

Τ.Ε.Ι. ΠΑΤΡΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ: ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Θ Ε Μ Α :

**« ΟΙ ΝΕΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ
ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ »**

ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ: ΚΑΝΑΒΟΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ

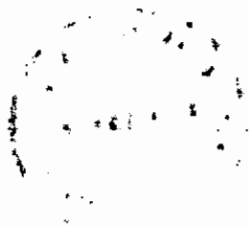
ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΕΣ: ΛΩΛΗ ΠΑΝΑΓΙΩΤΑ

ΜΑΡΓΑΡΩΝΗ ΚΑΛΛΙΟΠΗ

ΠΑΤΡΑ, ΙΟΥΝΙΟΣ 1995



ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΙΣΑΓΟΓΗΣ	1638
----------------------	------



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	ΣΕΛ.
ΠΡΟΛΟΓΟΣ	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ	
ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΟ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ	
Χρηματοπιστωτικό σύστημα	2
Τράπεζα	3
Δομή και λειτουργία τραπεζικού συστήματος	4
Κατηγορίες εργασιών εμπορικών τραπεζών	6
Χαρακτηριστικά ενιαίου τραπεζικού συστήματος	7
 ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ	
ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ	
Ιστορία και εξέλιξη του ελληνικού τραπεζικού συστήματος	9
Διάρθρωση του ελληνικού τραπεζικού συστήματος	11
Γενικά χαρακτηριστικά ελληνικού τραπεζικού συστήματος	16
 ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ	
ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΚΑΙ ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ	
Επίδραση των συνθηκών της ενιαίας αγοράς στον εκσυγχρονισμό	18
Βαθμός εκσυγχρονισμού ελληνικού τραπεζικού συστήματος	21
Δραστηριότητες Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών	22
Νέες τάσεις ελληνικής τραπεζικής αγοράς	23

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ

ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΚΑΙ ΚΡΑΤΟΣ

Νομισματική πολιτική	25
Μέσα άσκησης νομισματικής πολιτικής	25
Το ελληνικό τραπεζικό σύστημα και η ασκηθείσα πολιτική	26
Αναγκαιότητα μείωσης επιτοκίων	28
Συμβολή της Κεντρικής Τράπεζας στον εκσυγχρονισμό	33

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ

ΔΙΑΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ

Τι είναι διατραπεζικό σύστημα	34
Δημιουργία εθνικού διατραπεζικού συστήματος	35
Παρουσίαση της ΔΙΑ.Σ. ΑΕ	36

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ

Η μηχανοργάνωση των εμπορικών τραπεζών	40
Αυτοματοποίηση των συναλλαγών	42
Η εξέλιξη της τεχνολογίας σε σχέση με τα υποκαταστήματα	45

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΒΔΟΜΟ

ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΜΕΓΕΘΟΥΣ ΚΑΙ ΣΥΣΤΑΣΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ

Αύξηση των τραπεζών στην Ελλάδα	47
Ιδιωτικές τράπεζες στα πλαίσια της Ε.Ο.Κ. -	
Παραδείγματα ιδιωτικών τραπεζών	48

Επέκταση των ελληνικών τραπεζών στο εξωτερικό- Παραδείγματα	53
--	----

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΟΓΔΩΟ

ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Αναγκαιότητα εφαρμογής ΜΚΤ στις ελληνικές τράπεζες	57
Έννοια και χρησιμότητα του ΜΚΤ	58
Φιλοσοφία και διοικητική του ΜΚΤ των τραπεζών	59
Το ΜΚΤ στη σύγχρονη επιχείρηση - ΜΚΤ τραπεζικών υπηρεσιών	61
ΜΚΤ ΜΙΧ στις τράπεζες	64
Χάραξη στρατηγικής	67
Στρατηγικές αντιμετώπισης ανταγωνισμού	68
Ο σύγχρονος ρόλος στελέχους ΜΚΤ καταστήματος	70
Παράδειγμα τραπεζικού ΜΚΤ - πολιτικής στελεχών	73

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΝΑΤΟ

Η ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΣΤΟΝ ΧΩΡΟ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ

Εξελίξεις στον τομέα της τραπεζικής εκπαίδευσης	75
Οι τράπεζες και το δυναμικό τους	77
Διαμόρφωση των εκπαιδευτικών προγραμμάτων	78
Το εκπαιδευτικό σύστημα των τραπεζών	79
Η αξιολόγηση του προσωπικού των τραπεζών	79
Αξιοποίηση του συστήματος αξιολόγησης από την Ιονική Τράπεζα	80

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΚΑΤΟ

ΝΕΑ ΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Έννοια τραπεζικού προϊόντος	83
Πως σχεδιάζεται ένα νέο προϊόν	84
Οι επιταγές της ΕΟΚ για τα νέα προϊόντα	88
Τα νέα προϊόντα των ελληνικών τραπεζών	90
Leasing - Χρηματοδοτική μίσθωση	90
Factoring	100
Πλαστικό χρήμα - Κάρτες	109
Μηχανήματα αυτόματης συναλλαγής (Α.Τ.Μ.'S)	118
Private Banking	122
Πάγιες εντολές	130
Αμοιβαία Κεφάλαια	130
Repos	145

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΝΔΕΚΑΤΟ

ΘΥΓΑΤΡΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ

Η σύσταση θυγατρικών εταιρειών από τις ελληνικές τράπεζες	149
---	-----

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΩΔΕΚΑΤΟ

ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Οι παράγοντες επιτυχίας για τα επόμενα χρόνια	152
Ανάγκη ανεξαρτητοποίησης της Τράπεζας Ελλάδος	153
Το σύγχρονο ηλεκτρονικό κατάστημα	155
Έξυπνη κάρτα	157
A.T.M.'S	159

E.F.T.P.O.S.	160
Home banking	163
Franchising	164
BΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	170

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η παρούσα εργασία κινήθηκε στα πλαίσια μίας θεωρητικής αναζήτησης και έρευνας πάνω σε θέματα τραπεζικού ενδιαφέροντος, καθώς και μιας επικοδομητικής συνεργασίας μεταξύ των συντακτριών και του εισηγητή καθηγητή μας.

Σκοπός του εγχειριδίου αυτού είναι να παρουσιάσει σε γενικές γραμμές τις εξελίξεις που σημειώθηκαν στην ελληνική τραπεζική αγορά τα τελευταία χρόνια κάνοντας πρώτα μία συνοπτική αναφορά σε ορισμένες βασικές έννοιες. Θεωρούμε απαραίτητο να σημειωθεί, ότι κατά τη διάρκεια εκπόνησης της εργασίας, αντιληφθήκαμε ότι το εύρος του θέματος ήταν τόσο μεγάλο που δεν μας άφησε περιθώρια για επιμέρους βαθύτερες αναλύσεις.

Το τραπεζικό σύστημα αφορά μία πληθώρα θεμάτων που καλύπτεται από μία πολύ μεγάλη βιβλιογραφία. Οι αλλαγές συγκεκριμένα, που συντελέσθηκαν σε αυτό - ιδίως μετά την Ευρωπαϊκή Ενοποίηση - ήταν τόσο έντονες και ριζικές που επηρέασαν πολλά άλλα συστήματα που σχετίζονται με το τραπεζικό.

Αντιμετωπίζοντας λοιπόν έναν τόσο μεγάλο όγκο θεματολογίας προσπαθήσαμε να δώσουμε όσο ήταν δυνατόν μία καλύτερη εικόνα των εκσυγχρονιστικών ενεργειών που πραγματοποιήθηκαν στην ελληνική αγορά στα πλαίσια της απελευθέρωσης και διεθνοποίησης του τραπεζικού συστήματος. Ζητάμε λοιπόν την κατανόηση του αναγνώστη και πιστεύουμε με την επισκόπηση αυτού του τόσο πολυσχιδούς αντικειμένου να δοθεί η αφορμή για περαιτέρω εμβάθυνση των ενδιαφερομένων αναγνωστών.

Αισθανόμαστε την υποχρέωση να ευχαριστήσουμε τον καθηγητή μας, κύριο Καναβό για την καθοδήγησή του, τον διευθυντή της Τράπεζας Interbank για την παροχή αρκετών χρήσιμων στοιχείων, καθώς και ορισμένα στελέχη τραπεζών (Ιονική, Πίστωσης, Πειραιώς) για τις σημαντικές πληροφορίες που μας έδωσαν.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ

ΤΟ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ

Το χρηματοπιστωτικό σύστημα.

Ο ρόλος του χρηματοπιστωτικού μηχανισμού σε μια οικονομία είναι η συγκέντρωση των αποταμιεύσεων και στη συνέχεια η αποτελεσματική κατανομή τους σε επενδυτικές και καταναλωτικές χρήσεις.

Οι οικονομικές μονάδες (νοικοκυριά, επιχειρήσεις και Δημόσιο), ανάλογα με το καθαρό αποτέλεσμα που εμφανίζουν σε μια συγκεκριμένη περίοδο, κατατάσσονται στις πλεονασματικές, ελλειμματικές ή στις ισοσκελισμένες.

Το χρηματοπιστωτικό σύστημα ασχολείται λοιπόν με τη διοχέτευση αγοραστικής δύναμης από τις πλεονασματικές μονάδες προς τις ελλειμματικές.

Οι τρόποι τους οποίους χρησιμοποιεί το χρηματοπιστωτικό σύστημα σήμερα για την διοχέτευση των χρηματικών πόρων από τις πλεονασματικές μονάδες προς τις ελλειμματικές είναι πολλοί. Γενικά όμως μπορεί να γίνει ένας διαχωρισμός σε άμεση και έμμεση χρηματοδότηση.

Άμεση χρηματοδότηση έχουμε όταν μια πλεονασματική μονάδα επενδύει απ' ευθείας σε μια ελλειμματική. Έμμεση χρηματοδότηση έχουμε όταν στη διαδικασία της επένδυσης παρεμβαίνουν χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί όπως π.χ. εμπορικές τράπεζες, εταιρείες ασφάλισης ζωής, τράπεζες αποταμιεύσεων, πιστωτικοί οργανισμοί κ.λ.π.

Το χρηματοπιστωτικό σύστημα διακρίνεται σε δυο αγορές :

α)Χρηματαγορά, που είναι η προσφορά και ζήτηση βραχυπρόθεσμων δανείων που προορίζονται για την κάλυψη των αναγκών σε κεφάλαια κίνησης και έχουν διάρκεια ένα έτος.

Την αγορά χρήματος τη διακρίνουμε σε οργανωμένη και μη οργανωμένη. Στην οργανωμένη χρηματαγορά υπάρχουν οργανωμένες επιχειρήσεις γι αυτό το σκοπό όπως οι τράπεζες, Ταμειυτήρια κ.λπ. που συγκεντρώνουν βραχυπρόθεσμες καταθέσεις και τις παραχωρούν σαν βραχυπρόθεσμες πιστώσεις. Η μη οργανωμένη αγορά χρήματος περιλαμβάνει τις συναλλαγές που γίνονται μεταξύ των επιχειρήσεων και των προμηθευτών και των πιστωτών της.

β)Κεφαλαιαγορά, που είναι η προσφορά και η ζήτηση μεσοπρόθεσμων ή μακροπρόθεσμων δανείων. Τη διακρίνουμε σε οργανωμένη κεφαλαιαγορά και μη οργανωμένη. Στην οργανωμένη αγορά η κίνηση των μακροπρόθεσμων κεφαλαίων γίνεται από τράπεζες και χρηματοπιστήρια. Την οργανωμένη κεφαλαιαγορά αποτελούν όλες οι ιδιωτικές συναλλαγές.

Τα κυριότερα χρηματοδοτικά ιδρύματα είναι οι κάθε μορφής τραπεζικές επιχειρήσεις μεταξύ των οποίων οι εμπορικές τράπεζες κατέχουν την πρώτη θέση γιατί αποτελούν την κύρια μορφή χρηματοδότησης της οικονομίας.

Ορισμός τραπεζικής επιχείρησης.

Έχουν δοθεί πολλοί ορισμοί από διάφορους συγγραφείς για την τραπεζική επιχείρηση αλλά όλοι τους είναι πολύ στενοί για να περιλάβουν τις σύγχρονες τραπεζικές εργασίες. Ο πληρέστερος ορισμός είναι η πρόταση οδηγίας της ΕΟΚ για την κατάρτιση των επίσημων λογαριασμών των τραπεζών που ορίζει: "Τράπεζα είναι η επιχείρηση της οποίας συνηθισμένη δραστηριότητα είναι να δέχεται καταθέσεις ή άλλα κεφάλαια από το κοινό και να χορηγεί πιστώσεις".

Δομή και λειτουργία του τραπεζικού συστήματος.

Οι τράπεζες κατατάσσονται σε διάφορες κατηγορίες ανάλογα με τα κριτήρια κάτω από τα οποία εξετάζονται.

Με κριτήριο την γεωγραφική έκταση των δραστηριοτήτων τους διακρίνονται σε τοπικές, εθνικές και διεθνείς. Μια άλλη επιμέρους κατάταξή τους είναι σε δημόσιες και ιδιωτικές. Σύμφωνα με τον οικονομικό κλάδο τον οποίο αφορούν, μπορούν ακόμα να διακριθούν σε: εκδοτικές, εμπορικές, αγροτικές, ναυτιλιακές, κτηματικές κ.λπ.

Τα εθνικά τραπεζικά συστήματα έχουν πυραμοειδή δομή. Στην κορυφή βρίσκεται η κεντρική ή εκδότρια τράπεζα, στο κέντρο οι δευτερεύουσες ή εμπορικές, οι χρηματοδοτικοί οργανισμοί και στην βάση οι πελάτες των τραπεζών (κοινό, οικονομικές μονάδες) που ενδιαφέρονται για την ικανοποίηση των αναγκών τους.

Αναλύοντας την κάθε κατηγορία ξεχωριστά, γίνεται καλύτερα αντιληπτή η σχέση που έχουν μεταξύ τους στο τραπεζικό σύστημα.

1. Η Εκδότρια Τράπεζα (Κεντρική)

Κάθε ανεπτυγμένο τραπεζικό σύστημα περιλαμβάνει μια εκδοτική ή κεντρική τράπεζα με κύρια λειτουργία την άσκηση της νομισματικής πολιτικής της χώρας. Έχει δηλαδή τη δυνατότητα να επηρεάζει την ποσότητα του χρήματος που κυκλοφορεί στην οικονομία της, χρησιμοποιώντας είτε επεκτατικές, είτε συσταλτικές πολιτικές.

Ακόμα ασκεί την συναλλαγματική πολιτική του Κράτους και διαχειρίζεται τα συναλλαγματικά αποθέματα της οικονομίας. Μπορεί επίσης να χαρακτηριστεί ως η τράπεζα των εμπορικών τραπεζών με τις οποίες συνεργάζεται.

Δεν παραχωρεί δάνεια στο κοινό, ούτε δέχεται τις καταθέσεις του παρά μόνο τα πλεονάζοντα διαθέσιμα των εμπορικών τραπεζών. Ακόμα βοηθά τις τράπεζες να αντιμετωπίσουν τα προβλήματα στενότητας ρευστοτήτων τους.

Ονομάζεται εκδότρια, γιατί αναλαμβάνει την έκδοση του κυκλοφορούντος χρήματος σε χαρτονομίσματα και κέρματα. Το χρήμα αυτό ονομάζεται νομισματικό, ενώ το χρήμα που εκδίδουν οι εμπορικές τράπεζες ονομάζεται λογιστικό χρήμα.

2. Οι εμπορικές τράπεζες

Είναι τράπεζες που δεν έχουν την δυνατότητα να εκδόσουν νομισματικό χρήμα (χαρτονομίσματα και κέρματα), μπορούν όμως να δημιουργήσουν λογιστικό χρήμα (καταθέσεις όψεως που κινούνται με επιταγές).

Αποτελούν επιχειρήσεις κερδοσκοπικού χαρακτήρα και συγκεντρώνουν τα κεφάλαιά τους από τις καταθέσεις του κοινού και τα δανείζουν με μεγαλύτερο τόκο στις επιχειρήσεις. Έτσι τα κέρδη τους προέρχονται από τις αμοιβές των υπηρεσιών τους, όσο και από την διαφορά που υπάρχει μεταξύ επιτοκίων καταθέσεων και επιτοκίων δανεισμού.

3. Χρηματοδοτικοί διαμεσολαβητές

Οι ειδικοί αυτοί οργανισμοί έχουν έναν καθαρά διαμεσολαβητικό ρόλο, κάτι σαν "μεσάζοντες" του χρήματος. Παρεμβαίνουν ανάμεσα στις οικονομικές μονάδες ή τα άτομα που έχουν πλεονασματικά διαθέσιμα και θέλουν να επενδύσουν σε άλλες που έχουν ανάγκη των αποταμιεύσεων για να κάνουν επενδύσεις. Με άλλα λόγια ό,τι δέχονται σαν καταθέσεις το παραχωρούν με την μορφή δανείων.

Τέτοιοι χρηματοδοτικοί οργανισμοί είναι τα ταμειυτήρια, οι τράπεζες επενδύσεων, ασφαλιστικές εταιρείες, διαχειριστές αμοιβαίων κεφαλαίων κ.λπ.

Κατηγορίες εργασιών εμπορικών τραπεζών.

Επειδή οι εμπορικές τράπεζες καταλαμβάνουν το μεγαλύτερο μέρος στην σύνθεση του τραπεζικού συστήματος, αναφερόμαστε ειδικότερα σ' αυτήν την κατηγορία.

Σε γενικές γραμμές, η δραστηριότητα μιας εμπορικής τράπεζας κινείται στα παρακάτω επίπεδα:

-Μεταβιβάζει χρήματα στις οικονομικές μονάδες, με την προϋπόθεση επιστροφής τους ύστερα από κάποιο χρονικό διάστημα.

-Στηρίζεται στην πίστη του κοινού προς αυτήν και προσφέρει πίστη σ' αυτό με την σειρά της. Δηλ. τα κεφάλαιά της προέρχονται από τις καταθέσεις των πελατών, προς τους οποίους παρέχει διάφορες εγγυήσεις, χρήσιμες όσο και οι δανειοδοτήσεις που χορηγεί.

-Προσφέρει για λογαριασμό των πελατών της διάφορες υπηρεσίες.

Μια βασική διάκριση των εργασιών των εμπορικών τραπεζών είναι σε τρεις κατηγορίες: στις ενεργητικές, στις παθητικές και στις διαμεσολαβητικές.

Στις ενεργητικές, περιλαμβάνονται οι πιστωτικές εργασίες δηλ. οι χορηγήσεις, οι εγγυητικές επιστολές και η αποδοχή συναλλαγματικών, καθώς και οι τοποθετήσεις σε χρεόγραφα, ακίνητα κ.λπ.

Στις παθητικές εργασίες ανήκουν οι καταθέσεις και γενικά οι εργασίες προσέλκυσης κεφαλαίων.

Μεσολαβητικές ονομάζονται οι υπηρεσίες που αναλαμβάνουν οι τράπεζες επί πληρωμή, γι αυτό και τις συναντάμε και ως εργασίες "επί προμηθεία".

Στην κατηγορία αυτή ανήκουν η κίνηση κεφαλαίων (επιταγές και εντολές), οι αξίες προς είσπραξη (συναλλαγματικές, γραμμάτια, φορτωτικές), αγοραπωλησία χρεογράφων για

λογαριασμό τρίτων, φύλαξη τίτλων, ενοικίαση θυρίδων, πράξεις επί συναλλάγματος κ.ά.

Χαρακτηριστικά τραπεζικού συστήματος.

Κάθε εμπορική τράπεζα δημιουργεί τη δική της νομισματική μονάδα που εκδίδεται και κυκλοφορεί στο δικό της χώρο. Αυτός ο χώρος προσδιορίζεται από οικονομικά ή λειτουργικά κριτήρια. Σ' αυτόν περιλαμβάνονται όλα τα οικονομικά υποκείμενα που συνεργάζονται με την συγκεκριμένη τράπεζα, για την ικανοποίηση των οικονομικών τους αναγκών, ανεξάρτητα αν κατοικούν στο γεωγραφικό διαμέρισμα ή στη γειτονιά που βρίσκεται η τράπεζα. Αρκεί το γεγονός να έχουν δοσοληψίες μαζί της.

Ένα εθνικό τραπεζικό σύστημα χωρίζεται σε νομισματικές ζώνες που αντιστοιχούν στον αριθμό των εμπορικών τραπεζών που υπάρχουν στο σύστημα. Στο εσωτερικό των ζωνών κυκλοφορεί μόνο η νομισματική μονάδα της δεδομένης εμπορικής τράπεζας. Το χαρακτηριστικό γνώρισμα των επιμέρους νομισματικών μονάδων είναι ότι παρουσιάζονται με κοινή μορφή, είναι "ακριβή αντίγραφα" της νομισματικής μονάδας της Κεντρικής Τράπεζας. Για παράδειγμα, στα πλαίσια του εθνικού μας τραπεζικού συστήματος εκδίδονται και κυκλοφορούν, στο λειτουργικό χώρο κάθε τράπεζας, η δραχμή της Εθνικής Τράπεζας, η δραχμή της Εμπορικής Τράπεζας κ.λπ. Όλες έχουν την κοινή μορφή της δραχμής της Τράπεζας της Ελλάδος.

Γι' αυτό οι νομισματικές μονάδες κάθε τράπεζας είναι απεριόριστα μετατρέψιμες και μπορούν από οποιαδήποτε τράπεζα κι αν δημιουργούνται να καταστρέφονται επιστρέφοντας σε οποιαδήποτε τράπεζα. Για παράδειγμα, ο πελάτης Χ της Εθνικής Τράπεζας, πληρώνει τον Ψ πελάτη της Τράπεζας Εργασίας δίνοντάς του μια επιταγή. Ο Ψ καταθέτει την επιταγή

στην τράπεζά του, την Τράπεζα Εργασίας και πιστώνεται ο λογαριασμός του. Η Εθνική Τράπεζα λαμβάνει την επιταγή από την Τράπεζα Εργασίας του πελάτη της Χ και χρεώνει τον λογαριασμό του. Όμως πιστώνει το λογαριασμό της ανταποκρίτριας Τράπεζας Εργασίας που διατηρεί στα βιβλία της το ποσό της επιταγής. Η πληρωμή μεταξύ των συναλλασόμενων ολοκληρώθηκε, αλλά μένει το χρέος της Εθνικής απέναντι στην Τράπεζα Εργασίας. Η πληρωμή αυτή ολοκληρώνεται με παρέμβαση της Κεντρικής Τράπεζας με τον λεγόμενο 'συμψηφισμό των ενδοτραπεζικών υποχρεώσεων'. Μετά τον συμψηφισμό προκύπτει ένα θετικό ή αρνητικό υπόλοιπο για κάθε τράπεζα ξεχωριστά. Το υπόλοιπο αυτό μετατρέπεται σε χρέωση ή πίστωση της συγκεκριμένης τράπεζας απέναντι στην Κεντρική Τράπεζα.

Η προηγούμενη διαδικασία διασφαλίζεται με την μετατρέψιμότητα. Κάθε χρέωση ή πίστωση μιας δευτερεύουσας τράπεζας, είναι μετατρέψιμη σε μια χρέωση ή πίστωση απέναντι στην Κεντρική Τράπεζα.

Η προέκταση του δικαιώματος του κοινού πάνω στις τράπεζες μέχρι την Κεντρική Τράπεζα μας επιτρέπει να πούμε ότι κάθε έκδοση χρήματος από τις εμπορικές τράπεζες είναι μια παράγωγη έκδοση της Κεντρικής Τράπεζας. Δηλαδή το κοινό κατέχει κεντρικό χρήμα με την μορφή δευτερεύοντος τραπεζικού χρήματος.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ

ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ

Ιστορία και εξέλιξη του ελληνικού τραπεζικού συστήματος. Συνέπειες από την ένταξη στην ΕΟΚ.

Η ιστορία του τραπεζικού μας συστήματος αρχίζει με την ίδρυση του ελληνικού κράτους το 1828. Επί κυβέρνησης Καποδίστρια φαίνεται επιτακτική η ανάγκη ανάπτυξης ενός τραπεζικού συστήματος για την ικανοποίηση των αναγκών της οικονομίας, της μείωσης της τοκογλυφίας και τη βοήθεια της γεωργίας.

Η εξέλιξη του ελληνικού τραπεζικού συστήματος συμβαδίζει με την εξέλιξη της εθνικής μας οικονομίας, αλλά και με την εξέλιξη της τραπεζικής τεχνικής και των μεθόδων οργάνωσης των σύγχρονων τραπεζικών συστημάτων. Το πέρασμα από την αγροτική οικονομία στις πρώτες προσπάθειες εκβιομηχάνισης της χώρας γέννησε την ανάγκη να βρεθούν κεφάλαια και να προωθηθούν σε παραγωγικούς σκοπούς. Η ανάγκη αυτή οδήγησε στον εκσυγχρονισμό του ελληνικού τραπεζικού συστήματος.

Οι σημαντικότεροι σταθμοί στην ιστορία του ελληνικού τραπεζικού συστήματος είναι:

Το 1828 ιδρύθηκε η Εθνική Χρηματοδοτική Τράπεζα. Οι συνθήκες όμως της εποχής εκείνης - πολιτικές και οικονομικές - και η περιορισμένη τραπεζική της δραστηριότητα κατέληξαν στην διάλυσή της το 1834. Το 1841, ιδρύθηκε η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος η οποία είχε το προνόμιο της έκδοσης χρήματος και είχε σαν σκοπό την ανάπτυξη της γεωργίας, βιομηχανίας, του εμπορίου και της ναυτιλίας. Το 1886 ιδρύθηκε η Εμπορική Τράπεζα της Ελλάδος με σκοπό την ανάπτυξη της οικονομίας. Σήμερα είναι η πρώτη εμπορική τράπεζα της χώρας. Το 1928

ιδρύθηκε η Τράπεζα της Ελλάδος και μεταβιβάστηκε και σε αυτή το εκδοτικό προνόμιο το οποίο ασκεί μέχρι σήμερα.

Το 1929 έγινε η πρώτη προσπάθεια εξειδίκευσης των τραπεζικών εργασιών και ιδρύθηκε η Αγροτική Τράπεζα με σκοπό τη χρηματοδότηση του αγροτικού τομέα. Μετά το β' παγκόσμιο πόλεμο έγινε μια προσπάθεια οργάνωσης και εκσυγχρονισμού του τραπεζικού συστήματος με σκοπό να βοηθήσουν τις τράπεζες στην ανασυγκρότηση και ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας. Το 1962 ιδρύθηκε η Τράπεζα Επενδύσεων, το 1963 η Εθνική Τράπεζα Επενδύσεων Βιομηχανικής Ανάπτυξης (ΕΤΕΒΑ) και το 1964 ιδρύθηκε η Ελληνική Τράπεζα Βιομηχανικής Ανάπτυξης (ΕΤΒΑ).

Οι τράπεζες αυτές είχαν ως σκοπούς την χρηματοδότηση βιομηχανικών, ναυπλιακών και τουριστικών προγραμμάτων. Το 1981 με την ένταξη της Ελλάδας στην ΕΟΚ έγινε η αρχή της απελευθέρωσης του ελληνικού τραπεζικού συστήματος και η προσαρμογή του στα Κοινοτικά πλαίσια και στην πλήρη απελευθέρωση της κίνησης κεφαλαίων.

Από εκεί και πέρα άρχισαν οι μελέτες για τις συνέπειες που είχε στο πιστωτικό σύστημα η ένταξη της Ελλάδος στην ΕΟΚ. Η πρώτη μελέτη ήταν της επιτροπής Χαρισσοπούλου. Καταργήθηκε η Νομισματική Επιτροπή και δόθηκε ένας αυξημένος αριθμός αυτονομίας στην Κεντρική Τράπεζα η οποία στη συνέχεια προχώρησε στην κατεύθυνση της μείωσης των επιτοκίων και της παροχής περισσότερων πρωτοβουλιών στις τράπεζες, καθώς και στον εκσυγχρονισμό των συναλλαγών.

Δεύτερη μελέτη υπήρξε η έκθεση της Επιτροπής Καρατζά που σηματοδότησε τη διαδικασία νέων μεταβολών στο ελληνικό τραπεζικό σύστημα προς την κατεύθυνση του εκσυγχρονισμού του. Με βάση τα συμπεράσματα της έκθεσης Καρατζά η νομισματική πολιτική που ασκήθηκε είχε δύο βασικές επιδιώξεις:

ω) Την επιτάχυνση του εκσυγχρονισμού του τραπεζικού συστήματος, την κατάργηση εξειδικευμένων ρυθμίσεων και απελευθέρωση των επιτοκίων με την ενίσχυση του ανταγωνισμού.

β) Επιβράδυνση του πληθωρισμού και βελτίωση του ισοζυγίου πληρωμών.

Παρ' όλα αυτά εξακολουθούν να υπάρχουν δεσμεύσεις που περιορίζουν τις επιλογές και την διαχείριση του χαρτοφυλακίου των τραπεζών. Η έλλειψη μιας ευρύτερης αγοράς χρήματος και κεφαλαίου και η ανασφάλεια που νιώθει το επενδυτικό κοινό, στερούν τις επιχειρήσεις από κεφάλαια και την οικονομία από επενδύσεις που έχει ανάγκη για την ανάπτυξή της.

Πάντως στους τομείς της Χρηματαγοράς και Κεφαλαιαγοράς έγιναν αρκετά βήματα με την έκδοση ομολόγων του Δημοσίου, έκδοση προθεσμιακών καταθέσεων με ελεύθερο διαπραγματεύσιμο επιτόκιο. Εξέλιξη σημείωσαν επίσης τα Αμοιβαία Κεφάλαια, ιδρύθηκαν εταιρείες Επένδυσης Χαρτοφυλακίου, έχουμε απελευθέρωση της κίνησης κεφαλαίων. Όλα αυτά πιστεύεται ότι θα συμβάλλουν αποτελεσματικά προς την κατεύθυνση της μείωσης της εξάρτησης των οικονομικών μονάδων από το τραπεζικό σύστημα.

Οι εξελίξεις και τα μέτρα για την προσαρμογή στην β' τραπεζική οδηγία της ΕΟΚ συνεχίστηκαν. Την τελευταία μελέτη ανέλαβε η επιτροπή Ζαββού η οποία επικεντρώθηκε στα ακόλουθα:

α) Επεξεργάσθηκε το σχέδιο του Νόμου Ν.2076/92 με τον οποίο ενσωματώνονται στην Εθνική Νομοθεσία οι διατάξεις της β' τραπεζικής οδηγίας της ΕΟΚ.

β) Προετοίμασε τα σχέδια των πράξεων του Διοικητή της Τράπεζας της Ελλάδος για την ενσωμάτωση στο Εθνικό Σύστημα Εποπτείας των τραπεζών, των Κοινοτικών οδηγιών για τα κεφάλαια και την φερεγγυότητα των τραπεζών.

Διάρθρωση του ελληνικού τραπεζικού συστήματος.

Οι βασικές κατηγορίες των τραπεζών που λειτουργούν σήμερα στη χώρα μας είναι οι παρακάτω:

1. Εκδοτική Τράπεζα

Στην Ελλάδα εκδοτική (κεντρική) τράπεζα είναι η Τράπεζα της Ελλάδος. Είναι ανώνυμη εταιρεία και η πλειοψηφία των μετοχών της βρίσκονται στα χέρια νομικών προσώπων δημοσίου δικαίου. Ελέγχεται δηλ. απ' το Κράτος, το οποίο διορίζει την διοίκησή της και συμμετέχει κατά μεγάλο ποσοστό στα κέρδη της.

Οι κυριότερες λειτουργίες της είναι:

-η αποκλειστική έκδοση και κυκλοφόρηση τραπεζογραμματίων,

-η άσκηση της νομισματικής πολιτικής,

-διαχειρίζεται τα συναλλαγματικά αποθέματα του Κράτους, ασκώντας συναλλαγματικό έλεγχο,

-ο έλεγχος των εισαγωγικών και εξαγωγικών συναλλαγών μεταξύ ελληνικών και ξένων τραπεζών,

-αποτελεί τον ταμειακό διαχειριστή του Κράτους: δέχεται καταθέσεις του Δημοσίου, παρέχει πιστώσεις, εκδίδει ομολογιακά δάνεια.

2. Εμπορικές Τράπεζες

Οι σημαντικότερες λειτουργίες τους είναι η συγκέντρωση των αποταμιεύσεων και η παροχή δανείων. Οι εμπορικές τράπεζες που λειτουργούν σήμερα στη χώρα μας είναι οι εξής:

-Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος.

Ιδρύθηκε το 1841 και ελέγχεται κυρίως από το Κράτος που είναι ο κάτοχος του μεγαλύτερου ποσοστού των κεφαλαίων της. Αποτελεί την πρώτη εμπορική τράπεζα της χώρας και μετέχει σε μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων και τραπεζών (Επαγγελματικής Πίστεως, Στεγαστική, ΕΤΒΑ).

-Εμπορική Τράπεζα της Ελλάδος.

Ιδρύθηκε το 1907, βρίσκεται υπό κρατικό έλεγχο και ελέγχει με την σειρά της άλλες τράπεζες (Ιονική, Πειραιώς, Επενδύσεων) και επιχειρήσεις (ασφαλιστικές, βιομηχανικές, τουριστικές).

-Γενική Τράπεζα της Ελλάδος.

Ιδρύθηκε το 1937 απ' το Μετοχικό Ταμείο Στρατού που είναι ο μεγαλύτερος μέτοχος της και σήμερα λειτουργεί ως εμπορική τράπεζα.

-Ιονική Τράπεζα της Ελλάδος.

Δημιουργήθηκε το 1958 από την συγχώνευση της Ιονικής και της Λαϊκής Τράπεζας. Ελέγχεται από την Εμπορική και το Κράτος.

-Τράπεζα Πίστεως.

Είναι ιδιωτική τράπεζα με συμμετοχή στα κεφάλαιά της και ξένων τραπεζών. Ιδρύθηκε στην Καλαμάτα το 1918.

Άλλες εμπορικές τράπεζες που λειτουργούν στη χώρα μας είναι:

-Τράπεζα Πειραιώς

-Τράπεζα Εργασίας

-Τράπεζα Κρήτης

-Τράπεζα Αττικής

-Τράπεζα Κεντρικής Ελλάδος

-Τράπεζα Μακεδονίας Θράκης

-Τράπεζα Επαγγελματικής Πίστεως

3.Επενδύσεων και οικονομικής ανάπτυξης

Κύριος σκοπός των τραπεζών αυτής της κατηγορίας είναι η υποστήριξη των επιχειρήσεων με την παροχή διάφορων υπηρεσιών όπως η συμμετοχή σε αυτές, η διαχείριση του χαρτοφυλακίου τους, διάθεση δανείων κ.ά.

Στην Ελλάδα οι τράπεζες που προσφέρουν τις παραπάνω υπηρεσίες είναι:

-Ελληνική Τράπεζα Βιομηχανικής Αναπτύξεως(ΕΤΒΑ)

Ιδρύθηκε το 1964 και ανήκει στο Ελληνικό Δημόσιο. Τα κεφάλαιά της προέρχονται από την έκδοση ομολόγων, μακροπρόθεσμες καταθέσεις και δάνεια απ' το εξωτερικό. Παρέχει τεχνικοοικονομική βοήθεια στις επιχειρήσεις προσελκύνοντας ξένα κεφάλαια για παραγωγικές επενδύσεις.

-Εθνική Τράπεζα Επενδύσεων Βιομηχανικής Ανάπτυξης (ΕΤΕΒΑ).

Ιδρύθηκε το 1963 από την ΕΤΕ και από ξένες τράπεζες με σκοπό την ανάπτυξη της κεφαλαιαγοράς και της βιομηχανίας μας. Για το σκοπό αυτό προβαίνει στην ίδρυση ή συμμετοχή σε επιχειρήσεις, στην σύναψη δανείων με διεθνείς οργανισμούς, στην χρηματοδότηση παραγωγικών επιχειρήσεων. Η έκδοση ομολόγων είναι μια από τις πηγές κεφαλαίων της.

-Τράπεζα Επενδύσεων

Ιδρύθηκε το 1962 από την Εμπορική, την Ιονική-Λαϊκή και ξένες τράπεζες με κύριο σκοπό την προώθηση της βιομηχανικής δραστηριότητας και της κεφαλαιαγοράς της χώρας μας.

4.Αγροτικές

-Αγροική Τράπεζα της Ελλάδος

Ιδρύθηκε το 1929, ανήκει ολοκληρωτικά στο κράτος και έχει κοινοφελή χαρακτήρα. Τα κέρδη της διαθέτονται στην χρηματοδότηση του γεωργικού τομέα για κεφάλαια κίνησης, επενδύσεις, βελτίωση παραγωγικών συντελεστών. Τα κεφάλαιά της προέρχονται από τις καταθέσεις των αγροτών και τις χρηματοδοτήσεις της Τράπεζας Ελλάδος.

5.Κτηματικές Τράπεζες

-Εθνική Κτηματική Τράπεζα της Ελλάδος

Ιδρύθηκε το 1927 από την ΕΤΕ και ελέγχεται απ' το κράτος.

Χορηγεί στεγαστικά ενυπόθηκα δάνεια, δάνεια σε τουριστικές, βιομηχανικές επιχειρήσεις, σε δήμους, κοινότητες και άλλα κοινωφελή ιδρύματα.

-Εθνική Στεγαστική

Πρόκειται για την τράπεζα ποθηκών που ιδρύθηκε από την ΕΤΕ το 1930 η οποία της χορηγεί τα αναγκαία κεφάλαια για την παροχή μακροπρόθεσμων δανείων ιδίως στους απόδημους Έλληνες.

6.Ειδικοί πιστωτικοί οργανισμοί

-Ταμείο Παρακαταθηκών και Δανείων

Ιδρύθηκε το 1918 και αποτελεί νομικό πρόσωπο δημοσίου δικαίου υπό την εποπτεία του υπουργείου Οικονομικών. Στις εργασίες του συμπεριλαμβάνονται η αποδοχή παρακαταθηκών, καταθέσεων, η παροχή δανείων, η ταμειακή διαχείριση κεφαλαίων νομικών προσώπων δημοσίου δικαίου.

-Ταχυδρομικό Ταμιευτήριο

Ιδρύθηκε το 1914 και αποτελεί Δημόσια υπηρεσία υπό την εποπτεία του υπουργείου Συγκοινωνιών. Λέχεται καταθέσεις ταμιευτηρίου και χορηγεί δάνεια σε κοινωφελείς οργανισμούς και δημόσιους υπαλλήλους για την στέγασή τους.

Γενικά χαρακτηριστικά του ελληνικού τραπεζικού συστήματος.

Το ελληνικό τραπεζικό σύστημα έχει τα εξής χαρακτηριστικά γνωρίσματα:

1) Νομισματική Πολιτική

Η χάραξη της νομισματικής πολιτικής στην Ελλάδα και η εφαρμογή της καθώς και η εφαρμογή του ετήσιου νομισματικού προγράμματος ανήκουν στην αρμοδιότητα της Τράπεζας της Ελλάδος. Με αυτόν τον τρόπο η Κεντρική Τράπεζα ασκεί συνεχόμενο έλεγχο στην δραστηριότητα των τραπεζών, ιδιωτικών και δημόσιων. Βέβαια μετά τις αποφάσεις που πάρθηκαν στο Μάαστριχ για την οικονομική και νομισματική ένωση περιορίστηκαν οι αρμοδιότητες της Κεντρικής Τράπεζας. Η Τράπεζα της Ελλάδος θα εφαρμόζει την πολιτική που θα σχεδιάζεται από την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα.

2) Διάρθρωση του ελληνικού τραπεζικού συστήματος

Διακρίνουμε συγκετρωτισμό του μεγαλύτερου μέρους των τραπεζικών εργασιών σε δύο τράπεζες οι οποίες μάλιστα ελέγχονται από το Δημόσιο: Η Εθνική Τράπεζα και η Εμπορική που απορροφούν πάνω από το 50% των συνολικών εργασιών. Είναι άγνωστο για το πόσο θα κρατήσει αυτή η ολιγοπωλιακή δομή, μια και τώρα αρχίζει να διαμορφώνεται το νέο ανταγωνιστικό πλαίσιο με την ελεύθερη εγκατάσταση τραπεζών.

3) Ο κρατικός έλεγχος.

Το κράτος ασκεί ισχυρή πίεση πάνω στο τραπεζικό σύστημα. Καθώς η κεφαλαιαγορά δεν έχει αναπτυχθεί επαρκώς, το κράτος εξακολουθεί να στηρίζεται κατά ένα μεγάλο μέρος στο τραπεζικό σύστημα για χρηματοδότηση των ελλειμάτων του. Πάντως συγκριτικά με το παρελθόν έχουν ελαττωθεί οι περιορισμοί που ισχύουν για τη χρηματοδότηση των οικονομικών δραστηριοτήτων του Δημοσίου από το τραπεζικό σύστημα.

4) Διοικητικώς καθοριζόμενα επιτόκια

Οι περιορισμοί των διοικητικώς καθοριζομένων επιτοκίων αφορούν τις χρηματοδοτήσεις για κεφάλαιο κίνησης και τα μεσομακροπρόθεσμα δάνεια. Υπάρχουν επίσης και μερικές άλλες περιπτώσεις διοικητικώς καθοριζομένων επιτοκίων όπως π.χ. για δάνεια αποκατάστασης διατηρητέων και παραδοσιακών κτιρίων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ

Ο ΕΚΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ

Η επίδραση των συνθηκών της ενιαίας αγοράς στον εκσυγχρονισμό των τραπεζών.

Η ενοποίηση της ευρωπαϊκής τραπεζικής αγοράς επιβλήθηκε προκειμένου να δοθεί η απάντηση της Κοινότητας στον έντονο ανταγωνισμό της Ιαπωνίας και της Αμερικής. Οι μικρές κατακερματισμένες αγορές, η άσκηση διαφορετικών εθνικών πολιτικών αποτέλεσαν μεγάλα εμπόδια στην ανάπτυξη των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων, ενώ αποτελούν εύκολη λεία για τις ανταγωνίστριες. Η Ευρωπαϊκή Κοινότητα λοιπόν, μπροστά στην δεκαετία του 1990, βρέθηκε σε μια κρίσιμη συγκυρία παγκόσμιου ανταγωνισμού.

Η μάχη της ανταγωνιστικότητας δόθηκε και εξακολουθεί να δίνεται, στο πεδίο της σύγχρονης τεχνολογίας. Η χρήση της απαιτεί κοινή προσπάθεια, μεγάλη αγορά για να απορροφήσει το προϊόν της και άφθονα, χαμηλού κόστους κεφάλαια. Στα πλαίσια αυτά η απελευθέρωση σε μια πρώτη φάση και η ενοποίηση αργότερα των ευρωπαϊκών αγορών χρήματος και κεφαλαίου αποτέλεσε απαραίτητη προϋπόθεση για την επιβίωση και ανάπτυξη της Κοινότητας.

Προκειμένου το τραπεζικό σύστημα της χώρας να ανταποκριθεί στην πρόκληση του του ανταγωνισμού πρέπει να προχωρήσει με ταχύτητα στην εξυγίανση και στον εκσυγχρονισμό των ελληνικών μονάδων και αγορών.

Στο σημείο αυτό πρέπει να αναφερθεί ότι το ορόσημο του 1992, λόγω των θεσμικών επιπτώσεών του απ' την ολοκλήρωση των αγορών χρήματος και κεφαλαίου, αποτέλεσε έναν παράγοντα που δημιούργησε από μόνος του ανάγκη για εκσυγχρονισμό.

Τα πιο κρίσιμα ζητήματα που επηρέασαν τότε τα ελληνικά πράγματα, ήταν:

α. Υπήρξε μια σειρά ζητημάτων που αφορούσαν τις υπάρχουσες ελληνικές τράπεζες και έπρεπε να επιλυθούν στα πλαίσια της δεύτερης τραπεζικής οδηγίας. Αυτά περιλάμβαναν: συμμετοχή σε θυγατρικές επιχειρήσεις, αυξήσεις του μετοχικού κεφαλαίου, βελτίωση της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών.

β. Υπήρξε το ζήτημα της εισόδου στην τραπεζική αγορά νέων ελληνικών τραπεζών, διαδικασία που έχει ήδη αρχίσει. Ο βαθμός ανάπτυξης του τραπεζικού τομέα στην Ελλάδα ήταν σχετικά χαμηλός που παρείχε μεγάλο χώρο για επιτυχή δραστηριοποίηση.

Εξάλλου, όπως αναμενόταν, οι επερχόμενες ραγδαίες αλλαγές έδωσαν στις τράπεζες το έναυσμα να αυξήσουν τον αριθμό και την ποιότητα των προϊόντων τους.

Ταυτόχρονα, δόθηκε και δίνεται μεγάλη μάχη για την ανακατανομή των μεριδίων της αγοράς, αφού πέρα απ' το μέγεθος της κάθε τράπεζας, η οργάνωση, το είδος και η ποιότητα των προϊόντων, το ανταγωνιστικό κόστος λειτουργίας, η τεχνολογία και το marketing αποτελούν τους πρωταρχικούς παράγοντες ανταγωνιστικότητας. Έτσι οι νέες τράπεζες που έχουν μεγαλύτερες δυνατότητες εφαρμογής της καινούργιας τεχνολογίας, σε συνδυασμό με την αυξανόμενη παρουσία νέων τραπεζών, οδήγησαν στην καθιέρωση του εκσυγχρονισμού στο ελληνικό τραπεζικό σύστημα.

γ. Αναφορικά με την είσοδο στην ελληνική αγορά ξένων τραπεζών παρατηρήθηκε ότι:

- οι ξένες τράπεζες περνάνε μια περίοδο γνώσης της ελληνικής αγοράς, αποφεύγοντας μια άμεση διείσδυση,

- καταρχήν στοχεύουν στις μεγάλες επιχειρήσεις και επιλεκτικά στην αγορά των αποταμιευτών, με αποτέλεσμα η εργασία να γίνεται με μικρότερο κόστος, αφού απευθύνονται σε μεγαλύτερους όγκους.

- η ελληνική αγορά λόγω του μικρού μεγέθους και του χαμηλού επιπέδου ανάπτυξής της, δεν αποτέλεσαν πρώτη αναπτυξιακή προτεραιότητα των ξένων τραπεζών εν όψει της ολοκλήρωσης της τραπεζικής αγοράς της Κοινότητας το 1992. Καταλήγουμε λοιπόν στο ότι η είσοδος των ξένων τραπεζών παρουσιάζει το χαρακτηριστικό της σχετικά βραδείας διείσδυσης.

δ. σχετικά με το θέμα του χρηματιστηρίου, σημειώθηκε πρόοδος κυρίως στη νοοτροπία των επενδυτών και επιχειρήσεων αναφορικά με την δυνατότητα της κεφαλαιαγοράς να ικανοποιήσει τις ανάγκες τους. Ήδη έχουν αρχίσει να παρατηρούνται σημαντικές μετατοπίσεις κεφαλαίων από τις τραπεζικές καταθέσεις στην κεφαλαιαγορά και αναμένεται να συνεχιστεί δημιουργώντας μια ισόρροπη κατανομή μεταξύ αγοράς χρήματος και κεφαλαίου.

Σ' αυτήν την κατεύθυνση εντάσσονται και οι προσπάθειες εκσυγχρονισμού του χρηματιστηρίου και των συναφών χρηματοοικονομικών οργανισμών. Η ενοποίηση της τραπεζικής αγοράς της Κοινότητας δεν άφησε άθικτες όπως είναι φανερό τις αγορές χρήματος και κεφαλαίων. Η απελευθέρωση των ευρωπαϊκών κεφαλαιαγορών συνδέθηκε:

- με την ελευθερία εγκατάστασης και την κατάργηση του μονοπωλίου των χρηματιστηρικών εταιρειών και την ελεύθερη συμμετοχή των μελών στα χρηματιστήρια απανταχού της Κοινότητας.

- με την απελευθέρωση των τιμών, δηλ. κατάργηση της ελάχιστης προμήθειας ώστε κάθε εταιρεία να διαμορφώνει ελεύθερα τις τιμές της.

- με την διαφάνεια των αγορών, την ανεμπόδιστη ροή πληροφοριών για την προετοιμασία του επενδυτή με τη δημιουργία κοινών κανόνων εποπτείας των εταιρειών.

- με την σύνδεση των χρηματιστηρίων μεταξύ τους ώστε οι ευρωπαίοι επενδυτές να πληροφορούνται έγκαιρα για τις τιμές

και εξελίξεις σε όλα τα χρηματιστήρια και να κάνουν τις συναλλαγές τους.

Ήδη εφαρμόζεται ένα πρόγραμμα-πιλότος που συνδέει μέσω δορυφόρου τα χρηματιστήρια Παρισιού και Λονδίνου, με το οποίο μπορούν να ενταχθούν και τα υπόλοιπα χρηματιστήρια της Κοινότητας. Σκοπός του προγράμματος είναι η άμεση πληροφόρηση για τις χρηματιστηριακές εξελίξεις και η διευκόλυνσή της εκτέλεσης εντολών και των συναλλαγών από αγορά σε αγορά.

Βαθμός εκσυγχρονισμού του ελληνικού τραπεζικού συστήματος.

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μια έντονη κινητικότητα στην ελληνική τραπεζική αγορά για την προσφορά καινοτόμων εργασιών, αποτέλεσμα της απελευθέρωσης του συστήματος και της διεύρυνσης των αγορών.

Οι βελτιώσεις αφορούν όλα τα μεγέθη, αλλά κυρίως είναι ποιοτικού χαρακτήρα. Σήμερα όλες οι τράπεζες έχουν μετεξελιχθεί σε σύγχρονους χρηματοπιστωτικούς ομίλους, γεγονός που σημαίνει ότι έχουν διευρύνει την γκάμα των υπηρεσιών που προσφέρουν προς τις επιχειρήσεις και τους αποταμιευτές. Οι ίδιες έχουν εκσυγχρονιστεί, όσον αφορά την χρήση πληροφορικής κι έχουν κάνει μεγάλες επενδύσεις στην εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού. Οι αλλαγές που γίνονται είναι τέτοιες ώστε να τους δίνουν την δυνατότητα να συναγωνιστούν από θέση ισχύος τις ξένες ανταγωνίστριες τράπεζες.

Δεν μπορεί να μην επισημανθεί το γεγονός της σημαντικής προόδου στον τεχνολογικό εκσυγχρονισμό των ελληνικών τραπεζών. Συγκεκριμένα έχουν αποβεί σε αξιόλογη επέκταση της μηχανογράφησης των εργασιών καθώς και στην εγκατάσταση μεγάλου δικτύου ταμειολογιστικών μηχανών, που εξυπηρετούν μεγάλο αριθμό καρτών και ηλεκτρονικών συστημάτων πωλήσεων.

Στον τομέα της διαχείρισης προσωπικού, το κέντρο βάρους δόθηκε στην διαρκή επιμόρφωσή του και αμοιβή σύμφωνα με το επίπεδο ευθύνης και επίδοσης των εργαζομένων.

Οι διεθνείς και εγχώριες δραστηριότητες της Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών.

Οι εκπρόσωποι της Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών υποστηρίζουν ότι αυτή υπάρχει για ένα και μόνο λόγο: να προσφέρει πρακτικές υπηρεσίες στα μέλη της στην προσπάθειά τους για εκσυγχρονισμό του τραπεζικού συστήματος.

Πιο συγκεκριμένα η ΕΕΤ οφείλει να έχει ενεργό συμμετοχή στις προσπάθειες εκσυγχρονισμού του θεσμικού πλαισίου των τραπεζικών λειτουργιών. Να συμβάλλει δηλ. στην εναρμόνιση της ελληνικής τραπεζικής νομοθεσίας με την κοινοτική καθώς και στην προληπτική εποπτεία των τραπεζών. Η μελέτη των αλλαγών που θα επιφέρει η ευρωπαϊκή οικονομική νομοματική ένωση και ο συντονισμός της δράσης των τραπεζών έναντι των φορέων λήψης αυτών των αποφάσεων, αποτελεί αντικείμενο της ΕΕΤ.

Ακόμα η ΕΕΤ εξακολουθεί να στηρίζει την ΔΙΑ.Σ. Α.Ε. και θα προωθήσει την δημιουργία ενός ολοκληρωμένου διατραπεζικού συστήματος πληρωμών. Γενικά όμως μπορούμε να πούμε ότι παρακολουθεί τις εκσυγχρονιστικές πρωτοβουλίες που συμβαίνουν στον τραπεζικό χώρο, παρέχοντας τις παρακάτω υπηρεσίες:

1. Προωθεί τη διατραπεζική συνεργασία μέσω μόνιμων ομάδων εργασίας.

2. Συμμετέχει σε επιτροπές της Ευρωπαϊκής Τραπεζικής Ομοσπονδίας προκειμένου να συζητεί τις ελληνικές θέσεις.

3. Σε συνεργασία με την ΟΤΟΕ προωθεί την διασφάλιση της ερ-γασιακής ειρήνης στο χώρο. Η Ένωση συμμετέχει στην προετοιμασία του Παρατηρητηρίου της Απασχόλησης, ενός

σημαντικού θεσμού που θα επιβλέπει τις συνθήκες απασχόλησης στον κλάδο.

4. Η εκπαιδευτική δραστηριότητα της Ένωσης διευρύνεται με την εφαρμογή διαφόρων ειδών προγραμμάτων για υψηλά υστίαμενα στελέχη αλλά και για απλούς υπαλλήλους.

5. Η συνεργασία με την Τράπεζα της Ελλάδος έχει προχωρήσει σημαντικά. Έχει αναπτυχθεί ένα θετικό κλίμα συνεργασίας που έχει βοηθήσει την εξέταση σοβαρών θεμάτων όπως για παράδειγμα η εποπτεία και οι δεσμεύσεις των τραπεζών.

Το ενδιαφέρον της ΕΕΤ επικεντρώνεται στις διεθνείς και κοινοτικές εξελίξεις όπου μέσω της συμμετοχής των στελεχών της στις διάφορες επιτροπές και ευρωπαϊκές ομάδες εργασίας επιδιώκει την ενημέρωση των ελληνικών τραπεζών και την προβολή των θέσεών τους.

Οι νέες τάσεις της ελληνικής τραπεζικής αγοράς.

Ο ρυθμός ανάπτυξης της τραπεζικής αγοράς είναι ταχύτατος. Η διεύρυνση των δραστηριοτήτων της, οι ολοένα μεγαλύτερες και πιο σύνθετες ανάγκες που καλείται να καλύψει ο κλάδος σε συνδιασμό με την γενικότερη ανάπτυξη, δημιουργούν βαθιές τομές στη συγκεκριμένη αγορά.

Τα βασικά χαρακτηριστικά των τάσεων και των επερχόμενων μεταβολών του ελληνικού τραπεζικού συστήματος προς τα οποία θα πρέπει να προσαρμοστούν όσες τράπεζες θέλουν να επιβιώσουν, συνο-ψίζονται στα εξής σημεία:

1) Η απελευθέρωση των πιστωτικών εργασιών μέσω του περιο-ρισμού του κρατικού ελέγχου.

2) Δημιουργία εθνικού συστήματος διατραπεζικής συνεργασίας που να συνδέεται με το διευρωπαϊκό και

αποτελεσματικότερου ελέγχου των τραπεζικών εργασιών και των κινδύνων που διατρέχουν.

3) Αξιοποίηση των τεχνολογικών εξελίξεων με εφαρμογές της πληροφορικής στην υποστήριξη των τραπεζικών εργασιών.

4) Αύξηση του αριθμού των τραπεζών, ισχυρές διεθνείς συνεργασίες και αυξανόμενη ιδιωτικοποίηση.

5) Ανάγκη εφαρμογής πολιτικής marketing.

6) Συνεχής επέκταση της κλίμακας των προσφερόμενων προϊόντων και υπηρεσιών.

7) Συνεχής εκπαίδευση του προσωπικού.

8) Ανάπτυξη ολοκληρωμένου δικτύου θυγατρικών εταιρειών χρηματοπιστωτικών προϊόντων.

Η έρευνα που κάναμε στα πλαίσια της εργασίας αυτής, μας επέτρεψε να εντοπίσουμε και να παρουσιάσουμε τις παραπάνω μεταβολές της ελληνικής τραπεζικής αγοράς. Αρκετές από τις αλλαγές αυτές συναντώνται και στον διεθνή χρηματοπιστωτικό τομέα. Οι ελληνικές τράπεζες με μικρές διαφορές μεταξύ τους, έχουν σε σημαντικό βαθμό προσαρμοστεί στις εξελίξεις της διεθνούς αγοράς προσπαθώντας να ανταποκριθούν στις νέες απαιτήσεις της εγχώριας αγοράς, ώστε να επιβιώσουν και να βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητά τους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ

ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΚΑΙ ΚΡΑΤΟΣ

Νομισματική πολιτική.

Η νομισματική πολιτική έχει σαν σκοπό την διαφύλαξη της αγοραστικής αξίας του εθνικού νομίσματος στο εσωτερικό (χαμπλός ρυθμός πληθωρισμού) και προς το εξωτερικό (σταθερή τιμή έναντι ξένων νομισμάτων).

Ο τρόπος άσκησης της νομισματικής πολιτικής γίνεται ανάλογα με το αν θέλει να επιβραδύνει ή να επιταχύνει την πορεία της οικονομίας. Στην κατεύθυνση της επιβράδυνσης έχουμε μείωση της ποσότητας του κυκλοφορούντος χρήματος περιορίζοντας την τραπεζική ρευστότητα. Στην κατεύθυνση της επιτάχυνσης της πορείας της οικονομίας έχουμε δημιουργία πρόσθετου χρήματος.

Για τους σκοπούς αυτούς η Κεντρική Τράπεζα, μέσω της οποίας ασκείται η νομισματική πολιτική από το κράτος, ελέγχει το σύστημα της αναχρηματοδότησης των τραπεζών και ενεργεί ανάλογα με την κατεύθυνση της νομισματικής πολιτικής που θέλει να ακολουθήσει.

Μέσα άσκησης νομισματικής πολιτικής.

α) Πολιτική ανοικτής αγοράς.

Χαρακτηρίζει την παρέμβαση της Κεντρικής Τράπεζας πάνω στην αγορά τίτλων. Όταν θέλει να αυξήσει τη μάζα του

κυκλοφορούντος χρήματος παρεμβαίνει στο χρηματιστήριο και αγοράζει τίτλους. Όταν θέλει να περιορίσει το κυκλοφορούν χρήμα πουλάει τίτλος κι έτσι ελαττώνει τα ρευστά διαθέσιμα της οικονομίας.

β) Τα υποχρεωτικά διαθέσιμα των εμπορικών τραπεζών.

Η Κεντρική Τράπεζα αναγκάζει τις εμπορικές τράπεζες να κρατούν στα ταμεία τους ένα ποσοστό των συνολικών καταθέσεων που δέχονται. Το ποσοστό αυτό ορίζει το συντελεστή των ρευστών διαθεσίμων που παίζει σημαντικό ρόλο στη δημιουργία χρήματος. Αυξομειώνοντας το συντελεστή αυτό η Κεντρική Τράπεζα αυξομειώνει τη συνολική ποσότητα χρήματος που κυκλοφορεί στην οικονομία.

γ) Πολιτική προεξοφλητικού επιτοκίου.

Προεξοφλητικό επιτόκιο είναι το επιτόκιο με το οποίο δανείζονται οι τράπεζες από την Κεντρική Τράπεζα, η οποία αυξομειώνοντάς το ελέγχει την ποσότητα του κυκλοφορούντος χρήματος.

Το ελληνικό τραπεζικό σύστημα και η ασκηθείσα πολιτική.

Η ολιγοπωλιακή δομή του τραπεζικού συστήματος επηρέασε την άσκηση της νομισματικής πολιτικής έτσι ώστε οι πόροι που συγκεντρώνονται απ' τις τράπεζες να κατευθύνονται στον δημόσιο τομέα. Το υψηλό κόστος του χρήματος λοιπόν είναι αποτέλεσμα της ασκούμενης νομισματικής πολιτικής η οποία σχεδιάζεται για την στήριξη της δημοσιονομικής πολιτικής.

Πριν 7-8 χρόνια οι χρηματοδοτικές ανάγκες του Δημοσίου καλύπτονταν με διοικητική παρέμβαση στην αγορά χρήματος. Το 50% περίπου των καταθέσεων προορίζονταν υποχρεωτικά σε τίτλους δημοσίου με διοικητικά καθοριζόμενα επιτόκια. Σήμερα οι δανειακές ανάγκες του Δημοσίου καλύπτονται μέσω των

επιτοκίων των ΕΓΕΔ. Το κράτος στην προσπάθεια διαμόρφωσης της αγοράς έχει συμμάχους τις μεγαλύτερες εμπορικές τράπεζες της χώρας.

Η νομισματική πολιτική που ασκείται λοιπόν από την Τράπεζα της Ελλάδος αποσκοπεί σε μεγάλο βαθμό στην κάλυψη του υψηλού δημοσίου ελλείματος. Αξίζει να σημειωθεί ότι το χρηματοδοτικό έλλειμα του Δημοσίου από 2,9% που ήταν το 1929, ξεπέρασε το 19% το 1985 και το 30% το 1992.

Τα αποτελεσματικότερα μέσα άσκησης νομισματικής πολιτικής που έχουν εφαρμοστεί μέχρι στιγμής στη χώρα μας είναι ο προσδιορισμός των επιτοκίων καταθέσεων και χορηγήσεων και οι υποχρεωτικές δέσμευσεις που σταδιακά άνω καταργήθηκαν στα πλαίσια της απελευθέρωσης και του ευρύτερου εκσυγχρονισμού του τραπεζικού συστήματος.

Οι θεσμικές μεταβολές που έγιναν στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια, οδήγησαν στην πλήρη σχεδόν απελευθέρωση του τραπεζικού συστήματος. Συγκεκριμένα, σταδιακά καταργήθηκε η υποχρέωση δέσμευσης ποσοστού καταθέσεων για την χρηματοδότηση των ΔΕΚΟ και μειώθηκε το ποσοστό της δέσμευσης για τη χρηματοδότηση της βιοτεχνίας, μέχρι που καταργήθηκε. Ακόμη καταργήθηκαν οι εξειδικευμένοι πιστωτικοί κανόνες και δόθηκε η δυνατότητα στις τράπεζες να προσδιορίσουν τη μορφή, τη διάρκεια, το επιτόκιο και γενικά τους όρους των χορηγήσεων προς την πελατεία τους, με καθαρά τραπεζικά κριτήρια, καθώς και το ελάχιστο επιτόκιο καταθέσεων Ταμειυτηρίου.

Επίσης καταργήθηκε η υποχρέωση δέσμευσης μέρους των καταθέσεων για υποχρεωτικές τοποθετήσεις σε έντοκα γραμμάτια του Δημοσίου και ρυθμίστηκε το μεγαλύτερο μέρος των οφειλών του Δημοσίου προς τις τράπεζες, γεγονός που είχε συνέπεια τη σημαντική αύξηση της ρευστότητας των εμπορικών τραπεζών.

Στον τομέα της κίνησης κεφαλαίων, προωθήθηκε η απελευθέρωση της κίνησης κεφαλαίων προς τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, αρχικά, ενώ στη συνέχεια επεκτάθηκε και σε τρίτες χώρες. Ακόμα απελευθερώθηκαν οι προθεσμιακές

πράξεις συναλλάγματος ύστερα από μια σειρά πράξεων της Τράπεζας της Ελλάδος.

Με την ολοκλήρωση της απελευθέρωσης της κίνησης κεφαλαίων και την απαλλαγή του ελληνικού τραπεζικού συστήματος από το αναχρονιστικό θεσμικό πλαίσιο, οι τράπεζες είναι πλέον ελεύθερες να καθορίσουν τους όρους άντλησης κεφαλαίων και τοποθέτησης των διαθεσίμων τους. Πέραν όμως των μέτρων της απελευθέρωσης, η Τράπεζα Ελλάδος προώθησε με γρήγορους ρυθμούς την προσαρμογή της ελληνικής νομοθεσίας προς το κοινοτικό καθεστώς όπως θα σχολιάσουμε παρακάτω. Έτσι με το Ν.2076/92, ενσωματώθηκε στην ελληνική νομοθεσία η Δεύτερη Τραπεζική Οδηγία της ΕΟΚ.

Αναγκαιότητα μείωσης των επιτοκίων.

Με το υπάρχον χρηματοδοτικό έλλειμα του Δημοσίου η ελληνική οικονομία έχει βρεθεί σέναν φαύλο κύκλο. Οι δαπάνες του Δημοσίου ήταν μη παραγωγικές και πολύ μεγαλύτερες από τα έσοδα με συνέπεια να έχουμε έλλειμα. Έτσι έχουμε δανεισμό του Δημοσίου μέσω των εντόκων γραμματίων και ομολόγων τα οποία έχουν υψηλό επιτόκιο προκειμένου να είναι ελκυστικά. Συνέπεια αυτού είναι το ύψος των επιτοκίων καταθέσεων να διατηρείται σε αρκετά υψηλά επίπεδα παρά τη συρίκνωση του πληθωρισμού.

Παράλληλα η ανάγκη πολλών επιχειρήσεων για δανεισμό και η επιβάρυνση των κρατικών κυρίως τραπεζών, δεδομένης της ολιγοπωλιακής δομής του τραπεζικού συστήματος, έχει σαν αποτέλεσμα να διατηρούνται και τα επιτόκια χορηγήσεων σε υψηλά επίπεδα.

Οι μεγάλες επιχειρήσεις δανείζονται εδώ και χρόνια απ' ευθείας απ' την εξωτερική αγορά και κατά συνέπεια

παρακάμπτουν τις μικρές τράπεζες. Η μικρομεσαία επιχείρηση όμως είναι αδύνατο να υποστεί τέτοιο βάρος.

Με μια σταδιακή μείωση των επιτοκίων σε επίπεδα 5% και άνω, η οποία ήδη έχει ξεκινήσει, θα δημιουργηθεί ευνοϊκό κλίμα για ανάληψη επενδύσεων από πολλές επιχειρήσεις. Αν γίνει άνοδος των τιμών θα είναι πρόσκαιρη και θα απορροφηθεί από την αύξηση της παραγωγής.

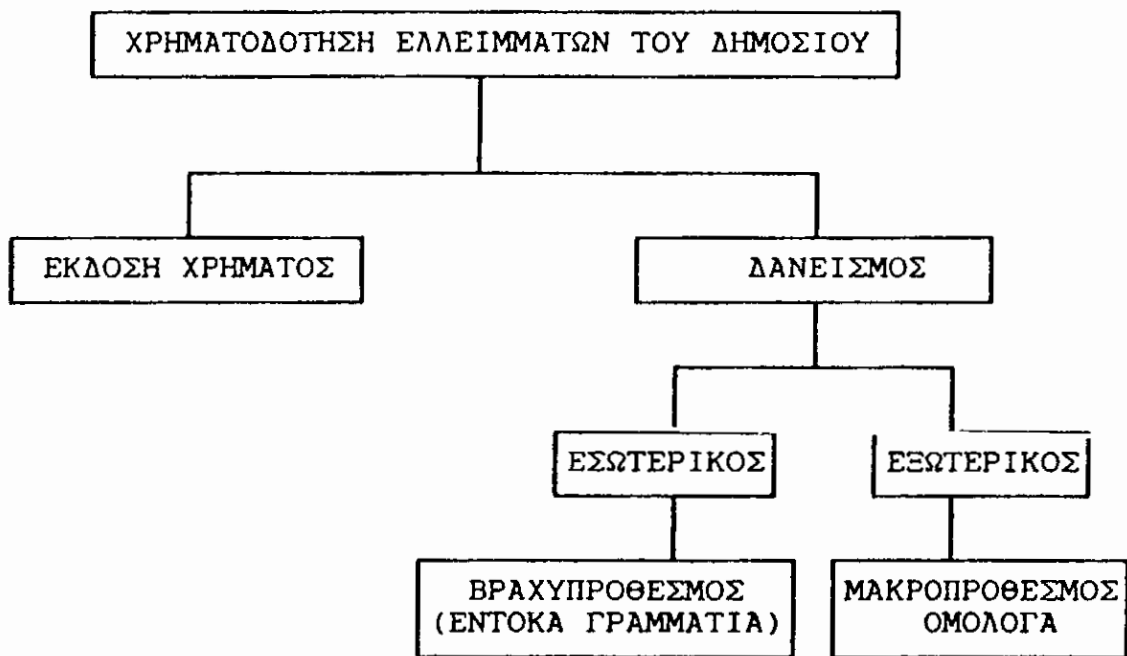
Στις ελληνικές συνθήκες η σταθεροποίηση θα επέλθει μέσω της ανάπτυξης. Με μια επενδυτική πρωτοβουλία του Δημοσίου και των ιδιωτών θα ανακάμψει η οικονομία. Αυτή η πολιτική μπορεί να ενισχυθεί είτε με τη συμμετοχή του Δημοσίου σε κοινές επιχειρήσεις με ιδιώτες ή με την ενίσχυση ξένων επιχειρήσεων. Επίσης η μείωση των επιτοκίων αποτελεί ως ένα σημείο κλειδί για την ανάπτυξη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Ήδη τον τελευταίο καιρό έχουν γίνει σημαντικά βήματα προς την κατεύθυνση μείωσης των επιτοκίων.

Η απελευθέρωση του συναλλάγματος και της κίνησης κεφαλαίων αν και μπορεί να έβλαψε σε πρώτη φάση το εμπορικό ισοζύγιο, συντέλεσε δευτερευόντως στην έντονη εισροή κεφαλαίων από το εξωτερικό. Με την στάση της αυτή της χώρας, επιτεύχθηκε επίσης η μείωση των επιτοκίων στα χαμηλότερα επίπεδα που ίσχυαν πριν την συναλλαγματική κρίση. Η αυστηρή νομισματική πολιτική σε συνδιασμό με την πτώση του πληθωρισμού οδήγησαν στην μείωση των επιτοκίων των Εντόκων Γραμματίων του Δημοσίου (Ε.Γ.Ε.Δ.) από 20,25% (έκδοση Ιανουαρίου '94) σε 17,50% (έκδοση Δεκεμβρίου '94), δηλαδή μείωση 2,75 ποσοστιαίων μονάδων, ενώ μέσα στο 1995 η μείωση ακολουθεί τους ίδιους ρυθμούς με αποτέλεσμα τα επιτόκια να φτάσουν στα επίπεδα του 14,50%-13,50%.

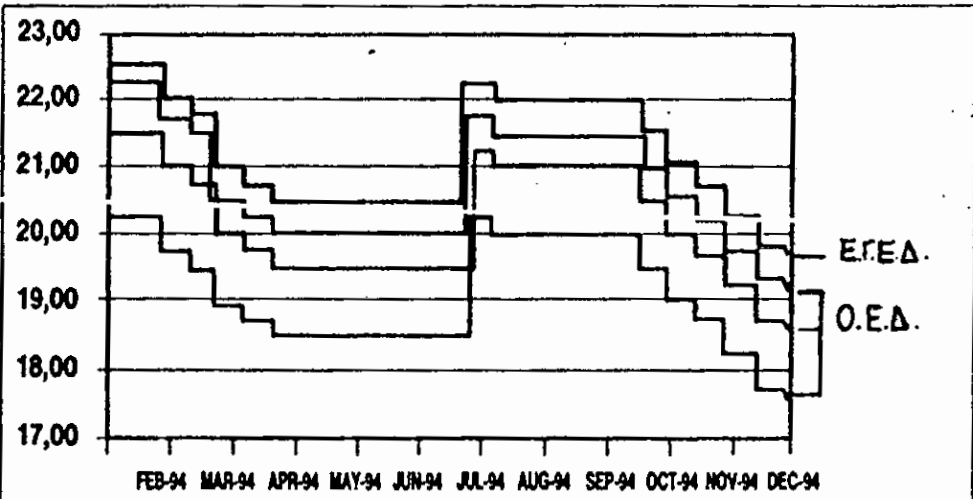
Η διαφορά αυτή είναι πολύ σημαντική αν ληφθεί υπόψη ότι μέχρι και το 1991 τα επιτόκια ιδιαίτερα των κρατικών τίτλων διαμορφώνονταν σε πολύ υψηλά επίπεδα. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα την μετακίνηση των αποταμιεύσεων από τις τραπεζικές καταθέσεις. Το 1991 συγκεκριμένα, η διάθεση

κρατικών τίτλων σε ιδιώτες είχε φτάσει να καλύπτει το 68% του ταμειακού ελλείματος του Δημοσίου.

Η ανάπτυξη της εξωτραπεζικής αγοράς των κρατικών χρεογράφων, ήταν μια βασική μορφή ανάπτυξης της "πιλοποίησης" των τραπεζικών εργασιών στην Ελλάδα. Τα τελευταία χρόνια βέβαια γίνεται μια έντονη προσπάθεια μείωσης των επιτοκίων προκειμένου να ευνοηθούν οι παραγωγικές επενδύσεις. Παραθέτουμε δύο σχεδιαγράμματα, το πρώτο απεικονίζει τις πηγές τραπεζικού δανεισμού του ελληνικού δημοσίου και το δεύτερο την πορεία των κρατικών χρεογράφων μέσα στο 1994.



Πορεία των επιτοκίων Ομολόγων και Εντόκων Γραμματίων του Ελληνικού Δημοσίου κατά το 1994



Η γραφική παράσταση παρουσιάζει την πτωτική πορεία των επιτοκίων κατά το 1994 σύμφωνα με την πολιτική που υιοθέτησε η κυβέρνηση. Η πτώση διακόπηκε από το Μάιο ως τον Οκτώβριο λόγω της πολιτικής της σκληρής δραστηριότητας που εφάρμοσε η κυβέρνηση μετά την ατελειθέρωση της κίνησης των κεφαλαίων.

Συμβολή Κεντρικής Τράπεζας στον εκσυγχρονισμό.

Η Κεντρική Τράπεζα τα τελευταία 5-6 χρόνια έκανε μια πολύ σημαντική δουλειά όταν προχώρησε με γοργά και προσεκτικά βήματα στην απελευθέρωση του χρηματοπιστωτικού τομέα. Με την στάση που τήρησε η Κεντρική Τράπεζα έδωσε το έναυσμα στις εμπορικές τράπεζες να προχωρήσουν κι αυτές με γοργά βήματα στον εκσυγχρονισμό τους. Και κατάφεραν να ανταποκριθούν με αρκετά μεγάλη επιτυχία, αν ληφθούν υπ' όψη οι αντικειμενικές δυσχέρειες, με τα υψηλά ελλείματα, τα δημόσια χρέη που δημιουργούν προβλήματα όπως αυτά του υψηλού βαθμού συμμετοχής σε τίτλους δημοσίου κ.λπ.

Η διαδικασία απελευθέρωσης του ελληνικού τραπεζικού συστήματος έχει σχεδόν ολοκληρωθεί όπως αναφέραμε προηγουμένως. Βέβαια εξακολουθούν να ισχύουν ακόμη ορισμένες ρυθμίσεις, οι οποίες όμως βαθμιαία καταργούνται ανοίγοντας τον δρόμο σε ένα πλήρη ανταγωνισμό μεταξύ όλων των τραπεζών ελληνικών και ξένων που δραστηριοποιούνται στη χώρα μας.

Η Κεντρική Τράπεζα είναι αρμόδια για την υλοποίηση δύο βασικά στόχων: πρώτον για την εφαρμογή της νομισματικής πολιτικής και δεύτερον για την προσαρμογή της τραπεζικής αγοράς στους κανόνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Σε σχέση με τον εκσυγχρονισμό του τραπεζικού συστήματος, ο πρώτος στόχος μπορεί να επιδράσει ανασταλτικά γιατί η παρέμβαση γίνεται για την κάλυψη των δανειακών αναγκών. Η παρέμβασή της όμως για τον δεύτερο στόχο είναι ενισχυτική του εκσυγχρονισμού γιατί οδηγεί στην δημιουργία κανόνων ανταγωνισμού όμοιων με εκείνους που ισχύουν στις ευρωπαϊκές χώρες.

Η φιλελευθεροποίηση της τραπεζικής αγοράς δημιούργησε έντονο ανταγωνισμό και κίνητρα για εκσυγχρονισμό. Ουσιαστικά, ο μοναδικός ανασταλτικό παράγοντας είναι οι υψηλές δανειακές ανάγκες του δημοσίου που δημιουργούν μια υψηλή τιμή για το χρήμα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ

ΔΙΑΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ

Τι είναι διατραπεζικό σύστημα.

Το διατραπεζικό σύστημα αφορά την διασύνδεση των τραπεζών μεταξύ τους μέσω ενός κεντρικού υπολογιστικού συστήματος (H/Y). Με την επικοινωνία αυτή που πραγματοποιούν οι τράπεζες μεταξύ τους και με το κεντρικό σύστημα επιτυγχάνουν την απλοποίηση των διαδικασιών μέσα από ένα εννιαίο τραπεζικό σύστημα.

Η σύσταση ενός διατραπεζικού συστήματος πληρωμών μπορεί να γίνει είτε στα πλαίσια της εγχώριας, είτε στα πλαίσια της διεθνούς τραπεζικής αγοράς. Εκτός από την δημιουργία ισχυρών δεσμών μεταξύ των συνεργαζομένων τραπεζών, επιτυγχάνεται μεγάλη ωφέλεια για τον μεμονωμένο πελάτη ο οποίος είναι ο τελικός αποδέκτης των προσφερόμενων υπηρεσιών και για τον οποίο εξασφαλίζεται μια ταχύτερη, απλούστερη και ασφαλέστερη εξυπηρέτηση.

Στόχος λοιπόν των διατραπεζικών συστημάτων είναι να δημιουργήσουν την απαραίτητη υλικοτεχνική υποδομή και τεχνογνωσία, ώστε να αναπτύξουν στο μέλλον ένα αυτοδύναμο και ολοκληρωμένο Κέντρο Μηχανογραφικής Αποκατάστασης του τραπεζικού συστήματος.

Η δημιουργία εθνικού διατραπεζικού συστήματος στην Ελλάδα.

Η λειτουργία των διατραπεζικών συστημάτων δεν έχει σήμερα ολοκληρωθεί. Στην Ελλάδα δεν υπάρχει ακόμα διατραπεζικό σύστημα πληρωμών, αλλά έχουν γίνει πολλά βήματα προς αυτήν την κατεύθυνση εκ μέρους των ελληνικών τραπεζών.

Η νέα αυτή τάση στην ελληνική αγορά εκδηλώθηκε κυρίως ύστερα από την συζήτηση που ξεκίνησε μεταξύ των χωρών-μελών της ΕΟΚ για την δημιουργία διευρωπαϊκών δικτύων με την διασύνδεση των εθνικών συστημάτων πληρωμών.

Οι προσπάθειες που γίνονται στην Ευρώπη για διατραπεζική συνεργασία αφορούν την ανάπτυξη αυτόματων συμπηφιστικών συστημάτων που να εξυπηρετούν τις τράπεζες σε πανευρωπαϊκό επίπεδο. Ήδη η δραστηριοποίηση προς την κατεύθυνση αυτή έχει ξεκινήσει με την ένταξη στον Οργανισμό SWIFT και στο σύστημα ΔΙΑ.Σ. που θα αναλύσουμε παρακάτω. Ο οργανισμός SWIFT στον οποίο έχουν ενταχθεί σχεδόν όλες οι ελληνικές τράπεζες, αφορά την αυτόματη και ηλεκτρονική μεταφορά των μηνυμάτων της τράπεζας προς τις τράπεζες του εξωτερικού.

Οι κυριώτεροι λόγοι για την ανάπτυξη και λειτουργία του εθνικού διατραπεζικού συστήματος στη χώρα μας είναι:

- α) Ο περιορισμός του λειτουργικού κόστους των τραπεζών.
- β) Η παροχή στο κοινό υπηρεσιών υψηλής ποιότητας.
- γ) Η ανάπτυξη του λογιστικού χρήματος.
- δ) Η ανταπόκριση στις απαιτήσεις της Ενιαίας Ευρωπαϊκής αγοράς.

Από την πλευρά της η Ένωση Ελληνικών Τραπεζών συντονίζοντας την προσπάθειά της προς τους παρακάτω στόχους, αποφάσισε την σύσταση ειδικού φορέα, την Α.Ε. "Διατραπεζικά Συστήματα - ΔΙΑ.Σ.". Η εταιρεία αυτή ιδρύθηκε το 1989 και μέσα στο 1995 όπως αναμενόταν άρχισαν οι πρώτες εφαρμογές.

Από την πλευρά των εργασιών της ΔΙΑ.Σ. Α.Ε. εξαρτάται το αν θα επιταχυνθούν ή όχι οι διαδικασίες για την δημιουργία ενός εθνικού διατραπεζικού συστήματος. Ας μην ξεχνάμε ότι η έλλειψη ενός τέτοιου συστήματος θα αποτελούσε βασική αδυναμία των ελληνικών τραπεζών τη στιγμή που ετοιμάζεται διευρωπαϊκό δίκτυο.

Παρουσίαση της Α.Ε. Διατραπεζικά συστήματα.

Ίδρυση και μετοχικό κεφάλαιο.

Όπως αναφέρθηκε και στα προηγούμενα, η Α.Ε. 'Διατραπεζικά Συστήματα' ιδρύθηκε με πρωτοβουλία της Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών στις 14/6/1989. Στην ίδρυση αυτή συμμετείχαν 15 πιστωτικά ιδρύματα με αρχικό κεφάλαιο 850 εκατ. δρχ. που κατανεμήθηκε μεταξύ των εταιρών. Τον Ιούνιο του 1992 το κεφάλαιο αυξήθηκε σε 3.984 εκατ. δρχ. και κατανεμήθηκε ισομερώς μεταξύ 14 πιστωτικών ιδρυμάτων που εκδήλωσαν ενδιαφέρον και σημειωτέον ότι κάλυπταν το 80% της πιστωτικής αγοράς. Μέσα στο 1994 το κεφάλαιο αυξήθηκε κατά 1,5 δις δρχ. και υιοθετήθηκε ένα μικτό σύστημα κατανομής των μετοχικών μεριδίων στις τράπεζες ανάλογα με τη χρήση υπηρεσιών που κάνουν. Ήδη η εταιρεία αριθμεί 34 μέλη, δηλ. το σύνολο σχεδόν των τραπεζών που λειτουργούν στην Ελλάδα.

Εγκατάσταση και εξοπλισμός.

Κατά τα έτη 1992 και 1993 πραγματοποιήθηκαν οι σημαντικότερες επενδύσεις της εταιρείας που ήταν:

α. Ανέγερση ιδιόκτητου κτιρίου 5.800 τ.μ. στο Μαρούσι για την εγκατάσταση του μηχανογραφικού κέντρου και των λοιπών υπηρεσιών.

β. Προμήθεια και εγκατάσταση πλατφόρμας κεντρικού υπολογιστικού συστήματος IBM για τον συμπηφισμό επιταγών.

γ. Προμήθεια ηλεκτρονικού εξοπλισμού IBM για την υποστήριξη του συστήματος καρτών.

δ. Προμήθεια και εγκατάσταση μηχανολογικού και ηλεκτρικού εξοπλισμού συστημάτων ασφαλείας.

ε. Προμήθεια εξοπλισμού ιδιωτικού τηλεπικοινωνιακού δικτύου.

Η διοίκηση της εταιρείας.

Το Διοικητικό Συμβούλιο αποτελείται από 11 τακτικά μέλη (εκπροσώπους τραπεζών) και 2 μέλη χωρίς δικαίωμα ψήφου (εκπρόσωπος της Ε.Ε.Τ. και της Τράπεζας της Ελλάδος). Εκπροσωπούνται ικανοποιητικά οι ιδιωτικές τράπεζες ενώ δύο από τα τακτικά μέλη εκπροσωπούν και ενημερώνουν το σύνολο των "μικρών τραπεζών".

Υπηρεσίες και προϊόντα.

Η εταιρεία έχει εγκαταστήσει την απαραίτητη υποδομή και έχει σχεδιάσει τις παρακάτω υπηρεσίες και προϊόντα:

1. Διασύνδεση των επιμέρους δικτύων Αυτόματων Ταμειολογιστικών Μηχανών (ΑΤΜ) των τραπεζών.

Το σύστημα είναι στη διάθεση των τραπεζών και εξυπηρετεί την ανάληψη μετρητών και την ενημέρωση λογαριασμού από τερματικά ΑΤΜ που είναι συνδεδεμένα στα επιμέρους δίκτυα των τραπεζών μελών.

2. Διαχείριση δικτύου ΑΤΜ για λογαριασμό μικρών τραπεζών.

Παρέχεται η δυνατότητα εγκατάστασης και υποστήριξης από την Α.Ε. ΔΙΑ.Σ. 30 ΑΤΜ' S κατ' ανώτατο όριο για κάθε τράπεζα. Ευνόητο ότι το δίκτυο θα συνδέεται με τα λοιπά ιδιωτικά δίκτυα ΑΤΜ, ώστε η πελατεία των μικρών τραπεζών να έχει πρόσβαση σε μεγάλο αριθμό τερματικών σε όλη τη χώρα.

3. Πολυμερής Ηλεκτρονικός Συμψηφισμός Επιταγών (Π.Η.Σ.Ε.)

Το σύστημα επιτρέπει τον ηλεκτρονικό διακανονισμό των επιταγών που μια τράπεζα αγοράζει και που σύρονται σε βάρος λογαριασμών καταθέσεων μιας άλλης.

4. Σύστημα αυτόματης μισθοδοσίας /συνταξιοδότησης και πληρωμής υποχρεώσεων βάση παγίων εντολών.

Οι συμμετέχοντες οργανισμοί (Δημόσιο, Δημόσιες επιχειρήσεις, Ασφαλιστικοί Οργανισμοί, Ιδιωτικές επιχειρήσεις) δημιουργούν ένα μαγνητικό αρχείο με τα στοιχεία των λογαριασμών. Οι λογαριασμοί αυτοί μπορεί να πρέπει να πιστωθούν (μισθοδοσίες, συντάξεις) ή να χρεωθούν (εξόφληση παγίων υποχρεώσεων-φόροι, τηλεφωνικά τέλη κ.λπ.). Τα στοιχεία αυτά αποστέλλονται ή τηλεμεταδίδονται στην Α.Ε. ΔΙΑ.Σ. Η τελευταία αναδιαρθρώνει τα αρχεία αυτά ανά τράπεζα και τα τηλεμεταδίδει προς διενέργεια.

5. Μεταφορά κεφαλαίων από/σε λογαριασμό.

Στην περίπτωση μεταφοράς κεφαλαίων μεταξύ τραπεζών με χρεωπίστωση των λογαριασμών τους γίνεται η έκδοση παραστατικών που εισάγονται στο κεντρικό μηχανογραφικό σύστημα. Ήδη έχουν ξεκινήσει οι πρώτες εφαρμογές στην μεταφορά κεφαλαίων για λογαριασμό πελατών και εξόφληση επιταγών μεγάλης αξίας.

6. Συμψηφισμός και διακανονισμός ευρωεπιταγών.

Η εταιρεία έχει τον ρόλο του Εθνικού Κέντρου για την συγκέντρωση, επεξεργασία και τον συμψηφισμό των ευρωεπιταγών που αγοράζονται από το ελληνικό τραπεζικό σύστημα. Τα

στοιχεία και τα σώματα των επιταγών αυτών προωθούνται στα αντίστοιχα Εθνικά Κέντρα των ευρωπαϊκών χωρών προς διακανονισμό.

7. Ιδιωτικό τηλεπικοινωνιακό δίκτυο της εταιρείας.

Έχουν συνδεθεί οι τράπεζες μέτοχοι και το δίκτυο καλύπτει προς το παρόν τις περιοχές Αθηνών-Πειραιώς και Θεσσαλονίκης.

8. Έκδοση χρεωστικών καρτών.

Όσες τράπεζες το επιθυμούν μπορούν να αναθέτουν στην εταιρεία, με σχετικά ανταγωνιστικό κόστος, την έκδοση και διαχείριση των χρεωστικών καρτών τους ώστε να αποφύγουν τη δημιουργία εσωτερικών κοστογόνων μηχανισμών.

9. Κέντρο Παροχής Εφεδρικών Μηχανογραφικών Υπηρεσιών (Κ.Ε.Μ.Υ.)

Η εταιρεία έχει την δυνατότητα να παρέχει με ανταγωνιστικό κόστος εφεδρικές μηχανογραφικές υπηρεσίες στις τράπεζες που έχουν συγγενές μηχανογραφικό περιβάλλον (IBM).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ

Μηχανοργάνωση των εμπορικών τραπεζών.

Η τραπεζική επιχείρηση λόγω του μεγέθους της, του μεγάλου όγκου των συναλλαγών της και της μεγάλης τοπικής διασποράς των εργασιών της έχει την ανάγκη της τέλει μηχανοργάνωσης με τους πιο σύγχρονους ηλεκτρονικούς υπολογιστές. Ο τεράστιος όγκος των αριθμητικών υπολογισμών η γρήγορη διεκπεραίωση των οποίων αποτελούσε πριν λίγες δεκαετίες βασικό κριτήριο του καλού τραπεζοϋπάλληλου, διεκπεραιώνεται σήμερα με καταπληκτική ταχύτητα και ακρίβεια από τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές.

Επίσης η λογιστική εργασία διεκπεραιώνεται σήμερα από Η/Υ, ενώ οι τραπεζοϋπάλληλοι αρκούνται μόνο στη συμπλήρωση κατάλληλα γραμμογραφημένων εντύπων, οικοίων για κάθε συναλλαγή, στα οποία είναι τυπωμένοι οι κωδικοί αριθμοί των χρεωπιστούμενων λογαριασμών, χωρίς οι υπάλληλοι που τα συμπληρώνουν να έχουν πλήρη γνώση των διενεργούμενων λογιστικών εγγραφών.

Η λογιστική καταχώρηση λοιπόν και επεξεργασία αποχωρίστηκαν από τα λογιστήρια των τραπεζών και ανατέθηκαν στα καλούμενα "Μηχανογραφικά Κέντρα", που είναι εγκατεστημένα σε ιδιαίτερους χώρους, στελεχώνονται με ειδικευμένο προσωπικό και λειτουργούν ως ανεξάρτητα τμήματα των τραπεζών. Έτσι με την χρησιμοποίηση Η/Υ, οι αρμόδιοι επιτελείς των τραπεζών έχουν έγκαιρα στην διάθεσή τους χρησιμότες λεπτομερείς πληροφορίες, η λήψη των οποίων με χειρόγραφο ή άλλο μηχανογραφικό σύστημα είναι αδύνατη και χρονικά απαράδεκτη.

Επισημαίνεται ειδικότερα η ανάγκη των τραπεζών για άμεση ενημέρωση των λογαριασμών των καταθετών και για ταχύτερη εξυπηρέτηση αυτών από όλα τα καταστήματα του δικτύου της τράπεζας. Η άμεση εξυπηρέτηση του πελάτη από το δίκτυο καταστημάτων της τράπεζας επιβάλλει την καθιέρωση ενός συστήματος επικοινωνιών και υπολογισμών, που να είναι σε θέση να ενημερώνει το λογαριασμό της κατάθεσης από οποιοδήποτε κατάστημα του δικτύου της τράπεζας και για οποιαδήποτε κίνηση του λογαριασμού άμεσα και με αξιοπιστία. Τις ανάγκες αυτές καλύπτει το λεγόμενο σύστημα On Line.

Κατά το σύστημα On Line τα τερματικά κάθε καταστήματος ενημερώνουν το κεντρικό κατάστημα, τη στιγμή της συναλλαγής κάθε πράξης. Χάρη σε αυτό το σύστημα, η τράπεζα μπορεί ανά πάσα στιγμή να γνωρίζει τα υπόλοιπα των λογαριασμών καταθέσεων και χορηγήσεων και επίσης μπορεί ανά πάσα στιγμή να γνωρίζει τα συνολικά διαθέσιμά της και έτσι να είναι σε θέση να παίρνει τις κατάλληλες αποφάσεις για την σωστή διαχείρισή τους με τον τρόπο που εκείνη κρίνει προσφορότερο.

Ένα σύστημα On Line είναι δυνατόν να προσφέρει επίσης και άλλες υπηρεσίες στην τράπεζα, που απορρέουν από την ιδιότητά του ως συστήματος επικοινωνιών αφ' ενός και αφ' ετέρου, από το γεγονός ότι οι γραμμές επικοινωνίας είναι μισθωμένες από τον ΟΤΕ είτε χρησιμοποιούνται είτε όχι. Οι υπηρεσίες αυτές περιλαμβάνουν:

- Αποστολή εμβασμάτων.
- Αγοραπωλησίες συναλλάγματος.
- Καθημερινή ενημέρωση των καταστημάτων των τραπεζών με το δελτίο τιμών συναλλάγματος της Τράπεζας της Ελλάδος.
- Ενημέρωση για μεταβολές επιτοκίων.
- Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο: προς και από όλους ή συγκεκριμένους τερματικούς σταθμούς, με συγκεκριμένες επιθυμητές προτεραιότητες.

- Εγκύκλιοι διοίκησης προς όλους τους τερματικούς σταθμούς.

- Εμπιστευτικές πληροφορίες από την περιφέρεια προς το Κέντρο.

Η αξία επομένως του συστήματος On Line έγκειται στην ικανότητά του να παρέχει πληροφορίες με ταχύτητα, ακρίβεια και ασφάλεια, δηλαδή πληροφορίες που σε τελευταία ανάλυση επιτρέπουν και διευκολύνουν την έγκαιρη λήψη σωστών αποφάσεων.

Αυτοματοποίηση των συναλλαγών.

Στην ταχύτερη εξυπηρέτηση των πελατών τους μέσω συστημάτων που συνδέονται απ' ευθείας μεταξύ τους και όχι πλέον μέσω των κλασικών μεθόδων επιδιώκουν οι τράπεζες.

Οι τράπεζες εκτιμώντας τις νέες ανάγκες που διαμορφώνονται στην τραπεζική αγορά, έχουν δρομολογήσει στα πλαίσια του στρατηγικού σχεδιασμού για τον εκσυγχρονισμό των πληροφοριακών συστημάτων, τις διαδικασίες για την ανάπτυξη και την υλοποίηση των νέων έργων, που περιλαμβάνουν:

- Προμήθειες εξοπλισμού Η/Υ.
- Ανάπτυξη συστημάτων για την αυτοματοποίηση του καταστήματος.
- Ανάπτυξη νέων κεντρικών εφαρμογών.
- Ανάπτυξη συστήματος διαχείρισης πελατών.
- Επέκταση δικτύου Α.Τ.Μ.

Στρατηγικοί στόχοι του εκσυγχρονισμού των συναλλαγών είναι:

- Αντιμετώπιση του εγχώριου και ξένου ανταγωνισμού.

- Υποστήριξη νέων προϊόντων.
- Υποστήριξη επιχειρησιακών στόχων της τράπεζας.
- Αύξηση της παραγωγικότητας του προσωπικού.
- Υποστήριξη στη λήψη αποφάσεων.
- Εκσυγχρονισμός των εργασιών στην κατεύθυνση του ρόλου συμβούλων πελατείας και σε δραστηριότητες marketing για την προώθηση των νέων προϊόντων.

Βέβαια η παροχή τέτοιου είδους προηγμένων υπηρεσιών απαιτεί από την πλευρά των τραπεζών επενδύσεις πολλών δισεκατομμυρίων δραχμών. Η ραγδαία ανάπτυξη της πληροφορικής έχει δώσει νέες διαστάσεις στις τραπεζικές εργασίες προκαλώντας μια πραγματική επανάσταση στο χώρο αυτό. Η χρήση της πληροφορικής τα τελευταία χρόνια έχει αποδειχθεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και εργαλείο προσέλκυσης πελατών, δεδομένου ότι η ανάπτυξη και εξέλιξή της καθιστά δυνατή την άμεση εισαγωγή νέων τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών. Το ευρύ φάσμα των τεχνολογικών αναγκών μπορεί να προσεγγισθεί μέσα από την αναγνώριση τριών "σταθμών" στην εξέλιξη των τραπεζικών πληροφοριακών συστημάτων.

- Back-Office Automation: Αυτοματοποίηση των τραπεζικών εργασιών που διεκπαιρέωνονται παραδοσιακά πίσω από τον "γκισέ" π.χ. εκκαθάριση επιταγών.

- Front-Office Automation: Αυτοματοποίησή τραπεζικών διαδικασιών σε επίπεδο καταστήματος και ιδιαίτερα εκείνων στις οποίες συμμετέχει ο πελάτης π.χ. κατάθεση, ανάληψη. Σημειοκλειδί στην περίπτωση αυτή αποτελεί η χρήση της πλαστικής κάρτας, μέσω της οποίας ο πελάτης έχει πρόσβαση στις αυτόματες ταμιολογιστικές μηχανές (Α.Τ.Μ.) σε εικοσιτετράωρη βάση.

- Out of Branch Automation: Επέκταση των τραπεζικών διαδικασιών έξω από το κατάστημα της τράπεζας, σε τρεις βασικές περιοχές:

- α) Εμπλουτισμός των συναλλαγών μέσω Α.Τ.Μ.

β) Εισαγωγή της ηλεκτρονικής μεταφοράς χρημάτων σε εμπορικά σημεία πώλησης.

γ) Ανάπτυξη του Home Banking, το οποίο παρέχει στους πελάτες τη δυνατότητα να διεκπεραιώνουν τις τραπεζικές συναλλαγές μέσω Η/Υ από το σπίτι ή το γραφείο τους.

Το Home Banking όπως και το Phone Banking (συναλλαγές μέσω τηλεφώνου) αποτελούν μια σημαντική τεχνολογική καινοτομία (θα την αναλύσουμε στα νέα προϊόντα) που δυναμώνει τη συνεισφορά της πληροφορικής στον τραπεζικό χώρο και προκαλεί ριζικές μεταβολές στον τρόπο διάθεσης των τραπεζικών προϊόντων. Επίσης δημιουργούν δυνατότητες επέκτασης εργασιών και προσέλκυσης πελατών για τις τράπεζες.

Μια άλλη σημαντική τεχνολογική καινοτομία είναι οι smart cards, η οποία είναι συνδιασμός της κάρτας αναλύσεων, της χρεωστικής κάρτας και της πιστωτικής οι οποίες έχουν διαδοθεί ευρύτατα. Οι smart cards θα είναι μια πολύ μεγάλη διευκόλυνση για τους συναλλασόμενους και θα προσφέρουν δυνατότητες αποθήκευσης στοιχείων και κανόνων σχετικών με λογαριασμούς και υπηρεσίες.

Η ανάγκη νέας αρχιτεκτονικής των πληροφοριακών συστημάτων των τραπεζών με στόχο τον εκσυγχρονισμό, θα καλύψει όλο το λειτουργικό και επιχειρησιακό περιβάλλον της τράπεζας στην αυτοματοποίηση των καταστημάτων και την ανάπτυξη νέων κεντρικών συστημάτων. Στόχος στην ανάπτυξη των νέων εφαρμογών κεντρικών συστημάτων είναι η δημιουργία πληροφοριακού συστήματος πελατών και η σύνδεση πελάτη με τα προϊόντα που κάνει χρήση, τόσο για την καλύτερη εξυπηρέτησή τους όσο και για την πληροφόρηση της τράπεζας.

Η εξέλιξη της τεχνολογίας σε σχέση με τα υποκαταστήματα. - Παραδείγματα τεχνολογικών εφαρμογών.

Μέχρι πρόσφατα ο μόνος τρόπος για να πλησιάσει, να προσελκύσει και να εξυπηρετήσει μια τράπεζα την πελατεία της ήταν η ύπαρξη και η λειτουργία καταστημάτων κοντά στο φυσικό χώρο ζωής και δράσης των πελατών, γεγονός που έκανε απαραίτητη την ύπαρξη ενός δικτύου καταστημάτων σε όλη τη χώρα.

Οι ραγδαίες εξελίξεις όμως, καθώς και η βαθμιαία απελευθέρωση του τραπεζικού συστήματος στην Ελλάδα οδηγούν σε νέα δεδομένα και σε αναθεώρηση του ρόλου των καταστημάτων των τραπεζών. Θεωρείται ότι το δίκτυο με την έννοια που χρησιμοποιείται σήμερα, δεν είναι πια το μόνο μέσο εξυπηρέτησης της πελατείας. Και αυτό γιατί η εξέλιξη της τεχνολογίας κάνει δυνατή για τις τράπεζες με διάφορους τρόπους τη δημιουργία πρόσθετων σημείων πρόσβασης των πελατών τους χωρίς την ύπαρξη καταστημάτων. Η χρήση των ΑΤΜ'S εξυπηρετεί τους πελάτες οποιαδήποτε ώρα το 24ωρο. Αρκετές τράπεζες προσφέρουν σήμερα εκτεταμένα δίκτυα ΑΤΜ'S , που καλύπτουν πολλές περιοχές των μεγαλύτερων πολεων. Μάλιστα μέσα από συγκεκριμένες συνεργασίες μεταξύ τραπεζών, προκύπτει ένας μεγάλος αριθμός σημείων πρόσβασης των πελατών μέσω των μηχανημάτων ΑΤΜ'S.

Θα πρέπει εδώ να αναφέρουμε το παράδειγμα της ΧΙΟΣ-BANK η οποία διαθέτει 20 καταστήματα σε 4 πόλεις (Αθήνα-Θεσσαλονίκη-Πάτρα-Κόρινθος) και προγραμματίζουν επεκτάσεις στη Λάρισα και στο Ηράκλειο.

Η ΧΙΟΣBANK μέσω του δικτύου της και της συνεργασίας της με τα δίκτυα ΑΤΜ'S ERGONET της Τράπεζας Εργασίας και ΔΕΛΤΑΝΕΤ της Τράπεζας Πίστηως εξασφαλίζει για τους πελάτες της μέσω της κάρτας ΧΙΟΣCASH την πρόσβαση και εξυπηρέτηση από 350 σημεία σε όλη την Ελλάδα χωρίς την απαραίτητη ύπαρξη καταστήματος ΧΙΟΣBANK σε όλα αυτά.

Ένα άλλο παράδειγμα αντικατάστασης της φυσικής παρουσίας καταστήματος μέσω της υποστήριξης που προσφέρει η τεχνολογία είναι η συνεργασία της ΧΙΟΣΒΑΝΚ με εμπόρους αυτοκινήτων. Συγκεκριμένα για την χρηματοδότηση αυτοκινήτου μέσω του προγράμματος ΧΙΟΣΑΥΤΟ, ο πελάτης αρκεί να επισκεφθεί ένα από τα καταστήματα εμπορίας αυτοκινήτου και αφού επιλέξει το αυτοκίνητο που επιθυμεί να συμπληρώσει επιτόπου την ανάλογη αίτηση και να παραδώσει τα απαραίτητα δικαιολογητικά. Τα ειδικά πληροφοριακά συστήματα που έχουν εγκατασταθεί στα καταστήματα των dealers αυτοκινήτων εξασφαλίζουν την αυτόματη μεταβίβαση των αιτήσεων στην τράπεζα για επεξεργασία. Ο πελάτης έχει έτσι σε τρεις ημέρες την απάντηση στην αίτηση δανείου του χωρίς να χρειάζεται να περάσει από κατά κατάστημα τράπεζας.

Ανάλογη συνεργασία έχουν και άλλα εμπορικά καταστήματα όπως του Κωτσόβολου και Κορασίδη που δίνει και εδώ στον πελάτη την δυνατότητα αγορών με δάνειο που του χορηγεί η τράπεζα, μέσα στο εμπορικό κατάστημα.

Ανάλογες συνεργασίες σαν αυτές που αναφέρθηκαν θα δούμε περισσότερες στο μέλλον καθώς η τεχνολογία θα προσφέρει περισσότερες εναλλακτικές λύσεις στην επικοινωνία μεταξύ τραπεζών και των πελατών τους, πέρα από τη μέχρι πρότινος παραδοσιακή λύση της επίσκεψης στο κατάστημα της τράπεζας.

Το σύστημα αυτό απαλλάσσει τις τράπεζες από το φορτίο δημιουργίας καταστημάτων σε κάθε γειτονιά, χωρίς ταυτόχρονα να υποβαθμίζονται οι υπηρεσίες που προσφέρουν στους πελάτες. Εδώ αναφέρουμε το παράδειγμα της αγγλικής τράπεζας First Direct, που δεν διαθέτει καθόλου υποκαταστήματα και λειτουργεί μέσω τηλεφώνου και πληροφοριακών συστημάτων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΒΔΟΜΟ

ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ ΣΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΣΥΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Αύξηση των τραπεζών στην Ελλάδα.

Η φιλελευθεροποίηση του ελληνικού τραπεζικού συστήματος στο πλαίσιο της εναρμόνισης των κανόνων του με αυτούς της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η συρρίκνωση των ρυθμιστικών διατάξεων, η απελευθέρωση από τους συναλλαγματικούς περιορισμούς, δημιούργησαν νέα δεδομένα στη λειτουργία και τις δραστηριότητες του τραπεζικού συστήματος στην Ελλάδα. Κάτω από αυτές τις συνθήκες εντείνεται καθημερινά ο ανταγωνισμός στον τραπεζικό χώρο, καθώς ιδρύονται νέες τράπεζες που προσφέρουν εξειδικευμένα και πρωτότυπα χρηματοοικονομικά προϊόντα και διεκδικούν μέρος του μεριδίου της αγοράς που ανήκε μέχρι τώρα στις υπάρχουσες εμπορικές τράπεζες.

Ο αριθμός των ελληνικών τραπεζών και των καταστημάτων ξένων τραπεζών έχουν αυξηθεί σημαντικά. Συγκεκριμένα προστέθηκαν 23 νέες τράπεζες σε αυτές που ήδη λειτουργούσαν με συνέπεια την αύξηση του ανταγωνισμού. Οι νέες τράπεζες στο σύνολό τους πέτυχαν να αποσπάσουν ένα σημαντικό κομμάτι της αγοράς ανάλογα με τις επιδιώξεις τους και των χαρακτήρα των λειτουργιών τους. Συγκεκριμένα οι τράπεζες αυτές αντιπροσωπεύουν το 11,5% του συνόλου των καταθέσεων και το 8,6% των χορηγήσεων.

Οι προσανατολισμοί αυτών των τραπεζών είναι σαφώς προσδιορισμένοι μέσα στο διαρκώς εναλλασσόμενο περιβάλλον, όπως άλλωστε και οι προσανατολισμοί των παλιότερων τραπεζών. Εντάσσονται και ακολουθούν τις ριζικές αλλαγές που σχετίζονται

με την απελευθέρωση των αγορών χρήματος και κεφαλαίου, τις τεχνολογικές καινοτομίες και ιδιαίτερα όσον αφορά τα χρηματοοικονομικά προϊόντα.

Οι ιδιωτικές τράπεζες και ο ρόλος τους στα πλαίσια της Ενωμένης Ευρώπης.

Το 1991 ήταν το έτος που χαρακτηρίστηκε από μια έντονη παρουσία ιδιωτικού τομέα στο χώρο των τραπεζών. Μέσα στα πλαίσια της νέας πραγματικότητας όπως αυτή καθορίζεται από την Β΄ Τραπεζική Οδηγία της ΕΟΚ, οι ιδιωτικές τράπεζες έδωσαν την εντύπωση ότι δεν πρόκειται να περιοριστούν σε απλούς παρατηρητές των εξελίξεων, αλλά έχουν τη διάθεση και τα μέσα να διαδραματίσουν πρωταγωνιστικό ρόλο.

Ο βασικός ρόλος των ιδιωτικών τραπεζών στα πλαίσια της Ενωμένης Ευρώπης καθορίζεται από τη συνεισφορά τους στην διαμόρφωση ενός υγιούς ανταγωνισμού όσον αφορά τα τραπεζικά προϊόντα, τόσο από πλευράς τιμών, όσο και από πλευράς ποιότητας. Επίσης συνεισφέρουν στον πιο γρήγορο εκσυγχρονισμό των τραπεζικών λειτουργιών και προϊόντων και συμβάλλουν στη δημιουργία ενός κλίματος σεβασμού προς τον πελάτη, στοιχείο που έλειπε ιστορικά από την ελληνική τραπεζική πραγματικότητα.

Ήδη έχει γίνει αντιληπτό στην αγορά ότι ο κλασικός ρόλος του ελληνικού χρηματοπιστωτικού ιδρύματος, με την δημοσιοϋπαλληλική νοοτροπία, το νομοθετικό πλαίσιο λειτουργίας και την περιορισμένη προσφορά τραπεζικών προϊόντων, ανήκει οριστικά στο παρελθόν. Έτσι οι νέες ιδιωτικές τράπεζες που λειτουργούν, προσπαθούν να διαφοροποιήσουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρουν, στηριζόμενες στην ταχύτητα λήψης απόφασης και εξυπηρέτησης του πελάτη και στην παροχή πολλών εναλλακτικών επενδυτικών λύσεων. Αυτή η ευελιξία των

νέων ιδιωτικών τραπεζών είναι και το βασικό πλεονέκτημα που έχουν απέναντι στις μεγάλες κρατικές εμπορικές τράπεζες.

Οι ιδιωτικές τράπεζες μπορούν να συναγωνιστούν επάξια τις κρατικές, όσον αφορά την προσφορά συγκεκριμένων υπηρεσιών. Δεν υπερτερούν όμως στους τομείς που αφορούν μεγάλα μεγέθη τα οποία δεν είναι δυνατό να διαθέσουν γιατί είναι μικρότερες από τις κρατικές. Αυτό φαίνεται και από την στατιστική εξέλιξη της συμμετοχής τους στο ποσοστό αγοράς. Προ δεκαετίας οι κρατικές τράπεζες έλεγχαν το 85% των δανείων και οι υπόλοιπες το 15% (8% οι ελληνικές και 7% οι ξένες). Το 1992 οι κρατικές είχαν το 73%, οι ελληνικές ιδιωτικές το 18% και οι ξένες το 9%. Αυτή η αύξηση αποτελεί μια απόδειξη της υπεροχής του ιδιωτικού τομέα από πλευράς εξυπηρέτησης αγοράς.

Πάντως το ελληνικό κοινό δεν είναι πλήρως ενημερωμένο, ώστε να είναι σε θέση να κατανοήσει και να αξιοποιήσει πλήρως τις υπηρεσίες που προσφέρονται από τον ιδιωτικό τομέα. Τώρα τελευταία αρχίζουν οι τράπεζες να αποκτούν συνείδηση της σημασίας της τραπεζικής πελατείας και να γίνεται καλύτερη ενημέρωση του κοινού. Αλλά και οι ιδιωτικές τράπεζες δεν έχουν επιχειρήσει να περάσουν ακόμη με ολοκληρωμένο τρόπο το μήνημά τους στο κοινό, δεδομένου ότι και η απελευθέρωση του ελληνικού τραπεζικού συστήματος βρίσκεται σε εξέλιξη. Σαφώς όμως θα υπάρξει μεγαλύτερη προσπάθεια επικοινωνίας από την πλευρά των τραπεζών προς το κοινό και ιδιαίτερα από τις τράπεζες που προσανατολίζονται προς τον καταναλωτικό τομέα.

Οι προοπτικές που διαγράφονται για τις ιδιωτικές τράπεζες στο μέλλον είναι ευνοϊκές λόγω του ότι υπάρχουν ανικανοποίητες ανάγκες στην τραπεζική αγορά. Ο βαθμός επιτυχίας τους εξαρτάται βέβαια από το πόσο αποτελεσματικά θα προσεγγίσουν τις αγορές στόχους τους, είτε μέσω της ανάπτυξης του κατάλληλου δικτύου καταστημάτων, είτε με εναλλακτικές λύσεις διανομής των υπηρεσιών προς τους πελάτες τους, στηριζόμενες στις δυνατότητες της σύγχρονης οικονομίας.

Σήμερα τα νέα πρότυπα λειτουργίας, όπως καθορίζονται από τις απαιτήσεις της αγοράς, συγκλίνουν προς την κατεύθυνση της "Τράπεζας πολλαπλών συναλλαγών". Αυτό σημαίνει ότι χρησιμοποιώντας σαν μονάδα μέτρησης την προσφορά σύγχρονων τραπεζικών προϊόντων, οι ελληνικές ιδιωτικές τράπεζες προσφέρουν στους πελάτες τους έναν μεγάλο αριθμό εναλλακτικών λύσεων, προσαρμοσμένων στις απαιτήσεις της αγοράς.

Η ευέλικτη διοικητική διάρθρωση, η προσφορά υψηλού επιπέδου υπηρεσιών και σύγχρονων προϊόντων, η δυνατότητα αξιοποίησης νέων τεχνολογιών, η αντίληψη της ολοκληρωμένης εξυπηρέτησης του κοινού μέσω της σωστής διαχείρισης και όχι της απλής διεκπαιρέωσης των χρημάτων του, είναι ορισμένα από τα "όπλα" που διαθέτει ο ιδιωτικός τομέας. Οι ιδιωτικές τράπεζες μπορούν να κινηθούν σε όλους τους τομείς της τραπεζικής δραστηριότητας με επιτυχία, εκτός από τις καθιερωμένες συναλλαγές και είναι ιδιαίτερα φανερό η δραστηριοποίησή τους σε νέους τομείς που απαιτούν κατάλληλη αξιοποίηση των δυνατοτήτων της σύγχρονης τεχνολογίας (leasing, factoring κ.λπ.). Επίσης η εισαγωγή νέων συστημάτων πληρωμών και ρύθμισης διάφορων υποχρεώσεων του πελάτη, η παροχή κατ' οίκον υπηρεσιών μέσω τηλεφώνου και άλλες ανάλογες υπηρεσίες εντάσσονται μέσα στις συνολικές λύσεις που μπορεί να εξασφαλίσει ο ιδιωτικός τομέας στο κοινό.

Τράπεζα Πειραιώς

Ιδρύθηκε το 1916 με έδρα τον Πειραιά. Το 1944 η έδρα της μεταφέρθηκε στην Αθήνα. Το 1963 εντάχθηκε στον Όμιλο Εταιρειών της Εμπορικής Τράπεζας στον οποίο παρέμεινε μέχρι το 1991, όταν το 67% των μετοχών της εξαγοράσθηκε από την εταιρεία UNICO Α.Ε. Επενδύσεων.

Δραστηριοποιήθηκε κυρίως σε δύο ομάδες στην ανάπτυξη προϊόντων του ευρύτερου επενδυτικού τομέα και στην προώθηση νέων προϊόντων παράλληλα με τα παραδοσιακά.

Τράπεζα Πίστεως

Ιδρύθηκε στα τέλη του περασμένου αιώνα, με σκοπό την ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας. Σήμερα θεωρείται η σημαντικότερη ελληνική ιδιωτική τράπεζα. Διαθέτει ένα ευρύ δίκτυο 166 υποκαταστημάτων και έχει επεκταθεί στην Ρουμανία και το Λονδίνο. Προσφέρει στους πελάτες της όλες τις παραδοσιακές τραπεζικές υπηρεσίες και έχει δραστηριοποιηθεί σε όλους τους τομείς των νέων τραπεζικών προϊόντων και ανταγωνίζεται επάξια τις μεγαλύτερες ελληνικές κρατικές τράπεζες.

Εγνατία Τράπεζα

Ιδρύθηκε τον Ιούνιο του 1991 στη Θεσσαλονίκη με σκοπό την ανάπτυξη της ευρύτερης περιοχής και της ελληνικής οικονομίας γενικότερα. Στα πρώτα τρία χρόνια της λειτουργίας της ολοκλήρωσε την οργάνωσή της και αναπτύχθηκε δίνοντας έμφαση αφενός στη δημιουργία δικτύου καταστημάτων και αφετέρου στην λειτουργία ενός σύγχρονου ολοκληρωμένου συστήματος αυτοματοποίησης.

Ετσι σήμερα η Εγνατία Τράπεζα διαθέτει δίκτυο 18 συνολικά καταστημάτων, καθώς και γραφείο Αντιπροσωπείας στην Σόφια της Βουλγαρίας, το οποίο αναμένεται να μετατραπεί σε κατάστημα.

Μέσα από το παραπάνω δίκτυο καταστημάτων, προσφέρεται στους πελάτες της όλο το φάσμα των τραπεζικών προϊόντων που θεωρούνται απαραίτητα για την καλύτερη εξυπηρέτησή τους, όπως

διάφορα καταθετικά και πιστοδοτικά προϊόντα, αμοιβαία κεφάλαια, κάρτα αυτόματων συναλλαγών Viacard, μεσολαβητικές εργασίες κ.λ.π.

Ευρωπαϊκή Τράπεζα (Eurobank)

Η Ευρωπαϊκή Τράπεζα ιδρύθηκε το 1990 και εδραιώθηκε ήδη από τον τρίτο χρόνο λειτουργίας της σαν η τρίτη ελληνική ιδιωτική τράπεζα από άποψη συνόλου ενεργητικού και ιδίων κεφαλαίων. Στην πορεία της έχει να επιδείξει έντονη δραστηριότητα σε όλους τους τραπεζικούς τομείς. Το στοιχείο που την διαφοροποιεί είναι η δυνατότητά της ως μέλος του Διεθνούς Ομίλου Τραπεζών Λάιπν, να ανταποκριθεί στις νέες ανάγκες αλλά και στις απαιτήσεις των πελατών της στο πλαίσιο της διεθνοποίησης της ελληνικής οικονομίας. Ας σημειωθεί ότι η έρευνα του περιοδικού EuroMoney της απένευσε το βραβείο της καλύτερης ελληνικής τράπεζας για το 1994.

Interbank

Η Interbank έκανε την εμφάνισή της στον τραπεζικό χώρο το 1991 με δύο καταστήματα. Το 1994 οι καταθέσεις της Τράπεζας ξεπερνούσαν τα 90 δις δρχ., ενώ το σύνολο των υπό διαχείριση κεφαλαίων της Τράπεζας έφτασε τα 130 δις δρχ. και ο αριθμός των πελατών της ήταν περίπου 60000.

Η Interbank απευθύνεται στον ιδιώτη, τον επαγγελματία, τον μικρομεσαίο επιχειρηματία, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι δεν διαθέτει την ανάλογη υποδομή για να καλύψει εξειδικευμένες χρηματοοικονομικές ανάγκες. Η Interbank ανήκει στον Όμιλο της Interamerican.

Λωρική Τράπεζα

Αποτελεί μια από τις ιδιωτικές τράπεζες που κινούνται αθόρυβα στην αγορά, σχεδιάζοντας προσεκτικά τους στόχους της. Δεν επεδίωξε γρήγορους ρυθμούς ανάπτυξης, ούτε χαρακτηρίζεται από διάθεση "βιασύνης" σχετικά με την αύξηση των μεγεθών της. Διάλεξε να μην ασχοληθεί με ένα αυρύ φάσμα αγοράς, αλλά συγκεντρώνει τις προσπάθειές της σε τρεις βασικούς τομείς υπηρεσιών. Ο πρώτος αφορά τον επιχειρηματικό κλάδο, ο δεύτερος το ναυτιλιακό χώρο και ο τρίτος καλύπτει τις δραστηριότητες του private banking.

Οι ελληνικές τράπεζες στο εξωτερικό -επέκταση στα Βαλκάνια.

Οι ελληνικές τράπεζες έχουν ήδη αρχίσει την επέκτασή τους στο εξωτερικό. Ήδη παρουσιάζουν δυναμικό παρόν στις χώρες των Βαλκανίων αλλά και της πρώην Σοβιετικής Ένωσης, με σκοπό την εξυπηρέτηση των Ελλήνων της ομοιογένειας, του ελληνικού εμπορίου, αλλά και την επέκταση της ελληνικής επιχειρηματικής δράσης.

Οι ελληνικές τράπεζες στις χώρες αυτές προσφέρουν πλήρεις τραπεζικές εργασίες και καλύπτουν όλες τις συναλλαγές, προσπαθώντας με αυτόν τον τρόπο να μετατρέψουν αυτές τις νέες κυρίως αγορές σε δυναμικούς χώρους εμπορίου και διεθνών δραστηριοτήτων. Συνεπώς ξεκινάει μια συνεργασία των χωρών αυτών με τον επιχειρηματικό κλάδο στον ελληνικό χώρο, με συνδυαστικό κρίκο τις ελληνικές τράπεζες. Οι ελληνικές τράπεζες έχουν σχέδια για μεγαλύτερες επεκτάσεις στις ανατολικές χώρες, αλλά και την ταυτόχρονη ενδυνάμωση και εδραίωση των τραπεζών που ήδη υπάρχουν.

Οι ελληνικές τράπεζες μπορούν να προσελκύσουν το ενδιαφέρον των ευρωπαϊκών και βαλκανικών κεφαλαίων γιατί πρώτα απ' όλα έχουν το πλεονέκτημα της γεωγραφικής γεινίασης με τις βαλκανικές χώρες. Επίσης οι περισσότερες δυτικοευρωπαϊκές τράπεζες διστάζουν να επενδύσουν στην βαλκανική αγορά.

Πέρα απ' αυτό οι ελληνικές τράπεζες έχουν βελτιώσει την υποδομή τους και την τεχνολογία τους. Τα στελέχη των ελληνικών τραπεζικών ιδρυμάτων έχουν μάθει να λειτουργούν σε συνθήκες ανταγωνισμού και έχουν γνώσεις για την οικονομία της αγοράς. Επίσης η εναρμόνιση της λειτουργίας τους με τις κοινοτικές οδηγίες έχει προχωρήσει σε μεγάλο βαθμό.

Βέβαια υπάρχουν αρκετά προβλήματα που εμποδίζουν την επέκταση του ελληνικού τραπεζικού συστήματος στα Βαλκάνια. Κατ' αρχάς υπάρχει ένα ατελές θεσμικό πλαίσιο που κατά την εφαρμογή των υφιστάμενων διατάξεων δημιουργεί αρκετά πρακτικά προβλήματα. Ακόμη υπάρχει έλλειψη της κατάλληλης υποδομής και υποστήριξης για την αντιμετώπιση αυτών των δυσκολιών. Δεν υπάρχουν φορολογικά κίνητρα για τους ξένους επενδυτές και όταν υπάρχουν επισκιάζονται από την γραφειοκρατία, την έλλειψη υποδομής και την χαμηλή ποιότητα των τηλεπικοινωνιών.

Παρ' όλα αυτά όμως ορισμένες ελληνικές τράπεζες έχουν κατορθώσει να εδραιωθούν σε μερικές χώρες των Βαλκανίων. Παραθέτουμε μερικές από αυτές:

α) Εθνική Τράπεζα

Με δυναμικό τρόπο εισέρχεται η Εθνική Τράπεζα στο χώρο των Βαλκανίων. Με πρώτο άνοιγμα στη Βουλγαρία και την Ρουμανία, προχωρεί στην δημιουργία καταστημάτων με άμεσο στόχο την μετατροπή του Γραφείου Αντιπροσωπείας της Εθνικής Τράπεζας στην Σόφια σε κατάστημα.

Η Εθνική Τράπεζα έχει κατάλληλη υποδομή και είναι σε θέση να προσφέρει όλες τις απαραίτητες εγγυήσεις για την ανάπτυξη των εργασιών πάνω σε αξιόπιστες βάσεις, αξιοποιώντας τις ευκαιρίες που προσφέρει η Ευρωπαϊκή Ένωση, στηρίζοντας τις προσπάθειες των ελληνικών επιχειρήσεων να εισχωρήσουν στις ξένες αγορές.

Σκοποί της επέκτασης της Τράπεζας είναι η διευκόλυνση της ανάπτυξης των εμπορικών σχέσεων με τη χώρα μας, η επέκταση των ελληνικών επιχειρήσεων στις ξένες χώρες και η ικανοποίηση των χρηματοοικονομικών τους αναγκών. Στόχοι επίσης της Τράπεζας αποτελούν η ίδρυση νέων μονάδων και η ενδυνάμωση των τωρινών καταστημάτων και γραφείων της και η είσοδος της στις αναπτυσσόμενες αγορές της Ανατολικής Ευρώπης.

Το σημερινό δίκτυο της Εθνικής Τράπεζας στο εξωτερικό καλύπτει 13 χώρες μέσω 12 καταστημάτων (Αίγυπτο, Μ. Βρετανία, Γερμανία, Ολλανδία, Η.Π.Α) και 5 Γραφείων Αντιπροσωπείας (Αυστραλία, Βέλγιο, Ρωσία, Βουλγαρία). Επίσης διατηρούνται 5 θυγατρικές τράπεζες που διατηρούν συνολικά 52 μονάδες (Νέα Υόρκη, Καναδάς, Γαλία, Ν. Αφρική, Κύπρος). Στα άμεσα σχέδια της Τράπεζας βρίσκεται και η λειτουργία του καταστήματος στο Βουκουρέστι.

β) ΧΙΟΣ-BANK

Από τις 18/2/94 η Χιος-Bank λειτουργεί στην Βουλγαρία πλήρες κατάστημα που αποτελεί το πρώτο βήμα της Τράπεζας στα Βαλκάνια. Το κατάστημα της Χιος-Bank στη Σόφια θα παρέχει πλήρη τραπεζική εξυπηρέτηση και θα καλύπτει όλες τις συναλλαγές. Παρ' όλα αυτά η φιλοσοφία της Τράπεζας για το κατάστημα στη Σόφια εστιάζεται ως τώρα μόνο στην επιχειρηματική δραστηριότητα και συνεπώς διαφέρει από αυτή που εφαρμόζεται στην Ελλάδα και απευθύνεται στο ευρύ καταναλωτικό κοινό.

Στόχοι της Χίος-Bank αποτελούν διευκόλυνση των ελληνικών επιχειρήσεων που ενδιαφέρονται για επενδύσεις και εμπορικές συναλλαγές με τη Βουλγαρία και η ανάπτυξη σχέσεων με βουλγαρικές εταιρείες, με σκοπό την ανάπτυξη των εμπορικών συναλλαγών μεταξύ των δύο χωρών.

γ) Ιονική Τράπεζα

Η Ιονική Τράπεζα πραγματοποίησε έρευνες αγοράς για την καταγραφή των συνθηκών που διαμορφώνονται στην βουλγαρική οικονομία, ενώ παράλληλα πραγματοποίησε ουσιαστικές επαφές με τοπικούς οικονομικούς παράγοντες και Έλληνες επιχειρηματίες που δραστηριοποιούνται στην περιοχή. Πρόσφατα δόθηκε άδεια από την Κεντρική Τράπεζα της Βουλγαρίας για την αναβάθμιση του Γραφείου Αντιπροσωπείας της Ιονικής, που υπήρχε σε πλήρες υποκατάστημα. Με αφορμή το γεγονός αυτό και λαμβάνοντας υπόψη την ανάδειξη της Θεσσαλονίκης σε μητροπολιτικό Κέντρο των Βαλκανίων και ότι η βαλκανική αγορά προσφέρει σημαντικά πλεονεκτήματα και οφέλη στη Βόρεια Ελλάδα λόγω του ανοίγματος των αγορών και της γειννίας με τα Βαλκάνια, η Ιονική Τράπεζα ίδρυσε πρόσφατα στη Θεσσαλονίκη Γραφείο Βαλκανικών Υποθέσεων με στόχο την υποβοήθηση των δραστηριοτήτων της στην ευρύτερη περιοχή της Βαλκανικής.

Σκοπός του κασσήματος στη Σόφια είναι να διευρύνει τις ήδη υπάρχουσες εργασίες της Τράπεζας στο χώρο του εξαγωγικού εμπορίου και των συναλλαγών μεταξύ Ελλάδας και Βουλγαρίας και την στήριξη των ελληνικών επιχειρήσεων στην Βουλγαρία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΟΓΔΟΟ

ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Αναγκαιότητα εφαρμογής του μάρκετινγκ στο χώρο των ελληνικών τραπεζών.

Η φιλοσοφία και η σημασία του σύγχρονου μάρκετινγκ έχει γίνει αντιληπτή από τις περισσότερες επιχειρήσεις που εφαρμόζουν τα συστήματά του στις καθημερινές δραστηριότητές τους. Την αναγκαιότητα για την ευρύτερη εφαρμογή των αρχών του επιστημονικού μάρκετινγκ κατανόησαν έγκαιρα οι τράπεζες στον ευρωπαϊκό χώρο. Σαν απόδειξη αναφέρονται τα αποτελέσματα της εταιρείας συμβούλων επιχειρήσεων 'Arthur Andersen' η οποία διεξήγαγε μια έρευνα με την μορφή ερωτηματολογίου, το οποίο στάλθηκε στα σημαντικότερα στελέχη των μεγαλύτερων τραπεζιών ιδρυμάτων της Ευρώπης.

Το θέμα της έρευνας ήταν:

'Ποιοί θα είναι οι σημαντικότεροι παράγοντες επιτυχίας για τα επόμενα δέκα χρόνια στον τραπεζικό χώρο;'

Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι οι σπουδαιότεροι παράγοντες είναι:

1. Η ποιότητα του μάνατζμέντ.
2. Το μάρκετινγκ.
3. Η ποιότητα πληροφοριών στο μάνατζμέντ.
4. Η προηγμένη τεχνολογία.
5. Η εφευρετικότητα νέων προϊόντων.
6. Το μάνατζμεντ κινδύνων.

7. Ο στρατηγικός σχεδιασμός(στοιχείο ΜΚΤ)

8. Η διαθεσιμότητα κεφαλαίων των τραπεζών κ.α.

Κατά συνέπεια δεν υπάρχει αμφιβολία για την ανάγκη υιοθέτησης του επιστημονικού μάρκετινγκ στο χώρο των τραπεζών. Ιδιαίτερη δε είναι η αναγκαιότητα αυτή στην ελληνική τραπεζική πραγματικότητα με τον έντονο ανταγωνισμό, που προέρχεται σ' ένα σημαντικό βαθμό απ' τις νεοεισερχόμενες τράπεζες του ευρωπαϊκού χώρου.

Στο κεφάλαιο αυτό θα ασχοληθούμε με τις βασικές έννοιες του τραπεζικού μάρκετινγκ οι οποίες γίνονται αντικείμενο μελέτης και έρευνας από κάθε σύγχρονη τράπεζα.

Έννοια και χρησιμότητα του μάρκετινγκ.

Υπάρχουν πολλοί ορισμοί για την έννοια του μάρκετινγκ. Ένας από αυτούς αναφέρει: Μάρκετινγκ είναι η επιχειρηματική δραστηριότητα που κατευθύνει τη ροή των αγαθών και των υπηρεσιών απ' την προσφορά στην ζήτηση, δηλαδή από τον παραγωγό στον μεταπωλητή ή κατευθείαν στον καταναλωτή (American Marketing Association).

Ο σκοπός δηλ. που επιδιώκεται είναι η διευκόλυνση και ολοκλήρωση των συναλλαγών. Αυτό εκφράζει την άποψη του καθηγητή Ph. Kotler, του οποίου πιο συγκεκριμένα η θεώρηση έχει ως εξής: Το μάρκετινγκ προσφέρει τα κατάλληλα προϊόντα στους κατάλληλους ανθρώπους, στον κατάλληλο τόπο, χρόνο, τιμή και με τον κατάλληλο τρόπο επικοινωνίας και διαδικασίας.

Ανεξάρτητα όμως από την οποιαδήποτε ονομασία του, το μάρκετινγκ αποτελεί όλο και περισσότερο ένα από τα πιο χρήσιμα επιχειρηματικά εργαλεία σε κάθε σύγχρονη επιχείρηση. Ειδικότερα οι κάθε μορφής επιχειρήσεις, όπως και οι τράπεζες, χρησιμοποιούν το μάρκετινγκ για τους ακόλουθους λόγους:

- Πτώση του κύκλου εργασιών (τζίρου).
- Χαμηλοί ρυθμοί ανάπτυξης των πωλήσεων.
- Αλλαγές στην συμπεριφορά της πελατείας τους.
- Έντονος ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων.
- Ο συρμός (μόδα) να μιμηθούμε τον επιτυχημένο.

Συχνά γίνεται σύγχυση του μάρκετινγκ με τις πωλήσεις μιας επιχείρησης. Η διαφορά των δύο εννοιών βρίσκεται στο ότι ενώ και οι δύο έχουν σαν τελικό αποτέλεσμα την αύξηση των κερδών μιας επιχείρησης, στο μάρκετινγκ, βασική επιδίωξη είναι, η ικανοποίηση των αναγκών της πελατείας.

Γενικά μπορεί να υποστηριχθεί ότι το μάρκετινγκ είναι μια νέα φιλοσοφία στην διοίκηση επιχειρήσεων, σύμφωνα με την οποία, για να επιτευχθούν οι στόχοι της επιχείρησης πρέπει αυτή να προσανατολίσει τις δραστηριότητές της στις υπάρχουσες ανάγκες της αγοράς.

Φιλοσοφία και διοικητική του Μάρκετινγκ των τραπεζών.

Το μάρκετινγκ δεν είναι απλά μια δραστηριότητα της επιχείρησης, αλλά μια ολόκληρη φιλοσοφία που επιδρά στον τρόπο που γίνονται αντιληπτές οι δραστηριότητες μέσα και έξω από την επιχείρηση.

Οι επιχειρήσεις στις οποίες έχει περάσει η φιλοσοφία του μάρκετινγκ προσανατολίζονται με τρόπο διαφορετικό στις ανάγκες της αγοράς. Για να γίνει καλύτερα αντιληπτό, θα αναφερθούμε σε συγκεκριμένα παραδείγματα γνωστών επιχειρήσεων. Η Standard Oil π.χ. αντί να διαφημίζει ότι πουλά βενζίνη, τώρα δηλώνει στα διαφημιστικά της ότι "παρέχει ενέργεια", η εταιρεία καλλυντικών Revlon δεν δηλώνει ότι πουλά πλέον καλλυντικά, αλλά ελπίδα κι αυτοπεποίθηση στους χρήστες

των προϊόντων της. Η Columbia Pictures δεν κατασκευάζει ταινίες αλλά προωθεί την ψυχαγωγία κ.ο.κ.

Αναλυτικότερα, οι έννοιες που συνθέτουν την φιλοσοφία του μάρκετινγκ στις τράπεζες είναι οι εξής:

Πρώτον ο προσανατολισμός της τραπεζικής μονάδας προς τις πραγματικές ανάγκες της πελατείας. Δεύτερον, η συνεχής επιδίωξη της αύξησης των κερδών της τράπεζας. Τρίτον, η καθιέρωση του σχεδιασμού και της εφαρμογής προγραμμάτων μάρκετινγκ. Τέταρτον, η ύπαρξη κοινωνικής ευθύνης για την τράπεζα που της αποδίδει έναν πιο συμπαθή και αξιόπιστο ρόλο.

Η εφαρμογή στην πράξη της φιλοσοφίας του μάρκετινγκ πραγματοποιείται με την διοικητική του μάρκετινγκ. Περιλαμβάνει την ανάλυση, τον σχεδιασμό, την εκτέλεση και τον έλεγχο προγραμμάτων που στοχεύουν στον εντοπισμό των αναγκών των πελατών που αποτελούν τις αγορές-στόχους. Δηλ. η δια της έρευνας επισήμανση των πραγματικών αναγκών της πελατείας και η εξεύρεση τρόπων ικανοποίησής τους με την δημιουργία νέων προϊόντων ή υπηρεσιών ή επανατοποθετώντας τα παλαιά τραπεζικά προϊόντα.

Σε μια πρώτη φάση γίνεται η προώθηση των κατάλληλων προϊόντων ή υπηρεσιών που διαπιστώθηκε από την έρευνα ότι ικανοποιούν τις ανάγκες της πελατείας. Ακολουθεί η διαφήμισή τους, η καθιέρωση των δημοσίων σχέσεων τόσο σε επίπεδο μονάδας, όσο και σε επίπεδο δικτύου. Τέλος, ανάλογα με τις ανάγκες της πελατείας του κάθε καταστήματος προσανατολίζονται και οι δραστηριότητες προς τις ανάλογες κατευθύνσεις.

Το μάρκετινγκ στην σύγχρονη επιχείρηση -
μάρκετινγκ τραπεζικών υπηρεσιών.

Αρχικά επισημαίνεται ότι το μάρκετινγκ από τη φύση του είναι δυναμικό (εξελίσσεται χρονικά) και εύπλαστο, σεβόμενο τις ανάγκες όχι μόνο των πελατών, αλλά και των επιχειρηματιών.

Σήμερα το μάρκετινγκ αφού πέρασε μια σειρά ιεραρχικών βαθμίδων σε κάθε επιχείρηση, σύμφωνα με τα σχήματα που ακολουθούν, κατέληξε ως "μεσολαβητής" μεταξύ του πελάτη και του συνόλου των λειτουργιών μιας επιχείρησης γενικά, όπως και μιας τράπεζας.

Η διαφοροποίηση του μάρκετινγκ στον χώρο των τραπεζών, στηρίζεται κυρίως στην ίδια την υφή των τραπεζικών υπηρεσιών. Συγκεκριμένα, οι υπηρεσίες που προσφέρουν οι τράπεζες, παρουσιάζουν από πλευράς μάρκετινγκ τα ακόλουθα χαρακτηριστικά:

- είναι άυλες,
- είναι αδιαχώριστες σε ότι αφορά τον τόπο και τον χρόνο της παραγωγής, της διάθεσης και της κατανάλωσής τους,
- παρουσιάζουν μεγάλη ομοιογένεια,
- υπάρχει μεγάλη γκάμα προσφερόμενων υπηρεσιών,
- παρουσιάζουν μεγάλη γεωγραφική διασπορά,
- η ανάπτυξή τους πρέπει να γίνεται σύμφωνα με τις βασικές αρχές επιχειρηματικής πολιτικής οποιασδήποτε εμπορικής τράπεζας.

Σύμφωνα με τις αρχές της τραπεζικής λειτουργίας, κάθε τραπεζική λειτουργία θα πρέπει να κινείται στα πλαίσια της ασφάλειας και της αποδοτικότητας, ενώ μεγάλη σημασία αποδίδεται στην αρχή της ρευστότητας των τραπεζών.

Κατά συνέπεια ως μάρκετινγκ τραπεζικών υπηρεσιών ορίζεται, η διοικητική δραστηριότητα που ασκεί μια τράπεζα

σύμφωνα με την τραπεζική δεοντολογία, προκειμένου να ανταποκριθεί στις παρούσες και προβλεπόμενες απαιτήσεις της αγοράς.

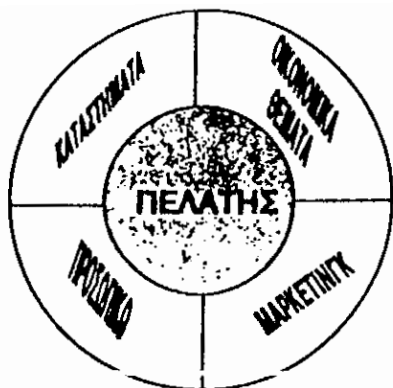


Το marketing, μια λειτουργία ισοδύναμη με τις άλλες στην επιχείρηση

Το marketing εμφανίζεται σαν μια σημαντική λειτουργία στην επιχείρηση

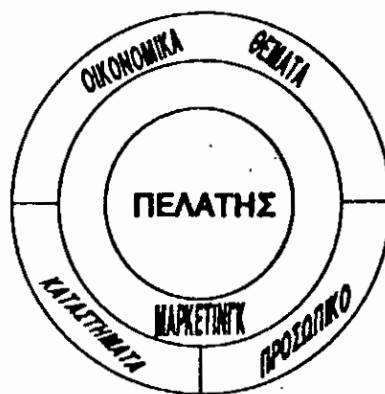


Το marketing αποτελεί το κυρίαρχο κομμάτι στη λειτουργία της επιχείρησης



Ο πελάτης αποτελεί το σύστημα ελέγχου της επιχείρησης

Το marketing αποτελεί το μέσο επαφής του πελάτη με την επιχείρηση



Τι είναι μείγμα μάρκετινγκ (MARKETING MIX) για τις τράπεζες.

Τα στοιχεία που καθορίζουν τις επιχειρηματικές αποφάσεις των στελεχών μάρκετινγκ, ανεξάρτητα από το είδος της κάθε εταιρείας, είναι τα πολύ γνωστά "τέσσερα Π". Αυτά δανείζονται τον τίτλο τους από τα αρχικά των αγγλικών λέξεων: product=προϊόν, place=τόπος, price=τιμή, promotion=προβολή .

Όλα τα παραπάνω σχετίζονται με τον βασικότερο παράγοντα του μάρκετινγκ, τον πελάτη, στην ικανοποίηση του οποίου στοχεύει όλο το σύστημα. Το μείγμα μάρκετινγκ δίνει σφαιρική λύση σε ερωτήματα που αφορούν όλο το φάσμα των δραστηριοτήτων της επιχείρησης.

Πιο αναλυτικά το προϊόν αφορά την απόφαση επιλογής των προσφερόμενων υπηρεσιών, τη δημιουργία νέων ή την επανατοποθέτηση των παλιών. Η ποιότητα, τα χαρακτηριστικά, το όνομα της φέρμας είναι στοιχεία που αφορούν εξίσου τον τομέα του προϊόντος.

Η απόφαση για τον καθορισμό των προμηθειών, των επιτοκίων, των δραχμικών ισοτιμιών, αφορά το κομμάτι της τιμολόγησης. Στο σημείο αυτό αξίζει να σημειωθεί ότι με την βαθμιαία απελευθέρωση του τραπεζικού συστήματος, το στοιχείο της τιμολογιακής πολιτικής αρχίζει να παίρνει νέες, σημαντικές διαστάσεις.

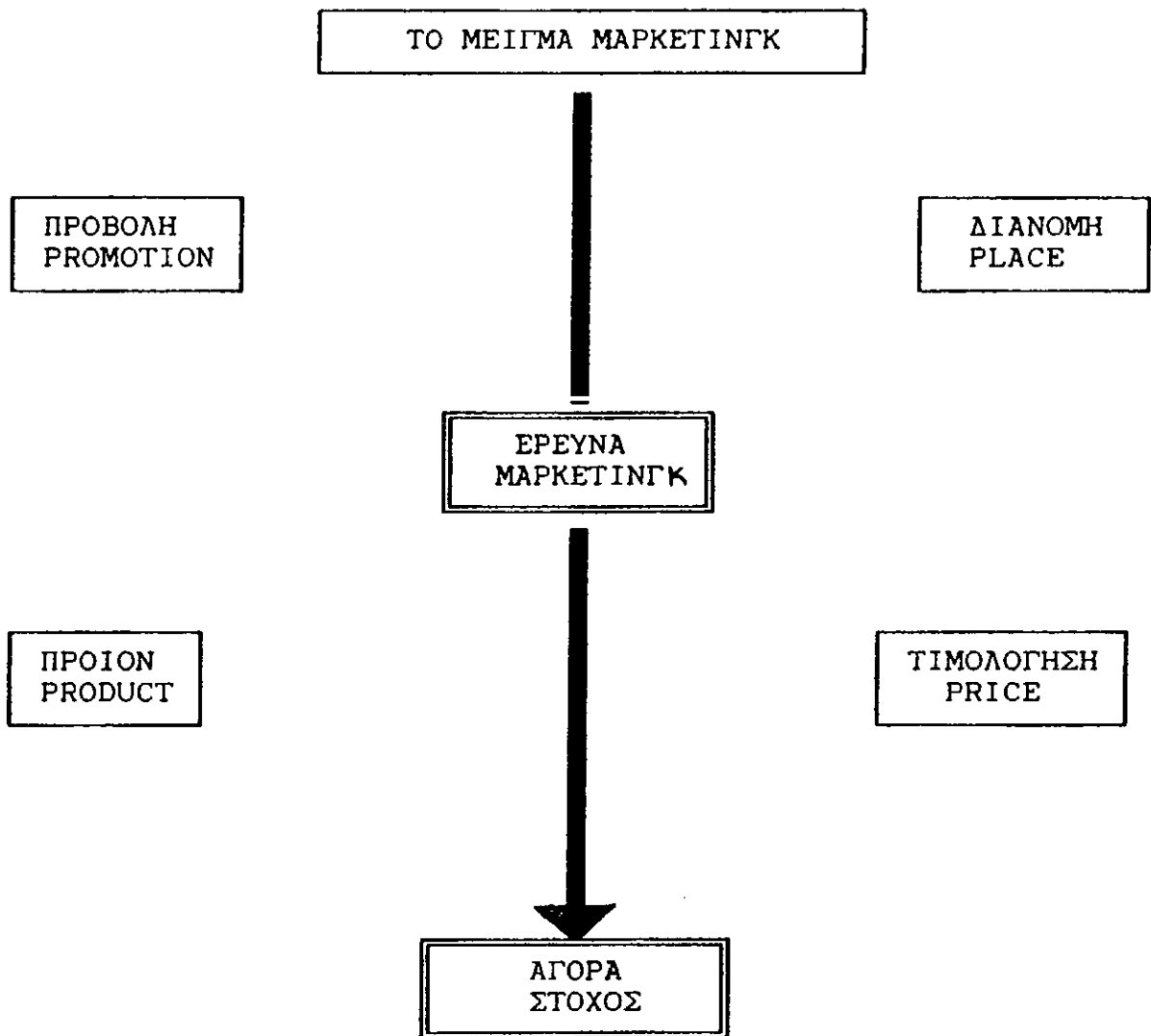
Στο θέμα του τόπου διάθεσης ανήκει η απόφαση για τον καθορισμό των υποαγορών και τον τρόπο διάθεσης των κεφαλαίων. Δίνεται απάντηση στα ερωτήματα:

- Πού θα διατεθούν οι προσφερόμενες υπηρεσίες;
- Μέσω ποιών καναλιών (διανομής);
- Σε ποιο επίπεδο κάλυψης;

Τέλος το θέμα της προώθησης των πωλήσεων και της δημοσιότητας γενικότερα, αφορά τον καθορισμό του τρόπου

προσέλκυσης του πελάτη, της τεχνικής των πωλήσεων, της διαφήμισης και των δημοσίων σχέσεων.

Ο συνδυασμός των πιο πάνω αποφάσεων, μέσα στα πλαίσια του καθοριζόμενου κόστους των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, αποτελεί το λεγόμενο μείγμα μάρκετινγκ (ακολουθεί σχηματική απεικόνιση).



Η χάραξη της στρατηγικής.

Η μεθόδευση των ενεργειών μιας τραπεζικής μονάδας πρέπει να ακολουθεί μια λογική σειρά. Η χάραξη της στρατηγικής που περιέχει τον χρονοπρογραμματισμό των ενεργειών είναι λοιπόν ένα πολύτιμο εργαλείο για κάθε μορφής επιχείρηση. Κάθε στρατηγική πρέπει να περιλαμβάνει τους τομείς δράσης, τους προσανατολισμούς της τράπεζας.

Οι υποκατηγορίες των στρατηγικών ανάλογα με τον στόχο τους διακρίνονται στις εξής:

- Κύριες στρατηγικές, που είναι αυτές που σχετίζονται με την εκπλήρωση της αποστολής της τράπεζας και καθορίζονται από τα ανώτατα κλιμάκια της διοίκησης.

- Δευτερεύουσες, που είναι αυτές που βοηθούν την διοίκηση στην υλοποίηση των κύριων στρατηγικών ώστε να επιτυγχάνεται αποσυμφόρνηση από τα κέντρα λήψης αποφάσεων.

- Παράγωγες, που έχουν σκοπό την υποστήριξη των κύριων.

- Σύνθετες, που απαιτούνται για τον εναρμονισμό της στρατηγικής του καταστήματος με τις στρατηγικές θυγατρικών επιχειρήσεων της τράπεζας, π.χ. ενίσχυση της Mastercard, Εθνικής Ασφαλιστικής κ.λπ.

- Ενδεχόμενες, που απαιτείται να υπάρχουν για κάθε έκτακτη αλλαγή των προβλεπόμενων συνθηκών. Για κάθε ενδεχόμενο πρέπει η μονάδα να έχει εναλλακτικό σχέδιο δράσης για να μπορέσει η τράπεζα να ανταποκριθεί στις εκάστοτε συνθήκες.

Η χάραξη της ολοκληρωμένης στρατηγικής πραγματοποιείται μετά την επεξεργασία των στοιχείων που συγκεντρώθηκαν από τη έρευνα μάρκετινγκ. Με τον χρονοπρογραμματισμό γίνεται ένας συντονισμός ενεργειών σύμφωνα με τα διαθέσιμα μέσα. Το πρόγραμμα δηλ. αποτελεί ένα σύστημα δράσης που περιλαμβάνει τα εξής:

- τις ιδιαίτερες ανάγκες της πελατείας στην περιοχή,
- τους αντικειμενικούς στόχους της τράπεζας,
- τα μέσα πολιτικής που θα χρησιμοποιηθούν,
- τους πόρους που θα διατεθούν,
- το συντονισμό παράλληλων προγραμμάτων,
- τους υπεύθυνους για την εφαρμογή φορείς,
- το σύστημα ελέγχου του προγράμματος,
- τα χρονικά πλαίσια υλοποίησης.

Η διεθνής πρακτική χωρίζει τα βήματα σε τέσσερα βασικά στάδια για την ακόλουθη σειρά:

1. Επιλογή προγράμματος.
2. Προπαρασκευή.
3. Εφαρμογή.
4. Αξιολόγηση.

Στρατηγικές αντιμετώπισης του ανταγωνισμού.

Η επιλογή της στρατηγικής αντιμετώπισης των ανταγωνιστών είναι συνάρτηση της θέσης που κατέχει η επιχείρηση. Γενικά σε κάθε αγορά υπάρχει ο ηγέτης της, που έχει το μεγαλύτερο μερίδιο και πολλές φορές αναγκάζεται να γίνει νεωτεριστής με παράλληλη επιβάρυνση υψηλών κοστολογίων.

Στην περίπτωση της ελληνικής αγοράς, την θέση του ηγέτη κατέχει η Εθνική Τράπεζα η οποία κατέχει το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς (περίπου 40%). Το πρόβλημα επιλογής στρατηγικής αντιμετώπισης του ανταγωνισμού, εντοπίζεται στην

ανάπτυξη της καταλληλότερης αμυντικής στρατηγικής, η οποία θα συμβάλλει στην διατήρηση και ανάπτυξη του μεριδίου της.

Παραδείγματα αμυντικών πολιτικών είναι:

- Η πλευρική άμυνα, δηλ. η πολιτική της επέκτασης των εργασιών με στόχο την διαφύλλαξη της θέσεως στην αγορά.

- Η ευέλικτη άμυνα, δηλ. η επέκταση σε νέες περιοχές με σκοπό την διεύρυνση της πελατείας.

- Άμυνα απόσυρσης, δηλ. η απόσυρση από τις δραστηριότητες εκείνες που δεν συμφέρει η αναμέτρηση με τον ανταγωνιστή.

- Προληπτική άμυνα, που σημαίνει προσπάθεια επίθεσης στον ανταγωνιστή πριν αρχίσει αυτός.

Μετά τον ηγέτη ακολουθεί ο διεκδικητής της αγοράς, ο οποίος χαρακτηρίζεται από μεγαλύτερη ευελιξία χειρισμών σε θέματα πολιτικής. Στην κατηγορία αυτή ανήκει η πλειοψηφία των εμπορικών τραπεζών μας, οι οποίες έχουν ανάγκη από την εφαρμογή της κατάλληλης επιθετικής πολιτικής.

Παραδείγματα τέτοιων πολιτικών είναι:

- Η κατά μέτωπο επίθεση, που σημαίνει την προσπάθεια υπέρβασης σε σημεία που υπερτερεί ο ανταγωνιστής.

- Η πλευρική επίθεση, δηλ. σε σημείο που δεν εκτιμά ο ανταγωνιστής ως πιθανό.

- Η κυκλωτική, που προϋποθέτει ισχύ γιατί σημαίνει την επίθεση σε πολλά μέτωπα.

- Παράκαμψη, σε αγορές άσχετες με την ως τώρα πορεία.

- Ανορθόδοξη, δηλ. σε απρόσμενα σημεία με διαφορετικές μεθόδους.

Η επόμενη κατηγορία ανταγωνιστών είναι οι μικροί της αγοράς, που έχουν τη δυνατότητα να προσαρμόζουν γρήγορα την πολιτική τους σταχνάρια της πολιτικής του ηγέτη.

Τέλος υπάρχει και η κατηγορία των εξειδικευμένων ανταγωνιστών, που αφορούν εξειδικευμένες υποαγορές πελατείας

με πολλές ευχέρειες διαφοροποίησης (π.χ. Citibank-σύγχρονα προϊόντα, Αγροτική-στους αγρότες Μακεδονίας-Θράκης-στη Βόρεια Ελλάδα).

Ο σύγχρονος ρόλος του στελέχους μάρκετινγκ καταστήματος.

Στα πλαίσια των γενικότερων συνθηκών της αγοράς έχει αρχίσει η διαδικασία εκσυγχρονισμού των τραπεζών στη χώρα μας. Ο εκσυγχρονισμός όμως για να φέρει αλλαγές σε έκταση και βάθος, προϋποθέτει διαφορετική φιλοσοφία στην διοίκηση και στις συνθήκες εργασίας. Βασίζεται σε νέες οργανωτικές δομές, νέες τεχνικές προγραμματισμού, νέα αντίληψη πραγμάτων.

Πρώτα απ' όλα όμως ο εκσυγχρονισμός προϋποθέτει αλλαγή νοοτροπίας των τραπεζικών στελεχών, ιδιαίτερα εκείνων που έρχονται σε επαφή καθημερινά με τον πελάτη λόγω της φύσης της εργασίας τους. Με τον πελάτη, ο οποίος σήμερα παρουσιάζεται ιδιαίτερα ενημερωμένος στα τραπεζικά θέματα και είναι αρκετά απαιτητικός σε θέματα ποιότητας εξυπηρέτησης.

Στη σημερινή εποχή, η νέα τραπεζική αντίληψη, θέλει το στέλεχος της τράπεζας άριστο γνώστη των τραπεζικών διαδικασιών, καλά ενημερωμένο σε θέματα οικονομικού ενδιαφέροντος, αλλά κυρίως καλό πωλητή τραπεζικών προϊόντων.

Η τεχνολογική επανάσταση της πληροφορικής μειώνει τον χρόνο εξυπηρέτησης της πελατείας, τυποποιεί και απλοποιεί τις διαδικασίες, αλλά απομονώνει και αποπροσωπίζει τον υπάλληλο της τράπεζας στην αντίληψη του πελάτη. Θεωρείται επομένως απαραίτητο να διατηρηθεί ζωντανή και άμεση επαφή μαζί του, τώρα που η αυτοματοποίηση των συναλλαγών εντείνεται περισσότερο.

Ο σύγχρονος τραπεζοϋπάλληλος θα πρέπει να είναι σε θέση να έχει την δική του γρήγορη άποψη και να διαδραματίζει όταν

χρειάζεται τον ρόλο του οικονομικού συμβούλου του πελάτη υπεύθυνα και αποτελεσματικά.

Με βάση τα παραπάνω το στέλεχος της τράπεζας αναβαθμίζεται, αποκτά ρόλο πολυδιάστατο, υπεύθυνο, εξειδικευμένο, δυναμικό και επιφορτίζεται με ειδικά καθήκοντα τραπεζικού μάρκετινγκ.

Το στέλεχος μάρκετινγκ είναι ο σύνδεσμος μεταξύ της τράπεζας και της πελατείας, είναι το δυναμικό στέλεχος του καταστήματος που γνωρίζει καλά τις συνθήκες αγοράς στην οποία απευθύνεται. Αυτό φροντίζει για την ανάπτυξη συνεργασίας των παλιών πελατών και την ανεύρεση νέων, με στόχο την διεύρυνση των προσφερόμενων υπηρεσιών του καταστήματος.

Ακόμα συνεργάζεται με τα υπόλοιπα στελέχη του καταστήματος για να συμβάλει στην γρήγορη και ποιοτική εξυπηρέτηση της πελατείας. Μέσα στα πλαίσια των εξουσιοδοτήσεων που του έχουν εκχωρηθεί, παίρνει αποφάσεις με υπευθυνότητα σύμφωνα με την ισχύουσα πολιτική. Στόχος μεταξύ άλλων είναι να δημιουργηθεί η αίσθηση του προσωπικού στοιχείου στην σχέση πελάτη τράπεζας, σε αντικατάσταση της απρόσωπης σχέσης που επικρατεί σε μεγάλο βαθμό μέχρι σήμερα.

Επίσης η παροχή της κατάλληλης εξυπηρέτησης είναι αναγκαίο να συνδιάζεται με την μείωση του λειτουργικού κόστους των προσφερόμενων υπηρεσιών. Κατά συνέπεια, η δραστηριότητα των στελεχών μάρκετινγκ αποσκοπεί αφ' ενός στην αποδοτική προσφορά υπηρεσιών και αφ' ετέρου στην κάλυψη των μελλοντικών αναγκών της πελατείας.

Ακόμα επισημαίνουμε ότι το μάρκετινγκ επιβάλλει τον εκ των προτέρων καθορισμό των στόχων του καταστήματος, με την οργανωμένη έρευνα αγοράς για τον ακριβή προσδιορισμό του εύρους και της φύσης των υπάρχοντων και των προβλεπόμενων αναγκών.

Η πολιτική εργασιών που ακολουθούν έως σήμερα τα καταστήματα μετατρέπεται από αμυντική ή ουδέτερη σε επιθετική. Το στέλεχος μάρκετινγκ ερευνά την περιοχή του διεξοδικά.

Στόχος του είναι να εντοπίσει νέες πιθανές, επωφελείς συνεργασίες, να διατηρήσει και να βελτιώσει τις ήδη υπάρχουσες, ενώ παράλληλα συγκεντρώνει πληροφορίες για πιθανούς κινδύνους από εσφαλμένη εκτίμηση συνεργασίας.

Επισκέπτεται σε τακτική βάση τους πελάτες στο χώρο εργασίας τους. Συζητά μαζί τους θέματα για τα οποία είναι υπεύθυνος. Αποστέλλει ευχετήριες κάρτες, συγχαρητήρια μηνύματα, επίσης φροντίζει για την αποστολή επιχειρηματικών δώρων που δίνει κατά καιρούς η τράπεζα (ημερολόγια, σιλό κ.ά.). Ακόμα γνωρίζει κάθε νέα υπηρεσία που προσφέρει η τράπεζα και φροντίζει για την γρήγορη ενημέρωση της πελατείας του με προσωπικές επαφές. Γενικά το στέλεχος μάρκετινγκ ενδιαφέρεται για το image του καταστήματος και της τράπεζας ευρύτερα.

Παράλληλα ο ίδιος αποτελεί συνδετικό κρίκο σε θέματα μάρκετινγκ του καταστήματος και της αρμόδιας κεντρικής υπηρεσίας μάρκετινγκ. Έτσι επιτυγχάνεται η γρήγορη και αποτελεσματική πληροφόρηση για κάθε τοπική αγορά και γνωστοποιούνται οι κινήσεις του ανταγωνισμού.

Το στέλεχος μάρκετινγκ είναι ο άνθρωπος που παρακολουθεί την πορεία εργασιών κάθε μεγάλου πελάτη και τον πληροφορεί, ώστε να αποφεύγει την άσκοπη ταλαιπωρία με γραφειοκρατικές διαδικασίες.

Είναι κατανοητό ότι τα στελέχη που ασκούν μάρκετινγκ στο κατάστημα, θα πρέπει να συνδιάζουν ειδικές γνώσεις, talένια και εμπειρίες που δύσκολα αποκτώνται. Τα προσόντα αυτά δεν προ-υπάρχουν για όλα τα στελέχη αλλά είναι δυνατό να αποκτηθούν σε μεγάλο ποσοστό με την εκπαίδευση σε θέματα τραπεζικού ενδιαφέροντος.

Παράδειγμα τραπεζικού μάρκετινγκ-πολιτικής στελεχών.

Το τραπεζικό μάρκετινγκ όπως είδαμε οφείλει να παρακολουθεί και να ενσωματώνει τις μεταβολές που συντελούνται στην αγορά, καινοτομώντας στην προσφορά υπηρεσιών με στόχο πάντα την κάλυψη των αναγκών των πελατών. Οι ανάγκες όμως του κάθε πελάτη είναι διαφορετικές και απαιτείται προσπάθεια κατανόησής τους από την τράπεζα προκειμένου να κάνει προτάσεις εύστοχες και αποτελεσματικές.

Στο σημείο αυτό θα ασχοληθούμε με το παράδειγμα της Τράπεζας Πειραιώς η οποία υποστηρίζει ότι τοποθετεί τον πελάτη στο επίκεντρο του ενδιαφέροντός της διαμορφώνοντας νέες συνθήκες για την καλύτερη εξυπηρέτησή του. Στρατηγικός στόχος της Τράπεζας είναι το μεσαίο τμήμα της αγοράς επιχειρώντας να απαντήσει σε ερωτήματα όπως ποιες είναι οι υπάρχουσες ανάγκες και αν είναι σε θέση να τις καλύψει.

Με στόχο λοιπόν την αύξηση των κερδών της σε ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον, αποφασίστηκε η πολιτική μιας κατευθυνόμενης πώλησης προϊόντων σε επιλεγμένους ως επί το πλείστον πελάτες. Η πολιτική αυτή έλαβε υπόψην της:

- Ότι στην αγορά των μεγάλων επιχειρήσεων ο ανταγωνισμός είναι οξύς, ενώ αντιθέτως στις μικρομεσαίες και στους ιδιώτες είναι σχετικά ήπιος και τα περιθώρια κέρδους υψηλότερα.

- Ότι ο στρατηγικός στόχος της Τράπεζας είναι πελάτες καλά ενημερωμένοι και απαιτητικοί.

- Ότι για την εξυπηρέτηση των στόχων αυτών χρειάζονται πωλητές εκπαιδευμένοι με ικανότητα να εντοπίζουν τις πραγματικές ανάγκες και να προτείνουν αξιόπιστες λύσεις. Η Τράπεζα επιδιώκει με την σωστή εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού, όλοι οι εργαζόμενοι (ιδανικός στόχος) να εξελιχθούν σε πωλητές των προϊόντων και των υπηρεσιών της.

Στην πρώτη γραμμή των πωλητών βρίσκονται οι διευθυντές των καταστημάτων, η διοίκηση και οι account officers. Η

επέκταση των account officers κρίθηκε απαραίτητη για την κάλυψη των πελατειακών αναγκών στις τοπικές αγορές.

Οι απαιτήσεις της Τράπεζας από τον πωλητή είναι οι παρακάτω:

- Να εντοπίζει τον πελάτη και να του πουλήσει τα προϊόντα της Τράπεζας.

- Να παρέχει συμβουλές σε αυτόν για την κάλυψη αναγκών και αποφυγή των κινδύνων.

- Να είναι περισσότερο σύμβουλος και λιγότερο διεκπεραιωτής.

- Να είναι καλά ενημερωμένος, ευέλικτος, διαπραγματευτής, με ικανότητα στην προσωπική επαφή και να στοχεύει στην ποιότητα.

- Να πείθει ότι η Τράπεζα δίνει λύσεις με τρόπο φιλικό, έχοντας μια τιμολογιακή πολιτική προσαρμοσμένη στις απαιτήσεις του πελάτη.

- Να στοχεύει στο χτίσιμο μιας ισχυρής και πολύπλευρης σχέσης με τον πελάτη. Ο στόχος αυτός αποτελεί τον προθάλαμο του private banking.

- Να έχει σαφή αντίληψη του κόστους και αυξημένη αίσθηση του κινδύνου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΝΑΤΟ

Η ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΣΤΟΝ ΧΩΡΟ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ

Οι εξελίξεις στον τομέα της τραπεζικής επιστήμης.

Το περιεχόμενο της τραπεζικής εργασίας δεν είναι όμοιο με εκείνο του παρελθόντος. Νέες θέσεις με καινούργιες αρμοδιότητες δημιουργούνται ενώ οι παλιές μετεξελίσσονται. Οι εκπαιδευτικές ανάγκες των τραπεζών μεγαλώνουν τόσο από πλευράς εύρους (ποικιλία κατάλληλων προγραμμάτων για κάλυψη αναγκών), όσο και από πλευράς εμβάθυνσης σε γνώσεις (διάρκεια).

Η ανάπτυξη των χρηματοπιστωτικών εργασιών δημιούργησε στις τράπεζες την ανάγκη πρόσληψης ατόμων με εξειδικευμένες γνώσεις στα σύγχρονα τραπεζικά επαγγέλματα. Στον τραπεζικό τομέα, δεδομένου ότι δεν υπάρχουν αντίστοιχες σπουδές στην δευτεροβάθμια και τριτοβάθμια εκπαίδευση, οι εκπαιδευτικές ανάγκες καλύπτονται από τις ίδιες τις τράπεζες.

1. Η αυξανόμενη αλλαγή στην τεχνολογία τον ανταγωνισμό και άλλους παράγοντες, εντείνουν την ανάγκη διαμόρφωσης ανθρώπων ευέλικτων και ικανών να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις της αγοράς. Γι' αυτό απαιτείται έγκαιρη πληροφόρηση, αφομοίωση και ενεργό συμμετοχή όλων των εργαζομένων.

Ο κυριότερος παράγοντας για την επίτευξη των στρατηγικών στόχων της Τράπεζας είναι η συνεχής βελτίωση της ποιότητας του ανθρώπινου δυναμικού της. Μια δυναμική πορεία μπορεί να βασιστεί μόνο στο υψηλό επίπεδο γνώσεων και επαγγελματικών ικανοτήτων του προσωπικού.

Το μέλλον του ίδιου του τραπεζικού συστήματος εξαρτάται από διάφορους εξωτερικούς παράγοντες αλλά και από την ανταγωνιστικότητα των ελληνικών τραπεζών στην παροχή καλής ποιότητας υπηρεσιών η οποία όμως δεν μπορεί να έχει επιτυχία χωρίς την ανάλογη ποιότητα του ανθρώπινου δυναμικού.

Σε κάθε τράπεζα λοιπόν υπάρχει η πεποίθηση ότι η συστηματική και υψηλού επιπέδου εκπαίδευση, αποτελούν παράγοντες ανάπτυξης για την επιχείρηση και τους εργαζόμενους. Η προσπάθεια επομένως για βελτίωση και σύνδεση της εκπαίδευσης με την παραγωγή ικανών στελεχών, θα πρέπει να είναι συνεχής για όποια τράπεζα θέλει να επιβιώσει και να αναπτυχθεί.

Ήδη όλες οι τραπεζικές επιχειρήσεις που λειτουργούν στη χώρα μας έχουν ευαισθητοποιηθεί αρκετά στο θέμα της εκπαίδευσης του προσωπικού τους. Ενδεικτικό αυτής της τάσης είναι το γεγονός της δημιουργίας ειδικών θυγατρικών εταιρειών με αποστολή την επιμόρφωση του προσωπικού τους. Έτσι έχουμε την Πειραιώς Εκπαιδευτική, το Εκπαιδευτικό Κέντρο της Alpha Τράπεζας Πίστεως, την Ιονική Εκπαιδευτική κ.ο.κ.

Όλες λοιπόν οι ελληνικές τράπεζες, ανεξαρτήτου μεγέθους αναπτύσσουν έντονη εκπαιδευτική δραστηριότητα. Κύριο στοιχείο κάθε εκπαιδευτικής πολιτικής είναι να περάσει το μήνυμα "εκπαίδευση", δηλαδή να συνειδητοποιηθεί η σημασία του θεσμού.

Στα πλαίσια αυτά δημιουργούνται ομάδες εσωτερικών εκπαιδευτών από τα στελέχη και σε συνεργασία με διάφορα ιδρύματα (Πανεπιστήμια, Σχολές Επαγγελματικής Κατάρτισης, Σχολές του εξωτερικού) διεξάγονται σεμινάρια από κοινού. Επίσης οι συνεργασίες αυτές επιτρέπουν ένα είδος ανταλλαγής γνώσεων και εμπειριών.

Οι μεν τράπεζες συμμετέχουν στα προγράμματα πρακτικής εξάσκησης των φοιτητών Τ.Ε.Ι και Α.Ε.Ι συμβάλλοντας στην σύνδεσή τους με την παραγωγή. Οι δε σχολές προσφέρουν διδασκαλία μέσω των καθηγητών τους είτε άμεσα στα πλαίσια

των τραπεζικών προγραμμάτων, είτε μελλοντικά για προπτυχιακή ή μεταπτυχιακή εκπαίδευση των τραπεζικών στελεχών. Η Τράπεζα Πίστεως για παράδειγμα, συνεργάζεται συστηματικά με το τμήμα Χρηματοοικονομικής Διοικητικής του Πανεπιστημίου Πειραιώς.

Οι Τράπεζες και το ανθρώπινο δυναμικό τους.

Για τις τράπεζες το ανθρώπινο δυναμικό αποτελεί τον κινητήριο μοχλό ανάπτυξής τους. Από τις ικανότητές του εξαρτάται η πορεία της κάθε τράπεζας αλλά και η επιβίωσή της σ' ένα διαρκώς εξελισσόμενο περιβάλλον. Για τους λόγους αυτούς που αναφέρθηκαν προηγουμένως αποδίδεται πρωταρχική σημασία στη σωστή επαγγελματική κατάρτιση αυτού του δυναμικού με γνώμονα την εξυπηρέτηση του πελάτη.

Οι τράπεζες λοιπόν επενδύουν στον ανθρώπινο παράγοντα. Παράλληλα δε, δημιουργούν ένα διάλογο που επιτρέπει την αμφίδρομη επικοινωνία μεταξύ Διοίκησης και Προσωπικού ώστε να δημιουργείται ένα θετικό κλίμα στις εργασιακές σχέσεις.

Η εκπαιδευτική πολιτική που εφαρμόζουν οι τράπεζες έχει κατά κανόνα τους παρακάτω στόχους:

1. Την προώθηση του επαγγελματισμού, με την κατάρτιση της γραφειοκρατικής αντιμετώπισης της εργασίας και την υιοθέτηση σύγχρονης τραπεζικής αντίληψης, με νοοτροπία συμβούλου του πελάτη.

2. Την βελτίωση του τρόπου επικοινωνίας κάθε υπαλλήλου και της διάθεσής του για ομαδική εργασία.

3. Την βελτίωση των γενικών και τεχνικών γνώσεων.

4. Την σύνδεσή της εκπαίδευσης με την ανάπτυξη των υπαλλήλων.

5. Την δημιουργία υψηλού επιπέδου στελεχιακού δυναμικού με σφαιρική γνώση της λειτουργίας της τράπεζας, με ικανότητες ηγέτη, παρακίνησης και γενικά αντιμετώπισης δύσκολων καταστάσεων.

Για την επίτευξη των παραπάνω στόχων οι τράπεζες διαμορφώνουν εκπαιδευτικά προγράμματα και μερικές δημιουργούν ειδικό τμήμα εκπαίδευσης.

Η διαμόρφωση των εκπαιδευτικών προγραμμάτων.

Κατά τον σχεδιασμό των εκπαιδευτικών προγραμμάτων, κύριο μέλημα είναι να παρέχεται εκπαίδευση κατά προτεραιότητα στους τομείς που έχουν μεγαλύτερες ανάγκες. Οι ανάγκες αυτές καθορίζονται από:

1. Τις οργανωτικές αναδιαρθρώσεις που καθορίζει κάθε φορά η Διοίκηση.

2. Τις μετακινήσεις προσωπικού ή την ανάληψη καθηκόντων με μεγαλύτερες ευθύνες.

3. Την αντιστοιχία μεταξύ των προδιαγραφών των θέσεων και των δεδομένων ικανοτήτων.

4. Τον εμπλουτισμό των γνώσεων που χρειάζεται σχετικά με τις νέες εξελίξεις (τεχνολογία, προϊόντα).

5. Τις εισηγήσεις της Υπηρεσίας Ελέγχου. Οι επιθεωρητές στη διάρκεια του ελέγχου των καταστημάτων συμπληρώνουν μαζί με τους υπαλλήλους ειδικό έντυπο που παρέχει γνώσεις που λείπουν και αφορούν την εργασία.

Επίσης ουσιαστικές είναι οι απόψεις και προτάσεις που συγκεντρώνονται από τις αρμόδιες διευθύνσεις, τους διευθυντές και το προσωπικό, μέσω τακτικών επαφών, επίσης τους εισηγητές, τους εκπαιδευόμενους με την αξιολόγηση του κάθε σεμιναρίου.

Το εκπαιδευτικό σύστημα των τραπεζών.

Ανάλογα με τις ανάγκες που έχει η κάθε τράπεζα διαμορφώνει την εκπαιδευτική της δραστηριότητα. Όσοι όμως από τη διάρκεια και την έμφαση που δίνεται στις δραστηριότητες αυτές, συνήθως η εκπαίδευση σε μία τράπεζα χωρίζεται σε δύο κύκλους. Ο πρώτος κύκλος αφορά την επαγγελματική εκπαίδευση σε τραπεζικά θέματα. Η εκπαίδευση αυτή χωρίζεται σε βασική, ειδική και για νέα προϊόντα.

Η βασική εκπαίδευση έχει στόχο τη γνωριμία του νέου υπαλλήλου με τις τραπεζικές συνθήκες εργασίας ώστε να ενταχθεί ομαλά στον εργασιακό χώρο και να ασκήσει αποτελεσματικά τα καθήκοντά του.

Η ειδική, σκοπό έχει αρχικά την εμβάθυνση στο αντικείμενο του υπαλλήλου. Διακρίνεται δε, σε σεμινάρια κατά τραπεζική εργασία ή εξειδικευμένο αντικείμενο. Άκόμα σκοπός της είναι η ανάλυση της πολιτικής της τράπεζας στις επιμέρους εργασίες και η ανταλλαγή απόψεων πάνω στα προβλήματα που προκύπτουν.

Σε συνεργασία τέλος με τις αρμόδιες διευθύνσεις, πραγματοποιούνται σεμινάρια για την ενημέρωση του προσωπικού σε νέες εφαρμογές της τράπεζας.

Ο δεύτερος κύκλος αφορά τη γενική επιμόρφωση σε θέματα οικονομικών και διοικητικών επιστημών. Σκοπός της είναι ο εμπλουτισμός των οικονομικών γνώσεων των υπαλλήλων και η κατάρτισή τους ως προς τις τεχνικές ανάπτυξης των διοικητικών ικανοτήτων τους.

Η αξιολόγηση του προσωπικού των τραπεζών.

Παράλληλα όμως με το σύστημα εκπαίδευσης που εφαρμόζεται για την ανάπτυξη και τη βελτίωση της απόδοσης του

εργαζομένου, κάθε τράπεζα διαμορφώνει το δικό της σύστημα αξιολόγησης του προσωπικού της.

Κάθε σύστημα αξιολόγησης που χρησιμοποιείται από οποιαδήποτε τράπεζα, επιχειρεί να σκιαγραφήσει κατά κάποιο τρόπο το προφίλ του κάθε εργαζομένου της. Η προσπάθεια αυτή καταβάλλεται προκειμένου να βρίσκεται ο κατάλληλος άνθρωπος στην κατάλληλη θέση, να αξιοποιούνται οι γνώσεις και τα talέντα του με συνέπεια τα αποτελέσματα να είναι καλύτερα και ταυτόχρονα να δημιουργούνται πιο στέρεες προϋποθέσεις για την εξέλιξή του.

Ένα σύστημα αξιολόγησης επιχειρεί να δώσει απαντήσεις στα εξής βασικά ερωτήματα για κάθε εργαζόμενο:

1. Ποια η πραγματική απόδοση του αξιολογούμενου.
2. Κατά πόσο ταιριάζει στη θέση εργασίας που κατέχει και αν πληρεί τις απαιτήσεις.
3. Ποιο είναι το μέλλον του μέσα στην τράπεζα

Η αξιολόγηση της απόδοσης αφορά όλο το προσωπικό ανεξαρτήτως βαθμού ή θέσης. Στα πλαίσια αυτά οι τράπεζες επεξεργάζονται συχνά νέα συστήματα αξιολόγησης προσαρμοσμένα στις νέες συνθήκες και τις προόδους σχετικά με θέματα διοίκησης προσωπικού.

Για την καλύτερη κατανόηση της αξιολόγησης του προσωπικού των τραπεζών περιγράφουμε παρακάτω το σύστημα που εφαρμόζεται από την Ιονική Τράπεζα.

Αξιοποίηση του συστήματος αξιολόγησης από την Ιονική Τράπεζα.

Με βάση το νέο οργανόγραμμα της Διεύθυνσης Διοικητικού, συγκροτήθηκε Υπηρεσία Αξιοποίησης Προσωπικού της Ιονικής Τράπεζας που σκοπό έχει τη μελέτη, εισήγηση και

παρακολούθηση συστημάτων για την ανάπτυξη του προσωπικού της. Η προαναφερόμενη νέα Υπηρεσία θα είναι ο σύνδεσμος της Τράπεζας με τη θυγατρική εταιρεία Ιονική Εκπαιδευτική Α.Ε., η οποία έχει δημιουργήσει ορίζοντες στην επιμόρφωση και εκπαίδευση του προσωπικού της Τράπεζας.

Με τις διαδικασίες της Υπηρεσίας Αξιοποίησης Προσωπικού επιδιώκεται η αναβάθμιση του στελεχιακού δυναμικού και η προώθησή του με αξιοκρατικά κριτήρια. Βασικά στοιχεία των διαδικασιών είναι καταρχήν η εκδήλωση ενδιαφέροντος συμμετοχής των υπαλλήλων της Τράπεζας. Στη συνέχεια η επιλογή γίνεται με την εφαρμογή του Συστήματος Αξιολόγησης και τέλος η επιτυχής παρακολούθηση του Ταχύρρυθμου Εκπαιδευτικού Προγράμματος, διάρκειας 10 εβδομάδων.

Η Ιονική Εκπαιδευτική μετά από μια εκταταμένη έρευνα αγοράς, κατέληξε στην αγορά του Κέντρου Αξιολόγησης από την εταιρεία SHL (Saville & Holworth Ltd) η οποία κατέχει ηγετικό ρόλο στις τεχνικές αξιολόγησης (τεστ, ερωτηματολόγια, κ.α.)

Σκοπός της εργασίας είναι να προσαρμοστεί η Μέθοδος Αξιολόγησης στην ελληνική πραγματικότητα και ιδιαίτερα αυτή της Ιονικής Τράπεζας και να αναλυθεί η θέση εργασίας του Διευθυντή Καταστήματος. Η ανάλυση αυτή είναι σημαντική γιατί προσδιορίζει τους στόχους εργασίας της θέσης, τις αρμοδιότητες που εμπεριέχει, και τις ανθρώπινες ικανότητες για τη διεκπεραίωσή τους.

Μετά από αυτό χρησιμοποιούνται οι κατάλληλες μέθοδοι της SHL προσαρμοσμένες στις ανάγκες της Τράπεζας, για να αξιολογηθούν οι ικανότητες των ατόμων, η προσωπικότητα και τα ενδιαφέροντά τους. Αυτές οι μέθοδοι σε συνδυασμό με τη διεξαγωγή συνέντευξης βάσει κριτηρίων θα παρέχουν τις κατάλληλες πληροφορίες, ώστε να είναι βέβαιο ότι οι αποφάσεις επιλογής θα είναι αντικειμενικές και αξιοκρατικές. Οι λειτουργοί που θα συμμετάσχουν στα τεστ θα έχουν στο τέλος μία αναφορά για τις διοικητικές ικανότητες και την προσωπικότητά τους που θα είναι απολύτως εμπιστευτική και η οποία θα τους βοηθήσει

στην προσπάθειά τους για επαγγελματική ανάπτυξη. Οι συμμετέχοντες θα συμπληρώσουν κανονικά τα τεστ και ανάλογα με την επίδοσή τους θα συμμετάσχουν στη συνέχεια στην υπόλοιπη διαδικασία ώστε να γίνει η τελική επιλογή αυτών που θα παρακολουθήσουν το πρόγραμμα.

Μετά την ολοκλήρωση της διαδικασίας επιλογής ακολουθεί η πραγματοποίηση του Ταχύρρυθμου Προγράμματος Εκπαίδευσης στο οποίο παρακολουθούν οι 20 πρώτοι επιτυχόντες. Το Πρόγραμμα έχει διάρκεια 7 εβδομάδων.

Μετά το τέλος του προγράμματος οι εκπαιδευόμενοι θα διαχειρίζονται αποδοτικά τους οικονομικούς πόρους της Τράπεζας και θα αναπτύσσουν με επιτυχία τις εργασίες του καταστήματος στην τοπική αγορά.

Στη συνέχεια ακολουθεί πρακτική εκπαίδευση διάρκειας 3 εβδομάδων που περιλαμβάνει επισκέψεις σε διάφορες Διευθύνσεις Τραπεζών (Διαθεσίμων, Οικονομικών Μελετών, Εργασιών και Καταστημάτων). Επίσης περιλαμβάνει εισήγηση προς τη Γενική Διεύθυνση της Τράπεζας για τη βελτίωση συγκεκριμένων λειτουργιών και της θέσης της Τράπεζας.

Οι συμμετέχοντες που θα ολοκληρώσουν επιτυχώς τον κύκλο του προγράμματος θα έχουν τη δυνατότητα να επιλεγούν από τη Διοίκηση για αναλάβουν μελλοντικά διευθυντικές θέσεις στο Δίκτυο της Τράπεζας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΚΑΤΟ

ΝΕΑ ΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Η έννοια του τραπεζικού προϊόντος.

Γενικά, το προϊόν ή υπηρεσία είναι η πηγή εσόδων μίας επιχείρησης αλλά και η κύρια πηγή ικανοποίησης του πελάτη. Η μακροπρόθεσμη επιτυχία μίας τράπεζας εξαρτάται από την ικανότητα της διοίκησής της να ικανοποιήσει και τις δύο αυτές πλευρές. Οι πελάτες-καταναλωτές λοιπόν από τη μία πλευρά, επιθυμούν να ικανοποιηθούν τις ανάγκες τους, ενώ από την άλλη, η τράπεζα σαν επιχείρηση που είναι, επιδιώκει το μεγαλύτερο δυνατό αποτέλεσμα με το μικρότερο κόστος. Έτσι η στρατηγική δημιουργίας χειρισμού προϊόντος που αποτελεί την κεντρική λειτουργία του μάρκετινγκ μίας τράπεζας, χαρακτηρίζει το βαθμό ανταγωνιστικότητάς της σε σχέση με τα υπόλοιπα τραπεζικά ιδρύματα ή συγγενικές επιχειρήσεις.

Προϊόντα για τις τράπεζες είναι οι προσφερόμενες υπηρεσίες της. Τέτοιες είναι η προσφορά ασφάλειας και τόκου για τα μετρητά, η μεταφορά κεφαλαίων, οι διαμεσολαβητικές εργασίες και άλλες παροχές. Το είδος και η ποιότητα των υπηρεσιών αυτών προσδιορίζονται από τη μακροχρόνια στρατηγική μάρκετινγκ μίας τράπεζας.

Το είδος των προσφερόμενων υπηρεσιών προσδιορίζεται σχετικά με τις μορφές των καταθέσεων και των χορηγήσεων της τράπεζας, τα είδη των διαμεσολαβητικών εργασιών της, την επέκταση ή τον περιορισμό τους (π.χ. επέκταση στις πιστωτικές κάρτες, σε εξειδικευμένες εργασίες, περιορισμός προθεσμιακών καταθέσεων). Η ποιότητα των υπηρεσιών καθορίζεται από αποφάσεις σχετικά με την εκπαίδευση του προσωπικού, την μηχανογράφηση λογιστικών στοιχείων, την χρήση ηλεκτρονικών

αυτοματοποιημένων μέσων (on line, A.T.M.'S., E.F.T.P.O.S., Home Banking).

Όλες οι παραπάνω αποφάσεις σχετικά με τα χαρακτηριστικά των τραπεζικών προϊόντων/υπηρεσιών έχουν σχέση με το υπόλοιπο πλέγμα του μείγματος μάρκετινγκ-τιμολόγηση, προώθηση πωλήσεων, διανομή προϊόντος. Το σημαντικότερο όμως είναι ότι επειδή απ' αυτές εξαρτάται η εξυπηρέτηση και η ικανοποίηση του πελάτη, συνδέονται με το βαθμό ανταγωνιστικότητας και την γενική εικόνα της επιχείρησης.

Πως σχεδιάζεται ένα νέο προϊόν.

Η διαδικασία ανάπτυξης νέων προϊόντων αποτελεί μια βασική δραστηριότητα του μάρκετινγκ. Η διεθνής εμπειρία έχει διδάσκει ότι οι επιτυχημένες επιχειρήσεις στη δεκαετία του 1980 ακολουθούν επτά βασικά βήματα εργασίας(ακολουθεί σχετική κλίμακα).

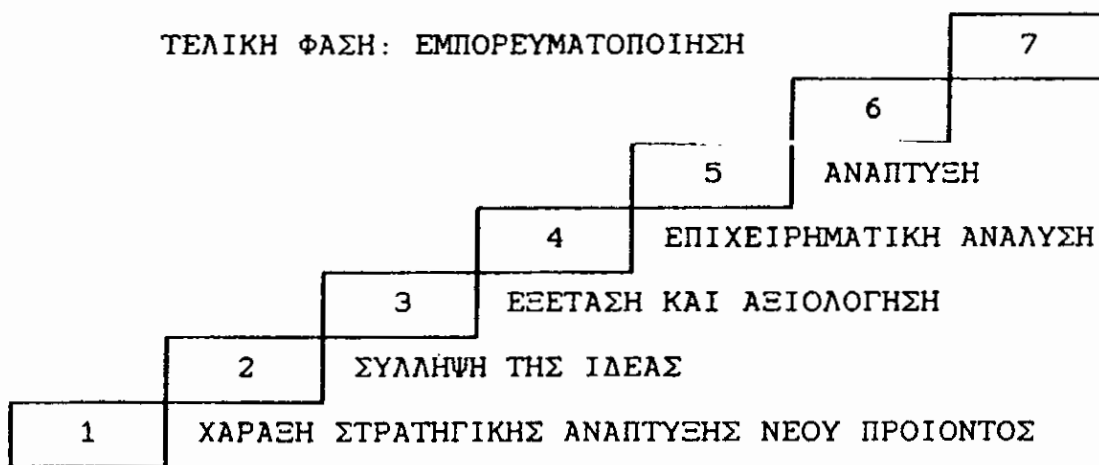
1. Χάραξη στρατηγικής για νέα προϊόντα.
2. Διαμόρφωση περιβάλλοντος για σύλληψη ιδέας.
3. Εξέταση, φιλτράρισμα ιδεών.
4. Επιχειρηματική ανάλυση εφικτότητας προγράμματος παραγωγής (οικονομοτεχνικές μελέτες).

5. Ανάπτυξη παραγωγής νέας υπηρεσίας (π.χ. δοκιμασία μηχανών Α.Τ.Μ.'S για ορισμένο χρονικό διάστημα 6-8 μήνες πριν βγουν στο κοινό με ένα-δύο μηχανήματα-πιλότους που λειτουργούν με υπαλλήλους της τράπεζας.

6. Δοκιμαστική τοποθέτηση στην αγορά-Test Market (στην περί-πτωση των Α.Τ.Μ.'S πριν το πανελλήνιο λανσάρισμά τους, τοποθετήθηκαν σε γεωγραφικά περιορισμένη αγορά για να προβλεφθεί το πραγματικό ύψος της ζήτησης, να εντοπισθούν έγκαιρα τυχόν προβλήματα και να δοκιμαστούν μείγματα μάρκετινγκ σε διαφορετικές αγορές).

ΚΛΙΜΑΚΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΕΝΟΣ ΝΕΟΥ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ

ΤΕΛΙΚΗ ΦΑΣΗ: ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ



7. Λανσάρισμα της νέας υπηρεσίας της τράπεζας (εφ' όσον τα μηχανήματα Α.Τ.Μ.΄S. πέρασαν από τα παραπάνω στάδια και έγιναν αποδεκτά από τους πελάτες μπήκαν στο κύκλωμα αγοράς).

Πρέπει να διευκρινιστεί ότι μόνο ένας πολύ μικρός αριθμός νέων ιδεών οδηγείται μέσα από τα επτά στάδια στην εμπορευματοποίηση (όπως μας δείχνει και ο πίνακας παρακάτω). Ο αριθμός αυτός είναι της τάξης του 5%. Σε κάθε επιχείρηση, θα πρέπει να ενθαρρύνεται λοιπόν η προσπάθεια ανάπτυξης νέων ιδεών.

Η έμπνευση για την σύλληψη μίας ιδέας δεν θεωρείται και τόσο βέβαιη μέθοδος στα πλαίσια της παραπάνω διαδικασίας. Αντίθετα πολύ ενθαρρυντικά αποτελέσματα μπορούν να έχουν οι τακτικές συσκέψεις στελεχών μάρκετινγκ, η μελέτη κάποιου προϊόντος, οι προτάσεις των υπαλλήλων της επιχείρησης, η μελέτη άλλων αγορών, οι ανταγωνιστές, ακόμα και οι ίδιοι οι πελάτες.

Η απόφαση για το αν τελικά θα υιοθετηθεί ή όχι ένα προϊόν στηρίζεται στα επόμενα κριτήρια:

- α) Υπάρχει επαρκής ζήτηση;
- β) Ταιριάζει το προϊόν στην επιχείρηση;
 - από πλευράς μάρκετινγκ
 - από πλευράς παραγωγικής διαδικασίας
 - από πλευράς οικονομικής άποψη

ΠΟΛΛΕΣ ΙΔΕΕΣ ΠΕΘΑΙΝΟΥΝ ΠΡΙΝ ΓΕΝΝΗΘΟΥΝ

ΑΡ.ΙΔΕΩΝ

50

ΕΞΕΤΑΣΗ ΤΗΣ ΙΔΕΑΣ

40

30

20

ΑΝΑΠΤΥΞΗ

10

ΔΟΚΙΜΗ

ΛΑΝΣΑΡΙΣΜΑ

0

ΠΟΣΟΣΤΑ ΧΡΟΝΟΥ

t

Οι επιταγές της ΕΟΚ για τα νέα τραπεζικά προϊόντα.

Η ταχύτατη μεταβολή που έχει σημειωθεί τα τελευταία χρόνια συντέλεσε στη δημιουργία μίας έντονης διαφοροποιημένης εικόνας των τραπεζικών ιδρυμάτων σε σχέση με εκείνη του παρελθόντος. Πιστεύεται ότι οι νέες τάσεις που έχουν παρατηρηθεί στον τραπεζικό χώρο θα συνεχίσουν να είναι έντονες και στο μέλλον. Τεχνολογία, ανταγωνισμός, καταναλωτές, θεσμικό πλαίσιο, ασκούν καταλυτικές δυνάμεις στα παραδοσιακά σχήματα, με προβλεπόμενο αποτέλεσμα να συνεχιστεί η προσπάθεια των τραπεζών για τη δημιουργία νέων υπηρεσιών.

Επιπλέον, η υιοθέτηση της Β' Τραπεζικής Οδηγίας από την Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα έχει ως επακόλουθο την ελεύθερη εγκατάσταση των τραπεζών και κυρίως την εξασφάλιση απόλυτης ελευθερίας στην παροχή υπηρεσιών. Είναι λοιπόν βέβαιο, ότι η ελληνική τραπεζική αγορά εισέρχεται σε μία νέα περίοδο, με ολοένα αυξανόμενο πλήθος πρωτοποριακών, σύνθετων και τεχνικά προηγμένων υπηρεσιών.

Οι πράξεις που περιλαμβάνονται στον κατάλογο της ΕΟΚ έχουν καθοριστεί με βάση το μοντέλο μίας τράπεζας πολλαπλών συναλλαγών (UNIVERSAL BANK) που διαπνέεται από τις αρχές της πλήρους απελευθέρωσης του τραπεζικού συστήματος. Έτσι πολύ σύντομα θα δημιουργηθεί (και ήδη δημιουργείται) οξύτατος ανταγωνισμός από μεγάλες τράπεζες διεθνούς ακτινοβολίας με προϊόντα των οποίων ακόμα και το όνομα αγνοείται από πολλά τραπεζικά στελέχη.

Πιο αναλυτικά, ο κατάλογος των προϊόντων που περιγράφονται στην Β' Τραπεζική Οδηγία της ΕΟΚ είναι σε γενικές γραμμές οι παρακάτω:

1. Συλλογή καταθέσεων.
2. Δάνεια:
 - α) καταναλωτικά,

β) ενυπόθηκα,

γ) factoring

δ) forfaiting

ε) leasing

3. Πράξεις πληρωμών.

4. Έκδοση και διαχείριση μέσω πληρωμών

α) πιστωτικές κάρτες

β) ταξιδιωτικές κάρτες

γ) πιστωτικές εντολές

5. Παροχή εγγυήσεων.

6. Συναλλαγές για τον ίδιο λογαριασμό ή για λογαριασμό τρίτων σε συνάλλαγμα.

7. Επενδυτικές δραστηριότητες για ίδιο λογαριασμό ή για για λογαριασμό τρίτων:

α) πράξεις για ίδιο λογαριασμό με στόχο την αποκόμιση κέρδους από τη διαφορά τιμών αγοράς και πώλησης

β) διαχείριση χαρτοφυλακίου τρίτων (Portofolio Management)

γ) αποδοχή εντολών επενδυτών και εκτέλεσή τους στο χρηματιστήριο με διαμεσολάβηση έναντι καταβολής προμήθειας.

δ) παροχή συμβουλών επαγγελματικού χαρακτήρα σε μεμονωμένους επενδυτές.

Τα νέα προϊόντα των ελληνικών τραπεζών.

Στο σημείο αυτό θα επιχειρήσουμε μία επιμέρους ανάλυση των νέων υπηρεσιών που αναπτύσσονται ολοένα και περισσότερο από τις Εμπορικές Τράπεζες της χώρας μας, αφού έχουν ακολουθήσει την διαδικασία έρευνας και σταδιακής εισόδου τους στην αγορά που περιγράψαμε προηγουμένως.

LEASING-Χρηματοδοτική μίσθωση (X/M)

Το leasing ή όπως έχει μεταφραστεί στα ελληνικά χρηματοδοτική μίσθωση, είναι μια μοντέρνα μορφή πιστοδότησης για επιχειρήσεις που θέλουν να προβούν στην αγορά εξοπλισμού και εξοφλείται μέσω μισθωμάτων που καταβάλλονται σε καθορισμένα χρονικά διαστήματα.

Κάθε επιχείρηση, ανεξάρτητα από τη νομική της μορφή, μπορεί να θεωρηθεί από μία εταιρεία χρηματοδοτικής μίσθωσης ως υποψήφιος πελάτης. Η χρηματοδότηση αυτή διενεργείται από τράπεζες ή ειδικές θυγατρικές τους οι οποίες παραχωρούν έναντι μισθώματος την χρήση του εξοπλισμού στον μισθωτή.

Ο αναπτυξιακός θεσμός της χρηματοδοτικής μίσθωσης εισήχθη και στην Ελλάδα με την ψήφιση του Νόμου 1665/ΦΕΚ 194Α/86.

Στην πρώτη φάση εφαρμογής του, αντικείμενο χρηματοδοτικής μίσθωσης είναι μόνο κινητά πράγματα (μηχανολογικός εξοπλισμός, εξοπλισμός γραφείου, μέσα μεταφοράς, εργαλεία κ.λπ.) και η ελάχιστη διάρκεια χρηματοδοτικής μίσθωσης είναι τρία χρόνια. Ο νόμος μεταξύ άλλων προβλέπει οι εταιρείες X/M να έχουν την μορφή Α.Ε. με αποκλειστικό σκοπό την διενέργεια εργασιών χρηματοδοτικής

μίσθωσης για τον οποίο απαιτείται ειδική έγκριση της Τράπεζας της Ελλάδος.

Το καταβεβλημένο μετοχικό κεφάλαιο της Α.Ε. χρηματοδοτικής μίσθωσης δεν μπορεί να είναι μικρότερο από το ελάχιστο μετοχικό κεφάλαιο που απαιτείται για τη σύσταση ανωνύμων τραπεζικών εταιρειών, δηλαδή 4 δισ. δρχ. το ίδιο ισχύει και για τις αλλοδαπές εταιρείες Χ/Μ που ζητούν άδεια εγκατάστασης στην Ελλάδα. Για τις Α.Ε. που ανήκουν σε μία ή περισσότερες ελληνικές τράπεζες ή τράπεζες νόμιμα εγκατεστημένες στην Ελλάδα απαιτούνται 2 δισ. δρχ.

Στην Ελλάδα σήμερα, λειτουργούν δέκα εταιρείες leasing, όλες θυγατρικές τραπεζών. Αυτές είναι:

- ABN. AMRO χρηματοδοτικής μίσθωσης Α.Ε.
- ALPFA LEASING Α.Ε.
- ERGOLEASING Α.Ε.
- ΑΤΕ LEASING Α.Ε.
- ΕΤΒΑ LEASING Α.Ε.
- EUROLEASE χρηματοδοτικής μίσθωσης Α.Ε.
- ΙΟΝΙΚΗ LEASING Α.Ε.
- LEASING ΕΤΗΝΙΚΙ LYONNAIS Α.Ε.
- ΠΕΙΡΑΙΩΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΕΣ ΜΙΣΘΩΣΕΙΣ Α.Ε.
- CITI ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΕΣ ΜΙΣΘΩΣΕΙΣ Α.Ε.

Από αυτές η ΕΤΒΑ LEASING και η ALPFA LEASING έχουν εισαχθεί στο χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών ενώ πρόσφατα γίνεται προσπάθεια να ενταχθούν και άλλες.

Τα βήματα της διαδικασίας χρηματοδοτικής μίσθωσης είναι τα ακόλουθα:

1. Ο υποψήφιος πελάτης-μισθωτής επιλέγει τον εξοπλισμό που χρειάζεται, καθώς επίσης και τον προμηθευτή από τον οποίο σκοπεύει να αγοράσει.

2. Ο υποψήφιος πελάτης προσκομίζει τα τεχνικά και αξιολογικά στοιχεία της μίσθωσης μαζί με μία σχετική αίτηση.

3. Η εταιρεία χρηματοδοτικής μίσθωσης, αφού εξετάσει την αίτηση, αποδέχεται ή όχι και στην καταφατική περίπτωση συνυπογράφει τη σύμβαση μισθώσεων.

4. Παραγγέλεται ο απαιτούμενος εξοπλισμός.

5. Παραλαμβάνεται ο εξοπλισμός και ο μισθωτής υπογράφει πιστοποιητικό στο οποίο βεβαιώνεται ότι ο εξοπλισμός είναι σύμφωνος με την παραγγελία.

6. Η εταιρεία χρηματοδοτικής μίσθωσης, αφού λάβει το τιμολόγιο από τον προμηθευτή, καθώς και το πιστοποιητικό απόδοσης από τον πελάτη, πληρώνει αμέσως.

7. Τα μισθώματα πληρώνονται από τον πελάτη συνήθως στην αρχή κάθε μήνα ή κάθε τριμήνου.

8. Ο μισθωτής είναι απόλυτα υπεύθυνος για το μίσθιο, την ασφάλεια, την συντήρηση και την καλή χρήση.

9. Η διάρκεια της σύμβασης είναι συνάρτηση του είδους του εξοπλισμού με ελάχιστη διάρκεια τα τρία χρόνια.

10. Στη λήξη της σύμβασης ακολουθείται μία από τις παρακάτω εναλλακτικές λύσεις:

α) αγορά του μισθίου από το μισθωτή έναντι συμβολικού τμήματος.

β) επιστροφή του μισθίου στον εκμισθωτή.

γ) παράταση της χρηματοδοτικής μίσθωσης έναντι συμβολικού μισθώματος.

Κριτήρια για την είσπραξη χρηματοδοτικής μίσθωσης.

Οι εταιρείες που χρησιμοποιούν το leasing και στις οποίες προστρέχουν οι επιχειρήσεις και οι ελεύθεροι επαγγελματίες λόγω των πολλαπλών πλεονεκτημάτων που τους προσφέρει ο θεσμός (ταχύτερη απόσβεση, μείωση φορολογητέων εσόδων κ.ά.), έχουν μία σειρά χρηματοδοτικών κριτηρίων με τα οποία αξιολογούν την πελατεία τους και ικανοποιούν ή όχι τα αιτήματά της.

Τα κριτήρια αυτά, είναι παραπλήσια με τα κριτήρια για την έγκριση των εφ' άπαξ μεσοπρόθεσμων χρηματοδοτήσεων των τραπεζών. Η βασική διαφορά είναι ότι οι εταιρείες που προσφέρουν leasing δεν ζητούν την εγγραφή προσημειώσεων ή υποθηκών, μια και εξ' ορισμού είναι καλυμμένες, δεδομένου ότι ο εξοπλισμός ο οποίος αποτελεί το αντικείμενο της μίσθωσης ανήκει στην κυριότητά τους μέχρι της αποπληρωμής των μισθωμάτων. Μετά την πλήρη εξόφληση των μισθωμάτων αυτών ο εξοπλισμός μπορεί να μεταβιβαστεί στον πελάτη-μισθωτή με μία συμβολική τιμή.

Ο αναλαμβανόμενος, κατά τη σύναψη της χρηματοδοτικής μίσθωσης κίνδυνος, θα πρέπει να αξιολογείται με βάση τη φερεγγυότητα του μισθωτή, την καλή λειτουργία της επιχείρησης, τις παραγωγικές της δραστηριότητες και προοπτικές.

Έτσι οι εταιρείες που προσφέρουν leasing, πριν αποφασίσουν για την σύναψη της μίσθωσης συγκεντρώνουν τις απαιτούμενες πληροφορίες από την αγορά, από εξειδικευμένες εταιρείες πληροφοριών και από τους ίδιους τους ελεύθερους επαγγελματίες (φορολογικές δηλώσεις) ή τις επιχειρήσεις (οικονομικά στοιχεία, ισολογισμοί κ.λπ.). Εξετάζεται με ιδιαίτερη προσοχή το ιστορικό, η βιωσιμότητα, η πιστοληπτική ικανότητα και η χρησιμοποίηση της χρηματοδοτικής μίσθωσης για παραγωγικούς σκοπούς.

Στο κριτήριο "βιωσιμότητα" εντάσσονται τα στοιχεία που συνθέτουν τον φορέα της επιχείρησης (ηλικία, γνώση αντικειμένου, εργατικότητα, συνέπεια, διαδοχή κ.ά.). Επίσης είναι πιθανόν να ελεγχθούν τα περιουσιακά στοιχεία των επιχειρηματιών, τα οποία μπορεί να αποτελούν ισχυρή ένδειξη μιας καλής διαχείρισης.

Σοβαρά επιπλέον στοιχεία για τη λήψη της σχετικής απόφασης αποτελούν το αντικείμενο της μίσθωσης, καθώς και η τυχόν συμφωνία επαναγοράς του από την προμηθεύτρια εταιρεία. Τα στοιχεία αυτά μπορεί να προβούν πολύ χρήσιμα σε περίπτωση που ο μισθωτής βρεθεί σε αδυναμία εκπλήρωσης των υποχρεώσεών του.

Ειδικότερα εξετάζεται εάν υπάρχει δευτερογενής αγορά του εξοπλισμού (π.χ. το αυτοκίνητο) έτσι ώστε να είναι ευχερής η εκποίησή του σε περίπτωση μη ομαλής εξέλιξης της χρηματοδοτικής μίσθωσης ή εάν από τη φύση του έχει ειδικό προορισμό (π.χ. τα καλούπια) οπότε θα είναι δυσχερής σε περίπτωση εμπλοκής ή πώλησής του

Τα στοιχεία που έχουν συλλεχθεί για τις επιχειρήσεις θα πρέπει να αναλυθούν με μεγάλη σοβαρότητα και προσοχή από τις πιστωδοτικές υπηρεσίες των εταιρειών, οι οποίες θα πρέπει να τοποθετηθούν θετικά στα εξής σημεία προκειμένου να ληφθεί εγκριτική απόφαση:

- Εάν θα υπάρχει δυνατότητα με βάση το ταμειακό πρόγραμμα (cash-flow) του μισθωτή, για ευχερή πληρωμή των μισθωμάτων.

- Εάν η συγκεκριμένη επένδυση θα αυξήσει ουσιαστικά τα έσοδα της επιχείρησης ώστε να επαρκούν για την κάλυψη των μισθωμάτων αλλά και για να αφήσουν ένα σημαντικό χρηματικό περίσσειμα.

- Εάν η επιχείρηση είναι σε θέση να αντιμετωπίσει αντίξοες καταστάσεις που μπορεί να δημιουργηθούν π.χ. πιστωτικοί περιορισμοί.

Με προσεκτική εξέταση όλων όσων προαναφέρθησαν ή και άλλων στοιχείων που μπορεί ανάλογα με την περίπτωση να χρειαστούν (π.χ. περιβάλλον, συγγενείς επιχειρήσεις, συγκυρίες, πορεία κλάδου, κ.ά.) προστατεύονται πιστοδοτικοί οργανισμοί από την ανάληψη σοβαρών κινδύνων οι οποίοι θα μπορούσαν να κλονίσουν την οικονομική τους πορεία.

Πορεία και προοπτικές ανάπτυξης του θεσμού στη χώρα μας.

Ο θεσμός στη της χρηματοδοτικής μίσθωσης αν και νέος στην ελληνική αγορά έχει ήδη πάρει μία πολύ ικανοποιητική θέση μεταξύ των άλλων χρηματοπιστωτικών προϊόντων. Απόδειξη είναι η διαχρονική αύξηση του ποσοστού συμμετοχής του leasing στο συνολό της χρηματοδότησης στην οικονομία και των επενδύσεων, καθώς και η ανοδική πορεία των ελληνικών εταιρειών leasing.

Η αλματώδης ανάπτυξη του θεσμού ωφέλησε την ελληνική οικονομία και συνέβαλε στον εκσυγχρονισμό και την ανάπτυξη μίας μεγάλης σειράς επιχειρήσεων που καλύπτουν το χώρο της Βιομηχανίας (σε μεγαλύτερο ποσοστό αρχικά), της παροχής υπηρεσιών (με πρώτο τον ιατρικό κλάδο) και του Εμπορίου.

Τα τελευταία έτη υπάρχει μία αντιστροφή των δύο πρώτων με κυρίαρχο πλέον τον τομέα των υπηρεσιών. Η αντιστροφή αυτή ήταν αναμενόμενη, δεδομένου ότι στη χώρα μας υπερέχει ο τομέας των υπηρεσιών σε σχέση με τον βιομηχανικό κλάδο που δεν γνωρίζει ιδιαίτερη ανάπτυξη συγκριτικά με τις υπόλοιπες Ευρωπαϊκές χώρες.

Στην χώρα μας έχουν ιδρυθεί 10 εταιρείες στον κλάδο που καλύπτουν ποσοστό άνω του 5% των συνολικών επενδύσεων σε μηχανολογικό ή άλλου είδους εξοπλισμό μέσω των συμβολαίων leasing. Σε άλλες χώρες το leasing έχει από καιρό καθιερωθεί σαν εναλλακτικό χρηματοπιστωτικό εργαλείο όπου μέσω αυτού καλύπτεται το 30% των επενδύσεων κατά μέσο όρο.

Η πορεία των ελληνικών εταιρειών leasing είναι καθαρά ανοδική και χαρακτηρίζεται από κερδοφορία και αποδόσεις υψηλότερες συγκριτικά με εναλλακτικές μορφές επενδύσεων. Δεν είναι τυχαίο άλλωστε πως όλες οι τράπεζες, η μία μετά την άλλη, ιδρύουν ή είναι μέσα στα σχέδιά τους να ιδρύσουν εταιρείες χρηματοδοτικής μίσθωσης.

Όμως παρά τη θεαματική ανάπτυξη του θεσμού υπάρχουν ευρύτατα περιθώρια ανάπτυξης δεδομένου ότι το ποσοστό των επενδύσεων σε κινητά μέσω leasing στην Ελλάδα είναι πολύ μικρό σε σχέση με τα αντίστοιχα ποσοστά στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

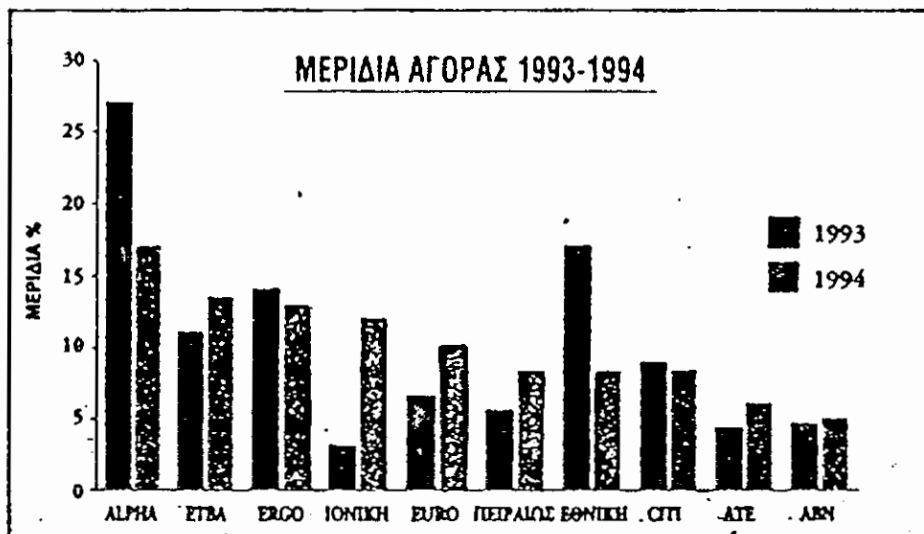
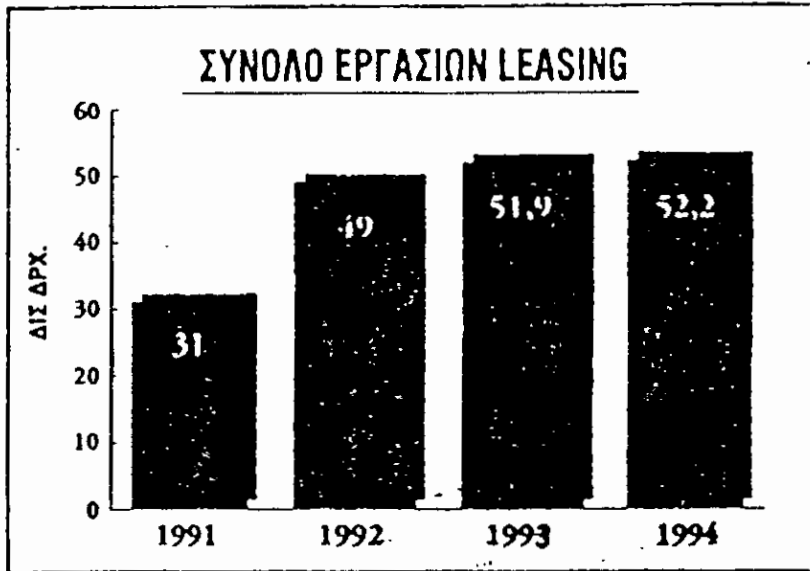
Από τότε που εμφανίστηκε ο θεσμός στη χώρα μας, οι νέες συμβάσεις που υπογράφονταν κάθε χρόνο αυξάνονταν με σημαντικούς ρυθμούς μέχρι το 1992. Κατά τα δύο τελευταία χρόνια υπήρξε κάποια σταθεροποίηση στην αγορά όπως μας δείχνουν και οι πίνακες, με αποτέλεσμα οι νέες συμβάσεις να μην αυξηθούν όσο στην προηγούμενη τετραετία. Ο πρώτος πίνακας που ακολουθεί απεικονίζει την πορεία του κλάδου συνολικά ως τα τέλη του 1994, ενώ ο δεύτερος παρουσιάζει συγκριτικά στοιχεία των εταιρειών leasing που υπάρχουν στη χώρα μας κατά τα έτη 1993-94.

Παρά όλα αυτά οι προοπτικές του κλάδου εμφανίζονται θετικές δεδομένου ότι:

1. Δεν έχει επεκταθεί ο θεσμός ακόμη σε σημαντικούς κλάδους της οικονομίας (ακίνητα, αεροπλάνα, πλοία).

2. Δεν έχει διαδοθεί ευρέως σε σημαντικά κομμάτια του πληθυσμού (επαρχία, μικρομεσαίο).

3. Δεν έχουν γίνει κατανοητά στον βαθμό που πρέπει τα πλεονεκτήματα του θεσμού σε σχέση με άλλες μορφές χρηματοδότησης (π.χ. παραδοσιακό τραπεζικό δανεισμό). Το ενδιαφέρον των εταιρειών που ασχολούνται με το leasing επικεντρώνεται κυρίως σε μεγάλες επιχειρήσεις, στον τομέα των



μεταφορικών μέσων, στον εξοπλισμό βιομηχανιών, βιοτεχνιών, γραφείων και στις εταιρείες παροχής υπηρεσιών.

Ειδικότερα η μελετώμενη επέκταση του θεσμού και στον τομέα των ακινήτων για επαγγελματική χρήση δημιουργεί προϋποθέσεις για μια νέα μεγάλη ανάπτυξη του leasing, ενώ παράλληλα θα βοηθήσει στον εκουγχονισμό και επέκταση των ακινήτων των οικονομικών μονάδων.

Οφέλη από την ανάπτυξη του θεσμού στην ελληνική αγορά.

Το leasing διαθέτει συγκριτικά πλεονεκτήματα έναντι των παραδοσιακών μορφών χρηματοδότησης και μπορεί να χρησιμοποιηθεί εναλλακτικά, υποκαθιστώντας τον παραδοσιακό δανεισμό αφού το κόστος του δεν είναι πάντα υψηλότερο όπως του καταλογίζεται σαν μειονέκτημα. Για την σωστή ανάλυση του αν συμφέρει η χρηματοδοτική μίσθωση ή όχι, πρέπει να ληφθούν υπόψη εκτός από το επιτόκιο της κανονικής χρηματοδότησης και οι προμήθειες, το κόστος υποθήκης, τα χαρτόσημα, οι εκτιμήσεις, οι έρευνες τίτλων υποθηκοφυλακίου κ.λπ. και να γίνουν οι απαραίτητες συγκρίσεις.

Τα οφέλη λοιπόν που πρόσφερε και προσφέρει ο θεσμός στην ελληνική αγορά και στον Έλληνα επιχειρηματία είναι τα παρακάτω:

1. Επιταχύνει τους ρυθμούς απόσβεσης των επενδύσεων
2. Απαλλάσσονται οι σχετικές συμβάσεις από φόρους, τέλη κ.λπ.
3. Δεν πληρώνεται άμεσα ο ΦΠΑ αλλά κατά την διάρκεια της σύμβασης.
4. Δεν επιβαρύνεται ο ισολογισμός του επενδυτή με πάγια στοιχεία αλλά τα μισθώματα θεωρούνται λειτουργικές δαπάνες που δεν φορολογούνται.
5. Οι διαδικασίες είναι απλές και γρήγορες.

Ο συνδυασμός των παραπάνω είχε σαν αποτέλεσμα την αύξηση των επενδύσεων μέσω leasing και γενικά την τόνωση των επενδυτικών πρωτοβουλιών.

Παραδείγματα εταιρειών leasing.

Παρακάτω θέτουμε σαν παραδείγματα μερικές εταιρείες που ειδικεύονται στον τομέα της χρηματοδοτικής μίσθωσης:

1) EUROLEASE:

Η Eurolease είναι 100% θυγατρική της Εμπορικής Τράπεζας και έχει σκοπό την παροχή χρηματοδοτικών μισθώσεων.

Δραστηριοποιείται σε όλους τους κλάδους της οικονομίας (βιομηχανία, βιοτεχνία, εμπόριο και στον κλάδο παροχής υπηρεσιών). Αναλαμβάνει την υλοποίηση κάθε είδους συμβάσεων από τις πιο απλές μέχρι και τις πιο περίπλοκες. Η διάρκεια των συμβάσεων leasing που συνάπτει είναι από 3 έως 5 χρόνια και το ύψος του καθορίζεται από τις ανάγκες του πελάτη και την πιστοληπτική του ικανότητα. Τυπικοί πελάτες της Eurolease είναι βιομηχανίες, βιοτεχνίες, τεχνικές και μεταφορικές εταιρείες, ελεύθεροι επαγγελματίες, γιατροί, δικηγόροι.

Η εταιρεία εξυπηρετεί τους πελάτες της παντού στην Ελλάδα μέσα από το ευρύ δίκτυο καταστημάτων της Εμπορικής Τράπεζας αφ' ενός, και αφ' ετέρου με απ' ευθείας marketing στο ήδη υπάρχον σημαντικό πελατολόγιό της.

Τα είδη εξοπλισμού που χρηματοδοτεί, καλύπτουν τις εξής κατηγορίες: κάθε είδους μηχανήματα και εξοπλισμό, computers, μέσα μεταφοράς, ιατρικά, χωματουργικά, γεωργικά μηχανήματα κ.λ.π.

Κατά τη διάρκεια του 1993 τα καθαρά κέρδη της εταιρείας ανήλθαν σε 805 εκατ. δρχ. ενώ το 1994 υπέρβησαν το 1 δισ. δρχ.

2) ΑΤΕ LEASING:

Η ΑΤΕ leasing ιδρύθηκε τον Απρίλιο του 1991 από την Αγροτική Τράπεζα της Ελλάδος και την Αγροτική Τεχνική Α.Ε. με μετοχικό κεφάλαιο 2 δισ. δρχ. Σήμερα το μετοχικό της κεφάλαιο ανέρχεται σε 6,5 δις δρχ. Σημειώνεται ότι το 1993 τα καθαρά προ φόρων κέρδη είχαν ξεπεράσει το 1,2 δις δρχ.

Η ΑΤΕ leasing εκμεταλλευόμενη το ευρύ δίκτυο των καταστημάτων της Αγροτικής Τράπεζας παρουσιάζει ικανοποιητική δραστηριότητα και εκτός Αττικής, συμβάλλοντας έτσι στην περιφερειακή ανάπτυξη.

3) ΠΕΙΡΑΙΩΣ LEASING

Στις 31/12/93 η εταιρεία έκλεισε την πρώτη δεκάμηνη χρήση της. Στο συντομότερο χρονικό διάστημα που μεσολάβησε από την ίδρυσή της, η εταιρεία πέτυχε αφ' ενός να εγκαταστήσει και να θέσει σε λειτουργία την υποδομή της, και αφ' ετέρου να αναπτύξει ένα ικανοποιητικό χαρτοφυλάκιο όσον αφορά το μέγεθος και τη σύνθεσή του.

Η ΠΕΙΡΑΙΩΣ leasing το 1993 διαμόρφωσε το ύψος των συμβάσεών της στα 2,8 δις δρχ. κατακτώντας μερίδιο αγοράς 5,6% ενώ το 1994 το ύψος των συμβάσεών της ανήλθε σε 4.050 εκατ. δρχ. και το μερίδιο αγοράς της 7,8 παρά τις αντίξοες συνθήκες της περιόδου.

Το σημαντικότερο όμως είναι η αυξανόμενη κερδοφορία της επιχείρησης.

Για το 1993 τα κέρδη προ φόρων έφθασαν τα 400 εκατ. δρχ. ενώ για το 1994 ξεπέρασαν τα 700 εκατ. δρχ. Το χαρτοφυλάκιο της εταιρείας κατανέμεται κατά 20% σε συμβάσεις για επιβατηγά

αυτοκίνητα, κατά 25% για επαγγελματικά αυτοκίνητα, κατά 35% σε βιομηχανικό εξοπλισμό και κατά 10% σε λοιπό εξοπλισμό.

Η είσοδος της ΠΕΙΡΑΙΩΣ leasing στο χρηματιστήριο, αποτελεί μια ένδειξη για τη διεύρυνση του κλάδου στη Σοφοκλέους που εδώ και αρκετά χρόνια εκπροσωπείται από δύο μόνο εταιρείες.

Μολονότι ο κλάδος της Χ/Μ είναι από αυτούς που επλήγησαν την τελευταία διετία εξ' αιτίας των χαμηλών επιτοκίων, η ΠΕΙΡΑΙΩΣ leasing κατάφερε να πετύχει τους στόχους της. Στόχος της εταιρείας βέβαια δεν ήταν ποτέ η διεκδίκηση της πρώτης θέσης της αγοράς αλλά η διαμόρφωση ενός ικανοποιητικού μεριδίου και η δημιουργία ενός υγιούς καρτοφυλακίου που να εξασφαλίζει υψηλή κερδοφορία στην εταιρεία και τους μετόχους της. Η εταιρεία προβλέπει το ύψος των συμβάσεών της το 1995 να ανέλθει σε 5 δις δρχ.

FACTORING

Ορισμός του factoring.

Ο όρος factoring δηλώνει τη λειτουργική σχέση που συμφωνείται γραπτώς μεταξύ ενός προμηθευτή αγαθών ή υπηρεσιών (πωλητή) και μίας τράπεζας ή εξειδικευμένης εταιρείας (factor), σύμφωνα με την οποία ο πρώτος εκχωρεί στην τράπεζα τις απαιτήσεις που δημιουργούνται από πωλήσεις "επί πιστώσει" τους πελάτες του. Με τον τρόπο αυτό, οι οικονομικές συναλλαγές του πωλητή μ' ένα πλήθος πελατών του υποκαθίστανται από ένα λογαριασμό που τηρείται μεταξύ αυτού και της συνεργαζόμενης με αυτόν τράπεζας.

Με βάση τη γραπτή συμφωνία των δύο παραπάνω μερών, η εκχώρηση των απαιτήσεων του πωλητή μπορεί να συνοδεύεται και από την παροχή από πλευράς της τράπεζας, μίας δέσμης

υπηρεσιών όπως χρηματοδότησης μέσω προεξόφλησης τιμολογίων, νομικής και λογιστικής κάλυψης, διαχειριστικής παρακολούθησης, αξιολόγηση της φερεγγυότητας των πελατών, κάλυψης του πιστωτικού κινδύνου, συμβουλών σε θέματα μάρκετινγκ κ.λπ.

Σύμβαση factoring - Χαρακτηριστικά.

1. Ο factor αγοράζει τις απαιτήσεις του προμηθευτή, δηλαδή αναλαμβάνει τον πιστωτικό κίνδυνο. Αυτό έχει σημασία ότι σε περίπτωση αδυναμίας του οφειλέτη-εισαγωγέα να εκπληρώσει την παροχή του προς τον προμηθευτή, τη ζημία που υφίσταται ο προμηθευτής την αναλαμβάνει ο factor. Ο factor προεξοφλεί ή καταβάλλει το ισόποσο της απαίτησης, μετά την αφαίρεση των τοκοεξόδων, στον προμηθευτή, παραιτούμενος ταυτόχρονα από το δικαίωμα να ζητήσει την επιστροφή των χρημάτων από τον εν λόγω προμηθευτή.

2. Στα πλαίσια του factoring συμφωνείται μεταξύ πωλητή και factor η εκχώρηση για είσπραξη μίας ή περισσότερων απαιτήσεων, όχι μόνο εκείνων που υφίσταται κατά την υπογραφή της σύμβασης factoring, αλλά και όσων θα αποκτηθούν μελλοντικά.

3. Για να είναι έγκυρη η εκχώρηση του οφειλέτη είναι απαραίτητο να γίνει αναγγελία της εκχώρησης προς αυτόν, ώστε να υποχρεώνεται να πληρώνει προς τον factor. Η αναγγελία θα πρέπει να είναι γραπτή, να προσδιορίζει με τρόπο σαφή τις εκχωρηθείσες απαιτήσεις και να αφορά απαιτήσεις που προέρχονται από συμβόλαια πώλησης που κλείστηκαν πριν από την ημερομηνία της αναγγελίας.

4. Ο οφειλέτης έχει κατά του factor όλες τις ενστάσεις που θα μπορούσε να προβάλλει κατά του αρχικού εκχωρητή με την

προυπόθεση ότι ο δικαιολογητικός λόγος ανάγεται σε χρόνο προγενέστερο από την αναγγελία.

Μορφές του factoring.

Οι κυριότερες μορφές του factoring που υπάρχουν και λειτουργούν σήμερα είναι η εξής:

α) Εγχώριο factoring: όταν οι απαιτήσεις των προμηθευτών προέρχονται από πώληση αγαθών ή υπηρεσιών στο εσωτερικό μίας χώρας.

β) Διεθνές factoring: όταν οι απαιτήσεις αφορούν εξαγωγικές προς άλλες χώρες ή εισαγωγές.

γ) Πλήρες factoring: όταν η σύμβαση περιλαμβάνει όλο το πακέτο των υπηρεσιών δηλαδή διαχείριση, λογιστική παρακολούθηση, είσπραξη απαιτήσεων, κάλυψη πιστωτικών κινδύνων, αξιολόγηση φερεγγυότητας.

δ) Factorig με δικαίωμα αναγωγής: όταν η τράπεζα έχει το δικαίωμα να επαναεκχωρήσει την απαίτηση στον προμηθευτή, σε περίπτωση που δεν εισπραχθεί η οφειλή μέσα στο προκαθορισμένο χρονικό διάστημα. Δηλαδή η τράπεζα δεν αναλαμβάνει την κάλυψη πιστωτικού κινδύνου.

ε) Factoring χωρίς δικαίωμα αναγωγής: όταν η τράπεζα αναλαμβάνει την πλήρη κάλυψη του πιστωτικού κινδύνου.

στ) Αμιγώς χρηματοδοτικό factoring: όταν η τράπεζα παρέχει απλώς χρηματοδότηση, με δικαίωμα αναγωγής, και χωρίς λογιστική παρακολούθηση ή υπηρεσίες είσπραξης της απαίτησης.

ζ) Factoring χωρίς χρηματοδότηση: αυτή η μορφή του factoring χρησιμοποιείται από επιχειρήσεις που δεν έχουν ανάγκη χρημα-τοδότησης, αλλά επιθυμούν να έχουν τις υπηρεσίες της τράπεζας για τη λογιστική παρακολούθηση.

είσπραξη απαιτήσεων και κάλυψη του πιστωτικού κινδύνου. Με τον τρόπο αυτό, οι επιχειρήσεις εξασφαλίζουν σταθερότητα στις εισροές τους και καταστρώνουν με σχετική ευχέρεια το ταμειακό τους πρόγραμμα.

Εισαγωγή του θεσμού του factoring στην Ελλάδα.

Ο εξαγωγικός προσανατολισμός της ελληνικής βιομηχανίας και οι προσπάθειες που καταβάλλονται για την προώθηση των ελληνικών προϊόντων στις ξένες αγορές, επιβάλλουν την καθιέρωση των καταλλήλων πιστωτικών μηχανισμών που θα διευκολύνουν σημαντικά την αύξηση των εξαγωγών στη χώρα μας, παρέχοντας ουσιαστικά κίνητρα προς τους εξαγωγείς ανάλογα με εκείνων που έχουν εξασφαλιστεί από όλες τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Πρέπει να σημειωθεί ότι οι χώρες της Δυτικής Ευρώπης έχουν εφαρμόσει εδώ και πολλά χρόνια το θεσμό του factoring, ενώ στην Ελλάδα θεσμοθετήθηκε μόλις το 1987.

Η Τράπεζα της Ελλάδος με την υπ' αρ. 957/ 10/3/97 πράξη του Διοικητή επιτρέπει στις τράπεζες να αναλαμβάνουν την είσπραξη οικονομικών απαιτήσεων των εξαγωγικών επιχειρήσεων. Πιο αναλυτικά επιτρέπεται στις εμπορικές τράπεζες ή σε θυγατρικές τους που έχουν συσταθεί αποκλειστικά γι' αυτό το σκοπό, να διενεργούν πράξεις αναδόχου είσπραξης εμπορευματικών απαιτήσεων ελληνικών εξαγωγικών επιχειρήσεων, αναλαμβάνοντας την υποχρέωση να εξοφλήσουν και τις απαιτήσεις τους από συγκεκριμένες εξαγωγές που πραγματοποιούνται δια μέσου αυτών και με δυνατότητα προκαταβολής μέρους της αξίας των εξαγωγών. Έναντι των πιο πάνω παρεχόμενων υπηρεσιών εισπράττειται κατά την οριστική εξόφληση του εξαγωγέα προμήθεια σε δραχμές μέρους της αξίας του εξαγομένου προϊόντος. Στην προμήθεια αυτή περιλαμβάνονται

και τα έξοδα λογιστικής και στατιστικής παρακολούθησης των πραγματοποιούμενων εξαγωγών.

Με την παραπάνω πράξη δεν υιοθετήθηκε στο σύνολο ο θεσμός του factoring, αλλά ρυθμίστηκε μόνο ο συναλλαγματικός μηχανισμός στην περίπτωση του εξαγωγικού factoring.

Αυτό είχε ως αποτέλεσμα την ανάπτυξη του εξαγωγικού factoring σε όλες τις μορφές του, παραμελήθηκε όμως το εγχώριο factoring που αναπτύχθηκε μόνο στη γενική του μορφή δηλαδή την ανάληψη απαιτήσεων τρίτων χωρίς όμως οι τράπεζες να περιλαμβάνουν όλο το πακέτο των υπηρεσιών και χωρίς κάλυψη πιστωτικού κινδύνου των επιχειρήσεων.

Όμως η εμπειρία έχει δείξει ότι χωρίς πλήρη ανάπτυξη του εγχώριου factoring δεν μπορεί να υπάρξει το εξαγωγικό. Λίγες τράπεζες στην Ελλάδα πληρούν όλες τις προϋποθέσεις του factoring και κυρίως ιδιωτικές. Πάντως υπάρχει η τάση ανάπτυξης στον τομέα του factoring. Το 1990 ψηφίστηκε νόμος ο οποίος χάραξε το νομικό πλαίσιο μέσα στο οποίο θα μπορούσαν να προσφέρονται όλες οι υπηρεσίες. Προβλέπεται ότι οι υπηρεσίες factoring στις τράπεζες θα παρουσιάσουν ταχύτατους ρυθμούς ανάπτυξης στα επόμενα χρόνια. Αυτό στηρίζεται στους εξής παράγοντες:

Η Ελλάδα κατ' αρχήν παρουσιάζει τις πιο μακρές περιόδους πίστωσης που παρατηρούνται στην Ευρώπη. Σύμφωνα με τα στοιχεία που δημοσίευσε ο διεθνής οίκος Grant Thornton, η μέση περίοδος πίστωσης στις χώρες της Ευρώπης υπολογίστηκε για το 1993 σε 66 ημέρες, ενώ στην Ελλάδα ανήλθε σε 72 ημέρες.

Επειτα η διαχείριση των εμπορικών απαιτήσεων και του ευρύτερου κεφαλαίου κίνησης των ελληνικών επιχειρήσεων αφήνει μεγάλα περιθώρια βελτίωσης.

Και τέλος, με τη ραγδαία ανάπτυξη των υπηρεσιών factoring που παρατηρείται τα τελευταία χρόνια διεθνώς, είναι φυσικό ότι θα υπάρξει ανάλογη επίδραση και στην Ελλάδα, τόσο μέσω των

διεθνών εμπορικών συναλλαγών των ελληνικών επιχειρήσεων όσο και μέσω της δραστηριότητας ξένων εταιρειών factor στην Ελλάδα, καθώς και ελληνικών εταιρειών οι οποίες παρουσιάζουν σημαντική ανάπτυξη παρ' ότι οι όροι για την ίδρυση εταιρειών factoring στην Ελλάδα καθορίστηκαν μόλις πρόσφατα το 1993. Οι κυριότερες εταιρείες factoring στην Ελλάδα είναι η ABC FACTORS και η FACT HELLAS.

Πλεονεκτήματα του factoring.

Η ζήτηση για υπηρεσίες factoring στην Ελλάδα οφείλεται κυρίως στις ανάγκες των επιχειρήσεων για προσθετη χρηματοδότηση. Γι' αυτό οι εταιρείες factoring συνδέονται τις τράπεζες και συνήθως είναι θυγατρικές εταιρείες των τραπεζών. Σε αντίθετη περίπτωση οι τράπεζες κινδυνεύουν να χάσουν ένα μέρος της πελατείας τους που θα προτιμήσει κάποιο άλλο αρμόδιο φορέα factoring για να εξυπηρετηθεί.

Για τους λόγους αυτούς το factoring έχει ορισμένα πλεονεκτήματα για τις τράπεζες:

α) Αναπτύσσεται ο θεσμός των βραχυπρόθεσμων χρηματοδοτήσεων και διευρύνονται οι εργασίες των τραπεζών. Προσελκύονται επίσης νέοι πελάτες που θα χρησιμοποιήσουν και άλλες υπηρεσίες της τράπεζας.

β) Μειώνεται το λειτουργικό κόστος των τραπεζών.

γ) Η ελληνική τραπεζική αγορά προστατεύεται έναντι του ανταγωνισμού ξένων τραπεζών και μη τραπεζικών οργανισμών στους τομείς των πιστώσεων.

δ) Δημιουργεί ευνοϊκότερη εικόνα στους συναλλασσόμενους με αυτήν, ιδιαίτερα στο εξωτερικό, λόγω του επιδιωκόμενου εκσυγχρονισμού και της προσαρμογής της τράπεζας στις νέες τάσεις που διαμορφώνονται διεθνώς.

ε) Αποκτά έναν ακόμη τρόπο διενέργειας των χρηματοπιστωτικών της εργασιών που σε συνδυασμό με την καλύτερη εξυπηρέτηση της εργασίας της, διασφαλίζει τις εργασίες της από την πιθανή διαρροή τους στον ανταγωνισμό.

Συμβολή του factoring στην ελληνική οικονομία.

Η αξιοποίηση του θεσμού του factoring από τις τράπεζες μπορεί να συμβάλλει:

α) Στην εξυγίανση της χρηματοδότησης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, αφού οι παραδοσιακές μορφές τραπεζικής χρηματοδότησης του κεφαλαίου κίνησης των μικρομεσαίων δεν μπορούν να ανταπεξέλθουν στις ανάγκες που προκύπτουν από την αύξηση του κύκλου των εργασιών τους. Ειδικότερα αυτός ο θεσμός θα ανακουφίσει τις ανάγκες των επιχειρήσεων για κεφάλαιο κίνησης, ιδιαίτερα σε περιόδους μεγάλου πληθωρισμού

β) την κάλυψη των αναγκών του επιχειρηματία σε ρευστότητα. Συνήθως οι επιχειρηματίες με δυναμικά προϊόντα και γρήγορους ρυθμούς ανάπτυξης έχουν καλύψει τις τραπεζικές πιστωτικές τους γραμμές και βρίσκονται στη δύσκολη θέση των περαιτέρω πόρων χρηματοδότησης. Ο μηχανισμός μετατροπής των ημερολογιακών απαιτήσεων του πωλητή σε μετρητά δίνει μία γρήγορη λύση στο πρόβλημα της ρευστότητας. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω του factoring.

γ) Αύξηση των εξαγωγών μέσω του factoring. Με τη χρησιμοποίηση του factoring δεν υποχρεούται ο αγοραστής-εισαγωγέας στο άνοιγμα της πίστωσης ούτε σε διακανονισμό "τοις μετρητοίς", διότι η τράπεζα καλύπτει τον πιστωτικό κίνδυνο της συναλλαγής.

δ) Στην καταπολέμηση της φοροδιαφυγής και της παραοικονομίας, δεδομένου ότι η χρηματοδότηση θα προσφέρεται μόνο για πωλήσεις στις οποίες έχουν εκδοθεί τιμολόγια.

ε) Ο επιχειρηματίας χρησιμοποιεί το χρόνο του πιο παραγωγικά. Η χρησιμοποίηση του factoring δίνει τη δυνατότητα στον επιχειρηματία να απεγκλωβισθεί από το βάρος της απασχόλησης με την παρακολούθηση της οικονομικής κατάστασης των πελατών του και την αξιολόγηση της φερεγγυότητάς τους, και έτσι μπορεί να επιδοθεί στην κύρια απασχόλησή του όπως προσέλκυση πελατείας, βελτίωση του προϊόντος και εντοπισμό νέων ευκαιριών επιχειρηματικής δράσης.

Παραδείγματα εταιρειών factoring στην Ελλάδα.

1. FACT HELLAS

Μία από τις πρώτες εταιρείες που δραστηριοποιήθηκαν στο χώρο του factoring στην Ελλάδα είναι η FACT HELLAS Α.Ε., μία πολυμετοχική εταιρεία η οποία έχει ως ιδρυτικά μέλη την Ιονική Τράπεζα, τον Οργανισμό Ασφάλισης Εξαγωγικών Πιστώσεων, την Intermarket Factoring της Αυστρίας και άλλους φορείς του ιδιωτικού επιχειρηματικού τομέα.

Οι υπηρεσίες που προσφέρει η FACT HELLAS Α.Ε. είναι:

1. Προείσπραξη εκδοθέντων τιμολογίων για πωλήσεις αγαθών και υπηρεσιών έως και ποσοστού 80% της αξίας τους.

2. Λογιστική παρακολούθηση και έλεγχος του λογαριασμού "πωλήσεις" εταιρειών.

3. Ανάλυση υποχρέωσης εισπραξεων καθυστερούμενων τιμολογίων.

4. Παροχή ασφάλισης του κινδύνου μη είσπραξης καθυστερούμενων τιμολογίων.

Οι παραπάνω υπηρεσίες αναφέρονται σε όλες τις εξαγωγικές εταιρείες, των οποίων οι ανάγκες καλύπτονται πλήρως από την FACT HELLAS Α.Ε.

2. ABC FACTORS

Το Φεβρουάριο του 1995 ξεκίνησε τη λειτουργία της η ABC FACTORS Πρακτορεία Επιχειρηματικών Απαιτήσεων Α.Ε. Μέτοχοι της ABC FACTORS είναι με ίση συμμετοχή, η Alpha Τράπεζα Πίστεως και η Τράπεζα Κύπρου.

Οι προεργασίες για την ίδρυση της εταιρείας άρχισαν το 1993 και ολοκληρώθηκαν με την υπογραφή της συμφωνίας τον Αύγουστο του 1994. Το αρχικό μετοχικό κεφάλαιο ανέρχεται σε 2 δισ. δρχ. στο οποίο μετέχουν εξίσου και οι δύο τράπεζες.

Η ABC FACTORS είναι η πρώτη ελληνική εταιρεία μέλος του διεθνούς ομίλου εταιρειών factoring, της FCI (Factors Chain International) και παρέχει στους Έλληνες εξαγωγείς τη δυνατότητα άμεσης πρόσβασης σε διεθνείς αγορές με ταυτόχρονη εξασφάλιση του πιστωτικού κινδύνου και της αναγκαίας ρευστότητας.

Σκοπός της νέας εταιρείας είναι η παροχή στον ελληνικό επιχειρηματικό κόσμο υπηρεσιών factoring εφάμιλλων αυτών που προσφέρονται στο εξωτερικό, συνδυάζοντας τη μακροχρόνια τραπεζική παρουσία, τη βαθειά γνώση των αναγκών της ελληνικής αγοράς και την πείρα στον τομέα υπηρεσιών factoring στην Κύπρο.

Οι υπηρεσίες που παρέχει η ABC FACTORS καλύπτουν όλο φάσμα των εμπορικών συναλλαγών επί πιστώσει, τόσο στην εγχώρια όσο και στη διεθνή αγορά. Στο εγχώριο factoring η ABC FACTORS αναλαμβάνει τις εγχώριες απαιτήσεις ελληνικών επιχειρήσεων με σκοπό τη διαχείριση, είσπραξη ή και προεξόφληση τους. Στο διεθνές factoring παρέχει εκτός από τη διαχείριση, είσπραξη και προεξόφληση απαιτήσεων και

ασφαλιστική κάλυψη. Επίσης παρέχει συμβουλευτικές υπηρεσίες σε θέματα κεφαλαίου κίνησης τόσο στο εγχώριο όσο και στο διεθνές factoring.

Πλαστικό χρήμα-Κάρτες.

Τα διάφορα είδη καρτών που κυκλοφορούν ανά τον κόσμο εδώ και μερικές δεκαετίες αναπτύχθηκαν σε μεγαλύτερο βαθμό τα τελευταία χρόνια και συνέβαλλαν στον εκσυγχρονισμό των συναλλαγών. Το λογιστικό χρήμα αυξήθηκε με τη συμβολή του "πλαστικού χρήματος" που ήταν τέτοια ώστε να μιλάμε για "αχρήματη" κοινωνία (cashless society) στην οποία τα άτομα θα συναλλάσσονται χωρίς μετρητά.

Τα είδη των καρτών που έχουν δημιουργηθεί μέχρι σήμερα είναι τα παρακάτω:

1. Πιστωτική κάρτα:

Ο κάτοχός της έχει τη δυνατότητα να κάνει αγορές από τα συμβεβλημένα καταστήματα ή να κάνει αναλήψεις μετρητών από την κάρτα μέχρι ενός ορισμένου μικρού ποσού από οποιοδήποτε κατάστημα της τράπεζας με πίστωση. Η πίστωση είναι άτοκη μέχρι ένα χρονικό διάστημα, συνήθως 40 ημέρες και από εκεί και πέρα τοκίζεται. Ο κάτοχος έχει τη δυνατότητα να εξοφλήσει την οφειλή του μέσα σε δέκα έντοκες μηνιαίες δόσεις. Επίσης μπορεί να εξοφλήσει με χρέωση του λογαριασμού καταθέσεών του είτε σε ολόκληρη την οφειλή, είτε στο ποσό της μηνιαίας δόσης του πελάτη.

Παραδείγματα πιστωτικών καρτών που εκδίδονται στην Ελλάδα από διάφορες τράπεζες είναι η εξής: Εθνοκάρτα, Mastercard, Eurocard, Εμποροκάρτα, Ιονοκάρτα, Ιονοκάρτα/Visa, Πειραιώς Visa, Πειραιώς Visa Gold, Ergocard κ.λπ.

Βέβαια ο ανταγωνισμός μεταξύ των τραπεζών είναι τέτοιος που έχει οδηγήσει στην δημιουργία επιπλέον προνομίων για τους κατόχους και στην συνεχή βελτίωση των πιστωτικών καρτών. Εκτός λοιπόν από τις βασικές υπηρεσίες που περιγράψαμε προηγουμένως παρέχουν πρόσθετο συνάλλαγμα σε ταξίδια στο εξωτερικό, ειδικές τιμές σε εισιτήρια και ξενοδοχεία, δωρεάν ταξιδιωτική ασφάλιση και ιατρική βοήθεια στο εξωτερικό.

Αναφέρουμε ενδεικτικά το παράδειγμα της Τράπεζας Πειραιώς που συνεργάζεται με την ασφαλιστική εταιρεία HELVETIA παρέχοντας ασφαλιστική κάλυψη έως 15 εκατ. δρχ. Επίσης συνεργάζεσασμε την GESA ASSISTANCE για την παροχή νοσηλευτικής περίθαλψης, με το XENIA TRAVEL για ταξιδιωτική εξυπηρέτηση με παροχή εκπτώσεων 6% σε εισιτήρια και 15% στις τιμές ξενοδοχείων του εξωτερικού. Επιπλέον δίνει τη δυνατότητα τηλεφωνικής συνομιλίας με τη χρησιμοποίηση ειδικού κωδικού (telecode), του αριθμού της κάρτας και του συνομιλητή. Η τηλεφωνική επικοινωνία χρεώνεται αυτόματα στην κάρτα και εγγράφεται στον μηνιαίο λογαριασμό του πελάτη.

Αξίζει να σημειωθεί όμως το ιδιαίτερα ενδιαφέρον παράδειγμα της νέας πιστωτικής κάρτας που δημιουργήθηκε από την Ιονική Τράπεζα σε συνεργασία με το Μέγαρο Μουσικής, της Artion Visa. Η κάρτα αυτή εκτός από την αποδοχή και ασφάλεια πληρωμών, την συναλλαγματική ασφαλιστική κάλυψη, τις προσφορές, δίνει τη δυνατότητα 24ωρης εξυπηρέτησης για ανάληψη μετρητών από τα ATM'S της Ιονικής, αλλά επιπλέον εξασφαλίζει και σημαντικές καλλιτεχνικές παροχές στους κατόχους της. Ο κάτοχος της Artion Visa έχει προνόμια στο χώρο της τέχνης όπως ειδικές προσφορές σε φεστιβάλ, καταστήματα τέχνης, ταξιδιωτικές διευκολύνσεις για την παρακολούθηση πολιτιστικών εκδηλώσεων στην Ελλάδα και το εξωτερικό, ενημέρωση για τα καλλιτεχνικά γεγονότα της περιόδου (από το MEDIA, το Μηνιαίο Αντίγραφο Λογαριασμού και την Εφημερίδα των Μελών της Artion). Η Artion Visa είναι η πρώτη πιστωτική κάρτα που κινήθηκε στον χώρο της τέχνης και δίνει

ένα μέρος των ετήσιων εσόδων της για την ενίσχυση των δραστηριοτήτων τέχνης στην Ελλάδα.

2. Κάρτα διευκόλυνσης

Τέτοιες κάρτες είναι οι γνωστές ως Diners οι οποίες διευκολύνουν τις συναλλαγές δίνοντας άτοκη πίστωση που μπορεί να φτάσει τις 40 ημέρες αλλά εξοφλείται εφ' απαξ.

Ένα παράδειγμα κάρτας διευκόλυνσης που κυκλοφορεί στην Ελλάδα είναι η Diners της Τράπεζας Πειραιώς η οποία παρέχει άτοκη πίστωση 30 ημερών για αγορές χωρίς προκαθορισμένο όριο στην Ελλάδα και το εξωτερικό. Επιπλέον παρέχει εκπτώσεις, ασφαλιστική κάλυψη και στα ταξίδια αλλά και στις αγορές (Shopping Protection)

3. Κάρτα αυτόματης συναλλαγής

Η κάρτα αυτή προϋποθέτει την ύπαρξη λογαριασμού καταθέσεων και επιτρέπει στον πελάτη να αυτοεξυπηρετηθεί. Με αυτήν οι συναλλαγές με την τράπεζα πραγματοποιούνται μέσω μηχανημάτων αυτόματων συναλλαγών και ηλεκτρονικής μεταφοράς κεφαλαίων (A.T.M.'S, E.F.T.P.O.S.)

Παράδειγμα τέτοιας κάρτας είναι η Ergocard 24 της Τράπεζας Εργασίας που δίνει την δυνατότητα ανάληψης κατάθεσης μετρητών, μεταφοράς χρημάτων από λογαριασμό σε λογαριασμό, ενημέρωσης και υπερανάληψης μέχρι 300000 δρχ. από τρεχούμενο λογαριασμό. Ακόμα αναφέρουμε και το παράδειγμα της Multicash της Τράπεζας Πειραιώς που προσφέρει όλα τα παραπάνω μαζί με προσωπική ασφαλιστική κάλυψη με αποζημίωση που φτάνει το διπλάσιο ποσό του μέσου εξαμηνιαίου ύψους κατάθεσης.

Παρατηρούμε λοιπόν ότι υπάρχει μία τάση διεύρυνσης στις υπηρεσίες που προσφέρει η κάθε κάρτα και να αποκτήσει μία κάρτα τις ιδιότητες της άλλης. Υπάρχει λοιπόν μία τάση να ενοποιηθεί η πιστωτική κάρτα με την κάρτα διευκόλυνσης και την κάρτα αυτόματων συναλλαγών. Εκτός από το παράδειγμα της Action-Visa, υπάρχει η Cashcard-Debit της Τράπεζας Πίστεως με

την οποία απολαμβάνονται οι υπηρεσίες της Cashcard αλλά δίνει και τη δυνατότητα αγοράς χωρίς μετρητά. Το ίδιο συμβαίνει και στην Τράπεζα Εργασίας στην οποία συνδέεται η Ergo24 με την Ergocard-Visa.

4. Πιστωτική κάρτα εμπορικών εταιρειών

Είναι κάρτα ανταγωνιστική προς τις τραπεζικές πιστωτικές κάρτες και έχει την ίδια λειτουργία μ' αυτές κατά τις συναλλαγές της εμπορικής εταιρείας με τους πελάτες της. Πολλές όμως από αυτές συνεργάζονται με τράπεζες οι οποίες τους προσφέρουν διαχείριση και χρηματοδότηση. Η Citibank για παράδειγμα, προσφέρει κάλυψη στην έκδοση πιστωτικών καρτών από την εταιρεία Marks & Spencer.

Επίσης η Τράπεζα Πίστεως δραστηριοποιείται στον τομέα των εταιρικών καρτών αν και ο αριθμός των εταιρικών καρτών που έχει εκδοθεί μέχρι σήμερα με την συνεισφορά της τράπεζας δεν ανταποκρίνεται στις πραγματικές της δυνατότητες. Σύμφωνα με τα σχέδια της τράπεζας θα χορηγείται η εταιρική κάρτα στην πλειοψηφία των πελατών χορηγήσεων. Σε περιπτώσεις μεγάλων εταιρειών των οποίων η τράπεζα έχει αναλάβει την μισθοδοσία εταιρικές κάρτες θα χορηγούνται σε όλα τα στελέχη τους και χωρίς συνδρομή για τα δύο πρώτα χρόνια.

5. Έξυπνη Κάρτα

Η κάρτα αυτή ονομάζεται και Chip ή Memory Smart Intelligent Card. Εξωτερικά μοιάζει με τις υπόλοιπες κάρτες, μόνο που διαθέτει επιπλέον μνήμη και ολοκληρωμένο κύκλωμα, που της επιτρέπουν να λειτουργεί σαν φορητός ηλεκτρονικός υπολογιστής. Η κάρτα αυτή βρίσκεται σε ερευνητικό πειραματικό στάδιο, κυρίως στη Γαλλία.

Παρακάτω παραθέτουμε πίνακα σχετικά με τις ασφαλιστικές καλύψεις που προσφέρουν οι κάρτες ορισμένων τραπεζών. Παρατηρούμε ότι κοινό σημείο των προγραμμάτων των καρτών είναι το ταξιδιωτικό ασφαλιστήριο προσωπικών ατυχημάτων και η

κάλυψη ιατρικών εξόδων σε περίπτωση ατυχήματος ή ασθένειας κατά την διάρκεια του ταξιδιού.

ΤΙ ΠΡΟΣΦΕΡΟΥΝ ΟΙ ΚΑΡΤΕΣ

ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΕΣ ΚΑΛΥΨΕΙΣ	Εθνοκάρτα Master Card	Alpha Card Visa	Ergo Card Visa	ΑΤΕ-ΤΚΕΕ Goldstar Visa	Εμποροκάρτα Visa
ΕΚΔΟΤΡΙΑ ΤΡΑΠΕΖΑ	Εθνική	Πίστεως	Εργασίας	Αγροτική Κεντρικής Ελλάδος	Εμπορική
Ταξιδιωτικό ασφα- ιστήριο προσωπικών τυχημάτων	V	V	V	V	V
Ασφάλιση καθυ- τέρησης πτήσης - αποσκευών - πώλειας ή καταστρ. αποσκευών.	V	V	V	V	V
Νομική κάλυψη		V	V	V	
Προστασία αγορών				V	
Πληροφορίες τε- χνικής εξυπηρέτησης παροχή μεταφ. μέ- λου, παροχή κατα- στήματος.		V			
Επείγουσα ιατρική απαιτησία			V	V	V

Οφέλη από την χρησιμοποίηση του πλαστικού χρήματος.

Το πλαστικό χρήμα γνωρίζει μεγάλη ανάπτυξη διεθνώς γιατί είναι ένα σύγχρονο μέσο συναλλαγών με πολλά πλεονεκτήματα για τους τρεις συναλλασσόμενους που είναι ο κάτοχος, ο έμπορος και η τράπεζα.

Στην Ελλάδα η πιστωτική κάρτα αποτελεί για τον κάτοχό της ένα μέσο πληρωμών που προσφέρει ευκολία και ασφάλεια και την δυνατότητα άτοκης πίστωσης για 40 ημέρες ή εξόφλησης του χρέους σε 10 έντοκες μηνιαίες δόσεις. Επίσης του αυξάνει το ποσό του τουριστικού συναλλάγματος και δυνατότητα ανάληψης μετρητών χωρίς να υπάρχει λογαριασμός καταθέσεων. Η νέα κάρτα αυτόματων συναλλαγών διαδόθηκε πολύ γρήγορα λόγω της διαρκούς εξυπηρέτησης που προσφέρει στον κάτοχο και γίνονται όπως είδαμε προσπάθειες σύνδεσής της με την πιστωτική.

Για τον έμπορο εκμηδενίζεται ο πιστωτικός κίνδυνος, αυξάνεται ο τζίρος του αφού επιτυγχάνει πωλήσεις που δεν θα γίνονταν αν δεν υπήρχε η δυνατότητα πληρωμής με δόσεις και παρατηρείται αύξηση των πωλήσεων σε αλλοδαπούς. Τέλος μειώνονται οι κίνδυνοι των συναλλαγών σε μετρητά μια και το ποσό που εισπράττει ο έμπορος μπορεί να πιστωθεί αμέσως στον λογαριασμό όψεώς του.

Για την τράπεζα η πιστωτική κάρτα σημαίνει αύξηση του κύρους της, αύξηση του κύκλου εργασιών της με τις συναλλαγές με επιχειρήσεις και ιδιώτες που δεν θα γίνονταν πελάτες αν δεν υπήρχε η κάρτα, αύξηση των συναλλαγών κατά πελάτη μια και μπορεί να χρησιμοποιηθεί και ως κάρτα αυτόματων συναλλαγών. Τέλος η αύξηση των κερδών για μία τράπεζα από τις πιστωτικές κάρτες μπορεί να είναι πολύ μεγάλη από την είσπραξη προμηθειών, τόκων και συνδρομών (τόκοι στις εξοφλήσεις, προμήθειες από επιχειρήσεις, ετήσιες συνδρομές, προμήθεια συναλλάγματος).

Η ανάπτυξη των καρτών στην Ελλάδα και παγκοσμίως.

Οι πρώτες πιστωτικές κάρτες εκδόθηκαν στην Αμερική και άρχισαν να διαδίδονται γύρω στα τέλη της δεκαετίας του '60. Η Barclaycard ήταν η πρώτη πιστωτική κάρτα που κυκλοφόρησε στην Ευρώπη και αργότερα έγιναν οι διεθνείς συνεργασίες των Mastercard, Eurocard, και Acces.

Η Visa (θυγατρική της Bank America) κατέχει την πρώτη θέση στην αγορά πιστωτικών καρτών με 136 εκατ. κατόχους και 4,7 εκατ. συμβεβλημένες επιχειρήσεις. Στις κάρτες διευκόλυνσης κυριαρχούν η Diners και η American Express. Στις ΗΠΑ παρτηρείται η επικράτηση των καρτών που ανήκουν σε πολυκαταστήματα σε σχέση με τα άλλα είδη καρτών. Έτσι οι εμπορικές εταιρείες μέσω των θυγατρικών τους ανταγωνίζονται τις τράπεζες ως προς το θέμα των καρτών αλλά και ως προς άλλες τραπεζικές εργασίες (Home Banking, ασφάλειες).

Στην Ευρώπη όμως γίνονται προσπάθειες απ' τις τράπεζες αφενός για την ενοποίηση των διαφόρων ειδών καρτών σε μία, αφετέρου για διατραπεζική συνεργασία για να εξυπηρετηθούν οι πληρωμές όλων των τραπεζών σε πανευρωπαϊκό επίπεδο με την ανάπτυξη αυτόματων συμψιφιστικών συστημάτων. Στην Ελλάδα ήδη ξεκίνησε το 1984 από την Ένωση Ελληνικών Τραπεζών η μελέτη για την ανάπτυξη του λογιστικού χρήματος και τον εκουγχρονισμό των συναλλαγών ώστε να δημιουργηθεί ένα διατραπεζικό σύστημα πληρωμών σε εθνικό επίπεδο.

Σχετικά με τον ετήσιο τζίρο των πιστωτικών καρτών και πως αυτός κατανέμεται, δεν υπάρχουν προς το παρόν κάποια επίσημα στοιχεία που να αποδεικνύουν το μέγεθος αυτής της αγοράς. Στην Ελλάδα όπου ο θεσμός των καρτών είναι σχετικά νέος-20 χρόνια ζωής- ο αριθμός τους παρουσιάζει σημαντική αύξηση τα τελευταία χρόνια. Σ' αυτό βέβαια έχει συντελέσει η είσοδος νέων καρτών στην αγορά και ο καταγιρισμός των διαφημίσεων που επηρεάζει την ευαισθητοποίηση του κοινού.

Σχετικά με τον τζίρο των πιστωτικών καρτών και την κατανομή του, με βάση τα στοιχεία ορισμένων τραπεζών, αυτός παρουσιάζει την εξής επιμέρους εικόνα:

Ο τζίρος των καρτών: Εθνοκάρτα Mastercard, της Εθνικής Τράπεζας παρουσίασε κατακόρυφη αύξηση μέσα στο '94 (άνω του 50%) γεγονός που αποδίδεται κυρίως στην απελευθέρωση των ορίων συναλλαγής από την Τράπεζα της Ελλάδος.

Ένα άλλο στοιχείο είναι ότι το κοινό εμφανίζεται επιλεκτικό ως προς το είδος των αγορών που πραγματοποιεί με κάρτες: το 61% του τζίρου της ΕΤΕ, αφορά τα είδη ένδυσης και σπιτιού, το 10,5% τα ταξίδια και τη διασκέδαση, το 17% Super Markets και το υπόλοιπο 11,5% αφορά άλλου είδους υπηρεσίες όπως ιατρικά έξοδα κ.λπ.

Ένα άλλο αποτέλεσμα για την κατανομή του τζίρου των καρτών της Citibank Visa δείχνει τα εξής: εμπορικά καταστήματα 42%, Super Market 8%, βενζινάδικα 14%, εστιατόρια, κέντρα διασκέδασης 11%, ξενοδοχεία 8%, διάφορα άλλα 17%.

Υπάρχει ακόμα λοιπόν η νοοτροπία του προορισμού της κάρτας για αγορές καταναλωτικών προϊόντων περισσότερο και λιγότερο για κάλυψη καθημερινών αναγκών όπως τα αναλώσιμα και οι υπηρεσίες.

Επίσης το πρόσφατα καθιερώθηκε η πιστωτική κάρτα ως τεκμήριο για τη φορολογία. Το γεγονός αυτό όμως δεν επηρέασε αρνητικά τους 1,2 εκατ. χρήστες στην Ελλάδα. Οι μόνοι ίσως που θα ενοχληθούν θα είναι εκείνοι που προσπαθούν να δηλώνουν λιγότερα από εκείνα που δαπανούν.

Ήδη οι δυσκολίες στην εφαρμογή αυτού του μέτρου εντοπίζονται: Στην αντισυνταγματικότητα του γιατί θα μεταχειρίζεται άνισα τους πολίτες εφ' όσον δεν θα υπόκεινται στο τεκμήριο όλοι αλλά αυτοί που χρησιμοποιούν μετρητά θα απαλλάσσονται, και στην αδυναμία της εφορίας να ελέγξει μέρος του τζίρου των επιχειρήσεων.

Μέτρα εναντίον της κακής χρήσης του πλαστικού χρήματος.

Οι απώλειες των ελληνικών τραπεζών από την κακή χρήση των πιστωτικών καρτών εκτιμάται στα 50-250 εκατ. δρχ. ετησίως για κάθε ίδρυμα. Πέρα από την καθαρή κλοπή που σημειώνεται από τους επαγγελματίες καταχραστές (πλαστογράφους ή χρήστες καρτών ενώ δηλώνει απώλεια), στις ηπιότερες μορφές οι τράπεζες επιβαρύνονται με το λειτουργικό κόστος της συνεχούς υπενθύμισης εξόφλησης λογαριασμών και ενδεχομένως νομικά έξοδα. Η απειλή της κακής χρήσης του πλαστικού χρήματος εξαναγκάζει λοιπόν τα ιδρύματα να συγκρατούν τη διάδοσή του μειώνοντας τον προϋπολογισμό τους και επιβαρύνοντας τους φερέγγυους κατόχους.

Μέσα σ' αυτό το πλαίσιο οι τράπεζες προσπαθούν να βρουν λύσεις για να αποφύγουν τους ενδεχόμενους κακοπληρωτές. Τα περισσότερα ιδρύματα εκπαιδεύουν τον "πρωτάρη" κάτοχο κάρτας να κατανοήσει ότι χωρίς τη σωστή χρήση της το χρήσιμο αυτό εργαλείο μπορεί να αποδειχθεί αυτοκαταστροφή.

Η αξιολόγηση του αιτούντος έκδοσης πιστωτικής κάρτας είναι σημαντική και εντάσσεται στις πρωταρχικές πρακτικές των πιστωτικών ιδρυμάτων. Στην αίτηση απαιτούνται φορολογική δήλωση, στοιχεία επαγγέλματος, οικογενειακής κατάστασης και κατοικίας, ενώ μπορεί να χρειαστεί και εγγυητής. Οι παραπάνω προϋποθέσεις ισχύουν περίπου και για τη χορήγηση δανείου.

Οι παραπάνω όμως πρακτικές δεν καλύπτουν επαρκώς τον κίνδυνο έκθεσης του ιδρύματος σε κακόπιστους πελάτες. Όσοι έλεγχοι κι αν γίνουν ακόμα και από τους αρμόδιους υπαλλήλους ως προς τα ποσά, τα νούμερα κάρτας, τις ημερομηνίες, μπορούν να αποδειχθούν αναποτελεσματικοί στις περιπτώσεις "επαγγελματιών" χρεωστών.

Η εγκατάσταση ενός συστήματος αμοιβαίας πληροφόρησης μεταξύ τραπεζών θα μπορούσει να μειώσει σημαντικά τους συστηματικούς κακοπληρωτές. Το σύστημα αυτό ήδη λειτουργεί

μεταξύ των μεγάλων τραπεζών χρειάζεται όμως να διαδοθεί για την πλήρη κάλυψη των κινδύνων.

Ιδιαίτερα δύσκολη είναι η περίπτωση των πλαστογράφων. Η κατασκευή του πλαστικού χρήματος από κάποιον επιτήδειο είναι τόσο εύκολη όσο δύσκολο είναι για το ίδρυμα να ελέγξει το χώρο. Ωστόσο η σύγχρονη τεχνολογία έχει μία "έξυπνη" λύση: τις smart cards, που αντί της μαγνητικής ταινίας έχουν ενσωματωμένο microchip, που δεν αναγνωρίζει εντολή εάν δεν δοθεί ο προσωπικός αριθμός αναγνώρισης (PIN). Οι παραπάνω πρακτικές όμως προυποθέτουν μεγάλες δαπάνες από τις τράπεζες στις οποίες όμως δεν είναι γνωστό το κατά πόσο είναι διατεθειμένες να κάνουν παρά την ανάγκη διάδοσης του πλαστικού χρήματος σε εποχές έλλειψης ρευστότητας.

Μηχανήματα αυτόματης συναλλαγής.

Τα μηχανήματα αυτόματης συναλλαγής είναι τα Cash Dispensers που χρησιμοποιούνται για την ανάληψη χαρτονομισμάτων και τα A.T.M.'S που χρησιμοποιούνται για την ανάληψη και κατάθεση μετρητών. Ακόμα οι πελάτες μπορούν να πληροφορούνται για το υπόλοιπο του λογαριασμού τους, τα τρέχοντα επιτόκια, τις τιμές ξένων χαρτονομισμάτων κ.λπ. Επίσης μπορούν να πιστώνουν άλλους λογαριασμούς με χρέωση του δικού τους λογαριασμού.

Η ενεργοποίησή τους πραγματοποιείται με την εισαγωγή μίας πλαστικής κάρτας με μαγνητική λωρίδα και με την πληκτρολόγηση του μυστικού αριθμού του πελάτη. Ο αριθμός αυτός (PIN) είναι αυστηρά προσωπικός και γνωστοποιείται στον πελάτη μετά την έγκριση της χορήγησης κάρτας. Αφού πληκτρολογηθεί στο μηχάνημα, αυτό ελέγχει αν η κάρτα έχει λήξει, αν ανήκει στην

Black List (πρόκειται για ξένες κάρτες ως προς την τράπεζα) ή αν έχει χρησιμοποιηθεί ολόκληρο το ποσό του λογαριασμού.

Τα Α.Τ.Μ.'S λειτουργούν είτε on line συνδεδεμένα με ηλεκτρονικό υπολογιστή, είτε off line δηλαδή από μόνα τους αλλά οι πληροφορίες για τις συναλλαγές εκτός του ότι καταγράφονται σε ρολά χαρτιού, καταχωρούνται και σε κάποιο μαγνητικό μέσο που αποστέλλεται στο ηλεκτρονικό κέντρο την επόμενη μέρα.

Ανάλογα με το σημείο που τοποθετούνται, τα μηχανήματα διακρίνονται στις εξής κατηγορίες:

α) Through the wall Είναι αυτά που τοποθετούνται σε τοίχους έξω από την τράπεζα ή σε οποιοδήποτε άλλο κτίριο.

β) In the lobby. Με αυτά οι συναλλαγές πραγματοποιούνται μέσα σε πολυκαταστήματα ή Super Markets κατά τις εργάσιμες μόνο μέρες και ώρες.

γ) Vestibule είναι αυτά που βρίσκονται σε ειδικά τοποθετημένους θαλάμους τραπεζικών καταστημάτων και μπορούν να λειτουργήσουν και εκτός εργάσιμων ωρών.

Οφέλη από τη διάδοση των μηχανημάτων αυτόματης συναλλαγής.

Τα κυριότερα πλεονεκτήματα από την χρήση των μηχανημάτων αυτών είναι τα εξής:

α) Για τον πελάτη:

-Ταχύτερη εξυπηρέτηση. Αποφεύγεται η ενοχλητική αναμονή στις ουρές των γκισέ. Η όλη διαδικασία της συναλλαγής δεν ξεπερνά τα 30 δευτερόλεπτα.

-Καλύτερη εξυπηρέτηση. Ο πελάτης εξυπηρετείται όπου έχει ανάγκη (μέσα ή έξω από τις τράπεζες, σε εμπορικά κέντρα,

πολυκαταστήματα κ.λπ.) και όποτε θέλει, ημέρα και νύκτα 24 ώρες το 24ωρο, όλες τις ημέρες της εβδομάδος.

-Δυνατότητα άντλησης χρήσιμων πληροφοριών.

-Μεγαλύτερη ασφάλεια, μια και δεν είναι υποχρεωμένος να έχει μαζί του μεγάλα ποσά σε μετρητά.

-Ευκολία χρήσης και διακριτικότητα στις συναλλαγές. Ακολουθώντας τις οδηγίες που βρίσκονται στην οθόνη, μπορεί πολύ εύκολα ο πελάτης να εκτελέσει τις συναλλαγές του κρατώντας αυτές ταυτόχρονα μυστικές από τρίτους γύρω του

β) Για την τράπεζα:

Καλύτερη εξυπηρέτηση πελατών. Οι πελάτες απολαμβάνουν μία γρήγορη, εύκολη και ασφαλή εξυπηρέτηση, έχοντας ταυτόχρονα ελευθερία στις κινήσεις τους.

-Αποσυμφόρηση των συναλλαγών στα γκισέ και κατά συνέπεια βελτίωση των συνθηκών εργασίας του προσωπικού.

-Εξοικονόμηση εργασιών, μια και το προσωπικό απελευθερώνεται από μηχανικές εργασίες ρουτίνας και μπορεί να αξιοποιήσει τον χρόνο και τις πνευματικές του ικανότητες για καλύτερη προσωπική εξυπηρέτηση του πελάτη.

-Αύξηση του γοήτρου της τράπεζας η οποία αποκτάει το κύρος μιας σύγχρονης επιχείρησης που συμβαδίζει με την εξέλιξη της τεχνολογίας.

-Προσέλκυση νέων πελατών με την εγκατάσταση των μηχανημάτων σε χώρους εκτός τραπεζικών καταστημάτων (εμπορικά κέντρα, πολυκαταστήματα, μεγάλες επιχειρήσεις κ.ά.)

-Διατήρηση των υπάρχοντων πελατών λόγω της προσφοράς βελτιωμένων υπηρεσιών από την τράπεζα.

Η διάδοση των νέων μηχανημάτων-Προοπτικές.

Τα μηχανήματα αυτά έχουν ήδη μεγάλη εξάπλωση σε όλο το βιομηχανικά ανεπτυγμένο κόσμο. Μέχρι το τέλος του 1985 είχαν εγκατασταθεί παγκοσμίως γύρω στα 246000 μηχανήματα Α.Τ.Μ.΄Σ. Στις ΗΠΑ αντιστοιχούσε το μεγαλύτερο ποσοστό, 51%, ακολουθούσε η Ευρώπη με 32,5% και το υπόλοιπο 16,5% το είχαν η Ιαπωνία, ο Καναδάς και η Αυστραλία.

Στην Ελλάδα πάντως τα νέα αυτά μηχανήματα έγιναν ιδιαίτερα αγαπητά στο κοινό και υιοθετήθηκαν γρήγορα τόσο από τις ιδιωτικές, όσο και από τις κρατικές τράπεζες. Μέχρι το τέλος του '86 είχαν τοποθετηθεί συνολικά 52 μηχανήματα, 35 στην Τράπεζα Πίστεως, 11 στην Εθνική Τράπεζα και 6 στην Citibank. Και τότε δεν είχαν προλάβει να γίνουν γνωστά ακόμα στο ευρύ κοινό, αργότερα διαδόθηκαν σε μεγάλο αριθμό τραπεζών.

Αν λάβουμε υπόψη μας ότι η μέση αναλογία κατοίκων ανά Α.Τ.Μ. ήταν στις προοδευμένες ευρωπαϊκές χώρες 1 Α.Τ.Μ. ανά 25000 κατοίκους ενώ στην Ελλάδα ήταν 1 Α.Τ.Μ. ανά 277334 κατοίκους το 1983 και το 1986 μετατράπηκε σε 1 Α.Τ.Μ. ανά 186667 κατοίκους, βλέπουμε ότι υπάρχει τάση ανάπτυξης του προϊόντος στη χώρα μας που έχει ακόμα μεγάλες προοπτικές επέκτασης.

Private Banking.

Ορισμός του private banking-υπηρεσίες που προσφέρει.

Στη ζωή του Έλληνα συναλλασόμενου και ιδιαίτερα του επενδυτή μπαίνουν απότομα καινούργιες οικονομικές έννοιες. Το καινούργιο που μπαίνει στη ζωή μερίδας κεφαλαιούχων έχει την ονομασία private banking. Πρόκειται για ένα προϊόν το οποίο καμία συζήτηση και κανένα ειδικό ρεπορτάζ δεν γίνεται στις αναπτυγμένες χώρες σταίρους μας στην Κοινότητα

Το πρώτο συνθετικό του όρου η λέξη private (ιδιωτικός) τα λέει όλα. Ειδικοί επιστήμονες που στελεχώνουν τα νεοδημιουργούμενα τμήματα, οι λεγόμενοι private bankers αναλαμβάνουν την προσωπική εξυπηρέτηση του πελάτη όσον αφορά την αποδοτικότερη δυνατή διαχείριση των διαθεσίμων του. Αναλαμβάνουν επίσης σε συννεύση μαζί του, όλα τα διαδικαστικά θέματα που προαπαιτούνται μέχρις ότου υλοποιηθεί η συγκεκριμένη πράξη.

Θα μπορούσαμε να προσδιορίσουμε δύο μορφές private banking ανάλογα με την έδρα των προσφερόμενων υπηρεσιών και προϊόντων. Το διεθνές private banking που αφορά διαχείριση κεφαλαίων στις διεθνείς χρηματαγορές και το εγχώριο που αφορά τη διαχείριση κεφαλαίων στην Ελλάδα και σε ορισμένες περιπτώσεις στις χώρες της κοινής αγοράς.

Οι υπηρεσίες που καλύπτει ο όρος private banking είναι ευρύτατες. Εκφράζονται πρωταρχικά με την τήρηση ενός κεντρικού λογαριασμού του πελάτη-επενδυτή, τον μακροπρόθεσμο οικονομικό προγραμματισμό και βεβαίως, τις παραδοσιακές τραπεζικές υπηρεσίες και τα αποταμιευτικά τραπεζικά προγράμματα.

Οι υπηρεσίες που προσφέρει το private banking είναι στην ουσία ένας συνδυασμός ήδη προσφερόμενων υπηρεσιών. Ο

κεφαλαιούχος και ο private banker συζητούν με τους κανόνες της "συμφωνίας κυρίων" περισσότερο παρά, με γραπτές συμφωνίες. Κινούνται κυρίως στις εξής αγορές:

α) Στην αγορά των εντόκων γραμματίων του Δημοσίου και των ομολόγων.

β) Στην αγορά των repos.

γ) Στη διεθνή αγορά συναλλάγματος εφ' όσον ο κεφαλαιούχος έχει τις σχετικές νόμιμες προϋποθέσεις.

δ) Στην ελληνική χρηματιστηριακή αγορά.

ε) Στις διεθνείς χρηματιστηριακές αγορές των μετοχών και των εμπορευμάτων.

στ. Στην αγορά εγχώρια ή διεθνή των ακινήτων.

Οι προαναφερόμενες αγορές είναι ένα μέρος του πεδίου δράσης στο οποίο έχουν τη δυνατότητα να κινηθούν ο κεφαλαιούχος και ο private banker. Φραγμός στο πεδίο δράσης τους δεν υφίσταται. Όλες οι αγορές, υπό την προϋπόθεση ότι ο κόσμος για την κίνηση κεφαλαίων δεν είναι απόλυτα απαγορευτικές βρίσκονται στη διάθεση του ενδιαφερόμενου.

Στην πρακτική εφαρμογή του, το private banking, αναλαμβάνει συνήθως τη δημιουργία ενός ατομικού χαρτοφυλακίου του πελάτη με σκοπό τη διατήρηση των κεφαλαίων και τη μεγιστοποίηση των αποδόσεών τους παράλληλα με την εξισορρόπηση απόδοσης και κινδύνου.

Η συγκρότηση του ατομικού χαρτοφυλακίου του πελάτη-επενδυτή εκφράζει ακριβώς και την ουσία του private banking και τοποθετεί τη διαχωριστική γραμμή από το personal banking, που αποτελεί την πλέον συνηθισμένη μορφή μίας περισσότερο προσωπικής τραπεζικής εξυπηρέτησης των "καλών" πελατών της τράπεζας. Το private banking εκφράζει ακριβώς την ανάγκη όχι απλώς της διαχείρισης των χρημάτων και της απόδοσης κάποιου κέρδους που μπορεί να επιτευχθεί ούτως ή άλλως με ποικίλες επενδυτικές δραστηριότητες, αλλά και τον συνολικό

μακροπρόθεσμο οικονομικό προγραμματισμό της ατομικής περιουσίας του πελάτη. Σε αυτό το σφαιρικό πλαίσιο εντάσσεται η μέριμνα των φορολογικών, κληρονομικών ακόμη και προσωπικών αναγκών του πελάτη και εκφράζεται η προσφορά λύσεων σε διαχρονικά ατομικά προβλήματα.

Αυτή η μακροπρόθεσμη και συνολική κατανόηση και κατάθεση των προτάσεων διαχείρισης της ατομικής περιουσίας των επίλεκτων πελατών κάθε τράπεζας, ανάλογα με τις ιδιαίτερες ανάγκες κάθε επενδυτή, το επιθυμητό επίπεδο ρευστότητας, το εισόδημα που χρειάζεται προϋποθέσεις σχετικά με την ανάληψη του επενδυτικού κινδύνου και την επιδιωκόμενη απόδοση στα διαθέσιμα κεφάλαιά του είναι το στοιχείο που καθορίζει τον "ιδιωτικό" χαρακτήρα αυτής της τραπεζικής λειτουργίας.

Το μέγεθος και η ευρύτητα των απαιτήσεων του πελάτη για την private εξυπηρέτησή του έχουν αντίστοιχο αντίκρουσμα στις απαιτήσεις του χρηματοοικονομικού κινδύνου από τον πελάτη. Έτσι το private banking απευθύνεται σε επίλεκτους πελάτες με σημαντικά διαθέσιμα προς διαχείριση. Ουσιαστικό ρόλο παίζει η αναγνώριση από πλευράς του επενδυτή της ανάγκης παροχής βοήθειας από τους private bankers.

Πελάτης στο private banking μπορεί να γίνει ο οποιοσδήποτε κεφαλαιούχος που διαθέτει πάνω από 20-25 εκατ. δρχ. Ένας πολύ καλός πελάτης του private banking θα πρέπει να έχει λογαριασμό σε συνάλλαγμα εδώ ή στο εξωτερικό και φυσικά πολύ μεγαλύτερο αριθμό εκατομμυρίων από τον προαναφερόμενο. Το private banking απευθύνεται κυρίως στα πρόσωπα και κατά δεύτερο λόγο στις εταιρείες. Οι βασικές λειτουργίες μίας εταιρείας περνάνε μέσα από μία σειρά αποφάσεων που απαιτούν συνυπογραφή των μελών του Δ.Σ. Εξάλλου οι βασικοί σκοποί κάθε εταιρείας δεν έχουν σχέση με τοποθετήσεις κεφαλαίων στις διάφορες αγορές.

Το κόστος του private banking εξαρτάται από το μέγεθος των εργασιών που θα υλοποιούνται, και από το μόνιμο ή το

περιστασιακό του πελάτη. Διαφορετική είναι η προμήθεια για μία εργασία, και διαφορετική για ένα συνεχόμενο πακέτο εργασιών.

Στελέχη του private banking (private bankers).

Μέσα στα πλαίσια που προαναφέραμε το private banking αποτελεί μία από τις πλέον νευραλγικές και εξειδικευμένες τραπεζικές υπηρεσίες. Απαιτεί ιδιαίτερες ικανότητες από τους private bankers, οι οποίοι καλούνται να κατανοήσουν σφαιρικά τις χρηματοοικονομικές δραστηριότητες και επενδυτικές απαιτήσεις του πελάτη τους και να συγκροτήσουν το χαρτοφυλάκιό του ανάλογα με τις ιδιαίτερες ανάγκες του, το επιθυμητό επίπεδο ρευστότητας, τις επιδιώξεις του στην απόδοση των διαθεσίμων του και τις προθέσεις του σε σχέση με τον επενδυτικό κίνδυνο.

Η δουλειά του private banker δεν είναι απλώς να προσφέρει επενδυτικές προτάσεις και λύσεις στον πελάτη. Τα στελέχη του κλάδου οφείλουν να επιδεικνύουν μία δραστηριοποίηση τόσο έντονη όσο και του πλέον δυναμικού επιχειρηματία.

Πρέπει να ενημερώνονται διαρκώς και ταχύτατα για όλες τις εξελίξεις στην χρηματοοικονομική ζωή του τόπου και τα νέα προϊόντα που κυκλοφορούν και βεβαίως να συναισθάνονται τη βαρύτητα της ευθύνης να διαχειρίζονται την περιουσία κάποιου άλλου. Η απελευθέρωση των επενδυτικών δραστηριοτήτων των Ελλήνων προσθέτει μία επιπλέον σοβαρή ευθύνη στον private banker, ο οποίος οφείλει να καλύπτει και να πληροφορεί τον πελάτη του για τις επιπλέον παραμέτρους που καθορίζουν ένα διεθνές χαρτοφυλάκιο.

Αυτή ακριβώς η απελευθέρωση των κεφαλαίων αποτελεί μία μεγάλη πρόκληση για τους P.B. Οι δυνατότητες που έχουν διαμορφωθεί στην Ελλάδα, τόσο από την πλευρά του νομικού

καθεστώς, όσο και από τη μεγάλη γκάμα των επενδυτικών επιλογών που προσφέρονται, έχουν καταστήσει την προσέλκυση κεφαλαίων από το εξωτερικό πρωταρχική μέριμνα των τραπεζών και ιδιαιτέρως των τμημάτων P.B.

Ο private banker αποτελεί για τον Έλληνα κεφαλαιούχο:

α) Τον ειδικό προσωπικό τραπεζικό σύμβουλο με τον οποίο θα συζητήσει τους στόχους του και το μέλλον των κεφαλαίων του.

β) Τον ειδικό τραπεζικό σύμβουλο-διαχειριστή των κεφαλαίων του, ο οποίος ανάλογα με την αρχική συμφωνία, θα αποφασίζει είτε μόνος, είτε σε συννεύση για τις αλλαγές που θα γίνονται στο χαρτοφυλάκιο του κεφαλαιούχου.

γ) Τον ειδικό τραπεζικό σύμβουλο που θα παρακολουθεί ανελλιπώς και για λογαριασμό του κεφαλαιούχου τις εξελίξεις στην ελληνική και τη διεθνή αγορά και θα πράττει ανάλογα.

δ) Τον ειδικό προσωπικό σύμβουλο που θα βρίσκεται κάθε στιγμή στο τηλέφωνο, προκειμένου να συζητήσει με τον κεφαλαιούχο και την τελευταία λεπτομέρεια μίας συναλλαγής που πρέπει να γίνει.

Ανάπτυξη του private banking στην Ελλάδα-Προοπτικές.

Το private banking στη χώρα μας έχει μία από τις μικρότερες ιστορίες στο διεθνή χώρο αφού η ηλικία του δεν ξεπερνά τα πέντε χρόνια. Η άνθησή του όμως μέσα σε αυτό το μικρό σχετικό διάστημα, υποδεικνύει το ισχυρό δυναμικό αυτής της μικρής τραπεζικής υπόθεσης.

Το P.B. εμφανίστηκε στην Ελλάδα στις αρχές του 1989 για να προσφέρει σύγχρονες χρηματοοικονομικές και επενδυτικές υπηρεσίες σε επίλεκτους πελάτες των τραπεζών. Μέσα στα 5 χρόνια λειτουργίας του στην Ελλάδα τα τμήματα P.B. τελειοποιούν διαρκώς την υποδομή τους, αναπτύσσονται και προωθούν την εξειδίκευση των στελεχών τους σε βαθμό που τα έχει σήμερα

καταστήσει εφάμιλλα με τα διεθνή τμήματα διαχείρισης ιδιωτικών περιουσιών.

Πάντως σχετικά μικρός αριθμός Ελλήνων κεφαλαιούχων απολαμβάνει ήδη τις υπηρεσίες του P.B. μέσω ορισμένων υποκαταστημάτων ξένων τραπεζών και ελληνικών ιδιωτικών. Αυτό συμβαίνει γιατί η ταχύτητα με την οποία γίνεται η προσπάθεια καθιέρωσης των νέων προϊόντων, δεν επιτρέπει στους υποψήφιους χρήστες τους να τα μάθουν. Οι περισσότεροι είναι ημιμαθείς και συμπεριφέρονται ανάλογα. Σιγά-σιγά όμως αυξάνεται ο αριθμός εκείνων που χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες του P.B.

Στην επικείμενη καθιέρωση του θεσμού του P.B. υπάρχουν και διατυπώνονται αρκετές επιφυλάξεις, οι οποίες δεν έχουν σχέση με το ερώτημα "ναι ή όχι στο P.B.". Αφορούν κυρίως τις επιφυλάξεις που διατυπώνονται στις διαδικασίες και κυρίως στο κατά πόσο το νομικό πλαίσιο περί τραπεζικών εργασιών έχει πλήρως διευκρινισμένους τους όρους των συναλλαγών. Π.χ. αναφέρουμε το θέμα των *repos*: "Τι είδους P.B. μπορεί να υπάρξει όταν τη μία ημέρα τα *repos* φορολογούνται με τροπολογία που κατατίθεται στη Βουλή και την άλλη δεν φορολογούνται αφού η τροπολογία αποσύρεται".

Η ελληνική αγορά έχει την ανάγκη της καθιέρωσης του P.B. αλλά θα πρέπει να απαλλαγεί από τις κρατικές αποφάσεις, που καθορίζουν σημαντικούς όρους λειτουργίας της. Θα πρέπει να γίνουν σαφείς και χωρίς "παράθυρα" οι όροι του παιχνιδιού που αφορούν τις συναλλαγές με συνάλλαγμα. Οι προοπτικές λοιπόν για τον ελληνικό P.B. διαγράφονται αρκετά ευοίωνες, εφ' όσον σταθεροποιηθεί το οικονομικό-επενδυτικό περιβάλλον, ολοκληρωθεί ουσιαστικά η απελευθέρωση κεφαλαίων και εκλείψουν ορισμένες διαδικασίες, όπως οι γραφειοκρατικές, που δυστυχώς χαρακτηρίζουν τον ελληνικό χώρο, και δυσχεραίνουν τις επενδυτικές κινήσεις.

Πρέπει εδώ να σημειωθεί ότι μέχρι τώρα οι ξένες τράπεζες έχουν κάποιο συγκριτικό πλεονέκτημα σε σχέση με τις

ελληνικές, αλλά καθώς το σύστημα των συναλλαγών απελευθερώνεται, οι ελληνικές τράπεζες θα κερδίσουν σημαντικούς πόντους στον ανταγωνισμό. Αναμένεται ότι οι τράπεζες θα στηρίξουν το νέο προϊόν στην εργασία τους και ο ανταγωνισμός θα γίνει μεγάλος, καθώς είναι δεδομένο ότι για το προϊόν αυτό οι τράπεζες είναι εκείνες που θα "κυνηγήσουν τον πελάτη. Φυσικά θα κερδίσουν αυτές που θα προσφέρουν, την καλύτερη, την πιο οργανωμένη και την αποδοτικότερη εξυπηρέτηση. Στα πλαίσια του ανταγωνισμού δεν αποκλείεται η παροχή "εξιτρά" παροχών στον πελάτη. Πάντως ο πελάτης βγαίνει κερδισμένος, γιατί ο αναμενόμενος ανταγωνισμός έχει σαν αποτέλεσμα την προσφορά έχει σαν αποτέλεσμα την προσφορά υψηλής ποιότητας P.B. σε προσιτές τιμές.

Παραδείγματα τραπεζών με τμήματα P.B.

Παραθέτουμε σαν παραδείγματα το P.B. τριών ελληνικών τραπεζών:

1. XIOS BANK

Τον Απρίλιο του 1991, η Τράπεζα Χίου προχώρησε στη δημιουργία τμήματος P.B., το οποίο έχει σαν σκοπό την προσφορά σύγχρονων χρηματοοικονομικών και επενδυτικών υπηρεσιών στην Ελλάδα και το εξωτερικό σε πελάτες που διαθέτουν τουλάχιστον 30 εκατ. δρχ.

Το 1992 το P.B. της XIOS BANK είχε 60 πελάτες και διαχειριζόταν περίπου 6,5 δις δρχ. και το 1994 διαχειριζόταν 15 δις.

Η ΧΙΟΣ BANK συνεργάζεται με την Oppenheimer & Co Ink για τη χάραξη σωστής και αποδοτικής επενδυτικής στρατηγικής στις αγορές του εξωτερικού.

2. INTERBANK

Στην Interbank η οποία είναι συμμετοχική τράπεζα μεταξύ της Banque Worms/Paris και της Interamerican Group of Companies προσφέρονται και τα δύο είδη του Ρ.Β. (εγχώριο και διεθνές). Η Banque Worms εξειδικεύεται στο Ρ.Β. όχι μόνο στη Γαλλία, αλλά μέσω του διεθνούς δικτύου της σε όλες της χρηματαγορές και ιδιαίτερα στην Ελβετία. Έτσι οι πελάτες της Interbank έχουν δυνατότητα επιλογής τόσο εγχώριων όσο και διεθνών τραπεζικών προϊόντων καθώς επίσης και των προϊόντων του ομίλου της Interamerican όπως αμοιβαία κεφάλαια, ασφάλειες κ.λπ. Στην Interbank προσφέρεται στον πελάτη μαζί με τη διαχείριση των κεφαλαίων του, ενημέρωση και γνώση γύρω από διεθνείς οικονομικές εξελίξεις και συμβουλές που αφορούν τις δικές τους εξειδικευμένες ανάγκες.

3. ΤΡΑΠΕΖΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Το τμήμα Ρ.Β. της Τράπεζας Εργασίας δημιουργήθηκε το καλοκαίρι του 1992. Έχει ιδιαίτερη σημασία για την τράπεζα ο συνδυασμός της λειτουργίας του Ρ.Β. με τη λειτουργία του καταστήματος της τράπεζας στο Λονδίνο, καθώς και απαραίτητη παρουσία ανθρώπου του Ρ.Β. εκεί, προκειμένου να έχει άριστη εξυπηρέτηση των πελατών της στην Ελλάδα. Η συνεργασία της Τράπεζας Εργασίας με εξειδικευμένα διεθνή ιδρύματα συνδυάζεται με τις υπηρεσίες-πληροφορίες που υπάρχουν από την επίσης συνεργαζόμενη επενδυτική εταιρεία "Πρόοδος".

Πάγιες εντολές.

Μία καινούργια υπηρεσία είναι οι πάγιες εντολές που δίνει στην τράπεζα ο πελάτης και του παρέχουν τη δυνατότητα να εξοφλεί αυτόματα τους λογαριασμούς του στην ημερομηνία λήξεώς τους, με χρέωση του τραπεζικού λογαριασμού του.

Οι πάγιες εντολές ισχύουν για λογαριασμούς ΟΤΕ, ΔΕΗ, ΕΥΔΑΠ, ασφαλιστικών ή πιστωτικών καρτών. Η τράπεζα πληρώνει το λογαριασμό του πελάτη και του αποστέλλεται ο λογαριασμός με την ένδειξη 'Λογαριασμός εξοφλούμενος μέσω τράπεζης'. Μία τράπεζα που παρέχει τέτοιου είδους εξυπηρέτηση είναι η Τράπεζα Πίστεως.

Αμοιβαία Κεφάλαια

Ορισμός.

Τα Αμοιβαία Κεφάλαια (Α/Κ) είναι μία κοινή περιουσία που δημιουργείται από τη συμμετοχή πολλών επενδυτών, των μεριδιούχων, οι οποίοι συνενώνουν την επενδυτική τους δύναμη, επιτυγχάνοντας έτσι αξιοποίηση επενδυτικών ευκαιριών που δεν είναι προσιτές στον μεμονωμένο επενδυτή. Το σύνολο της κοινής περιουσίας των Α/Κ που ονομάζεται Ενεργητικό, διαιρείται σε μερίδια ή τμή των οποίων αντικατοπτρίζει καθημερινά την αξία των συνολικών τοποθετήσεων. Το Ενεργητικό ανήκει σε όλους τους επενδυτές του Α/Κ ανάλογα με τον αριθμό των μεριδίων του καθενός.

Ο θεσμός των Α/Κ στην Ελλάδα.

Στην Ελλάδα τα πρώτα Αμοιβαία Κεφάλαια εμφανίστηκαν στην αρχή της δεκαετίας του 1970, χωρίς όμως αυτό το νέο προϊόν να προσελκύσει το ενδιαφέρον του επενδυτικού κοινού. Το οικονομικό και νομοθετικό πλαίσιο της ελληνικής αγοράς κατά την περίοδο αυτή (δεκαετίες 1970 και 1980) δεν επέτρεψαν στο θεσμό των Α/Κ ν' αναπτυχθεί με τους ρυθμούς ανάπτυξης που γνώριζε ο θεσμός αυτός εκείνη την εποχή σε άλλες χώρες.

Από το 1989 παρατηρούμε να εκδηλώνεται ένα ενδιαφέρον για το θεσμό κυρίως από τις ασφαλιστικές εταιρείες και τις τράπεζες, ιδρύοντας θυγατρικές εταιρείες διαχείρισης Α/Κ. Οι παραπάνω οργανισμοί προβλέποντας τις εξελίξεις, επιδιώκουν να ανταποκριθούν στις μελλοντικές απαιτήσεις της αγοράς και των πελατών τους:

- Για τις ασφαλιστικές εταιρείες, απάντηση στο πρόβλημα για καλύτερη διαχείριση των αποθεματικών τους και συνδυασμό ασφαλιστικών και επενδυτικών προϊόντων.

- Για τις τράπεζες, απάντηση στο πρόβλημα της διαφαινόμενης μετατόπισης της αποταμίευσης και της διεύρυνσης των προσφερόμενων προϊόντων.

Την τελευταία πενταετία παρατηρούμε λοιπόν μία ανάπτυξη του θεσμού με τη δημιουργία αρκετών Α/Κ διαφόρων τύπων και με το υπό διαχείριση συνολικό ενεργητικό ν' ανέρχεται στα 900 δισ. δρχ. Η ανάπτυξη αυτή δεν μπορεί παρά να θεωρηθεί ικανοποιητική και οφείλεται στους εξής κυρίως λόγους:

- Στην ανάπτυξη της ελληνικής κεφαλαιαγοράς και στο ενδιαφέρον των ξένων που επιδεικνύουν γι' αυτή.

- Στην τόνωση της χρηματαγοράς με τη συμμετοχή όλο και περισσότερων τραπεζών.

- Στην απελευθέρωση του τραπεζικού συστήματος.

- Στην απελευθέρωση της κίνησης κεφαλαίων.

- Στην προσπάθεια εναρμόνισης του νομοθετικού πλαισίου που διέπει το θεσμό με αυτόν της ΕΟΚ.

Ωστόσο θεωρούμε ότι σήμερα ο θεσμός των Α/Κ στην Ελλάδα βρίσκεται στην αρχική φάση της ανάπτυξής του και ότι τα επόμενα χρόνια οι ρυθμοί ανάπτυξης θα είναι περισσότερο εντυπωσιακοί σε όλα τα μεγέθη, όπως ενεργητικό, αριθμός Α/Κ, αποδόσεις κ.λπ.

Η αισιοδοξία αυτή βασίζεται στους εξής λόγους:

- Η ανάπτυξη της ελληνικής κεφαλαιαγοράς θα συνεχιστεί με γρηγότερους ρυθμούς και αυτό διότι οι καιροί το απαιτούν.

- Οι επενδυτικές ανάγκες του αποταμιευτικού κοινού διευρύνονται και οι απαιτήσεις για περισσότερο εξειδικευμένα προϊόντα μεγαλώνουν.

- Η ελληνική αγορά των Α/Κ αποκτά την απαραίτητη τεχνογνωσία και εμπειρία και μόνο κορεσμένα από τέτοιου είδους προϊόντα δεν μπορεί να θεωρηθεί.

- Το σύνολο του ενεργητικού που διαχειρίζονται τα Α/Κ επί του συνόλου της αποταμίευσης θεωρείται ως ποσοστό αρκετά μικρό σε σύγκριση με χώρες με τη ίδια οικονομική ανάπτυξη.

- Η ιδέα της επαγγελματικής διαχείρισης των κεφαλαίων αποκτά καθημερινά όλο και περισσότερο έδαφος.

Δεδομένων των δυνατοτήτων της ελληνικής αγοράς και των προοπτικών που υπάρχουν εναπόκεινται πλέον στις εταιρείες διαχείρισης, στο πλαίσιο ενός υγιούς ανταγωνισμού, να συμβάλλουν τα μέγιστα για την περαιτέρω ανάπτυξη του θεσμού με:

- Την ποιότητα στη διαχείριση.

- Την εξειδίκευση των προσφερομένων προϊόντων.

- Την αναποτελεσματικότητα και φερεγγυότητα του δικτύου πώλησης μεριδίων μέσω της συνεχούς επιμόρφωσής του.

Το μεγαλύτερο ποσοστό της αγοράς των Α/Κ, περίπου 71%, καλύπτεται από Α/Κ που ανήκουν σε τραπεζικούς ομίλους, το υπόλοιπο 29% αφορά Α/Κ ασφαλιστικών εταιρειών. Η διαφορά αυτή έχει να κάνει κυρίως με την ολοκληρωμένη εικόνα που παρέχουν στο κοινό οι τραπεζικοί οργανισμοί σε σχέση με τις ασφαλιστικές εταιρείες.

Το ευρύ κοινό παρουσιάζει κάποια σχετική άγνοια σε σχέση με τα Α/Κ αλλά με συνεχή ενημέρωση και διαφήμιση από την πλευρά των τραπεζών η άγνοια αυτή αντιμετωπίζεται. Πάντως το ποσοστό των ιδιωτικών επενδύσεων στην Ελλάδα σε σχέση με τα Α/Κ είναι ακόμα μικρό σε σύγκριση με τα υπόλοιπα κράτη της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Είδη Α/Κ στη Ελλάδα και πλεονεκτήματά τους.

Τα ελληνικά Α/Κ έχουν διαφοροποιηθεί προσπαθώντας να καλύψουν διαφορετικές επενδυτικές ανάγκες και απαιτήσεις.

Έτσι στην Ελλάδα έχουν παρουσιαστεί πέντε ειδών Α/Κ:

α) Αναπτυξιακά, τα οποία επενδύουν τα διαθέσιμά τους κυρίως σε μετοχές.

β) Εισοδήματος, τα οποία επενδύουν το μεγαλύτερο τμήμα του χαρτοφυλακίου τους σε επενδυτικά προϊόντα σταθερού εισοδήματος π.χ. ομολογιακούς τίτλους, έντοκα γραμμάτια κ.λπ.

γ) Μικτά, τα οποία συνδυάζουν επενδύσεις σε μετοχές και σε επενδυτικά προϊόντα σταθερού εισοδήματος σύμφωνα με την επιλεγόμενη κατά καιρούς στρατηγική. Τα μικτά Α/Κ απευθύνονται σε επενδυτές που επιθυμούν τοποθετήσεις με μεγαλύτερο ρίσκο αλλά και μεγαλύτερη αναμενόμενη απόδοση.

δ) Διεθνή, τα οποία επενδύουν σε τίτλους του εξωτερικού, και τα οποία διακρίνονται με τη σειρά τους σε αναπτυξιακά, εισοδήματος και μικτά.

ε) Διαχείρησης Διαθεσίμων τα οποία επενδύουν σε βραχυπρόθεσμα επενδυτικά προϊόντα π.χ. έντοκα γραμμάτια, *repos*.

Τα τελευταία δύο χρόνια το ύψος των κεφαλαίων που διαχειρίζονται οι ΑΕΔΑΚ (Ανώνυμες Εταιρείες Διαχείρησης Αμοιβαίων Κεφαλαίων) έχει αυξηθεί σημαντικά και με προοπτικές διεύρυνσης.

Αυτή η αισιόδοξη εκτίμηση πηγάζει από:

α) την εμπειρία άλλων χωρών της Ευρώπης αλλά και της Αμερικής

β) την κατά το παρελθόν καλύτερη απόδοση των Α/Κ σε σχέση με συγκρίσιμες μορφές επενδύσεων.

γ) ένα σύνολο πλεονεκτημάτων που συγκεντρώνουν τα Α/Κ σε σχέση με τις εναλλακτικές μορφές επενδύσεων, τα οποία αναφέρονται παρακάτω:

1. Μέγεθος των συνολικών κεφαλαίων-χαμηλότερο κόστος διαχείρησης: η συγκέντρωση μεγάλου ύψους κεφαλαίων από τις εταιρείες διαχείρησης χαρτοφυλακίου παρέχει τη δυνατότητα διαπραγμάτευσης ευνοϊκότερων όρων προμηθειών, αλλά και αποδόσεων από τους αντίστοιχους που μπορεί να επιτύχουν μεμονωμένοι επενδυτές.

2. Επιστημονική και επαγγελματική διαχείρηση: η διαχείρηση των κεφαλαίων γίνεται με βάση τις αποφάσεις που λαμβάνει η επενδυτική επιτροπή Α/Κ η οποία αποτελείται από στελέχη που έχουν σημαντική πείρα στη διαχείρηση χαρτοφυλακίων και που ενημερώνονται συνεχώς με τις τελευταίες επιστημονικές έρευνες, αναφορικά με τις διαδικασίες διαχείρησης χαρτοφυλακίων προκειμένου να είναι όσο το δυνατό πιο επιτυχημένα στο έργο τους.

3. Διασπορά του κινδύνου: οι επενδύσεις των Α/Κ κατανέμονται σε πλειάδα τίτλων στην Ελλάδα και το εξωτερικό, μειώνοντας έτσι το συνολικό κίνδυνο από αρνητικές μεταβολές που τυχόν παρουσιαστούν σε ορισμένους από αυτούς τους

τίτλους. Η ελαχιστοποίηση του επενδυτικού κινδύνου που επιτυγχάνεται, δεν μπορεί να επιτευχθεί από τους πιο πολλούς ιδιώτες επενδυτές.

4. Απλοποίηση της επενδυτικής διαδικασίας: κάθε μέτοχος της εταιρείας επενδύσεων χαρτοφυλακίου, σε σχέση με ένα μεμονωμένο επενδυτή, αποφεύγει διάφορες χρονοβόρες διαδικασίες και το κόστος που αυτές συνεπάγονται όπως:

α) τη συνεχή ενημέρωση για τους τίτλους μετοχών του χαρτοφυλακίου του σχετικά με τις τιμές, τα μερίσματα, τη διανομή δωρεάν μετοχών, τις αυξήσεις του μετοχικού κεφαλαίου κ.λπ.

β) την είσπραξη μερισμάτων και τόκων

γ) τη συνεχή επαφή με χρηματιστηριακά γραφεία και τράπεζες για τις αγοραπωλησίες των τίτλων, ενημέρωση κ.λπ.

δ) την τήρηση ενός στοιχειώδους αρχείου αγορών, πωλήσεων, προμηθειών και γενικά εισροών και εκροών και τίτλων.

ε) Real time πρόσβαση σε αξιόπιστες πληροφορίες: οι εταιρείες επενδύσεων συνδέονται με ελληνικά και διεθνή δίκτυα παροχής πληροφοριών από τα οποία ενημερώνονται άμεσα για τις εξελίξεις, και έχουν τη δυνατότητα αντίδρασης σε απότομες αλλαγές στο χρηματιστήριο και γενικότερα στην κεφαλαιαγορά.

6) Ήμεση ρευστότητα: τα μερίδια των Α/Κ είναι άμεσα ρευστοποιήσιμα

7. Πλήρης ενημέρωση και διαφάνεια: καθημερινά οι ημερήσιες εφημερίδες δημοσιεύουν τη συνολική αξία των Α/Κ, το συνολικό αριθμό των μεριδίων, καθώς και την καθαρή τιμή διάθεσης και την τιμή εξαγοράς. Οι ΑΕΔΑΚ στο τέλος κάθε ημερολογιακού τριμήνου, θέτουν στη διάθεση των μεριδιούχων αναλυτική κατάσταση με την διάρθρωση του χαρτοφυλακίου των Α/Κ, τα οποία διαχειρίζονται.

8. Ετήσια διανομή κερδών: κάθε έτος σημαντικό τμήμα των προσόδων των Α/Κ διανέμεται στους μεριδιούχους ως μερίσμα.

9. Επαναεπένδυση των μερισμάτων: τα μερίσματα που διανέμονται από τα Α/Κ είναι δυνατόν να επαναεπενδύονται στο τέλος κάθε έτους σε προνομιακή τιμή.

10. Έκδοση τίτλων σε κοινό λογαριασμό: ο νόμος περί Α/Κ δίνει τη δυνατότητα να αγοραστούν ονομαστικοί τίτλοι μεριδίων σε κοινό λογαριασμό με πρόσωπα της επιλογής του μεριδιούχου.

Η ανάπτυξη των Α/Κ που συντελέσθηκε μετά το 1989 βοήθησε πολύ στην προσπάθεια στην προσπάθεια εξυγίανσης και διαφάνειας της κεφαλαιαγοράς. Παρά τη δύσκολη χρηματοπιστηριακή συγκυρία που επικράτησε τα τελευταία χρόνια, τα Α/Κ γνώρισαν ιδιαίτερη άνθηση. Σ' αυτό συντέλεσε το γεγονός ότι στο επενδυτικό κοινό προσφέρθηκαν Α/Κ με διαφορετικά χαρακτηριστικά κινδύνου και απόδοσης.

Το 1992, 17 εταιρείες διαχείρισης Α/Κ διαχειριζόντουσαν 43 Α/Κ. Εκρηκτική ήταν η άνθηση που γνώρισε ο θεσμός των Α/Κ στην ελληνική αγορά των χρηματοοικονομικών προϊόντων το 1993. Οι εταιρείες διαχείρισης Α/Κ στην πλειοψηφία τους, προέβλεψαν στη δημιουργία νέων εξειδικευμένων Α/Κ προκειμένου να καλύψουν τις αυξανόμενες ανάγκες του επενδυτικού κοινού. Στη διάρκεια του 1993 δημιουργήθηκαν 31 Α/Κ και στο τέλος της χρονιάς 23 εταιρείες διαχειριζόντουσαν 73 Α/Κ. Εντυπωσιακή ήταν η άνοδος του ενεργητικού όλων των Α/Κ την περίοδο 31/12/92 έως 31/12/93. Συγκεκριμένα το καθαρό ενεργητικό της αγοράς των Α/Κ στο τέλος Δεκεμβρίου 1993 ανερχόταν σε 874 δισ. δρχ., έναντι 224 δισ. δρχ. το Δεκέμβριο του 1992. Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται αναλυτικά οι αποδόσεις των Α/Κ το 1993 ανά κατηγορία:

ΟΙ ΑΠΟΔΟΣΕΙΣ ΤΩΝ Α/Κ ΤΟ 1993 ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ

ΑΜΟΙΒΑΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ

Α/Α	ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΓΟΡΑΣ	ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΑΠΟ 1/1/93 (%)	ΕΚΚΙΝΗΣΗ
1. ΕΡΜΗΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	2.97%	28.64%	
2. CITIFUND INCOME	3.56%	25.25%	
3. ΔΕΛΦΟΙ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	2.80%	25.25%	
4. ΜΥΚΗΝΑΙ	0.25%	25.09%	
5. ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΠΙΣΤΗ ΕΙΣ.	0.29%	24.60%	
6. INTERBANK ΔΙΑΧ. ΔΙΑΘΕΣ.	3.58%	24.52%	
7. NATIONALE-NEDERLADEN	0.73%	24.46%	
8. ALPHA ΔΙΑΧ. ΔΙΑΘΕΣ.	35.73%	24.42%	
9. ALPHA ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	2.15%	24.40%	
10. INTERAMERICAN ΣΤΑΘΕΡΟ	12.79%	24.31%	
11. MIDLAND ΕΛΛΗΝ/ΝΙΚΗ ΕΙΣ	0.25%	24.21%	
12. ALLIANZ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	0.29%	24.19%	1/12/93
13. ΑΣΠΙΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	0.91%	24.21%	
14. ΔΗΛΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	10.55%	23.82%	
15. INTERNATIONAL ΕΙΣΟΔ.	0.20%	23.63%	
16. ΑΤΕ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	0.53%	23.54%	2/4/93
17. ΚΝΩΣΣΟΣ	0.82%	22.39%	
18. ΔΗΛΟΣ ΔΙΑΧ. ΔΙΑΘΕΣ.	9.23%	22.09%	15/1/93
19. HELVETIA ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	0.13%	19.92%	12/3/93
20. MIDLAND ΕΛΛΗΝ/ΝΙΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡ. ΔΙΑΘΕΣΙΜΩΝ	3.11%	19.86%	12/4/93
21. ΙΟΝΙΚΗ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	3.84%	17.44%	12/4/93
22. ALICO EUROBANK ΔΙΑΧΕΙΡ. ΔΙΑΘΕΣΙΜΩΝ	1.64%	15.99%	30/4/93
23. ΚΟΣΜΟΣ INCOME	0.05%	14.30%	4/6/93
24. ΧΙΟΣ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	0.82%	11.74%	21/6/93
25. ΔΩΡΙΚΗ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	0.17%	8.64%	16/8/93
26. METROLIFE	0.06%	8.81%	29/7/93
27. CITI ΔΙΑΧ. ΔΙΑΘΕΣ.	1.90%	5.57%	1/10/93
28. ΒΕΡΓΙΝΑ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	0.66%	4.62%	21/10/93

ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΑ ΑΜΟΙΒΑΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ

A/A	ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΓΟΡΑΣ	ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΑΠΟ 1/1/93 (%)	ΕΚΚΙΝΗΣΗ
1. MIDLAND ΕΛΛΗΝ/ΝΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟ	2.51%	66.96%	
2. ΔΗΛΟΣ BLUE CHIPS	8.30%	64.82%	
3. ΔΩΡΙΚΗ ΜΕΤΟΧΙΚΟ	5.85%	61.05%	
4. NATIONALE-NEDERLADEN ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟ	9.17%	59.87%	
5. INTERAMERICAN ΔΥΝΑΜΙΚΟ	12.68%	56.80%	
6. ΕΡΜΗΣ ΔΥΝΑΜΙΚΟ	30.68%	54.07%	
7. ΕΘΝΙΚΗ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗ	1.65%	53.46%	
8. ALPHA ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟ	17.59%	52.90%	
9. ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΠΙΣΤΗ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟ	2.82%	42.46%	
10. ΙΟΝΙΚΗ ΜΕΤΟΧΙΚΟ	3.73%	41.27%	19/3/93
11. ALICO EUROBANK ΑΝΑΠΤΥΞ.	3.25%	35.57%	12/2/93
12. ΑΤΕ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟ	1.37%	29.85%	2/4/93
13. ΟΛΥΜΠΙΑ	0.41%	29.36%	1/3/93

ΔΙΕΘΝΗ ΑΜΟΙΒΑΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ

A/A	ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΓΟΡΑΣ	ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΑΠΟ 1/1/93 (%)	ΕΚΚΙΝΗΣΗ
1. ALPHA ΔΙΕΘΝΕΣ ΜΕΤ.	2.04%	40.42%	
2. ΧΙΟΣINVEST	4.09%	39.00%	
3. ALICO EUROBANK ΔΙΕΘΝΕΣ ΜΙΚΤΟ	3.00%	34.65%	
4. ALPHA ΔΙΕΘ. ΟΜΟΛΟΓ.	33.45%	34.23%	
5. INERAMERICAN ΕΥΡΩΠ.	15.49%	24.75%	
6. ΔΗΛΟΣ ΔΙΕΘΝΕΣ	0.71%	23.63%	15/1/93
7. ALICO EUROBANK ΔΙΕΘΝΕΣ ΟΜΟΛΟΓΩΝ	19.65%	20.88%	
8. ΑΤΕ ΔΙΕΘΝΕΣ	0.30%	20.63%	
9. MIDLAND ΕΛΛΗΝ/ΝΙΚΗ ΔΙΕΘΝ. ΟΜΟΛΟΓΙΩΝ	5.98%	18.77%	
10. ΔΗΛΟΣ ΕΥΡΩΠΑΙΚΟ	0.79%	18.22%	15/1/93
11. ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΠΙΣΤΗ ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑΤΟΣ	0.28%	11.24%	2/6/93
12. ΧΙΟΣMARK	9.95%	10.57%	29/6/93
13. ΔΗΛΟΣ ΔΙΕΘ. ΟΜΟΛΟΓ.	3.64%	8.34%	5/7/93
14. ΔΩΡΙΚΗ ΔΙΕΘΝ. ΟΜΟΛΟΓ.	0.43%	2.36%	17/11/93
15. ΔΩΡΙΚΗ ΔΙΕΘΝΕΣ ΜΕΤΟΧ.	0.19%	1.60%	17/11/93

ΜΙΚΤΑ ΑΜΟΙΒΑΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ

Α/Α	ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΓΟΡΑΣ	ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΑΠΟ 1/1/93 (%)	ΕΚΚΙΝΗΣΗ
1. SCHWEIZ FUND	1.53%	54.45%	1/2/93
2. ΔΗΛΟΣ ΜΙΚΤΟ	44.79%	48.13%	
3. ΑΣΠΙΣ ΜΙΚΤΟ	2.67%	42.30%	
4. INTERAMERICAN ΕΛΛΗΝ.	35.73%	40.74%	
5. ΔΕΛΦΟΙ ΜΙΚΤΟ	4.01%	40.09%	
6. GENERALI LIFE	1.66%	35.80%	
7. ΒΕΡΓΙΝΑ ΜΙΚΤΟ	2.57%	34.80%	
8. HELVETIA ΜΙΚΤΟ	1.60%	34.62%	
9. ΚΟΣΜΟΣ INVEST	2.35%	34.56%	
10. ALLIANZ ΜΙΚΤΟ	1.10%	33.73%	
11. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	0.93%	30.23%	
12. INTERNATIONAL ΜΙΚΤΟ	1.08%	28.70%	
13. ΕΡΜΗΣ ΜΙΚΤΟ	2.48%	27.29%	

Εξελίξεις στην αγορά των Α/Κ το 1994

Η πορεία των Α/Κ μέσα στο 1994 ήταν ανοδική ιδιαίτερα σε ότι αφορά τα Αμοιβαία Κεφάλαια Εισοδήματος και Διαχείρησης Διαθεσίμων. Ο αριθμός των Α/Κ που υπάρχουν σήμερα στην ελληνική αγορά αυξήθηκε κατά 63,3%, ο αριθμός των Α/Κ το '94 ανερχόταν σε 98, τα οποία διαχειρίζονταν 17 Τραπεζικές και 8 Ασφαλιστικές ΑΕΔΑΚ. Τα κεφάλαια που επενδύθηκαν σε α/Κ όλων των τύπων το 1994 παρουσίασαν αύξηση της τάξης του 55%. Τα Α/Κ Εισοδήματος και Διαχείρησης Διαθεσίμων διπλασίασαν το ενεργητικό τους.

Προβαίνοντας σε μία σύναψη των παραγόντων που επηρέασαν τις αποδόσεις των Α/Κ, μπορούμε να πούμε ότι τα Α/Κ που επενδύουν σε μετοχές προφανώς επηρεάστηκαν από την πορεία του Χρηματιστηρίου Αθηνών. Ο χρόνος που πέρασε χαρακτηρίστηκε από την έντονη πτωτική πορεία του Γενικού Δείκτη τιμών του Χρηματιστηρίου Αθηνών με ανάλογα αποτελέσματα για τα αναπτυξιακά και μετοχικά Α/Κ.

Το γεγονός που επηρέασε τα Α/Κ σταθερού εισοδήματος και διαχείρησης διαθεσίμων ήταν η πολιτική της σκληρής δραχμής τον περασμένο Μάιο.

Η πολιτική της σκληρής δραχμής σε συνδυασμό με την πρόσκαιρη άνοδο των επιτοκίων αλλά και την πτώση των διεθνών ομολογιών οδήγησε τους επενδυτές προς τα Α/Κ διαχείρησης διαθεσίμων. Όμως η θετική στάση των επενδυτών προς τα Α/Κ σταθερού εισοδήματος και διαχείρησης διαθεσίμων κλυδωνίστηκε στο τέλος του έτους από τη μείωση των επιτοκίων και φυσικά την επιβολή φορολογίας κυρίως λόγω του ψυχολογικού φόβου που επέφερε.

Τέλος τα Α/Κ που επενδύουν σε αξίες του εξωτερικού επηρεάστηκαν από τις εξελίξεις στον ευρωπαϊκό και στο διεθνή χώρο.

Η τάση στην ελληνική κεφαλαιαγορά παρουσιάζεται ανοδική ενώ ανάλογες είναι οι εκτιμήσεις των αναλυτών για την πορεία των ευρωπαϊκών κεφαλαιαγορών.

Παραδείγματα ΑΕΔΑΚ ελληνικών τραπεζών

ΑΕΔΑΚ Ιονικής Τράπεζας

Η Ιονική Τράπεζα στην προσπάθειά της να προσφέρει ένα ευρύτερο φάσμα επενδυτικών προϊόντων και να ικανοποιήσει τις απαιτήσεις των πελατών της ίδρυσε σε συνεργασία με την Ιονική Finance τον Φεβρουάριο του 1993 την Ιονική ΑΕ Διαχείρισης Α/Κ που αποκλειστικό σκοπό έχει τη διαχείριση Α/Κ. Η φιλοσοφία της Ιονικής ΑΕΔΑΚ βασίζεται στην επιστημονική προσέγγιση της διαδικασίας διαχείρισης κεφαλαίων μαζί με υπεύθυνη επιλογή των επενδύσεων με μακροπρόθεσμο χρονικό ορίζοντα.

Αναλυτικότερα τα Α/Κ της Ιονικής είναι:

α) Ιονική Εισοδήματος: τα διαθέσιμα κεφάλαιά του επενδύονται αποκλειστικά σε επιλεγμένους δραχμικούς τίτλους (ομόλογα Ελληνικού Δημοσίου, γeros κ.λπ.) έτσι ώστε να επιτυγχάνεται η δημιουργία μια ευέλικτης επενδυτικής λύσης που θα εκμεταλλεύεται την ελληνική αγορά επιτοκίων. Απευθύνονται σε επενδυτές που δεν θέλουν να αναλάβουν επενδυτικό κίνδυνο και που ταυτόχρονα επιθυμούν να εξασφαλίσουν όσο το δυνατόν μεγαλύτερη απόδοση.

β) Ιονική Μετοχικό: τα διαθέσιμά του επενδύονται σε ένα χαρτοφυλάκιο επιλεγμένων ελληνικών μετοχών εισηγμένων στο χρηματιστήριο Αθηνών. Απευθύνεται σε επενδυτές που είναι διατεθειμένοι να αναλάβουν το βραχυπρόθεσμο κίνδυνο επένδυσης σε μετοχικούς τίτλους, προβλέποντας σε μεγαλύτερη μακροπρόθεσμα αναμενόμενη απόδοση.

γ) Ιονικά Διαχείρησης Διαθεσίμων: τα διαθέσιμά του επενδύονται αποκλειστικά σε βραχυπρόθεσμους τίτλους σταθερού εισοδήματος προσφέροντας ένα εναλλακτικό επενδυτικό ποσό για εταιρείες ή ιδιώτες που αποσκοπούν σε βραχυπρόθεσμη διαχείρηση.

δ) Ιονική Διεθνές Ομολογιών: τα διαθέσιμα κεφάλαιά του τοποθετούνται σε ομολογιακούς τίτλους κρατών, διεθνών οργανισμών και εταιρειών με υψηλό δείκτη φερεγγυότητας. Σύμβουλος επενδύσεων του Α/Κ Ιονική Διεθνές Ομολογιών έχει οριστεί η Credit Suisse First Boston Investment Management η οποία είναι θυγατρική εταιρεία της δεύτερης μεγαλύτερης Ελβετικής τράπεζας.

Επίσης στις αρχές Απριλίου του 1996 έγινε στο Παρίσι η επίσημη παρουσίαση των δύο νέων Α/Κ που συγκρότησε η Ιονική Τράπεζα με στόχο τις αγορές του εξωτερικού. Ουσιαστικά είναι μία προσπάθεια διεθνοποίησης, με την πώληση μεριδίων στο εξωτερικό, της ελληνικής κεφαλαιαγοράς και χρηματαγοράς. Τα Ευρωελληνικά Α/Κ της Ιονικής παρέχουν επίσης την ευκαιρία σε ξένους επενδυτές να γνωρίσουν την ελληνική αγορά. Τα καινούργια Α/Κ χωρίζονται σε δύο είδη:

α) Το Ευρωελληνικό Ομολογιών που θα τοποθετείται σε τίτλους του Δημοσίου και σε ομολογίες εταιρειών.

β) Το Ευρωελληνικό Μετοχών που θα έχει ως στόχο τη μεγιστοποίηση των αποδόσεων από τοποθετήσεις στο ελληνικό χρηματιστήριο.

Διεθνική ΑΕΔΑΚ

Η Διεθνική Εταιρεία Διαχείρησης Αμοιβαίων Κεφαλαίων Α.Ε. που ανήκει στο συγκρότημα της Εθνικής Τράπεζας, είναι η πρώτη εταιρεία διαχείρησης Α/Κ. Ιδρύθηκε το 1972 με πρωτοβουλία της ΕΤΕΒΑ σε συνεργασία με την Deutsche Bank. Οι ιδρυτές προβλεποντας το ρόλο που θα έπαιζε το ελληνικό

χρηματιστήριο στη διαδικασία ανάπτυξης της χώρας, απέβλεπαν με τη δημιουργία της Διεθνικής στην ανάπτυξη των πολύπλευρων εργασιών που εμφανίζονται με την ανάπτυξη της κεφαλαιαγοράς.

Το 1973 η Διεθνική με βάση το Ν.Δ. 608/70 ίδρυσε το πρώτο Α/Κ, με την επωνυμία "Δήλος", το οποίο αναπτύχθηκε και αποτελεί ένα από τα μεγαλύτερα της χώρας. Ο επενδυτικός λογαριασμός "Δήλος" παρέχει τη δυνατότητα:

- της άμεσης προσαρμογής του επενδυτικού προγράμματος
- ενημέρωση για οποιαδήποτε μεταβολή
- αυτόματη ρευστοποίηση των μεριδίων και πίστωση του τραπεζικού λογαριασμού του επενδυτή

Τα Α/Κ της Διεθνικής έχουν τα εξής είδη:

α) Διαχείρισης Διαθεσίμων: επενδύει σε γeros και γενικότερα στην αγορά χρήματος καθώς και σε ομόλογα.

β) Εισοδήματος: επενδύει αποκλειστικά σε έντοκα γραμμάτια και ομολογίες.

γ) Διεθνών Ομολογιών: επενδύει στα αποδοτικότερα και ασφαλέστερα έντοκα γραμμάτια, ομόλογα, σε ολόκληρο τον κόσμο. Συνδέει άμεσα την επένδυση του μεριδιούχου με τα ισχυρότερα νομίσματα.

δ) Blue Chips επιλεγμένων αξιών: επενδύει στις καλύτερες μετοχές από το χρηματιστήριο Αθηνών. Ο όρος Blue Chips χαρακτηρίζει διεθνώς τις μετοχές υψηλής ποιότητας.

ε) Μικτό: συνδυάζει όλες τις εξειδικευμένες επενδύσεις των άλλων Α/Κ. Επενδύει δηλαδή ταυτόχρονα σε μετοχές, σε τίτλους σταθερής απόδοσης και γeros διαμορφώνοντας μεταξύ αυτών τις αποδοτικότερες αναλογίες, ανάλογα με τις εκάστοτε επικρατούσες συνθήκες.

στ) Ευρωπαϊκό: επενδύει ισορροπημένα σε επιλεγμένες μετοχές και τίτλους σταθερής απόδοσης, αξιοποιώντας τα συγκριτικά πλεονεκτήματα κάθε Ευρωπαϊκής χώρας.

Ω Διεθνές: επενδύει σε ένα ευρύ φάσμα μετοχών και ομολόγων από όλο τον κόσμο διαθέτοντας την κατάλληλη ευελιξία ώστε να προσαρμόζεται ταχύτατα στις νέες συνθήκες που διαμορφώνονται συνεχώς.

Ερμής ΑΕΔΑΚ

Η Ερμής ΑΕΔΑΚ συστήθηκε από την Εμπορική Τράπεζα για τη διαχείριση των Α/Κ, το 1972 δημιουργώντας το πρώτο Α/Κ τον "Ερμή". Σήμερα η εταιρεία ακολουθώντας τη ραγδαία εξέλιξη του κλάδου των Αμοιβαίων Κεφαλαίων, δημιούργησε τη δική της "οικογένεια" προκειμένου να καλύψει τις ανάγκες των επενδυτών.

Διαθέτει τα εξής Α/Κ:

α) Ερμής Δυναμικό που απευθύνεται σε επενδυτές που επιθυμούν να έχουν έντονη παρουσία στη χρηματιστηριακή αγορά. Γι' αυτό και τα διαθέσιμα κεφάλαιά του επενδύονται κυρίως σε μετοχές υψηλής ποιότητας και απόδοσης, στην Ελλάδα και το εξωτερικό, και ένα μικρό ποσοστό σε κινητές αξίες σταθερού εισοδήματος.

β) Ερμής Μικτό που απευθύνεται σε επενδυτές που επιθυμούν να έχουν ισορροπημένη παρουσία στη χρηματιστηριακή αγορά αφού τα διαθέσιμα κεφάλαιά του επενδύονται τόσο σε τίτλους σταθερού εισοδήματος, όσο και σε μετοχές υψηλής ποιότητας κυρίως στην ελληνική αγορά και δευτερευόντως στις διεθνείς αγορές.

γ) Ερμής Εισοδήματος που απευθύνεται σε επενδυτές που επιθυμούν να έχουν όσο το δυνατό σταθερή απόδοση των επενδεδυμένων κεφαλαίων τους, αφού τα διαθέσιμα κεφάλαιά του επενδύονται κυρίως σε τίτλους σταθερού εισοδήματος με στόχο την επίτευξη υψηλότερων αποδόσεων από αυτούς, διατηρώντας τον ίδιο βαθμό ασφάλειας.

REPOS-Συμφωνίες επαναγοράς

Η εισαγωγή ενός νέου επενδυτικού μέσου

Μια ιδιαίτερα ελκυστική μορφή επένδυσης που έκανε την μορφή του στην αγορά το 1989 είναι τα repos (Repurchase Agreement) ή συμφωνίες επαναγοράς. Τα repos έδωσαν πολύ υψηλές αποδόσεις, οι οποίες συνήθως ήταν υψηλότερες από οποιαδήποτε άλλη εναλλακτική επένδυση.

Οι συμφωνίες επαναγοράς συνάπτονται μεταξύ των τραπεζών και των επενδυτών και προβλέπουν την πώληση τίτλων σταθερού εισοδήματος από την τράπεζα στον επενδυτή και την ταυτόχρονη συμφωνία επαναγοράς τους από την τράπεζα ύστερα από συγκεκριμένο χρονικό διάστημα σε μία συγκεκριμένη τιμή αγοράς. Η διαφορά μεταξύ της αρχικής τιμής πώλησης και της υψηλότερης τιμής αγοράς είναι η απόδοση των repos. Η απόδοσή τους είναι συνήθως 2-3% χαμηλότερη από το επιτόκιο της διατραπεζικής αγοράς και είναι διαπραγματεύσιμη. Το ακριβές ύψος της απόδοσης εξαρτάται από την καθημερινή ρευστότητα κάθε τράπεζας.

Η ίδια περίπου διαδικασία πραγματοποιείται και με την Τράπεζα της Ελλάδος και με τις εμπορικές τράπεζες. Συμφωνεί δηλαδή μαζί τους να τους αγοράσει έντοκα γραμμάτια (απ' αυτά που έχουν στο καρτοφυλάκιό τους) για καθορισμένο χρονικό διάστημα, με τη δέσμευση όμως οι τράπεζες να τα επαναγοράσουν σε συγκεκριμένη προθεσμία. Η τιμή αγοράς (από την Κ.Τ.) και επαναγοράς (από τις εμπορικές τράπεζες) δεν είναι ίδια.

Στην φάση της αγοράς η τιμή καθορίζεται από την Τ.Ε και είναι ίδια για όλες τις τράπεζες. Στην φάση όμως της επαναγοράς η Τ.Ε καθορίζει μια ελάχιστη τιμή και στη συνέχεια γίνεται πλησιάζοντας. Η τράπεζα που προσφέρει την καλύτερη τιμή αγοράζει πρώτη (τις ποσότητες που δηλώνει) και στη συνέχεια αγοράζουν οι υπόλοιπες ανάλογα με την τιμή και τα

ποσά που δηλώνουν. Αυξομειώνοντας τις τιμές η Κ.Τ ελέγχει τη μάζα του κυκλοφορούντος χρήματος. Υπάρχει και η αντίστροφη τεχνική όπου η Τ.Ε πουλάει στις εμπορικές τράπεζες με συμφωνία επαναγοράς τους ύστερα από κάποιο χρονικό διάστημα.

Η ανάπτυξη και το μέλλον της αγοράς των γeros

Τα γeros στο μικρό χρονικό διάστημα κατά το οποίο υπάρχουν στην ελληνική αγορά, γνώρισαν τεράστια επιτυχία. Συγκεκριμένα ενώ το 1989 δεν υπήρχαν καθόλου γeros, το 1990 η αξία τους έφτασε τα 48,5 δισ. δρχ., το 1991 τα 420,9 δισ. δρχ., το 1992 τα 977 δισ. δρχ. και το 1993 το 1,9 τρισ. δρχ.

Ο λόγος της τόσο μεγάλης επιτυχίας αυτού του χρηματικού μέσου, έγκειται πρώτα στη φορολόγησή τους (μέχρι το 1995 που φορολογήθηκαν τελικά) αντίθετα με τις τραπεζικές καταθέσεις και δεύτερον στις αρκετά υψηλές αποδόσεις τους. Επίσης η ευελιξία του προσδιορισμού της χρονικής διάρκειας των γeros σε ελεύθερα διαστήματα από 1 ημέρα έως 5 χρόνια, σε συνδυασμό με τα παραπάνω, οδήγησαν στη συγκέντρωση της προτίμησης του κοινού.

Η υψηλή ανταγωνιστικότητα του προϊόντος αυτού εξασφάλισε αποδόσεις μεγαλύτερες και από τις απ' ευθείας εκδόσεις των ΕΓΕΔ της πρωτογενούς αγοράς. Η πολύ μεγάλη επιτυχία τους οδηγεί στο συμπέρασμα ότι υπάρχουν οι δυνατότητες ανάπτυξης της δευτερογενούς αγοράς των τίτλων δημοσίου.

Η κατανομή των μεριδίων της αγοράς των Repos μεταξύ των ελληνικών τραπεζών

Οι συμφωνίες επαναγοράς ομολόγων ήταν "κυρίαρχοι" της τραπεζικής αγοράς μέχρι και για ολόκληρο το 1993 που εξακολουθούσαν να είναι μη φορολογήσιμες. Παρά το γεγονός της μείωσης των αποδόσεών τους, τα repos αποτέλεσαν το ισχυρότερο όπλο που είχαν στη διάθεσή τους οι εμπορικές τράπεζες της χώρας μέχρι να συγκρατήσουν μέρος της διαρροής των καταθέσεων ταμειευτηρίου.

Οι μεγάλες εμπορικές τράπεζες πέτυχαν να υπερδιπλασιάσουν μέσα σε ένα χρόνο τα ποσά των repos. Π.χ. η Τράπεζα Πίστεως παρουσίασε αύξηση που υπερβαίνει το 190% και η Ιονική Τράπεζα το 130%, ενώ οι καταθέσεις των ιδιωτών και στις δύο τράπεζες αυξήθηκαν με ρυθμούς χαμηλούς. Οι αποδόσεις των repos το 1993, ήρθαν να επισφραγίσουν την άποψη για τη σημαντική, σταθερή και συνεχή μετατόπιση αποταμιευτικών πόρων από τους παραδοσιακούς καταθετικούς λογαριασμούς σε εναλλακτικά επενδυτικά προϊόντα στο εσωτερικό των τραπεζών.

Το υπόλοιπο των repos στο τέλος Δεκεμβρίου 1992 ήταν 980 δισ. δρχ., ενώ έναν χρόνο μετά σε επτά από τις μεγαλύτερες τράπεζες της χώρας προσέγγιζαν το 1,5 τρισ. δρχ. Τη μερίδα του λέοντος από την πίτα των repos απέσπασε η Εθνική Τράπεζα με 500 δισ. δρχ. περίπου, ενώ τη δεύτερη θέση πήρε η τράπεζα Πίστεως που πέτυχε να "κλείσει" συμφωνίες επαναγοράς της τάξεως των 360 δισ. δρχ. Σε απόσταση βρέθηκε η Εμπορική Τράπεζα με 260 δισ. δρχ. και ακολούθησαν η Τράπεζα Εργασίας με 170 δισ. δρχ. περίπου και η Ιονική Τράπεζα με 165 δισ. δρχ. περίπου.

Παρουσία στην αγορά των repos είχαν και δύο τράπεζες (Αγροτική και Εθνική Κτηματική) που παραδοσιακά συγκαταλέγονται στην πρώτη πεντάδα των ελληνικών τραπεζών με βάση το ύψος των καταθέσεων ιδιωτών. Η Εθνική Κτηματική

συγκέντρωσε 31,5 δισ. δρχ. και η Αγροτική Τράπεζα άλλα 30 δισ. δρχ. σημειώνοντας σημαντική αύξηση σε σχέση με τα ποσά που είχε συγκεντρώσει το 1992. Βλέπουμε ότι το νέο χρηματοοικονομικό μέσο που είχαν στη διάθεσή τους οι επενδυτές κατόρθωσε να αλλάξει τις ενδοτραπεζικές ισοροπίες, ενώ δεν έγινε το ίδιο με τις "καθαρές" καταθέσεις των ιδιωτών που εξακολουθούν να συγκεντρώνονται στο μεγαλύτερό τους ποσοστό στις τρεις μεγάλες δημόσιες τράπεζες.

Παραδείγματα των γeros που εκδίδουν οι τράπεζες.

Εμπορική Τράπεζα

Τα γeros της Εμπορικής αφορούν τοποθετήσεις μέχρι ενός έτους με ελάχιστο ποσό επένδυσης σήμερα 5.000.000 δρχ. Τα γeros είναι ασφαλείς τίτλοι που προσφέρει η Εμπορική Τράπεζα με τη συμφωνία επαναγοράς τους στο τέλος της προθεσμίας τους. Έτσι η τοποθέτηση έχει υψηλό βαθμό ασφάλειας, ενώ η απόδοσή τους γίνεται ακόμη μεγαλύτερη καθώς οι τόκοι της ανατοκίζονται.

Τράπεζα Πίστωσης

Τα γeros της Τράπεζας Πίστωσης είναι προθεσμιακές τοποθετήσεις χρημάτων με επιτόκιο διαπραγματεύσιμο. Το ελάχιστο όριο επένδυσης κεφαλαίων σε γeros που εκδίδονται από την Τράπεζα Πίστωσης είναι 15.000.000 δρχ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΝΤΕΚΑΤΟ

ΘΥΓΑΤΡΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ

Η σύσταση θυγατρικών εταιρειών από τις ελληνικές τράπεζες.

Είναι γεγονός ότι οι μεταβολές στο διεθνές και εγχώριο πιστωτικό σύστημα δεν έχουν εξαντληθεί και γι' αυτό προβλέπεται ότι στο μέλλον θα επέλθουν ακόμη σημαντικότερες και ο ανταγωνισμός θα γίνει εντονότερος. Ήρα οι ελληνικές τράπεζες δεν θα πρέπει να εφησυχάζουν. Όλες οι ελληνικές τράπεζες δημόσιες και ιδιωτικές έχουν συνειδητοποιήσει την ανάγκη για εκσυγχρονισμό. Εντείνουν λοιπόν τις προσπάθειές τους ώστε να μπορέσουν να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις της ταχύτατα αναπτυσσόμενης αγοράς.

Η επέκταση του αριθμού των καταστημάτων και των προϊόντων που προσφέρουν, η βελτίωση της χρησιμοποιούμενης τεχνολογίας, είναι συνέπειες των νέων συνθηκών που διαμορφώθηκαν στην αγορά. Στα πλαίσια αυτού του ευρύτερου εκσυγχρονισμού που επέβαλλε ο ανταγωνισμός, εντάχθηκε και η δραστηριότητα των τραπεζών και στον τομέα των θυγατρικών.

Διαφαίνεται ότι και διεθνώς η τάση είναι να ευνοείται η δημιουργία τραπεζών πολλαπλών δραστηριοτήτων (Universal Banks). Η κατηγορία αυτή τραπεζών παρέχει ευρύ φάσμα προϊόντων, τα οποία παράγονται είτε εσωτερικά από τις ίδιες τις τράπεζες, είτε από ανεξάρτητες θυγατρικές εταιρείες.

Τα τελευταία χρόνια παρατηρήθηκε μία αύξηση στις θυγατρικές εταιρείες των τραπεζών που πραγματοποιήθηκε λόγω της εξειδίκευσής τους στην παροχή υπηρεσιών προς όφελος του πελάτη και όχι μόνο. Από τη δυνατότητα εξυπηρέτησής των πελατών μέσω του ομίλου των επιχειρήσεων μιας τράπεζας

εξαρτάται η οικονομική κατάσταση των μετόχων και των εργαζομένων όπως και της ελληνικής επιχείρησης και οικονομίας γενικότερα.

Οι τράπεζες λοιπόν ανταποκρινόμενες στην τάση αυτή έχουν καταφέρει να συστήσουν ισχυρότατους ομίλους, οι οποίοι προσφέρουν τα περισσότερα σύγχρονα χρηματοπιστωτικά προϊόντα. Τα "πεδία δράσης" του Ομίλου μιας τράπεζας μπορεί να είναι: το leasing, το factoring, οι επενδύσεις, τα αμοιβαία, οι ασφάλειες, οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις κ.α. Κάθε τράπεζα επιδιώκει να συμπληρώσει το δικό της όμιλο με περισσότερες εταιρείες ώστε να είναι σε θέση να προσφέρει όλα τα προϊόντα που κυκλοφορούν στην αγορά, εξασφαλίζοντας έτσι την ανταγωνιστική της θέση.

Χαρακτηριστικό γνώρισμα των θυγατρικών τραπεζών είναι ότι χρησιμοποιούν τις τράπεζες ως πωλητές των προϊόντων τους εκμεταλλευόμενες το ευρύ δίκτυο των καταστημάτων τους. Ο πελάτης δηλ. που δεν έχει πρόσβαση στην θυγατρική εταιρεία, μπορεί να απευθυνθεί σε οποιοδήποτε κατάστημα της τράπεζας ανά την Ελλάδα για να διευκολυνθεί κι αυτό αποτελεί ένα βασικό πλεονέκτημα.

Ακόμα ένα χαρακτηριστικό των θυγατρικών εταιρειών είναι ότι εκτός από την άμεση συνεργασία που έχουν με τις τράπεζες, εξασφαλίζουν ενδιαφέρουσες συνέργασίες με διάφορες ομοειδείς επιχειρήσεις του εσωτερικού και του εξωτερικού.

Παίρνουμε ενδεικτικά το παράδειγμα της ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗΣ Α.Ε. της οποίας ιδρυτής και κύριος μέτοχος είναι η ΑΛΡΗΑ Τράπεζα Πίστεως και προσφέρει ασφάλιστρα πυρός, μεταφορών, αυτοκινήτων κ.α. Στόχος της είναι ο σχηματισμός ενός δυναμικού δικτύου από επαγγελματίες ασφαλιστικούς πράκτορες με εμπειρία, γνώσεις και δυναμική παρουσία, ώστε να μπορούν να αντιμετωπίσουν τις νέες ανταγωνιστικές συνθήκες στην ασφαλιστική αγορά.

Πέρα όμως από την στενή της σχέση με την Τράπεζα Πίστεως η ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗ Α.Ε. συνεργάζεται με την

GESA ASSISTANCE που είναι εξειδικευμένη στην παροχή βοήθειας. Η συνεργασία αυτή της εξασφάλισε ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα παροχής υπηρεσιών ανά πάσα στιγμή στην Ελλάδα και το εξωτερικό.

Με τα προγράμματα αυτά ο πελάτης εξασφαλίζει άμεσες λύσεις σε συγκεκριμένα έκτακτα προβλήματά του και ολοκληρωμένη ασφάλιση στα ταξίδια του. Η Τράπεζα Πίστεως σε συνεργασία με την ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗ και την GESA ASSISTANCE προσφέρει στους κατόχους των καρτών της ασφαλιστικές υπηρεσίες. Η δε θυγατρική της τράπεζας έχει πρόσβαση σε όλους τους πελάτες του δικτύου της Τράπεζας Πίστεως και μπορεί να προσφέρει εξειδικευμένες ασφαλιστικές υπηρεσίες.

Άλλο ένα παράδειγμα θυγατρικής τράπεζας που συνεργάζεται με άλλες εταιρείες για την αποτελεσματική παροχή των υπηρεσιών της είναι αυτό της ΔΙΕΘΝΙΚΗΣ. Ανήκει στο συγκρότημα της Εθνικής Τράπεζας και εξειδικεύεται στην παροχή αμοιβαίων κεφαλαίων στο επενδυτικό κοινό. Εκτός από την σημαντική βοήθεια που έχει από την Εθνική Τράπεζα για τον σχεδιασμό της πολιτικής της, έχει την βοήθεια των μεγάλων επενδυτικών της συμβούλων. Πρόκειται για την ΕΤΕΒΑ που είναι εξειδικευμένη στην χρηματιστηριακή αγορά και συμβουλεύει την ΔΙΕΘΝΙΚΗ για τις επενδύσεις στο εσωτερικό και την DEUTSHE BANK SUISSE S.A. μια τράπεζα με διεθνή ακτινοβολία που την συμβουλεύει για τις επενδύσεις στο εξωτερικό.

Επειδή η αναφορά στις θυγατρικές εταιρείες όλων των ελληνικών τραπεζών θα ήταν αδύνατη λόγω του μεγάλου αριθμού τους αλλά και πέρα από τα όρια αυτής της εργασίας, περιοριστήκαμε στην περιγραφή ορισμένων που αφορούν κάποια τραπεζικά προϊόντα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΩΔΕΚΑΤΟ

ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Οι παράγοντες επιτυχίας για τα επόμενα χρόνια.

Οι νέες ανταγωνιστικές συνθήκες που διαμορφώθηκαν τόσο στην ελληνική, όσο και στην παγκόσμια αγορά ανάγκασαν τις τράπεζες να επανατοποθετήσουν την στάση τους σε θέματα όπως η οργάνωσή τους, το marketing, η εκπαίδευση του προσωπικού. Όπως αναφέραμε στα προηγούμενα κεφάλαια οι ελληνικές τράπεζες προχώρησαν στον εκσυγχρονισμό τους προκειμένου να ανταπεξέλθουν στην πίεση του ανταγωνισμού.

Σύμφωνα με τις πληροφορίες όμως που συλλέξαμε από την καθημερινή ενημερότητα, οικονομικές εφημερίδες και από τραπεζικά στελέχη ανακαλύψαμε κάποιες νέες εξελίξεις οι οποίες όμως δεν έχουν εφαρμοσθεί ακόμη στον τραπεζικό τομέα. Ο εκσυγχρονισμός λοιπόν αποτελεί γεγονός για τις ελληνικές τράπεζες που δεν έχει όμως φθάσει ακόμη στο τελικό του στάδιο.

Ας μην ξεχνάμε ότι η πληροφορική είναι ένας τομέας που συνεχώς εξελίσσεται και οι πιο σύγχρονες εφαρμογές τους ξεκινούν πρώτα από τις αναπτυγμένες χώρες. Το μέλλον των ελληνικών τραπεζών θα κριθεί σε σημαντικό από την ικανότητα να ακολουθήσουν τις εξελίξεις της τεχνολογίας. Στο εξωτερικό υπάρχει πολύ μεγάλη ποικιλία υπηρεσιών καθώς και υπερσύγχρονα αυτόματα χρηματοπιστωτικά προϊόντα που δεν έχουν δοκιμαστεί ακόμη στην ελληνική αγορά. Επίσης μπορούμε να πούμε ότι δεν υπάρχει ολοκληρωμένο διατραπεζικό σύστημα πληρωμών γιατί δεν προσφέρει όλες εκείνες τις υπηρεσίες για

τις οποίες σχεδιάστηκε όπως π.χ. η έκδοση-διαχείριση καρτών των τραπεζών.

Εκτός από τον παράγοντα τεχνολογία, το μέλλον των ελληνικών τραπεζών θα εξαρτηθεί και από την στάση που θα τηρήσει και η ελληνική κυβέρνηση ως προς τις απαιτήσεις που έχει η Ευρωπαϊκή Ένωση για την πορεία των τραπεζών και της οικονομίας της χώρας μας. Παρακάτω παραθέτουμε μερικές από τις τάσεις που αναμένεται να εφαρμοσθούν μελλοντικά από τις ελληνικές τράπεζες σε σχέση με το θεσμικό πλαίσιο, ειδικά χρηματοπιστωτικά προϊόντα και τεχνολογικές εφαρμογές.

Ανάγκη ανεξαρτητοποίησης της Τράπεζας της Ελλάδος.

Η διαδικασία της απελευθέρωσης της Τράπεζας της Ελλάδος δεν έχει τελειώσει. Βρίσκεται ακόμα σε στάδιο εξέλιξης σε ότι αφορά την προσαρμογή του τραπεζικού συστήματος.

Ένας ακόμη λόγος που υποστηρίζει το γεγονός ότι θα μπορούσαν να γίνουν περισσότερα πράγματα αν η επιρροή και ο έλεγχος του δημοσίου ήταν μικρότερος, είναι ότι στερεί από τις τράπεζες την ίδια την συνέχεια. Χωρίς συνέχεια στην διοίκηση ενός τραπεζικού ιδρύματος, το έργο του εκσυγχρονισμού δεν μπορεί να γίνει με μεγάλη επιτυχία.

Η συχνή αλλαγή των διοικητών της Τράπεζας της Ελλάδος, δημιουργεί προβλήματα και μία κακή εικόνα στο εξωτερικό. Έτσι εκφράστηκε η ανάγκη για την ανεξαρτητοποίηση της Τράπεζας Ελλάδος, αλλά δεν έχει ψηφιστεί το σχετικό σχέδιο νόμο που να την κατοχυρώνει.

Ένα εμφανές παράδειγμα της εξάρτησης του νομισματικού συστήματος από το Δημόσιο στη Ελλάδα είναι η πίστωση της Κεντρικής Τράπεζας προς την κυβέρνηση.

Ενώ το ποσοστό της συνολικής πίστωσης της Κεντρικής Τράπεζας στη Γερμανία είναι 0,025%, στην Ολλανδία 0,02% και γενικότερα σχεδόν σε όλες τις ανεπτυγμένες χώρες κινείται κάτω του 1%, στην Ελλάδα, κατά τη δεκαετία του 1970 κινήθηκε σε 26%, ενώ στη δεκαετία του '80 έσπασε κάθε ρεκόρ, φθάνοντας σε 56%. Δεν αποτελεί, επομένως έκπληξη ότι η Τράπεζα της Ελλάδος κατατάσσεται ως η πλέον εξαρτημένη τράπεζα (μαζί με την Πορτογαλία) από το σύνολο των χωρών του ΟΟΣΑ.

Η ελληνική κυβέρνηση είναι υποχρεωμένη έναντι της Ευρωπαϊκής Ένωσης να κατοχυρώσει την ανεξαρτησία της Τράπεζας της Ελλάδος. Σύμφωνα με το άρθρο της Συνθήκης του Μάαστριχ για την Ευρωπαϊκή Ένωση, κάθε κράτος-μέλος εξασφαλίζει το αργότερο μέχρι την ημερομηνία ίδρυσης του Ευρωπαϊκού Συστήματος Κεντρικών Τραπεζών (ΕΣΚΤ), ότι η νομοθεσία του και το καταστατικό της κεντρικής τράπεζάς του, είναι συμβατά με την συνθήκη και το καταστατικό του ΕΣΚΤ.

Οι αλλαγές που ήδη άρχισαν, συμπυκνώνονται, στα εξής:

1. Η συμμετοχή όλων των νομισμάτων στον συναλλαγματικό μηχανισμό του ΕΝΣ.* Σήμερα μόνο η δραχμή δεν συμμετέχει, καθώς και η στερλίνα και η λιρέτα που αποχώρησαν προσωρινά.

2. Η πλήρης απελευθέρωση της κίνησης κεφαλαίων, που στην περίπτωση της Ελλάδας υλοποιήθηκε τον περσινό Μάιο.

3. Η κατάργηση της νομισματικής χρηματοδότησης των δημοσιονομικών ελλειμμάτων από το τραπεζικό σύστημα.

4. Η εφαρμογή προγραμμάτων προσαρμογής, με στόχο κάποιο βαθμό σύγκλισης των οικονομικών επιδόσεων των κρατών-μελών όσον αφορά τον πληθωρισμό, τα ελλείματα, και τα δημόσια χρέη.

5. Η εφαρμογή 200 και πλέον οδηγών που αφορούν τη δημιουργία ενιαίας αγοράς.

Εκφράζεται λοιπόν η ανάγκη να κατοχυρωθεί η ανεξαρτησία της Τράπεζας της Ελλάδος και αυτό είναι ένα έργο προς το

* Ε.Ν.Σ. = Ευρωπαϊκό Νομισματικό Σύστημα.

οποίο είναι αναγκασμένη η ελληνική κυβέρνηση να κινηθεί προκειμένου να συμβαδίσει με τις αρχές του ενιαίου Ευρωπαϊκού τραπεζικού συστήματος.

Το σύγχρονο ηλεκτρονικό κατάστημα.

Η ανάγκη για νέες τραπεζικές υπηρεσίες, σε συνδυασμό με την ανταγωνιστικότητα των τραπεζών, η μείωση του διαθέσιμου χρόνου των πελατών, και η ανάγκη για 24ωρη προσπέλαση σε βασικά τραπεζικά προϊόντα έχουν συντελέσει στη μεταστροφή του χαρακτήρα του τραπεζικού καταστήματος. Η φυσιογνωμία του τραπεζικού καταστήματος έχει διαμορφωθεί σημαντικά την τελευταία πενταετία, οι αλλαγές όμως που πρόκειται να συμβούν στο άμεσο μέλλον θα αλλάξουν ριζικά τη σημερινή εικόνα. Η αυτοματοποίηση των συναλλαγών σε πολύ μεγάλο βαθμό είναι η απάντηση των τραπεζών στις νέες συνθήκες της τραπεζικής αγοράς.

Σήμερα η κυρίαρχη τάση των τραπεζών είναι σαφώς αναφορικά με τα τραπεζικά καταστήματα. Οι τράπεζες προσπαθούν να αποτρέψουν τις δαπανηρές και πολλές φορές ζημιογόνες συναλλαγές στο γκισέ, και προτρέπουν τους πελάτες τους να κάνουν τις συναλλαγές τους μέσω αυτόματων συστημάτων συναλλαγών 24ωρης λειτουργίας. Στο χώρο του "κλασσικού" καταστήματος προσπαθούν να κρατήσουν τις κερδοφόρες συναλλαγές με νέα προσοδοφόρα προϊόντα και με νέες υπηρεσίες (π.χ. private banking, αμοιβαία κεφάλαια). Για να μπορούν όμως τα νέα καταστήματα να ανταπεξέλθουν στη νέα τους αποστολή απαιτείται μία νέα αντίληψη στο σχεδιασμό των καταστημάτων με κυρίαρχο στοιχείο την "ανοιχτή αρχιτεκτονική και την 24ωρη λειτουργία".

Η καθιέρωση μίας ενιαίας αρχιτεκτονικής δομής στο κατάστημα θα βοηθήσει στην αυτοματοποίηση και τον εκσυγχρονισμό των εργασιών με στόχο:

- Παροχή υψηλής ποιότητας εξυπηρέτησης στον πελάτη. Οι συναλλαγές του πελάτη μπορούν να γίνονται σε πολύ μικρό χρόνο και σε έναν χώρο που μπορεί να τον θεωρεί ο πελάτης προσωπικό. Δεν υπάρχει το φαινόμενο της 'ουράς' και του εκνευρισμού και δεν χάνεται πολύτιμος χρόνος. Επιπλέον σε αυτό τον προσωπικό χώρο ο πελάτης μπορεί να μάθει για νέα προϊόντα και υπηρεσίες πιο χαλαρά και χωρίς τις αναστολές που ενδεχομένως θα είχε στο γκισέ.

- Χρόνος συναλλαγών. Το ωράριο των συναλλαγών δεν υφίσταται πλέον. Χωρίς την παραμικρή επαφή με τους εργαζομένους η τράπεζα μπορεί να λειτουργήσει σε 24ωρη βάση, 7 ημέρες την εβδομάδα. Έτσι η τράπεζα μεγιστοποιεί τον χρόνο συναλλαγών με τους πελάτες.

- Ασφάλεια. Η ασφάλεια των συναλλαγών στα ηλεκτρονικά καταστήματα υπάρχει ήδη σε πολύ υψηλό βαθμό εξ' ορισμού και οπωσδήποτε βρίσκεται σε υψηλότερο βαθμό από εκείνη των συμβατικών καταστημάτων. Όλα τα ηλεκτρονικά καταστήματα είναι εφοδιασμένα με ηλεκτρονικό σύστημα προσπέλασης στο χώρο του καταστήματος, τηλεοπτικό σύστημα εποπτείας του χώρου συναλλαγών και θωρακισμένα συστήματα διάθεσης χρημάτων με μηχανισμούς χρονακαθυστέρησης.

- Κόστος συναλλαγών. Ένα πολύ σημαντικό κίνητρο για τη δημιουργία ηλεκτρονικών καταστημάτων είναι το κόστος των συναλλαγών. Είναι σαφές πλέον από όλες τις τράπεζες, ότι το κόστος των συναλλαγών στο γκισέ είναι πολλές φορές μεγαλύτερο από τις προσφερόμενες υπηρεσίες, με αποτέλεσμα οι υπηρεσίες αυτές να είναι ζημιογόνες. Αντιθέτως το κόστος συναλλαγών από αυτόματα συστήματα (π.χ. ηλεκτρονική μεταφορά χρημάτων) είναι αισθητά μικρότερο. Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι το κόστος κάθε συναλλαγής στο γκισέ εκτιμάται ότι κυμαίνεται μεταξύ 350 και 550 δρχ. ανάλογα με την τράπεζα, όταν το κόστος συναλλαγής από αυτόματα συστήματα υπολογίζεται στις 70 έως 150 δρχ.

- Εταιρική εικόνα. Η αναβάθμιση της εταιρικής εικόνας της τράπεζας είναι χωρίς αμφισβήτηση. Τα κύρια στοιχεία που

επικρατούν είναι εκουγχρονισμος, εκτίμηση, εμπιστοσύνη, σεβασμός στον πελάτη.

Άλλα στοιχεία του σύγχρονου ηλεκτρονικού καταστήματος είναι:

- Αυτοματοποίηση των εργασιών του καταστήματος, με στόχο την αποδοτικότητα και την ελαχιστοποίηση της εργασίας.

- Δυνατότητα γρήγορης πληροφόρησης - διαχείρισης πληροφοριών.

- Δυνατότητα αυτοματοποίησης γραφείου με χρήση σύγχρονων μηχανημάτων.

Οι μελλοντικές εφαρμογές του αυτοματισμού.

Έξυπνη Κάρτα (Smart Card).

Μια εξελιγμένη μορφή των έξυπνων καρτών είναι το λεγόμενο ηλεκτρονικό πορτοφόλι το οποίο ως το τέλος του 1995 η Εθνική Τράπεζα, μέσω της Εθνοκάρτας θα έχει ξεκινήσει την πιλοτική εφαρμογή του. Το ηλεκτρονικό πορτοφόλι δεν είναι τίποτε άλλο από μια πλαστική κάρτα, παρόμοια σε σχήμα και σε μέγεθος με την πιστωτική, με ενσωματωμένο ένα μικροσίπ, όπως συμβαίνει σήμερα με την τηλεκάρτα του ΟΤΕ, στο οποίο είναι αποθηκευμένες πληροφορίες. Ο χρήστης "φορτώνει" την κάρτα με ένα συγκεκριμένο ποσό από τον τραπεζικό του λογαριασμό και στην συνέχεια την χρησιμοποιεί με ασφάλεια στις συναλλαγές του μέχρι να εξαντληθεί το ποσό που έχει αποθηκεύσει σε αυτήν.

Ο κάτοχος του ηλεκτρονικού πορτοφολιού της Εθνοκάρτας, αντι να κάνει ανάληψη μετρητών από τον τραπεζικό του λογαριασμό, πηγαίνει στην τράπεζα και μέσω των μηχανημάτων ΑΤΜ το "φορτώνει π.χ. με 20.000 δρχ. οι οποίες αυτόματα αφαιρούνται από τον λογαριασμό του. Στη συνέχεια μπορεί να

χρησιμοποιήσει την έξυπνη κάρτα του για αγορές σε καταστήματα ή επιχειρήσεις, τα οποία είναι εφοδιασμένα με ειδικό μηχανήμα ανάγνωσης της κάρτας. Το ηλεκτρονικό πορτοφόλι είναι σχεδιασμένο για καθημερινή χρήση, για να εξυπηρετεί συναλλαγές μικρής αξίας υποκαθιστώντας τη χρήση μετρητών. Ο κάτοχός του θα μπορεί να πληρώνει με αυτό το ταξί, το εισιτήριο του λεωφορείου, τα διόδια, τα παρκόμετρα, τα τσιγάρα του σε αυτόματες συσκευές πώλησης ή ακόμη και στο περίπτερο, στο σουπερμάρκετ, στα φαστ-φουντ κ.α. Σε αυτού του είδους την αγορά απευθύνεται το ηλεκτρονικό πορτοφόλι. Οι διεθνείς πιστωτικοί οργανισμοί υπολογίζουν ότι το 1994 δαπανήθηκαν περί τα 1,8 τρις δολάρια για συναλλαγές αξίας μικρότερης των 10 δολαρίων και εκτιμούν ότι από την χρήση του θα επωφεληθούν τόσο οι καταναλωτές όσο και οι έμποροι.

Απαραίτητη προϋπόθεση για την εξάπλωση της χρήσης του είναι η ύπαρξη μεγάλου αριθμού μηχανημάτων που να μπορούν να "διαβάζουν" την κάρτα. Τα "μηχανάκια" αυτά εγκαθιστώνται εύκολα, δεν συνδέονται on-line αλλά είναι αυτοδύναμα και το κόστος κατασκευής τους δεν είναι υψηλό. Κάθε φορά που χρησιμοποιείται μία κάρτα τα ειδικά μηχανήματα αποθηκεύουν στη μνήμη τους το ποσό της συναλλαγής και στη συνέχεια ο έμπορος ρευστοποιεί στην τράπεζα τις συναλλαγές που έχουν γίνει με ηλεκτρονικά πορτοφόλια.

Τέτοια μηχανήματα σκοπεύει να δώσει η Εθνοκάρτα σε διάφορα καταστήματα στην περιοχή που θα επιλέξει για την πιλοτική εφαρμογή του προγράμματος. Η εφαρμογή αυτή θα γίνει σε κάποιο προάστειο των Αθηνών ή σε μία μικρή επαρχιακή πόλη των 5-10 χιλ. κατοίκων. Νωρίτερα το ηλεκτρονικό πορτοφόλι θα μπορεί να χρησιμοποιηθεί στα κεντρικά της Εθνικής Τράπεζας εγκαθιστώντας ειδικά μηχανήματα στο κυλικείο και ίσως σε κάποιες μπουτίκ όπου θα μπορούν οι υπάλληλοι της Τράπεζας να κάνουν τις αγορές τους ηλεκτρονικά.

Η χρήση του ηλεκτρονικού πορτοφολιού ξεκίνησε πειραματικά πριν από 10 περίπου χρόνια σε συγκεκριμένες

περιοχές στη Γαλλία. Στον ευρωπαϊκό χώρο σήμερα το ηλεκτρονικό πορτοφόλι "κυκλοφορεί" στη Αγγλία, όπου οι τράπεζες National Westminster και Midland δημιούργησαν το Montex, η εφαρμογή του οποίου ξεκίνησε τον περασμένο Ιούλιο σε αρκετές χώρες της Ευρώπης. Παρόμοια προγράμματα εμφανίζονται και σε χώρες της Β. Αμερικής και της "πω Ανατολής. Η Visa USA μάλιστα έχει αναπτύξει το δικό της ηλεκτρονικό πορτοφόλι, το οποίο θα λανσάρει στους Ολυμπιακούς Αγώνες του 1996 στην Ατλάντα, όπου 5000 επιχειρήσεις- από καταστήματα φαστ φουντ έως βενζινάδικα και καταστήματα που θα πωλούν σουβενίρ- θα εφοδιαστούν με αντίστοιχο αριθμό τερματικών μηχανημάτων, τα οποία θα δέχονται τις προπληρωμένες κάρτες της Visa USA.

Στην Ελλάδα οι πιστωτικοί οργανισμοί έχουν αρχίσει να δείχνουν ενδιαφέρον για το ηλεκτρονικό πορτοφόλι. Βέβαια δεν γίνεται ακόμη λόγος για συνεργασία μεταξύ των τραπεζών. Κάτι τέτοιο όμως θεωρείται δυνατό στο απώτερο μέλλον καθώς το κόστος εφαρμογής των νέων προϊόντων είναι πολύ μεγάλο και η αποδοχή της κάρτας πρέπει να είναι όσο το δυνατό ευρύτερη.

Πάντως ενδιαφέρον για το ηλεκτρονικό πορτοφόλι, εκτός από την Εθνική Τράπεζα έχει εκδηλώσει και η Εμπορική, η οποία συμμετέχει στο κοινοτικό πιλοτικό πρόγραμμα CAFE που θα εκδόσει ηλεκτρονικό πορτοφόλι. Το ηλεκτρονικό πορτοφόλι του CAFE αναμένεται να χρησιμοποιηθεί στα τέλη του μήνα από τους ευρωπαλλήλους των Βρυξελλών.

Οι νέες υπηρεσίες των Α.Τ.Μ.΄Σ.

Μια τελευταία εξέλιξη στο χώρο αυτό είναι η αυτοματοποίηση της παροχής συμβουλών. Πέρα λοιπόν από τις βασικές υπηρεσίες που προσφέρει το Α.Τ.Μ. θα παρέχει επιπλέον πληροφορίες. Μιλάμε για την ενημέρωση σχετικά με την παροχή δανείων, ασφαλιστικών εργασιών, επενδυτικές συμβουλές.

Αυτό το είδους Α.Τ.Μ. αποτελεί μία επαναστατική καινοτομία στο χώρο των νέων τραπεζικών προϊόντων.

Ο πελάτης θα βρίσκεται σε διαλογική σχέση με το Α.Τ.Μ. μέσω του πληκτρολογίου και παίρνοντας απαντήσεις μέσω της οθόνης από τον computer. Στην οθόνη θα βλέπει ο πελάτης ένα μικροφίλμ σχετικά με μια επενδυτική απόφαση, θα πληκτρολογεί τα δικά του οικονομικά δεδομένα και θα παίρνει σε ελάχιστο χρόνο απαντήσεις στη οθόνη για τις προσφερόμενες εναλλακτικές λύσεις. Η τελευταία αυτή καινοτομία δεν έχει δοκιμαστεί ακόμα στην ελληνική τραπεζική αγορά.

Τερματικά στα σημεία πωλήσεων.

Τα τερματικά είναι ηλεκτρονικά μηχανήματα που τοποθετούνται σε σημεία πωλήσεων όπως εμπορικά καταστήματα, πρατήρια βενζίνης κ.λπ. Με τα μηχανήματα αυτά που έχουν την ίδια σχεδόν λειτουργία με τα Α.Τ.Μ.'S (on-off-line) γίνεται η χρέωση του λογαριασμού του πελάτη με πίστωση του λογαριασμού του εμπορικού καταστήματος, αυτόματα, με την χρήση μίας τραπεζικής κάρτας μαζί με τον προσωπικό αριθμό αναγνώρισης. Την ονομασία τους μπορούμε να την συναντήσουμε και ως E.F.T.P.O.S. που είναι η συντομογραφία του Electronic Funds Transfer at the Point of Sale.

Η ανάλυση της διαδικασίας της ηλεκτρονικής μεταφοράς κεφαλαίων έχει ως εξής: ο πελάτης αφού διαλέξει το αντικείμενο αγοράς του, πηγαίνει στο ταμείο και δίνει την κάρτα του στον υπάλληλο, ο οποίος την εισάγει στο μηχάνημα και πληκτρολογεί το ποσό των αγορών. Ο πελάτης από το πληκτρολόγιο που βρίσκεται δίπλα του πληκτρολογεί το μυστικό κωδικό του και βλέπει στη μικρή οθόνη το ποσό που πληκτρολόγησε ο ταμίας. Το μηχάνημα ελέγχει τον κωδικό αριθμό, την επάρκεια του υπολοίπου στον λογαριασμό του πελάτη

και στη συνέχεια γίνεται η χρέωσή του με πίστωση της εμπορικής επιχείρησης. Ο πελάτης παίρνει την απόδειξη με τα στοιχεία της συναλλαγής και φεύγει.

Πλεονεκτήματα των E.F.T.P.O.S.

Τα πλεονεκτήματα που προσφέρει το σύστημα αυτό είναι τα εξής:

1. Για τον πελάτη-καταναλωτή

-Ταχύτερη εξυπηρέτηση από την πληρωμή με επιταγή ή πιστωτική κάρτα.

-Μεγαλύτερη ασφάλεια, γιατί δεν χρειάζεται να έχει μαζί του μετρητά.

-Έντληση κεφαλαίων για τις καθημερινές συναλλαγές του χωρίς να χρειάζεται να πηγαίνει κάθε λίγο στην τράπεζα.

-Αποδοτικότερη εκμετάλλευση των χρημάτων που έχει καταθέσει στην τράπεζα μέχρι την τελευταία στιγμή της αγοράς. Έτσι δεν χάνει τόκους από τη χρονική στιγμή της ανάληψης των ποσών μέχρι που να γίνει η κάθε συναλλαγή.

2. Για την εμπορική επιχείρηση.

-Άμεση κατάθεση του αντιτίμου των πωλήσεων στον τραπεζικό λογαριασμό.

-Απόλυτη ασφάλεια από τη μεταφορά των κεφαλαίων.

-Μείωση των εργασιών που απαιτούνται για την ολοκλήρωση της συναλλαγής με την τράπεζα.

3. Για την τράπεζα.

- Διατήρηση των καταθέσεων των πελατών στην τράπεζα, μια και τα ποσά μετατοπίζονται από λογαριασμό σε λογαριασμό πελατών της.

-Καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών.

-Μείωση του λειτουργικού κόστους μια και δεν χρησιμοποιούνται υπάλληλοι και παρασιτικά.

-Ελάφρυνση της απασχόλησης των ταμιολογιστών. Εδώ πρέπει να σημειωθεί ότι το σύστημα E.F.T.P.O.S. μειονεκτεί έναντι της πληρωμής με κάρτα διευκόλυνσης ή πιστωτική κάρτα γιατί ο πελάτης δεν επωφελείται από την άτοκη πίστωση 40 ημερών που προσφέρουν οι κάρτες.

Τα E.F.T.P.O.S. δεν είναι ακόμη τόσο διαδεδομένο όσο τα A.T.M.'S.. Χρησιμοποιούνται κυρίως στην Γαλλία και την Αγγλία. Στις υπόλοιπες βιομηχανικά ανεπτυγμένες χώρες βρίσκεται ακόμη σε πειραματικό στάδιο.

Home Banking.

Τα τελευταία τρία χρόνια έχει κάνει την εμφάνισή του ένας πρωτότυπος και επαναστατικός τρόπος αντιμετώπισης της πρόκλησης της εννιαίας αγοράς της ΕΟΚ: οι πελάτες μίας τράπεζας θα μπορούν να πραγματοποιούν τις τραπεζικές τους συναλλαγές μέσω του προσωπικού τους ηλεκτρονικού υπολογιστή, ανεξάρτητα από το ποιος είναι ο τόπος κατοικίας τους. Το σύστημα αυτό ονομάζεται Corporate Banking Terminals και σε ορισμένες χώρες (Αγγλία, ΗΠΑ), ονομάζεται Home Banking.

Το σύστημα αυτό επιτρέπει στον πελάτη να συναλλάσσεται με την τράπεζα και να παίρνει ορισμένες οικονομικές πληροφορίες (τιμές συναλλάγματος, τιμές διεθνών χρηματιστηρίων αξιών και εμπορευμάτων κ.λπ.) χωρίς να μετακινείται από το σπίτι ή το γραφείο του. Γενικά η νέα υπηρεσία απευθύνεται σε πελάτες οι οποίοι έχουν ένα επίπεδο επιχειρηματικής δραστηριότητας άνω του μέσου.

Το home banking εξαρτάται άμεσα από την εξέλιξη της τεχνολογίας. Το σύστημα αποτελείται από την συσκευή της τηλεόρασης, ένα πληκτρολόγιο, την τηλεφωνική συσκευή και ένα ειδικό σύστημα επικοινωνίας δεδομένων, που συνδέεται με τον Η/Υ της τράπεζας. Ο πελάτης μπορεί να διενεργήσει τις συναλλαγές που επιθυμεί ή να πάρει τις πληροφορίες που θέλει πληκτρολογώντας το μυστικό προσωπικό του αριθμό και τον αριθμό του λογαριασμού του.

Με το σύστημα αυτό η τράπεζα έχει τα εξής πλεονεκτήματα:

- Μείωση των ταμιακών συναλλαγών και επακόλουθα περιορισμός των αναγκών σε προσωπικό.

- Μείωση του κόστους, μια και η συναλλαγή θα γίνεται αυτόματα από τον πελάτη χωρίς παραστατικά και εσωτερική διαδικασία.

- Προσφορά μιας ιδανικής εξυπηρέτησης για τον πελάτη.

Επίσης με τη βοήθεια του home banking ο πελάτης μιας τράπεζας που βρίσκεται σε μία άλλη χώρα θα έρχεται σε επαφή με το κεντρικό κατάστημα της τράπεζας στη χώρα του και όχι με ένα υποκατάστημά της.

Ένα ακόμη σημαντικό όφελος του συστήματος είναι ότι συμβάλλει στην αποφυγή αρκετών από τους περιορισμούς που διέπουν τις διασυνοριακές τραπεζικές συναλλαγές.

Η πρώτη τράπεζα στην Ευρώπη που εφάρμοσε το σύστημα ήταν η Βελγική BBL. Επίσης κερδίζει συνεχώς έδαφος μεταξύ των αμερικανικών, γερμανικών, αγγλικών και γαλλικών τραπεζών ενώ στην Ελλάδα δεν έχει διαθοδεί ακόμα. Πρόσφατα η Τράπεζα Πόστεως αρχίζει να το εφαρμόζει σε δοκιμαστικό στάδιο.

FRANCHISING (Μια νέα μέθοδος διανομής με αφανή χρηματοδότηση.

Το franchising στον επιχειρηματικό τομέα σημαίνει κυρίως παροχή αποκλειστικότητας και είναι μία μορφή εμπορικής συνεργασίας ανάμεσα σε ανεξάρτητους επιχειρηματίες που ρυθμίζεται από ειδική σύμβαση. Με τη σύμβαση δικαιόχρησης (franchising) μία επιχείρηση εμπορική, βιομηχανική ή παροχής υπηρεσιών (δικαιοπάροχος, franchisor) παραχωρεί με αντάλλαγμα σε μία ή περισσότερες ανεξάρτητες επιχειρήσεις (δικαιόχους, franchisees) το δικαίωμα να χρησιμοποιήσουν την εμπορική επωνυμία, το σήμα ή άλλα διακριτικά γνωρίσματα του δικαιοπάροχου κατά την πώληση προϊόντων ή υπηρεσιών.

Ο δικαιοπάροχος ελέγχει τη χρήση των δικαιωμάτων από το δικαιοδόχο προκειμένου να διασφαλιστεί μία ομοιόμορφη παρουσίαση στο κοινό και μία εννιαία ποιότητα αγαθών. Επίσης παρέχει διαρκή υποστήριξη της επιχείρησης του δικαιοδόχου σε θέματα τεχνικά, οργανωτικά όπως για την οργάνωση, διακόσμηση χώρων, το μάρκετινγκ, την εκπαίδευση μέσω σεμιναρίων κ.λπ.

Στην Ελλάδα δεν υπάρχει νομοθετική ρύθμιση του θεσμού. Το μόνο νομικό κείμενο που έχουμε στα χέρια μας για το θεσμό είναι ο Κανονισμός της ΕΟΚ του 1988. Το ζήτημα αν είναι σκόπιμο να υπάρξει νομοθετική παρέμβαση για τη ρύθμισή του έχει γίνει αντικείμενο διεθνών συνεδρίων για το franchising. Μαζί με την ανάγκη νομοθετικής ρύθμισης του θεσμού εξετάζεται και η δημιουργία διατάξεων φορολογικού περιεχομένου που να προσδιορίζουν επ' ακριβώς την φορολογική πλευρά του θεσμού για τον οποίο δεν υπάρχουν μέχρι στιγμής συγκεκριμένες ρυθμίσεις. Συγκεκριμένα εκφράζεται η ανάγκη κατά την κατάστροφή τους να καταβληθεί προσπάθεια να συλληφθεί ωφέλεια για την εθνική οικονομία από τη διάδοση του θεσμού.

Ανάπτυξη του θεσμού στην Ελλάδα-Κλάδοι ανάπτυξης-Προοπτικές.

Όπως το leasing έτσι και το franchising έχουν γεννηθεί στις ΗΠΑ. Στη χώρα μας θα μπορούσαν να χαρακτηρισθούν ως νεωτερισμοί. Έτσι μπορούμε να πούμε πως ο θεσμός του franchising στην Ελλάδα βρίσκεται σε ένα μεταβατικό στάδιο. Η ανάπτυξή του σε σχέση με τις άλλες εμπορικά αναπτυγμένες χώρες όπως η Αμερική, η Ιαπωνία και οι χώρες της Ευρώπης είναι πολύ μικρή στο σύνολο του κύκλου εργασιών.

Στην Ελλάδα έχει αναπτυχθεί τα τελευταία χρόνια και κυρίως στη δεκαετία του 1990, οπότε μπορούμε να πούμε ότι βρίσκεται ακόμα στην αρχή. Κατ' αρχήν παρατηρείται μία αυξανόμενη τάση συνειδητοποίησης εκ μέρους των μικρών επιχειρήσεων της ανάγκης να συνδεθούν με μεγάλα επιχειρηματικά brand-names. Οι επιχειρήσεις από την πλευρά τους κατορθώνουν να εξαπλωθούν στην εγχώρια αγορά ενώ οι περιφερειακοί συνεργάτες εξασφαλίζουν ένα ικανοποιητικό ποσοστό κέρδους χωρίς να καταφεύγουν σε ριψοκίνδυνους αυτοσχεδιασμούς.

Εξάλλου ο βαθμός εξάπλωσης του franchising σε σχέση με τη μέγιστη δυνατότητα εφαρμογής του βρίσκεται περίπου μόλις στο 5% της δυναμικότητάς του στην ελληνική αγορά για όλους τους κλάδους.

Στην Ελλάδα οι κλάδοι που εμφανίζουν εντονότερα την ανάπτυξη του franchising είναι βασικότερα ο κλάδος των τροφίμων. Ήδη τα fast-foods αποτελούν την αρχή του θεσμού. Έχουν δημιουργηθεί μεγάλες αλυσίδες κυρίως ελληνικής ιδιοκτησίας που κατέχουν μεγάλο μερίδιο της αγοράς. Αναφέρουμε ενδεικτικά το παράδειγμα της ελληνικής εταιρείας Goody's που κατέχει το 41% της εν λόγω αγοράς, ενώ ακολουθούν η Wendy's με 12%, η McDonald's με 11% και η Hambo με 7%. Οι εταιρείες αυτές ακολουθώντας τη μέθοδο franchising κατάφεραν να αυξήσουν τις πωλήσεις τους

ικανοποιώντας την ανάγκη του καταναλωτή για προϊόντα με εγγυημένη ποιότητα.

Έπειτα έρχονται τα είδη έτοιμου ρούχου ενώ γίνονται προσπάθειες και στο χώρο των αξεσουάρ αυτοκινήτου που δεν φαίνεται να έχουν συνέχεια.

Μπορεί οι συνθήκες της χώρας μας να οδήγησαν έστω και καθυστερημένα στην είσοδο της μεθόδου αυτής στην αγορά δε θα πρέπει να παραβλέψουμε όμως τα εμπόδια που αντιμετώπισε και αντιμετωπίζει:

- Τα υψηλά σταθερά κόστη
- Η έλλειψη επενδυτικής εμπιστοσύνης σε νέες ιδέες και γνώσης του τρόπου λειτουργίας του στο ευρύ κοινό
- Αδυναμία εξάσκησης αποτελεσματικού ελέγχου
- Αδυναμία τυποποίησης επιτυχημένης συνταγής
- Αδυναμία στρατηγικής και διοικητικής υποστήριξης των δικαι-οδόχων (μάρκετινγκ, εκπαίδευση κ.λ.π.)
- Αδυναμία ανταπόκρισης του δικαιπάροχου στα υποσχόμενα προς το δικαιοδόχο
- Η μη ύπαρξη συγκεκριμένης νομοθεσίας που να πλαισιώνει το θεσμό και να προστατεύει τόσο τις εταιρείες όσο και τους επενδυτές.
- Η σημερινή δομή του τραπεζικού συστήματος που δεν προσεγγίζει τις εταιρείες franchising με τρόπο που να ενισχύει την ανάπτυξη του θεσμού

Από τα βασικότερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι εταιρείες για την εφαρμογή της μεθόδου είναι οι δυσκολίες στη χρηματοδότηση των επενδύσεων. Οι ελληνικές τράπεζες δεν χρηματοδοτούν μέχρι στιγμής τον θεσμό αλλά μόνο με τα γνωστά κριτήρια παρέχουν δάνεια, αντίθετα με τις χώρες του εξωτερικού όπου είναι πολύ εύκολη η χρηματοδότηση. Μπορούμε να πούμε λοιπόν πως ο θεσμός του franchising αποτελεί μία νέα τάση που

αναμένεται να εφαρμοσθεί μελλοντικά στην ελληνική τραπεζική αγορά.

Η σωστή επιλογή της θέσης του καταστήματος, η τήρηση των προδιαγραφών, οι διοικητικές ικανότητες αλλά και η σωστή οργάνωση και στελέχωση και υποστήριξη της επιχείρησης που διαθέτει το brand-name είναι παράμετροι που οδηγούν στην επιτυχία της επένδυσης. Ο βασικότερος όμως είναι η σωστή εκπαίδευση και η όρεξη του νέου επιχειρηματία. Πρέπει επίσης να είναι απόλυτα κατανοητή η άμεση εξάρτησή του από τον άλλον. Ένα ποσό επένδυσης για τη δημιουργία νέου καταστήματος είναι περίπου 20.000.000 δρχ.

Οι προοπτικές είναι σαφώς καλύτερες στην επαρχία, όπου το κόστος απόκτησης κεντρικού καταστήματος είναι μικρότερο και ο ανταγωνισμός αρκετά πιο αδύναμος. Ο δε κόσμος, που ζει μακριά από τα μεγάλα αστικά κέντρα "διψά" για επώνυμα είδη.

Σήμερα ο θεσμός κερδίζει συνέχεια έδαφος, καθώς το 35% των επιχειρήσεων στις ΗΠΑ λειτουργεί με τον τρόπο αυτό. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα ερευνών το ποσοστό αυτό θα αυξηθεί κατά πολύ περισσότερο μέχρι το 2000. Κι αυτό γιατί τα ποσοστά βιωσιμότητας στις επιχειρήσεις franchising μετά από 5-10 χρόνια λειτουργίας τους σε σύγκριση με άλλες, είναι πολύ υψηλότερα. Πέντε χρόνια μετά την έναρξη λειτουργίας τους είχαν επιτυχία 92% ενώ οι ανεξάρτητες 23%, ενώ μετά από 10 χρόνια τα ποσοστά αυτά ήταν 90% και 18% αντιστοίχως. Τα στοιχεία αυτά δημοσιεύτηκαν το 1995 στο περιοδικό ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ FRANCHISE σύμφωνα με τα στοιχεία του αμερικανικού Υπουργείου Εμπορίου.

Οφέλη και αποτελέσματα του franchising.

Ο θεσμός καλύπτει την ανάγκη του καταναλωτή για εύκολη πρόσβαση σε καταναλωτικά αγαθά που του εμπνέουν εμπιστοσύνη. Ο καταναλωτής γνωρίζει το brand-name, το έχει

δοκιμάσει και είναι ευχαριστημένος. Ήρα γρήγορα απευθύνεται σε ένα από τα καταστήματα της αλυσίδας που τον εξυπηρετεί και αγοράζει.

Η μητρική εταιρεία οργανώνοντας το δίκτυο πωλήσεων αυξάνει την κατανάλωση του προϊόντος κάτω από το brand-name κι έτσι αποκτά αγοραστική δύναμη που της επιτρέπει να βελτιώνει την ποιότητα και το κόστος αγοράς του προϊόντος της (εφ' όσον έχει βελτιωθεί η διαπραγματευτική της ικανότητα).

Πέραν τούτου επιτυγχάνει να μειώσει αναλογικά και το κόστος διαφήμισης, διάθεσης και διανομής του προϊόντος. Αυτοί που δέχονται το franchising δεν θα μπορούσαν από μόνοι τους ούτε να πραγματοποιήσουν διαφημιστική δαπάνη, ούτε να προσεγγίσουν επώνυμες αγορές προϊόντων σε σωστή σχέση ποιότητας-τιμής.

Έτσι λοιπόν ο ανεξάρτητος επιχειρηματίας μέσω του franchising εκτός από την πλήρη υποστήριξη του management και του marketing από έμπειρο φορέα, εξασφαλίζει την πρόσβαση στο δίκτυο επαφών και προμηθειών του κεντρικού φορέα. Έτσι λοιπόν διασφαλίζει καλύτερους όρους της σχέσεως προστασίας αλλά και έχει στα χέρια του μία βιώσιμη και ευέλικτη κεφαλαιακή επένδυση λόγω της χρηματοοικονομικής υποστήριξης του δικαιοπαρόχου.

Σχέση του franchising με το leasing και το factoring.

Η σύμβαση δικαιόχρησης (franchising), δεν συνιστά αυτή καθαυτή μορφή χρηματοδότησης, την προϋποθέτει όμως. Ας μην ξεχνάμε ότι η επιτυχία του franchising εξαρτάται από την αποτελεσματική αντιμετώπιση του χρηματοδοτικού προβλήματος των δικαιοδόχων σε αρχικό κεφάλαιο και κεφάλαιο κίνησης (στέγη, εξοπλισμός, εκουγχρονισμός και διαρρύθμιση των κτιριακών εγκαταστάσεων, πληρωμή εφ' απαξ δικαιωμάτων κ.λ.π.)

Επομένως το franchising δεν είναι μόνο ένας νέος τρόπος διανομής αλλά συγχρόνως και ένα νέο τραπεζικό ή (παρα)τραπεζικό προϊόν γιατί δίνει αφορμή για μια τραπεζική χρηματοδότηση. Η χρηματοδότηση αυτή μπορεί να γίνει είτε με τις κλασικές μεθόδους (δάνεια για κτιριακές εγκαταστάσεις, για εξοπλισμό, χρηματοδότηση σε ανοιχτό λογαριασμό, άνοιγμα και αποδοχή πιστώσεων κ.λ.π.) είτε να συνδυαστεί και με άλλες μεταξύ των οποίων και το leasing, το factoring κ.λ.π.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Βιβλία:

Χρηματοδοτήσεις - Χαραλ. Κ. Δεμίρη

Σημειώσεις Σεμιναρίων Γενικής Τράπεζας

Λογιστική και Ελεγκτική Εμπορικών Τραπεζών - Εμμ. Ι. Σακέλλη

Στοιχεία Μάρκετινγκ - ΕΤΕ

Χρήμα Πίστη Τράπεζες - Πετ. Α. Κιόχου, Γεωρ. Δ. Παπανικολάου

Εισαγωγή στο τραπεζικό μάρκετινγκ - Λυμπερόπουλος Κ.

Περιοδικά:

Αγορά

Information

Οικονομικός Ταχυδρόμος

Manager

Τράπεζες-Χρήμα-Χρηματοπιστήριο

Ιονικά Νέα

Τράπεζα Πειραιώς - Απολογισμός Χρήσεως

Μαζί - Τράπεζα Πίστεως

Εφημερίδες:

Ναυτεμπορική

Επενδυτής