

**«ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΒΑΣΙΚΩΝ ΜΕΓΕΘΩΝ
ΛΙΑΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ ΤΩΝ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΩΝ
ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΙΔΡΥΜΑΤΩΝ ΠΟΥ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ
ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 2002-2005»**

**Η εργασία υποβάλλεται για την μερική κάλυψη των
απαιτήσεων με στόχο την απόκτηση του διπλώματος**

ΜΠΣ

«Οικονομική & Επιχειρησιακή Στρατηγική»

από

ΤΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

ΤΣΙΑΓΚΑ ΚΩΝ. ΑΝΤΙΓΟΝΗ

ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ

ΠΕΙΡΑΙΑΣ ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2006

**ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΒΑΣΙΚΩΝ ΜΕΓΕΘΩΝ
ΛΙΑΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ ΤΩΝ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΩΝ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ
ΙΔΡΥΜΑΤΩΝ ΠΟΥ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ
ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 2002-2005**

ΔΗΛΩΣΗ.....	σελ 5
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	6
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	7

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1.ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	8
-------------------	---

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

2.1. Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ.....	10
2.2. ΟΙ ΤΡΑΠΕΖΕΣ ΠΟΥ ΘΑ ΕΞΕΤΑΣΟΥΜΕ.....	14

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

RETAIL BANKING

3.1 RETAIL BANKING ΓΕΝΙΚΑ.....	23
3.2. ΤΟ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΚΑΙ Η ΛΙΑΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΜΕΣΩ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ / ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΩΝ (ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ).....	27
3.3. ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΧΟΡΗΓΗΣΕΩΝ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΙΔΡΥΜΑΤΩΝ.....	36
3.3.1. ΣΤΕΓΑΣΤΙΚΗ ΠΙΣΤΗ.....	37
3.3.2. ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΠΙΣΤΗ.....	41
3.3.2.1.ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΑ ΔΑΝΕΙΑ.....	43
3.3.2.2. ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΚΑΡΤΕΣ.....	47
3.3.2.3.ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΜΕΤΑΞΥ ΜΕΤΑΒΟΛΗΣ ΥΠΟΛΟΙΠΟΥ ΚΑΙ ΜΕΤΑΒΟΛΗΣ ΕΠΙΤΟΚΙΩΝ ΧΟΡΗΓΗΣΕΩΝ.....	54

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΚΑΤΑΘΕΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΙΔΡΥΜΑΤΩΝ

4.1.ΓΕΝΙΚΑ.....	56
4.2.ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ ΟΨΕΩΣ.....	56
4.3.ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ ΠΡΟΘΕΣΜΙΑΣ.....	57
4.4.ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ ΤΑΜΙΕΥΤΗΡΙΟΥ.....	57
4.5. ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΜΕΤΑΞΥ ΜΕΤΑΒΟΛΗΣ ΥΠΟΛΟΙΠΟΥ ΚΑΙ ΜΕΤΑΒΟΛΗΣ ΕΠΙΤΟΚΙΩΝ ΚΑΤΑΘΕΣΕΩΝ.....	69

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΠΙΕΣΗ ΣΤΑ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΑ
ΕΡΕΥΝΑ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΟΥ

<<Διαχρονική ανάλυση των βασικών μεγεθών λιανικής τραπεζικής των μεγαλύτερων πιστωτικών ιδρυμάτων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα κατά την περίοδο 2002-2005>>

5.1.ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	70
5.2. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	72

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΕΣΟΔΑ ΚΑΙ ΚΟΣΤΗ ΠΟΥ ΣΧΕΤΙΖΟΝΤΑΙ ΜΕ ΤΟ RETAIL BANKING

6.1. ΚΑΘΑΡΑ ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΤΟΚΟΥΣ.....	78
6.2. ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ.....	79
6.3.ΕΙΣΦΟΡΑ ΤΟΥ Ν.128.....	79
6.4.ΤΑΜΕΙΟ ΕΓΓΥΗΣΕΩΝ ΚΑΤΑΘΕΣΕΩΝ (Τ.Ε.Κ.).....	79
6.5.ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ	80
6.6.ΚΟΣΤΟΣ ΚΑΙ ΔΕΙΚΤΗΣ ΚΟΣΤΟΣ/ΕΣΟΔΑ.....	81
6.7.ΦΟΡΟΛΟΓΙΑ.....	81
6.8.ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΚΟΣΤΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ.....	81

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

7.1.Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	84
7.2.ΝΕΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ.....	85

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	88
-------------------	----

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	92
--------------------------	-----------

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1. ΣΤΕΓΑΣΤΙΚΑ ΔΑΝΕΙΑ	39
ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2. ΕΠΙΤΟΚΙΑ ΣΤΕΓΑΣΤΙΚΩΝ ΔΑΝΕΙΩΝ.....	40
ΠΙΝΑΚΑΣ 3.3. ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΑ ΔΑΝΕΙΑ.....	45
ΠΙΝΑΚΑΣ 3.4. ΕΠΙΤΟΚΙΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΩΝ ΔΑΝΕΙΩΝ.....	46
ΠΙΝΑΚΑΣ 3.5. ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΚΑΡΤΕΣ.....	49
ΠΙΝΑΚΑΣ 3.6. ΕΠΙΤΟΚΙΑ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΚΑΡΤΩΝ.....	50
ΠΙΝΑΚΑΣ 3.7. ΣΥΝΟΛΟ ΧΟΡΗΓΗΣΕΩΝ.....	51
ΠΙΝΑΚΑΣ 3.8. ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΗ ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΤΩΝ 5 ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΧΟΡΗΓΗΣΕΩΝ.....	52
ΠΙΝΑΚΑΣ 4.1. ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ ΟΨΕΩΣ.....	59
ΠΙΝΑΚΑΣ 4.2. ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ ΤΑΜΙΕΥΤΗΡΙΟΥ.....	60
ΠΙΝΑΚΑΣ 4.3. ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ ΠΡΟΘΕΣΜΙΑΣ.....	61
ΠΙΝΑΚΑΣ 4.4. ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ REPOS.....	62
ΠΙΝΑΚΑΣ 4.5. ΣΥΝΟΛΟ ΚΑΤΑΘΕΣΕΩΝ.....	63
ΠΙΝΑΚΑΣ 4.6. ΣΥΝΟΛΟ ΚΑΤΑΘΕΣΕΩΝ ΕΚΤΟΣ REPOS.....	64
ΠΙΝΑΚΑΣ 4.7.ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΗ ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΤΩΝ 6 ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΩΝ ΚΑΤΑΘΕΣΕΩΝ.....	65
ΠΙΝΑΚΑΣ 4.8.ΕΠΙΤΟΚΙΑ ΚΑΤΑΘΕΣΕΩΝ.....	68
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.1. ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΑ ΜΕ ΧΡΕΟΣ ΚΑΤΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΔΑΝΕΙΟΥ.....	77

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1. ΕΞΕΛΙΞΗ ΥΠΟΛΟΙΠΩΝ ΧΟΡΗΓΗΣΕΩΝ.....	53
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2. ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΜΕΤΑΞΥ ΜΕΤΑΒΟΛΗΣ ΥΠΟΛΟΙΠΟΥ ΚΑΙ ΜΕΤΑΒΟΛΗΣ ΕΠΙΤΟΚΙΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΩΝ ΔΑΝΕΙΩΝ.....	54
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3. ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΜΕΤΑΞΥ ΜΕΤΑΒΟΛΗΣ ΥΠΟΛΟΙΠΟΥ ΚΑΙ ΜΕΤΑΒΟΛΗΣ ΕΠΙΤΟΚΙΩΝ ΣΤΕΓΑΣΤΙΚΩΝ ΔΑΝΕΙΩΝ	55
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4. ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΤΑΘΕΣΕΩΝ ΤΩΝ 6 ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ(ΣΥΝΟΛΟ ΚΑΤΑΘΕΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ)	66
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5. ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΤΑΘΕΣΕΩΝ ΤΩΝ 6 ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ(ΕΚΤΟΣ REPOS).....	67
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 6. ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΜΕΤΑΞΥ ΜΕΤΑΒΟΛΗΣ ΥΠΟΛΟΙΠΟΥ ΚΑΙ ΜΕΤΑΒΟΛΗΣ ΕΠΙΤΟΚΙΩΝ ΚΑΤΑΘΕΣΕΩΝ.....	69

<<Διαχρονική ανάλυση των βασικών μεγεθών λιανικής τραπεζικής των μεγαλύτερων πιστωτικών ιδρυμάτων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα κατά την περίοδο 2002-2005>>

**ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΒΑΣΙΚΩΝ ΜΕΓΕΘΩΝ ΛΙΑΝΙΚΗΣ
ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ ΤΩΝ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΩΝ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΙΔΡΥΜΑΤΩΝ ΠΟΥ
ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 2002-2005**

ΔΗΛΩΣΗ

Η εργασία αυτή είναι πρωτότυπη και εκπονήθηκε αποκλειστικά και μόνο για την απόκτηση του συγκεκριμένου μεταπτυχιακού τίτλου.

<<Διαχρονική ανάλυση των βασικών μεγεθών λιανικής τραπεζικής των μεγαλύτερων πιστωτικών ιδρυμάτων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα κατά την περίοδο 2002-2005>>

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον Κύριο Χρήστο Αλεξάκη για την πολύτιμη βοήθεια και καθοδήγηση του κατά τη διάρκεια όλης της εργασίας.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΡΡΑΙΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στόχος της παρούσας εργασίας είναι η διαχρονική ανάλυση των βασικών μεγεθών λιανικής τραπεζικής των μεγαλύτερων πιστωτικών ιδρυμάτων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα κατά την περίοδο 2002-2005

Η ανάλυση μας χρησιμοποιεί την παράθεση των λογιστικών υπολοίπων των βασικών προϊόντων χορηγήσεων και καταθέσεων για την περίοδο 2002 – 2005, όπως επίσης και τα αντίστοιχα επιτόκια. Ελέγξαμε τη σχέση των παραπάνω μεγεθών μεταξύ των τραπεζών που εξετάζονται και πως αυτά επηρεάζονται από εσωτερικούς ή εξωτερικούς παράγοντες. Επίσης υπολογίστηκε ο συντελεστής συσχέτισης για να αποτυπωθεί η σχέση της μεταβολής των επιτοκίων με την αντίστοιχη μεταβολή των υπολοίπων των προϊόντων που εξετάζουμε. Η παραπάνω σχέση απεικονίζεται διαγραμματικά.

Μέσα από αυτή την ανάλυση αυτή προκύπτει ότι το μέλλον προδιαγράφεται ελπιδοφόρο τόσο για τους καταναλωτές όσο και για τις τράπεζες. Αρκεί οι πρώτοι να συνειδητοποιήσουν τη δύναμη που έχουν και να διεκδικήσουν καλύτερες υπηρεσίες και οι δεύτερες να «σκύψουν» στα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο άνθρωπος του 21^{ου} αιώνα και να τον ακολουθούν με συνέπεια και ειλικρίνεια σε κάθε του βήμα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η χρησιμότητα του τραπεζικού συστήματος σε κάθε σύγχρονη κοινωνία είναι τεράστια, όπως επίσης και η σταθερότητα του η οποία συμβάλει στη αναβάθμιση του βιοτικού επιπέδου και στην ανάπτυξη της οικονομίας. Διεθνώς το Retail Banking έχει γνωρίσει μεγάλη άνθιση τις τελευταίες δεκαετίες. Τράπεζες με παρουσία σε ολόκληρο τον κόσμο έχουν δημιουργήσει πρωτοποριακά προϊόντα εκμεταλλευόμενες την πληροφορική, ενώ μέσω εξαγορών και συγχωνεύσεων θέλησαν να επεκταθούν στις αγορές που τις ενδιέφεραν. Η δομή της παρούσα εργασίας είναι η ακόλουθη:

Αρχικά, γίνεται αναφορά στην ιστορία του τραπεζικού συστήματος στη χώρα μας και σε αναλυτικά σε καθεμία από τις δεκαεπτά τράπεζες τα μεγέθη των οποίων αναλύει η εργασία. Ακολουθεί η περιγραφή της λιανική τραπεζικής (Retail Banking) και της σημασίας της τόσο για τις τράπεζες όσο και για τους καταναλωτές. Στη συνέχεια παραθέτονται τα στοιχεία των προϊόντων, τα οποία είναι:

- α) Στεγαστικά δάνεια
- β) Καταναλωτικά δάνεια
- γ) Πιστωτικές κάρτες
- δ) Καταθέσεις όψεως
- ε) Καταθέσεις προθεσμίας
- ζ) Καταθέσεις ταμειυτηρίου

Ταυτόχρονα γίνεται περιγραφή των παραπάνω μεγεθών και της σημασίας τους για τις τράπεζες.

<<Διαχρονική ανάλυση των βασικών μεγεθών λιανικής τραπεζικής των μεγαλύτερων πιστωτικών ιδρυμάτων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα κατά την περίοδο 2002-2005>>

Στο επόμενο κεφάλαιο παραθέτουμε μια έρευνα για την χρηματοοικονομική πίεση που ασκείται σε επίπεδο νοικοκυριού. Στη συνέχεια ασχολιόμαστε με την κερδοφορία των προϊόντων που προαναφέρθηκαν και τους παράγοντες που την επηρεάζουν όπως προμήθειες, προβλέψεις, εισφορές και φορολογία.

Στη συνέχεια γίνεται αναφορά στο ρόλο του Marketing στην ανάπτυξη της λιανικής τραπεζικής στο μέλλον και τέλος παραθέτονται τα συμπεράσματα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

2.1. Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ

Ο όρος τράπεζες προέρχεται από το τραπέζι που είχαν μπροστά τους οι αργυραμοιβοί (σαράφηδες). Η ιστορία τους αρχίζει από τη Βαβυλώνα τον 20^ο αιώνα π.Χ., περνάει από την αρχαία Ελλάδα, τη Ρωμαϊκή εποχή και τον μεσαίωνα και στο τέλος του 18^{ου} αιώνα οι τράπεζες παίρνουν τη νεότερη τους μορφή. Στη σύγχρονη εποχή, ασκούν όλα τα είδη της πίστης – με τάση καταμερισμού και εξειδίκευσης – και ο ρόλος τους είναι σημαντικός γιατί ανακατανέμουν τις χρηματικές ροές και διευκολύνουν την οικονομική δραστηριότητα. Οι τράπεζες διακρίνονται σε: εκδοτικές ή κεντρικές, εμπορικές, ανάπτυξης ή επενδύσεων, εξειδικευμένης πίστης. Επίσης, άλλη μία διάκριση είναι σε κρατικές, ιδιωτικές και μικτές.

Η πρώτη Τράπεζα στην Ελλάδα ιδρύθηκε το 1828, με σκοπό την κάλυψη των αναγκών του εθνικοαπελευθερωτικού αγώνα και έκλεισε το 1831 λόγω εξάντλησης των χρηματοδοτικών της αποθεμάτων. Η παλαιότερη και μεγαλύτερη εμπορική τράπεζα, η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος, ιδρύθηκε το 1841 και είχε το μονοπώλιο της έκδοσης νομίσματος μέχρι το 1864. Η Τράπεζα της Ελλάδος ιδρύθηκε το 1928. Η περίοδος πριν τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο χαρακτηρίστηκε από σημαντικές ανακατατάξεις (ίδρυση νέων τραπεζών, ανάπτυξη στεγαστικής και αγροτικής πίστης) στον Τραπεζικό χώρο. Μετά τον πόλεμο, οι σημαντικότερες τράπεζες τέθηκαν υπό τον άμεσο ή τον έμμεσο έλεγχο του κράτους.

Η είσοδος της Ελλάδας στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα, το 1981, είχε ως αποτέλεσμα οι ρυθμίσεις και οι παρεμβάσεις στο τραπεζικό σύστημα να εναρμονιστούν με τα ευρωπαϊκά δεδομένα και παρατηρήθηκε χαλάρωση του κρατικού ελέγχου και σταδιακή απελευθέρωση από τον έλεγχο της Κεντρικής Τράπεζας. Η χαλάρωση αυτή

συνεχίστηκε με μεγαλύτερη ένταση μετά το 1987. Προκειμένου να φτάσουμε στο σημερινό «νέο» καθεστώς, απελευθερώθηκαν τα επιτόκια, ήρθαν οι συναλλαγματικοί περιορισμοί στις τρέχουσες συναλλαγές και στην κίνηση κεφαλαίων, εκσυγχρονίστηκε η αγορά ομολόγων, αναβαθμίστηκε το χρηματιστήριο, δημιουργήθηκε νέο αποτελεσματικό σύστημα διατραπεζικών πληρωμών και εναρμονίστηκε το ελληνικό πλαίσιο άσκησης νομισματικής πολιτικής με αυτό που έχει καθιερώσει η Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα.

Η απελευθέρωση του τραπεζικού συστήματος συνοδεύτηκε από την είσοδο νέων επιχειρήσεων στον κλάδο, αλλά και από συγχωνεύσεις τραπεζών.

Αρχικά, η απελευθέρωση ενθάρρυνε την είσοδο νέων τραπεζών στον κλάδο και μέχρι το 1993 ο αριθμός των τραπεζών είχε φτάσει τις 25. Οι νέες τράπεζες ήταν ιδιωτικές και σε πρώτη φάση κατείχαν περιορισμένο μερίδιο αγοράς. Στη συνέχεια και μέχρι το τέλος της δεκαετίας του '90, επακολούθησε μια φάση εξαγορών και συγχωνεύσεων, με αποτέλεσμα ο συνολικός αριθμός των τραπεζών να μειωθεί.

Οι εξελίξεις οδήγησαν στη μείωση των μεριδίων αγοράς των μεγαλύτερων κρατικών τραπεζών και στην ταυτόχρονη αύξηση των μεριδίων των μικρότερων ιδιωτικών τραπεζών. Μέχρι και την ένταξη της Ελλάδας στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα το 1981 το χρηματοπιστωτικό σύστημα χαρακτηριζόταν από έντονο κρατικό παρεμβατισμό στη συναλλαγματική πολιτική, στην πολιτική καθορισμού των επιτοκίων και στην κίνηση κεφαλαίων. Βέβαια στην αλλαγή του τραπεζικού σκηνικού συντέλεσε και ο εκσυγχρονισμός του συστήματος διατραπεζικών πληρωμών και της αγοράς ομολόγων καθώς και η αναβάθμιση του χρηματιστηρίου. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα τη δημιουργία νέων ιδιωτικών τραπεζών οι οποίες κατείχαν περιορισμένο μερίδιο αγοράς. Ο αριθμός των τραπεζών μειώθηκε μέχρι το τέλος της δεκαετίας του '90 μετά από μία φάση εξαγορών και συγχωνεύσεων.

Η Οικονομική και Νομισματική Ένωση, η οποία μετά την ολοκλήρωση της χαρακτηρίστηκε από

- σταθερότερο μακροοικονομικό περιβάλλον,
- υψηλότερους ρυθμούς οικονομικής ανάπτυξης,
- χαμηλό πληθωρισμό και επιτόκια,
- περιορισμένη συναλλαγματική αβεβαιότητα και
- αποτελεσματικότερες αγορές χρήματος και κεφαλαίου,

είναι προφανές ότι είχε, μεσομακροπρόθεσμα, θετικές επιδράσεις στον Τραπεζικό τομέα και γενικότερα στον χρηματοπιστωτικό χώρο.

Βέβαια οι ελληνικές τράπεζες με την ένταξη της Ελλάδας στην ΟΝΕ είχαν να αντιμετωπίσουν ένα ιδιαίτερα ανταγωνιστικό περιβάλλον με αποτέλεσμα το τη μείωση του περιθωρίου μεταξύ των επιτοκίων των δανείων και των επιτοκίων των καταθέσεων. Η μείωση αυτή αντισταθμίστηκε από την απελευθέρωση της καταναλωτικής πίστης – η οποία χαρακτηρίζεται από υψηλά επιτόκια λόγω υψηλού κινδύνου – και την επέκταση της καταναλωτικής και της στεγαστικής πίστης. Η καθιέρωση του ευρώ στις συναλλαγές ώθησε τα ελληνικά πιστωτικά ιδρύματα να εναρμονιστούν στα διεθνή πρότυπα λειτουργίας των αγορών, να ξεφύγουν από τον κρατικό παρεμβατισμό του παρελθόντος και να δραστηριοποιηθούν σε μια αγορά πέρα από την ελληνική. Αυτό συνεπαγόταν και κινδύνους. Η υιοθέτηση του κοινού νομίσματος έκανε τις τιμές πιο διαφανείς και πολύ εύκολα συγκρίσιμες. Επίσης οι ελληνικές τράπεζες δεν διέθεταν την απαιτούμενη πείρα σε θέματα corporate banking, asset management και στην αγορά εταιρικών ομολόγων και ως εκ τούτου δεν διέθεταν και το απαιτούμενο ανθρώπινο δυναμικό. Αναγκάστηκαν έτσι να επενδύσουν σε εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό και σε συστήματα πληροφορικής ακόμη και για να κρατήσουν τους Έλληνες πελάτες τους οι οποίοι δεν ήταν πλέον ικανοποιημένοι από τις καταθέσεις ταμειωτηρίου, τις

επενδύσεις σε κρατικά ομόλογα και ελληνικές μετοχές αλλά απαιτούσαν διαφοροποίηση του χαρτοφυλακίου τους.

Προκειμένου να αυξήσουν την κερδοφορία τους οι τράπεζες στην Ελλάδα επεκτάθηκαν στο βαλκανικό χώρο, στην ουσία ακολουθώντας τους πελάτες τους σε ένα χώρο όπου λόγω των χαμηλών ρυθμών ανάπτυξης της οικονομίας τους δεν είχαν προσελκύσει το ενδιαφέρον πολλών μεγάλων ευρωπαϊκών τραπεζών.

Ο βασικός τομέας στον οποίο οι ελληνικές τράπεζες έχουν δραστηριοποιηθεί τα τελευταία χρόνια είναι ο τομέας της λιανικής τραπεζικής (retail banking) ο οποίος είναι δυσκολότερα προσβάσιμος από τις ξένες τράπεζες και χαρακτηρίζεται από υψηλή κερδοφορία. Μετά την απελευθέρωση των στεγαστικών και καταναλωτικών δανείων, που έγινε στα μέσα της δεκαετίας του 1990, οι εγχώριες τράπεζες είχαν ήδη στραφεί προς την κατεύθυνση της λιανικής τραπεζικής, επενδύοντας σημαντικά ποσά στην υποδομή, τις διαδικασίες και την εξυπηρέτηση των πελατών, ώστε να μπορέσουν να αυξήσουν τις σταυροειδείς πωλήσεις σε τραπεζικά, ασφαλιστικά και άλλα προϊόντα και να δημιουργήσουν μια εκτεταμένη και σταθερή πελατειακή βάση.

Είναι όμως φανερό ότι και οι υπάλληλοι έχουν μετατραπεί σε χρηματοοικονομικούς συμβούλους - πωλητές, η εξέλιξη των οποίων πρέπει να στηρίζεται στη συνεχή εκπαίδευση και να συνδέεται με την παραγωγικότητα με διαφανείς και αντικειμενικούς κανόνες, πράγμα που έχει ήδη ξεκινήσει να εφαρμόζεται σε ορισμένες τράπεζες.

Τέλος οι εγχώριες τράπεζες έχουν πολλά να κερδίσουν από μία πιθανή συνεργασία με μεγάλα πιστωτικά ιδρύματα του εξωτερικού τα οποία διαθέτουν πείρα και τεχνογνωσία.

2.2.ΟΙ ΤΡΑΠΕΖΕΣ ΠΟΥ ΘΑ ΕΞΕΤΑΣΟΥΜΕ

➤ ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

Η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος, με τη μεγαλύτερη και ισχυρότερη παρουσία στον Ελλαδικό χώρο, αλλά και με το δυναμικό προφίλ της στη Νοτιοανατολική Ευρώπη και την Ανατολική Μεσόγειο ηγείται του μεγαλύτερου και ισχυρότερου Ομίλου χρηματοοικονομικών υπηρεσιών στην Ελλάδα.

Ιδρύθηκε το 1841 ως εμπορική τράπεζα και μέχρι την ίδρυση της Τράπεζας της Ελλάδος το 1928 είχε το εκδοτικό προνόμιο. Εισήχθη στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών από την ίδρυσή του το 1880, ενώ από τον Οκτώβριο του 1999, η μετοχή της Τράπεζας διαπραγματεύεται στο Χρηματιστήριο της Νέας Υόρκης.

Με το πληρέστατο δίκτυό της που αποτελείται από 604 Καταστήματα και 1241 ΑΤΜς καλύπτει ολόκληρη τη γεωγραφική έκταση της Ελλάδας.

➤ ALPHA BANK

Η Alpha Bank ιδρύθηκε το 1879 από τον Ιωάννη Φ. Κωστόπουλο, όταν δημιούργησε μία μικρή εμπορική επιχείρηση στην Καλαμάτα. Το 1918 το τραπεζικό τμήμα του οίκου "Ι. Φ. Κωστοπούλου" μετονομάστηκε σε "Τράπεζα Καλαμών". Το 1924 η έδρα της μεταφέρθηκε στην Αθήνα, και η Τράπεζα ονομάστηκε "Τράπεζα Ελληνικής Εμπορικής Πίστεως". Το 1947 η επωνυμία άλλαξε σε "Τράπεζα Εμπορικής Πίστεως", αργότερα, το 1972 σε "Τράπεζα Πίστεως" και τέλος το Μάρτιο του 1994 σε Alpha Τράπεζα Πίστεως.

Το 1999 πραγματοποιήθηκε η εξαγορά του 51% των μετοχών της Ιονικής Τραπέζης. Στις 11 Απριλίου 2000 εγκρίθηκε η συγχώνευση της Ιονικής Τραπέζης με απορρόφηση από την Alpha Τράπεζα Πίστεως. Η νέα διευρυμένη Τράπεζα που προέκυψε από την συγχώνευση ονομάζεται Alpha Bank. Σήμερα, η Alpha Bank είναι η δεύτερη σε μέγεθος Τράπεζα στην Ελλάδα.

Αναγνωρίζεται ως πρωτοπόρος στην εισαγωγή νέων ηλεκτρονικών υπηρεσιών

Το Δίκτυο της Τραπέζης στην Ελλάδα αριθμεί 450 Καταστήματα.

➤ **EFG EUROBANK**

Η Τράπεζα EFG Eurobank Ergasias ιδρύθηκε το 1990 με αρχική επωνυμία "Ευρωεπενδυτική Τράπεζα". Σήμερα, προσφέρει πλήρες φάσμα τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών σε ιδιώτες, επιχειρήσεις και θεσμικούς πελάτες. Η EFG Eurobank Ergasias κατέχει την πρώτη θέση στις χορηγήσεις καταναλωτικών δανείων, πιστωτικών καρτών και δανείων προς μικρομεσαίες επιχειρήσεις, καθώς και στη διαχείριση αμοιβαίων κεφαλαίων. Επιπλέον, ο Όμιλος κατέχει ηγετική θέση στην επενδυτική τραπεζική, μέσω της "EFG Telesis Finance", και στα προϊόντα κεφαλαιαγοράς, μέσω της "EFG Eurobank Χρηματιστηριακή", ενώ διαθέτει ισχυρό συγκριτικό πλεονέκτημα στο χώρο της διαχείρισης περιουσίας ιδιωτών (private banking) και σημαντική παρουσία στην τραπεζική επιχειρήσεων.

Με δυναμικό άνω των 16.000 ανθρώπων στην Ελλάδα και το εξωτερικό, εγχώριο δίκτυο άνω των 300 καταστημάτων και 750 ATM και με την αξιοποίηση εναλλακτικών δικτύων (phone banking, ηλεκτρονική τραπεζική, και mobile banking) η Τράπεζα επιτυγχάνει τη διάθεση των προϊόντων και των υπηρεσιών της πανελλαδικά. Επίσης, η Τράπεζα αναπτύσσει την παρουσία της στην ευρύτερη γεωγραφική περιοχή.

➤ **ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ**

Το 1929 η Αγροτική Τράπεζα της Ελλάδος ιδρύεται ως μη κερδοσκοπικός οργανισμός κοινωφελούς χαρακτήρα, με κύριο σκοπό την αποκλειστική χρηματοδότηση με ευνοϊκούς όρους του αγροτικού τομέα και την ενίσχυση της αγροτικής ανάπτυξης.

Το 1950 η Αγροτική Τράπεζα ιδρύει μια σειρά εταιριών μεταποίησης αγροτικών προϊόντων και αξιοποίησης των πλουτοπαραγωγικών πόρων διαφόρων περιοχών της χώρας.

Αργότερα, το 1991 η Αγροτική Τράπεζα γίνεται ανώνυμη εταιρία ενώ παράλληλα ιδρύει ένα ολοκληρωμένο όμιλο παροχής χρηματοοικονομικών προϊόντων και υπηρεσιών.

Το 2001 η Αγροτική Τράπεζα πραγματοποιεί αύξηση μετοχικού κεφαλαίου για την εισαγωγή της στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών και από τον Ιανουάριο του 2001 διαπραγματεύεται η μετοχή της στο ΧΑΑ.

Μετρά περίπου 70 χρόνια λειτουργίας, με αποκλειστικό μέτοχο το Ελληνικό κράτος.

Με ένα δίκτυο 437 Καταστημάτων, με εκτεταμένη γεωγραφική διασπορά σε όλη την Ελλάδα, προσφέρει ποικιλία προϊόντων σε ιδιώτες και επιχειρήσεις. 5 Καταστήματα στο Εξωτερικό και ένα δίκτυο συνεργασίας με 50 Ανταποκρίτριες Τράπεζες σε ολόκληρο τον κόσμο εξασφαλίζουν την παρουσία της ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ στην παγκόσμια τραπεζική αγορά.

➤ **ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ**

Η Εμπορική Τράπεζα της Ελλάδος ιδρύθηκε το 1907, είναι εισηγμένη στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών από το 1909 και έχει σήμερα περίπου 67.000 μετόχους. Στο μετοχικό κεφάλαιο της Τράπεζας, με ποσοστό κοντά στο 10%, μετέχει η μεγαλύτερη γαλλική τράπεζα, η Crédit Agricole (CA).

Ο Όμιλος της Εμπορικής προσφέρει τραπεζικές υπηρεσίες στην Ελλάδα μέσω δικτύου 374 υποκαταστημάτων, μέσω του υποκαταστήματός της στο Λονδίνο, καθώς και μέσω θυγατρικών τραπεζών στην Αλβανία, την Αρμενία, τη Βουλγαρία, τη Γερμανία, τη Γεωργία, την Κύπρο και τη Ρουμανία.

➤ ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

Η Τράπεζα Πειραιώς ιδρύθηκε το 1916. Για πολλές δεκαετίες λειτούργησε ως ιδιωτική Τράπεζα και το 1975 πέρασε υπό κρατικό έλεγχο, όπου και παρέμεινε μέχρι το 1991. Από τον Δεκέμβριο του 1991 που ιδιωτικοποιήθηκε παρουσιάζει συνεχή και ταχεία ανάπτυξη εργασιών, μεγεθών και δραστηριοτήτων.

Παράλληλα με την οργανική της ανάπτυξη, η Τράπεζα Πειραιώς προχώρησε σε μία σειρά από στρατηγικές κινήσεις, με σκοπό την εδραίωσή της σε μία δυναμικά αναπτυσσόμενη αγορά. Έτσι, το 1998 προχώρησε στην απορρόφηση των εργασιών της Chase Manhattan στην Ελλάδα, στην εξαγορά της Τράπεζας Μακεδονίας-Θράκης και της μικρής εξειδικευμένης Τράπεζας Credit Lyonnais Hellas, καθώς και στην απόκτηση του ελέγχου της Τράπεζας Χίου στις αρχές του 1999 και στην απορρόφηση των εργασιών της National Westminster Bank PLC στην Ελλάδα. Τον Ιούνιο του 2000 πραγματοποίησε την ενοποίηση των τραπεζικών δραστηριοτήτων της στην Ελλάδα, μέσω της απορρόφησης των εμπορικών Τραπεζών Μακεδονίας-Θράκης και Χίου. Η συγχώνευση των τριών Τραπεζών ολοκληρώθηκε με ιδιαίτερη επιτυχία, δημιουργώντας έτσι μία από τις τρεις μεγαλύτερες ιδιωτικές Τράπεζες στην Ελλάδα.

Στις αρχές του 2002, η Τράπεζα Πειραιώς απέκτησε τον έλεγχο της ETBAbank από το Ελληνικό Δημόσιο. Αυτή η εξαγορά επέφερε σημαντικά οφέλη για τον Όμιλο Πειραιώς, με την ισχυροποίηση της κεφαλαιακής του βάσης, διευρύνοντας τη δυνατότητα ανάπτυξης των εργασιών του, την απόκτηση ενός συμπληρωματικού δανειακού χαρτοφυλακίου και την αύξηση του μεριδίου αγοράς του στις τραπεζικές εργασίες, στο leasing και στη διαχείριση επενδύσεων χαρτοφυλακίου. Η ETBAbank συγχωνεύθηκε επιτυχώς με την Τράπεζα Πειραιώς τον Δεκέμβριο 2003. Η παρουσία του Ομίλου της Τράπεζας Πειραιώς στο εξωτερικό εστιάζεται στη Νοτιοανατολική Ευρώπη και Ανατολική Μεσόγειο, παράλληλα με παρουσία στα μεγάλα χρηματοοικονομικά κέντρα του Λονδίνου και της Νέας Υόρκης.

Στο τέλος Μαρτίου 2006, ο Όμιλος της Τράπεζας Πειραιώς διέθετε ένα δίκτυο 458 καταστημάτων (275 στην Ελλάδα και 183 στο εξωτερικό) και ίδια κεφάλαια που διαμορφώθηκαν στα €1.716 εκ. Οι καταθέσεις, τα γeros και τα ομόλογα πελατών του Ομίλου έφθασαν τα €14.708 εκ, οι χορηγήσεις τα €17.052 εκ και το σύνολο του ενεργητικού τα €25.187 εκ.

➤ ΓΕΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

Η Τράπεζα ιδρύθηκε τον Οκτώβριο του 1937 με κεφάλαια του Μετοχικού Ταμείου Στρατού και με την αρχική επωνυμία ΤΡΑΠΕΖΑ ΜΕΤΟΧΙΚΟΥ ΤΑΜΕΙΟΥ ΣΤΡΑΤΟΥ ΑΕ. Εκτελούσε περιορισμένο αριθμό τραπεζικών εργασιών (προεξοφλήσεις μερισμάτων, ενυπόθηκα δάνεια, καταθέσεις) με συγκεκριμένο πελατολόγιο (στρατιωτικούς και μερισματούχους).

Τον Σεπτέμβριο του 1966 μετονομάστηκε σε ΓΕΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΑΕ. Σήμερα η Γενική Τράπεζα διαθέτει δίκτυο 109 καταστημάτων, εκ των οποίων τα 50 είναι εγκατεστημένα στον Ν. Αττικής. Το 2003 εξαγοράστηκε από την Societe Generale.

➤ ΕΓΝΑΤΙΑ ΤΡΑΠΕΖΑ

Η Εγνατία Τράπεζα ιδρύθηκε το 1991, με έδρα τη Θεσσαλονίκη. Κύριοι τομείς δραστηριοποίησης της Τράπεζας είναι η εξυπηρέτηση ιδιωτών πελατών, επαγγελματιών και μικρομεσαίων επιχειρήσεων, ενώ διευρύνει την παρουσία της στον χώρο της ναυτιλίας, του private banking και της εξυπηρέτησης των μεγάλων επιχειρήσεων. Στην αγορά της Καταναλωτικής Πίστης η Τράπεζα διαθέτει την εμπειρία και την τεχνογνωσία που της δίνουν τη δυνατότητα, παρά τον έντονο ανταγωνισμό, να διατηρεί σημαντικό μερίδιο αγοράς και να διευρύνει σταθερά τις συνεργασίες της. Η στεγαστική

πίστη αποτελεί χώρο όπου η Τράπεζα πέτυχε μεγαλύτερη διείσδυση μέσω του νέου πρωτοποριακού προϊόντος ΕΓΝΑΤΙΑ ONE.

➤ **ΤΡΑΠΕΖΑ ΑΤΤΙΚΗΣ**

Η Τράπεζα από το 1964 ανήκε στον Όμιλο Εταιριών της Εμπορικής Τράπεζας και εισήχθη στο Χρηματιστήριο στις 2-6-1964. Στις 26/6/97 ο Όμιλος Εταιριών Εμπορικής Τράπεζας μεταβίβασε, μέσω του Χ.Α.Α., μέρος των μετοχών που κατείχε, στο ΤΣΜΕΔΕ και στο Τ.Π.Δ και από την 09/09/2002 μεταβίβασε στο Ταχυδρομικό Ταμιευτήριο τις υπόλοιπες μετοχές που κατείχε. Οι βασικοί Μέτοχοι της Τράπεζας με στοιχεία Νοεμβρίου 2005 είναι:

- Το Ταμείο Συντάξεων Μηχανικών - Εργοληπτών - Δημοσίων Έργων (ΤΣΜΕΔΕ) με 41,96% των μετοχών
- Το Ταχυδρομικό Ταμιευτήριο με 19,10% των μετοχών.
- Το Ταμείο Παρακαταθηκών και Δανείων με 19,13% των μετοχών

➤ **ASPIS BANK**

Η ASPIS BANK, η πρώτη ιδιωτική στεγαστική τράπεζα στην Ελλάδα, ιδρύθηκε το 1992. Ειδικεύεται στη δημιουργία, ανάπτυξη και χορήγηση στεγαστικών δανείων για την απόκτηση κύριας ή εξοχικής κατοικίας, αγορά οικοπέδου και επαγγελματικής στέγης ή βελτίωση και αξιοποίηση ακινήτου. Παράλληλα, παρέχει τραπεζικές υπηρεσίες με τα καταθετικά προϊόντα της, ενώ δραστηριοποιείται και στη χορήγηση καταναλωτικών δανείων για την αγορά αγαθών διαρκείας, ενώ από τον Ιούλιο 1999 έθεσε σε κυκλοφορία τη δική της πιστωτική κάρτα σε συνεργασία με τη VISA. Κατά το 2003 – 2004 η τράπεζα προχώρησε σε τιτλοποίηση των απαιτήσεών της.

Στο τέλος του 2004, το Δίκτυο της Τράπεζας αριθμούσε 65 Καταστήματα σε όλη την Ελλάδα, έναντι 41 που λειτουργούσαν στο τέλος του 2001 και το ανθρώπινο δυναμικό ΜΠΣ <<ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ>> Ακαδ.ετος 2006 19
Τσιάνγκα Αντιγόνη

της ανήρχετο σε 976 τραπεζικά στελέχη και υπαλλήλους. Τα 16 νεοαποκτηθέντα Καταστήματα προέρχονται από την εξαγορά του Τομέα Καταναλωτικής & Εμπορικής Τραπεζικής της ABN AMRO στην Ελλάδα, ενώ 5 είναι νέα καταστήματα ASPIS BANK.

➤ **NOVABANK**

Η Τράπεζα NovaBank ξεκίνησε τη λειτουργία της το Σεπτέμβριο του 2000, για να αναδειχθεί σήμερα στη νέα δύναμη στον Ελληνικό τραπεζικό χώρο, επιτυγχάνοντας ταχύτατους ρυθμούς ανάπτυξης δικτύου και μεγεθών και εισάγοντας καινοτομικά τραπεζικά προϊόντα και υπηρεσίες. Σήμερα η NovaBank αριθμεί δίκτυο 102 καταστημάτων λιανικής τραπεζικής, 3 κέντρων Private Banking και 18 μονάδων Business Banking και Factoring. Παράλληλα, η NovaBank προχώρησε με την επέκταση των εργασιών της σε διεθνές επίπεδο, με πρώτο βήμα τη γείτονα χώρα Τουρκία, με την αναδιάρθρωση της εξαγορασθείσας Τουρκικής τράπεζας Sitebank και την επέκταση του δικτύου της και την επαναλειτουργία της, με το όνομα BankEuropa, τον Ιούλιο του 2003.

Η Τράπεζα κατέκτησε, το Χρυσό Βραβείο για το Κέντρο Τηλεφωνικής Εξυπηρέτησης NovaLine, σε αναγνώριση των εξαιρετικών υπηρεσιών που προσφέρει μέσω των εναλλακτικών της δικτύων.

➤ **HSBC**

Ο όμιλος HSBC με έδρα το Λονδίνο εξυπηρετεί περισσότερους από 110 εκατομμύρια πελάτες σε όλο τον κόσμο, διαθέτει 9.800 γραφεία σε 77 χώρες που εκτείνονται στην Ευρώπη, την Ασιατική περιοχή του Ειρηνικού, τη Βόρεια και Νότια Αμερική, τη Μέση Ανατολή και την Αφρική. Ιδρύθηκε το 1865 από την Hongkong and Shanghai Banking Corporation Limited για να χρηματοδοτήσει το εμπόριο μεταξύ Κίνας και Ευρώπης. Είναι ένας από τους μεγαλύτερους τραπεζικούς και

χρηματοοικονομικούς ομίλους στον κόσμο. Η HSBC λειτουργεί στην Ελλάδα από το 1981 και δραστηριοποιείται με μεγάλη επιτυχία σε όλο το φάσμα των τραπεζικών εργασιών.

➤ **CITIBANK**

Το Citigroup είναι ο μεγαλύτερος χρηματοοικονομικός οργανισμός στον κόσμο που δημιουργήθηκε από τη συγχώνευση της Citicorp και της Travelers Group το 1998. Στην Ελλάδα άνοιξε το πρώτο της κατάστημα στο Σύνταγμα το 1964, με κύριες δραστηριότητες τη χρηματοδότηση της ναυτιλίας των επιχειρήσεων και των καταναλωτών. Το 2001 η Citibank International plc. μετέχει στον πανευρωπαϊκό οργανισμό και γίνεται η μεγαλύτερη ξένη τράπεζα στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

➤ **ΩΜΕΓΑ**

Η Omega Bank άνοιξε το πρώτο της κατάστημα στις 19.1.2001 και ως σήμερα έχει 15 καταστήματα. Στις 26.1.2006 αποφασίστηκε η συγχώνευση της Ωμέγα από την Proton Bank. Ο νέος τραπεζικός όμιλος θα δραστηριοποιείται σε όλους τους τομείς της εμπορικής και επενδυτικής τραπεζικής και των επενδυτικών υπηρεσιών και θα διαθέτει δίκτυο 18 καταστημάτων σε όλη τη χώρα. Επίσης θα δραστηριοποιείται, μέσω θυγατρικών εταιριών, στο χώρο του Asset Management, των ασφαλιστικών υπηρεσιών και του Real Estate.

➤ **ΚΥΠΡΟΥ**

Η τράπεζα Κύπρου ιδρύθηκε το 1899 με την επωνυμία «Ταμιευτήριο η Λευκωσία». Το 1912 μετονομάστηκε σε Τράπεζα Κύπρου. Στην Ελλάδα το πρώτο κατάστημα λειτούργησε το 1991. Δραστηριοποιείται σε όλο το φάσμα των τραπεζικών εργασιών, χονδρικής και λιανικής και επιπλέον στον τομέα των αμοιβαίων κεφαλαίων, του Leasing, του Factoring καθώς και στον τομέα των ασφαλειών. Εκτός από την Κύπρο

και την Ελλάδα η τράπεζα διαθέτει γραφεία αντιπροσωπείας στη Νότιο Αφρική, τη Νέα Υόρκη, τη Μόσχα, στον Καναδά και το Βουκουρέστι. Τέλος το 1996 ίδρυσε τη Bank of Cyprus στα Channel Islands.

➤ **ΛΑΪΚΗ**

Ιδρύθηκε το 1901 με την επωνυμία «Λαϊκό Ταμειυτήριο Λεμεσού». Στα 23 πρώτα χρόνια της λειτουργίας του το Ταμειυτήριο δεχόταν καταθέσεις από «ένα σελίνι και άνω» και χορηγούσε δάνεια σε τρεχούμενους λογαριασμούς και γραμμάτια. Το 1924 μετατράπηκε σε πλήρη τράπεζα με την ονομασία «Λαϊκή Τράπεζα Λεμεσού Λτδ». Στην Ελλάδα το πρώτο κατάστημα λειτούργησε το 1992. Επιπλέον διαθέτει γραφεία αντιπροσωπείας στην πρώην Γιουγκοσλαβία (1997), στη Ρωσία (1997), στη Νέα Υόρκη (1998) καθώς και πλήρη τράπεζα στην Αυστραλία με πέντε υποκαταστήματα.

➤ **PROBANK**

Η Probank είναι μία πολυμετοχική τράπεζα η οποία δημιουργήθηκε το 2001. Οι τομείς στους οποίους δραστηριοποιείται είναι οι Καταθέσεις, τα Επιχειρηματικά Δάνεια, η Καταναλωτική και η Στεγαστική Πίστη, η Κίνηση Κεφαλαίων, οι Επενδύσεις, τα Αμοιβαία Κεφάλαια, οι Πιστωτικές Κάρτες, οι Εισαγωγές και Εξαγωγές, οι Τίτλοι Δημοσίου, η Διαχείριση Χρεογράφων και Κινητών Αξιών τρίτων, οι Χρηματοοικονομικές Υπηρεσίες και το Χρηματιστήριο καθώς και τα Ασφαλιστικά Προγράμματα. Διαθέτει ένα μεγάλο δίκτυο καταστημάτων που ως το τέλος του 2006 αναμένεται να έχουν φτάσει τα 80.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

RETAIL BANKING

3.1. ΓΕΝΙΚΑ

Το ότι η λιανική τραπεζική θα αποτελούσε το πεδίο ανταγωνισμού των τραπεζών είχε διαφανεί από τα μέσα της δεκαετίας του 1990 για δύο κυρίως λόγους:

- Πρώτον, επρόκειτο για μία τραπεζική δραστηριότητα στην οποία έως εκείνη την εποχή δεν είχε δοθεί έμφαση, με αποτέλεσμα την υποτυπώδη ανάπτυξή της και,
- Δεύτερον, σταδιακά οι μεγάλοι έως τότε εταιρικοί πελάτες των πιστωτικών ιδρυμάτων έγιναν περισσότερο επιθετικοί, με αποτέλεσμα να μειωθούν σε υπολογίσιμο βαθμό τα περιθώρια κέρδους των τραπεζών. Για παράδειγμα, η πλειονότητα των εμπορικών συναλλαγών (εισαγωγές-εξαγωγές), που αποτελούσαν σημαντικό έσοδο για τις τράπεζες, μετασηματίστηκε σε εμβάσματα. Στο πλαίσιο αυτό, οι τράπεζες αναζήτησαν νέους τρόπους προσπορισμού εσόδων και - όπως ήταν φυσικό - έδωσαν έμφαση στη λιανική τραπεζική που βρισκόταν σε υποτυπώδη ανάπτυξη και, ως εκ τούτου, υποσχόταν υψηλά περιθώρια κέρδους.

Σύμφωνα με την τραπεζική αγορά, έως πρόσφατα οι δραστηριότητες λιανικής τραπεζικής εξυπηρετούσαν την εσωτερική διοικητική οργάνωση των ιδρυμάτων. Στην πραγματικότητα, δεν υπήρχαν ούτε λιανική φιλοσοφία, ούτε λιανική αντιμετώπιση. Οι τράπεζες εκτιμούσαν ότι το πελατολόγιό τους δεν ξεπερνούσε το 1 εκατ. ιδιώτες πελάτες, με τις συναλλαγές αυτών να περιορίζονται κυρίως στην τήρηση ενός λογαριασμού ταμειυτηρίου.

Ουσιαστικά η λιανική τραπεζική άρχισε να αναπτύσσεται από το 1997 και μετέπειτα μέσω αλλαγών που επήλθαν, όπως ο μετασηματισμός του μέχρι τότε τραπεζικού υπαλλήλου σε σύμβουλο-πωλητή. Παράλληλα, άλλαξε η φιλοσοφία των τραπεζών.

Αντί να περιμένουν πλέον τον τραπεζικό πελάτη να προσεγγίσει μόνος του την τράπεζα, άρχισαν να τον αναζητούν μέσω επιθετικών πολιτικών που ανέπτυξαν.

Τον ανταγωνισμό στη λιανική τραπεζική αύξησε η απελευθέρωση του ορίου στην καταναλωτική πίστη, εξέλιξη που δημιούργησε νέες ευκαιρίες για την αύξηση του μεριδίου αγοράς των πιστωτικών ιδρυμάτων, ενώ έφερε στο προσκήνιο το ζήτημα της ορθής αξιολόγησης των πελατών, τομέα που εάν δεν λειτουργεί αποτελεσματικά, ενδεχομένως να δημιουργεί προβλήματα εξυπηρέτησης των δανείων.

Παράλληλα, στην ανάδειξη της λιανικής τραπεζικής ως κερδοφόρου δραστηριότητας συνετέλεσαν κατά τα τελευταία 3-4 έτη η αύξηση του ορίου του αναλαμβανόμενου ρίσκου από τους τραπεζικούς πελάτες και η διαφοροποίηση των αναγκών τους. Λόγου χάρη, η αδυναμία του πρώτου πυλώνα του ασφαλιστικού συστήματος (κρατική ασφάλιση) να εγγυηθεί αξιοπρεπείς συντάξεις ώθησε αρκετά νοικοκυριά στον χώρο της ιδιωτικής ασφάλισης.

Από την άλλη, η λιανική τραπεζική ήταν η δραστηριότητα που έως έναν βαθμό στήριξε την κερδοφορία των τραπεζών σε επίπεδο ομίλων κατά την περίοδο της χρηματιστηριακής υποχώρησης, όταν οι επενδυτικές εταιρείες, αλλά και οι εταιρείες αμοιβαίων κεφαλαίων των πιστωτικών ιδρυμάτων, γνώρισαν ημέρες σημαντικών απωλειών στα χαρτοφυλάκιά τους. Συνεπεία αυτών και με βραχίονα τη λιανική τραπεζική τα πιστωτικά ιδρύματα «εκπαιδεύθηκαν» και άρχισαν να ανταγωνίζονται μεταξύ τους για την ικανότητά τους να παράγουν επαναλαμβανόμενα (οργανικά) κέρδη. Επίσης, ιδιαίτερη έμφαση έδωσαν στη μέθοδο της σταυροειδούς πώλησης (cross selling) το 2003, έναντι των δύο προηγούμενων ετών, έτη στα οποία ως επί το πλείστον δημιούργησαν τη βάση πελατών λιανικής, με τις μεγάλες τράπεζες να βρίσκονται σήμερα στο στάδιο όπου η ταυτόχρονη πώληση δύο προϊόντων να θεωρείται λίγο-πολύ δεδομένη και να «φλερτάρουν» με τον στόχο της πώλησης τριών προϊόντων ανά πελάτη.

Από τα μέσα του 1999 και μετέπειτα, οι τράπεζες επένδυσαν σε πλατφόρμες ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking), μέσω των οποίων δόθηκε η δυνατότητα διενέργειας εργασιών γκισέ μέσω του Διαδικτύου.

Το μεγαλύτερο πλεονέκτημα των ηλεκτρονικών τραπεζικών συναλλαγών αποτελεί, ως γνωστόν, το χαμηλό λειτουργικό κόστος τους, καθώς μια τραπεζική συναλλαγή κοστίζει περίπου πέντε φορές φθηνότερα όταν πραγματοποιείται μέσω Διαδικτύου έναντι του παραδοσιακού τρόπου.¹

Αν κάποιος ήθελε να προσδιορίσει τη φάση στην οποία βρίσκεται σήμερα το ελληνικό τραπεζικό σύστημα, θα μπορούσε να υποστηρίξει ότι επιχειρεί τη μετάβασή του στην ωριμότητα. Ύστερα από τις ραγδαίες αλλαγές που έλαβαν χώρα τα τελευταία χρόνια, με τις εξαγορές και συγχωνεύσεις, την αποχώρηση της πλειοψηφίας των ξένων τραπεζών από την εγχώρια αγορά, την απελευθέρωση των αγορών χρήματος και κεφαλαίου που συντελέστηκε στη διάρκεια της περασμένης δεκαετίας, την υιοθέτηση του ενιαίου νομίσματος, τα ελληνικά τραπεζικά ιδρύματα καλούνται σήμερα να καταστούν εξίσου ανταγωνιστικά με τα ευρωπαϊκά και να παράγουν την κερδοφορία εκείνη που θα τους επιτρέψει την επιβίωση σε ένα περιβάλλον όλο και πιο ανταγωνιστικό.

Οι παραπάνω αλλαγές ουσιαστικά δημιούργησαν νέες αγορές για υπηρεσίες, που μέχρι πρότινος δε μπορούσαν να προσφέρουν οι τράπεζες. Η τάση αυτή ενισχύθηκε κυρίως από τη σημαντική μείωση των επιτοκίων, καθώς η Ελλάδα ολοκλήρωνε την ενταξιακή της πορεία στη ζώνη του ευρώ. Έτσι αγορές, όπως αυτές των καταναλωτικών και των στεγαστικών δανείων, γνώρισαν μεγάλη ανάπτυξη ξεκινώντας από πολύ χαμηλά επίπεδα.

Επιχειρώντας μια σύντομη ιστορική αναδρομή διαπιστώνουμε ότι τα πράγματα λίγες δεκαετίες πριν, ήταν πολύ διαφορετικά. Η αγορά λιανικής τραπεζικής από

¹ Πηγή: Δελτία και απολογισμοί Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών ΜΠΣ <<ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ>> Ακαδ.ετος 2006
Τσιόγκα Αντιγόνη

τη μεταπολεμική Ελλάδα ως την Ελλάδα της δεκαετίας του '80 ήταν αμελητέα. Περιορισμένες ήταν οι τράπεζες που χρηματοδοτούσαν τα ελληνικά νοικοκυριά, περιορισμένα τα προϊόντα και απλησίαστα για την πλειονότητα των ιδιωτών. Επίσης, η οικονομική αβεβαιότητα με υψηλούς ρυθμούς πληθωρισμού και χρονικά απρόβλεπτες υποτιμήσεις του νομίσματος, αποθάρρυναν σημαντικό τμήμα του πληθυσμού να προχωρήσει σε χρηματοδότηση.

Κατά τη δεκαετία του '90 παρατηρούμε μια σταδιακή υποχώρηση των περιορισμών, με μια παράλληλη πορεία ωριμότητας και σταθερότητας στο γενικότερο οικονομικό περιβάλλον, ενώ η διολίσθηση του πληθωρισμού οδηγεί σε μειωμένα επιτόκια χορηγήσεων. Το ίδιο διάστημα, νέες τράπεζες εκκινούν με κύρια αγορά σκόπευσης την αγορά των ιδιωτών.

Από εκείνο το διάστημα ξεκινά μια συνεχής διαδικασία ανακατατάξεων στον τραπεζικό χώρο με νέες συνεργασίες, εξαγορές και συγχωνεύσεις. Οι μεγάλες ελληνικές τράπεζες, έχοντας κατανοήσει την αναγκαιότητα των καιρών προχωρούν στην εφαρμογή μιας στρατηγικής με σκοπό την αύξηση του μεριδίου της αγοράς και την εκμετάλλευση των οικονομιών κλίμακας και εύρους.

Ακολούθως διαπιστώνεται μια έντονη τάση συγκέντρωσης με εστίαση στην αγορά λιανικής τραπεζικής, καθώς η πλειοψηφία των τραπεζών που αποτέλεσαν αντικείμενο εξαγορών και συγχωνεύσεων ήταν τράπεζες εξειδικευμένες στη χρηματοδότηση των ιδιωτών. Ταυτόχρονα, παρατηρείται η εμφάνιση νέων μικρότερων πιστωτικών ιδρυμάτων, τα οποία απευθύνονται σε συγκεκριμένα τμήματα της αγοράς, καθώς εξειδικεύονται σε συγκεκριμένα προϊόντα και υπηρεσίες. Η τιμολογιακή πολιτική αυτών των τραπεζών είναι πολλές φορές, επίσης, ιδιαίτερα επιθετική, με σκοπό να αποσπάσουν σημαντικά μερίδια από τους μεγάλους παίκτες της αγοράς στην οποία εξειδικεύονται.

3.2. ΤΟ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΚΑΙ Η ΛΙΑΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΜΕΣΩ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ / ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΩΝ (ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ).

Το ελληνικό τραπεζικό σύστημα του 21ου αιώνα δεν θα μπορούσε να μην ακολουθήσει τις εξελίξεις του ευρωπαϊκού, αλλά και παγκοσμίου τραπεζικού συστήματος. Οι τράπεζες δεν εκτελούν πια μόνο τις παραδοσιακές τραπεζικές εργασίες (καταθέσεις, δάνεια), αλλά έχουν αναπτύξει και εξελίξει τις υπηρεσίες που παρέχουν στο κοινό.

«Μέχρι τώρα, ξέραμε ότι στις τράπεζες υπάρχουν tellers, δηλαδή ταμίες. Όμως, αυτό που τώρα χρειαζόμαστε είναι sellers, δηλαδή πωλητές». Σε αυτές τις φράσεις, κορυφαία τραπεζικά στελέχη συμπυκνώνουν τη φιλοσοφία που επικρατεί πλέον σε όλες τις τράπεζες, οι οποίες πασχίζουν να προσφέρουν στον Έλληνα καταθέτη, δανειολήπτη ή επενδυτή αυτά που οι Αμερικανοί ή οι Βρετανοί καταναλωτές ζουν τουλάχιστον τα τελευταία δεκαπέντε χρόνια. Δηλαδή, το τραπεζικό κατάστημα να είναι φιλικό, γρήγορο στην εξυπηρέτηση, να προσφέρει υπηρεσίες και προϊόντα κομμένα και ραμμένα στα μέτρα του πελάτη.

Οι παραδοσιακές εργασίες έχουν απλουστευθεί, ενώ οι τράπεζες παρέχουν πλέον νέες: πιστωτικές κάρτες που είναι ταυτόχρονα χρεωστικές, πιστωτικές και δάνεια, smart-cards, πώληση και αγορά μετοχών, ασφαλιστική κάλυψη για ατυχήματα και ασφάλιση ζωής, μισθοδοσία υπαλλήλων, ακόμα και αυτόματη εξόφληση λογαριασμών ΔΕΗ, ΟΤΕ, ΕΥΔΑΠ και λογαριασμών κινητής τηλεφωνίας.

Το Διαδίκτυο εξελίσσεται μέρα με τη μέρα σε ένα ισχυρότατο νέο εμπορικό μέσο για όλους τους επαγγελματικούς κλάδους. Το επίτευγμα αυτό της νέας τεχνολογίας δεν θα μπορούσε να αφήσει ανεπηρέαστες και τις τραπεζικές συναλλαγές. Ένα αυξανόμενος αριθμός τραπεζών εμπλέκεται στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο που σημαίνει τη

διεξαγωγή εμπορικών συναλλαγών μέσω ενός δικτύου Η/Υ, με σκοπό την αύξηση του ΜΠΣ <<ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ>> Ακαδ.ετος 2006
Τσιάνγκα Αντιγόνη

μεριδίου της αγοράς με ταυτόχρονη μείωση του κόστους. Οι τράπεζες προσανατολίζονται στην εκμετάλλευση που τους δίνει η τεχνολογία δικτύων. Δραστηριοποιούνται, ήδη, στο διαδύκτιο προσφέροντας παραδοσιακά τραπεζικά προϊόντα. Η συμμετοχή βέβαια των τραπεζών στους δικτυακούς χώρους τις κάνει πιο ευάλωτες σε ζητήματα τεχνικής φύσης. Αρκετές τράπεζες έχουν δραστηριοποιηθεί προς την κατεύθυνση της δημιουργίας ιστοσελίδων στις οποίες οι πελάτες τους μπορούν να διενεργήσουν βασικές συναλλαγές. Με τον τρόπο αυτό οι σελίδες στο διαδύκτιο λειτουργούν απλά σαν ένα κανάλι μέσω του οποίου γίνονται βασικές συναλλαγές, όμοια κατά τα άλλα σε λειτουργία με το δίκτυο των υποκαταστημάτων ή την τηλεφωνική ενημέρωση.

Η εποχή της ψηφιακής οικονομίας παρέχει αμέτρητες δυνατότητες σε κάθε κοινωνική και οικονομική δραστηριότητα. Το πρώτο βήμα που έφερε την επανάσταση και το ηλεκτρονικό εμπόριο στο Internet ήταν οι πιστωτικές κάρτες. Τώρα είναι η σειρά του e-banking, όρος που σημαίνει ολοκλήρωση των τραπεζικών συναλλαγών με την χρήση ηλεκτρονικών μέσων και που υπόσχεται να μεταφέρει την τράπεζα στην οθόνη του υπολογιστή.

Το e-banking καλύπτει ένα σύνολο υπηρεσιών και προϊόντων, που παρέχουν τα πιστωτικά ιδρύματα (τράπεζες) μέσω εναλλακτικών ηλεκτρονικών δικτύων διανομής. Έτσι, πέρα από τη χρήση των ταμειολογιστικών μηχανών (ATMs) τα οποία έχουν εγκαταστήσει οι τράπεζες στα υποκαταστήματα τους και αποτελούν την αιχμή του δόρατος των εναλλακτικών δικτύων σήμερα για την εξυπηρέτηση των πελατών τους, ο όρος e-banking ενσωματώνει τους όρους του Mobile Banking δηλαδή η πραγματοποίηση των ηλεκτρονικών τραπεζικών εργασιών μέσω του κινητού τηλεφώνου, του Internet Banking στο οποίο οι συναλλαγές γίνονται από την οθόνη οποιουδήποτε υπολογιστή και του Phone banking από όπου οι συναλλαγές γίνονται

μέσω ενός τηλεφωνικού κέντρου που έχει δημιουργήσει η τράπεζα για την εξυπηρέτηση των πελατών της.

Σε αυτά τα δίκτυα οι τράπεζες επιδιώκουν να περάσουν όσο το δυνατόν μεγαλύτερο όγκο τραπεζικών συναλλαγών που είναι κοστοβόρες και ταυτόχρονα δεν προσφέρουν υψηλή προστιθέμενη αξία στην τράπεζα. Για παράδειγμα, η ενημέρωση του υπολοίπου ενός τραπεζικού λογαριασμού κοστίζει στην τράπεζα πολύ περισσότερο όταν γίνεται μέσω του τραπεζικού γκισέ από όσο όταν πραγματοποιείται στο ΑΤΜ ή μέσω του Διαδικτύου. Αντίθετα, η ενημέρωση για τους όρους χορήγησης ενός στεγαστικού δανείου και οι διαδικασίες έγκρισής του είναι μεν κοστοβόρες, αλλά προσφέρουν υψηλή προστιθέμενη αξία στην τράπεζα. Το internet καθιερώνει, έτσι, νέα κανάλια διανομής τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών. Σήμερα, πλησιάζει η τράπεζα τον πελάτη μέσα από τις ηλεκτρονικές σελίδες σε αντίθεση με παλαιότερα όπου πήγαινε ο πελάτης στην τράπεζα. Πιο συγκεκριμένα:

- **Internet Banking**

Οι χρήστες της υπηρεσίας Internet Banking έχουν πρόσβαση στους λογαριασμούς τους 24 ώρες το 24ωρο μέσω της ηλεκτρονικής διεύθυνσης της τράπεζας με την οποία συνεργάζονται. Εννοείται, ότι για να μπορέσουν να ελέγξουν τους λογαριασμούς τους θα πρέπει προηγουμένως να συμπληρώσουν ειδική φόρμα με τα στοιχεία τους, και εν συνεχεία τους αποστέλλεται ένας κωδικός. Μέσω Internet Banking ο πελάτης μιας τράπεζας μπορεί να ενημερωθεί για το υπόλοιπο και τις κινήσεις των λογαριασμών του, μπορεί να πραγματοποιήσει πληρωμές, όπως μεταφορά σε λογαριασμό έμβασμα, πάγια εντολή. Μπορεί επίσης να διαβιβάσει εντολές αγοράς και πώλησης μετοχών, να ενημερωθεί για την εκτέλεση των εντολών, να δει την αποτίμηση του χαρτοφυλακίου του με real time τιμές, καθώς και το ιστορικό των κινήσεων.

- **Phone Banking**

Μέσω σταθερού τηλεφώνου ο πελάτης μιας τράπεζας μπορεί να ενημερωθεί για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της τράπεζας αλλά κυρίως να πραγματοποιήσει τις συναλλαγές του. Μέσω του phone banking μπορεί να κάνει αίτηση για προσωπικό ή καταναλωτικό δάνειο, για δάνεια σπουδών και μετοχodάνειο. Μπορεί, επίσης, να ενημερωθεί για στεγαστικά, ανακαινιστικά δάνεια, πιστωτικές κάρτες, δάνειο οφειλών στο Δημόσιο. Επίσης προσφέρονται πληροφορίες για καταθετικά προϊόντα, επενδυτικά προϊόντα, τιμές συναλλάγματος και τιμές μετοχών στο ΧΑΑ, αμοιβαία κεφάλαια, και φυσικά μπορούν να γίνονται δηλώσεις απώλειας της κάρτας αυτόματων συναλλαγών, ερώτηση υπολοίπου και κίνηση λογαριασμού, μεταφορά μεταξύ λογαριασμών του ίδιου δικαιούχου. Κι ακόμη, αίτηση για έκδοση βιβλιαρίου επιταγών, έκδοση αναλυτικής κατάστασης κίνησης λογαριασμού και αποστολή μέσω fax, αίτηση εμβάσματος, αγοραπωλησία μετοχών στο ΧΑΑ, αποτίμηση χαρτοφυλακίου αμοιβαίων κεφαλαίων εσωτερικού και εξωτερικού.

- **Mobile Banking**

Μέσω Mobile Banking μπορούν να πραγματοποιηθούν τραπεζικές αλλά και χρηματιστηριακές συναλλαγές. Οι υπηρεσίες στις οποίες έχουν πρόσβαση οι πελάτες μέσω κινητού τηλεφώνου είναι: κατάσταση λογαριασμού, υπόλοιπα και μεταφορές χρημάτων μεταξύ λογαριασμών της ίδιας τράπεζας, παραγγελία για πλήρη statements, αναφορά για απώλεια κάρτας, αγορά και πώληση μετοχών, ενημέρωση εντός ολίγων λεπτών για εκτέλεση εντολής, real time ενημέρωση για την τιμή της μετοχής προς αγορά ή πώληση, παρακολούθηση και αποτίμηση χαρτοφυλακίου, αναλυτική πληροφόρηση για παρελθούσες κινήσεις στο χαρτοφυλάκιο. Ωστόσο, η συγκεκριμένη υπηρεσία προσφέρεται με χρέωση του λογαριασμού του κινητού τηλεφώνου.

Όμως, εκτός από τη λειτουργία του e – banking, οι τράπεζες χρησιμοποιούν και ορισμένες εφαρμογές πολυμέσων για να πετύχουν καλύτερα τους στόχους τους. Πιο συγκεκριμένα,

- **Video Bankers** (Τραπεζικά κιόσκια αμφίδρομης επικοινωνίας)

Πρόκειται για πολυμέσα που προέρχονται από το συνδυασμό ηλεκτρονικού υπολογιστή και βιντεοθήκης. Δίνουν τη δυνατότητα σε μια τράπεζα να μειώσει το κόστος διανομής της, ειδικά στις περιπτώσεις πώλησης σύγχρονων σύνθετων τραπεζικών προϊόντων όπου απαιτείται η παρουσία εξειδικευμένου υπαλλήλου ενώ παράλληλα ικανοποιούν τις ανάγκες των πελατών για προσωπική επικοινωνία. Αυτού του είδους τα πολυμέσα επιτρέπουν σε μια τράπεζα να μεταφέρει εξειδικευμένες πωλήσεις τόσο στα υποκαταστήματα της, όσο και σε άλλους χώρους που παρουσιάζουν συναλλακτικό ενδιαφέρον, όπως κτίρια γραφείων, εργοστάσια κλπ. Εξελιγμένες εφαρμογές αυτών των πολυμέσων χρησιμοποιούνται για παροχή πληροφοριών και πωλήσεων καθώς δίνεται η δυνατότητα αποδοχής αιτήσεων των ενδιαφερομένων για προϊόντα ή υπηρεσίες.

- **Interactive Television** (Τηλεόραση αμφίδρομης επικοινωνίας)

Σε αυτή την περίπτωση του πολυμέσου εμφανίζεται ο συνδυασμός ηλεκτρονικού συστήματος με συσκευή τηλεόρασης. Από ειδικούς στις τηλεπικοινωνίες πιστεύεται ότι η τηλεόραση αμφίδρομης επικοινωνίας θα αποτελέσει επαναστατική καινοτομία στο παγκόσμιο εμπόριο, εφόσον επιλυθούν προβλήματα που σχετίζονται με την τεχνολογία. Αυτή η εκτίμηση στηρίζεται και στο γεγονός ότι σχεδόν όλα τα νοικοκυριά διαθέτουν συσκευές τηλεόρασης. Ολοένα και περισσότερα χρηματοοικονομικά ιδρύματα στην Ευρώπη προσφέρουν τραπεζικές υπηρεσίες μέσω ψηφιακής τηλεόρασης.

Η τεχνολογία του Διαδικτύου έχει διπλή αξιοποίηση: α) εσωτερικά στον τραπεζικό οργανισμό μέσω της δημιουργίας Intranet και β) μέσω τη δημιουργίας εφαρμογών για

την εξυπηρέτηση των τραπεζικών πελατών και συνεργατών. Σημειώνεται ότι το Intranet αποτελεί ένα δίκτυο υπολογιστών που έχει ομοιότητες με το Internet, αλλά είναι ασύγκριτα μικρότερο και προορίζεται για εσωτερική και εξειδικευμένη χρήση. Τέτοιου είδους δίκτυα χρησιμοποιούνται από εταιρείες ή οργανισμούς που θέλουν να εκμεταλλευτούν στο έπακρο την πληροφορική και το «information management», τους κλάδους δηλαδή που συγκεντρώνουν, ταξινομούν, αναλύουν και χρησιμοποιούν επιχειρηματικά δεδομένα και πληροφορίες. Η μια τράπεζα μετά την άλλη ανακοινώνουν σχέδια ριζικής αναμόρφωσης του δικτύου των καταστημάτων τους, τα οποία δεν περιορίζονται στην εμφάνιση αλλά αφορούν συνολικά στον τρόπο λειτουργίας τους

Οι τράπεζες έχουν ένα συγκριτικό πλεονέκτημα σε σχέση με τους άλλους εν δυνάμει ανταγωνιστές τους όσον αφορά την παροχή υπηρεσιών ηλεκτρονικού εμπορίου. Το κοινό, όπως αναφέραμε και πιο πριν, στηρίζεται στην εμπορική επωνυμία των πιστωτικών ιδρυμάτων. Επιπρόσθετα, οι τράπεζες έχουν ήδη αναπτύξει μέσω των τηρούμενων σε αυτές λογαριασμών, πελατειακές σχέσεις με καταναλωτές και υπηρεσίες. Η διεύρυνση των δραστηριοτήτων των τραπεζών στον ηλεκτρονικό χώρο θα τις οδηγήσει σε όλες τις δραστηριότητες τους. Διότι θα θέτουν εμπόδια εισόδου σε άλλες εταιρίες, μη τραπεζικές που θα θελήσουν να δραστηριοποιηθούν στο χώρο των ηλεκτρονικών συναλλαγών.

Ωστόσο, με την ανάπτυξη νέων τεχνολογιών είναι συνδεδεμένος και ο σχετικός κίνδυνος. Σκοπός της τεχνολογικής εξάπλωσης είναι η μείωση των λειτουργικών εξόδων (Operating cost), η αύξηση των εσόδων και η εξεύρεση νέων αγορών. Σκοπός της τεχνολογικής εξάπλωσης είναι η εκμετάλλευση των οικονομιών κλίμακας και εύρους.

Ο όρος οικονομίες κλίμακας σημαίνει ότι όσο αυξάνεται η ποσότητα των προϊόντων και υπηρεσιών ανά υπάλληλο ή ανά υποκατάστημα τόσο μειώνεται το μέσο κόστος

λειτουργίας του τραπεζικού ιδρύματος. Ωστόσο όταν γίνει μια τεχνολογική ΜΠΣ <<ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ>> Ακαδ.ετος 2006
Τσιάγκα Αντιγόνη

επένδυση μπορεί να μην αποφέρει την αναμενόμενη μείωση τους κόστους διότι μπορεί να μεγαλώσει το κόστος εκπαίδευσης στη νέα τεχνολογία, απαξίωση της παλαιάς τεχνολογίας και μειωμένη ζήτηση λόγω φόβου στη νέα τεχνολογία. Επίσης, μπορεί κάτι να μην λειτουργήσει σωστά από το εξωτερικό περιβάλλον και το οποίο να έχει άμεση επίδραση στη λειτουργία του τραπεζικού ιδρύματος. Για παράδειγμα, το 1985 οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές της Bank of New York δεν κατέγραψαν τις εισερχόμενες χρηματικές ροές αλλά κατέγραψαν τις εξερχόμενες. Έτσι, η τράπεζα βρέθηκε με διογκωμένο παθητικό να αναζητά ρευστότητα και δημιουργώντας κλίμα ανασφάλειας προς τους πελάτες της.

Σήμερα οι τράπεζες βρίσκονται σε μια φάση μετασχηματισμού και επαναπροσδιορισμού του μοντέλου λειτουργίας τους. Το e-banking θα συμβάλει και θα βοηθήσει στην επιτάχυνση αυτού του μετασχηματισμού. Οι βασικοί λόγοι είναι η ευκολία στην πρόσβαση και τη χρήση του, καθώς και το μειωμένο κόστος ανά συναλλαγή. Θα γίνει όμως και στο e-banking επαναπροσδιορισμός των προσδοκώμενων ωφελειών καθώς στο πρόσφατο παρελθόν υπήρξε μια υπερτίμηση των δυνατοτήτων του, με αποτέλεσμα να γίνουν σημαντικές επενδύσεις που δεν απέδωσαν τα αναμενόμενα. Ο κυριότερος λόγος είναι ότι το e-banking αντιμετωπίστηκε σαν ένα δίκτυο «ξεκομμένο» από τα παραδοσιακά δίκτυα, χωρίς τις απαραίτητες συνέργιες με αυτά, με στόχο τη μεγιστοποίηση του οφέλους για την τράπεζα και τον πελάτη. Για τον λόγο αυτό, το e-banking θα αναπτυχθεί παράλληλα με την ανάπτυξη των καταστημάτων, βοηθώντας ταυτόχρονα στον μετασχηματισμό τους. Το κατάστημα είναι ο ιδανικός τόπος για τη δημιουργία σχέσης με τον πελάτη, μέσω της ανθρώπινης επαφής, και τα εναλλακτικά δίκτυα ο ιδανικός «τόπος» για τη διενέργεια συναλλαγών. Η βιωσιμότητα και επιτυχία ενός χρηματοπιστωτικού ιδρύματος θα εξαρτώνται πλέον από την ικανότητα του να προβλέπει, να ανταποκρίνεται, ακόμα και να ξεπερνά τις προσδοκίες των πελατών του.

Αν και είναι δύσκολο να γίνουν προβλέψεις για το internet και την εξέλιξη του, μακροπρόθεσμα, υπάρχουν ωστόσο κάποιοι παράγοντες οι οποίοι αναμένεται να αλλάξουν τον τρόπο με τον οποίο πραγματοποιούνται συναλλαγές.

Οι περισσότεροι πελάτες θα είναι ενημερωμένοι για τις υπηρεσίες αυτές και ένα μεγάλο ποσοστό θα γνωρίσει την ευκολία που τους προσφέρουν, οπότε και θα κάνουν χρήση των ηλεκτρονικών καναλιών που αυτοί επιλέγουν (π.χ. κινητό τηλέφωνο από το σπίτι, υπολογιστής από το γραφείο, κτλ). Επίσης, θα επικρατεί μεγαλύτερη διαφάνεια, αφού οι πελάτες μπορούν να συγκρίνουν προϊόντα και υπηρεσίες χωρίς να χρειάζεται να επισκεφθούν χωριστά κάθε τράπεζα. Αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα την πίεση στο περιθώριο κέρδους των προϊόντων, οπότε οι τράπεζες για να συσφίξουν τις πελατειακές σχέσεις τους θα πρέπει να εστιάσουν στην καλύτερη εξυπηρέτηση πελατών.

Σε ό,τι αφορά τις τράπεζες, η χρήση των ηλεκτρονικών καναλιών θα σημαίνει σταδιακή μείωση του λειτουργικού τους κόστους, αφού η πλειονότητα των συναλλαγών θα γίνεται ηλεκτρονικά. Έτσι, τα τραπεζικά καταστήματα θα αναβαθμισθούν και θα εξελιχθούν σε σημεία πώλησης προϊόντων και υπηρεσιών, καθώς επίσης και συμβουλευτικών υπηρεσιών. Ταυτόχρονα, αυτό θα αυξήσει την ταχύτητα διεκπεραίωσης των συναλλαγών, αφού δεν θα δημιουργούνται καθυστερήσεις για απλές συναλλαγές στα ταμεία.

Όμως, το φυσικό τραπεζικό υποκατάστημα θα συμβιώσει με τα εναλλακτικά δίκτυα διανομής, βάσει των αποτελεσμάτων της έρευνας της εταιρείας συμβούλων Accenture που έγινε σε μεγάλες ευρωπαϊκές τράπεζες, συμπεριλαμβανομένων και ελληνικών και παρουσίασε ο επικεφαλής του τμήματος χρηματοοικονομικών υπηρεσιών της εταιρείας, Paolo Maresca. Οι πελάτες των ευρωπαϊκών τραπεζών, οι οποίοι χρησιμοποιούν καινοτόμα κανάλια, αναμένεται να αυξηθούν δραματικά τα επόμενα χρόνια, επισημαίνει ο επικεφαλής χρηματοοικονομικών υπηρεσιών της Accenture.

Παρά την συνεχιζόμενη αύξηση στη χρήση εναλλακτικών καναλιών, το κατάστημα παραμένει το βασικό κανάλι διανομής. Σε όλες τις ευρωπαϊκές χώρες, οι καταναλωτές χρησιμοποιούν τα εναλλακτικά κανάλια, μέχρι σήμερα, κυρίως για να συλλέξουν πληροφορίες παρά για να πραγματοποιήσουν βασικές τραπεζικές συναλλαγές. Είναι χαρακτηριστικό ότι μόλις το 25% των καταναλωτών που ενδιαφέρονται να αγοράσουν τραπεζικά προϊόντα από το Διαδίκτυο πραγματοποιεί τελικά τη συναλλαγή, ενώ ταυτόχρονα το 52% των τραπεζικών πελατών επισκέπτονται ένα κατάστημα τουλάχιστον μία φορά το μήνα, στοιχεία που επιβεβαιώνουν την άποψη ότι η εισαγωγή καινοτόμων υπηρεσιών δείχνει απλώς ότι αυξήθηκαν οι δυνατότητες επικοινωνίας των πελατών.

Η στρατηγική, την οποία πρέπει να ακολουθήσουν οι τράπεζες για να διατηρήσουν και αναπτύξουν την πελατεία τους, είναι αυτή που συνδυάζει τη σωστή αναλογία ανάμεσα στην εικονική και στη φυσική παρουσία τους. Έρευνες έχουν καταδείξει ότι οι πελάτες που ήδη διατηρούν σχέση εμπιστοσύνης με την τράπεζα τους θα παραμείνουν πιστοί σε αυτήν, αν τους προσφέρει όλα τα εναλλακτικά κανάλια, ηλεκτρονικά και φυσικά. Η ανθρώπινη επαφή, εξάλλου, δεν αντικαθίσταται με ηλεκτρονικά μέσα. Πολλές είναι οι αλλαγές στον τραπεζικό χώρο που θα λάβουν χώρα τα επόμενα χρόνια. Οι πελάτες θα έχουν περισσότερες επιλογές στον τρόπο διεκπεραίωσης των συναλλαγών τους και θα αναζητούν διαρκώς πιο εύκολους και προσιτούς τρόπους για τη διαχείριση των οικονομικών τους. Οι τράπεζες θα πρέπει να στραφούν και να κατανοήσουν τις ανάγκες του καθενός, προσωπικά, και να τις καλύπτουν όταν αυτοί το απαιτούν. Η χρήση των ηλεκτρονικών καναλιών δεν θα αποξενώσει τους πελάτες, όπως μερικοί πιστεύουν, αντίθετα θα τους φέρει πιο κοντά στην τράπεζα, αφού θα έχουν πρόσβαση σε αυτήν 24 ώρες το 24ωρο. Δεν είναι μακριά η ημέρα που τα ATIV1 και οι υπολογιστές θα μας καλημερίζουν προσωπικά.

3.3. ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΧΟΡΗΓΗΣΕΩΝ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΙΔΡΥΜΑΤΩΝ

Ο όρος "Χορηγήσεις" περιλαμβάνει όλα τα προϊόντα χρηματοδοτήσεων που προσφέρουν οι τράπεζες σε οποιοδήποτε δανειολήπτη. Αποτελείται από δύο κύριες ομάδες, οι οποίες διαχωρίζονται με βάση τον αποδέκτη της πίστωσης ως εξής:

- Πιστώσεις προς Φυσικά Πρόσωπα
- Πιστώσεις προς Νομικά Πρόσωπα

Με την απελευθέρωση των πιστώσεων, όλα τα ανεπτυγμένα τραπεζικά συστήματα, σχεδόν άμεσα οδηγήθηκαν σε μια προσπάθεια εκμετάλλευσης των νέων δυνατοτήτων παροχής πιστώσεων σε νέους αλλά και υφιστάμενους πελάτες. Κύριο στόχο αποτέλεσαν τα τελευταία έτη οι ανάγκες χρηματοδότησης των φυσικών προσώπων μέσα από τη Στεγαστική και Καταναλωτική πίστη, στις οποίες θα αναφερθούμε αμέσως μετά. Σημειώνουμε ότι, βασικός παράγοντας που συντέλεσε στη δημιουργία και της λιανικής τραπεζικής - και τον οποίο θα πρέπει να τονίσουμε ιδιαίτερα - ήταν η ανάγκη δημιουργίας μαζικών προϊόντων στις ανωτέρω κατηγορίες πελατών, δηλαδή, προϊόντων που απευθύνονται σε μεγάλες ομάδες πληθυσμού, με σκοπό την απλοποίηση των διαδικασιών, τη στόχευση συγκεκριμένων αναγκών των πελατών και απώτερο στόχο την καλύτερη εξυπηρέτηση του πελάτη και τον περιορισμό του κόστους για τις τράπεζες.

Η συγκεκριμένη κατηγορία πιστοδοτήσεων περιλαμβάνει τη Στεγαστική και την Καταναλωτική Πίστη. Απευθύνεται δηλαδή αποκλειστικά προς τα φυσικά πρόσωπα και σκοπό έχει την κάλυψη των ιδιαίτερων πιστωτικών αναγκών τους.

3.3.1 ΣΤΕΓΑΣΤΙΚΗ ΠΙΣΤΗ

Καταρχήν, θα αναφερθούμε στη Στεγαστική Πίστη, η οποία περιλαμβάνει κάθε είδους δάνειο που σχετίζεται με τις εξής δραστηριότητες:

- Αγορά έτοιμης Κατοικίας
- Ανέγερση Κατοικίας
- Αποπεράτωση Κατοικίας
- Επισκευή Κατοικίας

Η Στεγαστική Πίστη είναι ο τομέας χρηματοδοτήσεων που γνώρισε τη μεγαλύτερη αύξηση υπολοίπων κατά τα τελευταία έτη. Το φαινόμενο αυτό δεν συναντάται μόνο στη χώρα μας, αλλά σχεδόν σε ολόκληρο το "Δυτικό" κόσμο.

Η κρίση των χρηματαγορών, οι υψηλοί ρυθμοί ανάπτυξης και η πτώση των επιτοκίων ώθησαν τους καταναλωτές να στραφούν σε επενδύσεις μακροπρόθεσμου χαρακτήρα με μικρότερο κίνδυνο. Σημαντικό ρόλο στη χώρα μας διαδραμάτισε και η ανάληψη των Ολυμπιακών αγώνων.

Σημαντικότερο ρόλο προς αυτή την κατεύθυνση είναι σαφές ότι διαδραμάτισε και η αύξηση της ζήτησης των ακινήτων. Μπορεί η παρατεταμένη ύφεση των χρηματαγορών να επέφερε δραστική μείωση του πλούτου και της μελλοντικής κατανάλωσης, αλλά η υφιστάμενη κρίση ωθεί τους καταναλωτές σε επενδύσεις περισσότερο μακροπρόθεσμου χαρακτήρα και με χαμηλότερο κίνδυνο, όπως οι επενδύσεις σε ακίνητα, με δεδομένο το γεγονός ότι οι επενδυτές τείνουν να αποφεύγουν τον κίνδυνο.

Η έγκριση ενός στεγαστικού δανείου γίνεται πια μέσα σε λίγες ημέρες, αντί για μήνες που απαιτούνταν παλιότερα, διευκολύνοντας τους πελάτες να αγοράσουν την κατοικία της επιλογής τους. Ταυτόχρονα, οι τράπεζες είναι τώρα σε θέση να

προσφέρουν και άλλες υπηρεσίες : που απαιτούνται κατά την αγορά ενός σπιτιού (π.χ. νομικός έλεγχος των τίτλων, εκτιμήσεις).

Ο αριθμός των εναλλακτικών στεγαστικών δανείων έχει αυξηθεί σημαντικά. Υπάρχουν τώρα δάνεια με σταθερό επιτόκιο διάρκειας μέχρι και 30 ετών για όσους επιθυμούν την ασφάλεια του σταθερού επιτοκίου, που τους προφυλάσσει από αυξήσεις επιτοκίων σε πιθανή μεταβολή των μακροοικονομικών συνθηκών. Παράλληλα, υπάρχουν δάνεια με ιδιαίτερα χαμηλό επιτόκιο για το πρώτο έτος, κατά το οποίο οι νέοι ιδιοκτήτες αντιμετωπίζουν αυξημένες δαπάνες.

Επιπλέον, οι τράπεζες προσφέρουν μαζί με τα στεγαστικά δάνεια ασφαλιστική κάλυψη για το ενδεχόμενο κλοπής ή πυρκαγιάς, καθώς και για την αποπληρωμή του δανείου σε περίπτωση που ο δανειολήπτης δεν μπορεί πια να εργαστεί.

Όπως φαίνεται από τον παρακάτω πίνακα η πιστωτική επέκταση στη στεγαστική πίστη από το Δεκέμβριο του 2002 έως το Δεκέμβριο του 2005, παρουσίασε αύξηση 72%. Τη «μερίδα του λέοντος» κατέχουν έξι μεγάλες τράπεζες εκ των οποίων οι τρεις είναι ιδιωτικές. Παρατηρούμε επίσης ότι η μεγαλύτερη αύξηση παρουσιάστηκε μεταξύ των ετών 2002 και 2004.

<<Διαχρονική ανάλυση των βασικών μεγεθών λιανικής τραπεζικής των μεγαλύτερων πιστωτικών ιδρυμάτων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα κατά την περίοδο 2002-2005>>

ΣΤΕΓΑΣΤΙΚΑ ΔΑΝΕΙΑ	Δεκ-02 (+/-%)	Δ	Δεκ-03 (+/-%)	Δ	Δεκ-04 (+/-%)	Δ	Μαρ-05	(+/-%) Δ		Ποσοστ αία
								Δεκ-02	Μαρ-05	
<i>ποσά σε εκ. Ευρώ</i>										
ΕΘΝΙΚΗ	5.661	23%	6.969	29%	9.008	5%	9.418	66%		32,0%
ALPHA	2.738	25%	3.412	30%	4.426	7%	4.739	73%		16,1%
EUROBANK-										
ERGASIAS	2.244	34%	3.003	19%	3.582	9%	3.895	74%		13,2%
ΕΜΠΟΡΙΚΗ	2.024	29%	2.618	30%	3.396	5%	3.568	76%		12,1%
ΠΕΙΡΑΙΩΣ	1.129	28%	1.441	41%	2.026	11%	2.241	98%		7,6%
ΑΤΕ	1.369	26%	1.718	21%	2.073	4%	2.153	57%		7,3%
NOVA BANK	283	56%	442	63%	718	7%	771	173%		2,6%
ΓΕΝΙΚΗ	302	35%	407	27%	518	7%	556	84%		1,9%
ΚΥΠΡΟΥ	295	19%	350	39%	487	8%	525	78%		1,8%
ΑΣΠΙΣ	574	-26%	425	15%	491	4%	512	-11%		1,7%
ΛΑΪΚΗ	160	15%	184	35%	249	7%	266	66%		0,9%
HSBC	115	43%	164	37%	224	9%	243	112%		0,8%
ΑΤΤΙΚΗΣ	67	48%	99	83%	181	10%	199	199%		0,7%
ΕΓΝΑΤΙΑ	75	12%	84	22%	103	10%	113	51%		0,4%
CITIBANK	49	35%	67	62%	108	1%	109	121%		0,4%
PROBANK	14	170%	38	64%	63	2%	64	348%		0,2%
OMEGA	21	51%	32	48%	47	2%	48	127%		0,2%
ΣΥΝΟΛΟ	17.120	25%	21.454	29%	27.699	6%	29.419	72%		

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1 ΣΤΕΓΑΣΤΙΚΑ ΔΑΝΕΙΑ

Πηγή: Απολογισμοί τραπεζών

Ημ/νία	ΣΤΕΓΑΣΤΙΚΑ		ΣΤΕΓΑΣΤΙΚΑ		ΣΤΕΓΑΣΤΙΚΑ		ΣΤΕΓΑΣΤΙΚΑ		ΣΤΕΓΑΣΤΙΚΑ	
	ΔΑΝΕΙΑ ΑΝΩ ΤΩΝ 5 ΕΤΩΝ		ΔΑΝΕΙΑ ΜΕ ΚΥΜΑΙΝ. Η ΣΤΑΘΕΡΟ ΕΠΙΤΟΚΙΟ ΕΩΣ 1 ΕΤΟΣ		ΔΑΝΕΙΑ ΜΕ ΣΤΑΘΕΡΟ ΕΠΙΤΟΚΙΟ 1-5 ΕΤΗ		ΔΑΝΕΙΑ ΜΕ ΣΤΑΘΕΡΟ ΕΠΙΤΟΚΙΟ ΑΠΟ 5-10 ΕΤΗ		ΔΑΝΕΙΑ ΜΕ ΣΤΑΘΕΡΟ ΕΠΙΤΟΚΙΟ >10 ΕΤΗ	
	Δεκ-02	Μαρ-05	Δεκ-02	Μαρ-05	Δεκ-02	Μαρ-05	Δεκ-02	Μαρ-05	Δεκ-02	Μαρ-05
ΕΘΝΙΚΗ	5,73	5,06	4,62	4,20	6,40	5,62	6,81	5,42	5,35	3,66
ΕΜΠΟΡΙΚΗ	5,41	4,83	4,10	4,19	6,31	5,42	-	-	-	-
ALPHA	5,41	5,11	4,39	4,18	7,38	5,18	7,70	7,30	6,70	7,49
ΠΕΙΡΑΙΩΣ	5,50	4,98	-	-	-	-	-	-	-	-
ΑΤΤΙΚΗΣ	5,70	5,13	-	4,60	7,57	5,36	5,28	-	5,12	-
ΓΕΝΙΚΗ	4,70	4,47	3,97	4,20	6,30	5,20	6,61	-	-	-
ΑΤΕ	5,88	4,95	4,55	4,58	6,70	5,56	7,02	-	7,02	-
PROBANK	4,38	4,81	4,42	4,39	-	4,74	-	-	-	-
OMEGA	5,48	4,77	5,83	4,83	-	-	-	-	-	-
NOVA BANK	5,33	4,45	4,92	4,17	4,78	4,15	-	4,15	-	-
ΛΑΪΚΗ	5,03	4,85	3,92	4,24	6,45	5,96	-	-	-	-
ΑΣΠΙΣ	6,34	5,33	6,41	5,29	6,37	5,29	-	-	-	-
ΕΓΝΑΤΙΑ	6,09	5,28	5,93	4,90	-	3,56	-	-	4,59	-
EUROBANK-										
ERGASIAS	5,48	4,40	4,25	3,88	5,15	5,45	6,80	6,20	-	6,53
CITIBANK	5,61	4,88		3,45	-	5,02	4,98	5,42	-	-
HSBC	5,08	3,56	4,54	3,71	-	-	-	-	-	-
ΚΥΠΡΟΥ	4,94	4,79	4,14	3,71	-	4,48	-	-		

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2: ΕΠΙΤΟΚΙΑ ΣΤΕΓΑΣΤΙΚΩΝ ΔΑΝΕΙΩΝ

Πηγή: Ημερήσιος τύπος

Από τον πίνακα των επιτοκίων παρατηρούμε ότι αυτά διαφοροποιούνται ανάλογα με το αν είναι σταθερού ή κυμαινόμενου επιτοκίου και ανάλογα με τη διάρκεια τους. Όσο

πιο μεγάλη είναι η διάρκεια τόσο πιο υψηλό είναι το επιτόκιο. Υψηλά επίσης είναι τα επιτόκια που παραμένουν σταθερά για όλη τη διάρκεια της ζωής του δανείου σε σχέση με τα κυμαινόμενα. Εντυπωσιακή είναι επίσης η προσφορά χαμηλών επιτοκίων από μικρές τράπεζες με στόχο την προσέλκυση πελατείας, ενώ από τη άλλη τράπεζες με μεγάλη εμπειρία στη στεγαστική πίστη διατηρούν τα επιτόκια σε υψηλά επίπεδα. Διαχρονικά παρατηρούμε σαφή πτώση η οποία τις περισσότερες φορές είναι προς όφελος των δανειοληπτών αν δεν συνδέεται με αύξηση στις αντικειμενικές αξίες των ακινήτων. Στην πτώση αυτή συνετέλεσε η ένταση του ανταγωνισμού λόγω και της αυξημένης ζήτησης για αγορά κατοικιών και το σταθερό μακροοικονομικό περιβάλλον.

3.3.2 ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΠΙΣΤΗ

Η Καταναλωτική Πίστη αποτελεί τη δεύτερη κατηγορία πιστοδοτήσεων και περιλαμβάνει δάνεια που καλύπτουν καταναλωτικές ή προσωπικές ανάγκες των ιδιωτών, μέσω των εξής χρηματοδοτικών προϊόντων:

- Καταναλωτικά Δάνεια (με δικαιολογητικά αγοράς των προϊόντων)
- Προσωπικά Δάνεια (άνευ δικαιολογητικών)
- Πιστωτικές Κάρτες

Οι ανωτέρω δύο κατηγορίες σχετίζονται στενά μεταξύ τους και συχνά παρακολουθούνται από τα πιστωτικά ιδρύματα από κοινού. Οι διευθύνσεις marketing των τραπεζών, τις περισσότερες φορές προσπαθούν να συνδυάσουν τα προσφερόμενα προϊόντα Στεγαστικής και Καταναλωτικής Πίστης.

Στον τομέα της καταναλωτικής πίστης η εγχώρια αγορά παρουσιάζει σημαντική άνοδο. Κύρια αιτία ήταν και σε αυτή την περίπτωση η ραγδαία πτώση των επιτοκίων ως αποτέλεσμα της ένταξης της Ελλάδας στη Ζώνη του Ευρώ και της νομισματικής πολιτικής της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας. Λογικό επακόλουθο ήταν η σημαντική

ανάπτυξη του τομέα της καταναλωτικής πίστης, με το κόστος χρήματος για τους καταναλωτές να διαμορφώνεται πλέον σε χαμηλά επίπεδα.

Η πορεία αυτής της κατηγορίας των πιστώσεων (στην ουσία καταναλωτικά δάνεια και πιστωτικές κάρτες) είναι άμεσα συνδεδεμένη και με τη στεγαστική πίστη. Τα στεγαστικά δάνεια οδηγούν άμεσα ή έμμεσα σε αύξηση των καταναλωτικών δαπανών των νοικοκυριών, οι οποίες συχνά καλύπτονται με δανεισμό. Γενικότερα, η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου, η ανάπτυξη της τεχνολογίας και η δημιουργία νέων και σύνθετων αγαθών (προϊόντων και υπηρεσιών), ωθούν τα νοικοκυριά στην κατανάλωση. Οι τάσεις αυτές γίνονται ολοένα και πιο έντονες, λειτουργώντας αποφασιστικά ως μοχλός στην αυξητική πορεία του συγκεκριμένου τομέα.

Τα βασικό χαρακτηριστικό των νέων υπηρεσιών που προσφέρουν οι τράπεζες είναι η ευελιξία την οποία παρέχουν στο δανειολήπτη (επιχείρηση ή ιδιώτη) να επιλέγει το προϊόν που ταιριάζει καλύτερα στις ανάγκες του, αυξάνοντας έτσι - μέσω της διευρυμένης δυνατότητας επιλογών - την ευημερία του. Η επέκταση της καταναλωτικής πίστης επιτρέπει στα νοικοκυριά να αποκτήσουν με μεγαλύτερη ευκολία, είτε μέσω πιστωτικής κάρτας είτε μέσω δανείου, διαρκή καταναλωτικά αγαθά, κατανέμοντας σε μεγάλο χρονικό διάστημα τις δαπάνες για την αγορά των προϊόντων αυτών, χωρίς να πρέπει να έχουν αποταμιεύσει εκ των προτέρων το συνολικό ποσό που απαιτείται.

Οι εγχώριες τράπεζες την περίοδο 2002 με 2005 παρουσίασαν αύξηση στον τομέα της καταναλωτικής πίστης 167%. Η θεαματική αυτή επέκταση οφείλεται κυρίως, όπως και στην περίπτωση της στεγαστικής πίστης, στη μείωση των επιτοκίων αλλά και στην απελευθέρωση των πιστωτικών ορίων. Ταυτόχρονα η σταθερότητα του μακροοικονομικού περιβάλλοντος, η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου δημιούργησαν νέες ανάγκες για τη χρηματοδότηση καταναλωτικών αγαθών από αγορά ειδών καθημερινής χρήσης έως την αγορά αυτοκινήτων.

Η καταναλωτική και η στεγαστική πίστη δεν είναι ανεξάρτητες μεταξύ τους αφού η αγορά νέας κατοικίας συνεπάγεται την αύξηση των αναγκών των νοικοκυριών δίνοντας την ευκαιρία στις τράπεζες να δημιουργήσουν σταυροειδείς πωλήσεις.

Η καταναλωτική πίστη περιλαμβάνει δύο βασικές κατηγορίες: τα καταναλωτικά δάνεια και τις πιστωτικές κάρτες. Και σε αυτό τον τομέα τα πιστωτικά ιδρύματα έχουν δημιουργήσει διαφορετικά προϊόντα για να καλύψουν διαφορετικές ανάγκες αυξάνοντας έτσι την ευημερία των καταναλωτών, κατανέμοντας σε μεγάλο χρονικό διάστημα τις δαπάνες για την αγορά των προϊόντων αυτών χωρίς να πρέπει να έχουν αποταμιεύσει εκ των προτέρων το συνολικό ποσό που απαιτείται.

3.3.2.1 ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΑ ΔΑΝΕΙΑ

Τα καταναλωτικά δάνεια σε αντίθεση με τις πιστωτικές κάρτες, έκαναν την εμφάνιση τους εδώ και λίγα έτη στη χώρα μας. Συγκεκριμένα, πριν από λίγες δεκαετίες, οι τράπεζες προσέφεραν πιστώσεις προς φυσικά πρόσωπα σε περιορισμένη όμως κλίμακα, σε πρωτόγονο πλαίσιο και με πολύ περιορισμένη ευελιξία. Ήταν το αρχικό στάδιο εξέλιξης των εν λόγω πιστώσεων, στο οποίο μάλιστα δεν υπήρχε η αντίστοιχη ανταπόκριση από το κοινό. Βεβαίως αυτό ήταν πολύ λογικό εάν αναλογιστεί κανείς το κόστος ενός τέτοιου δανεισμού, το οποίο ήταν εκείνη την εποχή υψηλότατο και συνεπώς δυσβάσταχτο για τους καταναλωτές. Η ελάχιστη ανταπόκριση του πληθυσμού, παράλληλα και με το απαρχαιωμένο νομικό και διοικητικό πλαίσιο, αποτελούσαν και τους σημαντικότερους λόγους που έκανε τα πιστωτικά ιδρύματα ιδιαίτερα επιφυλακτικά απέναντι στη συγκεκριμένη μορφή δανεισμού.

Μόνο όταν μειώθηκε αρκετά το κόστος χρήματος και διαμορφώθηκε ένα ορθότερο πλαίσιο κανόνων - ενδιάμεσα απελευθερώθηκαν και τα επιτόκια - οι τράπεζες άρχισαν να δείχνουν ενδιαφέρον στην προώθηση καταναλωτικών δανείων και γενικότερα στην

παροχή πιστώσεων σε φυσικά πρόσωπα. Ειδικότερα, την τελευταία επταετία ξεκίνησε η ταχύτατη ομολογουμένως αύξηση των υπολοίπων της καταναλωτικής πίστης.

Στις 12 Ιουνίου 2003 εκδόθηκε η ΠΔ/ΤΕ 2523/2003 αναφορικά με την τροποποίηση των διατάξεων της ΠΔ/ΤΕ1955/1991 για την καταναλωτική πίστη και τα δάνεια που χορηγούνται σε φυσικά πρόσωπα για την κάλυψη προσωπικών αναγκών. Με την Πράξη αυτή καταργούνται τα ισχύοντα βάσει της ΠΔ/ΤΕ 1955/1991 ανώτατα όρια για την καταναλωτική πίστη και ορίζεται ότι επιτρέπεται η χρηματοδότηση φυσικών προσώπων με σκοπό την αγορά αγαθών και υπηρεσιών και την κάλυψη προσωπικών αναγκών - συμπεριλαμβανομένης της εξόφλησης πάσης φύσεως ληξιπρόθεσμων ή άληκτων οφειλών τους - χωρίς περιορισμούς ή ειδικούς όρους ως προς το ύψος, το επιτόκιο, τη διαδικασία και τη μορφή της χρηματοδότησης. Η χρηματοδότηση θα παρέχεται με βάση τραπεζικά κριτήρια, τα οποία αφορούν ιδίως την αξιολόγηση της πιστοληπτικής ικανότητας των δανειοληπτών, που υιοθετεί και εφαρμόζει κάθε τράπεζα.

<<Διαχρονική ανάλυση των βασικών μεγεθών λιανικής τραπεζικής των μεγαλύτερων πιστωτικών ιδρυμάτων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα κατά την περίοδο 2002-2005>>

ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΑ ΔΑΝΕΙΑ	Δεκ-02	(+/-%) Δ	Δεκ-03	(+/-%) Δ	Δεκ-04	(+/-%) Δ	Μαρ-05	(+/-%) Δ	Ποσοστιαία κατάταξη
								Μάρ-05	
<i>ποσά σε εκ. Ευρώ</i>									
EUROBANK-ERGASIAS	881	31%	1.153	92%	2.214	136%	5.235	494%	33,8%
ΕΘΝΙΚΗ	496	94%	962	118%	2.095	35%	2.822	470%	18,2%
ΕΜΠΟΡΙΚΗ	805	56%	1.252	30%	1.626	-8%	1.491	85%	9,6%
ALPHA	750	35%	1.012	35%	1.370	9%	1.488	98%	9,6%
CITIBANK	271	2%	276	33%	366	160%	951	252%	6,1%
ΑΤΕ	211	148%	522	25%	653	31%	857	307%	5,5%
ΕΓΝΑΤΙΑ	637	10%	702	1%	711	7%	759	19%	4,9%
ΓΕΝΙΚΗ	171	42%	243	30%	317	35%	427	149%	2,8%
NOVA BANK	69	122%	154	63%	251	50%	377	444%	2,4%
ΠΕΙΡΑΙΩΣ	981	3%	1.009	9%	1.100	-75%	277	-72%	1,8%
ΚΥΠΡΟΥ	185	30%	241	53%	368	-34%	245	32%	1,6%
ΑΤΤΙΚΗΣ	118	57%	186	4%	193	-11%	171	45%	1,1%
ΛΑΪΚΗ	100	58%	157	35%	212	-25%	160	60%	1,0%
ΑΣΠΙΣ	81	16%	94	18%	111	-30%	78	-5%	0,5%
OMEGA	25	81%	44	60%	71	-4%	68	177%	0,4%
PROBANK	5	1057%	62	68%	105	-44%	59	985%	0,4%
HSBC	2	46%	3	238%	12	20%	14	494%	0,1%
ΣΥΝΟΛΟ	5.788	39%	8.073	46%	11.776	31%	15.477	167%	

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.3: ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΑ ΔΑΝΕΙΑ

Πηγή: Απολογισμοί τραπεζών

<<Διαχρονική ανάλυση των βασικών μεγεθών λιανικής τραπεζικής των μεγαλύτερων πιστωτικών ιδρυμάτων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα κατά την περίοδο 2002-2005>>

Ημ/νία	ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΑ ΔΑΝΕΙΑ ΕΩΣ 1 ΕΤΟΣ		ΚΑΤΑΝΑΛΩΤ		ΚΑΤΑΝΑΛΩΤ		ΚΑΤΑΝΑΛΩΤ		ΚΑΤΑΝΑΛΩΤ	
			ΙΚΑ ΔΑΝΕΙΑ ΑΝΩ ΤΟΥ 1 ΚΑΙ ΕΩΣ 5 ΕΤΗ	ΙΚΑ ΔΑΝΕΙΑ ΑΝΩ ΤΩΝ 5 ΕΤΩΝ	ΙΚΑ ΔΑΝΕΙΑ ΜΕ ΚΥΜ. Ή ΣΤΑΘ. ΕΠΙΤΟΚΙΟ ΕΩΣ 1 ΕΤΟΣ	ΙΚΑ ΔΑΝΕΙΑ ΜΕ ΣΤΑΘ. ΕΠΙΤΟΚΙΟ ΑΠΟ 1-5 ΕΤΗ				
	Δεκ-02	Μαρ-05	Δεκ-02	Μαρ-05	Δεκ-02	Μαρ-05	Δεκ-02	Μαρ-05	Δεκ-02	Μαρ-05
ΕΘΝΙΚΗ	10,12	9,62	10,02	9,79	9,22	10,40	12,53	5,84	12,17	8,14
ΕΜΠΟΡΙΚΗ	10,42	6,19	10,50	10,83	10,59	9,57	10,80	10,43	10,22	10,49
ΑΛΦΑ	4,73	6,92	9,40	9,81	7,30	8,42	11,35	11,00	10,34	9,68
ΠΕΙΡΑΙΩΣ	11,33	9,58	9,96	9,90	9,60	9,84	11,23	9,67	9,45	10,68
ΑΤΤΙΚΗΣ	11,01	9,74	10,94	9,16	10,93	2,40	12,60	3,55	12,12	-
ΓΕΝΙΚΗ	9,93	10,33	9,78	9,96	9,25	6,11	9,41	9,96	10,79	9,80
ΑΤΕ	-	9,10	10,27	8,94	-	9,12	9,99	9,40	-	-
PROBANK	11,38	8,09	10,37	9,73	-	6,53	11,20	7,72	-	-
OMEGA	3,20	8,66	6,93	7,83	7,68	9,17	5,78	9,20	-	-
NOVA BANK	8,89	8,61	10,65	7,23	8,26	7,15	10,43	5,82	9,28	10,53
ΛΑΪΚΗ	12,68	11,48	11,93	10,50	9,11	8,87	11,67	9,58	-	-
ΑΣΠΙΣ	10,62	9,00	10,52	8,96	-	-	10,62	9,03	10,52	8,96
ΕΓΝΑΤΙΑ	10,62	5,54	10,55	7,82	9,11	7,78	9,70	8,33	9,45	4,67
EUROBANK- ERGASIAS	10,24	9,65	12,09	11,31	12,79	10,38	11,89	12,48	11,85	12,08
CITIBANK	13,99	-	-	11,94	6,80	11,32	13,10	-	-	11,94
HSBC	4,68	-	3,61	3,34	4,47	4,16	-	-	2,52	3,02
ΚΥΠΡΟΥ	9,57	8,08	10,73	9,94	8,50	8,02	10,29	9,90	-	10,33

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.4: ΕΠΙΤΟΚΙΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΩΝ ΔΑΝΕΙΩΝ

Πηγή: Ημερήσιος τύπος

Τα συμπεράσματα που προκύπτουν από τον παραπάνω πίνακα είναι ιδιαίτερα εντυπωσιακά αφού τα καταναλωτικά δάνεια είναι ένας τομέας στον οποίο οι τράπεζες παραδοσιακά ανταγωνίζονται έντονα και αποτελεί το πεδίο με τη μεγαλύτερη κερδοφορία από όλες τις τραπεζικές εργασίες. Οι αποκλίσεις που παρατηρούνται είναι μεγάλες γι' αυτό πρέπει να εξετάσει κανείς τις παρεχόμενες υπηρεσίες σε σχέση με το αναλαμβανόμενο από τις τράπεζες ρίσκο. Διαχρονικά φαίνεται πτώση όχι όμως ιδιαίτερα μεγάλη. Αξιοσημείωτο είναι ότι τράπεζες με μεγάλο χαρτοφυλάκιο καταναλωτικών δανείων διατηρούν ιδιαίτερα υψηλά επιτόκια.

3.3.2.2. ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΚΑΡΤΕΣ

Όσον αφορά την εξέλιξη των πιστωτικών καρτών, ο ρυθμός αύξησή στην περίοδο που εξετάζουμε ήταν 72%. Οι Έλληνες καταναλωτές είναι σήμερα εφοδιασμένοι με πάνω από 5 εκατομμύρια πιστωτικές κάρτες με μεγάλα όρια αγορών και πιστώσεων, αποφεύγοντας έτσι την εξάρτησή τους από δανεισμό εκτός του τραπεζικού συστήματος με πολύ υψηλότερα επιτόκια

Όπως ακριβώς στα προϊόντα καταναλωτικών δανείων, έτσι και στα προϊόντα καρτών υπάρχει μεγάλος αριθμός διαφορετικών χαρακτηριστικών μέσω των οποίων εντείνεται ο τραπεζικός ανταγωνισμός. Τα εκάστοτε διαμορφούμενα επιτόκια ποικίλουν, ενώ ακόμη και ο τρόπος υπολογισμού τους δεν διαφέρει από αυτόν που χρησιμοποιείται στα καταναλωτικά δάνεια. Αποτελεί βεβαίως καθεστώς, ότι τα επιτόκια των καρτών (εκτός ελαχίστων εξαιρέσεων που αφορούν ειδικές προσφορές) είναι σαφώς υψηλότερα από αυτά των δανείων. Οι σημαντικότεροι παράγοντες που οδηγούν προς αυτή την κατεύθυνση είναι τα μεγαλύτερα επίπεδα επισφαλειών που παρατηρούνται στις πιστωτικές κάρτες και η προμήθεια που καταβάλλουν τα πιστωτικά ιδρύματα στους πολυεθνικούς οργανισμούς.

Οι πιστωτικές κάρτες αποτελούν το βασικό προϊόν προσέλκυσης πελατείας των πιστωτικών ιδρυμάτων. Το κύριο χαρακτηριστικό τους είναι ότι διευκολύνουν τις συναλλαγές του κοινού μέσω της πίστωσης που προσφέρουν. Οι κάτοχοι πιστωτικών καρτών έχουν δικαίωμα να εξοφλήσουν το λογαριασμό τους έως και σαράντα ημέρες μετά την πραγματοποίηση της κάθε αγοράς χωρίς καμία επιβάρυνση. Επιπλέον προσφέρουν άμεση ρευστότητα στους εμπόρους οι οποίοι συνεργάζονται με τις τράπεζες. . Ωφελημένοι από την "εξάπλωση" των πιστωτικών καρτών είναι οι δεκάδες χιλιάδες ιδιοκτήτες καταστημάτων που δέχονται τις κάρτες αυτές, οι οποίες τονώνουν τη ζήτηση για τα προϊόντα τους. Τα "ανοιχτά δάνεια" πάλι δίνουν στα νοικοκυριά ένα μαξιλάρι για να καλύψουν τις ανάγκες τους οποιαδήποτε στιγμή και αν προκύψουν, χωρίς να υποχρεούνται σε άμεση αποπληρωμή του δανείου.

Από την άλλη οι τράπεζες κερδίζουν από την προμήθεια με την οποία χρεώνουν τους εμπόρους για την παροχή ρευστότητας αλλά και από τα υψηλά επιτόκια που χρεώνουν τους πελάτες τους. Δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι τα υψηλά επιτόκια συνδέονται με το μεγάλο ποσοστό επισφαλειών που παρατηρούνται σε αυτό το είδος χορηγήσεων.

<<Διαχρονική ανάλυση των βασικών μεγεθών λιανικής τραπεζικής των μεγαλύτερων πιστωτικών ιδρυμάτων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα κατά την περίοδο 2002-2005>>

ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΚΑΡΤΕΣ					(+/-%) Δ		Ποσοστιαία κατάταξη		
	Δεκ-02 (+/-%)	Δεκ-03 (+/-%)	Δεκ-04 (+/-%)	Μαρ-05	Δεκ-02-Μαρ-05				
<i>ποσά σε εκ. Ευρώ</i>									
EUROBANK-									
ERGASIAS	1.656	36%	2.258	28%	2.887	3%	2.972	79%	42,1%
ΕΘΝΙΚΗ	796	17%	932	17%	1.095	3%	1.125	41%	16,0%
CITIBANK	372	10%	411	21%	499	15%	574	54%	8,1%
ALPHA	272	26%	343	39%	476	14%	542	99%	7,7%
ΕΜΠΟΡΙΚΗ	245	12%	274	25%	343	4%	356	45%	5,0%
ΕΓΝΑΤΙΑ	156	90%	296	6%	313	-1%	309	98%	4,4%
ΠΕΙΡΑΙΩΣ	140	23%	172	37%	234	9%	255	83%	3,6%
NOVA BANK	92	80%	165	46%	242	4%	252	174%	3,6%
ΑΤΕ	120	36%	163	34%	219	5%	231	92%	3,3%
ΓΕΝΙΚΗ	131	32%	173	4%	179	17%	209	60%	3,0%
ΚΥΠΡΟΥ	26	49%	38	52%	59	12%	66	154%	0,9%
ΑΤΤΙΚΗΣ	35	46%	52	21%	63	-22%	49	38%	0,7%
ΑΣΠΙΣ	37	6%	39	-20%	31	-3%	30	-17%	0,4%
OMEGA	5	125%	12	157%	30	2%	30	489%	0,4%
ΛΑΪΚΗ	16	40%	22	18%	26	5%	27	73%	0,4%
PROBANK	7	132%	15	18%	18	4%	19	184%	0,3%
HSBC	1	176%	4	0%	4	47%	5	306%	0,1%
	4.106	31%	5.367	25%	6.716	5%	7.051	72%	

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.5: ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΚΑΡΤΕΣ

Πηγή: Απολογισμοί τραπεζών

<<Διαχρονική ανάλυση των βασικών μεγεθών λιανικής τραπεζικής των μεγαλύτερων πιστωτικών ιδρυμάτων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα κατά την περίοδο 2002-2005>>

Ημ/νία	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ	
	ΚΑΡΤΕΣ	
	Δεκ-02	Μαρ-05
ΕΘΝΙΚΗ	17,32	16,99
ΕΜΠΟΡΙΚΗ	14,47	14,53
ALPHA	14,26	15,12
ΠΕΙΡΑΙΩΣ	15,19	13,82
ΑΤΤΙΚΗΣ	15,17	15,91
ΓΕΝΙΚΗ	16,72	16,60
ΑΤΕ	14,60	14,65
PROBANK	12,81	15,22
OMEGA	15,00	15,00
NOVA BANK	14,02	13,39
ΛΑΪΚΗ	13,89	14,12
ΑΣΠΙΣ	15,93	14,95
ΕΓΝΑΤΙΑ	14,83	11,45
EUROBANK- ERGASIAS	14,70	13,05
CITIBANK	17,20	16,10
HSBC	11,03	13,37
ΚΥΠΡΟΥ	11,49	8,88

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.6: ΕΠΙΤΟΚΙΑ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΚΑΡΤΩΝ

Πηγή: Ημερήσιος τύπος

Τα επιτόκια των πιστωτικών καρτών φαίνεται ότι είναι ιδιαίτερα ανταγωνιστικά αφού παρουσιάζουν μικρές αποκλίσεις τόσο μεταξύ των τραπεζών όσο και διαχρονικά. Είναι φυσικό να είναι μεγαλύτερα από όλα τα υπόλοιπα αφού η επισφάλειες των πιστωτικών καρτών είναι υψηλές και αποτελούν ένα μεγάλο αγκάθι τόσο στην κερδοφορία των

<<Διαχρονική ανάλυση των βασικών μεγεθών λιανικής τραπεζικής των μεγαλύτερων πιστωτικών ιδρυμάτων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα κατά την περίοδο 2002-2005>>

τραπεζών όσο και στη γενικότερη πιστωτική επέκταση και τις επιπτώσεις που έχει σε ένα σταθερό οικονομικό περιβάλλον.

ΣΥΝΟΛΟ	Δεκ-02 (+/-%) Δ		Δεκ-03 (+/-%) Δ		Δεκ-04 (+/-%) Δ		Μαρ-05		(+/-%) Δ	Ποσοστιαία κατάταξη
	Δεκ-02 (+/-%) Δ	Δεκ-03 (+/-%) Δ	Δεκ-04 (+/-%) Δ	Μαρ-05	Δεκ-02-Μαρ-05	Δεκ-02-Μαρ-05	Δεκ-02-Μαρ-05			
<i>ποσά σε εκ. Ευρώ</i>										
ΕΘΝΙΚΗ	6.953	27%	8.863	38%	12.197	10%	13.365	92%	25,7%	
EUROBANK-										
ERGASIAS	4.781	34%	6.414	35%	8.683	39%	12.101	153%	23,3%	
ALPHA	3.760	27%	4.766	32%	6.271	8%	6.769	80%	13,0%	
ΕΜΠΟΡΙΚΗ	3.074	35%	4.144	29%	5.365	1%	5.414	76%	10,4%	
ΑΤΕ	1.700	41%	2.403	23%	2.945	10%	3.240	91%	6,2%	
ΠΕΙΡΑΙΩΣ	2.250	17%	2.622	28%	3.361	-17%	2.773	23%	5,3%	
CITIBANK	692	9%	753	29%	972	68%	1.634	136%	3,1%	
NOVA BANK	444	71%	761	59%	1.211	16%	1.399	215%	2,7%	
ΓΕΝΙΚΗ	604	36%	823	23%	1.015	17%	1.192	97%	2,3%	
ΕΓΝΑΤΙΑ	868	25%	1.082	4%	1.127	5%	1.181	36%	2,3%	
ΚΥΠΡΟΥ	506	24%	630	45%	913	-8%	836	65%	1,6%	
ΑΣΠΙΣ	692	-19%	559	13%	633	-2%	620	-10%	1,2%	
ΛΑΪΚΗ	276	32%	364	34%	487	-7%	453	64%	0,9%	
ΑΤΤΙΚΗΣ	220	53%	336	30%	437	-4%	419	90%	0,8%	
HSBC	118	44%	171	40%	239	10%	262	122%	0,5%	
OMEGA	51	73%	88	68%	148	-1%	146	188%	0,3%	
PROBANK	26	343%	116	60%	186	-24%	141	438%	0,3%	
	27.015	29%	34.894	32%	46.191	12%	51.947	92%		

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.7: ΣΥΝΟΛΟ ΧΟΡΗΓΗΣΕΩΝ

Πηγή: Απολογισμοί τραπεζών

<<Διαχρονική ανάλυση των βασικών μεγεθών λιανικής τραπεζικής των μεγαλύτερων πιστωτικών ιδρυμάτων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα κατά την περίοδο 2002-2005>>

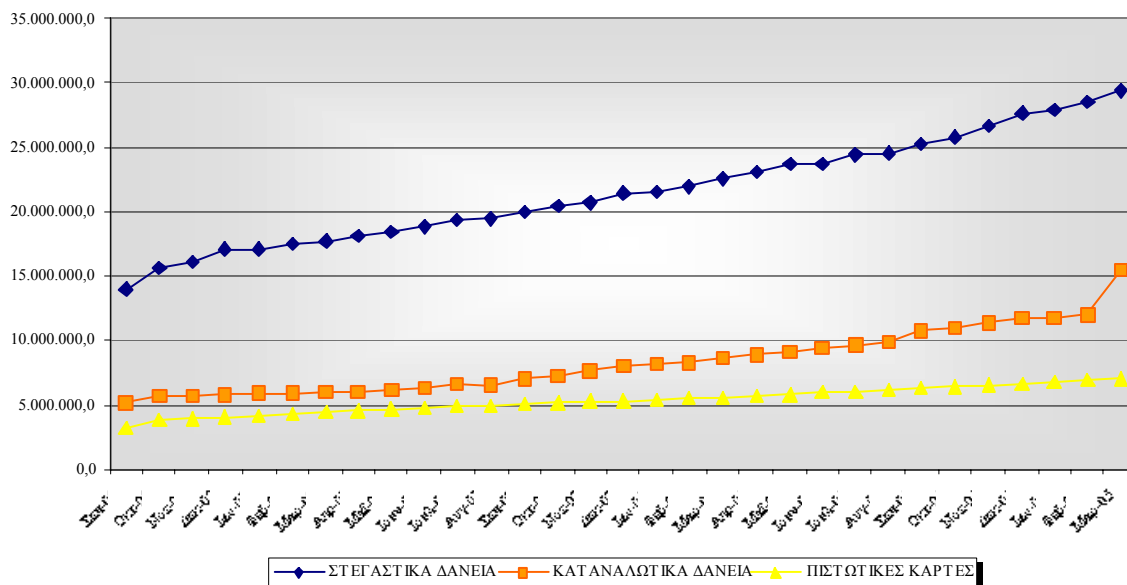
ΣΥΝΟΛΟ	Δεκ-02	Μερίδιο Αγοράς	Δεκ-03	Μερίδιο Αγοράς	Δεκ-04	Μερίδιο Αγοράς	Μαρ-05	Μερίδιο Αγοράς
<i>ποσά σε εκ.</i>								
<i>Ευρώ</i>								
1ST	31.345	25%	29.460	24%	30.404	24%	28.824	23%
TOP 2	43.973	35%	40.804	34%	42.716	34%	50.775	41%
TOP 3	73.536	58%	63.622	53%	64.094	52%	68.993	55%
TOP 4	90.060	71%	82.651	68%	81.276	65%	86.783	70%
TOP 5	97.680	77%	90.200	75%	89.232	72%	97.018	78%
TOP 6	110.107	87%	101.290	84%	102.518	83%	104.710	84%
	126.370		120.915		124.099		124.802	

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.8: ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΗ ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΤΩΝ 5 ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ
ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΩΝ ΧΟΡΗΓΗΣΕΩΝ

Πηγή: Απολογισμοί τραπεζών

Από τον παραπάνω πίνακα φαίνεται ότι το 84% των χορηγήσεων προς ιδιώτες βρίσκεται στα χαρτοφυλάκια των έξι μεγαλύτερων τραπεζών ενώ οι μικρότερες ακολουθούν σε μεγάλη απόσταση.

ΕΞΕΛΙΞΗ ΥΠΟΛΟΙΠΩΝ ΧΟΡΗΓΗΣΕΩΝ

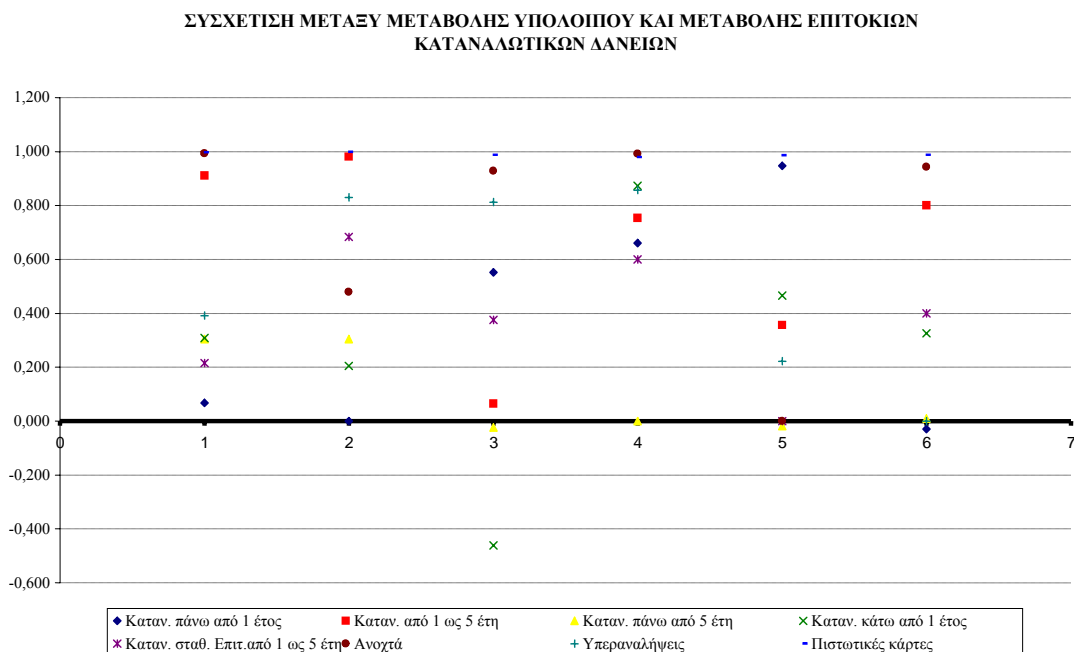


ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1: Εξέλιξη υπολοίπων χορηγήσεων

Παρόλο που τα τραπεζικά δάνεια προς τα νοικοκυριά κατά την τριετία 2002 – 2005 παρουσίασαν ετήσια αύξηση 30% εξακολουθούν να παραμένουν σε χαμηλά επίπεδα ως ποσοστό του Α.Ε.Π. στην Ελλάδα σε σχέση με το μέσο ευρωπαϊκό όρο (2005: Ελλάδα: 38,3% περιλαμβανομένων των δανείων που έχουν τιτλοποιηθεί ή 36,5% χωρίς τα τιτλοποιημένα δάνεια, ζώνη ευρώ: 52,6% χωρίς τα τιτλοποιημένα δάνεια)². Η αύξηση του δανεισμού βέβαια οδήγησε την τελευταία τριετία στη χώρα μας σε υπερχρέωση των νοικοκυριών που όπως δηλώνουν αντιμετωπίζουν δυσκολίες στην εξυπηρέτηση των δανείων τους αλλά και προβλήματα στην αντιμετώπιση των καθημερινών τους υποχρεώσεων.

² http://www.bankofgreece.gr/announcements/text_release.asp?relid=1170
 ΜΠΣ <<ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ>> Ακαδ.ετος 2006
 Τσιάγκα Αντιγόνη

3.3.2.3 ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΜΕΤΑΞΥ ΜΕΤΑΒΟΛΗΣ ΥΠΟΛΟΙΠΟΥ ΚΑΙ ΜΕΤΑΒΟΛΗΣ ΕΠΙΤΟΚΙΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΩΝ ΔΑΝΕΙΩΝ

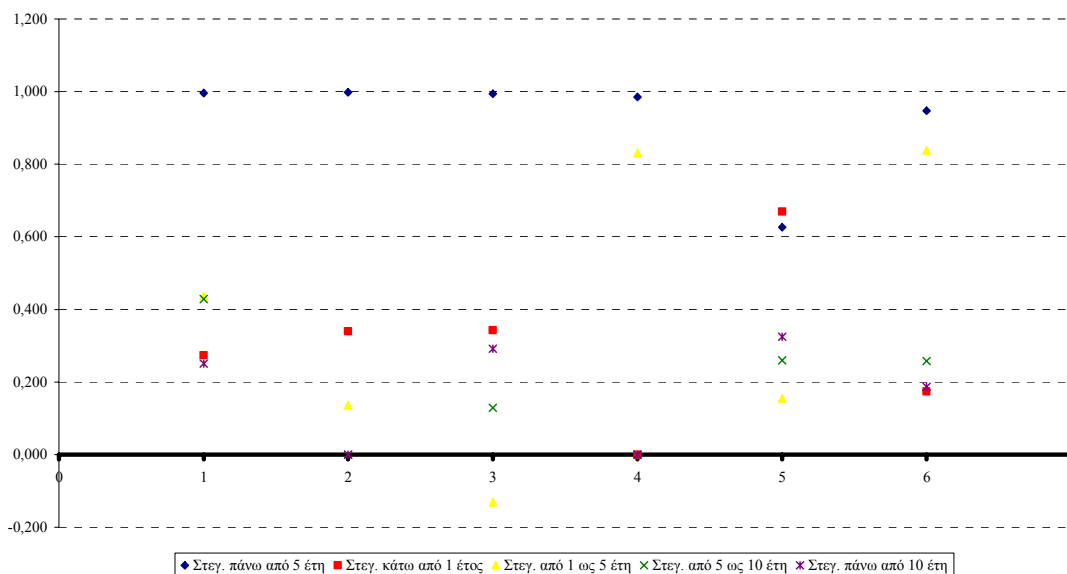


ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2: Συσχέτιση μεταξύ μεταβολής υπολοίπου και μεταβολής επιτοκίων καταναλωτικών δανείων

Στο παραπάνω διάγραμμα απεικονίζεται η συσχέτιση της μεταβολής των υπολοίπων με την αντίστοιχη μεταβολή των επιτοκίων καταναλωτικής πίστης των έξι μεγαλύτερων τραπεζών. Παρατηρούμε ότι υπάρχει θετική συσχέτιση στα περισσότερα προϊόντα και στην περίπτωση των πιστωτικών καρτών πλησιάζει το 1. Αντίθετα στα καταναλωτικά πάνω από πέντε έτη δεν φαίνεται να υπάρχει συσχέτιση.

<<Διαχρονική ανάλυση των βασικών μεγεθών λιανικής τραπεζικής των μεγαλύτερων πιστωτικών ιδρυμάτων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα κατά την περίοδο 2002-2005>>

ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΜΕΤΑΞΥ ΜΕΤΑΒΟΛΗΣ ΥΠΟΛΟΙΠΟΥ ΚΑΙ ΜΕΤΑΒΟΛΗΣ ΕΠΙΤΟΚΙΩΝ ΣΤΕΓΑΣΤΙΚΩΝ ΔΑΝΕΙΩΝ



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3 Συσχέτιση μεταξύ μεταβολής υπολοίπου και μεταβολής επιτοκίων στεγαστικών δανείων

Από το παραπάνω διάγραμμα φαίνεται ότι όσο αυξάνεται (μειώνεται) το υπόλοιπο των στεγαστικών δανείων με διάρκεια πάνω από πέντε έτη στις έξι μεγαλύτερες τράπεζες, αντίστοιχα αυξάνεται (μειώνεται) το επιτόκιο. Άρα υπάρχει θετική συσχέτιση η οποία πλησιάζει το 1. Μικρότερη φαίνεται ότι είναι η συσχέτιση στα στεγαστικά από ένα ως πέντε έτη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΚΑΤΑΘΕΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΙΔΡΥΜΑΤΩΝ

4.1.ΓΕΝΙΚΑ

Τα καταθετικά προϊόντα νοούνται ως η εναπόθεση χρηματικού ποσού σε κάποιο πιστωτικό ίδρυμα, συνήθως εντόκως και υπό όρους που συνήθως επιτρέπουν την ανάληψή του είτε αμέσως χωρίς προειδοποίηση, είτε κατόπιν προειδοποίησης. Με άλλα λόγια, μία κατάθεση ενός χρηματικού ποσού σε μία τράπεζα αποτελεί υποχρέωση της τράπεζας προς τον εν λόγω πελάτη, ο οποίος έχει ουσιαστικά παράσχει (σε όρους ισοδύναμους) δάνειο στην τράπεζα. Οι καταθέσεις διακρίνονται σε δύο γενικές κατηγορίες

- Καταθέσεις όψεως (ή καταθέσεις σε τρεχούμενο λογαριασμό)
- Καταθέσεις αποταμιευτικής φύσεως (καταθέσεις προθεσμίας, ταμιευτηρίου)

4.2. ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ ΟΨΕΩΣ

Οι καταθέσεις όψεως μεταβιβάζονται με επιταγές και αποτελούν πιστωτικό χρήμα. Θεωρούνται ισοδύναμες με το ρευστό χρήμα διότι είναι αμέσως μετατρέψιμες σε τραπεζογραμμάτια. Οι επιταγές με τις οποίες μεταβιβάζεται η κυριότητα επί των καταθέσεων αυτών αποτελούν γενικώς αποδεκτά μέσα πληρωμών. Η τράπεζα προς την οποία απευθύνεται η επιταγή έχει την υποχρέωση να καταβάλει στον δικαιούχο την αξία που αναγράφεται στην επιταγή. Η εκπλήρωση αυτής της υποχρέωσης γίνεται είτε με την καταβολή μετρητών, είτε με τη μεταφορά του αντίστοιχου ποσού σε λογαριασμό όψεως στο όνομα του δικαιούχου. Οι επιταγές αποτελούν σήμερα το κατ' εξοχήν χρησιμοποιούμενο μέσο πληρωμής στις συναλλαγές μεγάλης αξίας, η δε χρησιμοποίησή τους επεκτείνεται συνεχώς στις συναλλαγές της καθημερινής ζωής.

Στις ανεπτυγμένες δυτικές κοινωνίες, ο θεσμός της επιταγής είναι ευρύτερα καθιερωμένος. Στην Ελλάδα, οι καταθέσεις όψεως αντιστοιχούν περίπου στο 40% των

συνολικών μέσων πληρωμής, ποσοστό ιδιαίτερα χαμηλό σε σύγκριση ακόμη και με χώρες πολύ χαμηλότερου βαθμού ανάπτυξης.

Το επιτόκιο στις καταθέσεις όψεως είναι συνήθως χαμηλό, επειδή οι λογαριασμοί αυτοί παρουσιάζουν μεγάλη κίνηση και είναι δαπανηρή η τήρηση τους για τις τράπεζες. Επίσης, διότι οι τράπεζες είναι υποχρεωμένες να διατηρούν διαθέσιμα για την εξυπηρέτηση τους.

4.3.ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ ΠΡΟΘΕΣΜΙΑΣ

Οι καταθέσεις προθεσμίας απολαμβάνουν υψηλότερο επιτόκιο, τόσο υψηλότερο όσο μεγαλύτερης προθεσμίας είναι η κατάθεση. Το ποσό που κατατίθεται επί προθεσμία δεν μπορεί να αποσυρθεί αμέσως, αλλά μόνο μετά από προειδοποίηση ή φυσικά αφού παρέλθει η συγκεκριμένη προθεσμία. Η απόσυρση όλης ή μέρους της κατάθεσης πριν την λήξη της προθεσμίας συνεπάγεται για τον καταθέτη κάποιο κόστος (περίπου όση είναι η διαφορά του επιτοκίου κατάθεσης και δανεισμού), αποτελεί όμως και ένα είδος ποινής για τη μη τήρηση της συμφωνηθείσας με την τράπεζα προθεσμίας.

4.4. ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ ΤΑΜΙΕΥΤΗΡΙΟΥ

Η κατάθεση ταμειυτηρίου αποτελεί και αυτή ταμειυτικής φύσεως κατάθεση, απολαμβάνει επιτόκιο χαμηλότερο από την κατάθεση προθεσμίας και υψηλότερο από την κατάθεση όψεως. Ο καταθέτης μπορεί να ρευστοποιήσει την κατάθεσή του αμέσως χωρίς καμία προειδοποίηση και χωρίς κόστος.

Βέβαια, ο έντονος ανταγωνισμός των τραπεζικών ιδρυμάτων και η πτώση των τραπεζικών επιτοκίων έχει οδηγήσει τόσο τις τράπεζες όσο και τους καταναλωτές στην αναζήτηση νέων, ίσως πιο ευέλικτων ή πιο αποδοτικών, αποταμειυτικών προγραμμάτων. Πλέον, ο καταναλωτής προσανατολίζεται στην αναζήτηση ενός τέτοιου προϊόντος το οποίο δύναται να του εξασφαλίσει τη μεγαλύτερη απόδοση με το ελάχιστο δυνατό ρίσκο. Σε αυτό το σημείο έρχεται να προστεθεί και η πολιτική των τραπεζών, οι ΜΠΣ <<ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ>> Ακαδ.ετος 2006

οποίες προσπαθούν να δημιουργήσουν προγράμματα τα οποία να ανταποκρίνονται πλήρως στις απαιτήσεις και των πιο απαιτητικών πελατών τους. Απόρροια αυτού του είδους της πολιτικής είναι η δημιουργία νέων προγραμμάτων όπως των Αμοιβαίων Κεφαλαίων τα οποία δεν παρέχουν καμία εγγύηση ούτε για την απόδοση ούτε για το κεφάλαιο. Επίσης υπάρχουν τα προϊόντα τα οποία ναι μεν εγγυώνται την επιστροφή του κεφαλαίου, αλλά όχι και την απόδοση. Σε αυτήν την κατηγορία εντάσσονται τα σύγχρονα επενδυτικά προϊόντα εγγυημένου κεφαλαίου. Τέλος, υπάρχουν και τα τραπεζικά προϊόντα τα οποία εγγυώνται το αρχικό κεφάλαιο και την απόδοση για ένα μέρος της αρχικής κατάθεσης. Τέτοιου είδους προϊόντα είναι οι καταθέσεις, τα repos και οι λοιποί τραπεζικοί λογαριασμοί. Η επιλογή, πλέον, του καταλληλότερου προγράμματος ανήκει κυριολεκτικά στα χέρια των αποταμιευτών, οι οποίοι σταθμίζοντας τις ανάγκες τους, τα πιθανά οφέλη αλλά και το ύψος του κινδύνου που είναι διατεθειμένοι να αναλάβουν, αποφασίζουν για το αποταμιευτικό πρόγραμμα που τους αντιπροσωπεύει καλύτερα.

Από τους παρακάτω πίνακες φαίνεται ότι οι καταναλωτές φεύγουν από τις παραδοσιακές καταθέσεις ταμειυτηρίου αναζητώντας πιο επικερδείς επενδύσεις. Σημαντική είναι και πτώση που παρατηρείται στα Repos κυρίως λόγω της φορολόγησής τους με 15% στο επιτόκιο.

<<Διαχρονική ανάλυση των βασικών μεγεθών λιανικής τραπεζικής των μεγαλύτερων πιστωτικών ιδρυμάτων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα κατά την περίοδο 2002-2005>>

ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ ΟΨΕΩΣ	(±-%) Δ								Ποσοστ αία	
	Δεκ-02 (±-%) Δ	Δεκ-03 (±-%) Δ	Δεκ-04 (±-%) Δ	Μαρ-05	Δεκ-02-Μαρ05					
<i>ποσά σε εκ. Ευρώ</i>										
ALPHA	3.590	12%	4.003	15%	4.593	-4%	4.396	22%	29,4%	
ΕΘΝΙΚΗ	1.674	27%	2.128	15%	2.438	-3%	2.354	41%	15,8%	
EUROBANK-										
ERGASIAS	1.699	12%	1.898	16%	2.197	-7%	2.048	21%	13,7%	
ΠΕΙΡΑΙΩΣ	1.168	24%	1.450	19%	1.732	3%	1.780	52%	11,9%	
ΕΜΠΟΡΙΚΗ	1.305	-9%	1.191	0%	1.187	-32%	806	-38%	5,4%	
ΛΑΪΚΗ	154	190%	445	32%	586	4%	607	295%	4,1%	
ΑΤΤΙΚΗΣ	234	37%	321	36%	437	12%	491	110%	3,3%	
ΑΤΕ	387	72%	667	15%	769	-39%	465	20%	3,1%	
NOVA BANK	246	35%	332	38%	458	-3%	445	81%	3,0%	
CITIBANK	281	1%	283	46%	414	-4%	399	42%	2,7%	
ΚΥΠΡΟΥ	257	16%	298	23%	365	-9%	332	29%	2,2%	
ΓΕΝΙΚΗ	169	28%	216	43%	309	-21%	245	45%	1,6%	
ΕΓΝΑΤΙΑ	149	18%	176	-7%	164	1%	166	11%	1,1%	
ΑΣΠΙΣ	98	50%	147	-32%	100	21%	121	23%	0,8%	
HSBC	106	-7%	98	56%	153	-22%	119	13%	0,8%	
PROBANK	46	134%	107	21%	129	-20%	103	126%	0,7%	
OMEGA	19	68%	33	159%	85	-18%	70	258%	0,5%	
	11.579	19%	13.793	17%	16.116	-7%	14.945	29%		

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.1: ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ ΟΨΕΩΣ

Πηγή: Απολογισμοί τραπεζών

<<Διαχρονική ανάλυση των βασικών μεγεθών λιανικής τραπεζικής των μεγαλύτερων πιστωτικών ιδρυμάτων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα κατά την περίοδο 2002-2005>>

ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ ΤΑΜΙΕΥΤΗΡΙΟΥ	(+/-%) Δ							Ποσοστιαία κατάταξη	
	Δεκ-02 (+/-%)	Δ	Δεκ-03 (+/-%)	Δ	Δεκ-04 (+/-%)	Δ	Μαρ-05 ΔΕΚ02-Μαρ05		
<i>ποσά σε εκ. Ευρώ</i>									
ΕΘΝΙΚΗ	20.079	4%	20.934	7%	22.419	-2%	21.933	9%	37,4%
ΑΤΕ	9.028	11%	10.006	9%	10.931	-2%	10.662	18%	18,2%
ΑΛΦΑ	7.811	5%	8.167	6%	8.665	-1%	8.548	9%	14,6%
ΕΜΠΟΡΙΚΗ	6.324	3%	6.540	8%	7.046	-3%	6.842	8%	11,7%
EUROBANK- ERGASIAS	4.068	-1%	4.039	7%	4.340	0%	4.326	6%	7,4%
ΠΕΙΡΑΙΩΣ	1.879	13%	2.124	24%	2.627	-2%	2.574	37%	4,4%
ΓΕΝΙΚΗ	985	4%	1.026	6%	1.089	-1%	1.072	9%	1,8%
ΚΥΠΡΟΥ	549	137%	1.305	103%	2.645	-77%	617	12%	1,1%
ΣΙΤΙΒΑΝΚ	454	3%	468	8%	506	6%	538	18%	0,9%
ΕΓΝΑΤΙΑ	356	9%	386	14%	439	-10%	397	12%	0,7%
ΑΤΤΙΚΗΣ	253	15%	290	22%	353	-7%	329	30%	0,6%
ΑΣΠΙΣ	194	12%	219	28%	280	-3%	271	39%	0,5%
PROBANK	92	77%	162	52%	246	-4%	237	158%	0,4%
ΛΑΪΚΗ	118	18%	139	19%	166	-6%	156	32%	0,3%
HSBC	66	15%	76	49%	113	-17%	94	43%	0,2%
NOVA BANK	53	31%	70	17%	82	0%	81	53%	0,1%
OMEGA	0	0%	41	25%	51	-11%	45	0%	0,1%
	52.309	7%	55.991	11%	61.998	-5%	58.721	12%	

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.2: ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ ΤΑΜΙΕΥΤΗΡΙΟΥ

Πηγή: Απολογισμοί τραπεζών

<<Διαχρονική ανάλυση των βασικών μεγεθών λιανικής τραπεζικής των μεγαλύτερων πιστωτικών ιδρυμάτων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα κατά την περίοδο 2002-2005>>

ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ ΠΡΟΘΕΣΜΙΑΣ	(+/-%) Δ							Ποσοστιαία κατάταξη	
	Δεκ-02 (+/-%) Δ	Δεκ-03 (+/-%) Δ	Δεκ-04 (+/-%) Δ	Μαρ-05	ΜΑΡ05-ΔΕΚ02				
<i>ποσά σε εκ. Ευρώ</i>									
ΕΜΠΟΡΙΚΗ	431	467%	2.439	14%	2.780	408%	14.119	3179%	34,5%
ΠΕΙΡΑΙΩΣ	486	351%	2.192	12%	2.452	127%	5.574	1047%	13,6%
ΑΤΕ	2.501	-8%	2.307	16%	2.682	70%	4.558	82%	11,1%
ΕΘΝΙΚΗ	5.136	-27%	3.772	-28%	2.729	14%	3.109	-39%	7,6%
ΚΥΠΡΟΥ	1.495	-4%	1.430	8%	1.543	23%	1.891	27%	4,6%
ΕΓΝΑΤΙΑ	1.356	-1%	1.348	2%	1.371	13%	1.550	14%	3,8%
PROBANK	391	111%	825	45%	1.199	24%	1.491	281%	3,6%
NOVA BANK	75	57%	118	288%	458	185%	1.308	1640%	3,2%
EUROBANK-									
ERGASIAS	600	21%	725	-32%	497	141%	1.197	100%	2,9%
ALPHA	522	6%	556	-18%	457	141%	1.101	111%	2,7%
ΑΤΤΙΚΗΣ	372	102%	751	18%	882	22%	1.073	189%	2,6%
ΑΣΠΙΣ	1.115	18%	1.312	-50%	654	16%	761	-32%	1,9%
CITIBANK	392	-35%	255	35%	346	103%	701	79%	1,7%
ΓΕΝΙΚΗ	277	1%	280	18%	332	101%	665	140%	1,6%
OMEGA	194	0%	345	0%	506	0%	650	0%	1,6%
HSBC	58	-66%	19	1238%	259	150%	647	1025%	1,6%
ΛΑΪΚΗ	168	-14%	145	18%	172	185%	488	191%	1,2%
	15.567	21%	18.821	3%	19.318	112%	40.885	163%	

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.3: ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ ΠΡΟΘΕΣΜΙΑΣ

Πηγή: Απολογισμοί τραπεζών

<<Διαχρονική ανάλυση των βασικών μεγεθών λιανικής τραπεζικής των μεγαλύτερων πιστωτικών ιδρυμάτων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα κατά την περίοδο 2002-2005>>

ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ REPOS			(+/-%)				(+/-%) Δ		Ποσοστιαία κατάταξη
	Δεκ-02	(+/-%) Δ	Δεκ-03	Δ	Δεκ-04	(+/-%) Δ	Μαρ-05	ΔΕΚ02	
<i>ποσά σε εκ. Ευρώ</i>									
ALPHA	17.640	-43%	10.092	-24%	7.662	-46%	4.172	-76%	40,7%
ΑΤΕ	4.608	31%	6.048	-54%	2.800	-25%	2.105	-54%	20,5%
ΕΘΝΙΚΗ	4.456	-41%	2.625	7%	2.818	-49%	1.428	-68%	13,9%
ΓΕΝΙΚΗ	2.495	10%	2.754	1%	2.783	-50%	1.381	-45%	13,5%
ΛΑΪΚΗ	724	-60%	288	57%	453	-24%	344	-52%	3,4%
ΠΕΙΡΑΙΩΣ	4.088	-56%	1.782	-36%	1.146	-73%	308	-92%	3,0%
ΕΜΠΟΡΙΚΗ	4.569	-74%	1.173	11%	1.299	-86%	184	-96%	1,8%
EUROBANK-									
ERGASIAS	6.059	-27%	4.429	41%	6.252	-98%	120	-98%	1,2%
CITIBANK	397	-4%	382	15%	441	-81%	84	-79%	0,8%
ΕΓΝΑΤΙΑ	235	14%	268	-75%	68	-19%	55	-77%	0,5%
ΑΤΤΙΚΗΣ	619	-65%	215	-66%	74	-40%	45	-93%	0,4%
PROBANK	60	77%	106	3%	109	-84%	17	-71%	0,2%
ΑΣΠΙΣ	36	401%	182	-69%	57	-89%	6	-83%	0,1%
ΚΥΠΡΟΥ	21	-91%	2	-40%	1	8%	1	-94%	0,0%
NOVA BANK	644	1%	651	-31%	449	-100%	0	-100%	0,0%
OMEGA	59	0%	8	0%	0	0%	0	0%	0,0%
HSBC	205	536%	1.303	-80%	254	-100%	0	-100%	0,0%
	46.915	-31%	32.309	-17%	26.667	-62%	10.251	-78%	

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.4: ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ REPOS

Πηγή: Απολογισμοί τραπεζών

<<Διαχρονική ανάλυση των βασικών μεγεθών λιανικής τραπεζικής των μεγαλύτερων πιστωτικών ιδρυμάτων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα κατά την περίοδο 2002-2005>>

ΣΥΝΟΛΟ	Δεκ-02 (+/-%)	Δ	Δεκ-03 (+/-%)	Δ	Δεκ-04 (+/-%)	Δ	Μαρ-05	(+/-%) Δ	Ποσοστιαία κατάταξη
								ΜΑΡ05-ΔΕΚ02	
<i>ποσά σε εκ. Ευρώ</i>									
ΕΘΝΙΚΗ	31.345	-6%	29.460	3%	30.404	-5%	28.824	-8%	23,1%
ΕΜΠΟΡΙΚΗ	12.628	-10%	11.344	9%	12.312	78%	21.951	74%	17,6%
ΑΛΦΑ	29.563	-23%	22.819	-6%	21.378	-15%	18.218	-38%	14,6%
ΑΤΕ	16.524	15%	19.028	-10%	17.182	4%	17.790	8%	14,3%
ΠΕΙΡΑΙΩΣ	7.621	-1%	7.549	5%	7.956	29%	10.236	34%	8,2%
EUROBANK-									
ERGASIAS	12.426	-11%	11.090	20%	13.286	-42%	7.691	-38%	6,2%
ΓΕΝΙΚΗ	3.926	9%	4.276	6%	4.513	-25%	3.363	-14%	2,7%
ΚΥΠΡΟΥ	2.322	31%	3.034	50%	4.554	-38%	2.841	22%	2,3%
ΕΓΝΑΤΙΑ	2.095	4%	2.179	-6%	2.042	6%	2.168	4%	1,7%
ΑΤΤΙΚΗΣ	1.477	7%	1.576	11%	1.747	11%	1.937	31%	1,6%
PROBANK	589	104%	1.200	40%	1.683	10%	1.848	214%	1,5%
NOVA BANK	1.017	15%	1.171	24%	1.448	27%	1.835	80%	1,5%
CITIBANK	1.525	-9%	1.389	23%	1.706	1%	1.721	13%	1,4%
ΛΑΪΚΗ	1.164	-13%	1.016	35%	1.376	16%	1.595	37%	1,3%
ΑΣΠΙΣ	1.444	29%	1.860	-41%	1.091	6%	1.159	-20%	0,9%
HSBC	434	245%	1.496	-48%	779	10%	860	98%	0,7%
OMEGA	273	0%	426	0%	642	0%	764	0%	0,6%
			120.91		124.09				
	126.370	-4%	5	3%	9	1%	124.802	-1%	

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.5: ΣΥΝΟΛΟ ΚΑΤΑΘΕΣΕΩΝ

Πηγή: Απολογισμοί τραπεζών

<<Διαχρονική ανάλυση των βασικών μεγεθών λιανικής τραπεζικής των μεγαλύτερων πιστωτικών ιδρυμάτων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα κατά την περίοδο 2002-2005>>

ΣΥΝΟΛΟ εκτός REPOS	(+/-%) Δ							Ποσοστιαία κατάταξη	
	Δεκ-02 (+/-%) Δ	Δεκ-03 (+/-%) Δ	Δεκ-04 (+/-%) Δ	Μαρ-05	ΜΑΡ05-ΔΕΚ02				
<i>ποσά σε εκ. Ευρώ</i>									
ΕΘΝΙΚΗ	26.889	0%	26.835	3%	27.586	-1%	27.397	2%	23,9%
ΕΜΠΟΡΙΚΗ	8.060	26%	10.171	8%	11.013	98%	21.766	170%	19,0%
ΑΤΕ	11.916	9%	12.980	11%	14.382	9%	15.685	32%	13,7%
ALPHA	11.923	7%	12.726	8%	13.715	2%	14.046	18%	12,3%
ΠΕΙΡΑΙΩΣ	3.533	63%	5.767	18%	6.810	46%	9.928	181%	8,7%
EUROBANK-									
ERGASIAS	6.367	5%	6.662	6%	7.034	8%	7.571	19%	6,6%
ΚΥΠΡΟΥ	2.301	32%	3.032	50%	4.553	-38%	2.840	23%	2,5%
ΕΓΝΑΤΙΑ	1.860	3%	1.910	3%	1.974	7%	2.113	14%	1,8%
ΓΕΝΙΚΗ	1.431	6%	1.522	14%	1.730	15%	1.982	39%	1,7%
ΑΤΤΙΚΗΣ	858	59%	1.361	23%	1.673	13%	1.892	121%	1,7%
NOVA BANK	374	39%	520	92%	998	84%	1.835	391%	1,6%
PROBANK	529	107%	1.094	44%	1.574	16%	1.830	246%	1,6%
CITIBANK	1.127	-11%	1.007	26%	1.265	29%	1.637	45%	1,4%
ΛΑΪΚΗ	439	66%	729	27%	924	35%	1.251	185%	1,1%
ΑΣΠΙΣ	1.407	19%	1.678	-38%	1.034	12%	1.153	-18%	1,0%
HSBC	229	-16%	193	172%	525	64%	860	276%	0,8%
OMEGA	214	0%	419	0%	642	0%	764	0%	0,7%
	79.455	12%	88.606	10%	97.432	18%	114.551	44%	

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.6: ΣΥΝΟΛΟ ΚΑΤΑΘΕΣΕΩΝ ΕΚΤΟΣ REPOS

Πηγή: Απολογισμοί τραπεζών

Τα Repos αποτελούν ειδικές καταθέσεις οι οποίες συνήθως δεσμεύουν μεγάλα κεφάλαια και προτιμούνται από θεσμικούς επενδυτές οι οποίοι έχουν τη δυνατότητα να διαμορφώνουν τη γενική εικόνα των τραπεζών. Κρίνεται άρα χρήσιμο να

<<Διαχρονική ανάλυση των βασικών μεγεθών λιανικής τραπεζικής των μεγαλύτερων πιστωτικών ιδρυμάτων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα κατά την περίοδο 2002-2005>>

καταγράφουμε τη σύνθεση των καταθέσεων χωρίς να επηρεάζονται από μεγέθη τα οποία δεν παρουσιάζουν ομαλή διακύμανση.

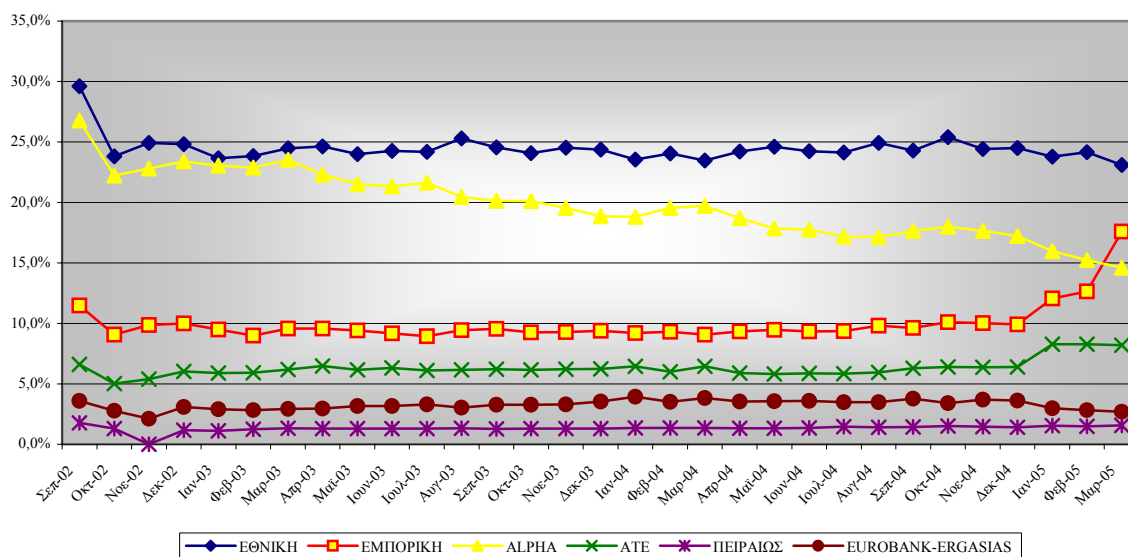
ΣΥΝΟΛΟ	Μερίδιο	Μερίδιο	Μερίδιο	Μερίδιο				
Δεκ-02	Δεκ-03	Δεκ-04	Μαρ-05	Μερίδιο				
<u>ποσά σε</u>								
<u>εκ. Ευρώ</u>								
1ST	31.345	25%	29.460	24%	30.404	24%	28.824	23%
TOP 2	43.973	35%	40.804	34%	42.716	34%	50.775	41%
TOP 3	73.536	58%	63.622	53%	64.094	52%	68.993	55%
TOP 4	90.060	71%	82.651	68%	81.276	65%	86.783	70%
TOP 5	97.680	77%	90.200	75%	89.232	72%	97.018	78%
TOP 6	110.107	87%	101.290	84%	102.518	83%	104.710	84%
	126.370		120.915		124.099		124.802	

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.7: ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΗ ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΤΩΝ 6 ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ
ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΩΝ ΚΑΤΑΘΕΣΕΩΝ

Πηγή: Απολογισμοί τραπεζών

<<Διαχρονική ανάλυση των βασικών μεγεθών λιανικής τραπεζικής των μεγαλύτερων πιστωτικών ιδρυμάτων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα κατά την περίοδο 2002-2005>>

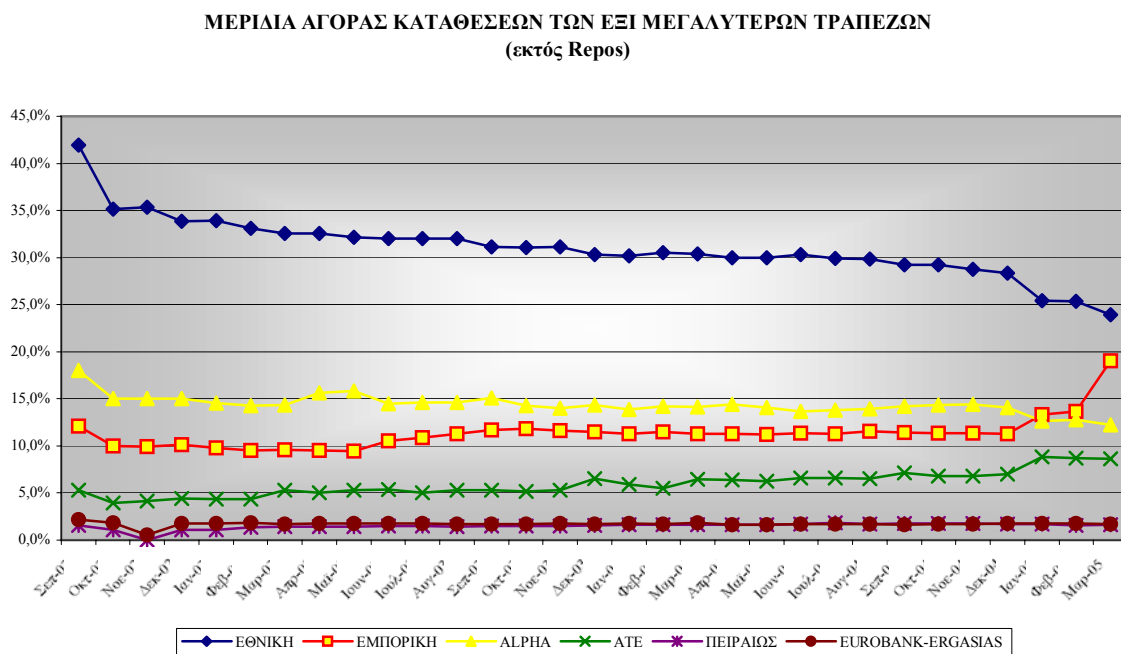
ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΤΑΘΕΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΞΙ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ
(σύνολο καταθετικών προϊόντων)



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4: Μερίδια αγοράς καταθέσεων των έξι μεγαλύτερων τραπεζών (σύνολο καταθετικών προϊόντων)

<<Διαχρονική ανάλυση των βασικών μεγεθών λιανικής τραπεζικής των μεγαλύτερων πιστωτικών ιδρυμάτων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα κατά την περίοδο 2002-2005>>

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5: Μεριδία αγοράς καταθέσεων των έξι μεγαλύτερων τραπεζών (εκτός Repos)



Τα παραπάνω διαγράμματα μας δίνουν για τα καταθετικά προϊόντα την ίδια εικόνα που είδαμε προηγουμένως στα δάνεια, εφόσον και εδώ το μεγαλύτερο κομμάτι – 84% – το κατέχουν έξι τράπεζες.

ΕΠΙΤΟΚΙΑ ΚΑΤΑΘΕΣΕΩΝ	ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ ΟΨΕΩΣ ΙΔΙΩΤΩΝ		ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ ΤΑΜΙΕΥΤΗΡΙ ΟΥ ΙΔΙΩΤΩΝ		ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ ΠΡΟΘΕΣΜΙΑΣ ΙΔΙΩΤΩΝ ΕΩΣ 1 ΕΤΟΣ		ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ ΠΡΟΘΕΣΜΙΑΣ ΙΔΙΩΤΩΝ ΕΩΣ 2 ΕΤΗ		REPOS	
	Δεκ-02	Μαρ-05	Δεκ-02	Μαρ-05	Δεκ-02	Μαρ-05	Δεκ-02	Μαρ-05	Δεκ-02	Μαρ-05
	Ημ/νία									
ΕΘΝΙΚΗ	0,44	0,36	1,12	0,73	2,23	1,30	2,21	1,23	2,92	2,04
ΕΜΠΟΡΙΚΗ	1,04	1,12	0,49	0,70	2,67	2,24	2,81	2,44	2,81	2,08
ΑΛΦΑ	1,30	1,13	0,66	0,47	1,47	1,96	2,19	1,94	2,83	1,92
ΠΕΙΡΑΙΩΣ	1,77	1,54	1,18	0,82	2,75	2,06	3,46	2,11	3,08	2,07
ΑΤΤΙΚΗΣ	2,07	2,58	1,88	1,70	3,33	2,63	3,29	2,68	3,16	2,08
ΓΕΝΙΚΗ	0,28	0,83	1,46	0,98	2,69	2,03	2,87	1,99	3,07	2,05
ΑΤΕ	1,06	0,92	1,21	0,96	2,52	1,84	2,90	1,80	2,69	1,90
PROBANK	0,71	0,85	2,02	1,50	3,41	2,53	3,62	2,67	3,46	2,82
OMEGA	0,63	0,44	2,86	2,42	3,57	2,95	3,70	0,04	3,37	-
NOVA BANK	0,96	0,44	0,82	0,57	3,45	1,75	3,75	2,29	3,15	1,80
ΛΑΪΚΗ	2,71	1,77	1,43	1,05	3,22	2,73	3,39	2,55	3,16	2,22
ΑΣΠΙΣ	2,16	1,40	2,21	1,50	3,34	2,52	3,35	2,77	3,12	-
ΕΓΝΑΤΙΑ	2,29	1,72	1,87	0,52	3,65	2,51	3,82	2,79	3,30	2,70
EUROBANK- ERGASIAS	1,03	1,05	0,43	0,24	2,43	1,40	0,79	0,72	2,92	2,06
CITIBANK	0,15	0,95	0,48	0,97	4,49	1,94	0,21	1,67	2,74	2,14
HSBC	1,23	0,67	1,19	0,58	2,65	1,84	2,63	2,31	2,94	-
ΚΥΠΡΟΥ	1,20	0,67	2,20	2,50	3,84	2,91	3,91	2,92	3,04	-

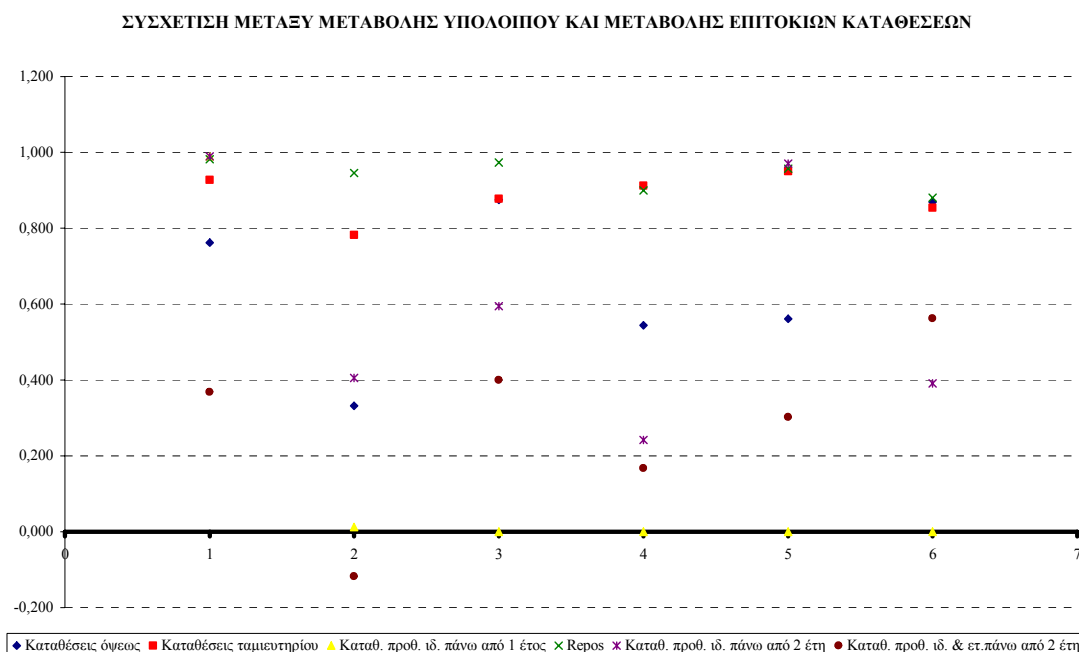
ΠΙΝΑΚΑΣ 4.8: ΕΠΙΤΟΚΙΑ ΚΑΤΑΘΕΣΕΩΝ

Πηγή: Ημερήσιος τύπος

Ο παραπάνω πίνακας είναι ιδιαίτερα διαφωτιστικός σε ότι αφορά την εξέλιξη των επιτοκίων των καταθετικών προϊόντων. Φαίνεται ότι τα επιτόκια καταθέσεων όψεως και ταμειυτηρίου κυρίως από τις μεγάλες τράπεζες είναι κάτω της μιας ποσοστιαίας

μονάδας, ενώ υψηλότερα είναι εκείνα των προθεσμιακών καταθέσεων και των Repos με σαφή πτωτική τάση στην περίοδο που εξετάζουμε.

4.5. ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΜΕΤΑΞΥ ΜΕΤΑΒΟΛΗΣ ΥΠΟΛΟΙΠΟΥ ΚΑΙ ΜΕΤΑΒΟΛΗΣ ΕΠΙΤΟΚΙΩΝ ΚΑΤΑΘΕΣΕΩΝ



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 6: Συσχέτιση μεταξύ μεταβολής υπολοίπου και μεταβολής επιτοκίων καταθέσεων

Στις περισσότερες κατηγορίες φαίνεται ότι υπάρχει μεγάλη συσχέτιση και περισσότερο στις καταθέσεις ταμιευτηρίου στις οποίες υπάρχει και μεγάλος ανταγωνισμός. Από την άλλη φαίνεται να μην υπάρχει συσχέτιση στις καταθέσεις προθεσμίας

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΠΙΕΣΗ ΣΤΑ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΑ:

ΕΡΕΥΝΑ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΟΥ

5.1. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Προκειμένου να διερευνηθεί ο βαθμός χρέωσης των ελληνικών νοικοκυριών, ιδίως η έκταση του δανεισμού τους σε σχέση με το εισόδημα και την περιουσία τους, καθώς και επιμέρους άλλα σημαντικά χαρακτηριστικά της δανειοληπτικής τους συμπεριφοράς, η Τράπεζα της Ελλάδος επανέλαβε το 2005 τη δειγματοληπτική έρευνα που είχε διεξαγάγει το 2002. Η έρευνα ανατέθηκε στην TNS-ICAP και άρχισε στις 20 Σεπτεμβρίου και ολοκληρώθηκε στις 20 Δεκεμβρίου 2005 και κάλυψε 6.000 νοικοκυριά από αστικές και ημιαστικές περιοχές της Ελλάδος. Η δειγματοληψία ήταν τυχαία και στρωματοποιημένη κατά γεωγραφικό διαμέρισμα, έτσι ώστε να διασφαλιστεί η αντιπροσωπευτικότητα του δείγματος ως προς τον ερευνώμενο πληθυσμό.

Το ερωτηματολόγιο κάλυπτε όλες τις κατηγορίες δανεισμού των νοικοκυριών και για κάθε είδος δανείου κατέγραφε τη διάρκεια, το αρχικό ποσό και το οφειλόμενο υπόλοιπο του δανείου καθώς και το ύψος της τελευταίας δόσης που καταβλήθηκε. Στη συνέχεια ζητούσε πληροφορίες για το εισόδημα του νοικοκυριού και την περιουσία του. Από την έρευνα ελήφθησαν ολοκληρωμένες απαντήσεις - δηλ. από όλα τα ενήλικα μέλη - από 3.120 νοικοκυριά, επομένως ο μέσος βαθμός ανταπόκρισης διαμορφώθηκε στο 52%, δηλ. σε πολύ υψηλότερο επίπεδο από ό,τι το 2002 (38%).

Όπως φαίνεται στον Πίνακα 5.1, το 46,9 % των νοικοκυριών δήλωσε ότι οφείλει κάποιο δάνειο. Φαίνεται ότι ένα μέρος των ερωτηθέντων νοικοκυριών απέφυγε να δηλώσει ότι οφείλει δάνεια. Αυτό ίσως να οφείλεται σε μια γενικότερη επιφύλαξη των νοικοκυριών απέναντι στις δειγματοληπτικές έρευνες, στον πολύ προσωπικό

χαρακτήρα των ερωτήσεων, στην πολυπλοκότητα του ερωτηματολογίου ή και στο πλήθος των στοιχείων που ζητούνταν σχετικά με το δανεισμό των νοικοκυριών. Στο βαθμό που ισχύουν τέτοιοι λόγοι, μπορεί να θεωρηθεί ότι η συμπεριφορά των νοικοκυριών που δεν απάντησαν στο ερωτηματολόγιο είναι παρόμοια με τη συμπεριφορά αυτών που απάντησαν και συνεπώς είναι δυνατόν να συναχθούν βασικά συμπεράσματα σε σχέση με τη δανειοληπτική συμπεριφορά του συνόλου των νοικοκυριών που έχουν δανειακές υποχρεώσεις. Στο βαθμό όμως που τα ερωτηθέντα νοικοκυριά απέφυγαν να δηλώσουν τα δάνειά τους ή να συμμετάσχουν στην έρευνα γενικά, εξαιτίας κάποιας ιδιαίτερης δανειοληπτικής συμπεριφοράς (π.χ. του μεγάλου αριθμού ή των υπέρογκων ποσών δανείων είτε για άλλους παρόμοιους λόγους που σχετίζονται άμεσα με τη δανειοληπτική τους συμπεριφορά), επηρεάζεται η αντιπροσωπευτικότητα του δείγματος και τα αποτελέσματα της έρευνας θα είναι μεροληπτικά και δεν θα αντανakλούν επακριβώς τα χαρακτηριστικά του συνόλου του πληθυσμού. Από την έρευνα λοιπόν που διεξήχθη έχουμε τα ακόλουθα συμπεράσματα :

Το μέσο υπόλοιπο των στεγαστικών δανείων ανά νοικοκυριό, όπως αυτό καταγράφεται από τις έρευνες του 2005 και του 2002, αυξήθηκε με μέσο ετήσιο ρυθμό 12,1%, ενώ το μέσο υπόλοιπο των δανείων αυτών ανά λογαριασμό, όπως αυτό υπολογίζεται από τα σχετικά στοιχεία των τραπεζών, αυξήθηκε με μέσο ετήσιο ρυθμό 11,3% την ίδια περίοδο. Εξάλλου, το μέσο υπόλοιπο των δανείων των νοικοκυριών μέσω πιστωτικών καρτών όπως προκύπτει από τις δειγματοληπτικές έρευνες, αυξήθηκε με μέσο ετήσιο ρυθμό 21,3% στην τριετία 2003-2005, ενώ το υπόλοιπο των δανείων μέσω πιστωτικών καρτών, όπως καταγράφεται από τις τράπεζες, αυξήθηκε στην ίδια περίοδο με μέσο ετήσιο ρυθμό 19,4%. Επομένως, οι μέσοι ετήσιοι ρυθμοί ανόδου των δύο αυτών κατηγοριών δανείων, όπως υπολογίζονται από τα τραπεζικά στοιχεία και τα στοιχεία των ερευνών, δεν διαφέρουν ουσιωδώς μεταξύ τους. Αυτό συνηγορεί υπέρ της άποψης

ερωτηματολόγιο είναι γενικά παρόμοια με αυτή των νοικοκυριών που έλαβαν μέρος στην έρευνα και συνεπώς ενισχύει την αξιοπιστία των αποτελεσμάτων της έρευνας.

5.2. Συμπεράσματα

Από την ανάλυση που προηγήθηκε προκύπτουν ορισμένα βασικά συμπεράσματα όσον αφορά το δανεισμό των νοικοκυριών, όπως αυτός καταγράφεται στις έρευνες του 2005 και του 2002.

1. Παρά τη μεγάλη αύξηση των τραπεζικών δανείων προς τα νοικοκυριά την τριετία που μεσολάβησε μεταξύ των δύο ερευνών και τη σημαντικά αυξημένη ανταπόκριση των νοικοκυριών στην έρευνα του 2005, το ποσοστό των υπόχρεων νοικοκυριών παρέμεινε ουσιαστικά αμετάβλητο. Αυτό υποδηλώνει ότι ορισμένα νοικοκυριά απέφυγαν να δηλώσουν ότι οφείλουν δάνεια, ενδεχομένως λόγω μιας γενικότερης επιφύλαξης απέναντι στις δειγματοληπτικές έρευνες, στον πολύ προσωπικό χαρακτήρα των ερωτήσεων, στην πολυπλοκότητα του ερωτηματολογίου ή και στο πλήθος των στοιχείων που ζητούνταν σχετικά με το δανεισμό τους. Στο βαθμό που ισχύουν τέτοιοι λόγοι, τα αποτελέσματα της έρευνας μπορούν, στο πλαίσιο του στατιστικού σφάλματος, να γενικευθούν και να συναχθούν βασικά συμπεράσματα σε σχέση με τη δανειοληπτική συμπεριφορά του συνόλου των νοικοκυριών που έχουν δανειακές υποχρεώσεις. Στο βαθμό όμως που τα ερωτηθέντα νοικοκυριά, εξαιτίας κάποιας ιδιαίτερης δανειοληπτικής συμπεριφοράς, απέφυγαν να δηλώσουν τα δάνειά τους ή να συμμετάσχουν στην έρευνα γενικά, τα ευρήματα της έρευνας θα εμπεριέχουν στοιχεία μεροληψίας και δεν θα είναι αντιπροσωπευτικά του συνόλου του πληθυσμού. Αυτό δεν μπορεί να ελεγχθεί άμεσα, ωστόσο από τη σύγκριση των αποτελεσμάτων των δύο ερευνών με τις εξελίξεις, όπως αυτές καταγράφονται από τα συγκεντρωτικά τραπεζικά στοιχεία, προκύπτουν σοβαρές ενδείξεις που συνηγορούν υπέρ της άποψης ότι μπορούν

να συναχθούν ορισμένα γενικά συμπεράσματα, ιδίως αυτά που αφορούν τις τάσεις που διαφαίνονται στα αποτελέσματα των δύο ερευνών.

2. Η πιο διαδεδομένη κατηγορία δανείων είναι αυτή μέσω πιστωτικών καρτών, ακολουθούμενη από τα στεγαστικά δάνεια. Και στις δύο περιπτώσεις, το ποσοστό των υπόχρεων νοικοκυριών που δήλωσαν δάνεια αυτού του είδους παρουσιάζεται αυξημένο στην έρευνα του 2005, όχι όμως στην έκταση που υποδηλώνουν τα συγκεντρωτικά τραπεζικά στοιχεία, με αποτέλεσμα το συνολικό χρέος των νοικοκυριών από πιστωτικές κάρτες και στεγαστικά δάνεια, όπως καταγράφεται στις έρευνες, να υπολείπεται σημαντικά των αντίστοιχων μεγεθών, όπως αυτά καταγράφονται από τις τράπεζες, ιδίως στην περίπτωση των τραπεζικών καρτών. Ωστόσο, το μέσο χρέος, τόσο για κάρτες όσο και στεγαστικά δάνεια, των νοικοκυριών που έλαβαν μέρος στις δύο έρευνες αυξήθηκε στην τριετία 2003-2005 με μέσο ετήσιο ρυθμό σχεδόν ίσο με αυτόν που προκύπτει από τα αντίστοιχα τραπεζικά στοιχεία. Αυτό παρέχει σημαντική ένδειξη ότι η δανειοληπτική συμπεριφορά των νοικοκυριών που δεν απάντησαν στο ερωτηματολόγιο είναι γενικά παρόμοια με αυτή των νοικοκυριών που έλαβαν μέρος στην έρευνα και, τουλάχιστον ως προς αυτό, ενισχύει την αξιοπιστία των αποτελεσμάτων της.

3. Όπως και στην έρευνα του 2002, η έρευνα του 2005 δείχνει ότι το μέσο χρέος κατά νοικοκυριό αυξάνει με την αύξηση του εισοδήματος και της περιουσίας. Η σχέση αυτή είναι ιδιαίτερα ισχυρή στην περίπτωση των στεγαστικών δανείων και πολύ λιγότερο ισχυρή στην περίπτωση των άλλων δανείων συνολικά. Ειδικότερα, τα αποτελέσματα των δύο ερευνών υποδηλώνουν ότι η πρόσβαση στο τραπεζικό σύστημα των νοικοκυριών με χαμηλά εισοδήματα παραμένει μικρή, ενώ αυξήθηκε το ποσοστό των νοικοκυριών με χρέος που ανήκουν στο τέταρτο υψηλότερο εισοδηματικό κλιμάκιο, καθώς και το μερίδιό τους στο συνολικό χρέος των νοικοκυριών. Η εξέλιξη αυτή

ενδεχομένως οφείλεται στην καλύτερη πληροφόρηση των τραπεζών σχετικά με τα χαρακτηριστικά της πελατείας τους. Ταυτόχρονα όμως φαίνεται να υποδηλώνει μια σημαντική ποιοτική μεταβολή στον ανταγωνισμό μεταξύ των τραπεζών, ο οποίος, στο πλαίσιο της πιο αποτελεσματικής διαχείρισης του πιστωτικού κινδύνου, δείχνει να συγκεντρώνεται περισσότερο τώρα από ό,τι στο παρελθόν στην προσέλκυση πελατείας από τα ανώτερα εισοδηματικά κλιμάκια. Παράλληλα, η ταχεία πιστωτική επέκταση έχει οδηγήσει σε αύξηση του λόγου του χρέους προς το εισόδημα, δηλ. της δανειακής επιβάρυνσης των νοικοκυριών, σε όλα τα εισοδηματικά κλιμάκια. Ιδιαίτερα αυξημένη παρουσιάζεται η δανειακή επιβάρυνση των νοικοκυριών στο κατώτερο εισοδηματικό κλιμάκιο και προέρχεται κυρίως από μη ενυπόθηκα δάνεια, αν και το μερίδιο του χρέους αυτών των νοικοκυριών στο συνολικό χρέος των νοικοκυριών είναι πολύ περιορισμένο.

4. Από την ανάλυση των αποτελεσμάτων των δύο ερευνών προκύπτει ότι για τη μεγάλη πλειοψηφία των υπόχρεων νοικοκυριών η άμεση χρηματοοικονομική πίεση, όπως αυτή μετρείται από το κόστος εξυπηρέτησης των δανείων, δηλ. το λόγο των δόσεων προς το εισόδημα, διαμορφώνεται μέσα σε όρια που γενικά θεωρούνται αποδεκτά, με την έννοια ότι η πίεση αυτή δεν συνεπάγεται δυσκολίες στην κανονική εξυπηρέτηση των δανείων τους. Παράλληλα, στο χρονικό διάστημα που μεσολάβησε μεταξύ των ερευνών σημειώθηκε και αξιόλογη υποχώρηση της χρηματοοικονομικής πίεσης. Για το 80% των νοικοκυριών στην έρευνα του 2005, έναντι 75% στην έρευνα του 2002, το κόστος εξυπηρέτησης δεν υπερβαίνει το 32% του εισοδήματός τους. Αντίστοιχα, αυξήθηκε σε 88% το 2005 από 85% το 2002 το ποσοστό των νοικοκυριών για τα οποία το κόστος αυτό δεν υπερβαίνει το 40% του εισοδήματός τους. Η βελτίωση αυτή συνδέεται με τη μείωση των τραπεζικών επιτοκίων, αλλά σε κάποιο βαθμό θα πρέπει να αποδοθεί και στην πιο αποτελεσματική διαχείριση του πιστωτικού κινδύνου

εκ μέρους των τραπεζών, στο πλαίσιο και των οδηγιών της Τράπεζας της Ελλάδος για την εφαρμογή μιας πιο μακροπρόθεσμης και προνοητικής πολιτικής στον τομέα αυτό από ό,τι ενδεχομένως τις οδηγεί ο ανταγωνισμός για διατήρηση ή επαύξηση των σχετικών μεριδίων τους στη λιανική τραπεζική. Θα πρέπει ωστόσο να σημειωθεί ότι το μερίδιο στο συνολικό χρέος των νοικοκυριών του εναπομένουτος 12% των νοικοκυριών, δηλ. αυτών που έχουν κόστος εξυπηρέτησης πάνω από 40%, είναι σημαντικό (28,5%) και σε μεγάλο βαθμό προέρχεται από μη ενυπόθηκα δάνεια, ενώ για μικρό ποσοστό νοικοκυριών (2005: 1,6%, 2002: 4%) το κόστος εξυπηρέτησης υπερβαίνει το 100% του εισοδήματός τους. Τα στοιχεία αυτά δείχνουν ότι τα ίδια τα νοικοκυριά θα πρέπει να σταθμίζουν πιο προσεκτικά τις δυνατότητές τους να εξυπηρετούν κανονικά τα δάνεια που λαμβάνουν. Παράλληλα, φαίνεται ότι υπάρχουν σημαντικά περιθώρια για περαιτέρω βελτίωση στη διαχείριση του πιστωτικού κινδύνου και την επιλογή της πελατείας των τραπεζών, ώστε σταδιακά να περιοριστούν ή/και να εξαλειφθούν οι ακραίες τιμές που παρατηρούνται στη χρηματοοικονομική πίεση των νοικοκυριών. Η πολιτική των τραπεζών φαίνεται να είναι προσανατολισμένη προς την κατεύθυνση αυτή, στο πλαίσιο και των σχετικών κανόνων που έχει επιβάλει η Τράπεζα της Ελλάδος. Είναι όμως απαραίτητο, πέρα από την προσοχή που πρέπει να επιδεικνύουν τα ίδια τα νοικοκυριά κατά την ανάληψη δανειακών υποχρεώσεων, να ενισχυθεί η πληροφόρηση των τραπεζών σχετικά με τη φερεγγυότητα της πελατείας τους, ιδίως όσον αφορά τα δάνεια μέσω πιστωτικών καρτών, που ενέχουν υψηλότερο πιστωτικό κίνδυνο για τις τράπεζες. Είναι χαρακτηριστικό ότι το ποσοστό των νοικοκυριών που δήλωσαν ότι έχουν δυσκολίες στην εξυπηρέτηση των δανείων μέσω πιστωτικών καρτών, δηλ. δανείων χωρίς ασφάλεια και με εύκολη πρόσβαση, συγκρίνεται, σε όλα τα εισοδηματικά κλιμάκια, με το ποσοστό των νοικοκυριών που δήλωσαν ότι έχουν δυσκολίες στην εξυπηρέτηση των στεγαστικών τους δανείων ή και,

από τα δάνεια αυτά έχουν χορηγηθεί ακριβώς επειδή οι τράπεζες δεν είχαν επαρκή εικόνα των χαρακτηριστικών των πελατών τους, ιδίως αυτών που σχετίζονται με τη φερεγγυότητα και τη δυνατότητά τους να εξοφλήσουν κανονικά το δάνειό τους. Αλλά τα χαρακτηριστικά αυτά των πελατών δύσκολα μπορούν να μετρηθούν ή να προσεγγιστούν ικανοποιητικά από συγκεκριμένη τράπεζα στην περίπτωση που οι δανειολήπτες έχουν σχέσεις και με πολλές άλλες τράπεζες, όπως αυτό κυρίως συμβαίνει με τα δάνεια μέσω πιστωτικών καρτών. Η διεύρυνση της βάσης δεδομένων της "Τειρεσίας ΑΕ" και η πρόσβαση των τραπεζών σε ένα πιο επαρκές σύστημα πληροφοριών³ κρίνεται ότι θα οδηγήσουν σε περιορισμό των επισφαλών απαιτήσεων τους και θα συμβάλουν σημαντικά στην περαιτέρω βελτίωση της σταθερότητας του χρηματοπιστωτικού συστήματος, θα μειώσουν το κόστος των κεφαλαίων και θα θέσουν έτσι τη βάση για μια πιο αποτελεσματική τραπεζική διαμεσολάβηση και την υποστήριξη ενός υψηλότερου ρυθμού οικονομικής ανάπτυξης.

³ Σημειώνεται ότι, όσον αφορά τα δάνεια μέσω πιστωτικών καρτών, στο τέλος του 2005 στο σχετικό πληροφοριακό σύστημα του "Τειρεσία" ήταν καταγεγραμμένες 1.950.000 πιστωτικές κάρτες, που συνολικά αντιστοιχούσαν σε δάνεια ύψους 1.650 εκατ. ευρώ, έναντι 5.771.585 καρτών που, σύμφωνα με τα στοιχεία των τραπεζών, ήταν σε κυκλοφορία στο τέλος του 2005 και συνολικού υπολοίπου δανείων 8.445 εκατ. ευρώ (συμπεριλαμβανομένων των δανείων που τιτλοποιήθηκαν).

Πίνακας 5.1: Νοικοκυριά με χρέος κατά κατηγορία δανείου

Κατηγορία δανείου	Ποσοστά νοικοκυριών (%)						Μέσο χρέος (σε ευρώ)		
	2005, 18+		2005, 25+		2002, 25+		2005, 18+	2005, 25+	2002, 25+
Χωρίς δανειακές υποχρεώσεις	53,1		52,3		51,6				
Με κάποιο δάνειο	46,9	100,0	47,7	100,0	48,4	100,0	19.665	19.637	15.532
Δάνεια σχετικά με την κατοικία - 'στεγαστικά'		37,3		38,0		37,2	42.366	41.701	29.557
- Για αγορά κατοικίας		28,4		28,7		27,5	48.789	48.156	33.187
- Για επισκευή κατοικίας		9,9		10,3		10,7	18.539	18.403	16.877
- Για αγορά οικοπέδου		0,9		1,0		1,0	28.224	27.401	7.430
Άλλα δάνεια		81,7		81,2		85,3	6.389	6.275	4.246
Άλλα τραπεζικά δάνεια πλην στεγαστικών		77,8		77,2		75,5	6.552	6.447	4.048
- Πιστωτικές κάρτες		54,4		54,1		53,1	3.047	3.039	1.701
- Για αγορά αυτοκινήτου		20,8		20,1		20,9	7.495	7.159	5.815
- Λοιπά τραπεζικά δάνεια		28,9		28,9		29,4	6.552	6.570	2.979
Από καταστήματα λιανικής		9,0		8,9		16,3	1.256	1.254	1.294
Από άλλα νοικοκυριά		1,2		1,3		2,8	5.612	5.496	12.447

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΕΣΟΔΑ ΚΑΙ ΚΟΣΤΗ ΠΟΥ ΣΧΕΤΙΖΟΝΤΑΙ ΜΕ ΤΟ RETAIL BANKING

6.1 ΚΑΘΑΡΑ ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΤΟΚΟΥΣ (NET INTEREST INCOME)

Πρέπει να τονιστεί σε αυτό το σημείο η μεγάλη διαφορά μεταξύ των επιτοκίων χορηγήσεων και καταθέσεων, το λεγόμενο περιθώριο ή spread. Είναι γνωστό ότι οι καταθέσεις αποτελούν τη βασική πηγή άντλησης κεφαλαίων των πιστωτικών ιδρυμάτων, τα οποία στη συνέχεια χρησιμοποιούν για να χρηματοδοτήσουν τους δανειολήπτες. Επομένως οι τράπεζες δανείζονται «φθηνά» αλλά δανείζουν «ακριβά». Η διαφορά αυτή αποτελεί τα Καθαρά Έσοδα από Τόκους.

Βέβαια η Κεντρική Τράπεζα προκειμένου να δώσει άδεια λειτουργίας σε ένα πιστωτικό ίδρυμα απαιτεί από αυτό για κάθε ένα ευρώ που δανείζει να κρατά ένα ποσοστό, το οποίο αντλεί από τους μετόχους και δανειστές της, σαν κεφάλαιο επειδή το ρίσκο είναι πάντα στην πλευρά του δανειστή. Για τα δάνεια χωρίς εξασφαλίσεις όπως τα προσωπικά, το απαιτούμενο ποσό διακράτησης είναι μεγαλύτερο – ακόμα και διπλάσιο – από τα υπόλοιπα όπως για παράδειγμα τα στεγαστικά. Αυτός ο περιορισμός υφίσταται για να απορροφήσει τυχόν κινδύνους αν οι δανειολήπτες δεν πληρώσουν, να δημιουργήσει το απαιτούμενο κεφάλαιο για την κεφαλαιακή επάρκεια μιας τράπεζας, να προστατέψει τους πελάτες και τελικά το ίδιο το τραπεζικό σύστημα. Το κεφάλαιο αυτό ονομάζεται Tier I capital. Τα τελευταία χρόνια οι τράπεζες προκειμένου να αυξήσουν τις χορηγήσεις τους έχουν προχωρήσει σε τιτλοποίηση των απαιτήσεων τους. Με την τιτλοποίηση (securitization) ουσιαστικά τα πιστωτικά ιδρύματα εκχωρούν τις απαιτήσεις από τους πελάτες τους με τη μορφή τίτλων σε επενδυτές που επιθυμούν αποδόσεις μεγαλύτερες από αυτές που προσφέρουν τα παραδοσιακά τραπεζικά προϊόντα και με χαμηλό κίνδυνο. Πρέπει να τονιστεί ότι το χαρτοφυλάκιο που εκχωρείται είναι το «καλό χαρτοφυλάκιο» για κάθε κατηγορία δανείου. Με αυτό τον

τρόπο απελευθερώνουν κεφάλαια τα οποία θα χρησιμοποιήσουν για να δημιουργήσουν νέες χορηγήσεις και θα βελτιώσουν το δείκτη κεφαλαιακής επάρκειας. Για τους πελάτες δεν υπάρχει καμία μεταβολή στους όρους εξυπηρέτησης του δανείου τους.

6.2 ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ

Επιπλέον οι τράπεζες είναι υποχρεωμένες να υπολογίζουν προβλέψεις για τα δάνεια που τυχόν δεν θα αποπληρωθούν. Το ποσοστό των προβλέψεων συνήθως κυμαίνεται στο 1% με 2% του κεφαλαίου του δανείου. Είναι λογικό ότι οι μεγαλύτερες προβλέψεις γίνονται στα μη καλυπτόμενα δάνεια όπως τα προσωπικά, τα ανοικτά και τις κάρτες. Οι τράπεζες έχουν αναπτύξει εσωτερικές μεθόδους βαθμολόγησης των πελατών οι οποίες όμως εναρμονίζονται με τις βασικές οδηγίες της Τράπεζας Ελλάδος.

6.3 ΕΙΣΦΟΡΑ ΤΟΥ Ν.128

Στην Ελλάδα οι χορηγήσεις επιβαρύνονται με μία εισφορά η οποία αποδίδεται στην Τράπεζα Ελλάδος σε μηνιαία βάση σύμφωνα με το Νόμο 128/75. Ο τράπεζες μετακυλούν το κόστος αυτό απευθείας στον καταναλωτή αφού το ενσωματώνουν στο επιτόκιο. Το ποσοστό που καλούνται να πληρώσουν οι δανειολήπτες ανέρχεται στο 0,6% στο μέσο μηνιαίο λογιστικό υπόλοιπο του δανείου. Από την εισφορά εξαιρούνται τα δάνεια προς τη ναυτιλία σε μια προσπάθεια στήριξης της ελληνικής ναυτιλίας. Επίσης τα στεγαστικά δάνεια επιβαρύνονται με εισφορά μόνο 0,12% εκτός από τα εκείνα που χρησιμοποιούνται για τον εξοπλισμό των κατοικιών (home equity).

6.4 ΤΑΜΕΙΟ ΕΓΓΥΗΣΗΣ ΚΑΤΑΘΕΣΕΩΝ (Τ.Ε.Κ.)

Το Ταμείο Εγγύησης Καταθέσεων ιδρύθηκε με το νόμο 2324/95 με σκοπό την ενίσχυση της σταθερότητας του τραπεζικού συστήματος σε περίπτωση αδυναμίας ενός πιστωτικού ιδρύματος να αποδώσει τις καταθέσεις στους πελάτες. Στο Τ.Ε.Κ. συμμετέχουν υποχρεωτικά όλα τα πιστωτικά ιδρύματα της χώρας, εκτός του Ταχυδρομικού Ταμιευτηρίου και του Ταμείου Παρακαταθηκών και Δανείων, καθώς

ΜΠΣ <<ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ>> Ακαδ.ετος 2006
Τσιάγκα Αντιγόνη

και τα εγκατεστημένα στην Ελλάδα υποκαταστήματα πιστωτικών ιδρυμάτων η καταστατική έδρα των οποίων βρίσκεται σε τρίτη, εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης, χώρα εφόσον στη χώρα αυτή δεν ισχύει ισοδύναμο σύστημα εγγύησης καταθέσεων. Οι τράπεζες είναι υποχρεωμένες σε όλα σχεδόν τα τραπεζικά συστήματα των ανεπτυγμένων χωρών να πληρώνουν εισφορά σαν εγγύηση για τις καταθέσεις τους αν σε περίπτωση χρεοκοπίας δεν είναι σε θέση να αποζημιώσουν τους καταθέτες. Το ανώτατο όριο της αποζημίωσης ανά πελάτη ανέρχεται στα 20.000 ευρώ αφού συμψηφιστούν οι καταθέσεις με τυχόν υποχρεώσεις του στο πιστωτικό ίδρυμα. Από τον υπολογισμό των καταθέσεων που υπόκεινται σε εισφορά εξαιρούνται οι καταθέσεις των θυγατρικών εταιριών, των άλλων τραπεζών, τα γeros και οι καταθέσεις του δημόσιου τομέα.

6.5 ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ

Τα έσοδα από τις χορηγήσεις και τα έξοδα των καταθέσεων δεν προέρχονται μόνο από το τους τόκους. Οι τράπεζες χρεώνουν επιπλέον και προμήθειες για την εξυπηρέτηση του δανείου όπως έξοδα φακέλου, ασφάλιστρα για τα στεγαστικά δάνεια, έξοδα ενημέρωσης των λογαριασμών, έξοδα για την έκδοση καρνέ επιταγών για τους λογαριασμούς όψεως ή έξοδα για τη μετατροπή σε ξένο νόμισμα. Τα έσοδα από προμήθειες (non-interest income) είναι η δεύτερη μεγάλη κατηγορία εσόδων των τραπεζών. Σύμφωνα με τα Διεθνή Λογιστικά Πρότυπα κάποια έσοδα που συνδέονται με τα δάνεια και έως τώρα θεωρούνταν προμήθειες όπως τα έξοδα φακέλου ή τα έξοδα που πραγματοποιούνται για την έγκριση του δανείου, θεωρούνται πλέον έσοδα από τόκους και δεν αναγνωρίζονται με την εκταμίευση αλλά κατανέμονται σε όλη τη διάρκεια του δανείου σύμφωνα με την αρχή των Δεδουλευμένων. Αυτό διαφοροποιεί σημαντικά την εικόνα που είχαμε ως τώρα για τη σύνθεση των εσόδων των τραπεζών.

6.6 ΚΟΣΤΟΣ ΚΑΙ ΔΕΙΚΤΗΣ ΚΟΣΤΟΣ / ΕΣΟΔΑ

Το κόστος που έχει μια τράπεζα προκειμένου να λειτουργήσει είναι μεγάλο σε σχέση με έσοδα από τόκους. Ένας σημαντικός δείκτης που μας βοηθάει να κάνουμε συγκρίσεις είναι ο δείκτης Κόστος / Έσοδα. Ένας δείκτης 45% σημαίνει ότι η τράπεζα για κάθε 100 ευρώ εσόδου θα ξοδέψει 45 ευρώ από τα έσοδα από τόκους και προμήθειες. Τα κόστη περιλαμβάνουν το προσωπικό, τις εγκαταστάσεις, τον εξοπλισμό, το λογισμικό και τους υπολογιστές, τις τηλεπικοινωνίες και πολλά ακόμη.

6.7 ΦΟΡΟΛΟΓΙΑ

Η φορολογία αποτελεί ένα σημαντικό στοιχείο που μειώνει τα έσοδα μιας τράπεζας και είναι το μόνο στο οποίο δεν μπορεί να επέμβει.

6.8 ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΚΟΣΤΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Στο σημείο αυτό πρέπει να αναφέρουμε τη μέθοδο με την οποία οι σύγχρονες τράπεζες υπολογίζουν την κερδοφορία των καταθέσεων, των χορηγήσεων και όλων των στοιχείων του ενεργητικού και του παθητικού τους.

Στην προσπάθεια τους οι τράπεζες να διαμορφώσουν την καλύτερη εικόνα των αποτελεσμάτων τους, τόσο για την πληροφόρηση της διοίκησης όσο και για την πληροφόρηση των αναλυτών, έχουν δημιουργήσει ένα σύστημα εσωτερικής κοστολόγησης. Για να κατανοήσουμε τη λειτουργία του θα περιγράψουμε το κύκλωμα της κοστολόγησης των καταθέσεων και των χορηγήσεων. Είναι γνωστό ότι οι τράπεζες χρησιμοποιούν τα κεφάλαια των καταθέσεων έτσι ώστε να κάνουν χρηματοδοτήσεις. Για αυτή την «υπηρεσία» του τμήματος των καταθέσεων ή αλλιώς του δικτύου των καταστημάτων τους δίνεται μια «αμοιβή» που συνδέεται με το κόστος δανεισμού στη διατραπεζική αγορά (π.χ. euribor). Αυτή η αμοιβή αντικατοπτρίζει ποιο θα ήταν το κόστος δανεισμού αν δεν υπήρχαν τα κεφάλαια των καταθετών. Από την άλλη το έσοδο

αυτό για τις καταθέσεις αποτελεί κόστος δανεισμού για τον τομέα των χορηγήσεων και αφαιρείται από το επιτόκιο. Βέβαια διαφορετικά κοστολογούνται τα ανοιχτά δάνεια και διαφορετικά τα στεγαστικά ή τα ομολογιακά. Στα κεφάλαια των καταθέσεων περιλαμβάνονται και οι υποχρεωτικές καταθέσεις στην Τράπεζα Ελλάδος (λογαριασμός *postro*) καθώς και τα υπόλοιπα ταμείου. Τα ποσά αυτά έχουν κόστος για τις τράπεζες. Ο λογαριασμός των υποχρεωτικών καταθέσεων τα τελευταία χρόνια είναι έντοκος για όλο το ποσό σε αντίθεση με τα προηγούμενα χρόνια όπου το μεγαλύτερο μέρος ήταν άτοκο. Το επιτόκιο όμως που δίνει η Κεντρική Τράπεζα είναι χαμηλότερο της διατραπεζικής αγοράς. Η διαφορά αυτή αποτελεί κόστος τι οποίου μειώνει την κερδοφορία του δικτύου. Από την άλλη τα υπόλοιπα που διακρατούνται στα ταμεία για την κάλυψη των αναγκών των καταστημάτων σε μορφή ρευστού χρήματος δεν διαχειρίζονται από το Treasury. Επομένως και αυτά δημιουργούν κόστος. Με αυτό τον τρόπο λειτουργεί το σύστημα της κοστολόγησης για όλα τα στοιχεία του ενεργητικού και του παθητικού. Στην ουσία σε επίπεδο αποτελεσμάτων δε αλλάζει κάτι αφού ότι είναι έσοδο για μία μονάδα είναι έξοδο για μια άλλη. Τα επιτόκια αυτά συνδέονται όπως προαναφέρθηκε με τα επιτόκια της διατραπεζικής αγοράς και ανάλογα διαμορφώνονται και τα επιτόκια δίνονται στους πελάτες. Επομένως αν αυξηθεί το επιτόκιο της διατραπεζικής κατά 25 μονάδες βάσης σταδιακά θα αυξηθεί και το επιτόκιο ενός στεγαστικού δανείου με κυμαινόμενο επιτόκιο. Μελετώντας το επιτόκιο της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας παρατηρούμε ότι από το 2% για τις καταθέσεις τον Ιανουάριο του 1999 αυξήθηκε ως τον Οκτώβριο του 2000, για να φθάσει στο 1% τον Ιούνιο του 2003. Για δύο και πλέον χρόνια παρατηρούμε μια σταθερότητα σύμφωνη με τη γενικότερη νομισματική πολιτική στη ζώνη του ευρώ. Τα επιτόκια ξεκινούν πάλι ανοδική πορεία από το τέλος του 2005 και αμέσως ακολούθησαν και οι εμπορικές τράπεζες στη χώρα μας να αυξάνουν τα επιτόκια των χορηγήσεων στους πελάτες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

7.1.Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ MARKETING

Το Marketing παίζει καθοριστικό ρόλο στη δημιουργία ολοκληρωμένων υπηρεσιών προς τους καταναλωτές. Σκοπός του είναι να ασχολείται με τη διεξαγωγή ερευνών μεταξύ υπαρχόντων ή επιθυμητών πελατών, αναλύσεις δημογραφικών δεδομένων, την ανάπτυξη νέων υπηρεσιών, τον καθορισμό διαφημιστικής πολιτικής, τη διεξαγωγή σεμιναρίων για την εκπαίδευση του προσωπικού στην τεχνική των πωλήσεων, την παρακολούθηση του ανταγωνισμού.

Η ένταση του ανταγωνισμού επιτάσσει τη δημιουργία νέων προϊόντων οι οποίες συνδυασμένες με τις παραδοσιακά προσφερόμενες θα στοχεύουν στην κάλυψη των μεταβαλλόμενων αναγκών των πελατών. Ο ρόλος του προσωπικού είναι καθοριστικός εφόσον απαιτείται να γνωρίζει σε βάθος αυτά τα προϊόντα εφόσον καλείται να τα πωλήσει στη αγορά.

Βασική αρχή του τραπεζικού Marketing είναι ότι η πελατεία δεν είναι ομοιόμορφη. Υπάρχουν ομάδες καταναλωτών, που η καθεμιά έχει τα δικά της χαρακτηριστικά, τις δικές της ανάγκες, τις δικές της προτιμήσεις και τις δικές της αντιδράσεις. Κατά συνέπεια η πελατεία δεν αντιδρά πάντα ορθολογικά και η τιμή δεν είναι πάντα το κριτήριο επιλογής της.

Τα κριτήρια με τα οποία ομαδοποιούνται οι πελάτες των τραπεζών μπορεί να είναι α) δημογραφικά, β) εισοδηματικά ή γ) μορφωτικά.

α. Δημογραφικά

Οι ανάγκες των πελατών διαφοροποιούνται ανάλογα με την ηλικία τους ή την οικογενειακή τους κατάσταση. Οι νέοι έχουν μειωμένες αποταμιευτικές ανάγκες ενώ η δημιουργία οικογένειας συνεπάγεται αυξημένες ανάγκες για χρηματοδότηση.

β. Εισοδηματικά

Διαφορετικές ανάγκες έχουν οι κάτοικοι των αστικών περιοχών και διαφορετικές εκείνοι των αγροτικών ή των βιομηχανικών περιοχών.

γ. Μορφωτικά

Σημαντική είναι η διαφοροποίηση με βάση κριτήρια όπως η μόρφωση, η επικοινωνία με άλλες κοινωνικές ομάδες, οι θρησκευτικές αντιλήψεις, η προοδευτική συντηρητική νοοτροπία.

Το χρήμα αποτελεί εμπόρευμα όπως όλα τα υπόλοιπα που προωθούνται στη αγορά και η τιμή του δεν είναι βασικός παράγοντας για την αποδοχή του από το κοινό. Το βασικό είναι τα προϊόντα που σχεδιάζουν και προωθούν οι υπηρεσίες Marketing των πιστωτικών ιδρυμάτων είναι να ανταποκρίνονται σε πραγματικές ανάγκες των καταναλωτών.

Τα τελευταία χρόνια οι τράπεζες έχουν επιδοθεί σε έναν αγώνα στο διαφημιστικό τομέα και δαπανούν τεράστια ποσά για την προώθηση των προϊόντων τους. Αρκεί να αναλογιστούμε ότι πριν από μερικές δεκαετίες πολλοί ήταν εκείνοι που πίστευαν ότι η διαφήμιση της τράπεζας είναι η πελατεία της και από την άλλη οι μεγάλες κρατικές τράπεζες οι οποίες λόγω έλλειψης ανταγωνισμού περιορίζονταν σε διαφημιστικά φυλλάδια εντός των καταστημάτων.

7.2. ΝΕΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Η εποχή της συλλογής και της επανατοποθέτησης κεφαλαίων στην αγορά, ως κύριας δραστηριότητας των τραπεζών τείνει πλέον να ξεπεραστεί. Η σημασία των μεσολαβητικών εργασιών, όπως η έκδοση εγγυητικών επιστολών, οι ενέγγυες πιστώσεις, η διενέργεια πληρωμών και η είσπραξη αξιών κ.τ.λ. είναι αναγνωρισμένη και αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα της τραπεζικής παρέμβασης τόσο στο χώρο της λιανικής τραπεζικής, όσο και σε εκείνον που αφορά τον επιχειρηματικό τομέα της οικονομίας.⁴

Οι προσφερόμενες υπηρεσίες συνεχώς εκσυγχρονίζονται και εμπλουτίζονται. Έτσι έχουν δημιουργηθεί τρεις νέες τάσεις στη δομή των τραπεζών : αυτή του «πολυκαταστήματος», της «δέσμης υπηρεσιών» καθώς και της «εξατομίκευσης» των πελατών. Μέσα στο πλαίσιο της τεχνολογικής προόδου οι παραδοσιακές τραπεζικές υπηρεσίες από εντάσεως εργασίας, έγιναν εντάσεως κεφαλαίου. Το γεγονός αυτό, απελευθερώνει εργατικό δυναμικό, το οποίο μπορεί να διεκπεραιώσει μια ολόκληρη σειρά εργασιών, εκεί που ο ανθρώπινος παράγοντας είναι αναντικατάστατος. Η εξέλιξη αυτή επιτρέπει τη διεύρυνση των υπηρεσιών που κάθε τράπεζα μπορεί να προσφέρει στους ιδιώτες. Έτσι, τα τραπεζικά πολυκαταστήματα είναι πλέον σε θέση να προσφέρουν: ασφαλή φύλαξη (υπηρεσίες θησαυροφυλακίου), διαχείριση χαρτοφυλακίου, περιουσίας (εργασίες in trust), ασφάλειες κάθε μορφής, συνταξιοδοτικά σχήματα, φορολογική κάλυψη, προγράμματα διακοπών, κτηματομεσιτικές υπηρεσίες, γενικές πληροφορίες και συμβουλές κ.λ.π.

Στη συνέχεια όλες οι παραπάνω υπηρεσίες προσφέρονται από τις τράπεζες με τη μορφή της δέσμης υπηρεσιών. Ο ιδιώτης μπορεί να αναθέσει στην τράπεζά του, εκτός από την αυτόματη πίστωση της μισθοδοσίας στον λογαριασμό του, τη

⁴ Καρατζάς Θ., (2003), "Οι τράπεζες μοχλός ανάπτυξης", Ένωση Ελληνικών Τραπεζών ΜΠΣ <<ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ>> Ακαδ.ετος 2006
Τσιάνγκα Αντιγόνη

διαχείριση ακινήτων (είσπραξη ενοικίων), την είσπραξη τοκομεριδίων, τη φύλαξη τιμαλφών, την αξιοποίηση ρευστών διαθεσίμων (καταθέσεις διαφόρων μορφών, αγορά μεριδίων αμοιβαίων κεφαλαίων, ομολόγων κ.τ.λ.)

Παράλληλα, στην περίπτωση προσφοράς ταξιδιωτικών υπηρεσιών μπορεί εκτός από το ταξίδι, η τράπεζα να προσφέρει και ασφαλιστική κάλυψη έναντι κάθε κινδύνου (ζωής, κλοπής, ατυχήματος), ειδικό προσωπικό δάνειο για την κάλυψη των εξόδων, ξένα τραπεζογραμμάτια, μέσα πληρωμής (ταξιδιωτικές επιταγές, κάρτες, ταξιδιωτικές διατακτικές), προσωρινή ταχυδρομική εξυπηρέτηση (χάρη στο τοπικό τους κατάστημα) κ.τ.λ. Οι μεγαλύτεροι ταξιδιωτικοί οργανισμοί όπως η American Express και η Thomas Cook, ανήκουν σε τραπεζικά συγκροτήματα.

Οι «δέσμες» υπηρεσιών αποτελούν μία ολοκληρωμένη έκφραση του τραπεζικού marketing. Εκμεταλλεύονται τις οικονομίες κλίμακας και εύρους, καλύπτοντας ποικιλόμορφες ανάγκες με ελεγχόμενο κόστος και χωρίς απώλεια χρόνου. Δημιουργούν στενούς δεσμούς με την πελατεία τους, αξιοποιούν το δίκτυο και το προσωπικό τους και εξασφαλίζουν μεγαλύτερα έσοδα και σταθερότερη βάση για τις επιχειρηματικές τους πρωτοβουλίες.⁵

Τέλος, το τελευταίο διάστημα, και λόγω του ολοένα και αυξανόμενου ανταγωνισμού, οι τράπεζες αρχίζουν να εντάσσουν στις υπηρεσίες τους προϊόντα που καλύπτουν εξατομικευμένες ανάγκες των καταναλωτών. Έτσι, προκειμένου να αυξήσουν τα κέρδη τους αλλά και τον αριθμό των πελατών τους, προχωρούν σε διαδικασίες προσφοράς προϊόντων τα οποία να καλύπτουν συγκεκριμένες ανάγκες, συγκεκριμένων καταναλωτών που τα ζητούν. Προσπαθούν να μην φαίνονται απρόσωπες στα μάτια των πελατών τους με παράλληλη ικανοποίηση όλων ή των περισσότερων αναγκών τους.

⁵ Πηγές: Ετήσιοι απολογισμοί τραπεζών
ΜΠΣ <<ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ>> Ακαδ.ετος 2006
Τσιάνγκα Αντιγόνη

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Το Retail Banking στη Ελλάδα και παγκοσμίως αν και έχει κάνει δραματικές προόδους δεν σημαίνει ότι δεν μπορεί να εξελιχθεί περισσότερο. Κάθε άλλο μάλιστα. Το τραπεζικό σύστημα σήμερα διαφέρει εμφανώς από το τραπεζικό σύστημα της δεκαετίας του 1960. Το ίδιο θα διαφέρει και το τραπεζικό σύστημα του 2030 σε σχέση με το σημερινό.

Η μέχρι τώρα εμπειρία δείχνει ότι οι μεγάλες τράπεζες οι οποίες δραστηριοποιούνται σε παγκόσμιο επίπεδο θα συνεχίσουν να το κάνουν ωσότου «κατακτήσουν» τον κόσμο. Το internet banking θα πάρει τη θέση των παραδοσιακών τραπεζικών εργασιών. Οι μη τραπεζικοί οργανισμοί θα όπως οι χρηματιστηριακές και οι ασφαλιστικές εταιρίες θα πάρουν ένα μεγάλο κομμάτι της τραπεζικής πελατείας και έτσι θα ενταθεί ο ανταγωνισμός ακόμα περισσότερο. Τα καταστήματα θα σταματήσουν να υπάρχουν όπως τα γνωρίζαμε ως τώρα και θα προωθούν διάφορα προϊόντα όπως ακίνητα, ασφάλειες και συντάξεις. Μεγάλη είναι η πιθανότητα, λόγω και της ενιαίας αγοράς, οι μεγάλες ευρωπαϊκές τράπεζες να απορροφήσουν μικρότερες άλλων χωρών έτσι ώστε να δημιουργήσουν ένα ισχυρό δίκτυο. Οι ελληνικές τράπεζες είναι σε πλεονεκτική θέση όσον αφορά την επέκτασή τους σε χώρες της Νοτιοανατολικής Ευρώπης, τόσο γεωγραφικά όσο και σε σχέση με την γενικότερη κουλτούρα των χωρών αυτών. Οι περισσότερες από αυτές είναι ή βρίσκονται στη διαδικασία να μουν στην ζώνη του ευρώ, επομένως μιλάμε για αναπτυσσόμενες αγορές. Αυτή η προοπτική είναι στρατηγικής σημασίας και αυτό φαίνεται από το γεγονός ότι πολλές από τις μεγάλες ελληνικές τράπεζες έχουν δημιουργήσει υποκαταστήματα, κάποιες μάλιστα και δίκτυο, καθώς και θυγατρικές εταιρίες. Στο πεδίο της λιανικής τραπεζικής σίγουρα διαθέτουν

πείρα και έμπειρο δυναμικό που θα τις βοηθήσει να κερδίσουν σημαντικό μερίδιο της εγχώριας αγοράς.

Το σίγουρο είναι ότι το Retail Banking θα συνεχίσει να «μεγαλώνει» παγκοσμίως τόσο στις αναπτυγμένες αγορές όσο και στις αναπτυσσόμενες όπως η Κεντρική Ευρώπη που είναι και ο χώρος που μας απασχολεί, σε συνδυασμό με την αύξηση της ευημερίας, των αποταμιεύσεων και των συντάξεων. Ας μην ξεχάμε ότι είναι πολύ βασικό για μια οικονομία να έχουν οι καταναλωτές τη δυνατότητα να δανείζονται και σίγουρα είναι ένα πολύ ελκυστικό πεδίο για τη δραστηριοποίηση των τραπεζών.

Το μεγάλο «κεφάλαιο» στο οποίο πρέπει να επενδύσουν οι τράπεζες είναι οι πελάτες. Οι πελάτες όπως είναι φυσικό αλλάζουν. Οι κύριες ανάγκες των σύγχρονων κοινωνιών είναι η ιδιοκτησία και οι συνταξιοδότηση. Κάποιος που θέλει να αποκτήσει κατοικία σήμερα πρέπει να αποταμιεύει για πολλά χρόνια και ίσως να αργήσει πάρα πολύ ή ακόμα και να μην τα καταφέρει. Επιπλέον η συνταξιοδότηση είναι ένα θέμα που προβληματίζει κυρίως τους νέους αφού το μέλλον τους δεν είναι εξασφαλισμένο. Επομένως οι δανειολήπτες είναι ιδιαίτερα προσεκτικοί με τις προσφερόμενες υπηρεσίες, τα επιτόκια και τα έξοδα που καλούνται να πληρώσουν. Από τα παραπάνω προκύπτει ότι οι ίδιοι οι καταναλωτές έχουν τη δύναμη να πιέσουν προς την κατεύθυνση της μείωσης των επιτοκίων και των διαφόρων εξόδων καθώς και τη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών. Αρκεί να το συνειδητοποιήσουν.

Η έννοια κλειδί για το Retail Banking είναι οι *διαπροσωπικές σχέσεις*. Μέχρι σήμερα οι καταναλωτές επισκέπτονται τις τράπεζες όταν προκύψουν κάποιες ανάγκες. Οι ανάγκες αυτές διαφοροποιούνται ανάλογα με την ηλικία, το βιοτικό ή το μορφωτικό επίπεδο. Οι υπάλληλοι έχουν μετατραπεί σε πωλητές και γίνεται προσπάθεια να αλλάξει η νοοτροπία των καταναλωτών και να εξυπηρετούνται από τα εναλλακτικά δίκτυα όπως τα ATM, το internet και το phone – banking και να ξεφύγουν από τη

γραφειοκρατία των γκισέ. Σίγουρα τα εναλλακτικά αυτά δίκτυα προσφέρουν ευκολία

στους πελάτες και χαμηλό κόστος στις τράπεζες. Το κοινό όπως έχει φανεί ως τώρα υιοθετεί εύκολα τις νέες μεθόδους εξυπηρέτησης. Η εξοικείωση των ανθρώπων με την τεχνολογία αυξάνεται συνεχώς αφού σχεδόν σε κάθε σπίτι υπάρχει ένας προσωπικός υπολογιστής και όλοι μας λίγο πολύ χρησιμοποιούμε το πλαστικό χρήμα στις συναλλαγές μας καθημερινά. Ίσως σε μερικά χρόνια η ενημέρωση του λογαριασμού μας θα γίνεται αποκλειστικά μέσω internet χωρίς επιστολές. Ένα φιλικό site μπορεί να μας εξυπηρετήσει εύκολα, γρήγορα και χωρίς την πιθανότητα λάθους για τις μικροσυναλλαγές ή και στη μεταφορά κεφαλαίων και μόνο όταν χρειαζόμαστε πραγματικές συμβουλές να πηγαίνουμε στο κατάστημα μιας τράπεζας.

Η αλλαγή θα έρθει από τις τράπεζες οι οποίες πρέπει να παίξουν το ρόλο του *δια βίου* συμβούλου στους πελάτες τους. Πρέπει να εντοπίζουν και να αναλύουν τις ανάγκες των καταναλωτών για όλη τη διάρκεια της ζωής τους έτσι ώστε να μπορούν να σχεδιάσουν τις καλύτερες λύσεις. Από την ενηλικίωση κατά την οποία οι νέοι έχουν την ανάγκη των σπουδών ή της έναρξης κάποιας επαγγελματικής δραστηριότητας έως τη συνταξιοδότηση που κάποιος θέλει να χαρεί τους κόπους της ζωής του. Αυτές οι ανάγκες αναμένεται να μεγαλώσουν στο μέλλον. Οι υπάλληλοι δεν αρκεί να γνωρίζουν απλά τις διαδικασίες αλλά να παίζουν το ρόλο του συμβούλου που θα ασχοληθεί με την κάθε περίπτωση χωριστά και θα γίνει ο «δικός τους άνθρωπος» σε κάθε ανάγκη που προκύπτει. Με αυτό τον τρόπο οι πελάτες θα είναι δύσκολο να φύγουν από μια τράπεζα και να πάνε σε κάποια άλλη. Δεν είναι βέβαιο ότι η αλλαγή θα έρθει από τις μεγάλες τράπεζες. Οι μεγάλοι τραπεζικοί οργανισμοί είναι συνήθως δύσκαμπτοι στις αλλαγές και στις καινοτομίες. Αξίζει να σημειωθεί ότι το internet banking ξεκίνησε από μια μικρή τράπεζα η οποία δεν διέθετε δίκτυο καταστημάτων.

Σαν φυσικό επακόλουθο της αυτής της αλλαγής ίσως κάποιες θέσεις εργασίας να εκλείβουν. Θα υπάρχει όμως ανάγκη για συνεχή εκπαίδευση στις νέες μεθόδους έτσι ώστε οι υπάλληλοι να είναι γνώστες των συνθηκών της αγοράς. Επιπλέον ο τομέας ΜΠΣ <<ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ>> Ακαδ.ετος 2006 89
Τσιάνγκα Αντιγόνη

εκείνος στον οποίο θα στηριχθούν οι τράπεζες του μέλλοντος είναι το Marketing το οποίο θα καθορίζει τα προϊόντα που θα προωθηθούν στους καταναλωτές.

Ένας άλλος τομέας που θα επηρεαστεί από τις αλλαγές στις τράπεζες είναι αυτός της πληροφορικής. Η σημασία της πληροφορικής για μια σύγχρονη τράπεζα είναι τεράστια. Οι τράπεζες είναι από τις πρώτες επιχειρήσεις στον ελληνικό χώρο οι οποίες εισήγαγαν την πληροφορική στις εργασίες τους από τις αρχές της δεκαετίας του 1950. Η υιοθέτηση των τεχνολογικών εφαρμογών έγινε με δειλά βήματα στην αρχή όμως οι αύξηση του όγκου των τραπεζικών εργασιών και του ανταγωνισμού, η ανάγκη για καλύτερη ποιότητα και μεγαλύτερη ταχύτητα των παρεχόμενων τραπεζικών υπηρεσιών, η καλύτερη οργάνωση και πιο αξιόπιστη τήρηση των στοιχείων καθώς και η παγκοσμιοποίηση του τραπεζικού και του ευρύτερου χρηματοπιστωτικού τομέα οδήγησαν τις τράπεζες από το χειρόγραφο σύστημα στην δημιουργία σύγχρονων πληροφοριακών συστημάτων. Σήμερα το πρόβλημα που αντιμετωπίζουν κυρίως οι διευθύνσεις πληροφορικής (IT) των ελληνικών τραπεζών είναι η ανάγκη για σαφή, επαρκή και ακριβή προσδιορισμό των προδιαγραφών προτού κατασκευαστεί ένα νέο αίτημα για να εξυπηρετήσει τις ανάγκες τους. Για να αναπτυχθεί με επιτυχία μια εφαρμογή είναι απαραίτητο να συνεργαστούν όλες οι εμπλεκόμενες υπηρεσίες από τη διοίκηση η οποία θα αντλήσει την τελική πληροφόρηση και τα στελέχη της μηχανογράφησης ως τον τελικό χρήστη ο οποίος θα κάνει την επεξεργασία της παραγωγής. Τα τελευταία χρόνια οι τράπεζες, κυρίως οι ιδιωτικές, στελεχώνουν τις υπηρεσίες με δυναμικό το οποίο δεν είναι τεχνολογικού προσανατολισμού μόνο ή οικονομολογικού προσανατολισμού μόνο αλλά συνδυάζει την τεχνολογική και οικονομική εκπαίδευση ή εμπειρία. Ήδη πολλές τράπεζες επιλέγουν εργασίες οι οποίες είναι χαμηλής προστιθέμενης αξίας, όπως η τεχνική υποστήριξη ή η συντήρηση να γίνονται από συνεργαζόμενες εταιρίες και όχι από τις ίδιες (outsourcing).

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική

- **Αγγελόπουλος Παναγιώτης** (2005), *Τράπεζες και Χρηματοπιστωτικό Σύστημα*, Εκδόσεις ΑΘ. ΣΤΑΜΟΥΛΗΣ. Αθήνα
 - **Κοκκομέλλης Κώστας** (1995), *Τραπεζικές Υπηρεσίες προς Καταναλωτές (Retail Banking)*, Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, Εκδόσεις ΑΝΤ. Ν. ΣΑΚΚΟΥΛΑ. Αθήνα
 - **Μπαλωμένου Χρυσάνθη Κ.** (2003), *Το Ελληνικό Τραπεζικό Σύστημα*, Παπαζήσης
 - **Μυρτίδης Διονύσης** (2000), *Μέσα Τραπεζικής Εργασίας (Τόμος Β) – Τραπεζική Πληροφορική*, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο. Πάτρα
 - **Καρατζάς Θ.**, (2003), *“Οι τράπεζες μοχλός ανάπτυξης”*, Ένωση Ελληνικών Τραπεζών
- http://www.bankofgreece.gr/announcements/text_release.asp?relid=1170
- <http://www.hba.gr/1who/index1.htm>
- <http://www.ethniki.gr/bank.asp>
- <http://www.alpha.gr/>
- <http://www.eurobank.gr/>
- <http://www.ate.gr/>
- <http://www.emporiki.gr/>
- <http://www.piraeusbank.gr/>
- <http://www.geniki.gr/>
- <http://www.bankofcyprus.gr/>
- <http://www.citibank.gr/>

<<Διαχρονική ανάλυση των βασικών μεγεθών λιανικής τραπεζικής των μεγαλύτερων πιστωτικών ιδρυμάτων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα κατά την περίοδο 2002-2005>>

- <http://www.egnatibank.gr/>
- <http://www.laiki.gr/>
- <http://www.bankofattica.gr/>
- <http://www.hsbc.gr/>
- <http://www.aspisbank.gr/>
- <http://www.novabank.gr/>
- <http://www.probank.gr/>
- <http://www.omegabank.gr/>
- N.128/75
- <http://www.hdgf.gr/binary/2832-2000.pdf>.

Ξένα Βιβλιογραφία

- **Croxford Hugh – Abramson Frank – Jablonowski Alex** (2005), *The Art of Better Retail Banking*, John Wiley & Sons Ltd., England
- <http://www.ecb.int/stats/monetary/rates/html/index.en.html>
- **Christoffer Kok Sorensen and Thomas Werner** (2006), *Bank Interest Rate Pass – Through in the Euro Area – A Cross Country Comparison*, European Central Bank.
<http://www.ecb.int/press/pr/activities/ecb/html/index.en.html>
- **Laura Rinaldi and Alicia Sanchis - Arellano** (2006), *Household Debt, Sustainability, What Explains Household Non - Performing Loans?, An Empirical Analysis*, European Central Bank.
<http://www.ecb.int/press/pr/activities/ecb/html/index.en.html>