

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ



ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
«ΝΕΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΡΑΠΕΖΟΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ
(ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΠΕΔΙΑ ΔΡΑΣΗΣ ΤΡΑΠΕΖΩΝ)»

ΒΑΣΙΛΕΙΑΔΟΥ ΣΟΦΙΑ

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ
ΕΙΡΗΝΗ ΦΑΦΑΛΙΟΥ
ΑΝΑΠΛΗΡΩΤΡΙΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ

ΠΕΙΡΑΙΑΣ, 2014

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η παρούσα διπλωματική εργασία εκπονήθηκε από τη φοιτήτρια Βασιλειάδου Σοφία του Τμήματος Οικονομικής Επιστήμης, για το Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στην Οικονομική & Επιχειρησιακή Στρατηγική, του Πανεπιστημίου Πειραιώς, κατά το ακαδημαϊκό έτος 2013-2014, υπό την επίβλεψη της Αναπληρώτριας Καθηγήτριας του τμήματος κας Ειρήνης Φαφαλιού.

Στην κυρία Φαφαλιού Ειρήνη, οφείλω τις θερμές μου ευχαριστίες για την καθοδήγηση και την υποστήριξη της καθ' όλη τη διάρκεια διεκπεραίωσης της παρούσης διπλωματικής.

Ιδιαίτερες ευχαριστίες θα ήθελα να απευθύνω σε σημαντικούς φίλους και συνεργάτες για το χρόνο που μου διέθεσαν αλλά και τη βιβλιογραφία που μου παρείχαν, η οποία με βοήθησε σημαντικά στο να ολοκληρώσω την εργασία αυτή.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένεια μου για την ανυπολόγιστη ηθική υποστήριξη, τη συμπαράσταση και την κατανόηση που έδειξε όλον αυτόν τον καιρό.

Βασιλειάδου Σοφία

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	1
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	2
ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΠΙΝΑΚΩΝ-ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ-ΣΧΗΜΑΤΩΝ.....	5
ΠΙΝΑΚΕΣ	5
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ	6
ΣΧΗΜΑΤΑ	7
ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	8
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	9
ABSTRACT	Error! Bookmark not defined.
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	13
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ^ο	15
1. ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΑ ΤΡΑΠΕΖΟΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ	15
1.1. ΟΡΙΣΜΟΙ	15
1.2. ΧΡΗΣΗ ΤΡΑΠΕΖΟΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	17
1.3. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΟΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ.....	19
1.4. ΔΙΑΦΟΡΑ ΜΟΝΤΕΛΑ ΤΡΑΠΕΖΟΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	20
1.5. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΜΟΝΤΕΛΑ ΑΝΑ ΤΟΝ ΚΟΣΜΟ	21
1.5.1. Ολοκληρωμένα επιχειρηματικά μοντέλα	22
1.5.2. Τα μη ολοκληρωμένα επιχειρηματικά μοντέλα	23
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ^ο	24
2. ΕΙΔΗ ΤΡΑΠΕΖΟΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	24
2.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	24
2.2. ΣΥΣΤΗΜΑ ΤΡΑΠΕΖΟΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΩΝ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (BANCASSURANCE).....	25
2.3. ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΑΝΤΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΩΝ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (REINSURANCE MANAGEMENT).....	27
2.4. ΤΡΑΠΕΖΟΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ	28
2.4.1. Προγράμματα Αύξησης Κεφαλαίων	28
2.4.2. Συνταξιοδοτικά Προγράμματα.....	29
2.4.3. Ασφάλεια αυτοκινήτου.....	30
2.4.4. Προγράμματα Ιατρικής Κάλυψης	30
2.4.5. Ασφάλιση Πιστωτικών Καρτών.....	30
2.4.6. Πρόγραμμα προστασίας αποπληρωμής καταναλωτικών δανείων	31
2.4.7. Πρόγραμμα προστασίας αποπληρωμής στεγαστικών δανείων	31

2.4.8.	Προγράμματα Ασφάλισης Κατοικίας.....	32
2.4.9.	Προγράμματα ασφάλισης ανεγειρόμενης κατοικίας.....	32
	ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ^ο	33
3.	ΟΙ ΤΡΑΠΕΖΟΑΣΦΑΛΕΙΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ	33
3.1.	ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	33
3.2.	ΟΦΕΛΗ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ.....	35
3.3.	ΕΝΝΟΜΕΣ ΡΥΘΜΙΣΕΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΤΡΑΠΕΖΟΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ 36	
3.4.	ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΟΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ.....	37
3.5.	ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ BANCASSURANCE ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	38
3.6.	ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ	44
3.6.1.	Καταναλωτική συμπεριφορά.....	45
3.6.2.	Καταναλωτής και αγορά τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων.....	46
	ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ^ο	47
4.	BANCASSURANCE: ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ.....	47
4.1.	ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	47
4.2.	BANCASSURANCE ΚΑΙ Η ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ.....	48
4.3.	BANCASSURANCE ΚΑΙ ΚΑΝΑΛΙΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ	50
4.4.	Η ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΟΑΣΦΑΛΕΙΩΝ.....	53
4.4.1.	Στάδιο της ιδιωτικής ασφάλειας ζωής.....	56
4.4.2.	Στάδιο συνταξιοδοτικών προγραμμάτων	56
4.4.3.	Στάδιο αγοράς ιδιωτικής ασφάλισης.....	57
4.5.	ΠΑΡΑΠΟΝΑ ΓΙΑ ΤΟ BANCASSURANCE ΑΠΟ ΠΕΛΑΤΕΣ ΤΡΑΠΕΖΩΝ	57
4.5.1.	Συνήθη παράπονα.....	58
	ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ^ο	62
5.	ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	62
5.1.	ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΥ ΣΚΟΠΟΥ	62
5.2.	ΜΕΘΟΔΟΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	64
5.3.	ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ	64
5.4.	ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	65
	ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 ^ο	66
6.	ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ/ ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ	66
6.1.	ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	66
6.2.	ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ-ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ	66
6.2.1.	Φύλο	66
6.2.2.	Ηλικία.....	68

6.2.3.	Οικογενειακή κατάσταση	70
6.2.4.	Εκπαίδευση.....	72
6.2.5.	Οικονομική κατάσταση	73
6.3.	ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΒΑΘΜΟΥ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΕΩΣ ΔΙΑΦΟΡΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΟΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	75
6.3.1.	Αύξηση Κεφαλαίων.....	75
6.3.2.	Συνταξιοδοτικά.....	76
6.3.3.	Ασφάλισης οχήματος/σκάφους	78
6.3.4.	Ιατρικής κάλυψης	79
6.3.5.	Ασφάλισης πιστωτικής κάρτας.....	80
6.3.6.	Προστασίας αποπληρωμής καταναλωτικών δανείων.....	81
6.3.7.	Προστασίας αποπληρωμής στεγαστικών δανείων	82
6.3.8.	Ασφάλισεως Κατοικίας	84
6.3.9.	Ασφάλισεως ανεγειρόμενης κατοικίας.....	85
6.3.10.	Συνέχιση χρήσης υπηρεσιών τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων	87
6.3.11.	Σύσταση τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων	89
6.4.	ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΒΑΘΜΟΥ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΕΩΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΤΡΑΠΕΖΑ.....	90
6.4.1.	Ταχύτητα στην εξυπηρέτηση.....	90
6.4.2.	Επαγγελματική συμπεριφορά και ευγένεια	91
6.4.3.	Ακριβής και σωστή ενημέρωση	93
6.4.4.	Χρόνος αναμονής μέχρι να εξυπηρετηθείτε	94
6.4.5.	Εμφάνιση Τράπεζας	96
6.4.6.	Ενημέρωση (ενημερωτικά έντυπα, ιστοσελίδα) για τα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα	97
6.4.7.	Συνολική εξυπηρέτηση για τα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα	98
	ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	99
	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	105
	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ.....	107

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΠΙΝΑΚΩΝ-ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ-ΣΧΗΜΑΤΩΝ

ΠΙΝΑΚΕΣ

Πίνακας 3.1: Μερίδιο αγοράς του bancassurance στον κλάδο ζωής.....	34
Πίνακας 3.2: Σύγκριση αύξησης χαρτοφυλακίου Παραδοσιακών προϊόντων ζωής και αντίστοιχων προϊόντων του bancassurance τα τελευταία 5 χρόνια.	40
Πίνακας 3.3: Οι ασφάλειες ως ποσοστό του ΑΕΠ σε μερικές ευρωπαϊκές χώρες.	42
Πίνακας 3.4: Πωλήσεις προερχόμενες αποκλειστικά από το bancassurance (επί συνόλου Ασφαλειών Ζωής).	44
Πίνακας 6.1: Κοινωνικό-δημογραφικά χαρακτηριστικά ερωτώμενων (Φύλο).....	66
Πίνακας 6.2: Σχέση φύλου με τραπεζοασφαλιστικές υπηρεσίες.	67
Πίνακας 6.3: Κοινωνικό-δημογραφικά χαρακτηριστικά ερωτώμενων (Ηλικία).	69
Πίνακας 6.4: Κοινωνικό-δημογραφικά χαρακτηριστικά ερωτώμενων (Οικογενειακή κατάσταση).	70
Πίνακας 6.5: Η σχέση της οικογενειακής κατάστασης των ερωτώμενων με τις τραπεζοασφάλειες.	71
Πίνακας 6.6: Κοινωνικό-δημογραφικά χαρακτηριστικά ερωτώμενων (Εκπαίδευση).	72
Πίνακας 6.7: Κοινωνικό-δημογραφικά χαρακτηριστικά ερωτώμενων (Οικονομική κατάσταση).	73
Πίνακας 6.8: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης προγράμματος bancassurance αύξησης κεφαλαίων.	75
Πίνακας 6.9: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης προγράμματος bancassurance Συνταξιοδοτικών.	77
Πίνακας 6.10: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης προγράμματος bancassurance Ασφάλισης οχήματος/σκάφους.	78
Πίνακας 6.11: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης προγράμματος bancassurance Ιατρικής κάλυψης.	79
Πίνακας 6.12: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης προγράμματος bancassurance Ασφάλισης πιστωτικής κάρτας.....	80
Πίνακας 6.13: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης προγράμματος bancassurance Προστασίας αποπληρωμής καταναλωτικών δανείων.	81
Πίνακας 6.14: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης προγράμματος bancassurance Προστασίας αποπληρωμής στεγαστικών δανείων.	83
Πίνακας 6.15: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης προγράμματος bancassurance Ασφάλισης Κατοικίας σε σχέση με την Οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων.	84
Πίνακας 6.16: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης προγράμματος bancassurance Ασφάλισης ανεγειρόμενης Κατοικίας σε σχέση με την Οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων.....	86
Πίνακας 6.17: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης των τραπεζοασφαλιστικών Υπηρεσιών σε σχέση με την Οικονομική κατάσταση των ερωτώμενων.	87
Πίνακας 6.18: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης των τραπεζοασφαλιστικών Υπηρεσιών σε σχέση με την Εκπαίδευση των ερωτώμενων.....	88
Πίνακας 6.19: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης προγράμματος και Διαφήμιση τραπεζοασφαλειών από τους ερωτώμενους.	89

Πίνακας 6.20: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης από την τράπεζα για την Ταχύτητα εξυπηρέτησης.	90
Πίνακας 6.21: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης από την τράπεζα για την Επαγγελματική συμπεριφορά και ευγένεια.	92
Πίνακας 6.22: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης από την τράπεζα για την Ακριβής και σωστή ενημέρωση.	93
1. Πίνακας 6.23: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης από την τράπεζα για τον χρόνο αναμονής μέχρι την εξυπηρέτηση.	95
5. Πίνακας 6.24: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης από την τράπεζα για την εμφάνισή της.	96
9. Πίνακας 6.25: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης από την τράπεζα για ενημερωτικά έντυπα, ιστοσελίδα.	97
3. Πίνακας 6.26: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης από την τράπεζα για την συνολική εξυπηρέτηση.	98

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ

Διάγραμμα 3.1: Μεριδίο αγοράς του bancassurance στον κλάδο ζωής.	34
Διάγραμμα 3.2: Σύγκριση αύξησης χαρτοφυλακίου Παραδοσιακών προϊόντων ζωής και αντίστοιχων προϊόντων του bancassurance τα τελευταία 5 χρόνια.	41
Διάγραμμα 3.3: Οι ασφάλειες ως ποσοστό του ΑΕΠ σε μερικές ευρωπαϊκές χώρες.	43
Διάγραμμα 6.1: Κοινωνικό-δημογραφικά χαρακτηριστικά ερωτώμενων (Φύλο).	67
Διάγραμμα 6.2: Σχέση φύλου με τραπεζοασφαλιστικές υπηρεσίες.	68
Διάγραμμα 6.3: Κοινωνικό-δημογραφικά χαρακτηριστικά ερωτώμενων (Ηλικία).	69
Διάγραμμα 6.4: Κοινωνικό-δημογραφικά χαρακτηριστικά ερωτώμενων (Οικογενειακή κατάσταση).	70
Διάγραμμα 6.5: Η σχέση της οικογενειακής κατάστασης των ερωτώμενων με τις τραπεζοασφάλειες.	71
Διάγραμμα 6.6: Κοινωνικό-δημογραφικά χαρακτηριστικά ερωτώμενων (Εκπαίδευση).	72
Διάγραμμα 6.7: Σχέση μεταξύ εκπαιδευτικής βαθμίδας ερωτώμενων και τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων.	73
Διάγραμμα 6.8: Κοινωνικό-δημογραφικά χαρακτηριστικά ερωτώμενων (Οικονομική κατάσταση).	74
Διάγραμμα 6.9: Σχέση μεταξύ οικονομικής κατάστασης ερωτώμενων και τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων.	74
Διάγραμμα 6.10: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης προγράμματος bancassurance αύξησης κεφαλαίων.	76
Διάγραμμα 6.11: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης προγράμματος bancassurance Συνταξιοδοτικών.	77
Διάγραμμα 6.12: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης προγράμματος bancassurance Ασφάλισης οχήματος/σκάφους.	78
Διάγραμμα 6.13: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης προγράμματος bancassurance Ιατρικής κάλυψης.	79
Διάγραμμα 6.14: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης προγράμματος bancassurance Ασφάλισης πιστωτικής κάρτας.	80
Διάγραμμα 6.15: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης προγράμματος bancassurance Προστασίας αποπληρωμής καταναλωτικών δανείων.	82

Διάγραμμα 6.16: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης προγράμματος bancassurance Προστασίας αποπληρωμής στεγαστικών δανείων.	83
Διάγραμμα 6.17: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης προγράμματος bancassurance Ασφάλισης Κατοικίας σε σχέση με την Οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων.	85
Διάγραμμα 6.18: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης προγράμματος bancassurance Ασφάλισης ανεγειρόμενης Κατοικίας σε σχέση με την Οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων.	86
Διάγραμμα 6.19: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης των τραπεζοασφαλιστικών Υπηρεσιών σε σχέση με την Οικονομική κατάσταση των ερωτώμενων.	87
Διάγραμμα 6.20: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης τραπεζοασφαλιστικών Υπηρεσιών σε σχέση με την Εκπαίδευση των ερωτώμενων.	88
Διάγραμμα 6.21: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης προγράμματος και Διαφήμιση τραπεζοασφαλειών από τους ερωτώμενους.	89
Διάγραμμα 6.22: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης από την τράπεζα για την Ταχύτητα εξυπηρέτησης.	91
Διάγραμμα 6.23: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης από την τράπεζα για την Επαγγελματική συμπεριφορά και ευγένεια.	92
Διάγραμμα 6.24: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης από την τράπεζα για την Ακριβής και σωστή ενημέρωση.	94
3. Διάγραμμα 6.25: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης από την τράπεζα για τον χρόνο αναμονής μέχρι την εξυπηρέτηση.	95
7. Διάγραμμα 6.26: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης από την τράπεζα για την εμφάνισή της.	96
Διάγραμμα 6.27: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης από την τράπεζα για ενημερωτικά έντυπα, ιστοσελίδα.	97
Διάγραμμα 6.28: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης από την τράπεζα για την συνολική εξυπηρέτηση.	98

ΣΧΗΜΑΤΑ

Σχήμα 1.1: Μοντέλα που χρησιμοποιούνται από τις τράπεζες για τα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα.	21
Σχήμα 3.1: Οι λόγοι της ραγδαίας ανάπτυξης του bancassurance.	39
Σχήμα 3.2: Τα προτερήματα του bancassurance.	39
Σχήμα 4.1: Θεματολογία των bancassurances.	50

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Το μοντέλο ασφαλιστικών προϊόντων μέσα από τραπεζικά δίκτυα (Bank Insurance Model, BIM), επίσης γνωστό και ως bancassurance, είναι, κατ' ουσία, το αποτέλεσμα της εταιρικής σχέσης ή της απλής σχέσης μεταξύ της τράπεζας και της ασφαλιστικής εταιρείας. Η ασφαλιστική εταιρεία χρησιμοποιεί το κανάλι πωλήσεων της τράπεζας για την πώληση ασφαλιστικών προϊόντων, μια διαδικασία κατά την οποία η τράπεζα και η ασφαλιστική εταιρεία συνδέονται με εταιρική σχέση ώστε η ασφαλιστική εταιρεία να μπορεί να πωλεί τα προϊόντα της στην πελατειακή βάση της τράπεζας.

Ο τρόπος διάθεσης των τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων, επιτρέπει στην ασφαλιστική εταιρεία να διατηρεί μικρότερες ομάδες πωλήσεων (εργαζομένων) και τα προϊόντα της να πωλούνται μέσω της τράπεζας για τους πελάτες τους.

Οι υπάλληλοι της τράπεζας θα παρέχουν συμβουλές με την υποστήριξη της ασφαλιστικής εταιρείας και τα ασφαλιστήρια συμβόλαια θα υποβάλλονται σε επεξεργασία και θα χορηγούνται από την ασφαλιστική εταιρεία και από την τράπεζα.

Η διάταξη αυτή της συνεργασίας μπορεί να είναι επικερδής και για τις δύο μορφές εταιρειών. Οι τράπεζες μπορούν να κερδίσουν πρόσθετα έσοδα από την πώληση των ασφαλιστικών προϊόντων, ενώ οι ασφαλιστικές εταιρείες είναι σε θέση να διευρύνουν την πελατεία τους, χωρίς να χρειάζεται να επεκτείνουν τα υποκαταστήματα πωλήσεών τους ή να πληρώσουν τις προμήθειες προς τους ασφαλιστικούς πράκτορες ή τους μεσίτες.

Η πώληση ασφαλιστικών προϊόντων μέσα από μια τράπεζα, έχει αποδειχθεί ότι είναι ένα αποτελεσματικό κανάλι διανομής σε αρκετές χώρες στην Ευρώπη (την τελευταία δεκαετία και στην Ελλάδα), τη Βόρεια και Λατινική Αμερική και την Ασία.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Το θέμα της παρούσης διπλωματικής εργασίας πραγματεύεται τις νέες μορφές τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων, με άλλα λόγια διερευνά τα εναλλακτικά πεδία δράσης των τραπεζών. Το μοντέλο ασφαλιστικών προϊόντων μέσα από τραπεζικά δίκτυα, επίσης γνωστό και ως bancassurance, είναι το αποτέλεσμα της εταιρικής σχέσης μεταξύ της τράπεζας και της ασφαλιστικής εταιρείας.

Αρχικά, στην εισαγωγή, παρατίθενται σχετικοί ορισμοί καθώς και ο σκοπός, η δομή, η έρευνα ερωτηματολογίου και η μέθοδος που θα χρησιμοποιηθούν στη συγγραφή της παρούσης διπλωματικής εργασίας.

Στο 1^ο κεφάλαιο παρατίθενται εισαγωγικές έννοιες των τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων. Γίνεται εκτενής αναφορά σε διάφορους ορισμούς αλλά και στη χρήση, στα πλεονεκτήματα και στα διαφορά μοντέλα τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων. Τέλος, περιγράφονται παραδείγματα αντίστοιχων επιχειρηματικών μοντέλων ανά τον κόσμο (ολοκληρωμένα επιχειρηματικά μοντέλα και μη).

Στο 2^ο κεφάλαιο η ανάλυση εστιάζεται, πιο συγκεκριμένα, στα είδη τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων. Στο πλαίσιο αυτό εξετάζονται τα ακόλουθα: το σύστημα τραπεζοασφαλιστικών εργασιών, η παρακολούθηση αντασφαλιστικών εργασιών και τέλος τα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα (προγράμματα αύξησης κεφαλαίων, συνταξιοδοτικά προγράμματα, ασφάλεια αυτοκινήτου, προγράμματα ιατρικής κάλυψης, ασφάλιση πιστωτικών καρτών, πρόγραμμα προστασίας αποπληρωμής καταναλωτικών δανείων, πρόγραμμα προστασίας αποπληρωμής στεγαστικών δανείων, προγράμματα ασφάλισης κατοικίας, προγράμματα ασφάλισης ανεγειρόμενης κατοικίας).

Το περιεχόμενο του 3^{ου} κεφαλαίου αφορά τις τραπεζοασφάλειες στην ελληνική αγορά. Παρουσιάζονται τα οφέλη των τραπεζών, οι έννομες ρυθμίσεις ελληνικών τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων, τα χαρακτηριστικά της αγοράς των τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων, η ανάπτυξη του bancassurance στην Ελλάδα και, τέλος, η εκπαίδευση καταναλωτών (καταναλωτική συμπεριφορά, καταναλωτής και αγορά τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων).

Στο 4^ο κεφάλαιο, δίνονται εισαγωγικές έννοιες σχετικές με το bancassurance και διερευνώνται : η σχέση του bancassurance και της παγκόσμιας χρηματοοικονομικής

κρίσης, τα κανάλια διανομής του, η ευρωπαϊκή προοπτική των τραπεζοασφαλειών (στάδια της ιδιωτικής ασφάλειας ζωής, συνταξιοδοτικών προγραμμάτων και της αγοράς ιδιωτικής ασφάλισης) και τέλος τα συνήθη παραπόνια από πελάτες τραπεζών.

Στο 5^ο κεφάλαιο πραγματοποιείται η παρουσίαση και ανάλυση των δεδομένων της έρευνας ερωτηματολογίου. Καθορίζεται ο ερευνητικός σκοπός, η μέθοδος έρευνας, η ανάλυση των στοιχείων και τέλος περιγράφονται οι περιορισμοί που αντιμετωπίστηκαν κατά την διάρκεια αυτής της έρευνας.

Το 6^ο κεφάλαιο πραγματεύεται την ανάλυση των 100 ερωτηματολογίων της έρευνας. Παρουσιάζονται τα κοινωνικό-δημογραφικά δεδομένα δείγματος (φύλο, ηλικία, οικογενειακή κατάσταση, εκπαίδευση, οικονομική κατάσταση), τα δεδομένα βαθμού ικανοποίησως διαφόρων προγραμμάτων τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων (αύξησης κεφαλαίων, συνταξιοδοτικά, ασφάλισης οχήματος/σκάφους, ιατρικής κάλυψης, ασφάλισης πιστωτικής κάρτας, προστασίας αποπληρωμής καταναλωτικών δανείων, προστασίας αποπληρωμής στεγαστικών δανείων, ασφαλίσεως κατοικίας, ασφαλίσεως ανεγειρόμενης κατοικίας, συνέχιση χρήσης υπηρεσιών τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων, σύσταση τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων). Τέλος περιγράφονται τα δεδομένα βαθμού ικανοποίησως από την τράπεζα [ταχύτητα στην εξυπηρέτηση, επαγγελματική συμπεριφορά και ευγένεια, ακριβής και σωστή ενημέρωση, χρόνος αναμονής μέχρι την εξυπηρέτηση, εμφάνιση τράπεζας, ενημέρωση (ενημερωτικά έντυπα, ιστοσελίδα) για τα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα, συνολική εξυπηρέτηση για τα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα].

Το 7^ο και τελευταίο κεφάλαιο της διπλωματικής εργασίας, αποτελεί τον επίλογο όπου εξάγονται συμπεράσματα, παρατίθενται νέοι προβληματισμοί σχετικά με τον βαθμό ικανοποίησης από τις νέες μορφές τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων αλλά και τα εναλλακτικά πεδία δράσης των τραπεζών.

ABSTRACT

This thesis deals with new forms of bancassurance products and alternative fields of bank activities. The insurance product's model through banking networks is the result of a partnership between a bank and an insurance company.

At first, the introduction includes essential definitions, the purpose, the structure and the method to be used.

The 1st chapter describes basic concepts of bancassurance products, various definitions, usage and advantages of miscellaneous models of bancassurance products, as well as examples of respective business models around the world (integrated business models and not)

In the 2nd chapter the analysis focuses more on the species of bancassurance products, and specifically on bancassurance operations system and reinsurance operations monitoring. Furthermore it treats of bancassurance products (capital increase programs, pension plans, car insurance, medical coverage programs, insurance credit card protection program, repayment of consumer loans, mortgage repayment protection program loans, home insurance programs, insurance programs erecting residence)

The content of the 3rd chapter is "Bancassurance in the Greek Market" and it features: benefits of banks, legal arrangements of Greek bancassurance products and also market characteristics. In addition development of bancassurance in Greece and consumer education (consumer behavior, consumer and market of bancassurance products) are reported.

The 4th chapter presents basic concepts related to bancassurance, relationship between the bancassurance and the global financial crisis and distributing channels of bancassurance. The European perspective of bancassurance (stages of private life insurance, pension plans and the private insurance market) and grievances about bancassurance from bank customers (usual complaints) are also mentioned.

The 5th chapter contains presentation and analysis of the survey data questionnaire, research purpose and method, data analysis and limitations encountered during the survey.

The 6th chapter deals with the analysis of the survey questionnaire and particularly with socio-demographic information of the sample (sex, age, marital status, education, economic status), and data degree programs that satisfy various bancassurance products (capital increase, pension, vehicle/vessel insurance, medical coverage, insurance credit card repayment, protection of consumer loans, mortgage repayment protection, home insurance, home insurance erecting, continuous use of bancassurance services, bancassurance recommendation) . Moreover the standards of bank's efficiency are examined (prompt service, professional conduct and courtesy, accurate and precise information, waiting time until service, bank contribution, information - brochures and website - and overall service regarding bancassurance products)

The 7th and final chapter titled “research results – conclusions” refers to open problems related to the efficiency of the bancassurance new forms and the alternative fields of bank activities.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στην ελληνική αγορά και συγκεκριμένα στην τραπεζική, η προώθηση ασφαλιστικών προϊόντων μέσα από τραπεζικά δίκτυα ξεκίνησε αργοπορημένα σε σχέση με την υπόλοιπη Ευρώπη, αλλά και τις ΗΠΑ. Τα τελευταία χρόνια, όμως, αναπτύσσεται με ταχύτατο ρυθμό αφού τόσο οι τράπεζες όσο και οι ασφαλιστικές εταιρείες έχουν αντιληφθεί τα σημαντικά περιθώρια κέρδους που υπάρχουν και αξιοποιούν συστηματικά και με επιτυχία τις δυνατότητες ανάπτυξης πωλήσεων τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων (Σπύρος, 2013).

Την τελευταία δεκαετία, τα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα, που προωθούνται από τραπεζικά δίκτυα και τις συνεταιριστικές ασφαλιστικές εταιρείες, υπερβαίνουν το 70% του συνόλου των ασφαλιστρών του κλάδου. Η ανάπτυξη των τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων δεν είναι φαινόμενο της ελληνικής αγοράς, καθώς έχει παρατηρηθεί σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες. Ειδικά στις χώρες της νότιας Ευρώπης, η δυναμική αυτών είναι πολύ μεγάλη.

Πολλοί είναι οι παράγοντες που συμβάλλουν στη θετική αντίδραση των τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων από τους καταναλωτές. Ίσως, ο βασικότερος είναι ο υψηλός βαθμός αξιοπιστίας των τραπεζών στη συνείδηση του πελάτη. Καθώς το ίδιο το τραπεζοασφαλιστικό προϊόν βασίζεται στην εμπιστοσύνη, είναι απόλυτα λογικό να προωθείται ευκολότερα από οργανισμούς με μεγάλη οικονομική ισχύ και αδιαμφισβήτητη φερεγγυότητα, όπως είναι οι τράπεζες.

Τα τραπεζικά δίκτυα, με άρτια οργάνωση και κύρος σε συνδυασμό με αυστηρή εποπτεία των εργασιών, προωθούν σήμερα τόσο ασφαλιστικά προϊόντα που είναι συμπληρωματικά τραπεζικών προϊόντων, όπως είναι οι ασφαλίσσεις δανειοληπτών, όσο και προϊόντα που προωθούνται ανεξάρτητα, με κυριότερο παράδειγμα τα συνταξιοδοτικά. Σε κάθε περίπτωση, η συμβατότητα του ασφαλιστικού προϊόντος με την τραπεζική εργασία είναι ο δεύτερος σημαντικός παράγοντας για την επιτυχία των τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων. Στην περίπτωση των συμπληρωματικών προϊόντων, η απόκτηση του τραπεζικού προϊόντος δημιουργεί άμεσα μία ανάγκη που καλύπτεται από το ασφαλιστικό. Για παράδειγμα, η ασφάλιση ζωής ενός δανειολήπτη προκύπτει από την αυτονόητη ανάγκη να μη μεταφερθεί η υποχρέωση στους οικείους του σε περίπτωση

θανάτου. Αλλά και στην περίπτωση ανεξάρτητης προώθησης ενός τραπεζοασφαλιστικού προϊόντος, η συμβατότητά του με την τραπεζική εργασία παίζει καταλυτικό ρόλο¹.

Ο σκοπός της παρούσης διπλωματικής εργασίας είναι να παρουσιαστούν οι νέες μορφές τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων και τα εναλλακτικά πεδία δράσης των τραπεζών. Το μοντέλο ασφαλιστικών προϊόντων μέσα από τραπεζικά δίκτυα (bancassurance), είναι κατ' ουσία το αποτέλεσμα της εταιρικής σχέσης μεταξύ της τράπεζας και της ασφαλιστικής εταιρείας. Το αποτέλεσμα αυτής της εταιρικής σχέσης δίνει στις τράπεζες ένα πολύ μεγάλο έλεγχο του χρηματοπιστωτικού κλάδου και δημιουργεί ανταγωνισμό με τις υφιστάμενες ασφαλιστικές εταιρείες.

Η μεθοδολογία που υιοθετήθηκε βασίζεται σε θεωρητική και εμπειρική διερεύνηση του θέματος. Η θεωρητική προσέγγιση έγινε με τη χρήση ελληνικής και ξένης βιβλιογραφίας, καταγράφοντας έννοιες και ορισμούς, ενώ η εμπειρική με την επεξεργασία των στοιχείων που εξήχθησαν από το ερωτηματολόγιο.

¹Για παράδειγμα, τα συνταξιοδοτικά προγράμματα στην ουσία τους είναι προγράμματα μακροχρόνιας αποταμίευσης, μιας κατεξοχήν τραπεζικής εργασίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΑ ΤΡΑΠΕΖΟΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

1.1. ΟΡΙΣΜΟΙ

Για πολλά χρόνια η ασφαλιστική αγορά αλλά και η τραπεζική λειτούργησαν παράλληλα με τους κανόνες που ίσχυαν για την καθεμιά χωριστά. Τα τελευταία χρόνια στις αγορές αυτές παρατηρήθηκε ένας ταχύτατος ρυθμός σύγκλισης, καθώς τραπεζίτες και ασφαλιστές συνειδητοποίησαν τα αμοιβαία οφέλη που μπορούν να προκύψουν από τη συνεργασία των δύο κλάδων.

Στο πλαίσιο αυτών των συνεργασιών/συνεργιών, που οι δύο τομείς έχουν αναπτύξει στη σύγχρονη εποχή, αθροίζοντας τη γνώση και την εμπειρία τους, οι ασφαλιστικές εταιρείες διαθέτουν τα προϊόντα τους μέσω του τραπεζικού δικτύου και αντίστροφα οι τράπεζες προωθούν χρηματοοικονομικά προϊόντα όπως τα αμοιβαία κεφάλαια, δάνεια και άλλα που διατίθενται μέσω του τραπεζικού δικτύου.

Τα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα τα οποία διεθνώς ονομάζονται «Bancassurance», από τον αντίστοιχο γαλλικό όρο, αναφέρονται στην πώληση ασφαλειών μέσω των υφιστάμενων διαύλων διανομής μιας τράπεζας. Με άλλα λόγια, μπορούμε να πούμε ότι τα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα είναι η παροχή ασφαλιστικών υπηρεσιών/προϊόντων από την τράπεζα. Η χρήση του όρου άρχισε κατά την εταιρική συγχώνευση τραπεζών και ασφαλιστικών εταιρειών με αποτέλεσμα την πώληση νέων προϊόντων. Πρόκειται για μια αμφιλεγόμενη υπηρεσία, και πολλοί πιστεύουν ότι δίνει στις τράπεζες πολύ μεγάλο έλεγχο του χρηματοπιστωτικού κλάδου. Σε ορισμένες χώρες, τα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα ακόμη απαγορεύονται, ενώ πρόσφατα νομιμοποιήθηκαν σε χώρες όπως η ΗΠΑ. Ωστόσο, η παγκόσμια τάση είναι προς την απελευθέρωση των τραπεζικών νόμων. (Χριστόπουλος & Ντόκας, 2012).

Τα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα έχουν αποκτήσει ιδιαίτερη σημασία στα ασφαλιστικά δρώμενα των οικονομιών. Οι τράπεζες είναι πλέον ένα σημαντικό κανάλι διανομής για τις ασφαλιστικές εταιρείες και οι πωλήσεις ασφαλειών αποτελούν μια

σημαντική πηγή κερδών για τις τράπεζες. Το τελευταίο πραγματοποιείται επειδή οι τράπεζες μπορούν να πωλούν ασφάλειες σε καλύτερες τιμές από πολλούς ανταγωνιστές και έχουν χαμηλό κόστος, δεδομένου ότι χρησιμοποιούν τις υποδομές (υποκαταστήματα και τα συστήματα) που χρησιμοποιούν για τον τραπεζικό τομέα. Τα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα στηρίζονται κυρίως στη σχέση που ο πελάτης έχει αναπτύξει για μεγάλο χρονικό διάστημα με την τράπεζα.

Σύμφωνα με τον Jean-Claude Trichet² (2009), «τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα είναι διάταξη στην οποία μια τράπεζα και μια ασφαλιστική εταιρεία σχηματίζουν μια εταιρική σχέση ώστε η ασφαλιστική εταιρεία να μπορεί να πωλεί τα προϊόντα της στην πελατειακή βάση της τράπεζας. Η συνεργατική διάταξη αυτή μπορεί να είναι επικερδής και για τις δύο εταιρείες. Οι τράπεζες μπορούν να κερδίσουν τα πρόσθετα έσοδα από την πώληση των ασφαλιστικών προϊόντων, ενώ οι ασφαλιστικές εταιρείες είναι σε θέση να διευρύνουν την πελατεία τους, χωρίς να χρειάζεται να επεκτείνουν τους σταθμούς πωλήσεων ή να πληρώσουν επιπρόσθετες προμήθειες προς τους ασφαλιστικούς πράκτορες ή ασφαλιστικούς μεσίτες».

Η “The Economic Times” (2010), δίνουν τον εξής ορισμό: «τραπεζοασφαλιστικό προϊόν σημαίνει πώληση ασφαλιστικών προϊόντων μέσω των τραπεζών. Οι τράπεζες και η ασφαλιστική εταιρεία καταλήγουν σε μια συνεργασία όπου η τράπεζα πουλάει ασφαλιστικά προϊόντα της ασφαλιστικής εταιρείας στους πελάτες της. Από τη μία πλευρά, η τράπεζα κερδίζει ποσό των τελών (εκτός τόκων), ενώ από την άλλη πλευρά, η ασφαλιστική εταιρεία αυξάνει την πρόσβαση στην αγορά με νέους πελάτες. Η τράπεζα ενεργεί ως μεσάζων, βοηθώντας την ασφαλιστική εταιρεία στην επίτευξη υψηλών στόχων, προκειμένου να αυξήσει το μερίδιό της στην αγορά».

Σύμφωνα με τον Jens Weidmann³ (2011), «η πώληση ασφαλιστικών και άλλων παρόμοιων προϊόντων, μέσω μιας τράπεζας, είναι τα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα. Αυτό μπορεί να βοηθήσει τον καταναλωτή σε ορισμένες περιπτώσεις, για παράδειγμα, όταν μια τράπεζα απαιτεί ασφάλιση ζωής για όσους λαμβάνουν ένα στεγαστικό δάνειο, ο καταναλωτής μπορεί να αγοράσει το ασφαλιστικό απευθείας από την τράπεζα. Μερικοί

² Ο Jean-Claude Trichet είναι Γάλλος οικονομολόγος πρόεδρος της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας από το 2003 έως το 2011 και μέλος της Τράπεζας για τους Διεθνείς Διακανονισμούς.

³ Ο Jens Weidmann, γεννημένος στις 20 Απριλίου 1968, είναι Γερμανός οικονομολόγος, σημερινός πρόεδρος της Κεντρικής Τράπεζας της Γερμανίας (Deutsche Bundesbank). Είναι επίσης μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας (ECB) και Διοικητής του Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου (IMF).

κριτικοί θεωρούν ότι τα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα τα δίνει η τράπεζα για να έχει τον έλεγχο των δανειοληπτών της» (Χριστόπουλος & Ντόκας, 2012).

1.2. ΧΡΗΣΗ ΤΡΑΠΕΖΟΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Τα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα διαφέρουν από το κλασσικό ή παραδοσιακό μοντέλο ασφάλισης (Traditional Insurance Model, TIM)⁴ στο ότι οι ασφαλιστικές εταιρείες τείνουν να έχουν μεγαλύτερες ομάδες (μεσιτών και πρακτόρων) ασφαλιστικών πωλήσεων. Παρότι αμφιλεγόμενη η υπηρεσία αυτή, δίνει στις τράπεζες έλεγχο του χρηματοπιστωτικού κλάδου ενώ μπορεί να δημιουργήσει πάρα πολύ μεγάλο ανταγωνισμό με τις υφιστάμενες ασφαλιστικές εταιρείες. (Συλλιγάρδος & Σχοινιωτάκης, 2010).

Μια επιπλέον προσέγγιση, είναι το υβριδικό μοντέλο ασφάλισης (Hybrid Insurance Model, HIM) το οποίο είναι ένα μίγμα μεταξύ του μοντέλου ασφαλιστικών προϊόντων μέσα από τραπεζικά δίκτυα (Bank Insurance Model, BIM), και του παραδοσιακού μοντέλου ασφάλισης (Traditional Insurance Model, TIM). Στο υβριδικό μοντέλο ασφάλισης, οι ασφαλιστικές εταιρείες μπορούν να διατηρήσουν την δυναμική των πωλήσεων τους, χωρίς δηλαδή να εμπλέκονται τρίτοι, αλλά και να χρησιμοποιούν μεσίτες, πράκτορες καθώς και να έχουν συνεργασία με τράπεζα.

Τα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα είναι εξαιρετικά δημοφιλή στις ευρωπαϊκές χώρες όπως η Ισπανία, η Γαλλία και η Αυστρία και, την τελευταία δεκαετία, και στον ελλαδικό χώρο. Ενώ σε ορισμένες χώρες, η τραπεζική ασφάλιση εξακολουθεί να απαγορεύεται, στις ΗΠΑ νομιμοποιήθηκε μετά την κατάργηση του νόμου Glass-Steagall⁵

⁴Τα παραδοσιακά σχέδια ασφάλισης παρέχουν πολλαπλά οφέλη, όπως την κάλυψη των κινδύνων, την επιστροφή σταθερού εισοδήματος, την ασφάλεια και το φορολογικό όφελος. Τα παραδοσιακά σχέδια ασφάλισης είναι τα παλαιότερα σχέδια και καλύπτουν τα άτομα με δείκτη επένδυσης χαμηλού κινδύνου.

⁵Ο όρος «Glass-Steagall Act» αναφέρεται συνήθως σε τέσσερις διατάξεις του αμερικανικού τραπεζικού νόμου του 1933 που περιόριζε τις εμπορικές δραστηριότητες των τραπεζικών τίτλων και τις συνεργασίες στο πλαίσιο των εμπορικών τραπεζών και χρηματιστηριακών εταιρειών. Οι προσπάθειες του Κογκρέσου για την κατάργηση του νόμου «Glass-Steagall» αναφέρεται σε εκείνες τις τέσσερις διατάξεις (και, στη συνέχεια, συνήθως μόνο τις δύο διατάξεις που περιόριζαν συνεργασίες μεταξύ των εμπορικών τραπεζών και των εταιρειών επενδύσεων). Οι προσπάθειες αυτές κατέληξαν στο νόμο «Gramm-Leach-Bliley Act (GLBA)» του 1999, που κατήργησε τις δύο διατάξεις που περιόριζαν τις συνεργασίες μεταξύ τραπεζών και των επιχειρήσεων επένδυσης.

και με την ψήφιση του νόμου Gramm-Leach-Bliley⁶. Αρχικά τα έσοδα ήταν μέτρια και χωρίς αύξηση τα τελευταία χρόνια, με τις περισσότερες τραπεζικές ασφαλιστικές πωλήσεις στις ΗΠΑ, για την ασφάλιση υποθήκης, την ασφάλιση ζωής ή την ασφάλιση περιουσίας που σχετίζονται με δάνεια. Αντίθετα, σε μια άλλη μεγάλη διεθνή αγορά, την Κίνα, δόθηκαν κίνητρα στις τράπεζες να αγοράζουν ασφαλιστικές εταιρείες και το αντίστροφο, με την τόνωση του προϊόντος της τραπεζικής ασφάλισης (Συλλιγάρδος & Σχοινιωτάκης, 2010).

Τα ιδιωτικά τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα είναι μια διαδικασία/τεχνική διαχείρισης πλούτου⁷, που εμφανίστηκε για πρώτη φορά από την οικονομοτεχνική εταιρεία Lombard International Assurance⁸ και τώρα χρησιμοποιείται σε παγκόσμιο επίπεδο. Η έννοια των τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων συνδυάζει την ιδιωτική τραπεζική και την διαχείριση επενδυτικών υπηρεσιών με την εξελιγμένη χρήση των ασφαλειών ζωής. Η τράπεζα λειτουργεί ως πράκτορας ασφαλιστικών εταιρειών, δηλαδή προσπαθεί να πουλήσει όλο και περισσότερα ασφαλιστικά συμβόλαια.

⁶Ο νόμος για την ενίσχυση του ανταγωνισμού στον τομέα των χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών με την παροχή ενός πλαισίου προληπτικής εποπτείας για την υπαγωγή των τραπεζών, των εταιρειών επενδύσεων και άλλων παρόχων χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών, καθώς και για άλλους σκοπούς.

⁷Η διαχείριση του πλούτου ως επένδυση-συμβουλευτική πειθαρχία-, ενσωματώνει τον οικονομικό σχεδιασμό, το χαρτοφυλάκιο των επενδύσεων και τη διαχείριση μιας σειράς από συγκεντρωτικών χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών. Η υψηλή καθαρής αξίας άτομα (HNWIs), ιδιοκτήτες μικρών επιχειρήσεων που επιθυμούν τη βοήθεια ενός ειδικού οικονομικού συμβούλου, κάνουν κλήση στους διαχειριστές του πλούτου για τον συντονισμό της λιανικής τραπεζικής, νομικούς πόρους, θέματα φορολογίας και διαχείρισης επενδύσεων.

⁸Κατά τη διάρκεια των τελευταίων 20 ετών, η Lombard International Assurance έχει αναγνωριστεί ως ο μεγαλύτερος πάροχος εξειδικευμένου σχεδιασμού πλούτου και διαχείρισης κεφαλαίων για υψηλής καθαρής αξίας και εξαιρετικά πλουσίους πελάτες. Με πάνω από € 24 δισεκατομμύρια σε περιουσιακά στοιχεία υπό τη διοίκηση της, με καινοτόμο προσέγγιση συνεχίζει να επωφελείται των εταίρων της. Χρησιμοποιεί ειδικά προσαρμοσμένες λύσεις για να ανταποκριθεί στις υψηλές απαιτήσεις των πελατών της, προγραμματισμό κτήσεων, φορολογικό σχεδιασμό ή άλλες υπηρεσίες.

1.3. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΟΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Οι ακόλουθοι παράγοντες έχουν οδηγήσει κυρίως στην επιτυχία των τραπεζοασφαλειών (Συλλιγάρδος & Σχοινιωτάκης, 2010):

- 1.** Πίεση στα περιθώρια κέρδους των τραπεζών. Τα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα προσφέρουν μια άλλη περιοχή της κερδοφορίας των τραπεζών με ελάχιστη ή καμία δαπάνη κεφαλαίου. Μια μικρή κεφαλαιουχική δαπάνη που με τη σειρά της σημαίνει υψηλή απόδοση των ιδίων κεφαλαίων.
- 2.** Επιθυμία να παρέχει Υπηρεσία Μιας Στάσης (one-stop) εξυπηρέτησης πελατών. Σήμερα, η ευκολία διάφορων δραστηριοτήτων είναι ένα σημαντικό ζήτημα για τη διευθέτηση του χρόνου ενός ατόμου. Μια τράπεζα, η οποία είναι σε θέση να εμπορεύεται ασφαλιστικά προϊόντα, έχει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών της. Μπορεί να προσφέρει ολοκληρωμένες υπηρεσίες οικονομικού σχεδιασμού στους πελάτες της κάτω από την ίδια στέγη.
- 3.** Ευκαιρίες για εξελιγμένες προσφορές προϊόντων. Υπάρχουν πολλές δυνατότητες δημιουργίας και προσφοράς ασφαλιστικών προϊόντων από τους τραπεζικούς οργανισμούς.
- 4.** Ευκαιρίες για μεγαλύτερη διαχείριση του κύκλου ζωής του πελάτη. Ο πελάτης που θα επιλέξει ασφαλιστικά προϊόντα από την τράπεζα, ήδη συνεργάζεται σε άλλους τομείς μαζί της (καταθέσεις, δάνεια κλπ), έτσι η σχέση των δύο μερών έχει ήδη δημιουργηθεί και προφανώς υπάρχει εμπιστοσύνη.
- 5.** Διαφοροποίηση και ανάπτυξη βάση των εσόδων από τις υπάρχουσες σχέσεις.
- 6.** Διαφοροποίηση των κινδύνων αγγίζοντας μια άλλη περιοχή κερδοφορίας.
- 7.** Η συνειδητοποίηση ότι η ασφάλιση είναι μια απαραίτητη ανάγκη του καταναλωτή. Οι τράπεζες μπορούν να χρησιμοποιούν την μεγάλη βάση στους υπάρχοντες πελάτες για την πώληση ασφαλιστικών προϊόντων.
- 8.** Η Τράπεζα έχει ως στόχο να αυξήσει το ποσοστό των μη επιτοκιακών εσόδων από τέλη.
- 9.** Μειωμένο κόστος από την αποτελεσματική χρήση των υπάρχοντων χώρων.

Οι παράγοντες που ευνοούν την διάθεση bancassurance προγραμμάτων είναι: (Συλλιγάρδος & Σχοινιωτάκης, 2010)

- Η ανάπτυξη των στεγαστικών δανείων την τελευταία 10ετία
- Η ύπαρξη ενός «μεγάλου και εύρωστου» τραπεζικού πελατολογίου γεγονός που ευνοεί την εφαρμογή cross selling πωλήσεων από μέρους των ασφαλιστικών εταιριών στο υπάρχον τραπεζικό πελατολόγιο.
- Το αίσθημα ασφάλειας που αισθάνεται ο καταναλωτής από την μεσολάβηση της τράπεζας στην πώληση ενός ασφαλιστικού προγράμματος.

Οι παράγοντες που δυσκολεύουν από την άλλη πλευρά, τη διάθεση προγραμμάτων bancassurance είναι:

- Το οικονομικό περιβάλλον, το οποίο την τελευταία διετία επηρεάζει και την αγορά των στεγαστικών δανείων.
- Η έλλειψη ευελιξίας στο σχεδιασμό των προϊόντων και των διαδικασιών από την μεριά των ασφαλιστικών εταιρειών.

1.4. ΔΙΑΦΟΡΑ ΜΟΝΤΕΛΑ ΤΡΑΠΕΖΟΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Όπως φαίνεται και στο Σχήμα 1.1 που ακολουθεί, τα διάφορα μοντέλα που χρησιμοποιούνται από τις τράπεζες για τα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα που διαθέτουν, είναι (Συλλιγάρδος & Σχοινιωτάκης, 2010):

- 1. Μοντέλο Στρατηγικής Συμμαχίας (Strategic Alliance Model):** Σύμφωνα με αυτό το μοντέλο, υπάρχει μια στρατηγική σχέση μεταξύ μιας τράπεζας και μιας ασφαλιστικής εταιρείας. Η τράπεζα εμπορεύεται μόνο τα προϊόντα της ασφαλιστικής εταιρείας. Εκτός από την εμπορία των προϊόντων, δεν υπάρχουν άλλες ασφαλιστικές λειτουργίες που να εκτελούνται από την τράπεζα.
- 2. Μοντέλο Πλήρους Ολοκλήρωσης (Full Integration Model):** Το μοντέλο αυτό συνεπάγεται την πλήρη ενοποίηση των τραπεζικών και ασφαλιστικών υπηρεσιών. Η τράπεζα πωλεί τα ασφαλιστικά προϊόντα με το εμπορικό σήμα της και ενεργεί ως πάροχος χρηματοοικονομικών λύσεων που ταιριάζουν στις ανάγκες των πελατών. Ελέγχει τις πωλήσεις και τα επίπεδα ασφαλιστικής εξυπηρέτησης

συμπεριλαμβανομένης της προσέγγισης με όλες τις αξιώσεις που συνεπάγεται. Στο πλαίσιο μιας τέτοιας συμφωνίας, η τράπεζα έχει την πρόσθετη δραστηριότητα η οποία είναι σχεδόν παρόμοια με εκείνη της ασφαλιστικής εταιρείας.

- 3. Μικτό Μοντέλο (Mixed Models):** Σύμφωνα με αυτό το μοντέλο, το μάρκετινγκ γίνεται από το προσωπικό του ασφαλιστή και η τράπεζα είναι υπεύθυνη για την παραγωγή, οδηγεί μόνο. Με άλλα λόγια, η βάση δεδομένων της τράπεζας πωλείται στην ασφαλιστική εταιρεία. Η προσέγγιση αυτή απαιτεί λεπτεπίλεπτες τεχνικές προσέγγισης αλλά και οικονομικές επενδύσεις. (Συλλιγάρδος & Σχοινιωτάκης, 2010)



Σχήμα 1.1: Μοντέλα που χρησιμοποιούνται από τις τράπεζες για τα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα.

Πηγή: Συλλιγάρδος Ν. –Σχοινιωτάκης Γ., 2010

1.5. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΜΟΝΤΕΛΑ ΑΝΑ ΤΟΝ ΚΟΣΜΟ

Το επιχειρηματικό μοντέλο τείνει να επηρεάσει όλες τις πτυχές της δραστηριότητας των τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων, συμπεριλαμβανομένης της δομής της εταιρείας, των πωλήσεων, του μάρκετινγκ, του σχεδιασμού του προϊόντος, καθώς και της αμοιβής από τις πωλήσεις.

Στις περισσότερες χώρες, τα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα έχουν την τάση μιας σταδιακής εξέλιξης των προϊόντων που προσφέρονται και συνδέονται στενά με την δανειοδοτική δραστηριότητα των τραπεζών και με ένα ευρύτερο φάσμα προστατευτικών προϊόντων. Σε πολλές χώρες, η επιλογή ενός επιχειρηματικού μοντέλου επηρεάζεται από κανονιστικούς περιορισμούς (π.χ. οι ελάχιστες προαπαιτούμενες προϋποθέσεις για την

πώληση ασφαλιστικών προϊόντων, το είδος των προϊόντων που επιτρέπεται να πωλήσουν οι τράπεζες, ή τη φύση της σχέσης μεταξύ τραπεζών και ασφαλιστικών εταιρειών).

Τα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα είναι ένα αποτελεσματικό κανάλι διανομής με υψηλότερη παραγωγικότητα και χαμηλότερο κόστος από τα παραδοσιακά κανάλια διανομής ασφαλειών. Αυτά τα πλεονεκτήματα, από πλευράς κόστους, είναι ιδιαίτερα σημαντικά στα πιο ολοκληρωμένα μοντέλα, όπως περιγράφεται στην αμέσως επόμενη ενότητα (Σπύρος, 2013),.

1.5.1. Ολοκληρωμένα επιχειρηματικά μοντέλα

Τα ολοκληρωμένα επιχειρηματικά μοντέλα είναι ασφαλιστική δραστηριότητα ενταγμένη στις διαδικασίες της τράπεζας. Τα ασφάλιστρα συλλέγονται από την τράπεζα, συνήθως με άμεση χρέωση του λογαριασμού του πελάτη. Η καταχώρηση των στοιχείων των νέων πελατών γίνεται στις τράπεζες και οι ροές εργασιών μεταξύ της τράπεζας και των ασφαλιστικών εταιρειών είναι αυτοματοποιημένες. Στις περισσότερες περιπτώσεις, η διαχείριση των περιουσιακών στοιχείων των πελατών γίνεται από θυγατρική της τράπεζας.

Τα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα διανέμονται από το προσωπικό της τράπεζας, το οποίο μερικές φορές υποστηρίζεται από εξειδικευμένους ασφαλιστικούς συμβούλους για πιο εξελιγμένα προϊόντα ή για ορισμένους τύπους πελατών. Επίσης τα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα ζωής ενσωματώνονται πλήρως στα υπάρχοντα προϊόντα (των αποταμιεύσεων και επενδύσεων) της τράπεζας και η τάση του προσωπικού της τράπεζας είναι να πουλήσει ένα -συνεχώς- αυξανόμενο αριθμό τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων. Τα προϊόντα αυτά είναι κυρίως επενδυτικά προϊόντα, με φορολογικά πλεονεκτήματα μεσοπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα. Έχουν σχεδιαστεί ειδικά για τα κανάλια τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων και για την κάλυψη των αναγκών των συμβούλων των τραπεζών, παρουσιάζοντας ομοιότητες με τα υπάρχοντα τραπεζικά προϊόντα. Ειδικότερα, τα προϊόντα αυτά έχουν συχνά ένα στοιχείο ασφάλισης χαμηλού κινδύνου.

Στα καταστήματα των τραπεζών, λαμβάνονται προμήθειες για την πώληση των ασφαλιστικών προϊόντων ζωής, μέρος των οποίων μπορεί να καταβληθεί στο προσωπικό του καταστήματος, ως προμήθεια ή μπόνους με βάση την επίτευξη των στόχων πωλήσεων.

1.5.2. Τα μη ολοκληρωμένα επιχειρηματικά μοντέλα

Στα μη ολοκληρωμένα επιχειρηματικά μοντέλα, η πώληση των προϊόντων ασφάλειας ζωής, από το προσωπικό του υποκαταστήματος, υπόκειται σε κανονιστικούς περιορισμούς, δεδομένου ότι οι περισσότερες επενδύσεις που βασίζονται στα προϊόντα αυτά, μπορούν να παρέχονται μόνο από εξουσιοδοτημένους χρηματοοικονομικούς συμβούλους.

Ως εκ τούτου, οι τράπεζες έχουν δημιουργήσει δίκτυα οικονομικών συμβούλων που επιτρέπεται να πωλούν προϊόντα ρυθμιζόμενης ασφάλισης. Αυτοί συνήθως λειτουργούν ως συνδεδεμένοι αντιπρόσωποι και πωλούν αποκλειστικά τα προϊόντα που κατασκευάζονται από την ασφαλιστική εταιρεία ή την τράπεζα. Μια ειδική προσέγγιση χρησιμοποιείται για να δημιουργηθεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στους οικονομικούς συμβούλους, έναντι των -απρόσωπων- ταχυδρομικών αποστολών και των τηλεπωλήσεων. Υπάρχει αυξανόμενη εστίαση στην ανάπτυξη σχέσεων με το μεγάλο αριθμό πελατών που σπάνια ή ποτέ δεν επισκεφτήκαν ένα υποκατάστημα τράπεζας.

Τα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα παίζουν σημαντικό ρόλο στις παγκόσμιες ασφάλειες και δεσπόζουν περίοπτα σε πολλές μεγάλες ευρωπαϊκές αγορές, όπως η Γαλλία και η Ιταλία. Το μερίδιο αγοράς τους αναμένεται να αυξηθεί με την απελευθέρωση της τραπεζοασφαλιστικής αγοράς σε πολλές ασιατικές χώρες (Συλλιγάρδος & Σχοινιωτάκης, 2010).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

ΕΙΔΗ ΤΡΑΠΕΖΟΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

2.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Έναν από τους πλέον ανταγωνιστικούς επιχειρηματικούς χώρους αποτελεί το ασφαλιστικό περιβάλλον, με συνεχείς αλλαγές στο κανονιστικό πλαίσιο που το ορίζει και τις ολοένα αυξανόμενες απαιτήσεις που προέρχονται από όλους τους εμπλεκόμενους (Ασφαλιστικούς Οργανισμούς, πελάτες, νομοθεσία κ.α.).

Οι Ασφαλιστικοί Οργανισμοί μπορούν να επιτύχουν τη βελτίωση της ποιότητας των παρεχομένων υπηρεσιών, τόσο για την υποστήριξη, όσο και για την εκτέλεση και παρακολούθηση των διαδικασιών διάθεσης και διαχείρισης των ασφαλιστικών τους προϊόντων με τις μηχανογραφικές εφαρμογές Διαχείρισης Ασφαλιστικών Εργασιών.

Τα βασικά οφέλη των συστημάτων Διαχείρισης Ασφαλιστικών Εργασιών συνοψίζονται ως εξής (Κοσκοσάς, 2012):

- Ενιαία και περιεκτική εικόνα εκείνων που εμπλέκονται με την Ασφαλιστική Εταιρία
- Ικανοποίηση πελατών & συνεργατών με τη χρήση του μηχανογραφικού συστήματος παρέχοντας αναλυτική, συνεπή και πληροφόρηση σε πραγματικό χρόνο
- Υποστήριξη των στρατηγικών πώλησης των προϊόντων μέσω MIS αναφορών
- Λειτουργικό και ευέλικτο σχεδιασμό νέων προϊόντων
- Αύξηση πωλήσεων με τη βοήθεια της βελτιστοποίησης συνδυασμένων πωλήσεων (Bancassurance, διαδίκτυο κλπ)
- Βελτιστοποίηση των εσωτερικών διαδικασιών χρησιμοποιώντας δομημένους επιχειρηματικούς κανόνες
- Αυτόματο υπολογισμό προμηθειών απόλυτα παραμετροποιημένο
- Ταχύτερη και αυτοματοποιημένη διεκπεραίωση των εργασιών με αποτέλεσμα τη μείωση του κόστους και την αύξηση της απόδοσης της επένδυσης

Οι ασφαλιστικές υπηρεσίες πρέπει να παρέχονται από έμπειρο, υψηλής εξειδίκευσης και διαρκώς καταρτιζόμενο προσωπικό, γιατί πρέπει να αναλαμβάνουν την ανάπτυξη, υποστήριξη και συντήρηση συστημάτων της τράπεζας, που διαθέτει ασφαλιστικά προϊόντα μέσω του δικτύου της (bancassurance).

Οι τωρινές τεχνολογίες που χρησιμοποιούνται στην ανάπτυξη των εν λόγω εφαρμογών, μπορούν να είναι (Κοσκοσάς, 2012) :

- Λειτουργικό Σύστημα host βάσης δεδομένων: IBM z-series, Microsoft Windows Server, κλπ.
- Βάση Δεδομένων: DB2 V8, Microsoft SQL Server, κλπ.
- Λειτουργικό σύστημα Web & Application Server: Windows 2008 Server (x64) , κλπ.
- Application Server: WebSphere Base 6.1.0.29, κλπ.
- Τεχνολογία ανάπτυξης: EGL, IBM RAD, JAVA, κλπ.

Τα έργα ανάπτυξης ασφαλιστικών εφαρμογών που υλοποιούν οι τράπεζες είναι (Κοσκοσάς, 2012) :

- Σύστημα Bancassurance.
- Σύστημα Παρακολούθησης Αντασφαλιστικών Εργασιών.
- Σύστημα Παρακολούθησης Μεσιτείας Ασφαλίσεων.

2.2. ΣΥΣΤΗΜΑ ΤΡΑΠΕΖΟΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΩΝ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (BANCASSURANCE)

Το Bancassurance (Guillard, Ineke, & Mareels, 2003), που πρόκειται για την πώληση ασφαλιστικών και τραπεζικών προϊόντων από το ίδιο «κανάλι», περιλαμβάνει πλήθος κατηγοριών ασφαλιστικών προϊόντων, καθώς και συγκεκριμένες μεθόδους κοστολόγησης και διαχείρισης αυτών, εναρμονισμένες με τα τραπεζικά πρότυπα.

Το κάθε ασφαλιστικό προϊόν προωθείται μέσω καταστημάτων Τραπεζικών Οργανισμών και, γι' αυτό το λόγο, πρέπει να είναι απλό στο περιεχόμενό του, ώστε να γίνεται εύκολα κατανοητό και από τα δύο μέρη της συναλλαγής (πωλητής-πελάτης).

Η αγορά ασφαλιστικών προϊόντων μέσω της τράπεζας είναι πιο εύκολη για τον πελάτη, επειδή βρίσκεται συχνότερα σε κάποιο υποκατάστημα για τη διεκπεραίωση

των τραπεζικών του συναλλαγών. Συγκριτικά, το πλεονέκτημα της πώλησης μέσα στο υποκατάστημα είναι η αξιοπιστία και το κύρος του οργανισμού, το οποίο επιτρέπει στον πελάτη να εμπιστευτεί την τράπεζα και την ασφαλιστική εταιρία του, μέσα στο πλαίσιο της ευρύτερης συνεργασίας του.

Οι τράπεζες με το έμπειρο, υψηλής εξειδίκευσης και διαρκώς καταρτιζόμενο προσωπικό που διαθέτουν, αναλαμβάνουν την ανάπτυξη, υποστήριξη και συντήρηση συστημάτων Bancassurance, για Τραπεζικούς και Ασφαλιστικούς Οργανισμούς.

Στα βασικά χαρακτηριστικά του συστήματος Bancassurance περιλαμβάνονται (Guillard, et al., 2003) :

- Εύκολη και γρήγορη δημιουργία νέων τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων μέσα από μια ενιαία υποδομή στην ανάπτυξή τους
- Αποτελεσματικό σύστημα για τον έλεγχο της ολοκλήρωσης των συναλλαγών σε όλα τα εμπλεκόμενα συστήματα
- On-line άντληση στοιχείων πελατών σε πραγματικό χρόνο, δανειακών και καταθετικών λογαριασμών, ακινήτων από τα συστήματα της τράπεζας
- Άμεση ασφάλιση των ακινήτων και των συμβαλλομένων με την ενεργοποίηση του δανείου
- Ενοποίηση όλων των εφαρμογών Bancassurance σε μία, με ενιαίο interface και λειτουργικότητα
- Αύξηση των πωλήσεων Bancassurance μέσω του δικτύου καταστημάτων της τράπεζας με παράλληλη αύξηση της πίστης των πελατών
- Ασφάλεια της εφαρμογής με χρήση των συστημάτων και διαδικασιών της τράπεζας
- Αύξηση των εσόδων και της κερδοφορίας καθώς οι εισροές αυξάνονται, αφού πλέον αξιοποιείται ένα μεγάλο μέρος του πελατολογίου, το οποίο παρέμενε στο περιθώριο από ασφαλιστική άποψη
- Διατήρηση πελατολογίου μέσω της δημιουργίας πολλαπλών δεσμών με τους πελάτες. Η ενσωμάτωση ασφαλιστικών προϊόντων στις υπάρχουσες επιλογές περιορίζει την τάση των πελατών να απευθυνθούν στον ανταγωνισμό
- Σταυροειδείς πωλήσεις τραπεζικών και ασφαλιστικών προϊόντων

2.3. ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΑΝΤΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΩΝ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (REINSURANCE MANAGEMENT)

Με τον όρο «αντασφάλιση» εννοούμε τη χρηματοοικονομική προστασία που παρέχεται σε ασφαλιστικές εταιρίες από εξειδικευμένες εταιρίες, οι οποίες διαθέτουν την απαραίτητη οικονομική ευρωστία και τεχνογνωσία για να προστατεύουν τις πρώτες από ασφαλιζόμενες ζημιές. Η αντασφάλιση στοχεύει στη σταθεροποίηση των αποτελεσμάτων των ασφαλιστικών εταιριών και στην προστασία έτσι του ισολογισμού τους (Regent & Reid, 2009).

Πολλές ασφαλιστικές εταιρίες, μέλη των τραπεζικών ομίλων, καλύπτουν διάφορους κλάδους αντασφάλισης και ασφάλισης, όπως Αναλογικές Αντασφαλιστικές Συμβάσεις, μη Αναλογικές Αντασφαλιστικές Συμβάσεις Υπέρβασης Ζημιών [Non-Proportional Treaty (Excess of Loss)], Προαιρετική αντασφάλιση (Facultative Reinsurance), Πρωτασφάλιση (Direct Insurance).

Το έργο των Αντασφάλειων αφορά την ανάπτυξη ενιαίου πληροφοριακού συστήματος σχετικά με:

- Τη συγκέντρωση και υπολογισμό αντασφαλειών.
- Την υλοποίηση συστήματος υπολογισμού ασφαλιστρων πληρωθεισών – εκκρεμών ζημιών, συμβατικών και προαιρετικών αντασφαλίσεων.

Τα οφέλη και τα πλεονεκτήματα από τη χρήση της εφαρμογής των Αντασφαλιστικών Εργασιών είναι (Regent & Reid, 2009) :

- Κοινό μοντέλο μορφοποίησης και διαχείρισης των αντασφαλειών
- Ευκολότερη και ταχύτερη διαχείριση των κινήσεων αντασφαλιστρων συμβολαίου, αντασφαλιστρων ζημιών, των εξαιρέσεων και των συμβάσεων
- Υπολογισμός Αποθέματος «Μη Δεδουλευμένων Ασφαλιστρων και Αντασφαλιστρων» για όλους τους κλάδους με ενιαίο τρόπο, καθώς επίσης και καταμερισμός των ποσών (αντασφαλιστρων, προμήθειας, κλπ) στις αντίστοιχες αντασφαλιστικές εταιρίες
- Ενιαίο σύστημα παρακολούθησης και παραμετροποίησης των αντασφαλιστικών συμβάσεων
- On-line άντληση στοιχείων για ενημέρωση και διαχείριση σε πραγματικό χρόνο

- Μηχανογραφική Διαχείριση των excess of loss ζημιών, IBNR (Αναλογιστικός Υπολογισμός Μελλοντικών Ζημιών) και αποθέματος εκκρεμών ζημιών.

Οι βασικές εργασίες που καλύπτει η εφαρμογή Αντασφαλιστικών Εργασιών είναι (Regent & Reid, 2009) :

- On line εφαρμογή διαχείρισης κινήσεων αντασφαλιστρών συμβολαίου, κινήσεων αντασφαλιστρών ζημιών, εξαιρέσεων και συμβάσεων
- Μαζική διαδικασία για τη συγκέντρωση αντασφαλειών από όλους τους ασφαλιστικούς κλάδους της Ασφαλιστικής και τη μορφοποίησή τους για την αυτόματη εισαγωγή τους στο υπάρχον σύστημα λογιστικών εγγραφών (SAP)
- Μαζική διαδικασία για τη συγκέντρωση δεδομένων από όλους τους ασφαλιστικούς κλάδους που αφορούν χρηματικές κινήσεις και την αποστολή τους στις αντίστοιχες αντασφαλιστικές εταιρίες

2.4. ΤΡΑΠΕΖΟΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ

2.4.1. Προγράμματα Αύξησης Κεφαλαίων

Τα προγράμματα Αύξησης Κεφαλαίων προσφέρουν τη δυνατότητα σταδιακής δημιουργίας κεφαλαίων για την κάλυψη μελλοντικών σχεδίων (έργο, (EET), 2012).

Η διαμόρφωση του προσωπικού σχεδίου αύξησης κεφαλαίου πραγματοποιείται ανάλογα με τις ανάγκες και τον οικονομικό προγραμματισμό του ενδιαφερόμενου, επιλέγοντας:

- το ποσό αποταμίευσης ξεκινώντας ακόμα και από λίγα ευρώ τον μήνα,
- τη συχνότητα την καταβολών (μηνιαία, τριμηνιαία, εξαμηνιαία, ετήσια),
- τη διάρκεια της αποταμιεύσεως (με ελάχιστα έτη),
- τον τρόπο αποδόσεως του κεφαλαίου που έχει δημιουργηθεί στο τέλος της περιόδου αποταμιεύσεως.

Παράλληλα, ο ενδιαφερόμενος απολαμβάνει:

- εγγυημένη απόδοση για όλη τη διάρκεια του προγράμματος και επιπλέον οφέλη από τις αποδόσεις των επενδύσεων,
- εγγύηση του κεφαλαίου στη λήξη του Προγράμματος,
- προστασία του ποσού αποταμιεύσεως από τον πληθωρισμό μέσω της δυνατότητας αναπροσαρμογής των καταβολών κατά μικρό ποσοστό (της τάξης του 3%) κάθε έτος,
- δυνατότητα παύσεως των καταβολών για ορισμένο χρονικό διάστημα με δικαίωμα επαναφοράς του Προγράμματος, μετά τον πρώτο χρόνο αποταμιεύσεως,
- δυνατότητα αύξησεως ή μειώσεως της τακτικής καταβολής,
- δυνατότητα καταβολής μέσω χρεώσεως λογαριασμού καταθέσεων

2.4.2. Συνταξιοδοτικά Προγράμματα

Τα προγράμματα αξιοποίησεως κεφαλαίου, προσαρμόζονται στις οικονομικές ανάγκες του κάθε ενδιαφερόμενου, εξασφαλίζοντας χωρίς κανένα επενδυτικό κίνδυνο, ένα εγγυημένο κεφαλαίο τη χρονική στιγμή που επιθυμεί να εισπράξει, για την κάλυψη μελλοντικών αναγκών όπως (έργο, (ΕΕΤ), 2012):

- Την εξασφάλιση ενός ισόβιου πρόσθετου εισοδήματος κατά την περίοδο της συνταξιοδότησεως.
- Την εξασφάλιση ενός εγγυημένου κεφαλαίου για την εκπλήρωση ενός μελλοντικού στόχου.

Με την τοποθέτηση ενός εφάπαξ κεφαλαίου σε συνταξιοδοτικά προγράμματα εξασφαλίζονται μοναδικά πλεονεκτήματα:

- ❖ Εγγυημένη απόδοση για όλη τη διάρκεια του προγράμματος και επιπλέον κέρδη από τις αποδόσεις των επενδύσεων, ανάλογα με τις συνθήκες της αγοράς.
- ❖ Ευελιξία στον τρόπο καταβολής του κεφαλαίου στη λήξη μεταξύ πολλών εναλλακτικών, είτε σαν εφάπαξ ποσό, είτε με τη μορφή συντάξεως.

Το εγγυημένο κεφάλαιο στη λήξη εξαρτάται από διάφορους παράγοντες, όπως η ηλικία του ασφαλισμένου, η διάρκεια του προγράμματος και το ποσό του εφάπαξ ασφαλίστρου.

2.4.3. Ασφάλεια αυτοκινήτου

Τα προγράμματα ασφάλισης αυτοκινήτων προσφέρουν επιλογές που ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις οικονομικές δυνατότητες του ασφαλισμένου. Όπως καλύψεις, αστική ευθύνη - σωματικές βλάβες ανά θύμα/ υλικές ζημιές ανά ατύχημα, φροντίδα ατυχήματος, φροντίδα ατυχήματος με ρυμούλκηση, υλικές ζημιές από ανασφάλιστο όχημα, αστική ευθύνη από πυρκαγιά, προσωπικό ατύχημα οδηγού, θραύση κρυστάλλων, πυρκαγιά, φυσικά φαινόμενα, κλοπή: ολική / μερική, προστασία αξίας οχήματος, προστασία παλαιότητας ανταλλακτικών, κακόβουλες ενέργειες, αυτοκίνητο αντικατάστασης, ίδιες ζημιές).

2.4.4. Προγράμματα Ιατρικής Κάλυψης

Τα προγράμματα ιατρικής κάλυψης παρέχουν ολοκληρωμένες παροχές προλήψεως και διαγνώσεως για ενήλικες και παιδιά, μέσω του ευρύτετου δικτύου συμβεβλημένων διαγνωστικών κέντρων.

Το πρόγραμμα υγείας αναβαθμίζεται προσφέροντας νέες δυνατότητες ασφαλίσεως (έργο, Ελληνική Ένωση Τραπεζών (ΕΕΤ), 2012):

- ❖ τόσο σε ενήλικες, μέσω των υφιστάμενων παροχών του προγράμματος, όσο και σε παιδιά ηλικίας, μέσω των νέων παροχών για παιδιά που προσφέρει το πρόγραμμα,
- ❖ είτε στον ασφαλισμένο είτε σε τρίτα ενήλικα ή ανήλικα πρόσωπα (σύζυγο, παιδιά, συγγενείς, κ.λπ.),
- ❖ σε περισσότερων του ενός μέλη στο ίδιο συμβόλαιο, παρέχοντας κάποια έκπτωση επί των συνολικών ασφαλιστρών στον ασφαλισμένο που ασφαλίζει τρία ή περισσότερα μέλη στο ίδιο συμβόλαιο.

2.4.5. Ασφάλιση Πιστωτικών Καρτών

Το πρόγραμμα ασφάλισης πιστωτικών καρτών, παρέχει ασφαλιστικές καλύψεις που αφορούν την πληρωμή της κάρτας σε περιπτώσεις απρόβλεπτων ή δυσάρεστων γεγονότων με σκοπό να διευκολύνει αναλαμβάνοντας ένα μέρος των οικονομικών υποχρεώσεων σε περίπτωση ανάγκης.

Συγκεκριμένα με την ασφαλιστική κάλυψη (έργο, 2012):

Αποπληρώνεται ποσοστό της τάξης του 3% του υπολοίπου της κάρτας για διάστημα έως και έξι (6) μηνών (ανάλογα την τράπεζα).

- ❖ Σε περίπτωση ανεργίας, εάν ο ασφαλισμένος είναι εργαζόμενος του ιδιωτικού τομέα με σύμβαση αορίστου χρόνου.
- ❖ Σε περίπτωση προσωρινής ανικανότητας λόγω ατυχήματος ή ασθένειας, εάν ο ασφαλισμένος είναι δημόσιος υπάλληλος, ελεύθερος επαγγελματίας ή προσωρινά εργαζόμενος.

Αποπληρώνεται ποσό που θα καλύπτει έως και το σύνολο της οφειλής της κάρτας

- ❖ Σε περίπτωση μόνιμης ολικής ανικανότητας εργασίας ή απώλειας ζωής από ατύχημα.

2.4.6. Πρόγραμμα προστασίας αποπληρωμής καταναλωτικών δανείων

Το πρόγραμμα αποπληρωμής τοκοχρεωλυτικού δανείου σχεδιάζεται από τις τράπεζες με σκοπό να προσφέρει ουσιαστική κάλυψη στους λήπτες τοκοχρεωλυτικών δανείων. Έτσι, σε περίπτωση απρόοπτου γεγονότος, απώλειας ζωής ή αναπηρίας, η αποπληρωμή του δανείου γίνεται αυτόματα. Η συμμετοχή του ασφαλισμένου στο πρόγραμμα προστασίας αποπληρωμής πραγματοποιείται μ' ένα μικρό ποσό το οποίο καταβάλλεται εφάπαξ ή σε μηνιαία βάση ανάλογα με το ύψος του δανείου (έργο, Ελληνική Ένωση Τραπεζών (ΕΕΤ), 2012).

2.4.7. Πρόγραμμα προστασίας αποπληρωμής στεγαστικών δανείων

Το στεγαστικό δάνειο, επειδή αποτελεί μία μακροχρόνια και σημαντική οικονομική δέσμευση, τόσο η εξασφάλιση της αποπληρωμής του στην περίπτωση που συμβούν απρόοπτα γεγονότα, όσο και η αποπληρωμή των δόσεων σε περίπτωση προσωρινής δυσκολίας αποτελούν μία βασική ανάγκη. Για το λόγο αυτό οι τράπεζες δημιουργούν αποκλειστικά για τους κατόχους στεγαστικών δανείων προγράμματα προστασίας στεγαστικών δανείων και αποπληρωμής δόσεων. Τα προγράμματα αυτά εξασφαλίζουν την αποπληρωμή του στεγαστικού δανείου σε περίπτωση απώλειας ζωής

ή μόνιμης αναπηρίας του δανειολήπτη ενώ, παρέχουν ακόμη την κάλυψη πληρωμής τοκοχρεωλυτικών δόσεων σε περίπτωση ανεργίας, προσωρινής ανικανότητας προς εργασία και νοσηλεία (έργο, Ελληνική Ένωση Τραπεζών (ΕΕΤ), 2012).

Η συμμετοχή στα προγράμματα αυτά πραγματοποιείται με ένα μικρό μηνιαίο ποσό το οποίο μειώνεται ανάλογα με το κεφάλαιο του στεγαστικού δανείου που μένει να αποπληρωθεί.

2.4.8. Προγράμματα Ασφάλισης Κατοικίας

Οι διάφορες τράπεζες σχεδιάζουν προγράμματα ασφάλισης κατοικίας για να προσφέρουν ολοκληρωμένη προστασία της κατοικίας. Περιλαμβάνουν μία σειρά καλύψεων, με τις οποίες έχει υπολογιστεί κάθε πιθανός κίνδυνος που μπορεί να προκύψει από φυσική καταστροφή ή δολιοφθορά. Από τα κύρια πλεονεκτήματα του προγράμματος είναι ο τρόπος αποζημιώσεως που γίνεται με βάση την εκάστοτε αξία της κατοικίας ως καινούριας χωρίς να υπολογίζονται απομειώσεις από παλαιότητα ή φθορά. Η συμμετοχή στο πρόγραμμα ασφαλίσεως γίνεται με ένα μικρό μηνιαίο ποσό (έργο, Ελληνική Ένωση Τραπεζών (ΕΕΤ), 2012).

2.4.9. Προγράμματα ασφάλισης ανεγειρόμενης κατοικίας

Τα συγκεκριμένα προγράμματα είναι σχεδιασμένα για να προσφέρουν ολοκληρωμένη προστασία της κατοικίας κατά την περίοδο της ανεγέρσεως. Καλύπτουν όλες τις συνήθεις περιπτώσεις αστικής ευθύνης και υλικών ζημιών που μπορούν να προκύψουν κατά τα στάδια κατασκευής. Η συμμετοχή στο πρόγραμμα ασφαλίσεως γίνεται με ένα μικρό ποσό που καταβάλλεται εφ' άπαξ (έργο, Ελληνική Ένωση Τραπεζών (ΕΕΤ), 2012).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

ΟΙ ΤΡΑΠΕΖΟΑΣΦΑΛΕΙΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

3.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τα τελευταία χρόνια οι τραπεζοασφάλειες έχουν κατακτήσει τη χρηματοοικονομική και την ασφαλιστική αγορά, αποκτώντας νέα προοπτική η ανάπτυξη του κλάδου των ασφαλίσεων. Οι ασφαλιστικές εταιρείες αποκτούν εξειδίκευση στη σχεδίαση και την προώθηση νέων σύνθετων χρηματοοικονομικών και ασφαλιστικών προγραμμάτων, καθώς και οι μηχανισμοί οργάνωσης, το εκτεταμένο δίκτυο και το υψηλό επαγγελματικό κύρος των τραπεζικών ιδρυμάτων, αποτελούν εγγύηση για την αξιοπιστία του θεσμού. Στην Ευρώπη υιοθετήθηκε τη δεκαετία του '70 και στην Ελλάδα τη δεκαετία του '80, αρχικά με κάποια επιφύλαξη, παγιώνεται όμως αργά αλλά σταθερά στη συνείδηση των καταναλωτών (Χατζηνικολάου, 2012).

Η έλλειψη του κατάλληλου θεσμικού πλαισίου, η ανάγκη προσαρμογής των δικτύων και των προγραμμάτων των ασφαλιστικών εταιρειών συνέβαλε στη σημαντική καθυστέρηση που παρατηρήθηκε στην υιοθέτησή του στην Ελλάδα, καθώς και ο περιορισμένος χρόνος πώλησης από το γκισέ των τραπεζών για προϊόντα τόσο «ευαίσθητα» και πολύπλοκα, όπως είναι, για παράδειγμα, οι ασφάλειες ζωής.

Στις μέρες μας είναι χαρακτηριστικό ότι σχεδόν όλες οι ασφαλιστικές εταιρείες συνεργάζονται με τράπεζες ή επιδιώκουν να συνεργαστούν, αναγνωρίζοντας στο bancassurance το ρόλο ενός αποτελεσματικού δικτύου, που συμβάλλει στην αύξηση της παραγωγής και της κερδοφορίας τους. Δηλαδή, ενός δικτύου, το οποίο έχει συμβάλει επίσης σημαντικά στην αναβάθμιση της αξιοπιστίας της ιδιωτικής ασφάλισης.

Σε ορισμένες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης τα μερίδια αγοράς του κλάδου κάνουν σαφή την υστέρηση της χώρας μας στην ανάπτυξή του, αλλά παράλληλα και τα περιθώρια ανάπτυξης που έχει ο κλάδος στην Ελλάδα.

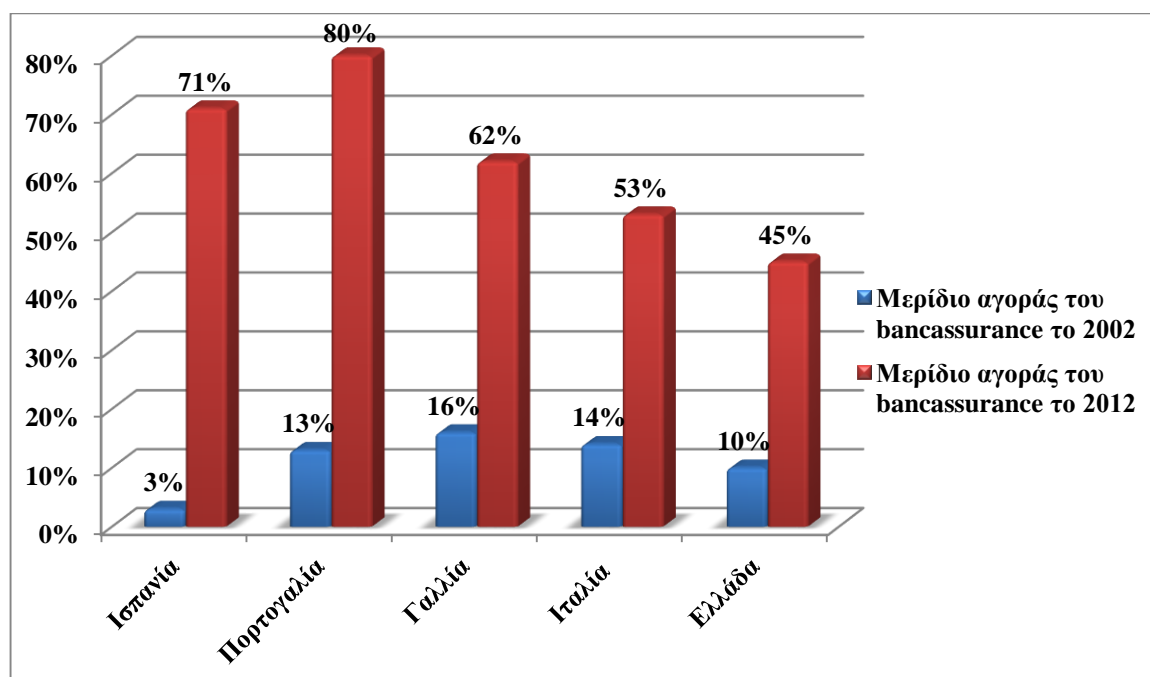
Επί παραδείγματι: στην Πορτογαλία, μια χώρα με οικονομικά μεγέθη ανάλογα με τα δικά μας, σε μια δεκαετία το μερίδιο αγοράς του bancassurance στον

κλάδο ζωής από 13% άγγιξε το 80%. Στην Ισπανία, από 3% άγγιξε το 71%. Το μερίδιο του bancassurance στην αγορά της Γαλλίας είναι 62% και στην Ιταλία 53%.

Πίνακας 3.1: Μερίδιο αγοράς του bancassurance στον κλάδο ζωής.

Μερίδιο αγοράς του bancassurance στον κλάδο ζωής		
Χώρα	Μερίδιο αγοράς του bancassurance το 2002	Μερίδιο αγοράς του bancassurance το 2012
Ισπανία	3%	71%
Πορτογαλία	13%	80%
Γαλλία	16%	62%
Ιταλία	14%	53%
Ελλάδα	10%	45%

Πηγή: Χατζηνικολάου, 2012



Διάγραμμα 3.1: Μερίδιο αγοράς του bancassurance στον κλάδο ζωής.

Πηγή: Χατζηνικολάου, 2012

Στη χώρα μας, η ποσοστιαία συμμετοχή του bancassurance δεν πλησιάζει βέβαια τα ποσοστά των ανεπτυγμένων ασφαλιστικά χωρών της Ευρώπης, αλλά

βελτιώνεται σημαντικά. Στηριζόμενοι στα μέχρι στιγμής διαθέσιμα στοιχεία, εκτιμάται ότι το μερίδιο αγοράς στον κλάδο ζωής πλησιάζει το 45% (το 2002 ήταν 10% περίπου), ενώ το μερίδιο αγοράς στις γενικές ασφαλίσεις εκτιμάται ότι είναι σήμερα στο 40% περίπου.

3.2. ΟΦΕΛΗ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ

Το σκεπτικό του bancassurance έχει θεμελιωθεί στη βάση της παρακάτω αρχής (Συλλιγάρδος & Σχοινιωτάκης, 2012) : *«Το ασφαλιστικό προϊόν που προωθείται μέσω καταστημάτων τράπεζας πρέπει να είναι απλό στο περιεχόμενο του, ώστε να γίνεται εύκολα κατανοητό τόσο από τον πωλητή-υπάλληλο όσο και από τον πελάτη. Θα πρέπει επίσης να έχει ελκυστική τιμή και να είναι αξιόπιστο σε ό, τι αφορά τις παροχές του και τη χρησιμότητά του».*

Τα οφέλη των τραπεζών από την προώθηση των τραπεζικών προϊόντων είναι πολλαπλά. Για παράδειγμα, καλύπτονται κίνδυνοι που διασφαλίζουν την περιουσία της τράπεζας και των πελατών της (ασφαλίσεις περιουσίας), δίδεται όμως και η δυνατότητα αποπληρωμής των υποχρεώσεων των πελατών στις τράπεζες σε περίπτωση που καθίστανται ανίκανοι να εργαστούν λόγω ασθένειας, ατυχήματος ή και θανάτου (ασφαλίσεις ζωής). Βασικά, επίσης, πλεονεκτήματα για τις τράπεζες προκύπτουν από την κερδοφορία των θυγατρικών τους ασφαλιστικών εταιρειών ή τις εισπραττόμενες προμήθειες, όπως και από τη διαχείριση των υψηλών τεχνικών και μαθηματικών αποθεμάτων που πρέπει να σχηματίζονται για να καλύπτονται οι ζημιές όταν συμβούν.

Ένας επιπλέον λόγος που ο πελάτης-καταναλωτής ωφελείται, είναι διότι, κατά κανόνα, τα προϊόντα που αγοράζει από την τράπεζα είναι χαμηλού κόστους, αφού το κόστος πρόκτησης είναι περιορισμένο. Επίσης, στις μέρες μας οι τράπεζες χρησιμοποιούν πολύ προηγμένα τεχνολογικά συστήματα επικοινωνίας, βελτιώνοντας σημαντικά την ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών. Το αποτέλεσμα είναι το ασφαλιστικό προϊόν που προωθείται από τα καταστήματα των τραπεζών να αναβαθμίζεται ποιοτικά και αυτό είναι προς όφελος των πελατών.

Τέλος, αυτό που καθιστά αξιόπιστα τα ασφαλιστικά προϊόντα που πωλούνται από το τραπεζικό δίκτυο είναι η οργάνωση και το κύρος των τραπεζών σε συνδυασμό με μια αυστηρότερη εποπτεία των εργασιών τους, χωρίς βέβαια αυτό να σημαίνει ότι τα ελεύθερα δίκτυα των ασφαλιστών δεν παρέχουν υπηρεσίες ποιότητας.

3.3. ΕΝΝΟΜΕΣ ΡΥΘΜΙΣΕΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΤΡΑΠΕΖΟΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ

Στην Ελλάδα, το ρυθμιστικό πλαίσιο για την ασφαλιστική διαμεσολάβηση καθιερώθηκε με το ΠΔ 190/2006, με το οποίο ενσωματώθηκε στο ελληνικό δίκαιο η σχετική Οδηγία 2002/92/ΕΚ. Με το συγκεκριμένο ΠΔ ρυθμίζονται οι προϋποθέσεις ανάληψης και άσκησης δραστηριοτήτων ασφαλιστικής και αντασφαλιστικής διαμεσολάβησης από φυσικά και νομικά πρόσωπα τα οποία είναι εγκατεστημένα ή επιθυμούν να εγκατασταθούν στην Ελλάδα.

Οι ρυθμίσεις που θεσπίζονται με το ΠΔ αφορούν ιδίως τα ακόλουθα (Κοινοβούλιο, 2003):

- την απαραίτητη εγγραφή των ασφαλιστικών και αντασφαλιστικών διαμεσολαβητών, περιλαμβανομένων και των συνδεδεμένων ασφαλιστικών διαμεσολαβητών σε μητρώο που τηρείται από τα κατά περίπτωση αρμόδια Επαγγελματικά Επιμελητήρια,
- την ολοκλήρωση συγκεκριμένων προϋποθέσεων (που ορίζονται στο νόμο) για την εγγραφή στο μητρώο, μεταξύ των οποίων είναι και η κατοχή γενικών και επαγγελματικών εμπορικών γνώσεων, οι οποίες διασφαλίζουν την ορθή παροχή των υπηρεσιών ασφαλιστικής και αντασφαλιστικής διαμεσολάβησης. Για τον καθορισμό των γνώσεων που απαιτείται να έχουν οι παρέχοντες τέτοιες υπηρεσίες, ανάλογα με τις υπηρεσίες που εκάστοτε παρέχουν, δίνεται ειδική εξουσιοδότηση στον Υπουργό Ανάπτυξης για την έκδοση Υπουργικής Απόφασης,
- τις προϋποθέσεις υπό τις οποίες επιτρέπεται η άσκηση ασφαλιστικής και αντασφαλιστικής διαμεσολάβησης με καθεστώς ελεύθερης εγκατάστασης ή ελεύθερης παροχής υπηρεσιών,
- τον καθορισμό ως αρμόδιας αρχής για τη διασφάλιση της εφαρμογής των διατάξεων σχετικά με την ασφαλιστική και αντασφαλιστική διαμεσολάβηση της Επιτροπής Εποπτείας Ιδιωτικής Ασφάλισης, και τις προϋποθέσεις ανταλλαγής πληροφοριών μεταξύ των αρμοδίων αρχών,
- τις κυρώσεις που επιβάλλονται σε περίπτωση μη εγγραφής στο μητρώο,
- το δικαίωμα υποβολής έγγραφων καταγγελιών κάθε ενδιαφερομένου στην αρμόδια εποπτική αρχή κατά ασφαλιστικού ή αντασφαλιστικού διαμεσολαβητή για παραβάσεις των διατάξεων σχετικά με την εκ μέρους τους άσκηση διαμεσολάβησης, και

- τις πληροφορίες που πρέπει να παρέχει ο παρέχων ασφαλιστική ή αντασφαλιστική διαμεσολάβηση στον πελάτη και τον τρόπο παροχής τους.

3.4. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΟΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Μολονότι στην Ελλάδα η προώθηση των ασφαλιστικών προϊόντων μέσα από τραπεζικά δίκτυα ξεκίνησε με κάποια καθυστέρηση σε σχέση με την υπόλοιπη Ευρώπη, τα τελευταία χρόνια αναπτύσσεται με ταχύτατο ρυθμό. Οι τράπεζες έχουν καταλάβει τα σημαντικά περιθώρια που υπάρχουν και αξιοποιούν συστηματικά και με επιτυχία τις δυνατότητες ανάπτυξης σταυροειδών πωλήσεων ασφαλιστικών προϊόντων. Με αποτέλεσμα μέσα σε χρονικό διάστημα μικρότερο από μία δεκαετία, τα ασφάλιστρα των προϊόντων ζωής που προωθούνται από τραπεζικά δίκτυα, ξεκινώντας από μονοψήφιο ποσοστό, να υπερβαίνουν σήμερα κατ' εκτίμηση το 40% του συνόλου των ασφαλιστρών του κλάδου (Χατζηνικολάου, 2012).

Σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες έχει παρατηρηθεί η ραγδαία ανάπτυξη των τραπεζοασφαλειών, εκτός από την ελληνική αγορά. Ειδικά στις χώρες της νότιας Ευρώπης, η δυναμική του bancassurance είναι τέτοια, ώστε τα ασφάλιστρα που προέρχονται από τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα φθάνουν μέχρι και το 90% των συνολικών ασφαλιστρών του κλάδου ζωής. Να σημειωθεί ότι η ελληνική αγορά έχει πολλά κοινά με τις αγορές των χωρών αυτών.

Η μεγάλη αποδοχή των τραπεζοασφαλειών από τους καταναλωτές και η επαγόμενη επιτυχημένη πορεία τους οφείλεται σε πολλούς παράγοντες. Από τους οποίους ο βασικότερος, είναι ο υψηλός βαθμός αξιοπιστίας των τραπεζών στη συνείδηση του καταναλωτή. Επειδή το ίδιο το ασφαλιστικό προϊόν βασίζεται στην εμπιστοσύνη, είναι απόλυτα λογικό να προωθείται ευκολότερα από οργανισμούς με μεγάλη οικονομική ισχύ και αδιαμφισβήτητη φερεγγυότητα, όπως είναι οι τράπεζες.

Τόσο τα ασφαλιστικά προϊόντα που είναι συμπληρωματικά τραπεζικών προϊόντων, όπως είναι οι ασφαλίσσεις δανειοληπτών, όσο και προϊόντα που προωθούνται ανεξάρτητα, με κυριότερο παράδειγμα τα συνταξιοδοτικά, είναι κάποια από τα τραπεζικά δίκτυα που προωθούνται σήμερα. Ο δεύτερος σημαντικός παράγοντας για την επιτυχία του bancassurance είναι η συμβατότητα του ασφαλιστικού προϊόντος με την τραπεζική εργασία. Όταν μιλάμε για τα συμπληρωματικά προϊόντα, η απόκτηση του

τραπεζικού προϊόντος δημιουργεί άμεσα μία ανάγκη που καλύπτεται από το ασφαλιστικό, όπως, για παράδειγμα, η ασφάλιση ζωής ενός δανειολήπτη προκύπτει από την αυτονόητη ανάγκη να μη μεταφερθεί η υποχρέωση στους οικείους του σε περίπτωση θανάτου. Αλλά και στην περίπτωση ανεξάρτητης προώθησης ενός τραπεζοασφαλιστικού προϊόντος, η συμβατότητά του με την τραπεζική εργασία παίζει σημαντικό ρόλο. Για παράδειγμα, τα συνταξιοδοτικά προγράμματα στην ουσία τους είναι προγράμματα μακροχρόνιας αποταμίευσης, μιας κατεξοχήν τραπεζικής εργασίας.

3.5. ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ BANCASSURANCE ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Σημαντική ανάπτυξη του θεσμού του bancassurance στην Ελλάδα παρατηρείται τα πέντε τελευταία χρόνια. Υπολογίζεται ότι στον κλάδο ζωής έχει ήδη ξεπεράσει σε μερίδιο αγοράς το 40%, ενώ προβλέπεται ότι μέχρι το 2015 θα αγγίξει το 60-70%. Η ραγδαία ανάπτυξη του bancassurance, μετά από δεκαετίες στασιμότητας, οφείλεται στα εξής (σχήμα 3.1) (Κοσκοσάς, 2012):

- Στην ισχυροποίηση του τραπεζικού συστήματος στη χώρα μας, που, εκτός της Ελλάδας, έχει ήδη επεκτείνει τις δραστηριότητές του και στην ευρύτερη γεωγραφική περιοχή (βαλκανικές χώρες, Τουρκία, Αίγυπτο, Πολωνία, Ουκρανία, Ρωσία κ.λπ.).
- Στην αναγνώριση από την πλευρά των τραπεζών ότι στο πλαίσιο του cross-selling μπορούν με αποτελεσματικό τρόπο να προωθούν ασφαλιστικά προϊόντα, κυρίως ζωής.
- Στο υψηλό κόστος λειτουργίας των παραδοσιακών καναλιών διανομής.
- Στην κάμψη που εμφάνισε πρόσφατα η αναπτυξιακή πορεία της ελληνικής ασφαλιστικής αγοράς.



Σχήμα 3.1: Οι λόγοι της ραγδαίας ανάπτυξης του bancassurance.

Πηγή: Κοσκοσάς Ι., 2012

Τα προτερήματα του bancassurance φάνηκαν πολύ σύντομα. Τα κυριότερα εκ των οποίων είναι (σχήμα 3.2) (Κοσκοσάς, 2012):

- Η δυνατότητα «εύκολης» προώθησης ασφαλιστικών προϊόντων μέσα από το οργανωμένο και συνήθως πολυάριθμο τραπεζικό δίκτυο.
- Η ευκολότερη αποδοχή του προϊόντος, σε ορισμένες περιπτώσεις, από τους πελάτες, λόγω του κύρους και της αξιοπιστίας του τραπεζικού συστήματος.
- Το χαμηλότερο κόστος του προϊόντος, λόγω της χρησιμοποίησης των καταστημάτων ως σημείων πώλησης.



Σχήμα 3.2: Τα προτερήματα του bancassurance.

Πηγή: Κοσκοσάς Ι., 2012.

Χαρακτηριστικό της πορείας του θεσμού τα τελευταία χρόνια στη χώρα μας είναι το γεγονός ότι από τις 90 ασφαλιστικές εταιρείες που λειτουργούν σήμερα, 26 τουλάχιστον από αυτές δραστηριοποιούνται στο bancassurance. Από αυτές, οι 13 δραστηριοποιούνται μόνο στους γενικούς κλάδους, ενώ οι υπόλοιπες 13 και στον κλάδο ζωής. Επίσης, οι 14 είναι θυγατρικές τραπεζών και οι υπόλοιπες 12 έχουν συνάψει συμβάσεις συνεργασίας με τράπεζες.

Στον κλάδο ζωής παρατηρείται η πιο σημαντική ανάπτυξη του bancassurance, όπου η αύξηση των μεγεθών τα τελευταία 5 χρόνια είναι εντυπωσιακή.

- Έχουν εξαπλασιαστεί τα ασφάλιστρα bancassurance ζωής την πενταετία από το 2008 έως το 2013, ενώ τα συνολικά ασφάλιστρα της αγοράς έχουν αυξηθεί μόνο κατά 70,7% στο διάστημα αυτό.
- Έχει αυξηθεί σημαντικά το μερίδιο αγοράς του bancassurance την τελευταία πενταετία, από 9,4% το 2008 στο 38,3% το 2013, και εκτιμάται ότι ήδη έχει ξεπεράσει το 45% της αγοράς.
- Σε σχέση με το προηγούμενο έτος παρατηρήθηκε το 2013 ταχύτερη αύξηση του μεριδίου του bancassurance, οπότε αυξήθηκε κατά 64,9% σε σχέση με το 2012 και το 2014 (1^ο τρίμηνο εργασιών), οπότε αυξήθηκε κατά 58,7% σε σχέση με το 2013. Οι ταχύτερες αυτές αυξήσεις οφείλονται στην έναρξη διάθεσης από τις τράπεζες των προϊόντων εφάπαξ unit linked.

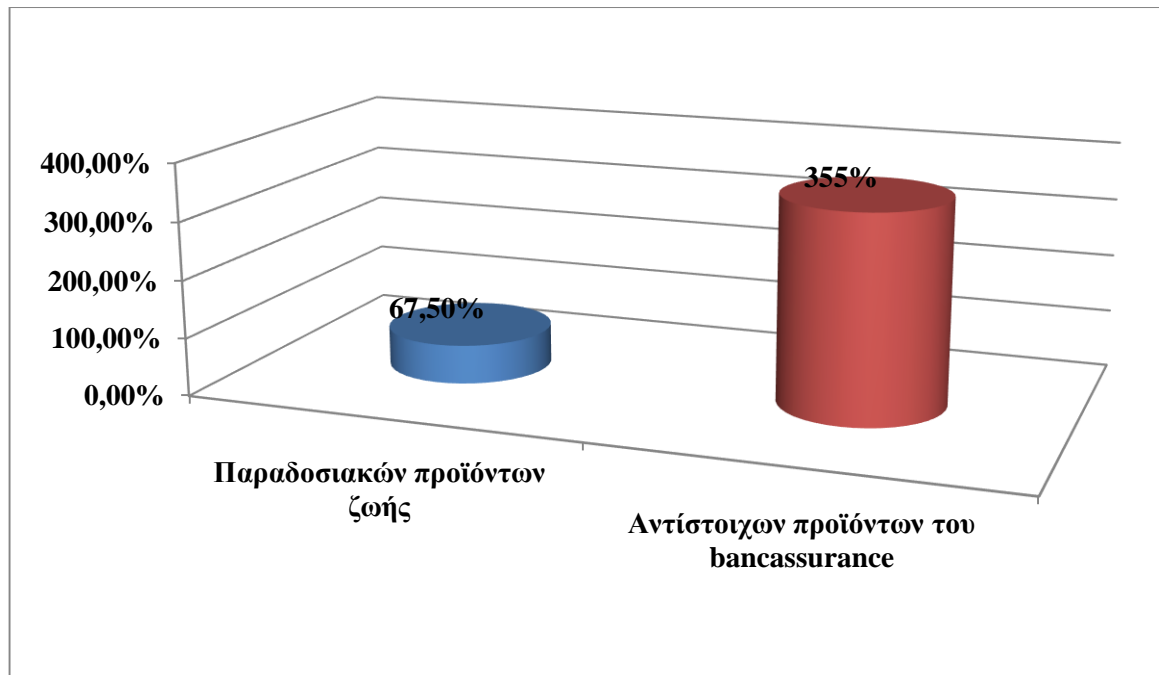
Ακόμα και στα κλασσικά προϊόντα ζωής το μερίδιο αγοράς του bancassurance είναι εντυπωσιακά υψηλό.

- ✓ Το 2013 το μερίδιο αγοράς του bancassurance ήταν περίπου 45,1% ενώ το 2012 ήταν 10,3%.
- ✓ Τα τελευταία 5 χρόνια, ενώ το χαρτοφυλάκιο των παραδοσιακών προϊόντων ζωής αυξήθηκε κατά 67,5%, τα ασφάλιστρα των αντίστοιχων προϊόντων του bancassurance αυξήθηκαν κατά 355% περίπου (πίνακας 3.2 και το αντίστοιχο διάγραμμα 3.2).

Πίνακας 3.2: Σύγκριση αύξησης χαρτοφυλακίου Παραδοσιακών προϊόντων ζωής και αντίστοιχων προϊόντων του bancassurance τα τελευταία 5 χρόνια.

Αύξηση χαρτοφυλακίου ασφαλειών τα τελευταία 5 χρόνια	
Παραδοσιακών προϊόντων ζωής	Αντίστοιχων προϊόντων του bancassurance
67,5%	355%

Πηγή: Κοσκοσάς Ι., 2012



Διάγραμμα 3.2: Σύγκριση αύξησης χαρτοφυλακίου Παραδοσιακών προϊόντων ζωής και αντίστοιχων προϊόντων του bancassurance τα τελευταία 5 χρόνια.

Πηγή: Κοσκοσάς Ι., 2012

Λόγω του μεγάλου αριθμού των προϊόντων που διατίθενται, δυστυχώς δεν μπορούν να συγκεντρωθούν αξιόπιστα στοιχεία σε ό, τι αφορά το bancassurance γενικών ασφαλίσεων. Τα τελευταία χρόνια έχουν γιγαντωθεί τα ασφάλιστρα αλλά και το μερίδιο αγοράς, ιδιαίτερα του κλάδου περιουσίας, λόγω του μεγάλου όγκου των στεγαστικών δανείων, για τα οποία οι τράπεζες ζητούν ασφαλιστήρια συμβόλαια πυρός. Το bancassurance έχει αποκτήσει σημαντικό μερίδιο αγοράς και στον κλάδο αυτοκινήτων, λόγω του leasing και της εν γένει χρηματοδότησης της αγοράς των αυτοκινήτων, όπως και του κλάδου τεχνικών ασφαλίσεων, λόγω της αύξησης των επιχειρηματικών δανείων.

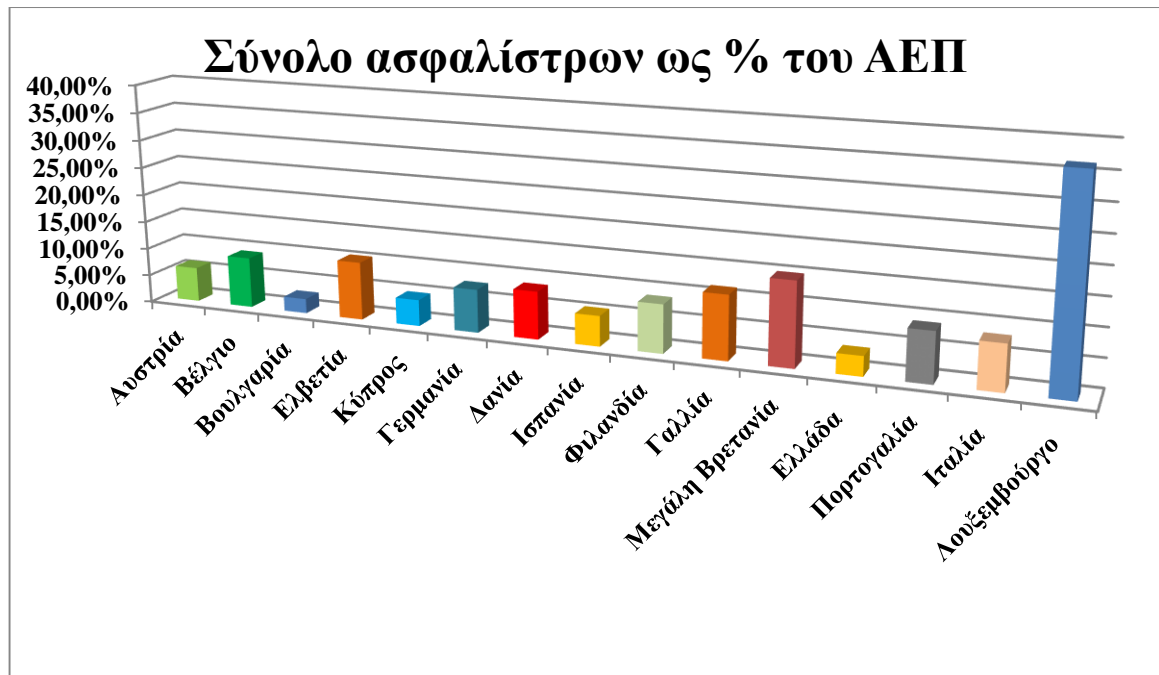
Από το 2006 έχουν τριπλασιαστεί τόσο τα στεγαστικά δάνεια όσο και τα παντός τύπου δάνεια λιανικής τραπεζικής μέχρι το 2010, από την έναρξη της οικονομικής κρίσης όλων των τύπων τα δάνεια έχουν παγιωθεί. Εκτιμάται ότι στους γενικούς κλάδους το bancassurance κατέχει άμεσα ποσοστό άνω του 20%. Το ποσοστό αυτό πρέπει να προσεγγίζει το 25-30%, αν ληφθούν υπόψη και οι ασφαλίσεις που πραγματοποιούνται με την επιρροή των τραπεζών.

Κατά την πρώτη δεκαετία του 21^{ου} αιώνα, η διείσδυση των ασφαλειών στην ελληνική οικονομία (ασφάλειες ως ποσοστό του ΑΕΠ) παραμένει, όχι μόνο πολύ χαμηλότερη του ευρωπαϊκού μέσου όρου, αλλά και σε επίπεδα χαμηλότερα χωρών με μικρότερο κατά κεφαλήν εισόδημα από την Ελλάδα (Βουλγαρία, Τσεχία, Κροατία, Σλοβακία κ.ά. - πίνακας 3.3). Λογικό λοιπόν ήταν το bancassurance να παραμείνει σχεδόν ανύπαρκτο. Για παράδειγμα, ενώ σε ασφαλιστικές αγορές όπως η Ιταλική, το bancassurance, έχοντας διανύσει περίοδο μεγάλης άνθησης έχει σταθεροποιηθεί στο 60-65% της νέας παραγωγής ζωής, στην Ελλάδα άρχισε να εξελίσσεται μόλις τα τελευταία 10 χρόνια (Κοσκοσάς, 2012).

Πίνακας 3.3: Οι ασφάλειες ως ποσοστό του ΑΕΠ σε μερικές ευρωπαϊκές χώρες.

Ευρωπαϊκή χώρα	Σύνολο ασφαλιστρών ως % του ΑΕΠ
Αυστρία	6,2%
Βέλγιο	9,1%
Βουλγαρία	2,6%
Ελβετία	10,4%
Κύπρος	4,7%
Γερμανία	7,7%
Δανία	8,5%
Ισπανία	5,4%
Φιλανδία	8,6%
Γαλλία	11,4%
Μεγάλη Βρετανία	14,9%
Ελλάδα	3,5%
Πορτογαλία	8,9%
Ιταλία	8,1%
Λουξεμβούργο	36,5%

Πηγή: Κοσκοσάς Ι., 2012



Διάγραμμα 3.3: Οι ασφάλειες ως ποσοστό του ΑΕΠ σε μερικές ευρωπαϊκές χώρες.

Πηγή: Κοσκοσάς Ι., 2012

Όπως παρατηρείται από τον πίνακα 3.4 και το αντίστοιχο διάγραμμα 3.4, η ανάπτυξη των πωλήσεων ασφαλειών προερχόμενες αποκλειστικά από bancassurance είναι εντυπωσιακή με μια μικρή πτώση του κύκλου εργασιών κατά την περίοδο της οικονομικής κρίσης αλλά και λόγω της επιβράδυνσης των πωλήσεων εφάπαξ unit linked⁹. Η εντεινόμενη ενεργοποίηση νέων μεγάλων συμπράξεων τραπεζών αναμένεται ότι θα φέρει μέχρι το 2020 σε επίπεδα διείσδυσης του bancassurance πολύ πάνω από τον ευρωπαϊκό μέσο όρο, αυξάνοντας ταυτόχρονα τη διείσδυση των ασφαλειών στο ελληνικό ΑΕΠ (έργο, Η Ένωση Ασφαλιστικών Εταιριών Ελλάδος (ΕΑΕΕ)).

⁹ Το unit linked ασφαλιστήριο συμβόλαιο, συνδέει την ασφάλιση με την επένδυση σε αμοιβαίο κεφάλαιο. Πρόκειται για έναν τύπο ασφαλιστηρίου συμβολαίου το οποίο χωρίζεται σε δύο μέρη: στο ασφαλιστικό, όπου οι καλύψεις και οι παροχές είναι εγγυημένες, δηλαδή αποζημιώσεις σε περιπτώσεις θανάτου και ανικανότητας· και στο επενδυτικό, το οποίο καθορίζεται κατόπιν επιλογής του ασφαλιζομένου, του οποίου οι παροχές, δηλαδή οι εξαγορές και τα δάνεια επί του ασφαλιστηρίου, δεν είναι εγγυημένες.

Πίνακας 3.4: Πωλήσεις προερχόμενες αποκλειστικά από το bancassurance (επί συνόλου Ασφαλειών Ζωής).

Πωλήσεις προερχόμενες αποκλειστικά από το bancassurance (επί συνόλου Ασφαλειών Ζωής)				
	2008	2009	2013	2014 (πρόβλεψη)
Εκατ. €	680	750	740	720
% επί της συνολικής αγοράς Ασφαλειών Ζωής	28%	35%	42%	48%

Πηγή: <http://www.eaee.gr/cms/uploads/grmark-iv-gr.pdf>, Η Ένωση Ασφαλιστικών Εταιριών Ελλάδος (ΕΑΕΕ), 2014.

Για αυτό το λόγο, είναι φυσικό οι περισσότερες πωλήσεις bancassurance να χαρακτηρίζονται από προϊόντα χαμηλού ασφαλιστικού ρίσκου με μεγάλη επενδυτική διάσταση, τα οποία πωλούνται κυρίως υπό τη μορφή εφάπαξ καταβολών. Πιστεύεται πως στα επόμενα λίγα χρόνια και οι δύο αυτές τάσεις θα εξισορροπήσουν υπέρ προϊόντων με μεγαλύτερη περιεκτικότητα σε ασφαλιστικό ρίσκο, αλλά και με περιοδικές καταβολές.

3.6. ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ

Η έλλειψη ασφαλιστικής συνείδησης των καταναλωτών χαρακτηρίζει την ασφαλιστική αγορά. Το ότι υπάρχουν πιστοποιημένοι εξειδικευμένοι υπάλληλοι στο τραπεζικό υποκατάστημα λειτουργεί κυρίως ψυχολογικά για τον πελάτη και σε συνεργασία με την αξιοπιστία που κατέχουν οι τραπεζικοί οργανισμοί στο μυαλό του καταναλωτή, διευκολύνουν τους πελάτες-καταναλωτές να συνειδητοποιήσουν τη χρησιμότητα και την αναγκαιότητα της ασφάλισης. (Συνήγορος του Καταναλωτή, 2014).

Οι ίδιες οι τράπεζες και οι φορείς του χρηματοπιστωτικού συστήματος αναλαμβάνουν πρωτοβουλίες σε θέματα ενημέρωσης του καταναλωτή για τα δανειακά προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρουν οι τράπεζες, αλλά και ειδικότερα για την καλλιέργεια νοοτροπίας συνειδητής επιλογής τους. Στόχος τους είναι οι πολίτες, όχι μόνο να γνωρίζουν τα προϊόντα, αλλά και να στηρίζουν την επιλογή τους στην ενδεδειγμένη έρευνα της αγοράς πριν από κάθε απόφαση.

Αυτές οι πρωτοβουλίες συμβάλλουν στην ομαλή λειτουργία της αγοράς, γιατί έτσι ωφελούνται τόσο τα τραπεζικά ιδρύματα όσο και οι καταναλωτές. Ο σωστά καταναλωτής που είναι κατάλληλα ενημερωμένος, προσφεύγοντας στην έρευνα αγοράς, λειτουργεί σαν μοχλός πίεσης ώστε τα προσφερόμενα τραπεζικά προϊόντα να βελτιώνονται ποιοτικά και να είναι σωστά κοστολογημένα. Επίσης, ενημερώνεται για τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις του, ώστε να μπορεί να συναλλάσσεται με τις τράπεζες σε ένα περιβάλλον που, αμφίπλευρα διασφαλίζει, την ομαλή ολοκλήρωση της χρηματοδότησης.

3.6.1. Καταναλωτική συμπεριφορά

Οι καταναλωτές είναι σε πλεονεκτική θέση, λόγω του εύρους των τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών και των πολλαπλών και εξειδικευμένων δικτύων εξυπηρέτησης που παρέχονται από τις τράπεζες διευκολύνοντας τη δημιουργία ενός ανταγωνιστικού περιβάλλοντος. Οι πελάτες των τραπεζών έχουν πολλές επιλογές, ώστε να μπορούν να διασφαλίζουν συμφέροντες όρους δανεισμού για τις ανάγκες τους, αλλά και να συγκρίνουν τις υπηρεσίες σε όλα τα επίπεδα.

Το υπόβαθρο για την ανάπτυξη υγιούς ανταγωνισμού αποτελούν ασφαλώς ο συνεχής εκσυγχρονισμός του τεχνολογικού εξοπλισμού των τραπεζών, το εκτεταμένο δίκτυο των υποκαταστημάτων τους, τα εναλλακτικά δίκτυα διανομής, η εθελοντική υιοθέτηση ενός κώδικα δεοντολογίας για τη διαφημιστική προβολή χρηματοοικονομικών προϊόντων και υπηρεσιών και θεσμικοί φορείς, όπως ο Μεσολαβητής Τραπεζικών - Επενδυτικών Υπηρεσιών (ΜΤΕΥ) και ο Τειρεσίας. Κινητήρια όμως δύναμη για την αποδοτική λειτουργία του είναι ο ενημερωμένος καταναλωτής, αυτός που γνωρίζει επακριβώς τις ανάγκες του, έχει αξιολογήσει τις δυνατότητές του για προσφυγή στον τραπεζικό δανεισμό, γνωρίζει να αξιοποιεί τους θεσμικούς φορείς και κυρίως διαθέτει το χρόνο να ερευνήσει και να επιλέξει την καλύτερη γι' αυτόν προσφορά.

Από μελέτες και έρευνες προκύπτει ότι οι καταναλωτές διαμορφώνουν σταδιακά μια νέα καταναλωτική κουλτούρα που θα ενισχύσει τον υγιή ανταγωνισμό, το μόνο ασφαλή δρόμο για τη σωστή εξυπηρέτηση των συμφερόντων τους. (Συνήγορος του Καταναλωτή, 2014).

3.6.2. Καταναλωτής και αγορά τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων

Σε κάθε χρηματοοικονομική συνδιαλλαγή, ο καταναλωτής έχει την απλή και ουσιαστική ευθύνη τού να καταλαβαίνει τι αγοράζει, να διαβάζει τα έντυπα που του δίνονται και να μην ακούει μόνο αυτά που θέλει να ακούσει. Με τη βοήθεια ενός καταρτισμένου τραπεζοασφαλιστικού συμβούλου, είναι σημαντικό να αντιλαμβάνεται τι θέση και ρόλο έχει το ασφαλιστικό προϊόν στο ευρύτερο χαρτοφυλάκιο του. Αξίζει να σημειωθεί ιδιαίτερα η διαφορά του ασφαλιστικού επενδυτικού (π.χ. συνταξιοδοτικού) προϊόντος με αυτό του μακροπρόθεσμου αμιγώς επενδυτικού προϊόντος. Τόσο η σχέση κόστους/ωφέλειας όσο και ο βαθμός ρίσκου (risk profile) αυτών των δύο κατηγοριών προϊόντων έχουν σημαντικότερες διαφορές που συχνά αγνοούνται διότι φαινομενικά οι ομοιότητες είναι ισχυρές.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

BANCASSURANCE: ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ

4.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το bancassurance επανέρχεται στο προσκήνιο με νέους όρους, ύστερα από την ανατροπή των σχέσεων τραπεζών και ασφαλιστικών επιχειρήσεων που προκάλεσε η χρηματοοικονομική κρίση. Οι τραπεζοασφάλειες, ως ένα εναλλακτικό σημείο διανομής, εξακολουθούν να βρίσκονται στο επίκεντρο της πολιτικής των πιστωτικών ομίλων, αλλά το μέλλον των τραπεζών και των ασφαλιστικών επιχειρήσεων, καθοδηγείται πλέον από τους νέους κανόνες εποπτείας του χρηματοοικονομικού συστήματος, που αποτελεί πλέον μια πραγματικότητα (Toeman, Down, & De Winton, 2010).

Οι διεθνείς τάσεις υπαγορεύουν τις εξελίξεις και στη χώρα μας, που οδηγούνται μέσα από το διαχωρισμό των ασφαλιστικών και των τραπεζικών δραστηριοτήτων. Την αρχή έκανε ο γερμανικός όμιλος της Allianz, πωλώντας, στο τέλος του 2008, τη Dresdner Bank. Στη συνέχεια, ακολούθησε η απόφαση του ολλανδικού ομίλου της ING, για το διαχωρισμό της ασφαλιστικής δραστηριότητας από την τραπεζική και την πώληση της πρώτης, ενώ σε ανάλογες κινήσεις μικρότερης εμβέλειας προχώρησαν όμιλοι όπως η Erste και η OTP.

Ο διαχωρισμός αυτός, που σε αρκετές περιπτώσεις επιβλήθηκε από το κράτος, είχε ως στόχο την αναδιάρθρωση των στοιχείων του ενεργητικού των μεγάλων χρηματοοικονομικών ομίλων που επλήγησαν από την κρίση, αλλά και την απελευθέρωση κεφαλαίων. Όσα ακολούθησαν επανέφεραν τη συζήτηση για το μέλλον ασφαλιστικού και τραπεζικού τομέα, εντείνοντας τον προβληματισμό για τις σχέσεις των δύο βασικών πυλώνων του χρηματοοικονομικού συστήματος. (Toeman, et al., 2010)

4.2. BANCASSURANCE ΚΑΙ Η ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ

Η χρηματοοικονομική κρίση προκάλεσε επιπτώσεις στην παγκόσμια βιομηχανία του bancassurance και όχι μόνο σε επίπεδο κεφαλαιακών απαιτήσεων. Οι επιπτώσεις αποτυπώθηκαν επίσης σε όρους εργασιών στο βαθμό που η περιορισμένη ρευστότητα που έπληξε το τραπεζικό σύστημα οδήγησε σε δραματική πτώση των τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων. Δεδομένου της ανάγκης άντλησης ρευστότητας, οι τράπεζες έστρεψαν την προσοχή τους στην διάθεση αμιγώς τραπεζικών προϊόντων, στρέφοντας το ενδιαφέρον τους από την αγορά των τραπεζοασφαλειών, ενώ, ταυτόχρονα, η πτώση της ζήτησης για δάνεια επηρέασε αρνητικά τις ασφαλίσειες δανείων για την αγορά κατοικίας ή τις προσωπικές ασφαλίσειες (Soifer, 2009).

Παρά τα όσα συμβαίνουν, όμως, το δίκτυο των τραπεζών εξακολουθεί να αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα κανάλια διανομής σε αρκετές ευρωπαϊκές χώρες¹⁰.

Στην Ελλάδα το μερίδιο συμμετοχής του bancassurance στο σύνολο της ασφαλιστικής παραγωγής υπολογίζεται ότι πλησιάζει το 40% και περιλαμβάνει τόσο τη δραστηριότητα των αποταμιευτικών προγραμμάτων τύπου single premium όσο και τη διανομή προϊόντων περιοδικών καταβολών.

Στη συνολική παραγωγή του bancassurance, το μερίδιο της αγοράς της ασφάλισης των δανείων υπολογίζεται σε ποσοστό της τάξης του 38%, με την ασφάλιση κατοικίας να έχει το πρώτο λόγο και την ασφάλιση του δανειολήπτη να ακολουθεί, ενώ σταδιακή ανάπτυξη γνωρίζει και η ασφάλιση των καταναλωτικών δανείων, παρά την υποτονική ζήτηση που εμφανίζει η αγορά της καταναλωτικής πίστης. Επίσης, τα προγράμματα υγείας μέσω των απλών λογαριασμών ταμιευτηρίου αποτελούν ένα σχετικά νέο ασφαλιστικό προϊόν, που προωθούνται μέσω των τραπεζικών δικτύων, διεκδικώντας μερίδιο στην πίτα του bancassurance, ενώ ισχυρές προοπτικές ανάπτυξης εκτιμάται ότι έχει και ο κλάδος των γενικών ασφαλίσεων, η βαρύτητα του οποίου στο σύνολο της αγοράς είναι προς το παρόν περιορισμένη στη χώρα μας.

Ο όμιλος της Efg Eurobank, μέσω της Eurolife Ασφαλιστικής, καθιερώθηκε για πολλά χρόνια ως ο απόλυτος ηγέτης του κλάδου, επειδή τοποθετήθηκε εγκαίρως στην

¹⁰ Μεταξύ των οποίων η Πορτογαλία, η Ισπανία και η Γαλλία, με μερίδιο που ξεπερνά το 60%, ενώ με υψηλά ποσοστά ήταν επίσης η Αυστρία, η Ιταλία, η Πολωνία, αλλά και η Τουρκία.

αγορά και προώθησε τα πρώτα χρόνια της σύστασής της, αποκλειστικά το μοντέλο της διανομής τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων μέσα από το δίκτυο της τράπεζας. Επίσης, η Εθνική Ασφαλιστική, διεύρυνε σταδιακά το μερίδιό της, ενώ ισχυρό παίκτη αποτελεί η Εμπορική Life, αλλά και ο όμιλος της τράπεζας Πειραιώς μέσα από τη συνεργασία της με τον όμιλο της ING, η Victoria με την Ευρωπαϊκή Πίστη, η Αχα Ασφαλιστική μέσα από την συνεργασία της με την Alpha Bank, η Αγροτική τράπεζα μέσω της Αγροτικής Ασφαλιστικής και η τράπεζα Κύπρου μέσω της Κύπρου Ασφαλιστικής.

Ακολουθούν με τη σειρά τους ισχυροί όμιλοι όπως η Alico μέσω της συνεργασίας της με τη Citibank, η Allianz μέσω της HSBC, η Generali μέσω της συνεργασίας της με την τράπεζα Αττικής, η Marfin Bank μέσω της CNP Assurance και η Interamerican μέσω της Millenium, αλλά και την προσπάθεια διεύρυνσης των συνεργασιών της που επιχειρεί.

Το επικρατέστερο μοντέλο για την ανάπτυξη της αγοράς των τραπεζοασφαλειών στη χώρα μας είναι αυτό της διασύνδεσης των δύο κλάδων μέσα από τη μετοχική σχέση της ασφαλιστικής εταιρείας και της τράπεζας. Συγκεκριμένα το μοντέλο αυτό έχει εφαρμοστεί με επιτυχία στην περίπτωση της Efg Eurobank, εξασφαλίζοντας στον μητρικό όμιλο σταθερά έσοδα και υψηλή κερδοφορία επί σειρά ετών. Σήμερα η τράπεζα συνεχίζει να φέρνει το 40% της νέας παραγωγής της Efg Eurolife Ασφαλιστικής, ενώ συνολικά οι εργασίες από τραπεζοασφαλιστικά προγράμματα ανέρχονται στα 150 εκατ. ευρώ στο σύνολο των 265 εκατ. ευρώ της παραγωγής ζωής.

Ο όμιλος της Εθνικής τράπεζας εμφανίζει αντίστοιχες προοπτικές μέσω της Εθνικής Ασφαλιστικής, που δραστηριοποιείται στη σχετική αγορά με έμφαση τα τρία τελευταία χρόνια, έχοντας επιτύχει τη διεξόδου του bancassurance σε ποσοστό 25% των συνολικών της εργασιών. Σημαντική είναι η ανάπτυξη της Εμπορική Life μέσω του δικτύου της Εμπορικής τράπεζας, επιτυγχάνοντας αύξηση του μεριδίου αγοράς στο 10,9%, ενώ άνοδο σημείωσε και η παραγωγή της τράπεζας Πειραιώς, μέσω των συνεργασιών που έχει αναπτύξει με την ING, τη Victoria και την Ευρωπαϊκή Πίστη.

Η Ελλάδα δεν θα μπορούσε να εξαιρεθεί από τον ευρύτερο προβληματισμό που διατυπώνεται σε διεθνές επίπεδο για το μέλλον του ασφαλιστικού και τραπεζικού τομέα. Παρά το γεγονός ότι η σημαντικότερη κίνηση απόσχισης των δύο κλάδων, που εκδηλώθηκε πριν από δύο περίπου χρόνια, μέσα από την πρωτοβουλία πώλησης της

μεγαλύτερης εταιρείας της χώρας, της Εθνικής Ασφαλιστικής αναβλήθηκε, αρκετοί είναι εκείνοι που θεωρούν ότι δεν ματαιώθηκε.

Η συζήτηση επανέρχεται έντονα με αφορμή τις κεφαλαιακές ανάγκες των τραπεζικών ομίλων και στο επίκεντρο τίθεται το μέλλον της Αγροτικής Ασφαλιστικής ενόψει της απαιτούμενης αύξησης του μετοχικού κεφαλαίου της Αγροτικής τράπεζας. Ο συζητούμενος διαχωρισμός των δύο δραστηριοτήτων θα κριθεί ενόψει των αναγκών και παρά το γεγονός ότι όλα συνηγορούν υπέρ μιας πιο ξεκάθαρης μετοχικής σχέσης, κανείς δεν αμφισβητεί ότι η ισχυρή συμπληρωματικότητα του τραπεζικού και του ασφαλιστικού δικτύου, θα αποτελέσει βαρόμετρο για τις μελλοντικές αποφάσεις.

4.3. BANCASSURANCE ΚΑΙ ΚΑΝΑΛΙΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ

Η συζήτηση για το bancassurance αφορά τόσο τον ασφαλιστή όσο και τον τραπεζίτη και καλύπτει τα ακόλουθα θέματα (σχήμα 4.1) (Συλλιγάρδος & Σχοινιωτάκης, Σύγχρονη Χρηματοπιστωτική Διοίκηση, 2012):

- Τα ασφαλιστικά προϊόντα. Δηλαδή ποιες είναι οι αποδεδειγμένες και ποιες οι αναδυόμενες γραμμές παραγωγής.
- Η διανομή της Τράπεζας. Δηλαδή ποιες μεθόδους διανομής χρησιμοποιούν οι τράπεζες για την πώληση ασφαλειών και γιατί.
- Η κάλυψη των αναγκών των πελατών και των προϊόντων. Δηλαδή ποια είναι η βέλτιστη αντιστοίχιση για το μέγιστο κέρδος.
- Τα κέρδη των ρυθμίσεων. Δηλαδή ποιοι διαφορετικοί τύποι κερδών είναι σε χρήση μεταξύ τραπεζών και ασφαλιστικών εταιρειών και πώς έχουν εξελιχθεί.



Σχήμα 4.1: Θεματολογία των bancassurances.

Πηγή: Συλλιγάρδος Ν. –Σχοινιωτάκης Γ., 2012

Ένας νέος τύπος θεώρησης για το bancassurance αφορά στο συνδυασμό των λέξεων συνεργασία και ανταγωνισμός. Πρόκειται για κάτι συμβολικό, επειδή οι ασφαλιστικές εταιρείες έχουν προφανώς πολλά κοινά με τις τράπεζες, αλλά υπάρχει και ένας υποβόσκων ανταγωνισμός για παρόμοιους πελάτες. Από τη μία πλευρά, υπάρχουν τράπεζες και πιστωτικές ενώσεις, και από την άλλη πλευρά, υπάρχουν οι ασφαλιστές.

Το Bancassurance περιλαμβάνει όλους τους τύπους ασφάλισης. Δηλαδή, ασφάλειες ζωής, υγείας, αλλά και ιδιοκτησίας ή ατυχήματος. Επίσης, ασφάλειες τίτλων και ιδιωτική ασφάλιση ενυπόθηκων δανείων. Έτσι, υπάρχει πραγματικά ένα ευρύ φάσμα ασφαλιστικών προϊόντων.

Το Bancassurance για μια ασφαλιστική εταιρεία παρέχει ένα πρόσθετο κανάλι διανομής, αλλά πιο σημαντικό είναι ότι παρέχει ένα κανάλι εμπιστοσύνης με τον πελάτη αφού υπάρχει πολύ συχνή επαφή. Υπάρχει, επίσης, το θέμα της βελτίωσης της δυναμικής τιμολόγησης από την άποψη της ασφαλιστικής εταιρείας, επειδή υπάρχουν πολλές σχέσεις μεταξύ της τράπεζας και του πελάτη, γεγονός που μπορεί να έχει μια πολύ θετική επίδραση στην τιμολόγηση των προϊόντων.

Από τη σκοπιά του τραπεζίτη υπάρχουν ορισμένοι οδηγοί που είναι ανάλογοι με την προοπτική της ασφαλιστικής εταιρείας. Ένας από αυτούς είναι το θέμα των μειωμένων περιθωρίων για τα παραδοσιακά τραπεζικά προϊόντα. Οι τράπεζες αντιμετωπίζουν πίεση και ως εκ τούτου, οι τραπεζίτες αναζητούν επιπλέον τρόπους για να συμπληρώσουν τη μείωση των περιθωρίων τους. Επιπλέον, ψάχνουν τρόπους για την προστασία της πελατειακής τους βάσης. Πρόκειται για μια αμυντική στάση. Οι τράπεζες είναι πολύ ανήσυχες για την κατάργηση των μεσαζόντων από άλλες τράπεζες, αλλά και από ασφαλιστικές εταιρείες, έμπορους και χρηματιστές.

Πολλές τράπεζες παρέχουν μια σειρά από πλήρη χρηματοοικονομικές υπηρεσίες στους πελάτες τους. Οι τραπεζίτες θεωρούν ότι ένας πελάτης δεν θα μπορούσε να έχει μόνο τα παραδοσιακά τραπεζικά προϊόντα, όπως ο έλεγχος, οι αποταμιεύσεις και τα δάνεια, αλλά και μια ποικιλία ασφαλιστικών προϊόντων που θα συμπληρώνουν ορισμένες από αυτές τις συναλλαγές. Η ασφάλιση αυτοκινήτων, για παράδειγμα είναι ένα φυσικό συμπλήρωμα για να πάρει κάποιος ένα δάνειο αυτοκινήτου, όπως η ασφάλεια ιδιοκτησίας σπιτιού για ένα στεγαστικό δάνειο. Αυτά είναι μερικά από τα συμπληρωματικά πλεονεκτήματα.

Ένα μη χρηματοοικονομικό όφελος για την τράπεζα, είναι η παροχή περισσότερων υπηρεσιών στον πελάτη της τράπεζας. Από την άλλη, ένα προφανές όφελος από οικονομική άποψη είναι τα πρόσθετα έσοδα. Αυτό συνδέεται με το θέμα της τράπεζας που προσπαθεί να κάνει τη σχέση της πιο περίπλοκη με τον πελάτη της. Γιατί έχοντας περισσότερες σχέσεις είναι πιο δύσκολο για τον πελάτη να φύγει από την τράπεζα, γεγονός που θα μπορούσε να οδηγήσει σε χαμηλότερα ποσοστά αποστασίας.

Ένα άλλο ενδιαφέρον θέμα είναι τα «τρίγωνα της αγοράς». Κατά τον ορισμό της αγοράς, υπάρχουν τρεις συνιστώσες, τα προϊόντα, ο πελάτης και το κανάλι. Ο πελάτης είναι αυτός που δημιουργεί προφανώς την οικονομική ανάγκη. Το προϊόν στη συνέχεια εκπληρώνει αυτή την ανάγκη και το τελευταίο πράγμα που πρέπει να εξεταστεί είναι πώς θα διοχετεύσει η τράπεζα το προϊόν στον πελάτη. Ο προφανής λόγος που πρέπει να ευθυγραμμιστούν αυτά τα τρία συστατικά είναι η μεγιστοποίηση της κερδοφορίας, για να μεγιστοποιηθεί η διείσδυση των πωλήσεων, καθώς επίσης και η ικανοποίηση του πελάτη.

Η αγορά σταθερών προσόδων εκπροσωπεί τα μεγάλα ποσοστά των πωλήσεων μέσω των τραπεζών, επειδή δεν έχει όλες τις απαιτήσεις ταξινόμησης και τις απαιτήσεις κατάρτισης που υπάρχουν για ένα καταχωρημένο προϊόν. Η τραπεζική πώληση αυτού του προϊόντος έχει αυξηθεί κατά τα τελευταία δύο χρόνια, ωστόσο το προϊόν, γενικά, έχει μειωθεί στις πωλήσεις λόγω του χαμηλού ενδιαφέροντος. Αντίθετα, στον τομέα των μεταβλητών προσόδων, το μερίδιο των τραπεζών έχει αυξηθεί.

Σε ορισμένες ασφάλειες ιδιοκτησίας και ατυχημάτων τα προϊόντα που πωλούνται αποτελούν μια πραγματική ευκαιρία για μια ασφαλιστική εταιρεία, διότι σε ορισμένες περιπτώσεις, οι τράπεζες πραγματικά ψάχνουν για ολόκληρο το πακέτο. Θα ήθελαν να είναι σε θέση να πωλούν μια μεγάλη ποικιλία προϊόντων ζωής, καθώς και περιουσιακών στοιχείων, αλλά και προϊόντα ατυχημάτων. Υπάρχουν ασφαλιστικές εταιρείες που είτε μπορούν να το κάνουν αυτό στο δικό τους οργανισμό, ή που ψάχνουν για κάποιες κοινοπραξίες που θα μπορούσαν να τους επιτρέψουν να προσφέρουν όλο το φάσμα των προϊόντων τους.

Όσον αφορά στην ασφάλιση ζωής, το ποσοστό της συνολικής αγοράς που πωλείται από τις τράπεζες είναι σχετικά μικρό (ίσως περίπου 1-2 %). Οι ετήσιες πρόσοδοι είναι ένα φυσικό βήμα για μια τράπεζα που θέλει να κινηθεί στην πώληση των προσόδων. Η ασφάλιση ζωής, είναι ένα προϊόν λίγο πιο δύσκολο λόγω της θνησιμότητας.

Το άμεσο μάρκετινγκ στο Διαδίκτυο είναι ένας τομέας που οι τράπεζες διερευνούν για τους πελάτες με γνώσεις στους ηλεκτρονικούς υπολογιστές της, οι οποίοι ήδη κάνουν πολλές τραπεζικές συναλλαγές τους μέσω του υπολογιστή, του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και του τηλεφώνου.

Υπάρχουν κάποιες μη παραδοσιακές προσεγγίσεις που θα μπορούσαν να περιλαμβάνουν τη διαχείριση των περιουσιακών στοιχείων σε σταθερές προσόδους των προϊόντων της τράπεζας. Μπορεί να υπάρχουν κάποιες συμφωνίες μεταξύ τράπεζας και ασφαλιστή. Αυτό δεν είναι είδος αντασφάλισης, αλλά μοιράζεται το αποτέλεσμα της εμπειρίας.

Η αντασφάλιση είναι μια άλλη λεωφόρος για συμμετοχή στα κέρδη, αλλά είναι περιορισμένη, εκτός από ορισμένα ιστορικά δικαιώματα για τις τράπεζες, όπως η ασφάλιση πιστώσεων.

4.4. Η ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΟΑΣΦΑΛΕΙΩΝ

Η ευρωπαϊκή προοπτική των τραπεζοασφαλειών τα τελευταία χρόνια έχει αλλάξει δραματικά. Οι εξελίξεις στην αγορά, ιδίως από τις αρχές της δεκαετίας του 1990, ήταν πολύ σημαντικές. Για παράδειγμα, η ανάπτυξη στη Γαλλία υπήρξε απολύτως εκπληκτική. Πριν από μερικά χρόνια, το bancassurance δεν ήταν ένα σημαντικό κανάλι και τώρα υπάρχουν bancassurers που αντιπροσωπεύουν πάνω από το 60 % των νέων ασφαλιστρών. Στην ολλανδική αγορά το bancassurance έχει χαρακτηριστεί από μεγάλες συγχωνεύσεις μεταξύ τραπεζών και ασφαλιστικών εταιρειών. Η ευρωπαϊκή αγορά διαφέρει αρκετά από ότι στις Ηνωμένες Πολιτείες. Για πολλούς ανθρώπους ο όρος bancassurance σημαίνει απλώς τη διανομή των ασφαλιστικών προϊόντων μέσω μιας τράπεζας. Ωστόσο, στην πραγματικότητα, ο ορισμός είναι πολύ ευρύτερος. Περιλαμβάνει πράγματα όπως στρατηγικές συμμαχίες, συγχωνεύσεις μεταξύ των ασφαλιστικών εταιρειών και των τραπεζών, που διακινούνται σε όλη τη διαδρομή για να ενσωματωθούν πλήρως σε εταιρείες παροχής χρηματοοικονομικών υπηρεσιών. (Τράπεζα Πειραιώς, 2014)

Στην ευρωπαϊκή αγορά τα στατιστικά στοιχεία που είναι διαθέσιμα είναι αρκετά περιορισμένα. Στο επίκεντρο είναι οι πελάτες, τα προϊόντα, και τα κανάλια διανομής.

Κατ' αρχάς, μερικές γενικές παρατηρήσεις. Η ανάπτυξη του bancassurance στην ευρωπαϊκή αγορά έχει μεταβληθεί σημαντικά από χώρα σε χώρα. Η ωριμότητα της αγοράς, οι προτιμήσεις των πελατών και οι απαιτήσεις, καθώς και οι ρυθμιστικοί παράγοντες έχουν οδηγήσει σε διαφορετικές μορφές του bancassurance σε ολόκληρη την Ευρώπη. Οι αναδυόμενες αγορές έχουν δείξει επίσης πολύ μεγάλες δυνατότητες. Συνήθως υπάρχουν τεράστια τμήματα σε αυτές τις αγορές που εξυπηρετούνται επαρκώς και οι τράπεζες είναι σε θέση να τα αξιοποιήσουν.

Οι δομές που έχει λάβει το bancassurance είναι διάφορες. Η πρώτη, η οποία είναι πραγματικά το στάδιο προ-bancassurance, είναι η διανομή των προϊόντων από τις τράπεζες στους διάφορους ασφαλιστές. Αυτό έχει κοινή πρακτική στην Ευρώπη για αρκετές δεκαετίες.

Το επόμενο στάδιο της διαρθρωτικής εξέλιξης είναι η ανάπτυξη στρατηγικών συμμαχιών. Η στρατηγική λογική είναι ότι μια συμμαχία διανομής. Οι συμμαχίες αυτές επιτρέπουν το συνδυασμό μάρκετινγκ και άλλων δραστηριοτήτων μεταξύ των εταιρών. Μερικές φορές αυτές οι συμμαχίες έχουν ενισχυθεί με το μερίδιο του κόστους συμμετοχής. Αυτό τείνει να δημιουργήσει πιο οικονομικά κίνητρα για τις προσφορές. Οι συμμαχίες μπορεί να είναι τόσο η διανομή τραπεζικών προϊόντων για την ασφάλιση, καθώς και η διανομή των ασφαλιστικών προϊόντων μέσω των τραπεζών. Η τελευταία μέθοδος διανομής των ασφαλιστικών προϊόντων μέσω των τραπεζών είναι πολύ πιο επιτυχής από ό, τι το αντίστροφο.

Μία από τις δυσκολίες με τις συμμαχίες αυτές έγκειται στον καθορισμό του τρόπου διανομής των κερδών. Επίσης, μπορεί να υπάρχουν δυσκολίες με τις πολιτιστικές διαφορές μεταξύ των εταιρών. Για παράδειγμα, στην αγορά του Ηνωμένου Βασιλείου όταν ξεκινούν οι συμμαχίες, οι τράπεζες δεν επιλέγουν να δημιουργήσουν τις δικές τους ασφαλιστικές εταιρείες. Μια προσέγγιση εκκίνησης από το απόθεμα αναφέρεται ως η πιο επιτυχημένη. Αυτό ισχύει ιδιαίτερα όταν οι τράπεζες έχουν επιτελέσει το καθήκον τους και επιλέγουν τις αγορές-στόχους τους. Μια τέτοια προσέγγιση είναι πιο εύκολο να επιτευχθεί σε μια αγορά όπου η ασφάλιση εξακολουθεί να υπάρχει. Ένα άλλο πλεονέκτημα είναι η οργάνωση τη δομής, έτσι ώστε να αποφεύγονται κάποιες από τις πολιτιστικές διαφορές που συμβαίνουν σε μια συγχώνευση.

Οι συμμαχίες και οι νεοϊδρύμενες επιχειρήσεις τείνουν να είναι πιο πρακτικές όταν ο κύριος στόχος είναι καθαρά η διεύρυνση των προϊόντων που μια

τράπεζα μπορεί να προσφέρει. Όταν οι φιλοδοξίες είναι πολύ μεγαλύτερες από αυτές, υπάρχει η τάση να δημιουργηθούν συγχωνεύσεις και εξαγορές. Μια άλλη δομή που είναι ήδη κάπως γνωστή, ειδικά σε σχέσεις διασυνοριακές, είναι η κοινοπραξία. Συνήθως, μια τράπεζα και μια ασφαλιστική εταιρεία που συστήνονται για να ξεκινήσουν μια νέα επιχείρηση. Ένα πλεονέκτημα αυτής της τακτικής είναι ότι οι τράπεζες αποκτούν την εμπειρία του ασφαλιστή.

Σε ένα ολοκληρωμένο όμιλο χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, οι δυνατότητες και οι στόχοι γίνονται πολύ πιο εκτεταμένες από την πώληση των ασφαλιστικών προϊόντων μέσω των τραπεζών. Υπάρχουν πολλές ευκαιρίες για συνέργειες είτε αυτό είναι σε έξοδα προσωπικού, παραγωγή προϊόντος ή διαχείριση περιουσιακών στοιχείων.

Μια κινητήριος δύναμη για το bancassurance υπήρξε η πρόοδος της τεχνολογίας των πληροφοριών. Οι τράπεζες έχουν τεράστιες ποσότητες πληροφοριών σχετικά με τους πελάτες τους και η πρόοδος της τεχνολογίας επιτρέπει να αξιοποιήσουν τις πληροφορίες και πραγματικά να τις χρησιμοποιήσουν για να κάνουν αποτελεσματική στόχευση των πελατών.

Ένας άλλος παράγοντας στην ευρωπαϊκή αγορά που πραγματικά δεν μπορεί να αγνοηθεί είναι η ιδιωτικοποίηση των ταχυδρομικών ταμειωτηρίων. Οι ταχυδρομικές τράπεζες τείνουν να έχουν τεράστιες βάσεις πελατών, αφού σχεδόν ο καθένας έχει ένα λογαριασμό στο Ταχυδρομικό Ταμειωτήριο. Αυτές προσφέρουν ένα τεράστιο δυναμικό κοινό στην αγορά και πραγματικά είναι ένας από τους τομείς όπου οι τράπεζες συνάπτουν απευθείας διανομή μάρκετινγκ.

Υπάρχουν, επίσης, πολλοί λόγοι που οδήγησαν τις τράπεζες να εξετάσουν το bancassurance δημιουργώντας κάποια πλεονεκτήματα. Έχει ήδη αναφερθεί ότι οι τράπεζες έχουν μεγάλες βάσεις πελατών και πρόσβαση σε πολλές πληροφορίες. Οι τράπεζες τείνουν να έχουν καλύτερη εικόνα και αναγνώριση του εμπορικού σήματος. Η αντίληψη του κοινού είναι πολύ πιο θετική προς μια τράπεζα ως παρόχου χρηματοοικονομικών υπηρεσιών από ό, τι έχει την τάση να είναι προς τους ασφαλιστές.

Οι τράπεζες τείνουν να έχουν ανώτερη εμπειρία πωλήσεων και μάρκετινγκ, αλλά και την πιο αποτελεσματική στόχευση των πελατών με βάση την ποσότητα και την ποιότητα των πληροφοριών που έχουν. Ένα άλλο πλεονέκτημα που έχουν οι τράπεζες

στην αγορά, είναι ότι επειδή έρχονται ως νεοεισερχόμενοι, έχουν τη δυνατότητα να δώσουν μια φρέσκια ματιά στην αγορά.

Για να κατανοηθεί λίγο περισσότερο η άνοδος στο χώρο των τραπεζοασφαλειών, πρέπει να κατηγοριοποιηθούν σε τρία στάδια, γιατί το στάδιο της ανάπτυξης της αγοράς έχει επηρεάσει πραγματικά την αποτελεσματική διείσδυση της τράπεζας στην αγορά ασφαλειών ζωής.

4.4.1. Στάδιο της ιδιωτικής ασφάλειας ζωής

Το πρώτο στάδιο περιλαμβάνει μια αναδυόμενη ιδιωτική ασφάλεια ζωής και την αγορά της συνταξιοδοτικής ασφάλισης. Σε πολλές αγορές, οι συντάξεις από κρατικά κονδύλια εξακολουθούν να είναι πολύ συχνές, αν και σε πολλές περιπτώσεις έχουν ανεπαρκή χρηματοδότηση. Αγορές όπως η Γαλλία, η Ισπανία και η Ιταλία αποτελούν παραδείγματα τέτοιων αγορών. Είναι σχετικά εύκολο σε αυτές τις αγορές για τις τράπεζες να εισέλθουν και να συλλάβουν το μερίδιο αγοράς. Υπάρχουν συνήθως πολύ υποεξυπηρετούμενες αγορές, και μπορούν να επιτευχθούν με πολύ απλά προϊόντα που πωλούνται απευθείας μέσω του τραπεζικού υποκαταστήματος. Η απλότητα των προϊόντων έχει επίσης τη δυνατότητα στις τράπεζες να πάρει την ασφάλιση και να έχουν ένα είδος καμπύλης εκμάθησης για να καταλάβουν τι πραγματικά λειτουργεί. Σε μερικές περιπτώσεις χρειάζεται να προστεθεί ένα εξειδικευμένο δίκτυο πωλήσεων (A.E., 2014).

4.4.2. Στάδιο συνταξιοδοτικών προγραμμάτων

Το δεύτερο στάδιο περιλαμβάνει τα συνταξιοδοτικά προγράμματα. Αυτό που φαίνεται είναι ότι υπάρχει μεγαλύτερη ζήτηση για την ιδιωτική αποταμίευση και την αύξηση της ζήτησης για τα προϊόντα ασφάλισης ζωής. Σε αυτό το στάδιο ο πελάτης έχει ανάγκη και αρχίζει πραγματικά να θέλει συμβουλές για τον χρηματοοικονομικό προγραμματισμό τους. Οι ασφαλιστές είναι σε κατάλληλη θέση για να παρέχουν τις συμβουλές τους. Οι ασφαλιστές είναι επίσης καλύτερα προετοιμασμένοι να αντιδρούν ανταγωνιστικά όταν οι τράπεζες αρχίσουν να εισέρχονται στην αγορά τους. Ένα εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό στην τράπεζα είναι συνήθως απαραίτητο σε αυτό το στάδιο για την πώληση των προϊόντων που απαιτούνται (A.E., 2014).

4.4.3. Στάδιο αγοράς ιδιωτικής ασφάλισης

Το τρίτο στάδιο περιλαμβάνει μια ώριμη αγορά ιδιωτικής ασφάλισης. Υπάρχουν μεγάλες ιδιωτικές συντάξεις, ιδίως για τα ακίνητα και τα ατυχήματα. Υπάρχει μεγάλη ζήτηση για τα συνταξιοδοτικά προϊόντα. Υπάρχουν ισχυρές σχέσεις με τον ασφαλιστικό σύμβουλο και αυτοί οι παράγοντες καθιστούν πολύ δύσκολο για τις τράπεζες να εισέλθουν στην αγορά αυτή.

Στις αρχές της δεκαετίας του 1990, όταν το bancassurance άρχιζε πραγματικά να απογειώνεται, τα προϊόντα ήταν πολύ απλά. Ήταν μόνο μακροπρόθεσμα ασφαλιστικά προϊόντα, όπως οι αποταμιεύσεις. Ένα πράγμα που πρέπει να σημειωθεί είναι ότι η προικοδότηση των επιχειρήσεων ήταν πολύ συχνή. Τα προϊόντα αυτά είναι πολύ εύκολα για μια τράπεζα, και είναι πολύ εύκολο για την τράπεζα να τα πωλούν στους πελάτες της. Συνήθως, οι πωλήσεις μπορούν να αντιμετωπιστούν μέσα από το υποκατάστημα.

Οι προσωπικές ασφάλειες ιδιοκτησίας και ατυχημάτων θεωρούνταν ως πολύ διαφορετικές από τις συνηθισμένες καθημερινές δραστηριότητες μιας τράπεζας και, ως εκ τούτου, δεν ήταν εύκολο αρχικά να πουληθούν. Με την πάροδο του χρόνου, όμως η γκάμα των προϊόντων επεκτάθηκε, και κινήθηκε προς την παροχή οικονομικών συμβουλών. Αυτό οφείλεται κυρίως στην ανταπόκριση και στη ζήτηση των καταναλωτών, καθώς και στην εμφάνιση των ασφαλειών ζωής γενικότερα. Οι ασφάλειες ιδιοκτησίας και ατυχημάτων τείνουν τώρα να προσφέρονται πιο εύκολα. Οι διάλογοι διανομής έχουν επεκταθεί για να συμπεριλαμβάνονται σε όλα τα υποκαταστήματα. Οι εξειδικευμένες δυνάμεις των πωλήσεων και το άμεσο μάρκετινγκ είναι αρκετά συχνά. Η πρόκληση τώρα, έγκειται στον εντοπισμό των σωστών προϊόντων για τα σωστά κανάλια διανομής (Α.Ε., 2014).

4.5. ΠΑΡΑΠΟΝΑ ΓΙΑ ΤΟ BANCASSURANCE ΑΠΟ ΠΕΛΑΤΕΣ ΤΡΑΠΕΖΩΝ

Σύμφωνα με τη νομοθεσία, οι δανειολήπτες έχουν το δικαίωμα να επιλέξουν μόνοι τους ασφαλιστική εταιρεία για την ασφάλιση του ενυπόθηκου ακινήτου τους. Ωστόσο, η «μη αποδοχή ασφαλιστηρίων εκδόσεως εταιρείας επιλογής του δανειολήπτη»

προβάλλεται μεταξύ των σημαντικότερων θεμάτων που απασχόλησαν μεγάλο μέρος των συναλλασσομένων με τις τράπεζες κατά τα παρελθόντα έτη¹¹.

Κατά καιρούς αναφέρονται οι πρακτικές των τραπεζικών ιδρυμάτων και δημοσιεύονται υπουργικές αποφάσεις που επιχειρούν να συνεντίσουν τις τράπεζες, θέτοντας φραγμούς σε καταχρηστικούς όρους που χρησιμοποιούν, οι οποίοι μάλιστα έχουν λάβει αυτόν το χαρακτηρισμό από τη Δικαιοσύνη.

Με την ανακοίνωση των πεπραγμένων του Μ.Τ.Ε.Υ. φωτίζονται γνωστά σε όλους τραπεζικά κόλπα, στα οποία συμπεριλαμβάνονται και κάποια ασφαλιστικού ενδιαφέροντος, όπως περιπτώσεις ασφάλισης χωρίς τη συγκατάθεση των πελατών της τράπεζας, παραπλανητική ή ελλιπή πληροφόρηση σχετικά με τα χαρακτηριστικά των ασφαλιστικών/επενδυτικών προγραμμάτων, μη αποδοχή ασφαλιστηρίου εταιρείας επιλογής του δανειολήπτη, κ.ο.κ. Οι περιπτώσεις αυτές δημιουργούν εύλογα ερωτήματα για τον τρόπο με τον οποίο οι τράπεζες ασκούν το bancassurance. (Παυλάκης, 2012)

4.5.1. Συνήθη παράπονα

Τα πιο συνηθισμένα παράπονα που υποβάλλονται στο Μ.Τ.Ε.Υ. και στα οποία γίνεται μνεία στη Έκθεση Πεπραγμένων 2013, αφορούν στον τρόπο προώθησης ή διαχείρισης ασφαλιστικών προϊόντων. Τέτοια είναι (Παυλάκης, 2012) :

- Υπογραφή ασφαλιστηρίου συμβολαίου ζωής τρίμηνης διάρκειας, αντί της σύναψης προθεσμιακής κατάθεσης αντίστοιχης διάρκειας.
- Ακούσια ασφάλιση δανειολήπτη χωρίς τη συγκατάθεσή του.
- Για την ασφάλιση ενυπόθηκου ακινήτου δανειολήπτη σε ασφαλιστική εταιρεία επιλογής του, ζητήθηκε από την τράπεζα διπλάσιο ασφαλιζόμενο ποσό απ' ό, τι εάν την ασφαλιστική κάλυψη παρείχε εταιρεία του Ομίλου της τράπεζας.
- Χρέωση ασφαλιστρών παρά την πλήρη εξόφληση δανείου.
- Μη αποδοχή ασφαλιστηρίων εκδόσεως εταιρείας επιλογής του δανειολήπτη και χρέωση με ασφάλιστρα εταιρείας επιλογής της τράπεζας.
- Ενόχληση κληρονόμων για οφειλές αποβιώσαντος δανειολήπτη, λόγω καθυστέρησης της διαδικασίας κάλυψής τους από την ασφαλιστική αποζημίωση.

¹¹ Τα θέματα αυτά καταγράφονται στην Ετήσια Έκθεση Πεπραγμένων 2013 του Μεσολαβητή Τραπεζικών – Επενδυτικών Υπηρεσιών (Μ.Τ.Ε.Υ.), που έχει δοθεί στη δημοσιότητα.

- Καθυστέρηση ενημέρωσης κληρονόμων περί του ότι η απαίτηση από χορηγηθείσα πίστωση για χρηματοδότηση αγοράς αυτοκινήτου ήταν ασφαλισμένη.
- Παραπλανητική ενημέρωση σχετικά με τους όρους ασφαλιστικού/επενδυτικού προγράμματος.
- Μετά την τηλεφωνική ενημέρωση πελατών τράπεζας για ασφαλιστικά/ επενδυτικά προγράμματα, ένταξή τους σε αυτά ακούσια, και χρέωση των λογαριασμών τους με ασφάλιστρα.
- Ένταξη επενδυτή σε ασφαλιστικό πρόγραμμα, αντί της επένδυσης σε προθεσμιακή κατάθεση.
- Μη εξαγορά, κατά τη λήξη του, ασφαλιστικού/επενδυτικού προγράμματος, παρά την ύπαρξη σχετικής εντολής του επενδυτή.
- Διαμαρτυρίες για τράπεζες που προώθησαν ασφαλιστικά συμβόλαια εταιρειών των οποίων ανακλήθηκε η άδεια λειτουργίας.
- Παραπλανητική ή ελλιπής ενημέρωση κατά την πώληση ασφαλιστικών και επενδυτικών προϊόντων, όσον αφορά τα χαρακτηριστικά τους.
- Διαχείριση χωρίς εντολή των καταθέσεων επενδυτή από στελέχη της τράπεζας, με αγορά ομολόγων, ασφαλιστικών προγραμμάτων και μετοχών.

4.5.1.1 Χαρακτηριστικές υποθέσεις

Κάποιες επιλεγμένες υποθέσεις που απασχόλησαν τον Μεσολαβητή Τραπεζικών - Επενδυτικών Υπηρεσιών (Μ.Τ.Ε.Υ.), περιλαμβάνονται στην Έκθεση και με παρέμβασή του, είχαν αίσια έκβαση για τον πελάτη της τράπεζας. Κάποιες εξ αυτών, καθαρά ασφαλιστικού ενδιαφέροντος, παρατίθενται ενδεικτικά στη συνέχεια (Συνήγορος του Καταναλωτή, 2014) :

4.5.1.2 Διπλοασφάλιση

«Ο παραπονούμενος ασφαλισμένος διεκδίκησε την επιστροφή ασφαλίσεων ύψους 650 ευρώ που κατέβαλε για ασφαλιστήριο συμβόλαιο, διότι ουδέποτε είχε δώσει τη συγκατάθεσή του στην έκδοσή του, είχε δε συνάψει και άλλη σχετική ασφάλιση. Η τράπεζα, μετά από παρέμβαση του Μ.Τ.Ε.Υ. ακύρωσε το συμβόλαιο και του επέστρεψε το ανωτέρω ποσό». (Συνήγορος του Καταναλωτή, 2014)

4.5.1.3 Ελλιπής ενημέρωση

«Ο παραπονούμενος διατηρούσε σε τράπεζα λογαριασμό όπου πιστωνόταν η σύνταξή του. Επέτρεψε, μετά από ενημέρωση από στέλεχος της τράπεζας, να τοποθετηθούν οι οικονομίες του σε προϊόν που θα του απέφερε μεγαλύτερη απόδοση. Όταν αργότερα όμως παρέλαβε τα σχετικά έγγραφα, διαπίστωσε ότι επρόκειτο για πρόγραμμα ασφάλισης ζωής με ασφάλισμα 1.000 ευρώ/μήνα. Εν τω μεταξύ, ο λογαριασμός του είχε ήδη χρεωθεί με το ποσό των 3.000 ευρώ για τους μήνες που είχαν μεσολαβήσει.

Εναντιώθηκε στην εν λόγω τράπεζα, ζητώντας να ακυρωθεί το παραπάνω ασφαλιστήριο και να επιστραφεί το ανωτέρω ποσό στο λογαριασμό του. Η εξέταση του θέματος από το Μ.Τ.Ε.Υ. είχε ως αποτέλεσμα την ικανοποίηση του αιτήματός του». (Συνήγορος του Καταναλωτή, 2014)

4.5.1.4 Ασφάλιση υπολοίπου πιστωτικών καρτών

«Η παραπονούμενη, μετά το θάνατο του συζύγου της, εξακολούθησε να εξοφλεί τους λογαριασμούς των δύο πιστωτικών καρτών του. Όταν μετά από δύο χρόνια πληροφορήθηκε ότι οι εν λόγω οφειλές καλύπτονται από σχετική ασφάλιση ζωής, ζήτησε τη μεσολάβηση του Μ.Τ.Ε.Υ. για την επιστροφή των αχρεωστήτως καταβληθέντων ποσών. Μετά την προσκόμιση των σχετικών νομιμοποιητικών εγγράφων στην τράπεζα, πιστώθηκαν οι λογαριασμοί των εν λόγω καρτών με το ισόποσο των χρεωστικών υπολοίπων τους κατά την ημερομηνία θανάτου του συζύγου της και ο λογαριασμός της με το ποσό που είχε καταβάλει έκτοτε». (Συνήγορος του Καταναλωτή, 2014)

4.5.1.5 Αμφισβήτηση χρέωσης ασφαλιστρών

«Η παραπονούμενη, η οποία έχει λάβει δάνειο, αμφισβήτησε χρέωση στο λογαριασμό της που αφορούσε ασφαλιστρα για πυρασφάλεια δανείων που είχαν αποπληρωθεί. Μετά την παρέμβαση του Μ.Τ.Ε.Υ. η διαφορά διευθετήθηκε με αντιλογισμό από την τράπεζα μέρους του ποσού (263 ευρώ), που αφορούσε χρονικό διάστημα μετά την ακύρωση των συμβολαίων». (Συνήγορος του Καταναλωτή, 2014)

Οι παραπάνω περιπτώσεις από την Έκθεση Πεπραγμένων άπτονται του bancassurance. Φυσικά, στην Έκθεση καταγράφονται πλήθος παραπόνων και

περιπτώσεων που αφορούν άλλες δραστηριότητες των τραπεζών. Ωστόσο, δόθηκε βάση μόνο σε ασφαλιστικές περιπτώσεις, γιατί η προώθηση ασφαλιστικών προϊόντων από το γκισέ της τράπεζας δεν είναι εύκολη υπόθεση, αφού είναι λανθασμένη η άποψη ότι οι καταναλωτές εμπιστεύονται περισσότερο τις τράπεζες συγκριτικά με τις ασφαλιστικές εταιρείες.

Είναι προφανές ότι τα παράπονα και οι περιπτώσεις που καταγράφει στην Ετήσια Έκθεσή του ο Μ.Τ.Ε.Υ. μόνο στη δημιουργία κλίματος εμπιστοσύνης δεν συντείνουν. Το αρνητικό κλίμα οφείλεται στην παραπλανητική πώληση, στην ασφάλιση χωρίς τη συγκατάθεση του τραπεζικού πελάτη ή στην ελλιπή ενημέρωσή του. Οι τράπεζες, δυστυχώς, κάποιες φορές δυσχεραίνουν τη διαδικασία πώλησης ασφαλιστικών προϊόντων και το ίδιο το ασφαλιστικό προϊόν, άλλοτε από ελλιπή ενημέρωση των τραπεζικών υπαλλήλων για τα ασφαλιστικά ή/και επενδυτικά προϊόντα που προωθούν και άλλοτε για να προσπορίσουν κάποιο όφελος, πλήττοντας έτσι το θεσμό της ασφάλισης.

Ο Μεσολαβητής Τραπεζικών – Επενδυτικών Υπηρεσιών αποτελεί εξειδικευμένο θεσμό εξωδικαστικής διαμεσολάβησης στον τομέα των χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών και λειτουργεί με βάση τις αρχές της ανεξαρτησίας, διαφάνειας, εκατέρωθεν ακρόασης, αποτελεσματικότητας, νομιμότητας, ελευθερίας και εκπροσώπησης.

Συνολικά, από το έτος 1999, ο θεσμός διαχειρίστηκε 91.986 τηλεφωνικές κλήσεις και επισκέψεις στα γραφεία του και έλαβε 14.983 γραπτά παράπονα.

Το έτος 2013 οι εργασίες του Μεσολαβητή Τραπεζικών – Επενδυτικών Υπηρεσιών αυξήθηκαν κατά μέσο όρο 14,96%. Συνολικά, δέχθηκε 14.289 τηλεφωνικές κλήσεις και επισκέψεις στα Γραφεία του, από τις οποίες οι 13.834 αφορούσαν συναλλαγές ιδιωτών και μικρών επιχειρήσεων και 455 συναλλαγές επενδυτών. Υποβλήθηκαν επίσης 2.203 γραπτά παράπονα, εκ των οποίων τα 1.923 αφορούσαν τραπεζικές συναλλαγές ιδιωτών-καταναλωτών, 147 επαγγελματιών και μικρών επιχειρήσεων και 133 επενδυτικές συναλλαγές. Συνολικά, το 2013, διεκπεραιώθηκαν 1.826 γραπτές υποθέσεις.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο

ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

5.1. ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΥ ΣΚΟΠΟΥ

Για την επίτευξη του σκοπού της παρούσας έρευνας αξιοποιήθηκαν τα δεδομένα που προέκυψαν τόσο από το θεωρητικό μέρος αλλά και από την καταγραφή των απόψεων των πελατών των τραπεζών μέσω δομημένου ερωτηματολογίου, για το βαθμό ικανοποίησής τους από νέες μορφές τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων αλλά και τα εναλλακτικά πεδία δράσης των τραπεζών.

Πραγματοποιήθηκε εμπειρική έρευνα σε πληθυσμό των πελατών διαφόρων τραπεζών. Το δείγμα της έρευνας προέκυψε με δειγματοληπτικό έλεγχο σε τράπεζες της Αθήνας, και ανήλθε στα 100 άτομα. Για τη συγκεκριμένη έρευνα, οι στόχοι προσδιορίστηκαν στους εξής:

1. Κοινωνικό - Δημογραφικά στοιχεία:

- Φύλο
- Ηλικία
- Οικογενειακή κατάσταση
- Μορφωτικό επίπεδο ερωτώμενου/ης
- Οικονομική κατάσταση του ερωτώμενου/ης

2. Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων σχετικά με:

- την αύξηση κεφαλαίων
- συνταξιοδοτικά προγράμματα
- προγράμματα ασφάλισης οχήματος/σκάφους
- προγράμματα ιατρικής κάλυψης
- προγράμματα ασφάλισης πιστωτικής κάρτας
- προγράμματα προστασίας αποπληρωμής καταναλωτικών δανείων
- προγράμματα προστασίας αποπληρωμής στεγαστικών δανείων

- προγράμματα Ασφαλίσεως Κατοικίας
- προγράμματα ασφαλίσεως ανεγειρόμενης κατοικίας
- συνέχιση χρησιμοποίησης των υπηρεσιών
- διαφήμιση προς τρίτους

3. Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης από την τράπεζα για την:

- ταχύτητα στην εξυπηρέτηση
- επαγγελματική συμπεριφορά και ευγένεια
- ακριβής και σωστή ενημέρωση
- χρόνος αναμονής μέχρι να εξυπηρετηθείτε
- εμφάνιση τράπεζας
- από την ενημέρωσή σας από την τράπεζα (ενημερωτικά έντυπα, ιστοσελίδα) για τα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα
- από την συνολική εξυπηρέτηση που προσφέρεται από την τράπεζα για θέματα που αφορούν τα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα

Οι παραπάνω στόχοι διερευνώνται ανάλογα με τα κοινωνικό - δημογραφικά στοιχεία των πελατών των τραπεζών, καθώς και με το βαθμό ικανοποίησής τους από νέες μορφές τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων αλλά και τα εναλλακτικά πεδία δράσης των τραπεζών.

Για τη συλλογή των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε ειδικά διαμορφωμένο ερωτηματολόγιο, 19 ερωτήσεων, το οποίο, με βάση τη θεωρητική ανάλυση που προηγήθηκε, περιέχει ερωτήσεις σχετικές με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτώμενων (ερωτήσεις διχοτόμησης και ονομαστικές ερωτήσεις), και ερωτήσεις τύπου Likert¹² διότι αυτού του τύπου οι ερωτήσεις αφορούν στην εκτίμηση ενός ατόμου για την πιθανότητα και το βαθμό αλήθειας μιας πρότασης. Στις ερωτήσεις αυτού του τύπου, που συμπεριελήφθησαν στο ερωτηματολόγιο, αναζητούνται οι λόγοι ικανοποίησης των πελατών των τραπεζών για τα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα.

Το ερωτηματολόγιο που διαμορφώθηκε δόθηκε προσωπικά από μένα, πρώτα, πιλοτικά σε 20 πελάτες της «Εθνικής Τράπεζας Α.Ε», στο υποκατάστημα της Ν. Μηχανιάνας, όπου και παρακολούθησα την πρακτική μου άσκηση, στο προπτυχιακό μου στάδιο το έτος 2012. Αυτή η ενέργεια μου έγινε για έλεγχο αξιοπιστίας καθώς και για τον

¹²Ο ερωτώμενος καλείται να τοποθετηθεί επιλέγοντας μία από τις διαβαθμισμένες απαντήσεις, μισές θετικές, μισές αρνητικές και μία ενδιάμεση ή ουδέτερη.

υπολογισμό του χρόνου που απαιτείται για τη συμπλήρωσή του ερωτηματολογίου. Κατά την κύρια φάση της έρευνας, έγινε διανομή και άμεση συγκέντρωση του ερωτηματολογίου στους πελάτες-υποκείμενα της έρευνας, με έντυπα ερωτηματολόγια και στη συνέχεια ανήρτησα το ερωτηματολόγιό μου σε ηλεκτρονική μορφή στο διαδίκτυο, με μέσα κοινωνικής δικτύωσης όπως το email και το Facebook, καθώς χρησιμοποίησα τη φόρμα διαμόρφωσης ερωτηματολογίου της Google. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε από τις 06 Μαρτίου 2014 μέχρι τις 27 Μαΐου 2014.

5.2. ΜΕΘΟΔΟΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Σύμφωνα με τα κυριότερα κριτήρια αξιολόγησης των προγραμμάτων τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων που αναλύθηκαν στα προηγούμενα κεφάλαια, όπως:

- ο βαθμός ανταπόκρισης του προγράμματος τραπεζοασφαλιστικού προϊόντος στους στόχους της τράπεζας/ασφαλιστικής εταιρείας και τις απαιτήσεις της κοινωνίας,
- η συνοχή και λειτουργικότητα του προσφερόμενου προγράμματος τραπεζοασφαλιστικού προϊόντος,
- η ορθολογική οργάνωση της παρεχόμενης διαδικασίας,
- το σύστημα παροχών που εφαρμόζεται,
- ο βαθμός υποστήριξης από την υπάρχουσα υποδομή,

Τα παραπάνω κριτήρια αξιολόγησης των προγραμμάτων τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων χρησιμοποιήθηκαν και για τη συλλογή πληροφοριών, για τον ορισμό εννοιών, για την αποσαφήνιση του προβλήματος και τέλος για τον καθορισμό των ερευνητικών προτεραιοτήτων της αξιολόγησης του βαθμού ικανοποίησης των προγραμμάτων τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων από τους πελάτες. Δηλαδή τον στόχο της έρευνας, τα αποτελέσματα της οποίας βασίζονται στην περιγραφική στατιστική.

5.3. ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

Η ανάλυση των στοιχείων της έρευνας άρχισε μετά την ολοκληρωμένη συγκέντρωση των ερωτηματολογίων, και πραγματοποιήθηκε ανάλυση με το SPSS (Superior Performance Software System), το οποίο περιλαμβάνει νέα εργαλεία ανάλυσης

και αναπαράστασης δεδομένων, και αποτελεί ένα αξιόπιστο και δημοφιλές εργαλείο στατιστικής μελέτης στις κοινωνικές επιστήμες.

Αρχικά πραγματοποιήθηκε μια ανάλυση συχνοτήτων για να διαπιστωθούν τα ποσοστά των ερωτώμενων ώστε να περιγραφεί η σύσταση του δείγματος, η γενική πρώτη εικόνα για τη στάση και την άποψη των πελατών των τραπεζών πάνω στο θέμα της επιλογής και βαθμού ικανοποίησης προγραμμάτων τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων.

Στη συνέχεια εξετάστηκαν οι πιθανοί συσχετισμοί των στοιχείων, θέτοντας ως ανεξάρτητες μεταβλητές τα δημογραφικά στοιχεία των ερωτώμενων με τις απαντήσεις για τον βαθμό ικανοποίησης των προγραμμάτων τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων. Η καλύτερη δυνατή ανάλυση πραγματοποιήθηκε με τον διαχωρισμό των ερωτώμενων, ανάλογα με τον βαθμό ικανοποίησής τους στα εν λόγω προγράμματα και αναλύθηκαν τα στοιχεία σύμφωνα με τα δημογραφικά τους στοιχεία.

5.4. ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ

Οι περιορισμοί της έρευνας ήταν η εξής:

- Δεν ήταν δυνατή η συμπλήρωση των ερωτηματολογίων με προσωπική συνέντευξη πολλών πελατών, οι οποίοι παρευρίσκονταν στην τράπεζα για διάφορες εργασίες τους, λόγω έλλειψης χρόνου (με εξαίρεση τα 20 πρώτα ερωτηματολόγια).
- Ο αριθμός των ερωτηθέντων (100 άτομα), θεωρείται ένα σχετικά ικανοποιητικό δείγμα, αλλά λόγω έλλειψης χρόνου και πόρων δε θα μπορούσε στην προκειμένη, να πραγματοποιηθεί μεγαλύτερη έρευνα.
- Το δείγμα των ανδρών πελατών είναι αρκετά μεγαλύτερο, ώστε να πραγματοποιηθούν γενικεύσεις ανάλογα με το φύλο, με αποτέλεσμα οι αναλύσεις να πραγματοποιηθούν με βάση όλο το δείγμα.

Ανεξάρτητα από τους παραπάνω περιορισμούς, κατορθώθηκε η διεξαγωγή συμπερασμάτων για την αποτελεσματικότητα της αξιολόγησης του βαθμού ικανοποίησης των διαφόρων προγραμμάτων τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ/ ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ

6.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ποσοτικής έρευνας του βαθμού ικανοποίησης των πελατών των τραπεζών των διαφόρων προγραμμάτων τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων. Όπως αναφέρθηκε στο προηγούμενο κεφάλαιο, για τη διεξαγωγή της πρωτογενούς έρευνας πραγματοποιήθηκε χρήση ερωτηματολογίων. Έτσι λοιπόν, στο παρόν κεφάλαιο, θα παρουσιαστούν αναλυτικά τα αποτελέσματα των 100 ερωτηματολογίων που έχουν απαντηθεί κατά τη διάρκεια της έρευνας. Η ανάλυση θα είναι ποσοστιαία.

6.2. ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ-ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ

Οι παρακάτω πίνακες αντιπροσωπεύουν τα κοινωνικό-δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτηθέντων που πήραν μέρος στην έρευνα.

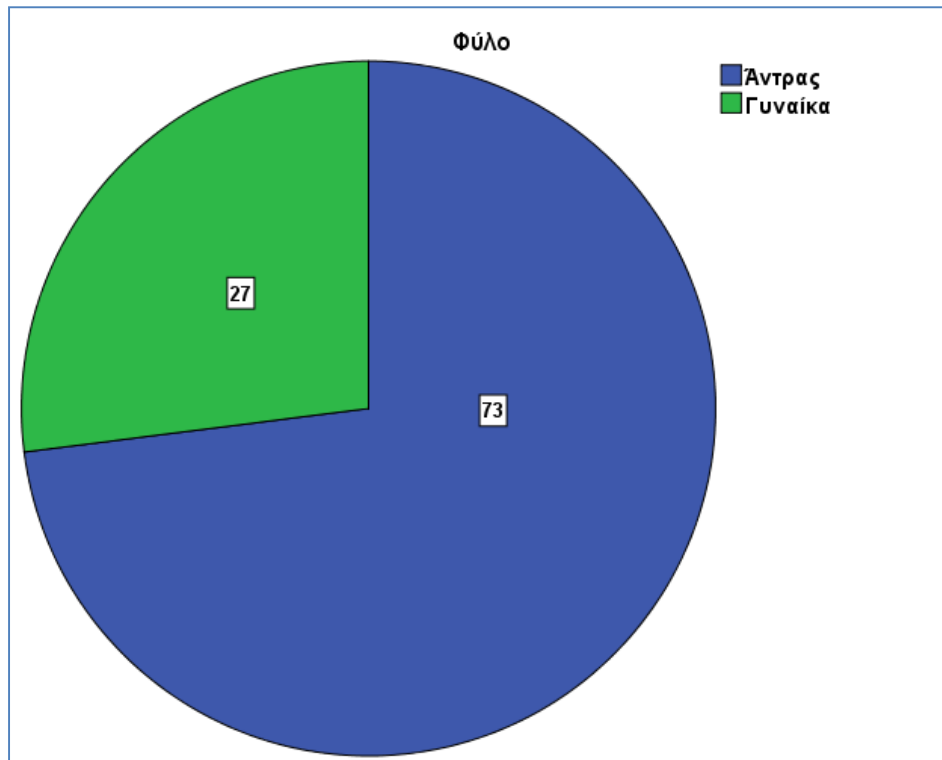
6.2.1. Φύλο

Οι απαντήσεις του 1^{ου} ερωτήματος σχετικά με το φύλο, φαίνονται στο παρακάτω πίνακα 6.1 και το αντίστοιχο διάγραμμα. Παρατηρούμε πως από το σύνολο 100 ατόμων του δείγματος, 73 άτομα είναι άντρες και 27 γυναίκες.

Πίνακας 6.1: Κοινωνικό-δημογραφικά χαρακτηριστικά ερωτώμενων (Φύλο).

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Αντρας	73	73,0	73,0
	Γυναίκα	27	27,0	27,0
	Total	100	100,0	100,0



Διάγραμμα 6.1: Κοινωνικό-δημογραφικά χαρακτηριστικά ερωτώμενων (Φύλο).

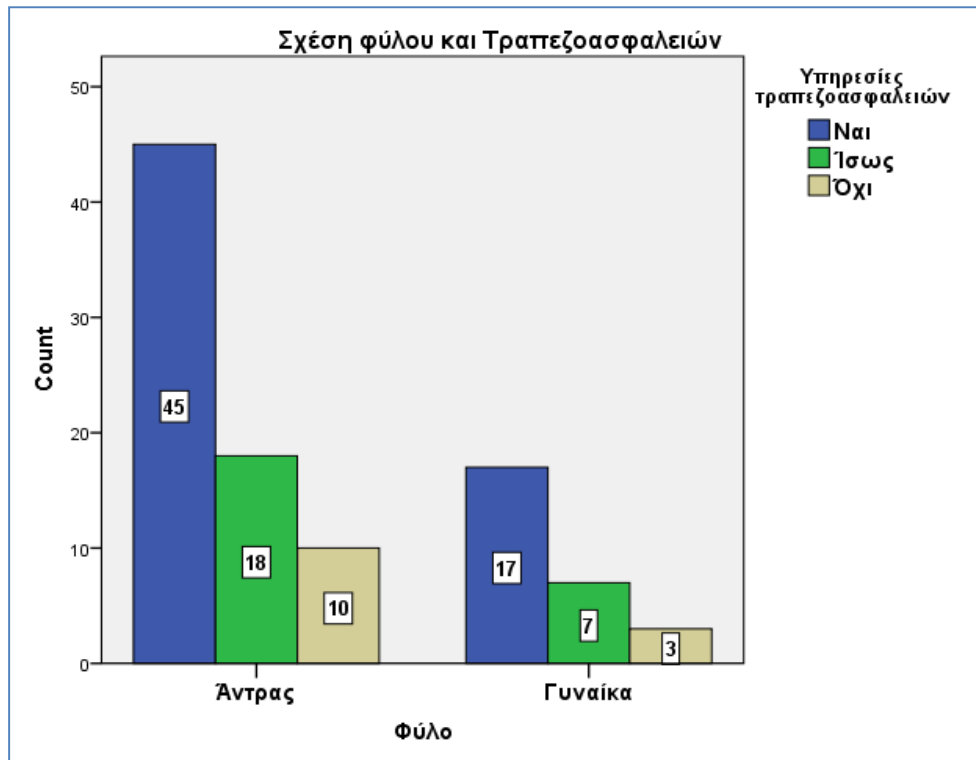
Πηγή: Ερωτηματολόγιο.

Για να εξαχθούν ασφαλή συμπεράσματα ως προς το φύλο και τις τραπεζοασφαλιστικές υπηρεσίες δημιουργήθηκε ο πίνακας 6.2 και το αντίστοιχο διάγραμμα. Παρατηρείται πως αναλογικά με το ποσοστό που κατέχουν οι άντρες και οι γυναίκες στο δείγμα, έχουν και ανάλογη συμπεριφορά στην συνέχιση χρήσης υπηρεσιών τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων.

Πίνακας 6.2: Σχέση φύλου με τραπεζοασφαλιστικές υπηρεσίες.

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.

		Υπηρεσίες τραπεζοασφαλειών			Total
		Ναι	Ίσως	Όχι	
Φύλο	Αντρας	45	18	10	73
	Γυναίκα	17	7	3	27
Total		62	25	13	100



Διάγραμμα 6.2: Σχέση φύλου με τραπεζοασφαλιστικές υπηρεσίες.

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.

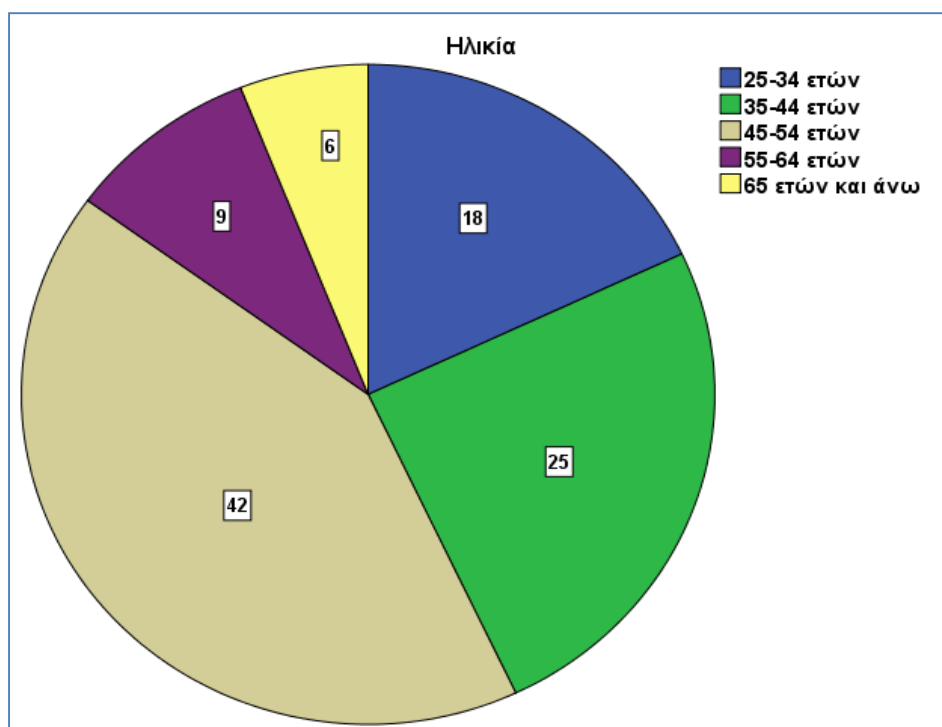
6.2.2. Ηλικία

Η ηλικία των συμμετεχόντων της έρευνας παίζει καταλυτικό ρόλο στις επιλογές τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων. Συγκεκριμένα, από τον Πίνακα 6.3 και το αντίστοιχο διάγραμμα φάνηκε ότι προτιμούν περισσότερο τραπεζοασφαλιστικές υπηρεσίες οι ηλικίες «35-44 ετών» και «45-54 ετών», με σχετική συχνότητα των τιμών της μεταβλητής, στο δείγμα επί του συνόλου των περιπτώσεων που έδωσαν έγκυρες απαντήσεις, 25% και 42%. Αντίθετα, μικρά ποσοστά εμφάνισης έχουν οι ηλικιακές ομάδες κάτω από 34 ετών και άνω από 55 ετών. Η πρώτη ομάδα επειδή δεν χρειάζεται τέτοιου είδους υπηρεσίες ενώ η δεύτερη ίσως επειδή δεν εμπιστεύεται τα νέα αυτά προϊόντα και προτιμά τις ασφαλιστικές εταιρείες.

Πίνακας 6.3: Κοινωνικό-δημογραφικά χαρακτηριστικά ερωτώμενων (Ηλικία).

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	25-34 ετών	18	18,0	18,0
	35-44 ετών	25	25,0	25,0
	45-54 ετών	42	42,0	42,0
	55-64 ετών	9	9,0	9,0
	65 ετών και άνω	6	6,0	6,0
	Total	100	100,0	100,0

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.



Διάγραμμα 6.3: Κοινωνικό-δημογραφικά χαρακτηριστικά ερωτώμενων (Ηλικία).

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.

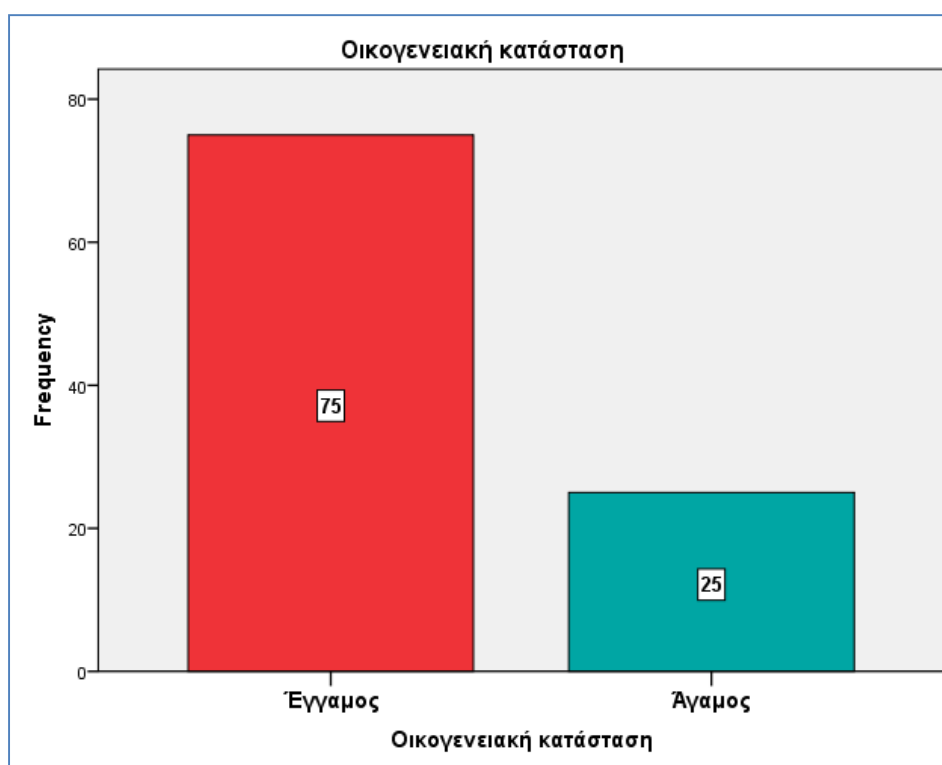
6.2.3. Οικογενειακή κατάσταση

Στον πίνακα 6.4 και το αντίστοιχο διάγραμμα 6.4, φαίνεται ότι η πλειοψηφία (75%) των ερωτηθέντων είναι έγγαμοι ενώ το υπόλοιπο 25% είναι άγαμοι.

Πίνακας 6.4: Κοινωνικό-δημογραφικά χαρακτηριστικά ερωτώμενων (Οικογενειακή κατάσταση).

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Έγγαμος	75	75,0	75,0
	Άγαμος	25	25,0	25,0
	Total	100	100,0	100,0

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.



Διάγραμμα 6.4: Κοινωνικό-δημογραφικά χαρακτηριστικά ερωτώμενων (Οικογενειακή κατάσταση).

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.

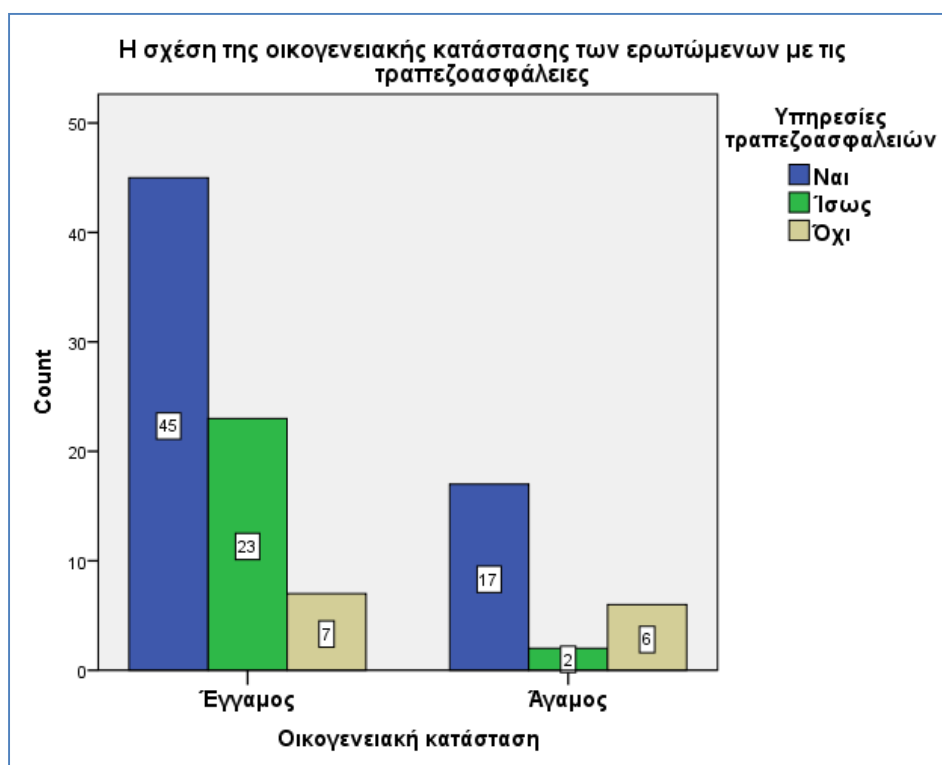
Από τον παρακάτω πίνακα και το αντίστοιχο διάγραμμα φαίνεται ξεκάθαρα η σχέση μεταξύ της οικογενειακής κατάστασης των ερωτώμενων με τις τραπεζοασφάλειες.

Οι έγγαμοι θα συνεχίσουν να ωφελούνται από τις τραπεζοασφάλειες κατά πλειοψηφία, και με περίπου το 23% να μην είναι σίγουρο, επιλογή «ίσως». Ενώ οι άγαμοι ερωτώμενοι θα συνεχίσουν να ωφελούνται από τις τραπεζοασφάλειες κατά πλειοψηφία.

Πίνακας 6.5: Η σχέση της οικογενειακής κατάστασης των ερωτώμενων με τις τραπεζοασφάλειες.

		Υπηρεσίες τραπεζοασφαλειών			Total
		Ναι	Ίσως	Όχι	
Οικογενειακή κατάσταση	Έγγαμος	45	23	7	75
	Άγαμος	17	2	6	25
Total		62	25	13	100

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.



Διάγραμμα 6.5: Η σχέση της οικογενειακής κατάστασης των ερωτώμενων με τις τραπεζοασφάλειες.

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.

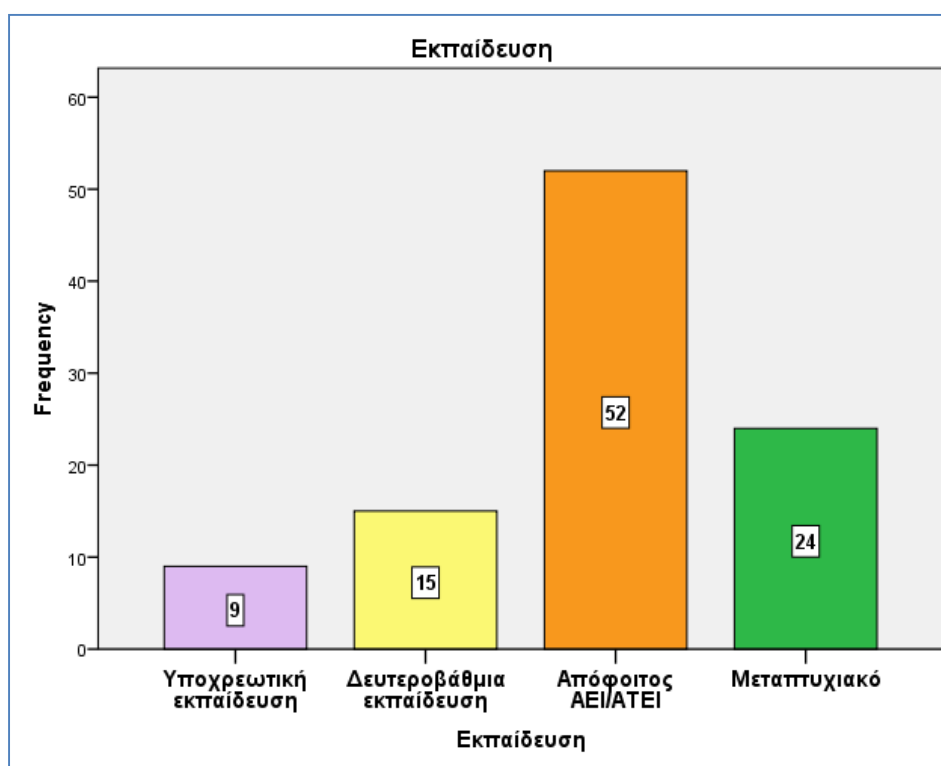
6.2.4. Εκπαίδευση

Το θέμα του 4^{ου} ερωτήματος αφορά τη βαθμίδα Εκπαίδευσης των ερωτώμενων. Σχεδόν όλο το δείγμα 76%, είναι απόφοιτοι ΑΕΙ/ΑΤΕΙ ή έχουν μεταπτυχιακό. Είναι θετικό μήνυμα που άτομα μορφωμένα εμπιστεύονται τα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα (παρακάτω διαγράμματα 6.6 και 6.7).

Πίνακας 6.6: Κοινωνικό-δημογραφικά χαρακτηριστικά ερωτώμενων (Εκπαίδευση).

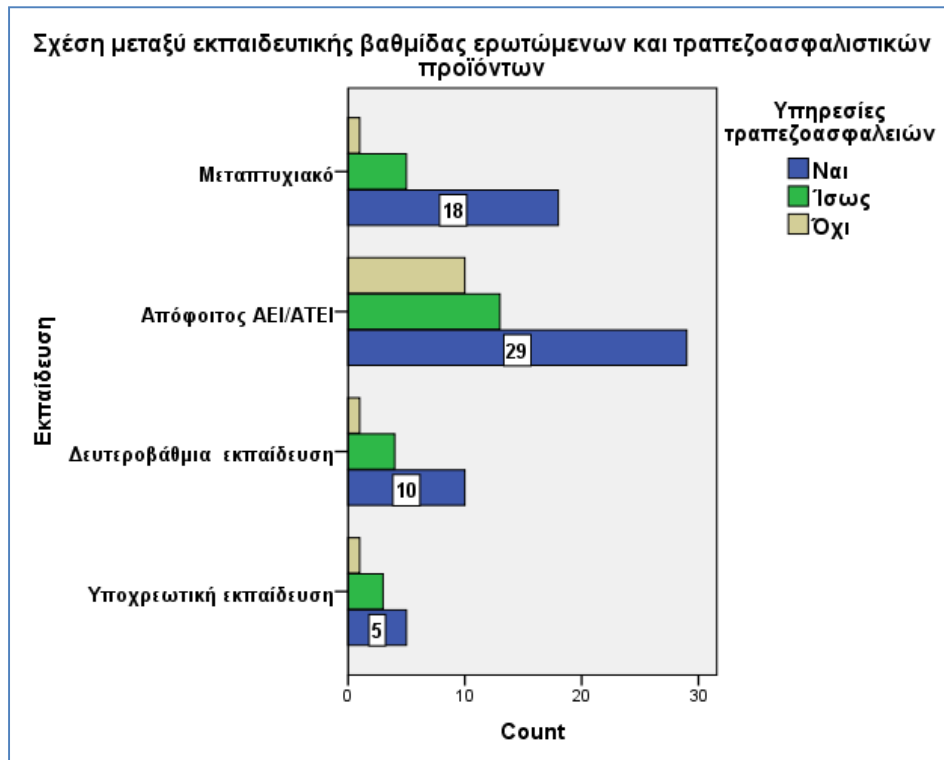
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Υποχρεωτική εκπαίδευση	9	9,0	9,0	9,0
	Δευτεροβάθμια εκπαίδευση	15	15,0	15,0	24,0
	Απόφοιτος ΑΕΙ/ΑΤΕΙ	52	52,0	52,0	76,0
	Μεταπτυχιακό	24	24,0	24,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.



Διάγραμμα 6.6: Κοινωνικό-δημογραφικά χαρακτηριστικά ερωτώμενων (Εκπαίδευση).

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.



Διάγραμμα 6.7: Σχέση μεταξύ εκπαιδευτικής βαθμίδας ερωτώμενων και τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων.

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.

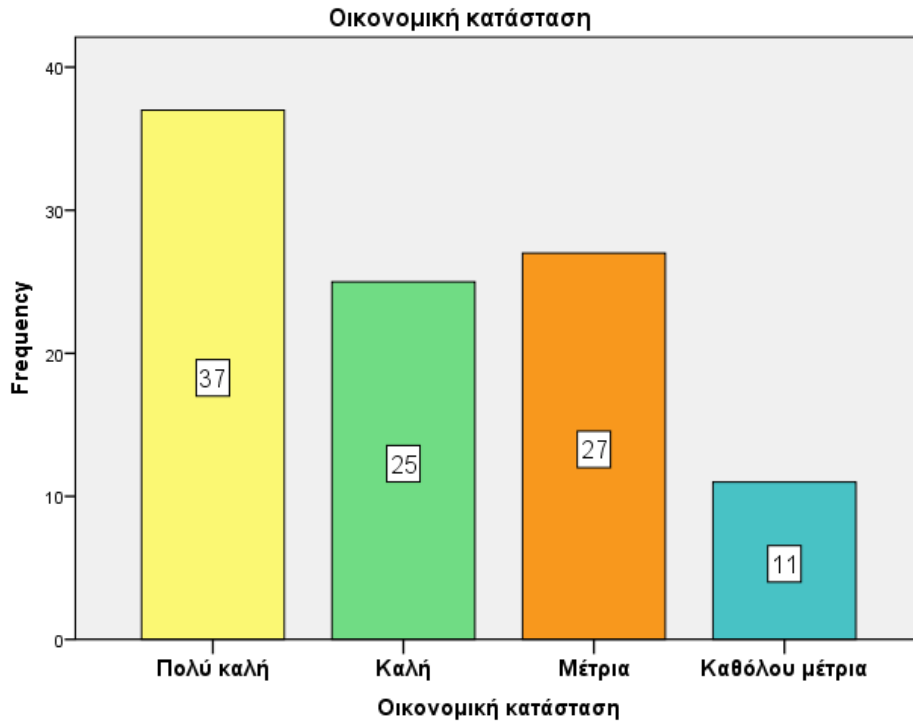
6.2.5. Οικονομική κατάσταση

Από την 5^η ερώτηση η «Οικονομική κατάσταση του ερωτώμενου/ης», απορρέει ότι η επιλογή με το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος (37%) είναι η «Πολύ καλή» (πίνακας 6.7 και τα διαγράμματα 6.7 & 6.8). Είναι προφανές από τα παρακάτω διαγράμματα, ότι όσο καλύτερη οικονομική κατάσταση έχει κάποιος τόσο ασχολείται και κατέχει τέτοιου είδους προϊόντα.

Πίνακας 6.7: Κοινωνικό-δημογραφικά χαρακτηριστικά ερωτώμενων (Οικονομική κατάσταση).

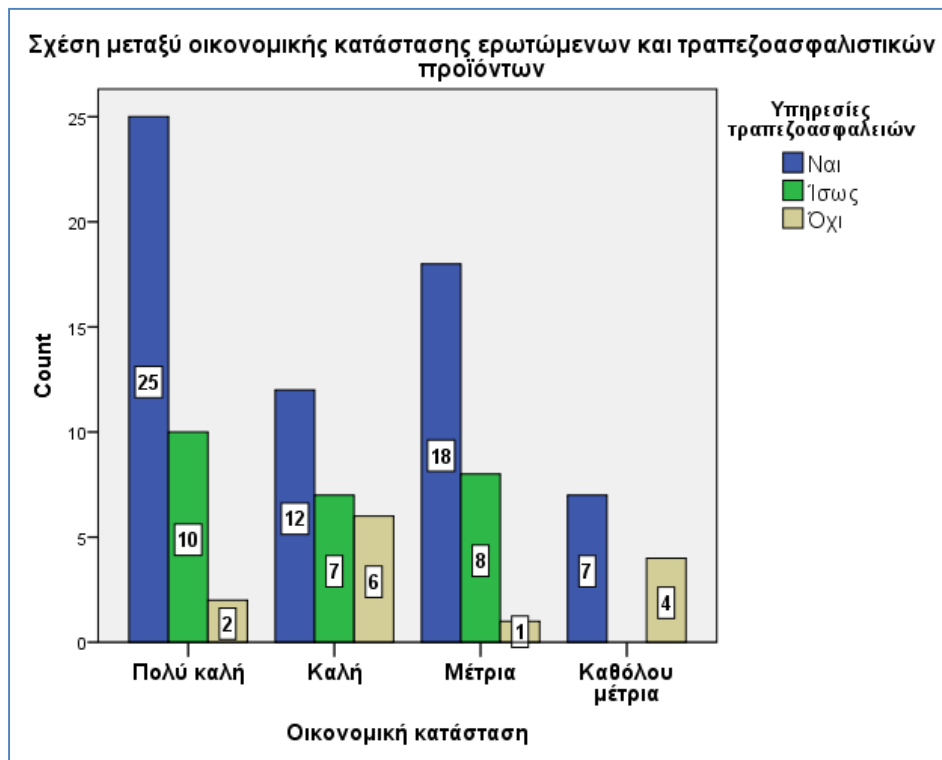
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Πολύ καλή	37	37,0	37,0	37,0
	Καλή	25	25,0	25,0	62,0
	Μέτρια	27	27,0	27,0	89,0
	Καθόλου μέτρια	11	11,0	11,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.



Διάγραμμα 6.8: Κοινωνικό-δημογραφικά χαρακτηριστικά ερωτώμενων (Οικονομική κατάσταση).

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.



Διάγραμμα 6.9: Σχέση μεταξύ οικονομικής κατάστασης ερωτώμενων και τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων.

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.

6.3. ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΒΑΘΜΟΥ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΕΩΣ ΔΙΑΦΟΡΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΟΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Οι παρακάτω πίνακες αντιπροσωπεύουν τον βαθμό ικανοποίησης από γενικές κατηγορίες τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων, των ερωτηθέντων που πήραν μέρος στην έρευνα.

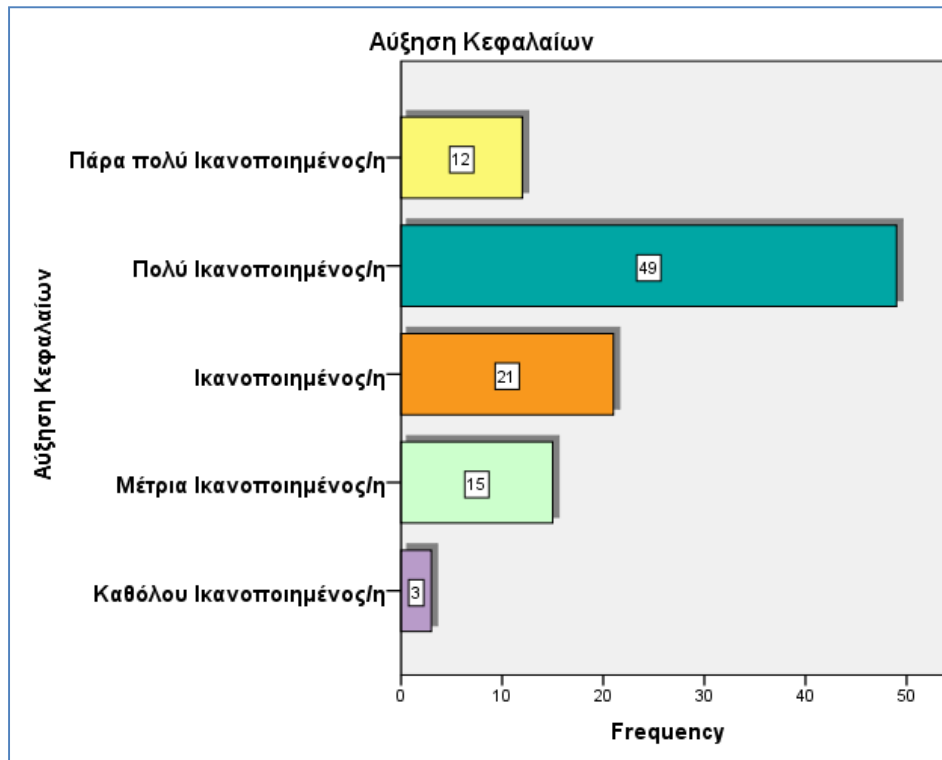
6.3.1. Αύξηση Κεφαλαίων

Οι απαντήσεις του 6^{ου} ερωτήματος «Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα σχετικά με την Αύξηση Κεφαλαίων;» είναι θετικές (πίνακας 6.8 και διάγραμμα 6.10). Με επικρατέστερη επιλογή την πρόταση «Πολύ Ικανοποιημένος/η» με ποσοστό 49%, ακολουθεί ο μέσος όρος του βαθμού ικανοποίησης «Ικανοποιημένος/η» με ποσοστό 21%. Είναι γεγονός πως τα επιτόκια τέτοιου είδους προθεσμιακών καταθέσεων είναι υψηλά με μηδαμινό ρίσκο του αρχικού κεφαλαίου.

Πίνακας 6.8: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης προγράμματος bancassurance αύξησης κεφαλαίων.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου Ικανοποιημένος/η	3	3,0	3,0	3,0
	Μέτρια Ικανοποιημένος/η	15	15,0	15,0	18,0
	Ικανοποιημένος/η	21	21,0	21,0	39,0
	Πολύ Ικανοποιημένος/η	49	49,0	49,0	88,0
	Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η	12	12,0	12,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.



Διάγραμμα 6.10: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης προγράμματος bancassurance αύξησης κεφαλαίων.

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.

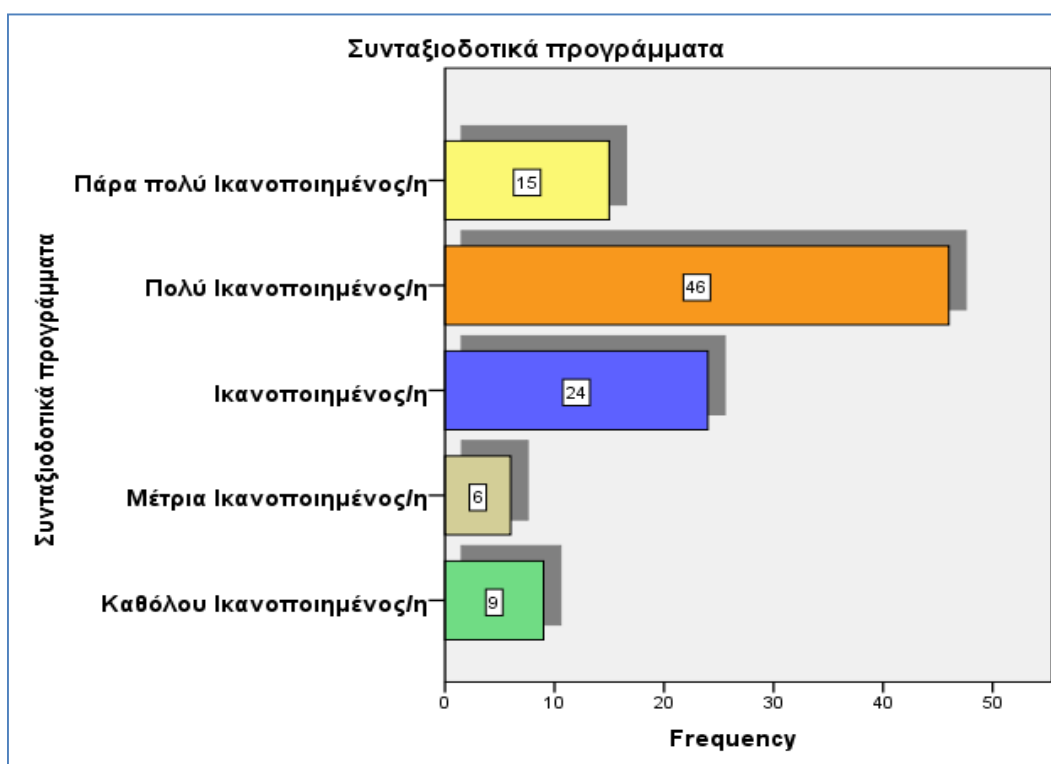
6.3.2. Συνταξιοδοτικά

Το θέμα του 7^{ου} ερωτήματος «Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα σχετικά με Συνταξιοδοτικά προγράμματα;» φαίνονται στον παρακάτω πίνακα 6.9 και διάγραμμα 6.11). Με 85% ικανοποίηση του δείγματος (διάφορες διαβαθμίσεις βέβαια). Είναι γεγονός πως τα επιτόκια τέτοιου είδους προθεσμιακών καταθέσεων είναι υψηλά με μηδαμινό ρίσκο του αρχικού κεφαλαίου. Τα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα σχετικά με Συνταξιοδοτικά προγράμματα προτιμούνται λόγω της σιγουριάς που αποπνέει η φερεγγυότητα αλλά και η διαχρονικότητα των τραπεζών (υπάρχει κάποιος κλονισμός εμπιστοσύνης λόγω της οικονομικής κρίσης αλλά είναι μεγαλύτερος για τις απλές ασφαλιστικές εταιρίες).

Πίνακας 6.9: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης προγράμματος bancassurance Συνταξιοδοτικών.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου Ικανοποιημένος/η	9	9,0	9,0	9,0
	Μέτρια Ικανοποιημένος/η	6	6,0	6,0	15,0
	Ικανοποιημένος/η	24	24,0	24,0	39,0
	Πολύ Ικανοποιημένος/η	46	46,0	46,0	85,0
	Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η	15	15,0	15,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.



Διάγραμμα 6.11: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης προγράμματος bancassurance Συνταξιοδοτικών.

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.

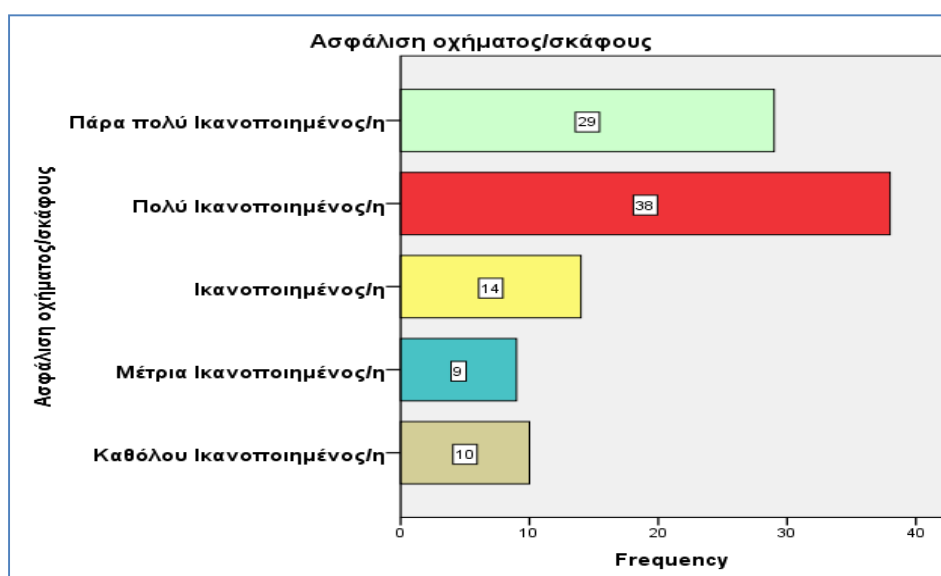
6.3.3. Ασφάλισης οχήματος/σκάφους

Το θέμα του 8^{ου} ερωτήματος είναι «Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα σχετικά με προγράμματα ασφάλισης οχήματος/σκάφους;», παρατηρείται μια ανεπαίσθητη πτώση στον βαθμό ικανοποίησης σε σχέση με τα προηγούμενα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα. Αυτό συμβαίνει διότι δεν είναι συνηθισμένο να ασφαλίσει κάποιος το αυτοκίνητό του στην τράπεζα. Αυτό βέβαια σιγά σιγά αλλάζει και λόγω των οικονομικότερων προσφορών των τραπεζών.

Πίνακας 6.10: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης προγράμματος bancassurance Ασφάλισης οχήματος/σκάφους.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου Ικανοποιημένος/η	10	10,0	10,0	10,0
	Μέτρια Ικανοποιημένος/η	9	9,0	9,0	19,0
	Ικανοποιημένος/η	14	14,0	14,0	33,0
	Πολύ Ικανοποιημένος/η	38	38,0	38,0	71,0
	Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η	29	29,0	29,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.



Διάγραμμα 6.12: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης προγράμματος bancassurance Ασφάλισης οχήματος/σκάφους.

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.

6.3.4. Ιατρικής κάλυψης

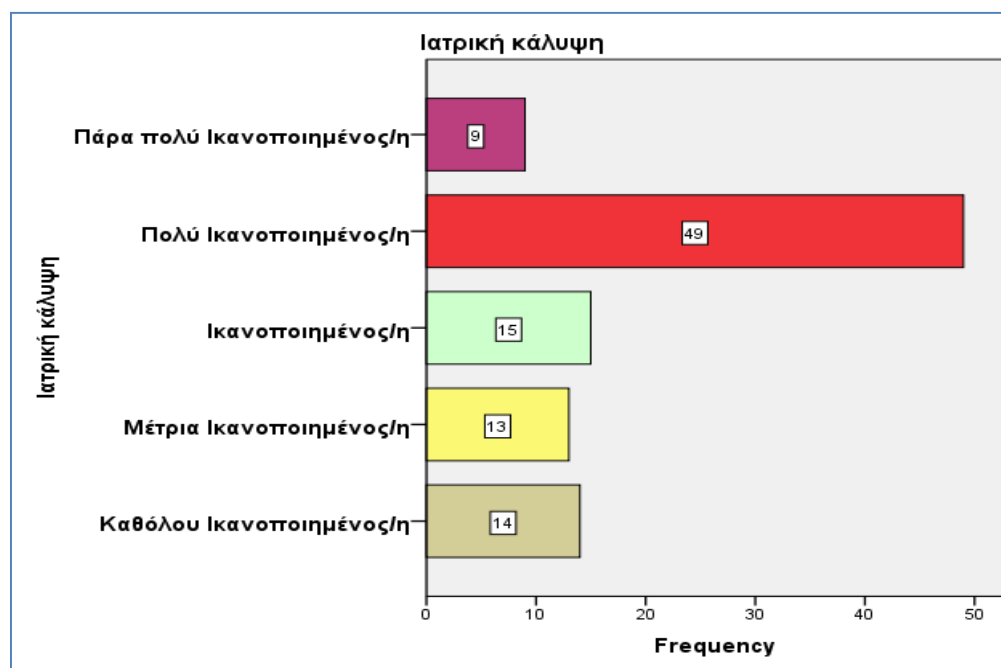
«Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα σχετικά με προγράμματα ιατρικής κάλυψης;», είναι το αντικείμενο του 9^{ου} ερωτήματος.

Η πλειοψηφία του δείγματος έχει μεγάλο βαθμό ικανοποίησης (73%) τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα σχετικά με προγράμματα ιατρικής κάλυψης. Σημειωτέον, ότι ενώ όλο το δείγμα έχει σχέση με τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα, το ανικανοποίητο ποσοστό, που είναι της τάξης του 27%, είναι σημαντικό. Αυτό ίσως συμβαίνει λόγω των ανεξάρτητων προγραμμάτων που έχουν τα μεγάλα ιατρικά κέντρα στην Αττική.

Πίνακας 6.11: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης προγράμματος bancassurance Ιατρικής κάλυψης.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου Ικανοποιημένος/η	14	14,0	14,0	14,0
	Μέτρια Ικανοποιημένος/η	13	13,0	13,0	27,0
	Ικανοποιημένος/η	15	15,0	15,0	42,0
	Πολύ Ικανοποιημένος/η	49	49,0	49,0	91,0
	Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η	9	9,0	9,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.



Διάγραμμα 6.13: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης προγράμματος bancassurance Ιατρικής κάλυψης.

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.

6.3.5. Ασφάλιση πιστωτικής κάρτας

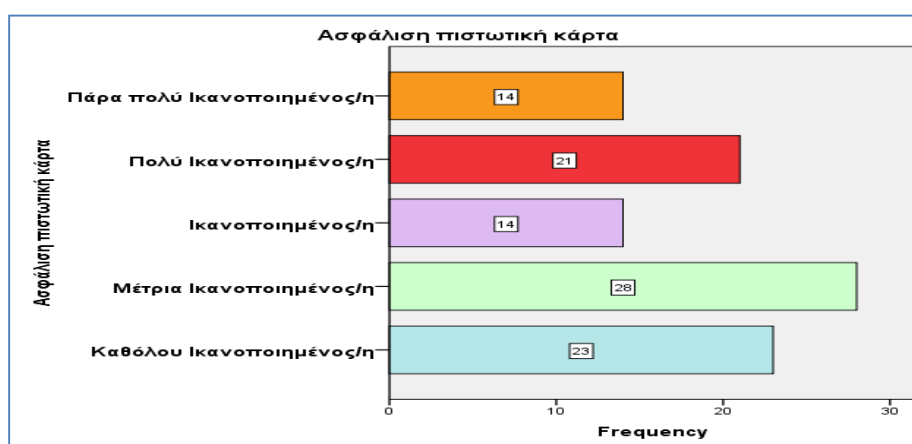
Πλέον, υπάρχει απόλυτη εξειδίκευση των τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων που προσφέρονται, καθώς η δημιουργία προτάσεων και λύσεων προσαρμοσμένων στις ανάγκες του πελάτη κρίνουν την εξέλιξη του θεσμού. Με αυτό το σκεπτικό δημιουργήθηκε πρόγραμμα bancassurance Ασφάλιση πιστωτικής κάρτας, που είναι και το θέμα του 10^{ου} ερωτήματος.

Παρατηρείται από τον παρακάτω πίνακα και το αντίστοιχο διάγραμμα μεγάλη δυσπιστία στο εν λόγω πρόγραμμα. Αυτό ίσως οφείλεται στην άσχημη πολιτική των τελευταίων ετών των τραπεζών με την έκδοση ανεξέλεγκτα πιστωτικών καρτών και την «άδοξη» λήξη της συνεργασίας με τους πελάτες/ιδιοκτήτες των καρτών.

Πίνακας 6.12: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης προγράμματος bancassurance Ασφάλισης πιστωτικής κάρτας.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου Ικανοποιημένος/η	23	23,0	23,0
	Μέτρια Ικανοποιημένος/η	28	28,0	51,0
	Ικανοποιημένος/η	14	14,0	65,0
	Πολύ Ικανοποιημένος/η	21	21,0	86,0
	Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η	14	14,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.



Διάγραμμα 6.14: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης προγράμματος bancassurance Ασφάλισης πιστωτικής κάρτας.

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.

6.3.6. Προστασίας αποπληρωμής καταναλωτικών δανείων

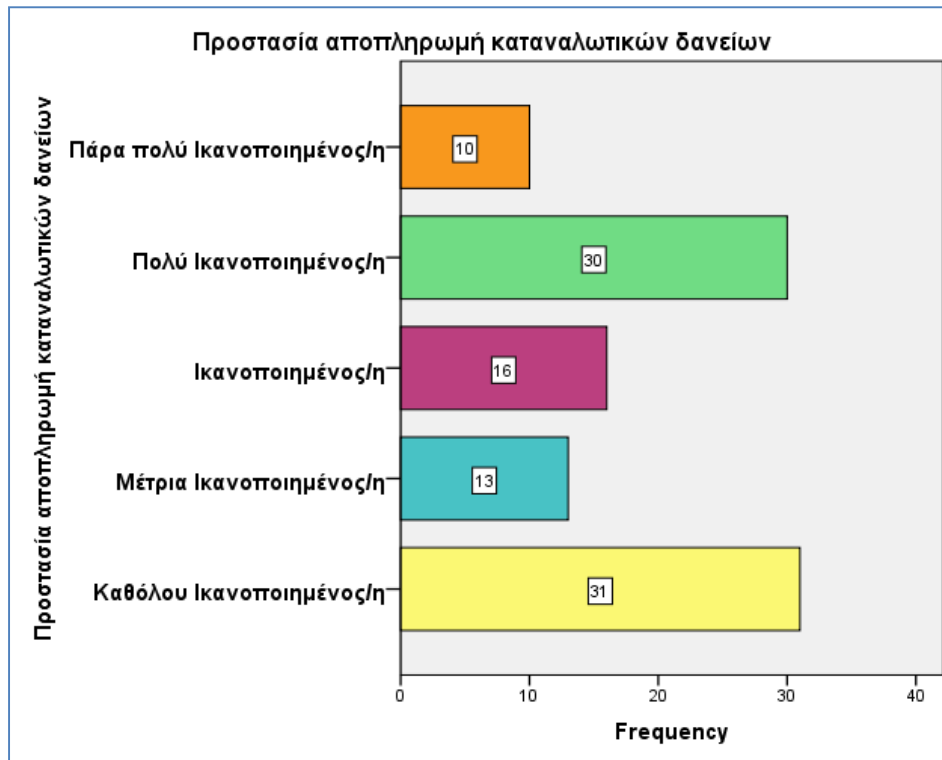
Πλέον στην Ελλάδα, αλλά και στις περισσότερες χώρες του κόσμου, δίνονται καταναλωτικά δάνεια μόνον βεβαιωμένου σκοπού από τις τράπεζες, έχοντας αλλάξει οριστικά το μοντέλο χορήγησης δανείων στον τομέα αυτό σε σχέση με την περίοδο προ της οικονομικής κρίσης. Η ασυδοσία στην χορήγηση καταναλωτικών δανείων από τις τράπεζες αλλά και η αδυναμία αποπληρωμής τους από τους δανειολήπτες οδήγησαν στην δημιουργία τέτοιου είδους τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων που αποτελούν και το θέμα του 11^{ου} ερωτήματος.

Τα αποτελέσματα των απαντήσεων των ερωτηματολογίων φαίνονται στον παρακάτω πίνακα και το αντίστοιχο διάγραμμα. Για πρώτη φορά η πλειοψηφούσα επιλογή (31%) έχει αρνητικό βαθμό ικανοποίησης του παραπάνω προϊόντος. Αυτό ίσως οφείλεται στην έλλειψη εμπιστοσύνης των δανειοληπτών σε αυτούς που τους δανείζουν (λόγων όρων, επιτοκίων κλπ.).

Πίνακας 6.13: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης προγράμματος bancassurance Προστασίας αποπληρωμής καταναλωτικών δανείων.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου Ικανοποιημένος/η	31	31,0	31,0	31,0
	Μέτρια Ικανοποιημένος/η	13	13,0	13,0	44,0
	Ικανοποιημένος/η	16	16,0	16,0	60,0
	Πολύ Ικανοποιημένος/η	30	30,0	30,0	90,0
	Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η	10	10,0	10,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.



Διάγραμμα 6.15: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης προγράμματος bancassurance Προστασίας αποπληρωμής καταναλωτικών δανείων.

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.

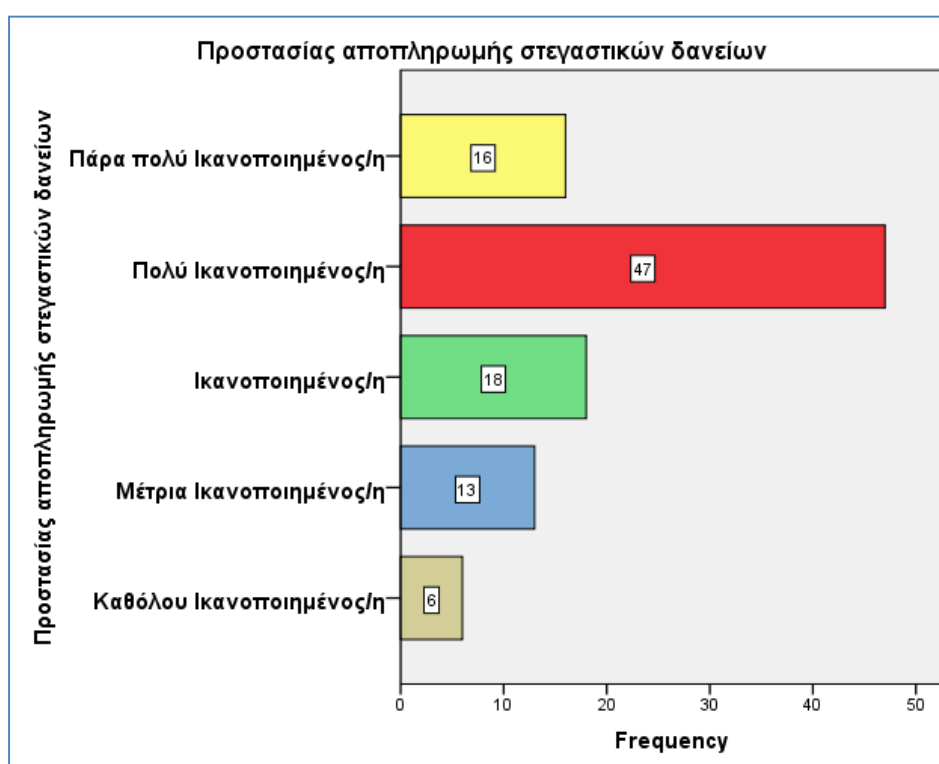
6.3.7. Προστασίας αποπληρωμής στεγαστικών δανείων

Η ασφαλιστική κάλυψη της αποπληρωμής του στεγαστικού δανείου είναι συνήθως υποχρεωτική και προβλέπεται στη δανειακή σύμβαση, αλλά αποτελεί μια από τις πιο σημαντικές και χρήσιμες ασφαλίσεις, με κοινωνικές προεκτάσεις και προστατεύει πραγματικά την οικογένεια του δανειολήπτη. Το θέμα του 12^ο ερωτήματος είναι «Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα σχετικά με προγράμματα προστασίας αποπληρωμής στεγαστικών δανείων;» και οι απαντήσεις των ερωτηματολογίων φαίνονται στο παρακάτω πίνακα και το αντίστοιχο διάγραμμα. Παρατηρείται πως ο βαθμός ικανοποίησης του προϊόντος αυτού είναι μεγαλύτερος από τον προηγούμενο που ήταν σχετικός με τα καταναλωτικά δάνεια. Και αυτό διότι στα προϊόντα των στεγαστικών δανείων υπάρχουν περισσότερες δικλείδες ασφαλείας, έτσι προτιμούνται περισσότερο αλλά είναι και υποχρεωτικά.

Πίνακας 6.14: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης προγράμματος bancassurance Προστασίας αποπληρωμής στεγαστικών δανείων.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου Ικανοποιημένος/η	6	6,0	6,0	6,0
	Μέτρια Ικανοποιημένος/η	13	13,0	13,0	19,0
	Ικανοποιημένος/η	18	18,0	18,0	37,0
	Πολύ Ικανοποιημένος/η	47	47,0	47,0	84,0
	Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η	16	16,0	16,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.



Διάγραμμα 6.16: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης προγράμματος bancassurance Προστασίας αποπληρωμής στεγαστικών δανείων.

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.

6.3.8. Ασφάλισης Κατοικίας

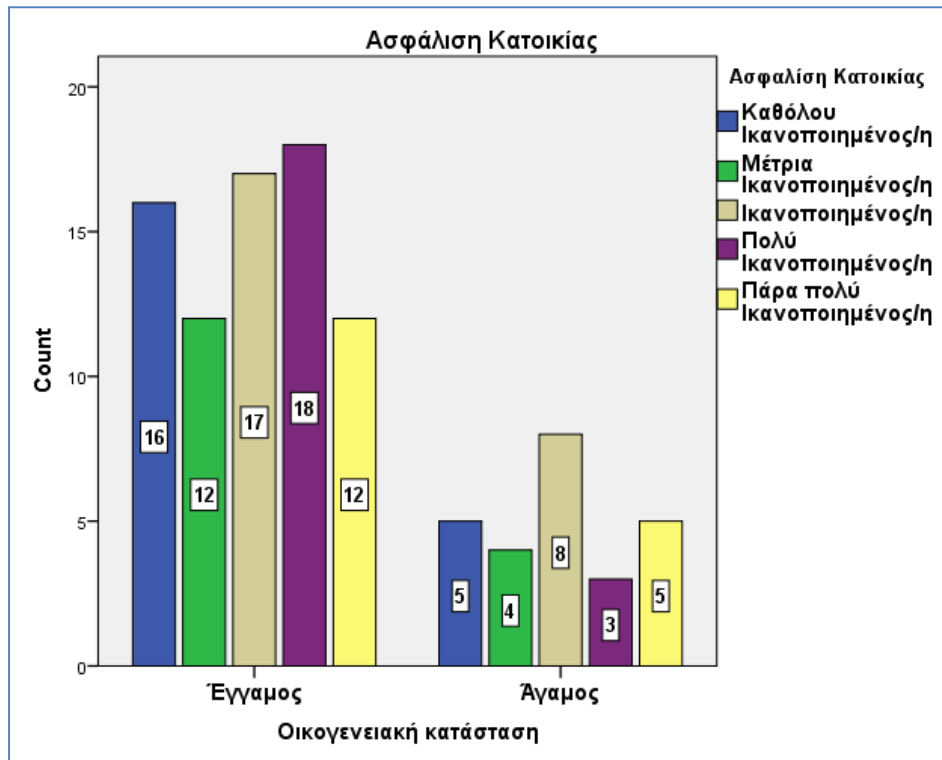
Στη συνεχιζόμενη δύσκολη οικονομική πραγματικότητα της καθημερινότητας, δεν υπάρχει το παραμικρό περιθώριο για απώλειες περιουσιακών στοιχείων, από το πιο μικρό και φτηνό μέχρι το μεγαλύτερο που μπορεί να έχει κάποιος στη ζωή του, δηλαδή το σπίτι του. Σε αυτή την κατεύθυνση οδηγούνται διάφορα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα και αποτελεί το αντικείμενο του 13^ο ερωτήματος.

Οι απαντήσεις των ερωτηματολογίων φαίνονται στον παρακάτω πίνακα και το αντίστοιχο διάγραμμα και ειδικότερα ο βαθμός ικανοποίησης αυτών των προγραμμάτων σε σχέση με την οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων. Παρατηρείται πως ο βαθμός ικανοποίησης είναι λίγο μεγαλύτερος στους έγγαμους. Αυτό μπορεί να δικαιολογηθεί από το κόστος του «οικογενειακού» νοικοκυριού έναντι του των άλλων.

Πίνακας 6.15: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης προγράμματος bancassurance Ασφάλισης Κατοικίας σε σχέση με την Οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων.

		Ασφάλιση Κατοικίας					Total
		Καθόλου Ικανοποιημένος/η	Μέτρια Ικανοποιημένος/η	Ικανοποιημένος/η	Πολύ Ικανοποιημένος/η	Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η	
Οικογενειακή κατάσταση	Έγγαμος	16	12	17	18	12	75
	Άγαμος	5	4	8	3	5	25
Total		21	16	25	21	17	100

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.



Διάγραμμα 6.17: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης προγράμματος bancassurance Ασφάλισης Κατοικίας σε σχέση με την Οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων.

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.

6.3.9. Ασφάλισης ανεγειρόμενης κατοικίας

Τέτοιου είδους προϊόντα προσφέρουν ολοκληρωμένη προστασία της κατοικίας κατά την περίοδο της ανεγέρσεως και καλύπτουν όλες τις συνήθεις περιπτώσεις αστικής ευθύνης¹³ και υλικών ζημιών που μπορούν να προκύψουν κατά τα στάδια κατασκευής.

Το 14^ο ερώτημα είναι το: «Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα σχετικά με προγράμματα ασφάλισης ανεγειρόμενης κατοικίας;» και τα αποτελέσματα των απαντήσεων των ερωτηματολογίων φαίνονται στον

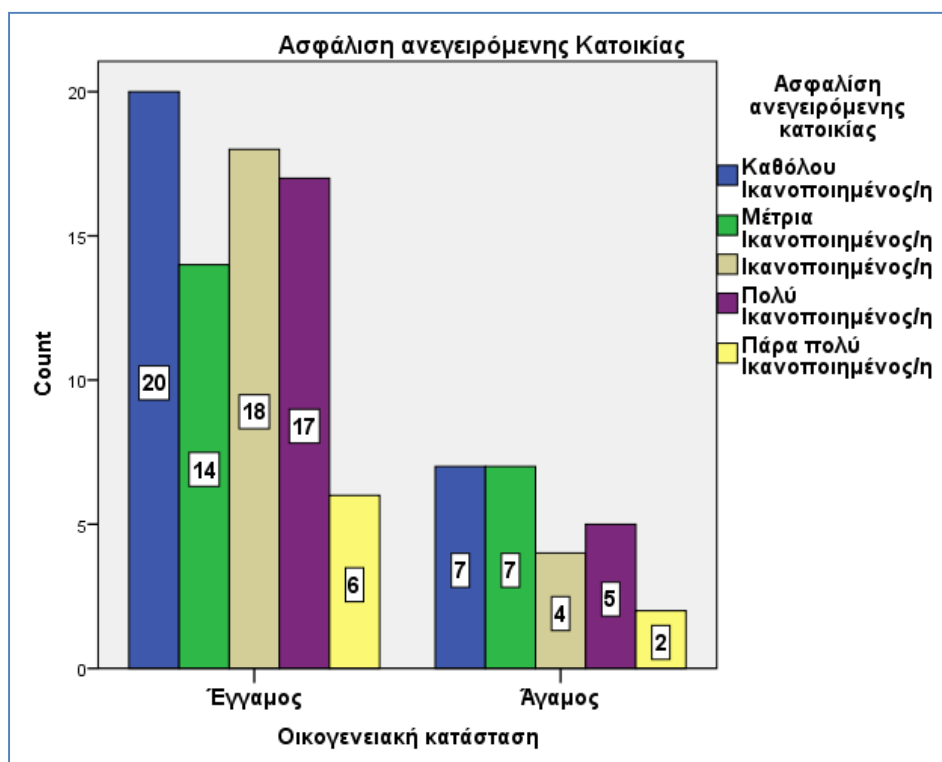
¹³ Σύμφωνα με τον ορισμό της Αστικής Ευθύνης ως νομικού όρου πρόκειται για την περίπτωση όπου κάποιος προξενεί με πράξη ή παράλειψή του, από αμέλεια, σωματική βλάβη ή/και υλική ζημιά σε τρίτο και υποχρεούται να την αποκαταστήσει. Το γενικό και ευρύ νόημα του ορισμού αυτού δεν οριοθετεί με σαφή τρόπο τις απαιτήσεις που μπορεί να θέσει ο εκάστοτε θιγόμενος σε βάρος του υπαίτιου που προκάλεσε την ζημιά.

παρακάτω πίνακα και το αντίστοιχο διάγραμμα. Η πλειοψηφούσα επιλογή –ανεξάρτητα οικογενειακής κατάστασης- έχει αρνητικό βαθμό ικανοποίησης του παραπάνω προϊόντος.

Πίνακας 6.16: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης προγράμματος bancassurance Ασφάλισης ανεγειρόμενης Κατοικίας σε σχέση με την Οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων.

		Ασφάλιση ανεγειρόμενης κατοικίας					Total
		Καθόλου Ικανοποιημ ένος/η	Μέτρια Ικανοποιημ ένος/η	Ικανοποιημ ένος/η	Πολύ Ικανοποιημ ένος/η	Πάρα πολύ Ικανοποιημέ νος/η	
Οικογενειακή κατάσταση	Έγγαμος	20	14	18	17	6	75
	Άγαμος	7	7	4	5	2	25
Total		27	21	22	22	8	100

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.



Διάγραμμα 6.18: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης προγράμματος bancassurance Ασφάλισης ανεγειρόμενης Κατοικίας σε σχέση με την Οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων.

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.

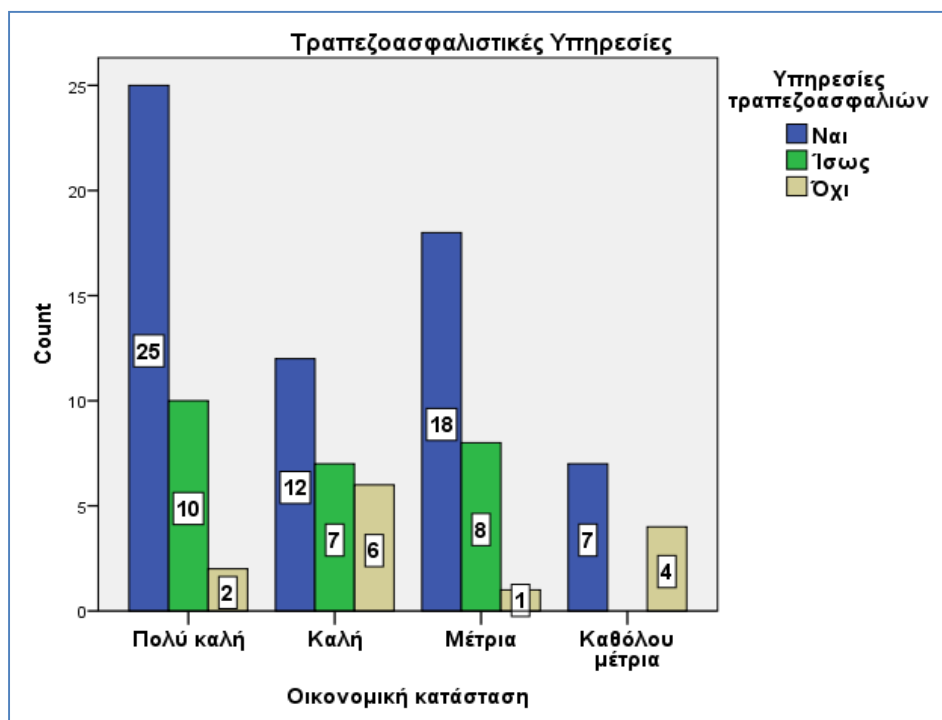
6.3.10. Συνέχιση χρήσης υπηρεσιών τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων

Το θέμα του 15^ο ερωτήματος είναι: «Θα συνεχίσετε να χρησιμοποιείτε τις υπηρεσίες των τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων;» και τα αποτελέσματα των απαντήσεων των ερωτηματολογίων φαίνονται στον παρακάτω πίνακα και το αντίστοιχο διάγραμμα. Η πλειοψηφούσα επιλογή - ανεξάρτητα οικονομικής κατάστασης- είναι η «ναι», δηλαδή θετικός βαθμός ικανοποίησης των τραπεζοασφαλιστικών Υπηρεσιών.

Πίνακας 6.17: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης των τραπεζοασφαλιστικών Υπηρεσιών σε σχέση με την Οικονομική κατάσταση των ερωτώμενων.

		Υπηρεσίες τραπεζοασφαλειών			Total
		Ναι	Ίσως	Όχι	
Οικονομική κατάσταση	Πολύ καλή	25	10	2	37
	Καλή	12	7	6	25
	Μέτρια	18	8	1	27
	Καθόλου μέτρια	7	0	4	11
Total		62	25	13	100

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.



Διάγραμμα 6.19: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης των τραπεζοασφαλιστικών Υπηρεσιών σε σχέση με την Οικονομική κατάσταση των ερωτώμενων.

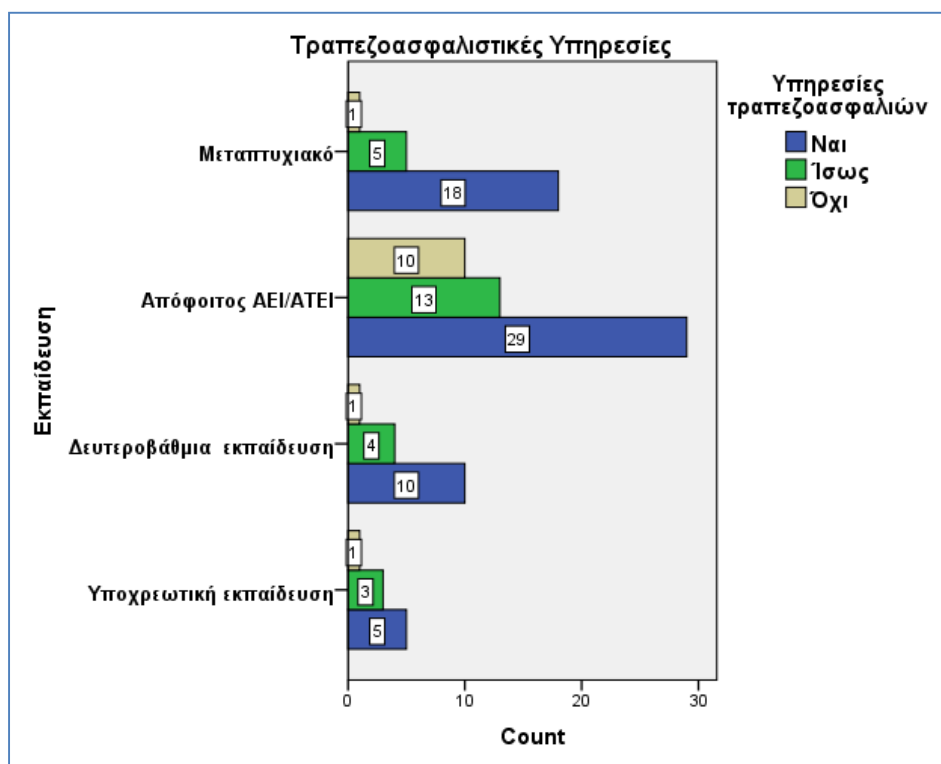
Πηγή: Ερωτηματολόγιο.

Τα στοιχεία του βαθμού ικανοποίησης των τραπεζοασφαλιστικών Υπηρεσιών σε σχέση με την εκπαίδευση των ερωτώμενων δείχνουν πάλι την πλειοψηφούσα επιλογή - ανεξάρτητα της εκπαίδευσης- να είναι η «ναι», δηλαδή θετικός βαθμός ικανοποίησης των τραπεζοασφαλιστικών Υπηρεσιών.

Πίνακας 6.18: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης των τραπεζοασφαλιστικών Υπηρεσιών σε σχέση με την Εκπαίδευση των ερωτώμενων.

		Υπηρεσίες τραπεζοασφαλειών			Total
		Ναι	Ίσως	Όχι	
Εκπαίδευση	Υποχρεωτική εκπαίδευση	5	3	1	9
	Δευτεροβάθμια εκπαίδευση	10	4	1	15
	Απόφοιτος ΑΕΙ/ΑΤΕΙ	29	13	10	52
	Μεταπτυχιακό	18	5	1	24
Total		62	25	13	100

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.



Διάγραμμα 6.20: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης τραπεζοασφαλιστικών Υπηρεσιών σε σχέση με την Εκπαίδευση των ερωτώμενων.

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.

6.3.11. Σύσταση τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων

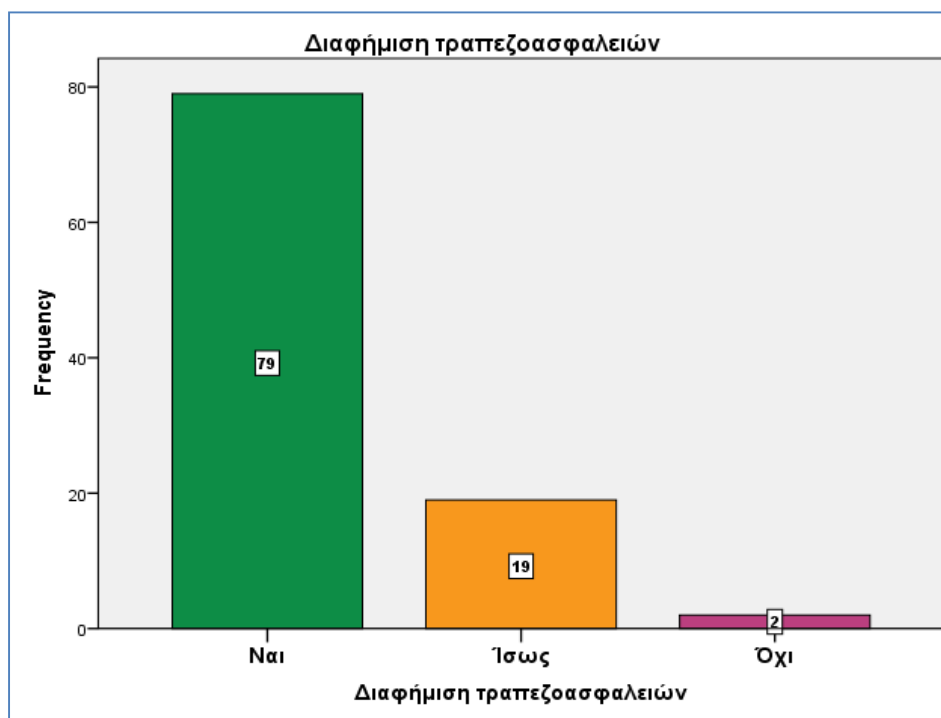
Το 16^ο ερώτημα: «Θα συστήνατε τα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα σε κάποιον τρίτο;» έχει άμεση σχέση με το προηγούμενο, διότι ο καλύτερος διαφημιστής ενός προϊόντος είναι ο ικανοποιημένος καταναλωτής/πελάτης του προϊόντος αυτού.

Τα αποτελέσματα των απαντήσεων των ερωτηματολογίων φαίνονται στον παρακάτω πίνακα και το αντίστοιχο διάγραμμα. Όντως, η επιλογή της πλειοψηφίας (79%) του δείγματος – ανεξάρτητα της οικονομικής κατάστασης- είναι «ναι», δηλαδή θετικός βαθμός ικανοποίησης των τραπεζοασφαλιστικών Υπηρεσιών.

Πίνακας 6.19: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης προγράμματος και Διαφήμιση τραπεζοασφαλειών από τους ερωτώμενους.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ναι	79	79,0	79,0	79,0
	Ίσως	19	19,0	19,0	98,0
	Όχι	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.



Διάγραμμα 6.21: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης προγράμματος και Διαφήμιση τραπεζοασφαλειών από τους ερωτώμενους.

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.

6.4. ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΒΑΘΜΟΥ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΕΩΣ ΑΠΟ ΤΙΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ

Οι παρακάτω πίνακες αντιπροσωπεύουν τον βαθμό ικανοποίησης των ερωτηθέντων που πήραν μέρος στην έρευνα, από τις τράπεζες.

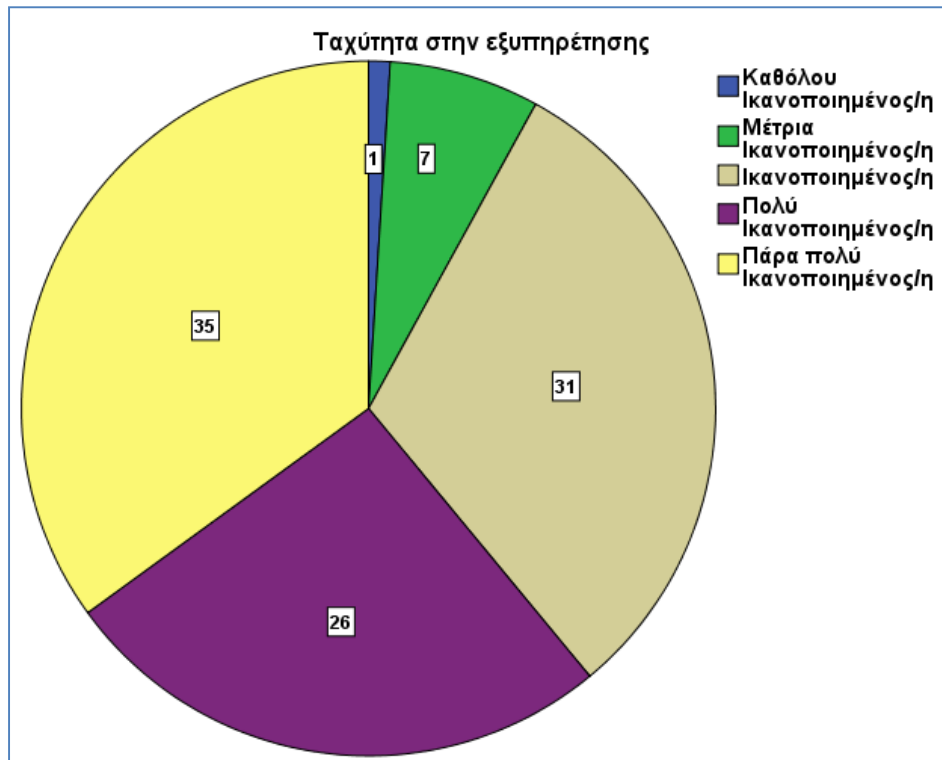
6.4.1. Ταχύτητα στην εξυπηρέτηση

Μέσα στα πλαίσια της συνεχούς αναβάθμισης της ποιότητας των υπηρεσιών μιας τράπεζας είναι και το επίπεδο εξυπηρέτησης πελατών. Η πρώτη πρόταση του βαθμού ικανοποίησης από την τράπεζα, του 17^{ου} ερωτήματος, είναι η «ταχύτητα εξυπηρέτησης». Το 92% του δείγματος είναι ικανοποιημένο σε διάφορες διαβαθμίσεις. Είναι θετικό στοιχείο της σχέσης πελάτη/τράπεζας (πίνακας 6.20 και διάγραμμα 6.22).

Πίνακας 6.20: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης από την τράπεζα για την Ταχύτητα εξυπηρέτησης.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου Ικανοποιημένος/η	1	1,0	1,0	1,0
	Μέτρια Ικανοποιημένος/η	7	7,0	7,0	8,0
	Ικανοποιημένος/η	31	31,0	31,0	39,0
	Πολύ Ικανοποιημένος/η	26	26,0	26,0	65,0
	Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η	35	35,0	35,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.



Διάγραμμα 6.22: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης από την τράπεζα για την Ταχύτητα εξυπηρέτησης.

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.

6.4.2. Επαγγελματική συμπεριφορά και ευγένεια

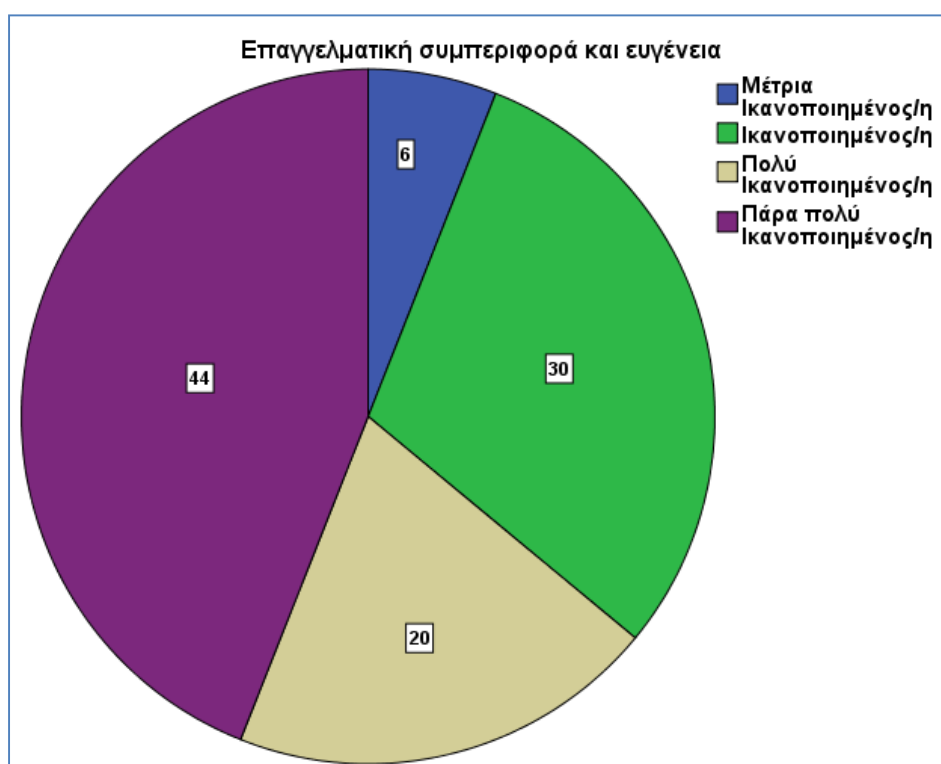
Ο τραπεζικός υπάλληλος οφείλει να εξυπηρετεί το κοινό με άρτιο και αποτελεσματικό τρόπο. Το κύρος και η αξιοπιστία της τράπεζας αλλά και των υπηρεσιών που προσφέρει εξαρτώνται άμεσα από την ποιότητα της εξυπηρέτησης και την επαγγελματική συμπεριφορά του υπαλλήλου.

Η δεύτερη πρόταση του βαθμού ικανοποίησης από την τράπεζα, του 17^{ου} ερωτήματος, είναι η «Επαγγελματική συμπεριφορά και ευγένεια». Και σε αυτήν την πρόταση η συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος (94%) είναι ικανοποιημένο σε διάφορες διαβαθμίσεις (πίνακας 6.21 και διάγραμμα 6.23).

Πίνακας 6.21: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης από την τράπεζα για την Επαγγελματική συμπεριφορά και ευγένεια.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Μέτρια Ικανοποιημένος/η	6	6,0	6,0	6,0
	Ικανοποιημένος/η	30	30,0	30,0	36,0
	Πολύ Ικανοποιημένος/η	20	20,0	20,0	56,0
	Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η	44	44,0	44,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.



Διάγραμμα 6.23: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης από την τράπεζα για την Επαγγελματική συμπεριφορά και ευγένεια.

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.

6.4.3. Ακριβής και σωστή ενημέρωση

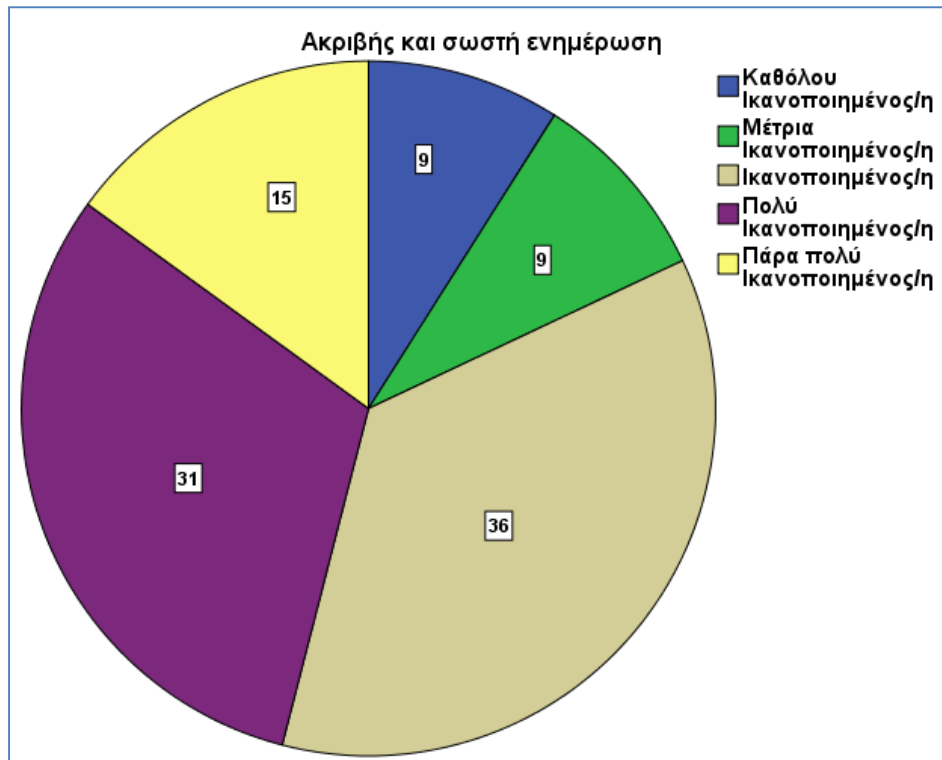
Ο τραπεζικός υπάλληλος οφείλει να ενημερώνει τους ενδιαφερόμενους πολίτες, με απλούς, ακριβείς και κατανοητούς όρους, για όλα όσα αφορούν τις αρμοδιότητες της υπηρεσίας του, τα τραπεζικά προϊόντα, τις σχετικές διαδικασίες, την ακολουθούμενη πρακτική, τα δικαιώματά τους, καθώς και τυχόν εναλλακτικές επιλογές.

Η τρίτη πρόταση του βαθμού ικανοποίησης από την τράπεζα, του 17^{ου} ερωτήματος, είναι η «Ακριβής και σωστή ενημέρωση». Από τον πίνακα 6.22 και το διάγραμμα 6.24, παρατηρείται ότι ένα αξιόλογο ποσοστό του δείγματος (18%) δεν είναι ικανοποιημένο.

Πίνακας 6.22: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης από την τράπεζα για την Ακριβής και σωστή ενημέρωση.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου Ικανοποιημένος/η	9	9,0	9,0	9,0
	Μέτρια Ικανοποιημένος/η	9	9,0	9,0	18,0
	Ικανοποιημένος/η	36	36,0	36,0	54,0
	Πολύ Ικανοποιημένος/η	31	31,0	31,0	85,0
	Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η	15	15,0	15,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.



Διάγραμμα 6.24: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης από την τράπεζα για την Ακριβής και σωστή ενημέρωση.

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.

6.4.4. Χρόνος αναμονής μέχρι να εξυπηρετηθείτε

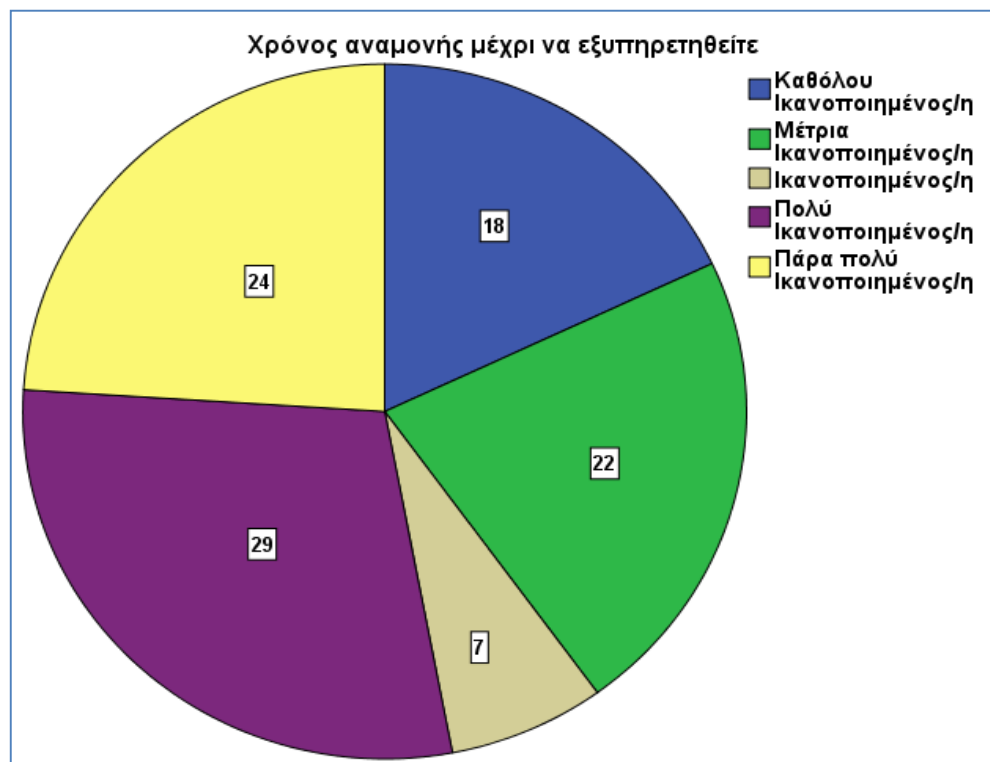
Ο τραπεζικός υπάλληλος οφείλει να αξιοποιεί στο μέγιστο βαθμό το χρόνο εργασίας του και διερευνά χωρίς χρονοτριβή τις υποθέσεις που του ανατίθενται, βάσει χρονικής προτεραιότητας, εκτός και αν πρόκειται για θέματα επείγουσας ή ανθρωπιστικής φύσης με στόχο την μείωση του χρόνου αναμονής των πελατών. Ακόμη εξετάζει τις υποθέσεις των πολιτών με ταχύτητα, πληρότητα, ακρίβεια και υπευθυνότητα, χωρίς να τους επιβαρύνει με άσκοπα διαδικαστικά βάρη.

Η τετάρτη πρόταση του βαθμού ικανοποίησης από την τράπεζα, του 17^{ου} ερωτήματος, είναι η «Χρόνος αναμονής μέχρι να εξυπηρετηθείτε». Από τον πίνακα 6.23 και το διάγραμμα 6.25, παρατηρείται ένα μεγάλο ποσοστό του δείγματος (40%) δεν είναι ικανοποιημένο.

Πίνακας 6.23: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης από την τράπεζα για τον χρόνο αναμονής μέχρι την εξυπηρέτηση.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου Ικανοποιημένος/η	18	18,0	18,0	18,0
	Μέτρια Ικανοποιημένος/η	22	22,0	22,0	40,0
	Ικανοποιημένος/η	7	7,0	7,0	47,0
	Πολύ Ικανοποιημένος/η	29	29,0	29,0	76,0
	Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η	24	24,0	24,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.



Διάγραμμα 6.25: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης από την τράπεζα για τον χρόνο αναμονής μέχρι την εξυπηρέτηση.

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.

6.4.5. Εμφάνιση Τράπεζας

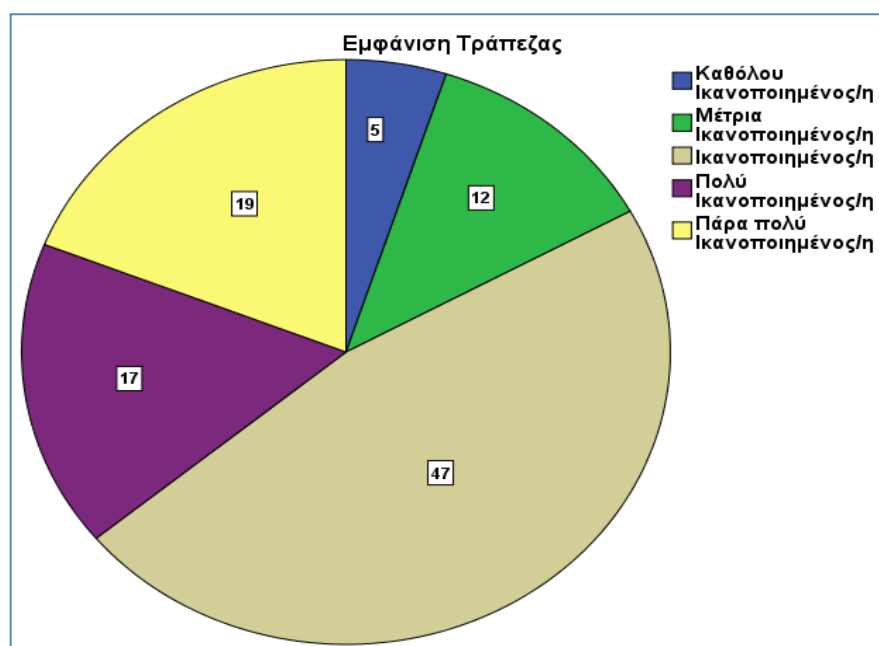
Σίγουρα, η συνολική εικόνα της τράπεζας επηρεάζει την διάθεση για συνεργασία με το κοινό. Οι κτιριακές εγκαταστάσεις και το φιλικό περιβάλλον τόσο στο άψυχο όσο και στο έμψυχο υλικό «δείχνουν» τον δρόμο συνεργασίας με τους πελάτες.

Η πέμπτη πρόταση του βαθμού ικανοποίησης από την τράπεζα, του 17^{ου} ερωτήματος, είναι η «Εμφάνιση της Τράπεζας». Από τον πίνακα 6.24 και το διάγραμμα 6.26, παρατηρείται ότι το 83% του δείγματος είναι ικανοποιημένο.

Πίνακας 6.24: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης από την τράπεζα για την εμφάνισή της.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου Ικανοποιημένος/η	5	5,0	5,0	5,0
	Μέτρια Ικανοποιημένος/η	12	12,0	12,0	17,0
	Ικανοποιημένος/η	47	47,0	47,0	64,0
	Πολύ Ικανοποιημένος/η	17	17,0	17,0	81,0
	Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η	19	19,0	19,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.



Διάγραμμα 6.26: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης από την τράπεζα για την εμφάνισή της. Πηγή: Ερωτηματολόγιο.

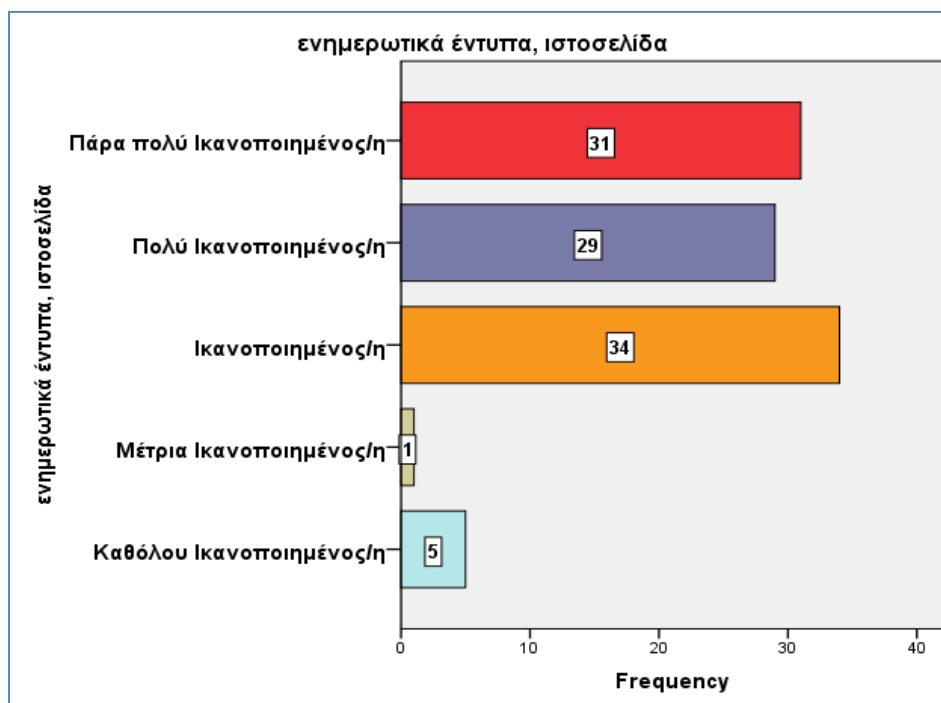
6.4.6. Ενημέρωση (ενημερωτικά έντυπα, ιστοσελίδα) για τα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα

Η 18^η ερώτηση μετρά τον βαθμό ικανοποίησης από την ενημέρωση της Τράπεζας (ενημερωτικά έντυπα, ιστοσελίδα) για τα παραπάνω τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα. Από τον πίνακα 6.25 και το διάγραμμα 6.27, παρατηρείται ότι το 94% του δείγματος είναι ικανοποιημένο σε διάφορες διαβαθμίσεις. Όντως η διαφημιστική καμπάνια αυτών των προϊόντων ξεπερνά κάθε προηγούμενο.

Πίνακας 6.25: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης από την τράπεζα για ενημερωτικά έντυπα, ιστοσελίδα.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου Ικανοποιημένος/η	5	5,0	5,0	5,0
	Μέτρια Ικανοποιημένος/η	1	1,0	1,0	6,0
	Ικανοποιημένος/η	34	34,0	34,0	40,0
	Πολύ Ικανοποιημένος/η	29	29,0	29,0	69,0
	Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η	31	31,0	31,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.



Διάγραμμα 6.27: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης από την τράπεζα για ενημερωτικά έντυπα, ιστοσελίδα.

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.

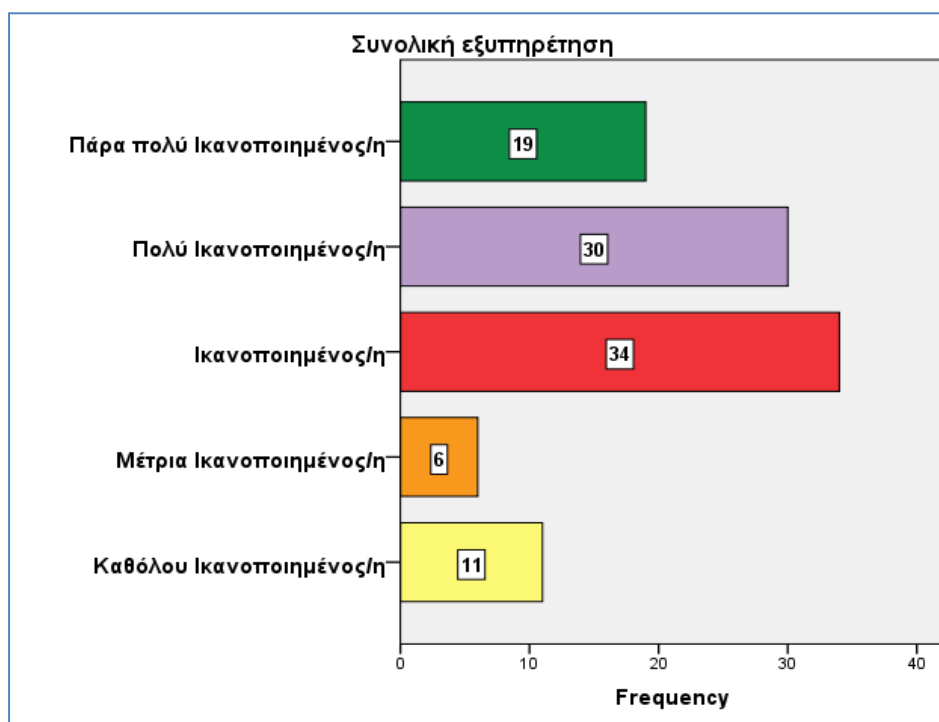
6.4.7. Συνολική εξυπηρέτηση για τα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα

Η 19^η ερώτηση μετρά τον βαθμό ικανοποίησης από την συνολική εξυπηρέτηση των τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων. Από τον πίνακα 6.26 και το διάγραμμα 6.28, παρατηρείται ότι το 83% του δείγματος είναι ικανοποιημένο σε διάφορες διαβαθμίσεις.

Πίνακας 6.26: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης από την τράπεζα για την συνολική εξυπηρέτηση.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου Ικανοποιημένος/η	11	11,0	11,0	11,0
	Μέτρια Ικανοποιημένος/η	6	6,0	6,0	17,0
	Ικανοποιημένος/η	34	34,0	34,0	51,0
	Πολύ Ικανοποιημένος/η	30	30,0	30,0	81,0
	Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η	19	19,0	19,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.



Διάγραμμα 6.28: Στοιχεία βαθμού ικανοποίησης από την τράπεζα για την συνολική εξυπηρέτηση.

Πηγή: Ερωτηματολόγιο.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Από την παραπάνω έρευνα διαπιστώνεται η δυναμική που έχει, αλλά και τα μερίδια αγοράς που διεκδικεί το bancassurance στην παραγωγή ασφαλιστρων, καθώς τα τελευταία χρόνια η συμμετοχή του στην κατανομή των ασφαλιστικών εργασιών, αυξάνει συνεχώς. Η μεγάλη ανάπτυξη των δανείων τα προηγούμενα χρόνια, κυρίως των στεγαστικών, οδήγησε σε αντίστοιχα ανοδική πορεία και τα μεγέθη στις ασφάλειες του κλάδου Πυρός.

Οι μεγάλες προσδοκίες των ασφαλιστικών εταιριών και των τραπεζών είναι γεγονός για το συγκεκριμένο κανάλι διανομής, καθώς η πώληση των ασφαλιστικών προγραμμάτων είναι πιο εύκολη εφόσον συνδέεται άμεσα με κάποιο τραπεζικό προϊόν. Πλέον έφτασε η ώρα που επιχειρείται απευθείας μη συνδεδεμένη πώληση των ασφαλιστικών προγραμμάτων από τον τραπεζικό υπάλληλο.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα/απαντήσεις του ερωτηματολογίου προκύπτουν τα εξής:

Από τις απαντήσεις του 1^{ου} ερωτήματος σχετικά με το φύλο, παρατηρείται πως από το σύνολο 100 ατόμων του δείγματος, 73 άτομα είναι άντρες και 27 γυναίκες. Αναλογικά με το ποσοστό που κατέχουν οι άντρες και οι γυναίκες στο δείγμα, έχουν και ανάλογη συμπεριφορά στην συνέχιση χρήσης υπηρεσιών τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων.

Η ηλικία των συμμετεχόντων της έρευνας παίζει καταλυτικό ρόλο στις επιλογές τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων. Συγκεκριμένα φάνηκε ότι προτιμούν περισσότερο τραπεζοασφαλιστικές υπηρεσίες οι ηλικίες «35-44 ετών» και «45-54 ετών» με σχετική συχνότητα των τιμών της μεταβλητής στο δείγμα επί του συνόλου των περιπτώσεων που έδωσαν έγκυρες απαντήσεις 25% και 42%. Αντίθετα, μικρά ποσοστά εμφάνισης έχουν οι ηλικιακές ομάδες κάτω από 34 ετών και άνω από 55 ετών. Η πρώτη ομάδα επειδή δεν χρειάζεται τέτοιου είδους υπηρεσίες ενώ η δεύτερη ίσως επειδή δεν εμπιστεύεται τα νέα αυτά προϊόντα και προτιμά τις ασφαλιστικές εταιρείες.

Από το 3^ο ερώτημα για την οικογενειακή κατάσταση, φαίνεται ότι η πλειοψηφία (75%) των ερωτηθέντων είναι έγγαμοι ενώ το υπόλοιπο 25% είναι άγαμοι. Οι έγγαμοι θα συνεχίσουν να ωφελούνται από τις τραπεζοασφάλειες κατά πλειοψηφία,

και με περίπου το 32% να μην είναι σίγουρο, επιλογή «ίσως». Ενώ οι άγαμοι ερωτώμενοι θα συνεχίσουν να ωφελούνται από τις τραπεζοασφάλειες κατά πλειοψηφία.

Το θέμα του 4^{ου} ερωτήματος είναι η «Εκπαίδευση;». Σχεδόν όλο το δείγμα 76%, είναι απόφοιτοι ΑΕΙ/ΑΤΕΙ ή έχουν μεταπτυχιακό. Είναι θετικό μήνυμα που άτομα μορφωμένα εμπιστεύονται τα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα.

Από την 5^η ερώτηση η «Οικονομική κατάσταση του ερωτώμενου/ης», απορρέει ότι η επιλογή με το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος (37%) είναι η «Πολύ καλή». Είναι προφανές (φαίνεται και από τα παρακάτω διαγράμματα), ότι όσο καλύτερη οικονομική κατάσταση έχει κάποιος τόσο ασχολείται και κατέχει τέτοιου είδους προϊόντα.

Οι απαντήσεις του 6^{ου} ερωτήματος «Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα σχετικά με την Αύξηση Κεφαλαίων;» είναι θετικά. Με επικρατέστερη επιλογή την πρόταση «Πολύ Ικανοποιημένος/η» με ποσοστό 49%, ακολουθεί ο μέσος όρος του βαθμού ικανοποίησης «Ικανοποιημένος/η» με ποσοστό 21%. Είναι γεγονός πως τα επιτόκια τέτοιου είδους προθεσμιακών καταθέσεων είναι υψηλά με μηδαμινό ρίσκο του αρχικού κεφαλαίου.

Από το θέμα του 7^{ου} ερωτήματος «Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα σχετικά με Συνταξιοδοτικά προγράμματα;» φαίνεται η ικανοποίηση του δείγματος με ποσοστό 85% (σε διάφορες διαβαθμίσεις). Είναι γεγονός πως τα επιτόκια τέτοιου είδους προθεσμιακών καταθέσεων είναι υψηλά με μηδαμινό ρίσκο του αρχικού κεφαλαίου. Τα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα σχετικά με συνταξιοδοτικά προγράμματα προτιμούνται λόγω της σιγουριάς που αποπνέει η φερεγγυότητα αλλά και η διαχρονικότητα των τραπεζών (υπάρχει κάποιος κλονισμός εμπιστοσύνης λόγω της οικονομικής κρίσης αλλά είναι μεγαλύτερος για τις απλές ασφαλιστικές εταιρίες).

Στις απαντήσεις του 8^{ου} ερωτήματος «Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα σχετικά με προγράμματα ασφάλισης οχήματος/σκάφους;», παρατηρείται μια ανεπαίσθητη πτώση στον βαθμό ικανοποίησης σε σχέση με τα προηγούμενα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα. Αυτό συμβαίνει διότι δεν είναι συνηθισμένο να ασφαλίζει κάποιος το αυτοκίνητό του στην τράπεζα. Αυτό βέβαια αλλάζει και λόγω των οικονομικότερων προσφορών των τραπεζών.

Η πλειοψηφία του δείγματος έχει μεγάλο βαθμό ικανοποίησης (73%) τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα σχετικά με προγράμματα ιατρικής κάλυψης. Σημειωτέον ότι όλο το δείγμα έχει σχέση με τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα, το ανικανοποίητο ποσοστό που είναι της τάξης του 27% είναι σημαντικό. Αυτό ίσως συμβαίνει λόγω των ανεξάρτητων προγραμμάτων που έχουν τα μεγάλα ιατρικά κέντρα στην Αττική.

Το πρόγραμμα bancassurance Ασφάλισης πιστωτικής κάρτας, είναι το θέμα του 10^{ου} ερωτήματος. Παρατηρείται μεγάλη δυσπιστία στο εν λόγω πρόγραμμα. Αυτό ίσως συμβαίνει στην άσχημη πολιτική των τελευταίων ετών των τραπεζών με την έκδοση ανεξέλεγκτα πιστωτικών καρτών και την «άδοξη» λήξη της συνεργασίας με τους πελάτες/ιδιοκτήτες των καρτών

Η ασυδοσία στην χορήγηση καταναλωτικών δανείων από τις τράπεζες αλλά και η αδυναμία αποπληρωμής τους από τους δανειολήπτες οδήγησαν στην δημιουργία τέτοιου είδους τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων που αποτελούν και το θέμα του 11^{ου} ερωτήματος. Τα αποτελέσματα των απαντήσεων των ερωτηματολογίων δείχνουν για πρώτη φορά η πλειοψηφούσα επιλογή (31%) να έχει αρνητικό βαθμό ικανοποίησης του προϊόντος. Αυτό ίσως συμβαίνει στην έλλειψη εμπιστοσύνης των δανειοληπτών σε αυτούς που τους δανείζουν (λόγων όρων, επιτοκίων κλπ.).

Το θέμα του 12^ο ερωτήματος είναι «Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα σχετικά με προγράμματα προστασίας αποπληρωμής στεγαστικών δανείων;». Παρατηρείται πως ο βαθμός ικανοποίησης του προϊόντος αυτού είναι μεγαλύτερος από τον προηγούμενο που ήταν σχετικός με τα καταναλωτικά δάνεια. Και αυτό διότι στα προϊόντα των στεγαστικών δανείων υπάρχουν περισσότερες δικλείδες ασφαλείας, έτσι προτιμούνται περισσότερο αλλά είναι και υποχρεωτικά.

Η ασφάλιση κατοικίας αποτελεί το θέμα του 13^ο ερωτήματος. Οι απαντήσεις του ερωτήματος σε σχέση με την Οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων, εξάγουν συμπέρασμα πως ο βαθμός ικανοποίησης είναι λίγο μεγαλύτερος στους έγγαμους. Αυτό μπορεί να δικαιολογηθεί από το κόστος του «οικογενειακού» νοικοκυριού έναντι του εργένικου.

Το 14^ο ερώτημα είναι το: «Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα σχετικά με προγράμματα ασφαλίσεως ανεγειρόμενης κατοικίας;». Η πλειοψηφούσα επιλογή –ανεξάρτητα οικογενειακής κατάστασης- έχει αρνητικό βαθμό ικανοποίησης του παραπάνω προϊόντος.

Το θέμα του 15^ο ερωτήματος είναι: «Θα συνεχίσετε να χρησιμοποιείτε τις υπηρεσίες των τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων;». Η πλειοψηφούσα επιλογή - ανεξάρτητα οικονομικής κατάστασης- είναι «ναι», δηλαδή θετικός βαθμός ικανοποίησης των τραπεζοασφαλιστικών Υπηρεσιών. Τα στοιχεία του βαθμού ικανοποίησης των τραπεζοασφαλιστικών Υπηρεσιών σε σχέση με την Εκπαίδευση των ερωτώμενων δείχνουν πάλι την πλειοψηφούσα επιλογή - ανεξάρτητα της εκπαίδευσης- να είναι η «ναι», δηλαδή θετικός βαθμός ικανοποίησης των τραπεζοασφαλιστικών Υπηρεσιών.

Το 16^ο ερώτημα: «Θα συστήνατε τα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα σε κάποιον τρίτο;» έχει άμεση σχέση με το προηγούμενο. Η επιλογή της πλειοψηφίας (79%) του δείγματος – ανεξάρτητα της οικονομικής κατάστασης- είναι «ναι», δηλαδή θετικός βαθμός ικανοποίησης των τραπεζοασφαλιστικών Υπηρεσιών.

Μέσα στα πλαίσια της συνεχούς αναβάθμισης της ποιότητας των υπηρεσιών μιας τράπεζας είναι και το επίπεδο εξυπηρέτησης πελατών. Η πρώτη πρόταση του βαθμού ικανοποίησης από την τράπεζα, του 17^{ου} ερωτήματος, είναι η «ταχύτητα εξυπηρέτησης». Το 92% του δείγματος είναι ικανοποιημένο σε διάφορες διαβαθμίσεις. Είναι θετικό στοιχείο της σχέσης πελάτη/τράπεζας.

Η δεύτερη πρόταση του βαθμού ικανοποίησης από την τράπεζα, του 17^{ου} ερωτήματος, είναι η «Επαγγελματική συμπεριφορά και ευγένεια». Και σε αυτήν την πρόταση η συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος (94%) είναι ικανοποιημένο σε διάφορες διαβαθμίσεις.

Η τρίτη πρόταση του βαθμού ικανοποίησης από την τράπεζα, του 17^{ου} ερωτήματος, είναι η «Ακριβής και σωστή ενημέρωση». Παρατηρείται ότι ένα αξιόλογο ποσοστό του δείγματος (18%) δεν είναι ικανοποιημένο.

Η τετάρτη πρόταση του βαθμού ικανοποίησης από την τράπεζα, του 17^{ου} ερωτήματος, είναι η «Χρόνος αναμονής μέχρι να εξυπηρετηθείτε». Παρατηρείται ένα μεγάλο ποσοστό του δείγματος (40%) δεν είναι ικανοποιημένο.

Η πέμπτη πρόταση του βαθμού ικανοποίησης από την τράπεζα, του 17^{ου} ερωτήματος, είναι η «Εμφάνιση της Τράπεζας». Παρατηρείται ότι το 83% του δείγματος είναι ικανοποιημένο.

Η 18^η ερώτηση μετρά τον βαθμό ικανοποίησης από την ενημέρωση της Τράπεζας (ενημερωτικά έντυπα, ιστοσελίδα) για τα παραπάνω τραπεζοασφαλιστικά

προϊόντα. Παρατηρείται ότι το 94% του δείγματος είναι ικανοποιημένο σε διάφορες διαβαθμίσεις. Όντως η διαφημιστική καμπάνια αυτών των προϊόντων ξεπερνά κάθε προηγούμενο.

Η τελευταία, 19^η ερώτηση, μετρά τον βαθμό ικανοποίησης από την συνολική εξυπηρέτηση των τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων. Παρατηρείται ότι το 83% του δείγματος είναι ικανοποιημένο σε διάφορες διαβαθμίσεις.

Τα γενικά συμπεράσματα εξάγουν τον κανόνα ότι η μεγάλη συμφωνία των ασφαλιστικών εταιρειών με τις τράπεζες έγκειται στο γεγονός του μεγάλου πελατολόγιου των τραπεζών, της ευκολίας πρόσβασης και της κατηγοριοποίησης του πελατολογίου αυτού για εφαρμογή στρατηγικών προώθησης από τις τράπεζες, σε συνδυασμό με την παραδοσιακά ισχυρή εμπιστοσύνη που έχει ο πολίτης προς το τραπεζικό σύστημα, γίνονται εύκολα κατανοητά τα μεγάλα οφέλη για ασφαλιστικές εταιρίες και τράπεζες από τις πωλήσεις μέσω του bancassurance.

Ένας ακόμη σημαντικός παράγοντας, είναι η ενίσχυση της πιστότητας μέσα από την ανάπτυξη της συναλλακτικής σχέσης με τον πελάτη. Το όφελος για τις εταιρείες μέσα από τις σταυροειδείς πωλήσεις (cross selling)¹⁴, πέρα από τη θετική συμβολή στην πλευρά των εσόδων μπορεί να είναι σημαντικό και να αποφέρει και υψηλά μεσομακροπρόθεσμα οφέλη, μέσα από την ποικιλία των διαφορετικών προγραμμάτων που έχουν συναφθεί με τον πελάτη.

Η επιδείνωση πάντως των οικονομικών συνθηκών έχει οδηγήσει και σε μείωση των δανειακών χορηγήσεων και ειδικότερα των στεγαστικών δανείων. Αυτό έχει ως λογική συνέπεια και τη μείωση των εργασιών bancassurance σε ότι αφορά τις ασφάλειες πυρός επί του προκειμένου.

Βέβαια παρά την κρίση και την κάμψη στις χορηγήσεις δανείων, η σημασία του bancassurance στις γενικές ασφάλειες, ειδικότερα δε, στους κλάδους πυρός και αυτοκινήτου, είναι μεγάλη και τα περιθώρια περαιτέρω ανάπτυξης είναι σημαντικά. Υπάρχουν άλλωστε, δάνεια σε κατοικίες ή και επιχειρήσεις που έχουν συναφθεί κατά το παρελθόν, πολλά από τα οποία πιθανόν να μην συνοδεύονται από ασφαλιστικό

¹⁴ Καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη της λιανικής τραπεζικής θα έχει η άνοδος των σταυροειδών πωλήσεων. Στην Ελλάδα οι τράπεζες πωλούν δύο περίπου προϊόντα ανά τραπεζικό πελάτη, όταν το αντίστοιχο νούμερο στην Ευρωζώνη είναι πάνω από 4 προϊόντα ανά πελάτη. Από την αύξηση των σταυροειδών πωλήσεων οι τράπεζες κερδίζουν σε έσοδα, ενώ οι πελάτες έχουν ευκαιρίες να επωφεληθούν σε τιμολόγηση.

πρόγραμμα. Γεγονός ιδιαίτερα σημαντικό σε περιόδους μεγάλης ανασφάλειας όπως αυτή που πλήττει σήμερα την αγορά.

Εν κατακλείδι, σε κάθε περίπτωση, τα βασικά χαρακτηριστικά αυτών των προγραμμάτων, είναι η απλότητα των όρων / καλύψεων, που σημαίνει εύκολη κατανόηση από την πλευρά του πελάτη, καθώς και η ταχύτητα των διαδικασιών που κατά κανόνα ολοκληρώνονται με άμεσο τρόπο στο τραπεζικό κατάστημα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Anon., n.d. *ΣΥΝΗΓΟΡΟΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: http://www.synigoroskatanaloti.gr/stk_nomologia.html
[Πρόσβαση 16 3 2014].
- Guillard, O., Ineke, J. & Mareels, C., 2003. *Special Report: Bancassurance. Morgan Stanley Fixed Income Research Europe: Investment Grade Credit – Financials*. London: European Financial Institutions.
- Regent, D. & Reid, G., 2009. *European Bancassurance. Moody's Investors Service: Global Credit Research.*. Frankfurt: Bundesbank.
- Soifer, R., 2009. *Bancassurance: The Revolution That Hasn't Come. Undated consultation paper by Soifer Consulting.*. London: LLC.
- Toeman, P., Down, R. & De Winton, W. ..., 2010. *Bancassurance: Chapter 2. Morgan Stanley Equity Research Europe*. London: UK Banks.
- A.E., Τ. Π., 2014. *Επιτροπή Κεφαλαιαγοράς*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: http://www.hcmc.gr/photos/enimerotikadeltia/files/PEIRAIWS_4_1_2014.pdf
[Πρόσβαση 10 5 2014].
- έργο, Σ., 2012. *Ελληνική Ένωση Τραπεζών (EET)*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://www.hba.gr/5Ekdosis/apologismoi/EET-Apologismos2012b.pdf>
[Πρόσβαση 10 3 2014].
- έργο, Σ., n.d. *Η Ένωση Ασφαλιστικών Εταιριών Ελλάδος (ΕΑΕΕ)*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://www.eaee.gr/cms/uploads/grmark-iv-gr.pdf>
[Πρόσβαση 5 4 2014].
- Κοινοβούλιο, Ε., 2003. *EUROPA. Σύνοψη της νομοθεσίας της ΕΕ*. [Ηλεκτρονικό]
Available at:
http://europa.eu/legislation_summaries/internal_market/single_market_services/financial_services_insurance/124237_el.htm
[Πρόσβαση 14 4 2014].
- Κοσκοσάς, Ι., 2012. *Διεθνείς χρηματοοικονομικές αγορές*. Αθήνα: Σάκκουλα Α.Ε..
- Παυλάκης, Δ., n.d. *Μεσολαβητής Τραπεζικών - Επενδυτικών Υπηρεσιών (Μ.Τ.Ε.Υ.)*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <http://www.hobis.gr/UplFiles/AnnualReport-2012.pdf>
[Πρόσβαση 17 5 2014].
- Σπύρος, Ι., 2013. *Αγορές χρήματος και κεφαλαίου*. Αθήνα: Μπένου Γ..
- Συλλιγάρδος, Ν. & Σχοινιωτάκης, Γ., 2010. *Διαχείριση Τραπεζικών και Χρηματοοικονομικών Κινδύνων*. Αθήνα: ΔΙΣΙΓΜΑ.
- Συλλιγάρδος, Ν. & Σχοινιωτάκης, Γ., 2012. *Σύγχρονη Χρηματοπιστωτική Διοίκηση*. Αθήνα: ΙΩΝ.

Χατζηνικολάου, Ρ., 2012. *Ιδιωτικό ασφαλιστικό δίκαιο*. Αθήνα: Σάκκουλα Α.Ε..

Χριστόπουλος, Α. & Ντόκας, Ι., 2012. *Θέματα τραπεζικής και χρηματοοικονομικής θεωρίας*. Αθήνα: Κριτική.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΕΛΑΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΟΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ

Αξιότιμη Κυρία / Αξιότιμε Κύριε,

Το παρόν ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε στο πλαίσιο μεταπτυχιακής εργασίας, του τμήματος Οικονομικής Επιστήμης του Πανεπιστημίου Πειραιώς, με θέμα: «Νέες Μορφές Τραπεζοασφαλιστικών Προϊόντων (Εναλλακτικά Πεδία Δράσης Τραπεζών)». Θα θέλαμε να μάθουμε σε ποιο βαθμό είστε ικανοποιημένη(-ος) από τα σύγχρονα προσφερόμενα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα. Για να εκτιμήσετε το βαθμό που είστε ικανοποιημένη(-ος) από τα προϊόντα, να προσπαθήσετε να φέρετε στη μνήμη σας προηγούμενες συναλλαγές σας στον τομέα αυτό. Προτού ξεκινήσουμε θα θέλαμε να σας διαβεβαιώσουμε ότι όλες οι απαντήσεις που δίνετε σ' αυτή τη φόρμα είναι τελείως εμπιστευτικές, φυσικά ανώνυμες και θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για ερευνητικούς σκοπούς. Σας ευχαριστούμε εκ των προτέρων για τη συμμετοχή σας.

A. ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ-ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

1.Φύλο

- Άνδρας
- Γυναίκα

2.Ηλικία

- 18-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- 55-64
- 65 και άνω

3.Οικογενειακή κατάσταση

- Έγγαμος
- Άγαμος

4. Εκπαίδευση

- Υποχρεωτική εκπαίδευση
- Δευτεροβάθμια εκπαίδευση
- Απόφοιτος ΑΕΙ/ΑΤΕΙ

- Μεταπτυχιακό

5. Οικονομική κατάσταση του ερωτώμενου/ης:

- Πολύ καλή
- Καλή
- Μέτρια
- Καθόλου μέτρια

Β. ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΒΑΘΜΟΥ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΕΩΣ ΤΡΑΠΕΖΟΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

6. Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα σχετικά με την Αύξηση Κεφαλαίων;

	1	2	3	4	5	
Καθόλου Ικανοποιημένος/η	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η

7. Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα σχετικά με Συνταξιοδοτικά προγράμματα;

	1	2	3	4	5	
Καθόλου Ικανοποιημένος/η	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η

8. Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα σχετικά με προγράμματα ασφάλισης οχήματος/σκάφους;

	1	2	3	4	5	
Καθόλου Ικανοποιημένος/η	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η

9. Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα σχετικά με προγράμματα ιατρικής κάλυψης;

	1	2	3	4	5	
Καθόλου Ικανοποιημένος/η	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η

10. Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα σχετικά με προγράμματα ασφάλισης πιστωτικής κάρτας;

	1	2	3	4	5	
Καθόλου Ικανοποιημένος/η	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η

11. Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα σχετικά με προγράμματα προστασίας αποπληρωμής καταναλωτικών δανείων;

	1	2	3	4	5	
Καθόλου Ικανοποιημένος/η	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η

12. Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα σχετικά με προγράμματα προστασίας αποπληρωμής στεγαστικών δανείων;

	1	2	3	4	5	
Καθόλου Ικανοποιημένος/η	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η

13. Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα σχετικά με προγράμματα Ασφάλισεως Κατοικίας;

	1	2	3	4	5	
Καθόλου Ικανοποιημένος/η	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η

14. Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα σχετικά με προγράμματα ασφάλισεως ανεγειρόμενης κατοικίας;

	1	2	3	4	5	
Καθόλου Ικανοποιημένος/η	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η

15.Θα συνεχίσετε να χρησιμοποιείτε τις υπηρεσίες των τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων;

- Ναι
- Ίσως
- Όχι

16.Θα συστήνατε τα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα σε κάποιον τρίτο;

- Ναι
- Ίσως
- Όχι

Γ. ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΒΑΘΜΟΥ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΕΩΣ ΑΠΟ ΤΙΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ

17.Όσον αφορά την εξυπηρέτηση που σας παρέχεται από την τράπεζα, πόσο ικανοποιημένος/η είστε από κάθε ένα από τα πιο κάτω:

	Καθόλου Ικανοποιημένος/η	Μέτρια Ικανοποιημένος/η	Ικανοποιημένος/ Ικανοποιημένος/η	Πολύ Ικανοποιημένος/η	Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η
Ταχύτητα στην εξυπηρέτηση	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Επαγγελματική συμπεριφορά και ευγένεια	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ακριβής και σωστή ενημέρωση	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Χρόνος αναμονής μέχρι να εξυπηρετηθείτε	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Εμφάνιση Τράπεζας	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

18.Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από την ενημέρωσή σας από την Τράπεζα (ενημερωτικά έντυπα, ιστοσελίδα) για τα παραπάνω τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα;

	1	2	3	4	5	
Καθόλου Ικανοποιημένος/η	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η

19.Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από την συνολική εξυπηρέτηση που προσφέρεται από την τράπεζα για θέματα που αφορούν τα τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα;

	1	2	3	4	5	
Καθόλου Ικανοποιημένος/η	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Πάρα πολύ Ικανοποιημένος/η

Στο παρακάτω CD περιέχεται σε ηλεκτρονική μορφή η έντυπη εργασία, αλλά και η παρουσίαση της, στο πρόγραμμα Microsoft Power Point.