

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ



ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ – ΟΛΙΚΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑ

Διπλωματική εργασία

της

Λυμπεροπούλου Σ. Ευαγγελίας

*«ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ, Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ
ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗΣ ΠΙΣΤΗΣ»*

Επιβλέπων: Καθηγητής Γεώργιος Αρτίκης

Πειραιάς, 2008

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα κατ' αρχάς να εκφράσω τις θερμές ευχαριστίες μου στον επιβλέποντα καθηγητή της παρούσας διπλωματικής εργασίας, κο Γεώργιο Αρτίκη, για την πολύτιμη βοήθεια και συμβολή του για την επιτυχή συγγραφή και ολοκλήρωσή της. Οι συμβουλές και η καθοδήγησή του ήταν απαραίτητες για την εκπόνηση και επιτυχή ολοκλήρωση της εργασίας.

Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένειά μου για τη συνεχή υποστήριξη και ουσιαστική συμπαράσταση σε όλα τα φοιτητικά μου χρόνια και σε κάθε απόφασή μου.

Τέλος, οφείλω ένα μεγάλο ευχαριστώ στον φίλο μου Βασίλειο Γιώτσα, τέως φοιτητή του Πανεπιστημίου Πειραιά και μεταπτυχιακού φοιτητή του Πανεπιστημίου University College London, που με βοήθησε σημαντικά καθ' όλη τη διάρκεια του μεταπτυχιακού προγράμματος MBA TQM, και συνέβαλε στην ολοκλήρωση της διπλωματικής μου εργασίας με πολύτιμες συμβουλές και παρατηρήσεις.

Περιεχόμενα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	6
1.1. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΙΚΟΙ ΣΚΟΠΟΙ.....	6
1.2. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ.....	7
1.3. ΔΟΜΗ.....	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΟΙ ΤΡΑΠΕΖΕΣ ΚΑΙ Η ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥΣ.....	10
2.1. ΓΕΝΙΚΑ.....	10
2.2. ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΚΑΙ ΜΟΡΦΕΣ ΤΡΑΠΕΖΩΝ.....	11
2.2.1. ΕΙΔΗ ΤΡΑΠΕΖΩΝ.....	12
2.3. ΟΙ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΕΙΣ ΩΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ.....	15
2.4. ΓΕΝΙΚΑ ΠΕΡΙ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΕΩΝ.....	15
2.4.1. Η ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ Ο ΣΤΟΧΟΣ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΕΩΝ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ.....	19
2.5. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ.....	20
2.5.1. Ο ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ «ΧΡΟΝΟΣ».....	21
2.5.2. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ «ΚΙΝΔΥΝΟΥ».....	22
2.5.3. Το ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ – ΡΥΘΜΙΣΤΙΚΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ.....	22
2.6. ΓΕΝΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ.....	23
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Ο ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	31
3.1. ΓΕΝΙΚΑ.....	31
3.2. ΔΟΜΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ.....	33
3.3. ΣΤΑΘΕΡΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ.....	36
3.3.1. ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑ ΚΑΙ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ.....	38
3.3.2. ΚΕΦΑΛΑΙΑΚΗ ΕΠΑΡΚΕΙΑ.....	41
3.3.3. ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΙ ΚΙΝΔΥΝΟΙ.....	41
3.4. ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΥΡΩΖΩΝΗ.....	42
3.5. Η ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ ΠΡΟΣ ΤΙΣ ΝΕΕΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ.....	44
3.6. Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΑ.....	50
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΜΟΡΦΕΣ ΤΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗΣ ΠΙΣΤΗΣ.....	53
4.1. ΓΕΝΙΚΑ.....	53
4.2. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗΣ ΠΙΣΤΗΣ.....	54
4.3. ΜΟΡΦΕΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΩΝ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΕΩΝ.....	57
4.3.1. ΤΑΜΙΑΚΕΣ ΔΙΕΥΚΟΛΥΝΣΕΙΣ.....	57
4.3.2. ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΕΙΣ.....	58

4.3.3. ΜΕΣΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΕΙΣ	58
4.3.4. ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΕΙΣ.....	65
4.3.5. ΔΑΝΕΙΟ ΓΙΑ ΑΓΟΡΑ ΜΕΤΟΧΩΝ (ΜΕΤΟΧΟΔΑΝΕΙΟ)	66
4.4. ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΚΑΡΤΕΣ.....	67
4.4.1. ΕΝΝΟΙΑ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΚΑΡΤΩΝ.....	67
4.4.2. ΜΟΡΦΕΣ ΕΜΦΑΝΙΣΗΣ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΚΑΡΤΩΝ.....	68
4.4.3. ΠΡΟΣΦΑΤΕΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΕΣ ΣΤΙΣ ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΚΑΡΤΕΣ.....	72
4.5. ΔΟΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΠΙΤΟΚΙΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΩΝ ΧΟΡΗΓΗΣΕΩΝ	77
4.6. ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΧΟΡΗΓΗΣΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΩΝ ΔΑΝΕΙΩΝ	79
4.7. ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΤΗΣ ΠΙΣΤΟΛΗΠΤΙΚΗΣ ΙΚΑΝΟΤΗΤΑΣ (CREDIT & BEHAVIORAL SCORING)	83
4.7.1. ΠΕΔΙΟ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΟΥ CREDIT SCORING.....	84
4.7.2. ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ CREDIT SCORING.....	85
4.7.3. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΑΠΟΡΡΙΨΗΣ ΚΑΙ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΟΥ CREDIT SCORING	86
4.7.4. ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ CREDIT SCORING	87
4.7.5. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ ΤΩΝ ΥΠΑΡΧΟΝΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ (BEHAVIOURAL SCORING)	88
4.7.6. ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΕΝΟΣ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ CREDIT SCORING	89
<u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Η ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΠΙΣΤΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....</u>	<u>91</u>
5.1. ΓΕΝΙΚΑ	91
5.2. Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗΣ ΠΙΣΤΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	92
5.3. ΒΑΘΜΟΣ ΧΡΕΩΣΗΣ ΤΩΝ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΩΝ.....	97
5.4 Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΚΑΡΤΩΝ.....	101
5.5 ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΟΥ ΧΡΕΟΥΣ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ ΤΩΝ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΩΝ.....	102
<u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: Ο ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ</u>	<u>104</u>
6.1. ΓΕΝΙΚΑ	104
6.2. ΠΡΟΣΦΑΤΕΣ ΑΛΛΑΓΕΣ ΚΑΙ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΣΤΟΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΤΟΜΕΑ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ	105
6.2.1. ΝΕΟ ΚΑΝΟΝΙΣΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ.....	105
6.2.2. ΑΥΞΑΝΟΜΕΝΗ ΣΠΟΥΔΑΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΑΓΟΡΩΝ ΕΚΤΟΣ ΕΕ.....	108
6.2.3. ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΕΣ ΑΛΛΑΓΕΣ	109
6.3. ΝΕΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΤΟΜΕΑ.....	110
6.3.1. ΣΥΝΕΝΩΣΗ- ΣΥΓΧΩΝΕΥΣΗ ΤΡΑΠΕΖΩΝ (CONSOLIDATION)	110
6.3.2. ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΣΗ (INTERNATIONALISATION).....	116
6.3.3. ΣΥΓΚΛΙΣΗ	122
6.3.4. ΑΠΟΔΟΜΗΣΗ ΚΑΙ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗ (DECONSTRUCTION-SPECIALIZATION).....	124
6.4. ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΤΟΜΕΑ.....	129
<u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: Η ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΠΙΣΤΗ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ</u>	<u>130</u>
7.1. ΓΕΝΙΚΑ	130
7.2. Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗΣ ΠΙΣΤΗΣ ΣΤΑ ΠΛΑΙΣΙΑ ΤΗΣ ΕΥΡΩΖΩΝΗΣ	131
7.2.1. ΑΥΞΗΣΗ ΤΟΥ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΧΡΕΟΥΣ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ ΔΑΝΕΙΩΝ	133
7.2.2. Η ΔΑΠΑΝΗ ΓΙΑ ΠΛΑΣΤΙΚΕΣ ΚΑΡΤΕΣ	135

7.2.3. ΔΑΠΑΝΗ ΚΑΙ ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ.....	135
7.3. ΕΠΙΠΕΔΑ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗΣ ΠΙΣΤΗΣ ΣΤΑ ΠΛΑΙΣΙΑ ΤΗΣ ΕΥΡΩΖΩΝΗΣ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΠΗΡΕΑΣΜΟΥ	137
7.4. ΟΙ ΑΝΑΛΥΟΜΕΝΕΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ.....	140
7.5. ΝΕΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΜΟΤΙΒΑ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΠΙΣΤΗ.....	142
7.6. ΕΝΙΑΙΟΣ ΧΩΡΟΣ ΠΛΗΡΩΜΩΝ ΣΕ ΕΥΡΩ – SEPA (SINGLE EUROPEAN PAYMENT AREA)	144
7.6.1. ΓΕΝΙΚΗ ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ ΤΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ SEPA	145
7.6.2. ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ ΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ SEPA.....	147
7.6.3. ΒΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΤΥΧΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ SEPA	149

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΣΥΓΧΡΟΝΑ ΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ - ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΚΑΙ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....151

8.1. ΓΕΝΙΚΑ	151
8.2. Η ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ	152
8.2.1. ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΑΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΕΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ.....	153
8.2.2. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ	155
8.2.3. ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΜΕΣΩ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ.....	157
8.2.4. ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΑΠΟ ΚΙΝΗΤΗ ΣΥΣΚΕΥΗ Ή ΤΟ ΤΗΛΕΦΩΝΟ.....	161
8.3. ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	163
8.3.1. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	164
8.3.2. ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΓΟΡΑΣ (MARKET ANALYSIS).....	165
8.3.3. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΑΝΑΓΚΩΝ ΔΙΑΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ.....	171
8.3.4. ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΚΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	171
8.3.5. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ	173
8.3.6. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	175

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9: ΣΥΝΟΨΗ.....177

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΙΚΟΙ ΣΚΟΠΟΙ

Κατά την τελευταία δεκαετία, το ελληνικό τραπεζικό σύστημα επωφελήθηκε σε πολύ μεγάλο βαθμό από την εντυπωσιακή ανάπτυξη και εξαπλώση της καταναλωτικής πίστης. Καταλυτικό ρόλο στην τεράστια ανάπτυξη αυτής της μορφής τραπεζικής χρηματοδότησης στη χώρα μας διαδραμάτισαν οι αποφάσεις της Τράπεζας της Ελλάδος, με τις οποίες επιτεύχθηκαν σημαντικά βήματα προς την κατεύθυνση της πλήρους απελευθέρωσης της καταναλωτικής πίστης. Έτσι, καθώς ο τομέας αυτός απέκτησε ιδιαίτερη σημασία για την κερδοφορία των τραπεζών, αναπτύχθηκε εκ παραλλήλου ένας έντονος ανταγωνισμός μεταξύ των τραπεζών για τη διεύρυνση του μεριδίου τους στην αγορά. Αποτέλεσμα αυτών ήταν, η ελληνική καταναλωτική πίστη να σημειώσει κατά την τελευταία πενταετία, έναν από τους υψηλότερους ρυθμούς ανάπτυξης, σημαντικά υψηλότερο από τον μέσο ρυθμό ανάπτυξης των υπολοίπων κρατών της ευρωζώνης.

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η εξέταση του τραπεζικού τομέα και της χρηματοδοτικής λειτουργίας του, με έμφαση στην ανάλυση της καταναλωτικής πίστης που αποτελεί μια από τις σημαντικότερες μορφές χρηματοδότησης των ιδιωτών και παράλληλα πηγής κερδοφορίας για τις τράπεζες. Συγκεκριμένα κύριοι στόχοι της εν λόγω εργασίας είναι:

- ✓ Η ανάλυση της χρηματοδοτικής λειτουργίας των τραπεζών και της έννοιας της καταναλωτικής πίστης που αποτελεί μια από τις κυριότερες εκφάνσεις της
- ✓ Η παρουσίαση του ελληνικού τραπεζικού συστήματος της ανάπτυξης και των τάσεων της καταναλωτικής πίστης στην Ελλάδα

- ✓ Η παρουσίαση του τραπεζικού συστήματος, της ανάπτυξης και των πρόσφατων εξελίξεων στον τομέα της καταναλωτικής πίστης στην Ευρωπαϊκή Ένωση
- ✓ Η παρουσίαση και κατανόηση σύγχρονων θεμάτων που σχετίζονται και επηρεάζουν άμεσα την καταναλωτική πίστη, όπως η ηλεκτρονική τραπεζική και το τραπεζικό μάρκετινγκ

1.2. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Τα στοιχεία για την συγγραφή και εκπόνηση της παρούσας μελέτης αντλήθηκαν από ένα μεγάλο εύρος πηγών: ελληνική και ξένη βιβλιογραφία, έρευνες και μελέτες, άρθρα του εγχώριου και ευρωπαϊκού τύπου.

Συγκεκριμένα μείζονος σημασίας για την εισαγωγή και κατανόηση των βασικών εννοιών σχετικά με την καταναλωτική πίστη ήταν το βιβλίο των Sathye, Bartle, Vincent, Boffey "Credit Analysis and lending management". Βασικές πηγές για την εύρεση και συλλογή δεδομένων αποτέλεσαν οι πρόσφατες εκθέσεις του Διοικητή της Τράπεζας της Ελλάδος και της Ευρωπαϊκής Τράπεζας, και τα οικονομικά δελτία της Τράπεζας της Ελλάδος (έτος 2007).

Εξαιρετικά σημαντική όμως ήταν η άντληση πληροφοριών από έρευνες των PricewaterhouseCoopers, Cofidis και ιδιαίτερα του European Research Credit Institute για την καταναλωτική πίστη στην Ευρώπη, της Deutsche Bank για τις τάσεις στον ευρωπαϊκό τραπεζικό τομέα, της Deloitte και της Eurobank EFG για τον ελληνικό τραπεζικό τομέα.

Επίσης, πολύ σημαντικά στοιχεία για την πραγματοποίηση της εργασίας προσέφεραν δημοσιεύσεις και εκθέσεις της Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών, του Υπουργείου Εθνικής Οικονομίας και Οικονομικών, καθώς και ελληνικές και ξένες ακαδημαϊκές δημοσιεύσεις σχετικά με την καταναλωτική πίστη και τον τραπεζικό τομέα γενικότερα.

1.3. ΔΟΜΗ

Η δομή που ακολουθείται στηρίζεται σε 7 ενότητες μέσω των οποίων θα εξυπηρετηθούν οι βασικοί αντικειμενικοί σκοποί της εργασίας και θα αναλυθούν η έννοια της καταναλωτικής πίστης, η παρούσας κατάσταση και οι τάσεις του ελληνικού και ευρωπαϊκού τραπεζικού τομέα, η καταναλωτική πίστη σε εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο. Η ανάλυση θα ολοκληρωθεί με την ανάπτυξη σύγχρονων τραπεζικών θεμάτων, όπως η ηλεκτρονική τραπεζική και το τραπεζικό μάρκετινγκ.

Στην πρώτη ενότητα θα δοθεί ο ορισμός και θα αναπτυχθούν τα είδη των τραπεζών καθώς και η χρηματοδοτική λειτουργία των τραπεζών. Στη δεύτερη ενότητα θα περιγραφεί ο τραπεζικός τομέας στην Ελλάδα: συγκεκριμένα θα παρουσιαστεί η δομή του ελληνικού τραπεζικού συστήματος, θα γίνει σύγκριση του ελληνικού τραπεζικού τομέα με την ευρωζώνη, θα γίνει προσπάθεια κατανόησης των λόγων επέκτασης των ελληνικών τραπεζών προς τις αναδυόμενες ευρωπαϊκές αγορές και η ενότητα θα ολοκληρωθεί με αναφορά στην σημαντική συμβολή του ελληνικού τραπεζικού συστήματος στην ελληνική οικονομία γενικότερα.

Στην τρίτη ενότητα θα γίνει επεξήγηση της έννοιας της καταναλωτικής πίστης, των ειδών των καταναλωτικών χρηματοδοτήσεων και θα αναλυθούν τα συστήματα αξιολόγησης της πιστοληπτικής ικανότητας των πελατών καταναλωτικής πίστης.

Εν συνεχεία στην τέταρτη ενότητα θα παρουσιαστεί η εξέλιξη της καταναλωτικής πίστης στην Ελλάδα (βαθμός χρέωσης των νοικοκυριών, χρήση πιστωτικών καρτών, κατανομή χρέους). Στην πέμπτη και έκτη ενότητα κρίνεται σκόπιμο να ασχοληθούμε με τις πρόσφατες εξελίξεις και τις νέες τάσεις που εμφανίζονται στον ευρωπαϊκό τραπεζικό τομέα καθώς και την ανάπτυξη της καταναλωτικής πίστης στα πλαίσια της ευρωζώνης. Στο σημείο αυτό κρίνεται απαραίτητο να περιγραφεί ο Ενιαίος Ευρωπαϊκός Χώρος Πληρωμών σε ευρώ (SEPA) και να

παρατεθούν τα οφέλη που θα επιφέρει η σταδιακή εφαρμογή του στα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Η μελέτη ολοκληρώνεται με την 7η ενότητα η οποία στόχο έχει την ανάλυση των σύγχρονων τραπεζικών θεμάτων της ηλεκτρονικής τραπεζικής και του τραπεζικού μάρκετινγκ. Ο ρόλος και των δυο, ειδικά μετά την απελευθέρωση του χρηματοοικονομικού τομέα, έχει καταστεί ιδιαίτερα σημαντικός για τις τράπεζες, παρέχοντάς τους τη δυνατότητα να είναι ανταγωνιστικές εντός του σύγχρονου παγκοσμιοποιημένου περιβάλλοντος και να είναι σε θέση να ικανοποιούν αποτελεσματικά τις ανάγκες των πελατών τους: Έτσι κρίνεται ορθό, να ολοκληρώσουμε την παρούσα εργασία με την παρουσίαση του ρόλου, των μορφών και της λειτουργίας της ηλεκτρονικής τραπεζικής και του τραπεζικού μάρκετινγκ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΟΙ ΤΡΑΠΕΖΕΣ ΚΑΙ Η ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥΣ

2.1. ΓΕΝΙΚΑ

Οι τράπεζες έχουν παραδοσιακά διαδραματίσει ένα από τους βασικότερους ρόλους στο χρηματοοικονομικό σύστημα δρώντας ως χρηματοοικονομικοί διαμεσολαβητές μεταξύ τελικών αποταμιευτών και δανειοληπτών. Επίσης, αποτελούν τον κεντρικό μηχανισμό εντός του συστήματος πληρωμών. Εξαιτίας των προαναφερθέντων αλλά και πολλών άλλων λόγων, οι τράπεζες αποτελούν ένα από τα θεμελιώδη στοιχεία του χρηματοοικονομικού συστήματος.

Η φύση της λειτουργίας των τραπεζών και κατά συνέπεια και οι τραπεζικές εργασίες έχουν αλλάξει ριζικά κατά τα περασμένα έτη και αναμένεται να αλλάξουν περαιτέρω μέσα στα επόμενα έτη. Οι τράπεζες έχουν πλέον ένα πολύ μεγαλύτερο εύρος δραστηριοτήτων από το να δέχονται απλά καταθέσεις και να εκδίδουν δάνεια που αποτελούσε την παραδοσιακή διαμεσολαβητική τους δραστηριότητα. Οι τράπεζες είναι πλέον περισσότερο επιχειρήσεις οι οποίες προσφέρουν χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, και σε πολλές χώρες τα έσοδα των τραπεζών που προέρχονται από ανάλογες δραστηριότητες ξεπερνούν τα έσοδα που προέρχονται από δραστηριότητες που σχετίζονται με την κλασική διαμεσολαβητική λειτουργία των τραπεζών. Η απελευθέρωση του τραπεζικού συστήματος, η διεθνοποίηση των αγορών και η αλματώδης βελτίωση της πληροφορικής έχουν αν αποτέλεσμα την ανάπτυξη ενός έντονα ανταγωνιστικού περιβάλλοντος στον τραπεζικό χώρο. Νέα προϊόντα σχεδιάζονται, νέα λειτουργικά συστήματα εφαρμόζονται σύμφωνα με τις ανάγκες της αγοράς που διαδραματίζουν πλέον καθοριστικό ρόλο στις επιχειρηματικές αποφάσεις των τραπεζών. Οι τραπεζικές χρηματοδοτήσεις ήταν και παραμένουν στο επίκεντρο

της τραπεζικής δραστηριότητας, δεδομένου ότι αποτελούν την κινητήρια δύναμη τόσο για τον επιχειρηματικό κόσμο όσο και για την εξυπηρέτηση ιδιωτικών χρηματοδοτικών αναγκών.

Στο εν λόγω εισαγωγικό κεφάλαιο θα αναφερθούν ο ορισμός και τα είδη των τραπεζών, οι χρηματοδοτήσεις ως τραπεζική εργασία και οι παράγοντες που τις επηρεάζουν, ενώ τέλος θα αναλυθούν οι βασικές αρχές που πρέπει να τηρούνται κατά την διαδικασία των χρηματοδοτήσεων.

2.2. ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΚΑΙ ΜΟΡΦΕΣ ΤΡΑΠΕΖΩΝ

Είναι γεγονός ότι δεν υπάρχει σαφής ορισμός της έννοιας της τράπεζας. Σύμφωνα με μια άποψη, ως τράπεζες θεωρούνται οι οργανισμοί, οι οποίοι έχουν τη δυνατότητα να δημιουργούν λογιστικό χρήμα, να τηρούν δηλαδή λογαριασμούς καταθέσεων οι οποίοι δραστηριοποιούνται με τη χρήση επιταγών ή άλλων μέσων για τη διενέργεια πληρωμών. Κατά τον ελληνικό νόμο 5076/31 (άρθρο 10), «Τράπεζαι είναι αι επιχειρήσεις αίτινες ανεξαρτήτως ετέρου σκοπού αυτών, δέχονται κατ' επάγγελμα καταθέσεις χρημάτων ή άλλων αξιών».¹

Αυτός είναι ο ορισμός που πρωτοδόθηκε επίσημα για τις τράπεζες, ωστόσο σήμερα βάσει του νόμου 2076/1992 εκσυγχρονίζεται το πλαίσιο λειτουργίας των πιστωτικών ιδρυμάτων στην Ελλάδα, αφού ως πιστωτικό ίδρυμα ορίζεται η επιχείρηση η δραστηριότητα της οποίας συνίσταται στην αποδοχή καταθέσεων ή άλλων επιστρεπτών κεφαλαίων από το κοινό και στη χορήγηση πιστώσεων για λογαριασμό της. Παρότι υπάρχουν κι άλλες μορφές χρηματοοικονομικών οργανισμών που δραστηριοποιούνται στην αγορά χρήματος, οι τράπεζες είναι η πιο σημαντική μορφή από όλους τους χρηματοοικονομικούς οργανισμούς μιας

¹ Κοκκομέλης Κ., Τραπεζικές Υπηρεσίες προς καταναλωτές (Retail Banking), Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα, 1995, σελ. 20

οικονομίας. Παρακάτω θα παραθέσουμε τα κύρια είδη τραπεζών που συναντάμε στη σύγχρονη τραπεζική.

2.2.1. Είδη τραπεζών

Οι σημαντικότερες σύγχρονες τραπεζικές μορφές είναι οι εξής:

- **Κεντρικές τράπεζες:** Οι κεντρικές τράπεζες επωμίζονται μερικές από τις σημαντικότερες λειτουργίες εντός της οικονομίας. Ελέγχουν τη νομισματική πολιτική και μπορούν να είναι ο δανειστής της τελευταίας λύσης σε περίπτωση κρίσης. Έχουν επίσης την ευθύνη του ελέγχου της διάθεσης χρήματος, συμπεριλαμβανομένης της έκδοσης νομίσματος. Παραδείγματα κεντρικών τραπεζών είναι η Τράπεζα της Ελλάδος και η Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα. Σύμφωνα με τις κατευθυντήριους άξονες πολιτικής και οδηγίες της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας, η κεντρικές τράπεζες είναι επιφορτισμένες με τις εξής δραστηριότητες:²

- Ø Εφαρμογή των οδηγιών της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας
- Ø Άσκηση νομισματικής πολιτικής
- Ø Διατήρηση σταθερότητας των τιμών
- Ø Έκδοση τραπεζογραμμάτων
- Ø Ταμειακή Διαχείριση των εσόδων και εξόδων του Δημοσίου τομέα των κρατών μελών
- Ø Διαχείριση έκδοσης και αποπληρωμής τίτλων του Δημοσίου

- **Εμπορικές τράπεζες:** Οι εμπορικές τράπεζες αποτελούν πλέον πιστωτικά ιδρύματα παροχής χρηματοοικονομικών υπηρεσιών. Οι παραδοσιακές εργασίες των εμπορικών τραπεζών περιλαμβάνουν:

- Ø Αποδοχή καταθέσεων ή άλλων επιστρεπτέων κεφαλαίων

² Πετράκης Π. Ε., Χρηματοοικονομική Διοίκηση και Τραπεζική Οικονομική, τόμος Β', Εκδόσεις Πετράκης, Αθήνα, 2002, σελ. 89-92

- Ø Χορήγηση πιστώσεων συμπεριλαμβανομένων και των πράξεων πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων (factoring)
 - Ø Χρηματοδοτική μίσθωση (leasing)
 - Ø Πράξη διενέργειας πληρωμών και μεταφορά κεφαλαίων
 - Ø Έκδοση και διαχείριση μέσων πληρωμής (πιστωτικών και χρεωστικών καρτών, ταξιδιωτικών και τραπεζικών επιταγών)
 - Ø Εγγυήσεις και αναλήψεις υποχρεώσεων
 - Ø Συναλλαγές για λογαριασμό του ίδιου του πιστωτικού ιδρύματος ή της πελατείας του (αξιόγραφα, συνάλλαγμα, προθεσμιακά συμβόλαια, συμβάσεις ανταλλαγής επιτοκίων και νομισμάτων, κινητές αξίες κ.α.)
 - Ø Συμμετοχές σε εκδόσεις τίτλων και παροχή συναφών υπηρεσιών, ειδικότερα υπηρεσιών αναδόχου εκδόσεως τίτλων
 - Ø Παροχή συμβουλών σε επιχειρήσεις (π.χ. σχετικά με τη διάρθρωση του κεφαλαίου, τη βιομηχανική στρατηγική, θέματα συμβουλών και υπηρεσιών γενικότερα)
 - Ø Μεσολάβηση στις διατραπεζικές αγορές
 - Ø Διαχείριση χαρτοφυλακίου και παροχή συμβουλών σχετικά τη διαχείριση χαρτοφυλακίου
 - Ø Φύλαξη και διαχείριση κινητών αξιών
 - Ø Εμπορικές πληροφορίες, περιλαμβανομένων και των υπηρεσιών αξιολογήσεως πιστοληπτικής ικανότητας πελατών
 - Ø Εκμίσθωση θυρίδων
- **Συνεταιριστικές τράπεζες:** Οι συνεταιριστικές τράπεζες αποτελούν έναν ακόμη διαδεδομένο τύπο τραπεζικού ιδρύματος, ιδιαίτερα στις χώρες της δυτικής Ευρώπης. Η ίδρυση και λειτουργία τους βασίζεται στις αρχές της συνεταιριστικής επιχείρησης. Ως πρωτοβουλίες τοπικού κυρίως χαρακτήρα, η δραστηριότητά τους περιορίζεται συνήθως σε τοπικά πλαίσια, αν και σε δευτεροβάθμια οργάνωση μπορούν αναπτυχθούν και σε εθνικό επίπεδο. Κύριος σκοπός τους είναι η ενίσχυση της οικονομίας της τοπικής κοινωνίας

όπου δραστηριοποιούνται, π.χ. των τοπικών παραγωγών γεωργικών προϊόντων.

- **Επενδυτικές τράπεζες:** Οι επενδυτικές τράπεζες βοηθούν τις δημόσιες και ιδιωτικές εταιρίες στη συλλογή κεφαλαίων στις κεφαλαιαγορές, ενώ, επίσης, παρέχουν στρατηγικές γνωμοδοτικές υπηρεσίες (για συγχωνεύσεις, κτήσεις και άλλους τύπους οικονομικών συναλλαγών). Αν και οι επενδυτικές τράπεζες διαφέρουν σημαντικά από τις εμπορικές τράπεζες-αφού οι πελάτες του είναι μεγάλες επιχειρήσεις ή εταιρίες ενώ οι εμπορικές τράπεζες συναλλάσσονται κυρίως με ιδιώτες ή μικρομεσαίες επιχειρήσεις-τα τελευταία χρόνια η διαφορά μεταξύ των δύο τύπων τράπεζας έχει αμβλυνηθεί, δεδομένου ότι αρκετές εμπορικές τράπεζες έχουν αρχίσει να προσφέρουν παρόμοιες τραπεζικές υπηρεσίες επενδυτικού τύπου.
- **Τράπεζες πολλαπλών ή γενικών εργασιών (Universal Banks):** Αποτελεί το συνηθέστερο τύπο τραπεζικού ιδρύματος της ηπειρωτικής Ευρώπης. Πρόκειται για ιδρύματα που κάτω από την ίδια οργάνωση και στέγη, παρέχουν όλη τη διαθέσιμη ποικιλία χρηματοοικονομικών υπηρεσιών. Διαθέτουν συνήθως εκτεταμένο δίκτυο καταστημάτων και απευθύνονται στην ευρύτερη δυνατή επιχειρηματική και ιδιωτική πελατεία.
- **Ταχυδρομικά ταμειυτήρια:** Αποτελούν ταμειυτήρια που συνδέονται με τα εθνικά ταχυδρομικά συστήματα και παρέχουν υπηρεσίες ανάλογες με των εμπορικών τραπεζών. Η Ιαπωνία και η Γερμανία είναι παραδείγματα των χωρών με προεξέχοντα ταχυδρομικά ταμειυτήρια.

2.3. ΟΙ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΕΙΣ ΩΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Η δυναμική ενός οικονομικού συστήματος δημιουργεί, όπως είναι φυσικό, οικονομικές μονάδες που παρουσιάζουν πλεονάσματα ή ελλείμματα χρηματικών διαθεσίμων. Έτσι, όσοι διαθέτουν πλεόνασμα αναζητούν τρόπους να το επενδύσουν προκειμένου να αποκομίσουν κέρδη, ενώ όσοι εμφανίζουν έλλειμμα είναι διατεθειμένοι, καταβάλλοντας κάποιο κόστος, να δανειστούν για να αντιμετωπίσουν τις υποχρεώσεις τους.

Οι τράπεζες, ως κύριοι εκφραστές του χρηματοπιστωτικού συστήματος, αναπτύσσουν τον απαιτούμενο μηχανισμό, προκειμένου να γίνεται η ασφαλής μεταφορά των κεφαλαίων από τις πλεονασματικές στις ελλειμματικές μονάδες προς γενικό όφελος.

Οι καταθέσεις και οι χρηματοδοτήσεις είναι παραδοσιακά οι σημαντικότερες τραπεζικές εργασίες. Η ανάπτυξη βέβαια του τραπεζικού συστήματος έχει δημιουργήσει πλήθος άλλων μεσολαβητικών εργασιών ή παραγώγων προϊόντων, τα οποία αποφέρουν επίσης σημαντικά κέρδη στις τράπεζες. Ωστόσο, οι χρηματοδοτήσεις παραμένουν ένας ιδιαίτερα νευραλγικός τομέας, δεδομένου ότι είναι δυνατόν ανεπιτυχής χειρισμός τους να εκθέσει τα συμφέροντα των τραπεζών.

2.4. ΓΕΝΙΚΑ ΠΕΡΙ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΕΩΝ

Το οικονομικό περιβάλλον απαιτεί, όπως είδαμε, από τις τράπεζες να παίξουν το ρόλο του φορέα εκείνου που θα συνδυάζει συμπληρωματικές ανάγκες και συμφέροντα αλλά και θα μεταφέρει τα κεφάλαια από τις πλεονασματικές στις ελλειμματικές οικονομικές μονάδες. Όπως είναι φυσικό η μεσολάβηση αυτή

συνεπάγεται για τις τράπεζες, εκτός από το κέρδος που είναι άλλωστε και το ζητούμενο, κόστος και κινδύνους.

Ποιο είναι όμως το κίνητρο των τραπεζών, που τις εμπλέκει στη διαδικασία αυτή; Αναμφίβολα θα μπορούσαμε να θεωρήσουμε ότι από τη συμμετοχή των τραπεζών στο χρηματοοικονομικό σύστημα δημιουργούνται οικονομίες κλίμακας, που αποφέρουν σε όλους μακροπρόθεσμα οφέλη. Ωστόσο, οι τράπεζες δραστηριοποιούνται στη διενέργεια χρηματοδοτήσεων σε καθημερινή βάση αποβλέποντας κυρίως στην επίτευξη δύο στόχων:³

- A) Έσοδα από τόκους
- B) Προσέλκυση παραγωγικών εργασιών

A) Έσοδα από τόκους

Για να κατανοήσουμε καλύτερα τον τρόπο με τον οποίο οι τράπεζες αποκομίζουν κέρδη από τόκους, ας κάνουμε έναν παραλληλισμό αναφερόμενοι σε μια τυχαία εμπορική επιχείρηση. Κάθε εμπορική επιχείρηση ακολουθεί μια διαδικασία που της επιτρέπει να αγοράζει εμπόρευμα σε τιμές χονδρικής από τους προμηθευτές της και στη συνέχεια, ενσωματώνοντας το μικτό της κέρδος, να διαμορφώνει τις τιμές λιανικής, βάσει των οποίων διενεργεί τις πωλήσεις της στους πελάτες της.

Έτσι και οι τράπεζες ως επιχειρήσεις εμπορεύονται το χρήμα. Το προμηθεύονται δηλαδή με επιτόκιο σε τιμές χονδρικής, κυρίως από τους καταθέτες τους (εμπορική αγορά) ή από άλλες τράπεζες (διατραπεζική αγορά), και στη συνέχεια το δανείζουν με υψηλότερα επιτόκια στους πελάτες τους – επιχειρηματίες ή ιδιώτες – που το έχουν ανάγκη. Θα μπορούσαμε λοιπόν να ονομάσουμε πελάτες

³ Στάρρας Γ., διπλωματική εργασία με θέμα «Πολιτική τραπεζικών χορηγήσεων (χρηματοδοτήσεων)», Κρήτη, 2007, σελ. 7-12

της τράπεζας, υπό στενή έννοια, μόνον όσους παίρνουν δάνεια, στους δε καταθέτες να αποδώσουμε την έννοια των προμηθευτών της.

Η διαφορά των επιτοκίων αντικατοπτρίζεται μόνο το μικτό κέρδος της τράπεζας, από όπου πρέπει να αφαιρέσουμε το λειτουργικό κόστος των υπηρεσιών της, τις αποσβέσεις των παγίων στοιχείων, κάποιες προβλέψεις για κάλυψη δανείων που δεν θα πληρωθούν και τους φόρους, για να προκύψει τελικά το καθαρό κέρδος της τράπεζας από τόκους.

Θα πρέπει, επίσης, να λάβουμε υπόψη μας ότι το κέρδος αυτό μειώνεται ακόμη περισσότερο συνέπεια και άλλων παραγόντων, όπως είναι το ενδεχόμενο να παραμένουν αδιάθετα από την τράπεζα κεφάλαια, για τα οποία πληρώνει τόκο στους καταθέτες της.

B) Προσέλκυση παραγωγικών εργασιών

Οι τράπεζες, εκτός από τις παραδοσιακές εργασίες των καταθέσεων και των χορηγήσεων, έχουν αναπτύξει ένα πλέγμα παροχής υπηρεσιών προς τους πελάτες τους που περιλαμβάνει εισαγωγές, εξαγωγές, κίνηση κεφαλαίων, παράγωγα προϊόντα αγοράς συναλλάγματος και πολλές άλλες εργασίες που συνθέτουν το αντικείμενο μιας σύγχρονης τράπεζας. Άλλωστε, όπως όλοι γνωρίζουμε, η τάση των τραπεζών στις μέρες μας είναι, εκμεταλλευόμενες το δίκτυό τους και την πρόσβασή τους στην αγορά, να αναλαμβάνουν οι σύμβουλοι επιχειρήσεων, να ασχολούνται με την προώθηση της πώλησης αγαθών και λοιπά, που παραδοσιακά ανήκαν σε άλλους επιχειρηματικούς κλάδους.

Έχουν λοιπόν οι τράπεζες κάθε λόγο να θέλουν να αναπτύξουν συνεργασίες σε ποικίλους επιχειρηματικούς τομείς με τους πελάτες τους, γεγονός που τις αναγκάζει να δραστηριοποιούνται σε ένα έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον, όπου

η προσέγγιση των πελατών επιτυγχάνεται με προσφορά εκπώσεων αλλά και ταχεία και ιδιαίτερα εξυπηρέτηση.

Από την άλλη μεριά οι πελάτες μας έχουν συνήθως αυξημένες ανάγκες σε κεφάλαια είτε για να αντιμετωπίσουν τις τρέχουσες υποχρεώσεις τους είτε για να πραγματοποιήσουν επενδύσεις, οι οποίες θα τους αποφέρουν στο μέλλον μεγαλύτερα κέρδη. Έτσι, χωρίς να παραγνωρίζεται η σημασία των υπόλοιπων παροχών που προσφέρονται, η διενέργεια χρηματοδοτήσεων καθίσταται ο κυριότερος ίσως μοχλός που επιτρέπει στις τράπεζες να αναπτύσσουν συνεργασίες με ολοένα και περισσότερους πελάτες.

Εκτός λοιπόν, από το πρωτογενές κέρδος που έχουν οι τράπεζες από τη διαφορά μεταξύ επιτοκίων καταθέσεων και χορηγήσεων, αποκομίζουν οφέλη και από την ανάθεση σ' αυτές και των άλλων παραγωγικών εργασιών του πελάτη. Τα οφέλη αυτά μπορεί να είναι τόσο σημαντικά, ώστε σε ακραίες περιπτώσεις οι τράπεζες προσφέρουν επιτόκια χορηγήσεων με οριακό μόνο κέρδος ή ακόμα και ζημία τους, προκειμένου να αναλάβουν τις λοιπές παραγωγικές εργασίες του πελάτη, οι οποίες, εκ των πραγμάτων, θα αποφέρουν προμήθειες διαμεσολάβησης με μηδενικό κίνδυνο.

Χαρακτηριστικό της σημασίας που δίνεται στην αντίληψη των λοιπών παραγωγικών εργασιών του πελάτη, είναι ότι κατά κανόνα οι τράπεζες δεν χρηματοδοτούν τους πελάτες τους σε ποσοστό μεγαλύτερο από τις παραγωγικές εργασίες που τους αναθέτουν σε σχέση με τον ανταγωνισμό. Θα της προτείνουμε να μας αναθέσει το σύνολο των εξαγωγών της αλλά και των άλλων παραγωγικών εργασιών που αναθέτει σε άλλες τράπεζες, και, εφόσον αυτό δεν γίνει αποδεκτό, θα προχωρήσουμε κατά πάσα πιθανότητα στη σταδιακή μείωση των χρηματοδοτήσεων της, ώστε να μην της παρακαλέσουμε μεν ταμιακά προβλήματα, τελικά όμως οι χρηματοδοτήσεις της να αντιστοιχούν στο ποσοστό των παραγωγικών εργασιών που μας έχει εκχωρήσει.

2.4.1. Η λειτουργία και ο στόχος των υπηρεσιών χρηματοδοτήσεων των τραπεζών

Οι τράπεζες λοιπόν ενδιαφέρονται ιδιαίτερα για τη διενέργεια χρηματοδοτήσεων. Η ανάπτυξη των χρηματοδοτήσεων θα ήταν πολύ εύκολη, δεδομένου ότι όλος ο επιχειρηματικός κόσμος αλλά και οι ιδιώτες αναζητούν πηγές κεφαλαίων. Το πρόβλημα επομένως για τις τράπεζες δεν είναι η αύξηση των χρηματοδοτήσεών τους αλλά η διενέργεια ασφαλών χρηματοδοτήσεων.

Η χορήγηση δανείων που θα παρουσιάσουν καθυστέρηση στην εξόφλησή τους ή και τελικά δεν θα εισπραχθούν συνιστά για τις τράπεζες, όπως είναι κατανοητό, ζημίες που όχι μόνο μειώνουν τα κέρδη τους αλλά επιβαρύνουν και τη καθαρή τους θέση. Δεν είναι σπάνιο το φαινόμενο, σε παγκόσμιο επίπεδο, τράπεζες να αδυνατούν να πάρουν τις επιθυμητές γι' αυτές επιχειρηματικές αποφάσεις ή ακόμη και να κλείνουν, λόγω σωρευμένων επισφαλών απαιτήσεων.

Έτσι για την χρηματοδοτική λειτουργία των τραπεζών έχει αναπτυχθεί ένας ισχυρός μηχανισμός σε κάθε τράπεζα που περιλαμβάνει τους απλούς υπαλλήλους της πρώτης γραμμής, τις τεχνικές και τις νομικές υπηρεσίες της, τα ανώτερα εγκριτικά όργανα και το διοικητικό της συμβούλιο. Απαιτείται συνεργασία όλων των ανωτέρω και ανάλογα με το ύψος της χρηματοδότησης λαμβάνονται οι αποφάσεις. Στη συνέχεια, παρακολουθείται η ομαλή ρευστοποίηση των δανείων. Μέσω της διαδικασίας που περιγράφηκε υλοποιούνται οι χρηματοδοτικές αποφάσεις της τράπεζας, κατά τη στρατηγική που έχει χαράξει, η οποία με τη σειρά της κινείται εντός των πλαισίων που καθορίζονται από το κράτος μέσω των νόμων, των εγκυκλίων της Τραπεζής της Ελλάδος και του γενικότερου θεσμικού πλαισίου που διαμορφώνεται.

2.5. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ

Το χρηματοπιστωτικό σύστημα, ασχολείται με τη διαχείριση των ρευστών διαθεσίμων της οικονομίας, μεσολαβώντας και εξασφαλίζοντας την απρόσκοπτη ροή και την ομαλή κατανομή των χρηματικών πόρων προς τις ελλειμματικές οικονομικές μονάδες, ώστε να ικανοποιούνται αποτελεσματικότερα οι ανάγκες της οικονομίας. Η συμμετοχή των πιστωτικών ιδρυμάτων στη διαδικασία αυτή χαρακτηρίζεται ως διαμεσολάβηση.

Η διαμεσολαβητική λειτουργία των τραπεζών αποτυπώνεται στη σύνθεση των στοιχείων του ισολογισμού τους. Στο παθητικό τους, εκτός από τα ίδια κεφάλαια και της πάσης φύσεως υποχρεώσεις, εμφανίζονται και οι κάθε μορφής καταθέσεις που έχουν αποδεχτεί αυτές και τα λοιπά «επιστρεπτέα κεφάλαια».

Στο ενεργητικό τους, πέρα από τα πάγια περιουσιακά στοιχεία και τα ταμειακά και λοιπά διαθέσιμα, εμφανίζονται και οι χρηματοδοτήσεις που έχουν πραγματοποιήσει. Καταθέσεις και χρηματοδοτήσεις εμφανίζουν διαφορετικό βαθμό ρευστότητας. Οι καταθέσεις ενδέχεται να μεταβληθούν με μεγαλύτερη ταχύτητα από τις χρηματοδοτήσεις, η ημερομηνία των οποίων είναι συχνά προκαθορισμένη. Στην πράξη όμως αποδεικνύεται ότι οι τράπεζες, εξαιτίας της αδράνειας που παρουσιάζει ένα μεγάλο μέρος των συνολικών καταθέσεων, είναι σε θέση να μετατρέπουν τμήμα των άμεσα αναλήψιμων καταθέσεων, σε σαφώς μεγαλύτερης διάρκειας απαιτήσεις-χρηματοδοτήσεις. Η δυνατότητα αυτή των πιστωτικών ιδρυμάτων να μετατρέπουν της μικρής διάρκειας υποχρεώσεις τους (καταθέσεις), σε μεγαλύτερης διάρκειας απαιτήσεις (χρηματοδοτήσεις), ονομάζεται μετατροπή.

Ο τρόπος με τον οποίο οι τράπεζες πορίζονται κεφάλαια και διαμεσολαβούν στην οικονομία, αποτελεί έναν αποφασιστικής σημασίας παράγοντα στη διαμόρφωση της χρηματοδοτικής τους λειτουργίας. Ο παράγοντας αυτός είναι ορατός και άμεσα μετρήσιμος, δεν είναι, όμως, ο μόνος. Υπάρχουν και άλλοι παράγοντες που επηρεάζουν τη διαμόρφωση της χρηματοδοτικής λειτουργίας των τραπεζών, «ποιοτικής» μάλλον, παρά ποσοτικής μορφής.⁴

2.5.1. Ο Παράγοντας «Χρόνος»

Όπως έχει αναφερθεί, με τη διαδικασία της μετατροπής οι τράπεζες μετασχηματίζουν υποχρεώσεις τους, οι οποίες μπορεί να είναι άμεσα απαιτητές, σε απαιτήσεις που η εξόφλησή τους τοποθετείται στο άμεσο ή απώτερο μέλλον. Όσο μεγαλύτερη είναι η περίοδος εξόφλησης, τόσο η πρόβλεψη των εξελίξεων γίνεται δυσκολότερη. Οι μακράς διάρκειας χρηματοδοτήσεις παρουσιάζουν αυξημένους κινδύνους, δεδομένου ότι εκτυλίσσονται για χρονική περίοδο, που καθιστά αδύνατη την πρόβλεψη της εξέλιξης όλων των οικονομικών, επαγγελματικών, επιχειρηματικών και λοιπών παραμέτρων που ελήφθησαν υπόψη όταν αποφασίζονταν. Οι δυνατότητες, δηλαδή, πρόβλεψης του κινδύνου είναι αντιστρόφως ανάλογες προς τη διάρκεια της χρηματοδότησης.

Ο παράγοντας «χρόνος», συνεπώς εισάγει ένα σημαντικό στοιχείο αβεβαιότητας στην εξέλιξη της δραστηριότητας των πιστωτικών και γενικότερα των χρηματοπιστωτικών οργανισμών. Η αντιμετώπιση των αβεβαιοτήτων αυτών, δεν είναι δυνατόν να αφεθεί στην τύχη. Τα πιστωτικά ιδρύματα είναι υποχρεωμένα να εργάζονται συνεχώς, υπό τους περιορισμούς που εισάγει ο παράγοντας «χρόνος» και να υποτάσσουν προκαταβολικά την έκταση και τη δομή της πιστοδοτικής τους πολιτικής στους περιορισμούς που επιβάλλει η αδυναμία πρόβλεψης των οικονομικών, πολιτικών και λοιπών εξελίξεων σε βάθος χρόνου.

⁴ Δελάκη Β., διπλωματική εργασία με θέμα «Μια σύγχρονη προσέγγιση περί καταναλωτικών χορηγήσεων», Πειραιάς, 2005, σελ. 29-31

2.5.2. Η Έννοια του «Κινδύνου»

Συναφής με τον παράγοντα «χρόνος» είναι και η έννοια του κινδύνου. Με την έννοια «κίνδυνος» ή «κίνδυνοι», σηματοδοτείται το σύνολο των απρόβλεπτων γεγονότων και εξελίξεων, τα οποία μπορούν να επηρεάσουν την ομαλή εξέλιξη και κατά συνέπεια, την εξόφληση μιας απαίτησης πιστωτικού ιδρύματος. Τέτοιοι κίνδυνοι μπορεί να είναι πολιτικά ή οικονομικά γεγονότα, φυσικές καταστροφές, μεταστροφές των αγορών, χρεοκοπίες, ανεπιτυχείς διαδοχές, θάνατοι των οφειλετών κλπ. Βάση της πιστοδοτικής πολιτικής των τραπεζών είναι η εξαρχής στάθμιση των κινδύνων που αναλαμβάνουν και η λήψη όλων των αναγκαίων προληπτικών μέτρων που, αν δεν εξασφαλίζουν, τουλάχιστον περιορίζουν τους κινδύνους αυτούς. Στην καθημερινή πρακτική γίνεται ομόφωνα αποδεκτό ότι η εκμηδένιση των κινδύνων είναι αδύνατη, με άλλα λόγια, ένα ποσοστό των χρηματοδοτήσεων δεν θα καταστεί δυνατόν να εξοφληθεί, ή στην καλύτερη περίπτωση, δεν θα εξοφληθεί ολοκληρωτικά. Το πρόβλημα συνίσταται ακριβώς στο ποιο θα είναι το ποσοστό αυτό. Προσπάθεια εκμηδενισμού του, σημαίνει φειδωλή, αν όχι ανύπαρκτη χρηματοδοτική πολιτική από την πλευρά του χρηματοπιστωτικού ιδρύματος, γεγονός που ακυρώνει και τον λόγο ύπαρξής του.

2.5.3. Το Θεσμικό Πλαίσιο – Ρυθμιστικές Παρεμβάσεις

Η σημασία για την οικονομία της εύρυθμης λειτουργίας του χρηματοπιστωτικού συστήματος, έχει οδηγήσει τις κυβερνήσεις και τις εποπτεύουσες αρχές να θεσπίζουν, συχνά, λεπτομερείς και ανελαστικούς κανόνες άσκησης της χρηματοδοτικής λειτουργίας των πιστωτικών οργανισμών. Το καθεστώς εποπτείας της λειτουργίας των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων, συνήθως, θέτει – πρόσκαιρα αλλά και μονιμότερα – περιοριστικούς όρους, συχνά ανυπέρβλητους, στην μορφή και την έκταση των πρωτοβουλιών που μπορούν να αναπτύξουν οι τράπεζες κατά την άσκηση της χρηματοδοτικής τους δραστηριότητας.

Εκτός, όμως, των περιορισμών που μπορούν να θέτουν γενικές ρυθμιστικές διατάξεις, η χρηματοδοτική δραστηριότητα των τραπεζών επηρεάζεται και από πρόσκαιρα και μεταβαλλόμενα μέτρα νομισματικής πολιτικής, τα οποία λαμβάνονται από τις νομισματικές αρχές και στοχεύουν στη διατήρηση της νομισματικής και δημοσιονομικής σταθερότητας, στην καταπολέμηση του πληθωρισμού και την προώθηση της οικονομικής ανάπτυξης. Τα μέτρα αυτά λειτουργούν μέσω το άμεσου επηρεασμού του κόστους και της αποδοτικότητας των χρηματοδοτήσεων.

Η ύπαρξη των παραπάνω παραγόντων, είναι φυσικό να επηρεάζει τα όρια και την έκταση άσκησης της χρηματοδοτικής πολιτικής των τραπεζών.

2.6. ΓΕΝΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

Όλες οι ιδιαιτερότητες και οι παράγοντες που επηρεάζουν τη χρηματοδοτική πολιτική των τραπεζών συγκεκριμενοποιούνται και περιγράφονται σε ορισμένες βασικές αρχές, που εξασφαλίζουν την ομαλή λειτουργία τους και τα καλύτερα αποτελέσματα, και πρέπει να τηρούνται απαρέγκλιτα από αυτές. Συνοπτικά, πρόκειται για την:⁵

- A. Αρχή της ρευστότητας
- B. Αρχή της ασφάλειας
- Γ. Αρχή της κατανομής κινδύνων
- Δ. Αρχή της ενημερότητας
- E. Αρχή της αποδοτικότητας

⁵ Bartle J, Boffey R., Sathye M., Vincent M., Credit analysis and lending management, Wiley, Australia, 2003, σελ. 5

A) Αρχή της Ρευστότητας

Τα άτομα, οι επιχειρήσεις και το Δημόσιο πρέπει να είναι σε θέση να εκπληρώνουν έγκαιρα τις τρέχουσες υποχρεώσεις τους. Η δυνατότητα αυτή, δηλαδή η εμπρόθεσμη αποπληρωμή των χρηματικών υποχρεώσεων, χαρακτηρίζεται ως ταμειακή επάρκεια ή ρευστότητα.

Για τις τράπεζες, η ρευστότητα έχει την ίδια έννοια, σε εντελώς άλλες διαστάσεις. Κάθε οφειλέτης έχει τη δυνατότητα, μέσα σε ορισμένα όρια, να αναβάλλει την πράξη πληρωμής. Κανένας χρηματοπιστωτικός οργανισμός δεν έχει αυτή τη δυνατότητα. Όποια τράπεζα δεν είναι σε θέση να ικανοποιήσει την επιθυμία ανάληψης μετρητών από τους καταθέτες της, διατρέχει άμεσο κίνδυνο κατάρρευσης, λόγω απώλειας της εμπιστοσύνης του κοινού.

Από την άλλη πλευρά βέβαια, καμία τράπεζα δεν θα ήταν σε θέση να επιβιώσει, αν λειτουργούσε με την υπόθεση ότι το σύνολο των καταθέσεων σε αυτήν, πρόκειται να αναληφθεί μονομιάς και τούτο διότι, σε μια τέτοια περίπτωση, όχι μόνο δεν θα ήταν σε θέση να επιδοθεί στην εξίσου ζωτική λειτουργία της χρηματοδότησης, αλλά θα έμενε και χωρίς έσοδα.

Στα πλαίσια της χρηματοδοτικής λειτουργίας, η έννοια της ρευστότητας συνδέεται με την ομαλή και αδιάκοπη εισροή στα ταμεία της τράπεζας, κεφαλαίων που προέρχονται από την εξυπηρέτηση των χρηματοδοτήσεων, την είσπραξη δηλαδή, έγκαιρα και εμπρόθεσμα, των απαιτήσεων που υφίστανται σε βάρος της πελατείας. Με τον τρόπο αυτό, προσαρμόζεται σε καθημερινή, εάν είναι εφικτό, βάση, το ύψος των χρηματοδοτήσεων προς τα διαθέσιμα κεφάλαια, ώστε να περιορίζεται ο κίνδυνος από απρόβλεπτες βραχυπρόθεσμες μεταβολές της οικονομικής συγκυρίας.

Στις οργανωμένες χρηματοπιστωτικές αγορές αναπτύσσονται μηχανισμοί ρύθμισης και προσανατολισμού των πόρων, προκειμένου η οικονομία να αποκτά επαρκή ευελιξία και ελαστικότητα, ώστε να προστατεύεται η ευστάθεια του συστήματος. Η πρώτη γραμμή άμυνας, πάντως, βρίσκεται στη συνετή και εύκαμπτη πολιτική χρηματοδότησης κάθε χρηματοπιστωτικού ιδρύματος, δεδομένου ότι, η έκτακτη προσφυγή σε εξωτερικές πηγές χρηματοδότησης έχει αυξημένο κόστος. Αντίστροφα, μια ιδιαίτερα συντηρητική πολιτική ρευστότητας, η διατήρηση, δηλαδή, δυσανάλογα ψηλών ταμειακών ή άλλων άμεσα κινητοποιήσιμων διαθεσίμων, εξουδετερώνει παραγωγικούς πόρους και έχει σοβαρές επιπτώσεις στην αποδοτικότητα.

Η αρχή της ρευστότητας, τελικά, συνεπάγεται ότι κάθε χρηματοπιστωτικό ίδρυμα, οφείλει να είναι σε θέση να καλύπτει τις υποχρεώσεις της προς τους καταθέτες ή τους δικαιούχους κάθε άλλης μορφής.

B) Αρχή της Ασφάλειας

Η ασφαλής διαχείριση των περιουσιακών στοιχείων είναι η δεύτερη αρχή λειτουργίας των τραπεζών. Η έννοια της ασφάλειας είναι σύμφυτη με την ύπαρξη των πιστωτικών ιδρυμάτων, δεδομένου ότι η τελευταία βασίζεται στη γενικευμένη αποδοχή και εμπιστοσύνη του κοινού. Είναι έννοια συγγενής με εκείνη της ρευστότητας, από την άποψη ότι η υπερβολική επιδίωξή της έχει επιζήμιες συνέπειες στη λειτουργία και αποδοτικότητα των τραπεζών.⁶

Βασικής σημασίας στοιχεία της ασφάλειας συνιστούν το είδος, το ύψος και η κατανομή των αναλαμβανόμενων κινδύνων κάθε μορφής. Η ασφάλεια, όπως και η ρευστότητα, εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την ικανότητα ορθής διαχείρισης των στοιχείων του ενεργητικού και του παθητικού ή ακριβέστερα, των στοιχείων

⁶ Δελάκη Β., διπλωματική εργασία με θέμα «Μια σύγχρονη προσέγγιση περί καταναλωτικών χορηγήσεων», Πειραιάς, 2005, σελ. 33-35

του ενεργητικού (χρηματοδοτήσεις) σε συνάρτηση με τη σύνθεση του παθητικού, την προέλευση δηλαδή των διαθέσιμων κεφαλαίων.

Η ευθύνη διαχείρισης των ρευστών διαθεσίμων της οικονομίας επιβάλλει στις τράπεζες και τα χρηματοδοτικά ιδρύματα να λαμβάνουν όλα τα αναγκαία μέτρα, ώστε η διαχείριση αυτή να γίνεται κατά τον ασφαλέστερο τρόπο. Η ευθύνη τους, όμως, είναι μεγαλύτερη στον τομέα της χρηματοδοτικής πρακτικής, λόγω των αβεβαιοτήτων που αυτή συνεπάγεται, όπως έχει ήδη εκτεθεί προγενέστερα. Η οικονομική ευρωστία μιας οικονομικής μονάδας, οι προοπτικές της και η εντιμότητα ή η συνέπεια των φορέων της δεν αρκούν για να εγγυηθούν την ασφάλεια μιας χρηματοδότησης, ανεξάρτητα από τη διάρκειά της. Για τον λόγο αυτό, οι τράπεζες είναι συχνά υποχρεωμένες να συνδυάζουν την παροχή χρηματοδοτήσεων με τη λήψη πρόσθετων εξασφαλίσεων, ενοχικών ή εμπράγματων.

Η διαδικασία λήψης και διαχείρισης των εξασφαλίσεων στηρίζεται σε συγκεκριμένες διατάξεις του Αστικού και του Εμπορικού Δικαίου, τις οποίες οι ενέχοντες με τη διενέργεια χρηματοδοτήσεων θα πρέπει να γνωρίζουν σε αρκετό βάθος. Αν και τα θέματα αυτά δεν μπορούν να αναπτυχθούν στα πλαίσια της συγκεκριμένης εργασίας, ενδεικτικά αναφέρονται τα ακόλουθα:⁷

Ενοχικές εξασφαλίσεις: είναι κυρίως εκείνες που λαμβάνονται με τη μορφή εγγυήσεων. Με τη σύμβαση της εγγύησης (άρθρο 847 Α.Κ.) ο εγγυητής αναλαμβάνει την ευθύνη έναντι του δανειστή ότι θα καταβληθεί η οφειλή. Για να υπάρξει εγγύηση χρειάζεται να υπάρξει έγγραφη δήλωση του εγγυητή. Η εγγύηση μπορεί να καλύπτει μέλλουσες οφειλές ή υπό αίρεση. Είναι σχέση

⁷ Δελάκη Β., διπλωματική εργασία με θέμα «Μια σύγχρονη προσέγγιση περί καταναλωτικών χορηγήσεων», Πειραιάς, 2005, σελ. 34-35

παρεπόμενη, δηλαδή αν αποσβεστεί η κύρια οφειλή, τότε μόνο μπορεί να αποσβεστεί και η εγγύηση.

Εμπράγματος εξασφαλίσεις: είναι το ενέχυρο, η προσημείωση και η υποθήκη. Ενέχυρο είναι το εμπράγματο δικαίωμα επί αλλοτρίου κινητού πράγματος προς εξασφάλιση της απαίτησης του δανειστή με την προνομιακή ικανοποίησή του από την πώληση ή ιδιοποίηση του πράγματος (άρθρο 1209 Α.Κ.). Για να συσταθεί ενέχυρο σε κινητό πράγμα χρειάζεται να υπάρχει προς τούτο συμφωνία (σύμβαση) και να παραδοθεί στον δανειστή ή σε τρίτο, με την προϋπόθεση, βέβαια, ότι εκείνος που ενεχυριάζει το πράγμα έχει και την κυριότητά του.

Προσημείωση: είναι το δικαίωμα εγγραφής υποθήκης με την αναβλητική αίρεση ότι η απαίτηση του δανειστή θα επιδικαστεί και θα τελεδικήσει. Η μετατροπή της προσημείωσης σε υποθήκη γίνεται από τον υποθηκοφύλακα, αφού προσκομιστούν τα αποδεικτικά της τελεσιδικίας της απαίτησης.

Υποθήκη: είναι εμπράγματο δικαίωμα επί αλλοτρίου, ως προς το δανειστή ακινήτου για την εξασφάλιση της απαίτησης, με την προνομιακή ικανοποίηση της απαίτησης του δανειστή (άρθρο 1257 Α.Κ.). Η ικανοποίηση του δανειστή γίνεται σύμφωνα με τη σειρά εγγραφής των υποθηκών. Αν μετά την εγγραφή της υποθήκης μεταβιβαστεί η κυριότητα του ακινήτου, τότε η μεταβίβαση γίνεται με το βάρος της υποθήκης. Συνοψίζοντας, η αρχή της ασφάλειας επιβάλλει στις τράπεζες την ασφαλή τοποθέτηση των κεφαλαίων τους. Η φερεγγυότητα των πιστούχων των τραπεζών, οι εμπράγματος και λοιπές εξασφαλίσεις, οι τριτεγγυητές, αποτελούν την βάση για την τήρηση της αρχής της ασφάλειας.

Γ) Αρχή της Κατανομής των Κινδύνων

Η αδυναμία ολοκληρωτικής εξάλειψης των κινδύνων έχει επιβάλλει στην χρηματοδοτική πρακτική των τραπεζών την λεγόμενη αρχή της κατανομής ή του

καταμερισμού των κινδύνων. Η αρχή αυτή συνεπάγεται τη διενέργεια μεγάλου αριθμού χρηματοδοτήσεων, που παρουσιάζουν μεγάλη ποικιλία από πλευράς χρηματοδοτούμενων κλάδων της οικονομίας, από πλευράς διάρκειας χρηματοδότησης, εξασφαλίσεων και φυσικά ύψους δεσμευμένων κεφαλαίων, ανάλογα με το μέγεθος, την εμπειρία και την ευρωστία κάθε τράπεζας ή χρηματοδοτικού ιδρύματος.⁸

Η άσκηση, όμως, μιας τέτοιας πολιτικής είναι προφανές ότι θέτει περιοριστικά όρια στην άσκηση της χρηματοδοτικής δραστηριότητας. Η αρχή της κατανομής των κινδύνων συνεπάγεται ότι η τράπεζα πρέπει να επιδιώκει την κατανομή των πιστοδοτήσεών της σε πολλά και όχι σε λίγα πρόσωπα (διασπορά κινδύνου). Η αρχή αυτή συνδυάζεται με την αρχή της ασφάλειας.

Δ) Αρχή της Ενημερότητας

Η αρχή της ενημερότητας επιβάλλει στις τράπεζες να παρακολουθούν τόσο τις εξελίξεις σε κάθε τομέα της οικονομικής δραστηριότητας. Επιπλέον, κάθε τράπεζα πρέπει να ενημερώνεται συνεχώς για την πορεία κάθε πιστούχου της.

Η γνώση των οικονομικών στοιχείων των πιστούχων, η ανάλυση των στοιχείων αυτών, καθώς και η συνεχής παρακολούθηση της δράσης τους, αποτελούν δεδομένα, τα οποία συντελούν στη διαμόρφωση της κατάλληλης χρηματοδοτικής τραπεζικής πολιτικής.

Ε) Αρχή της Αποδοτικότητας

Τα πιστωτικά ιδρύματα, ανεξάρτητα από το ιδιοκτησιακό τους καθεστώς, είναι ποριστικοί οργανισμοί, επιδιώκουν δηλαδή το κέρδος. Ο λόγος είναι προφανής για

⁸ Δελάκη Β., διπλωματική εργασία με θέμα «Μια σύγχρονη προσέγγιση περί καταναλωτικών χορηγήσεων», Πειραιάς, 2005, σελ. 36

όσα πιστωτικά ιδρύματα είναι ιδιωτικά. Ερχόμενοι στον δημόσιο ή κρατικοποιημένο τομέα, οι τράπεζες είναι υποχρεωμένες να πραγματοποιούν ένα λογικό επίπεδο κερδών, ως ένδειξη επιτυχημένης διαχείρισης.⁹

Είναι δύσκολο να φανταστεί κανείς πώς μπορεί να επιβιώσει μια τράπεζα, έστω και κρατική, η οποία εμφανίζει για σειρά χρήσεων αρνητικά αποτελέσματα. Τα κέρδη που επιτυγχάνονται πρέπει να είναι ανάλογα τόσο με το ύψος των διαχειριζόμενων κεφαλαίων, όσο και με εκείνα των ανταγωνιστικών ιδρυμάτων.

Η συνολική αποδοτικότητα των πιστωτικών ιδρυμάτων εξαρτάται από πολλούς παράγοντες, όπως η σύνθεση του ενεργητικού και παθητικού, το ύψος των μέσων επιτοκίων καταθέσεων και χορηγήσεων, η ακολουθούμενη πολιτική ρευστότητας και ασφάλειας των χρηματοδοτήσεων, οι ρυθμιστικές παρεμβάσεις – γενικές ή εξειδικευμένες – των νομισματικών αρχών, η έκταση των λοιπών – πλην τόκων – εσόδων και η δυνατότητα των διοικήσεων να ελέγχουν τα γενικά έξοδα και την παραγωγικότητα των ιδρυμάτων τους.

Στο επίπεδο της χρηματοδοτικής πολιτικής, η αρχή της αποδοτικότητας συγκεκριμενοποιείται στην πραγματοποίηση ενός λογικού θετικού περιθωρίου κέρδους ανάμεσα στο συνολικό κόστος και τις προσόδους από κάθε μορφής χρηματοδότηση. Η διαφορά ανάμεσα σε χρεωστικά και πιστωτικά επιτόκια είναι σαφώς ένας ουσιαστικός παράγοντας που διαμορφώνει την αποδοτικότητα, δεν είναι όμως ο μόνος. Το κόστος επιβαρύνεται και από τις δαπάνες επεξεργασίας, προετοιμασίας και παρακολούθησης της χρηματοδότησης, την ομαλή εξέλιξή της, την εμπλοκή ή όχι και άλλων υπηρεσιών (π.χ. νομικών, τεχνικών), την αποτελεσματικότητα και την παραγωγικότητα των διαδικασιών κλπ.

⁹ Bartle J, Boffey R., Sathye M., Vincent M., Credit analysis and lending management, Wiley, Australia, 2003, σελ. 5

Η αποδοτικότητα, από την άλλη πλευρά, μπορεί να αυξάνει έμμεσα, αν η χρηματοδοτική δραστηριότητα μπορεί να αποτελέσει την αφετηρία για τη σύσφιξη των σχέσεων με την πελατεία, ώστε να διευρύνεται το προσφερόμενο φάσμα υπηρεσιών. Στο σημείο αυτό, πρέπει να διευκρινιστεί ότι η διερεύνηση της αποδοτικότητας γίνεται στο στενό πλαίσιο της τραπεζικής λειτουργίας και όχι σε επίπεδο ενοποιημένου ισολογισμού συγκροτήματος επιχειρήσεων, που ενδεχομένως μια τράπεζα ελέγχει. Εξετάζονται, δηλαδή, τα αποτελέσματα της καθαρά διαμεσολαβητικής εργασίας στη διαχείριση των ρευστών διαθεσίμων της πελατείας, του εφοδιασμού της με μέσα πληρωμών και των μεσολαβητικών υπηρεσιών της.

Ανακεφαλαιώνοντας πρέπει να σημειωθεί ότι η σύμμετρη και ταυτόχρονη εφαρμογή των προαναφερθέντων αρχών εξασφαλίζει το καλύτερο οικονομικό αποτέλεσμα, χωρίς να διακινδυνεύουν τα μονιμότερα συμφέροντα της τράπεζας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Ο ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

3.1. ΓΕΝΙΚΑ

Μέχρι τα μέσα του 1980 το ελληνικό τραπεζικό σύστημα λειτουργούσε εντός ενός ισχυρά ελεγχόμενου από την Κεντρική Τράπεζα περιβάλλοντος, το οποίο είχε προκαλέσει σημαντικές παραμορφώσεις και μεγάλη ανεπάρκεια στο ελληνικό χρηματοοικονομικό σύστημα. Χαρακτηριστικοί περιορισμοί ήταν οι περιορισμοί στην ανάπτυξη νέων χρηματοοικονομικών προϊόντων, η ρύθμιση των επιτοκίων, σύνθετοι πιστωτικοί κανονισμοί που καθόριζαν τα επιτόκια των δανείων κ.α.

Η λειτουργία του τραπεζικού τομέα ήταν κάτω από την τόσο έντονη κυριαρχία και εποπτεία των νομισματικών αρχών που ο ανταγωνισμός στην ελληνική τραπεζική αγορά ήταν σχεδόν ανύπαρκτος. Η Τράπεζα της Ελλάδος, η Εθνική Τράπεζα και η Εμπορική Τράπεζα της Ελλάδας ήταν σχεδόν οι μόνοι κυρίαρχοι παίκτες της τραπεζικής βιομηχανίας.

Σαν συνέπεια, οι τράπεζες απείχαν από την υιοθέτηση νέων μορφών τεχνολογίας εξαιτίας της απουσίας του ανταγωνισμού. Στα τέλη της δεκαετίας του 1980, το ελληνικό τραπεζικό σύστημα σταδιακά μετακινήθηκε προς ένα πιο απελευθερωμένο σύστημα, εξαιτίας των διεθνών εξελίξεων και την ανάγκη για συμμετοχή στην Ενιαία Ευρωπαϊκή αγορά και στην ΟΝΕ. Στη δεκαετία του 1990, το ελληνικό τραπεζικό σύστημα επηρεάστηκε από την εναρμόνιση των εθνικών κανόνων και ιδιαίτερα από την θέσπιση της Δεύτερης Τραπεζικής Οδηγίας το 1992, η οποία αποσκοπούσε στην διευκόλυνση της απελευθέρωσης των

χρηματοπιστωτικών αγορών και της λειτουργίας των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων σε όλο το εύρος της ενοποιημένης ευρωπαϊκής αγοράς.¹⁰

Στη σημερινή επιχειρηματική πραγματικότητα ο τραπεζικός κλάδος αναπτύσσεται διαρκώς και αποτελεί έναν από τους πιο κερδοφόρους κλάδους της Ελληνικής οικονομίας. Την τελευταία δεκαετία, οι αλλαγές που πραγματοποιούνται στο σύνολο των χρηματοπιστωτικών οργανισμών, είναι ριζικές και ειδικότερα το φαινόμενο των εξαγορών και των συγχωνεύσεων έχει πάρει τεράστιες διαστάσεις και στο Ελληνικό τραπεζικό σύστημα.

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

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο θα γίνει αναφορά στη δομή του ελληνικού τραπεζικού συστήματος, θα αναλυθεί η σταθερότητα του τραπεζικού συστήματος, θα γίνει σύγκριση του ελληνικού τραπεζικού τομέα με την ευρωζώνη, θα αναλυθούν οι αιτίες επέκτασης των ελληνικών τραπεζών προς τις νέες αγορές της κεντρικής και ανατολικής Ευρώπης και τέλος θα περιγραφεί η συμβολή του ελληνικού τραπεζικού συστήματος στην ελληνική οικονομία και κοινωνία γενικότερα.

¹⁰ Rezitis A. N., "Productivity growth in the Greek banking industry: a non parametric approach", Journal of Applied Economics, Vol IX, May 2006

3.2. ΔΟΜΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ

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

A) **Κεντρική Τράπεζα της Ελλάδος**: Λειτουργεί ως η κεντρική Τράπεζα της χώρας, είναι μέλος του Ευρωπαϊκού Συστήματος Κεντρικών Τραπεζών (ΕΣΚΤ) και πρωταρχικός της σκοπός είναι η επιδίωξη της σταθερότητας των τιμών. Είναι υπεύθυνη για την ομαλή λειτουργία της τραπεζικής αγοράς και είναι αυτή που εφαρμόζει την εκάστοτε νομισματική πολιτική που πρέπει να ακολουθηθεί.¹¹

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

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

¹¹ Πετράκης Π. Ε., Χρηματοοικονομική Διοίκηση και Τραπεζική Οικονομική, τόμος Β', Εκδόσεις Πετράκης, Αθήνα, 2002, σελ. 91-92

Δ) **Ειδικοί πιστωτικοί οργανισμοί:** όπως το Ταμείο Παρακαταθηκών και Δανείων, το Ταχυδρομικό Ταμιευτήριο κ.ά. διεξάγουν συγκεκριμένες τραπεζικές εργασίας σε περιορισμένη κλίμακα.

Σύμφωνα με πρόσφατη σχετική δημοσίευση της Τράπεζας της Ελλάδος, τραπεζικά προϊόντα και υπηρεσίες προσφέρονται σήμερα στην Ελλάδα από 397 πιστωτικούς οργανισμούς, τους οποίους η Τράπεζα της Ελλάδος ταξινομεί ως εξής:¹²

- 64 πιστωτικά ιδρύματα με έδρα ή υποκατάστημα στην Ελλάδα (35 πιστωτικά ιδρύματα που έχουν έδρα στην Ελλάδα, 23 υποκαταστήματα πιστωτικών ιδρυμάτων που έχουν έδρα σε άλλο κράτος μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης, 5 υποκαταστήματα πιστωτικών ιδρυμάτων που έχουν έδρα εκτός της Ευρωπαϊκής Ένωσης και εποπτεύονται από την Τράπεζα της Ελλάδος, 1 πιστωτικό ίδρυμα, το Ταμείο Παρακαταθηκών και Δανείων)
- 283 πιστωτικά ιδρύματα με έδρα σε άλλο κράτος μέλος του Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου (ΕΟΧ), που παρέχουν στην Ελλάδα υπηρεσίες χωρίς εγκατάσταση
- 50 λοιπές εταιρείες του χρηματοπιστωτικού συστήματος, οι οποίες εξειδικεύονται στην παροχή συγκεκριμένων χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών και εποπτεύονται, επίσης, από την Τράπεζα της Ελλάδος.

Θα πρέπει να επισημάνουμε ότι στο Ελληνικό Τραπεζικό σύστημα υπάρχει ένας πολύ μικρός αριθμός χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων τα οποία κατέχουν μεγάλα μερίδια αγοράς στον κλάδο, δηλαδή παρατηρείται μεγάλος βαθμός συγκέντρωσης. Πιο συγκεκριμένα οι δυο μεγαλύτερες ελληνικές (Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος και Alpha Bank) κατέχουν σχεδόν το 50% στον τομέα των

¹² «Η συμβολή του τραπεζικού συστήματος στην ελληνική οικονομία», Ελληνική Ένωση Τραπεζών, Ιούλιος 2008, σελ. 11-15

χορηγήσεων και του συνόλου του Ενεργητικού, στο σύνολο του τραπεζικού κλάδου.

Επίσης, όσον αφορά τον αριθμό των καταστημάτων των τραπεζών παρατηρούμε σημαντική αύξηση τα τελευταία χρόνια (2006: 3.637, 2005: 3.543, 2001: 3.134), σε αντίθεση με την πτωτική τάση που παρατηρήθηκε τόσο στα υπόλοιπα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Από το γεγονός αυτό μπορούμε να συμπεράνουμε ότι η τραπεζική πελατεία στην Ελλάδα προτιμά την πραγματοποίηση τραπεζικών συναλλαγών μέσω των καταστημάτων.¹³

Η έντονη κρατική παρουσία στον κλάδο των τραπεζών είτε με τη μορφή ιδιοκτησίας (Εθνική τράπεζα, Αγροτική τράπεζα κ.τ.λ.), είτε με τη μορφή ελέγχου, μειώνεται με την πάροδο των χρόνων, αλλάζοντας έτσι τη δομή του Ελληνικού χρηματοπιστωτικού συστήματος. Πιο συγκεκριμένα, επιταχύνεται η ανάπτυξη των τραπεζικών ιδρυμάτων, χωρίς την επιβολή κρατικών παρεμβάσεων και περιορισμών, και με αυτόν τον τρόπο γίνονται πιο ανταγωνιστικά στο διεθνές τραπεζικό περιβάλλον.

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

¹³ «Η συμβολή του τραπεζικού συστήματος στην ελληνική οικονομία», Ελληνική Ένωση Τραπεζών, Ιούλιος 2008, σελ. 11-15

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

Με την δημιουργία νέων καναλιών διανομής και πώλησης των τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών, των λεγόμενων εναλλακτικών δικτύων (ATM' s, internet banking, phone banking , mobile banking) έχει επέλθει μια ολοκληρωτική επανάσταση στον τραπεζικό χώρο, ο οποίος πλέον είναι σε θέση να εξυπηρετήσει τους πελάτες 24 ώρες την ημέρα, 7 ημέρες την εβδομάδα και 365 ημέρες τον χρόνο. Αν και διεύρυνση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (e- banking) στον Ελλαδικό χώρο, δεν ήταν αντίστοιχη με ορισμένες αναπτυγμένες χώρες του εξωτερικού (π.χ. Η.Π.Α., Σκανδιναβικές χώρες), παρ' όλα αυτά κρίνεται ικανοποιητική και με τάση αυξητική για το μέλλον. Αυτή τη στιγμή, υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Ελλάδα προσφέρουν 17 εμπορικές τράπεζες και 2 συνεταιριστικές τράπεζες. Στη συνέχεια, παρουσιάζονται οι προσφερόμενες υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής μέσω διαδικτύου (internet banking) από κάθε χρηματοπιστωτικό οργανισμό ξεχωριστά.

3.3. ΣΤΑΘΕΡΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ

Σύμφωνα με στοιχεία της τελευταίας έκθεσης του Διοικητή της Τράπεζας της Ελλάδος, το ελληνικό πιστωτικό σύστημα χαρακτηρίζεται από υψηλό βαθμό

σταθερότητας παρά τη συνεχιζόμενη διεθνή χρηματοπιστωτική αναταραχή. Οι επιπτώσεις ήταν κατά το 2007 περιορισμένες και κυρίως έμμεσες, καθώς οι ελληνικές τράπεζες είχαν ελάχιστη έκθεση τόσο σε επενδυτικά προϊόντα που συνδέονται με τα στεγαστικά δάνεια προς νοικοκυριά χαμηλής πιστοληπτικής ικανότητας στις ΗΠΑ όσο και σε λοιπά προϊόντα η αποτίμηση των οποίων επηρεάστηκε από την αβεβαιότητα που επικράτησε στις αγορές διεθνώς. Η αποδοτικότητα και η κεφαλαιακή επάρκεια των τραπεζών διατηρήθηκαν σε ικανοποιητικό επίπεδο το 2007, συμβάλλοντας στη γενικότερη σταθερότητα του τραπεζικού συστήματος.

Όμως παρά το γεγονός ότι οι επιπτώσεις της διεθνούς κρίσης δεν έχουν φανεί ιδιαίτερα στο ελληνικό τραπεζικό σύστημα, η έντονη πιστωτική επέκταση των τελευταίων ετών και η μεγάλη επέκταση των ελληνικών τραπεζών στις νέες αγορές την κεντρικής και ανατολικής Ευρώπης κρύβουν κινδύνους: Οι τράπεζες πρέπει να είναι ιδιαίτερα προσεκτικές ως προς την διαχείριση του κινδύνου και να αναπτύσσουν κατάλληλους μηχανισμούς πρόβλεψης και μέτρησης ειδικά του πιστωτικού κινδύνου.

Ωστόσο, δεν πρέπει να παραβλέπεται το γεγονός ότι η αναταραχή στο διεθνές χρηματοπιστωτικό σύστημα έχει αποκτήσει μια δυναμική μέσω των αυτοτροφοδοτούμενων και συσχετιζόμενων μορφών κινδύνου. Ως εκ τούτου, οι επιπτώσεις της δεν αφορούν μόνο το βαθμό της άμεσης έκθεσης κάθε μεμονωμένης τράπεζας, αλλά και τον ενδεχόμενο συστημικό χαρακτήρα των κινδύνων αυτών. Η αβεβαιότητα ως προς την πιστοληπτική ικανότητα του αντισυμβαλλομένου (πιστωτικός κίνδυνος) και ως προς την αποτίμηση των τίτλων έχει συμβάλει στη σημαντική μείωση της ρευστότητας στη διατραπεζική αγορά, ενώ —σε συνδυασμό με την αλληλεξάρτηση των διαφόρων κατηγοριών κινδύνου— έχει συνέπειες για τα πιστωτικά ιδρύματα, καθώς επηρεάζει την αξιολόγηση των αποτελεσμάτων και τον τρόπο εφαρμογής των ασκήσεων

προσομοίωσης ακραίων καταστάσεων (stress tests) από τις εποπτικές αρχές. Παρόλο λοιπόν που δεν υπάρχουν ακόμη εμφανείς επιπτώσεις της διεθνούς αναταραχής στο ελληνικό τραπεζικό σύστημα, οι τράπεζες πρέπει να μελετήσουν και να προβούν στις κατάλληλες προληπτικές ή ακόμη και διορθωτικές κινήσεις για να ελαχιστοποιήσουν το δυσμενές αντίκτυπό της στον ελληνικό τραπεζικό κλάδο και στην ελληνική οικονομία γενικότερα.

Εν συνεχεία, θα αναλυθούν οι βασικοί οικονομικοί δείκτες των ελληνικών τραπεζών κερδοφορία και αποδοτικότητα, η κεφαλαιακή επάρκεια και οι τραπεζικοί κίνδυνοι, σύμφωνα με τα στοιχεία της έκθεσης του Διοικητή της Τράπεζας της Ελλάδος για το 2007 και πρόσφατα στοιχεία από την Ένωση Ελληνικών Τραπεζών.

3.3.1. Κερδοφορία και αποδοτικότητα

Παρά τις εξαιρετικά δυσμενείς διεθνείς εξελίξεις η αποδοτικότητα των ελληνικών τραπεζών διατηρήθηκε σε ικανοποιητικό επίπεδο, ιδίως για τις τράπεζες με παρουσία στο εξωτερικό. Οι ελληνικές τράπεζες με εκτεταμένη παρουσία στη Νοτιοανατολική Ευρώπη κατέγραψαν τα υψηλότερα ποσοστά κερδοφορίας, αλλά τα ποσοστά αυτά γενικώς δεν ήταν υψηλότερα από εκείνα των αντίστοιχων τραπεζών της ΕΕ. Η πιστωτική επέκταση συνέχισε να αποτελεί τον κύριο προσδιοριστικό παράγοντα της κερδοφορίας των τραπεζών, ενώ ένας πρόσθετος παράγοντας ήταν η σημαντική μείωση των προβλέψεων. Ταυτόχρονα όμως, η ταχεία πιστωτική επέκταση μπορεί να επιφέρει αυξημένους κινδύνους, ιδίως πιστωτικό κίνδυνο και, για ορισμένες τράπεζες, κίνδυνο χώρας. Από την άλλη πλευρά, η ένταση του ανταγωνισμού στην ελληνική τραπεζική αγορά (η οποία προκύπτει και από την εξέλιξη των μεριδίων αγοράς των τραπεζών) και το αυξημένο κόστος χρηματοδότησης των τραπεζών οδήγησαν το 2007 σε μικρή μείωση του καθαρού επιτοκιακού περιθωρίου σε σχέση με το 2006 (σε επίπεδο τραπεζών).

Βέβαια σύμφωνα με επισήμανση της Τράπεζας της Ελλάδος, οι τράπεζες δεν θα πρέπει να επιχειρήσουν να αντισταθμίσουν την αύξηση του κόστους χρηματοδότησής τους με περαιτέρω πιστωτική επέκταση, ιδίως προς δανειολήπτες χαμηλής πιστοληπτικής ικανότητας που επιβαρύνονται με υψηλότερο επιτόκιο δανεισμού (καθώς είναι αυξημένος ο αναλαμβανόμενος από τις τράπεζες κίνδυνος). Μια τέτοια πολιτική θα διατηρούσε ενδεχομένως την αποδοτικότητα των τραπεζών σε υψηλό επίπεδο, τουλάχιστον βραχυχρόνια, αλλά θα αύξανε κατά πολύ τον κίνδυνο μείωσής της στο μέλλον. Αυτό άλλωστε αποτελεί ένα από τα λάθη στο οποίο υπέπεσαν οι τράπεζες των ΗΠΑ που οδήγησαν σταδιακά στην διεθνή χρηματοπιστωτική αναταραχή.

Πιο συγκεκριμένα όσον αφορά την αποδοτικότητα και την κερδοφορία των ελληνικών τραπεζών κατά το 2007:¹⁴

A) Αποδοτικότητα

Οι δείκτες αποδοτικότητας ενεργητικού και ιδίων κεφαλαίων μετά από φόρους, τόσο σε επίπεδο τραπεζών όσο και σε επίπεδο ομίλων συνέχισαν κατά τη διάρκεια των τελευταίων ετών να παρουσιάζουν σταθερή αύξηση. Ειδικότερα, το 2007:

- ο δείκτης αποδοτικότητας ενεργητικού διαμορφώθηκε σε 1% (2006: 0,8%)
- ο δείκτης αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων σε 14,8% (2006: 12,8%)
- Οι αντίστοιχοι δείκτες σε επίπεδο ομίλων ανήλθαν στο 1,4% (2006: 1,1%) και 17% (2006: 14,1%)

Είναι αξιοσημείωτο το γεγονός ότι αυξήθηκε τόσο ο αριθμός των ομίλων με δείκτη αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων κάτω από 10% (2007: 4, 2006: 1, 2005:

¹⁴ Έκθεση του Διοικητή για το έτος 2007, Τράπεζα της Ελλάδος, Αθήνα, Απρίλιος 2008, σελ. 34

2) όσο και ο αριθμός των ομίλων με δείκτη αποδοτικότητας πάνω από 20% (2007: 2, 2006: 1, 2005: 1).

B) Κερδοφορία

Σύμφωνα με πρόσφατα στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος, η κερδοφορία των ελληνικών εμπορικών τραπεζών και των ομίλων τους διατηρήθηκε σε υψηλά επίπεδα κατά τη διάρκεια του 2007. Τα κέρδη (μετά από φόρους και δικαιώματα μειοψηφίας) αυξήθηκαν κατά 46,1% για τις τράπεζες και κατά 55,0% για τους ομίλους σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του 2006. Η αύξηση αυτή οφείλεται, κυρίως:¹⁵

- στην ανοδική φάση του οικονομικού κύκλου τόσο στην Ελλάδα (για δεκαπέντε συναπτά έτη) όσο και στις περισσότερες χώρες της Νοτιοανατολικής Ευρώπης, με αποτέλεσμα η πιστωτική επέκταση και η ζήτηση για χρηματοδότηση μέσω δανείων να συνεχιστεί και το 2007
- στη μηδενική σχεδόν έκθεση των ελληνικών τραπεζών σε σύνθετα επενδυτικά προϊόντα υψηλού κινδύνου, με αποτέλεσμα να μην αντιμετωπίσουν προβλήματα αντίστοιχα εκείνων που αντιμετωπίζουν πολλές τράπεζες του εξωτερικού που επλήγησαν από την πρόσφατη διεθνή χρηματοπιστωτική αναταραχή
- στα έκτακτα κέρδη τα οποία ανήλθαν σε περίπου 10% επί του συνόλου των κερδών
- στη μείωση της φορολόγησης (εξαιτίας της εφάπαξ φορολόγησης των αποθεματικών των τραπεζών και των ομίλων τους, συνολικού ύψους 316 εκατομμύρια ευρώ κατά το 2006)

¹⁵ Έκθεση του Διοικητή για το έτος 2007, Τράπεζα της Ελλάδος, Αθήνα, Απρίλιος 2008, σελ. 35-36

3.3.2. Κεφαλαιακή Επάρκεια

Η εξέλιξη της αποδοτικότητας συνέβαλε και στην περαιτέρω ενίσχυση των ιδίων κεφαλαίων των τραπεζών, ωστόσο ο ρυθμός αύξησης των ιδίων κεφαλαίων υπολείπεται του ρυθμού αύξησης του σταθμισμένου ως προς τον κίνδυνο ενεργητικού σε επίπεδο τραπεζών και ιδίως σε επίπεδο ομίλων. Ο Δείκτης Κεφαλαιακής Επάρκειας των ελληνικών τραπεζικών ομίλων το 2007 εμφάνισε μείωση σε σχέση με το 2006 και διαμορφώθηκε στο 11,2%, έναντι 12,2% στο τέλος του 2006. Το επίπεδο αυτό, αν και υποχώρησε επί δεύτερο συνεχές έτος, εξακολουθεί να παρέχει ικανοποιητικό περιθώριο για τη διασφάλιση της σταθερότητας του τραπεζικού συστήματος και να είναι ανάλογο με αυτό που καταγράφεται για τις μεγάλες τράπεζες της ΕΕ (11,1%, σύμφωνα με στοιχεία του πρώτου εξαμήνου του 2007). Μικρότερη μείωση εμφάνισε ο Δείκτης Βασικών Κεφαλαίων των τραπεζικών ομίλων, που διαμορφώθηκε στο 9,2% (Δεκέμβριος 2006: 9,9%).

3.3.3. Τραπεζικοί κίνδυνοι

Σχετικά με τους τραπεζικούς κινδύνους -σύμφωνα με στοιχεία του Δεκεμβρίου του 2007-, μειώθηκε περαιτέρω ο λόγος των δανείων σε καθυστέρηση προς το σύνολο των δανείων (σε 4,5% στο τέλος του 2007, από 5,4% στο τέλος του 2006), παραμένοντας ωστόσο σημαντικά υψηλότερος από το μέσο όρο της ΕΕ. Το γεγονός αυτό, σε συνδυασμό με το ότι το επίπεδο καθυστερήσεων συνδέεται ακόμη περισσότερο με την ποιότητα της διαχείρισης κινδύνων κάθε τράπεζας, τόσο λόγω του νέου εποπτικού πλαισίου "Βασιλεία II" όσο και λόγω της διαπιστωμένης ανάγκης επανεκτίμησης του πιστωτικού κινδύνου διεθνώς, καθιστά επιβεβλημένη τη μείωση του λόγου των δανείων σε καθυστέρηση προς το σύνολο των δανείων και πέραν των στόχων που είχε θέσει η Τράπεζα της Ελλάδος πριν από την αναταραχή (3,5% για το τέλος του 2008).

Σε σχετικά χαμηλό επίπεδο διατηρήθηκε ο κίνδυνος αγοράς, ενώ αύξηση παρουσίασε ο κίνδυνος ρευστότητας. Οι δείκτες ρευστότητας εμφάνισαν σημαντική μεταβλητότητα, αλλά στο τέλος του 2007 διαμορφώθηκαν σε ικανοποιητικό επίπεδο.

Εν όψει των συνθηκών που επικράτησαν και επικρατούν στις αγορές, η ρευστότητα είναι αναγκαίο να παρακολουθείται συνεχώς και για το λόγο αυτό η Τράπεζα της Ελλάδος ζήτησε από τις τράπεζες την υποβολή των σχετικών στοιχείων σε συντομότερα διαστήματα από αυτά που καθορίζουν οι ισχύουσες γενικές ρυθμίσεις της.

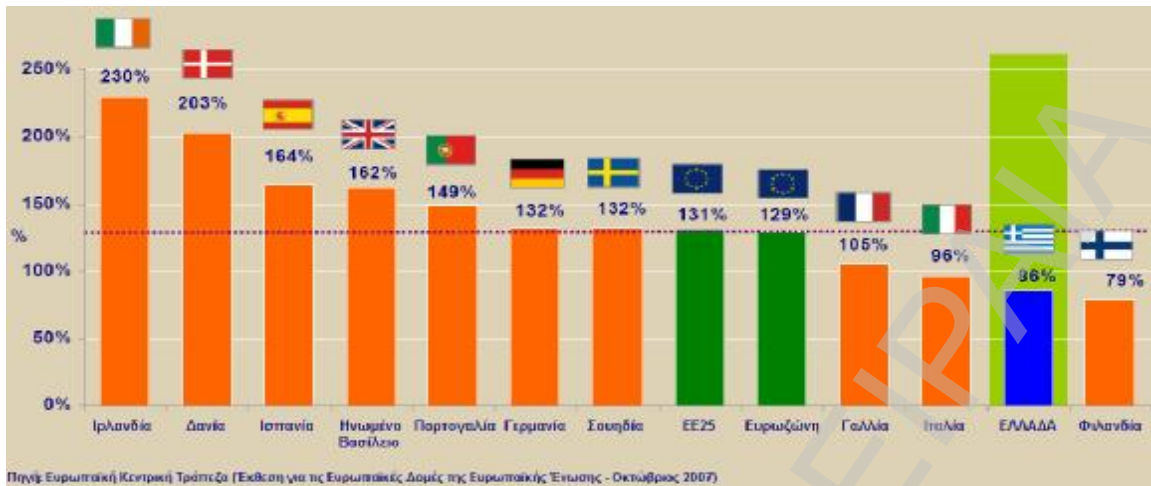
Η έντονη αναταραχή στις χρηματοπιστωτικές αγορές διεθνώς, σε συνδυασμό με την ταχεία πιστωτική επέκταση και τη διείσδυση των ελληνικών τραπεζών σε νέες αγορές που ενέχουν υψηλότερο κίνδυνο, επιβεβαίωσαν την ανάγκη διαρκούς προσαρμογής των μηχανισμών μέτρησης και διαχείρισης κινδύνων, ιδίως του πιστωτικού κινδύνου και του κινδύνου ρευστότητας, αλλά και της συσχέτισης μεταξύ των δύο.

3.4. ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΥΡΩΖΩΝΗ

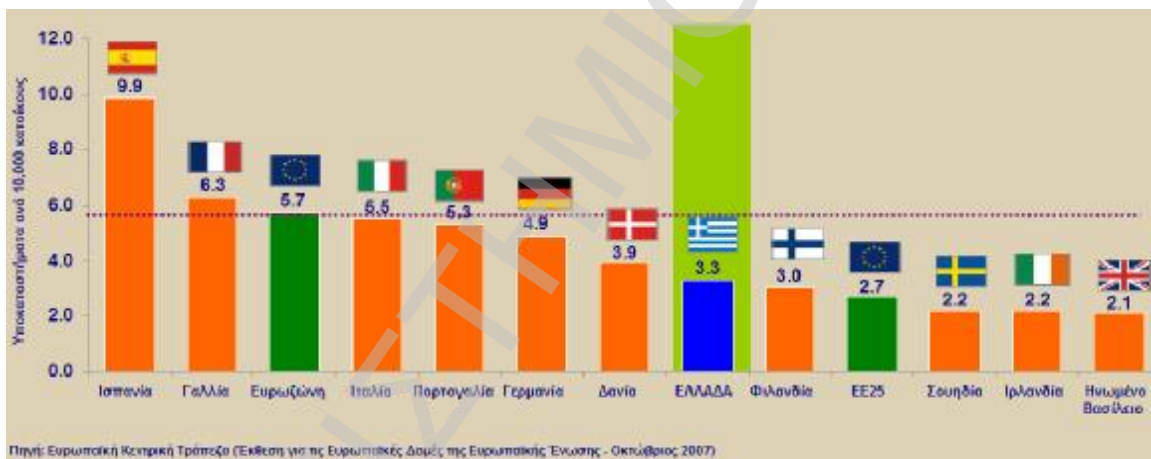
Παρά τις προαναφερθείσες βελτιώσεις που έχει επιτύχει το ελληνικό τραπεζικό σύστημα, σύμφωνα με πρόσφατη έρευνα της Deloitte [εικόνα 3.1], υπάρχει ακόμα σημαντικό κενό ανάμεσα στον Ελληνικό τραπεζικό τομέα και στον μέσο όρο της Ευρωζώνης των 25. Κύριες διαφορές είναι οι εξής:¹⁶

¹⁶ "Highlights of the Greek Banking Sector", Deloitte, December 2007

- Όπως φαίνεται στην εικόνα 3.1 συνολικός δανεισμός ως ποσοστό του ΑΕΠ στην Ελλάδα βρίσκεται στο 86% που είναι αρκετά χαμηλότερα από του μέσου όρου της Ευρωζώνης (131%) βάσει στοιχείων του 2006.
- Το μέγεθος του δικτύου καταστημάτων των τραπεζών είναι επίσης κατώτερο του ευρωπαϊκού μέσου όρου αφού στην Ελλάδα αντιστοιχούν 3,3 υποκαταστήματα ανά 10.000 κατοίκους ενώ στην Ευρωζώνη αντιστοιχούν 5,7 υποκαταστήματα ανά 10.000 (εικόνα 3.2). Εναλλακτικά κανάλια διανομής, όπως το e-banking και το telephone banking δεν είναι ακόμα ιδιαίτερα επαρκή και δημοφιλή και πρέπει να αναπτυχθούν περαιτέρω.
- Υπολογίζεται ότι αν και υπάρχουν περιθώρια για περαιτέρω ανάπτυξη του δανεισμού, τα περιθώρια κέρδους θα συμπιεστούν από ανταγωνιστικές πιέσεις με την είσοδο νέων δυναμικών “παικτών” στην αγορά.
- Όπως έχει ήδη αναφερθεί η επίδραση της πρόσφατης οικονομικής κρίσης (credit crunch) ακόμα δεν έχει αρχίσει να διαφαίνεται στην ελληνική τραπεζική αγορά και οι επιπτώσεις της δεν μπορούν να εκτιμηθούν ακόμα.



Εικόνα 3.1: Συνολική πίστωση ως ποσοστό % του ΑΕΠ για το 2006



Εικόνα 3.2: Υποκαταστήματα τραπεζών ανά 10,000 κατοίκους για το έτος 2006

3.5. Η ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ ΠΡΟΣ ΤΙΣ ΝΕΕΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Σε μια προσπάθεια να διευρύνουν της πηγές των εσόδων και της κερδοφορίας τους, οι ελληνικές τράπεζες επένδυσαν σημαντικό μέρος των κεφαλαίων τους

στην εξαγορά χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων στις χώρες της κεντρικής και ανατολικής Ευρώπης, στις οποίες γενικά αναφερόμαστε ως «Νέα Ευρώπη».

*Βασικές αιτίες της επέκτασης των ελληνικών τραπεζών προς τις χώρες της ανατολικής Ευρώπης είναι:*¹⁷

A) Σημαντική βελτίωση των μακροοικονομικών συνθηκών: Μετά από μακρά μεταβατική οικονομική περίοδο, οι χώρες της κεντροανατολικής Ευρώπης έχουν επιτύχει σημαντική άνοδο του ρυθμού ανάπτυξης και έχουν καταφέρει να επιλύσουν αρκετά από τα χρόνια προβλήματα που αντιμετώπιζαν στο παρελθόν. Παράλληλα, κατάφεραν να προσελκύσουν ένα σημαντικό αριθμό επενδύσεων χαρτοφυλακίου και άμεσων ξένων επενδύσεων, ώστε να ενισχύσουν την παραγωγικότητα και να εκσυγχρονίσουν την υποδομή τους. Επίσης, από τον Ιανουάριο του 2007 η Βουλγαρία και η Ρουμανία αποτελούν μέλη της ΕΕ, και θα επωφεληθούν περαιτέρω από τα κονδύλια συνοχής ως νεοεισαχθέντα μέλη.

B) Υψηλοί ρυθμοί πιστωτικής εξάπλωσης: Η βελτίωση των μακροοικονομικών συνθηκών έχει τονώσει την ανάγκη για νέες επενδύσεις από επιχειρήσεις, οι οποίες (δεδομένης της υπανάπτυξης του χρηματιστηρίου) θα χρηματοδοτηθούν από τραπεζικά δάνεια. Ταυτόχρονα, η αύξηση του διαθέσιμου εισοδήματος και η επιθυμία για βελτίωση του επιπέδου διαβίωσης έχουν ενισχύσει την κατανάλωση των νοικοκυριών. Η ζήτηση για χρηματοπιστωτικά προϊόντα δίνει στις τράπεζες μια μοναδική ευκαιρία να αυξήσουν το μερίδιο αγοράς τους στις τοπικές οικονομίες.

Γ) Εντατικά προγράμματα ιδιωτικοποιήσεων: Έχοντας πληγεί από τραπεζικές κρίσεις που ζημίωσαν σε καταστροφικό βαθμό τις οικονομίες τους, οι τοπικές κυβερνήσεις συνειδητοποίησαν την σημασία του να «ανοίξουν» τα

¹⁷ "The Greek Banking System in 2006: Comparative Performance", Greek Banking Review, Eurobank Research, Eurobank EFG, November 2006, σελ. 27

τραπεζικά τους συστήματα στα ξένα κεφάλαια και τεχνογνωσία. Αυτά τα προγράμματα ιδιωτικοποιήσεων ήταν τόσο εκτενή και η ζήτηση των ξένων επενδυτών τόσο υψηλή που στις περισσότερες χώρες το μεγαλύτερο μέρος του τραπεζικού συστήματος ελέγχεται από ξένες τράπεζες.

Δεδομένων των πολιτισμικό-οικονομικών δεσμών που συνδέουν την Ελλάδα με τις χώρες αυτές, οι ελληνικές τράπεζες εκμεταλλεύτηκαν την ευκαιρία να επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους προς αυτές: Οι ελληνικές τράπεζες ελέγχουν το 14,5% των τραπεζικών στοιχείων ενεργητικού στην Ρουμανία, 16,5% στην Σερβία, 28,5% στη Βουλγαρία, 32% στην Αλβανία και 3,5% στην Ρουμανία.¹⁸

Σήμερα, οι ελληνικές τράπεζες δραστηριοποιούνται πλέον σε 15 χώρες μέσω 45 θυγατρικών τραπεζών και υποκαταστημάτων (Πίνακας 3.1).

Πίνακας 3.1 Παρουσία ελληνικών τραπεζών στην αλλοδαπή μέσω θυγατρικών και υποκαταστημάτων Στοιχεία 31.12.2007		
Τράπεζα	Χώρα	Επωνυμία
ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ	1. Αίγυπτος	National Bank of Greece SA (Υποκατάστημα)
	2. Αλβανία	National Bank of Greece Sa (θυγατρική)
	3. Βουλγαρία	United Bulgarian Bank AD (θυγατρική)
	4. Η. Βασίλειο	National Bank of Greece SA (Υποκατάστημα)
	5. Κύπρος	National Bank of Greece (Cyprus) LTD (θυγατρική)
	6. Ν. Αφρική	The South African Bank of Athens (θυγατρική)

¹⁸ «Η συμβολή του τραπεζικού συστήματος στην ελληνική οικονομία», Ελληνική Ένωση Τραπεζών, Ιούλιος 2008, σελ. 18-23

	7. ΠΓΔΜ	Stopanska Banka AD- Skorje (θυγατρική)
	8. Ρουμανία	Banca Romaneasca SA (θυγατρική)
	9. Σερβία	Vojvodjanska Banka Ad Beograd (θυγατρική)
	10. Τουρκία	Finansbank Sa (θυγατρική)
EFG EUROBANK ERGASIAS	1. Βουλγαρία	Bulgarian Post Bank AD (θυγατρική)
	2. Η. Βασίλειο	Eurobank EFG (Υποκατάστημα)
	3. Κύπρος	Eurobank EFG (θυγατρική)
	4. Λουξεμβούργο	EFG Private Bank (Luxembourg) S.A. (θυγατρική)
	5. Ουκρανία	Universal Bank (θυγατρική)
	6. Πολωνία	Polbank EFG (Υποκαταστήματα)
	7. Ρουμανία	BancPost S.A. (θυγατρική)
	8. Σερβία	Eurobank EFG Stedionica A.D. Beograd (θυγατρική)
	9. Τουρκία	Tekfen Bank (θυγατρική)
ALPHA BANK	1. Αλβανία	ALPHA BANK (Υποκαταστήματα)
	2. Βουλγαρία	ALPHA BANK (Υποκαταστήματα)
	3. Η. Βασίλειο	ALPHA BANK London (θυγατρική)
		ALPHA BANK Jersey (θυγατρική της ALPHA BANK London)
	4. Κύπρος	ALPHA BANK CYPRUS LTD (θυγατρική)
	5. Ουκρανία	OJSC Astra Bank (θυγατρική)
	6. ΠΓΔΜ	ALPHA BANK AD S^PJE (θυγατρική)
	7. Ρουμανία	ALPHA BANK Romania (θυγατρική)
8. Σερβία	ALPHA BANK Srbija (θυγατρική)	
ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ	1. Αίγυπτος	Piraeus Bank Egypt SAE (θυγατρική)
	2. Αλβανία	Tirana Bank I.B.C. (θυγατρική)
	3. Βουλγαρία	Piraeus Bank Bulgaria AD (θυγατρική)
	4. Η. Βασίλειο	Piraeus Bank (Υποκατάστημα)
	5. ΗΠΑ	Marathon National Bank of N.Y. (θυγατρική)

	6. Κύπρος	Τράπεζα ΠΕΙΡΑΙΩΣ Κύπρου LTD (θυγατρική)
	7. Ουκρανία	International Commerce Bank (θυγατρική)
	8. Ρουμανία	Piraeus Bank Romania (θυγατρική)
	9. Σερβία	Piraeus Bank AD Beograd (θυγατρική)
ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ	1. Αλβανία	Emporiki Bank (Albania) SA (θυγατρική)
	2. Βουλγαρία	Emporiki Bank (Bulgaria) AD (θυγατρική)
	3. Η. Βασίλειο	Emporiki Bank (Υποκατάστημα)
	4. Κύπρος	Emporiki Bank (Κύπρος) (θυγατρική)
	5. Ρουμανία	Emporiki Bank (Romania) SA (θυγατρική)
ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ	1. Γερμανία	ΑΤΕbank (Υποκατάστημα)
	2. Ρουμανία	ΑΤΕbank Romania (θυγατρική)
Πηγή: Δημοσιευμένα στοιχεία τραπεζών		

Σε επίπεδο επιχειρηματικών εξελίξεων κατά το 2006, τέσσερις μεγάλοι ελληνικοί τραπεζικοί όμιλοι προχώρησαν σε εξαγορά τραπεζών στο εξωτερικό συνολικής επένδυσης 3,07 δισ. ευρώ (Πίνακας 3.2).

Πίνακας 3.2				
Εξαγορές αλλοδαπών τραπεζών που πραγματοποιήθηκαν από τις ελληνικές τράπεζες το 2006				
	Εξαγοράζων	Αριθμός Καταστημάτων	Αριθμός Προσωπικού	Επένδυση (δισ. ευρώ)
<i>Βουλγαρία</i> DZI Bank	EFG EUROBANK ERGASIAS	174	1.300	0,16
<i>Ουκρανία</i> Universal Bank	EFG EUROBANK ERGASIAS	32	480	0,05

<i>Ρουμανία</i> MindBank	ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ	12	262	0,05
<i>Σερβία</i> Vojvodjanska	ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ	175	2.406	0,36
AIK Bank	ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ	48	384	0,10
<i>Τουρκία</i> Finansbank	ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ	328	8.500	2,21
Tekfenbank	EFG EUROBANK ERGASIAS	31	557	0,14
ΣΥΝΟΛΟ		800	13.890	3,07

Πηγή: Στοιχεία ΕΕΤ

Οι ελληνικές τράπεζες κατέχουν ήδη σημαντική θέση στα τραπεζικά συστήματα των χωρών της Νοτιοανατολικής Ευρώπης και της Τουρκίας (Πίνακας 3.1). Στις χώρες που δραστηριοποιούνται σήμερα οι ελληνικές τράπεζες, μέσω θυγατρικών και υποκαταστημάτων, διαθέτουν ήδη ένα δίκτυο καταστημάτων που προσεγγίζει τις 3.000 μονάδες, με προσωπικό άνω των 42.000 άμεσα απασχολούμενων.¹⁹

Επίσης αξίζει να σημειωθεί ότι οι ελληνικές τράπεζες που έχουν επεκτείνει τις δραστηριότητές τους εκτός των συνόρων της ελληνικής αγοράς, αποδεικνύονται πιο αποδοτικές από εκείνες που δραστηριοποιούνται μόνο σε εθνικό επίπεδο. Η

¹⁹ «Η συμβολή του τραπεζικού συστήματος στην ελληνική οικονομία», Ελληνική Ένωση Τραπεζών, Ιούλιος 2008, σελ. 18-23

υψηλότερη κεφαλαιοποίηση, δανειακή δραστηριότητα και η δύναμη της αγοράς αυξάνουν την συνολική αποδοτικότητα των τραπεζών.²⁰

Εν κατακλείδι, η εξάπλωση αυτή των ελληνικών τραπεζών προς την «Νέα Ευρώπη», δείχνει να αντιπροσωπεύει περισσότερο μια επένδυση για το μέλλον, ειδικά όταν η τάση της ανάπτυξης της καταναλωτικής πίστης θα αρχίζει να μειώνεται – κάτι που ήδη έχει αρχίσει να συμβαίνει τα τελευταία 2 έτη-, παρά μια άμεση πηγή εσόδων.

3.6. Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΑ

Ολοκληρώνοντας το κεφάλαιο για τον τραπεζικό τομέα στην Ελλάδα είναι χρήσιμο να αναφερθούμε και στη γενικότερη θετική -όπως προκύπτει και από τα προηγούμενα υποκεφάλαια- συμβολή του στην ελληνική κοινωνία και στην ελληνική οικονομία γενικότερα.

Συμβολή των τραπεζών στην ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας²¹:

- Στο πλαίσιο της διαμεσολαβητικής λειτουργίας τους παρέχουν ένα ευρύ φάσμα υπηρεσιών σε ιδιώτες, επιχειρήσεις, επενδυτές αλλά και το Ελληνικό Δημόσιο, ικανοποιώντας όλους τους πελάτες τους.

²⁰ Kosmidou K., Pasiouras F., Tsaklanganos A., "Domestic and multinational determinants of foreign bank profits: The case of Greek banks operating abroad", Journal of Multinational Financial Management, N. 17, 2007

²¹ «Η συμβολή του τραπεζικού συστήματος στην ελληνική οικονομία», Ελληνική Ένωση Τραπεζών, Ιούλιος 2008, σελ. 51-54

- Στον τομέα της χρηματοδότησης ιδιωτών και επιχειρήσεων, η συμβολή είναι σημαντική όχι μόνον διότι καθιστά εφικτή τη χρηματοδότηση των επενδύσεων και της κατανάλωσης (και συνεπώς συνεισφέρει στην αύξηση του ΑΕΠ της χώρας), διότι περιορίζει την προσφυγή στη σχετική παραοικονομική δραστηριότητα και συμβάλλει στον εκσυγχρονισμό των επιχειρήσεων, ιδιαίτερα των μικρομεσαίων
- Παρέχουν ένα μεγάλο εύρος εναλλακτικών επιλογών στον τομέα της διαχείρισης του χαρτοφυλακίου, με την προσφορά εναλλακτικών τραπεζικών, επενδυτικών και ασφαλιστικών προϊόντων που ανταποκρίνονται στις εκάστοτε ανάγκες της πελατείας τους.
- Στον τομέα των μαζικών πληρωμών, μέσω της χρήσης των υπηρεσιών πληρωμών των τραπεζών συνέβαλαν στην μείωση του κόστους των υπηρεσιών του Δημοσίου, αλλά και πολλών μεγάλου μεγέθους επιχειρήσεων (π.χ. είσπραξη εργοδοτικών εισφορών, καταβολή μισθών, συντάξεων και μερισμάτων).

Συμβολή των τραπεζών στην ενίσχυση της ελληνικής κοινωνίας:²²

- απασχολούν έναν πολύ μεγάλο αριθμό εργαζομένων
- καταβάλλουν ιδιαίτερα μεγάλο ποσοστό επί του συνόλου των φόρων
- διανέμουν υψηλό ποσοστό των καθαρών κερδών τους στους μετόχους
- έχουν σημαντική κοινωνική συνεισφορά (εταιρική κοινωνική ευθύνη)

Οι τράπεζες στην Ελλάδα έχουν επιτύχει να λειτουργούν αποτελεσματικά και αποδοτικά σε ένα περιβάλλον υψηλής φερεγγυότητας, ώστε να μπορούν να

²² «Η συμβολή του τραπεζικού συστήματος στην ελληνική οικονομία», Ελληνική Ένωση Τραπεζών, Ιούλιος 2008, σελ. 51-54

διασφαλίζουν στους καταθέτες τους τις αναγκαίες συνθήκες ασφάλειας και να προσελκύσουν τις ξένες επενδύσεις. Επίσης, επένδυσαν ικανά κεφάλαια στην τεχνολογία και σε εξειδικευμένο προσωπικό, ώστε να παρέχουν αποτελεσματικές υπηρεσίες προσανατολισμένες στον πελάτη. Τέλος, ανέπτυξαν και συνεχίζουν να αναπτύσσουν αποτελεσματικά συστήματα διαχείρισης κινδύνου, τα οποία ανταποκρίνονται στις βέλτιστες διεθνείς πρακτικές και παράλληλα κατάφεραν να επιδείξουν υψηλό βαθμό προσαρμοστικότητας στις νέες συνθήκες της παγκοσμιοποιημένης αγοράς, αναπτύσσοντας ένα ευρύ δίκτυο καταστημάτων σε νέες αγορές.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΜΟΡΦΕΣ ΤΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗΣ ΠΙΣΤΗΣ

4.1. ΓΕΝΙΚΑ

Οι καταναλωτικές συνήθειες των ιδιωτών στο τέλος του 20ου αιώνα, με δεδομένα την οικονομική ευημερία και τον πλούτο που επικρατεί, έχουν αλλάξει ριζικά. Έτσι, ο σημερινός καταναλωτής έχει την τάση να καταφεύγει σε δανεισμό όχι μόνο σε περιόδους έκτακτων οικονομικών δυσχερειών αλλά κυρίως για προκαταβολική ικανοποίηση των αναγκών του. Αυτό προϋποθέτει βέβαια ρεαλιστική στάθμιση των οικονομικών του δραστηριοτήτων και σωστή διαχείριση του εισοδήματός του. Οι τράπεζες εξάλλου βρήκαν στο πρόσωπο των ιδιωτών μια μεγάλη και συμφέρουσα αγορά, αφενός γιατί τα επιτόκια αυτών των δανείων είναι σχετικά υψηλά, αφετέρου γιατί οι χρηματοδοτήσεις αυτής της μορφής θεωρούνται πιο ασφαλείς, επειδή παρουσιάζουν μικρό συνήθως ύψος δανείων και ταυτόχρονα ευρεία κατανομή κινδύνων.

Μεγάλη επίσης ώθηση σ' αυτή τη μορφή χρηματοδότησης στη χώρα μας έδωσαν και διάφορες αποφάσεις της Τράπεζας της Ελλάδος, με τις οποίες επιτεύχθηκαν σημαντικά βήματα προς την κατεύθυνση της πλήρους απελευθέρωσης της καταναλωτικής πίστης που ολοκληρώθηκε τον Ιούνιο του 2003. Έτσι, καθώς ο τομέας αυτός απέκτησε ιδιαίτερη σημασία για την κερδοφορία των τραπεζών, αναπτύχθηκε εκ παραλλήλου ένας έντονος ανταγωνισμός μεταξύ των τραπεζών για τη διεύρυνση του μεριδίου τους στην αγορά.

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο θα αναπτυχθούν η κεντρική έννοια της καταναλωτικής πίστης, οι μορφές καταναλωτικής χρηματοδότησης, οι πιστωτικές κάρτες -οι οποίες εντάσσονται επίσης στον ευρύτερο τομέα της καταναλωτικής

πίστης- και τέλος θα αναλυθούν οι πρακτικές αξιολόγησης των πελατών καταναλωτικής πίστης.

4.2. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗΣ ΠΙΣΤΗΣ

Η συμπεριφορά του ιδιώτη – καταναλωτή κατά το τέλος του 20ου και τις αρχές του 21ου αιώνα διαφέρει πλήρως από εκείνη που παρατηρήθηκε σε προηγούμενες χρονικές περιόδους του 20ου αιώνα. Διαφοροποίηση εμφανίζεται επίσης και στα προϊόντα ικανοποίησης των αναγκών, που ως παράγωγα της τεχνολογικής εξέλιξης και της διαχρονικής ανάπτυξης του διεθνούς εμπορίου και των τεχνικών του μάρκετινγκ, δημιουργούν πλέον ελκυστικές προκλήσεις για την άμεση απόκτησή τους.

Η αλλαγή αυτή της καταναλωτικής συμπεριφοράς, η οποία ταυτίζεται με την άμεση ικανοποίηση της ανάγκης, αναδεικνύει μια εξέλιξη των μέσων ικανοποίησης των αναγκών και συγκεκριμένα, αφενός του οικογενειακού εισοδήματος και αφετέρου της καταναλωτικής πίστης. Το οικογενειακό εισόδημα, σταθεροποιήθηκε και άρχισε να διευρύνεται σταδιακά, σε μεγάλα τμήματα του πληθυσμού των χωρών της Ευρώπης και της Αμερικής, χώρες που η μεταπολεμική περίοδος ανέδειξε σε εξελιγμένες και ανεπτυγμένες οικονομικές δυνάμεις.

Από την άλλη πλευρά, η εξέλιξη του τραπεζικού συστήματος των χωρών αυτών ενθάρρυνε την παροχή της καταναλωτικής πίστης σε φυσικά πρόσωπα - καταναλωτές, τα οποία δεν ανήκαν απαραίτητα σε κοινωνικά κατώτερες τάξεις και των οποίων η οικονομική κατάσταση δεν βρισκόταν σε απελπιστικό στάδιο ή στα πρόθυρα καταστροφής. Έτσι, παρατηρήθηκε σταδιακά το φαινόμενο, ο καταναλωτής να καταφεύγει στις διάφορες μορφές χρηματοδοτήσεων, που του προσφέρονταν κατά καιρούς όχι σε περιόδους αναγκών του, αλλά προκειμένου

να εξασφαλίσει την ικανοποίηση μελλοντικών του αναγκών, όταν θεωρούσε βέβαια ότι οι γενικότερες οικονομικές συνθήκες (πληθωρισμός – επιτόκια δανεισμού κλπ.) του το επέτρεπαν.

Η σημερινή μορφή της καταναλωτικής πίστης, μέσω των διαφόρων τρόπων που αυτή παρέχεται, αποτελεί ένα συμπληρωματικό συστατικό του οικογενειακού εισοδήματος και δημιουργεί συνθήκες άμεσης ικανοποίησης των αναγκών του νοικοκυριού. Η ανατροπή αυτή, όμως, της παραδοσιακής φοράς των πραγμάτων, όπου η δαπάνη για την άμεση ικανοποίηση της ανάγκης προηγείται της αποταμίευσης για τη συγκέντρωση του απαραίτητου κεφαλαίου, εγκυμονεί αρκετούς και ποικίλους κινδύνους, τόσο για τα νοικοκυριά, όσο και για τα διάφορα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, που παρέχουν την καταναλωτική πίστη.

Η καταναλωτική πίστη συνίσταται στην προεξόφληση των προσδοκιών των καταναλωτών για μελλοντική αύξηση των εισοδημάτων τους, αλλά και στη διευκόλυνσή τους στην απόκτηση καταναλωτικών αγαθών (κυρίως διαρκών), η οποία, λόγω της σχετικά μεγάλης αξίας τους, θα έπρεπε να πραγματοποιηθεί ύστερα από την παρέλευση αρκετού χρόνου. Από τον ορισμό αυτό προκύπτει ότι πρόκειται για χρηματοδότηση της απόκτησης ειδών που συγκροτούν ένα ορισμένο βιοτικό επίπεδο, της οποίας η επιστροφή θα καλυφθεί από τις αναμενόμενες μελλοντικές εισοδηματικές ροές.²³

Στην Ελλάδα, η καταναλωτική πίστη άρχισε να αναπτύσσεται ουσιαστικά στις αρχές της δεκαετίας του '90, περίοδος που συνδυάζεται χρονικά με τη σταδιακή απελευθέρωση του τραπεζικού συστήματος. Μέχρι τότε, η τραπεζική χρηματοδότηση του ιδιωτικού τομέα της οικονομίας που αφορούσε στην καταναλωτική πίστη, διενεργείτο κυρίως μέσω των παρεχόμενων πιστώσεων που προέρχονταν από τη χρήση πιστωτικών καρτών.

²³ Δρακάτος Κ. Γ., «Καταναλωτική Πίστη», περιοδικό Επιλογή -Οι Μηχανισμοί του Χρήματος-, τεύχος 331, Μάρτιος 1996, σελ. 8-19

Με την απελευθέρωση της καταναλωτικής πίστης στις αρχές του 1994, ο κάθε ιδιώτης – καταναλωτής μπορεί να δανειοδοτηθεί για την κάλυψη των προσωπικών αναγκών του και την αγορά καταναλωτικών ειδών διάρκειας. Το γεγονός αυτό είχε ως απόρροια την πλήρη αλλαγή του τραπεζικού σκηνικού της χώρας, ιδιαίτερα όσον αφορά στη σχέση τράπεζας – πελάτη. Ο ιδιώτης δεν χρησιμοποιεί πλέον την τράπεζα μόνο για καταθέσεις και επιχειρηματικά ή στεγαστικά δάνεια. Μπορεί ως φυσικό πρόσωπο να δανειοδοτηθεί για την αγορά αυτοκινήτου, σκάφους αναψυχής, για την αγορά οικιακού εξοπλισμού, για αγορές την περίοδο των εορτών, για την αποπεράτωση σπουδών ή απλά για να πάει διακοπές.

Τα προϊόντα της καταναλωτικής πίστης εξελίσσονται διαρκώς, προκειμένου να ικανοποιούν τις συνεχώς μεταβαλλόμενες και αυξανόμενες ανάγκες των καταναλωτών. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να τονιστεί ότι όλα αυτά τα προϊόντα, που εμφανίζονται στην ελληνική τραπεζική αγορά, έχουν ως σκοπό την υγιή αύξηση της αγοραστικής δύναμης του καταναλωτικού κοινού και όχι την οδήγησή του σε μία ανεξέλεγκτη πορεία καταναλωτισμού. Η καταναλωτική πίστη επιτελεί ουσιώδη οικονομική λειτουργία, διότι ανακατανέμει διαχρονικά τα εισοδηματικά διαθέσιμα των νοικοκυριών, έτσι ώστε να πετυχαίνουν τη μέγιστη δυνατή ικανοποίηση από τη χρησιμοποίησή τους.²⁴

Οι χρηματοδοτήσεις φυσικών προσώπων (ιδιωτών) στη σύγχρονη τραπεζική πρακτική έχουν στόχο να καλύψουν ένα ευρύ φάσμα αναγκών της πελατείας, παρέχοντας ευελιξία, προσαρμοστικότητα και αποτελεσματικότητα. Οι εμπορικές τράπεζες έχουν αναπτύξει ένα πλέγμα χρηματοδοτικών προϊόντων, τα οποία αντιμετωπίζονται με τα τραπεζικά κριτήρια χρηματοδοτήσεων. Στο σημείο αυτό πρέπει να σημειωθεί ότι, τα καταναλωτικά δάνεια προς ιδιώτες, στα πλαίσια των

²⁴ Δρακάτος Κ. Γ., «Καταναλωτική Πίστη», περιοδικό Επιλογή -Οι Μηχανισμοί του Χρήματος-, τεύχος 331, Μάρτιος 1996

ορίων που καθορίζονται από την Τράπεζα της Ελλάδος, έχουν προκαλέσει έντονο ανταγωνισμό μεταξύ των τραπεζών, ο οποίος εστιάζεται κυρίως στην ταχύτητα και την ευκολία έκδοσής τους, καθώς και την ποικιλία των αναγκών που οι τράπεζες δύνανται να καλύψουν. Στο κεφάλαιο αυτό θα παρουσιαστούν τα διάφορα είδη χρηματοδότησης των ιδιωτών – καταναλωτών καθώς και οι όροι – προϋποθέσεις χορήγησής τους, όπως ισχύουν σήμερα.

4.3. ΜΟΡΦΕΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΩΝ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΕΩΝ

Η διάκριση των καταναλωτικών χρηματοδοτήσεων βασίζεται κυρίως στα ακόλουθα κριτήρια:²⁵

- I. Τον σκοπό της χρηματοδότησης,
- II. Τη διάρκεια της χρηματοδότησης και
- III. Το είδος των εξασφαλίσεων

Με βάση τη χρονική διάρκεια διακρίνουμε τις ακόλουθες κατηγορίες χρηματοδότησης ιδιωτών.

4.3.1. Ταμιακές Διευκολύνσεις

Οι ταμιακές διευκολύνσεις είναι εξαιρετικά βραχυπρόθεσμες και συνιστούν μια χρήσιμη υπηρεσία των τραπεζών προς την πελατεία τους για την κάλυψη ολιγοήμερων αναγκών ρευστότητας. Υλοποιούνται, συνήθως, με τη δυνατότητα υπερχρέωσης ή υπεραναλήψεως λογαριασμού καταθέσεων ή ανάληψης μετρητών από κατόχους χρεωστικών ή πιστωτικών καρτών. Η δυνατότητα υπερανάληψης είναι, ουσιαστικά, ενσωματωμένη στην περίπτωση εκδόσεως

²⁵ Κοκκομέλης Κ., Τραπεζικές Υπηρεσίες προς καταναλωτές (Retail Banking), Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα, 1995, σελ.113

εγγυημένων επιταγών και των πιστωτικών καρτών. Συνήθως όμως, η ευχέρεια αυτή παραχωρείται από την τράπεζα κατά το άνοιγμα του συγκεκριμένου λογαριασμού ή την έκδοση της κάρτας και αναφέρεται ρητά στη σχετική σύμβαση, όπου καθορίζονται και οι ανάλογοι όροι παραχώρησης (ημέρα τοκοφορίας, ύψος επιτοκίου, όριο ανοίγματος κλπ.). Οι χορηγήσεις αυτές γίνονται έναντι λογαριασμού και καλύπτονται κατά κανόνα από προσωπικές μόνο εγγυήσεις.

4.3.2. Βραχυπρόθεσμες Χρηματοδοτήσεις

Βραχυπρόθεσμες χαρακτηρίζονται οι χρηματοδοτήσεις των οποίων η διάρκεια, κυμαίνεται μεταξύ τριών μηνών και ενός έτους. Το βασικό χαρακτηριστικό των χρηματοδοτήσεων αυτών είναι ότι, συνήθως, καλύπτουν πρόσκαιρες ανάγκες ρευστότητας και οι τράπεζες πρέπει να είναι ιδιαίτερα προσεκτικές, ώστε να διατηρείται ο χαρακτήρας των χρηματοδοτήσεων της μορφής αυτής.

4.3.3. Μεσοπρόθεσμες Χρηματοδοτήσεις

Οι μεσοπρόθεσμες χρηματοδοτήσεις γίνονται για μια μεγάλη ποικιλία σκοπών και με διάφορα είδη ασφαλειών, ενώ διαρκούν έως τρία έτη. Πρόκειται, κατά κανόνα, για βραχυπρόθεσμες από τη φύση τους δανειοδοτήσεις, οι οποίες, εφόσον δεν υπάρχουν σαφείς διοικητικές ή νομισματικές ρυθμίσεις, μπορούν να επεκταθούν σε μεγαλύτερη περίοδο, ανάλογα με τη φύση τους ή την επιθυμία των μερών. Στην κατηγορία αυτή υπάγεται ο κύριος όγκος των καταναλωτικών χρηματοδοτήσεων και αναλύονται στις ακόλουθες κατηγορίες.

4.3.3.1. Προσωπικά Δάνεια

Το προσωπικά δάνεια χορηγούνται για την κάλυψη προσωπικών – εκτάκτων αναγκών και για τη χορήγηση του δεν απαιτείται η προσκόμιση δικαιολογητικών αγοράς. Το ποσό χορήγησης δεν μπορεί να υπερβαίνει το €3.000 και ο πελάτης

θα πρέπει απαραίτητα να υπογράψει Υπεύθυνη Δήλωση, στην οποία θα αναφέρει το ενδεχόμενο ανεξόφλητο υπόλοιπό του από άλλα προσωπικά δάνεια. Σημειώνεται ότι το μέγιστο ποσό χορήγησης των €3.000 υπολογίζεται με βάση τις χορηγήσεις από προσωπικά δάνεια στο σύνολο των τραπεζών²⁶. Το επιτόκιο των προσωπικών δανείων, συνήθως, είναι μεγαλύτερο από το αντίστοιχο των καταναλωτικών δανείων. Στην κατηγορία αυτή υπάγονται και τα εκάστοτε χορηγούμενα δάνεια με μειωμένο επιτόκιο, όπως δάνεια εορτών, διακοπών, έναρξης σχολικής περιόδου κλπ. Κατά κανόνα, καθορίζεται προκαταβολικό ανώτατο όριο δανείου, που ισχύει για όλους τους πελάτες. Τα δάνεια αυτού του είδους χορηγούνται με απλή υπογραφή του οφειλέτη ή και τριτεγγυητή.

Ειδική περίπτωση αποτελούν τα δάνεια που ασφαρίζονται με ενέχυρο χρεογράφων και μπορεί να αφορούν και σε μεγαλύτερα ποσά ή μεγαλύτερη διάρκεια. Στην περίπτωση αυτή, ουσιαστικά, διευκολύνονται οι κάτοχοι χρεογράφων στο να μην τα ρευστοποιήσουν και να καλύψουν με χρηματοδότηση πρόσκαιρες ανάγκες τους. Οι δανειοδοτήσεις αυτές είναι περισσότερο ευχερείς, όταν τα σχετικά χρεόγραφα βρίσκονται ήδη κατατεθειμένα προς φύλαξη στην τράπεζα που χορηγεί το δάνειο.

4.3.3.2. Ανοικτά Δάνεια

Το ανοικτά δάνεια αποτελούν μία κατηγορία προσωπικού δανείου ανακυκλούμενης πίστωσης. Χορηγούνται σε φυσικά πρόσωπα για την κάλυψη πάσης φύσεως προσωπικών τους αναγκών, χωρίς να απαιτούνται δικαιολογητικά των διαφόρων δαπανών. Το ανώτατο ποσό δανείου για την κατηγορία αυτή ανέρχεται στο ποσό των € 3.000 κατ' άτομο. Επιτρέπεται να χορηγούνται μόνο από ένα πιστωτικό ίδρυμα, και για το λόγο αυτό κατά τη χορήγηση αυτών των

²⁶ Τζώρτζη Ε., «Εντείνεται ο ανταγωνισμός στην καταναλωτική πίστη, οι τράπεζες άφησαν ανέπαφα τα επιτόκια για μεταφορές υπολοίπων τόσο των καταναλωτικών δανείων, όσο και των πιστωτικών καρτών» άρθρο δημοσιευμένο στην εφημερίδα «Η Καθημερινή» στις 9 Απριλίου 2006

δανείων οι τράπεζες πρέπει να απαιτούν από το δανειζόμενο υπεύθυνη δήλωση του άρθρου 8 του Νόμου 1599/86 ότι δεν υφίσταται υπόλοιπο οφειλής του από δάνειο τέτοιας μορφής σε άλλο πιστωτικό ίδρυμα.

Οι πληρωμές του πελάτη, μετά από την αφαίρεση των εξόδων και των τόκων του δανείου, προστίθενται στο παλιό υπόλοιπο της εγκεκριμένης πίστωσης. Γενικά, τα ανοικτά δάνεια εκτοκίζονται με επιτόκιο μεγαλύτερο από τα αντίστοιχα προσωπικά γιατί έχουν μεγαλύτερο κίνδυνο (λόγω της μεγάλης διάρκειας απόσβεσης και της ανακύκλωσης του υπολοίπου). Έχουν όμως το πλεονέκτημα ότι ο δανειολήπτης δανείζεται μόνο το ποσό που έχει ανάγκη.

4.3.3.3. Καταναλωτικά Δάνεια

Τα καταναλωτικά δάνεια χορηγούνται για την αγορά προϊόντων ή υπηρεσιών που σε καμία περίπτωση δεν θα πρέπει να σχετίζονται με τις ενδεχόμενες επαγγελματικές ανάγκες του δανειζόμενου. Το ποσό της χορήγησης μπορεί να ανέλθει μέχρι του ποσού 25.000 €. και δεν μπορεί να υπερβαίνει το 65% της αξίας του αγοραζόμενου προϊόντος – η διαφορά (τουλάχιστον 35%) καταβάλλεται από τον δανειολήπτη. Σημειώνεται ότι το ποσό του καταναλωτικού δανείου δεν χορηγείται στον δανειολήπτη αλλά αποδίδεται στον έμπορο (με πίστωση λογαριασμού, έκδοση επιταγής κ.α.).

Τα καταναλωτικά δάνεια χορηγούνται για την κάλυψη συγκεκριμένων δαπανών, οι οποίες αφορούν σε αγορές καταναλωτικών αγαθών διάρκειας ή αγορά υπηρεσιών έναντι δικαιολογητικών. Ως είδη διάρκειας θεωρούνται οι ηλεκτρικές και ηλεκτρονικές συσκευές οικιακής χρήσης, ο εξοπλισμός σπιτιού, ιδιωτικής χρήσεως αυτοκίνητα, τροχόσπιτα, μοτοσικλέτες κλπ., ενώ ως υπηρεσίες λογίζονται τα έξοδα ξενοδοχείων, τα εισιτήρια ταξιδιών, τα δίδακτρα, οι ιατρικές παροχές, η μετακόμιση νοικοκυριού, οι εργασίες επισκευής ή συντήρησης αυτοκινήτου, οι δικηγορικές αμοιβές κ.α.

Τα δάνεια αυτά χορηγούνται άμεσα ή έμμεσα από τις τράπεζες. Συνήθως, εξοφλούνται με μηνιαίες ισόποσες τοκοχρεωλυτικές δόσεις, αλλά ενδέχεται η αποπληρωμή να πραγματοποιηθεί και σε τριμηνιαίες ισόποσες τοκοχρεωλυτικές δόσεις, με μια επιβάρυνση στο εκάστοτε ισχύον επιτόκιο. Υπάρχουν, όμως, ορισμένες περιπτώσεις όπου οι τόκοι ολόκληρης της περιόδου εισπράττονται προκαταβολικά και ακολουθούν ισόποσες μηνιαίες εξοφλήσεις του κεφαλαίου. Στις περιπτώσεις όπου υπάρχει άμεση σχέση ανάμεσα στο χρηματοπιστωτικό οργανισμό και τον οφειλέτη, ασφαλιζονται μόνο με προσωπικές ασφάλειες. Στην περίπτωση αυτή, το τακτικό μηνιαίο εισόδημα, η επαγγελματική ιδιότητα του πιστολήπτη, η προσωπική περιουσία του οφειλέτη ή του τριτεγγυητή, έχουν, φυσικά, αποφασιστική σημασία για τη χορήγηση ή όχι του δανείου.

Παράλληλα, υπάρχει η δυνατότητα εξασφάλισης, άμεσων ή έμμεσων χορηγήσεων των καταναλωτικών δανείων, με ενέχυρο αξιόγραφων που καλύπτουν την αξία του δανείου ή ακόμη και με παρακράτηση της κυριότητας του πωλούμενου αγαθού, μέχρι και την πλήρη αποπληρωμή του. Η τελευταία αυτή μεθόδευση ακολουθείται συχνά για είδη σημαντικής αξίας, όπως ιδιωτικά αυτοκίνητα, σκάφη αναψυχής κλπ., όπου η εξασφάλιση συμπληρώνεται και με ασφάλιση κατά παντός κινδύνου του αγαθού. Η εκταμίευση στην περίπτωση των καταναλωτικών δανείων γίνεται με την έκδοση δίγραμμης επιταγής σε διαταγή του ή των πωλητών ή κατάθεση στον καταθετικό λογαριασμό του πωλητή ή με έμβασμα στο όνομα του πωλητή, για όλο το ποσό του τιμολογίου, συμπεριλαμβανομένης και της ίδιας συμμετοχής (35%).

4.3.3.4. Κυλιόμενες Πιστώσεις

Οι κυλιόμενες πιστώσεις προς τους καταναλωτές αποτελούν πλέον το μεγαλύτερο, μετά τη στεγαστική πίστη, τμήμα της χρηματοδότησης των ιδιωτών. Η διεύρυνσή τους συνδέεται άμεσα με τη διάδοση των πιστωτικών καρτών. Η

εμφάνιση και η διάδοση των καρτών αποτελεί, πιθανότατα, τη μεγαλύτερη καινοτομία στην τραπεζική τεχνική, ύστερα από τη δημιουργία του τραπεζογραμματίου. Παρά το δύσκολο ξεκίνημα και τα προβλήματα που εμφανίστηκαν κατά την πρώτη περίοδο εφαρμογής, οι κάρτες αποτελούν, σήμερα, σε όλες τις αναπτυγμένες οικονομίες, ένα απαραίτητο όργανο στα χέρια των καταναλωτών, ένα όργανο που μπορεί άνετα να χαρακτηριστεί ως είδος πρώτης ανάγκης παρά πολυτέλεια.²⁷

Οι πιστωτικές κάρτες εκδίδονται συνήθως από τράπεζες, με σκοπό την αντικατάσταση των μετρητών ως μέσου πληρωμής, αλλά και τον περιορισμό των κινδύνων που συνδέονται με τη μεταφορά αυτούσιου χρήματος. Η χρήση των πιστωτικών καρτών παρέχει στον κάτοχό της τη δυνατότητα να προμηθεύεται καταναλωτικά αγαθά ή υπηρεσίες, πληρώνοντας το αντίστοιχο αντίτιμο, όχι στον προμηθευτή κατά τη στιγμή της συναλλαγής, αλλά στον εκδότη της κάρτας, μέσα στη συμφωνηθείσα μεταξύ τους προθεσμία.²⁸

Εξαιτίας της διαδεδομένης χρήσης των πιστωτικών καρτών, κρίνεται απαραίτητο να αναλυθούν τα χαρακτηριστικά τους. Η έννοια, οι μορφές εμφάνισης, ο μηχανισμός λειτουργίας, καθώς και η νομική φύση και η οικονομική σημασία τους θα περιγραφούν ακολούθως.

4.3.3.5. Δάνεια Αυτοκινήτου

Τα δάνεια αυτοκινήτου είναι μία ειδική κατηγορία καταναλωτικών δανείων γιατί έχουν μεγάλο επιχειρηματικό ενδιαφέρον για τις τράπεζες λόγω της αυξανόμενης ζήτησης για την αγορά αυτοκινήτου και των υψηλών ποσών χορήγησης. Μέχρι το 1994, όπου ουσιαστικά απελευθερώθηκε το ελληνικό τραπεζικό σύστημα, η

²⁷ Κοκκομέλης Κ., Τραπεζικές Υπηρεσίες προς καταναλωτές (Retail Banking), Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα, 1995, σελ. 66

²⁸ Γεωργιάδης Α. Σ., Η εξασφάλιση των πιστώσεων, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα, 2001, σελ. 312

χρηματοδότηση στην αγορά αυτοκινήτου γινόταν αποκλειστικά μέσω των διαφόρων εμπόρων. Οι υποψήφιοι αγοραστές αυτοκινήτων, οι οποίοι δεν διέθεταν όλα τα χρήματα για την αγορά του αυτοκινήτου που επιθυμούσαν και δεν μπορούσαν να δανειστούν από κάποιο πιστωτικό ίδρυμα, κατέφευγαν στους εμπόρους των αυτοκινήτων για δανεισμό.

Οι έμποροι, γνωρίζοντας ότι αποτελούσαν τη μοναδική λύση, εκμεταλλεύονταν δεόντως την αδυναμία αυτή του ελληνικού τραπεζικού συστήματος. Το 1994, όμως, το σκηνικό άλλαξε άρδην. Οι καταναλωτές που επιθυμούσαν να δανειοδοτηθούν για την αγορά αυτοκινήτου, μπορούσαν, πλέον, να απευθυνθούν στις διάφορες τράπεζες. Σήμερα τα δάνεια αυτής της κατηγορίας διατίθενται κυρίως σε συνεργασία με αντιπροσωπείες και εμπόρους αυτοκινήτων και με γρήγορες διαδικασίες αξιολόγησης του αιτήματος, χωρίς να είναι απαραίτητη η προσέλευση του πελάτη στην τράπεζα. Το επιτόκιο των δανείων αυτοκινήτου είναι χαμηλότερο από το αντίστοιχο των απλών καταναλωτικών δανείων και αυτό διότι η κυριότητα του αυτοκινήτου παραμένει στην τράπεζα μέχρι την εξόφληση του δανείου. Επιπλέον ο δανειολήπτης είναι υποχρεωμένος να ασφαλίσει το αυτοκίνητο με πρόσθετες ασφαλιστικές καλύψεις (μεικτή ασφάλεια, πυρός, κ.α.).

4.3.3.6. Δάνεια για Εξόφληση Οφειλών Δημοσίου (Φοροδάνεια)

Τα φοροδάνεια είναι μία κατηγορία δανείων τα οποία χορηγούνται από τα πιστωτικά ιδρύματα για την εξόφληση οφειλών προς το Δημόσιο ή ασφαλιστικά ταμεία. Τα φοροδάνεια απευθύνονται τόσο σε ιδιώτες όσο και σε ελεύθερους επαγγελματίες. Το ποσό χορήγησης του δανείου μπορεί να ανέλθει μέχρι και στο 100% της οφειλής και εξαρτάται από την πιστοληπτική ικανότητα του πελάτη.

4.3.3.7. Η αναχρηματοδότηση

Η μεγάλη πιστωτική επέκταση που προηγήθηκε την τελευταία εξαετία και η οποία

οδήγησε στον υψηλό δανεισμό μεγάλου μέρους των νοικοκυριών, οδήγησε τις τράπεζες στο να δημιουργήσουν νέα πιστωτικά εργαλεία, όπως τα προγράμματα αναχρηματοδότησης υφιστάμενων οφειλών. Εκμεταλλευόμενες τον κανόνα που θέλει τους δανειολήπτες αυτής της κατηγορίας να είναι συνεπείς με τις υποχρεώσεις τους, οι τράπεζες στοχεύουν στο να ανακουφίσουν τα νοικοκυριά, που βρέθηκαν υπερχρεωμένα, παρέχοντάς τους τη δυνατότητα να εξοφλήσουν τα δάνεια με ευνοϊκότερους όρους. Η αναχρηματοδότηση απευθύνεται στους καλοπληρωτές πελάτες των τραπεζών, οι οποίοι αν και συνεπείς στο ραντεβού τους με την τράπεζα τουλάχιστον κατά τους δύο τελευταίους μήνες, επιδιώκουν καλύτερους όρους αποπληρωμής, καλύτερη διαχείριση των δανείων τους και φυσικά ελάφρυνση στη μηνιαία δόση.

Εφόσον καλύπτεται ο όρος της συνέπειας, οι τράπεζες εξασφαλίζουν σε αυτούς τους πελάτες καλύτερο επιτόκιο, επιμήκυνση στη διάρκεια αποπληρωμής του δανείου και συνήθως ένα πρόσθετο πιστωτικό όριο για την κάλυψη επιπλέον αναγκών. Συγκεντρώνοντας τις οφειλές τόσο από δάνεια ή πιστωτικές κάρτες σε ένα νέο λογαριασμό, ο δανειολήπτης επιτυγχάνει καλύτερη διαχείριση των οφειλών του και κυρίως ευνοϊκότερο επιτόκιο, αφού τα προγράμματα αυτής της κατηγορίας που κυκλοφορούν στην αγορά, διατίθενται με ιδιαίτερα ελκυστικό επιτόκιο, που μπορεί να ξεκινά από 6%, όταν το συμβατικό επιτόκιο καταναλωτικών δανείων υπερβαίνει το 10%.

4.3.3.8. Επιστροφή τόκων

Ένα ακόμη όπλο που επιστρατεύεται για την επιβράβευση της συνέπειας του πελάτη είναι η επιστροφή τόκων. Η καταναλωτική πίστη προσφέρεται για την υιοθέτηση τέτοιων πρακτικών, αφού πρόκειται για την πιο ακριβά τιμολογημένη κατηγορία δανεισμού, που επιτρέπει κατά περίπτωση την εξατομικευμένη τιμολόγηση. Η επιστροφή τόκων γίνεται συνήθως μια φορά τον χρόνο και αφού ο πελάτης είναι απόλυτα ενήμερος για όλες τις οφειλές του και φθάνει συνήθως το 10% των οφειλόμενων τόκων που θα πρέπει να καταβάλει ο πελάτης τον

επόμενο χρόνο.²⁹

Άλλη μια πολιτική επιβράβευσης της συνέπειας του πελάτη, είναι η σταδιακή και κλιμακούμενη μείωση του επιτοκίου όταν ο δανειολήπτης αποπληρώνει έγκαιρα τη δόση του δανείου του. Πρόκειται για μια νέα πρακτική που έχουν υιοθετήσει ορισμένες τράπεζες στην προσπάθειά τους να προσελκύσουν νέα πελατεία ή μη και να ενθαρρύνουν τη συνέπεια των υφιστάμενων πελατών τους.

4.3.3.9. Καταναλωτικά δάνεια με εξασφαλίσεις

Όσο ωριμάζει η αγορά καταναλωτικής πίστης, οι τράπεζες σχεδιάζουν νέα προϊόντα με ευνοϊκότερες τιμολογήσεις. Έτσι σχετικά πρόσφατα ξεκίνησε η προώθηση στην αγορά καταναλωτικών δανείων, το επιτόκιο των οποίων έχει βάση αναφοράς το βασικό επιτόκιο της ΕΚΤ ή το euribor, πλέον ενός περιθωρίου, που είναι η προμήθεια προς την τράπεζα. Πρόκειται για τα καταναλωτικά δάνεια με εξασφαλίσεις, που επιτρέπουν στον πελάτη να πάρει φθηνό καταναλωτικό δάνειο, έχοντας όμως προηγουμένως προσημειώσει ένα ακίνητο, ή έχοντας δεσμεύσει καταθέσεις, αμοιβαία κεφάλαια κ.ά. Σε μια τέτοια περίπτωση το επιτόκιο μπορεί να μειωθεί και στο μισό ενός συμβατικού επιτοκίου, δηλαδή στο 5%, όταν ο μέσος όρος επιτοκίου αυτής της κατηγορίας δανείων -χωρίς εξασφαλίσεις- κυμαίνεται μεταξύ 9% και 12%.

4.3.4. Μακροπρόθεσμες Χρηματοδοτήσεις

Στις μακροπρόθεσμες χρηματοδοτήσεις ανήκουν όσες έχουν διάρκεια πέραν των τριών ετών και γίνονται για σκοπούς – όπως λόγου χάρη για σπουδές – ανάλογα με τις ιδιομορφίες κάθε αγοράς ή την επιχειρηματική τακτική των τραπεζών. Στις περιπτώσεις αυτές, κριτήριο δεν είναι μόνο η κάλυψη αναγκών ή η αξιοποίηση

²⁹ Τζώρτζη Ε., «Εντείνεται ο ανταγωνισμός στην καταναλωτική πίστη, οι τράπεζες άφησαν ανέπαφα τα επιτόκια για μεταφορές υπολοίπων τόσο των καταναλωτικών δανείων, όσο και των πιστωτικών καρτών» άρθρο δημοσιευμένο στην εφημερίδα «Η Καθημερινή» στις 9 Απριλίου 2006

διαθέσιμων πόρων, αλλά και η προσπάθεια διατήρησης της υπάρχουσας πελατείας ή η προετοιμασίας μελλοντικής.

4.3.5. Δάνειο για Αγορά Μετοχών (Μετοχοδάνειο)

Τα δάνεια για αγορά μετοχών (μετοχοδάνεια) είναι μία κατηγορία δανείων, τα οποία χορηγούνται από τα πιστωτικά ιδρύματα με ενέχυρο μετοχές που διαπραγματεύονται στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών ή άλλους τίτλους (ομόλογα Δημοσίου, κλπ.). Τα μετοχοδάνεια απευθύνονται σε φυσικά πρόσωπα, τα οποία επιθυμούν να αγοράσουν τίτλους ή επιθυμούν την απόκτηση ρευστότητας με δέσμευση του χαρτοφυλακίου που ήδη κατέχουν. Το ποσό χορήγησης είναι συνήθως το 50% της αποτίμησης του χαρτοφυλακίου (που θα αποκτηθεί ή ήδη υπάρχει) και δε μπορεί να υπερβαίνει τα €44.000. Επιπλέον, τα δάνεια αυτά απευθύνονται σε ιδιώτες για απόκτηση μετοχών ή εταιρικών μεριδίων, εφόσον με την αγορά των τίτλων εξασφαλίζεται, διατηρείται ή επαυξάνεται από το δανειζόμενο η συμμετοχή στο μετοχικό κεφάλαιο της επιχείρησης με ποσοστό τουλάχιστον 5%, σύμφωνα με τις Πράξεις του Διοικητή της Τράπεζας της Ελλάδος 2459/17.03.00 και 2474/31.05.01.

Εξαιτίας του ότι η διάρκεια της χρηματοδότησης καθορίζεται κατόπιν συμφωνίας των συμβαλλομένων μερών, δάνεια για αγορά μετοχών (μετοχοδάνεια) δεν μπορούν να ενταχθούν αποκλειστικά σε μία από τις προηγούμενες κατηγορίες. Οι όροι – προϋποθέσεις χορήγησής τους είναι οι ακόλουθοι:

- Αρχικό περιθώριο ασφαλείας: Ποσοστό μέχρι 50% επί της τρέχουσας αξίας των υφιστάμενων ή των προς αγορά τίτλων (Εγκύκλιος 109/20.03.2000)
- Διατηρητέο περιθώριο: Ποσοστό 35% επί της τρέχουσας αξίας του χαρτοφυλακίου ασφαλείας (Εγκύκλιος επιστ. 11267/07.06.2001/ΠΔ/ΤΕ 2474/31.05.2001)
- Ύπαρξη μερίδας και λογαριασμού του πελάτη στο Σ.Α.Τ
- Μη ύπαρξη δυσμενών στοιχείων

- Καλή συναλλακτική συμπεριφορά ενδιαφερομένου

4.4. ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΚΑΡΤΕΣ

Από το 1950 όπου άρχισαν να χρησιμοποιούνται οι πρώτες πιστωτικές κάρτες πέρασαν 45 χρόνια για να φτάσουν, στις μέρες μας, να κυκλοφορούν εκατομμύρια σε ολόκληρο τον κόσμο. Η πιστωτική κάρτα αποτελεί σήμερα ένα ιδιαίτερα διαδεδομένο μέσο πληρωμής, που, σε μεγάλο βαθμό, τείνει να υποκαταστήσει τη χρησιμοποίηση του «υλικού» χρήματος στις καθημερινές συναλλαγές. Η παροχή πίστωσης με τη μορφή πιστωτικών καρτών αποτελεί μια σύγχρονη μορφή παροχής πίστης στον τομέα των συναλλαγών και εξυπηρετεί κατά κανόνα τις καταναλωτικές ανάγκες.³⁰

4.4.1. Έννοια Πιστωτικών Καρτών

Κυρίαρχο ρόλο στην αγορά της καταναλωτικής πίστης έχουν, αναμφισβήτητα, οι πιστωτικές κάρτες. Στις μέρες μας, δεν υπάρχει τράπεζα, που να μην εκδίδει τις δικές της κάρτες, προσαρμοσμένες, τόσο στα δεδομένα των διάφορων οικογενειακών προϋπολογισμών, όσο και στις ανάγκες ειδικών επαγγελματικών κατηγοριών. Η πιστωτική κάρτα είναι κατασκευασμένη από πλαστική ύλη και έχει σχήμα μικρού ορθογώνιου παραλληλόγραμμου. Στην μπροστινή όψη της είναι ανάγλυφα τυπωμένα διάφορα στοιχεία, μεταξύ των οποίων η επωνυμία του εκδότη, το ονοματεπώνυμο του κατόχου, η ημερομηνία λήξης της κάρτας κ.α., ενώ στην πίσω πλευρά φέρει συνήθως την υπογραφή του δικαιούχου.

Οι πιστωτικές κάρτες γνωρίζουν μεγάλη άνθιση στη σύγχρονη οικονομική ζωή, ιδίως στον τομέα της προμήθειας και πληρωμής καταναλωτικών υπηρεσιών και

³⁰ Χολέβας Ι. Κ., Τραπεζικές εργασίες, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, 1995, σελ. 105

αγαθών. Ο καταναλωτής παρουσιάζει την πιστωτική κάρτα στον προμηθευτή και υπογράφει το ειδικό έντυπο της συναλλαγής. Ο προμηθευτής προσκομίζει, στη συνέχεια, το έντυπο στον εκδότη της κάρτας και εισπράττει από αυτόν την αξία της συναλλαγής.

Ο καταναλωτής εξοφλεί τον εκδότη σε περιοδικά διαστήματα, οπότε πρόκειται για παροχή πίστωσης από τον εκδότη ή η εξόφληση γίνεται με τη χρέωση του λογαριασμού, τον οποίο ο καταναλωτής τηρεί στον εκδότη. Χάρη στις δυνατότητες που παρέχει η σύγχρονη τεχνολογία, συνηθίζεται, πλέον, ο εκδότης της κάρτας να «εγκρίνει» κάθε συναλλαγή πριν από την πραγματοποίησή της. Η λειτουργία αυτού του τρόπου πληρωμής στηρίζεται στην ύπαρξη συμβατικών σχέσεων, αφενός μεταξύ του κατόχου της κάρτας και του εκδότη της και αφετέρου μεταξύ του εκδότη και του προμηθευτή.

Η εξέλιξη της χρήσης των πλαστικών-πιστωτικών καρτών ήταν ραγδαία. Σήμερα σε ολόκληρο τον κόσμο ένα μεγάλο (το μεγαλύτερο) μέρος των συναλλαγών για προμήθειες άμεσων καταναλωτικών αγαθών πραγματοποιείται με τη χρησιμοποίηση πλαστικών καρτών

4.4.2. Μορφές Εμφάνισης Πιστωτικών Καρτών

Λόγω της ευρείας διάδοσής τους, οι πιστωτικές κάρτες εμφανίζονται στις συναλλαγές με ποικίλες μορφές. Έτσι, ανάλογα με τον εκδότη τους, οι πιστωτικές κάρτες διακρίνονται σε τραπεζικές, αν εκδότης είναι η τράπεζα και σε κάρτες ειδικών επιχειρήσεων, αν ο εκδότης είναι άλλος φορέας. Αντίστοιχα, με κριτήριο το πρόσωπο του κατόχου, οι πιστωτικές κάρτες διακρίνονται σε ατομικές ή ιδιωτικές, όταν δικαιούχος είναι ορισμένο φυσικό πρόσωπο και σε κάρτες επιχειρήσεων ή εταιρικές ή κάρτες υποθέσεων, όταν μια επιχείρηση ζητά την έκδοση πιστωτικών καρτών, που θα χρησιμοποιηθούν από τα στελέχη της για την κάλυψη επαγγελματικών δαπανών. Σημαντική, εξάλλου, είναι η διάκριση σε

πιστωτικές κάρτες πληρωμής ή πιστωτικές κάρτες υπό ευρεία έννοια, οι οποίες συνιστούν στην ουσία μέσο πληρωμής, αντικαθιστώντας τα μετρητά και σε κυρίως πιστωτικές κάρτες ή πιστωτικές κάρτες υπό στενή έννοια, οι οποίες λειτουργούν, κυρίως, ως μέσο παροχής πίστωσης στον κάτοχο.

Μια βασική διάκριση των πιστωτικών καρτών, από πλευράς νομικής αξιολόγησης, είναι σε κάρτες του διμερούς και τριμερούς συστήματος. Στο διμερές σύστημα ο ίδιος ο προμηθευτής εκδίδει και παραδίδει την κάρτα στον κάτοχο. Στην εν λόγω εργασία μας αφορά το τριμερές σύστημα, που είναι και το συνηθέστερο. Στο πλαίσιο του συστήματος αυτού, τα μέρη που μετέχουν στη διαδικασία προμήθειας των αγαθών είναι τρία: ο εκδότης της κάρτας, ο κάτοχος-καταναλωτής και η συνεργαζόμενη με τον εκδότη επιχείρηση.

Έχουν επινοηθεί διάφορες κατηγορίες πλαστικών καρτών, τις οποίες αναφέρουμε παρακάτω:

- 1) **Πιστωτικές κάρτες** (credit cards). Δίνουν στον κάτοχο το δικαίωμα να κάνει αγορές διαφόρων ειδών μέχρι ένα ορισμένο ύψος ποσού που καθορίζει η τράπεζα, χωρίς να πληρώνει μετρητά, τα οποία πληρώνει αργότερα στην τράπεζα ή τα εξοφλεί με άμεση χρέωση του λογαριασμού που τηρεί σ' αυτή. Ο αριθμός των καταστημάτων από όπου μπορεί να κάνει αγορές είναι μεγάλος και αφορά εκείνα τα καταστήματα που έχουν συμβληθεί με την τράπεζα (ή με ευρύτερο ή παγκόσμιο οργανισμό) και δέχονται τις πλαστικές κάρτες της. Η διαπίστωση του αν ο κάτοχος της κάρτας έχει δικαίωμα να κάνει μια αγορά ορισμένου ύψους γίνεται ON LINE μέσω κεντρικού computer που παρέχει την πληροφορία.
- 2) **Χρεωστική κάρτα** (charge card). Είδος πιστωτικής κάρτας με την οποία πληρώνεται ένα ποσό, αλλά η οποία δε δίνει το δικαίωμα στο χρήστη να

- πάρει ένα δάνειο από την τράπεζα (αυτός υποχρεούται να εξοφλήσει το συνολικό ποσό στο τέλος του μήνα για να αποκτήσει αυτό το δικαίωμα).
- 3) **Ταμιακή κάρτα** (cash card) ή έξυπνη κάρτα (smart card) που είναι η κάρτα με «μικροτσίπ» και χρησιμοποιείται για την ανάληψη χρημάτων ορισμένου ποσού από Αυτόματη Ταμιακή Μηχανή (A.T.M. = Automated Teller ή Telling Machine).
 - 4) **Κάρτες για διάφορες τραπεζικές εργασίες.** Είναι μία κατηγορία έξυπνων καρτών (smart cards) οι οποίες εκτελούν διάφορες τραπεζικές εργασίες εκτός από ανάληψη χρημάτων, όπως καταθέσεις, μεταφορές από λογαριασμό σε λογαριασμό, ενημερώσεις λογαριασμών κ.ά.
 - 5) **Ασφαλιστικές κάρτες** (insurance cards) που παρέχουν ορισμένη ασφαλιστική κάλυψη και νοσοκομειακή περίθαλψη.
 - 6) Εκτός από τις παραπάνω βασικές κατηγορίες υπάρχουν και οι εξής διακρίσεις των πιστωτικών καρτών:³¹
 - Συνδυασμός πιστωτικής και ασφαλιστικής κάρτας που συνδυάζει τις δυνατότητες των δύο αυτών κατηγοριών
 - Κάρτες ειδικές για εμπορικές επιχειρήσεις (business cards) που τις εξυπηρετούν γιατί συνήθως δεν έχουν περιοριστικό όρο για δαπάνες
 - Κάρτες με δυνατότητα αναλήψεων και στο εξωτερικό σε ξένα νομίσματα (υποκατηγορία των cash cards)
 - Κάρτες οικογενειακές (family cards) με ευρύτερα περιθώρια για την εξυπηρέτηση των οικογενειακών αναγκών

³¹ Χολέβας Ι. Κ., Τραπεζικές εργασίες, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, 1995, σελ. 106-107

- Κάρτα που παρέχει πίστωση σε περίπτωση ενοικίασης αυτοκινήτου στο εσωτερικό και στο εξωτερικό
- Κάρτα που εξασφαλίζει ιατρική και νομική βοήθεια στο εξωτερικό
- Traveler's check card. Είδος cash card στο οποίο ο ταξιδιώτης καταθέτει σε μία τράπεζα ένα ποσό και μπορεί να χρησιμοποιεί την κάρτα σαν είδος ταξιδιωτικής επιταγής
- Cash card debit. Ταμιακή και χρεωστική μαζί κάρτα, χωρίς συνδρομή, με δυνατότητα αναλήψεων χωρίς όριο και ωράριο, με δυνατότητα αγορών προϊόντων και υπηρεσιών από καταστήματα, ξενοδοχεία, εστιατόρια χωρίς όριο, με αυτόματη χρέωση του κατόχου στην εκδότρια της κάρτας τράπεζα
- Ασφαλιστική κάρτα με καλύψεις σ' όλο τον κόσμο, στα άτομα (μεταφορά, επαναπατριsmός, νοσηλεία, νομική προστασία) και στα οχήματα (αποκατάσταση βλάβης επί τόπου, έξοδα ρυμούλκησης, επαναπατριsmός)
- Πολυκάρτα δηλ. κάρτα πολλαπλών χρήσεων (multi – card). Είναι αυτή που συνδυάζει διάφορες μορφές απ' αυτές που αναφέρθηκαν παραπάνω

Παρακάτω θα αναφέρουμε συνοπτικά μερικά από τα βασικά πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα των πιστωτικών καρτών:³²

Πλεονεκτήματα

- 1) Είναι εύχρηστες
- 2) Απαλλάσσουν τον κάτοχο από το φόρτο και τους κινδύνους των μετρητών
- 3) Για τις πιστωτικές κάρτες, η εξόφλησή τους γίνεται μετά πάροδο ενός μήνα περίπου από τη χρησιμοποίησή τους

³² Χολέβας Ι. Κ., Τραπεζικές εργασίες, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, 1995, σελ. 107-108

- 4) Διευκολύνουν τις αγορές άμεσων καταναλωτικών αγαθών
- 5) Εξυπηρετούν το λιανικό εμπόριο και συμβάλλουν στην αύξηση των πωλήσεών του

Μειονεκτήματα

- 1) Μπορεί να οδηγήσουν σε υπερκαταναλωτισμό ή σπατάλες γιατί παρασύρουν τους χρήστες σε αγορές πέρα από τις ανάγκες και πάνω από τις πραγματικές δυνατότητες
- 2) Δημιουργεί προβλήματα ασφάλειας σε περιπτώσεις απωλειών και κλοπών
- 3) Είναι γεγονός ότι πολύ και πολλούς εξυπηρετούν, επίσης όμως είναι βέβαιο ότι σε πολλούς προκάλεσαν (και προκαλούν) οικονομικά αδιέξοδα (φυσικά κάτι τέτοιο δεν ισχύει πλέον για πολλές από τις νέες πλαστικές κάρτες όπως οι debit cards, αφού μπορούν να χρεώσουν μόνο ένα λογαριασμό μέχρι το ποσό που έχει ήδη καταθέσει ο ιδιοκτήτης τους στην τράπεζα)
- 4) Η διαφήμιση με αντικείμενο τις κάρτες, που είναι συνέπεια του μεγάλου ανταγωνισμού μεταξύ των τραπεζών, επηρεάζει τις αποφάσεις, τόσο εκείνων που σπεύδουν να αποκτήσουν πλαστική κάρτα, όσο και των τραπεζών που συναγωνίζονται ποια θα εκδώσει μεγαλύτερο αριθμό τέτοιων καρτών

4.4.3. Πρόσφατες καινοτομίες στις πιστωτικές κάρτες

Η καινοτομία είναι ένας ενδεδειγμένος τρόπος αύξησης της διείσδυσης των καταναλωτικών καρτών. Παραδείγματα καινοτομίας αποτελούν οι «mobile», «prepaid» (προπληρωμένες), «contactless» (κάρτες πληρωμών για «ανέπαφες» συναλλαγές) ή «πράσινες» (όπου μέρος των εσόδων διατίθεται για την προστασία του περιβάλλοντος) πιστωτικές κάρτες.³³

³³ "Precious Plastic 2008, Consumer credit in the UK", Pricewaterhousecoopers, 2007, σελ. 20-22

Ø Contactless

Το Σεπτέμβριο του 2007, η Barclaycard διέθεσε στην αγορά του Λονδίνου τη «Barclays Contactless payment card». Η κάρτα αυτή επιτρέπει στους πελάτες να πληρώνουν για συναλλαγές ακόμη και κάτω των 10 λιρών, απλά περνώντας την κάρτα πάνω από ένα reader³⁴, ενώ επιπλέον λειτουργεί και σαν πιστωτική κάρτα γενικής χρήσης η οποία μπορεί να χρησιμοποιηθεί ακόμη και στα μέσα μαζικής μεταφοράς.

Στη σημερινή κοινωνία όπου η άνεση και εξοικονόμηση χρόνου σε όλους τους τομείς είναι μείζονος σημασίας, ένα μέσο πληρωμών που μειώνει τον χρόνο αναμονής σε ουρές είναι αναμενόμενο να γίνει ιδιαίτερα δημοφιλές. Πολλοί εκδότες «contactless payment» καρτών ισχυρίζονται ότι οι συναλλαγές μπορεί να είναι ακόμη και δυο φορές πιο γρήγορες σε σχέση με αυτές που γίνονται με τις συμβατικές πιστωτικές ή χρεωστικές κάρτες (καθώς δεν απαιτείται υπογραφή για αγορές μικρού χρηματικού αντιτίμου, π.χ. έως 20 €).

Η Mobil είναι από τις πρώτες μεγάλες εταιρίες που εφάρμοσαν αυτή τη τεχνολογία και προσέφεραν τη (contactless) μέθοδο πληρωμών "Speedpass", για πρατήρια καυσίμων που προσέφεραν καύσιμα Mobil το 1997. Αν και η Mobil έχει πλέον συγχωνευτεί με την Exxon, η υπηρεσία προσφέρεται ακόμα σε πολλούς σταθμούς καυσίμων ExxonMobil.

Το μοντέλο αυτό έχει αρχίσει να υιοθετείται και με διάφορους άλλους καινοτόμους τρόπους: Η εφημερίδα Evening Standard εφάρμοσε ένα ανάλογο contactless σύστημα πληρωμών, το οποίο προσφέρει εκπτώσεις στους καταναλωτές που αγοράζουν την εφημερίδα χρησιμοποιώντας την κάρτα. Αλλά ακόμη και κυβερνητικοί οργανισμοί στην Μεγάλη Βρετανία εφαρμόζουν την τεχνολογία αυτή με χαρακτηριστικό παράδειγμα την πρωτοβουλία για βοήθεια μειονεκτούντων νέων πολιτών να λαμβάνουν μέρος σε θετικές δραστηριότητες

³⁴ Μέσω της embedded chip και antenna που ενσωματώνει

της επιλογής τους: Με διάθεση χρηματικών πόρων σε εννέα τοπικές αρχές σε όλη τη χώρα, μέσω ενός πιλοτικού προγράμματος που περιλαμβάνει προπληρωμένες χρεωστικές (pre-paid debit) και Contactless τύπου κάρτες. Στις ΗΠΑ παρατηρείται επίσης μια ταχύτατη υιοθέτηση της contactless μεθόδου πληρωμών: Στο τέλος του 2006, υπήρχαν 26 εκατομμύρια ενεργές Contactless και debit τύπου κάρτες, με προβλέψεις για έκδοση 35 εκατομμυρίων τέτοιων καρτών εντός του επόμενου έτους.

Σύμφωνα με στοιχεία έρευνας της PwC, υπολογίζεται ότι μέχρι το τέλος του 2008 θα υπάρχουν στην αγορά της Μ.Βρετανίας 5-6 εκατομμύρια ενεργοποιημένες Contactless τύπου κάρτες.³⁵ Σημαντικά χρηματοοικονομικά ιδρύματα που αυτή τη στιγμή προσφέρουν την contactless μέθοδο πληρωμών, είναι οι MasterCard, Citibank, JPMorgan Chase, American Express, KeyBank και HSBC.

Είναι βέβαια πολύ πιθανό να μην αποβούν επιτυχή όλα τα παρόμοια σχήματα καρτών, και έτσι είναι αναμενόμενο οι πρώτοι που τις λάνσαραν στην αγορά να κατέχουν ένα σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Το κλειδί της επιτυχίας θα είναι σίγουρα η παρουσίαση μιας ξεκάθαρης πρότασης προς τον πελάτη και η εξασφάλιση μεγάλου εύρους καταστημάτων που θα αποδέχονται την κάρτα.

Ø Mobile

Κατά την τελευταία δεκαετία τα κινητά τηλέφωνα επέφεραν επανάσταση στις συνήθειες των καταναλωτών. Οι λειτουργίες και υπηρεσίες της κινητής τηλεφωνίας έχουν επεκταθεί ταχύτατα και κινούνται και προς το χώρο των πληρωμών, με σκοπό την παροχή μιας εναλλακτικής λύσης έναντι των καρτών ή χρημάτων. Μερικά χρηματοοικονομικά ιδρύματα ήδη επιτρέπουν στους πελάτες

³⁵ Η Visa υπολογίζει ότι περίπου το 80% των 27 δισεκατομμυρίων χρηματικών πληρωμών που γίνονται ετησίως από καταναλωτές στη Μ.Βρετανία είναι κάτω των 10 λιρών.

τους να πληροφορούνται τα υπόλοιπα των λογαριασμών τους και το ιστορικό των συναλλαγών τους μέσω των κινητών τους τηλεφώνων, ενώ μπορούν ακόμη και να ανανεώνουν άμεσα το υπόλοιπο του καρτοκινητού τους.

Υπάρχουν δυο βασικά μοντέλα «mobile payment»:³⁶

- *Πραγματοποίηση συναλλαγής μέσω αποστολής μηνύματος (Premium SMS based transactional payments):* Ο πελάτης της υπηρεσίας αποστέλλει αίτημα πληρωμής (shortcode) μέσω μηνύματος που στέλνει από το κινητό του τηλέφωνο.
- *Πληρωμή που πραγματοποιείται στο διαδίκτυο μέσω κινητού τηλεφώνου (Mobile web payments-WAP):* Ο πελάτης πραγματοποιεί συναλλαγές μέσα από τις ιστοσελίδες που προβάλλονται στο κινητό του (μέσω της αντίστοιχης υπηρεσίας που υποστηρίζεται από την εταιρία κινητής τηλεφωνίας που χρησιμοποιεί).

Για να καταστούν αυτού του τύπου οι πληρωμές πιο ελκυστικές και επιτυχείς, οι πελάτες πρέπει να είναι σίγουροι ότι η πραγματοποίηση πληρωμών διαμέσου του κινητού τους τηλεφώνου είναι ασφαλής. Οι συναλλαγές πρέπει να είναι εύκολες και ευνόητες, με χαμηλές και διαφανείς χρεώσεις και φιλικές προς το χρήστη επιλογές ακουστικού τηλεφώνου.

Αν και οι ανάγκες των καταναλωτών μπορεί να διαφέρουν ανάλογα με τη γεωγραφική περιοχή και τα δημογραφικά δεδομένα, το εύρος των υπηρεσιών που προσφέρονται αποτελεί βασικό στοιχείο, και πρέπει να περιλαμβάνει βασικές υπηρεσίες όπως λιανικές πληρωμές, «person-to-person» μεταφορές, ανάληψη μετρητών, κατάθεση χρημάτων και μεταφορές σε άλλους λογαριασμούς.

³⁶ "Micro-Payment Systems and their application to mobile networks", International Finance Corporation, 2006

Οι πέντε μεγαλύτερες εταιρίες κινητής τηλεφωνίας της Μ. Βρετανίας, εισήγαγαν πρόσφατα ένα σύστημα πληρωμών που επιτρέπει την αγορά αγαθών και υπηρεσιών αξίας μέχρι και 10 λιρών. Αν και σε αρχικό στάδιο αυτή η υπηρεσία χρησιμοποιείται κυρίως για αγορά ring tones, εισιτηρίων τρένου και στάθμευσης, στο μέλλον αναμένεται να χρησιμοποιείται και για πληρωμές που πραγματοποιούνται στο διαδίκτυο αλλά και σε εμπορικά καταστήματα.³⁷

Ανάλογα παραδείγματα υπάρχουν και στην υπόλοιπη Ευρώπη: Το 2006 η Visa Europe εγκαινίασε το πρώτο ασφαλές σύστημα πληρωμών μέσω κινητού τηλεφώνου, («Verified by Visa») στην Ελβετία. Το πρώτο ευρωπαϊκό εμπορικό κατάστημα που προσέφερε αυτή την καινοτόμο υπηρεσία ήταν το «Sunrise music finder», όπου οι καταναλωτές είχαν τη δυνατότητα να αναζητήσουν τραγούδια και να παραγγείλουν CD μέσω του κινητού τους τηλεφώνου. Η νέα αυτή υπηρεσία καλύπτει όλη τη διαδικασία αγοράς του προϊόντος, επιτρέποντας στους πελάτες να επιλέξουν, να παραγγείλουν και να πληρώσουν το αντίτιμο του προϊόντος που επιθυμούν απλά μέσω του κινητού τους.

Η MasterCard έχει ήδη εγκαθιδρύσει σχέσεις με τις κυριότερες αμερικανικές τράπεζες ώστε να προφέρει τη δυνατότητα συναλλαγών μέσω κινητού τηλεφώνου σε 51.000 καταστήματα και εστιατόρια παγκοσμίως και εξετάζει την δοκιμαστική εφαρμογή του συστήματος στη Μ. Βρετανία.

Η ενσωμάτωση και σύγκλιση των πληρωμών μέσω κινητού τηλεφώνου αντιπροσωπεύει τη νέα τάση στρατηγικής καινοτομίας στο χώρο των πληρωμών.

³⁷ "Precious Plastic 2008, Consumer credit in the UK", Pricewaterhousecoopers, 2007

Ø Pre-paid

Η προπληρωμένες κάρτες (pre-paid) πλεονεκτούν σε σχέση με τις υπόλοιπες στον τομέα της ασφάλειας και του ελέγχου των εξόδων, αφού δίνουν στον κάτοχό της την ευελιξία να καθορίζει το ύψος του ποσού που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για συναλλαγές, φορτίζοντάς την όσες φορές επιθυμεί με το ποσό που επιθυμεί.

Είναι ιδιαίτερα δημοφιλείς στις νεότερες ηλικίες αλλά και στην περίπτωση που κάποιος επιθυμεί να πραγματοποιεί τις πληρωμές του μέσω κάρτας αλλά όχι πιστωτικής (π.χ. δεν επιθυμεί την πίστωση του λογαριασμού εξαιτίας της καταβολής τόκων που αυτό συνεπάγεται).

Το 2006 διατέθηκαν στην αγορά διάφορες μορφές προπληρωμένων καρτών, που αποσκοπούσαν στην προσέλκυση πελατών από τις προαναφερθείσες ομάδες. Καθώς οι pre-paid κάρτες γίνονται ολοένα και πιο δημοφιλείς, θα αποτελέσουν πολύ ισχυρό «όπλο» στον τομέα της προσέλκυσης και απόκτησης πελατών: Οι εκδότες θα μπορούν να συλλέγουν χρήσιμα στοιχεία για τους πελάτες και παράλληλα να ενδυναμώνουν την εμπιστοσύνη τους απέναντι στο «προϊόν» (brand loyalty).

4.5. ΔΟΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΠΙΤΟΚΙΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΩΝ ΧΟΡΗΓΗΣΕΩΝ

Οι δόσεις των καταναλωτικών χορηγήσεων, συνήθως, είναι ισόποσες για όλη τη διάρκεια και υπολογίζονται με το γαλλικό ή προοδευτικό σύστημα, σύμφωνα με το οποίο, ο τόκος της κάθε περιόδου υπολογίζεται στο υπόλοιπο ανεξόφλητο κεφάλαιο της προηγούμενης περιόδου. Το ποσό της κάθε δόσης αποτελείται από τα τυχόν έξοδα, τους τόκους και το κεφάλαιο. Ευνόητο είναι ότι οι αρχικές δόσεις

συμπεριλαμβάνουν αναλογικά μεγαλύτερο ποσό τόκων σε σχέση με τις μεταγενέστερες, γιατί σταδιακά μειώνεται το υπόλοιπο ανεξόφλητο κεφάλαιο. Το ονομαστικό επιτόκιο του δανείου προσαυξάνεται με εισφορά +0,6% μονάδες (N.128/750). Συνήθως, ο πελάτης έχει τη δυνατότητα επιλογής μεταξύ σταθερού ή κυμαινόμενου επιτοκίου. Ευνόητο είναι ότι τα δάνεια σταθερού επιτοκίου δεν ακολουθούν τις ενδεχόμενες μεταβολές των επιτοκίων κατά τη διάρκεια του δανείου.

Ø **Σταθερό επιτόκιο δανείου:** Τα δάνεια σταθερού επιτοκίου εκτοκίζονται για όλη τη διάρκεια του δανείου με σταθερό επιτόκιο, το οποίο με τα σημερινά δεδομένα είναι και το χαμηλότερο σε σχέση με τα δάνεια κυμαινόμενου επιτοκίου. Τα δάνεια αυτής της κατηγορίας έχουν το μειονέκτημα ότι ο δανειολήπτης δε μπορεί να επωφεληθεί από την πιθανή αποκλιμάκωση των επιτοκίων.

Ø **Κυμαινόμενο επιτόκιο δανείου:** Τα δάνεια κυμαινόμενου επιτοκίου ακολουθούν την πορεία των επιτοκίων, με αποτέλεσμα η δόση να επαναπροσδιορίζεται σε κάθε αύξηση ή μείωση του επιτοκίου. Ευνόητο είναι ότι τα δάνεια κυμαινόμενου επιτοκίου είναι προς όφελος του δανειολήπτη μόνο όταν τα επιτόκια ακολουθούν πτωτική πορεία. Στο σημείο αυτό πρέπει να αναφερθεί ότι ο δανειολήπτης δύναται να προβεί σε πρόωρη ολική ή μερική εξόφληση του δανείου. Όταν ο πελάτης καταβάλλει ποσό που είναι μεγαλύτερο από την εκάστοτε ληξιπρόθεσμη δόση του, μειώνει το υπόλοιπο του ανεξόφλητου κεφαλαίου. Συνήθως, η πρόωρη ολική εξόφληση προϋποθέτει την έγγραφη προειδοποίηση του πελάτη προς την τράπεζα και επιβαρύνεται με πρόστιμο.

4.6. ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΧΟΡΗΓΗΣΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΩΝ ΔΑΝΕΙΩΝ

Ένα από τα πιο σημαντικά ζητήματα που αφορά στο σύστημα καταναλωτικών χορηγήσεων μιας τράπεζας είναι τα κριτήρια που εξετάζονται πριν τη δανειοδότηση ενός καταναλωτή. Η διαδικασία αυτή κρίνεται εξαιρετικά σημαντική, αφού η μελέτη των κατάλληλων κριτηρίων δανειοδότησης, μπορεί να εξασφαλίσει για την τράπεζα την απαιτούμενη πληροφόρηση για την εκτίμηση της πιστοληπτικής ικανότητας του δανειζόμενου, δηλαδή της δυνατότητάς του να αποπληρώσει το χορηγούμενο δάνειο και επομένως να ελαχιστοποιήσει την ασυμμετρία πληροφόρησης.

Τα κριτήρια αυτά μπορούν να κατηγοριοποιηθούν σε δύο βασικές ομάδες, οι οποίες είναι τα ποσοτικά και ποιοτικά κριτήρια δανεισμού. Τα ποσοτικά κριτήρια είναι εύκολα μετρήσιμα, με αποτέλεσμα τα στελέχη του τμήματος χορηγήσεων να μπορούν εύκολα να εκτιμήσουν την κατάσταση του υποψήφιου προς δανειοδότηση ιδιώτη. Αντίθετα, τα ποιοτικά κριτήρια, αν και εξίσου σημαντικά και υπολογίσιμα, δεν μπορούν να εκτιμηθούν εύκολα.

Ωστόσο, ανεξαρτήτως μέτρησης και εκτίμησης, οι δύο βασικές κατηγορίες κριτηρίων, τις οποίες οι τράπεζες μελετούν πριν αποφασίσουν τη χορήγηση δανείου σε ένα φυσικό πρόσωπο, είναι εξίσου σημαντικές, χωρίς να δίνεται ιδιαίτερη βαρύτητα σε μία από τις δύο ομάδες.³⁸

Οικονομικά Στοιχεία

Ένα από τα σημαντικότερα πιστωτικά κριτήρια για τις καταναλωτικές χρηματοδοτήσεις αποτελεί η δυνατότητα του δανειοδοτούμενου να εξυπηρετεί

³⁸ Στάρρας Γ., διπλωματική εργασία με θέμα «Πολιτική τραπεζικών χορηγήσεων (χρηματοδοτήσεων)», Κρήτη, 2007, σελ. 15-16

κανονικά την παρεχόμενη πίστωση. Για το λόγο αυτό, τα οικονομικά στοιχεία του υποψηφίου προς δανειοδότηση αποτελούν ένα βασικό κριτήριο για την έγκριση του δανείου από την τράπεζα. Πιο συγκεκριμένα, η τράπεζα εξετάζει τα περιουσιακά στοιχεία του υποψήφιου πιστούχου, τόσο τα ατομικά, όσο και τα οικογενειακά, με τυχόν βάρη. Επιπλέον, εξετάζονται το ύψος και η σταθερότητα του συνολικού καθαρού και διαθέσιμου ατομικού και οικογενειακού εισοδήματος του υποψηφίου, ενώ σε περίπτωση ύπαρξης άλλου δανείου, ο ενδιαφερόμενος καλείται να αναφέρει το ποσό του δανείου, τη μηνιαία δόση, καθώς και κατά πόσο ανταποκρίνεται χωρίς προβλήματα στην αποπληρωμή του.

Τα απαραίτητα δικαιολογητικά, τα οποία αφορούν στην οικονομική κατάσταση του πελάτη πέρα από την αίτηση, είναι:

- φωτοτυπία ταυτότητας ή διαβατηρίου,
- φωτοτυπία τελευταίου εκκαθαριστικού μισθοδοσίας/σύνταξης, στην περίπτωση μισθωτών ή συνταξιούχων,
- φωτοτυπία αναλυτικών στοιχείων φορολογίας εισοδήματος (έντυπο Ε3) στην περίπτωση ελεύθερων επαγγελματιών ή επιχειρηματιών,
- αντίγραφο του τελευταίου εκκαθαριστικού σημειώματος φορολογίας εισοδήματος.

Επισημαίνεται ότι, για δάνεια εξόφλησης υποχρεώσεων από φορολογικές οφειλές ισχύουν τα ίδια, με μόνη εξαίρεση την περίπτωση ελεύθερων επαγγελματιών ή επιχειρηματιών, όπου απαιτούνται αντίγραφα του εκκαθαριστικού σημειώματος φόρου εισοδήματος των τριών τελευταίων ετών.

Σε περίπτωση παροχής εξασφάλισης προς την τράπεζα με προσημείωση ακινήτου, απαιτούνται τα ακόλουθα δικαιολογητικά που αφορούν στο ακίνητο:

1. Ο τελευταίος τίτλος ιδιοκτησίας του προσφερόμενου για προσημείωση ακινήτου, συνοδευόμενος από τα σχετικά πιστοποιητικά από τις μερίδες των δανειοληπτών, ανάλογα με το είδος του ακινήτου
2. Τυχόν αναφερόμενα στους τίτλους ιδιοκτησίας πληρεξούσια
3. Φωτοαντίγραφο άδειας οικοδομής με τίτλους ιδιοκτησίας, σύσταση οριζόντιας/ κάθετης ιδιοκτησίας
4. Βεβαίωση κτηματολογίου ή κτηματογραφικό απόσπασμα, σε περίπτωση που το ακίνητο βρίσκεται σε δήμο που έχει ενταχθεί στο Εθνικό Κτηματολόγιο (πρωτότυπη)
5. Αντίγραφο λογαριασμού ΔΕΗ του ακινήτου

Ποιοτικά Στοιχεία

Πέρα από τα οικονομικά στοιχεία οι αναλυτές δανείων εξετάζουν και ποιοτικά στοιχεία, όπως η ηλικία, η συνέπεια, η οικογενειακή κατάσταση, οφειλές σε άλλες τράπεζες ή ακόμη και δυσμενή στοιχεία του δανειοδοτούμενου. Καταλυτικής σημασίας για τη χορήγηση καταναλωτικού δανείου κρίνεται ο χαρακτήρας του υποψήφιου πιστούχου. Μολονότι εκείνοι που καθυστερούν να εξοφλήσουν τα δάνειά τους, μπορεί να είναι έντιμοι δανειολήπτες, οι οποίοι αντιμετωπίζουν προβλήματα ρευστότητας, εκείνοι που καθυστερούν να δώσουν κρίσιμες πληροφορίες ή σκοπίμως παραπληροφορούν, φανερώνουν ελαττώματα χαρακτήρα, τα οποία πρέπει να τιμολογηθούν με τη μορφή του υψηλότερου ασφαλιστρου για τον κίνδυνο αθέτησης πληρωμών. Επομένως, ένα από τα πιο βασικά ποιοτικά κριτήρια δανεισμού και υψίστης σημασίας για την επιτυχία του δανείου είναι η εντιμότητα και η καλή φήμη του πιστούχου στις οικονομικές του συναλλαγές.

Ύπαρξη Δυσμενών Στοιχείων Πιστούχων (ΤΕΙΡΕΣΙΑΣ)

Με τη σταδιακή ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας και του τραπεζικού συστήματος, οι τράπεζες αναγνώρισαν την ανάγκη για πρόσβαση σε ακριβή δεδομένα οικονομικής συμπεριφοράς, αφού κατέστη σαφές ότι τέτοιες πληροφορίες συμβάλλουν στην προστασία της πίστης και στη μείωση των επισφαλειών, προς όφελος του τραπεζικού συστήματος αλλά και των ίδιων των συναλλασσομένων. Για το σκοπό αυτό, το σύνολο, σχεδόν, των ελληνικών τραπεζών ίδρυσε την εταιρεία "Τειρεσίας Α.Ε.", στην οποία και ανατέθει η ανάπτυξη και διαχείριση ενός αξιόπιστου αρχείου δεδομένων Οικονομικής Συμπεριφοράς.

Η "Τειρεσίας" συστάθηκε, αρχικά, ως μη κερδοσκοπική εταιρεία και από το 1997 λειτουργεί ως ανώνυμη εταιρεία, διατηρώντας αμιγώς τη φιλοσοφία της μη κερδοσκοπικής εταιρείας. Σήμερα, η "Τειρεσίας Α.Ε." εξειδικεύεται στη συγκέντρωση και διάθεση πληροφοριών οικονομικής συμπεριφοράς ιδιωτών και επιχειρήσεων, οι οποίοι έχουν οικονομικές σχέσεις με φορείς του ιδιωτικού, δημόσιου ή άλλου φορέα, μέσω αξιόπιστων πληροφοριακών συστημάτων, ενώ, παράλληλα, η εταιρεία αναπτύσσει νέα διατραπεζικά πληροφοριακά συστήματα.

Η "Τειρεσίας Α.Ε.", με βασική αποστολή την υπηρετήση της φερεγγυότητας και του δημόσιου συμφέροντος, καταχωρεί στα αρχεία της στοιχεία, τα οποία είναι αυστηρά προσωπικού χαρακτήρα και υπόκεινται στις διατάξεις του Νόμου 2472/1997 περί σεβασμού και προστασίας των δικαιωμάτων του πολίτη. Παράλληλα, τα εν λόγω στοιχεία δεν ανήκουν στην κατηγορία των «ευαίσθητων δεδομένων» και γνωστοποιούνται μόνο στους χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς και στον ίδιο τον ενδιαφερόμενο. Τα δεδομένα του αρχείου έχουν επικουρικό ρόλο, αφού η "Τειρεσίας Α.Ε." δεν προβαίνει σε εκτίμηση, κρίση ή άλλη αξιολόγηση των δεδομένων αυτών. Πιο συγκεκριμένα, στην "Τειρεσίας Α.Ε." καταγράφονται δεδομένα οικονομικής συμπεριφοράς. Οι αρμόδιες υπηρεσίες του

"Τειρεσία Α.Ε." συλλέγουν πληροφορίες, οι οποίες σχετίζονται και με θετικά στοιχεία της οικονομικής συμπεριφοράς των φυσικών και νομικών προσώπων, ενώ μέχρι πρότινος έπρεπε ο ίδιος ο ιδιώτης να προσκομίσει τα απαραίτητα στοιχεία. Παράλληλα, η "Τειρεσίας Α.Ε." παρακολουθεί τις ανάγκες για ενημέρωση, που δημιουργούνται καθημερινά στον τραπεζικό χώρο και ανταποκρίνεται με συνεχή έρευνα και αναζήτηση νέων πηγών και μέσων πληροφόρησης.³⁹

Αυστηρή προϋπόθεση για την ανάπτυξη οποιασδήποτε νέας υπηρεσίας είναι, πάντοτε, η διασφάλιση της τήρησης των αρχών, στις οποίες βασίζεται η εταιρεία και των σχετικών αποφάσεων της Αρχής Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα. Στην "Τειρεσίας Α.Ε." υπάρχουν επιπλέον και 4.500.000 μερίδια τα οποία αυτή τη στιγμή είναι "λευκά", αλλά είναι άμεσα διαθέσιμα για να καταγράψουν πληροφορίες σχετικές με την οικονομική συμπεριφορά ιδιωτών ή επιχειρήσεων. Αποδέκτες των δεδομένων οικονομικής συμπεριφοράς είναι μόνο Τράπεζες, Εταιρείες Έκδοσης και Διαχείρισης Καρτών, Εταιρείες Χρηματοδοτικής Μίσθωσης (Leasing), Εταιρείες Πρακτόρευσης Επιχειρηματικών Απαιτήσεων (Factoring) και Οργανισμοί του Δημοσίου, των οποίων είναι προφανές το έννομο συμφέρον.

4.7. ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΤΗΣ ΠΙΣΤΟΛΗΠΤΙΚΗΣ ΙΚΑΝΟΤΗΤΑΣ (CREDIT & BEHAVIORAL SCORING)

Τα Συστήματα Αξιολόγησης της Πιστοληπτικής Ικανότητας (credit και behavioral Scoring) μας δίνουν τη δυνατότητα να υπολογίσουμε την πιθανότητα ένας οφειλέτης να μην εξοφλήσει εγκαίρως τις υποχρεώσεις του. Η γνώση αυτής της πιθανότητας διευκολύνει πολύ και καθιστά ορθολογική τη διαδικασία χορήγησης

³⁹ Λιδωρίκης Α., «Το point system των τραπεζών για την αξιολόγηση των δανειοληπτών», άρθρο δημοσιευμένο στην εφημερίδα «Η Καθημερινή» στις 8 Νοεμβρίου 2008

πιστώσεων κάθε είδους. Η φιλοσοφία στην οποία στηρίζονται είναι ο πραγματισμός και η εμπειριοκρατία. Ο στόχος του credit scoring και του behavioral είναι να προβλέψουν τον κίνδυνο, και όχι να τον εξηγήσουν.

Μετά την πολύχρονη επιτυχημένη εφαρμογή του σε πιστώσεις καταναλωτικού χαρακτήρα, το credit scoring άρχισε να χρησιμοποιείται και για την αξιολόγηση της πιστοληπτικής ικανότητας επιχειρήσεων και ιδιωτών που ζητούν δανειοδοτήσεις από το τραπεζικό σύστημα.

Αυστηρή εφαρμογή των υπάρχοντων κριτηρίων για την διαμόρφωση της πιστοληπτικής ικανότητας του υποψήφιου δανειολήπτη μέσω ενός συστήματος credit scoring, πιστοληπτικής διαβάθμισης εφαρμόζουν πλέον οι τράπεζες μας, ως επακόλουθο των συνεπειών της διεθνούς χρηματοπιστωτικής κρίσης, σε αντίθεση με την προ της κρίσης εποχή, όπου η εφαρμογή τους ήταν ελαστική. Το credit scoring είναι πλέον το κύριο εργαλείο αξιολόγησης στα δάνεια ιδιωτών. Εκεί ορίζεται ένα “κατώφλι”, δηλαδή το όριο του επιθυμητού επιπέδου κινδύνου, που μπορεί συγκριτικά με τα κεφάλαιά της και την τιμολόγηση του δανείου να αναλάβει η τράπεζα.⁴⁰

4.7.1. Πεδίο εφαρμογής του Credit Scoring

Το Credit Scoring είναι ένα συνεπές, ακριβές και ισχυρό εργαλείο αξιολόγησης της πιστοληπτικής ικανότητας. Ένα καλά σχεδιασμένο σύστημα Credit Scoring υπολογίζει το επίπεδο του κινδύνου, μειώνει την υποκειμενικότητα των πιστοδοτικών αποφάσεων και βοηθά έτσι τους πιστωτές να βελτιώσουν την αποδοτικότητα των δραστηριοτήτων τους.

⁴⁰ Παπαϊωάννου Γ., «Η αναθεώρηση του διεθνούς πλαισίου λειτουργίας των τραπεζών επιβάλλει την ανάπτυξη συστημάτων ελέγχου υψηλής ποιότητας», άρθρο δημοσιευμένο στην εφημερίδα «Το Βήμα» στις 2 Ιουνίου 2002

Λόγω των ειδικών απαιτήσεων των σύγχρονων, πολύπλοκων επιχειρηματικών λειτουργιών, το Credit Scoring, εκτός από τον έλεγχο των συμπληρωμένων αιτήσεων για την αποδοχή ή απόρριψη των υποψηφίων πελατών, χρησιμοποιείται και για την οργάνωση δραστηριοτήτων όπως: (α) ο προσδιορισμός ελκυστικών τμημάτων της πελατείας και ο καθορισμός ενδεδειγμένων στρατηγικών προσέλκυσής τους, (β) η παρακολούθηση της εξέλιξης της συμπεριφοράς των πελατών για να διαπιστωθεί η αξιοπιστία του συστήματος Credit Scoring και να αναπτυχθούν στρατηγικές διαφοροποιημένης αντιμετώπισης διαφορετικών ομάδων και (γ) οι απαιτούμενες δραστηριότητες για την είσπραξη των οφειλομένων ποσών (τηλεφωνικές οχλήσεις πελατών, επικοινωνία με εγγυητές και προειδοποιητικές επιστολές διαφόρων βαθμών αυστηρότητας), καθώς και οι ενέργειες προσφυγής στα δικαστήρια, αν οι ανωτέρω ενέργειες δεν έχουν αποτέλεσμα.⁴¹

4.7.2. Εφαρμογή του Credit Scoring

Η ανάπτυξη ενός συστήματος Credit Scoring αποσκοπεί στη λύση του ακόλουθου προβλήματος: Να αξιολογηθεί η πιστοληπτική ικανότητα κάθε υποψήφιου πελάτη με βάση τις πληροφορίες που μπορούν να αντληθούν για αυτόν κατά το χρόνο που καταθέτει την αίτησή του. Το πρόβλημα έγκειται ουσιαστικά στην πρόβλεψη της μελλοντικής συμπεριφοράς μιας ομάδας πελατών που έχουν συγκεκριμένα κοινά χαρακτηριστικά, με βάση τη συμπεριφορά που επέδειξαν κατά το παρελθόν αντίστοιχες ομάδες πελατών με παρόμοια χαρακτηριστικά.

Για το σκοπό αυτό, λαμβάνουμε ένα δείγμα δεδομένων σχετικά με την παρελθούσα συμπεριφορά διαφόρων ομάδων πελατών με γνωστά χαρακτηριστικά. Τα δεδομένα αυτά μπορεί να προέρχονται είτε από τα αρχεία της ενδιαφερόμενης επιχείρησης είτε είναι δυνατόν να αποκτηθούν από τα αρχεία δημόσιων ή ιδιωτικών υπηρεσιών στατιστικής παρακολούθησης διαφόρων

⁴¹ «Συστήματα αξιολόγησης της πιστοληπτικής ικανότητας (Credit Scoring)», Οικονομική Ενημέρωση, Τεύχος 7, Ιούλιος-Σεπτέμβριος 2007

χαρακτηριστικών της αγοράς.

Το δείγμα των δεδομένων περιλαμβάνει συνήθως αιτήσεις υποψηφίων πελατών που χρονολογικά καλύπτουν μια περίοδο δώδεκα μηνών, εξαλείφοντας έτσι τις πιθανές συνέπειες των τυχόν εποχικών κυμάνσεων της δραστηριότητας της αγοράς πάνω στη ζήτηση χρηματοπιστωτικών προϊόντων και υπηρεσιών. Επιπλέον, σε έρευνες τέτοιου είδους, τα δεδομένα συνήθως συμπληρώνονται και με στοιχεία σχετικά με την εξέλιξη των λογαριασμών των εξεταζομένων πελατών για άλλους δώδεκα μήνες (περίοδος ωρίμανσης του προϊόντος). Έτσι καθίσταται εφικτή η εμπειριστατωμένη αξιολόγηση της συμπεριφοράς των εξεταζομένων πελατών και συνεπώς ο αξιόπιστος χαρακτηρισμός τους ως "καλών" ή "κακών". Το δείγμα πρέπει ακόμη να περιλαμβάνει και αιτήσεις πελατών που δεν έγιναν δεκτές, για να ληφθούν υπόψη οι ιδιαιτερότητες που ενδεχομένως χαρακτηρίζουν αυτή την ομάδα υποψηφίων πελατών.

Όλα τα χαρακτηριστικά των διαφόρων ομάδων πελατών συγκρίνονται μεταξύ τους και συνδυάζονται στατιστικά για την εύρεση εκείνων των χαρακτηριστικών που ερμηνεύουν και προβλέπουν καλύτερα τον πιστωτικό κίνδυνο. Η στάθμιση της σπουδαιότητάς τους ολοκληρώνει την ανάπτυξη ενός απλού συστήματος Credit Scoring.

4.7.3. Στρατηγικές απόρριψης και βελτίωση του Credit Scoring

Στα περισσότερα συστήματα Credit Scoring η τελική βαθμολογία (score) του υποψηφίου πελάτη διαμορφώνεται έτσι ώστε να προοικονίζει την "ποιότητα" της στατιστικά αναμενόμενης συμπεριφοράς του: Όσο μεγαλύτερο είναι το score του, τόσο μεγαλύτερη είναι η πιθανότητα να είναι "καλός". Δηλαδή, καθώς το score μιας ομάδας πελατών γίνεται όλο και υψηλότερο, τόσο μικραίνει το ποσοστό των πελατών αυτής της ομάδας που έχουν αυτό το υψηλό score και τελικά αποδεικνύονται "κακοί".

Θεωρούμε ως score απόρριψης εκείνη την τιμή του score κάτω από την οποία απορρίπτεται το αίτημα του πελάτη, ενώ για μεγαλύτερα scores γίνεται δεκτό το αίτημά του για τη λήψη της πίστωσης που ζητά. Όσο μεγαλύτερο είναι το score απόρριψης, τόσο μεγαλώνει το ποσοστό των υποψηφίων πελατών που απορρίπτονται. Οι στρατηγικές απόρριψης υποψηφίων πελατών με βάση το score τους μπορούν να διευρυνθούν με την από κοινού εξέταση του ποσοστού των "κακών" πελατών και του ποσοστού απόρριψης. Λαμβάνοντας υπόψη ότι οι στατιστικές μέθοδοι λήψης αποφάσεων ενέχουν τον κίνδυνο λάθους, σκοπός μας είναι να θέσουμε το score απόρριψης σε τέτοιο επίπεδο ώστε να έχουμε μικρό ποσοστό απόρριψης χωρίς, ωστόσο, να αυξηθεί πολύ το ποσοστό των "κακών" πελατών που θα γίνουν αποδεκτοί.⁴²

Κατά τη διαδικασία επαναπροσδιορισμού του score απόρριψης πρέπει να αξιοποιηθεί η αυξανόμενη εμπειρία και να ληφθεί μέριμνα ώστε να γίνονται δεκτοί οι πελάτες που μέχρι πρότινος θα απορρίπτονταν, αλλά που αποδεικνύεται εμπειρικά ότι έχουν υψηλή πιστοληπτική ικανότητα. Ταυτόχρονα πρέπει να καταβληθεί ιδιαίτερη προσοχή ώστε να απορρίπτονται οι πελάτες που, ενώ κατά το παρελθόν είχαν μεγάλο score τα νέα δεδομένα δείχνουν ότι έχουν χαρακτηριστικά που προοικονίζουν μεγάλο πιστωτικό κίνδυνο.

Η βελτίωση του αναπτυσσόμενου Credit Scoring προϋποθέτει τη συστηματική παρακολούθηση της εξέλιξης των λογαριασμών των πελατών που έχουν γίνει αποδεκτοί, ώστε να ανακαλυφθούν τυχόν προβλεπτικές αδυναμίες του συστήματος με στόχο την αναπροσαρμογή του, με την ενσωμάτωση όλης της συσσωρευμένης πληροφορίας.

4.7.4. Οφέλη από τη χρήση του Credit Scoring

Η εκτίμηση του πιστωτικού κινδύνου κάθε υποψηφίου πελάτη καθίσταται

⁴² «Συστήματα αξιολόγησης της πιστοληπτικής ικανότητας (Credit Scoring)», Οικονομική Ενημέρωση, Τεύχος 7, Ιούλιος-Σεπτέμβριος 2007

αμερόληπτη και δίκαιη χωρίς να παρεισφρέουν υποκειμενικές απόψεις, ενώ η προκύπτουσα διαδικασία λήψεως πιστοδοτικών αποφάσεων γίνεται συνεπής εξασφαλίζοντας ότι με τις ίδιες πληροφορίες θα παίρνουμε πάντοτε την ίδια απόφαση.

Η αυτοματοποίηση των διαδικασιών αξιολόγησης της πελατείας είναι ένα επιπλέον πλεονέκτημα που προκύπτει από το γεγονός ότι τα συστήματα Credit Scoring πρέπει, λόγω του όγκου των προς επεξεργασία δεδομένων, να είναι πάντοτε μηχανογραφημένες εφαρμογές.

Σημαντικό όφελος από τη χρήση του Credit Scoring είναι και η αύξηση του διαχειριστικού ελέγχου που οφείλεται στη στατιστική εκτίμηση όχι μόνο του κινδύνου αλλά και του όγκου των παρεχομένων πιστώσεων, γεγονός που εξασφαλίζει ότι η εφαρμογή της διαχειριστικής πολιτικής δεν στηρίζεται σε υποκειμενικές ερμηνείες της. Επιπλέον, η εφαρμογή συστημάτων Credit Scoring έχει ως αποτέλεσμα τη μείωση των επισφαλειών με ταυτόχρονη διατήρηση ή και αύξηση (πιθανώς) του όγκου των παρεχομένων πιστώσεων.

4.7.5. Αξιολόγηση της Συμπεριφοράς των Υπαρχόντων Πελατών (Behavioural Scoring)

Οι χρηματοπιστωτικές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν και το ακόλουθο σημαντικό πρόβλημα: Πώς μπορούν να ελεγχθούν οι υπάρχοντες πελάτες με βάση όλη την πληροφορία που είναι διαθέσιμη; Η λύση αυτού του προβλήματος προκύπτει από τη χρησιμοποίηση ειδικών τεχνικών που αποτελούν το λεγόμενο Behavioural Scoring. Σκοπός του είναι η αξιολόγηση της συμπεριφοράς των ήδη υπαρχόντων πελατών με στόχο την επιπλέον ανάπτυξη των σχέσεων "επιχείρησης - πελατών" έτσι ώστε: (α) να μεγιστοποιηθεί η ικανοποίηση της πελατείας με διαφοροποίηση των προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρονται στους καλύτερους πελάτες και

(β) να επιτευχθούν οι στρατηγικοί στόχοι της επιχείρησης.⁴³

Το behavioral scoring χρησιμοποιεί παρελθούσες πληροφορίες για την εξέλιξη των λογαριασμών των ήδη υπαρχόντων πελατών για 12μηνη περίοδο και η ανάπτυξή του στηρίζεται συνήθως σε διαφορετικά χαρακτηριστικά από αυτά που χρησιμοποιούνται για το απλό credit scoring. Το είδος των χρηματοδοτούμενων δαπανών του εξεταζόμενου πελάτη και το ιστορικό εξόφλησης του λογαριασμού του είναι τις περισσότερες φορές δύο από τα χαρακτηριστικά με τη μεγαλύτερη ικανότητα πρόβλεψης της μελλοντικής συμπεριφοράς του.

Χρησιμοποιώντας το behavioral scoring ένας τραπεζικός οργανισμός, μπορεί να αξιολογεί τους υπάρχοντες πελάτες του σε τακτά χρονικά διαστήματα (π.χ., σε ετήσια, μηνιαία ή και εβδομαδιαία βάση) ή και οποτεδήποτε άλλοτε η διοίκησή της κρίνει σκόπιμη μια τέτοια αξιολόγηση. Το score των πελατών, δηλαδή η αξιολόγηση του κινδύνου που κάθε συγκεκριμένος πελάτης αντιπροσωπεύει, χρησιμοποιείται ως ένδειξη βάσει της οποίας μπορεί να διαφοροποιηθεί η αντιμετώπιση διαφόρων κατηγοριών πελατών, ανάλογα με τον πιστωτικό κίνδυνο που αντιστοιχεί στην καθεμιά κατηγορία. Το behavioral scoring χρησιμοποιείται και για να αξιολογηθούν οι διάφορες δραστηριότητες της επιχείρησης, έτσι ώστε να καταστεί δυνατός ο διαρκής έλεγχος της αποτελεσματικότητας των στρατηγικών προγραμμάτων της και η βελτίωσή τους.⁴⁴

4.7.6. Διαδικασία ανάπτυξης ενός συστήματος Credit Scoring

Η ανάπτυξη ενός καλά δομημένου συστήματος Credit Scoring είναι μια δύσκολη και δαπανηρή διαδικασία, που απαιτεί από την ενδιαφερόμενη

⁴³ Hopper M.A., Lewis E.M., (1992), Behaviour Scoring and Adaptive Control Systems, In Credit scoring and Credit Control ed by L.C.Thomas, J.N.Crook, D.B.Edelman, Oxford University Press, σελ. 257-276

²⁵ Thomas L. C., Ho J., Scherer W. T, "Time will tell: behavioural scoring and the dynamics of consumer credit assessment", IMA Journal of Management Mathematics, 2001

επιχείρηση σημαντική επένδυση χρόνου και εξειδικευμένης εργασίας. Η διαδικασία είναι εκ των προτέρων σύνθετη και αποτελείται από πολλά στάδια, με σημαντικότερο αυτό που σχετίζεται με το σαφή καθορισμό των Επιχειρηματικών Στόχων και τη μελέτη της διάρθρωσης του περιβάλλοντος εντός του οποίου θα λειτουργήσει το σύστημα Credit Scoring. Τα υπόλοιπα στάδια αυτής της διαδικασίας σχετίζονται με την εξέταση της διαθεσιμότητας των απαιτούμενων δεδομένων, τη δραστηριοποίηση για την απόκτησή τους, τη διαδικασία της υλοποίησης του συστήματος Credit Scoring και του ελέγχου της αξιοπιστίας του καθώς και της ποιότητας της υπάρχουσας πελατείας.⁴⁵

⁴⁵ Hopper M.A., Lewis E.M., (1992), Behaviour Scoring and Adaptive Control Systems, In Credit scoring and Credit Control ed by L.C.Thomas, J.N.Crook, D.B.Edelman, Oxford University Press, σελ. 257-276

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Η ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΠΙΣΤΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

5.1. ΓΕΝΙΚΑ

Η καταναλωτική πίστη είναι ένας κλάδος που άρχισε πρόσφατα να αναπτύσσεται και στη χώρα μας με γοργούς ρυθμούς. Στην ανάπτυξη αυτή συντέλεσε η απελευθέρωση του τραπεζικού συστήματος που όξυνε τον ανταγωνισμό, η μείωση των επιτοκίων που σταδιακά συγκλίνουν προς τα επίπεδα της ΕΕ και φυσικά η ένταξη της Ελλάδας στην ζώνη του ευρώ που επιτάχυνε τις παραπάνω αλλαγές. Το νέο αυτό περιβάλλον ώθησε τις τράπεζες σε επέκταση του φυσικού τους δικτύου καταστημάτων, στο να μετεκπαιδεύσουν το ανθρώπινο δυναμικό τους και να αξιοποιήσουν τις νέες τεχνολογίες στον τομέα των επενδυτικών προϊόντων σε μια προσπάθεια μείωσης των λειτουργικών τους δαπανών.

Η καταναλωτική πίστη θεωρείται πλέον ως ένας από τους πιο κερδοφόρους τομείς των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων. Το γεγονός αυτό όξυνε τον ανταγωνισμό μεταξύ χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων, στοχεύοντας το κάθε ένα να διασφαλίσει το μεγαλύτερο μερίδιο της αγοράς για τον εαυτό του. Το ένα μετά το άλλο τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα της χώρας μας, ανακοινώνουν σημαντικές αυξήσεις κερδών, οι οποίες προέρχονται κατά κύριο λόγο από τη λεγόμενη «λιανική τραπεζική», και σε μεγάλο βαθμό από τα προϊόντα της καταναλωτικής πίστης. Οι τελευταίες χρηματοπιστωτικές εξελίξεις και η πρόσφατη χρηματοοικονομική κρίση επηρέασαν αρνητικά την ανάπτυξη της χρηματοδότησης των νοικοκυριών χωρίς όμως να έχουν παρουσιαστεί πολύ σημαντικές επιπτώσεις προς ώραν. Επίσης δεν πρέπει να παραβλέπεται ότι, κατά την άσκηση της καταναλωτικής πίστης, δημιουργούνται σε πολλές περιπτώσεις

σοβαρά προβλήματα. Η εμπειρία από τη λειτουργία των καταναλωτικών χορηγήσεων οδηγεί στο συμπέρασμα ότι η υπερχρέωση των νοικοκυριών και συνεπώς, η αδυναμία αποπληρωμής τους, αποτελεί ένα σημαντικό πρόβλημα.

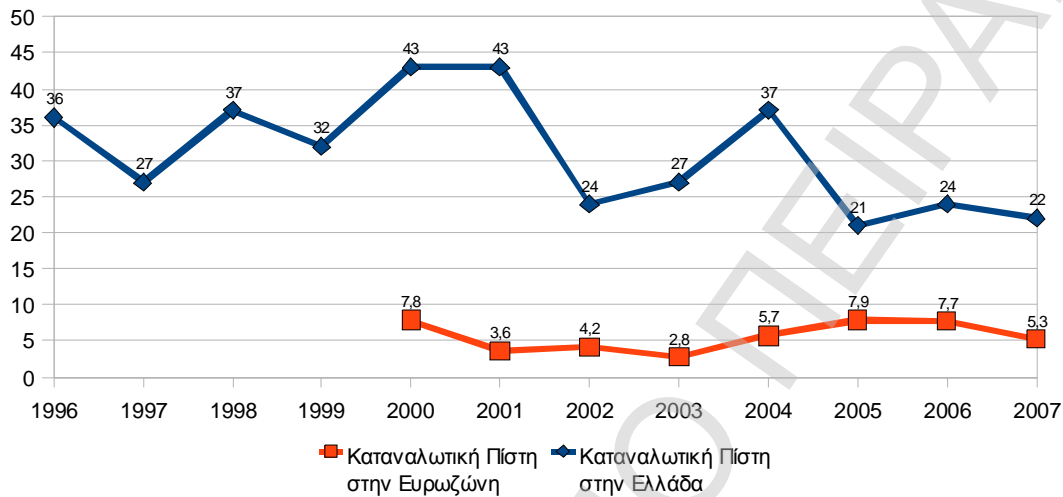
Στο τρέχον κεφάλαιο θα παρουσιαστούν στοιχεία, που αφορούν στην επέκταση της καταναλωτικής πίστης στην Ελλάδα και σε άλλες χώρες της ζώνης του ευρώ. Επιπροσθέτως, θα εμφανιστούν στοιχεία για την εξέλιξη των επιτοκίων καταναλωτικών δανείων στη ζώνη του ευρώ και στην Ελλάδα, καθώς και τα αποτελέσματα για το ύψος του δανεισμού και το βαθμό χρέωσης των ελληνικών νοικοκυριών, σύμφωνα με δειγματοληπτική έρευνα, που διενεργήθηκε από την TNS – ICAP A.E. για λογαριασμό της Τράπεζας της Ελλάδος, το προηγούμενο έτος, αλλά και σύμφωνα με πρόσφατα δημοσιεύματα.

5.2. Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗΣ ΠΙΣΤΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η καταναλωτική πίστη στην Ελλάδα γνωρίζει ιδιαίτερη άνθηση παρουσιάζοντας έναν από τους υψηλότερους ρυθμούς ανάπτυξης στην ΕΕ. Σύμφωνα με στοιχεία από την Τράπεζα της Ελλάδος⁴⁶ ο ρυθμός αύξησης των καταναλωτικών δανείων ανήλθε το 2007 σε 22,6% παραμένοντας πάνω από 20% την τελευταία δεκαετία. Η αύξηση αυτή είναι πολύ μεγαλύτερη από την αντίστοιχη της Ευρωζώνης που διαμορφώθηκε μόλις στο 5,3%. Αξίζει να σημειωθεί ότι βάση της έρευνας της PwC “Precious Plastic 2008”, το ποσοστό της ανάπτυξης της καταναλωτικής πίστης στην Ελλάδα ήταν το μεγαλύτερο στην Ευρωζώνη για την πενταετία 2003 – 2007 καθώς η γενικότερη τάση είναι σταθεροποίηση ή μείωση της ανάπτυξης αυτής. Το διάγραμμα 5.1 παρουσιάζει τον ρυθμό αύξησης της καταναλωτικής

⁴⁶ Έκθεση του Διοικητή 2007, Τράπεζα της Ελλάδος

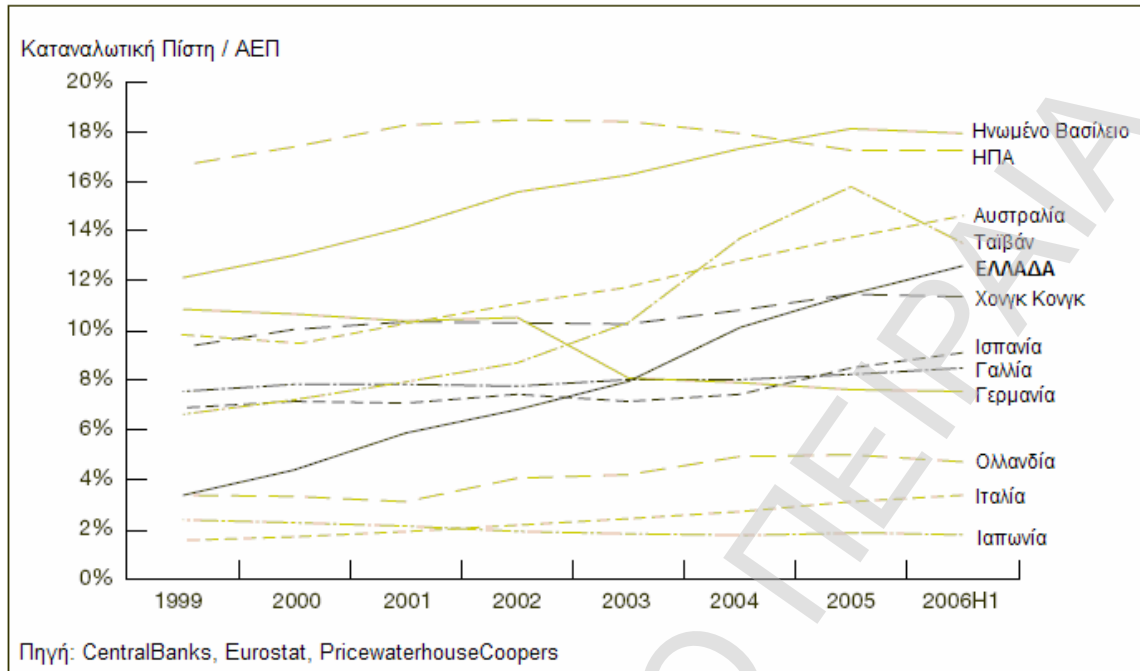
πίστης από το 1996 μέχρι το 2007 (για την Ευρωζώνη διαθέσιμα στοιχεία υπήρχαν από το 2000).



Εικόνα 5.1: Ετήσιος εκατοστιαίος ρυθμός μεταβολής της καταναλωτικής πίστης.
Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος, Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα

Αυτή η ταχύτατη ανάπτυξη έφερε την δειύσδοση της καταναλωτικής πίστης στα ίδια επίπεδα με την Ευρωζώνη. Ως ποσοστό του ΑΕΠ η καταναλωτική πίστη στην Ελλάδα έφτασε στο 15,6% όταν το αντίστοιχο ποσοστό στην Ευρωζώνη είναι 15,7%. Μάλιστα αναλυτές⁴⁷ προβλέπουν ότι αυτό το ποσοστό θα διαμορφωθεί σε 18% στο τέλος του 2009 ξεπερνώντας το μέσο όρο της Ευρωζώνης. Το παρακάτω διάγραμμα παρουσιάζει το ποσοστό της καταναλωτικής πίστης ως προς το ΑΕΠ της Ελλάδας και ορισμένων σημαντικών διεθνών τραπεζικών αγορών. Όπως μπορούμε να παρατηρήσουμε το ποσοστό η Ελλάδα όχι μόνο παρουσιάζει την υψηλότερη καμπύλη ανάπτυξης αλλά και ένα από τα υψηλότερα ποσοστά.

⁴⁷ Dimitris Georgopoulos, Sustaining Growth in the Greek Retail Banking Sector, Banking on Greece, 2008



Εικόνα 5.2: Καταναλωτική πίστη ως ποσοστό του ΑΕΠ (%) για την περίοδο 1999-2006

Οι κύριοι παράγοντες, στους οποίους οφείλεται η εξέλιξη αυτή των καταναλωτικών χορηγήσεων είναι οι ακόλουθοι:

- Ø **Η απελευθέρωση του χρηματοπιστωτικού συστήματος:** Η άρση των περιορισμών στην καταναλωτική πίστη που ξεκίνησε το 1994 και ολοκληρώθηκε τον Ιούνιο του 2003 επέτρεψε την πρόσβαση στον τραπεζικό δανεισμό σε ένα σημαντικό μέρος των νοικοκυριών, το οποίο προηγουμένως ουσιαστικά, αποκλειόταν από αυτόν. Με την απελευθέρωση, οι καταναλωτές έχουν, πλέον, τη δυνατότητα να επιλέγουν τους όρους δανεισμού, με γνώμονα το συμφέρον τους, αξιοποιώντας τις ευκαιρίες που τους παρέχει η ελεύθερη αγορά, ώστε διαχρονικά να εξισορροπούν καλύτερα τις οικονομικές τους ανάγκες με τους διαθέσιμους πόρους τους. Έτσι, ικανοποιήθηκε μέρος της συσσωρευμένης ζήτησης για αυτή την κατηγορία τραπεζικού δανεισμού, ενώ την ίδια στιγμή, μεταβλήθηκε η διάρθρωση της χρηματοπιστωτικής διαμεσολάβησης, με την αντικατάσταση μέρους του έμμεσου δανεισμού

των νοικοκυριών από το τραπεζικό σύστημα (μέσω των βιομηχανικών και εμπορικών επιχειρήσεων), με άμεσο τραπεζικό δανεισμό, εξέλιξη η οποία ενίσχυσε τη διαφάνεια και την αποτελεσματικότητα του χρηματοπιστωτικού συστήματος.

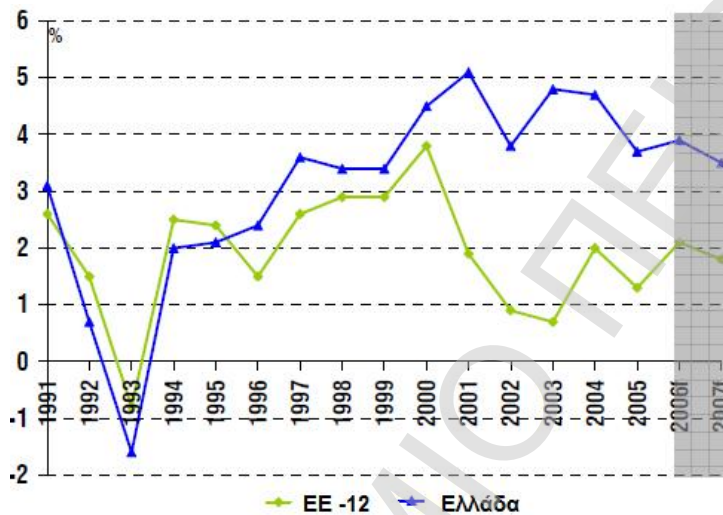
Ø **Η συνεχής μείωση των επιτοκίων:** Η μείωση των επιτοκίων της καταναλωτικής πίστης είναι τα τελευταία χρόνια συνεχής πλησιάζοντας στη σύγκλιση με τα επίπεδα της Ζώνης του Ευρώ. Συγκεκριμένα, τα επιτόκια των δανείων με επιτόκιο κυμαινόμενο κυμάνθηκαν σε 8,15% τον Ιανουάριο του 2008 (σε αντίθεση με 9,6 τον Δεκέμβριο του 2003 και 8,99 τον Φεβρουάριο του 2005) ενώ τα δάνεια με σταθερό επιτόκιο σε κυμάνθηκαν σε 8,26% (σε αντίθεση με 10,03% τον Δεκέμβριο του 2003 και 9,53 τον Φεβρουάριο του 2005).

Ø **Αυξανόμενος ανταγωνισμός:** Η όξυνση του ανταγωνισμού που άρχισε με την είσοδο της Ελλάδας στην Ζώνη του Ευρώ και με την απελευθέρωση του χρηματοπιστωτικού τομέα οδήγησε στην ανάπτυξη νέων δανειακών προϊόντων που ανταποκρίνονται καλύτερα στις ανάγκες και τις προτιμήσεις των νοικοκυριών καθώς και στην εκμετάλλευση των νέων τεχνολογιών ώστε να καταστεί ευκολότερη η διαδικασία του δανεισμού.

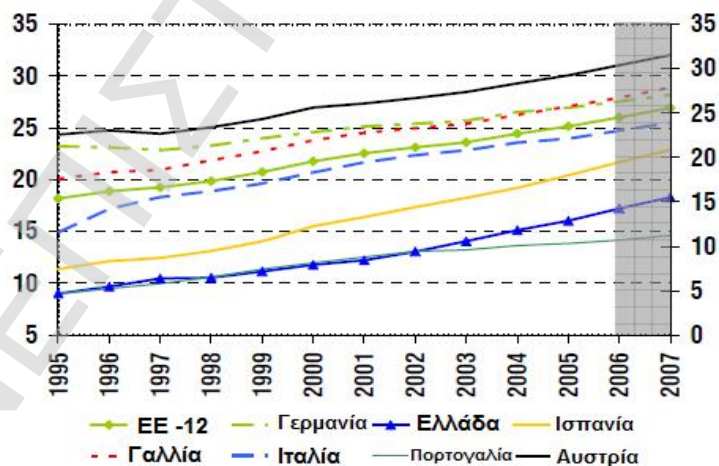
Ø **Μακροοικονομικές συνθήκες:** Η οικονομική ανάπτυξη της Ελλάδας έπαιξε σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη της λιανικής τραπεζικής καθώς δημιούργησε ένα ευνοϊκό κλίμα και αισιοδοξία για δανεισμό από τα νοικοκυριά. Από το 1995 η αύξηση του ΑΕΠ (διάγραμμα 5.3) και του διαθέσιμου κατα κεφαλήν εισοδήματος (διάγραμμα 5.4) είναι σταθερά και σημαντικά πάνω από το μέσο όρο της ΕΕ-12. Παράλληλα αναλυτές⁴⁸

⁴⁸ Le Cadran De Cofidis, Consumer Credit in Europe, 2007

θεωρούν ότι το υψηλό ποσοστό ανεργίας (8,1% στην Ελλάδα σε αντίθεση με 74% στην Ζώνη του Ευρώ) και το αυξημένο κόστος ζωής καθιστούν την καταναλωτική πίστη ως μια λύση στην κάλυψη των αναγκών των νοικοκυριών.



Εικόνα 2.3: Ετήσια εκατοστιαία αύξηση του ΑΕΠ



Εικόνα 2.4: Ετήσια εκατοστιαία αύξηση του διαθέσιμου κατά κεφαλήν εισοδήματος

5.3. ΒΑΘΜΟΣ ΧΡΕΩΣΗΣ ΤΩΝ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΩΝ

Ως γενικά αποδεκτός δείκτης του «βαθμού χρέωσης» των νοικοκυριών λαμβάνονται υπόψη οι συγκριτικές δαπάνες εξυπηρέτησης των δανείων που έχουν λάβει από τράπεζες, δηλαδή ο λόγος των μηνιαίων δόσεων (τοκοχρεολυσίων) προς το μηνιαίο εισόδημα. Τα αποτελέσματα πανελλαδικών ερευνών για τα έτη 2002, 2005 και 2007, τις οποίες διεξήγαγε και δημοσιοποίησε η Τράπεζα της Ελλάδος, σε συνεργασία με την εταιρεία TNS-ICAP, δείχνουν ότι το 2007 το 78% των νοικοκυριών που έχουν δανειστεί (έναντι 81% το 2005 και 75% το 2002), το κόστος εξυπηρέτησης δανείων ανέρχεται περίπου στο 33% του εισοδήματός τους. Παράλληλα για το 1,6% των νοικοκυριών που έχουν δανειστεί (έναντι 1,6 το 2005% και 4% το 2002) οι μηνιαίες δόσεις υπερβαίνουν το μηνιαίο εισόδημά τους.

Εάν ληφθεί υπόψη το γεγονός ότι σχεδόν τα μισά νοικοκυριά δήλωσαν, στο πλαίσιο των εν λόγω ερευνών, ότι δεν έχουν καθόλου δανειστεί από το τραπεζικό σύστημα (το 48,6% το 2007, το 53,1% το 2005 και το 51,6% το 2002), συνάγεται ότι για τη συντριπτική πλειοψηφία των νοικοκυριών με ή χωρίς χρέος (92% σωρευτικά το 2007), η άμεση χρηματοοικονομική πίεση κυμαίνεται μέσα σε όρια που, σύμφωνα με τη διεθνή εμπειρία, προκύπτει ότι δεν συνεπάγονται δυσκολίες στην ομαλή εξυπηρέτηση των δανείων τους. Τα αποτελέσματα των ερευνών της Τράπεζας της Ελλάδος επιβεβαιώνονται και από την πρόσφατη έρευνα κοινού που πραγματοποιήθηκε για λογαριασμό της Γενικής Γραμματείας Καταναλωτή του Υπουργείου Ανάπτυξης⁴⁹, η οποία παρουσιάστηκε στις 31 Μαρτίου 2008. Σύμφωνα με την εν λόγω έρευνα, το 76% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι ο βαθμός δυσκολίας για την αποπληρωμή του δανείου τους κυμαινόταν από «λίγο έως καθόλου». Ειδικά σε ό,τι αφορά το βαθμό δυσκολίας

⁴⁹ <http://www.efpolis.gr/database/docuploads/sitefile-9836.pps>

αποπληρωμής σε μηνιαία βάση των δόσεων πιστωτικών καρτών, το ποσοστό των ερωτηθέντων που έδωσε την ίδια απάντηση ανερχόταν στο 87%.

Άλλωστε στην έρευνα της Τράπεζας της Ελλάδος του 2007 επισημαίνονται και τα ακόλουθα κρίσιμα συμπεράσματα:

Κατά την προηγούμενη διετία, 2006-2007, τα τραπεζικά δάνεια προς τα νοικοκυριά συνέχισαν να αυξάνονται με υψηλό ετήσιο ρυθμό (κατά μέσο όρο 23,6%), αν και επιβραδυνόμενο σε σχέση με την τριετία 2003-2005 (κατά μέσο όρο 30%).

Τη διετία 2006-2007, η Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα αύξησε το βασικό της επιτόκιο συνολικά κατά 1,75% (επτά φορές από 0,25%) και έτσι το βασικό επιτόκιο της ΕΚΤ ανήλθε από 2,25% στις 7 Μαρτίου 2006 σε 4% από τις 13 Ιουνίου 2007, ενώ κατά το ίδιο χρονικό διάστημα, οι ελληνικές τράπεζες αύξησαν τα επιτόκια καταναλωτικών και στεγαστικών δανείων κατά μέσο όρο 1,07% και 0,39% αντίστοιχα. Στις αρχές Ιουλίου 2008 επήλθε περαιτέρω αύξηση του βασικού επιτοκίου κατά 0,25%.

Η συστηματική μεταβολή στη δανειοδοτική πολιτική των τραπεζών, η οποία, στο πλαίσιο της πιο αποτελεσματικής διαχείρισης του πιστωτικού κινδύνου και της καλύτερης πληροφόρησης σχετικά με τα χαρακτηριστικά της πελατείας τους, επικεντρώνεται περισσότερο από ό,τι στο παρελθόν στην προσέλκυση πελατείας από τα υψηλότερα εισοδηματικά κλιμάκια.

Ειδικότερα, ο σχετικά μεγάλος δανεισμός είναι συγκεντρωμένος στα δύο υψηλότερα περιουσιακά κλιμάκια (100.001-200.000 και 200.001+), με αποτέλεσμα η συμβολή των νοικοκυριών που εμπίπτουν σε αυτά τα κλιμάκια ως προς το συνολικό δανεισμό των νοικοκυριών να διαμορφώνεται σε 83,5% το 2007 έναντι 65,3% το 2005.

Επίσης, πρέπει να τονιστεί ότι συνεχίστηκε η επιβράδυνση στο ρυθμό αύξησης των καταναλωτικών δανείων (2006: 23,7%, δ' τρίμηνο 2007: 22,6%), η οποία

ξεκίνησε από το 2005 (30,4%). Οι εξελίξεις αυτές παρέχουν σοβαρές ενδείξεις ότι η σταδιακή ωρίμανση της αγοράς έχει ξεκινήσει και, πιθανώς, θα επέλθει σύντομα η σταθεροποίηση της ζήτησης καταναλωτικών δανείων σε επίπεδα ανάλογα με αυτά άλλων κρατών μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης στα οποία η απελευθέρωση της καταναλωτικής πίστης σημειώθηκε νωρίτερα από ό,τι στην Ελλάδα, δηλαδή το 2003.

Σύμφωνα πάντως με έκθεση του χρηματοπιστωτικού ιδρύματος Cofidis⁵⁰ η αύξηση του κατά κεφαλήν χρέους καταναλωτικής πίστης στην Ελλάδα σημείωσε αύξηση 22,3% το 2006 φτάνοντας τα 2,292 ευρώ σε σχέση με 1,874 ευρώ το 2005 ενώ μέση ετήσια αύξηση για την περίοδο 2001 – 2006 ανήλθε σε 26,2%. Το συνολικό χρέος καταναλωτικής πίστης της Ελλάδας ισούταν με 85,6 δισ. ευρώ τον Δεκέμβριο του 2006.

Αναφορικά με τις καθυστερήσεις των δανείων, σύμφωνα με πρόσφατα στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος⁵¹, στο τέλος του 2007 μειώθηκε ο λόγος των δανείων σε καθυστέρηση προς το σύνολο των δανείων καταναλωτικής πίστης κατά σχεδόν μια ποσοστιαία μονάδα (2007: 6,0%, 2006: 6,9%, 2005: 7,8%). Προκύπτει λοιπόν η άσκηση συντηρητικότερης πολιτικής δανεισμού από τις εγκατεστημένες στη χώρα μας τράπεζες, με αποτέλεσμα τη σταδιακή βελτίωση του χαρτοφυλακίου των δανείων τους προς τα νοικοκυριά.

Αξίζει επιπλέον να σημειωθεί ότι στο τέλος Δεκεμβρίου του 2007, το ποσοστό κάλυψης με προβλέψεις των δανείων σε καθυστέρηση μειώθηκε σε σύγκριση με την προηγούμενη διετία (2007: 53,4%, 2006: 61,8%, 2005: 61,9%).⁵² Ειδικότερα, σύμφωνα με δελτίο τύπου της Τράπεζας της Ελλάδος.⁵³ «Οι τράπεζες

⁵⁰ Le Cadran de Cofidis, Consumer credit in Europe in 2006, November 2007

⁵¹ Τράπεζα της Ελλάδος, Ετήσια Έκθεση του Διοικητή για το έτος 2007, Απρίλιος 2008, σελ. 164

⁵² Τράπεζα της Ελλάδος, Έκθεση του Διοικητή της Τράπεζας της Ελλάδος για το έτος 2007, σελ. 164 και Έκθεση του Διοικητή της Τράπεζας της Ελλάδος για το έτος 2006, σελ. 334

⁵³ Τράπεζα της Ελλάδος, Δελτίο Τύπου, Λήψη μέτρων διαχείρισης πιστωτικού κινδύνου, 4 Απριλίου 2007

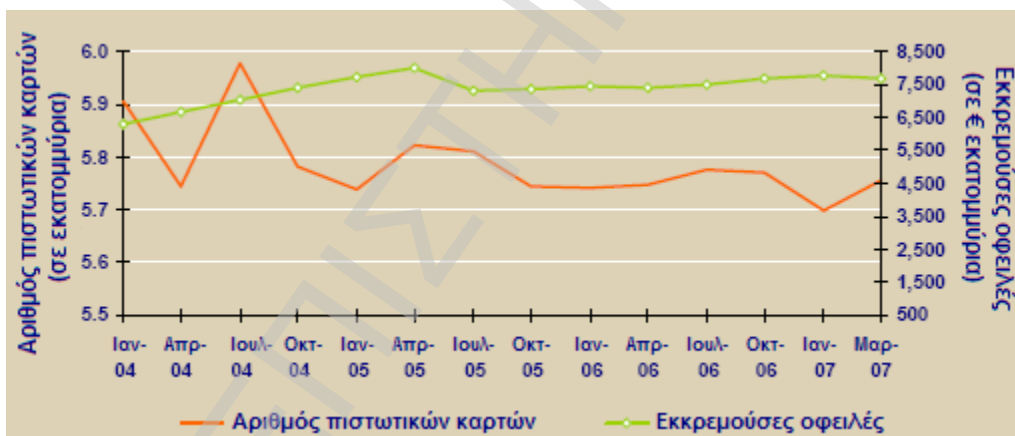
προχώρησαν σε βελτίωση των συστημάτων διαχείρισης κινδύνων και σε διαγραφές επισφαλών απαιτήσεων, με αποτέλεσμα να μειωθεί το μέσο ποσοστό των καθυστερήσεων δανείων, ως ποσοστό του συνόλου των πισοδοτήσεων, από 6,3% στο τέλος του 2005 στο 5,4% στο τέλος του 2006. Σε τράπεζες με μερίδιο ενεργητικού ίσο με το 36% περίπου του συνολικού ενεργητικού των τραπεζών, οι καθυστερήσεις έχουν περιοριστεί σε ποσοστό κάτω του 3,5%». Ο αντίστοιχος δείκτης για τράπεζες μεσαίου μεγέθους της ευρωζώνης ήταν 2,9% για το 2005. Θα πρέπει δε να σημειωθεί ότι σύμφωνα με την Τράπεζα της Ελλάδος, ο τρόπος που ορίζονται τα δάνεια σε καθυστέρηση στην Ελλάδα είναι αυστηρότερος από ό,τι στα υπόλοιπα κράτη μέλη της ευρωζώνης.

Σύμφωνα με στοιχεία που ζήτησε και συνέλεξε η Ελληνική Ένωση Τραπεζών από τις τράπεζες-μέλη της, προκύπτει ότι οι τράπεζες είναι πλέον ιδιαίτερα αυστηρές κατά τη χορήγηση καταναλωτικών και στεγαστικών δανείων, κάτι το οποίο αποδεικνύεται από το γεγονός ότι το Δεκέμβριο του 2006 και τον Απρίλιο του 2007, δηλαδή κατά τις εορταστικές περιόδους των Χριστουγέννων και του Πάσχα, απέρριψαν άνω του 40% των υποβληθεισών αιτήσεων με κριτήριο την πιστοληπτική ικανότητα κάθε πελάτη. Εξάλλου, σύμφωνα με στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος⁵⁴, τον Ιούνιο του 2007, οι εγκρίσεις των πιστωτικών καρτών και των καταναλωτικών δανείων χωρίς εγγύηση ως ποσοστό επί του συνόλου των αιτήσεων ανήλθαν σε 55,9% και 56,3% αντίστοιχα. Δηλαδή, 4,6 στις 10 αιτήσεις χορήγησης πιστωτικής κάρτας και 4,4 στις 10 αιτήσεις χορήγησης καταναλωτικών δανείων χωρίς εγγύηση απορρίπτονταν από τις τράπεζες με κριτήριο την πιστοληπτική ικανότητα του αιτούντος και εν γένει την πολιτική διαχείρισης του πιστωτικού κινδύνου.

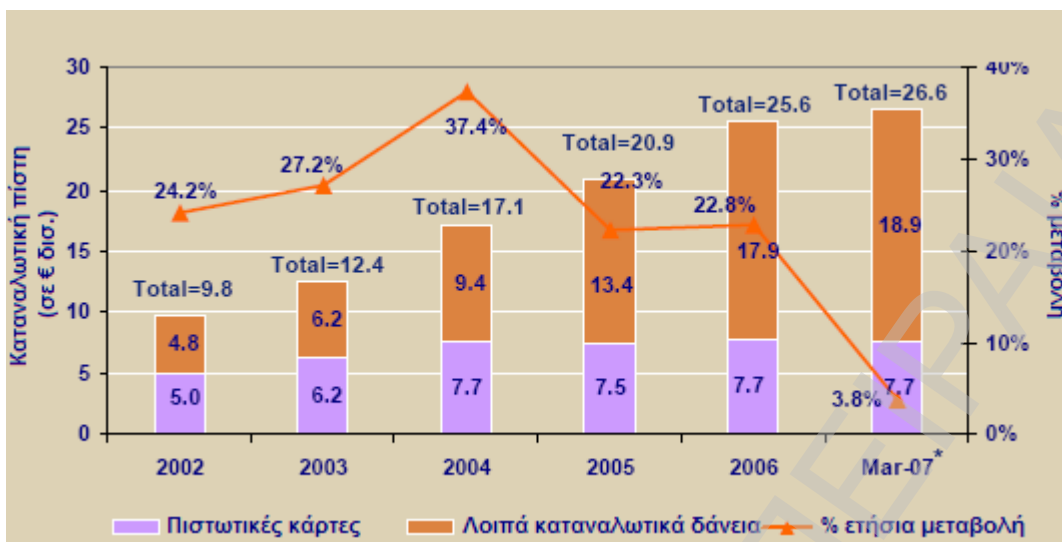
⁵⁴ Τράπεζα της Ελλάδος, Έκθεση Νομισματικής Πολιτικής 2007-2008, Φεβρουάριος 2008, σελ. 110

5.4 Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΚΑΡΤΩΝ

Ο συνολικός αριθμός των πιστωτικών καρτών στην Ελλάδα έχει παραμείνει σχετικά σταθερός κατά τα τελευταία 2 έτη και φτάνει κατά προσέγγιση τα 5,8 εκατομμύρια (περίπου 53% διείσδυση επί του συνόλου του πληθυσμού). Η αυξανόμενη χρήση πιστωτικών καρτών για πληρωμές και η εύκολη πρόσβαση σε αυτό τον τύπο δανεισμού εξηγούν την ευρεία διάδοσή τους παρά το γεγονός ότι τα τραπεζικά επιτόκια για αυτό τον τύπου δανεισμού είναι τα υψηλότερα ανάμεσα σε όλες τις κατηγορίες των δανείων. Πρόσφατα παρατηρήθηκε μια στροφή προς τα προσωπικά δάνεια τα οποία έχουν χαμηλότερα επιτόκια, αντικαθιστώντας εν μέρη το δανεισμό από πιστωτικές κάρτες. Οι εκδότες καρτών ανταποκρίθηκαν με ειδικές προσφορές, μείωση χρεώσεων και προγράμματα επιβράβευσης της πελατειακής πίστης. Αυτές οι κινήσεις αναμένεται να τονώσουν τον ανταγωνισμό.



Εικόνα 5.5: Ανάπτυξη των πιστωτικών καρτών για την περίοδο 2004 – Μάρτιο 2007



Εικόνα 5.6: Κατανομή της καταναλωτικής πίστης για την περίοδο 2002 – Μάρτιος 2007

5.5 ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΟΥ ΧΡΕΟΥΣ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ ΤΩΝ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΩΝ

Σύμφωνα με έρευνα⁵⁵ σχετικά με την κατανομή του χρέους της λιανικής τραπεζικής σε σχέση με το εισόδημα των νοικοκυριών, το επίπεδο δανεισμού των νοικοκυριών φαίνεται να συσχετίζεται άμεσα με το εισόδημά τους, καθώς όπως δείχνει και ο πίνακας 5.1, το μέσο χρέος ανά ομάδα εισοδήματος αυξάνει καθώς αυξάνει και το εισόδημα, αν και αυτή η συσχέτιση είναι λιγότερο έντονη το 2005 σε σχέση με το 2002. Ταυτόχρονα, η κατανομή του εισοδήματος των χρεωμένων νοικοκυριών το 2005 είναι διαφορετική από τη αντίστοιχη κατανομή του 2002. Αυτά τα στοιχεία δείχνουν ότι η πρόσβαση των νοικοκυριών με χαμηλό εισόδημα στο τραπεζικό σύστημα παραμένει περιορισμένη ενώ φαίνεται ότι στα πλαίσια ενός πιο αποτελεσματικού συστήματος διαχείρισης πιστωτικού κινδύνου ο ανταγωνισμός για την προσέλκυση πελατών ανάμεσα στις τράπεζες, εστιάζεται πλέον περισσότερο σε νοικοκυριά με εισόδημα μεταξύ €25000 και €35000. Σε

⁵⁵ Simigiannis G.T., Tzamourani P., "Greek household indebtedness and financial stress: results from household survey data", IFC Bulletin, No 26, σελ. 157

κάθε περίπτωση παρατηρήθηκε σημαντική αύξηση του λόγου χρέος προς εισόδημα.

Εισοδηματικές Ομάδες	Κατανομή των χρεωμένων νοικοκυριών (% των νοικοκυριών)		Συμμετοχή στο συνολικό οφειλόμενο χρέος της έρευνας (%)		Μέσο οφειλόμενο χρέος σε ευρώ		Μέσος του λόγου του χρέους ως προς το εισόδημα (%)	
	2005	2002	2005	2002	2005	2002	2005	2002
Μέχρι 7500	5.4	8.3	3.4	3.5	12637	5684	61.2	25.7
7501 – 15000	28.2	27.8	22.5	19.0	15655	10238	37.7	29.2
15001 – 25000	34.5	33.5	26.9	32.8	15325	14783	29.4	22.8
25001 – 35000	19.0	16.3	27.1	19.6	27976	18182	34.2	15.4
35001 και άνω	12.9	14.1	10.1	25.1	30597	25898	28.1	11.0
Σύνολο	1215	1063			19637	15532	33.5	22.8

Η κατανομή του χρέους σε σχέση με τα περιουσιακά στοιχεία των νοικοκυριών είναι παρόμοια με αυτή του χρέους ως προς το εισόδημα. Κατά μέσο όρο, το χρέος των νοικοκυριών αυξάνει με την αύξηση του πλούτου και τα νοικοκυριά που βρίσκονται στις υψηλότερες ομάδες πλούτου έχουν γενικά υψηλότερα επίπεδα χρέους. Πράγματι αυτή η θετική συσχέτιση ανάμεσα στο επίπεδο των δανείων και του πλούτου έγινε πιο αισθητή το 2005.⁵⁶

⁵⁶ Simigiannis G.T., Tzamourani P., "Greek household indebtedness and financial stress: results from household survey data", IFC Bulletin, No 26, σελ. 164

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: Ο ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ

6.1. ΓΕΝΙΚΑ

Από τις αρχές της δεκαετίας του 1990, η μέση κερδοφορία των τραπεζών στην Ευρώπη παρουσίασε μεγάλη αύξηση. Συγκεκριμένα η μέση απόδοση ιδίων κεφαλαίων -μετά φόρων- (return on equity) για τις οχτώ πιο σημαντικές ευρωπαϊκές αγορές της Δυτικής Ευρώπης διπλασιάστηκε από 7,9% το 1994 σε 16,8% το 2006.⁵⁷ Η ανάπτυξη στις τρεις κυριότερες κεντρικές και ανατολικές ευρωπαϊκές χώρες (Πολωνία, Τσεχία, Ουγγαρία) ήταν ακόμη πιο θετική αφού ο δείκτης απόδοσης ιδίων κεφαλαίων αυξήθηκε από 2,8% σε 22,0% κατά την αντίστοιχη περίοδο.

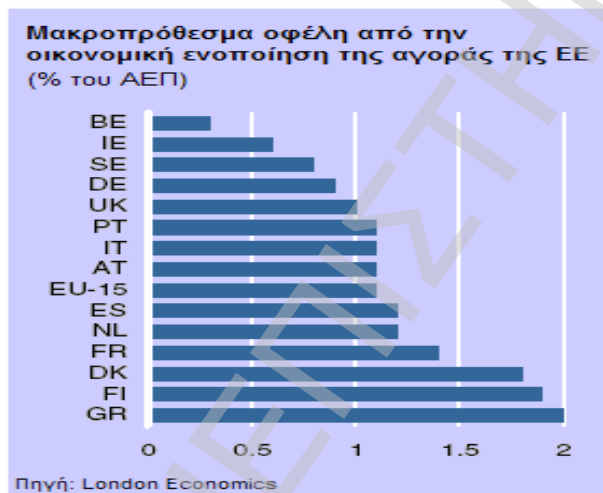
Αρκετοί λόγοι συνέβαλαν σε αυτές τις εξαιρετικές επιδόσεις της ευρωπαϊκής οικονομίας με βασικό μοχλό την γενικότερη σταθερή μακροοικονομική ανάπτυξη και ευημερία που ακολούθησε μετά την οικονομική κρίση που έπληξε αρκετές ευρωπαϊκές χώρες στις αρχές της δεκαετίας του 1990. Είναι όμως γεγονός, ότι καθοριστικό ρόλο στην επιτυχία των ευρωπαϊκών τραπεζών διαδραμάτισαν και μερικοί άλλοι σημαντικές παράγοντες, και συγκεκριμένα παράγοντες που σχετίζονται άμεσα με το τραπεζικό τομέα: λειτουργικές και δομικές βελτιώσεις και εξελίξεις τόσο στα χρηματοοικονομικά ιδρύματα ξεχωριστά αλλά και στην τραπεζική βιομηχανία γενικότερα, τα οποία θα αναλυθούν παρακάτω εκτενώς.

⁵⁷ Αστάθμητοι μέσοι για Γερμανία, Ηνωμένο Βασίλειο, Γαλλία, Ιταλία, Ισπανία, Ολλανδία, Σουηδία και Ελβετία

6.2. ΠΡΟΣΦΑΤΕΣ ΑΛΛΑΓΕΣ ΚΑΙ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΣΤΟΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΤΟΜΕΑ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ

6.2.1. Νέο Κανονιστικό Περιβάλλον

Η ενοποίηση των ευρωπαϊκών χρηματαγορών έχει αποτελέσει ένα μακρόπνοο σχέδιο, τόσο για τα θεσμικά όργανα της Ευρωπαϊκής Ένωσης όσο και για τη τραπεζική βιομηχανία, αφού προσφέρει πολλαπλά πλεονεκτήματα στον χρηματοοικονομικό τομέα, τις επιχειρήσεις και τους καταναλωτές. Η ενοποιημένη χρηματοοικονομική αγορά μειώνει το κόστος των χρηματοοικονομικών συναλλαγών που γίνονται μεταξύ κρατών και αυξάνει την ανταγωνιστικότητα.⁵⁸ Επίσης οι εταιρικοί πελάτες απολαμβάνουν χαμηλότερο κόστος κεφαλαίου, ενώ οι πελάτες καταναλωτικών αγαθών φθηνότερες χρηματοοικονομικές υπηρεσίες και μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων.⁵⁹ (Εικόνα 6.1)

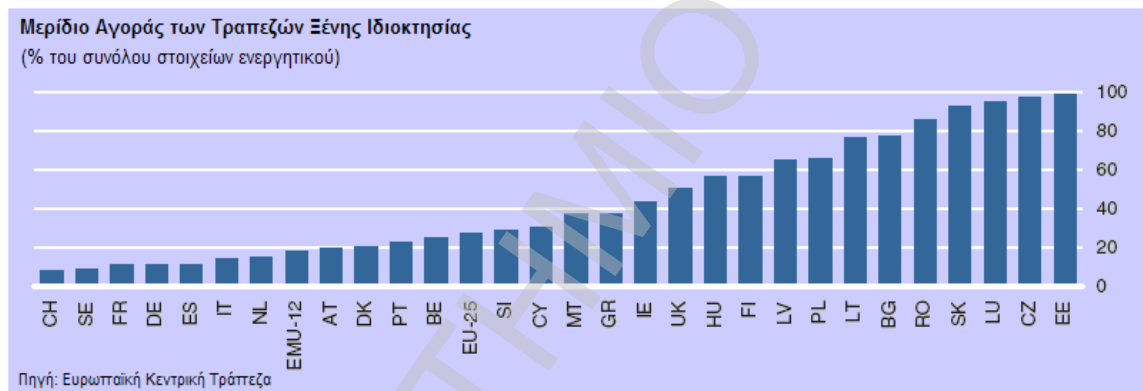


Εικόνα 6.1

⁵⁸ Kleimeier S., Sander H., "Consumer credit rates in the eurozone: Evidence on the emergence of a single retail banking market", European Credit Research Institute, research report No. 2, January 2002, σελ. 2-3

⁵⁹ London Economics, "Quantification of the Macro-Economic Impact of Integration of EU Financial Markets", November 2002, σελ. 3

Η προσπάθεια της Ευρωπαϊκής Ένωσης να δημιουργήσει μια ενοποιημένη ευρωπαϊκή αγορά για τις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, έχει σημειώσει σημαντική πρόοδο, αλλά απέχει ακόμη πολύ από την ολοκλήρωση. Με την υιοθέτηση αρκετών μέτρων όπως το Σχέδιο Δράσης για τις Χρηματοοικονομικές Υπηρεσίες (Financial Services Action Plan - FSAP) έχουν γίνει ουσιαστικά βήματα όπως η δημιουργία ενοποιημένων διατραπεζικών αγορών. Αντιθέτως όμως, ο τομέας της λιανικής τραπεζικής παραμένει ακόμη αρκετά κατακερματισμένος μεταξύ των εθνικών αγορών, όπως φανερώνουν σχετικοί δείκτες που περιλαμβάνουν τη σύγκλιση τιμών, τη διασυνοριακή παροχή προϊόντων και υπηρεσιών και το βαθμό ξένης ιδιοκτησίας.⁶⁰ (Εικόνα 6.2)



Εικόνα 6.2

Η επιτροπή της Ευρωπαϊκής Ένωσης πιέζει με νέα νομοθεσία η οποία εστιάζει κυρίως σε θέματα της λιανικής αγοράς ενώ απαιτείται βελτίωση σε θέματα που αφορούν τη δομή της χρηματοοικονομικής επίβλεψης στην Ευρωπαϊκή Ένωση, την ευθυγράμμιση της προστασίας του καταναλωτή με τον νόμο σύναψης συμβολαίων και φορολογικά θέματα. Η Οδηγία για την Καταναλωτική Πίστη (CCD – Consumer Credit Directive) στοχεύει στη βελτίωση της διασυνοριακής παροχής καταναλωτικών δανείων, κάνοντας την καταναλωτική πίστη ευκολότερα προσβάσιμη και φθηνότερη για τους πελάτες λιανικής τραπεζικής. Η Οδηγία για

⁶⁰ "European Banks: The silent (r)evolution", Deutsche Bank Research, Deutsche Bank, April 2008, σελ. 4

τις Υπηρεσίες Πληρωμών (PSD – Payment Services Directive) παρέχει το νομικό πλαίσιο για τον Ενιαίο Χώρο Πληρωμών σε Ευρώ (SEPA – Single Euro Payments Area), σκοπός του οποίου είναι να γίνουν οι διευρωπαϊκές πληρωμές και συναλλαγές το ίδιο εύκολες και αποτελεσματικές με αυτές που πραγματοποιούνται σε εθνικό επίπεδο.⁶¹

Υπάρχουν στοιχεία αύξησης της ζήτησης από την πλευρά των καταναλωτών για διασυνοριακές χρηματοοικονομικές υπηρεσίες λιανικού τύπου. Περίπου το 25% των πολιτών της ΕΕ-25 σε έρευνα που έγινε από την Επιτροπή της ΕΕ δήλωσαν ότι θα τους ενδιέφερε να χρησιμοποιήσουν υπηρεσίες – όπως απόκτηση πιστωτικής κάρτας – από ένα άλλο κράτος – μέλος, ενώ περίπου το 15% έχει ήδη χρησιμοποιήσει τέτοιες υπηρεσίες. Με περισσότερες διασυνοριακές υπηρεσίες λιανικής τραπεζικής οι πελάτες θα ωφεληθούν από τον μεγαλύτερο ανταγωνισμό και από ένα μεγαλύτερο εύρος προϊόντων. Είναι επίσης πολύ σημαντικό ότι η διευκόλυνση της πρόσβασης στην αγορά άλλων χωρών της ΕΕ θα οδηγήσει τις τράπεζες στην πραγματοποίηση οικονομιών κλίμακος και την μείωση των σταθερών εξόδων λειτουργίας (IT, νομικές και άλλες εταιρικές λειτουργίες).⁶²

Ταυτόχρονα υπάρχει ο κίνδυνος ότι αυτή η υπερβολική ρύθμιση να ελαχιστοποιήσει τα πιθανά κέρδη στις ανοιχτές χρηματαγορές της Ευρώπης. Το κόστος συμμόρφωσης με τους κανονισμούς είναι ήδη αρκετά υψηλό (για παράδειγμα τα γραφειοκρατικά κόστη στη Γερμανία φθάνουν τα 3.1€ δισ. ετησίως). Η αύξηση του ρυθμιστικού βάρους, θα αποτρέψει τις τράπεζες από το να μειώσουν το κόστος για τους πελάτες τους, ή θα αποφεύγουν τελείως την προσφορά διασυνοριακών υπηρεσιών. Πρέπει επίσης να σημειωθεί, ότι ενέχει

⁶¹ Kleimeier S., Sander H., “Consumer credit rates in the eurozone: Evidence on the emergence of a single retail banking market”, European Credit Research Institute, research report No. 2, January 2002, σελ. 2-3

⁶² “Public opinion in Europe on Financial Services”, Special Eurobarometer 230, European Commission, 2005, σελ. 7-11

ακόμη ο κίνδυνος να δημιουργηθούν ακόμη πιο σύνθετοι κανονισμοί σε εθνικό επίπεδο.

6.2.2. Αυξανόμενη Σπουδαιότητα των Αγορών εκτός ΕΕ

Εκτός της Ευρωπαϊκής ολοκλήρωσης, η προηγούμενη δεκαετία επίσης επέφερε μια σημαντική αλλαγή στην παγκόσμια ισορροπία των οικονομικών δυνάμεων από τις βιομηχανοποιημένες ευρωπαϊκές χώρες, προς τις αναδυόμενες αγορές. Μετά την αναμόρφωση πρώην σοσιαλιστικών οικονομιών στην ανατολική Ευρώπη και την Κίνα (προσανατολιζόμενες προς την αγορά οικονομίες) και σαν αποτέλεσμα του οικονομικού φιλελευθερισμού, οι χώρες αυτές βιώνουν την ταχεία ανάπτυξη.⁶³

Εξαιτίας κυρίως της «βαθιάς» ενοποίησης στην παγκόσμια οικονομία και της ώθησης των εξαγωγών, η αύξηση του ΑΕΠ στις αναπτυσσόμενες χώρες επιταχύνθηκε από ένα ετήσιο μέσο της τάξης του 3.8% το 1989 με 1998, φτάνοντας το 6,5% την περίοδο 1999 με 2008. Αν και η πρώτη περίοδος συμπεριλάμβανε όχι μόνο τις απώλειες κατά τη διάρκεια της μετάβασης των περισσότερων κέντρο-ανατολικών χωρών σε οικονομίες αγοράς, αλλά και την οικονομική ύφεση στην Λατινική Αμερική στις αρχές της δεκαετίας του 1990 ή την ασιατική κρίση του 1997-98, τα τελευταία δέκα χρόνια χαρακτηρίστηκαν από μεγαλύτερη οικονομική σταθερότητα και μια επέκταση των αναδυόμενων αγορών.⁶⁴

Βέβαια παρά τους ιδιαίτερα υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης, το κατά κεφαλήν εισόδημα σε πολλές από τις αναπτυσσόμενες χώρες υπολείπεται αρκετά των αναπτυγμένων χωρών. Αυτό που θα βοηθήσει να μειωθεί το «κενό» που υπάρχει

⁶³ "European Banks: The silent (r)evolution", Deutsche Bank Research, Deutsche Bank, April 2008, σελ. 5-7

⁶⁴ "World Economic Outlook 2007, Globalization and Inequality", IMF, October 2007, σελ. 193-195

σε σχέση με τις καθιερωμένες οικονομίες είναι οι αυξανόμενες σε επάρκεια χρηματαγορές τους και η πιο ισορροπημένη δημογραφική δομή. Ενώ στις περισσότερες αναπτυγμένες χώρες η αναλογία εργαζομένων ατόμων προς συνταξιούχων μειώνεται, στις αναπτυσσόμενες δεν διαφαίνεται κάτι τέτοιο, ευνοώντας δημογραφικά τις χώρες αυτές.

Τέλος, η οικονομική σταθερότητα συμβαδίζει συνήθως με την πολιτική σταθερότητα. Οι στρατιωτικές συγκρούσεις έχουν μειωθεί σημαντικά, η δημοκρατία έχει εξαπλωθεί και η πολιτική σταθερότητα έχει αυξηθεί, ενώ παράλληλα το θεσμικό πλαίσιο για τις χρηματαγορές έχει ενισχυθεί. Ο ευνοϊκός συνδυασμός των υψηλών ρυθμών ανάπτυξης, του χαμηλού εισοδήματος, νεότερων κοινωνιών και πιο σταθερών ιδρυμάτων θα συνεχίσει να προσελκύει ένα μεγάλο μέρος των παγκόσμιων επενδύσεων και θα μειώνει συνεχώς την διαφορά που υπάρχει με τις αναπτυγμένες χώρες.

6.2.3. Τεχνολογικές αλλαγές

Ένας τρίτος βασικός μοχλός των αλλαγών στο ευρωπαϊκό τραπεζικό τοπίο τα τελευταία χρόνια είναι η τεχνολογική πρόοδος. Οι καινοτομίες στις τηλεπικοινωνίες και στην ηλεκτρονική επεξεργασία δεδομένων έχουν διευκολύνει σημαντικά την ροή των πληροφοριών μεταξύ των τραπεζών και των πελατών τους και εντός των χρηματοοικονομικών ιδρυμάτων και μεταξύ τους. Το διαδίκτυο, η υπηρεσία του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και το e-banking, το Web 2.0, έκαναν την συλλογή και ανταλλαγή πληροφοριών τόσο για τους πελάτες όσο και για τις τράπεζες. Οι χρηματοοικονομικές συναλλαγές έχουν επιταχυνθεί σε έναν βαθμό που ούτε που θα μπορούσε να διανοηθεί κάποιος πριν μερικά μόλις χρόνια. Οι αλλαγές σε σχεδόν όλες τις τραπεζικές διεργασίες είναι επίσης πολύ μεγάλες (διαχείριση κινδύνου, ρευστότητας, κεφαλαίου, δραστηριότητες γραφείου κ.α.). Όλα τα ανωτέρω δεν αποτέλεσαν μόνο συνθήκη για τις τεράστιες βελτιώσεις που επιτεύχθηκαν στην ποιότητα των προϊόντων, των εσωτερικών

λειτουργιών και των υπηρεσιών προς τους πελάτες, αλλά ταυτόχρονα επέτρεψαν πολύ μεγάλη μείωση του συνολικού κόστους, γεγονός που ωφέλησε τόσο την κερδοφορία των τραπεζών όσο και τους πελάτες λόγω των μειωμένων τιμών σε πολλές τυποποιημένες τραπεζικές υπηρεσίες. Ωστόσο, η επανάσταση στον τομέα της πληροφορικής, δεν έφερε μόνο επανάσταση στον τρόπο διεξαγωγής των τραπεζικών λειτουργιών, αλλά έκανε τις δαπάνες για τεχνολογία και τηλεπικοινωνίες, σπουδαίο παράγοντα κόστους στην χρηματοοικονομική βιομηχανία. Ενώ τα σταθερά κόστη (σημαντικό μέρος των οποίων αφορούν τον τομέα της τεχνολογίας της πληροφορικής) στις αρχές της δεκαετίας του 1990 υπολογίζονται γύρω στο 10 με 15% των συνολικών εξόδων, σήμερα αγγίζουν περίπου το 25 με 30%. Γίνεται λοιπόν κατανοητό ότι το γεγονός αυτό προκαλεί πολλές σκέψεις και ενδιαφέρον για το πώς θα διαχειριστούν οι τραπεζες παρόμοια αύξηση των δαπανών για IT (Information Technology) στο μέλλον.⁶⁵

6.3. ΝΕΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΤΟΜΕΑ

Οι βασικές τάσεις που επικρατούν τα τελευταία έτη στον ευρωπαϊκό τραπεζικό τομέα είναι κυρίως η συγχώνευση-συνένωση τραπεζών, η διεθνοποίηση και η σύγκλιση-εξειδίκευση των δραστηριοτήτων και των προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρουν. Οι τάσεις αυτές θα αναλυθούν παρακάτω η κάθε μια ξεχωριστά.

6.3.1. Συνένωση- Συγχώνευση Τραπεζών (Consolidation)

Οι τάσεις στον τομέα της ρύθμισης (regulation), της τεχνολογίας και η συνεχής ανάπτυξη των κεφαλαιαγορών έκαναν τις τράπεζες να συνειδητοποιήσουν τη σημασία που διαδραματίζει το μέγεθος που έχουν εντός της σημερινής

⁶⁵ "European Banks: The silent (r)evolution", Deutsche Bank Research, Deutsche Bank, April 2008, σελ. 7

διεθνοποιημένης αγοράς που δραστηριοποιούνται. Οι λόγοι που οδηγούνται ολοένα και περισσότερα χρηματοοικονομικά ιδρύματα στην αύξηση του μεγέθους τους μέσω συγχωνεύσεων ή συνενώσεων ανήκουν σε δυο ευρύτερες κατηγορίες: Η πρώτη κατηγορία αφορά επιχειρήματα που σχετίζονται περισσότερο με την **επιχειρησιακή λειτουργία**: οικονομίες κλίμακας, εκμετάλλευση ευκαιριών προϊόντων και διαδικασιών, θέματα σταθερότητας, και συναλλαγές πολύ μεγάλης αξίας («big ticket» transactions). Η δεύτερη κατηγορία αφορά θέματα περισσότερο **στρατηγικής φύσης**, συνδέοντας τη συνένωση με το στρατηγικό βαθμό ελευθερίας και το επίπεδο δημοσιότητας που αποκτά μια τράπεζα.⁶⁶

6.3.1.1. Λόγοι που οδηγούν στην ένωση των τραπεζών

Η επίτευξη οικονομιών κλίμακας σε τομείς όπου τα σταθερά κόστη παίζουν πολύ σημαντικό ρόλο (Δαπάνη για Information Technology και πολλές back office λειτουργίες) αποτελεί μια μεγάλη πρόκληση για τους τραπεζικούς μάνατζερ. Η μείωση του κόστους σχετίζεται, επίσης, άμεσα με βασικές τραπεζικές δραστηριότητες, όπως συναλλαγές πληρωμών, αγοραπωλησία και διακανονισμός χρεογράφων.⁶⁷

- Μια άλλη αιτία για την έντονη τάση των εξαγορών και συγχωνεύσεων (Mergers and Acquisitions- M & A) μεταξύ των τραπεζών πιθανότατα αφορά θέματα αποδοτικότητας και επάρκειας: μια συγχώνευση ανάμεσα σε δυο τράπεζες επιτρέπει την αμοιβαία ανταλλαγή καλών πρακτικών και την μόχλευση επιτυχών προϊόντων, διαδικασιών και εμπορικές επωνυμίες. Εκτός από την εξωγενή «αναμόρφωση», η συγχώνευση μπορεί να λάβει χώρα ενδογενώς καθώς οι πιο αποτελεσματικές τράπεζες κερδίζουν μερίδιο αγοράς

⁶⁶ Al-Sharkas, Adel A., M. Kabir Hassan and Shari Lawrence, "The Impact of Mergers and Acquisitions on the Efficiency of the US Banking Industry: Further Evidence", Journal of Business Finance & Accounting, 35 (1-2), 2008, σελ. 50-70

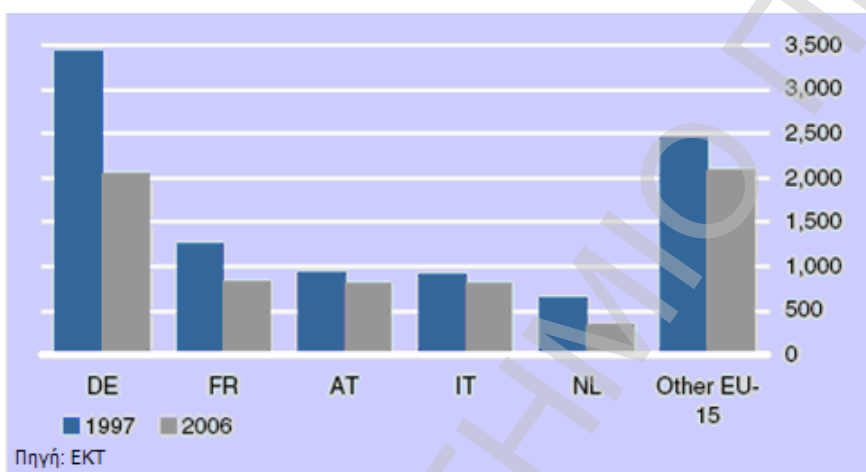
⁶⁷ "European Banking structures", European Central Bank, 2007

απευθείας ως αποτέλεσμα αυτής της επάρκειας που παρουσιάζουν, η οποία τους επιτρέπει να προσφέρουν ακόμη πιο ανταγωνιστικές τιμές (ενώ και οδηγεί στην έξοδο από την αγορά κατώτερων ιδρυμάτων).

- Η δημιουργία μεγαλύτερων τραπεζικών ιδρυμάτων υποστηρίζεται επίσης από την επικρατούσα άποψη, ότι οι μεγαλύτεροι τραπεζικοί όμιλοι θεωρούνται περισσότερο ευσταθή ιδρύματα. Μεγαλύτερος βαθμός διαφοροποίησης μειώνει την έκθεση σε δυσμενείς κινήσεις εντός των αγορών, γεγονός που με τη σειρά του ενδυναμώνει την πιστοληπτική ικανότητα του οργανισμού και χαμηλώνει το κόστος αναχρηματοδότησης.
- Οι μεγάλοι τραπεζικοί οργανισμοί είναι ίσως οι μόνοι οργανισμοί που είναι σε θέση να ικανοποιήσουν την αυξανόμενη απαίτηση για μεγάλης κλίμακας συναλλαγές (big ticket), οι οποίες προϋποθέτουν την ύπαρξη μιας μεγάλης κεφαλαιακής βάσης και ένα επαρκώς εξειδικευμένο και πεπειραμένο προσωπικό. Παρομοίως και οι μεγάλης κλίμακας επενδύσεις απαιτούν εξίσου μεγάλα και ισχυρά χρηματοοικονομικά ιδρύματα επειδή τέτοιου μεγέθους επενδύσεις απαιτούν χρόνο για να αποδώσουν κέρδη.
- Επίσης, η δημιουργία ενός μεγαλύτερου τραπεζικού ιδρύματος είναι ιδιαίτερα ωφέλιμη στα πλαίσια της δημόσιας αφύπνισης σχετικά με τον οργανισμό. Μεγαλύτερη κάλυψη από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, από τους επενδυτικούς αναλυτές και η πιθανή είσοδος σε ένα βασικό δείκτη του χρηματιστηρίου, μπορεί να δώσει ώθηση στην τιμή της μετοχής και να διευκολύνει την έναρξη μελλοντικών επιχειρησιακών δραστηριοτήτων. Τέλος, πιθανοί εταίροι μπορεί να αναγνωρίσουν ένα πιθανό προμηθευτή και κατά συνέπεια να δείξουν μεγαλύτερη εμπιστοσύνη σε ένα χρηματοοικονομικό ίδρυμα που ήδη έχουν ακούσει και γνωρίζουν περισσότερα στοιχεία γι αυτό.

6.3.1.2. Συρρίκνωση του αριθμού των τραπεζών

Δεδομένου της σημαντικής θεωρητικής υποστήριξης της συγχώνευσης στον τραπεζικό τομέα (αλλά και σε άλλους τομείς), δεν αποτελεί έκπληξη το γεγονός ότι ο συνολικός αριθμός των ευρωπαϊκών τραπεζών έχει μειωθεί σημαντικά κατά τα τελευταία έτη ενώ οι τράπεζες αυξάνουν συνεχώς το μέγεθός τους: ο αριθμός πιστωτικών ιδρυμάτων στην Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ-15) μειώθηκε κατά 28%, από 9,624 το 1997 σε 6,926 το 2006. (Εικόνα 6.3)

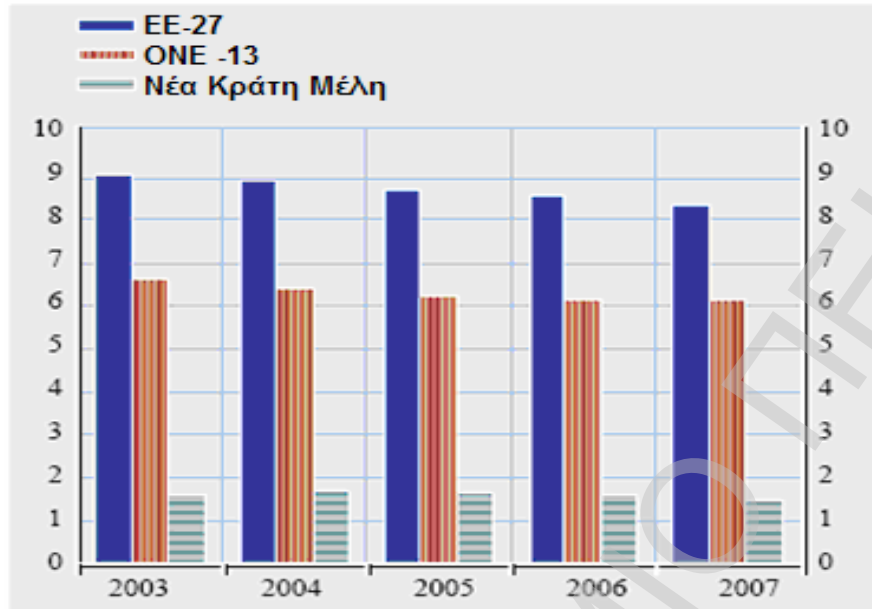


Εικόνα 6.3: Αριθμός πιστωτικών ιδρυμάτων σε χιλιάδες

Αναφορικά με την ΕΕ-27 ο αριθμός των πιστωτικών ιδρυμάτων παρουσίασε πτώση της τάξης του 7,8% για την περίοδο 2003-2007, όπως φαίνεται στο διάγραμμα 6.4. Για την ΟΝΕ η μείωση είναι παρόμοια και ανέρχεται σε 7,47%. Τα Νέα Κράτη Μέλη⁶⁸ (ΝΚΜ) παρουσίασαν μείωση των πιστωτικών ιδρυμάτων κατά 9,05% έχοντας 146 ΠΙ λιγότερα το 2007 σε σχέση με το 2003. Όμως αυτό το ποσοστό οφείλεται σχεδόν αποκλειστικά στην Κύπρο που παρουσίασε μείωση 47% των ΠΙ της για την ίδια περίοδο, που ισοδυναμεί σε 193 ΠΙ λιγότερα. Ακραία περίπτωση αποτελεί επίσης η Πολωνία με αύξηση 8,78% (58 ΠΙ περισσότερα).

⁶⁸ Βουλγαρία, Κύπρος, Τσεχία, Εσθονία, Ουγγαρία, Λιθουανία, Λετονία, Μάλτα, Πολωνία, Ρουμανία, Σλοβακία και Σλοβενία

Εξαιρώντας αυτές τις δύο χώρες, ο αριθμός των ΠΙ για τα υπόλοιπα ΝΚΜ ήταν ουσιαστικά αμετάβλητος παρουσιάζοντας πτώση 2,20% (μείωση 12 ΠΙ).⁶⁹

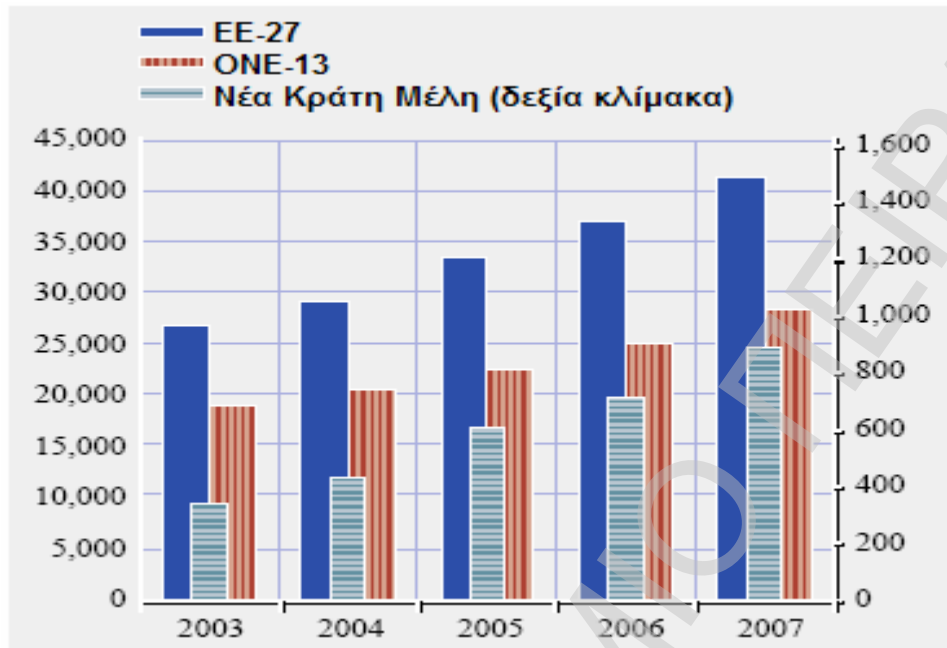


Εικόνα 6.4: Αριθμός πιστωτικών ιδρυμάτων σε χιλιάδες (European Banking Structures - ΕΚΤ)

Ταυτόχρονα, το μέσο μέγεθος των τραπεζών έχει αυξηθεί περισσότερο από το συνολικό μέγεθος της οικονομίας, γεγονός το οποίο επίσης οφείλεται στις εξαγορές και συγχωνεύσεις τραπεζών. Το ενεργητικό των τραπεζών αυξήθηκε κατά μέσο όρο 12% ανά έτος από το 1997 το 2006, εν συγκρίσει με μια ονομαστική αύξηση του ΑΕΠ μόλις κατά 4,3% ανά έτος, οδηγώντας το δείκτη ενεργητικού προς ΑΕΠ από 333% σε 240%. Επιπρόσθετα, οι μεγάλοι τραπεζικοί οργανισμοί αυξήθηκαν με ακόμη μεγαλύτερο ρυθμό από τους μικρότερους σε μέγεθος: Οι 25 κορυφαίες τράπεζες του κόσμου κατάφεραν να αυξήσουν το μερίδιο του συνολικού ενεργητικού τους από 28% το 1997 σε σχεδόν 41% το 2006. Στην εικόνα 6.5 φαίνεται ότι το σύνολο των ενεργητικών των ΠΙ για την περίοδο 2003-2007. Παρατηρούμε ότι τα ΝΚΜ παρουσίασαν αύξηση πάνω από το μέσο όρο της ΕΕ-27 που ανήλθε περίπου σε 25%. Παράλληλα το Ηνωμένο Βασίλειο, του οποίου ο χρηματοοικονομικός τομέας αντιστοιχεί στο ένα τέταρτο

⁶⁹ "European Banking structures", European Central Bank, 2007

του συνολικού ενεργητικού του τραπεζικού τομέα της ΕΕ, παρουσίασε ελάχιστη αύξηση 2,3%.⁷⁰



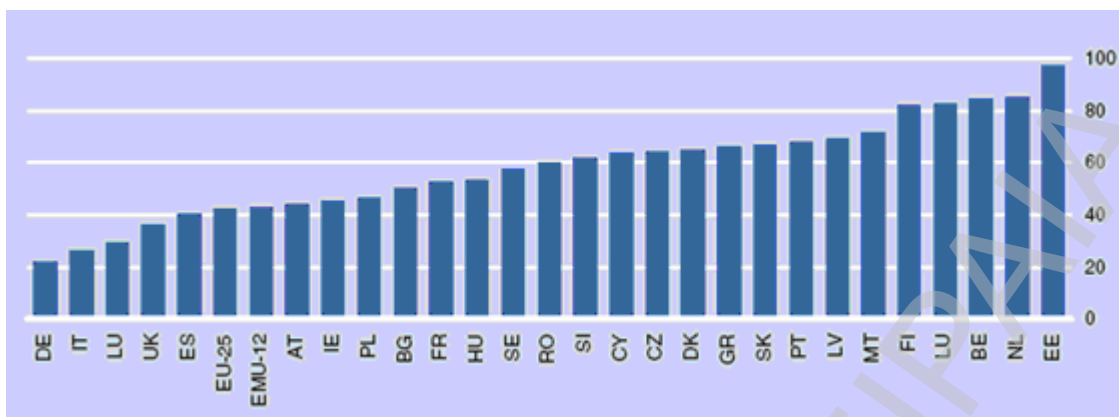
Εικόνα 6.5: Σύνολο ενεργητικού των πιστωτικών ιδρυμάτων σε δισ. ευρώ (European Banking Structures - ΕΚΤ)

6.3.1.3. Αύξηση της συγκέντρωσης της αγοράς

Βέβαια παρά την πρόοδο που επετεύχθη με τις συγχωνεύσεις, οι ευρωπαϊκές τραπεζικές αγορές ακόμη παρουσιάζουν σημαντικές διαφορές όσον αφορά την συγκέντρωση της αγοράς: χώρες όπως το Βέλγιο και η Ολλανδία παρουσιάζουν υψηλό βαθμό συγκέντρωσης ενώ άλλες όπως η Γερμανία και η Γαλλία χαμηλό. Ο δείκτης συγκέντρωσης αυξήθηκε σε μια βάση αστάθμητου μέσου της τάξης του 48% το 1997 φτάνοντας στο 53,6% το 2006 στις 15 βασικές ευρωπαϊκές οικονομίες, ενώ πάνω από 50% σε 17 από τις 25 χώρες της ΕΕ το 2006. (Εικόνα 6.6)⁷¹

⁷⁰ "European Banking structures", European Central Bank, 2007

⁷¹ "European Banks: The silent (r)evolution", Deutsche Bank Research, Deutsche Bank, April 2008, σελ. 9



Εικόνα 6.6: Μεριδίο αγοράς των 5 μεγαλύτερων τραπεζών το 2006 (% CR-5 δείκτη)

6.3.2. Διεθνοποίηση (Internationalisation)

Σαν αντίδραση απέναντι στις συνεχείς αλλαγές του περιβάλλοντος και σαν κινητήρια δύναμη για την αύξηση των κερδών, η διεθνοποίηση αποτελεί τη δεύτερη μεγάλη τάση που χαρακτηρίζει τις ευρωπαϊκές τραπεζικές αγορές. Η διεθνοποίηση περιλαμβάνει τρεις βασικές διαστάσεις: Πρώτον το γεγονός ότι οι ευρωπαϊκές τράπεζες αυξάνουν το μερίδιό τους από κέρδη που προέρχονται ξένες θυγατρικές ή υποκαταστήματά τους, δεύτερον το γεγονός ότι ξένες τράπεζες εισέρχονται στην ευρωπαϊκή αγορά και τρίτον ότι μεγάλο μέρος και τρίτον ότι μεγάλο μέρος της μετοχικής βάσης των τραπεζών στην Ευρώπη έχει διεθνοποιηθεί.⁷²

Γενικότερα οι δυο κύριοι λόγοι πίσω από την συνεχή διεθνοποίηση των ευρωπαϊκών τραπεζών είναι η αναζήτηση νέων πηγών ανάπτυξης και διαφοροποίησης της δομής των εσόδων τους. Πολλές από τις δυτικές τοπικές τραπεζικές αγορές είναι ήδη «ώριμες» και παρουσιάζουν υψηλά επίπεδα συγκέντρωσης, και κατά συνέπεια οι δυνατότητες για περαιτέρω ανάπτυξη είναι περιορισμένες. Ομοίως, μεγαλύτερη γεωγραφική επέκταση των δραστηριοτήτων

⁷² "European Banks: The silent (r)evolution", Deutsche Bank Research, Deutsche Bank, April 2008, σελ. 10-11

θεωρείται ότι ενδυναμώνει τη συνολική σταθερότητα μιας τράπεζας (οι αποκλίνουσες εθνικές εξελίξεις εξισορροπούνται και εξομαλύνουν τα κέρδη ενός πολυεθνικού οργανισμού).

6.3.2.1. Ευρώπη: Μια ελκυστική αγορά

Η ιδιαίτερη ελκυστικότητα της δυτικοευρωπαϊκής αγοράς έγκειται στο ιδιαίτερα μεγάλο μέγεθός της, στην σταθερότητά της, ως μια από τις πιο ώριμες αγορές του κόσμου, και στο αξιόπιστο και συνεχώς εναρμονιζόμενο θεσμικό και πολιτικό της πλαίσιο. Παρόλα αυτά, ακόμη και εντός της ευρωζώνης του ενιαίου νομίσματος, των μακροοικονομικών εξελίξεων καθώς και της οικονομικής και δημοσιονομικής πολιτικής, υπάρχουν ακόμη σημαντικές αποκλίσεις στον τραπεζικό χώρο (π.χ. Ηνωμένο Βασίλειο και νέα κράτη μέλη). Δεδομένου λοιπόν των διαφορών που υπάρχουν ακόμη στη δομή των τραπεζικών αγορών, οι νέες ευρωπαϊκές αγορές προσφέρουν στις τράπεζες σημαντικές προοπτικές σε συγκεκριμένους τομείς της αγοράς, για εσωτερική και εξωτερική ανάπτυξη. Γι αυτό το λόγο πολλές τράπεζες δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στην ενίσχυση των δραστηριοτήτων τους στις αναδυόμενες ευρωπαϊκές.

Η κύρια ώθηση για την επέκταση πολλών τραπεζών στην ευρωπαϊκή αγορά έδωσαν η δημιουργία της ενιαίας ευρωπαϊκής αγοράς για τις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, ο αυξανόμενος ανταγωνισμός στις τοπικές αγορές των τραπεζών σαν αποτέλεσμα της διαδικασίας της παγκοσμιοποίησης η οποία επιταχύνθηκε ταχύτατα κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του '90.

Η καθιέρωση της ελεύθερης διακίνησης κεφαλαίων από το 1993 με τη Συνθήκη του Μάαστριχ και της ενοποιημένης αγοράς για τις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες με το «Σχέδιο Δράσης για τις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες» (Financial Services Action Plan - FSAP), ήταν οι κινητήριες δυνάμεις για την επίτευξη του μοναδικού αυτού περιβάλλοντος και ανάπτυξης της τραπεζικής αγοράς στην Ευρώπη.

Τα κύρια μέτρα που προέβλεπε το Σχέδιο Δράσης για τις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες –ενοποίηση των αγορών χονδρικής, το άνοιγμα των εθνικών αγορών λιανικής και η εναρμόνιση των προτύπων εποπτείας- βελτίωσαν εξαιρετικά τις συνθήκες της διασυνοριακής παροχής τραπεζικών υπηρεσιών και την ανάπτυξη των επονομαζόμενων «πανευρωπαϊκών» τραπεζών.

Η βιομηχανία ανταποκρίθηκε γρήγορα σε αυτές τις νέες ευκαιρίες: οι δραστηριότητες συγχωνεύσεων και εξαγορών αναπτύχθηκαν αγγίζοντας τα 160 δισεκατομμύρια τη περίοδο 1995 έως 2005, όπου το 2005 έφτασαν τα 41 δισεκατομμύρια ευρώ και τα 112 δισεκατομμύρια το 2007 (σε αυτό το πάρα πολύ μεγάλο νούμερο συνέβαλε η εξαγορά της ολλανδικής τράπεζας ABN Amro).⁷³

	Αξία (δισ. ευρώ)	Έτος	Επενδυτής	Χώρα	Στόχος	Χώρα
1	71.8	2007	RBS, Fortis, Santander	UK, BE, ES	ABN Amro	NL
2	15.4	2005	Unicredit	IT	HVB	DE
3	13.9	2004	Santander	ES	Abbey	UK
4	11.2	2000	HSBC	UK	Crédit Commercial	FR
5	9.0	2006	BNP Paribas	FR	BNL	IT
6	7.2	2000	HVB	DE	Bank Austria	AT
7	5.9	2005	ABN Amro	NL	Antonveneta	IT
8	5.7	2007	Hypo Real Estate	DE	Depfa	IE
9	4.8	2000	MeritaNord-banken	SE	Unidanmark	DK
10	4.1	1998	ING	NL	BBL	BE

Εικόνα 6.7: Οι 10 μεγαλύτερες διασυνοριακές εξαγορές και συγχωνεύσεις μεταξύ τραπεζών της Δυτικής Ευρώπης για την περίοδο 1998 – 2007. Πηγή: PwC, Deutsche Bank Research

Ως συνέπεια, το μέρος του συνόλου των στοιχείων ενεργητικού που κατέχουν ξένης ιδιοκτησίας τράπεζες στην ΕΕ-25, αυξήθηκε από 23,2% το 2001 σε 27,1%

⁷³ "European banking consolidation", PricewaterhouseCoopers, April 2006, σελ. 4-5

το 2006. Ιδιαίτερα αισθητή ήταν η ανάπτυξη των εξαγορών και συγχωνεύσεων στις χώρες όπου στο παρελθόν οι ξένες ιδιοκτησίας τράπεζες κατείχαν πολύ περιορισμένο μερίδιο αγοράς: στην Γερμανία, Ιταλία και άλλες μεγάλες δυτικοευρωπαϊκές χώρες η κατοχή ιδιοκτησίας από ξένες τράπεζες (foreign bank-ownership) αυξήθηκε έντονα από το 1997, ενώ σε χώρες όπως το Ηνωμένο Βασίλειο όπου μέρος της τραπεζικής αγοράς χονδρικής ήταν ήδη αρκετά διεθνοποιημένο, το μερίδιο των ξένων τραπεζών παρέμεινε σχετικά σταθερό.⁷⁴

6.3.2.2. Τα πλεονεκτήματα και οι περιορισμοί της διεθνοποίησης

Οι ευρωπαϊκές τράπεζες εκμεταλλεύτηκαν επίσης την εμφάνιση των αναδυόμενων αγορών μέσω του παγκόσμιου προσανατολισμού τους. Το κύμα φιλελευθερισμού, απορύθμισης και ανάπτυξης που επικρατεί κατάστησε τις λιγότερο αναπτυγμένες χρηματαγορές πολύ πιο ελκυστικές αλλά και την εξάπλωση των δυτικοευρωπαϊκών τραπεζών προς αυτές όχι μόνο επιθυμητή αλλά και εφικτή.⁷⁵

Ενώ οι παραδοσιακές εγχώριες αγορές των δυτικής Ευρώπης αναμένεται να παρουσιάσουν μέτρια οικονομική ανάπτυξη και γήρανση του πληθυσμού τους κατά τις ερχόμενες δεκαετίες, τα ανερχόμενα έθνη παρέχουν εξαιρετικές δυνατότητες εξαιτίας των πλεονεκτημάτων που παρουσιάζουν οι αναπτυσσόμενες αγορές τους: ταχεία αύξηση του πλούτου και του εισοδήματος, αύξηση της σταθερότητας των τοπικών τραπεζών, νεαρή και με τάσεις συνεχούς αύξησης πληθυσμιακή βάση, που αποτελεί βασική προϋπόθεση για υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης μακροπρόθεσμα.

⁷⁴ "European banking consolidation", PricewaterhouseCoopers, April 2006, σελ. 5-6

⁷⁵ "European Banks: The silent (r)evolution", Deutsche Bank Research, Deutsche Bank, April 2008, σελ. 12-13

Βέβαια οι δυνατότητες ανάπτυξης ενέχουν πάντα κινδύνους και περιορισμούς, οι οποίοι πρέπει να λαμβάνονται σοβαρά. Από την μία πλευρά, το απόλυτο μέγεθος των χρηματοοικονομικών συστημάτων των αναπτυσσόμενων αγορών δεν είναι παρά ένα μικρό ποσοστό έναντι αυτού των αναπτυγμένων χωρών. Παρά τις ουσιαστικές βελτιώσεις που έχουν γίνει, οι αναδυόμενες αγορές αντιμετωπίζουν πολύ περισσότερους κινδύνους τόσο οικονομικής, αλλά και πολιτικής και νομικής φύσης. Η τυπική απόκλιση των ρυθμών ανάπτυξης, ο οποίος είναι διπλάσιος σε σχέση με τον αντίστοιχο των αναπτυγμένων χωρών, αποτελεί ένα βασικό δείκτη της μακροοικονομικής αστάθειας που επικρατεί σε αυτές. Επίσης η εμφάνιση αναπτυσσόμενων χωρών έχει συνοδευτεί σε πολλές περιπτώσεις από μεγάλες αστάθειες π.χ. πλεόνασμα τρεχουσών λογαριασμών και ελλείμματα στο προϋπολογισμό που δεν θεωρούνται βιώσιμα μακροπρόθεσμα. Οι πολιτικοί και θεσμικοί κίνδυνοι σχετίζονται κυρίως με κινδύνους εθnicoποίησης, περιοριστικά και ασταθή κανονιστικά πλαίσια και τη διαφθορά.⁷⁶

Βέβαια παρά την ύπαρξη όλων των προαναφερθέντων κινδύνων η τραπεζική αγορά των αναπτυσσόμενων αγορών παραμένει ιδιαίτερα ελκυστικός επενδυτικός στόχος για τα δυτικοευρωπαϊκά χρηματοοικονομικά ιδρύματα. Ενώ πολλές ευρωπαϊκές τράπεζες έχουν υποκαταστήματα σε απομακρυσμένες περιοχές εδώ και δεκαετίες, ο βαθμός δραστηριότητάς τους έχει διαφοροποιηθεί αρκετά. Με την παγκοσμιοποίηση των αγαθών και των χρηματαγορών η οποία επιταχύνθηκε εντόνως από τις αρχές της δεκαετίας του 1980 η κατάσταση έχει αλλάξει δραματικά: η δανειοδότηση, η χρηματοδότηση του παραδοσιακού εμπορίου αυξήθηκαν με έναν εξίσου εντυπωσιακό ρυθμό αλλά με τις αναδυόμενες χώρες να γίνονται ολοένα και πιο σημαντικές οι αγορές τους έγιναν επίσης πιο ελκυστικές και ανοιχτές στους ξένους επενδυτές ακολουθώντας την διαδικασία της φιλελευθεροποίησης και της ιδιωτικοποίησης. Οι Ευρωπαϊκές τράπεζες έχουν υπολογίσει με ακρίβεια αυτές τις ευκαιρίες και έχουν επενδύσει πολύ μεγάλα

⁷⁶ "European Banks: The silent (r)evolution", Deutsche Bank Research, Deutsche Bank, April 2008, σελ. 12-13

ποσά στις αναδυόμενες αγορές. Ο χρηματιστηριακός δείκτης (stock of FDI) των επιχειρήσεων του χρηματοοικονομικού τομέα στην Κεντρική και Ανατολική Ευρώπη της ΕΕ-15 έφτασε τα 52.6 δισεκατομμύρια ευρώ στο τέλος του 200, από 21.7 δισεκατομμύρια ευρώ το 2003.⁷⁷

Ενώ η επέκταση στις αναδυόμενες αγορές παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον, οι επενδύσεις από τις ευρωπαϊκές τράπεζες σε άλλες αναπτυσσόμενες αγορές δεν πρέπει να παραβλέπονται. Αυτό ισχύει ειδικότερα για τις ΗΠΑ οι οποίες αποτελούν μια ιδιαίτερα ελκυστική αγορά για τις Ευρωπαϊκές τράπεζες. Η μεγαλύτερη παγκόσμια οικονομία, οι ΗΠΑ αναπτύσσεται γρηγορότερα από την ΕΕ εδώ και πολλά έτη και έχει μια πολύ καλύτερη μακροπρόθεσμη δημογραφική προοπτική: ενώ οι μισές από τις χώρες της ΕΕ θα δουν μείωση του πληθυσμού τους μέχρι το 2050, οι ΗΠΑ αναμένεται να παραμείνουν νεαρή ηλικιακά κοινωνία που θα αυξηθεί σταθερά από τους 300 εκατομμύρια ανθρώπους σήμερα σε περισσότερους από 400 εκατομμύρια το 2050. Αυτό θα ενισχύσει ακόμη περισσότερο τη λογική μιας παρουσίας στην αμερικανική αγορά των ευρωπαϊκών τραπεζών, οι οποίες έχουν ήδη επεκτείνει σημαντικά τις δραστηριότητές τους στη Βόρεια Αμερική τα τελευταία δέκα χρόνια.

6.3.2.3. Κίνητρα για την εξάπλωση των τραπεζών των αναπτυσσόμενων χωρών προς τη Δυτική Ευρώπη

Η αυξανόμενη απαίτηση για διεθνή στήριξη από τους εγχώριους εταιρικούς πελάτες, οδηγεί τις τράπεζες των αναδυόμενων αγορών να αρχίζουν να κάνουν αισθητή την παρουσία τους στις αγορές της δυτικής Ευρώπης. Ένα άλλο σημαντικό κίνητρο βασίζεται στην επιθυμία των τραπεζών από τις χώρες αυτές να μάθουν και να αποκτήσουν εμπειρία από ανταγωνιστικά τραπεζικά περιβάλλοντα,

⁷⁷ Foltete, Anne, Arja Kärkkäinen, "EU-15 Foreign Direct Investment in the new Member States continues to increase", Eurostat Statistics in focus 106/2007, 2007

ιδιαίτερα των πιο αναπτυγμένων και έμπειρων στον τομέα αυτό χωρών. Ακόμη, ενισχυμένες από την υψηλή δυναμική ανάπτυξη στις εγχώριες αγορές τους, οι τράπεζες στις αναδυόμενες αγορές επιζητούν την επέκταση στο τομέα της λιανικής τραπεζικής στις ώριμες αγορές, εκμεταλλευόμενες τις χαμηλού κόστους δομές και πετυχημένες στρατηγικές.

Παραδείγματα του νέου αυτού βήματος στα πλαίσια της παγκοσμιοποίησης είναι:⁷⁸

- Η ινδική ICICI η οποία ήδη δραστηριοποιείται μέσω υποκαταστημάτων λιανικής στην Βρετανία, στο Βέλγιο και στη Γερμανία.
- Η Qatar Islamic Bank άνοιξε το πρώτο υποκατάστημά της στο Λονδίνο.

Ο ανταγωνισμός στις ευρωπαϊκές τραπεζικές αγορές έχει γίνει ακόμη πιο έντονος, και πιέζει έντονα ακόμη και παραδοσιακούς μέχρι τώρα παίκτες, οι οποίοι καλούνται να αναθεωρήσουν τις βασικές στρατηγικές τους για να μπορέσουν να ανταγωνιστούν μακροπρόθεσμα τους νεοεισαχθέντες παίκτες .

6.3.3. Σύγκλιση

Η τρίτη κατά σειρά τάση στον ευρωπαϊκό τραπεζικό τομέα συσχετίζεται λιγότερο με τις δομές της αγοράς από τις δύο προηγούμενες τάσεις, και αφορά περισσότερο τα προϊόντα και τις υπηρεσίες: η σύγκλιση των τραπεζών και κεφαλαιαγορών δείχνει ότι η ξεκάθαρη διαφορά ανάμεσα σε αυτούς τους δύο πόλους μπορεί να μην ισχύει πλέον. Ο όρος «σύγκλιση» περιγράφει την τάση της συνεχώς αυξανόμενης διασύνδεσης των δραστηριοτήτων των αγορών κεφαλαίου και των παραδοσιακών τραπεζικών εργασιών με έναν τρόπο που δεν αντικαθιστά η μία την άλλη αλλά αλληλοσυμπληρώνονται.

⁷⁸ "European Banks: The silent (r)evolution", Deutsche Bank Research, Deutsche Bank, April 2008, σελ. 16

Στο συμβατικό τραπεζικό μοντέλο «δημιουργώ και κρατώ» (“originate and hold”), οι τράπεζες χορηγούσαν τα δάνεια και απλά τα κρατούσαν στον ισολογισμό τους μέχρι να εξοφληθούν. Αυτή η μέθοδος εκθέτει τις τράπεζες στον κίνδυνο συγκέντρωσης στις περιοχές της οικονομίας όπου είναι ισχυρότερες. Αν ο κίνδυνος συγκέντρωσης γίνει πολύ υψηλός, πρέπει να απορριφθούν καινούργιες επιχειρηματικές δραστηριότητες που είναι πιθανόν επικερδείς, βλάπτοντας επιπλέον και τις σχέσεις με τους πελάτες. Δεύτερον, δεδομένου ότι τα τραπεζικά δάνεια πρέπει να υποστηριχτούν από τα ίδια κεφάλαια, η δανειοδότηση παρέμενε σχετικά περιορισμένη και υπόκειντο στην κεφαλαιοποίηση των τραπεζών. Επομένως, μια ποικιλία από καινοτόμα προϊόντα που επέτρεψαν στις τράπεζες να μεταπηδήσουν στο νέο πρότυπο «δημιουργώ και διανέμω» (“originate και distribute”) ωφέλησαν τις τράπεζες και τους πελάτες τους.⁷⁹

- τα πιστωτικά παράγωγα επιτρέπουν στις τράπεζες να αποφύγουν τους πιστωτικούς κινδύνους, αφήνοντας τη θεμελιώδη πελατειακή σχέση ανέπαφη
- η τιτλοποίηση των στοιχείων του ενεργητικού τα καθιστά εμπορεύσιμα και μεταβιβάσιμα σε άλλους επενδυτές
- η εξ’ ολοκλήρου πώληση δανείων μειώνει τον κίνδυνο και διευκολύνει τη διαφοροποίηση του πιστωτικού χαρτοφυλακίου

Τα εργαλεία μεταφοράς πιστωτικού κινδύνου (credit risk transfer - CRT), όπως τα προϊόντα πιστωτικής αθέτησης (Credit default swaps-CDS) προσφέρουν στις τράπεζες τη δυνατότητα να διαχειριστούν τον πιστωτικό κίνδυνο αντί να τον αφήσουν να εξελίσσεται παθητικά. Σαν αποτέλεσμα τα CRT όργανα έχουν γίνει ιδιαίτερα δημοφιλή τα τελευταία χρόνια. Η αγορά για πιστωτικά παράγωγα

⁷⁹ “European Banks: The silent (r)evolution”, Deutsche Bank Research, Deutsche Bank, April 2008, σελ. 17

αυξήθηκε περισσότερο από το δεκαπλάσιο από το καλοκαίρι του 2004 που ήταν 51 τρισεκατομμύρια δολάρια στα μέσα του 2007.

Ωστόσο η σύγκλιση δεν αναφέρεται μόνο σε ισχυρούς δεσμούς μεταξύ των κλασσικών τραπεζικών εργασιών και των αγορών κεφαλαίου αλλά επίσης στην τάση των δανειοληπτών αλλά και των επενδυτών να έχουν απευθείας πρόσβαση στις αγορές κεφαλαίου χωρίς να πρέπει να βασίζονται σε συμβατικές τραπεζικές υπηρεσίες. Κατά τη διαδικασία της «αποδιαμεσολάβησης» οι δραστηριότητες των τραπεζών (οι παραδοσιακοί διαμεσολαβητές) μεταστρέφονται ολοένα και περισσότερο από τις δραστηριότητες δανεισμού στην παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών, αγοραστικής ρευστότητας και άλλες υπηρεσίες σχετικές με τις αγορές κεφαλαίου.

Για τα νοικοκυριά, η μακροπρόθεσμη τάση μείωσης των επιτοκίων έκανε τους λογαριασμούς τραπεζικών καταθέσεων λιγότερο ελκυστικούς. Αντίθετα σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες τέθηκε περισσότερο βάρος στις μετοχές και στα ίδια κεφάλαια, ενώ τα ομόλογα επίσης χάσανε έδαφος. Στις χώρες της ΕΕ, ο μέσος όρος των τραπεζικών καταθέσεων συρρικνώθηκε από 40% το 1996 σε 31% το 2006 ενώ τα ίδια κεφάλαια αναρριχήθηκε από το 23% στο 30% και οι ασφαλίσεις από 22% σε 28%. Τα ομόλογα, των οποίων το μερίδιο της αγοράς έπεσε περισσότερο από 4 ποσοστιαίες μονάδες σε 9% το 2006), υπέφεραν από χαμηλά επίπεδα επιτοκίων.⁸⁰

6.3.4. Αποδόμηση και Εξειδίκευση (Deconstruction-specialization)

Η τέταρτη βασική τάση στις ευρωπαϊκές τραπεζικές αγορές βασίζεται στην αναθεώρηση από τις τράπεζες των βασικών επιχειρησιακών δραστηριοτήτων τους στον προσδιορισμό των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων και των αδυναμιών, με

⁸⁰ "European Banking structures", European Central Bank, 2007

απώτερο σκοπό την επικέντρωση στα δυνατά τους σημεία. Τα χρηματοοικονομικά ιδρύματα ακολουθούν παρόμοιες εξελίξεις με άλλες βιομηχανίες, αξιολογώντας ποια μέρη της αλυσίδας αξίας τους μπορούν να καλύψουν τα ίδια και ποιες υπηρεσίες μπορούν να προμηθευτούν από εξωτερικές πηγές. Η επάρκεια που κερδίζεται με έναν μεγαλύτερο βαθμό εξειδίκευσης και μια καλύτερη κατανομή της εργασίας συνέβαλαν στο να γίνει ο τραπεζικός τομέας πιο αποτελεσματικός και κερδοφόρος.

Παραδοσιακά οι τράπεζες συνήθιζαν να θεωρούν έναν μεγάλο αριθμό των δραστηριοτήτων τους ως εμπιστευτικές ή αναγκαίο να κρατήσουν τον έλεγχό τους και για αυτό τις περιόριζαν εσωτερικά. Παρόλα αυτά η παρουσία οικονομιών κλίμακας και ο αυξανόμενος διεθνής ανταγωνισμός, ωθούν τις τράπεζες να εξειδικευτούν στον τομέα που πραγματικά είναι καλύτερες και να απομακρυνθούν από περιοχές στις οποίες δεν έχουν ιδιαίτερη εξειδίκευση ή έχουν πολύ μικρές λειτουργίες. Επομένως οι τράπεζες επικεντρώνονται σε λιγότερες εσωτερικές λειτουργίες (τις οποίες επεκτείνουν), ενώ επεκτείνουν τις συνεργασίες τους με άλλους παρόχους υπηρεσιών σε δραστηριότητες που δεν θεωρούνται βασικές. Η εξωτερική ανάθεση (outsourcing) διαχειριστικών εργασιών, όπως η πληροφορική ή η λογιστική – και μερικές φορές και η υποστήριξη των πελατών – έχει καταστεί ένα βασικό θέμα από τη δεκαετία του 1990, με το off-shoring να θεωρείται ένα δεύτερο ή ακόμα και παράλληλο βήμα.

6.3.4.1. Κίνητρα για εξωτερική ανάθεση δραστηριοτήτων (outsourcing)

Τα κίνητρα που οδήγησαν τις τράπεζες να μειώσουν το εύρος του πεδίου των δραστηριοτήτων τους μέσω της εξωτερικής ανάθεσης είναι τα εξής:⁸¹

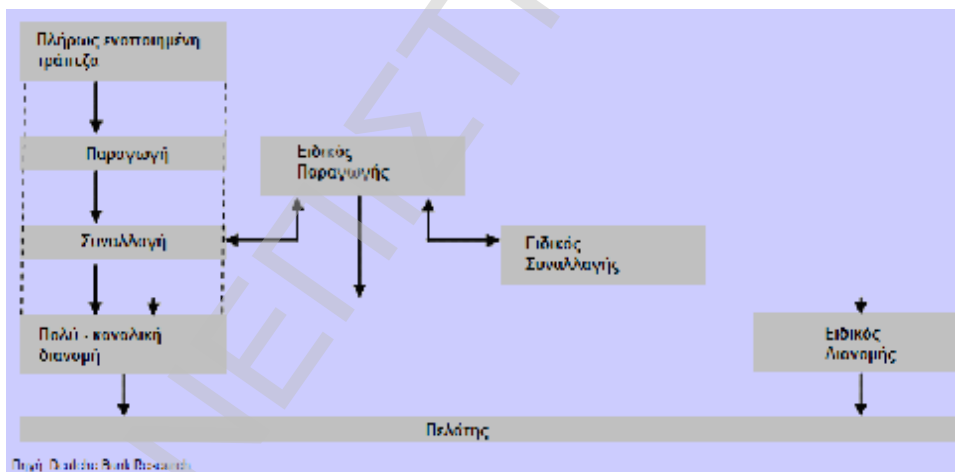
⁸¹ "Investment Company Fact Book, A Review of Trends and Activity in the Investment Company", Industry Investment Company Institute, 2007

— Πρώτον, η εξωτερική ανάθεση δραστηριοτήτων βελτιώνει την κατανομή της εργασίας και κατ'επέκταση βελτιώνει την αποδοτικότητα των τραπεζών, οι οποίες επωφελούνται από την εμπάθунση και εξειδίκευση στις κύριες δραστηριότητές τους

— Δεύτερον, η εξωτερική ανάθεση εργασιών, είναι βασική παράμετρος για την δημιουργία οικονομιών κλίμακας, μειώνοντας το κόστος

— Τρίτον, οι τράπεζες γίνονται πιο ευέλικτες εξαιτίας της εξειδίκευσης: εφιστούν περισσότερο την προσοχή τους στις αλλαγές του περιβάλλοντος μιας συγκεκριμένης αγοράς στις οποίες μπορούν να προσαρμόζονται πιο γρήγορα

Γενικά, η παραγωγικότητα και η αποτελεσματικότητα αυξάνονται περισσότερο ειδικά στην περίπτωση ραγδαίων τεχνολογικών εξελίξεων. Τελικά, πρέπει να αναδυθούν ειδικοί στην παραγωγή, την διανομή και τις συναλλαγές μεταξύ ορισμένων «γενικών» παρόχων τραπεζικών υπηρεσιών (εικόνα 6.8).⁸²

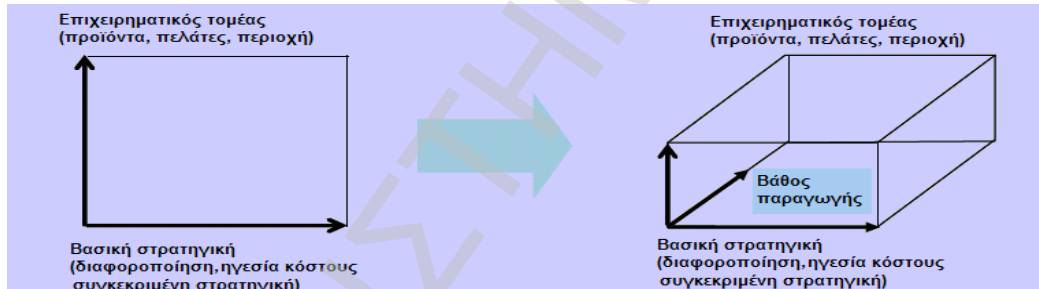


Εικόνα 6.8: Υποδιαίρεση της αλυσίδας αξίας

⁸² "European Banks: The silent (r)evolution", Deutsche Bank Research, Deutsche Bank, April 2008, σελ. 22-23

6.3.4.2. Κίνδυνοι από την εξωτερική ανάθεση δραστηριοτήτων

Παρά τα σημαντικά οφέλη που προσφέρει σε έναν τραπεζικό οργανισμό η διαδικασία του outsourcing, υπάρχουν και κάποια μειονεκτήματα, τα οποία πρέπει να λαμβάνονται σοβαρά υπόψη. Το πιο εμφανές μειονέκτημα είναι ο κίνδυνος να χαθεί ο έλεγχος σημαντικών επιχειρησιακών δραστηριοτήτων και τεχνογνωσίας. Η ανάπτυξη προϊόντων αποτελεί συνήθως μια κύρια δραστηριότητα των περισσότερων χρηματοοικονομικών ιδρυμάτων και ως εκ τούτου δε πρέπει να γίνεται εξωτερική ανάθεση ανάλογων λειτουργιών. Ένα δεύτερο κίνδυνος που συνδέεται άμεσα με τα προηγούμενα, είναι ο κίνδυνος η εταιρία που πραγματοποιεί το outsourcing να έχει χαμηλότερα στάνταρ ποιότητας και αποδοτικότητας συγκριτικά με τις εσωτερικές λειτουργίες της τράπεζας. Ο κίνδυνος αφορά φυσικά την φήμη της τράπεζας, εξαιτίας προϊόντων ή λειτουργιών που δεν ανταποκρίνονται πλέον στις απαιτήσεις του πελάτη.⁸³



Εικόνα 6.9: Το βάθος παραγωγής ως μια νέα στρατηγική διάσταση

6.3.4.3. Τυποποίηση (Standardisation)

Χωρίς την τυποποίηση βασικών προϊόντων και υπηρεσιών όπως οι τρέχοντες λογαριασμοί, η καταναλωτική πίστη και διαδικασιών που είναι σε μεγάλο εύρος ομοιογενείς (συναλλαγές πληρωμών), η ειδίκευση των τραπεζών σε ένα

⁸³ "European Banks: The silent (r)evolution", Deutsche Bank Research, Deutsche Bank, April 2008, σελ. 22-23

συγκεκριμένο μέρος της αλυσίδας αξίας δεν θα ήταν εφικτή χωρίς την τυποποίηση. Η τυποποίηση επιτρέπει την αυτοματοποιημένη επεξεργασία των συναλλαγών, αποδεσμεύοντας ανθρώπινους πόρους οι οποίοι μπορούν να απασχοληθούν σε πιο εξειδικευμένες υπηρεσίες.

6.3.4.4. Εξατομίκευση (Customisation)

Ως απόρροια των προαναφερθέντων και της μείωσης των περιθωρίων κέρδους, οι τράπεζες έχουν αρχίσει τα τελευταία έτη να εστιάζουν περισσότερο στις ατομικές ιδιαίτερες ανάγκες του πελάτη: η ταχεία εμφάνιση νέων προηγμένων και σύνθετων προϊόντων, έχει κάνει τις τράπεζες να αφιερώνουν περισσότερο χρόνο για την εξατομίκευση αυτών των νέων υπηρεσιών και προϊόντων. Πολλοί πελάτες επιθυμούν πλέον εμπειριστατωμένη και πλήρη ανάλυση της χρηματοοικονομικής τους θέσης, εξαιτίας της αύξησης του εισοδήματος και πλούτου. Υπάρχει μεγαλύτερη απαίτηση για πιο εκτενείς συμβουλευτικές υπηρεσίες, ειδικά όσον αφορά εξειδικευμένα-εξατομικευμένα και πιο σύνθετα προϊόντα, όπου το περιθώριο κέρδους είναι πιο πλεονεκτικό για τις τράπεζες.

6.3.4.5. Ενοποίηση της Υποδομής (Integration of infrastructure)

Η άλλη προϋπόθεση που πρέπει να ισχύει για να προκύψουν τα μέγιστα οφέλη από την εξειδίκευση, η ενοποίηση των υποδομών, πραγματοποιεί συνεχώς πρόοδο: η καθιέρωση του SEPA και η εναρμόνιση των κανόνων αναφορικά με τις διασυνοριακές πληρωμές στην Ευρώπη, ώστε να γίνουν εξίσου εύκολες με τις εθνικές. Ευρωπαϊκή τραπεζική βιομηχανία, προσέφερε τη δυνατότητα των πρώτων συναλλαγών μέσω SEPA επίσημα στις 28 Ιανουαρίου 2008, μετά την καθιέρωση προτύπων για τα εργαλεία πληρωμών καθώς επίσης και για τα συστήματα λειτουργίας των πιστωτικών συστημάτων και των συστημάτων συμψηφισμού μέσω του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου Πληρωμών (European Payments Council). Η ενοποίηση των ευρωπαϊκών χρηματαγορών θα ωφελήσει

όχι μόνο τους καταναλωτές, αλλά θα δώσει ακόμη περισσότερη ώθηση στις τράπεζες να αναδιατάξουν το πεδίο των δραστηριοτήτων τους και να επικεντρωθούν στις κύριες δραστηριότητές τους. Τα οφέλη όσον αφορά την αποδοτικότητα θα συνεχίσουν φυσικά να αποτελούν κίνητρο για μεγαλύτερη κερδοφορία των τραπεζών και κατά τα επόμενα χρόνια.

6.4. ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΤΟΜΕΑ

Παρά την μέτριας κλίμακας μεταστροφή, αποτέλεσμα της πρόσφατης αναταραχής, οι ευρωπαϊκές τράπεζες έχουν πραγματοποιήσει σημαντικές βελτιώσεις στα επίπεδα κερδοφορίας και αποδοτικότητάς τους, σε σχέση με την κατάσταση στις αρχές τις δεκαετίας του 1990. Σίγουρα στις βελτιώσεις και εξελίξεις αυτές συνέβαλαν πολύ όλες οι προαναφερθείσες τάσεις, η λειτουργία εντός ενός δυναμικού παγκοσμιοποιημένου περιβάλλοντος, στα πλαίσια ρυθμιστικών αλλαγών και μεγάλης τεχνολογικής προόδου.

Αν και είναι γεγονός ότι η τραπεζική βιομηχανία υπολείπεται άλλων, αναμένεται η τάση των συγχωνεύσεων, η διεθνοποίηση και η εξειδίκευση να συνεχίσουν να εξελίσσονται με εξίσου έντονους ρυθμούς και μελλοντικά. Από την άλλη πλευρά, οι μεγάλες αναταραχές στην χρηματοοικονομική θα μειώσουν την κερδοφορία για μερικά χρόνια. Παρόλ' αυτά, η υποκείμενη τάση προς μεγαλύτερη σύγκλιση του παραδοσιακής εμπορικής τραπεζικής (commercial banking) και των αγορών κεφαλαίου παραμένει ανεπηρέαστη και ο ρόλος των τραπεζών θα συνεχίζει να στρέφεται από την παραδοσιακή λειτουργία της διαμεσολάβησης για παροχή κεφαλαίων προς την διαμεσολάβηση για την πρόβλεψη και εκτίμηση κινδύνου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: Η ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΠΙΣΤΗ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ

7.1. ΓΕΝΙΚΑ

Τα τελευταία έτη η καταναλωτική πίστη αποτέλεσε ένα από τους πιο γρήγορα εξελισσόμενους και πιο επικερδής τομείς στις ευρωπαϊκές χρηματοοικονομικές υπηρεσίες. Παρά την πρόσφατη οικονομική κρίση αναμένεται ανάκαμψη, και σύντομη αποκατάσταση της μέχρι πρόσφατα έντονης ανάπτυξής της. Αν και ακόμη υπάρχουν σημαντικές διαφορές στη δομή και τη λειτουργία των αγορών ανάμεσα στα κράτη μέλη, νέες ρυθμίσεις όπως ο Ενιαίος Χώρος Ευρωπαϊκών Πληρωμών (SEPA) αναμένεται να τις ομαλοποιήσουν και σταδιακά να εξαλείψουν τα εμπόδια, συμβάλλοντας στην περαιτέρω ενοποίηση της ευρωπαϊκής χρηματοπιστωτικής αγοράς. Βασική συνέπεια θα είναι τα πολλαπλά οφέλη τόσο για τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, τις επιχειρήσεις αλλά ιδιαίτερα για τους καταναλωτές: το κόστος των συναλλαγών θα μειωθεί ενώ θα πραγματοποιούνται -εντός της ενιαίας ευρωπαϊκής αγοράς- με την ίδια ευκολία όπως οι συναλλαγές που διεξάγονται σε εθνικό επίπεδο.

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο θα παραθέσουμε και θα αναλύσουμε στοιχεία για την ανάπτυξη και την πορεία της καταναλωτικής πίστης στα πλαίσια της ευρωζώνης τα τελευταία έτη και για τα επίπεδα ανταγωνισμού που επικρατούν στις αγορές των κρατών μελών. Έπειτα είναι απαραίτητο να αναλυθούν οι νέες αγορές που αναδύονται μετά την πρόσφατη διεύρυνση, εξαιτίας των νέων δεδομένων που θέτουν αλλά και των ευκαιριών που παρουσιάζουν. Θα αναφερθούμε ακόμη στα νέα επιχειρησιακά μοντέλα που κάνουν την εμφάνισή τους στην ενοποιημένη πλέον ευρωπαϊκή αγορά. Τέλος θα παρουσιαστεί εκτενώς ο Ενιαίος Χώρος

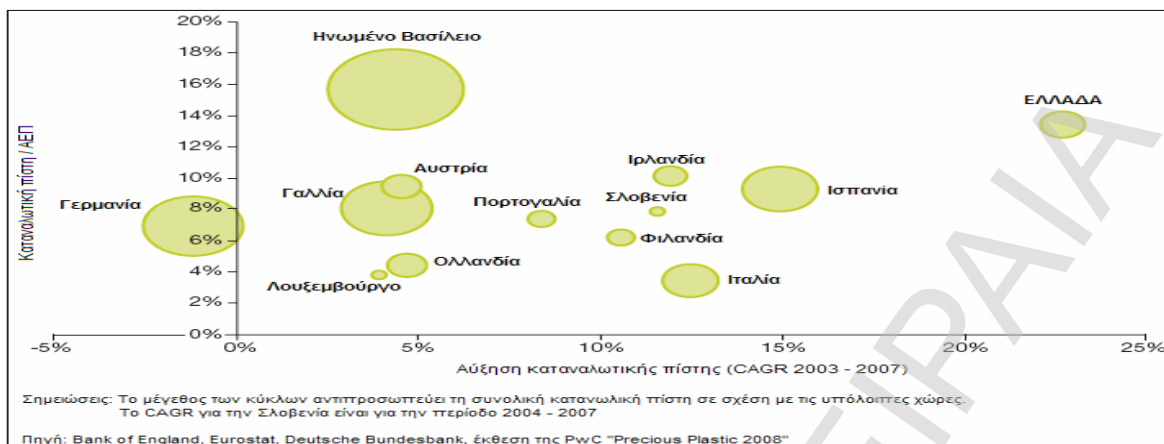
Ευρωπαϊκών Πληρωμών (SEPA) που αναμένεται να φέρει επανάσταση στα δεδομένα των συναλλαγών στα πλαίσια της ευρωζώνης και επηρεάζει άμεσα τον τομέα της καταναλωτικής πίστης.

7.2. Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗΣ ΠΙΣΤΗΣ ΣΤΑ ΠΛΑΙΣΙΑ ΤΗΣ ΕΥΡΩΖΩΝΗΣ

Η Ευρωζώνη απόλαυσε μια περίοδο εύρωστης ανάπτυξης κατά την διάρκεια των τελευταίων 2 ετών. Η ανεργία μειώθηκε κατά δυο ποσοστιαίες μονάδες από το 2005 (έτος κατά το οποίο είχε κορυφωθεί), με βελτίωση της ανάπτυξης της απασχόλησης. Η Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα προβλέπει ότι η θετική αυτή τάση θα συνεχιστεί, αν και σημειώνει μερικούς εξωτερικούς κυρίως κινδύνους που μπορεί να επηρεάσουν αρνητικά σε μακροπρόθεσμη βάση. Η ΕΚΤ σημειώνει ότι η μέτρηση της εμπιστοσύνης του καταναλωτή (consumer confidence) από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή αυξήθηκε εντόνως και το Μάιο του 2007 άγγιξε τα υψηλότερα επίπεδα από το 2001, πριν μειωθεί ελαφρώς τον Ιούνιο-Ιούλιο του ίδιου έτους.

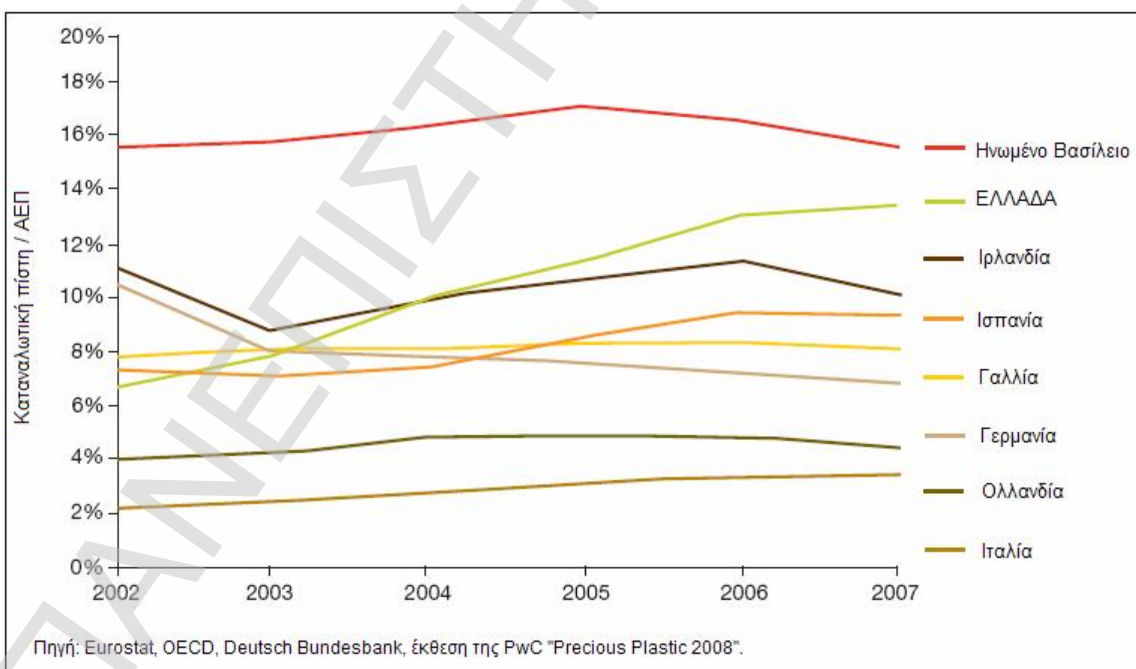
Στην παρακάτω εικόνα συγκρίνουμε την καταναλωτική πίστη ως ποσοστό του ΑΕΠ προς την ανάπτυξη της καταναλωτικής πίστης (κατά τα έτη 2003-2007) ανάμεσα σε μερικές ευρωπαϊκές χώρες.⁸⁴

⁸⁴ "Precious Plastic 2008, Consumer credit in the UK", Pricewaterhousecoopers, 2007, σελ. 11



Εικόνα 7.1: Ανάπτυξη της καταναλωτικής πίστης έναντι της αναλογίας καταναλωτική πίστη / ΑΕΠ

Ενώ σε χώρες όπου η καταναλωτική πίστη αποτελεί χαμηλό ποσοστό του ΑΕΠ, θα αναμενόταν να υπάρχει μεγαλύτερη ανάπτυξη στην καταναλωτική πίστη, τα στοιχεία δεν φανερώνουν την ύπαρξη συσχέτισης ανάμεσα στις δυο αυτές μεταβλητές και οι πολιτισμικοί παράγοντες παραμένουν βασικός παράγοντας επηρεασμού.



Εικόνα 7.2: Καταναλωτική πίστη ως ποσοστό του ΑΕΠ

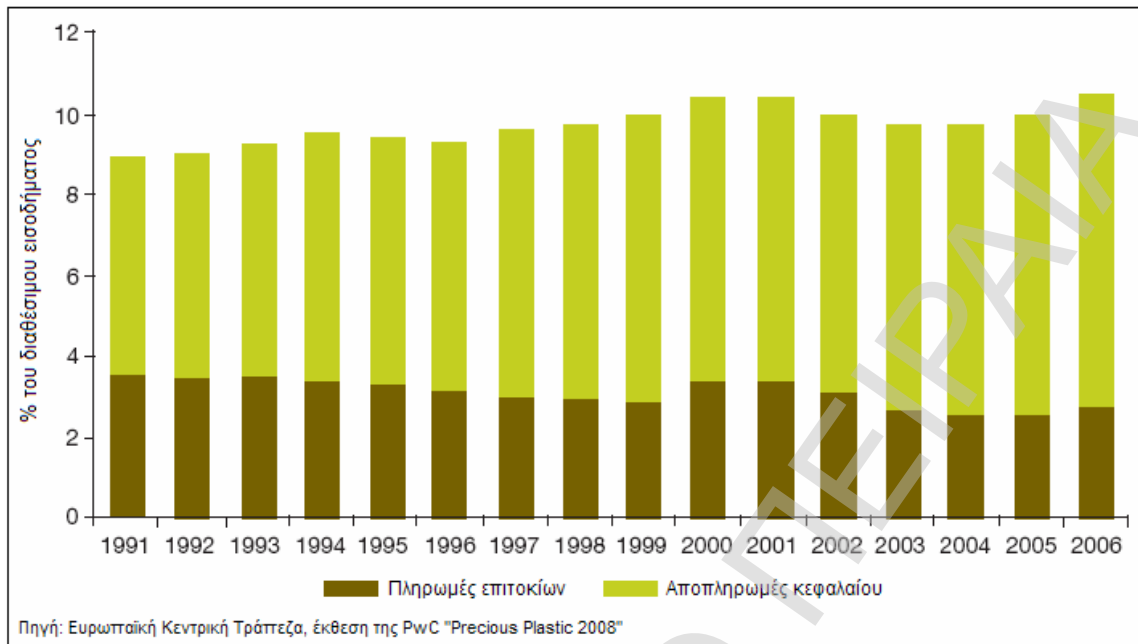
Η εικόνα 7.2 παρουσιάζει την καταναλωτική πίστη σαν ποσοστό του ΑΕΠ για ορισμένες ευρωπαϊκές χώρες. Η γενική εικόνα είναι αυτή της καθοδικής τάσης, η οποία επεξηγείται σε μεγάλο βαθμό, από το γεγονός ότι η υποκείμενη ατομική κατανάλωση παρουσιάζει επίσης καθοδική τάση. Όταν οι καταναλωτές είναι απρόθυμοι να ξοδέψουν είναι εύλογο να μην υπάρχουν σημαντικές αυξήσεις και στην καταναλωτική πίστη.⁸⁵

Είναι δύσκολο να εντοπίσει κανείς με ακρίβεια τους λόγους για την καθοδική τάση της κατανάλωσης στον ευρωχώρο. Οι λόγοι είναι περίπλοκοι και λιγότερο ομοιογενείς, εξαιτίας συγκεκριμένων πολιτισμικών και ρυθμιστικών διαφορών. Η ανάγκη και η κατεύθυνση να καταστεί περισσότερο ευέλικτη η αγορά εργασίας σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες, είναι μια εύλογη ερμηνεία που δόθηκε από την ΕΚΤ. Η επικρατούσα τάση της προσωρινής εργασίας, οι αλλαγές στην παροχή των συντάξεων και διάφορες άλλες κοινωνικές ασφαλιστικές μεταρρυθμίσεις, δικαιολογούν το γεγονός, ότι οι καταναλωτές φοβούνται για τυχόν αστάθεια στο μηνιαίο οικογενειακό εισόδημά τους.

7.2.1. Αύξηση του συνολικού χρέους εξυπηρέτησης δανείων

Η αύξηση των επιτοκίων σε όλο το μήκος της ευρωζώνης πιθανότατα περιόρισε τη ζήτηση για καταναλωτικά δάνεια σε ορισμένες χώρες. Το επιτόκιο της ΕΚΤ διπλασιάστηκε από 2% τον Ιούνιο του 2003 σε 4 % τον Ιούνιο του 2007.

⁸⁵ "Precious Plastic 2008, Consumer credit in the UK", Pricewaterhousecoopers, 2007, σελ. 12-13



Εικόνα 7.3: Συνολικό χρέος εξυπηρέτησης δανείων της ευρωζώνης

Ο βαθμός που οι αγορά καταναλωτικής πίστης έχει επηρεαστεί από την αύξηση του επιπέδου τιμών διαφέρει ανάμεσα στις χώρες. Τα υψηλότερα ποσοστά θα παρεμποδίζουν την ζήτηση σε χώρες όπως η Ισπανία και η Ιρλανδία, όπου τα στεγαστικά δάνεια με κυμαινόμενο επιτόκιο είναι δημοφιλή και ένα υψηλό ποσοστό νοικοκυριών κατέχει ιδιόκτητη κατοικία. Αντίθετα σε χώρες όπως η Γερμανία όπου ο αριθμός ιδιόκτητων κατοικιών είναι χαμηλότερος, τα επιτόκια στεγαστικών δανείων, τα επιτόκια είναι κυρίως σταθερά και η αγορά κατοικιών αδύναμη. Στην Γαλλία, η προτίμηση σε μακράς διάρκειας, σταθερού επιτοκίου στεγαστικά δάνεια και οι περιορισμοί στην θεσμική «ώθηση» της καταναλωτικής πίστης αποτελούν αιτίες για την χαμηλή ανάπτυξη στον τομέα αυτό.

Ωστόσο απαιτείται περαιτέρω ανάλυση για να διαπιστωθεί αν όντως η καταναλωτική πίστη θα αναπτυχθεί. Για παράδειγμα η πρόσφατη αλλαγή στον τομέα των κανονισμών που ισχύουν για το co-branding στη Γαλλία, αναμένεται

να επηρεάσει τον καταναλωτικό δανεισμό⁸⁶: Κάτι τέτοιο προσφέρει σημαντικές δυνατότητες ανάπτυξης.

7.2.2. Η Δαπάνη για Πλαστικές Κάρτες

Η απροθυμία που δείχνουν οι καταναλωτές σε μερικές Ευρωπαϊκές χώρες να «εκτεθούν» σε επισφαλή χρέη έρχεται σε αντίθεση με την προθυμία για χρήση πιστωτικών καρτών, η οποία αυξάνεται σταθερά τα τελευταία έτη στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες.

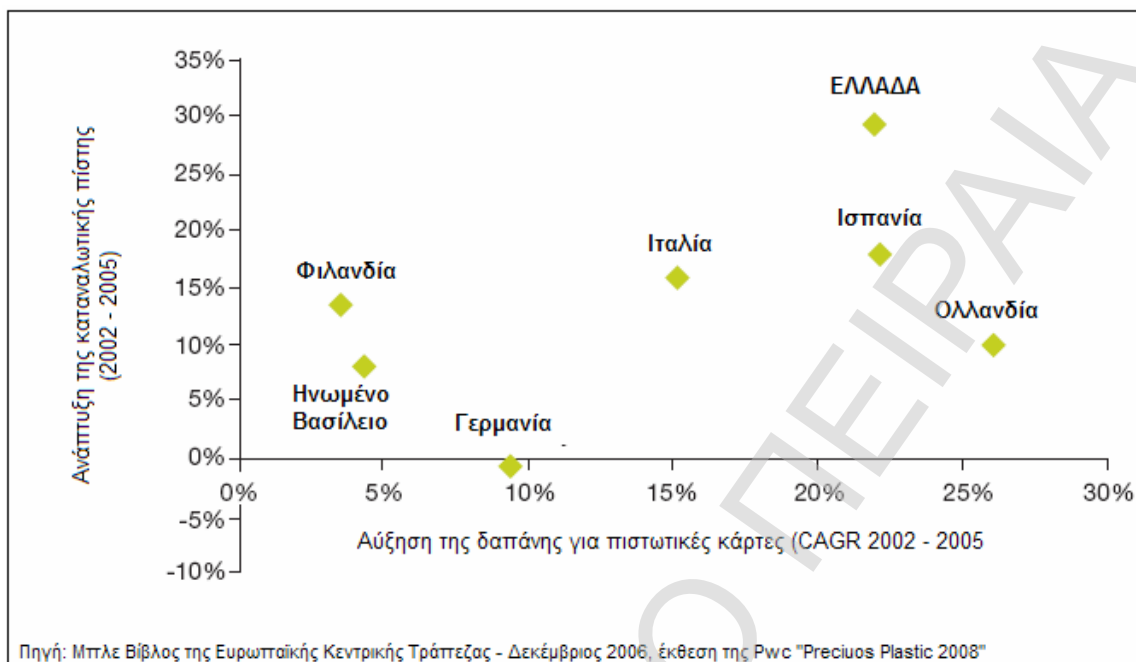
Είναι αρκετοί οι λόγοι που δύναται να δικαιολογήσουν την προαναφερθείσα συνεχώς αυξανόμενη προθυμία για χρήση πιστωτικών καρτών. Η εμφάνιση του ηλεκτρονικού εμπορίου (e-commerce) τα τελευταία χρόνια σίγουρα έπαιξε πολύ σημαντικό ρόλο, καθώς οι πλαστικές κάρτες είναι η «φυσική» μέθοδος πληρωμής για προϊόντα και υπηρεσίες που διατίθενται διαδικτυακά (on-line). Επίσης η αύξηση των διεθνών ταξιδιών, συνέβαλε στην περαιτέρω ελκυστικότητα των πιστωτικών καρτών (international card schemes).⁸⁷

7.2.3. Δαπάνη και Δανεισμός

Η σχέση μεταξύ δαπάνης και δανεισμού από πιστωτικές κάρτες στον ευρωπαϊκό χώρο είναι ιδιαίτερα περίπλοκη. Γενικότερα, η αύξηση της δαπάνης στις πιστωτικές κάρτες είναι αναγκαία, αλλά όχι επαρκής από μόνη της, για να οδηγήσει σε μια αύξηση στις επαναληπτικές πιστώσεις (revolving balances). Πολλοί καταναλωτές χρησιμοποιούν τις πιστωτικές κάρτες για την εξυπηρέτηση αρκετών καθημερινών δαπανών τους, αλλά εξοφλούν εξολοκλήρου το πιστωτικό τους υπόλοιπο κάθε μήνα, έτσι ώστε να αποφεύγουν τον εκτοκισμό.

⁸⁶ Μέχρι την 1η Οκτωβρίου 2007 οι co-branded credit cards δεν επιτρέπονταν στην Γαλλία, και επίσης οι πιστωτικές κάρτες γενικής χρήσης παρέχονταν από τις τράπεζες μόνο σε πελάτες που διατηρούσαν τρέχοντες λογαριασμούς σε αυτές

⁸⁷ "Precious Plastic 2008, Consumer credit in the UK", Pricewaterhousecoopers, 2007, σελ. 15-16



Εικόνα 7.4: Καταναλωτική πίστη έναντι δαπάνης για πιστωτικές κάρτες

Η εικόνα 7.4 καταδεικνύει τη σχέση μεταξύ του ρυθμού ανάπτυξης της δαπάνης από πιστωτικές κάρτες και του ρυθμού ανάπτυξης της καταναλωτικής πίστης. Όπως είναι αναμενόμενο, το διάγραμμα υποδεικνύει την ύπαρξη συσχέτισης μεταξύ των δυο μεταβλητών (Ωστόσο μια στρατηγική που να ενθαρρύνει την αύξηση της δαπάνης, δεν είναι κατά πάσα πιθανότητα επαρκής για να οδηγήσει σε κέρδος -από επιτόκια επί των υπολοίπων μακροπρόθεσμα-).

Σε γενικές γραμμές, η ευρωπαϊκή εικόνα στον τομέα της πίστης παραμένει ανομοιομορφή: Ενώ μερικές χώρες όπως η Ιταλία, η Ελλάδα και η Ισπανία φαίνεται πως ακολουθούν το βρετανικό μοντέλο, άλλες όπως η Γερμανία και η Ολλανδία βιώνουν μια απροθυμία των καταναλωτών στο να αυξήσουν τον δανεισμό τους. Πράγματι, στην περίπτωση της Γερμανίας, παρατηρείται συρρίκνωση στην αγορά της καταναλωτικής πίστης.

7.3. ΕΠΙΠΕΔΑ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗΣ ΠΙΣΤΗΣ ΣΤΑ ΠΛΑΙΣΙΑ ΤΗΣ ΕΥΡΩΖΩΝΗΣ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΠΗΡΕΑΣΜΟΥ

Ο ανταγωνισμός καθορίζει την ταχύτητα με την οποία οι διάφορες χώρες θα αγγίξουν το σημείο κορεσμού - ωρίμανσης της αγοράς. Υψηλά επίπεδα ανταγωνισμού αυξάνουν την εν δυνάμει ζήτηση, καθώς οι αγορές τείνουν να είναι περισσότερο καινοτόμες: οι τράπεζες οδηγούνται στην εξεύρεση τρόπων για να είναι ακόμη πιο ανταγωνιστικές στην αγορά και άρα πιο κερδοφόρες ώστε να προσελκύσουν πελάτες.

Τα επίπεδα ανταγωνισμού διαφέρουν αρκετά μεταξύ των εθνικών αγορών των χωρών της Ευρωζώνης. Οι τράπεζες κυριαρχούν στον τομέα της καταναλωτικής πίστης σε Αυστρία, Γερμανία, Ελλάδα, Ιρλανδία, Ολλανδία και στις Σκανδιναβικές χώρες, αλλά εξειδικευμένα γραφεία -σύμβουλοι στην καταναλωτική πίστη έχουν συγκεντρώσει σημαντικό μερίδιο της αγοράς σε Τσεχία, Γαλλία, Ουγγαρία, Ιταλία, Πολωνία, Ελβετία και Ηνωμένο Βασίλειο. Η συγκέντρωση της αγοράς ποικίλει επίσης: οι τρεις σημαντικότερες τράπεζες στην Αυστρία και στο Βέλγιο ελέγχουν περίπου το 50% του συνόλου της αγοράς, ενώ στη Γερμανία η αγορά είναι αρκετά τμηματοποιημένη σε τοπικές και περιφερειακές τράπεζες.

Το επίπεδο συγκέντρωσης της αγοράς επηρεάζει τόσο το επίπεδο του ανταγωνισμού όσο και την ευκολία ή δυσκολία της εισόδου νέων παικτών στην αγορά. Βάσει του μεριδίου της αγοράς των τριών πιο σημαντικών παικτών (τράπεζες ή εξειδικευμένοι πιστωτικοί οργανισμοί) έρευνα του ECRI (European Credit Research Institute) διαπίστωσε ότι σε Γερμανία, Ιταλία, Ηνωμένο Βασίλειο και Ισπανία οι τραπεζικές αγορές είναι ιδιαίτερα κατατετμημένες (οι τρεις κορυφαίες τράπεζες των εν λόγω χωρών κατείχαν λιγότερο του 50% του συνολικού μεριδίου αγοράς) στον τομέα της καταναλωτικής πίστης.

Εκτός από το επίπεδο συγκέντρωσης της αγοράς υπάρχουν μερικοί ακόμη σημαντικοί παράγοντες που μπορεί να εμποδίσουν την εισαγωγή ενός νέου παίκτη στην αγορά της καταναλωτικής πίστης:⁸⁸

A. Διαθεσιμότητα καναλιών διανομής: Η ύπαρξη επαρκώς αναπτυγμένων καναλιών διανομής επηρεάζει το επιχειρησιακό μοντέλο των διασυνοριακών προμηθευτών, ιδιαίτερα αυτούς που εξειδικεύονται σε ένα συγκεκριμένο κανάλι (διαδικτυακά, μέσω μεταπωλητών λιανικής κ.α.). Για παράδειγμα, ένα καλά αναπτυγμένο δίκτυο λιανικής διευκολύνει την εισαγωγή νέων παικτών στην αγορά (όπως χαρακτηριστικά η περίπτωση της εισαγωγής ειδικών –specialists– στην καταναλωτική πίστη στις Σκανδιναβικές χώρες). Τα απομακρυσμένα κανάλια διανομής είναι υποαναπτυγμένα σε χώρες όπως η Ιταλία, και έτσι το διαδίκτυο δεν μπορεί ακόμη να αποτελέσει βασικό στοιχείο μιας στρατηγικής διανομής σε αντίστοιχες αγορές.

B. Πολιτισμικές διαφορές: Πολιτισμικοί παράγοντες επηρεάζουν επίσης σημαντικά την απαίτηση για συγκεκριμένα προϊόντα καταναλωτικής πίστης. Για παράδειγμα οι γαλλικές τράπεζες απέτυχαν στη εφαρμογή ενός αγγλοσαξονικού τύπου προϊόντος «επαναλαμβανόμενης πίστωσης», παρόλο που ένα τέτοιο προϊόν θα μπορούσε να αποβεί αρκετά χρήσιμο για τους καταναλωτές.

Γ. Ρυθμιστικοί περιορισμοί : Οι ρυθμιστικοί περιορισμοί στην χρήση της καταναλωτικής πίστης μπορεί να περιορίσουν τα επιχειρησιακά μοντέλα που είναι ανοικτά σε νέους παίκτες. Αυτά εκτείνονται από νόμους σχετικά με το ανώτατο όριο επιτοκίων μέχρι την προστασία των προσωπικών δεδομένων και νόμους για τον ανταγωνισμό. Παρόμοιοι νόμοι δύναται να αυξήσουν σημαντικά το κόστος και τη δυσκολία ανταγωνισμού σε μια αγορά καταναλωτικής πίστης.

⁸⁸ “Consumer Credit in Europe: riding the wave”, European Credit Research Institute, Mercer Oliver Wyman, Brussels, November 2005, σελ. 16

Δ. Περιορισμοί στην Υποδομή: Οι περιορισμοί στην υποδομή μπορεί να είναι πολλών τύπων, για παράδειγμα μπορεί να υπάρχει σε μια αγορά ανεπάρκεια στον τομέα της εξωτερικής ανάθεσης δραστηριοτήτων (έλλειψη επαρκούς δυναμικότητας) για διαδικασίες που αφορούν την πίστη, στην διαχείριση βάσεων δεδομένων, call centres, direct marketing και άλλες λειτουργίες.

Είναι φανερό ότι ένα ποικιλόμορφο εύρος παραγόντων επηρεάζει και διαμορφώνει τον ανταγωνισμό, αλλά δύο είναι τα κύρια μοτίβα που αναδύονται στις αγορές των κρατών της ευρωζώνης. Πρώτον τα επίπεδα ανταγωνισμού και καινοτομίας είναι πιο υψηλά σε χώρες όπου δραστηριοποιούνται εκτός από τράπεζες και εξειδικευμένοι πάροχοι προϊόντων καταναλωτικής πίστης (π.χ. Cetelem, GE Capital).

Εξειδικευμένοι παίκτες διαδραμάτισαν ένα πολύ σημαντικό ρόλο στην διαμόρφωση και ανάπτυξη της δυναμικότητας στην αγορά της καταναλωτικής πίστης σε Ιταλία, Ισπανία, Τσεχία, Ουγγαρία και Πολωνία. Η ανταγωνιστική απειλή που θέτει η εισαγωγή νέων και ιδιαίτερα ανταγωνιστικών προϊόντων, μαζί με τις νέους τρόπους προσέλκυσης και εξυπηρέτησης πελατών, ώθησαν τις τράπεζες να εργαστούν σκληρότερα στον τομέα της καταναλωτικής πίστης γενικότερα ώστε να παραμείνουν ανταγωνιστικές στα νέα δεδομένα.

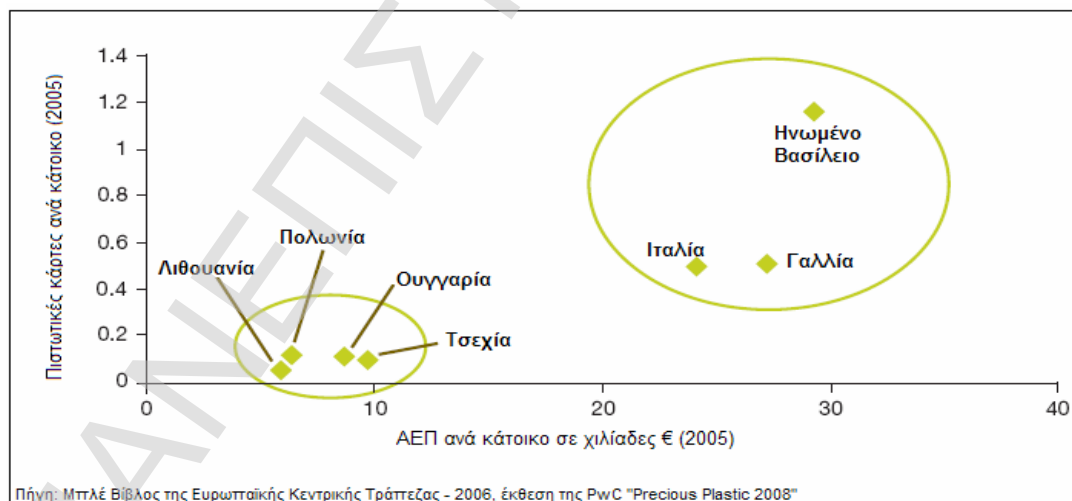
Είναι χαρακτηριστικό ότι σε χώρες όπως η Γερμανία, το Βέλγιο και η Δανία, όπου οι εξειδικευμένοι πάροχοι δεν μπορούσαν να δραστηριοποιηθούν παρά μόνο περιθωριακά, εξαιτίας πολιτισμικών και ρυθμιστικών περιορισμών, η καταναλωτική πίστη παρέμεινε γενικά στάσιμη.

Το δεύτερο γενικό μοτίβο που φαίνεται να επικρατεί, είναι ότι στις χώρες όπου οι τράπεζες κατέχουν κυρίαρχη θέση και άμεση σχέση με τους πελάτες καταναλωτικής πίστης, οι εξειδικευμένοι πάροχοι τείνουν να προτιμούν έμμεσα κανάλια διανομής και πιστωτικές κάρτες. Σε αυτές τις περιπτώσεις

εκμεταλλεύονται τα δυνατά τους σημεία (διαχείριση δεδομένων, εξειδικευμένη υποδομή) για να μεγιστοποιήσουν την αξία που προσφέρουν στους συνεργάτες τους. Κάτι αντίστοιχο είχε θετικό αντίκτυπο για εξειδικευμένους παρόχους στις Σκανδιναβικές χώρες και στην Ολλανδία.

7.4. ΟΙ ΑΝΑΔΥΟΜΕΝΕΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Οι αγορές καταναλωτικής πίστης της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης έχουν αναπτυχθεί ταχύτατα τα τελευταία χρόνια (αν και είναι ακόμη δύσκολο να συγκεντρωθούν δεδομένα για τη συνολική εικόνα για τη σύγκριση με τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες). Η εξάπλωση της χρήσης πιστωτικών καρτών-είτε αυτή μετράται βάσει του αριθμού των καρτών που εκδίδονται είτε βάσει της συνολικής αξίας της δαπάνης- είναι εντυπωσιακή. Η ανάλυση της PriceWaterHouseCoopers (PWC) που δίνεται από την εικόνα 7.5 για ορισμένες από τις πιο σημαντικές αναδυόμενες αγορές, φανερώνει την δυνατότητα για σημαντικές αυξήσεις στον τομέα της διείσδυσης των πιστωτικών καρτών καθώς αυξάνεται το ΑΕΠ.⁸⁹



Εικόνα 7.5: Αριθμός πιστωτικών καρτών ανά κάτοικο έναντι ΑΕΠ ανά κάτοικο

⁸⁹ "Precious Plastic 2008, Consumer credit in the UK", Pricewaterhousecoopers, 2007, σελ. 15-16

Η εξάπλωση του δανεισμού μέσω πιστωτικών καρτών στις λιγότερο καθιερωμένες ευρωπαϊκές αγορές δεν θα γίνει φυσικά χωρίς να ενέχει κάποιο βαθμό κινδύνου. Η απότομη επέκταση της πίστης μέσα σε μικρές χρονικά περιόδους, τείνει να αυξάνει το μέγεθος του κινδύνου για τον εκδότη της πιστωτικής κάρτας, αφού μπορεί να οδηγηθεί στη λήψη μη ορθών αποφάσεων. Η κρίση στην καταναλωτική πίστη που έπληξε την Νότιο Κορέα το 2003, καταδεικνύει ότι τέτοιοι εν δυνάμει κίνδυνοι δεν είναι ασήμαντοι, αλλά πρέπει να λαμβάνονται σοβαρά υπόψη. Ο κίνδυνος της λήψης μη επαρκών ή ακόμη και λανθασμένων αποφάσεων είναι υψηλότερος σε περιοχές στις οποίες η αγορά της καταναλωτικής πίστης βρίσκεται σε αρχικά στάδια ανάπτυξης. Αυτό είναι λογικό, αφού υπάρχουν πολύ λίγα ιστορικά δεδομένα αναφορικά με τη συμπεριφορά των καταναλωτών ώστε να μπορούν να ληφθούν ασφαλείς αποφάσεις βάσει αυτών.

Εφόσον η διείσδυση των πιστωτικών καρτών είναι σημαντικά χαμηλότερη στις νέες αναπτυσσόμενες από ότι στις ώριμες αγορές, η έκδοση απλά περισσότερων καρτών είναι βασικός μοχλός ανάπτυξης. Φυσικά θα απαιτήσει χρόνο για τους εκδότες ώστε να συγκεντρώσουν ιστορικά δεδομένα πληρωμών για αυτούς τους καταναλωτές, πολλοί εκ των οποίων δεν κατείχαν ποτέ στο παρελθόν πιστωτική κάρτα.

Στα επόμενα έτη, οι εκδότες προϊόντων καταναλωτικής πίστης -ιδιαίτερα πιστωτικών καρτών- θα πρέπει να προσπαθούν να διατηρούν μια ισορροπία ανάμεσα στο κίνδυνο πιθανών λαθών και στα προνόμια που θα τους προσφέρει η επέκταση του πελατολογίου τους στις νέες ευρωπαϊκές αγορές. Η ιστορία έχει δείξει ότι κάτι τέτοιο μπορεί να επιτευχθεί μέσω της συγκρατημένης, προσεκτικής εξάπλωσης και όχι τόσο μέσω μιας απότομης ανάπτυξης, η οποία μπορεί να αποβεί εξαιρετικά ζημιογόνος και επικίνδυνη.

7.5. ΝΕΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΜΟΝΤΕΛΑ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΠΙΣΤΗ

Νέα επιχειρησιακά μοντέλα έχουν αρχίσει να δημιουργούνται καθώς η βιομηχανία της καταναλωτικής πίστης γίνεται όλο και πιο ανταγωνιστική και νέοι παίκτες κάνουν την είσοδό τους στην αγορά. Επιπλέον, οι οικονομίες κλίμακας καλούνται να επιτύχουν την “αριστεία” σε διάφορα μέρη της αλυσίδας αξίας της καταναλωτικής πίστης, “πιέζοντας” την αγορά προς τις συγχωνεύσεις και την εξειδίκευση. Σαν αποτέλεσμα, μια σειρά διαφορετικών επιχειρησιακών μοντέλων αναμένεται να αναδυθούν σε όλη την Ευρώπη κατά τα επόμενα έτη.

Σύμφωνα με έρευνα του European Credit Research Institute διαφαίνεται η ανάδειξη έξι νέων επιχειρησιακών μοντέλων:⁹⁰

A. Τοπικοί “Πρωταθλητές” (Local champions)

Οι τράπεζες οι οποίες προσφέρουν πολύ μεγάλη ποικιλία προϊόντων προβλέπεται να εστιάσουν στην εκμετάλλευση του εμπορικού σήματος (brand), της πελατειακής βάσης τους και του δικτύου καταστημάτων τους, ώστε να μετατρέψουν τους υπάρχοντες τραπεζικούς πελάτες, συγκεκριμένα σε πελάτες καταναλωτικής πίστης (αναθέτοντας εξωτερικά δραστηριότητες όπως τον σχεδιασμό νέων προϊόντων καταναλωτικής πίστης σε εξειδικευμένους παίκτες για να εστιάσουν σε αυτόν τον τομέα αποδοτικότερα).

Το εν λόγω επιχειρησιακό μοντέλο βασίζεται κυρίως στη σχέση και στο βαθμό εμπιστοσύνης ανάμεσα στην τράπεζα και τους πελάτες της. Οι τράπεζες διαθέτουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, εξαιτίας του γεγονότος ότι η πώληση πιστωτικών προϊόντων, όταν ο πελάτης βρίσκεται στο υποκατάστημα, απαιτεί

⁹⁰ “Consumer Credit in Europe: riding the wave”, European Credit Research Institute, Mercer Oliver Wyman, Brussels, November 2005, σελ. 62-64

πολύ λιγότερους πόρους έναντι άλλων τρόπων πώλησης και επίσης μπορούν να προσελκύσουν και να διαχειριστούν πιο εύκολα τους πελάτες, λόγω της μεγάλης πηγής πληροφοριών που έχουν στη διάθεσή τους γι αυτούς. Κατά συνέπεια, είναι απίθανο να εξαφανιστούν οι ισχυροί παραδοσιακοί τραπεζικοί παίκτες -ακόμη και μελλοντικά-, εξαιτίας των φυσικών πλεονεκτημάτων που διαθέτουν (ισχυρή πελατειακή βάση, επώνυμα προϊόντα και υπηρεσίες, καθιερωμένα κανάλια διανομής).

B. Πανευρωπαϊκοί εξειδικευμένοι πάροχοι καταναλωτικής πίστης (Pan-European specialists)

Οι εξειδικευμένοι παίκτες, όπως φαίνεται και από την ονομασία, εστιάζουν σχεδόν αποκλειστικά στον τομέα της καταναλωτικής πίστης για να προσελκύσουν πελάτες, εκμεταλλευόμενοι δίκτυα τρίτων ή μέσω του άμεσου μάρκετινγκ. Τα προϊόντα που προσφέρουν αναπτύσσονται και προσφέρονται από τον ίδιο τον εξειδικευμένο πάροχο. Εξαιτίας του γεγονότος ότι το εν λόγω μοντέλο εξειδικεύεται αποκλειστικά στην καταναλωτική πίστη, το καθιστά συχνά πιο καινοτόμο και πελατοκεντρικό σε σχέση με τις τράπεζες. Η επιτυχία τέτοιων μοντέλων έχει οδηγήσει πολλές τράπεζες να δημιουργήσουν θυγατρικές επιχειρήσεις που εξειδικεύονται αποκλειστικά στην καταναλωτική πίστη.

Γ. Κέντρα Αριστείας (Centres of excellence)

Καθώς όλο και περισσότερες επιχειρήσεις επιθυμούν να γίνουν ηγέτες σε συγκεκριμένες δραστηριότητες, ομοίως και πολλές τράπεζες ή εξειδικευμένες στην καταναλωτική πίστη εταιρίες θα επιλέξουν να γίνουν κι αυτές κέντρα αριστείας σε συγκεκριμένες δραστηριότητες, παρέχοντας επίσης συγκεκριμένες άριστες υπηρεσίες σε άλλους παίκτες. Για παράδειγμα παίκτες με εξαιρετική υποδομή σε πιστωτικές κάρτες, θα μπορούν προσφέρουν τις υπηρεσίες και σε άλλους παίκτες της αγοράς.

Δ. Δια-μεσολαβητές (Intermediaries)

Οι διαμεσολαβητές εκμεταλλεύονται την σχέση που έχουν αναπτύξει με τους πελάτες, ώστε να μεταπωλήσουν προϊόντα καταναλωτικής πίστης τρίτων (τραπεζών, εξειδικευμένων πιστωτικών εταιριών) σε αυτούς. Το επιχειρησιακό μοντέλο στηρίζεται στις δραστηριότητες πριν την πώληση και κατά τη διάρκεια αυτής, ενώ η ανάπτυξη των προϊόντων και η εξυπηρέτηση γίνεται από αυτόν που παρέχει το προϊόν. Οι πελατειακές σχέσεις του μεσολαβούντα είναι κρίσιμης σημασίας, καθώς και η ικανότητά του να επιλέξει το σωστό προϊόν καταναλωτικής πίστης που θα είναι κατάλληλο για τον κάθε πελάτη.

7.6. ΕΝΙΑΙΟΣ ΧΩΡΟΣ ΠΛΗΡΩΜΩΝ ΣΕ ΕΥΡΩ – SEPA (SINGLE EUROPEAN PAYMENT AREA)

Μετά την ίδρυση της Ευρωπαϊκής Οικονομικής Κοινότητας το 1958, διάφορα γεγονότα έχουν σφραγίσει την πορεία προς την ολοκλήρωση της ευρωπαϊκής χρηματοπιστωτικής αγοράς. Η υιοθέτηση του ευρώ το 1999 και, ιδίως, η μετάβαση στο ευρώ σε φυσική μορφή στις χώρες της ζώνης του ευρώ το 2002. Λιγότερο εμφανής, αλλά επίσης πολύ σημαντική, ήταν η δημιουργία του TARGET, του συστήματος των κεντρικών τραπεζών για τις πληρωμές μεγάλης αξίας, την 1η Ιανουαρίου 1999.

Ο SEPA αποτελεί το επόμενο μεγάλο βήμα προς την ευρωπαϊκή ολοκλήρωση: Θα επιτρέψει στους πελάτες να διενεργούν πληρωμές σε ευρώ χωρίς μετρητά προς κάθε δικαιούχο εντός της ζώνης του ευρώ, χρησιμοποιώντας ένα μόνο τραπεζικό λογαριασμό και μια ενιαία δέσμη μέσων πληρωμών. Αυτό σημαίνει ότι όλες οι πληρωμές μικρής αξίας σε ευρώ θα γίνουν «εγχώριες», δηλαδή θα πάψει να υφίσταται διάκριση μεταξύ εγχώριων και διασυνοριακών πληρωμών εντός της ζώνης του ευρώ.

7.6.1. Γενική επισκόπηση του συστήματος SEPA

Ο SEPA αποτελεί ένα χώρο στον οποίο οι καταναλωτές, οι εταιρίες και οι λοιποί οικονομικοί παράγοντες θα είναι σε θέση να διενεργούν και να δέχονται εγχώριες και διασυνοριακές πληρωμές σε ευρώ με τους ίδιους βασικούς όρους και τα ίδια δικαιώματα και υποχρεώσεις ανεξάρτητα από τη γεωγραφική τους θέση. **Σκοπός** του SEPA είναι η δημιουργία μιας ενοποιημένης, ανταγωνιστικής και καινοτόμου αγοράς πληρωμών μικρής αξίας στον ευρωπαϊκό χώρο, όπου οι πληρωμές σε ευρώ -χωρίς μετρητά- θα διενεργούνται με τη χρήση ενός μόνο τραπεζικού λογαριασμού και μιας ενιαίας δέσμης μέσων πληρωμών.

A. Βασικά Στοιχεία του SEPA :⁹¹

- το ενιαίο νόμισμα
- ενιαία δέσμη μέσων πληρωμών σε ευρώ – μεταφορές πιστώσεων, άμεσες χρεώσεις και πληρωμές με κάρτα-
- αποτελεσματικές υποδομές για την επεξεργασία πληρωμών σε ευρώ
- κοινά τεχνικά πρότυπα
- κοινές επιχειρηματικές πρακτικές
- καθιέρωση εναρμονισμένης νομικής βάσης
- συνεχώς εξελισσόμενες υπηρεσίες με προσανατολισμό προς τον πελάτη

Ο SEPA έχει την πλήρη υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και του Ευρωσυστήματος και προωθείται με πρωτοβουλία του τραπεζικού κλάδου, ο οποίος επικεντρώνει τις προσπάθειές του στην ανάπτυξη των μέσων πληρωμών SEPA (μεταφορές πιστώσεων, άμεσες χρεώσεις και πιστωτικές/ χρεωστικές κάρτες), τα οποία τελικά θα αντικαταστήσουν τα αντίστοιχα εθνικά μέσα πληρωμής. Στη δημιουργία του SEPA εμπλέκονται, πέραν των πιστωτικών

⁹¹ «Ο ενιαίος χώρος πληρωμών σε ευρώ (SEPA)», Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα, 2006, σελ. 7-10

ιδρυμάτων, τα συστήματα εκκαθάρισης και συμψηφισμού, οι επιχειρήσεις, οι καταναλωτές, οι κρατικές αρχές και οι φορείς δημόσιας διοίκησης.

Η Ελληνική τραπεζική κοινότητα έχει δεχθεί την αναγκαιότητα μετάβασης στον Ενιαίο Χώρο Πληρωμών και έχει για το σκοπό αυτό δημιουργήσει κατάλληλη οργανωτική δομή. Έχει συσταθεί το SEPA Forum με αντικείμενο την παρακολούθηση της προετοιμασίας μετάβασης. Στο SEPA Forum προεδρεύει Υποδιοικητής της Τράπεζας της Ελλάδος και συμμετέχουν η Ελληνική Ένωση Τραπεζών, η ΔΙΑΣ Α.Ε., η οποία διαχειρίζεται και λειτουργεί σύστημα πληρωμών λιανικής, το Υπουργείο Οικονομίας και Οικονομικών, η Ένωση Ελληνικών Εμπορικών Επιμελητηρίων, ο Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών, το Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών, Επιχειρήσεις Κοινής Ωφέλειας και Ενώσεις Καταναλωτών. Η Ελληνική Ένωση Τραπεζών έχει αναλάβει το σχεδιασμό και την υλοποίηση, μέσω ειδικών ομάδων εργασίας που έχει συστήσει για την επεξεργασία των επιμέρους θεμάτων, και της Εκτελεστικής Επιτροπής που αποτελεί το ανώτατο όργανο λήψης αποφάσεων για τις τράπεζες.

B. Χρονοδιάγραμμα

Το χρονοδιάγραμμα περιλαμβάνει τρία στάδια: α) το **σχεδιασμό**, που ξεκίνησε το 2004 και έχει ήδη ολοκληρωθεί, β) την **υλοποίηση**, η οποία ξεκίνησε στα μέσα του 2006 και περατώθηκε στο τέλος του 2007 και γ) τη φάση **μετάπτωσης**, που ξεκίνησε τον Ιανουάριο του 2008 και έχει ως στόχο ένα σημαντικό τμήμα των συναλλαγών να διενεργείται με μέσα πληρωμής SEPA έως το τέλος του 2010. Ειδικότερα, οι τράπεζες έχουν αναπτύξει τα προϊόντα SEPA, τα οποία άρχισαν να διαθέτουν στο κοινό από τον Ιανουάριο 2008. Σημειώνεται ότι οι διασυννοριακές άμεσες χρεώσεις SEPA θα είναι διαθέσιμες μετά την

ενσωμάτωση στα εθνικά δίκαια της οδηγίας για τις υπηρεσίες πληρωμών, η οποία προβλέπεται να πραγματοποιηθεί μέχρι την 1η Νοεμβρίου 2009.⁹²



7.6.2. Οφέλη από τη δημιουργία του SEPA

Η οικονομία της ζώνης του ευρώ δεν είναι σε θέση να αξιοποιήσει πλήρως όλα τα οφέλη της Νομισματικής Ένωσης. Οι πελάτες αντιμετωπίζουν δυσκολίες όταν διενεργούν πληρωμές μικρής αξίας σε ευρώ σε άλλες χώρες της ζώνης του ευρώ, καθώς οι εν λόγω πληρωμές είναι συχνά πιο χρονοβόρες. Η εφαρμογή του SEPA καθιστά τις διασυνοριακές συναλλαγές εξίσου εύκολες και γρήγορες με τις εθνικές συναλλαγές, ωφελώντας ιδιαίτερα τους καταναλωτές και τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα.⁹³

- **Καταναλωτές**

Τα μέσα πληρωμών SEPA θα διατίθενται σε ολόκληρη τη ζώνη του ευρώ και θα διευκολύνουν τη ζωή των καταναλωτών.

⁹² «Ο ενιαίος χώρος πληρωμών σε ευρώ (SEPA)», Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα, 2006, σελ. 14

⁹³ "The Eurosystem's view of a SEPA for cards", European Central Bank, 2006, σελ. 8

- Ø Οι καταναλωτές θα χρειάζονται μόνο έναν τραπεζικό λογαριασμό, μέσω του οποίου θα μπορούν να διενεργούν μεταφορές πιστώσεων και άμεσες χρεώσεις σε ευρώ, οπουδήποτε στη ζώνη του ευρώ: Θα έχουν τη δυνατότητα, για παράδειγμα, να καταβάλλουν το ενοίκιο των παιδιών τους που σπουδάζουν στο εξωτερικό, το ενοίκιο καταλύματος για τις διακοπές ή να πληρώνουν για υπηρεσίες που παρέχονται από ευρωπαϊκές εταιρίες (εταιρίες κινητής τηλεφωνίας, ασφαλιστικές εταιρίες, επιχειρήσεις κοινής ωφέλειας, κ.λπ.). Όσοι ζουν, εργάζονται ή σπουδάζουν στο εξωτερικό δεν θα χρειάζονται πια έναν τραπεζικό λογαριασμό στην πατρίδα τους κι έναν στην ξένη χώρα.⁹⁴
- Ø Η χρήση καρτών πληρωμής θα είναι πιο αποτελεσματική, αφού οι καταναλωτές θα μπορούν να χρησιμοποιούν την ίδια κάρτα για όλες τις πληρωμές σε ευρώ. Αυτό θα μειώσει και την ανάγκη των ανθρώπων να μεταφέρουν μετρητά.
- Ø Η παροχή καινοτόμων υπηρεσιών δεν θα επηρεάζεται από τα εθνικά σύνορα. Ο μακροπρόθεσμος στόχος του τραπεζικού κλάδου είναι τα μέσα πληρωμών SEPA να χρησιμοποιούνται αποκλειστικά σε ηλεκτρονική μορφή: Οι πληρωμές θα μπορούν να συνδυάζονται εύκολα με υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας, δηλαδή υπηρεσίες με σκοπό την απλούστευση της διαδικασίας πληρωμής για τους καταναλωτές και τις επιχειρήσεις πριν και μετά το διακανονισμό, μειώνοντας το χρόνο που δαπανούν οι καταναλωτές για την εκτέλεση πληρωμών.

⁹⁴ «Ο ενιαίος χώρος πληρωμών σε ευρώ (SEPA)», Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα, 2006, σελ. 15

- **Τράπεζες**

Με την παροχή νέων μέσων πληρωμών και υποδομών για ολόκληρη τη ζώνη του ευρώ, ο SEPA θα ωφελήσει τις τράπεζες που θα είναι σε θέση να επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους και να ανταγωνίζονται σε επίπεδο ζώνης ευρώ, αφού θα μπορούν πιο εύκολα να προσφέρουν τις υπηρεσίες τους σε ολόκληρη τη ζώνη του ευρώ. Επίσης θα μπορούν να επεκτείνουν τις δραστηριότητες τους μέσω της παροχής υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας, πέραν των προϊόντων SEPA.

7.6.3. Βήματα για την επιτυχή εφαρμογή του SEPA

Για να εξασφαλιστεί η επιτυχής υλοποίηση και εφαρμογή του SEPA, η Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα συνιστά τα ακόλουθα:⁹⁵

1. Οι τράπεζες πρέπει να εξασφαλίσουν μεγαλύτερο βαθμό επικοινωνίας, σαφείς προσφορές προϊόντων και ομοιόμορφη πελατειακή εμπειρία, προκειμένου να ενθαρρύνουν τη χρήση της μεταφοράς πιστώσεων SEPA από όλους τους πελάτες τους, ενώ οι φορείς δημόσιας διοίκησης ειδικότερα θα πρέπει να είναι οι πρώτοι που θα υιοθετήσουν το σύστημα.
2. Θα πρέπει να εξαλειφθούν τα εμπόδια που εξακολουθούν να υφίστανται όσον αφορά την έγκαιρη έναρξη του συστήματος άμεσης χρέωσης του SEPA. Για να υπάρξει πρόοδος, πρέπει επειγόντως να εξευρεθούν λύσεις, για παράδειγμα, να διασαφηνιστεί η ημερομηνία έναρξης, να διασφαλιστεί η συνεχής εγκυρότητα των υφιστάμενων εντολών, να ικανοποιηθούν οι απαιτήσεις των πελατών και να επιταθούν οι προσπάθειες επικοινωνίας.
3. Ο SEPA πρέπει να καταστήσει δυνατή την πλήρως αυτοματοποιημένη επεξεργασία (end-to-end straight-through-processing), η οποία επιτρέπει την ομαλή διεκπεραίωση των πληρωμών χωρίς παρέμβαση με μη μηχανικά μέσα, και να προχωρήσει πέρα από τα βασικά προϊόντα με την καθιέρωση

⁹⁵ "Preparing and monitoring of the impact of the single euro payment area on consumers", CPEC, Brussels, August 2008

καινοτόμων προϊόντων και υπηρεσιών, όπως οι πληρωμές μέσω κινητού τηλεφώνου, οι ηλεκτρονικές πληρωμές, η ηλεκτρονική τιμολόγηση κ.λπ.

4. Ο καθορισμός μιας ρεαλιστικής αλλά και φιλόδοξης ημερομηνίας λήξης για τη μετάπτωση στα συστήματα μεταφοράς πιστώσεων και άμεσης χρέωσης του SEPA αποτελεί αναγκαίο βήμα, προκειμένου τα οφέλη του SEPA να αποκομισθούν εγκαίρως.

Εν κατακλείδι, βασικός στόχος του Ενιαίου Χώρου Πληρωμών σε Ευρώ είναι η δημιουργία μιας ολοκληρωμένης, ανταγωνιστικής και καινοτόμου αγοράς πληρωμών μικρής αξίας για όλες τις πληρωμές σε ευρώ χωρίς μετρητά, οι οποίες με την πάροδο του χρόνου θα διενεργούνται εξ ολοκλήρου ηλεκτρονικά, αποφέροντας μεγάλα οφέλη σε όλους τους οικονομικούς παίκτες και παράγοντες, αλλά κυρίως στους καταναλωτές.

Μακροπρόθεσμα, το Ευρωσύστημα αναμένει, όλες οι πληρωμές της ζώνης του ευρώ να γίνουν «εγχώριες», με ένα επίπεδο ασφάλειας και αποδοτικότητας τουλάχιστον εφάμιλλο των καλύτερων εθνικών συστημάτων πληρωμών που λειτουργούν σήμερα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΣΥΓΧΡΟΝΑ ΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ - ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΚΑΙ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

8.1. ΓΕΝΙΚΑ

Όπως γίνεται κατανοητό από όλα τα προηγούμενα κεφάλαια ο τραπεζικός κλάδος -και η καταναλωτική πίστη ειδικότερα- συνιστά ένα κατ' εξοχήν δυναμικό και ταχύτατα εξελισσόμενο τμήμα του τομέα των υπηρεσιών. Η απελευθέρωση του τραπεζικού συστήματος, η καλπάζουσα διεθνοποίηση της χρηματοοικονομικής δραστηριότητας, η ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας της πληροφορίας διαμορφώνουν συνθήκες έντονου ανταγωνισμού. Εξαγορές, συγχωνεύσεις και κοινοπραξίες συμβάλλουν και αυτές στη δημιουργία ενός επιθετικού και απρόβλεπτα ανταγωνιστικού περιβάλλοντος.⁹⁶

Για όλους τους προαναφερθέντες λόγους η εκμετάλλευση νέων μεθόδων και τάσεων της σύγχρονης τραπεζικής όπως η ηλεκτρονική τραπεζική και το τραπεζικό μάρκετινγκ μπορούν να προσδώσουν σε μια τράπεζα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Κρίνεται λοιπόν σκόπιμο, ολοκληρώνοντας την ανάπτυξη του σύγχρονου ελληνικού και ευρωπαϊκού τραπεζικού κλάδου και μιας από τις σημαντικότερες εκφάνσεις του, της καταναλωτικής πίστης, να αναλυθούν εκτενώς οι έννοιες της ηλεκτρονικής τραπεζικής και του τραπεζικού μάρκετινγκ. Το τελευταίο ειδικότερα, διαδραματίζει πολύ σπουδαίο ρόλο ιδιαίτερα στον τομέα της καταναλωτικής πίστης, βοηθώντας τις τράπεζες να εκτιμήσουν επιτυχέστερα τις ανάγκες του κάθε πελάτη, προσφέροντάς του το κατάλληλο προϊόν ή υπηρεσία που ταιριάζει σε αυτές.

⁹⁶ «Η συμβολή του τραπεζικού συστήματος στην ελληνική οικονομία», Ελληνική Ένωση Τραπεζών, Ιούλιος 2008, σελ.: 157

8.2. Η ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ

Η καταλυτική παρουσία των νέων τεχνολογιών στην οικονομική ζωή επηρεάζει, όπως είναι φυσικό, και τον τραπεζικό χώρο. Ο στόχος είναι να αποδεσμευτούν οι τραπεζικές συναλλαγές από τις ουρές στα ταμεία ώστε να διευκολυνθεί ο πελάτης που πιθανόν να μην διαθέτει το χρόνο να μεταβεί στην τράπεζα και να περιμένει για να πραγματοποιήσει μια απλή τραπεζική συναλλαγή.

Η ηλεκτρονική τραπεζική (e-banking) είναι ένας ευρύς όρος για την διαδικασία κατά την οποία οι πελάτες μπορούν να χειριστούν τις τραπεζικές τους συναλλαγές ηλεκτρονικά, χωρίς να χρειαστεί να επισκεφτούν το κατάστημα της τράπεζας. Τα ηλεκτρονικά κανάλια διανομής μπορούν να χρησιμοποιηθούν και για την παροχή υπηρεσιών πληροφοριών, για υπηρεσίες συναλλαγών καθώς και για την προώθηση των πωλήσεων. Οι υπηρεσίες πληροφοριών περιλαμβάνουν μεταξύ άλλων τον έλεγχο του υπολοίπου λογαριασμών, την εκτύπωση της κίνησης λογαριασμών και συλλογή πληροφοριών για τους δείκτες μετοχών. Οι υπηρεσίες συναλλαγών περιλαμβάνουν μεταφορά χρηματικών ποσών και πληρωμή λογαριασμών ενώ οι πωλήσεις αναφέρονται στην αγορά (ή την αίτηση για αγορά) χρηματοπιστωτικών εργαλείων όπως καταναλωτικά δάνεια, κάρτες ή ομολογίες. Τα ηλεκτρονικά κανάλια διανομής συνήθως χωρίζονται στο διαδίκτυο, το τηλέφωνο και το fax. Η τραπεζική μέσω τηλεόρασης θα μπορούσε επίσης να θεωρηθεί ως ηλεκτρονικό κανάλι διανομής αν και δεν αποτελεί σημαντικό κανάλι για τον τραπεζικό τομέα της ΕΕ.⁹⁷

Με την αλλαγή των καναλιών εξυπηρέτησης της τραπεζικής πελατείας χάρη στις νέες τεχνολογίες, μεταβάλλεται και η φιλοσοφία και η στρατηγική με την οποία λειτουργούν οι εργαζόμενοι. Ο υπάλληλος δεν είναι πλέον διεκπεραιωτής

⁹⁷ Σινανιώτη – Μαρούδη Α., Φαρσαρώτας Ι., Ηλεκτρονική τραπεζική, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα, 2005, σελ. 138

εργασιών αλλά σύμβουλος και βοηθός του πελάτη. Η ασφάλεια στις ηλεκτρονικές τραπεζικές συναλλαγές και η ευκολία στη χρήση που έχει επιτευχθεί είναι ο βασικότερος παράγων επιτυχίας της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Η παραδοσιακή τράπεζα χωρίζεται πλέον σε κέντρα παραγωγής και κέντρα διανομής τραπεζικών προϊόντων, και με τον τρόπο αυτό επιτυγχάνεται η επιθυμητή εξειδίκευση.

8.2.1. Τραπεζικές και Χρηματιστηριακές Υπηρεσίες Παρεχόμενες από την Ηλεκτρονική Τραπεζική

Σύμφωνα με την Ένωση Ελληνικών Τραπεζών ως ηλεκτρονική τραπεζική νοείται «οποιαδήποτε εμπορική συναλλαγή που διεξάγεται μεταξύ της τράπεζας και των πελατών της διαμέσου ηλεκτρονικών δικτύων και βοηθάει ή οδηγεί στην πώληση τραπεζικών υπηρεσιών/ προϊόντων». Οι υπηρεσίες που προσφέρονται με χρήση της ηλεκτρονικής σελίδας της τράπεζας στους πελάτες της χορηγούν τη δυνατότητα:⁹⁸

- ∅ Να δίνουν εντολές στην τράπεζα για εξόφληση λογαριασμών κοινής ωφελείας (ΟΤΕ, ΔΕΗ, ΕΥΔΑΠ), πιστωτικών καρτών, καρτών επιχειρήσεων και προσωπικών δανείων σε συγκεκριμένη ημερομηνία
- ∅ Να δίνουν εντολές στην τράπεζα για μεταφορά χρημάτων από έναν λογαριασμό σε άλλον σε συγκεκριμένη ημερομηνία
- ∅ Να πληροφορούνται για τα υπόλοιπα και τους τόκους των λογαριασμών τους σε Ευρώ ή σε συνάλλαγμα
- ∅ Να πληροφορούνται για τις εντολές και πληρωμές λογαριασμών
- ∅ Να αποθηκεύουν τις κινήσεις/ υπόλοιπο των λογαριασμών και των καρτών

⁹⁸ Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, e-Banking, ειδική έκδοση, 2000

τους σε ειδικά λογισμικά, ώστε να έχουν πλήρη έλεγχο των οικονομικών τους

- Ø Να πληροφορούνται για την κατάσταση των ημερήσιων εντολών τους
- Ø Να πληροφορούνται για τα νέα της αγοράς και τα νέα των εισηγμένων εταιριών με έγκυρες αναλύσεις
- Ø Να αποθηκεύουν τις τιμές κλεισίματος μετοχών, δεικτών, αμοιβαίων κεφαλαίων
- Ø Να δημιουργούν γραφήματα δεικτών μετοχών
- Ø Να πραγματοποιούν εξοφλήσεις λογαριασμών Δημοσίου (π.χ. ΦΠΑ, Φόρος Εισοδήματος Φυσικών και Νομικών Προσώπων)
- Ø Να εμφανίζονται οι κινήσεις των λογαριασμών, που μπορούν να τυπώνουν ή να μεταφέρουν σε ειδικό λογισμικό
- Ø Να καθορίσουν από μέρους τους τη συχνότητα με την οποία θέλουν να επαναλαμβάνονται οι πληρωμές τους
- Ø Να εκδώσουν ηλεκτρονική απόδειξη των συναλλαγών τους
- Ø Να εκδώσουν τραπεζική επιταγή, να παραγγείλουν μπλοκ επιταγών ή να προχωρήσουν σε ανάκληση επιταγής

8.2.2. Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής

Τα πλεονεκτήματα που προσφέρει η ηλεκτρονική τραπεζική ανάγκασαν τις τράπεζες να κάνουν στροφή στη σύγχρονη τεχνολογία για την παροχή προϊόντων και υπηρεσιών προκειμένου να επιτύχουν διεύρυνση των μεριδίων αγοράς τους με χαμηλότερο κόστος. Σύμφωνα με έρευνα της Forester Research το χαμηλότερο κόστος είναι ο κυριότερος λόγος που ωθεί τις τράπεζες στην ανάπτυξη των εναλλακτικών δικτύων παροχής ηλεκτρονικών τραπεζικών υπηρεσιών. Σύμφωνα με ερευνητές αν μια απλή συναλλαγή μέσω του τραπεζικού γκιςέ κοστολογείται 1 Ευρώ, το κόστος μειώνεται στα 55 λεπτά αν πραγματοποιηθεί μέσω τηλεφώνου, στα 28 λεπτά αν πραγματοποιηθεί μέσω ATM και μόλις στο 1 λεπτό αν πραγματοποιηθεί μέσω Internet. Αυτή η διαφορά οφείλεται κυρίως στο ότι μειώνονται τα λειτουργικά κόστη καθώς δεν απαιτείται ανθρώπινη παρεμβολή για την επεξεργασία των συναλλαγών.⁹⁹

Ένα ακόμα σημαντικό πλεονέκτημα είναι ότι δημιουργούνται νέες ευκαιρίες κερδοφορίας, καθώς ευνοείται η ανάπτυξη νέων προϊόντων και η υλοποίηση καινοτομιών στην παροχή υπηρεσιών υψηλότερης ποιότητας. Επιπλέον, με τις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής η τράπεζα δεν περιορίζει τις υπηρεσίες της μόνο στις περιοχές όπου διαθέτει υποκαταστήματα αλλά επεκτείνεται σε διεθνές επίπεδο. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα όχι μόνο την προσέλκυση νέων πελατών αλλά και την αύξηση της πελατειακής αφοσίωσης αφού ένας από τους πιο συνηθισμένους λόγους αλλαγής χρηματοπιστωτικού οργανισμού είναι η μετακίνηση του πελάτη σε μια περιοχή όπου δεν διαθέτει η τράπεζά του υπηρεσίες. Τέλος επέρχονται συνθήκες πλήρους ανταγωνισμού στην τραπεζική αγορά, με αποτέλεσμα να μειώνεται το πάγιο κόστος για τη δημιουργία μιας τράπεζας, μιας χρηματιστηριακής ή μιας ασφαλιστικής εταιρίας, ενώ παράλληλα αυξάνεται σημαντικά η σημασία του μεταβλητού κόστους για την παροχή on line

⁹⁹ Benton E. Gup, "The Future of Banking", Greenwood Publishing Group, Incorporated, 2002

διευκολύνσεων.

Τα πλεονεκτήματα της ηλεκτρονικής τραπεζικής αντανακλούν και στους πελάτες. Χάρη στην ελάττωση του κόστους που επιτυγχάνουν οι τράπεζες έχουν τη δυνατότητα να μειώσουν τις χρεώσεις των ηλεκτρονικών συναλλαγών και για τους πελάτες ή ακόμα και να τα εξαλείψουν. Άλλο ένα σημαντικό πλεονέκτημα είναι ότι ο πελάτης διενεργεί με μεγαλύτερη άνεση τις συναλλαγές του, αφού δεν είναι αναγκασμένος να μεταβεί στο τραπεζικό υποκατάστημα και να περιμένει για να εξυπηρετηθεί. Επιπλέον η παροχή των υπηρεσιών δεν περιορίζεται στις ώρες λειτουργίας των υποκαταστημάτων αλλά είναι εικοσιτετράωρη και άσχετη αργιών ή διακοπών. Τέλος ο πελάτης μπορεί να πραγματοποιεί ευκολότερα συγκρίσεις χρηματοπιστωτικών προϊόντων και να επιλέγει το πιο συμφέρον.

Παράλληλα με τα παραπάνω πλεονεκτήματα, οι τράπεζες έχουν να αντιμετωπίσουν και μια σειρά από κινδύνους. Η ανάπτυξη της ηλεκτρονικής τραπεζικής αφενός εγείρει κινδύνους που συνδέονται με την τεχνολογία (π.χ. οι τράπεζες αντιμετωπίζουν τον κίνδυνο της επένδυσης σε τεχνολογίες που ενδέχεται να απαξιωθούν σύντομα ή να αφιερώσουν σημαντικούς πόρους στην εισαγωγή νέων προϊόντων χωρίς να έχει προηγηθεί ενδελεχής ανάλυση της ζήτησης και του βαθμού αποδοχής αυτών από την πελατεία), αφετέρου εντείνει υφιστάμενους κινδύνους των τραπεζών, όπως ο λειτουργικός, ο οποίος μπορεί να αυξηθεί αν οι τράπεζες δεν αναβαθμίσουν τα συστήματα εσωτερικού ελέγχου. Επιπλέον δεν θα πρέπει να παραβλέπεται ο νομικός κίνδυνος, που πηγάζει από τις δυσχέρειες στον έλεγχο της ασφάλειας των συναλλαγών. Ένας παράγοντας προβληματισμού για τους πελάτες είναι η ασφάλεια των ηλεκτρονικών συναλλαγών, ιδιαίτερα μέσω του διαδικτύου. Παρόλο που υπάρχουν τεχνολογίες που εγγυώνται την ασφάλεια των συναλλαγών, όπως η κρυπτογραφία και τα ψηφιακά πιστοποιητικά, ενέχουν ακόμη κίνδυνοι παραπλάνησης των χρηστών.¹⁰⁰

¹⁰⁰ Σινανιώτη – Μαρούδη Α., Φαρσαρώτας Ι., Ηλεκτρονική τραπεζική, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα, 2005, σελ. 142

8.2.3. Πρόσβαση Μέσω Διαδικτύου

Η διαδικτυακή τραπεζική (Internet banking) αναφέρεται στις τραπεζικές δραστηριότητες που διεξάγονται μέσω προσωπικού υπολογιστή (PC), χρησιμοποιώντας το διαδίκτυο ως το δίκτυο διανομής. Το Internet banking είναι το ταχύτερα αναπτυσσόμενο ηλεκτρονικό δίκτυο διανομής για τις τράπεζες. Η πλειοψηφία των μεγάλων ευρωπαϊκών τραπεζών προσφέρει internet banking στους πελάτες τους. Παρόλα αυτά η μορφή του internet banking ποικίλει σημαντικά και εξαρτάται από την ευρύτερη στρατηγική της τράπεζας, για παράδειγμα αν προέχει η ικανοποίηση των αναγκών των υπάρχοντων πελατών ή αν σχεδιάζεται η είσοδος σε νέες αγορές. Σχεδόν όλες οι τράπεζες προσφέρουν internet banking τουλάχιστον ως ένα από τα δίκτυα υπηρεσιών μιας στρατηγικής πολλαπλών δικτύων διανομής. Για παράδειγμα οι πελάτες μπορούν να χρησιμοποιήσουν το διαδίκτυο για πληροφορίες και υπηρεσίες συναλλαγών. Μερικές φορές αυτό καλείται “core internet banking” και οι πελάτες πρέπει να υπογράψουν μια σχετική συμφωνία που τους επιτρέπει να κάνουν προσβάσιμους τους υπάρχοντες λογαριασμούς τους μέσω διαδικτύου. Πρόσφατα ένας αυξανόμενος αριθμός τραπεζών επιτρέπει στους πελάτες τους να αγοράζουν ορισμένα προϊόντα μέσω διαδικτύου, όπως λογαριασμούς καταθέσεων, καταναλωτικά δάνεια, στεγαστικά δάνεια και τραπεζικές κάρτες μέσω της υπάρχουσας ιστοσελίδας της τράπεζας. Άλλες πρωτοβουλίες για την αγορά και την διαχείριση τραπεζικών προϊόντων διαδικτυακά μπορεί να περιλαμβάνουν:

- Ø Προσφορά των ίδιων προϊόντων και υπηρεσιών που μπορούν να προσφερθούν και σε ένα υποκατάστημα της τράπεζας, αλλά με καλύτερα επιτόκια ή χαμηλότερες χρεώσεις
- Ø Προσφορά προϊόντων αποκλειστικά μέσω διαδικτύου που δεν είναι διαθέσιμα στα υποκαταστήματα των τραπεζών

∅ Διευκόλυνση των συναλλαγών, καθώς οι πελάτες δεν χρειάζεται να επισκεφθούν ένα υποκατάστημα και να περιορίσουν τους εαυτούς τους στις ώρες λειτουργίας του ώστε να αλληλεπιδράσουν με την τράπεζα

Ορισμένες τράπεζες δημιούργησαν την δική τους ξεχωριστή διαδικτυακή επιχείρηση με αποκλειστική ιστοσελίδα για αυτή, δημιουργώντας την εντύπωση ότι πρόκειται για διαφορετική τελείως οντότητα. Παραδείγματα τέτοιων επιχειρήσεων είναι η First Direct Bank στο Ηνωμένο Βασίλειο που είναι παράρτημα του HSBC group και όχι ξεχωριστή νομική οντότητα, και η mBank στην Πολωνία που είναι παράρτημα της τράπεζας BRE. Και οι δύο επιχειρήσεις βασίζονται στο phone και internet banking. Τα προσφερόμενα προϊόντα μπορούν να αποκτηθούν και να διαχειρισθούν μόνο μέσω του διαδικτύου ή του τηλεφώνου. Σε πολλές περιπτώσεις οι χρεώσεις ή τα επιτόκια για αυτά τα προϊόντα είναι καλύτερα από αυτά που προσφέρονται στα υποκαταστήματα, γι' αυτό χρησιμοποιείται συχνά ο όρος *κανιβαλισμός*. Εξαιτίας των καλύτερων συνθηκών οι πελάτες συχνά μεταπηδούν από τους παραδοσιακούς τραπεζικούς λογαριασμούς σε διαδικτυακούς λογαριασμούς της ίδιας τράπεζας. Τέλος κάποιες τράπεζες ξεκίνησαν τη δική τους διαδικτυακή τράπεζα ως θυγατρική εταιρία.

Η εικόνα 8.1 παρουσιάζει την ανάπτυξη στην χρήση του internet banking στην Ευρώπη από άτομα μεγαλύτερα των 16 ετών. Φαίνεται ότι το internet banking ακόμα αναπτύσσεται και είναι περισσότερο δημοφιλές στις Σκανδιναβικές χώρες και στην Ολλανδία, όπου περισσότερο από το 50% των νοικοκυριών χρησιμοποιούν το internet banking (αυτές οι χώρες παρουσιάζουν και τα υψηλότερα ποσοστά χρήσης του διαδικτύου). Στις χώρες της Βαλτικής, ιδιαίτερα στην ΕΕ, αυτό το κανάλι διανομής είναι περισσότερο εξελιγμένο και δημοφιλές από τα υπόλοιπα Νέα Κράτη Μέλη, αν και υπάρχει σημαντική και θετική τάση προς την χρήση του internet banking από τα Νέα Κράτη Μέλη επίσης.

Το internet banking είναι λιγότερο διαδεδομένο στην Νότια Ευρώπη. Τα στατιστικά της Eurostat μπορούν επίσης να αναλυθούν ως προς την ηλικία και το επίπεδο εκπαίδευσης, φανερώνοντας ότι η χρήση του internet banking μειώνεται με την αύξηση της ηλικίας και αυξάνεται για υψηλότερα επίπεδα εκπαίδευσης λαμβάνοντας υπόψιν το σύνολο του πληθυσμού. Όμως λαμβάνοντας υπόψιν μόνο τους χρήστες του διαδικτύου, το ποσοστό των χρηστών που χρησιμοποιούν το internet banking είναι σχεδόν σταθερό ως προς την ηλικία (αν και πάλι αυξάνεται ως προς το επίπεδο εκπαίδευσης).

Table 2 Use of internet banking				
(percentages)				
	2003	2004	2005	2006
European Union (25)	:	18	19	22
European Union (15)	19	22	22	24
Belgium	:	:	23	28
Czech Republic	3	5	5	10
Denmark	38	45	49	57
Germany	21	26	:	32
Estonia	:	35	45	48
Ireland	8	10	13	21
Greece	1	1	1	2
Spain	10	12	14	15
France	:	:	:	18
Italy	:	:	8	9
Cyprus	:	4	6	6
Latvia	:	12	16	22
Lithuania	3	7	10	15
Luxembourg	23	35	37	41
Hungary	:	3	6	8
Malta	:	:	:	16
Netherlands	:	:	50	59
Austria	13	18	22	27
Poland	:	4	6	9
Portugal	6	8	8	10
Slovenia	:	9	12	16
Slovakia	:	10	10	13
Finland	43	50	56	63
Sweden	38	40	51	57
United Kingdom	22	22	27	28
Bulgaria	.	1	.	1
Romania	.	0	.	1

Source: Eurostat
 Note: The table shows the percentage of individuals older than 16 years who used internet banking at least once during the previous three months.

Εικόνα 8.1

Παρότι ο παραπάνω πίνακας κατατάσσει την Ελλάδα στην τρίτη χαμηλότερη θέση χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής, σύμφωνα με την Ένωση Ελληνικών Τραπεζών υπάρχει ιδιαίτερα σημαντική ανάπτυξη των εγγεγραμμένων χρηστών στις υπηρεσίες e-banking των ελληνικών τραπεζών. Συγκεκριμένα, στο τέλος του 2007 οι εγγεγραμμένοι χρήστες ανερχόταν σε περίπου 1.000.000 φυσικά και νομικά πρόσωπα ενώ το Δεκέμβριο του 2006 ο αντίστοιχος αριθμός ήταν 800.000 χρήστες και το Δεκέμβριο του 2004 ήταν λιγότερο από 100.000. Πρέπει βέβαια να σημειωθεί ότι η εγγραφή σε υπηρεσία ηλεκτρονικής τραπεζικής δεν συνεπάγεται χρήση της υπηρεσίας, αν και φανερώνει την θετική τάση των πελατών ως προς αυτές τις υπηρεσίες.

Η χρήση του διαδικτύου για αγορά τραπεζικών προϊόντων, όπως λογαριασμούς ταμειωτηρίου ή καταναλωτική πίστη είναι ακόμα περιορισμένη. Τα αποτελέσματα της Eurostat δείχνουν ότι περίπου το 4% των Ευρωπαίων αγόρασαν διαδικτυακά κάποιο τραπεζικό προϊόν κατά το 2006 (με μικρή ανοδική τάση τα τελευταία χρόνια).¹⁰¹ Οι Σκανδιναβικές χώρες, το Ηνωμένο Βασίλειο και η Ολλανδία είναι πάνω από το μέσο όρο, ενώ στην Νότια Ευρώπη και τα Νέα Κράτη Μέλη το διαδίκτυο χρησιμοποιείται ως δίκτυο πωλήσεων σε μικρότερο ποσοστό. Εκτός και από την έρευνα της Eurostat, και άλλες πρόσφατες μελέτες επιβεβαιώνουν ότι σε σχέση με τα τραπεζικά υποκαταστήματα, το διαδίκτυο έχει πολύ περιορισμένη σημασία ως κανάλι πωλήσεων. Βέβαια οι διαφορές μεταξύ των διαφόρων χωρών της ΕΕ είναι σημαντικές και ειδικά στην Σκανδιναβία και την Ολλανδία το διαδίκτυο είναι πολύ σημαντικό δίκτυο πωλήσεων. Επιπροσθέτως, οι προαναφερόμενες μελέτες σημειώνουν ανοδική τάση και προβλέπουν υψηλή ανάπτυξη τα επόμενα χρόνια, τόσο στην ΕΕ όσο και στις ΗΠΑ. Οι αισιόδοξες προβλέψεις βασίζονται στις προσπάθειες των τραπεζών να καθιερώσουν το διαδίκτυο ως ένα σημαντικό κανάλι διανομής υπηρεσιών.

¹⁰¹ Annual Eurostat information society survey

Πρωτοβουλίες όπως ειδικές προσφορές αποκλειστικά μέσω διαδικτύου, η προσεκτική αντιμετώπιση των ζητημάτων ασφαλείας, η βελτίωση των διαδικτυακών εφαρμογών (π.χ. η συνομιλία με προσωπικό σύμβουλο μέσω webcam) και η ενοποίηση του internet banking με άλλα δίκτυα διανομής μπορούν να συμβάλουν στην πραγματοποίηση των θετικών προβλέψεων. Ένα παράδειγμα αυτής της ανάπτυξης είναι η δυνατότητα πληρωμής προϊόντων που αγοράζονται διαδικτυακά απευθείας μέσω διαδικτυακών τραπεζικών λογαριασμών (παράδειγμα περιλαμβάνουν το giropay στην Γερμανία, το iDEAL στην Ολλανδία και το eps στην Αυστρία), καθώς η διείσδυση αυτών των προϊόντων έχει αυξηθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια.

8.2.4. Πρόσβαση από Κινητή Συσκευή ή το Τηλέφωνο

Η τραπεζική μέσω κινητού τηλεφώνου (*mobile banking* ή *m-banking*) μπορεί να θεωρηθεί ως μία υποκατηγορία ή βελτίωση του internet banking. Ορίζεται ως το κανάλι μέσω του οποίου οι πελάτες αλληλεπιδρούν με την τράπεζά τους μέσω μια κινητής συσκευής (π.χ. Κινητό τηλέφωνο ή PDA). Προς ώραν, το m-banking χρησιμοποιείται κυρίως για υπηρεσίες πληροφοριών, κάποιες φορές για υπηρεσίες συναλλαγών αλλά σπάνια ως κανάλι πωλήσεων. Υπηρεσίες βασισμένες στα μηνύματα επίσης θεωρούνται m-banking. Σε αυτή την περίπτωση οι πελάτες μπορεί να λάβουν SMS (καλείται και SMS-banking) ή MMS από την τράπεζά τους με πληροφορίες σχετικά με το υπόλοιπο του λογαριασμού τους, τις τελευταίες συναλλαγές τους ή υπέρβαση του πιστωτικού τους ορίου.¹⁰²

Παρότι υπάρχει μεγάλος αριθμός μελετών και άρθρων σχετικά με τη δυναμική του m-banking, δεν υπάρχουν πολλά δεδομένα σχετικά με την χρήση του. Σύμφωνα με τη μελέτη της EKT για τις ευρωπαϊκές τραπεζικές δομές μόνο το ένα πολύ μικρό ποσοστό των Ευρωπαίων (λιγότερο από 5%) χρησιμοποιούν κινητές

¹⁰² Σινανιώτη – Μαρούδη Α., Φαρσαρώτας Ι., Ηλεκτρονική τραπεζική, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα, 2005, σελ. 145

συσκευές για τραπεζικές δραστηριότητες παρόλο που η χρήση κινητών συσκευών είναι πολύ υψηλή (περίπου 80%).¹⁰³

Το m-banking άρχισε να προσφέρεται από πολλές τράπεζες της ΕΕ στα τέλη της δεκαετίας του 1990. Παρόλα αυτά η τεχνολογική ανάπτυξη εκείνη τη στιγμή δεν ήταν αρκετά προχωρημένη για να παρέχει στους πελάτες γρήγορες και αποδοτικές υπηρεσίες. Έτσι το m-banking δεν μπόρεσε να καθιερωθεί επιτυχώς ως το πέμπτο κανάλι παροχής τραπεζικών υπηρεσιών (μαζί με τα τραπεζικά υποκαταστήματα, τα ATMs, την τηλεφωνία και το διαδίκτυο) και πολλές τράπεζες το εγκατέλειψαν. Σήμερα οι κινητές συσκευές γίνονται ολοένα και πιο εξελιγμένες και το επίπεδο προτυποποίησης αυξάνεται. Για τον λόγο αυτό μερικοί αναλυτές πιστεύουν ότι υπάρχει μεγάλη δυναμική για ανάπτυξη. Αυτή την άποψη τη μοιράζονται και κάποιες τράπεζες που πρόσφατα ξανά άρχισαν την προσφορά υπηρεσιών m-banking στους πελάτες τους. Πάντως άλλοι ερευνητές θεωρούν ότι υπάρχει περιορισμένο ενδιαφέρον των πελατών για το m-banking στις βιομηχανοποιημένες χώρες, αφού σε αυτές τις χώρες οι πελάτες έχουν ήδη στη διάθεσή τους εξελιγμένα δίκτυα διανομής.

Σε κάθε περίπτωση οι αναλυτές συμφωνούν ότι οι εξελίξεις στα επόμενα λίγα χρόνια θα δείξουν σε ποία κατεύθυνση θα κινηθεί το m-banking στην Ευρώπη. Σε χώρες όπως η Νότια Αφρική, οι Φιλιππίνες, η Ιαπωνία, η Νότια Κορέα και άλλες ασιατικές χώρες το m-banking ανθεί και συχνά χρησιμοποιείται για να προσεγγίσουν οι τράπεζες τους φτωχούς πελάτες ή ανθρώπους που δεν έχουν καμία τραπεζική δραστηριότητα. Με το m-banking προσφέρονται υπηρεσίες όπως η κατάθεση και η ανάληψη χρημάτων, η ανανέωση του χρόνου ομιλίας προπληρωμένων καρτών τηλεφωνίας, η μεταφορά χρημάτων, οι αγορές χωρίς

¹⁰³ "Potential of Internet banking remains unfulfilled", Datamonitor, 5 April 2007

μετρητά και η παροχή πληροφοριών για τραπεζικούς λογαριασμούς από την τράπεζα σε συνεργασία με έναν πάροχο υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας.¹⁰⁴

Η τηλεφωνική τραπεζική (*telephone banking*) είναι μια υπηρεσία που επιτρέπει στους πελάτες την διεξαγωγή τραπεζικών συναλλαγών μέσω τηλεφώνου και αποτέλεσε το πρώτο σημαντικό κανάλι διανομής. Η τηλεφωνική τραπεζική είναι ένας ευρύς όρος που καλύπτει ένα ευρύ φάσμα υπηρεσιών, είτε χρησιμοποιώντας αυτοματοποιημένους τηλεφωνητές είτε μέσω αναγνώρισης φωνής παρέχοντας εικοσιτετράωρες υπηρεσίες πληροφοριών και συναλλαγών. Η τηλεφωνική τραπεζική προσφέρεται από σχεδόν όλες τις μεγάλες τράπεζες της ΕΕ. Πολλές μελέτες δείχνουν ότι η ανάπτυξη της τηλεφωνικής τραπεζικής είναι περιορισμένη τα τελευταία χρόνια και ότι το internet banking έχει αναδειχθεί στο σημαντικότερο ηλεκτρονικό κανάλι υπηρεσιών και πωλήσεων στην ΕΕ.¹⁰⁵

8.3. ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Τα τελευταία χρόνια ιδιαίτερα μετά την απελευθέρωση του χρηματοοικονομικού τομέα, η διαχείριση του των εμπορικών τραπεζών έχει καταστεί ιδιαίτερα ανταγωνιστική (μείωση των περιθωρίων κέρδους, νέα κανάλια διανομής, παγκοσμιοποίηση). Ο ανταγωνισμός στις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες και η τάση των πελατών να χρησιμοποιούν έναν αριθμό διαφορετικών παρόχων για να την ικανοποίηση των χρηματοοικονομικών αναγκών τους, κάνουν ακόμη πιο δύσκολη τη προσέλκυση και διατήρηση των πελατών για τις τράπεζες. Έτσι η κατανόηση των αναγκών του πελάτη ιδιαίτερα στον τομέα της καταναλωτικής

¹⁰⁴ "Potential of Internet banking remains unfulfilled", Datamonitor, 5 April 2007

¹⁰⁵ Fortis, EFMA and Mercer Oliver Wyman, European Mortgage Distribution, (2007); Capgemini, EFMA and ING, World Retail Banking Report, (2006); EFMA, Customer Contact Centres, (2005); APACS: Internet banking outstrips telephone banking for first time in UK, eBanking & Payments News 25/2006

πίστης μέσω της κατάλληλης συλλογής και διαχείρισης των στοιχείων, του σχεδιασμού κατάλληλων πακέτων προϊόντων και η προώθηση αυτών των προϊόντων στους πελάτες είναι μείζονος σημασίας στη σύγχρονη τραπεζική.

Παρακάτω θα αναλυθούν ο ρόλος του τραπεζικού μάρκετινγκ, τα στοιχεία του, ο σχεδιασμός των στρατηγικών μάρκετινγκ ώστε να γίνει κατανοητή η σημασία της σωστής ανάπτυξης και υλοποίησής του.

8.3.1. Ο ρόλος του τραπεζικού μάρκετινγκ

Ο Reekie ορίζει το τραπεζικό μάρκετινγκ ως «η δραστηριότητα του management, η οποία κατευθύνει την αποδοτική ροή των τραπεζικών υπηρεσιών προς επιλεγμένους πελάτες». Μέσα από τον ορισμό αυτό μπορούμε να διακρίνουμε τα δυο βασικά στοιχεία του μάρκετινγκ των τραπεζικών και χρηματοοικονομικών υπηρεσιών: πρώτον, το μάρκετινγκ απευθύνεται σε επιλεγμένους πελάτες και δεύτερον πρέπει να είναι αποδοτικό και επικερδές. Για την επίτευξη των δυο αυτών στόχων πρέπει να ακολουθείται η προσέγγιση του μάρκετινγκ στην παροχή των τραπεζικών υπηρεσιών. Το ιδιαίτερο χαρακτηριστικό αυτής της προσέγγισης είναι το γεγονός ότι είναι επικεντρωμένη στον πελάτη. Σύμφωνα με τον Meidan (1984) μια τέτοια πελατοκεντρική προσέγγιση περιλαμβάνει έξι βασικά βήματα:

1. *Εντοπισμός των αναγκών του πελάτη*
2. *Ανάπτυξη κατάλληλων τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών για την ικανοποίηση των προσδοκιών του πελάτη*
3. *Προσδιορισμός της τιμής των προϊόντων/ υπηρεσιών*
4. *Διαφήμιση και προώθηση των υπηρεσιών σε υπάρχοντες και πιθανούς πελάτες*
5. *Οργάνωση κατάλληλων καναλιών διανομής*

6. Πρόβλεψη και έρευνα για τις μελλοντικές χρηματοοικονομικές-χρηματοπιστωτικές ανάγκες του πελάτη

Το σχέδιο μάρκετινγκ των τραπεζικών ιδρυμάτων είναι παρόμοιο με αυτό άλλων επιχειρησιακών κλάδων, αλλά παρουσιάζει σημαντικές διαφορές στο τρόπο με τον οποίο αναπτύσσονται οι στρατηγικές μάρκετινγκ και αποφασίζεται το μίγμα μάρκετινγκ. Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες ικανοποιούν μια γενική ανάγκη και όχι τόσο μια ειδική. Για να είναι τα οφέλη από την παροχή των τραπεζικών υπηρεσιών πιο εμφανή, οι τράπεζες πρέπει να μεταδίδουν αποτελεσματικά τα προωθητικά τους μηνύματα σε μελλοντικούς πελάτες, επομένως τα σχέδια μάρκετινγκ πρέπει να προετοιμάζονται με μεγάλη προσοχή και βαρύτητα.

Ένα τραπεζικό ίδρυμα λαμβάνει υπόψη τα εξής στοιχεία όταν προετοιμάζει ένα σχέδιο μάρκετινγκ:

- Ανάλυση αγοράς (market analysis)
- Ανάλυση των αναγκών λιανικής τραπεζικής
- Ανάπτυξη προϊόντος και στρατηγική μάρκετινγκ
- Στρατηγική τιμολόγησης προϊόντος
- Στρατηγική συστήματος διανομής των προϊόντων/ υπηρεσιών
- Στρατηγική επικοινωνίας

Παρακάτω θα αναλύσουμε περαιτέρω τα στοιχεία αυτά που όλα μαζί αποτελούν ο σχέδιο μάρκετινγκ του τραπεζικού ιδρύματος.

8.3.2. Ανάλυση αγοράς (market analysis)

Η ανάλυση της αγοράς ξεκινά με τον καθορισμό της αγοράς. Ο Channon ορίζει την αγορά ως «την τομή μεταξύ μιας τάξης πελατών και ένα τραπεζικό προϊόν ή υπηρεσία». Η αγορά μπορεί να προσδιοριστεί βάσει γεωγραφικών στοιχείων

(περιφερειακών ή εθνικών) αλλά και με βάση τον τύπο των πελατών που εξυπηρετεί. Όταν ένα χρηματοοικονομικό ίδρυμα εξυπηρετεί κυρίως προσωπικούς πελάτες, θεωρούμε ότι λειτουργεί στην αγορά λιανικής (στην οποία θα δώσουμε έμφαση αφού σε αυτή απευθύνονται τα προϊόντα της καταναλωτικής πίστης), ενώ όταν εξυπηρετεί εταιρικούς πελάτες θεωρούμε ότι λειτουργεί στην αγορά χονδρικής. Η ανάλυση των δυο τύπων των αγορών γίνεται με διαφορετικό τρόπο για τη κάθε μια, αφού οι ανάγκες των πελατών είναι διαφορετικές. Παρακάτω, θα αναφερθούμε στο πως γίνεται η ανάλυση στην περίπτωση της αγοράς λιανικής στην οποία προσφέρονται τα προϊόντα καταναλωτικής πίστης.

8.3.2.1. Ανάλυση της αγοράς λιανικής (retail market)

Οι ακόλουθες κατηγορίες-μεταβλητές βοηθούν στην τμηματοποίηση του λιανικού τμήματος της αγοράς:¹⁰⁶

- § Κατηγορία υψηλού εισοδήματος
- § Επαγγελματίες και αυτοαπασχολούμενοι
- § Φοιτητές και ηλικιωμένοι

Σύμφωνα με τον Stempert (1990), η ανάλυση της αγοράς λιανικής περιλαμβάνει τρία βασικά βήματα:

- A. Κατανόηση των αναγκών του πελάτη
- B. Προσδιορισμός των αναγκών τους
- Γ. Ανάλυση των δυνατοτήτων

A. Κατανόηση των αναγκών του πελάτη

¹⁰⁶ Bartle J, Boffey R., Sathye M., Vincent M., Credit analysis and lending management, Wiley, Australia, 2003, σελ. 443

Πολλοί δημογραφικοί παράγοντες όπως η ηλικία, το εισόδημα, η εκπαίδευση, το επάγγελμα, η οικογενειακή κατάσταση επηρεάζουν την ανάγκη του πελάτη για χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες. Για παράδειγμα οι εργαζόμενοι γενικά έχουν στην διάθεσή τους πολύ λιγότερο χρόνο, επομένως θα προτιμήσουν προϊόντα που προσφέρουν ευελιξία και άνεση, όπως προϊόντα στα οποία μπορεί να έχει εύκολα πρόσβαση μέσω διαδικτύου.

Επίσης οι πελάτες λιανικής θα αναζητήσουν προϊόντα και προμηθευτές που προσφέρουν την καλύτερη αξία (ευνοϊκά επιτόκια, χαμηλό κόστος συναλλαγών). Ένα τραπεζικό ίδρυμα που επιθυμεί να είναι ανταγωνιστικό πρέπει να αντιλαμβάνεται τις αλλαγές στις ανάγκες των πελατών και να καθορίζει τον τρόπο για την καλύτερη ικανοποίηση των προσδοκιών του σε σχέση με την τιμή, την εξυπηρέτηση και τη διανομή.

B. Προσδιορισμός των αναγκών του πελάτη

Ο Stemper (1990) θεωρεί ότι ο προσδιορισμός των αναγκών του πελάτη περιλαμβάνει τη σύνταξη μιας λεπτομερούς κατάστασης των αναγκών του πελάτη, η οποία θα συνταχτεί βάσει συγκεκριμένων ερωτήσεων όπως: «Ποιες είναι οι ανάγκες του πελάτη;», «Ποιες από αυτές έχουν ικανοποιηθεί;», «Σε τι βαθμό έχουν ικανοποιηθεί;», «Πόσες πρέπει να ικανοποιήσουμε ακόμη;». Εδώ είναι σημαντική η διαδικασία της συλλογής των δεδομένων, ώστε τα αποτελέσματα της έρευνας να έχουν αξία και να μπορεί ο τραπεζικός οργανισμός να τα χρησιμοποιήσει αποδοτικά.

Γ. Ανάλυση των δυνατοτήτων

Μετά την συλλογή των δεδομένων, επόμενο βήμα είναι η αντιστοίχιση των αναγκών των πελατών με προϊόντα και υπηρεσίες που παρέχει η τράπεζα. Εδώ γίνονται ερωτήσεις όπως: «Ποιες είναι οι ανάγκες;», «Πως μπορούμε να

ικανοποιήσουμε τις ανάγκες;», «Ποια είναι τα οφέλη;», «Ποιες βασικές ερωτήσεις πρέπει να ερωτηθούν για να αναπτυχθούν νέα προϊόντα που θα ανταποκρίνονται στις ανάγκες των πελατών με αποδοτικό για τον τραπεζικό οργανισμό τρόπο;».

8.3.2.2. Ανάλυση των χαρακτηριστικών της αγοράς

Μετά την ολοκλήρωση της αρχικής γενικής εξέτασης της αγοράς, είναι απαραίτητη η αξιολόγηση των παρακάτω χαρακτηριστικών της.¹⁰⁷

A. Χαρακτηριστικά της αγοράς

Η αξιολόγηση των χαρακτηριστικών της αγοράς περιλαμβάνει συλλογή πληροφοριών σχετικά με :

- Το μέγεθος της αγοράς
- Ιστορικά στοιχεία του ρυθμού ανάπτυξης
- Προβλέψεις για τον μελλοντικό ρυθμό ανάπτυξης
- Τα χρηματοοικονομικά χαρακτηριστικά των πελατών
- Το σύνολο του αριθμού τρεχουσών λογαριασμών
- Η τάση της συγκέντρωσης της αγοράς

B. Χαρακτηριστικά υπηρεσιών

Η αξιολόγηση των χαρακτηριστικών των υπηρεσιών περιλαμβάνει εύρεση πληροφοριών σχετικά με:

- Τη προστιθέμενη αξία
- Το βαθμό διαφοροποίησης των υπηρεσιών
- Τη σχετική ένταση κεφαλαίου
- Δυνατότητα ενοποίησης υπηρεσιών με αντίστοιχες υπηρεσίες άλλων τραπεζών

¹⁰⁷ Bartle J, Boffey R., Sathye M., Vincent M., Credit analysis and lending management, Wiley, Australia, 2003, σελ. 448-449

- Το επίπεδο και το είδος κινδύνου για την τράπεζα
- Η αποδοτικότητα της υπηρεσίας
- Ο ρυθμός καινοτομίας/ αλλαγής

Γ. Χαρακτηριστικά ανταγωνισμού

Η αξιολόγηση των ανταγωνιστικών χαρακτηριστικών περιλαμβάνει τον προσδιορισμό παραγόντων όπως:

- Το μερίδιο αγοράς της τράπεζας
- Αλλαγή του αριθμού των ανταγωνιστών
- Τάσεις του μεριδίου αγοράς
- Κύριοι ανταγωνιστές και το μερίδιο αγοράς τους
- Ο βαθμός συγκέντρωσης των ανταγωνιστών
- Κόστος εξυπηρέτησης
- Ποιότητα εξυπηρέτησης
- Ικανότητα συστήματος διανομής
- Ικανότητες ανθρώπινου δυναμικού

Δ. Χαρακτηριστικά περιβάλλοντος

Περιλαμβάνει τον προσδιορισμό παραγόντων όπως:

- Πολιτικοοικονομικές και κοινωνικές τάσεις και η επίδρασή τους στην αγορά
- Τάσεις στον τομέα της τεχνολογίας και το αντίκτυπό τους

8.3.2.3. Ανάλυση S.W.O.T

Αφότου συγκεντρωθούν τα απαραίτητα στοιχεία, που θα καταδείξουν την θέση της τράπεζας στην αγορά, η τράπεζα θα διεξάγει την ανάλυση S.W.O.T (Δυνατά

και Αδύνατα σημεία, Ευκαιρίες, Απειλές).¹⁰⁸ Η ανάλυση S.W.O.T είναι εξαιρετικά χρήσιμη για τον προσδιορισμό και την αξιολόγηση της στρατηγικής θέσης που βρίσκεται η τράπεζα. Σε αυτή τη φάση τα στελέχη της τράπεζας δύνανται να κατατάξουν με σειρά προτεραιότητας τα στοιχεία που θεωρούν ότι αποτελούν δυνατά και αδύνατα σημεία στον οργανισμό. Η ανάλυση των ευκαιριών μπορεί να βοηθήσει τον προσδιορισμό τρόπων για την αποδοτική εκμετάλλευση αυτών των ευκαιριών. Ομοίως, μπορούν να προσδιοριστούν στρατηγικές για την αντιμετώπιση των βασικών απειλών.

Αφού ολοκληρωθεί η αξιολόγηση των αποτελεσμάτων της ανάλυσης, πρέπει τα νέα στοιχεία να συγκριθούν με την παρούσα στρατηγική της τράπεζας ώστε να προσδιοριστούν οι περιοχές που απαιτούν αλλαγές και βελτιώσεις. Επίσης, αναλύονται μέτρα που αφορούν την ανταγωνιστική θέση της τράπεζας (ποιότητα υπηρεσιών, μερίδιο αγοράς, τάσεις στα μερίδια αγοράς, αποδοτικότητα – κερδοφορία, ρυθμός σε καινοτομία).

Η ανάλυση της αγοράς ολοκληρώνεται με το τελευταίο αλλά βασικό βήμα της **ανάλυσης των κύριων ανταγωνιστών** της τράπεζας, η οποία εξαιτίας της απελευθέρωσης της χρηματοπιστωτικής αγοράς έχει πλέον ακόμη μεγαλύτερη βαρύτητα. Αναλύονται η θέση και η στρατηγική των άμεσων ανταγωνιστών, των πιθανών ανταγωνιστών και των νέων στην αγορά και εν δυνάμει μελλοντικών ανταγωνιστικών. Επίσης αξιολογούνται τα δυνατά και αδύνατα σημεία τους. Πληροφορίες για τους ανταγωνιστές μπορούν να συλλεχθούν από ετήσιες εκθέσεις, τον οικονομικό τύπο, ομιλίες εταιρικών στελεχών, χρηματιστές, απλούς πελάτες, επαγγελματίες συμβούλους και άλλες πηγές.

Το σχέδιο μάρκετινγκ που θα προκύψει από την συνολική ανάλυση της αγοράς θα ενσωματωθεί εν συνεχεία στα επιμέρους τμηματικά στρατηγικά σχέδια

¹⁰⁸ Bartle J, Boffey R., Sathye M., Vincent M., Credit analysis and lending management, Wiley, Australia, 2003, σελ. 448-449

μάρκετινγκ και ταυτόχρονα στο γενικότερο εταιρικό σχέδιο μάρκετινγκ της τράπεζας.

8.3.3. Ανάλυση των αναγκών λιανικής τραπεζικής

Δεδομένου ότι οι υπηρεσίες και τα προϊόντα που προσφέρουν οι τράπεζες έχουν τελικό αποδέκτη και στόχο το πελάτη, η ανάλυση των αναγκών του αποτελεί ένα πολύ σημαντικό παράγοντα που πρέπει να λαμβάνεται υπόψη στο σχεδιασμό της γενικής στρατηγικής μάρκετινγκ μιας τράπεζας.¹⁰⁹

Ανεξάρτητη έρευνα της «Ένωσης Χρηματοοικονομικού Τομέα της Αυστραλίας» που διεξήχθη το 2001, έδειξε ότι οι τραπεζικοί πελάτες δίνουν ιδιαίτερη βαρύτητα στην αφοσίωση προς τον πελάτη, στη προσωπική επαφή με τους υπαλλήλους, στα υψηλά πρότυπα εξυπηρέτησης και στις χαμηλότερες προμήθειες στις συναλλαγές.

Τέλος είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι η καταναλωτική συμπεριφορά επηρεάζεται σημαντικά από παράγοντες πολιτισμικούς (π.χ. εθνικότητα, θρησκεία), προσωπικούς (π.χ. ηλικία, επάγγελμα, τρόπος ζωής), κοινωνικής τάξης (οι υψηλές κοινωνικές ομάδες πραγματοποιούν κυρίως επενδύσεις, ενώ οι πιο χαμηλές έχουν μεγαλύτερη ανάγκη για κατανάλωση).

8.3.4. Ανάπτυξη προϊόντος και στρατηγική μάρκετινγκ

Τα προϊόντα των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων αποτελούν κυρίως οι υπηρεσίες που προσφέρουν. Σύμφωνα με τον Meidan (1984)¹¹⁰ τρεις είναι κυρίως οι αντικειμενικοί στόχοι της ανάπτυξης προϊόντων: Η προσέλκυση πελατών εκτός της παρούσας αγοράς, η αύξηση των πωλήσεων στην υπάρχουσα αγορά και η

¹⁰⁹ Bartle J, Boffey R., Sathye M., Vincent M., Credit analysis and lending management, Wiley, Australia, 2003, σελ. 454

¹¹⁰ Meidan A., Bank Marketing Management, Macmillan, London, 1984, σελ. 30

μείωση κόστους από την παροχή παρόμοιων ή ομοειδών προϊόντων. Οι ιδέες για νέα προϊόντα πηγάζουν κυρίως από εξωτερικές πηγές (όπως εξειδικευμένα γραφεία για ανάπτυξη προϊόντων), αλλά ακόμη και από αντιγραφή επιτυχών προϊόντων των ανταγωνιστών.

Στον τομέα της καταναλωτικής πίστης που εστιάζουμε –ιδιαίτερα όσον αφορά τα καταναλωτικά δάνεια και τις κάρτες-, εξαιτίας του μεγάλου ανταγωνισμού που επικρατεί μεταξύ των τραπεζών, η ανάπτυξη νέων κερδοφόρων προϊόντων και η προώθησή τους με κατάλληλη στρατηγική μάρκετινγκ μπορεί να προσφέρει στην τράπεζα μεγάλα περιθώρια κέρδους και ειδικά στον ελληνικό τραπεζικό χώρο, ακόμη και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

8.3.4.1. Στρατηγική τιμολόγησης προϊόντος

Η τιμή αποτελεί αναμφίβολα ένα από τα πιο σημαντικά στοιχεία για την προσέλκυση πελατών: Είναι ίσως το πρώτο πράγμα που λαμβάνει υπόψη ένας πελάτης στην διαδικασία αγοράς ενός προϊόντος ή υπηρεσίας. Η τιμολόγηση ενός προϊόντος ή υπηρεσίας είναι πολύ σημαντική διαδικασία ιδιαίτερα στον τομέα της τραπεζικής, καθώς βρίσκεται υπό τον συνεχή έλεγχο της εκάστοτε κυβέρνησης και την αμφισβήτηση της κοινωνίας.

Δεδομένου λοιπόν της σημασίας της τιμής ενός προϊόντος ή υπηρεσίας, οι τράπεζες πρέπει να είναι εξόχως προσεκτικές κατά την κατάστρωση της στρατηγικής τους. Πριν γίνει ο προσδιορισμός της στρατηγικής πρέπει να τεκμηριωθούν οι αντικειμενικοί στόχοι της: Πιθανή αποτυχία στον προσδιορισμό τους, μπορεί να οδηγήσει σε ασυνέπεια με το σχεδιασμό για την στρατηγική της αγοράς, δυσκολεύοντας την επίτευξη των επιθυμητών αποτελεσμάτων. Μια επιτυχής στρατηγική περιέχει συνήθως τους εξής αντικειμενικούς στόχους: Μεγιστοποίηση του κέρδους, αύξηση του μεριδίου αγοράς, διατήρηση της υπάρχουσας δυναμικότητας.

8.3.4.2. Υπολογισμός κόστους

Μείζονος σημασίας θέμα εδώ αποτελεί επίσης ο κατάλληλος υπολογισμός του υποκείμενου κόστους. Τεχνικές όπως η κοστολόγηση βάσει δραστηριοτήτων ή πρότυπου κόστους, μαζί με άλλες τεχνικές επιχειρησιακής έρευνας, βοηθούν τις τράπεζες να προσδιορίσουν το κόστος.

Η διαδικασία καθορισμού της τιμολογιακής στρατηγικής μιας τράπεζας είναι μια λειτουργία τριών κυρίως προσδιοριστικών παραγόντων: της ζήτησης, των τιμών που έχουν θέσει οι ανταγωνιστές, και του υποκείμενου διαρθρωτικού κόστους. Η τιμή που θα καθορίσει η τράπεζα, μπορεί να βασιστεί σε κάποια από τις ακόλουθες εναλλακτικές επιλογές τιμολόγησης:

Συνήθεις επιλογές τιμολόγησης είναι η τιμολόγηση βάσει στόχου, η τιμολόγηση βάσει πελατειακής σχέσης, η τιμολόγηση βάσει τη διείσδυση στην αγορά.

8.3.5. Στρατηγική συστήματος διανομής

Οι χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες παραδίδονταν παραδοσιακά στον πελάτη μέσω του συμβατικού συστήματος των υποκαταστημάτων των τραπεζών. Αυτό σήμαινε ότι ο τόπος (του υποκαταστήματος), ο χρόνος (ώρες λειτουργίας του υποκαταστήματος) και η μέθοδος (μέσω των τραπεζικών υπαλλήλων του υποκαταστήματος) αποφασίζονταν από τον προμηθευτή (την τράπεζα). Με την τεράστια εξέλιξη των νέων τεχνολογιών μπορούν πλέον και οι ίδιοι οι πελάτες να αποφασίσουν πως θα προμηθευτούν την υπηρεσία ή το προϊόν που επιθυμούν. Οι ταμιακές μηχανές αυτόματης ανάληψης (ATM) άλλαξαν το χρόνο, τη μέθοδο και σε ένα βαθμό το τόπο (αφού υπάρχουν πλέον σε πολλά σημεία). Το Internet Banking άλλαξε ακόμη περισσότερο τα τρία δεδομένα (τόπος, χρόνος, μέθοδος), τα οποία μπορεί πλέον να τα αποφασίσει ο ίδιος ο πελάτης-καταναλωτής, οπουδήποτε και αν βρίσκεται αρκεί να έχει υπολογιστή και ενεργή σύνδεση στο διαδίκτυο.

Η επιλογή της μεθόδου διανομής είναι βασικό στοιχείο του μάρκετινγκ. Η τράπεζα πρέπει να καθορίσει την συνολική στρατηγική της αγοράς προϊόντος και έπειτα να επιλέξει την κατάλληλη γεωγραφική τοποθεσία και κανάλι διανομής για τη συγκεκριμένη τοποθεσία.

8.3.5.1. Τύποι Συστημάτων Διανομής¹¹¹

- **Τραπεζικά Υποκαταστήματα**

Το παραδοσιακό σύστημα παροχής των τραπεζικών υπηρεσιών είναι μέσω των υποκαταστημάτων τους. Στο παραδοσιακό τραπεζικό υποκατάστημα είναι γενικά διαθέσιμα όλα τα προϊόντα και οι υπηρεσίες (υποκαταστήματα γενικής εξυπηρέτησης). Το σύστημα αυτό απαιτεί οι υπάλληλοι και ο διευθυντής του υποκαταστήματος να είναι εξοικειωμένοι με τα χαρακτηριστικά των διαφόρων τραπεζικών προϊόντων που προσφέρει η τράπεζα. Βέβαια τα τελευταία χρόνια με την έντονη ανάπτυξη της καταναλωτικής πίστης και την προσφορά πιο σύνθετων προϊόντων, οι τράπεζες έχουν εισάγει υποκαταστήματα εξειδικευμένα στα νέα αυτά προϊόντα. Αν και τα υποκαταστήματα απαιτούν υψηλά σταθερά κόστη για τη λειτουργία τους, οι καταναλωτές δείχνουν προτίμηση στην ανθρώπινη επαφή και προσωπική εξυπηρέτηση που προσφέρουν.

- **Πλήρως αυτοματοποιημένα υποκαταστήματα**

Τα υποκαταστήματα αυτά προσφέρουν μηχανήματα που οι πελάτες μπορούν να χρησιμοποιήσουν για την πραγματοποίηση βασικών τραπεζικών συναλλαγών (καταθέσεις και αναλήψεις χρημάτων, ερωτήσεις υπολοίπου) χωρίς την διαμεσολάβηση υπαλλήλων.

¹¹¹ Bartle J, Boffey R., Sathye M., Vincent M., Credit analysis and lending management, Wiley, Australia, 2003, σελ. 464-468

- **Αυτόματες Ταμιακές Μηχανές (ATM)**

Τα δίκτυα των ATM αποτελούν ένα από τα πιο σημαντικά συστήματα παροχής υπηρεσιών όπως ανάληψη μετρητών, κατάθεση χρημάτων, ενημέρωση υπολοίπου κ.α. Ο παγκόσμιος αριθμός ATM αυξάνεται με ένα ετήσιο ρυθμό της τάξης του 30%. Η χρήση τους είναι πλέον εξαιρετικά δημοφιλής ανάμεσα στους πελάτες αφού προσφέρουν άνεση και ταχεία εξυπηρέτηση.

- **Home Banking**

Οι καταναλωτές χρησιμοποιούν συνδέσεις μέσω modem και ειδικά σχεδιασμένο λογισμικό, που είναι εγκατεστημένο στον προσωπικό τους υπολογιστή, για την πραγματοποίηση τραπεζικών συναλλαγών.

- **Telephone Banking – Συστήματα εξ αποστάσεως παροχής υπηρεσιών**

Η χρήση του τηλεφώνου για την πρόσβαση σε χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες αυξάνεται συνεχώς, εξαιτίας της άνεσης και του χαμηλού κόστους που προσφέρουν.

8.3.6. Στρατηγική Επικοινωνίας

Η στρατηγική επικοινωνίας αποτελεί πολύ σημαντικό στοιχείο για κάθε οργανισμό αλλά είναι πλέον πολύ σημαντική και για τα τραπεζικά ιδρύματα. Οι τράπεζες δίνουν μεγάλη βαρύτητα στην επικοινωνία με τον πελάτη και γι αυτό το λόγο επιθυμούν να προσλαμβάνουν προσωπικό με εξαιρετικές επικοινωνιακές ικανότητες και ικανότητες δημόσιων σχέσεων και παρέχουν ειδική εκπαίδευση για σωστή και αποτελεσματική επικοινωνία στο ανθρώπινο δυναμικό τους. Επίσης αναπτύσσουν κατάλληλες στρατηγικές για την αποτελεσματική διαχείριση των ερωτημάτων και παραπόνων των πελατών (καθιέρωση κεντρικής μονάδας διαχείρισης παραπόνων, προτύπων ποιότητας και χρονικής ανταπόκρισης,

ταξινόμηση και ανάλυση των τύπων των παραπόνων και των δράσεων για την αντιμετώπισή τους).

Σε εταιρικό επίπεδο η επικοινωνιακή στρατηγική απαιτεί συνήθως να ληφθούν υπόψη τα παρακάτω στοιχεία:¹¹²

- **Διαφήμιση** (διαφημίσεις χρηματοπιστωτικών προϊόντων εμφανίζονται συχνά σε εφημερίδες, τηλεόραση και στο ραδιόφωνο)
- **Δημόσιες σχέσεις** (δραστηριότητες όπως εκδηλώσεις με συμμετοχή των ΜΜΕ, ομιλίες τραπεζικών στελεχών και χορήγηση εκδηλώσεων)
- **Πρώθηση** (εκθέσεις για την προβολή νέων τραπεζικών προϊόντων/ υπηρεσιών)
- **Προσωπική πώληση** (μέσω των υπαλλήλων των τραπεζικών υποκαταστημάτων)

Οι αποφάσεις που αφορούν το μάρκετινγκ ενός χρηματοπιστωτικού ιδρύματος καθοδηγούν όλες τις λειτουργίες του: προσδιορίζουν ποιος θα αγοράσει τα προϊόντα ή υπηρεσίες της τράπεζας, πως το περιβάλλον μπορεί να την επηρεάσει, ποια είναι τα στοιχεία του μίγματος μάρκετινγκ, τι πόροι απαιτούνται, πως θα υλοποιηθεί το σχέδιο, ποιος είναι υπεύθυνος κάθε δράσης και τέλος πως θα ελέγχεται και θα επικαιροποιείται το σχέδιο μάρκετινγκ.

Το μάρκετινγκ μανάτζμεντ αφορά σε γενικές γραμμές την γνώση για τον πελάτη και την εξασφάλιση της αφοσίωσης του. Η διαχείριση της σχέσης με τον πελάτη που είναι γνωστή με τον αγγλικό όρο «Customer relationship management» αποτελεί ένα θέμα στρατηγικής σημασίας που πρέπει να αντιμετωπίσουν και σχεδιάσουν με προσοχή τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα.

¹¹² Bartle J, Boffey R., Sathye M., Vincent M., Credit analysis and lending management, Wiley, Australia, 2003, σελ. 470-472

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9: ΣΥΝΟΨΗ

Ο τραπεζικός τομέας στην Ελλάδα αποτελεί πλέον έναν από τους πιο κερδοφόρους τομείς της Ελληνικής οικονομίας παρουσιάζοντας συνεχή και ταχεία ανάπτυξη από τα τέλη της δεκαετίας του 1980 οπότε και άρχισε να μετακινείται σταδιακά προς ένα πιο απελευθερωμένο και ανταγωνιστικό μοντέλο με κίνητρο την ένταξη της Ελλάδας στην ΟΝΕ. Ο εκσυγχρονισμός του ρυθμιστικού πλαισίου των τραπεζών που επέφερε την άρση των περιορισμών ως προς την δημιουργία νέων χρηματοπιστωτικών προϊόντων και τη ρύθμιση των επιτοκίων αποτέλεσε έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες της ανάπτυξης του ελληνικού τραπεζικού τομέα ενώ η ευθυγράμμιση της ελληνικής νομοθεσίας με τις οδηγίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης είχε ως αποτέλεσμα όχι μόνο την προσέλκυση σημαντικών ξένων επενδυτών αλλά και την δυναμική εξάπλωση των Ελληνικών τραπεζών στις αναπτυσσόμενες αγορές της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης. Η ισχυροποίηση των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα είχε θετικό αντίκτυπο στην ελληνική οικονομία αφού η συμβολή τους είναι πολύπλευρη.

Μία από τις πλέον σημαντικές υπηρεσίες των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων είναι η χρηματοδότηση επιχειρήσεων και ιδιωτών που παρουσιάζουν έλλειμμα χρηματικών διαθέσιμων. Χάρη στον τραπεζικό δανεισμό καθίσταται εφικτή η πραγματοποίηση νέων επενδύσεων και η αύξηση της κατανάλωσης, γεγονός που όχι μόνο έχει θετικό αντίκτυπο στο ΑΕΠ της χώρας αλλά επιπλέον συμβάλει στον περιορισμό της σχετικής παραοικονομικής δραστηριότητας. Παράλληλα οι χρηματοδοτήσεις είναι από τις περισσότερο κερδοφόρες τραπεζικές εργασίες. Η κερδοφορία αυτή προέρχεται από δύο παράγοντες, την είσπραξη τόκων και την προσέλκυση παραγωγικών εργασιών αφού η τράπεζες μπορούν να εκμεταλλευτούν τις σχέσεις που αναπτύσσονται με τους πελάτες των δανείων για την προώθηση και άλλων τραπεζικών εργασιών. Βέβαια η μεταφορά κεφαλαίων

από πλεονασματικές σε ελλειμματικές μονάδες συνεπάγεται και κινδύνους που εάν οι τράπεζες δεν διαχειριστούν σωστά θα μεταφραστούν σε κόστος. Έτσι, βάση της πιστοδοτικής πολιτικής των τραπεζών είναι η εξαρχής στάθμιση των κινδύνων που αναλαμβάνουν και η λήψη όλων των αναγκαίων προληπτικών μέτρων που, αν δεν εξασφαλίζουν, τουλάχιστον περιορίζουν τους κινδύνους αυτούς. Οι παράγοντες που επηρεάζουν τη χρηματοδοτική πολιτική των τραπεζών συγκεκριμενοποιούνται και περιγράφονται σε ορισμένες βασικές αρχές, που εξασφαλίζουν την ομαλή λειτουργία τους και τα καλύτερα αποτελέσματα, και πρέπει να τηρούνται απαρέγκλιτα από αυτές. Αυτές οι αρχές περιγράφονται αναλυτικά στην ενότητα 2.6 και επιγραμματικά είναι οι ακόλουθες: αρχή της ρευστότητας, αρχή της ασφάλειας, αρχή της κατανομής κινδύνων, αρχή της ενημερότητας και αρχή της αποδοτικότητας.

Οι ευνοϊκές συνθήκες που δημιουργήθηκαν στον τραπεζικό τομέα και γενικότερα την ελληνική οικονομία βοήθησαν το ελληνικό χρηματοπιστωτικό σύστημα να αποκτήσει υψηλό βαθμό σταθερότητας και κεφαλαιακή επάρκεια που διατηρήθηκαν σε ικανοποιητικό βαθμό ακόμα και κατά το 2007 οπότε και άρχισε να εκδηλώνεται η διεθνής χρηματοπιστωτική αναταραχή. Παρά λοιπόν τις εξαιρετικά δυσμενείς διεθνείς εξελίξεις η αποδοτικότητα και η κερδοφορία των ελληνικών τραπεζών διατηρήθηκε σε ικανοποιητικό επίπεδο. Συγκεκριμένα ο δείκτης αποδοτικότητας ενεργητικού διαμορφώθηκε σε 1% το 2007 από 0,8% το 2006 ενώ τα κέρδη μετά από φόρους αυξήθηκαν κατά 46,1%. Κύριος προσδιοριστικός παράγοντας αυτής της κερδοφορίας είναι ο υψηλός ρυθμός πιστωτικής επέκτασης. Παρά όμως τη συνέχιση της αύξησης της πιστωτικής επέκτασης εγείρει ανησυχία για τραπεζικούς κινδύνους, ο λόγος των δανείων σε καθυστέρηση προς το σύνολο των δανείων μειώθηκε σε 4,5% στο τέλος του 2007, από 5,4% στο τέλος του 2006), παραμένοντας ωστόσο σημαντικά υψηλότερος από το μέσο όρο της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Γι' αυτό το λόγο θεωρείται αναγκαία η περαιτέρω μείωση του λόγου των δανείων σε καθυστέρηση

προς το σύνολο των δανείων και πέραν των στόχων που είχε θέσει η Τράπεζα της Ελλάδος πριν από την αναταραχή (3,5% για το τέλος του 2008).

Παρά όμως τη συνεχή ανάπτυξη του ελληνικού τραπεζικού τομέα υπάρχει σημαντική διαφορά με τον μέσο όρο της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ο συνολικός δανεισμός ως ποσοστό του ΑΕΠ υπολείπεται το 2006 κατά 45% από το μέσο όρο της ευρωζώνης ενώ το μέγεθος του δικτύου των τραπεζικών υποκαταστημάτων χρειάζεται περαιτέρω ανάπτυξη αφού αντιστοιχούν μόνο 3,3 υποκαταστήματα ανά 10.000 κατοίκους σε σχέση με τον μέσο όρο της ευρωζώνης, που είναι 5,7 υποκαταστήματα ανά 10.000 κατοίκους. Πέραν των υποκαταστημάτων και τα εναλλακτικά κανάλια διανομής τραπεζικών υπηρεσιών όπως το e-banking πρέπει να διεισδύσουν περισσότερο αφού προς το παρόν δεν είναι ιδιαίτερα δημοφιλή, αν και το γεγονός αυτό μπορεί να οφείλεται και στην κουλτούρα του Έλληνα καταναλωτή που φαίνεται να προτιμά την προσωπική επαφή.

Τα παραπάνω στατιστικά φανερώσουν ότι η δυναμική του ελληνικού τραπεζικού τομέα δεν έχει ακόμα εξαντληθεί αν και τα περιθώρια κέρδους προβλέπεται να συμπιεστούν από ανταγωνιστικές πιέσεις με την είσοδο νέων χρηματοπιστωτικών οργανισμών στην ελληνική αγορά. Για το λόγο αυτό, πολλές από τις ελληνικές τράπεζες επενδύουν σημαντικό μέρος των κεφαλαίων τους στην δημιουργία υποκαταστημάτων και θυγατρικών επιχειρήσεων και στην εξαγορά ξένων χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων σε χώρες όπου προβλέπεται σημαντική βελτίωση των μακροοικονομικών συνθηκών και υψηλοί ρυθμοί πιστωτικής ανάπτυξης. Οι τράπεζες που επέκτειναν τις δραστηριότητές τους εκτός των ελληνικών συνόρων παρουσιάζουν ήδη μεγαλύτερη αποδοτικότητα από αυτές που δραστηριοποιούνται αποκλειστικά εντός της ελληνικής αγοράς.

Η αύξηση της πιστωτική επέκτασης των τραπεζών οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στην εντυπωσιακή ανάπτυξη της καταναλωτικής πίστης που απελευθερώθηκε από το 1994. Οι καταναλωτές πλέον καταφεύγουν στον καταναλωτικό δανεισμό όχι μόνο για την αντιμετώπιση οικονομικών δυσχερειών αλλά και για την προκαταβολική ικανοποίηση των αναγκών τους. Για τις τράπεζες η καταναλωτική πίστη αποτελεί μια ιδιαίτερα συμφέρουσα αγορά, αφενός γιατί τα επιτόκια αυτών των δανείων είναι σχετικά υψηλά αφετέρου γιατί οι χρηματοδοτήσεις αυτής της μορφής θεωρούνται πιο ασφαλείς, επειδή παρουσιάζουν μικρό συνήθως ύψος δανείων και ταυτόχρονα ευρεία κατανομή κινδύνων. Πρέπει να τονιστεί όμως η καταναλωτική πίστη εγκυμονεί και μεγάλους πιστωτικούς κινδύνους αφού η δαπάνη για την άμεση ικανοποίηση της ανάγκης προηγείται της αποταμίευσης για τη συγκέντρωση του απαραίτητου κεφαλαίου, και βασίζεται στην πίστη του πελάτη για αύξηση του μελλοντικού του εισοδήματος. Πάντως η καταναλωτική πίστη επιτελεί ουσιώδη οικονομική λειτουργία, αφού ανακατανέμει διαχρονικά τα εισοδηματικά διαθέσιμα των νοικοκυριών, επιτρέποντας έτσι τη βέλτιστη χρησιμοποίησή τους.

Η δημοφιλέστερη μορφή καταναλωτικής πίστης είναι η πιστωτική κάρτα, κυρίως λόγω της απλότητας της χρήσης της και του γεγονότος ότι απαλλάσσει τον καταναλωτή από τους κινδύνους μεταφοράς μετρητών και της ευρείας υποστήριξης από τα καταστήματα λιανικού εμπορίου και τις επιχειρήσεις. Παρόλα αυτά η ευχρηστία των καρτών, τις καθιστά επικίνδυνες για χρέωση του καταναλωτή πέρα από τις δυνατότητες του. Με την έκρηξη της καταναλωτικής πίστης οι τράπεζες αναγνώρισαν παράλληλα την ανάγκη για παρακολούθηση της οικονομικής συμπεριφοράς, αφού τέτοιες πληροφορίες βοηθούν στη μείωση των επισφαλειών, προς όφελος του τραπεζικού συστήματος αλλά και των ίδιων των συναλλασσομένων. Για το σκοπό αυτό, το σύνολο, σχεδόν, των ελληνικών τραπεζών ίδρυσε την εταιρεία "Τειρεσίας Α.Ε.", στην οποία και ανετέθη η ανάπτυξη και διαχείριση ενός αξιόπιστου αρχείου δεδομένων Οικονομικής Συμπεριφοράς.

Η άνθηση της καταναλωτικής πίστης στην Ελλάδα φαίνεται ξεκάθαρα από τον ετήσιο ρυθμό αύξησης των καταναλωτικών δανείων που παραμένει μεγαλύτερος από 20% για περισσότερο από μία δεκαετία και σημαντικά μεγαλύτερος από το μέσο όρο της ευρωζώνης. Για το 2007 ο ρυθμός αύξησης των καταναλωτικών δανείων ανήλθε σε 22,6% τη στιγμή που το ποσοστό της ευρωζώνης ήταν μόλις 5,3%. Ως ποσοστό του ΑΕΠ η καταναλωτική πίστη το 2007 ανήλθε σε 15,6% αγγίζοντας τον μέσο όρο της ευρωζώνης, ενώ από αυτή την ανάπτυξη διαγράφεται ότι το 2009 η καταναλωτική πίστη ως ποσοστό του ΑΕΠ θα είναι μεγαλύτερη για την Ελλάδα από το μέσο όρο της ευρωζώνης.

Οι παράγοντες στους οποίους οφείλεται αυτή η ανάπτυξη είναι πολύπλευροι. Εκτός από την απελευθέρωση του χρηματοπιστωτικού συστήματος που ολοκληρώθηκε τον Ιούνιο του 2003 και αύξησε ιδιαίτερα τον ανταγωνισμό, η συνεχής μείωση των επιτοκίων και οι ευμενείς μακροοικονομικές συνθήκες στην Ελλάδα είναι δύο πολύ σημαντικοί παράγοντες. Αξίζει να σημειωθεί ότι από το 1995 η αύξηση του ΑΕΠ και του διαθέσιμου κατά κεφαλήν εισοδήματος είναι σταθερά πάνω από το μέσο όρο της ευρωζώνης. Σχετικά με την εξέλιξη της δημοφιλέστερης μορφής καταναλωτικής πίστης, τις πιστωτικές κάρτες, ο συνολικός αριθμός των πιστωτικών καρτών στην Ελλάδα έχει παραμείνει σχετικά σταθερός κατά τα τελευταία 2 έτη και φτάνει κατά προσέγγιση τα 5,8 εκατομμύρια. Πρόσφατα παρατηρήθηκε μια στροφή προς τα προσωπικά δάνεια τα οποία έχουν χαμηλότερα επιτόκια, αντικαθιστώντας εν μέρη το δανεισμό από πιστωτικές κάρτες.

Αναφορικά με το βαθμό χρέωσης των νοικοκυριών, στο σύνολο των ελληνικών νοικοκυριών το 2007, το 48,6% έχει δανειστεί σύμφωνα με έρευνα της Τράπεζας της Ελλάδας (σε σχέση με 51,6% το 2002) ενώ για το 78% αυτών (75% το 2002) το κόστος των δανείων ανέρχεται σε 33% του εισοδήματός τους. Φαίνεται λοιπόν ότι παρά την αύξηση της εισχώρησης στην αγορά της καταναλωτικής

πίστης, ο βαθμός δυσκολίας της αποπληρωμής δεν είναι μεγάλος, αν και για το 1,6% των νοικοκυριών με δάνειο (4% το 2002) οι μηνιαίες δόσεις υπερβαίνουν το εισόδημά τους. Σημαντικό ρόλο σε αυτό διαδραματίζει το ότι το 83,5% των νοικοκυριών με δάνειο κατατάσσεται στα δύο υψηλότερα περιουσιακά κλιμάκια (100.001-200.000€ και 200.001€+). Σύμφωνα πάντως με έκθεση του χρηματοπιστωτικού ιδρύματος Cofidis η μέση ετήσια αύξηση του κατά κεφαλήν χρέους καταναλωτικής πίστης για την περίοδο 2001 – 2006 ανήλθε σε 26,2%. Εξαιτίας αυτού του γεγονότος, οι τράπεζες είναι πλέον ιδιαίτερα αυστηρές στην έγκριση καταναλωτικών δανείων. Για παράδειγμα, τον Ιούνιο του 2007, 4,6 στις 10 αιτήσεις χορήγησης πιστωτικής κάρτας και 4,4 στις 10 αιτήσεις χορήγησης καταναλωτικών δανείων χωρίς εγγύηση απορρίπτονταν από τις τράπεζες.

Όπως και στην Ελλάδα έτσι και στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ο τραπεζικός τομέας γνωρίζει σταθερή ανάπτυξη και κερδοφορία από τις αρχές της δεκαετίας του 1990. Η σταθερή οικονομική ανάπτυξη των χωρών αυτών αποτελεί τον κυριότερο λόγο ανάπτυξης αλλά καθοριστική είναι και η επιρροή παραγόντων που σχετίζονται άμεσα με τον τραπεζικό τομέα. Το νέο κανονιστικό περιβάλλον που δημιουργεί η ενοποιημένη ευρωπαϊκή αγορά για τις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες αυξάνει τον ανταγωνισμό, μειώνει το κόστος των διασυνοριακών χρηματοοικονομικών συναλλαγών και προσφέρει μεγαλύτερη ποικιλία υπηρεσιών και προϊόντων στους πελάτες. Βέβαια η αγορά της λιανικής τραπεζικής είναι ακόμα σε μεγάλο βαθμό κατακερματισμένη αλλά νέα νομοθεσία που προωθεί η Ευρωπαϊκή Ένωση (όπως η Οδηγία για την Καταναλωτική Πίστη – Consumer Credit Directive) στοχεύει στη βελτίωση της διασυνοριακής παροχής καταναλωτικών δανείων. Πίεση προς αυτή την κατεύθυνση ασκούν και οι καταναλωτές αφού περίπου το 25% των πολιτών της ΕΕ-25 σύμφωνα με έρευνα που έγινε από την Επιτροπή της Ευρωπαϊκής ένωσης, δήλωσαν ότι θα τους ενδιέφερε να χρησιμοποιήσουν υπηρεσίες – όπως απόκτηση πιστωτικής κάρτας – από ένα άλλο κράτος μέλος.

Μία ακόμα σημαντική παράμετρος των αλλαγών στον ευρωπαϊκό τραπεζικό τομέα είναι οι τεχνολογικές εξελίξεις. Οι καινοτομίες στις τηλεπικοινωνίες και στην ηλεκτρονική επεξεργασία δεδομένων (π.χ. e-banking, phone banking) έχουν διευκολύνει σημαντικά την ροή των πληροφοριών μεταξύ των τραπεζών και των πελατών τους, ενώ παράλληλα μειώνουν το κόστος των συναλλαγών. Μία βασική τάση που επικράτησε και επικρατεί είναι η τάση των συγχωνεύσεων και εξαγορών, λόγω των σημαντικών πλεονεκτημάτων που συνοψίζονται σε αυξημένη σταθερότητα, εκμετάλλευση οικονομιών κλίμακας, ικανοποίηση συναλλαγών μεγάλης κλίμακας, βελτίωση της δημόσιας εικόνας και επέκταση σε νέες αγορές. Αυτή η τάση οδήγησε σε μείωση του αριθμού των τραπεζών αλλά και επίσης σε αύξηση του μεγέθους τους και του συνόλου του ενεργητικού τους. Η διεθνοποίηση αποτελεί τη δεύτερη μεγαλύτερη τάση της ευρωπαϊκής χρηματοπιστωτικής αγοράς. Οι παραδοσιακές αγορές της Δυτικής Ευρώπης παρουσιάζουν πλέον χαμηλά ποσοστά ανάπτυξης λόγω της ωριμότητάς τους οπότε οι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί των χωρών αυτών επιθυμούν να εκμεταλλευτούν την δυναμική που παρουσιάζουν αγορές της Ανατολικής Ευρώπης, των ΗΠΑ και άλλων αναδυόμενων αγορών (π.χ. ασιατικών χωρών).

Η καταναλωτική πίστη αποτελεί έναν από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους τομείς και της ευρωπαϊκής χρηματοοικονομικής αγοράς. Παρόλα αυτά τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μια καθοδική τάση σε αρκετές από τις ώριμες αγορές της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η εικόνα αυτή συνδέεται άμεσα με το ότι η υποκείμενη ατομική κατανάλωση παρουσιάζει επίσης καθοδική τάση. Όταν οι καταναλωτές είναι απρόθυμοι να ξοδέψουν είναι εύλογο να μην υπάρχουν σημαντικές αυξήσεις και στην ζήτηση για προϊόντα καταναλωτικής πίστης. Βέβαια είναι δύσκολο να εντοπιστούν με ακρίβεια οι λόγοι της μείωσης της κατανάλωσης στον ευρωπαϊκό χώρο. Φαίνεται πάντως ότι η επικρατούσα τάση της προσωρινής εργασίας, οι αλλαγές στην παροχή των συντάξεων και διάφορες άλλες κοινωνικές ασφαλιστικές μεταρρυθμίσεις, δημιουργούν ανησυχία για τυχόν αστάθεια στο

μηνιαίο οικογενειακό εισόδημά των καταναλωτών. Επίσης η αύξηση των επιτοκίων σε όλο το μήκος της ευρωζώνης πιθανότατα περιόρισε τη ζήτηση για καταναλωτικά δάνεια σε ορισμένες χώρες. Σε αντίθεση πάντως με την προσοχή των καταναλωτών να μην εκτεθούν σε επισφαλή χρέη έρχεται η σταθερά αυξανόμενη χρήση των πιστωτικών καρτών. Σίγουρα η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου και η αύξηση των διεθνών ταξιδιών συμβάλουν σε αυτή την τάση. Επιπλέον οι αναπτυσσόμενες αγορές της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης που παρουσιάζουν αύξηση στην χρήση των πιστωτικών καρτών συμβάλουν σε αυτή την τάση.

Όπως προαναφέρθη, στην αλματώδη ανάπτυξη που σημείωσε η καταναλωτική πίστη τα τελευταία χρόνια, καταλυτικό ρόλο έπαιξε και η ταυτόχρονη εξέλιξη των νέων τεχνολογιών και νέων μεθόδων προώθησης των καταναλωτικών χρηματοδοτικών προϊόντων όπως χαρακτηριστικά η εφαρμογή του τραπεζικού μάρκετινγκ στον τομέα της λιανικής τραπεζικής. Τα σύγχρονα αυτά εργαλεία συνέβαλλαν στην δημιουργία νέων καταναλωτικών προϊόντων χρηματοδότησης και τρόπων προσέγγισης των πελατών. Η αποτελεσματική χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής και του τραπεζικού μάρκετινγκ προβλέπεται να είναι κρίσιμης σημασίας για την μελλοντική πορεία της καταναλωτικής πίστης: Οι περισσότερες καθιερωμένες εθνικές αγορές καταναλωτικής πίστης των κρατών της Ευρωπαϊκής Ένωσης έχουν αγγίξει ή βρίσκονται ήδη στη φάση της ωρίμανσης. Η εκμετάλλευση και σωστή προσέγγιση των δυο αυτών εργαλείων στον τραπεζικό τομέα, δύναται να ενισχύσει την ανταγωνιστικότητα των ώριμων ευρωπαϊκών αγορών και να προσδώσει στις ευρωπαϊκές τράπεζες που είναι καινοτόμες στους τομείς αυτούς ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, συμβάλλοντας κατά συνέπεια στην περαιτέρω ανάπτυξη της καταναλωτικής πίστης στο μέλλον.

Ολοκληρώνοντας, ένα πολύ ενδιαφέρον αντικείμενο μελλοντικής μελέτης είναι το πώς θα επηρεαστεί η καταναλωτική πίστη από τη διεθνή χρηματοπιστωτική κρίση που κορυφώθηκε το καλοκαίρι του 2008 και έπληξε κυρίως την οικονομία των

ΗΠΑ αλλά επεκτάθηκε σε ολόκληρο τον κόσμο. Τη στιγμή της συγγραφής της παρούσας εργασίας τα δεδομένα ήταν πολύ περιορισμένα και οι αναλυτές θεωρούν ότι οι επιπτώσεις θα είναι περισσότερο εμφανείς μεσοπρόθεσμα και όχι άμεσα. Γεγονός όμως είναι ότι από τα μέχρι τώρα στοιχεία φαίνεται να μην έχει επηρεαστεί ιδιαίτερα ο βαθμός ανάπτυξης της καταναλωτικής πίστης στην Ελλάδα αν και παρουσιάζεται μια μικρή πτώση της ανάπτυξης της από το 2006, που χρονικά συμπίπτει με την έναρξη της κρίσης. Ένα δεύτερο κρίσιμο ερώτημα είναι το εάν η ελληνική χρηματοπιστωτική αγορά τείνει να φτάσει σε ένα επίπεδο ωριμότητας παρόμοιο με αυτό τον ήδη αναπτυγμένων ευρωπαϊκών χωρών. Η σύγκριση των δεδομένων της ελληνικής αγοράς με αυτή της Δυτικής Ευρώπης δείχνει ότι υπάρχει ακόμα μεγάλο περιθώριο ανάπτυξης ειδικά της λιανικής τραπεζικής.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- § Αδράκτας Γ., Αναγνωστόπουλος Δ., «Μέθοδοι Αξιολόγησης Συμπεριφοράς Πελατών Καταναλωτικής Πίστης», Δελτίο Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών, Α' τρίμηνο 2004
- § Αναγνωστάκης Γ., Κοκκομέλης Κ., Στρατηγική Τραπεζών, Ειδικές Μορφές Πίστης, Γενική Επιμέλεια Εκδόσεων Ομάδα Εκτέλεσης Έργου ΕΑΠ, Πάτρα, 2000
- § Γεωργιάδης Α. Σ., Η εξασφάλιση των πιστώσεων, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα, 2001
- § Δελάκη Β., διπλωματική εργασία με θέμα «Μια σύγχρονη προσέγγιση περί καταναλωτικών χορηγήσεων», Πειραιάς, 2005
- § Δρακάτος Κ. Γ., «Καταναλωτική Πίστη», περιοδικό Επιλογή -Οι Μηχανισμοί του Χρήματος- , τεύχος 331, Μάρτιος 1996
- § Ζαβαλιάρη Ι. Π., πτυχιακή εργασία με θέμα «Το τραπεζικό μάρκετινγκ και οι σύγχρονες διαφοροποιήσεις στην εφαρμογή του, λόγω παρουσίας διεθνών τραπεζικών ομίλων», Καστοριά, 2005
- § Κλαβανίδου Δ.Ι., Καταναλωτικά Δάνεια, Εκδόσεις Σάκκουλα, Θεσσαλονίκη, 1997

- § Κοκκομέλης Κ., Τραπεζικές Υπηρεσίες προς καταναλωτές (Retail Banking), Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα, 1995
- § Λιδωρίκης Α., «Το point system των τραπεζών για την αξιολόγηση των δανειοληπτών», άρθρο δημοσιευμένο στην εφημερίδα «Η Καθημερινή» στις 8 Νοεμβρίου 2008
- § Μπανάκα Γ., διπλωματική εργασία με θέμα «Το ελληνικό τραπεζικό σύστημα», Πειραιάς, 2005
- § Παπαϊωάννου Γ., «Η αναθεώρηση του διεθνούς πλαισίου λειτουργίας των τραπεζών επιβάλλει την ανάπτυξη συστημάτων ελέγχου υψηλής ποιότητας», άρθρο δημοσιευμένο στην εφημερίδα «Το Βήμα» στις 2 Ιουνίου 2002
- § Πετράκης Π. Ε., Χρηματοοικονομική Διοίκηση και Τραπεζική Οικονομική, τόμος Β', Εκδόσεις Πετράκης, Αθήνα, 2002
- § Σινανιώτη – Μαρούδη Α., Φαρσαρώτας Ι., Ηλεκτρονική τραπεζική, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα, 2005
- § Στάρρας Γ., διπλωματική εργασία με θέμα «Πολιτική τραπεζικών χορηγήσεων (χρηματοδοτήσεων)», Κρήτη, 2007
- § Τζώρτζη Ε., «Εντείνεται ο ανταγωνισμός στην καταναλωτική πίστη, οι τράπεζες άφησαν ανέπαφα τα επιτόκια για μεταφορές υπολοίπων τόσο των καταναλωτικών δανείων, όσο και των πιστωτικών καρτών» άρθρο δημοσιευμένο στην εφημερίδα «Η Καθημερινή» στις 9 Απριλίου 2006
- § Χολέβας Ι. Κ., Τραπεζικές εργασίες, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, 1995

- § Έκθεση του Διοικητή για το έτος 2007, Τράπεζα της Ελλάδος, Αθήνα, Απρίλιος 2008
- § «Εξελίξεις και προοπτικές του τραπεζικού τομέα», Ομιλία του Διοικητή της Τράπεζας της Ελλάδος στα πλαίσια του Greek, Bulgarian and Romanian business and investment summit, 28 Ιουνίου 2006
- § Ετήσια Έκθεση 2007, Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα, 2008
- § «Η συμβολή του τραπεζικού συστήματος στην ελληνική οικονομία», Ελληνική Ένωση Τραπεζών, Ιούλιος 2008
- § «Λήψη μέτρων διαχείρισης πιστωτικού κινδύνου», Τράπεζα της Ελλάδος, Δελτίο Τύπου, 4 Απριλίου 2007
- § «Ο ενιαίος χώρος πληρωμών σε ευρώ (SEPA)», Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα, 2006
- § «Συστήματα αξιολόγησης της πιστοληπτικής ικανότητας (Credit Scoring)», Οικονομική Ενημέρωση, Τεύχος 7, Ιούλιος-Σεπτέμβριος 2007
- § «Τρέχουσες εξελίξεις και προοπτικές της ελληνικής οικονομίας», Υπουργείο Οικονομίας και Οικονομικών, τεύχος 41, Ιούλιος 2007
- § «E-Banking», ειδική έκδοση της Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, 2000
- § Fin Focus, Ενημερωτικό Δελτίο για τις χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες, Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Ιούνιος 2008

ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- § Al-Sharkas, Adel A., Kabir M. Hassan and Shari Lawrence, "The Impact of Mergers and Acquisitions on the Efficiency of the US Banking Industry: Further Evidence", *Journal of Business Finance & Accounting*, 35, 2008
- § Altunba Y., Gardener E. P. M., Molyneux P, Moore B., "Efficiency in European banking", *European Economic Review*, volume 45, issue 10, December 2001
- § Athanassiou E., "Prospects of Household Borrowing in Greece and their Importance for Growth", *Centre of Planning and Economic Research*, Paper No 84, Athens, January 2006
- § Aydin B., "Banking Structure and Credit Growth in Central and Eastern European Countries", *IMF Working Paper*, International Monetary Fund, September 2008
- § Bartle J, Boffey R., Sathye M., Vincent M., *Credit analysis and lending management*, Wiley, Australia, 2003
- § Behrens A., Núñez Ferrer J., Egenhofer C., "Financial Impacts of Climate Change: Implications for the EU Budget", *Centre for European Policy Studies*, Working Document No. 300, August 2008
- § Benton E. Gup, "The Future of Banking", *Greenwood Publishing Group*, 2002
- § Buse S., Tiwari R., *The Mobile Commerce Prospects: A Strategic Analysis of Opportunities in the Banking Sector*, Hamburg University Press, 2006

- § Egenhofer C., "Climate Change Policy after the Financial Crisis: The latest excuse for a new round of state aid", Centre for European Policy Studies, 30 October 2008
- § Dimitris Georgopoulos, "Sustaining Growth in the Greek Retail Banking Sector", Banking on Greece, 2008
- § Hopper M.A., Lewis E.M., "Behaviour Scoring and Adaptive Control Systems, In Credit scoring and Credit Control" ed by L.C.Thomas, J.N.Crook, D.B.Edelman, Oxford University Press, 1992
- § Kleimeier S., Sander H., "Consumer credit rates in the eurozone: Evidence on the emergence of a single retail banking market", European Credit Research Institute, research report No. 2, January 2002
- § Kosmidou K., Pasiouras F., Tsaklanganos A., "Domestic and multinational determinants of foreign bank profits: The case of Greek banks operating abroad", Journal of Multinational Financial Management, N. 17, 2007
- § Mamatzakis, P. C. Remoundos, "Determinants of greek commercial banks profitability, 1989-2000", SPOUDAI, Vol. 53, No 1, 2003
- § Maude D., Global private banking and wealth management, The new realities, Wiley Finance, 2006
- § McAleese Dermot, Economics for Business – Competition, Macro-stability and Globalization, Financial Times Prentice Hall, second edition 2001
- § Meidan A., Bank Marketing Management, Macmillan, London, 1984

- § Pasiouras F., "Estimating the technical and scale efficiency of Greek commercial banks: the impact of credit risk, off balance sheet activities, and international operations", Working Paper Series, University of Bath, School of Management, Bath, 2006
- § Pilbeam K., Finance and financial markets, Palgrave MacMillan, second edition 2005
- § Rezitis A. N., "Productivity growth in the Greek banking industry: a non parametric approach", Journal of Applied Economics, Vol IX, May 2006
- § Thomas L. C., Ho J., Scherer W. T., "Time will tell: behavioural scoring and the dynamics of consumer credit assessment", IMA Journal of Management Mathematics, 2001
- § Annual Eurostat information society survey
- § "Consumer Credit in Europe: riding the wave", European Credit Research Institute, Mercer Oliver Wyman, Brussels, November 2005
- § "European banking consolidation", PricewaterhouseCoopers, April 2006
- § "European Banking structures", European Central Bank, 2007
- § "European Banks: The silent (r)evolution", Deutsche Bank Research, Deutsche Bank, April 2008
- § "European Consumer Credit in 2005", Cofidis, No 24, December 2006

- § European Journal of Economics, Finance And Administrative Sciences, Issue 10, March, 2008
- § Foltete, Anne, Arja Kärkkäinen, "EU-15 Foreign Direct Investment in the new Member States continues to increase", Eurostat Statistics in focus 106/2007, 2007
- § "Global Perspectives on challenges and opportunities", Banking and Capital Markets Journal, Pricewaterhousecoopers, September 2007
- § "Highlights of the Greek Banking Sector", Deloitte, December 2007
- § "Measuring the financial position of the household sector" (Proceedings of the IFC Conference, Basel, 30-31 August 2006), IFC Bulletin No 26, Volume 2, July 2007
- § "Micro-Payment Systems and their application to mobile networks", International Finance Corporation, 2006
- § "Investment Company Fact Book, A Review of Trends and Activity in the Investment Company Industry", Investment Company Institute, 2007
- § "Potential of Internet banking remains unfulfilled", Datamonitor, 5 April 2007
- § "Precious Plastic 2008, Consumer credit in the UK", Pricewaterhousecoopers, 2007
- § "Preparing and monitoring of the impact of the single euro payment area on consumers", CPEC, Brussels, August 2008

- § "Public opinion in Europe on Financial Services", Special Eurobarometer 230, European Commission, 2005
- § "Quantification of the Macro-Economic Impact of Intergration of EU Financial Markets", London Economics, 2002
- § "The Eurosystem's view of a SEPA for cards", European Central Bank, 2006
- § "The Greek Banking System in 2006: Comparative Performance", Greek Banking Review, Eurobank Research, Eurobank EFG, November 2006
- § "World Payments (report)", Capgemini, EFMA, ABN Amro, 2007
- § World Population Prospects, United Nations