχος Οκτωβρίου 2006*).

Επομένως, η κρίση των Τραπεζών εν έτη 2007-2008 φάνταζε προσωρινή, ενώ οι προοπτικές παρουσιάζονταν ευοίωνες άρα και ο ανταγωνισμός μεταξύ τους προβλεπόταν να ενταθεί. Οι περιστάσεις τις ανάγκαζαν να στραφούν λίγο και στο Στρατηγικό Σχεδιασμό των επόμενων τουλάχιστον δυο ετών όπου και αναμενόταν να ομαλοποιηθεί η Παγκόσμια οικονομική κρίση την οποία διανύαμε, κάτι που δεν είχαν ανάγκη να κάνουν στο παρελθόν. Η ψαλίδα των κερδοφόρων επιτοκίων στο παρελθόν ήταν τεράστια για τα ευρωπαϊκά δεδομένα, καθώς και εκείνη η νομοθεσία που επέτρεπε τα πανωτόκια. Αυτές οι συγκυρίες κακόμαθαν τις Τράπεζες στο εύκολο κέρδος. Αργότερα αντέγραψαν

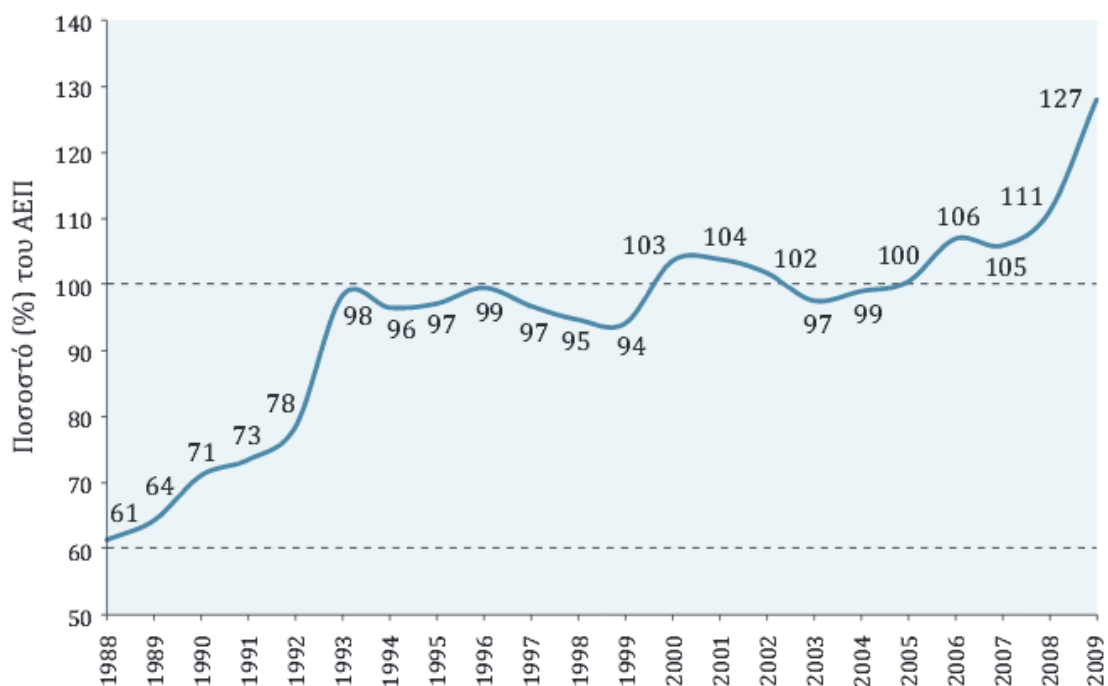
και τις Αμερικανικές Τράπεζες, οι οποίες είναι πρωτοπόρες στις χρεώσεις όλων ανεξαιρέτως των Τραπεζικών Υπηρεσιών, κάτι που οι Ελληνικές Τράπεζες στο παρελθόν προσέφεραν δωρεάν.

Τα πράγματα όμως άλλαξαν από το 2009 για την Ελληνική οικονομία και κατ' επέκταση για τις Τράπεζες, λόγω της εκτίναξης του Ελληνικού Δημοσίου Χρέους στα 299 δισεκατομμύρια ευρώ που αντιστοιχούσε στο 127% του ΑΕΠ (βλ. Διαγράμματα 1 & 2), δηλαδή σε επίπεδα πολύ πάνω από αυτά που θα καθιστούσαν το δημόσιο χρέος βιώσιμο. Η ελληνική κυβέρνηση αδυνατούσε να δανειστεί με λογικά επιτόκια από τις αγορές για τη χρηματοδότηση του τρέχοντος δημοσιονομικού ελλείμματος και την αναχρηματοδότηση του χρέους. Αποτέλεσμα ήταν ο άμεσος κίνδυνος χρεοκοπίας και στάσης πληρωμών του Ελληνικού Δημοσίου. Η προσπάθεια της κυβέρνησης να ανακτήσει την αξιοπιστία της χώρας στις διεθνείς αγορές και να πετύχει μείωση των επιτοκίων οδήγησε σε λήψη μέτρων μείωσης των δαπανών, τα οποία δεν κατάφεραν να ανατρέψουν το αρνητικό κλίμα. Κατόπιν αυτών η Ελλάδα κατέφυγε στη βοήθεια του Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου (ΔΝΤ), της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Ε.Ε.) και της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας (ΕΚΤ), που συγκρότησαν από κοινού μηχανισμό βοήθειας για την Ελλάδα. Η ανακοίνωση της προσφυγής στον μηχανισμό στήριξης έγινε στις 23 Απριλίου 2010. Η Ελλάδα προχώρησε σε υπογραφή Μνημονίου με το ΔΝΤ και την ΕΕ, για τα μέτρα που έπρεπε να ληφθούν, προκειμένου να ενεργοποιηθεί ο μηχανισμός στήριξης. Η χρηματοδότηση από τον μηχανισμό στήριξης έγινε υπό τους όρους ότι η Ελλάδα θα λάβει μέτρα δημοσιονομικής προσαρμογής και, ειδικότερα, υπό τους όρους ότι θα λάβει μέτρα δημοσιονομικής εξυγίανσης. Με τη χρηματοδότηση από το μηχανισμό αποφεύχθηκε ο άμεσος κίνδυνος χρεοκοπίας της Ελλάδας, που θα είχε πιθανές ανεξέλεγκτες συνέπειες και για όλη τη ζώνη του ευρώ. Τα πρώτα μέτρα ανακοινώθηκαν από τον πρωθυπουργό την Κυριακή 2 Μαΐου 2010. Η Ελληνική Οικονομία συνέχισε να βρίσκεται σε κατάσταση δημοσιονομικής ανισορροπίας και το επόμενο διάστημα με αποτέλεσμα ένα χρόνο μετά, τον Ιούνιο του 2011, η κυβέρνηση να καταφύγει στην ψήφιση του "Μεσοπρόθεσμου προγράμματος", που περιελάμβανε νέα μέτρα λιτότητας και

περικοπές. (<http://el.wikipedia.org>) καθώς και στην ψήφιση του “Μνημονίου 2” τον Μάρτιο του 2012

Απόρροια όλων των παραπάνω γεγονότων ήταν να δημιουργηθεί το Ταμείο Χρηματοπιστωτικής Σταθερότητας (ΤΧΣ) με σχέδιο νόμου του Υπουργείου Οικονομικών, το οποίο είναι ένας μηχανισμός για την ενίσχυση της ρευστότητας και την εξασφάλιση της διατήρησης σταθερότητας στο ελληνικό τραπεζικό σύστημα, δημιουργώντας τις θεσμικές προϋποθέσεις ώστε όταν παρίσταται ανάγκη, να υπάρχει κεφαλαιακή ενίσχυση των τραπεζών.

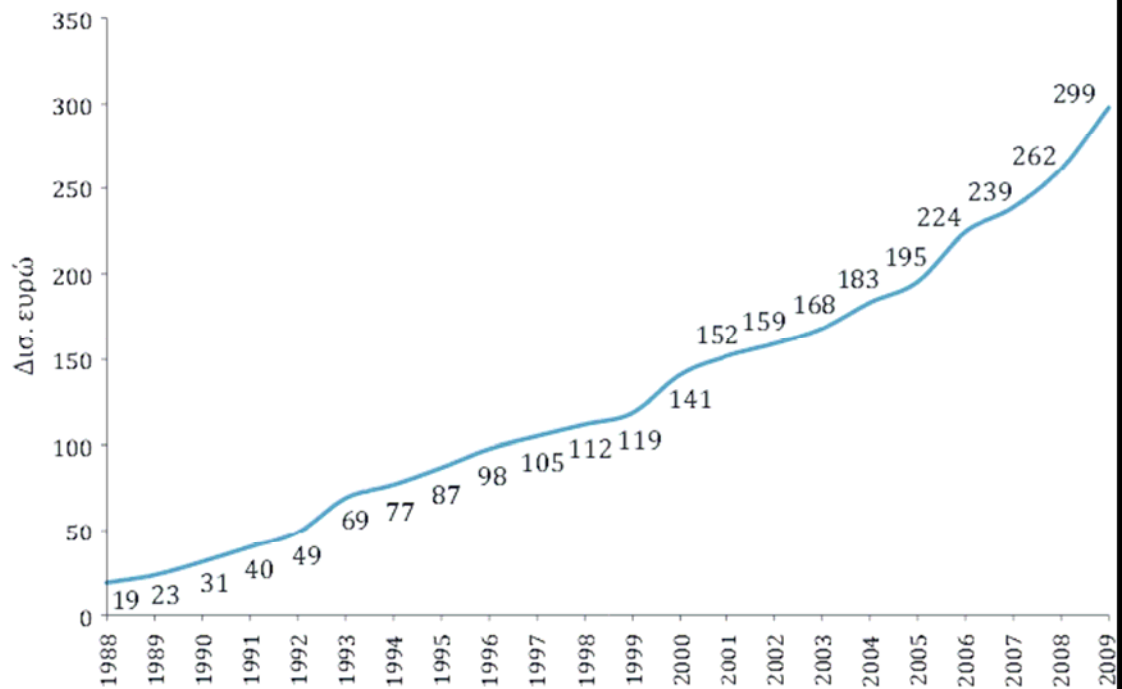
Διάγραμμα 1: Δημόσιο χρέος ως ποσοστό (%) του ΑΕΠ, Ελλάδα, 1988-2009



Πηγή: AMECO

http://www.levyinstitute.org/pubs/sr_01_12.pdf

Διάγραμμα 2: Δημόσιο χρέος σε δισ. ευρώ, Ελλάδα, 1988-2009



<http://www.ineobservatory.gr/sitefiles/files/meleti12.pdf>

(AKIS TRIANTAS, ΓΙΑ ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΔΗΜΟΣΙΟ ΧΡΕΟΣ.pdf /10-11-13, www.scribd.com)

2.4. Ταμείο Χρηματοπιστωτικής Σταθερότητας (ΤΧΣ)

Δραστηριότητα. Το Ταμείο Χρηματοπιστωτικής Σταθερότητας ιδρύθηκε τον Ιούλιο του 2010 (Ν. 3864/2010) ως νομικό πρόσωπο ιδιωτικού δικαίου, το οποίο δεν ανήκει στο δημόσιο τομέα, διαθέτει διοικητική και οικονομική αυτοτέλεια, λειτουργεί αμιγώς κατά τους κανόνες της ιδιωτικής οικονομίας και διέπεται από τις διατάξεις του ιδρυτικού νόμου όπως ισχύει.

Ο σκοπός του Ταμείου είναι η διατήρηση της σταθερότητας του ελληνικού τραπεζικού συστήματος, μέσω της ενίσχυσης της κεφαλαιακής επάρκειας των πιστωτικών ιδρυμάτων, συμπεριλαμβανομένων και θυγατρικών αλλοδαπών πιστωτικών ιδρυμάτων, εφόσον λειτουργούν νόμιμα στην Ελλάδα κατόπιν άδειας της Τράπεζας της Ελλάδος και μέσω της κεφαλαιακής ενίσχυσης μεταβατικών πιστωτικών ιδρυμάτων που συστήνονται σύμφωνα με το άρθρο 63Ε του Ν. 3601/2007.

Μέλη – Θητεία. Η Εκτελεστική Επιτροπή είναι τριμελής. Δύο εκ των μελών της, συμπεριλαμβανομένου του Διευθύνοντος Συμβούλου, επιλέγονται μεταξύ προσώπων με διεθνή εμπειρία σε τραπεζικά θέματα ή σε θέματα εξυγίανσης πιστωτικών ιδρυμάτων. Ένα εκ των μελών της Εκτελεστικής Επιτροπής υποδεικνύεται από τη Τράπεζα της Ελλάδος. Τα μέλη της Εκτελεστικής Επιτροπής επιλέγονται από ειδική προς τούτο επιτροπή αποτελούμενη από ισάριθμους εκπροσώπους του Υπουργείου Οικονομικών και της Τράπεζας της Ελλάδος, ύστερα από δημόσια πρόσκληση ενδιαφέροντος. Εκπρόσωποι της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας δύνανται να συμμετέχουν στην Εκτελεστική Επιτροπή. Τα μέλη της Εκτελεστικής Επιτροπής διορίζονται, με απόφαση του Υπουργού Οικονομικών για πενταετή θητεία, με δυνατότητα ανανέωσης, μη δυνάμενη να υπερβεί την οριζόμενη στην παρ. 2 του άρθρου 2 του Ν. 3864/2010 ημερομηνία, ως ισχύει. Τα μέλη της Εκτελεστικής Επιτροπής δύνανται να παύονται, με απόφαση του Υπουργού Οικονομικών, και πριν τη λήξη της θητείας τους, εφόσον κατά τη διάρκειά της συντρέξουν στο πρόσωπό τους παράγοντες που τους καθιστούν μη επιλέξιμους με βάση τα άρθρα 6 και 7 του Νόμου 3864/2010, ως ισχύει.

2.5. Μέλη του Ελληνικού Τραπεζικού Συστήματος

Στην Ελλάδα το τραπεζικό σύστημα αποτελείται από την Κεντρική Τράπεζα (Τράπεζα της Ελλάδος), τις εμπορικές τράπεζες, τις συνεταιριστικές τράπεζες και από διάφορους ειδικούς πιστωτικούς οργανισμούς.

Η Τράπεζα της Ελλάδος που λειτουργεί ως η κεντρική Τράπεζα της χώρας, είναι μέλος του Ευρωπαϊκού Συστήματος Κεντρικών Τραπεζών (ΕΣΚΤ) και πρωταρχικός της σκοπός είναι η επιδίωξη της σταθερότητας των τιμών. Είναι υπεύθυνη για την ομαλή λειτουργία της τραπεζικής αγοράς και είναι αυτή που εφαρμόζει την εκάστοτε νομισματική πολιτική που πρέπει να ακολουθηθεί.

Οι εμπορικές τράπεζες έχουν πλέον μετατραπεί σε πολυσύνθετες επιχειρήσεις αφού προσφέρουν μία τεράστια γκάμα χρηματοοικονομικών προϊόντων και υπηρεσιών από δάνεια μέχρι επενδυτικά προγράμματα (π.χ. αμοιβαία κεφάλαια) και ασφάλειες. Με άλλα λόγια δεν περιορίζονται μόνο στην παροχή καθαρά τραπεζικών προϊόντων, αλλά προσφέρουν και προϊόντα/ υπηρεσίες χρηματοοικονομικής και επενδυτικής φύσεως.

Η τρίτη κατηγορία του Ελληνικού τραπεζικού συστήματος αφορά τις λεγόμενες συνεταιριστικές τράπεζες. Αυτές είναι τράπεζες τοπικού χαρακτήρα που επιδιώκουν την ανανέωση των αποταμιευτικών πόρων της περιοχής που δραστηριοποιούνται, δηλαδή με άλλα λόγια την ενίσχυση της οικονομίας της κάθε περιοχής.

Τέλος, οι ειδικοί πιστωτικοί οργανισμοί, όπως το Ταμείο Παρακαταθηκών και Δανείων κ.ά. διεξάγουν συγκεκριμένες τραπεζικές εργασίες σε περιορισμένη κλίμακα.

2.6. Ειδικότερα για τις Ελληνικές Εμπορικές Τράπεζες

2.6.1. Οι Ελληνικές εμπορικές τράπεζες πριν τη δημιουργία συστημικών τραπεζών.

Θα πρέπει να επισημάνουμε ότι στο Ελληνικό Τραπεζικό Σύστημα μέχρι πρότινος υπήρχε ένας πολύ μικρός αριθμός χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων τα οποία κατείχαν μεγάλα μερίδια αγοράς στον κλάδο, δηλαδή παρατηρείται μεγάλος βαθμός συγκέντρωσης. Συγκεκριμένα, σε σύνολο 62 χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων (22 Ελληνικές τράπεζες, 21 τράπεζες του εξωτερικού, συμπεριλαμβανομένων τεσσάρων αμερικανικών τραπεζών, 15 συνεταιριστικές και 4 ειδικοί χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί), μόνο οι 2 μεγαλύτερες τράπεζες (Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος & Alpha Bank) κατείχαν σχεδόν το 50% στον τομέα των χορηγήσεων και του συνόλου του Ενεργητικού, στο σύνολο του τραπεζικού κλάδου μπορούμε να πούμε ότι η μεγαλύτερη από τις ελληνικές εμπορικές τράπεζες, ήταν η Εθνική τράπεζα της Ελλάδος, που

διαχειριζόταν περίπου το ένα τρίτο των τραπεζικών δραστηριοτήτων της χώρας.

Η έντονη κρατική παρουσία στον κλάδο των τραπεζών είτε με τη μορφή ιδιοκτησίας (Εθνική τράπεζα, Αγροτική τράπεζα κ.τ.λ.), είτε με τη μορφή ελέγχου, μειωνόταν με την πάροδο των χρόνων, αλλάζοντας έτσι τη δομή του Ελληνικού χρηματοπιστωτικού συστήματος.

2.6.2. Έννοιες συστημικού και συστημικής τράπεζας.

Συστημικό. Είναι ένας όρος που χρησιμοποιείται συχνά στην οικονομία και προσδιορίζει στην ουσία ότι κάτι είναι μεταδοτικό. Όταν χαρακτηρίζουμε για παράδειγμα την Ελλάδα συστημική, στην οικονομία εν καιρώ οικονομικής κρίσης, αυτό σημαίνει πως ό,τι κακό συμβεί στην οικονομία της, θα επηρεάσει και τις άλλες χώρες που εξαρτώνται από αυτήν. Εξαιτίας του κοινού νομίσματος και άλλων εξαρτήσεων, αν καταρρεύσει οικονομικά, τότε μπορεί να καταρρεύσουν κι άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή να έχουν σοβαρά προβλήματα στην οικονομία τους. (www.ti-einai.gr)

Συστημική τράπεζα. Είναι η τράπεζα η οποία αν για παράδειγμα καταρρεύσει, τότε θα υπάρξουν συνέπειες π.χ. σε άλλες τράπεζες ή και στο κράτος, κλπ. Η συστημική τράπεζα αν πάθει κάτι, τότε οι συνέπειες της μεταδίδονται και αλλού. Είναι μέλος ενός συστήματος έτσι δομημένου που όταν σταματάει να λειτουργεί αυτή μεταδίδει το πρόβλημα και στα υπόλοιπα μέλη. Ο όρος συστημικός αναφέρετε στο μεταδοτικός: ό,τι συμβαίνει σε κάποιον που είναι συστημικός, μεταδίδεται και αλλού, έτσι γίνεται και με τις συστημικές τράπεζες.

(www.ti-einai.gr)

2.6.3. Αναγκαιότητα δημιουργίας συστημικών τραπεζών.

Σύμφωνα με την Τράπεζα της Ελλάδος (“Εκθεση για την Ανακεφαλαιοποίηση και Αναδιάρθρωση του Ελληνικού Τραπεζικού Τομέα”, Δεκέμβριος 2012) εξαιτίας του ότι τα τελευταία χρόνια το σύνολο του ελληνικού τραπεζικού τομέα έχει επηρεαστεί καθοριστικά από τη συνδυαστική επίδραση:

- της αδυναμίας πρόσβασης στις διεθνείς αγορές και της εκροής καταθέσεων,
- των δυσμενών οικονομικών συνθηκών που προκάλεσαν επιδείνωση της ποιότητας των δανειακών χαρτοφυλακίων και
- της αναδιάρθρωσης του δημόσιου χρέους με τη συμμετοχή του ιδιωτικού τομέα (“PSI”).

Οι παράγοντες αυτοί άσκησαν ισχυρές πιέσεις στη ρευστότητα και την κεφαλαιακή βάση των ελληνικών τραπεζών, απειλώντας τη σταθερότητα του τραπεζικού συστήματος και την ευρωστία αρκετών τραπεζών.

Σε αυτό το δεδομένο πλαίσιο, η Τράπεζα της Ελλάδος και η πολιτεία προέβησαν σε σειρά ενεργειών που αποσκοπούσαν στην θωράκιση της χρηματοπιστωτικής σταθερότητας και της ασφάλειας των καταθέσεων. Μεταξύ των ενεργειών αυτών, κρίσιμη σημασία είχαν:

- η κάλυψη των βραχυπρόθεσμων αναγκών ρευστότητας των τραπεζών, με την παροχή δυνατότητας προσφυγής στο μηχανισμό έκτακτης χρηματοδότησης (“emergency liquidity assistance – ELA”),
- η διασφάλιση της επάρκειας των “Χρηματοδοτικών Πόρων” (Financial Envelope), δηλαδή των δημόσιων πόρων που προορίζονται για την κάλυψη της απαιτούμενης ανακεφαλαιοποίησης και του κόστους αναδιάρθρωσης του ελληνικού τραπεζικού τομέα την περίοδο 2012-2014, το ύψος των οποίων έχει εκτιμηθεί σε 50 δισεκ. ευρώ¹,
- η εξυγίανση αδύναμων τραπεζών, βάσει ενός διευρυμένου νομικού πλαισίου,
- η απαίτηση από όλες τις ελληνικές τράπεζες να αυξήσουν την κεφαλαιακή τους βάση σε ένα συντηρητικά εκτιμημένο επαρκές επίπεδο.

Στη διαδικασία αυτή, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα και το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο παρείχαν καθοδήγηση και διασφάλισαν τη συνέπεια με τους σκοπούς του Προγράμματος Οικονομικής Προσαρμογής. Παράλληλα, εταιρία διεθνούς κύρους παρείχε στην Τράπεζα της Ελλάδος συμβουλευτικές υπηρεσίες.

Η Τράπεζα της Ελλάδος εκπόνησε επίσης, το Μάρτιο του 2012, μελέτη στρατηγικής αξιολόγησης του τραπεζικού τομέα. Η μελέτη αξιολόγησε τις προοπτικές βιωσιμότητας των τραπεζών*, εφαρμόζοντας ένα πολύ ευρύτερο σύνολο κριτηρίων (τόσο εποπτικών όσο και επιχειρησιακών) και χρησιμοποιώντας χρηματοοικονομικά και εποπτικά στοιχεία**. Από τη μελέτη προέκυψαν τέσσερις “συστημικές τράπεζες” – η Εθνική Τράπεζα, η Eurobank, η Alpha Bank και η Τράπεζα Πειραιώς, οι οποίες και κρίθηκαν κατάλληλες για δημόσια στήριξη.

Οι “μη συστημικές τράπεζες”, όπως προβλεπόταν στο Μνημόνιο Συνεννόησης του Δεκεμβρίου 2012 (Μνημόνιο), θα έπρεπε να ανακεφαλαιοποιηθούν από τον ιδιωτικό τομέα μέχρι το τέλος Απριλίου 2013. Σε διαφορετική περίπτωση, θα τίθονταν σε διαδικασία εξυγίανσης μέχρι το τέλος Ιουνίου 2013.

*. Κατά την έναρξη της εκτίμησης των κεφαλαιακών αναγκών τον Ιανουάριο του 2012, λειτουργούσαν 17 εμπορικές τράπεζες.

** Σύμφωνα με το Μνημόνιο Συνεννόησης του Μαρτίου 2012, η στρατηγική αξιολόγηση (αξιολόγηση βιωσιμότητας) του τραπεζικού τομέα θα διεξαγόταν “με τη χρήση ενός συνόλου ποσοτικών και ποιοτικών κριτηρίων. Τα κριτήρια θα περιλαμβάνουν ενδεικτικά και όχι περιοριστικά: την οικονομική επιφάνεια και προθυμία των μετόχων να εισφέρουν νέα κεφάλαια, την ποιότητα της διοίκησης και τα συστήματα διαχείρισης κινδύνου, τους δείκτες κεφαλαίου, ρευστότητας και αποδοτικότητας (τόσο ιστορικούς όσο και πρόδρομους), τις αξιολογήσεις κινδύνου των τραπεζών και ένα βιώσιμο επιχειρησιακό μοντέλο”.

2.6.4. Το τραπεζικό τοπίο όπως διαμορφώνεται μετά την δημιουργία των συστημικών τραπεζών.

Τελικά σήμερα μετά από μια σειρά συγχωνεύσεων τραπεζών, μέσω της διαδικασίας ανακεφαλαιοποίησης, καταλήξαμε μέσα σε ελάχιστο χρόνο να γίνει αυτό που φάνταζε αδιανόητο, ακόμα και στις αρχές του 2012, η εγχώρια τραπεζική ενοποίηση. Κι έτσι επετεύχθη η συγχώνευση 10 τραπεζών του κλάδου σε τέσσερις συστημικές τράπεζες, με τη βοήθεια του ΤΧΣ και της ΤτΕ (βλ. ΠΙΝΑΚΑ 1), κατάφεραν να συγκεντρώσουν σχεδόν 30 δισ. ευρώ από την Αύξηση των Μετοχικών τους Κεφαλαίων (ΑΜΚ) και τα κεφάλαια του Ταμείου Χρηματοπιστωτικής Σταθερότητας. Επιπλέον, η αναδιάρθρωση των ελληνικών τραπεζών οδήγησε σε ρηξικέλευθες, για τα εγχώρια δεδομένα, συμφωνίες, μια εξ αυτών ήταν και η έκτη μεγαλύτερη στην Ευρώπη το α' εξάμηνο του 2013: Η απόκτηση της Eurobank από το ΤΧΣ έναντι 5,83 δισ. Ευρώ. Τρεις εκ των συστημικών τραπεζών που προέκυψαν, κατάφεραν να συγκεντρώσουν το 10% επί του συνόλου των κεφαλαίων τους που ήταν απαραίτητο για να αποφύγουν την κρατικοποίηση. Η Πειραιώς υπερέβην εαυτόν, καταφέρνοντας να συγκεντρώσει σχεδόν το 20% σε ιδιωτικά κεφάλαια, ήτοι 1,443 δισ. ευρώ. Η ανακεφαλαιοποίηση της Πειραιώς έφτασε τα 7,335 δισ. ευρώ. (Elaine Green, 09/2013, περιοδικό Forbes, <http://www.toxrima.gr>)

Στις αρχές του 2012, εκτός από τις τέσσερις συστημικές τράπεζες (Εθνική, Alpha, Eurobank και Πειραιώς), υπήρχαν ακόμα δέκα εμπορικές τράπεζες: Εμπορική, Αγροτική, Ταχυδρομικό Ταμιευτήριο, Millenium Γενική, Αττικής, Probank, Νέα Proton, FBB και Πανελλήνια.

Ειδικότερα, στα τέλη Ιουλίου 2012, η Τράπεζα Πειραιώς απέκτησε το «υγιές» τμήμα της Αγροτικής Τράπεζας, που ηλικιακά είχε φθάσει τα 83 της χρόνια. Τρεις μήνες αργότερα η Τράπεζα υπέγραψε συμφωνία με τη Societe Generale για την απόκτηση του συνολικού ποσοστού συμμετοχής (99%) της τελευταίας στη Γενική Τράπεζα, που είχε ιδρυθεί το 1937. Τον Μάρτιο του 2013 η Τράπεζα

Πειραιώς απέκτησε τις τραπεζικές δραστηριότητες στην Ελλάδα της Τράπεζας Κύπρου, της Cyprus Popular Bank (Λαϊκή) και της Ελληνικής Τράπεζας και λίγο αργότερα τη Millennium Bank. Όλες οι τράπεζες που απέκτησε η Τράπεζα Πειραιώς απορροφήθηκαν μέχρι το τέλος του 2013, ενώ η Γενική Τράπεζα θα εξακολουθήσει να λειτουργεί ως θυγατρική της, αναλαμβάνοντας βασικό ρόλο στον τομέα της αναδιάρθρωσης και διαχείρισης επισφαλών απαιτήσεων στο εγχώριο τραπεζικό σύστημα.

Τον Φεβρουάριο του 2013 η Alpha Bank αποκτά το σύνολο των μετοχών της Εμπορικής Τραπέζης, που είχε ιδρυθεί το 1907, και στα τέλη Ιουνίου του ίδιου έτους ολοκληρώνει τη νομική της συγχώνευση, ενώ σήμερα έχει ολοκληρωθεί και η διαδικασία πλήρους λειτουργικής ενοποίησης. Τον Δεκέμβριο του 2013, μετά την άπρακτη παρέλευση και των τριών προθεσμιών που είχαν δοθεί για την ανακεφαλαιοποίησή τους και με γνώμονα την προστασία των καταθέσεων των πελατών τους, η Τράπεζα της Ελλάδος προχώρησε στην ανάκληση της άδειας λειτουργίας των συνεταιριστικών τραπεζών Δυτικής Μακεδονίας, Δωδεκανήσου και Ευβοίας και στη μεταφορά του συνόλου των καταθέσεων στην Alpha Bank κατόπιν προσφοράς της τελευταίας σύμφωνα με την κατά νόμο διαγωνιστική διαδικασία για την εύρεση αναδόχου.

Τον Μάιο του 2013 η FBBank είχε περάσει στον όμιλο της Εθνικής Τράπεζας.

Επίσης, το Ταχυδρομικό Ταμιευτήριο (ΤΤ) διασπάστηκε σε «καλή» και «κακή» τράπεζα, όπου η «κακή» τέθηκε σε εκκαθάριση, ενώ η καλή πέρασε στο ΤΧΣ. Στα μέσα Ιουλίου 2013 η Eurobank απέκτησε το ΤΤ και τη Νέα Proton Bank.

Όσον αφορά την τράπεζα Αττικής, η οποία αποτελεί την πρώτη πλήρως ιδιωτική τράπεζα με την υποστήριξη του βασικού της μετόχου, του ΕΤΑΑ-ΤΣΜΕΔΕ (Ενιαίο Ταμείο Ανεξάρτητων Απασχολούμενων – Τομείς Μηχανικών & Εργοληπτιών Δημοσίων Έργων), η διαδικασία της κεφαλαιακής της ενίσχυσης

επετεύχθη κατά ποσό 398,8 εκατ. ευρώ, η οποία κατά το ήμισυ έλαβε χώρα με έκδοση νέων μετοχών με καταβολή μετρητών και κατά το ήμισυ με έκδοση μετατρέψιμου ομολογιακού δανείου (ΜΟΔ), ολοκληρώθηκε με απόλυτη επιτυχία την 28 η Ιουνίου 2013 και σε ότι αφορά την αύξηση του μετοχικού κεφαλαίου πιστοποιήθηκε την 2η Ιουλίου 2013.

Έτσι ο Όμιλος Πειραιώς, με μερίδιο αγοράς κοντά στο 30%, αναρριχήθηκε στην πρώτη θέση της ελληνικής αγοράς (βλ. ΠΙΝΑΚΑ 3), ενώ ακολουθούν η Alpha Bank στη δεύτερη, η Εθνική στην τρίτη, η Eurobank στην τέταρτη και στην πέμπτη η Τράπεζα Αττικής.

2.7. Ο εκσυγχρονισμός των Ελληνικών Τραπεζών

Από τα μέσα της δεκαετίας του 1980 καταβλήθηκαν συστηματικές προσπάθειες για τον εκσυγχρονισμό του ελληνικού τραπεζικού συστήματος, το οποίο χαρακτηριζόταν μέχρι τότε από έντονες στρεβλώσεις και εγγενείς αδυναμίες. Κωδικοποιημένα, οι βασικοί παράγοντες που συνέβαλαν, την τελευταία δεκαπενταετία, στο μετασχηματισμό του ελληνικού τραπεζικού συστήματος και την προσαρμογή του στις συνθήκες που διαμορφώνονται στην ενοποιημένη ευρωπαϊκή χρηματοπιστωτική Αγορά είναι:

- Η Θεσμική Απελευθέρωση του τραπεζικού συστήματος, με την κατάργηση των διοικητικών περιορισμών στις τιμές, τις ποσότητες και τη διάρθρωση του Πιστωτικού Τομέα.
- Η μεταβολή του Πλαισίου Κανόνων και εποπτείας των τραπεζών, με την απορύθμιση βασικών πτυχών λειτουργίας του τραπεζικού συστήματος.
- Η ενίσχυση των ρυθμών ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας και η

επίτευξη μακροοικονομικής σταθερότητας, με την εμφάνιση και διατήρηση χαμηλών επιτοκίων, τόσο σε ονομαστικούς όσο και σε πραγματικούς όρους.

- Η ταχεία τεχνολογική πρόοδος στον τομέα των επικοινωνιών και της Πληροφορικής, η αυξανόμενη ενοποίηση των διεθνών Αγορών χρήματος και Κεφαλαίου, καθώς και οι μεταβολές των αναγκών των επιχειρήσεων και των νοικοκυριών για τραπεζικά προϊόντα και υπηρεσίες.

Οι τράπεζες στην προσπάθειά τους να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις του διεθνούς επιχειρηματικού περιβάλλοντος, εκτός από τις ακολουθούμενες στρατηγικές ενοποίησης (εξαγορές, συγχωνεύσεις, στρατηγικές συμμαχίες) εντός του κλάδου, αναπτύσσουν το εύρος των προσφερόμενων υπηρεσιών τους και γίνονται περισσότερο πελατοκεντρικές. Επίσης, συνεχώς βελτιώνουν την ποιότητα των προσφερόμενων τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών τους, και βελτιώνουν την παραγωγικότητά τους αφού ολοένα και περισσότερο επενδύουν στη νέα τεχνολογία και στο ανθρώπινο δυναμικό.

Με την αξιοποίηση των λύσεων που προσφέρει η σύγχρονη τεχνολογία, επιταχύνονται οι καθημερινές διαδικασίες, μειώνεται ο χρόνος διεκπεραίωσης των συναλλαγών και δημιουργούνται ευέλικτες βάσεις δεδομένων που βοηθούν πολύπλευρα στην αποδοτικότητα της τράπεζας (π.χ. βοηθούν τα τμήματα μάρκετινγκ στην επίτευξη πωλήσεων). Στην ουσία, με την επίδραση της τεχνολογίας ολόκληρος ο τραπεζικός κλάδος μετασχηματίζεται, εφόσον δημιουργούνται νέα προϊόντα, διευκολύνεται η πρόσβαση σε νέες αγορές (με την εξάλειψη των γεωγραφικών ορίων), διακινείται λιγότερο χαρτί, υπάρχει καλύτερη διαχείριση των πληροφοριών κ.ο.κ.

Με την δημιουργία νέων καναλιών διανομής και πώλησης των τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών, των λεγόμενων εναλλακτικών δικτύων (ATM' s, internet banking, phone banking , mobile banking) έχει επέλθει μια ολοκληρωτική επανάσταση στον τραπεζικό χώρο, ο οποίος πλέον είναι σε θέση να εξυπηρετήσει τους πελάτες 24 ώρες την ημέρα, 7 ημέρες την εβδομάδα και 365 ημέρες τον χρόνο. Αν και η διείσδυση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-

banking) στον Ελλαδικό χώρο, δεν ήταν αντίστοιχη με ορισμένες αναπτυγμένες χώρες του εξωτερικού (π.χ. Η.Π.Α., Σκανδιναβικές χώρες), παρ' όλα αυτά κρίνεται ικανοποιητική και με τάση αυξητική για το μέλλον.

Η ελληνική τραπεζική βιομηχανία έχει ωριμάσει εντυπωσιακά τα τελευταία χρόνια. Η πιστωτική ανάλυση έχει βελτιωθεί, τα επίπεδα πρόνοιας έχουν ανέβει, τα συστήματα IT έχουν επιθεωρηθεί λεπτομερώς δηλ. μετάφραση όλου τον κώδικα της βάσης δεδομένων, από το παλιό σύστημα IDMS σε νεώτερο και αποτελεσματικότερο με τους ιούς, DB2 και διατήρηση όλων των επιχειρηματικών κανόνων του προηγούμενου περιβάλλοντος), οι υπηρεσίες διαδικτυακών τραπεζικών δραστηριοτήτων (Internet banking) έχουν δημιουργηθεί από όλες τις φίρμες και τα πρότυπα management είναι τώρα εξαιρετικά απαιτητικά.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 : ΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΣΤΟΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΧΩΡΟ

3.1. Εισαγωγή στην Έννοια του Μάρκετινγκ

Ο Αμερικανικός Οργανισμός Μάρκετινγκ ορίζει το Μάρκετινγκ ως «τη διαδικασία σχεδιασμού και υλοποίησης της σύλληψης, κοστολόγησης, προώθησης και διανομής ιδεών, αγαθών και υπηρεσιών για την επίτευξη συναλλαγών που εξυπηρετούν τους σκοπούς των ιδιωτών αλλά και των επιχειρήσεων». Αυτός ο ορισμός του Μάρκετινγκ περιλαμβάνει τέσσερις επιμέρους βασικές έννοιες:

- Το Μάρκετινγκ αποτελεί μια διαδικασία σχεδιασμού. Η δραστηριότητα του Μάρκετινγκ θα πρέπει να οργανώνεται, να διευθύνεται να εκτιμάται και να ελέγχεται, για να αποδώσει το επιθυμητό αποτέλεσμα.
- Το Μάρκετινγκ σχετίζεται με τη σύλληψη, την κοστολόγηση, την προώθηση και τη διανομή κάποιου προϊόντος.
- Το αντικείμενο του Μάρκετινγκ μπορεί να είναι ένα υλικό αγαθό, μία υπηρεσία ή μία ιδέα.
- Το Μάρκετινγκ επιδιώκει την επίτευξη των στόχων ιδιωτών αλλά και επιχειρήσεων. Με άλλα λόγια, το μάρκετινγκ επιζητά να ικανοποιήσει τους δικούς του στόχους και εκείνους των πελατών.

3.1.1. Η Σημασία του τραπεζικού Marketing

ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ σημαίνει να κερδίζει μια τράπεζα μέσα από την ικανοποίηση των πελατών της. Να δημιουργεί δεσμούς μακροχρόνιου και αμοιβαίου συμφέροντος με τους πιστούς ευχαριστημένους πελάτες της. Σήμερα όλα τα στελέχη των τραπεζών μιλούν για αλλαγή της νοοτροπίας του πελατοφράκτη (γκισέ), μιλούν για ποιοτική εξυπηρέτηση και για την υιοθέτηση μιας νέας φιλοσοφίας .

Απλά σημαίνει ότι η τράπεζα έχει την αίσθηση, τη σκέψη, την πράξη και τη βούληση ότι υπάρχει για να εξυπηρετεί τους πελάτες της. Είναι η πελατοκεντρική αντίληψη των πραγμάτων. Η απόφαση του πελάτη για την επιλογή της καλύτερης τράπεζας δεν είναι συνάρτηση μόνο της απόστασης από το σπίτι του. Πολλές φορές προτιμά να διανύσει κάποια επί πλέον χιλιόμετρα προκειμένου να εξασφαλίσει τη καλύτερη για αυτόν εξυπηρέτηση. Ο αγώνας για ένα καλύτερο μερίδιο αγοράς, φρόντισε με τα χρόνια να πληροφορήσει κάθε πελάτη τράπεζας ότι δεν είναι υπερβολική απαίτηση από μέρους του να ζητά καλή συμπεριφορά από τους υπαλλήλους της τράπεζας, μικρές προμήθειες, σύντομους χρόνους αναμονής, ATM'S κτλ.

3.1.2. Μάρκετινγκ υπηρεσιών

Η έννοια της υπηρεσίας είναι πολύ δύσκολο να περιγραφεί πλήρως με τη βοήθεια ενός ορισμού που είναι κοινώς αποδεκτός. Ο μεγάλος αριθμός και ποικιλία των κλάδων παροχής υπηρεσιών είναι ένας από τους λόγους που συμβάλλει σε αυτή τη δυσκολία οριοθέτησης της έννοιας της υπηρεσίας. Η υπηρεσία δεν είναι κάτι το τελείως διαφορετικό από το προϊόν. Τα προϊόντα, ανάλογα με τη φύση τους μπορεί να είναι υλικά ή άυλα /υπηρεσίες. Μια υπηρεσία δηλαδή επιτελεί την ίδια βασική λειτουργία που επιτελεί και ένα

προϊόν και που δεν είναι άλλη από την παροχή φυσικών και ψυχολογικών ωφελειών (Eckles 1990).

Όταν, τα άυλα χαρακτηριστικά ενός τέτοιου μέσου ικανοποίησης φυσικών και ψυχολογικών αναγκών υπερτερούν των υλικών, τότε πλέον γίνεται λόγος για υπηρεσία και όχι για προϊόν. Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται εκπληκτική ανάπτυξη των υπηρεσιών. Ο ρυθμός ανάπτυξης των υπηρεσιών είναι ακόμα ταχύτερος στην παγκόσμια οικονομία καθώς αποτελούν το ένα τέταρτο της συνολικής αξίας του διεθνούς εμπορίου. Στην πραγματικότητα, μια ποικιλία κλάδων παροχής υπηρεσιών – από τις τράπεζες, τις ασφάλειες και τις επικοινωνίες μέχρι την μετακίνηση, τα ταξίδια και την ψυχαγωγία αποτελούν σήμερα πάνω από το 60% της οικονομίας στις αναπτυσσόμενες χώρες ανά υψήλιο. Οι κλάδοι των υπηρεσιών εμφανίζουν μεγάλη ποικιλία.

Για παράδειγμα οι κυβερνήσεις προσφέρουν υπηρεσίες μέσω των δικαστηρίων, των γραφείων απασχόλησης, των νοσοκομείων, των πιστωτικών οργανισμών, των στρατιωτικών υπηρεσιών, της αστυνομίας, της πυροσβεστικής, των ταχυδρομείων, των ελεγκτικών οργανισμών και των σχολείων. Οι ιδιωτικοί μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί προσφέρουν υπηρεσίες μέσω των μουσείων, των φιλανθρωπικών ιδρυμάτων, των εκκλησιών και λοιπά.

Το **Μίγμα Μάρκετινγκ** των υπηρεσιών εκτός από τα τέσσερα κλασσικά στοιχεία του μίγματος Μάρκετινγκ των προϊόντων, τα γνωστά σαν 4P's του Μάρκετινγκ (product, price, promotion, place), περιλαμβάνει άλλα τρία και συγκεκριμένα τους ανθρώπους, τις διαδικασίες και τις υλικές υποδομές. Τα στοιχεία αυτά είναι γνωστά σαν τα τρία πρόσθετα P's (participants, processes, physical facilities). Τα στοιχεία αυτά είναι αποδεκτά από όλους σχεδόν τους συγγραφείς με ελάχιστες διαφοροποιήσεις στους τίτλους που χρησιμοποιούνται για να περιγραφούν (Magrath 1986, Baker 1987, Eckles 1990).

Τα πρόσθετα αυτά στοιχεία είναι η ουσιαστική διαφορά που μπορεί κανείς να

εντοπίζει μεταξύ του μίγματος Μάρκετινγκ ενός προϊόντος και μιας υπηρεσίας. Η αποδοχή των τριών πρόσθετων στοιχείων του μίγματος Μάρκετινγκ των υπηρεσιών είναι στην ουσία καθολική από τους θεωρητικούς του Μάρκετινγκ, ακόμα και στις λίγες περιπτώσεις που δεν αναφέρονται ως ξεχωριστά συστατικά στοιχεία, ενσωματώνονται μέσα στα ήδη υπάρχοντα τέσσερα κλασσικά στοιχεία του μίγματος Μάρκετινγκ. Στην περίπτωση αυτή, οι διαδικασίες (processes) και οι άνθρωποι (participants) περιλαμβάνονται στο προϊόν, ενώ οι υλικές υποδομές (physical facilities) περιλαμβάνονται μερικώς στην προβολή και μερικών στη διανομή (Goncalves 1998).

3.1.3. Άμεσο Μάρκετινγκ (direct Marketing)

Το άμεσο Μάρκετινγκ περιλαμβάνει όλες τις ενέργειες οι οποίες δημιουργούν και συντηρούν μία άμεση σχέση μεταξύ της επιχείρησης και των υπαρχόντων και μελλοντικών πελατών της. Με τις μεθόδους του άμεσου Μάρκετινγκ προσεγγίζονται οι μελλοντικοί και οι υπάρχοντες πελάτες οι οποίοι δεν είναι άμεσα προσίτοι από τη τράπεζα ή την επιχείρηση. Δηλαδή, πελάτες οι οποίοι χρησιμοποιούν τις τραπεζικές υπηρεσίες χωρίς να πηγαίνουν στη τράπεζα διότι πιθανόν εξυπηρετούνται από τα ATMs ή το home banking και πελάτες οι οποίοι, δυνητικά, θα μπορούσαν να χρησιμοποιούν τις τραπεζικές υπηρεσίες.

Είναι μία προωθητική και διανεμητική λειτουργία που προσφέρει ισχυρές μεθόδους και μέσα δημιουργίας της εικόνας, λειτουργώντας ως ένα κομμάτι του Μάρκετινγκ. Επίσης, στοχεύει κυρίως στη πώληση αλλά λειτουργεί συγχρόνως ενημερωτικά, διαφημιστικά, ερευνητικά και χρησιμοποιεί κάποιες τεχνικές οι οποίες κατατάσσουν τους καταναλωτές με βάση γεωγραφικά, δημογραφικά και στατιστικά στοιχεία. Γνωστά είναι τα γεωδημογραφικά συστήματα τα οποία χρησιμοποιούνται και βοηθούν στον εντοπισμό των επιθυμητών τμημάτων της αγοράς. Τέτοια συστήματα είναι τα ACORN, PIN και SUPERPROFILES (MARTIN, T., 1995, σελ.: 91 - 101). Τα συστήματα αυτά ταξινομούν τα όχι με βάση ξεπερασμένα νοικοκυριά με βάση τη γειτονιά και κοινωνικοοικονομικά κριτήρια.

3.2. Η Προσφορά του Τραπεζικού Marketing

Το Σύγχρονο Μάρκετινγκ κυρίως επικεντρώνεται στη δημιουργία υψηλής προστιθέμενης αξίας στον πελάτη και στη δόμηση επικερδούς σχέσης μαζί του. Είναι η φιλοσοφία που πρέπει να διαπνέει όλο τον οργανισμό. Το Τμήμα Μάρκετινγκ δεν μπορεί να δρα ως απομονωμένη επιχειρηματική μονάδα. Η συνολική επιχειρηματική στρατηγική πρέπει να ενστερνίζεται τις ευρύτερες αποφάσεις σχετικά με το είδος των πελατών που θέλει ο οργανισμός και με το πώς πρέπει να ικανοποιηθούν οι ανάγκες τους, ποια θα είναι η προς τα έξω επικοινωνία και πώς θα αναπτυχθούν οι πλέον αποτελεσματικές στρατηγικές συμμαχίες. (Ημερίδα του Philip Kotler, ΕΠΙΣΤΙΜΟΝΙΚΟ MARKETING, Τεύχος Ιούνιος 2008)

Στο πλαίσιο αυτό το τραπεζικό μάρκετινγκ προσφέρει στις τράπεζες που το χρησιμοποιούν ως εργαλείο τη δυνατότητα να αναπτύξουν:

- Νέες υπηρεσίες-τραπεζικά προϊόντα, κατάλληλα προσαρμοσμένα στις πραγματικές ανάγκες της πελατείας τους
- Τις πωλήσεις τους στις υπάρχουσες τραπεζικές αγορές, άλλοτε διευρύνοντας την συνεργασία τους με τους υφιστάμενους πελάτες τους και άλλοτε αποκτώντας νέα πελατεία
- Καλύτερες εργασιακές συνθήκες για τους εργαζόμενους σε αυτές, καθώς η γνώση σε βάθος των τεχνικών αντιμετώπισης της πελατείας επιτρέπει να την αντιμετωπίζουν πιο εύκολα και πιο αποτελεσματικά
- Σχέδια για την ολοκληρωμένη αντιμετώπιση των αναγκών τόσο της τράπεζας όσο και των εξυπηρετούμενων από αυτήν πελατών

- Υπηρεσίες με χαμηλότερο κόστος ανά πελάτη, με αξιοποίηση της τεχνολογίας και των οικονομιών κλίμακας
- Καλύτερες σχέσεις με τους πελάτες, ώστε να δημιουργηθούν παραδοσιακοί δεσμοί αμοιβαίου ενδιαφέροντος. Επίσης το μάρκετινγκ επιτρέπει στις τράπεζες να παρουσιάσουν κέρδη στα ετήσια αποτελέσματα τους μέσω της ικανοποίησης των αναγκών της πελατείας τους.
- Σημαντικός είναι και ο ρόλος του μάρκετινγκ στην τιμολόγηση ενός προϊόντος ή υπηρεσίας, θέμα που ενδιαφέρει άμεσα τον κάθε πελάτη. Σε συνδυασμό με την υιοθέτηση νέων τεχνολογιών, όπως τα συστήματα διαχείρισης πελατείας (CRM) και τα συστήματα διαχείρισης κινδύνων, το μάρκετινγκ διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο και στην καλύτερη τιμολόγηση των προϊόντων προς όφελος του τελικού καταναλωτή-πελάτη. Ο εντοπισμός των αναγκών του πελάτη ως βασικό έργο του τομέα μάρκετινγκ- με την χρήση νέων τεχνολογιών επιτρέπει την μείωση του λειτουργικού κόστους και την δυνατότητα χαμηλότερης τιμολόγησης των προσφερομένων προϊόντων .

Από την παραπάνω περιγραφή των δυνατοτήτων του μάρκετινγκ σε ένα τραπεζικό οργανισμό, αναδεικνύεται ο επιτελικός του ρόλος σε αυτόν και γίνεται κατανοητό ότι εμπλέκεται σε μια σειρά δραστηριοτήτων και υπηρεσιών, ενώ αφορά στελέχη από όλες τις βαθμίδες του στελεχιακού δυναμικού ενός τραπεζικού ομίλου

3.2.1. Η αναγκαιότητα ύπαρξης και ανάπτυξης του τμήματος Marketing

Έμφαση στην περαιτέρω ανάπτυξη των τμημάτων μάρκετινγκ δίνουν οι εγχώριοι τραπεζικοί όμιλοι στο πλαίσιο της προσπάθειας που κάνουν να κατακτήσουν μερίδια αγοράς στην λιανική τραπεζική σε ένα περιβάλλον έντονου ανταγωνισμού αλλά και στο πλαίσιο της γενικότερης τάσης των τραπεζών να αποκτήσουν πελατοκεντρική φιλοσοφία .

Ο ρόλος του μάρκετινγκ στη γενικότερη λειτουργία και διοικητική δομή μιας τράπεζας έχει αναβαθμιστεί, καθώς το έργο που επιτελεί είναι καθοριστικής σημασίας για την ανάπτυξη της κερδοφορίας της.

Η νοοτροπία του παραδοσιακού Έλληνα Τραπεζίτη δεν είναι εύκολο να προσαρμοστεί στην κουλτούρα του Σύγχρονου Τραπεζικού Μάρκετινγκ, παρ' όλα αυτά οι προσπάθειες προσαρμογής είναι αισθητές.

Το Σύγχρονο Μάρκετινγκ είναι εργασία επιτελική, πλήρους απασχόλησης, πολύ δύσκολη, απαιτεί επιστημονικές γνώσεις και πρακτικές εμπειρίες και κυρίως Τραπεζική Κουλτούρα Πωλήσεων από την κορυφή ως τον τελευταίο υπάλληλο. Δυστυχώς μέχρι πρότινος κυριαρχούσε ακόμη η Τραπεζική Κουλτούρα της εξουσίας. Αυτή η κατάσταση τα τελευταία χρόνια έχει αλλάξει σημαντικά καθώς και οι Διευθύνσεις Εκπαίδευσης των Τραπεζών έχουν προσφέρει σημαντικό έργο στον τομέα της Συμπεριφοράς και της Νοοτροπίας του προσωπικού τους.

Για τη σωστή και αποτελεσματική οργάνωση του μάρκετινγκ σε έναν τραπεζικό όμιλο απαιτείται η συνεργασία μεγάλου αριθμού στελεχιακού δυναμικού από διαφορετικά τμήματα, σε μια εποχή μάλιστα όπου εκτός του τραπεζικού καταστήματος έχουν εμφανιστεί και μια πληθώρα νέων εναλλακτικών καναλιών διανομής τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών (ATM, internet banking, mobile banking, call centers, ψηφιακή τηλεόραση και νέου τύπου καταστήματα) που

κάνουν το ρόλο του μάρκετινγκ ακόμα πιο σύνθετο.

Όλα αυτά περιλαμβάνονται στο «Στρατηγικό Σχεδιασμό» μιας Τράπεζας και βλέπουμε πως οι σημερινές Διοικήσεις των Τραπεζών προσπαθούν να απεγκλωβιστούν από τη στενή διαχείριση της καθημερινότητας, την οποία επέμεναν να ελέγχουν ασφυκτικά για να εστιάσουν την προσοχή τους, πρώτον στην επίλυση θεσμικών προβλημάτων και μετά στο Στρατηγικό Σχεδιασμό και Εκσυγχρονισμό Ανάπτυξης των Τραπεζών τους.

Επομένως, αφού ο ανταγωνισμός μεταξύ των Τραπεζών τα τελευταία 15 χρόνια άρχισε να φουντώνει, γι' αυτό και παρατηρούσαμε το Μάρκετινγκ των Τραπεζών να επικεντρώνεται γενικότερα σε τρεις αγορές: Στα επιχειρηματικά, στα στεγαστικά και στα καταναλωτικά δάνεια καθώς και σε προγράμματα που . Η πρώτη προσπάθεια επικέντρωσης σε μια κλαδική αγορά-στόχο έγινε από την Τράπεζα Αττικής η οποία πρόσφερε απευθείας πιστωτικές κάρτες στους μηχανικούς και μετά η Τράπεζα Κύπρου η οποία πρόσφερε ένα ολοκληρωμένο πακέτο χρηματοδότησης σε γιατρούς.

Η φιλοσοφία του **Target Marketing** στοχεύει σε Αγορές-Στόχους που έχουν κοινά χαρακτηριστικά λίγο πιο συγκεκριμένα και όχι τόσο γενικά όπως είναι π.χ. το επάγγελμα, η εθνικότητα, τα χόμπι, η ηλικία, η γεωγραφική τοποθεσία κ.ά. (Το Μάρκετινγκ στον Τραπεζικό χώρο., ΕΠΙΣΤΙΜΟΝΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ, Τεύχος Δεκεμβρίου 2002)

Σήμερα, λόγω των αλλαγών που παρατηρούνται στο χρηματοπιστωτικό τομέα και κυρίως στην οικονομική κρίση, η οποία μαστίζει τη χώρα μας και έχει περιορίσει σε μεγάλο βαθμό την ρευστότητα, οι τράπεζες –στο πλαίσιο του μεγάλου ανταγωνισμού που παρατηρείται- προσανατολίζονται πλέον περισσότερο στα καταθετικά προϊόντα (βλ. ΠΙΝΑΚΑ 4) , επενδυτικά (π.χ. Πλάνα Ανάπτυξης Κεφαλαίων μέσω Αμοιβαίων Κεφαλαίων) και τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα (π.χ. προγράμματα δημιουργίας κεφαλαίου – για παροχή μελλοντικής σύνταξης με συγκεκριμένο ποσό μηνιαίας καταβολής χρημάτων).

3.2.2. Η διαδικτυακή έρευνα στην υπηρεσία του Marketing

Στο σύγχρονο, άκρως ανταγωνιστικό, τραπεζικό περιβάλλον το Τμήμα Marketing μίας τράπεζας καλείται να χρησιμοποιήσει διάφορα εργαλεία για την επίτευξη των στόχων του εκ των οποίων πολύ σημαντικό είναι η έρευνα.

Με τη βοήθεια της τεχνολογίας και ειδικά του Διαδικτύου (Internet) του παρέχεται η δυνατότητα να προβεί σε Διαδικτυακή Έρευνα (Online Market Research) η οποία θα του παράσχει όλα αυτά τα απαραίτητα στοιχεία ώστε να:

- Εκτιμήσει το αγοραστικό ενδιαφέρον για ένα νέο προϊόν /υπηρεσία που σκοπεύει να προωθήσει στην αγορά.
- Εκτιμήσει καλύτερα τον ανταγωνισμό που υπάρχει στη συγκεκριμένη αγορά.
- Προβλέψει τις διαδικτυακές πωλήσεις που θα έχει ένα προϊόν /υπηρεσία τους επόμενους μήνες.
- Προϋπολογίσει το κόστος της online διαφήμισης για το συγκεκριμένο προϊόν ή υπηρεσία που θέλει να προωθήσει σε μια συγκεκριμένη αγορά.

Μια τυπική διαδικτυακή έρευνα περιλαμβάνει όλα αυτά στοιχεία που θα επιτρέψει στην τράπεζα να γνωρίζει:

- Πόσες αναζητήσεις έγιναν τους τελευταίους 12 μήνες για κάποιο συγκεκριμένο προϊόν /υπηρεσία σε μια συγκεκριμένη αγορά.
- Ποίο ήταν το μέσο διαφημιστικό κόστος για μία συγκεκριμένη κατηγορία τους τελευταίους 12 μήνες σε μια συγκεκριμένη αγορά.
- Ποίες είναι οι εναλλακτικές διατυπώσεις με τις οποίες αναζητούν πληροφορίες για κάποιο συγκεκριμένο προϊόν /υπηρεσία σε μια συγκεκριμένη αγορά.
- Ποία είναι η τάση που διαμορφώνεται με βάση την ιστορικότητα της διαδικτυακής ζήτησης.

3.2.3. Έρευνα για τον τραπεζικό κλάδο – Ιούνιος 2013

Ο τραπεζικός κλάδος στην Ελλάδα αποτελεί ένας από τους σημαντικότερους οικονομικούς κλάδους καθορίζοντας σε μεγάλο βαθμό την πορεία της οικονομίας. Από πλευράς των καταναλωτών το ενδιαφέρον είναι αυξανόμενο και αντικατοπτρίζεται στις διαδικτυακές ζητήσεις τόσο για επιμέρους προϊόντα όσο και για τους ισχυρότερους τραπεζικούς οργανισμούς.

Στη βάση αυτή παραθέτουμε στοιχεία από την έρευνα στην οποία προχώρησε η εξειδικευμένη εταιρεία στο χώρο Protocol Online Marketing τον Ιούνιο 2013 και αφορά την **Online ζήτηση των ισχυρότερων ελληνικών τραπεζικών οργανισμών** (Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος, Eurobank, Alpha Bank, Win Bank και Τράπεζα Πειραιώς)

Στον πίνακα που ακολουθεί μπορούμε να δούμε πώς διαμορφώθηκε η ζήτηση από τον Ιούνιο 2012 έως τον Απρίλιο 2013, όπως και το συνολικό μερίδιο μηνιαίων αναζητήσεων ανά τράπεζα. Επίσης από τον πίνακα που ακολουθεί βλέπουμε πως ο κύριος όγκος ζητήσεων αφορά την Eurobank, ακολουθεί η Alpha Bank, οι Win Bank – Τράπεζα Πειραιώς (συνολικά 22% των μέσων μηνιαίων αναζητήσεων) και τέλος η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος.

ΤΡΑΠΕΖΕΣ	Avg. Monthly Searches	April-13	March-13	February-13	January-13	December-12	November-12	October-12	September-12	August-12	July-12	June-12
Eurobank	35%	35%	34%	36%	35%	35%	35%	39%	39%	35%	36%	35%
Alpha Bank	28%	28%	28%	30%	28%	28%	28%	26%	26%	29%	30%	29%
Εθνική Τράπεζα	16%	16%	15%	16%	16%	16%	16%	14%	14%	16%	16%	16%
Win Bank	13%	13%	13%	11%	13%	13%	13%	12%	12%	10%	11%	13%
Τράπεζα Πειραιώς	9%	9%	10%	7%	9%	9%	9%	8%	10%	10%	7%	7%

Πηγή : <http://www.protocol.gr/auditing-and-consulting/>

3.3. Τραπεζικός Ανταγωνισμός

Από τα μέσα της δεκαετίας του 1980 καταβλήθηκαν συστηματικές προσπάθειες για τον εκσυγχρονισμό του ελληνικού τραπεζικού συστήματος, οι βασικοί παράγοντες που συνέβαλαν, την τελευταία δεκαπενταετία, στο μετασχηματισμό του ελληνικού τραπεζικού συστήματος και την προσαρμογή του στις συνθήκες που διαμορφώνονται στην ενοποιημένη ευρωπαϊκή χρηματοπιστωτική Αγορά είναι:

- Η Θεσμική Απελευθέρωση του τραπεζικού συστήματος, με την κατάργηση των διοικητικών περιορισμών στις τιμές, τις ποσότητες και τη διάρθρωση του Πιστωτικού Τομέα.
- Η μεταβολή του Πλαισίου Κανόνων και εποπτείας των τραπεζών, με την απορύθμιση βασικών πτυχών λειτουργίας του τραπεζικού συστήματος.
- Η ενίσχυση των ρυθμών ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας και η επίτευξη μακροοικονομικής σταθερότητας, με την εμφάνιση και διατήρηση χαμηλών επιτοκίων, τόσο σε ονομαστικούς όσο και σε πραγματικούς όρους.
- Η ταχεία τεχνολογική πρόοδος στον τομέα των επικοινωνιών και της Πληροφορικής, η αυξανόμενη ενοποίηση των διεθνών Αγορών χρήματος και Κεφαλαίου, καθώς και οι μεταβολές των αναγκών των επιχειρήσεων και των νοικοκυριών για τραπεζικά προϊόντα και υπηρεσίες.

Αυτές οι θεμελιώδεις δυνάμεις μεταμόρφωσαν τον χρηματοοικονομικό τομέα, διαμόρφωσαν το περιβάλλον λειτουργίας των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων στην Ελλάδα, ενώ επέδρασαν καθοριστικά στην ενίσχυση του επιπέδου Ανταγωνισμού της ελληνικής τραπεζικής Αγοράς ο οποίος γίνεται όλο και εντονότερος τα τελευταία χρόνια.

3.3.1 Επένδυση του Μάρκετινγκ στο στοιχείο του ανταγωνισμού.

Σύμφωνα με τους Philip Kotler-Gary Armstrong (2001) τα στάδια από τα οποία διέρχεται η υιοθέτηση των αρχών του Τραπεζικού Μάρκετινγκ έως ότου φτάσει στην πλήρη εφαρμογή του είναι τα ακόλουθα:

- διαφήμιση, προώθηση πωλήσεων και δημοσιότητα
- χαμόγελο και μία φιλική ατμόσφαιρα
- τμηματοποίηση και καινοτομία
- τοποθέτηση (positioning)
- ανάλυση αγοράς, προγραμματισμός, εφαρμογή και έλεγχος

Στην Ελλάδα, οι περισσότεροι χρηματοοικονομικοί οργανισμοί βρίσκονται μεταξύ του τέταρτου και πέμπτου σταδίου υιοθέτησης του Μάρκετινγκ, γεγονός που αποδεικνύει ότι υπάρχουν ακόμα λίγα βήματα που πρέπει να γίνουν, μέχρις ότου οι οργανισμοί αυτοί θεωρηθεί ότι είναι προσανατολισμένοι στην αγορά και τον πελάτη (marketing oriented).

Σε αυτό φυσικά βοηθάει και η πρόσφατη αλλαγή του τραπεζικού τομέα με τη δημιουργία των συστημικών τραπεζών και τη εμφάνιση πολύ μεγάλων, για τα μέχρι πρότινος ελληνικά δεδομένα, χρηματοπιστωτικών ομίλων που έχουν ξεφύγει πλέον από την στενή έννοια και κουλτούρα των κρατικών τραπεζών.

Την τελευταία 15ετία τόσο στην Ελλάδα, όσο και διεθνώς, υπάρχουν σημαντικές εξελίξεις στο περιβάλλον δραστηριοποίησης των επιχειρήσεων χρηματοοικονομικών υπηρεσιών. Με αποτέλεσμα οι αλλαγές αυτές, να επιβάλλουν την επένδυση στο στοιχείο του Marketing καθώς και στην ανάληψη επιθετικών κινήσεων μάρκετινγκ από την πλευρά των χρηματοπιστωτικών οργανισμών προκειμένου να διατηρήσουν το ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα στην τραπεζική αγορά.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ & ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ – ΔΙΚΤΥΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ

4.1. Χρηματοοικονομικά Προϊόντα

Από το Ν.2076/1992 προκύπτει ποιες εργασίες εκτελούν τα Πιστωτικά Ιδρύματα (δηλ. οι σύγχρονες εμπορικές τράπεζες). Κι αυτές είναι:

4.1.1. Αποδοχή καταθέσεων, με τις εξής μορφές:

- Καταθέσεις Όψεως, που μπορούν να αναληφθούν σε πρώτη ζήτηση, ανήκουν σε εμπόρους που τις διακινούν με επιταγές αντί μετρητών και έχουν χαμηλό επιτόκιο.
- Τρεχούμενος λογαριασμός καταθέσεων, που εξυπηρετεί αποκλειστικά φυσικά πρόσωπα μη εμπόρους, έχει σχετικά χαμηλό επιτόκιο και διακινείται κυρίως με επιταγές.
- Καταθέσεις Ταμιευτηρίου, που εξυπηρετούν τους κάθε είδους αποταμιευτές, αποσύρονται σε πρώτη ζήτηση, το επιτόκιο τους καθορίζεται από την Τράπεζα της Ελλάδος (σε σχέση με την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα) και είναι, ανάλογα με τις συνθήκες, ικανοποιητικό για να προσελκύει τους αποταμιευτές.
- Καταθέσεις Προθεσμιακές. Δεσμεύονται για ορισμένο χρόνο (3,6 μήνες, 1 χρόνο) και προσφέρουν υψηλότερο επιτόκιο από τις καταθέσεις ταμιευτηρίου. Αν αποσυρθούν νωρίτερα έχουν οικονομικές συνέπειες για τον καταθέτη. Ειδική μορφή αποτελεί η προθεσμιακή κατάθεση με απόδοση τόκων κάθε μήνα (μηνιαίο εισόδημα).
- Καταθέσεις με προειδοποίηση. Είναι παραλλαγή των προθεσμιακών με τη διαφορά ότι μπορούν να αποσυρθούν μόνο αφού προηγηθεί προειδοποίηση προς την τράπεζα αρκετό χρόνο πριν από την απόσυρσή τους. Το επιτόκιο τους είναι λίγο χαμηλότερο από του ταμιευτηρίου.

- Καταθέσεις σε κοινό λογαριασμό. Είναι αυτές στις οποίες οι δικαιούχοι είναι περισσότεροι από ένας, τα ονόματα των οποίων γράφονται στο βιβλιάριο καταθέσεων και καθένας μπορεί να ενεργεί αυτοτελώς.
- Δεσμευμένες καταθέσεις. Δημιουργούνται είτε με επιταγή του νόμου είτε με τη βούληση του καταθέτη (λ.χ. όταν αυτές αποτελούν κάλυμμα για την έκδοση εγγυητικής επιστολής, μέχρι την επιστροφή της στην τράπεζα που έκανε την έκδοσή της).
- Καταθέσεις σε συνάλλαγμα. Καταθέτες μπορεί να είναι όσοι έχουν το δικαίωμα σύμφωνα με τις Πράξεις του Διευθυντή της Τράπεζας της Ελλάδος.
- Καταθέσεις σε συνδυασμό με ασφάλεια ζωής ή υγείας. Οι τράπεζες για να προσελκύσουν καταθέτες που έχουν ορισμένη ηλικία (16 έως 59 ετών) και καταθέτουν ορισμένο ποσό και πάνω, παρέχουν σε αυτούς ασφάλεια ζωής ή υγείας που φτάνει σε ορισμένο ύψος.
- Καταθέσεις σε συνδυασμό με στεγαστικό δάνειο. Κάποιες τράπεζες χορηγούν στεγαστικά δάνεια με ευνοϊκούς όρους σε όσους έχουν σ' αυτές καταθέσεις.
- Καταθέσεις σε συνδυασμό με Λογαριασμό Μισθοδοσίας είναι αυτές στις οποίες κατατίθενται σε τακτά χρονικά διαστήματα (μηνιαίως) τα χρήματα από την μισθοδοσία των καταθετών με αντάλλαγμα κάποια προνόμια που τους παρέχουν οι τράπεζες, όπως είναι υψηλότερο επιτόκιο ή το δικαίωμα υπερανάληψης.
- Καταθέσεις με μορφή τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων. Με τις οποίες ο καταθέτης μέσω τακτών χρηματικών καταβολών (μηνιαίων, τριμηνιαίων, εξαμηνιαίων ή ετήσιων) δημιουργεί κάποιο κεφάλαιο το οποίο μπορεί να χρησιμοποιήσει με τη λήξη του προγράμματος ή να μετατραπεί αυτό σε σύνταξη.
- Καταθέσεις με μορφή επενδυτικών προϊόντων Με αυτές ο πελάτης συνδυάζει την κατάθεση με την επένδυση π.χ. συνδυάζει κατανομή του αρχικού του κεφαλαίου σε ποσοστό 80% ή 70% σε Προθεσμιακή Κατάθεση και του υπολοίπου κεφαλαίου σε Αμοιβαία

4.1.2. Χορηγήσεις κάθε μορφής

- Περιλαμβάνονται οι βραχυπρόθεσμες, μεσοπρόθεσμες και μακροπρόθεσμες χορηγήσεις, οι χορηγήσεις με προσωπική και εμπράγματη ασφάλεια, οι χορηγήσεις για το εσωτερικό και το εξωτερικό εμπόριο, για τη βιομηχανία κλπ. Συνηθισμένες μορφές χορηγήσεων είναι:
- Οι προεξοφλήσεις πιστωτικών τίτλων (συναλλαγματικών και επιταγών). Είναι πράξεις πληρωμής του συνόλου ή μέρους της αξίας ενός τίτλου, με παρακράτηση τόκου που αναλογεί και της προμήθειας, από την τράπεζα. Οι τράπεζες έχουν το δικαίωμα να κάνουν αναπροεξόφληση των τίτλων του χαρτοφυλακίου τους στην Τράπεζα της Ελλάδος.
- Οι προκαταβολές σε φορτωτικά έγγραφα. Οι πωλητές εμπορευμάτων με τη φόρτωση τους στο μεταφορικό μέσο παίρνουν τη φορτωτική και την παραδίδουν στην τράπεζα για είσπραξη, η δε τράπεζα τους δίνει μέρος της αξίας του εμπορεύματος (λ.χ. 70-80%). Ο δε αγοραστής για να παραλάβει την φορτωτική και το εμπόρευμα καταβάλλει στην τράπεζα την αξία του εμπορεύματος μαζί με την προμήθεια και τα έξοδα της και ο πωλητής εισπράττει ή πιστώνεται με το υπόλοιπο μετά την αφαίρεση της προκαταβολής.
- Το άνοιγμα πίστωσης, που γίνεται από την τράπεζα του αγοραστή υπέρ του πωλητή, πριν γίνει η φόρτωση των εμπορευμάτων, η οποία δεν γίνεται αν δεν ειδοποιηθεί ο πωλητής ότι έγινε το άνοιγμα.
- Το δάνειο με αλληλόχρεο (ανοιχτό) λογαριασμό. Σ' αυτόν η τράπεζα ορίζει ένα ανώτατο όριο πίστωσης (plafond) στον πελάτη της, το ποσό της οποίας μπορεί να αποσύρει και το οποίο κατόπιν καλύπτεται απ' αυτόν με πιστωτικούς τίτλους. Η τράπεζα παρακολουθεί την κίνηση του λογαριασμού, ο οποίος πρέπει να κλείνεται κάθε 6μηνο ή χρόνο και να ανανεώνεται και εισπράττει τόκο που υπολογίζεται στα χρεωστικά υπόλοιπα του πελάτη.
- Το δάνειο μόνο με προσωπική ασφάλεια. Πρόκειται για μικρού ύψους προσωπικά δάνεια χαμηλού ύψους και μικρής χρονικής διάρκειας π .χ.

Καταναλωτικό δάνειο για αγορά αυτοκινήτου, για διακοπές, ανοιχτό δάνειο για κάλυψη καταναλωτικών αναγκών κ.α.

- Το δάνειο με ενέχυρο εμπορευμάτων. Τα εμπορεύματα παραδίνονται στις αποθήκες της Προνομιούχου Ανώνυμης Εταιρίας Γενικών Αποθηκών Ελλάδος-Π.Α.Ε.Γ.Α.Ε. ("Γενικές Αποθήκες" σε συντομία) που έχουν το προνόμιο της έκδοσης των αξιογράφων σε διαταγή, τα οποία μεταβιβάζονται με οπισθογράφηση, του "Αποθετηρίου" που βεβαιώνει την ύπαρξη ορισμένης ποσότητας και είδους εμπορευμάτων στις αποθήκες της και του "Ενεχυρογράφου" που δημιουργεί ενέχυρο πάνω στα εμπορεύματα. Το Ενεχυρόγραφο μεταβιβάζεται με οπισθογράφηση στην τράπεζα που αποκτά το δικαίωμα του ενέχυρου στα εμπορεύματα και βάσει αυτού δανειοδοτεί τον κύριο των εμπορευμάτων με ένα μέρος της αξίας τους. Η Π.Α.Ε.Γ.Α.Ε. έχει δικαίωμα να μετατρέψει τις αναγκών αποθήκες του εμπόρου ή του βιομήχανου που δανειοδοτείται, τις οποίες σφραγίζει και τις φυλάσσει.
- Το δάνειο με ενέχυρο τίτλων. Αυτό δημιουργείται με την παράδοση των τίτλων (εντόκων γραμματίων και ομολόγων του δημοσίου, μετοχών, ομολογιών κ.λπ.). Η τράπεζα χορηγεί ως δάνειο ένα μέρος της αξίας των τίτλων τους οποίους κρατεί μέχρι την εξόφληση του δανείου.
- Το ενυπόθηκο δάνειο. Είναι δάνειο μακροπρόθεσμο (για πάνω από 3 χρόνια), χορηγείται κυρίως για επενδύσεις και με εγγραφή υποθήκης ή προσημείωσης υποθήκης σε ακίνητο και εξοφλείται με μηνιαίες (συνήθως) τοκοχρεολυτικές δόσεις π.χ. στεγαστικό, επισκευαστικό κ.α.
- Η ενέγγυα πίστωση. Είναι πίστωση εγγυημένη με εμπορεύματα. Μ' αυτή η τράπεζα του αγοραστή αναλαμβάνει την υποχρέωση να ανοίξει πίστωση υπέρ του πωλητή και να καταβάλει το ποσό της πίστωσης όταν αυτός παραδώσει σ' εκείνη (ή στον ανταποκριτή της) τη φορτωτική που αποδεικνύει ότι πραγματοποιήθηκε η φόρτωση των εμπορευμάτων τα οποία περιγράφονται σ' αυτή. Η τράπεζα με την άφιξη του εμπορεύματος παραδίδει στον αγοραστή τη φορτωτική και εισπράττει απ' αυτόν την αξία της και επιπλέον την προμήθειά της και τα έξοδα που έκανε. Στην ενέγγυα πίστωση εφαρμόζονται οι κανόνες που θέσπισε το Διεθνές

Εμπορικό Επιμελητήριο το 1933 με αναθεωρήσεις το 1951, το 1962 και το 1974.

Η ενέγγυα πίστωση διακρίνεται σε:

- Ανέκκλητη, όταν δεν είναι δυνατή η ακύρωση ή τροποποίησή της.
- Ανακλητή, όταν είναι δυνατή η ανάκλησή της από τον εντολέα αγοραστή ή τη μεσολαβούσα τράπεζα.
- Βεβαιωμένη, όταν η τράπεζα της χώρας του πωλητή, ενεργούσα ως ανταποκρίτρια της τράπεζας του αγοραστή διαβεβαιώνει για την πίστωση τον πωλητή.
- Διαιρετή, όταν η πίστωση μπορεί να χρησιμοποιηθεί με τμηματικές εκτελέσεις.
- Μεταφερτή, όταν ο πωλητής έχει το δικαίωμα να τη μεταφέρει σε περισσότερα πρόσωπα, στο σύνολο ή σε ένα μέρος της .

4.1.3. Μεταφορά (κίνηση) κεφαλαίων

Αυτή μπορεί να αφορά μεταφορά στο εσωτερικό ή στο εξωτερικό

- Αν πρόκειται για ενδοτραπεζική μεταφορά κεφαλαίων (δηλ. από το λογαριασμό ενός πελάτη στο λογαριασμό άλλου) αυτή σήμερα γίνεται ηλεκτρονικά (Electronic Funds Transfer – E.P.T.).
- Αν γίνεται από τράπεζα σε τράπεζα του εσωτερικού, αυτή γίνεται με την έκδοση επιταγής της τράπεζας. Ο πελάτης καταβάλλει ένα ποσό ή αποσύρει από το λογαριασμό του ένα ποσό και ζητά από την τράπεζά του να εκδώσει δική της επιταγή για να το μεταφέρει ακίνδυνα σε μια άλλη τράπεζα, λόγω μιας συναλλαγής που πραγματοποίησε. Η τράπεζα εκδίδει την επιταγή με χρέωση του κεντρικού καταστήματός της που τηρεί τους συγκεντρωτικούς λογαριασμούς όλων των καταστημάτων και εισπράττει από τον πελάτη της ένα δικαίωμα.

- Αν γίνεται στο εσωτερικό από έναν οφειλέτη προς ένα δικαιούχο, πελάτη μιας τράπεζας, η μεταφορά μπορεί να γίνει με κατάθεση του ποσού από τον οφειλέτη στον αριθμό του λογαριασμού που έχει στην τράπεζα ο πελάτης της, η οποία με το αυτόματο σύστημα ON LINE περνάει αμέσως στο λογαριασμό αυτού του πελάτη.
- Μεταφορά κεφαλαίων στο εσωτερικό γίνεται και με παράδοση ιδιωτικής τραπεζικής επιταγής από τον οφειλέτη στο δικαιούχο. Εδώ αναφερόμαστε στην είσπραξή της από το δικαιούχο. Αυτή μπορεί να γίνει στη χρονολογία που γράφεται στο σώμα της είτε με παράδοσή της σ' ένα από τα καταστήματα της τράπεζας στην οποία τηρεί λογαριασμό ο εκδότης της, που με το σύστημα ON LINE διαπιστώνει αμέσως αν αυτός έχει κάλυμμα (υπόλοιπο) είτε με κατάθεσή της στην τράπεζα με την οποία συνεργάζεται, η οποία τη στέλνει στο Συμψηφιστικό Γραφείο που λειτουργεί στην Τράπεζα της Ελλάδος και εκεί διαπιστώνεται αν έχει κάλυμμα στην τράπεζά του ο οφειλέτης. Αν υπάρχει η επιταγή παίρνει VALEUR (δηλ. πιστώνεται με το ποσό της οριστικά ο δικαιούχος) και αν όχι, σφραγίζεται και επιστρέφεται στην τράπεζα όπου την κατέθεσε ο δικαιούχος για την παραπέρα διαδικασία. Σημειώνεται ότι τόσο από Συμψηφιστικό Γραφείο, όσο και από κάθε τράπεζα χωριστά στέλνεται κάθε μέρα στην Ένωση Ελληνικών Τραπεζών κι' από εκεί στον Εισαγγελέα Ποινικής Αγωγής, κατάσταση σφραγισμένων επιταγών με τα στοιχεία των εκδοτών τους. Τα ονόματα των εκδοτών σφραγισμένων επιταγών περνούν σε "Μαύρο Πίνακα" (Black List) και κυκλοφορούν σ' όλες τις τράπεζες για τη λήψη μέτρων προστασίας τους από αφερέγγυους πελάτες.
- Μεταφορά κεφαλαίων γίνεται και με "Εμβασμα" δηλ. Εντολή Πληρωμής στο εσωτερικό και με προϋποθέσεις στο εξωτερικό. Ο πελάτης καταθέτει σε μια τράπεζα ένα ποσό ή αποσύρει από το λογαριασμό του ένα ποσό και δίνει εντολή πληρωμής του (Money Order) σε ένα δικαιούχο στο εσωτερικό ή στο εξωτερικό. Η τράπεζα σήμερα μεταβιβάζει με τον ασφαλέστερο τρόπο την εντολή με FAX προς ένα κατάστημά της στο εσωτερικό ή στην ανταποκρίτρια της τράπεζας στο εξωτερικό, ο

δικαιούχος ειδοποιείται για τη άφιξη του εμβάσματος και μετά τη διαπίστωση της ταυτότητάς του εισπράττει το ποσό που στάλθηκε.

4.1.4. Έκδοση και διαχείριση μέσων πληρωμής

Αυτή αφορά τις επιταγές τραπεζών στις οποίες αναφερθήκαμε αμέσως παραπάνω, τις πλαστικές κάρτες και τις ταξιδιωτικές επιταγές.

- Πλαστικές κάρτες (Plastic Cards).

Το πλαστικό χρήμα είναι η πιο μεγάλη εξέλιξη στις μορφές του χρήματος (μεταλλικό, χάρτινο, πιστωτικό, πλαστικό). Οι πλαστικές κάρτες έχουν αποτυπωμένο το ονοματεπώνυμο του δικαιούχου και το χαρακτηριστικό αριθμό της ταυτότητάς του. Πρωτοεμφανίσθηκαν στις Η.Π.Α. το 1950 και σήμερα κυριαρχούν σ' ολόκληρο τον κόσμο. Έχουν πλεονεκτήματα ότι είναι εύχρηστες και η πληρωμή των αγορών όταν γίνονται με πιστωτικές κάρτες μετατίθεται για αργότερα. Το μεγάλο τους μειονέκτημα είναι ότι παρασύρουν τον κάτοχο σε αλόγιστες αγορές.

Είδη πιστωτικών καρτών:

- Πιστωτικές κάρτες (Credit Cards) που δίνουν το δικαίωμα στον κάτοχό τους να πραγματοποιεί αγορές μέχρι το ύψος που καθορίζεται από την εκδότρια τράπεζα ή από ένα χρηματοδοτικό οργανισμό που δεν είναι τράπεζα (λ.χ. Diners Club).
- Χρεωστικές κάρτες (Debit Cards) με τις οποίες γίνεται άμεση χρέωση του λογαριασμού που έχει ο κάτοχός τους σε μια τράπεζα, κατά τη χρησιμοποίησή τους, μέσω ενός ηλεκτρονικού σημείου πώλησης (Electronic Point of Sale - E.P.O.S.).
- Κάρτες ανάληψης χρημάτων (Cash Cards) από ένα λογαριασμό του κατόχου στην τράπεζα, μέχρι ένα ορισμένο ποσό.
- Κάρτες εγγύησης επιταγής (Check Guarantee Card), οι οποίες εγγυώνται την πληρωμή μιας επιταγής πάνω από ορισμένο ποσό.

- *Κάρτες εκτέλεσης διάφορων τραπεζικών εργασιών (Banking Cards) όπως καταθέσεων, αναλήψεων, έκδοσης επιταγών μεταφοράς κεφαλαίων κ.α.*

- *Ταξιδιωτική Επιταγή (Traveller's Check).*

Είναι μέσο εξυπηρέτησης των τουριστών (ταξιδιωτών) για την αποφυγή της μεταφοράς μετρητών. Η λειτουργία της είναι η εξής: Κάποιος ο οποίος πρόκειται να ταξιδέψει καταβάλλει σε μια τράπεζα της χώρας του ένα χρηματικό ποσό (λ.χ. 1.000 δολάρια) και παίρνει ένα στέλεχος με το ισόποσο σε ταξιδιωτικές επιταγές (λ.χ. 7 των 100 δολ. και 6 των 50 δολ.). Στο σώμα της κάθε επιταγής βάζει την υπογραφή του και όταν πρόκειται να κάνει χρήση της κάθε επιταγής στη χώρα όπου πάει, βάζει μια δεύτερη υπογραφή παρουσία εκείνου στον οποίο την παραδίδει, ο οποίος διαπιστώνει την ομοιότητα των δύο υπογραφών. Έτσι μπορεί να χρησιμοποιήσει την κάθε επιταγή είτε στην τράπεζα της χώρας που επισκέπτεται για να πάρει μετρητά είτε σε συναλλαγές σ' αυτή τη χώρα (όπως λ.χ. για να πληρώσει το ξενοδοχείο). Και κάθε επιταγή ανάλογα με το ποσό που γράφεται σ' αυτή (λ.χ. 100 δολ.) υπολογίζεται μ' αυτή την αξία σαν να πρόκειται για μετρητά.

4.1.5. Εγγυήσεις και αναλήψεις υποχρεώσεων.

Αυτές γίνονται με την έκδοση εγγυητικών και πιστωτικών επιστολών.

- *Εγγυητική επιστολή (Letter of Guarantee).*

Είναι έγγραφο μιας τράπεζας σε τύπο επιστολής, με το οποίο η τράπεζα παρέχει την εγγυήσή της προς ένα τρίτο πρόσωπο, ότι, αν ο προς αυτό υπόχρεος δεν εκπληρώσει την υποχρέωσή του, θα την εκπληρώνει αντί γι' αυτόν η τράπεζα. Η εγγύηση που δίνεται διαρκεί για ορισμένο χρονικό διάστημα και είναι ανέκκλητη. Με την έκδοση της εγγυητικής επιστολής η τράπεζα δεν κάνει άμεση πληρωμή, αλλά υπόσχεται να πληρώσει αν ο οφειλέτης αρνηθεί ή οπωσδήποτε δεν πραγματοποιήσει την πληρωμή. Αν δεν γίνει η πληρωμή από τον οφειλέτη γίνεται "κατάπτωση" της εγγυητικής επιστολής που σημαίνει ότι την πληρωμή οφείλει να κάνει η τράπεζα που εγγυήθηκε γι' αυτόν.

Η τράπεζα για την έκδοση της εγγυητικής επιστολής δεν μένει ακάλυπτη από εκείνον υπέρ του οποίου παρέχει την εγγύηση, αλλά, ή δεσμεύει ισόποση της εγγυητικής κατάθεση ή παίρνει απ' αυτόν εμπράγματα εξασφαλίσεις, όπως ενέχυρο σε τίτλους ή σε εμπορεύματα κ.ά. Για την έκδοση εγγυητικών επιστολών η τράπεζα αμείβεται με προμήθεια. Συνηθισμένες περιπτώσεις έκδοσης εγγυητικών είναι η συμμετοχή σε διαγωνισμούς, η διαβεβαίωση για την καλή εκτέλεση ενός έργου, η παραλαβή εμπορευμάτων από τελωνεία κ.λπ.

- . Πιστωτική Επιστολή (Letter of Credit)

Είναι επιστολή που εκδίδει μία τράπεζα και απευθύνεται σε ένα ή μερικά καταστήματα της ή ανταποκριτές της με την οποία δίνει εντολή σ' αυτά να καταβάλουν στον κομιστή ορισμένο χρηματικό ποσό, το οποίο αυτός έχει καταβάλει προηγουμένως στην τράπεζα ή για το οποίο του έχει χορηγηθεί πίστωση. Αν πρόκειται ο κομιστής να εισπράξει χρήματα από πολλά καταστήματα ή ανταποκριτές εκδίδεται "εγκύκλιος πιστωτική επιστολή". Αν ο κομιστής προσδιορίσει τις συγκεκριμένες χώρες και πόλεις από τις οποίες θα περάσει, η τράπεζα εκδίδει "βεβαιωμένη" πιστωτική επιστολή που απευθύνεται σε συγκεκριμένα καταστήματα και ανταποκριτές.

4.1.6. Συναλλαγές για Λογαριασμό του Ιδίου του Πιστωτικού Ιδρύματος ή της Πελατείας του.

Αυτές γίνονται σε :

- Μέσα χρηματαγοράς.

Χρηματαγορά λέγεται η αγορά (προσφορά - ζήτηση) βραχυπρόθεσμων κεφαλαίων (ενώ η κεφαλαιαγορά είναι η αγορά μακροπρόθεσμων κεφαλαίων). Οι συναλλαγές σε μέσα Χρηματαγοράς έχουν ως αντικείμενο *αξιόγραφα*.

Αξιόγραφα γενικά είναι έγγραφα που ενσωματώνουν μια αξία, ένα δικαίωμα (γι' αυτό λέγονται και δικαιόγραφα) το οποίο για να ασκηθεί προϋποθέτει την κατοχή του εγγράφου (σώματος).

Διακρίνονται σε:

- Ονομαστικά, στα οποία αναφέρεται ο αποκλειστικός δικαιούχος (όπως λ.χ. Η ονομαστική μετοχή Α.Ε.). Μεταβιβάζονται με εκχώρηση.
- Ανώνυμα ή "στον κομιστή", στα οποία δεν σημειώνεται το όνομα του δικαιούχου, αλλά δικαιούχος είναι ο οποιοσδήποτε κομιστής όπως λ.χ. Οι ανώνυμες μετοχές Α.Ε., τα μερισματογράφα τους, οι ομολογίες και τα τοκομερίδια τους. Μεταβιβάζονται με απλή παράδοση.
- Τη μεγαλύτερη κατηγορία αποτελούν τα αξιόγραφα "σε διαταγή", στα οποία γράφεται μεν το όνομα του δικαιούχου, αλλά αυτός μπορεί να "διατάξει" να γίνει η μεταβίβαση του δικαιώματος σε κάποιον άλλον. Αυτά μεταβιβάζονται με οπισθογράφηση. Στην κατηγορία των αξιογράφων σε διαταγή ανήκουν κυρίως: η συναλλαγματική, το γραμματίο σε διαταγή, η επιταγή, τα αποθετήρια και ενεχυρόγραφα των Γενικών Αποθηκών, οι φορτωτικές και τα ασφαλιστήρια.

Οι τραπεζικές πράξεις με αντικείμενο αξιόγραφο είναι η χορήγηση πιστώσεων, με προεξοφλήσεις συναλλαγματικών, γραμματίων σε διαταγή και επιταγών, με προκαταβολές έναντι φορτωτικής, με ενεχυρίαση εμπορευμάτων με μεταβίβαση του Ενεχυρογράφου, οι πωλήσεις χρεογράφων με συμφωνίες επαναγοράς (REPOS) και η παράδοση αξιογράφων για είσπραξη.

Η συμφωνία REPO (Repurchase Agreement) έχει ως περιεχόμενο την πώληση από μια τράπεζα χρεογράφων (κυρίως τίτλων του δημοσίου) με υπόσχεση επαναγοράς των ίδιων τίτλων από την τράπεζα μετά παρέλευση ορισμένης προθεσμίας, στην ίδια τιμή και με ικανοποιητικό επιτόκιο για τον πελάτη στον οποίο έγινε η πώληση.

- Συνάλλαγμα

Είναι τίτλος που ενσωματώνει μια απαίτηση σε ξένο νόμισμα ή σε χρυσό. Οι επιτρεπόμενες πράξεις σε συνάλλαγμα καθορίζονται με Πράξεις του Διοικητή της Τράπεζας της Ελλάδος (εισαγωγή, εξαγωγή, δανεισμός, πληρωμές). Σύμφωνα με τις υποχρεώσεις της χώρας προς την Ευρωπαϊκή Ένωση οι πράξεις αυτές πρέπει να απελευθερωθούν τελείως για να είναι δυνατή η

προβλεπόμενη από τις συνθήκες (Ρώμης και Μάαστριχτ) ελεύθερη και ακώλυτη κίνηση κεφαλαίων.

- Προθεσμιακά Συμβόλαια Χρηματοπιστωτικών Τίτλων.

Πρόκειται για προθεσμιακές συμβάσεις αγοραπωλησίας νομισμάτων ή τίτλων (μετοχών, ομολόγων, ομολογιών), σε Ευρώ και συνάλλαγμα (Futures). Τα συμβόλαια Futures είναι μεταβιβάσιμα. Μ' αυτά ορίζεται η ποσότητα αγοράς ή πώλησης ενός είδους και η τιμή του ενώ η παράδοσή του γίνεται μετά από συμφωνημένη προθεσμία.

- Χρηματοοικονομικά δικαιώματα.

Πρόκειται για το προνομιακό δικαίωμα του αγοραστή ή του πωλητή νομισμάτων ή τίτλων να επιλέξει την πραγματοποίηση ή την ακύρωση της αγοράς ή της πώλησης μέσα σε ορισμένη προθεσμία. Δηλαδή, καθορίζονται τα στοιχεία της αγοραπωλησίας (ποσότητα, είδος, τιμή) αλλά η πραγματοποίησή της ή μη εξαρτάται από εκείνον στον οποίο δόθηκε το δικαίωμα να δηλώσει την προτίμησή του. Το δικαίωμα αυτό λέγεται Option, αν το ασκήσει ο αγοραστής λέγεται Call Option ενώ αν το ασκήσει ο πωλητής Put Option.

- Συμβάσεις ανταλλαγής επιτοκίων ή νομισμάτων.

Είναι η συμφωνία με την οποία μία σύμβαση με ορισμένο επιτόκιο, διάρκεια και νόμισμα ανταλλάσσεται με μια άλλη με διαφορετικό επιτόκιο, διάρκεια και νόμισμα. λ.χ. μια βραχυπρόθεσμη σύμβαση με επιτόκιο 20% και εκφρασμένη σε Ευρώ ανταλλάσσεται με μια μακροπρόθεσμη με επιτόκιο 5% εκφρασμένη σε ξένο νόμισμα. Διεθνώς λέγεται Swap και αν η ανταλλαγή γίνει ως προς το νόμισμα λέγεται Currency Swap και αν γίνει ως προς το επιτόκιο λέγεται Interest Rate Swap.

- Πράξεις σε κινητές αξίες.

Κινητές αξίες ή χρεόγραφα ή τίτλοι είναι οι μετοχές Α.Ε., τα ομόλογα του δημοσίου και τραπεζών και οι ομολογίες ομολογιακών δανείων του δημοσίου, δημόσιων οργανισμών και Α.Ε. Τα πιστωτικά ιδρύματα αναλαμβάνουν την αγορά ή την πώληση κινητών αξιών για λογαριασμό τους (για τοποθέτηση) ή

για λογαριασμό πελατών τους και στη δεύτερη αυτή περίπτωση αμείβονται με προμήθεια. Μετά την αγορά ή την πώληση συντάσσεται εκκαθάριση .

- Συμμετοχή σε εκδόσεις τίτλων και παροχή συναφών υπηρεσιών.

Αυτές είναι οι περιπτώσεις της ανάληψης από μια τράπεζα του έργου του "αναδόχου σε έκδοση μετοχών και του "θεματοφύλακα" σε αμοιβαία κεφάλαια.

- Ανάδοχος σε έκδοση νέων μετοχών.

Κάθε Α.Ε. που πρόκειται να κάνει εισαγωγή των μετοχών της στο χ.Α.Α. σε συνδυασμό με αύξηση του κεφαλαίου της και έκδοση νέων μετοχών σε δημόσια εγγραφή, όπως και κάθε επιχείρηση που οι μετοχές της είναι εισαγμένες στο Χ.Α.Α. όταν κάνει αύξηση του κεφαλαίου της με έκδοση νέων μετοχών, αναθέτει σε μια τράπεζα το έργο του "αναδόχου" της έκδοσης. Τα καθήκοντα του αναδόχου (τράπεζας) ορίζονται από το νόμο, περιλάμβαναν μεγαλύτερη ευθύνη απέναντι στους αγοραστές των νέων μετοχών, οι οποίες περιορίστηκαν και συζητείται να επαναφερθούν. Ένα από τα καθήκοντα του αναδόχου είναι ο καθορισμός μαζί με την εκδότρια Α.Ε. της τιμής με την οποία οι μετοχές θα προσφερθούν στο κοινό.

- Θεματοφύλακας Αμοιβαίων Κεφαλαίων.

Σε κάθε Αμοιβαίο Κεφάλαιο ορίζεται μια τράπεζα ως "θε- ματοφύλακας", στην οποία κατατίθεται το Ενεργητικό του Αμοιβαίου Κεφαλαίου για φύλαξη. Επίσης ο θεματοφύλακας συμμετέχει στις αγορές και τις πωλήσεις των χρεογράφων του Ενεργητικού του Α.Κ., συνυπογράφει τα μερίδιά του και τον Κανονισμό του και όλων των καταστάσεων της Εταιρίας Διαχείρισης του Α.Κ.

- Παροχή συμβουλών σε επιχειρήσεις για διάφορα ζωτικά θέματα.

Τα πιστωτικά ιδρύματα δίνουν συμβουλές προς τις επιχειρήσεις με τις οποίες συνεργάζονται για ορισμένα ζωτικά θέματα, όπως ενδεικτικά είναι:

- Η διάρθρωση του κεφαλαίου τους (σχέση του ίδιου κεφαλαίου και του ξένου, δηλ. δανειακού κεφαλαίου).
- Η βιομηχανική στρατηγική τους (όροι και προϋποθέσεις για την επίτευξη βασικών σκοπών της βιομηχανικής επιχείρησης όπως, η κατάληψη με τα

προϊόντα τους μεγάλου μέρους της κατανάλωσης, η πραγματοποίηση εξαγωγών, η μείωση του κόστους και των τιμών κ.λπ. που σημαίνουν επικράτηση ή και κυριαρχία στον ανταγωνισμό).

- Η συγχώνευση ομοειδών επιχειρήσεων για τη μείωση του κόστους αγορών και παραγωγής.
- Η εξαγορά επιχειρήσεων για την επέκταση στην αγορά ή για την καθετοποίηση της παραγωγής ή για το άνοιγμα και σε άλλους κλάδους, κ.ά.

- Διαμεσολάβηση στις διατραπεζικές αγορές.

Διατραπεζική αγορά είναι αυτή που δημιουργείται με την προσφορά και ζήτηση κεφαλαίων μεταξύ τραπεζών. Μπορεί να αφορά Ευρώ ή συνάλλαγμα. Τράπεζες που παρουσιάζουν στενότητα κεφαλαίων σε σχέση με τις ανάγκες τους ζητούν κεφάλαια συνήθως για πολύ μικρό χρονικό διάστημα (για 24 ώρες - Over- night, για 48 ώρες. Tomorrow Next Day, για 3 μέρες. Spot Next, για μια εβδομάδα κ.λπ.). Τράπεζες που έχουν περισσεύματα κεφαλαίων για την ικανοποίηση τέτοιας ζήτησης προσφέρουν τα κεφάλαια και μ'αυτή τη ζήτηση και την προσφορά διαμορφώνεται το διατραπεζικό επιτόκιο (Interbank Rate).

- Διαχείριση χαρτοφυλακίου και παροχή συμβουλών γι'αυτή.

Χαρτοφυλάκιο τίτλων είναι το σύνολο των πιστωτικών τίτλων (συναλλαγματικών, γραμματίων σε διαταγή, επιταγών) και χρεογράφων (κινητών αξιών, δηλ. μετοχών, ομολογιών, ομολόγων) που έχει στην κυριότητα του ένα φυσικό ή νομικό πρόσωπο (εταιρία).

Η κατάλληλη διάρθρωση του χαρτοφυλακίου απαιτεί εμπειρία και γνώση των συνθηκών, των τάσεων και των μεταβολών της αγοράς, η οποία δεν είναι πάντα δυνατό να γίνεται από άτομα έξω από την ενεργό οικονομική ζωή. Γι' αυτό το λόγο οι τράπεζες είτε αναλαμβάνουν με ειδικές υπηρεσίες (Υπηρεσία Χαρτοφυλακίου Πελατείας) να διαχειρίζονται χαρτοφυλάκια πελατών τους κάνοντας τις κατάλληλες αγορές και πωλήσεις, ώστε να είναι κατά το δυνατό μεγαλύτερη η απόδοσή τους σε όφελος των πελατών τους είτε δίνουν με αρμόδια όργανά τους τις κατά την κρίση τους, κατάλληλες συμβουλές για την επίτευξη του ίδιου σκοπού.

- Φύλαξη και διαχείριση κινητών αξιών.

Οι τράπεζες αναλαμβάνουν έναντι αμοιβής τη φύλαξη των κινητών αξιών που ανήκουν σε πελάτες τους, στο θησαυροφυλάκίό τους. Επίσης εκτός από τη διαχείριση του χαρτοφυλακίου που είναι το σύνολο των τίτλων κάθε πελάτη, αναλαμβάνουν τη διαχείριση ορισμένης ποσότητας κινητών αξιών που τους αναθέτουν οι πελάτες τους. Αυτή αναφέρεται σε μετοχές που οι πελάτες θέλουν να έχουν τη μεγαλύτερη απόδοση, αλλά στερούνται από τη σχετική εμπειρία και τις γνώσεις και γι' αυτό αναθέτουν στην ειδική υπηρεσία της τράπεζας, με προμήθεια, να κάνει τις, κατά την κρίση της, πωλήσεις και αντικαταστάσεις για να επιτευχθεί η μεγαλύτερη απόδοση.

- Συγκέντρωση εμπορικών πληροφοριών και αξιολόγηση της πιστοληπτικής ικανότητας των πελατών.

Οι τράπεζες με ειδικές υπηρεσίες πληροφοριών συγκεντρώνουν διάφορα στοιχεία σχετικά με την πορεία της αγοράς, τα προβλήματα των διάφορων κλάδων, τις φήμες που κυκλοφορούν για διάφορες επιχειρήσεις κ.λπ. Έργο των ειδικών αυτών υπηρεσιών είναι η συγκέντρωση πληροφοριών και η αξιολόγηση της πιστοληπτικής ικανότητας αυτών που ζητούν για πρώτη φορά δάνειο από την τράπεζα. Αυτοί συμπληρώνουν ένα έντυπο με διάφορα στοιχεία για το άτομο και την επιχείρησή τους. Τα στοιχεία αυτά ελέγχονται και συντάσσεται "Δελτίο Πληροφοριών" που αποτελεί και την αξιολόγηση των αιτούντων. Επίσης οι ίδιες υπηρεσίες παρακολουθούν και την πορεία των εργασιών των ήδη πελατών, ιδιαίτερα αυτών που παρουσιάζουν δυσχέρεια στην εξόφληση των υποχρεώσεων τους. Σκοπός είναι αν αυτό είναι κατορθωτό - να αποτραπεί η διόγκωση των "επισφαλών απαιτήσεων" των τραπεζών.

- Εκμίσθωση θυρίδων θησαυροφυλακίου.

Οι τράπεζες γνωρίζοντας από τη μια τους κινδύνους που σήμερα διατρέχουν οι πελάτες τους με τις ληστείες, τις κλοπές, τις αρπαγές τσαντών κ.λπ. και από την άλλη τη μεγάλη επιθυμία των πελατών τους να μπορούν να τοποθετούν σε ασφαλές μέρος τιμαλή, τίτλους κ.λπ. έχουν κατασκευάσει ειδικούς χώρους θησαυροφυλακίου, με ισχυρά προστατευτικά μέσα, τους οποίους κατανέμουν σε πολλές θυρίδες που νοικιάζονται έναντι αμοιβής στους πελάτες. Οι θυρίδες

ανοίγουν μόνο με τη σύμπραξη του ενοικιαστή και του αρμόδιου υπαλλήλου της τράπεζας που έχουν από ένα κλειδί. Η ενοικίαση γίνεται με ετήσια σύμβαση που μπορεί να ανανεώνεται.

- Παροχή υπηρεσιών *Leasing* και *Factoring*.

Οι τράπεζες, είτε οι ίδιες, είτε μέσω θυγατρικών τους επιχειρήσεων, μπορούν να παρέχουν υπηρεσίες χρηματοδοτικής μίσθωσης του Ν. 1665/1986 (*Leasing*) και πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων του Ν. 1905/1990 (*Factoring*) περιπτώσεις στις οποίες αναφερθήκαμε παραπάνω.

- Παροχή ασφαλιστικών προϊόντων

Οι τράπεζες, είτε οι ίδιες, είτε μέσω θυγατρικών τους επιχειρήσεων, μπορούν να παρέχουν ασφαλιστικές υπηρεσίες με προγράμματα σύνταξης, υγείας ή προστασίας περιουσίας.

- *Private Banking*

Το *Private Banking* είναι μία σύγχρονη τραπεζική υπηρεσία η οποία, με απόλυτη εχεμύθεια, αναλύει τις χρηματοοικονομικές ανάγκες του κάθε πελάτη ξεχωριστά και παρέχει λύσεις για την αποτελεσματικότερη ικανοποίησή τους. Το *Private Banking* αφορά τη Συνολική Διαχείριση Περιουσίας (*Total Wealth Management*) και έχει στόχο την πλήρη κάλυψη των χρηματοοικονομικών αναγκών του πελάτη, με την παροχή πρωτοποριακών προϊόντων και υπηρεσιών. Η αποτελεσματική προσέγγιση στις διαφορετικές ανάγκες των πελατών επιτυγχάνεται και με τη συνεργασία άλλων Διευθύνσεων της Τράπεζας όταν αυτό κρίνεται απαραίτητο. Οι υπηρεσίες του χωρίζονται σε: Επενδυτικές, Τραπεζικές Υπηρεσίες και Υπηρεσίες Διαχείρισης Περιουσίας.

4.2. Δίκτυα Διανομής

Με τον όρο Δίκτυο διανομής εννοούμε όλους τους χώρους και τους μέσα - τρόπους με τους οποίους μία επιχείρηση, προωθεί στο καταναλωτικό κοινό, στο οποίο απευθύνεται, τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες της. Τα πιστωτικά ιδρύματα για

την εξυπηρέτηση τις πελατείας τους και για να βρίσκονται "μέσα" στο διεθνή ανταγωνισμό, παρέχουν ολοένα και περισσότερες διευκολύνσεις προς τους πελάτες τους εφαρμόζοντας κάθε τι που προσφέρει η νέα τεχνολογία. Τέτοιες διευκολύνσεις προσφέρονται σήμερα με τα εξής:

- Μέσω των Τραπεζικών Καταστημάτων τους (Δίκτυο Καταστημάτων), τα οποία αποτελούν το παραδοσιακό τραπεζικό δίκτυο διανομής μέσω του οποίου μπορούν να ενημερώνουν καθημερινά τους πελάτες τους καθώς και να τους παρέχουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους. Όμως το κόστος συντήρησης τους είναι σημαντικό γι' αυτό και τα τελευταία χρόνια οι τράπεζες προσανατολίζονται και σε άλλες μορφές δικτύων.
- Με τις Μηχανές Αυτόματων Συναλλαγών, όπως:
 - Οι Αυτόματες Μηχανές (Automated Teller or Telling Machines ATMs). Αυτές δέχονται "έξυπνες κάρτες" (Smart Cards) με τις οποίες μπορεί κάποιος, ή μόνο να αποσύρει μετρητά από την κατάθεσή του μέχρι ορισμένο ύψος κάνοντας χρήση του "προσωπικού του αριθμού ταυτότητας" (Personal Identification Number - P.I.N.) ή να καταθέσει μετρητά στο λογαριασμό του ή σε λογαριασμό άλλου.
 - Τα "Σημεία πώλησης" (Points of Sale - P.OS.) που είναι σημεία (π.χ. εντός εμπορικών καταστημάτων) όπου ο κάτοχος της πλαστικής κάρτας μπορεί να κάνει διάφορες αγορές ειδών. Στα σημεία αυτά πώλησης γίνεται ηλεκτρονική μεταφορά κεφαλαίων (Electronic Funds Transfer at Points of Sale - EFTPOS).
- Με την αυτόματη κίνηση λογαριασμών (με Πάγια Εντολή), που γίνεται όταν ένας πελάτης συμφωνεί με την τράπεζά του να κατατίθεται στο λογαριασμό του η μισθοδοσία ή η σύνταξή του, με άμεση πίστωση με το ισόποσο, του λογαριασμού του. Επίσης είναι δυνατή η πληρωμή από την τράπεζα, στην οποία διαβιβάζονται υπηρεσιακά, των λογαριασμών του Ο.Τ.Ε., της Δ.Ε.Η. κ.λπ. με άμεση χρέωση του λογαριασμού που έχει ο πελάτης στην τράπεζα καθώς και το δικαίωμα υπερανάληψης από αυτόν ποσού μεγαλύτερου από αυτό που διαθέτει ο λογαριασμός.

- Με τις τραπεζικές Τηλεσυναλλαγές (Telebanking) που γίνονται με τους εξής τρόπους:
 - Με την αυτόματη κίνηση λογαριασμών που γίνεται μέσω τηλεφώνου (Phone-banking). Ο πελάτης καλεί ορισμένο αριθμό τηλεφώνου που ορίζει η τράπεζα και λειτουργεί όλο το 24ωρο και όλες τις μέρες του χρόνου και μέσω αυτού, μπορεί να έχει εξυπηρετήσεις όπως: η μεταφορά χρημάτων από ένα λογαριασμό σε άλλο, ακόμα και στο εξωτερικό αν ο πελάτης διατηρεί λογαριασμό σε συνάλλαγμα, ενημέρωση για το υπόλοιπο του λογαριασμού του, για ισοτιμίες συναλλάγματος, για τιμές μετοχών, για την πληρωμή του λογαριασμού πιστωτικής κάρτας, πληρωμή διαφόρων λογαριασμών κ.α.
 - Με την αυτόματη κίνηση λογαριασμών μέσω του E-Banking που γίνεται μετά από σύνδεση του Η/Υ του πελάτη με την ιστοσελίδα της Τράπεζας μέσω του Διαδικτύου (Internet). Ο πελάτης με τον προσωπικό του υπολογιστή (Personal Computer) από το γραφείο ή από το σπίτι του μπορεί να κάνει αυτόματη κίνηση διάφορων λογαριασμών, χρεωστικών και πιστωτικών (π.χ πληρωμή ενοικίου, πληρωμή των εισφορών του ΙΚΑ για τις επιχειρήσεις κ.α.)
- Με το Personal Banking μέσω του οποίου η τράπεζα επιθυμεί μία αποκλειστική και υψηλού επιπέδου εξυπηρέτηση για τη διαχείριση της περιουσίας του πελάτη της αντιμετωπίζοντας τον ξεχωριστά ,με τη βοήθεια κάποιου αποκλειστικού και εξειδικευμένου συνεργάτη της ,ο οποίος συνεργάζεται προσωπικά με τον πελάτη για τα θέματα που τον αφορούν και κατόπιν ραντεβού στον χώρο που επιθυμεί εκείνος ακόμα και στο σπίτι του. Αυτή η υπηρεσία πρωτοεμφανίστηκε στην ελληνική τραπεζική αγορά από την Eurobank και αφορά κυρίως πελάτες με καταθέσεις άνω των 60.000 Ευρώ.
- Με το Mobile Banking μέσω του οποίου οι τράπεζες δίνουν τη δυνατότητα στους πελάτες τους να ενημερωθούν για τραπεζικά προϊόντα

ή να προβούν σε κινήσεις λογαριασμών τους μέσω του κινητού τους τηλεφώνου.

- Μέσω των i-bank stores (πολυχώροι ηλεκτρονικής τραπεζικής), τα οποία έθεσε πρώτη σε λειτουργία η Εθνική τράπεζα τον Φεβρουάριο του 2011 και παρέχουν στον πελάτη τη δυνατότητα:
 - Απόκτησης πρόσβασης στις υπηρεσίες i-bank με την υποστήριξη εξειδικευμένου προσωπικού
 - Χαλάρωσης στο καθιστικό (lounge area) με τον εικονικό ουρανό, τον κατακόρυφο κήπο και την οθόνη ενημέρωσης και ψυχαγωγίας (infotainment), απολαμβάνοντας τον καφέ στου.
 - Διασκέδασης στο χώρο διάδρασης με τις εφαρμογές επαυξημένης πραγματικότητας (augmented reality) και να παίξει παιχνίδια σκέψης όπως Sudoku, Memory και Score4.
 - Να έχει ενεργή συμμετοχή σε ένα εργαστήριο γνώσης, να παρακολουθήσει ενδιαφέρουσες παρουσιάσεις, σεμινάρια τεχνολογίας και ομιλίες στον ειδικά διαμορφωμένο, αμφιθεατρικό χώρο εκδηλώσεων.
 - Να πλοηγηθεί στο διαδίκτυο μέσω της δωρεάν ασύρματης πρόσβασης από το φορητό υπολογιστή ή το κινητό του (free WiFi).
 - Να γίνει μέλος του i-bank store club αποκτώντας μια σειρά από προνόμια και να λάβει μέρος σε κληρώσεις με δώρα.



4.2.1. Νέος προσανατολισμός στα δίκτυα διανομής τραπεζικών προϊόντων.

Οι σύγχρονοι τραπεζικοί όμιλοι, λειτουργώντας σ' ένα άκρως ανταγωνιστικό περιβάλλον που διακρίνεται από βαθιά οικονομική ύφεση, καθώς και λόγω των τάσεων της αγοράς και της εξέλιξης της τεχνολογίας, προσανατολίζονται στα νέα δίκτυα διανομής προϊόντων. Αυτά είναι το internet-banking, το phone-banking και τα Μηχανήματα Αυτόματων Συναλλαγών (με κάρτες) και όχι στα παραδοσιακά τραπεζικά καταστήματα. Δηλαδή, στρέφουν το ενδιαφέρον τους σ' αυτά που τους επιτρέπουν να μειώσουν τα λειτουργικά τους κόστη (π.χ. αριθμό εργαζομένων, ενοίκια, έξοδα λειτουργίας και συντήρησης, μηχανολογικό και τεχνολογικό εξοπλισμό κ.α.) (βλ. ΠΙΝΑΚΑ 2), να ικανοποιήσουν τις αυξανόμενες ανάγκες των πελατών τους για αποδοτικά, σε χρόνο και χρήμα, τραπεζικά προϊόντα και συναλλαγές και να χρησιμοποιήσουν εξελιγμένα τεχνολογικά μέσα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ

ΠΙΝΑΚΑΣ 5

Στοιχεία Ισολογισμού & Αποτελεσμάτων εμπορικών τραπεζών & τραπεζικών ομίλων εννεαμήνου 2013 (9μ 2013)									
		Ενεργητικό (σε εκατ. €)	Κέρδη ή ζημίες προ φόρων (-) (σε εκατ. €)	Καθαρά Κέρδη ή ζημίες μετά φόρων (-) (σε εκατ. €)	Καταθέσεις (σε εκατ. €)	Χορηγήσεις μετά από Προβλέψεις (σε εκατ. €)	Προβλέψεις κάλυψης πιστωτικού κινδύνου (σε εκατ. €)	Αμοιβές & Έξοδα Προσωπικού (σε εκατ. €)	Απασχολού- μενο Προσωπικό
ETE ¹	ΤΡΑΠΕΖΑ	83940	-478	-222	46885	47115	631	535	12551
	ΟΜΙΛΟΣ	110963	121	261	65039	68828	987	976	37831
EUROBANK ²	ΤΡΑΠΕΖΑ	63087	-1031	-189	23401	31431	1037	275	7150
	ΟΜΙΛΟΣ	80060	-993	-214	42282	47086	1260	432	20141
ALPHA ³	ΤΡΑΠΕΖΑ	67738	1870	2484	36815	44867	1269	311	11345
	ΟΜΙΛΟΣ	73384	1906	2472	42021	52596	1474	520	17119
ΠΕΙΡΑΙΩΣ ⁴	ΤΡΑΠΕΖΑ	82938	2379	2969	46536	53088	1581	403	14529
	ΟΜΙΛΟΣ	92719	2618	3226	54692	61997	1684	595	24770
ΑΤΤΙΚΑ	ΤΡΑΠΕΖΑ	3955	-80	-70	3125	3352	59	40	988
	ΟΜΙΛΟΣ	3949	-79	-69	3112	3352	59	45	1011
GENIKI	ΤΡΑΠΕΖΑ	2528	-15	-15	1986	1843	64	50	1317
	ΟΜΙΛΟΣ	2526	-14	-14	1985	1843	64	51	1338
ΣΥΝΟΛΟ (ΤΡΑΠΕΖΑ)		304186	2645	4957	158748	181696	4641	1614	47880
ΣΥΝΟΛΟ (ΟΜΙΛΟΣ)		363601	3559	5662	209131	235702	5528	2619	102210

Πηγή: * Οικονομικές καταστάσεις μητρικής και ομίλου & Στοιχεία και πληροφορίες χρήσεως από 1/1/2013 έως 30/9/2013
** Παρουσιάσεις αποτελεσμάτων 9Μ2013

ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ:

- Την 10.5.2013 και 26.7.2013 αντίστοιχα η Τράπεζα απόκτησε χωρίς τίμημα το υγιές τμήμα των στοιχείων ενεργητικού και υποχρεώσεων των τραπεζών FBB & PROBANK οι οποίες βρίσκονται σε ειδική εκκαθάριση.
- Τα αποτελέσματα του Γ' τριμήνου 2013 περιλαμβάνουν τα αποτελέσματα του Νέου Ταχυδρομικού Ταμειυτηρίου και της Νέας Protos Bank από την 1η – 30η Σεπτεμβρίου 2013.
- Την 28.6.2013 ολοκληρώθηκε, κατά νόμο, η διαδικασία συγχωνεύσεως της Τραπεζής μετά, και δι' απορροφήσεως, της Εμπορικής Τραπεζής της Ελλάδος Α.Ε.
- Την 26.03.2013 η Τράπεζα απέκτησε επιλεγμένα στοιχεία των ελληνικών τραπεζικών δραστηριοτήτων της Τράπεζας Κύπρου, της Cyprus Popular Bank και της Ελληνικής Τράπεζας, συμπεριλαμβανομένων των δανείων και καταθέσεων των θυγατρικών

Πηγή : <http://www.hba.gr> / Ένωση Ελληνικών Τραπεζών

5.1. Συμπεράσματα

Καταλήγουμε ότι οι σύγχρονες μέθοδοι Τραπεζικού Marketing και τα εργαλεία που αυτό χρησιμοποιεί, έχουν διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στην εξέλιξη και ανάπτυξη του τραπεζικού τομέα στη χώρα μας.

Επίσης, θεωρούμε ότι το Marketing θα μπορούσε να βοηθήσει αποτελεσματικά τις τράπεζες να ξεπεράσουν τον σκόπελο τον οποίο κλήθηκαν να προσπελάσουν τα τελευταία χρόνια. Εξάλλου όπως βλέπουμε και στον παραπάνω Πίνακα ήδη μετά τη δημιουργία των 4 συστημικών τραπεζών και μέσα στο εννεάμηνο του 2013 υπάρχει αλλαγή στο σκηνικό των τραπεζών

Παρατηρούμε δηλαδή βελτίωση στην εικόνα τους και κερδοφορία σε κάποιες από αυτές.

Οι βασικοί άξονες του σχεδιασμού στο τραπεζικό σύστημα πρέπει πλέον να επικεντρώνονται:

- Στον εξορθολογισμό του κόστους λειτουργίας και γενικότερα την εσωτερική δημιουργία κεφαλαίου μέσω οργανικής κερδοφορίας
- Στην απεμπλοκή από μη αμιγώς τραπεζικές εργασίες
- Στον επανασχεδιασμό των δραστηριοτήτων στο εξωτερικό (π.χ.άνοιγμα σε νέες αγορές της ΝΑ Ευρώπης)
- Στην ενεργό διαχείριση των προβληματικών στοιχείων ενεργητικού (δηλαδή των δανείων σε καθυστέρηση και των ρυθμισθέντων δανείων)
- Στην παροχή πλήρους φάσματος τραπεζικών εργασιών και στην ορθή τιμολόγησή τους.

Είναι θετικό, όπως επισημαίνει και η ΤτΕ στην πρόσφατη ενδιάμεση έκθεσή της, ότι οι τράπεζες, εκμεταλλευόμενες και τις νέες δυνατότητες που δημιουργήθηκαν ως αποτέλεσμα των συγχωνεύσεων, έχουν αρχίσει να υλοποιούν έναν πιο κεντροποιημένο τρόπο διαχείρισης των προβληματικών δανείων (ΤτΕ, 3/1/2014,<http://www.reporter.gr>)

5.2. Προβλέψεις για το Μέλλον των Ελληνικών Τραπεζών

Περαιτέρω επιδείνωση των συνθηκών ρευστότητας στην αγορά προβλέπεται την προσεχή διετία, καθώς η πιστωτική επέκταση θα παραμείνει σε αρνητικό έδαφος τόσο το 2014 όσο και το 2015. Σύμφωνα με τις προβλέψεις του ΔΝΤ, όπως τις περιέγραψε ο αναπληρωτής διευθύνων σύμβουλος της Τράπεζας Πειραιώς, μιλώντας στο Συνέδριο του Ελληνοαμερικανικού Επιμελητηρίου, η πιστωτική επέκταση θα είναι αρνητική κατά -4% το 2014 και -2,2% το 2015, ενώ ήδη το 2013 η πτώση των χορηγήσεων αναμένεται ότι θα διαμορφωθεί επίσης στο -4% περίπου.([Www.kathimerini.gr](http://www.kathimerini.gr))

Την επανέναρξη κάλυψης των ελληνικών τραπεζών γνωστοποίησε η Bank of America-Merrill Lynch, δίνοντας σύσταση neutral για την Τράπεζα Πειραιώς με τιμή-στόχο (PO) 1,71 ευρώ και την Alpha Bank με τιμή-στόχο 0,67 ευρώ και underperform για την Εθνική Τράπεζα με τιμή-στόχο 4,15 ευρώ. Στην έκθεσή της με ημερομηνία 6/12 αναφέρει πως πιστεύει στο turnaround story των ελληνικών τραπεζών, το οποίο στηρίζεται στη μακροοικονομική ανάκαμψη και στην εφαρμογή μεταρρυθμίσεων στον κλάδο. (<http://www.kerdos.gr>)

Όπως προκύπτει από τη μηνιαία λογιστική κατάσταση της Τράπεζας της Ελλάδος τον Οκτώβριο ο δανεισμός των ελληνικών τραπεζών από την ΕΚΤ μειώθηκε στα 62,5 δισ. ευρώ από 63,82 δισ. ευρώ που ήταν τον προηγούμενο μήνα (ΤτΕ, 11/2013, www.newsbomb.gr).

Ο ρόλος των ελληνικών τραπεζών στο τραπεζικό σύστημα των χωρών της περιοχής της ΝΑ Ευρώπης είναι σημαντικός. Με βάση στοιχεία για τον Ιούνιο του 2013, το μερίδιο αγοράς των ελληνικών τραπεζών υπερβαίνει κατά μέσο όρο το 15% του συνολικού ενεργητικού του τραπεζικού συστήματος στις χώρες όπου έχουν παρουσία. Διαθέτουν υψηλή κεφαλαιακή επάρκεια, σε μεγάλο βαθμό χρηματοδοτούνται με δικούς τους πόρους και διαδραματίζουν ζωτικό ρόλο στην οικονομία της περιοχής. Ωστόσο, δεν έχουν κατορθώσει όλες οι ελληνικές τράπεζες να αποκτήσουν και να διατηρήσουν σημαντικό μέγεθος και μερίδιο αγοράς, που είναι κρίσιμοι παράγοντες για την αποτελεσματικότητα και την κερδοφορία τους. Αυτό σημαίνει ότι υπάρχει σαφής ανάγκη για συνενώσεις, που θα μπορούσαν να θεωρηθούν ως φυσική συνέχεια της επιτυχούς ανακεφαλαιοποίησης και αναδιάταξης του ελληνικού τραπεζικού συστήματος (Γιώργος Προβόπουλος, Διοικητής ΤτΕ, κατά τον χαιρετισμό του στο διεθνές Συμπόσιο της Τράπεζας της Ελλάδος και της Ευρωπαϊκής Τράπεζας Ανασυγκρότησης και Ανάπτυξης, 12/2013, www.exedra.gr).

Είναι σαφές ότι η οικονομική δίνη στην οποία βρίσκονται οι Ελληνικές Τράπεζες και η εθνική οικονομία γενικότερα είναι ισχυρή αλλά θεωρούμε ότι τα τελευταία χρόνια ο τραπεζικός τομέας έχει επιδείξει μεγάλη ωριμότητα και πιθανώς αυτό σημαίνει ότι είχε ισχυρές βάσεις και δεν προέβαινε σε κινήσεις μεγάλου ρίσκου.

Η ανακεφαλαιοποίηση του τραπεζικού συστήματος, η ανάκτηση πρόσβασης στη διεθνή διατραπεζική αγορά, η αύξηση της καταθετικής βάσης, η συνεργασία μεταξύ των τραπεζών, η περαιτέρω συγχώνευση τους για να επιτευχθεί η σύσταση ισχυρών τραπεζικών όμιλων, που θα μπορούν να επιβιώσουν στην παγκόσμια τραπεζική αγορά, και η συνακόλουθη πρόοδος όσον αφορά την απεξάρτηση των πιστωτικών ιδρυμάτων από τη χρηματοδότηση που χορηγεί η Τράπεζα της Ελλάδος αναμφίβολα θα ενισχύσουν τις δυνατότητες των τραπεζών και κατ' επέκταση της οικονομίας.

Π Ι Ν Α Κ Ε Σ

ΠΙΝΑΚΑΣ 1		
ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΡΑΠΕΖΩΝ ΑΠΟ ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΔΗΜΟΣΙΟ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΠΕΝΤΑΕΤΙΑ 2009-2013		
ΕΙΔΟΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ	ΑΙΤΙΟΛΟΓΙΑ	ΑΞΙΑ ΣΕ €
1.Προνομιούχες Μετοχές	- Αναλαμβανόμενες προνομιούχες μετοχές των πιστωτικών ιδρυμάτων απο το Ελληνικό Δημόσιο, έναντι καταβολής Ομολόγων του Ελληνικού Δημοσίου λήξεως 21.05.2014 και 23.07.2014 (κι όχι μετρητών).	4.473.585.000
2.Δάνεια με εγγύηση του Ελληνικού Δημοσίου	- Για τις εγγυήσεις σε δάνεια των πιστωτικών ιδρυμάτων που παρείχε το Ελληνικό Δημόσιο από το 2009 και μετά. Ειδικά για τις εγγυήσεις επισημαίνεται ότι το ανεξόφλητο υπόλοιπο αυτών ουδέποτε υπερέβη το εκάστοτε συνολικό όριο.	85.000.000.000
3. Ειδικοί τίτλοι	- Με τα έγγραφα που διαβιβάστηκαν στη Βουλή παρατίθενται και τα στοιχεία για τα πιστωτικά ιδρύματα στα οποία διατέθηκαν ειδικοί τίτλοι μηδενικού επιτοκίου με βάση το άρθρο 3 του Ν. 3723/2008 για το χρονικό διάστημα από το 2008 έως 18.10.2013	2.400.000.000
	Σ Υ Ν Ο Λ Ο :	91.873.585.000 €

Πηγή: ΑΠΕ-ΜΠΕ

ΠΙΝΑΚΑΣ 2		
ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΗΣ		
ΕΙΔΟΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΗΣ	ΚΟΣΤΟΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ	
	Μ. ΒΡΕΤΑΝΙΑ (*)	ΗΠΑ (**)
ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ	0,64 ΛΙΡΕΣ	1,07 ΔΟΛΑΡΙΑ
ΤΗΛΕΦΩΝΟ	0,32 ΛΙΡΕΣ	0,54 ΔΟΛΑΡΙΑ
ΜΕΣΩ ΑΤΜ	0,27 ΛΙΡΕΣ	0,27 ΔΟΛΑΡΙΑ
ΜΕΣΩ ΙΝΤΕΡΝΕΤ	0,05 ΛΙΡΕΣ	0,10 ΔΟΛΑΡΙΑ

(*) Natwest group – BRC - 1997

(**) Booz, Allen & Hamilton – 1997



ΠΙΝΑΚΑΣ 3		
ΣΤΟΙΧΕΙΑ "ΟΜΙΛΟΥ ΠΕΙΡΑΙΩΣ" εννεαμήνου 2013		
Ενοποιημένα Στοιχεία (ποσά σε εκατ. €)	30.09.13	31.12.12
Επιλεγμένα Μεγέθη Ισολογισμού		
Ενεργητικό	92.719	70.408
- εκ του οποίου από διακοπτόμενες δραστηριότητες ¹	343	377
Δάνεια προ Προβλέψεων και Προσαρμογών ²	74.787	50.573
Συσσωρευμένες Προβλέψεις ²	(12.790)	(5.961)
Καταθέσεις	54.692	36.971

Σύνολο Ιδίων Κεφαλαίων	9.222	(2.324)
Επιλεγμένα Αποτελέσματα	9μηνο 2013	Έτος 2012
Καθαρά Έσοδα Τόκων	1.187	1.028
Καθαρά Έσοδα Προμηθειών	195	218
Αποτελέσματα Εμπορικού & Επενδυτικού Χαρτοφυλακίου	102	635
Λοιπά Έσοδα & Έσοδα από Μερίσματα	64	(14)
Σύνολο Καθαρών Λειτουργικών Εσόδων	1.549	1.866
Δαπάνες Προσωπικού	(572)	(424)
Γενικά Διοικητικά Έξοδα	(388)	(379)
Αποσβέσεις και Λοιπά Έξοδα	(92)	(106)
Σύνολο Λειτουργικών Εξόδων	(1053)	(909)
- εκ των οποίων Έκτακτα Έξοδα Ενοποίησης	(57)	
Έσοδα συμμετοχών σε συγγενείς εταιρείες	(4)	15
Κέρδη Προ Φόρων και Προβλέψεων	492	972
- χωρίς Έκτακτα Έξοδα Ενοποίησης		
-	549	
Απομειώσεις Δανείων και Λοιπών Στοιχείων Ενεργητικού	(1684)	(2197)
Απομείωση ΟΕΔ	-	(311)
Αρνητική Υπεραξία Εξαγορών	3.810	351
Αποτέλεσμα προ Φόρων	2.618	(1185)
Καθαρό Αποτέλεσμα Αναλογούν στους Μετόχους	3.232	(513)
από Συνεχιζόμενες Δραστηριότητες		
Αποτέλεσμα Διακοπτόμενων Δραστηριοτήτων ¹	19	13

Πηγή : ΟΜΙΛΟΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΠΕΙΡΑΙΩΣ-ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ 9ΜΗΝΟΥ2013














ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ

1 Διακοπτόμενες Δραστηριότητες: Η ΑΤΕ Ασφαλιστική και η ΑΤΕ Insurance Romania, ενώ το 2012 περιλαμβάνει στα αποτελέσματα από διακοπτόμενες δραστηριότητες και τη Marathon Bank.

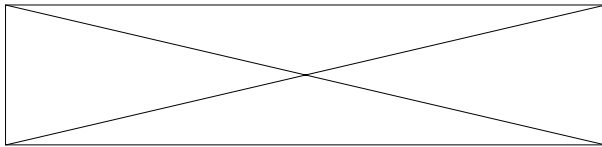
2 Δάνεια και προβλέψεις: Περιλαμβάνεται η προσαρμογή σε εύλογη αξία ύψους €7,4 δισ, που αναλογεί στον πιστωτικό κίνδυνο των δανείων που αποκτήθηκαν κατά την εξαγορά της υγιούς ΑΤΕbank, της Γενικής Τράπεζας, των εγχώριων δανείων των 3 Κυπριακών Τραπεζών και της Millennium Bank Ελλάδος

ΠΙΝΑΚΑΣ 4
ΕΠΙΤΟΚΙΑ ΚΑΤΑΘΕΣΕΩΝ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ

Τράπεζα	Προϊόν	Επιτόκιο κατάθεσης	Επιπλέον παράμετροι	Ημερομηνία ενημέρωσης
Τράπεζα Πειραιώς 🏠	📄 Αποταμιευτικός Λογαριασμός «Μπορώ»	4,00%	Προϋποθέσεις: ποσό αποταμίευσης: Από 20 έως 500 ευρώ , συχνότητα αποταμίευσης: Κάθε 1 ή 3 μήνες και μέχρι μία ανάληψη το χρόνο	3/1/2014
Τράπεζα Πειραιώς 🏠	📄 Τρεχούμενος Winbank Direct	3,00%	Από 02/01/2014 το προνομιακό επιτόκιο θα διαμορφωθεί σε 3,00%.	3/1/2014
Ταμείο Παρακαταθηκών & Δανείων 🏠	📄 Ταμιευτήριο	2,50%		3/1/2014
Citibank 🏠	📄 EASY PAY	2,50%	Έως 10.000 ευρώ. Προϋπόθεση να υπάρχει μια πάγια εντολή για αυτόματη εξόφληση 2 λογαριασμών Δ.Ε.Κ.Ο.	3/1/2014
Ταχυδρομικό Ταμιευτήριο 🏠	📄 Αποταμιεύω	2,50%	Προϋποθέσεις: ποσό αποταμίευσης από €30 έως €300 κάθε μήνα.	3/1/2014
Πανελλήνια Τράπεζα 🏠	📄 Super Ταμιευτήριο	2,00%		3/1/2014
Eurobank 🏠	📄 Λογαριασμός Live 📄	2,00%	Επιτόκιο καταθέσεων για ποσά από 3.000€ , πληρωμή τόκων κάθε μήνα και Δωρεάν Συναλλαγές υπό προϋποθέσεις 📄	3/1/2014
Τράπεζα Πειραιώς 🏠	📄 Cash Manager (μικτός προθεσμιακός λογαριασμός εβδομάδας)	1,60%	Εβδομαδιαία απόδοση τόκων. Ανάληψη 1 μέρα/βδομάδα. Ελάχιστο ποσό για την έναρξη της	3/1/2014

Τράπεζα	Προϊόν	Επιτόκιο κατάθεσης	Επιπλέον παράμετροι	Ημερομηνία ενημέρωσης
Γενική Τράπεζα 	 GENIKI Ταμειυτήριο Plus 	1,00%	προθεσμιακής κατάθεσης: 3.000€ Επιτόκιο με την προϋπόθεση της πραγματοποίησης μέχρι μιας χρέωσης ανά μήνα	3/1/2014
Τράπεζα Θεσσαλίας 	 Αγροτικό Ταμειυτήριο	1,00%	Πανελλήνια εξυπηρέτηση	3/1/2014
Attica 	 ΥΠΕΡΤΑΜΙΕΥΤΗΡΙΟ	1,00%	Ελάχιστο ποσό αρχικής κατάθεσης: 2.000€ Μέχρι 3 αναλήψεις/χρεώσεις στη διάρκεια ενός ημερολογιακού μήνα και με μηνιαία απόδοση τόκων	3/1/2014
Citibank 	 CITIEASYII	1,00%	Επιτόκιο καταθέσεων από 500€ -15.000€	3/1/2014
Τράπεζα Πειραιώς 	 Τρεχούμενος Winbank Direct	0,90%		3/1/2014
Eurobank 	 Personal Banking Account 	0,71%	Επιτόκιο καταθέσεων τουλάχιστο 10.000€ , 1MONTH EURIBOR + 0,50% . Για πελάτες ενταγμένους στην υπηρεσία Personal Banking 1MONTH EURIBOR + 0,50% .	3/1/2014
Τράπεζα Θεσσαλίας 	 Ταμειυτήριο	0,70%	Πανελλήνια εξυπηρέτηση	3/1/2014
Τράπεζα Χανίων 	 Ταμειυτήριο	0,60%	Επιτόκιο κατάθεσης έως 15.000€	3/1/2014
Τράπεζα Ηπείρου 	 Ταμειυτήριο 	0,40%	Επιτόκιο κατάθεσης έως 5.000€	3/1/2014
Τράπεζα Πελοποννήσου 	 Ταμειυτήριο	0,40%	Επιτόκιο κατάθεσης έως 15.000€	3/1/2014
Ταχυδρομικό Ταμειυτήριο 	 Ταμειυτήριο Plus	0,15%	Επιτόκιο κατάθεσης έως 10.000 €	3/1/2014

Τράπεζα	Προϊόν	Επιτόκιο κατάθεσης	Επιπλέον παράμετροι	Ημερομηνία ενημέρωσης
HSBC 🏠	🏠 My Way	0,10%	🏠	3/1/2014
Εθνική Τράπεζα 🏠	🏠 ΕΘΝΟ-ΤΑΜΙΕΥΤΗΡΙΟ	0,05%	Επιτόκιο για καταθέσεις έως 10.000€	3/1/2014
Alpha 🏠	🏠 Alpha Ταμειυτήριο	0,05%	Επιτόκιο για καταθέσεις έως 15.000€	3/1/2014
Τράπεζα Πειραιώς 🏠	🏠 Ταμειυτήριο	0,05%	Επιτόκιο κατάθεσης έως 60.000€	3/1/2014



Πηγή: <http://www.tsig.gr/lang-el/banks/savings-accounts>
 Παρασκευή, 3 Ιανουαρίου 2014

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ

1. Τζωρτζάκης Κ., Αρχές Marketing – Η Ελληνική προσέγγιση, Εκδόσεις Rosili, Αθήνα, 1996
2. Χολέβας Ι., Σύγχρονη Τεχνική των συναλλαγών, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1995
3. Κιόχος Π., Χρήμα – Πίστη – Τράπεζες, Εκδόσεις Έλλην, Αθήνα 1993

ΞΕΝΗ

1. Harper Boind, Το Marketing και εισαγωγή στη Διοίκηση Marketing, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα 2002
2. Philip Kotler – Gary Armstrong, Αρχές του Μάρκετινγκ, Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Αθήνα 2001

ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ & ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ

1. Άρθρα από οικονομικούς αναλυτές στο Επιστημονικό Μάρκετινγκ, Εκδόσεις Morax
2. Άρθρα στο Banker's Review Online - Internet
3. Άρθρα από τις εφημερίδες Καθημερινή, το Βήμα Online και τη Ναυτεμπορική
4. AKIS TRIANTAS, ΓΙΑ ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΔΗΜΟΣΙΟ ΧΡΕΟΣ.pdf /10-11-13, www.scribd.com
5. Άρθρο οικονομικής αναλύτριας Elaine Green, " Η Οδύσσεια των Ελληνικών Τραπεζών πλησιάζει στην Ιθάκη της", 09/2013, στο περιοδικό Forbes, δημοσίευση στην ηλ/κή δ/ση www.toxrima.gr

ΟΜΙΛΙΕΣ

1. Ομιλία του Διοικητή της ATEbank στο 6ο Διεθνές Τραπεζικό Συνέδριο με θέμα: «The Banking Outlook for the Southeast European Region up to 2030»

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΔΙΕΥΘΥΝΣΕΙΣ

3. <http://el.wikipedia.org>
4. www.epistimonikomarketing.gr
5. www.scribd.com,
6. www.ti-einai.gr
7. www.toxrima.gr
8. www.naftemporiki.gr
9. <http://www.kathimerini.gr>
10. <http://www.protocol.gr>
11. <http://www.hba.gr>
12. <http://www.kerdos.gr>
13. www.newsbomb.gr