



ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΩΝ
ΣΧΟΛΗ: ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ: ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ: ΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ
ΤΡΟΠΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
ΜΕΤΑΞΥ ΤΟΥΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣ ΤΡΙΤΟΥΣ

ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ:
ΣΠΥΡΟΠΟΥΛΟΥ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ
(Α.Μ 6089)

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ:
ΧΡ. ΠΑΠΑΝΙΚΟΛΑΟΥ
(Καθηγήτρια εφαρμογών)



ΠΑΤΡΑ, ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ 2004



Οφείλω να εκφράσω τις ευχαριστίες μου σε όλους όσους συνεργάστηκαν μαζί μου για τη δημιουργία αυτής της εργασίας. Τόσο την καθηγήτρια μου κα Χρ. Παπανικολάου για τη πολύτιμη καθοδήγηση όσο και κάθε Διευθυντικό στέλεχος όλων των τραπεζικών ιδρυμάτων που απευθύνθηκα. Ευχαριστώ επίσης την κα Αλ. Διαμαντοπούλου και την κα Αικ. Νικολοπούλου, στελέχη Διεύθυνσης Δικτύου Πατρών της Εθνικής Τράπεζας Ελλάδος για τη βοήθεια που μου προσέφεραν στην εύρεση των απαραίτητων πληροφοριών.

Την πτυχιακή εργασία μου αφιερώνω στους γονείς και τα αδέρφια μου που με στήριξαν ώστε να ολοκληρώσω τις σπουδές μου, και στους καθηγητές του τμήματός μου που κοπιάζουν καθημερινά ώστε αυτοί να μη το μετανιώσουν...

ΑΡΙΘΜΟΣ
ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ

6264

~~✓~~

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

- | | |
|--|---------|
| 1. Το χρήμα ως μέσο ανταλλαγών και μέτρο αξιών | Σελ. 3 |
| 2. Έννοια τράπεζας | Σελ. 5 |
| 3. Το τραπεζικό χρήμα | Σελ. 6 |
| 4. Κατηγορίες τραπεζών | Σελ. 10 |

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ

- | | |
|---|---------|
| 1. Οι τράπεζες στην Αναγέννηση | Σελ. 25 |
| 2. Ιστορική εξέλιξη του Ελληνικού Τραπεζικού Συστήματος | Σελ. 31 |

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

ΤΡΟΠΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

- | | |
|---|---------|
| 1. Γενικά περί επικοινωνίας | Σελ. 38 |
| 2. Τρόποι επικοινωνίας | Σελ. 40 |
| 3. Τρόποι επικοινωνίας τραπεζών | Σελ. 42 |
| 4. Εγκύκλιοι – Ιντρανέτ | Σελ. 43 |
| 5. <u>ΔΙΑΣ Α.Ε.</u> | Σελ. 46 |
| 6. Η διοίκηση της εταιρίας | Σελ. 46 |
| 7. Εύρος χρήσης των διατραπεζικών συστημάτων πληρωμών | Σελ. 48 |
| 8. Συμψηφισμός / Διακανονισμός | Σελ. 48 |
| 9. Διαχείριση κινδύνων | Σελ. 48 |
| 10. Μηνύματα | Σελ. 49 |
| 11. Χρησιμοποιούμενα πρότυπα | Σελ. 49 |
| 12. Ασφάλεια συστημάτων | Σελ. 49 |

12. Ασφάλεια συστημάτων	Σελ. 49
13. Εξασφάλιση αδιάλειπτης λειτουργίας	Σελ. 49
14. Τηλεοπτικές διασυνδέσεις	Σελ. 14
15. Γραφείο εξυπηρέτησης πελατών	Σελ. 50
16. Επίλυση διαφορών	Σελ. 50
17. Πληροφόρηση και φύλαξη ιστορικών δεδομένων	Σελ. 50
18. Μέλη της ΔΙΑΣ Α.Ε.	Σελ. 51
19. Διαραπεζικό σύστημα συμψηφισμού επιταγών	Σελ. 54
20. Διαραπεζικό σύστημα πληρωμής αποδοχών	Σελ. 55
21. Διαραπεζικό σύστημα κίνησης κεφαλαίων	Σελ. 56
22. Διαραπεζικό σύστημα διασύνδεσης ΑΤΜ	Σελ. 56
23. Διαραπεζικό σύστημα μαζικών εισπράξεων	Σελ. 57
24. Διαραπεζικό σύστημα πληρωμής υποχρεώσεων μέσω POS	Σελ. 58
25. Διαραπεζικό σύστημα ανάκτησης εφεδρικών μηχανογρ. υπηρεσιών	Σελ. 61
<u>26. ΤΕΙΡΕΣΙΑΣ</u>	Σελ. 63

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

Η αναγκαιότητα εφαρμογής των αρχών του Μάρκετινγκ	Σελ. 81
Το μίγμα Μάρκετινγκ στις τράπεζες	Σελ.83
1. Οι προσφερόμενες υπηρεσίες	Σελ.85
2. Το μίγμα προβολής και επικοινωνίας	Σελ.90
2.1. Προσωπική πώληση	Σελ.90
2.2. Διαφήμιση	Σελ.95
2.2. Οι δημόσιες σχέσεις	Σελ.106
ΕΠΙΛΟΓΟΣ	Σελ.111
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	Σελ. 116

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

1. ΤΟ ΧΡΗΜΑ ΩΣ ΜΕΣΟ ΑΝΤΑΛΛΑΓΩΝ ΚΑΙ ΜΕΤΡΟ ΑΞΙΩΝ

Το χρήμα δημιουργήθηκε για να εξυπηρετεί τις μεταξύ των ανθρώπων εμπορικές συναλλαγές, για να διευκολύνει την ανταλλαγή προϊόντων που χρειάζονται οι άνθρωποι.

Για αρκετές χιλιετίδες οι ανθρώπινες κοινωνίες βασίζονταν όχι στην εξειδίκευση της παραγωγής, αλλά στην αυτοκατανάλωση. Οι άνθρωποι κυνηγούσαν ζώα, αλίευαν και παρήγαγαν αγροτικά προϊόντα όχι για να τα ανταλλάξουν με άλλα, που χρειάζονταν και τα οποία διέθεταν άλλοι άνθρωποι, για να τα αυτοκαταναλώσουν.

Με την πάροδο του χρόνου άρχισε να αναπτύσσεται η ανταλλαγή προϊόντων. Είναι η μακρά περίοδος του «αντιπραγματισμού»: ένας παραγωγός αγροτικού προϊόντος πρέπει να βρει άλλο παραγωγό και να ανταλλάξουν τα προϊόντα που παράγει ο καθένας (π.χ. ψάρια με γάλα, κυνήγι με φρούτα κλπ).

Όμως ο «αντιπραγματισμός» έχει πολύ μεγάλα προβλήματα γιατί είναι δύσκολο κάθε φορά να επιτυγχάνεται συμφωνία μεταξύ των παραγωγών διαφορετικών προϊόντων για το πώς και με ποιά κριτήρια να γίνεται η ανταλλαγή και για πόσες ποσότητες.

Με τη χρησιμοποίηση του χρήματος η ανταλλαγή αλλάζει περιεχόμενο: Ο παραγωγός διαθέτει τα προϊόντα του παίρνοντας χρήμα αντί για προϊόντα. Το χρήμα που εξασφαλίζει το χρησιμοποιεί για την αγορά των προϊόντων άλλου παραγωγού, ο οποίος δέχεται χρήμα αλλά όχι τα προϊόντα του πρώτου παραγωγού. Η ανταλλαγή εμπορευμάτων «χωρίζεται» στα δύο:

- Πώληση των προϊόντων με αντάλλαγμα χρήμα
- Αγορά άλλων προϊόντων με τη διάθεση χρήματος, που προήλθε από την πώληση προϊόντων

Όταν σε μία κοινωνία το χρήμα είναι αποδεκτό από όλους, τότε ο καθένας δεν χρειάζεται να ψάχνει παραγωγούς που να θέλουν να ανταλλάξουν

τα προϊόντα τους με άλλα. Το μόνο που απαιτείται είναι ο κάθε παραγωγός να βρίσκει αγοραστές για τα εμπορεύματά του και να παίρνει χρήμα για να το διαθέσει στη συνέχεια για την αγορά προϊόντων που παράγουν άλλοι άνθρωποι, οι οποίοι δέχονται χρήμα.

Με τον τρόπο αυτό το χρήμα κυκλοφορεί μέσα σ' ολόκληρη την ανθρωπινή κοινωνία και η ανταλλαγή προϊόντων γίνεται μέσα σε πολύ συντομότερο χρονικό διάστημα σε σχέση με τον «αντιπραγματισμό». Έτσι γίνεται αντιληπτό γιατί θεωρείται το χρήμα ως «μέσο ανταλλαγών».

Επιπλέον, το χρήμα χρησιμοποιείται τόσο περισσότερο όσο περισσότερο είναι αυτό αποδεκτό από μεγαλύτερο αριθμό ανθρώπων και οργανωμένων ανθρωπίνων κοινωνιών. Τούτο σημαίνει ότι όσο προχωράει ο καταμερισμός της εργασίας και διευρύνονται οι ανταλλαγές προϊόντων τόσο μεγαλύτερες ποσότητες χρήματος απαιτούνται. Βασικός όρος για τη χρησιμοποίηση του χρήματος ως μέσου ανταλλαγών είναι ότι οι παραγωγοί διαθέτουν διαφορετικά προϊόντα. Εάν τα μέλη μίας κοινωνίας παράγουν ομοειδή προϊόντα τότε δεν έχει κανένα νόημα η ανταλλαγή και, συνεπώς, δεν μπορεί το χρήμα να παίξει κανένα απολύτως ρόλο. Η αναφορά αυτή γίνεται γιατί, παρά το γεγονός ότι πέρασαν χιλιάδες χρόνια από τότε που «εφευρέθηκε» το χρήμα, εντούτοις υπάρχουν κοινωνίες, στις οποίες το μεγαλύτερο μέρος των νοικοκυριών χρησιμοποιεί το χρήμα, ενώ ένα μικρό μέρος είναι στραμμένο στην αυτοκατανάλωση των προϊόντων που παράγει και δεν έχει καθόλου χρήμα.

Ακόμη και στην Ελλάδα του μεσοπολέμου υπήρχαν σε αγροτικές περιοχές πολλά νοικοκυριά τα οποία παρήγαν τα απολύτως αναγκαία για τη διατροφή τους είδη. Αυτά τα νοικοκυριά δεν είχαν τη δυνατότητα να εμπορευματοποιήσουν ένα μέρος της παραγωγής τους και να πάρουν χρήμα, για να το χρησιμοποιήσουν για την αγορά εργαλείων, σπόρων, τροφίμων κλπ.

Ακόμη, όσο διευρύνονται οι συναλλαγές μεταξύ κρατών τόσο περισσότερο δημιουργείται η ανάγκη να υπάρχει χρήμα που να είναι αποδεκτό από όλους.

Από αυτά που αναφέρθηκαν φαίνεται ότι το χρήμα αποτελεί ουσιαστικό στοιχείο του μηχανισμού λειτουργίας της αγοράς. Δηλαδή το χρήμα:

- › Αποτελεί μέσο διακανονισμού των ανταλλαγών
- › Είναι κοινό μέτρο αξιών
- › Επιτρέπει τη λήψη γρήγορων αποφάσεων εκ μέρους των αγοραστών
- › Υποχρεώνει τους παραγωγούς να συμπιέζουν τις παραγωγικές δαπάνες τους και να καθορίζουν χαμηλότερες τιμές για τα προϊόντα που πουλάνε

Όταν διευρύνονται οι εμπορικές συναλλαγές και από τυπικές και περιφερειακές γίνονται διεθνείς τα πράγματα δυσκολεύουν. Γιατί, οι διάφορες χώρες που συμμετέχουν στο διεθνές εμπόριο έχουν τα δικά τους εθνικά νομίσματα, που είναι μέσα ανταλλαγών και μέτρα αξιών σε εθνικό επίπεδο, αλλά που δεν είναι αποδεκτά σε διεθνές επίπεδο για διάφορους λόγους. Εντούτοις μέσα στις διεθνείς αγορές επικρατούσαν και επικρατούν ορισμένα νομίσματα, τα οποία εκδίδονται από οικονομικά ισχυρές χώρες και είναι σε πολύ μεγάλο βαθμό αποδεκτά ως μέσα ανταλλαγών και μέτρα αξιών.

2. ΕΝΝΟΙΑ ΤΡΑΠΕΖΑΣ

Τράπεζα ή χρηματοπιστωτικό ίδρυμα είναι ουσιαστικά οικονομική επιχείρηση που θεωρείται ως ο μεσάζοντας μεταξύ κεφαλαιούχων, που ζητούν να επενδύσουν κεφάλαια, και εκείνων οι οποίοι έχουν ανάγκη δανεισμού για τη χρηματοδότηση των δραστηριοτήτων τους.

Η κυριότερη λειτουργία της τράπεζας είναι ο έντονος δανεισμός. Δανείζει κεφάλαια τα οποία της ανήκουν ή κεφάλαια προερχόμενα από καταθέσεις πελατών. Οι τράπεζες παρουσιάστηκαν αρχικά στη Δύση ως αργυραμοιβεία που αντάλλαζαν διάφορα νομίσματα με κέρδος. Αργότερα, άρχισαν να συγκεντρώνουν κεφάλαια, που με αυτά χρηματοδοτούσαν τα κράτη και μάλιστα σε περίπτωση πολέμου. Με την επέκταση του δανεισμού κεφαλαίων και σε ιδιώτες δημιουργήθηκε ο σημερινός τύπος τραπεζών. Γενικά, τα σημερινά

τραπεζικά ιδρύματα χωρίζονται σε τράπεζες καταθέσεων που δανείζονται κεφάλαια από ιδιώτες και τα δανείζουν σε τρίτους και σε εκδοτικές, που έχουν το προνόμιο να δίνουν τραπεζογραμμάτια αντί για μεταλλικό νόμισμα (περαιτέρω ανάλυση των κατηγοριών των τραπεζών ακολουθεί παρακάτω).

3. ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΧΡΗΜΑ

Το «τραπεζικό χρήμα» δημιουργείται με τις καταθέσεις όψεως που γίνονται στις εμπορικές τράπεζες.

Οι τραπεζίτες γνωρίζουν από πείρα ότι από το σύνολο των καταθέσεων που έχουν γίνει σ' αυτές, μόνο ένα ποσοστό «κινείται» καθημερινά, ενώ το υπόλοιπο παραμένει προσωρινά αχρησιμοποίητο. Διατηρούν, λοιπόν στα ταμεία ένα ποσοστό των σ' αυτές πραγματοποιηθεισών καταθέσεων σε μετρητά (ρευστά διαθέσιμα) και το υπόλοιπο ποσοστό το χρησιμοποιούν για χορηγήσεις δανείων. Επομένως, από μία αρχική κατάθεση ένα ποσοστό μένει στα ταμεία και το υπόλοιπο ξαναβγαίνει για να χρησιμοποιηθεί για χρηματοδοτήσεις. Συνεπώς, η συνολική προσφορά χρήματος αυξάνει κατά το ποσό εκταμίευσης μέρους των πραγματοποιηθέντων καταθέσεων όψεως. Η «πολλαπλασιαστικότητα» του τραπεζικού χρήματος έχει ποικίλες επιδράσεις για την εθνική και τη διεθνή οικονομία:

1. Η διατήρηση από τις εμπορικές τράπεζες μόνο ενός ποσοστού από τις πραγματοποιούμενες σ' αυτές καταθέσεις ενέχει το μόνιμο κίνδυνο να υπάρξει ταυτόχρονη ανάληψη από όλους τους καταθέτες του συνόλου των ποσών που έχουν καταθέσει. Σε μία τέτοια περίπτωση θα είναι απόλυτη η αδυναμία των τραπεζών να ικανοποιήσουν τους πελάτες τους και η οικονομική κατάρρευση φαίνεται πιθανή. Ωστόσο, όποτε συνέβη αυτό ήταν σε μεμονωμένες περιπτώσεις τραπεζών για τις οποίες κυκλοφόρησαν φήμες ότι «κλείνουν» με αποτέλεσμα να σημειωθεί πανικός μεταξύ των καταθετών.

Πάντως, στην περίπτωση που σημειώνεται «υπερανάληψη» καταθέσεων από μία τράπεζα ή από περισσότερες, αμέσως παρεμβαίνουν η κεντρική τράπεζα και άλλες μεγάλες τράπεζες, οι οποίες αναλαμβάνουν να εξυπηρετήσουν τις ανάγκες όλων των πελατών εκείνων των τραπεζών που αντιμετωπίζουν οξύτατα προβλήματα.

Υπογραμμίζεται ότι το κοινό είναι πολύ «ευαίσθητο» σε περιπτώσεις κατά τις οποίες κυκλοφορούν «ψίθυροι», όσον αφορά την αξιοπιστία κάποιας τράπεζας, οπότε και είναι αβέβαιο το μέλλον των καταθέσεων των πελατών.

2. Οι κεντρικές αρχές, όταν θέλουν να αποφύγουν την υπέρμετρη πολλαπλασιαστική αύξηση των καταθέσεων και του «υπερδανεισμού» της οικονομίας, ορίζουν πολύ υψηλούς συντελεστές ρευστότητας, δηλαδή μετρητών που θα πρέπει υποχρεωτικά να διατηρούνται στα ταμεία για κάθε πραγματοποιούμενη μοναδιαία τραπεζική κατάθεση όψεως. Σ' αυτή την περίπτωση οι εμπορικές τράπεζες οφείλουν να έχουν σημαντικά μετρητά στα ταμεία τους, ενώ οι κεντρικές αρχές επιβάλλεται να ασκούν τους κατάλληλους ελέγχους για να αποφευχθούν παρανομίες, που οδηγούν σε «νόθευση του ενδοτραπεζικού ανταγωνισμού».
3. Το τραπεζικό χρήμα που δημιουργείται από μία αρχική κατάθεση έχει πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα για ολόκληρη την οικονομία. Εφόσον από μία αρχική κατάθεση καταστεί δυνατό να δημιουργηθεί ένα πολλαπλάσιο ποσό που θα χρησιμοποιηθεί αποκλειστικά για χρηματοδότηση παραγωγικών έργων, θα υπάρξουν άμεσα θετικές επιπτώσεις για την εγχώρια απασχόληση και την εθνική παραγωγή. Τα πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα συμβάλλουν στην:
 - Πραγματοποίηση νέων επενδύσεων οι οποίες υποβοηθούν τον εκσυγχρονισμό της οικονομίας
 - Αύξηση των εισοδημάτων που διανέμουν οι επιχειρήσεις, οι οποίες δανειοδοτούνται από το τραπεζικό σύστημα, με άμεσο όφελος για τα

νοικοκυριά της χώρας

- Αύξηση των εσόδων του κράτους από φορολογίες και δασμούς για εισαγόμενα, λόγω της δραστηριοποίησης των επιχειρήσεων, οι οποίες έχουν στη διάθεσή τους περισσότερο τραπεζικό χρήμα
- Αύξηση της εγχώριας απασχόλησης, λόγω των νέων θέσεων εργασίας που δημιουργεί η γενική οικονομική ανάκαμψη

Από την άλλη πλευρά, το «τραπεζικό χρήμα» μπορεί να γίνει «μπούμεραγκ» για την εθνική οικονομία, όταν οι χορηγήσεις των τραπεζών πηγαινούν για αυξημένες καταναλωτικές πιστώσεις, για τη χρηματοδότηση «προβληματικών» επιχειρήσεων που δεν δημιουργούν νέα εισοδήματα, αλλά αντίθετα αφαιρούν αρκετούς πόρους από την εθνική οικονομία για να καλύψουν τις ζημιές τους κλπ.

4. Μέρος του τραπεζικού χρήματος χρησιμοποιείται για αγοραπωλησίες τίτλων (μετοχών και ομολογιών) που είναι διαπραγματευσιμοι σε χρηματιστηριακές αγορές. Όσο μικρότερο είναι το ποσοστό από τις πραγματοποιούμενες στις τράπεζες καταθέσεις που διατηρείται ως μετρητό χρήμα στα ταμεία, τόσο μεγαλύτερες δυνατότητες υπάρχουν να μπουν νέα κεφάλαια στις χρηματιστηριακές αγορές. Με τον τρόπο αυτό αυξάνει η ζήτηση μετοχών και οι επιχειρήσεις και τράπεζες που έχουν εκδώσει τίτλους αυξάνουν τη ρευστότητά τους και χρηματοδοτούνται λιγότερο από τις τράπεζες.

Σημειώνεται ότι οι τράπεζες έχουν και ένα άλλο λόγο να αγοράζουν μετοχές και ομολογίες που είναι διαπραγματεύσιμες σε χρηματιστηριακές αγορές:

- Σε περιόδους κατά τις οποίες οι επιχειρήσεις που έχουν καταθέσεις όψεως κάνουν μεγάλες αναλήψεις (για αντιμετώπιση των «περιόδων αιχμής» ή ύφεσης) οι τράπεζες πολύ εύκολα αντιμετωπίζουν την απότομη μείωση των μετρητών που έχουν στα ταμεία τους με την πώληση μεγάλων πακέτων μετοχών. Τότε, όμως, όταν μεγάλος αριθμός

τραπεζών πουλάει πολλές μετοχές, το χρηματιστήριο περνάει περιόδους ύφεσης, οι τιμές πέφτουν και οι επιχειρήσεις αναγκάζονται να αυξήσουν τη ζήτηση δανείων από τις τράπεζες.

Συνοψίζοντας, φαίνεται καθαρά ότι η άποψη σύμφωνα με την οποία το χρήμα που κυκλοφορεί πρέπει να έχει πλήρη «κάλυψη» σε χρυσό δεν συμβάλλει στην προώθηση της γενικότερης οικονομικής ανάπτυξης και του τραπεζικού συστήματος ειδικότερα. Εάν όλες οι τράπεζες διατηρούσαν στα ταμεία τους όλα τα ποσά που κατέθεταν σ' αυτή οι πελάτες τους, τότε η εθνική και η διεθνής οικονομία θα αποστερούταν από κολοσσιαία ποσά. Σε μία τέτοια περίπτωση η απότομη ύφεση, η άνθιση της τοκογλυφίας, η έλλειψη χρήματος, η πτώση των παραγωγικών επενδύσεων κλπ θα ήταν τα άμεσα αποτελέσματα από την αποστέρηση της οικονομίας από το «τραπεζικό χρήμα».

5. ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΡΑΠΕΖΩΝ

Σήμερα όλες οι χώρες με αναπτυγμένη οικονομία αγοράς καταβάλλουν προσπάθειες για να υπάρξουν διεθνείς ρυθμίσεις που θα διευκολύνουν την προώθηση της τραπεζικής ολοκλήρωσης.

«Τραπεζική ολοκλήρωση» σημαίνει ενοποίηση διαφορετικών εθνικών τραπεζικών αγορών και δημιουργία μίας μεγαλύτερης ενιαίας αγοράς στην οποία δεν εφαρμόζονται σε βάρος των νόμιμα δραστηριοποιημένων τραπεζών «διακρίσεις λόγω ιθαγένειας».

«Τραπεζική ολοκλήρωση» πραγματοποιείται όμως και σε τοπικό επίπεδο, σε χώρες οικονομικά καθυστερημένες, στις οποίες οι μεγαλύτερες τράπεζες επεκτείνονται σε όλες τις περιφέρειες της χώρας, «σπάζοντας» τον απομονωτισμό τοπικών υποτυπωδών πιστωτικών αγορών.

Εντούτοις, παρά την προώθηση της τραπεζικής ολοκλήρωσης, σε όλες τις εκβιομηχανισμένες χώρες εξακολουθούν να υπάρχουν διαφορές όσον αφορά τις δομές των εγχωρίων τραπεζικών συστημάτων. Η παράδοση, οι διαφορετικές τραπεζικές νομοθεσίες, οι διαφορετικοί τρόποι επίλυσης των οικονομικών προβλημάτων με πιστωτικά μέτρα κλπ συντελούν στη διατήρηση διαφορετικών τραπεζικών δομών.

Οι διάφορες τράπεζες που συναντώνται στις εκβιομηχανισμένες χώρες ανήκουν σε μία από τις ακόλουθες κατηγορίες:

Κεντρικές τράπεζες: Μόνο μία κεντρική τράπεζα λειτουργεί σε κάθε χώρα. Έχει το αποκλειστικό προνόμιο να εκδίδει χαρτονομίσματα και να μεριμνά για την παρακολούθηση της συνολικής κυκλοφορίας του χρήματος, ώστε αυτή να συμβαδίζει με τους γενικούς οικονομικούς στόχους που έχουν τεθεί από τις εθνικές αρχές.

Η κεντρική τράπεζα έχει περιορισμένες τραπεζικές εργασίες στις περισσότερο εκβιομηχανισμένες χώρες, ενώ στο παρελθόν οι δραστηριότητες και τα προνόμιά της ήταν πολύ μεγαλύτερα.

Η κεντρική τράπεζα επεμβαίνει μέσα στις αγορές συναλλάγματος όταν παρατηρούνται κρούσματα κερδοσκοπίας σε βάρος του εθνικού νομίσματος ή όταν η ισοτιμία του μεταβάλλεται αισθητά σε σχέση με μία «δέσμη νομισμάτων» (περίπτωση ένταξης εθνικού νομίσματος στο Ευρωπαϊκό Νομισματικό Σύστημα). Η παρέμβαση αυτή γίνεται για λογαριασμό του κράτους και μπορεί να στοιχίσει σημαντικά ποσά, τα οποία θα καλύψει το τελευταίο.

Άλλη βασική αποστολή της κεντρικής τράπεζας είναι η διαχείριση των συναλλαγματικών διαθεσίμων του κράτους και η σύναψη δανείων για λογαριασμό του.

Εμπορικές τράπεζες: Είναι οι τράπεζες οι οποίες, με στόχο τη μεγιστοποίηση των κερδών τους, ασχολούνται με τη βραχυπρόθεσμη (συνήθως) χρηματοδότηση της εθνικής οικονομίας αλλά και εταιριών που εδρεύουν στο εξωτερικό. Οι εμπορικές τράπεζες αντλούν μεγάλο μέρος των κεφαλαίων τους από τις καταθέσεις που πραγματοποιούν σ' αυτές φυσικά πρόσωπα και εταιρίες.

Η διατύπωση αυτού του χαρακτηρισμού για τις εμπορικές τράπεζες εντούτοις είναι αρκετά «ελαστική» και διαφοροποιείται από χώρα σε χώρα, ανάλογα με τις συνθήκες. Μία άλλη διατύπωση θέλει τις εμπορικές τράπεζες να ασχολούνται με το «εμπόριο του χρήματος», δηλαδή με την εξασφάλιση κερδών από τη διαφορά μεταξύ του τόκου που καταβάλλουν στους καταθέτες, για δανεισθέν από αυτούς κεφάλαιο, και του τόκου που εξασφαλίζουν οι εμπορικές τράπεζες από τον αναδανεισμό του ίδιου κεφαλαίου σε επιχειρήσεις. Όμως και αυτός ο ορισμός παρουσιάζει αρκετές ατέλειες, γιατί οι τράπεζες αντλούν κέρδη και από άλλες πηγές εκτός από το «εμπόριο χρήματος» (π.χ. από τις αγοραπωλησίες μετοχών στο χρηματιστήριο, από την εξόφληση λογαριασμών πελατών, διαχείριση των περιουσιών πελατών, εκποίηση περιουσιακών στοιχείων που έχουν περιέλθει στην κυριότητα της εμπορικής τράπεζας, φύλαξη χρηματικών αποθεμάτων και κοσμημάτων σε θυρίδες κλπ).

Η σημασία των εμπορικών τραπεζών και εκβιομηχανισμένων χωρών μέσα στην εθνική και τη διεθνή οικονομία είναι τεράστια, αφού μέσω αυτών χρηματοδοτείται ο μεγαλύτερος όγκος των εμπορευμάτων που κυκλοφορούν μέσα στον κόσμο και συγκεντρώνουν το μεγαλύτερο μέρος των χρηματικών εισοδημάτων που προσωρινά παραμένουν αναξιοποίητα από φυσικά πρόσωπα, εταιρίες, κοινότητες κλπ.

Το μέγεθος της κάθε εμπορικής τράπεζας κρίνεται από το συνολικό ύψος των στοιχείων του Ενεργητικού της. Στις πιο ανεπτυγμένες βιομηχανικές χώρες μερικές δεκάδες τράπεζες διαθέτουν το μεγαλύτερο μέρος των στοιχείων του Ενεργητικού-Παθητικού όλων μαζί των εμπορικών τραπεζών. Μέσω αυτών, των μεγαλύτερων σε μέγεθος εμπορικών τραπεζών, πραγματοποιείται το μεγαλύτερο μέρος των χρηματοδοτήσεων. Οι αποφάσεις και η στρατηγική των μεγαλύτερων εμπορικών επηρεάζουν ολόκληρη την επενδυτική συμπεριφορά της διεθνούς οικονομίας.

Οι περισσότερες εμπορικές τράπεζες είναι ιδιωτικές, αλλά όπου αυτές ελέγχονται από το κράτος διαθέτουν πολύ μεγάλα ποσοστά στο σύνολο των χορηγουμένων πιστώσεων και οι αποφάσεις τους επηρεάζουν αναπόφευκτα και τις μεγάλες ιδιωτικές εμπορικές τράπεζες.

Οι μεγαλύτερες εμπορικές τράπεζες διαθέτουν δίκτυα υποκαταστημάτων σε όλες τις μεγάλες πόλεις και κωμοπόλεις και σε πολλά χωριά της χώρας στην οποία εδρεύουν.

Ανάλογα με την έκταση των γεωγραφικών δραστηριοτήτων που έχουν οι εμπορικές τράπεζες χαρακτηρίζονται σαν:

- › «**Παγκόσμιες τράπεζες**» είναι οι εμπορικές τράπεζες που εκτελούν γενικές τραπεζικές εργασίες σε περισσότερες από μία χώρες.
- › «**Εθνικές τράπεζες**» είναι οι εμπορικές τράπεζες που εκτελούν συνήθεις τραπεζικές εργασίες σε μία και μόνο χώρα, αλλά αυτό δεν σημαίνει ότι δεν έχουν ένα μικρό αριθμό υποκαταστημάτων ή γραφείων αντιπροσωπείας σε άλλες πρωτεύουσες και, κυρίως, στα κυριότερα τραπεζικά κέ-

ντρα του κόσμου.

- ▶ «Περιφερειακές τράπεζες» ή «τοπικές τράπεζες» είναι οι εμπορικές τράπεζες που εκτελούν τραπεζικές εργασίες και έχουν υποκαταστήματα μόνο σε μία ή σε λίγες περιφέρειες μίας και μόνο χώρας. Συνήθως πρόκειται για μικρές τράπεζες με περιορισμένο κύκλο εργασιών, οι οποίες όμως, σε αρκετές περιπτώσεις είναι πολύ ανταγωνιστικές για διάφορους λόγους (συμμετοχή σ' αυτές σημαντικών τοπικών βιομηχανιών, κοινοτήτων κλπ.).
- ▶ «Υπερπόντιες τράπεζες» είναι οι εμπορικές τράπεζες, «θυγατρικές» άλλων που εδρεύουν στις εκβιομηχανισμένες χώρες, με σκοπό την άντληση των πλεονεκτημάτων που εξασφαλίζονται σε απομακρυσμένες χώρες, αρκετές από τις οποίες χαρακτηρίζονται ως «τραπεζικοί παράδεισοι».
- ▶ «Τράπεζες καταθέσεων» είναι οι τράπεζες που επικεντρώνουν τις προσπάθειές τους, στην όσο το δυνατό μεγαλύτερη προσέλκυση καταθετών. Οι τελευταίοι έχουν το δικαίωμα να αναλάβουν σε πρώτη ζήτηση μέρος ή όλες τις καταθέσεις τους. Οι «τράπεζες καταθέσεων» για να αυξήσουν την πελατεία τους προσφέρουν αυξημένα επιτόκια, ιδιαίτερα για εκείνους που δέχονται να έχουν καταθέσεις χωρίς να κάνουν αναλήψεις για ένα αρκετά μεγάλο χρονικό διάστημα. Βέβαια, η ρευστότητα στις «τράπεζες καταθέσεων» είναι πολύ μεγάλη και οι τράπεζες διαθέτουν αρκετά μετρητά στα ταμεία τους, ενώ οι καταθέσεις θά πρέπει να είναι τοποθετημένες σε τίτλους εύκολα ρευστοποιήσιμους, σε περίπτωση που εκδηλωθεί κάποια απότομη άνοδος των αναλήψεων, αν και αυτή η περίπτωση είναι σπάνια στις εκβιομηχανισμένες χώρες που έχουν μόνιμα αυξημένη οικονομική σταθερότητα.
- ▶ «Ταμειευτήρια» είναι οι οργανισμοί προσέλκυσης των μικροκαταθετών ελεγχόμενοι από τον οργανισμό ταχυδρομείων της χώρας, ενώ οι συγκεντρωμένες καταθέσεις αξιοποιούνται από τις κρατικές αρχές για τη χρη-

ματοδότηση διαφόρων έργων.

Στα τέλη της δεκαετίας του 1980 άρχισαν να σημειώνονται τάσεις συγκεντροποίησης των λειτουργούντων στις χώρες της ΕΟΚ ταχυδρομικών ταμειυτηρίων, ενώ παράλληλα συνεχιζόταν η αύξησή των σ' αυτές καταθέσεων.

Επίσης, στα πλαίσια των προσπαθειών για την ολόπλευρη βελτίωση των τραπεζικών υπηρεσιών και επέκταση σε νέους τομείς, αρκετές διοικήσεις ταμειυτηρίων κάνουν προσπάθειες για τη διαφοροποίηση των υπηρεσιών που παρέχουν αυτά. Εντούτοις, τα ταμειυτήρια έχουν μία αξιόλογη αποστολή, αφού συμβάλλουν στη συγκέντρωση λαϊκών αποταμιεύσεων. Επιπλέον, τα συγκεντρούμενα ποσά δεν εμφανίζουν μεγάλη κινητικότητα (με την έννοια των απότομων διακυμάνσεων των αναλήψεων), γιατί αποτελούν οριακά χρηματικά διαθέσιμα νοικοκυριών, τα οποία θέλουν να έχουν αυτά τα ποσά για έκτακτες ανάγκες.

Σε ορισμένες χώρες της ΕΟΚ τα ταμειυτήρια ζητούν από τους καταθέτες τους έγκαιρη ενημέρωση όταν πρόκειται να κάνουν ανάληψη μεγάλου μέρους ή όλων των καταθέσεών τους.

- » **«Οίκοι προεξοφλήσεων»** είναι τραπεζικά ιδρύματα που ασχολούνται μόνο με αγοραπωλησίες συναλλαγματικών. Αναλαμβάνουν την προεξόφληση γραμματίων που λήγουν μετά από ένα χρονικό διάστημα, καταβάλλοντας ένα ποσό στους κομιστές των προσκομιζομένων τίτλων.

Οι «Οίκοι προεξοφλήσεων» λειτουργούν πολύ ανταγωνιστικά προς τις εμπορικές τράπεζες, επειδή οι πρώτοι είναι πολύ πιο εξειδικευμένοι από τις δεύτερες στον τομέα των προεξοφλήσεων.

Εντούτοις, οι οίκοι προεξοφλήσεων χρειάζονται τις εμπορικές τράπεζες, επειδή αυτές αναλαμβάνουν να προεξοφλούν τις συναλλαγματικές που τους προσκομίζουν οι προεξοφλητικοί οίκοι. Αλλά τόσο οι τελευταίοι όσο και οι εμπορικές τράπεζες επηρεάζονται από τις πολιτικές που ακολουθούν οι κεντρικές αρχές της χώρας ή οι αρχές των χωρών της ΕΟΚ: σε

περίπτωση ανόδου των επιτοκίων με τα οποία οι κεντρικές τράπεζες προεξοφλούν γραμμάτια που τους προσκομίζουν οι εμπορικές τράπεζες, τότε επηρεάζονται και τα επιτόκια με τα οποία και οι οίκοι προεξοφλήσεων δέχονται να προεξοφλήσουν προσκομιζόμενα σ' αυτές γραμμάτια.

Η λειτουργία μεγάλου αριθμού προεξοφλητικών οίκων σε ορισμένες εκβιομηχανισμένες χώρες λειτουργεί εξυγιαντικά για τους μηχανισμούς της αγοράς. Γιατί πολλοί προεξοφλητικοί οίκοι ανταγωνίζονται μεταξύ τους για να προσφέρουν καλύτερους όρους προεξόφλησης γραμματίων με αποτέλεσμα να συμπιέζονται γενικά όλα τα επιτόκια προς τα κάτω. Αντίθετα, όπου οι εμπορικές τράπεζες καταφέρνουν να συμφωνήσουν μεταξύ τους για τους όρους προεξόφλησης των προσκομιζομένων σ' αυτές γραμματίων, τότε οι κάτοχοι γραμματίων (έμποροι και εταιρίες) επιβαρύνονται περισσότερο.

- ▶ **«Οικογενειακές τράπεζες»** λέγονται οι κλάδοι τραπεζών που λειτουργούν στη Γερμανία, οι οποίες προσφέρουν στα νοικοκυριά αρκετά σε όγκο καταναλωτικά δάνεια και δέχονται καταθέσεις με ευνοϊκούς όρους από νοικοκυριά.

Η χορήγηση καταναλωτικών δανείων είναι μία πολιτική που συμβάλλει στην τόνωση της ζήτησης των νοικοκυριών, ιδιαίτερα εκείνων που χρειάζονται επειγόντως λίγες πιστώσεις για να αγοράσουν σημαντικά – για τον οικογενειακό προϋπολογισμό – διαρκή καταναλωτικά αγαθά.

- ▶ **«Τράπεζες επενδύσεων»** είναι οι τράπεζες που χορηγούν μακροπρόθεσμα δάνεια σε βιομηχανίες, αλλά και συμμετέχουν άμεσα στην πραγματοποίηση επενδύσεων, παρέχουν τεχνική και χρηματοοικονομική υποστήριξη για συγχωνεύσεις και εξαγορές επιχειρήσεων κλπ.

Οι τράπεζες επενδύσεων μειονεκτούν έναντι των εμπορικών τραπεζών επειδή τα δάνεια που χορηγούν είναι μακροπρόθεσμα και καθυστερεί η εξόφλησή τους. Η ανακύκλωση των δανείων είναι κατά πολύ ταχύτερη στις εμπορικές τράπεζες σε σύγκριση με τις επενδυτικές τράπεζες.

Επίσης, τα ρίσκα απώλειας των δανειακών κεφαλαίων είναι πολύ μεγαλύτερα για τις επενδυτικές τράπεζες σε σχέση με τις εμπορικές. Για το λόγο αυτό τα επιτόκια διαμορφώνονται σε υψηλότερα επίπεδα για τα μακροχρόνια δάνεια.

Επειδή ο ρόλος των επενδυτικών τραπεζών είναι πολύ σημαντικός μέσα στην οικονομία, αρκετές κυβερνήσεις υποστηρίζουν έμμεσα (για να μην προκαλούνται αντιδράσεις άλλων χωρών) τις τράπεζες επενδύσεων. Η κρατική παρέμβαση γίνεται, μεταξύ άλλων, με τους εξής τρόπους:

- Επιδοτούνται τα επιτόκια για μακροπρόθεσμα δάνεια που χρησιμοποιούνται αποκλειστικά για επενδύσεις εκσυγχρονισμού.
- Κρατικά κεφάλαια χρησιμοποιούνται μέσω των επενδυτικών τραπεζών για την αύξηση του μετοχικού κεφαλαίου μεγάλων επιχειρήσεων, που αντιμετωπίζουν οικονομικά προβλήματα ή που θέλουν να εκσυγχρονισθούν.
- Κρατικές υπηρεσίες διευκολύνουν τις εργασίες επενδυτικών τραπεζών για τη μελέτη διαφόρων επενδυτικών σχεδίων, η υλοποίηση των οποίων απαιτεί πολλά κεφάλαια.

Οι επενδυτικές τράπεζες μακροχρόνια εμφανίζονται να αλλάζουν προσανατολισμό. Στις δύο πρώτες μεταπολεμικές δεκαετίες οι επενδυτικές τράπεζες έπαιξαν ουσιαστικό ρόλο στη συγκέντρωση σημαντικών κεφαλαίων για τη λειτουργία πολλών νέων και μεγάλων βιομηχανιών. Στη δεκαετία του 1980 και ιδιαίτερα στο δεύτερο μισό αυτής οι επενδυτικές τράπεζες πρωταγωνίστησαν στην πραγματοποίηση συγχωνεύσεων και εξαγορών πολύ μεγάλου μεγέθους επενδύσεων.

- ▶ Οι «αγροτικές τράπεζες» είναι εξειδικευμένες τράπεζες που ασχολούνται κατά κύριο λόγο με τη χρηματοδότηση της αγροτικής οικονομίας και ειδικότερα με τη χρηματοδότηση αγροτικών εκμεταλλεύσεων, βιομηχανιών επεξεργασίας αγροτικών προϊόντων, εξαγωγικών επιχειρήσεων και συνεταιρισμών.

Στις χώρες της ΕΟΚ η άσκηση της αγροτικής πίστης θα πρέπει να βασίζεται στην εξασφάλιση ίσων όρων ανταγωνισμού μεταξύ των αγροτικών εκμεταλλεύσεων και στη μη παραβίαση των Κοινών Αγορών αγροτικών προϊόντων. Απαγορεύεται, για παράδειγμα, η επιδότηση των επιτοκίων δανεισμού επιχειρήσεων εξαγωγής αγροτικών προϊόντων, η υποστήριξη προβληματικών γεωργικών βιομηχανιών με ευνοϊκές ρυθμίσεις των χρεών κλπ. Διαφορετικά, η χρησιμοποίηση των αγροτικών τραπεζών για την ενίσχυση του ανταγωνισμού στο χώρο της γεωργίας, είναι αντίθετη με βασικούς κανόνες της Συνθήκης της ΕΟΚ για τον ανόθευτο ανταγωνισμό και για την απαγόρευση της χορήγησης κρατικών ενισχύσεων.

- ▶ Οι «**τράπεζες γης**» έχουν ως κύρια αποστολή τη χρηματοδότηση των αγοραπωλησιών εκτάσεων γης, με σκοπό την απόδοσή τους σε γεωγούς κατά κύριο επάγγελμα.

Αυτές οι εξαιρετικά εξειδικευμένες τράπεζες, που είναι και πολύ λίγες άλλωστε, διαθέτουν χρηματικά κεφάλαια για τη μεσολάβηση σε αγοραπωλησίες καλλιεργουμένων εκτάσεων ή βοσκοτόπων. Οι γεωργοί που εγκαταλείπουν τις αγροτικές εργασίες μπορούν ευκολότερα να πουλήσουν τη γη τους σε άλλες που θέλουν να ασκήσουν το αγροτικό επάγγελμα, οι οποίοι για να αγοράσουν τη γη εξασφαλίζουν μακροπρόθεσμα δάνεια από την «τράπεζα γης».

Με τις «τράπεζες γης» επιτυγχάνεται η συγκέντρωση των αγροτικών εκτάσεων σε μικρότερους κλήρους, με αποτέλεσμα να γίνεται πολύ πιο αποδοτική η εργασία των γεωργών και να αξιοποιούνται καλύτερα τα γεωργικά μηχανήματα.

- ▶ «**Κινητές τράπεζες**» είναι ειδικά διασκευασμένα οχήματα με τα οποία μετακινούνται τραπεζοϋπάλληλοι σε απομακρυσμένες περιοχές για να διενεργήσουν εργασίες σε επαρχιακές εκθέσεις να χρηματοδοτήσουν απομακρυσμένα χωριά και επιχειρήσεις κλπ (Η Εθνική τράπεζα της Ελλάδος διαθέτει τέτοια υπηρεσία στους πελάτες της, το ονομαζόμενο «κι-

νητό συνεργείο»).

- ▶ **«Αμοιβαίων αποταμιεύσεων τράπεζες»** είναι ορισμένα πιστωτικά ιδρύματα που λειτουργούν στις ΗΠΑ, στα οποία οι μετοχές των τραπεζών ανήκουν στους ίδιους τους καταθέτες.
- ▶ **«Μοναδικές τράπεζες»** χαρακτηρίζονται στις ΗΠΑ τα τραπεζικά ιδρύματα που εκτελούν εργασίες διαφόρων ειδών σε ένα και μόνο κτίριο και δεν διαθέτουν υποκαταστήματα στην ίδια πόλη ή αλλού. Αυτή η μορφή τράπεζας είναι ιδιαίτερα αναπτυγμένη σε ορισμένες πολιτείες των ΗΠΑ.
- ▶ **«Τράπεζες βιομηχανικής πίστης»** είναι οι τράπεζες επενδύσεων που επιδιώκουν την πολύπλευρη υποστήριξη νεοδημιουργημένων βιομηχανιών ή τη χρηματοδοτική υποβοήθηση εκείνων που πραγματοποιούν μεγάλα προγράμματα εκσυγχρονισμού.

Οι «βιομηχανικές τράπεζες» ασχολούνται, μεταξύ των άλλων, και με τη διοργάνωση βιομηχανικών ζωνών και «πάρκων», στις οποίες υπάρχουν όλες εκείνες οι υποδομές που είναι αναγκαίες για την πλήρη δραστηριοποίηση εγκαθισταμένων εργοστασίων. Οι υποδομές αυτές περιλαμβάνουν αποθήκες, λιμενικές εγκαταστάσεις, καλά οργανωμένο σιδηροδρομικό δίκτυο, παροχές ηλεκτρικού ρεύματος κλπ. Βέβαια τέτοιου είδους εργασίες αναλαμβάνουν κυρίως υπό κρατικό έλεγχο βιομηχανικές τράπεζες, αποβλέποντας όχι τόσο στην επίτευξη κερδών, όσο στην ενίσχυση της βιομηχανικής δράσης.

- ▶ **«Κτηματικές τράπεζες»** είναι τα εξειδικευμένα πιστωτικά ιδρύματα που ασχολούνται με τις χορηγήσεις δανείων για διευκόλυνση των αγορών κατοικιών ή για την αναπαλαίωση, επισκευή και κτίσιμο κατοικιών, για τη χρηματοδότηση μεγάλων έργων κατασκευής, για οικοδομήσεις μεγάλων τουριστικών μονάδων κλπ.

Σε αρκετές περιπτώσεις οι «κτηματικές» και «στεγαστικές τράπεζες» διευρύνουν ή περιορίζουν τις χρηματοδοτήσεις για αγορές και κτίσιμο νέων κατοικιών, ανάλογα με την συγκυριακή οικονομική πολιτική που ακολου-

θεί η κυβέρνηση. Έτσι, όταν οι υπό κρατικό έλεγχο κτηματικές τράπεζες αυξάνουν σημαντικά τις χορηγήσεις τους υπάρχει έντονη οικοδομική δραστηριότητα, η οποία, με τη σειρά της, υποκινεί σε ανάκαμψη και λοιπούς κλάδους της εθνικής οικονομίας (τσιμεντοβιομηχανίες, ξυλοβιομηχανίες, μονάδες παραγωγής και εμπορίας ειδών υγιεινής κλπ).

Εντούτοις, η στροφή των νοικοκυριών προς τις οικοδομές ενδέχεται να ωθήσει αυτά σε μεγάλες αναλήψεις καταθέσεων από τις εμπορικές τράπεζες ή και σε προσωρινό περιορισμό των καταναλωτικών τους δαπανών, με αρνητικές επιπτώσεις για τις εμπορικές τράπεζες ή άλλους κλάδους της οικονομίας.

Στις εκβιομηχανισμένες χώρες η οικοδομική δραστηριότητα πέρασε μεγάλη κρίση στο διάστημα 1981-1987 για να σημειωθεί στη συνέχεια, μία πρωτοφανής έξαρση της οικοδομικής δραστηριότητας, η οποία επέδρασε πολύ θετικά και στις εργασίες των κτηματικών τραπεζών. Οι μετοχές των τελευταίων στα χρηματιστήρια ανέβηκαν λόγω της αισθητής ανόδου της ζήτησης στεγαστικών δανείων.

- › «**Συνεταιριστικές τράπεζες**» είναι οι τράπεζες των οποίων οι μετοχές ανήκουν σε συνεταιρισμούς αγροτών ή βιοτεχνών, οι οποίοι και χρηματοδοτούνται με ευνοϊκότερους όρους από τη δική τους τράπεζα. Καταθέτες στις συνεταιριστικές τράπεζες μπορούν να είναι και άλλα φυσικά πρόσωπα ή εταιρίες, που δεν είναι μέλη συνεταιρισμού και οι οποίες έχουν δικαίωμα να ζητήσουν τη χρηματοδότησή τους από την τράπεζα στην οποία εμπιστεύονται τα προσωρινά αχρησιμοποίητα χρηματικά διαθέσιμά τους.

Στόχος των συνεταιριστικών τραπεζών είναι η επίτευξη ικανοποιητικών κερδών για να αυτοχρηματοδοτήσουν επέκταση των χορηγήσεών τους προς τα συνεταιριστικά μέλη τους.

Είναι αυτονόητο ότι η λειτουργία συνεταιριστικών τραπεζών δεν επιτρέπεται να στηρίζεται στην προνομιακή μεταχείρισή του από τις εθνικές

αρχές, σε βάρος των λοιπών ιδιωτικών και κρατικών τραπεζών. Οι συνεταιριστικές τράπεζες πρέπει να λειτουργούν μέσα σε συνθήκες ανόθευτου ενδοτραπεζικού ανταγωνισμού, ενώ δεν επιτρέπεται η μέσω συνεταιριστικών τραπεζών αξιοποίηση κρατικών κεφαλαίων για την επιδότηση των επιτοκίων δανεισμού συνεταιρισμένων αγροτών που ασχολούνται μέσα στην ΕΟΚ.

- ▶ «**Δημοτικές τράπεζες**» είναι καθαρά τοπικές τράπεζες διοικούνται από εκπροσώπους του δήμου και με αντικείμενο εργασιών την πραγματοποίηση καταθέσεων δημοτών και μεταξύ άλλων, τη χρηματοδότηση, έργων κοινής ωφέλειας, δημοτικών επιχειρήσεων κλπ.
- ▶ «**Τράπεζες εξωτερικού εμπορίου**» είναι χρηματοδοτικοί οργανισμοί με κύρια αποστολή την χρηματοοικονομική υποστήριξη εξαγωγικών επιχειρήσεων. Τα χορηγούμενα από αυτές δάνεια είναι βραχυπρόθεσμα, για τα οποία τα ρίσκα απώλειάς τους είναι αρκετά αυξημένα, λόγω των μεγάλων διακυμάνσεων που σημειώνονται στις διεθνείς αγορές για τα εμπορεύματα από διάφορους παράγοντες (πτώση των τιμών των πρώτων υλών, ένταση του διεθνούς ανταγωνισμού, αδυναμία εξόφλησης των αγορασθέντων από τους εισαγωγείς εμπορευμάτων κλπ).

Από τις περισσότερο ανεπτυγμένες χώρες γίνονται αρκετές προσπάθειες να τεθούν ορισμένοι κανόνες που θα εφαρμόζονται για τα όρια των πισοδοτήσεων για εξαγωγές εμπορευμάτων. Και τούτο επειδή η ένταση του ανταγωνισμού μεταξύ των τραπεζών εξωτερικού εμπορίου και των εμπορικών τραπεζών που χορηγούν δάνεια για εξαγωγές ενδέχεται να οδηγήσει στη διάθεση σημαντικών κεφαλαίων, που θα είναι δύσκολο για όλους να ανακτηθούν τελικά.

Ιδιαίτερες προσπάθειες καταβάλλουν οι τράπεζες εξωτερικού εμπορίου για να αξιοποιήσουν κατά τον καλύτερο δυνατό τρόπο το συνάλλαγμα που συγκεντρώνουν οι πελάτες τους εξαγωγείς εμπορευμάτων. Οι ειδικοί των τραπεζών κάνουν προβλέψεις για τις μεταξύ των νομισμάτων ισοτι-

μίες και ανάλογα προβαίνουν σε αγοραπωλησίες στις μεγάλες αγορές συναλλάγματος.

- › **«Ναυτιλιακές τράπεζες»** χαρακτηρίζονται εκείνες οι τράπεζες οι οποίες δίνουν ιδιαίτερη βαρύτητα στη χορήγηση δανείων σε ναυτιλιακές εταιρίες, οι οποίες αντιμετωπίζουν και τους περισσότερους κινδύνους να υποστούν μεγάλες ζημιές από απώλεια σκαφών.

Όμως, οι ναυτιλιακές εταιρίες σε περιόδους άνθισης της διεθνούς οικονομικής δραστηριότητας εξασφαλίζουν σημαντικά ποσά από μεταφορές εμπορευμάτων και γι' αυτό αποφέρουν πολλά κέρδη στις τράπεζες που τις χρηματοδοτούν.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

1. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ

Οι ιστορικοί έχουν στοιχεία ότι οι πρώτες τραπεζικές εργασίες γίνονταν από τους ιερείς της πόλης Ουρούκ της Μεσοποταμίας, οι οποίοι δάνειζαν στους αγρότες της περιοχής. Οι τελευταίοι έπρεπε να επιστρέψουν τα δάνεια καταβάλλοντας και τους συμφωνηθέντες τόκους.

Ποιά ήταν όμως εκείνα τα είδη που αποτελούσαν αντικείμενο δανεισμού στην προϊστορική περίοδο; Υποθέτουμε ότι συμφωνούσαν δανεισμό για σπόρους για σπορά, ζώα, εργαλεία, μέταλλα (που χρησιμοποιούνταν ως μέτρα αξιών) κλπ. Συνεπώς, συμπεραίνουμε ότι δανεισμός και πρωτόγονες τραπεζικές εργασίες ήταν εφικτές μόνο σε κοινωνίες στις οποίες είχε προχωρήσει ο καταμερισμός της εργασίας, η παραγωγικότητα ήταν ανεβασμένη και ήταν σε αρκετό βαθμό ανεπτυγμένες οι εμπορικές συναλλαγές.

Ακόμη, επειδή ήταν κυρίαρχη η θέση της γεωργίας και της κτηνοτροφίας μέσα στις οικονομίες της εποχής, εκτιμάται ότι οι τόκοι που ελαμβάνοντο ήταν ιδιαίτερα υψηλοί. Επειδή, η γεωργική παραγωγή παρουσίαζε πολύ απότομες διακυμάνσεις και οι κίνδυνοι μη απόληψης των συμφωνημένων τόκων ήταν πολύ πιθανοί.

Στον κώδικα του Χαμουραμπί αναφέρονται ορισμένοι κανόνες που εφαρμόζονταν για το δανεισμό. Η θέσπιση αυτών των κανόνων υποδηλώνει την αναγκαιότητα ύπαρξης κανόνων προστασίας τόσο των δανειστών όσο και των δανειοληπτών. Η βαβυλωνιακή οικονομία είχε επιτύχει σημαντικούς βαθμούς ανάπτυξης και τα σημαντικά πλεονάσματα αγροτικών προϊόντων ήταν δυνατό να αποτελέσουν αντικείμενο δανεισμού. Υπάρχουν γραπτά μνημεία που αναφέρουν πράξεις δανεισμού με κομμάτια αργύρου.

Στην αρχαία ελληνική οικονομία οι τραπεζικές εργασίες αναπτύχθηκαν περισσότερο, κυρίως από απελεύθερους, εκείνους που δεν ήταν δουλοκτήτες και μεγαλογαιοκτήμονες. Σημαντικότερη ώθηση στην ανάπτυξη των τραπεζικών εργασιών έδωσε η άνθιση του εμπορίου μεταξύ των πόλεων που

βρίσκονταν στην ηπειρωτική Ελλάδα, στα νησιά του Αιγαίου, στη Μικρά Ασία, Κύπρο και Αίγυπτο. Οι εμπορικές και ναυτιλιακές επιχειρήσεις απαιτούσαν σημαντικά ποσά σε πολύτιμα μέταλλα και νομίσματα, ενώ τα ρίσκα απώλειας των κεφαλαίων από ναυάγια ή από πειρατικές επιδρομές ήταν πολύ μεγάλα. Γι' αυτό και οι τόκοι διαμορφώνονταν σε πολύ υψηλά επίπεδα. Έντοκα ήταν και τα δάνεια που συνάπτονταν μεταξύ γαιοκτημόνων και μικροκαλλιεργητών. Δυστυχώς, όμως οι τόκοι ήταν πολύ μεγάλοι και η τοκογλυφία κατέληγε σε χρεοκοπίες και στη μετατροπή των ελευθέρων σε δούλους. Είναι πολύ χαρακτηριστικά τα ριζοσπαστικά μέτρα που πήρε ο Σόλων για να διορθωθούν οι καταστρεπτικές συνέπειες για την αθηναϊκή οικονομία από την ανεξέλεγκτη τοκογλυφία.

Οι μεγάλες ανάγκες που είχαν δημιουργηθεί για το διακανονισμό μεγάλου όγκου εμπορικών συναλλαγών επέβαλαν την τελειοποίηση των μέχρι τότε χρησιμοποιούμενων νομισμάτων, που ήταν κομμάτια πολυτίμων μετάλλων ή σίδηρου. Τα πρώτα νομίσματα φαίνεται ότι ανακαλύφθηκαν στη Μικρά Ασία γύρω στο 600 π.Χ., για να κοπούν νέα σε διάφορες άλλες πόλεις, κυρίως σε εκείνες στις οποίες το εμπόριο ήταν περισσότερο προηγμένο.

Η κοπή και η χρησιμοποίηση νέων νομισμάτων δεν διευκόλυνε μόνο το εμπόριο αλλά και τη σύναψη δανείων. Πέραν αυτών οι έμποροι έπρεπε να εκτελούν και εργασίες μετατροπής των νομισμάτων της μίας πόλης σε νομίσματα άλλης πόλης. Δημιουργήθηκαν, κάτω από αυτές τις συνθήκες, οι πρώτες αγορές συναλλάγματος και τέθηκαν έτσι οι βάσεις αφενός για την ανάπτυξη περισσότερο ειδικευμένων εργασιών και αφετέρου για τη χρηματοδότηση διεθνών εμπορικών συναλλαγών και για τη μεταφορά νομισμάτων από τη μία πόλη σε άλλη πόλη, που είναι και οι πρώτες μορφές διεθνούς κίνησης κεφαλαίων.

Οι πολιτείες όμως έπρεπε να μεριμνήσουν για την αποφυγή νόθευσης των νομισμάτων που κυκλοφορούσαν. Γύρω στον 4^ο αιώνα π.Χ. λαμβάνονται μέτρα για τη δημιουργία σε ορισμένες ελληνικές πολιτείες οργάνων (υ-

ποτυπωδών κεντρικών τραπεζών), τα οποία ασκούν ελέγχους στις εργασίες κοπής και στην κυκλοφορία νομισμάτων, στη συγκέντρωση των εσόδων από φόρους και άλλες επιβαρύνσεις, με τα οποία χρηματοδοτούνται κρατικές δαπάνες, και διαχειρίζονται τα ακίνητα και κινητά περιουσιακά στοιχεία που ανήκουν στην πολιτεία.

Οι τραπεζίτες παρουσίασαν ακόμη μεγαλύτερο όγκο εργασιών τον καιρό της επέκτασης και απόλυτης ισχυροποίησης του ρωμαϊκού κράτους. Οι ρωμαϊκοί χρυσοί και τα δηνάρια έγιναν τα κύρια μέσα διακανονισμού συναλλαγών και σύναψης δανείων. Διευκολύνθηκαν οι μεταξύ των πόλεων εμπορικές συναλλαγές και η μεταφορά χρημάτων μεταξύ αυτών. Η πάταξη της πειρατείας είχε πολύ ευνοϊκές συνέπειες για τις ναυτιλιακές μεταφορές, αφού τα επιτόκια για δάνεια διαμορφώνονταν περίπου στο 33%. Τα επιτόκια για τα λοιπά δάνεια έπεσαν στο 12%. Τα αυστηρά μέτρα που είχαν εφαρμοσθεί κατά των κιβδηλοποιών περιόρισαν τις νοθεύσεις των κυκλοφορούντων ρωμαϊκών νομισμάτων και ευνόησαν την ανάπτυξη της δανειοδότησης.

Βέβαια, υπήρξαν και οικονομικές κρίσεις που επέβαλαν στις ρωμαϊκές αρχές να περιορίσουν τις ποσότητες των πολυτίμων μετάλλων που περιείχαν τα νομίσματα. Συχνά παρατηρήθηκαν φαινόμενα απόκρυψης των χρυσών νομισμάτων και υπερπροσφοράς νομισμάτων από μη ευγενή μέταλλα, με αποτέλεσμα να δημιουργηθούν προβλήματα στο διακανονισμό χρεών.

Το τραπεζικό σύστημα της εποχής επεκτείνεται και ενισχύεται σημαντικά. Η ανάπτυξη του ρωμαϊκού κράτους επιτρέπει την άνθιση των τραπεζικών εργασιών, οι οποίες ήταν άγνωστες στη Δυτική Ευρώπη. Η πλήρης ρωμαϊκή κυριαρχία επιτρέπει τον περιορισμό των συγκρούσεων μεταξύ των πόλεων, που είχαν τελείως αρνητικές επιπτώσεις στις εργασίες δανεισμού και στο ύψος των επιτοκίων. Στις αγορές των μεγάλων πόλεων λειτουργούν κανονικά επιχειρήσεις που ασχολούνται με δανεισμούς, χορηγήσεις ενυποθήκων δανείων διενέργεια πιστωτικών πράξεων, άνοιγμα λογαριασμών, μετατροπή νομισμάτων περιορισμένης κυκλοφορίας σε ρωμαϊκά νομίσματα, εκδόσεις

πιστωτικών επιστολών, αναλήψεις και καταθέσεις χρημάτων, μεταφορές χρημάτων, χορηγήσεις ναυτοδανείων.

Στην ρωμαϊκή κοινωνία αναδεικνύονται πρόσωπα που έχουν αποκομίσει σημαντικές περιουσίες από τραπεζικές εργασίες. Παράλληλα, οι μεγαλογαιοκτήμονες, οι εφοπλιστές και μεγαλέμποροι διαθέτουν τα προσωρινά αχρησιμοποίητα χρηματικά κεφάλαιά τους για δανεισμό με σκοπό την απόληψη εισοδημάτων από τόκους.

Οι τράπεζες στην Αναγέννηση

Η οικονομική παρακμή του ρωμαϊκού κράτους αποτέλεσε ισχυρότατο πλήγμα για το τραπεζικό σύστημα. Η πτώση του όγκου των κυκλοφορούντων εμπορευμάτων, ο «κατατεμαχισμός» της ρωμαϊκής αυτοκρατορίας με τη δημιουργία νέων κρατών, οι τοπικές πολεμικές συγκρούσεις, η έλλειψη ενός διεθνώς αποδεκτού μέσου πληρωμών κλπ έφεραν αρκετούς αιώνες πίσω τις τραπεζικές εργασίες. Μόνο το χρυσό κωνσταντινάτο ήταν περισσότερο αποδεκτό στις εμπορικές συναλλαγές, οι οποίες παρουσίαζαν σοβαρά προβλήματα από τους συχνούς πολέμους. Οι καταστάσεις αυτές ευνοούσαν την άνθιση της τοκογλυφίας, τη σημαντική άνοδο των επιτοκίων και τον αποθησαυρισμό των χρυσών και αργυρών νομισμάτων.

Στην Ευρώπη απομένουν λίγοι Σύροι και περισσότεροι Εβραίοι που ασχολούνται με το εμπόριο του χρήματος. Οι Εβραίοι ειδικότερα ασχολούνταν για αιώνες με τη διενέργεια πράξεων δανεισμού, επειδή αυτός απέφερε αρκετά κέρδη, ιδιαίτερα σε περιόδους κατά τις οποίες η χριστιανική εκκλησία έθετε αυστηρούς περιορισμούς στις υποτυπώδεις τραπεζικές εργασίες. Στην επαρχία πιστωτικές πράξεις διενεργούσαν και αρκετά μοναστήρια, τα οποία είχαν μεγάλες εκτάσεις και πολλά εισοδήματα. Εντούτοις, οι κυριότεροι «Πελάτες» των μοναστηριών ήταν οι τοπικοί φεουδάρχες, οι οποίοι για να αντιμετωπίσουν έκτακτες ανάγκες, χρειαζόνταν σημαντικά ποσά.

Γενικά, όμως, οι συνθήκες ήταν τέτοιες στο Μεσαίωνα που δεν ευνοείτο η διεύρυνση της παραγωγής και των εμπορικών συναλλαγών και, κατ' επέκταση, δεν μπορούσε να αναπτυχθεί το τραπεζικό σύστημα. Οι τοπικές οικονομίες είχαν γίνει «κλειστές» και κύριος σκοπός των οικονομικών μονάδων ήταν η αυτοσυντήρηση και η παραγωγή για την ικανοποίηση των πλέον άμεσων αναγκών. Στη Δυτική Ευρώπη ειδικότερα έλλειπαν οι μεγάλες πόλεις, ενώ παράλληλα είχε προχωρήσει ο χωρισμός της Ανατολής από τη Δύση.

- Η δημιουργία νέων βιομηχανικών μονάδων απαιτεί τραπεζικά δάνεια. Η εκβιομηχάνιση αποτελεί ουσιαστικότερο παράγοντα για την ανάπτυξη των τραπεζικών εργασιών.
- Η μεταποιητική δραστηριότητα ανεβάζει την παραγωγικότητα της εργασίας και δημιουργεί νέα εισοδήματα. Η συνολική αύξηση της κατανάλωσης και ειδικότερα της αποταμίευσης επιτρέπει στα νοικοκυριά να αποταμιεύουν μεγαλύτερα ποσά και να τα καταθέτουν στις τράπεζες. Η αύξηση της κατανάλωσης αποτελεί κίνητρο για τις τράπεζες που θέλουν να επεκταθούν στο χώρο της καταναλωτικής πίστης.
- Η εμφάνιση «βιομηχανικών πόλων», γύρω από τους οποίους αναπτύσσονται αστικά κέντρα, ευνοεί την επέκταση των υποκαταστημάτων των εμπορικών τραπεζών και την αύξηση του συνολικού όγκου των καταθέσεων και χορηγήσεων.
- Η συνεχής διεύρυνση του διεθνούς εμπορίου βιομηχανικών εμπορευμάτων, παράλληλα με την αύξηση του όγκου του διεθνούς εμπορίου αγροτικών, ωθεί τις τράπεζες στην άντληση νέων κερδών από τις εργασίες στους τομείς της διεθνούς εμπορίας και εμπορικής ναυτιλίας.
- Η σταθερή άνοδος της παραγωγικότητας της εργασίας και η χρησιμοποίηση ολοένα και περισσότερων τεχνολογικών εφαρμογών στη βιομηχανία αποτελούν παράγοντες που ευνοούν τη δημιουργία νέων βιομηχανικών υποκλάδων ή και νέων αυτοτελών κλάδων (π.χ. αυτοκινητοβιομηχανία,

χημική βιομηχανία κλπ). Η εξειδίκευση της εργασίας που προωθείται στους νέους βιομηχανικούς κλάδους και υποκλάδους, οδηγεί στην παραγωγή νέων εμπορευμάτων που κυκλοφορούν στη διεθνή αγορά, στην απορρόφηση σημαντικού αριθμού εργαζομένων και στη δημιουργία νέων εισοδημάτων από εργασία και εμποροβιομηχανική δραστηριότητα. Στο βαθμό, επομένως, που προωθείται η ευρεία εκβιομηχάνιση επηρεάζεται και το τραπεζικό σύστημα, ο ρόλος του οποίου διευρύνεται.

Η βιομηχανική ανάπτυξη που προωθήθηκε ευρύτατα στη Δυτική Ευρώπη αρχικά και στη συνέχεια στην Κεντρική Ευρώπη και στη Βόρεια Αμερική επηρέασε άμεσα τις δομές του τραπεζικού συστήματος κατά τη διάρκεια του 19^{ου} αιώνα. Συγκεκριμένα:

1. Εξαφανίζονται οι μικρές οικογενειακές τράπεζες τοπικού, κατά κανόνα χαρακτήρα, και επικρατούν άλλες, οι οποίες έχουν πολλά κεφάλαια και επεκτείνουν τις εργασίες τους σε εθνικό επίπεδο.

Στην εξαφάνιση των μικρών τραπεζών συνετέλεσαν σε μεγάλο βαθμό οι συχνές κατά το 19^ο αιώνα οικονομικές κρίσεις, από τις οποίες έβγαιναν σώες ή με λιγότερες ζημιές οι μεγάλες τράπεζες που είχαν κάνει καλύτερο επιμερισμό των κινδύνων.

2. Αλλάζει το ιδιοκτησιακό καθεστώς. Με την έκδοση και αγοραπωλησία μετοχών συνενώνονται περισσότεροι του ενός κεφαλαιούχοι για να χρηματοδοτήσουν την έναρξη λειτουργίας μεγάλων και συγχρόνων τραπεζών. Η λειτουργία των χρηματιστηριακών θεσμών φέρνει νέες ανατροπές στις οικονομικές σχέσεις, αφού οι τραπεζικές και άλλες μετοχές αποτελούν αντικείμενο καθημερινών αγοραπωλησιών:

- Οι διοικήσεις των τραπεζών υποχρεώνονται να κάνουν τις καλύτερες δυνατές επιλογές και προσεκτικές τοποθετήσεις, προκειμένου να αποφευχθούν ζημιές και να προκύψουν κέρδη, που θα κάνουν τις μετοχές περιζήτητες. Εξειδικεύεται η πολιτική χορηγήσεων.
- Αρχίζει η «διασπορά» των μετοχών. Οι κάτοχοι σχετικά περιορισμέ-

νων κεφαλαίων μπορούν να αγοράσουν μέσω του χρηματιστηρίου μετοχές και να κερδοσκοπήσουν. Η «διασπορά» των μετοχών με την πάροδο του χρόνου μεγαλώνει συνέχεια, αντί να μικραίνει.

3. Προωθείται ο τραπεζικός συγκεντρωτισμός. Στις αρχές ανάπτυξης του καπιταλιστικού συστήματος υπήρχαν πολλές μικρές υποτυπώδεις τράπεζες οι οποίες λειτουργούσαν μέσα σε ένα καθεστώς πλήρους αδιαφάνειας και έλλειψης πιστωτικών κανόνων αποδεκτών από όλους.

Οι κεντρικές αρχές, αποβλέποντας σε νομισματική σταθερότητα και ευνοώντας την αύξηση των τραπεζικών χορηγήσεων, υποβοηθούν έμμεσα την προώθηση του τραπεζικού συγκεντρωτισμού. Οι μεγαλύτερες τράπεζες, με την υποστήριξη των κρατικών αρχών, εξαγοράζουν τις μικρότερες τράπεζες και απομένουν στην αγορά ολοένα και πιο λίγες τράπεζες, αλλά μεγάλης φερεγγυότητας και πολύ υψηλότερης αποδοτικότητας.

4. Ο καθορισμός επιτοκίων για τις καταθέσεις σε τράπεζες αποτελεί σημαντικότερο κίνητρο για τη στροφή του κοινού προς τις τράπεζες, οι οποίες συγκεντρώνουν ολοένα και μεγαλύτερο μέρος των πραγματοποιούμενων αποταμιεύσεων. Μέχρι τις αρχές του 19^{ου} αιώνα οι μικρές τράπεζες που λειτουργούσαν όχι μόνο δεν κατέβαλαν τόκους στους καταθέτες αλλά έπαιρναν και προμήθεια.

Καταθέσεις στις τράπεζες των αρχών του 19^{ου} αιώνα είχαν μόνο λίγες οικογένειες που είχαν υψηλά εισοδήματα προερχόμενα από την εκμετάλλευση μεγαλεμπορικών πράξεων. Τα μεγάλα στρώματα του πληθυσμού δεν είχαν καταθέσεις στις τράπεζες όχι μόνο επειδή δεν έδιναν τόκους αυτές, αλλά γιατί ζούσαν σε κατάσταση πολύ μεγάλης φτώχειας. Μόνο όταν αρχίζει να διανέμει μεγαλύτερα εισοδήματα στους εργαζομένους η συνεχώς αναπτυσσόμενη βιομηχανία αρχίζουν τα νοικοκυριά να πραγματοποιούν καταθέσεις στις τράπεζες. Έτσι, παρέχονται περισσότερες ευκαιρίες στις τράπεζες να χορηγήσουν νέα δάνεια για την υποστήριξη των βιομηχάνων, οι οποίοι πραγματοποιούν νέες επενδύσεις.

5. Μεγαλώνει ο αριθμός των δανειοληπτών. Μέχρι και το 18^ο αιώνα οι τράπεζες που είχαν κάποια μεγάλη οικονομική επιφάνεια είχαν δοσοληψίες με ένα πολύ μικρό αριθμό πελατών. Αρκετές από αυτές τις τράπεζες ήταν καθαροί διαχειριστές των εσόδων και δαπανών βασιλέων και φεουδαρχών ή δάνειζαν χρηματικά κεφάλαια σε λύγους εφοπλιστές και μεγαλέμπορους.
- Όταν όμως αρχίζουν να μπαίνουν μεγάλα ποσά στις τράπεζες από μικροκαταθέτες αλλάζουν δανειοδοτική τακτική οι εμπορικές τράπεζες. Είναι πλέον σε θέση να αυξήσουν τον αριθμό των πελατών στους οποίους θα εξασφαλίζουν βραχυχρόνιες ή και μακροχρόνιες πιστώσεις. Με τον τρόπο αυτό επιμερίζονται και οι κίνδυνοι που υπάρχουν από την απώλεια των δανείων, αφού όσο περισσότεροι είναι οι δανειστές τόσο περισσότερο μειώνονται οι σχετικοί κίνδυνοι.
6. Προχωρεί η εξειδίκευση μέσα στις τράπεζες. Η σημαντική άνοδος των εργασιών, η επέκταση σε νέες σφαίρες δράσης, κλπ επιβάλλουν στις διοικήσεις των τραπεζών να προχωρήσουν στην καλύτερη οργάνωση του ανθρώπινου δυναμικού που διαθέτουν. Ιδιαίτερα βελτιώνονται οι λογιστικές μέθοδοι, που επιτρέπουν τη μείωση των κινδύνων από οικονομικές ατασθαλίες.
7. Διεθνοποιείται η τραπεζική δράση. Βέβαια, μέσα στους αιώνες οι τραπεζίτες είχαν άμεση σχέση με το διεθνές εμπόριο. Αλλά αυτό πολλές φορές είχε ευκαιριακό χαρακτήρα αφού στο διεθνή χώρο υπήρχαν πάρα πολλά εμπόδια που δεν ευνοούσαν την ομαλή ανάπτυξη των διεθνών εμπορικών εργασιών. Από το 19^ο αιώνα όμως, με τη συνεχή επέκταση των διεθνών εμπορικών συναλλαγών και με την πολύ μεγάλη μετανάστευση, οι τράπεζες πρέπει να αντιμετωπίσουν νέα προβλήματα, ώστε να αντλήσουν οφέλη από τη διεθνή κίνηση εμπορευμάτων, κεφαλαίων και ανθρώπων.
- Επιπλέον, αυξάνει η διεθνής ζήτηση κεφαλαίων από τις διάφορες χώρες

(περισσότερο εκβιομηχανισμένες, αγροτικές και αποικιοκρατούμενες). Οι μεγάλες επενδύσεις που γίνονται στο δεύτερο μισό του 19^{ου} στον τομέα των σιδηροδρόμων ανεβάζουν το ρόλο των μεγάλων τραπεζών, ιδιαίτερα εκείνων που έχουν μεγάλα χρηματικά κεφάλαια και είναι σε θέση να δανειοδοτήσουν κυβερνήσεις που κατασκευάζουν στις χώρες τους νέα σιδηροδρομικά δίκτυα.

Για τους λόγους που αναφέρθηκαν δημιουργούνται και τα πρώτα διεθνή χρηματοπιστωτικά κέντρα, στα οποία οι τράπεζες ασχολούνται με διεθνείς δανειοδοτήσεις και τοποθετήσεις κεφαλαίων. Ιδρύονται οι λεγόμενες «αποικιακές τράπεζες» οι οποίες εγκαθίστανται σε αποικίες με αποκλειστικό σκοπό τη χρηματοδότηση ορισμένων μεγάλων έργων (συνήθως μεταλλευτικών επιχειρήσεων και σιδηροδρομικών εταιριών που κάνουν επενδύσεις).

8. Αυξάνει ο παρεμβατικός ρόλος του κράτους μέσα στην πιστωτική οικονομία, κυρίως με την ενεργοποίηση των κρατικών τραπεζών στον τομέα έκδοσης χαρτονομισμάτων και επίτευξης νομισματικής σταθερότητας. Σε αρκετές περιπτώσεις οι κεντρικές τράπεζες δεν περιορίζονται μόνο στην έκδοση του εθνικού νομίσματος και στη συγκέντρωσή των σε χρυσό και συνάλλαγμα διαθεσίμων που χρειάζεται το κράτος, αλλά επεκτείνονται και σε εργασίες τις οποίες αναλαμβάνουν και οι ιδιωτικές τράπεζες.
9. Αρχίζει ο συντονισμός των εθνικών νομισματοπιστωτικών πολιτικών που εφαρμόζονται στις μεγαλύτερες χώρες. Επιλύονται προβλήματα που προκύπτουν από την άνοδο του διεθνούς εμπορίου, τις διεθνείς οικονομικές κρίσεις μεταφορές κεφαλαίων μεταξύ χωρών, το διακανονισμό δημοσίων χρεών από τις μεγάλες επενδύσεις στο εξωτερικό και από μεγάλες μετακινήσεις πληθυσμών (μεταναστευτικά εμβάσματα).

2. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ

Η ιστορική εξέλιξη του ελληνικού τραπεζικού συστήματος είναι στενά συνδεδεμένη με τις σταδιακές φάσεις της νεότερης οικονομικής ιστορίας της χώρας.

Η ελληνική τραπεζική οργάνωση διένυσε σειρά εξελικτικών φάσεων οι οποίες εντάσσονται γενικώς σε τρεις διακεκριμένες χρονικές περιόδους. Η πρώτη από αυτές εκτείνεται από την ουσιαστική εγκαθίδρυση του νεώτερου Ελληνικού Κράτους (1828) μέχρι το έτος 1927 περίπου, η δεύτερη από το 1928 μέχρι το τέλος του δευτέρου παγκοσμίου πολέμου και η τελευταία από το 1946 μέχρι σήμερα.

Κύρια κριτήρια και βασικά χαρακτηριστικά αυτής της διακρίσεως αποτελούν η οργάνωση και η διάρθρωση του τραπεζικού συστήματος, - ειδικότερα από πλευράς μορφής, προσανατολισμού και βαθμού εξειδίκευσεως των επί μέρους μονάδων - και ο εκάστοτε βαθμός κυβερνητικού ελέγχου της τραπεζικής δραστηριότητας και άσκησης συγκεκριμένης πολιτικής από το κράτος σ' αυτόν τον τομέα. Η πρώτη περίοδος (1828-1927), συμπίπτει με την εποχή του διεθνούς οικονομικού φιλελευθερισμού, χαρακτηρίζεται κυρίως από την παντελή σχεδόν έλλειψη κυβερνητικής μέριμνας και συγκεκριμένης οικονομικής πολιτικής στον πιστωτικό τομέα.

Κύριο χαρακτηριστικό της δεύτερης περιόδου είναι η για πρώτη φορά εισαγωγή των στοιχείων της εξειδίκευσης και της νομοθετικής ρύθμισης στην οργάνωση της τραπεζικής δραστηριότητας, ενώ η τρίτη κυριαρχείται από την έντονη, συστηματική και πολύπλευρη κρατική παρέμβαση στην άσκηση της πίστεως εντός του γενικότερου πλαισίου των σύγχρονων διεθνών αντιλήψεων περί αναπτυξιακής οικονομικής πολιτικής. Αναλυτικότερα, οι εν λόγω εξελίξεις έχουν ως ακολούθως:

α. ΠΕΡΙΟΔΟΣ 1828-1927

Η πρώτη εξελικτική φάση καλύπτει μεγάλη περίοδο, κατά το πλείστον ανομοιογενή, καθώς αφορά την αριθμητική δύναμη, την οργάνωση και τη δραστηριότητα του τραπεζικού συστήματος αλλά και γενικότερα τον βαθμό και τον ρυθμό της οικονομικής προόδου. Κυριαρχούν τα ακόλουθα βασικά χαρακτηριστικά της τραπεζικής οργάνωσης καθ' όλη την περίοδο, όπου αυτά αποτελούν κοινά γνωρίσματα της, θεμελιώνουν τα διακριτικά της όρια και την ιστορική αυτοτέλειά της:

- 1) Η τραπεζική δραστηριότητα αναπτύσσεται καθ' όλη την περίοδο με πλήρη απουσία οποιασδήποτε μορφής κρατικής παρέμβασης και ελέγχου και χωρίς ειδικό νομοθετικό πλαίσιο.
- 2) Δεν σημειώθηκε μέχρι τέλους της περιόδου οποιαδήποτε τάση συστηματικής εξειδίκευσης και προσανατολισμού των μονάδων προς συγκεκριμένο τομέα της τραπεζικής δραστηριότητας. Τα τραπεζικά ιδρύματα αυτή τη περίοδο στρέφονται προς όλους τους παραγωγικούς κλάδους, εκτελώντας αδιάκριτα όλες τις τραπεζικές εργασίες.
- 3) Η εκδοτική λειτουργία, εκτός του ότι δεν είναι εξειδικευμένη, δεν ασκείται ενιαία. Το έργο αυτό ασκεί κυρίως η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος από το 1841 μέχρι το τέλος της περιόδου, παράλληλα προς όλες σχεδόν τις λοιπές τραπεζικές δραστηριότητες. Εκδοτική αρμοδιότητα όμως έχει αναγνωριστεί επίσης και σε άλλες τράπεζες.
- 4) Καθ' όλη την περίοδο παράλληλα προς την ύπαρξη ελάχιστων ισχυρών οργανισμών παρατηρείται τάση ίδρυσης πολλών μικρών, τοπικής κυρίως σημασίας τραπεζών.
- 5) Μέχρι το τέλος της περιόδου η τραπεζική οργάνωση της χώρας διατηρεί γενικώς στοιχεία ατελούς και υποτυπώδους ανάπτυξης.

Ιστορικά τα κύρια γεγονότα σταθμοί της περιόδου έχουν ως εξής:

Πρώτη τράπεζα του νεώτερου Ελληνικού Κράτους υπήρξε η Εθνική Χρη-

ματική Τράπεζα που ιδρύθηκε το 1828. Αυτή ήταν κρατικός οργανισμός και ανέλαβε το έργο της έκδοσης εντόκων ομολόγων με σκοπό τη συγκέντρωση δανειακών κεφαλαίων για λογαριασμό του κράτους και δεν ασκούσε άλλη τραπεζική λειτουργία. Το ίδρυμα απέτυχε να εμπνεύσει εμπιστοσύνη και διέκοψε τις εργασίες του 6 χρόνια αργότερα.

Η δεύτερη προσπάθεια ήταν επιτυχής με την ίδρυση το 1841 της Εθνικής Τράπεζας της Ελλάδος. Ιδρύθηκε αρχικά με μικτή μορφή τράπεζας εκδοτικής, προεξοφλητικής και κτηματικής, με την πάροδο του χρόνου όμως επέκτεινε ευρέως τις λειτουργίες της, ώστε σταδιακά διεκπεραίωνε κατά το τέλος του αιώνα όλες σχεδόν τις τραπεζικές συναλλαγές. Αυτή αποτελεί και σήμερα τον μεγαλύτερο τραπεζικό οργανισμό στην χώρα.

Τρίτο αξιόλογο βήμα θεωρείται το 1893 με την ίδρυση της Τράπεζας Αθηνών. Συγκροτήθηκε από την αρχή ως εμπορική τράπεζα ανέπτυξε μεγάλη και γόνιμη δραστηριότητα μέχρι την συγχώνευσή της με την Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος το 1953.

Αργότερα αξιομνημόνευτες περιπτώσεις δημιουργίας μεγάλων τραπεζικών μονάδων κατά την περίοδο ήταν της Εμπορικής Τράπεζας της Ελλάδος, το 1907 που ανέπτυξε επιτυχή δράση συνεχιζόμενη μέχρι σήμερα, και της Τραπεζής της Ανατολής το 1904, η οποία ανέπτυξε αξιόλογες εργασίες, αλλά το 1932 παρέστη ανάγκη να συγχωνευθεί με την Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος.

Μεγάλος αριθμός τραπεζών που ιδρύθηκαν αυτή τη περίοδο, οι περισσότερες των οποίων ήταν τοπικού ή προσωπικού χαρακτήρα, δεν κατόρθωσαν ν' αναπτύξουν αξιόλογη δράση και να επιζήσουν για χρόνια.

β. ΠΕΡΙΟΔΟΣ 1928-1945

Από το τέλος της προηγούμενης περιόδου είχε καταστεί σαφής η αδυναμία του τραπεζικού συστήματος, ως προς την ανάπτυξη και οργάνωση του,

και την έλλειψη ειδικού νομοθετικού πλαισίου που διέπει την τραπεζική λειτουργία. Με σκοπό τα παραπάνω τη περίοδο αυτή πραγματοποιήθηκαν αναγκαίες βελτιώσεις. Ειδικότερα οι σχετικές κινήσεις εκδηλώθηκαν, αφ' ενός προς την κατεύθυνση του σταδιακού καταμερισμού των βασικών τραπεζικών λειτουργιών και της αντίστοιχης δημιουργίας εξειδικευμένων φορέων, αφ' ετέρου με την ψήφιση ειδικών νόμων όπου καθορίζονταν για πρώτη φορά, αρχικά με τις προϋποθέσεις και τους όρους της τραπεζικής λειτουργίας, αργότερα με περιοριστικούς κανόνες στους τομείς των συναλλαγματικών δολησιών και της κυκλοφορίας τραπεζογραμματίων προς την κατεύθυνση της εξειδίκευσης ήρθε ουσιαστικά το 1928 με την ίδρυση αυτελούς Κεντρικής Τράπεζας της Ελλάδος.

Ήδη κατά το προηγούμενο έτος είχε αποσπασθεί από την Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος ο κλάδος της κτηματικής πίστωσης και δημιουργήθηκε η Εθνική Κτηματική Τράπεζα της Ελλάδος. Η εξέλιξη προς την εξειδίκευση συνεχίστηκε το 1929 με την ίδρυση της Αγροτικής Τράπεζας της Ελλάδος, όπου ανέλαβε αυτοτελώς τον τομέα της αγροτικής πίστωσης, όπου εξυπηρετούσαν από την Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος.

Η φάση αναμόρφωσης ολοκληρώθηκε με την μεταστροφή του προηγούμενου έντονου ρεύματος ιδρύσεως νέων τραπεζικών μονάδων μικρού μεγέθους και τοπικής κατά το πλείστον σημασίας, και παράλληλα με την τάση συγκεντρώσεως των τραπεζικών ιδρυμάτων προς τη δημιουργία ισχυρότερων και σταθερότερων μονάδων με συγχώνευση ή απορρόφηση των μικρών από μεγαλύτερες τράπεζες.

Παράλληλα προς τους παραπάνω ανασχηματισμούς εκδηλώθηκε το 1931 για πρώτη φορά με συστηματική μορφή και η κρατική μέριμνα με ειδική νομοθετική ρύθμιση της τραπεζικής λειτουργίας. Συγκεκριμένα αυτό το έτος ψηφίστηκε ο νόμος 5076 όπου καθορίζονταν ποιές επιχειρήσεις ήταν τράπεζες, προβλέπουν ελάχιστο όριο των κεφαλαίων αυτών και επιβάλλουν ορισμένους περιορισμούς και υποχρεώσεις των τραπεζών κατά την άσκηση της

λειτουργίας αυτών.

Κατά το επόμενο έτος ψηφίστηκαν οι νόμοι 5422, 5426, 5456 και 5552 που επέβαλαν αναγκαστική κυκλοφορία τραπεζογραμματίων, μονοπωλιακή διαχείριση από την Τράπεζα της Ελλάδος χρυσού και εξωτερικού συναλλάγματος, έλεγχο των εισαγωγών και εξαγωγών, καθώς και άλλες συναφείς ρυθμίσεις.

γ. ΠΕΡΙΟΔΟΣ 1946 ΜΕΧΡΙ ΚΑΙ ΣΗΜΕΡΑ

Η τελευταία και σύγχρονη φάση εξελίξεως του ελληνικού τραπεζικού συστήματος χαρακτηρίζεται από τάσεις εντός των γενικότερων πλαισίων των αναπτυξιακών επιδιώξεων της χώρας που αναφέρονταν ειδικά αφ' ενός στην ενδεδειγμένη εξειδίκευση των επί μέρους τραπεζικών μηχανισμών, αφ' ετέρου στην σύναψη και άσκηση συστηματικής και συνεπούς πιστωτικής πολιτικής από το Κράτος.

Παράλληλα παρατηρείται αυτή τη περίοδο και χαρακτηριστική προσέλευση του ξένου τραπεζικού ενδιαφέροντος, με συνδυασμό τη συνέχιση της τάσης συγκέντρωσης των ελληνικών τραπεζικών ιδρυμάτων, σε συνδυασμούς επιχειρηματικών συγκροτημάτων ευρύτερων βάσεων και μεγαλύτερης δυναμικότητας.

Αναλυτικότερα παρατηρούνται τα εξής σε σχέση προς τα παραπάνω βασικά στοιχεία:

- 1) Στην Ελλάδα κατά τα διεθνή πρότυπα, η μεταπολεμική στροφή της οικονομικής πολιτικής προς τον στόχο της οικονομικής ανάπτυξης είχε επιδράσεις και στην διαρθρωτική εξέλιξη του τραπεζικού συστήματος, τόσο στην δημιουργία εξειδικευμένων πιστωτικών φορέων αρχικά από το κράτος, όσο και από την ιδιωτική επιχειρηματική πρωτοβουλία. Η πρώτη σχετική κίνηση έλαβε τη μορφή σύστασης από το Κράτος το 1946 του Οργανισμού Τουριστικής Πίστεως, επιφορτισμέ-

νο με την πιστωτική ενίσχυση επενδυτικών πρωτοβουλιών στον τομέα της τουριστικής υποδομής. Μεγαλύτερο πεδίο δράσης, περιλαμβάνουν όλους σχεδόν τους παραγωγικούς τομείς, είχαν ανάλογους σκοπούς, στη συνέχεια ιδρύθηκαν από το Κράτος δύο οργανισμοί, ο Οργανισμός Χρηματοδοτήσεως Οικονομικής Ανάπτυξης το 1954 και ο Οργανισμός Βιομηχανικής Ανάπτυξης το 1960.

Τα ανωτέρω δύο ιδρύματα, συγχωνεύτηκαν το 1964 σε ενιαίο κρατικό οργανισμό με την επωνυμία Ελληνική Τράπεζα Βιομηχανικής Ανάπτυξης (Ε.Τ.Β.Α.). Στο μεταξύ μεσολάβησε ίδρυση ανάλογων ιδιωτικών πιστωτικών ιδρυμάτων των μεγάλων εμπορικών τραπεζών με τη συνεργασία ξένου τραπεζικού κεφαλαίου.

- 2) Πέρα της δημιουργίας εξειδικευμένων φορέων, το Κράτος επέκτεινε στη περίοδο αυτή τακτική, σύντομη και συστηματική παρέμβαση για τον έλεγχο και την κατεύθυνση των νομισματικών και πιστωτικών εξελίξεων. Η ενέργεια αυτή εκδηλώθηκε κυρίως με τη σύσταση ειδικού οργάνου για τη χάραξη και εκτέλεση συγκεκριμένης πολιτικής στον νομισματικό και πιστωτικό τομέα, καθώς και με τη σταδιακή συμπλήρωση νόμων που διέπουν την τραπεζική λειτουργία (νομοθετικό πλαίσιο).

Το παραπάνω όργανο είναι η Νομισματική Επιτροπή, δημιουργήθηκε το 1946 και είχε τη δυνατότητα να θέσει προοδευτικά υπό τον έλεγχό της το σύνολο της νομισματικής και πιστωτικής λειτουργίας.

Είναι φανερό ότι την περίοδο 1946-1982, στο τραπεζικό σύστημα της Ελλάδας εφαρμόσθηκε μία πολιτική αυστηρού διοικητικού ελέγχου της λειτουργίας των τραπεζών, έλεγχος ο οποίος καθόριζε τα επιτόκια καταθέσεων και δανείων, την ρευστότητα των τραπεζών και εμπόδιζε τον ανταγωνισμό μεταξύ των τραπεζών.

Η κατάσταση αυτή είχε δημιουργήσει στρεβλώσεις τόσο στο τραπεζικό σύστημα όσο και στην Ελληνική Οικονομία. Το 1982 καταργήθηκε η Νομι

σματική Επιτροπή. Έτσι από το 1982 με την κατάργηση της Νομισματικής Επιτροπής, αλλά βασικά μετά το 1987, με την μελέτη για το Ελληνικό τραπεζικό σύστημα της επιτροπής Καρατζά, έγιναν σημαντικά βήματα για τον εκσυγχρονισμό του θεσμικού πλαισίου λειτουργίας του τραπεζικού συστήματος. Τα βήματα αυτά είχαν 3 κατευθύνσεις:

- Την κατάργηση των κανόνων της Νομισματικής Επιτροπής που προ-καθόριζαν τη λειτουργία των τραπεζών (DEREGULATION)
- Την ενίσχυση της κεφαλαιοαγοράς
- Την εισαγωγή νέων τραπεζικών υπηρεσιών, όπως το LEASING, FACTIRING κ.ά.

Η αλλαγή στο θεσμικό πλαίσιο λειτουργίας του ελληνικού τραπεζικού συστήματος, ολοκληρώθηκε με το Ν. 2076/92 και την εναρμόνιση της λειτουργίας των τραπεζών με την 2^η Τραπεζική Οδηγία της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

1. ΓΕΝΙΚΑ ΠΕΡΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Ιστορικά, η επικοινωνία συνέβαλε στην ανάπτυξη και εξέλιξη του πολιτισμού και αποτέλεσε τη βάση για τα μεγάλα επιτεύγματα του ανθρώπου μέχρι σήμερα.

Η επιχειρησιακή επικοινωνία είναι το βασικό εργαλείο της ομαλής και αποδοτικής λειτουργίας των επιχειρήσεων συμβάλλοντας σε μεγάλο βαθμό στην αναπτυξιακή τους πορεία.

Αποτελεί το μέσον που συνδέει την επιχείρηση-τράπεζα με τα στελέχη της και γενικά με όλους τους εργαζόμενους και τους συνθέτει σε μία ομάδα που σκοπό έχουν την υλοποίηση των επιχειρησιακών στόχων.

Παράγοντες όπως η ταχύτητα της αγοράς, η διεύρυνση του όγκου της εργασίας, η κατανομή της εργασίας σε περισσότερα στελέχη, η εφαρμογή μοντέρνων αρχών της διοίκησης, η ανάπτυξη της διοίκησης των ανθρωπίνων πόρων, η εξέλιξη της τεχνολογίας και η καλλιέργεια κλίματος καλών ανθρωπίνων σχέσεων, ανάγκασαν τις επιχειρήσεις να χρησιμοποιήσουν την αποτελεσματική επικοινωνία σαν κύριο μέσο αντιμετώπισης των νέων δεδομένων της σύγχρονης επιχειρησιακής δραστηριότητας.

Η επικοινωνία θεωρείται μία διαδικασία υψίστης σημασίας και το αποτέλεσμα της συνδυάζεται άμεσα από την δυνατότητα και ικανότητα εκπομπής, κατανόησης και ενεργοποίησης του περιεχομένου των μηνυμάτων προκειμένου να συνεργαστούν αρμονικά κεντρική διοίκηση, στελέχη και εργαζόμενοι για τα ποικίλα όσα θέματα παρουσιάζονται στην καθημερινή εργασιακή δραστηριότητα.

Σκοπός της είναι η έγκαιρη και έγκυρη αποστολή, αντικειμενική και δίκαιη διαχείριση, διάλυση και κατανόηση του πληροφοριακού υλικού που κυκλοφορεί στο εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον της τράπεζας, καθώς και η απαιτούμενη θετική αντίδραση των αποδεκτών, προκειμένου να υλοποιού-

νται αποτελεσματικά οι στόχοι τόσο των επί μέρους τομέων όσο και ολόκληρης της Τράπεζας.

Τα τελευταία χρόνια οι διοικήσεις των Τραπεζών έχουν κατανοήσει πλήρως την μεγάλη αξία και συμβολή της επικοινωνίας τόσο στο σχεδιασμό όσο και στην υλοποίηση των στόχων τους, με τη χρησιμοποίηση εκ μέρους των στελεχών επικοινωνιακών τακτικών και μεθόδων που δραστηριοποιούν τις ανθρώπινες δυνάμεις των εργαζομένων στον μεγαλύτερο βαθμό. Η άπλετη χρησιμοποίηση των επικοινωνιακών μέσων στην άμεση και απρόσκοπτη ροή της πληροφορίας οδήγησε στη βελτίωση και εξέλιξή τους στη σημερινή τους μορφή, τη μορφή της ηλεκτρονικής επικοινωνίας.

Σήμερα, η αποτελεσματική πληροφόρηση των στελεχών και εργαζομένων, που πηγάζει από την απόκτηση και διάλυση της πληροφορίας στους αρμόδιους, καθώς και η ομαλή και εποικοδομητική κυκλοφορία της στο εξωτερικό και εσωτερικό επιχειρησιακό περιβάλλον αποτελεί τον ακρογωνιαίο λίθο της καλής λειτουργίας κάθε τράπεζας, αποτελώντας συγχρόνως το βασικό εργαλείο της αναπτυξιακής της πορείας.

Η σημασία της επιχειρησιακής επικοινωνίας, ιδιαίτερα για την ελληνική πραγματικότητα είναι τεράστια και κεφαλαιώδης, αφού μέσω αυτής αφ' ενός απορροφώνται κραδασμοί οι οποίοι προέρχονται από την αναγκαστική συμβίωση ατόμων με διαφορετικές ψυχοσυνθέσεις και νοοτροπίες και αφ' ετέρου διευκολύνεται η ομαλή ροή της εργασίας.

Η επιχειρησιακή επικοινωνία, αποτελώντας ένα ουσιώδες κεφάλαιο της διοίκησης των τραπεζών διαθέτει δύο βασικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα τα οποία οριοθετούν την αξία της και εδραιώνουν την σημαντική και αναμφισβήτητη συμβολή της στην ομαλή πορεία της εργασιακής προσπάθειας και της γενικότερης καλής λειτουργίας και ανάπτυξης της επιχείρησης.

Πρώτον, μελετώντας την επιχειρησιακή επικοινωνία από επιστημονικής πλευράς θα διαπιστώσουμε ότι αποτελεί ένα μέρος της όλης διοικητικής επιστήμης της διοίκησης, κατέχοντας ένα βασικό τομέα της ο οποίος πρέπει

να τύχει ιδιαίτερης επιστημονικής μελέτης και επισταμένης εξέτασης και δεύτερον απαιτεί την χρησιμοποίηση ιδιαίτερων μεθόδων και τεχνικών για την επιτυχή άσκησή της.

2. ΤΡΟΠΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Ο αποστολέας και ο αποδέκτης των διαφόρων μηνυμάτων που διαχέονται μέσα στο εργασιακό περιβάλλον, δύο βασικούς τρόπους επικοινωνίας διαθέτουν προκειμένου να συνεννοηθούν και συνεργαστούν αποτελεσματικά, τον προφορικό και τον έγγραφο. Τους τρόπους αυτούς πρέπει αν καλλιεργούν και αναπτύσσουν, προκειμένου να κατευθύνεται αποτελεσματικά η κάθε δραστηριότητα τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό επιχειρησιακό τραπεζικό περιβάλλον.

Η χρησιμοποίηση της προφορικής επικοινωνίας όμως διαθέτει ένα αισθητό προβάδισμα έναντι της έγγραφης, αφού υποστηρίζεται και ενισχύεται από έναν ξεχωριστό αλλά συμπληρωματικό τρόπο επικοινωνίας την «γλώσσα του σώματος».

Μέσω αυτού του τρόπου επικοινωνίας και από τις δύο πλευρές (αποστολέας – αποδέκτης), εκπέμπονται μηνύματα, συναισθήματα, θετικές ή αρνητικές διαθέσεις και αντιδράσεις, αντιλήψεις, πιστεύω, τα οποία εφόσον ερμηνευθούν σωστά υποδηλώνουν τάσεις και επιθυμίες, συμπληρωματικά στοιχεία τα οποία υποβοηθούν τα εμπλεκόμενα άτομα να αντιληφθούν καλύτερα ο ένας τον άλλο, οπότε και η επικοινωνία να καταστεί περισσότερο αποτελεσματική.

Είναι γνωστή η προτίμηση της φυλής μας στην προφορική επικοινωνία, αφού ο έντονος συναισθηματισμός μας επιδιώκει να βρει διέξοδο με την απ' ευθείας επαφή με το άλλο άτομο εκφράζοντας τις διαθέσεις του για το θέμα που κάθε φορά συζητείται. Επίσης, η έντονη εκφραστική ικανότητα μέσω χειρονομιών, των εκφράσεων του προσώπου, το χαμόγελο και τη γενικότερη

στάση του σώματος κατά τη διάρκεια εκπομπής και λήψεως του μηνύματος παίζει πολύ σημαντικό ρόλο.

Ωστόσο πολλά θέματα τόσο των επιχειρήσεων γενικότερα όσο και των τραπεζών, πρέπει αναγκαστικά να παρουσιαστούν, αναλυθούν και υποστηριχθούν με περισσότερο δομημένο τρόπο σε αποδέκτες μηνυμάτων για τους οποίους χρειάζεται η ύπαρξη καταγεγραμμένων στοιχείων και αποδεικτικών κειμένων και γι' αυτό τον λόγο στις περιπτώσεις αυτές η επικοινωνιακή επαφή απαιτεί μία καταγεγραμμένη διαδικασία, η χρησιμοποίηση της έγγραφης επικοινωνίας είναι απαραίτητη και επιβεβλημένη. Η χρησιμοποίηση της έγγραφης επικοινωνίας είναι απαραίτητη και επιβεβλημένη. Η χρησιμοποίηση κατά περίπτωση του κατάλληλου τρόπου επικοινωνίας συμβάλλει σε μεγάλο βαθμό στο να επικρατήσει στο εσωτερικό και εξωτερικό επιχειρησιακό περιβάλλον πνεύμα κατανόησης, συνεννόησης και συνεργασίας απαραίτητα και ζωτικά στοιχεία της καλής λειτουργίας της επιχείρησης-τράπεζας και της αναπτυξιακής της πορείας.

Αφού το τελικό παραγωγικό αποτέλεσμα εξαρτάται άμεσα από το κατά πόσον αποτελεσματικοί είναι οι εργαζόμενοι μέσα στην τράπεζα στο πεδίο της επικοινωνίας, κάθε τράπεζα υποχρεούται να δώσει ιδιαίτερη προσοχή στο θέμα αυτό. Η εκπαίδευση και κατάρτιση όλων των εργαζομένων και ιδιαίτερα των στελεχών σε ζητήματα επικοινωνίας, η άρση των πολυποίκιλων εμποδίων που παρουσιάζονται μεταξύ των ατόμων στις μεταξύ τους υπηρεσιακές και προσωπικές συνεννοήσεις και η διάθεση των κατάλληλων επικοινωνιακών μέσων για έγκαιρη και έγκυρη αποστολή και διάθεση της απαραίτητης πληροφόρησης, αποτελεί πρωταρχικό μέλημα για κάθε τράπεζα η οποία επιθυμεί να λειτουργεί σε εργασιακά πλαίσια που οδηγούν στο θετικό παραγωγικό αποτέλεσμα.

Τόσο ο προφορικός όσο και ο γραπτός τρόπος επικοινωνίας αποτελούν ακρογωνιαίο λίθο για τη σωστή λειτουργία της τράπεζας.

Οι διοικήσεις των τραπεζών τα τελευταία χρόνια έχοντας αντιληφθεί τη

σπουδαιότητα αυτού, έχουν προβεί στη δημιουργία σεμιναρίων για τους τραπεζοϋπαλλήλους που αφορούν τις δημόσιες σχέσεις με τους πελάτες και γενικότερα την εκπαίδευσή τους, ώστε να «κερδίζουν» την εμπιστοσύνη του πελάτη και να δημιουργούν μία θετική εικόνα της τράπεζας στο εξωτερικό περιβάλλον (π.χ. η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος που καταρτίζει τους υπαλλήλους της με σεμινάρια όπως: Σύστημα διαχείρισης Πελατείας, Δημόσιες Σχέσεις κλπ).

3. ΤΡΟΠΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΤΡΑΠΕΖΩΝ

Η επικοινωνία των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων ουσιαστικά χωρίζεται σε δύο τομείς, την επικοινωνία μεταξύ τους και την επικοινωνία αυτών προς τρίτους. Ο πρώτος τομέας αφορά τα συστήματα επικοινωνίας που έχουν αναπτύξει οι τράπεζες ώστε να συνεργάζονται μεταξύ τους για θέματα που από κοινού τους αφορούν. Τα σύνολο των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων στην Ελλάδα ακολουθεί μια κοινή πολιτική όσον αφορά την μεταξύ τους επικοινωνία (εκτενής ανάλυση ακολουθεί παρακάτω).

Αναφορικά κυριότερο «εργαλείο» και μέσο για την επικοινωνία των τραπεζών μεταξύ τους, είναι η εταιρία ΔΙΑΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ (ΔΙΑΣ) Α.Ε. που ιδρύθηκε το 1989 με πρωτοβουλία της Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών και υπάρχει έως σήμερα διευκολύνοντας τη λειτουργία των πιστωτικών ιδρυμάτων. Δευτερεύοντες τρόποι επικοινωνίας εξίσου σημαντικοί για τη μεταξύ τους συνεργασία είναι οι εγκύκλιοι και το Intranet.

Η επισήμανση της ανάγκης συλλογής από τις τράπεζες δεδομένων που αφορούν σε απλήρωτες συναλλαγματικές είχε γίνει αρχικά από την Τράπεζα της Ελλάδος, η οποία τις συλλεγόμενες συναφείς πληροφορίες διένειμε στις τράπεζες, προκειμένου αν έχουν σχετική ενημέρωση κατά τη στάθμιση των αναλαμβανομένων κινδύνων.

Σήμερα τη δραστηριότητα αυτή έχει αναλάβει η Α.Ε. «Τραπεζικά Συστή-

ματα Πληροφοριών» (ΤΕΙΡΕΣΙΑΣ Α.Ε.). Το πληροφοριακό αυτό σύστημα έχει εμπλουτιστεί και με άλλες κατηγορίες πληροφοριών και η επικοινωνία της κάθε τράπεζας με αυτό αποσκοπεί στην προστασία της εμπορικής πίστης και την εξυγίανση των οικονομικών συναλλαγών. Ο σκοπός αυτός όπως θα αναφερθεί αναλυτικότερα και παρακάτω επιδιώκεται με την ελεύθερη διακίνηση των δεδομένων προς ενημέρωση των πιστωτικών ιδρυμάτων, των χρηματοδοτικών οργανισμών και των υπηρεσιών του Δημοσίου.

Όσον αφορά τέλος την επικοινωνία των τραπεζών με τρίτους θα λέγαμε αναφορικά ότι ο τομέας αυτός κύριο αντικείμενο του έχει την επικοινωνία των τραπεζών με τους πελάτες ή τους ενδεχόμενα μελλοντικούς πελάτες. Γύρω από την επικοινωνία αυτή και τη σωστή λειτουργία της, για την αναπτυξιακή πορεία κάθε τράπεζας έχει αναπτυχθεί ένας ολόκληρος κλάδος του marketing, το τραπεζικό marketing.

4. ΕΓΚΥΚΛΙΟΙ – INTRANET

Η πλειοψηφία των Ελληνικών τραπεζών τόσο για την επικοινωνία της Διοίκησης με τους εργαζόμενους, όσο και για την επικοινωνία και διακίνηση των πληροφοριών μεταξύ των τραπεζοϋπαλλήλων, χρησιμοποιεί τις εγκυκλίους και το intranet.

Κάθε τράπεζα στη χώρα μας και κυριότερα τα μεγάλα πιστωτικά ιδρύματα ακολουθούν τους δύο αυτούς τρόπους. Αναλυτικότερα κατόπιν επικοινωνίας με στελέχη των τραπεζών παραθέτω τα εξής:

ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ: Ο εκάστοτε Διοικητής της τράπεζας εκδίδει τις εγκυκλίους οι οποίες αφορούν θέματα λειτουργίας ή λοιπά γενικότερα θέματα διοίκησης. Οι εγκύκλιοι αυτοί κοινοποιούνται σε έντυπη μορφή σε όλα τα υποκαταστήματα της τράπεζας. Οι Κοινοποιήσεις και οι Πράξεις Διοικήσεως που εκδίδονται από τον Διευθύνοντα Σύμβουλο της τράπεζας, επίσης, κοινοποιούνται εγγράφως στα καταστήματα προς ενημέρωση των

τραπεζοϋπαλλήλων. Παράλληλα αυτές οι εγκύκλιοι, οι ανακοινώσεις αλλά και οι πράξεις Διοικήσεως κοινοποιούνται στο Intranet. Το Intranet είναι ουσιαστικά ένα σύστημα ηλεκτρονικής παροχής εσωτερικών πληροφοριών των τραπεζών.

Πρόσβαση στο Intranet μπορεί να έχει κάθε τραπεζοϋπάλληλος και να την χρησιμοποιεί ώστε να επικοινωνεί και να ενημερώνεται. Στην Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος και συγκεκριμένα στη Διεύθυνση πληροφορικής της τράπεζας, υπάρχει εξειδικευμένο τμήμα, το τμήμα Εργασιών Δικτύου το οποίο είναι επιφορτισμένο με την ευθύνη της καταχώρησης στο Intranet, όλων των κοινοποιήσεων έγκυρα και έγκαιρα.

ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ: Η Αγροτική Τράπεζα της Ελλάδος δεν παρεκλείνει από την κοινή επικοινωνιακή πολιτική που χρησιμοποιούν στην πλειοψηφία τους οι Ελληνικές Τράπεζες. Έτσι, μέσω του Τμήματος Εσωτερικής Επικοινωνίας που έχει δημιουργήσει, διοχετεύει τις εγκυκλίους εκ της Διοικήσεως, τις Ανακοινώσεις και τις Πράξεις Διοικήσεως στα καταστήματα της Τράπεζας και στο Intranet. Η διαβίβαση των εγκυκλίων στις Διευθύνσεις και Υποδιευθύνσεις γίνεται σε έντυπη μορφή από τη Διεύθυνση Διοικητικής Μέριμνας που κύρια λειτουργία της είναι η ενημέρωση των υπαλλήλων για κάθε απόφαση της Διοίκησης της τράπεζας (σημερινός προϊστάμενος του τμήματος αυτού είναι ο κ. Θεοχάρης Β.).

EUROBANK-ΕΡΓΑΣΙΑΣ: Ούτε σε αυτή την τράπεζα υφίσταται διαφοροποίηση όσον αφορά τον τρόπο διαβίβασης των πληροφοριών της Διοικήσεως και την επικοινωνία μεταξύ των υπαλλήλων. Το Τμήμα Εταιρικής Επικοινωνίας με σημερινό προϊστάμενο υπηρεσίας τον κ. Ζιτσόγλου Αλέξανδρο είναι υπεύθυνο για τις κοινοποιήσεις των εγκυκλίων, των ανακοινώσεων ή των Πράξεων Διοικήσεως και παράλληλα την καταχώρηση αυτών στο Intranet.

Οι εγκύκλιοι και το Intranet αποτελούν μία κοινώς αποδεκτή επικοινωνιακή πολιτική που ακολουθείται από το σύνολο των Ελληνικών Τραπεζών και επιτυχώς, όπως ήδη αναφέρθηκε. Η Τράπεζα της Ελλάδος, η Γενική Τράπε-

ζα, η Alpha Bank, η Εμπορική Bank, η Τράπεζα Κύπρου και πολλές άλλες Ελληνικές Τράπεζες δεν αποτελούν εξαίρεση στην πολιτική αυτή.

ΔΙΑΣ Α.Ε.

ΔΙΑΣ Α.Ε.

Η εταιρία ΔΙΑΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ (ΔΙΑΣ) Α.Ε. ιδρύθηκε στις 28 Ιουνίου 1989, με πρωτοβουλία της Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών. Μέσω των διατραπεζικών αυτών συστημάτων γίνεται όχι μόνο η επικοινωνία των τραπεζών μεταξύ τους αλλά και η επικοινωνία των πελατών της κάθε τράπεζας που συνεργάζεται με την εταιρία. Μέτοχοι της εταιρίας είναι μόνον πιστωτικά ιδρύματα, συμπεριλαμβανομένης και της Τράπεζας της Ελλάδος. Χρήστες των συστημάτων της ΔΙΑΣ Α.Ε. είναι οι τράπεζες και οι πελάτες τους.

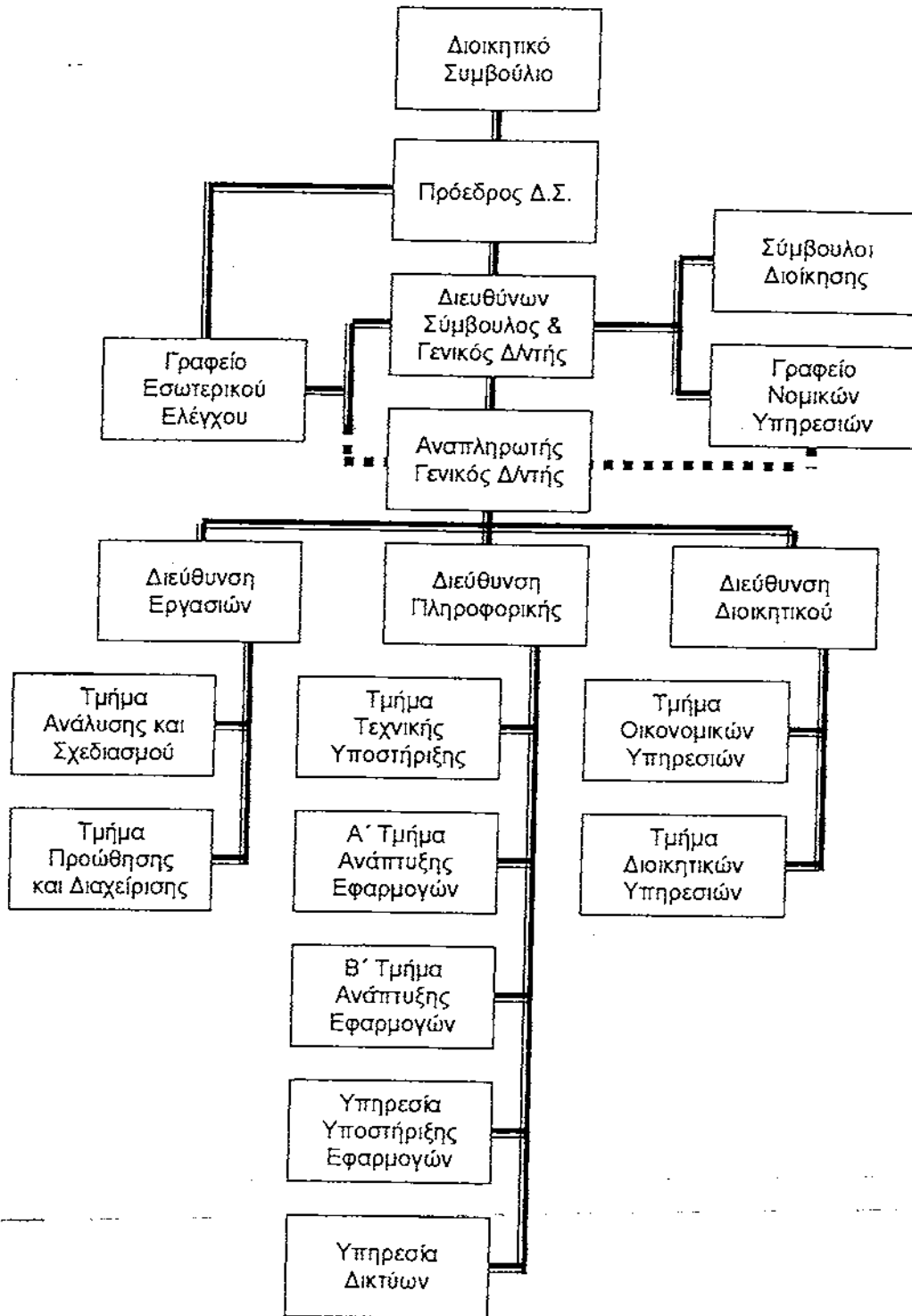
Σκοπός της εταιρίας είναι η ανάπτυξη και διαχείριση προηγμένων ΔΙΑΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΠΛΗΡΩΜΩΝ, τα οποία συμβάλλουν:

- Στον εκσυγχρονισμό των συναλλαγών
- Στη μείωση χρήσης μετρητών
- Στην αποφυγή ληστειών
- Στην αναβάθμιση της ποιότητας ζωής των πολιτών
- Στη μείωση του κόστους προς όφελος του κοινού, των επιχειρήσεων, των Τραπεζών και του Δημοσίου

Η ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ

Η εταιρία διοικείται από Διοικητικό Συμβούλιο, την προεδρία του οποίου ασκεί Υποδιοικητής της Τράπεζας της Ελλάδος, ενώ συμμετέχουν σ' αυτό Υποδιοικητές και Γενικοί Διευθυντές εννέα Τραπεζών, που καλύπτουν ολόκληρο το φάσμα του τραπεζικού χώρου και αντιπροσωπεύουν πάνω από το 90% της τραπεζικής αγοράς. Συμμετέχει, επίσης, ο Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρίας και ο Γενικός Γραμματέας της Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών.

ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ



ΕΥΡΟΣ ΧΡΗΣΗΣ ΤΩΝ ΔΙΑΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΠΛΗΡΩΜΩΝ

Τα συστήματα Πληρωμών της ΔΙΑΣ Α.Ε. χρησιμοποιούνται για πληρωμές, κυρίως μικρής αξίας (retail συναλλαγές), που καλύπτουν κατά βάση συναλλαγές με κάρτες, δοσοληψίες πληρωμής των υποχρεώσεων των επιχειρήσεων και του Δημοσίου (μισθοί, συντάξεις κλπ) καθώς και εισπράξεις των απαιτήσεών τους (από παροχή υπηρεσιών τηλεπικοινωνίας, ενέργειας, ύδρευσης, από απαιτήσεις φόρων) κλπ.

ΣΥΜΨΗΦΙΣΜΟΣ / ΔΙΑΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ

Τα συστήματα της ΔΙΑΣ Α.Ε. ως net συστήματα πληρωμών, προβαίνουν σε εκκαθάριση των συναλλαγών και συμψηφισμό στο τέλος της εργάσιμης ημέρας. Τα αποτελέσματα του συμψηφισμού διαβιβάζονται μέσω του συστήματος TARGET στην Τράπεζα της Ελλάδος για αυθημερόν συνολικό διακανονισμό.

ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΙΝΔΥΝΩΝ

Τα συστήματα της ΔΙΑΣ Α.Ε. έχουν χαρακτηριστεί ως συστήματα χαμηλού συστημικού κινδύνου και ως εκ τούτου έχουν ληφθεί τα προβλεπόμενα μέτρα διαχείρισης ανάλογου κινδύνου, όπως καθορισμός ορίων αξίας για κάθε σύστημα σύμφωνα με τις ιδιαιτερότητές του. Πέραν όμως αυτών, πληρούνται επίσης ορισμένες από τις «Βασικές Αρχές για τα Συστημικώς Σημαντικά Συστήματα Πληρωμών» που έχει θεσπίσει η Τράπεζα Διεθνών Διακανονισμών.

Ο διακανονισμός γίνεται αυθημερόν στην Τράπεζα της Ελλάδος. Ο συμψηφισμός καθίσταται οριστικός μετά το διακανονισμό του. Η εντολή για εκτέλεση του συμψηφισμού καθίσταται ανέκκλητη από την εισαγωγή της στο σύ-

στημα TARGET.

ΜΗΝΥΜΑΤΑ

Τα μηνύματα που χρησιμοποιούνται είναι είτε on line real time, είτε file transfer (batch), ανάλογα με την τεχνολογική υποδομή και τις απαιτήσεις κάθε συστήματος.

ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΜΕΝΑ ΠΡΟΤΥΠΑ

Τα πρότυπα σύνταξης των μηνυμάτων είναι παραπλήσια των προτύπων SWIFT και ISO και έχουν συνταχθεί για να καλύψουν τις ανάγκες της ΔΙΑΣ Α.Ε. και των τραπεζών.

ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ (αρχείων και μηνυμάτων)

Τα αρχεία και τα μηνύματα που ανταλλάσσονται μέσω συστημάτων είναι κρυπτογραφημένα και πιστοποιημένα με βάση τα διεθνή πρότυπα ISO.

ΕΞΑΣΦΑΛΙΣΗ ΑΔΙΑΛΕΙΠΤΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ

Η ΔΙΑΣ Α.Ε. εξασφαλίζει την αδιάλειπτη λειτουργία της, σε περίπτωση καταστροφικού γεγονότος, μέσω Κέντρου Αποκατάστασης Εφαρμογών, που είναι εγκατεστημένο σε άλλη τράπεζα, επιλεγμένη για να καλύπτει τις ειδικές ανάγκες των συστημάτων. Χρησιμοποιείται η μέθοδος mirroring, σύμφωνα με την οποία σε πραγματικό χρόνο (real time) κάθε κίνηση των συστημάτων της ΔΙΑΣ Α.Ε. αποτυπώνεται και στο εφεδρικό κέντρο της.

ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΕΣ ΔΙΑΣΥΝΔΕΣΕΙΣ

Η ΔΙΑΣ Α.Ε. συνδέεται ηλεκτρονικά με όλες τις τράπεζες, την Τράπεζα της Ελλάδος, καθώς επίσης και με ορισμένους φορείς και επιχειρήσεις, πελάτες των τραπεζών.

ΓΡΑΦΕΙΟ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ ΠΕΛΑΤΩΝ

Στη διάθεση των χρηστών της ΔΙΑΣ Α.Ε. βρίσκεται το Γραφείο Εξυπηρέτησης Πελατών, το οποίο λειτουργεί σύμφωνα με τις ανάγκες των συστημάτων της.

ΕΠΙΛΥΣΗ ΔΙΑΦΟΡΩΝ

Για όλα τα συστήματα προβλέπεται διαδικασία διαχείρισης αμφισβητήσεων και επίλυσης διαφορών. Κάθε διαφορά, που δεν μπορεί να διευθετηθεί φιλικώς μεταξύ των συμβαλλομένων μερών, εισάγεται στη Διαιτητική Επιτροπή Επίλυσης Διαφορών.

ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ ΚΑΙ ΦΥΛΑΞΗ ΙΣΤΟΡΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Τα συστήματα της εταιρίας παρέχουν την απαραίτητη πληροφόρηση στα συμμετέχοντα μέλη. Η φύλαξη ιστορικών δεδομένων εξασφαλίζεται σύμφωνα με τις ανάγκες των συστημάτων και τις απαιτήσεις του νόμου.

ΜΕΛΗ ΤΗΣ ΔΙΑΣ




ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.
<http://www.bankofgreece.gr>



ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ
ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.
<http://www.ethniki.gr>

EFG  Eurobank Ergasias

ΤΡΑΠΕΖΑ ΕFG-EUROBANK ΕΡΓΑΣΙΑΣ Α.Ε.
<http://www.eurobank.gr>



ALPHA BANK

ALPHA BANK
<http://www.alpha.gr>




ΤΡΑΠΕΖΑ
ΠΕΙΡΑΙΩΣ

ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ Α.Ε.
<http://www.piraeusgroup.gr>
<http://www.winbank.gr>



ΑΓΡΟΤΙΚΗ
ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.

ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ
<http://www.ate.gr>

 Emporiki Bank

ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.
<http://www.emporiki.gr>



ΤΑΧΥΔΡΟΜΙΚΟ
ΤΑΜΙΕΥΤΗΡΙΟ

ΤΑΧΥΔΡΟΜΙΚΟ ΤΑΜΙΕΥΤΗΡΙΟ
<http://www.savings-bank.org.gr>



CITIBANK INTERNATIONAL plc
<http://www.citibank.gr>

ΓΕΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ 

ΓΕΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.
<http://www.geniki.gr>



HSBC BANK plc
<http://www.hsbc.gr>



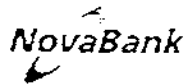
ΕΓΝΑΤΙΑ ΤΡΑΠΕΖΑ Α.Ε.
<http://www.egnatiabank.gr>



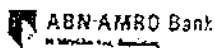
BNP-PARIBAS
<http://www.bnpparibas.com>



ΤΡΑΠΕΖΑ AMERICAN EXPRESS
Πανεπιστημίου 31 Τ.Κ 102 26 Αθήνα



ΤΡΑΠΕΖΑ NOVA BANK Α.Ε.
<http://www.novabank.gr>



ABN - AMRO BANK N.V.
<http://www.abnamro.com>



ΤΡΑΠΕΖΑ ΑΤΤΙΚΗΣ

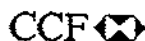
ΤΡΑΠΕΖΑ ΑΤΤΙΚΗΣ Α.Ε.
<http://www.bankofattica.gr>



SOCIETE GENERAL
<http://www.societegenerale.gr>

MARFIN BANK

MARFIN BANK Α.Τ.Ε.
Λεωφ. Κηφισίας 24



CREDIT COMMERCIALE DE FRANCE
Αμαλίας 20, 10557 ΑΘΗΝΑ



Τ.Π. & ΔΑΝΕΙΩΝ

ΤΑΜΕΙΟ ΠΑΡΑΚΑΤΑΘΗΚΩΝ & ΔΑΝΕΙΩΝ
<http://www.tpd.gr>



ΤΡΑΠΕΖΑ ΚΥΠΡΟΥ ΛΤΔ
<http://www.bankofcyprus.gr>

HypoVereinsbank

BAYERISCHE HYPO - und VEREINSBANK
<http://www.hypovereinsbank.gr>



ΠΑΓΚΡΗΤΙΑ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ
Κόσμων 12, ΗΡΑΚΛΕΙΟ 711 10

ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΛΑΜΙΑΣ
Αθ. Διάκου 1, ΛΑΜΙΑ 351 00
</TD< TR>

ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΧΑΝΙΩΝ
Ελ. Βενιζέλου 34α, ΧΑΝΙΑ 731 32



ΤΡΑΠΕΖΑ ARAB BANK ΑΕ
Β. Σοφίας 9 & Μέρλιν 1



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΛΤΔ
<http://www.hellenicbank.gr>



ΩΜΕΓΑ ΤΡΑΠΕΖΑ Α.Ε.
<http://www.omegabank.gr>



ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΡΟΒΑΝΚ Α.Ε.
<http://www.probank.gr>

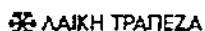


BANK OF AMERICA
Πανεπιστημίου 35, 105 64 Αθήνα



ASPIS BANK

ASPIS BANK Α.Τ.Ε.
<http://www.aspisbank.gr>



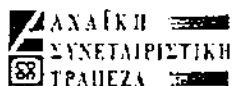
ΛΑΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ (ΕΛΛΑΣ) Α.Ε.
<http://www.laiki.gr>



ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΑ ΤΡΑΠΕΖΑ Α.Ε.
<http://www.panelliniabank.gr/>



FBV-ΠΡΩΤΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ Α.Ε.
<http://www.fbv.gr>



ΑΧΑΪΚΗ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ
Μιχαλακοπούλου 66, ΠΑΤΡΑ 262 21



ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΟΥ
<http://www.bankdodecanese.gr>

1. ΔΙΑΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΣΥΜΨΗΦΙΣΜΟΥ ΕΠΙΤΑΓΩΝ (DIASCHEQUE)

Το σύστημα αφορά στον Ηλεκτρονικό Συμψηφισμό των επιταγών σε ευρώ, που αγοράζουν οι τράπεζες. Σκοπός του Συστήματος είναι ο αυθημερόν ηλεκτρονικός συμψηφισμός των επιταγών, που αγοράζει μία τράπεζα και σύρονται σε βάρος των άλλων τραπεζών και ο αυθημερόν διακανονισμός τους στην Τράπεζα της Ελλάδος, με τα ποσά που προκύπτουν από την εκκαθάριση των επιταγών.

Το DIASCHEQUE λειτουργεί με την αρχή του check truncation, σύμφωνα με την οποία το τραπεζικό κατάστημα αγοράς της επιταγής δεν διακινεί περαιτέρω το σώμα της επιταγής, αλλά αποστέλλει στη ΔΙΑΣ Α.Ε., μέσω ηλεκτρονικού κέντρου της τράπεζάς του, ηλεκτρονικό μήνυμα με τα στοιχεία της (αριθμό λογαριασμού, αριθμό επιταγής, ποσό, και ημερομηνία έκδοσης).

ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

- Η μη φυσική διακίνηση της επιταγής
- Η μείωση του λειτουργικού κόστους
- Η αυθημερόν χρέωση του λογαριασμού του εκδότη
- Ο αυθημερόν συμψηφισμός
- Η μείωση του πιστωτικού κινδύνου
- Η μείωση του κόστους χρήματος

2. ΔΙΑΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΠΛΗΡΩΜΗΣ ΑΠΟΔΟΧΩΝ ΚΑΙ ΛΟΙΠΩΝ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ (DIASPAY)

Το σύστημα εξυπηρετεί μαζικές πληρωμές Φορέων και Επιχειρήσεων, όπως πληρωμή μισθών, συντάξεων, μερισμάτων, επιδομάτων κλπ.

Σκοπός του συστήματος είναι να προσφέρει τη δυνατότητα σε κάθε φορέα (Δημόσιο, ευρύτερο Δημόσιο, Επιχείρηση, Οργανισμό) να διενεργεί μαζικά, πληρωμές προς τρίτους (πληρωμή μισθών, συντάξεων, μερισμάτων, επιδομάτων κλπ) με πίστωση των λογαριασμών των δικαιούχων σε οποιαδήποτε τράπεζα επιθυμεί ο δικαιούχος.

ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Για τους φορείς και τις επιχειρήσεις:

- Η απλούστευση των διαδικασιών πληρωμής
- Η αυτοματοποίηση των εργασιών
- Η κατάργηση της μεταφοράς μετρητών
- Ο αποκλεισμός των ληστειών
- Η μείωση του λειτουργικού κόστους

ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Για τους δικαιούχους:

- Η ευχέρεια επιλογής της τράπεζας, με την οποία επιθυμούν να συνεργάζονται
- Η αποφυγή συνωστισμού και τλαιπωρίας
- Η άμεση πίστωση των χρημάτων τους σε έντοκο λογαριασμό
- Η δυνατότητα μερικής ή ολικής ανάληψης χρημάτων τους από τα ATM των τραπεζών καθ' όλο το 24ωρο

3. ΔΙΑΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΚΙΝΗΣΗΣ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ (DIASTRANSFER)

Σκοπός του συστήματος είναι να εξυπηρετεί εντολές πελατείας των τραπεζών για τη μεταφορά κεφαλαίων από την τράπεζα του εντολέα στην τράπεζα του δικαιούχου, για πίστωση λογαριασμού ή πληρωμή σε μετρητά. Εντολείς και δικαιούχοι μπορεί να είναι φυσικά ή νομικά πρόσωπα του Δημοσίου ή Ιδιωτικού τομέα.

ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

- Ασφάλεια, ταχύτητα και αποφυγή τλαιπωρίας
- Αυθημερόν πίστωση του λογαριασμού του δικαιούχου της εντολής ή το αργότερο την επόμενη της επίδοσης
- Μείωση του λειτουργικού κόστους
- Μείωση του κόστους χρήματος
- Καλύτερη διαχείριση των διαθέσιμων από τον εντολέα, το δικαιούχο και τις τράπεζες

4. ΔΙΑΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΔΙΑΣΥΝΔΕΣΗΣ ΑΤΜ (DIASATM)

Το σύστημα DIASATM διασυνδέει τα δίκτυα των ΑΤΜ όλων των τραπεζών με σκοπό να προσφέρει στους καταθέτες των τραπεζών τη δυνατότητα να αναλαμβάνουν μετρητά από οποιοδήποτε ΑΤΜ, οποιασδήποτε τράπεζας, με τη χρήση της κάρτας τους και του προσωπικού κωδικού τους αριθμού.

ΜΕΣΩ ΤΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ ΕΙΝΑΙ ΔΥΝΑΤΗ

- Ανάληψη μετρητών (μέχρι του ποσού των 600€ ημερησίως)
- Ερώτηση υπολοίπου

ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

- Ανάληψη χρημάτων από οποιαδήποτε τράπεζα
- Ανάληψη χρημάτων σε οποιαδήποτε περιοχή στην οποία υπάρχει έστω και ένα ATM τράπεζας
- Ανάληψη χρημάτων καθ' όλο το 24ωρο
- Κέρδος χρόνου

5. ΔΙΑΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΜΑΖΙΚΩΝ ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΝ (DIASDEBIT)

Το σύστημα εξυπηρετεί τις μαζικές εισπράξεις των απαιτήσεων των Φορέων και των Επιχειρήσεων με χρέωση των τραπεζικών λογαριασμών των οφειλετών/πελατών τους, ύστερα από εξουσιοδότησή τους.

Σκοπός του συστήματος είναι να προσφέρει στους Φορείς και στις Επιχειρήσεις τη δυνατότητα μαζικής είσπραξης των απαιτήσεών τους, καθώς επίσης και στους οφειλέτες πελάτες τους τη δυνατότητα να εξοφλούν τις υποχρεώσεις τους προς αυτούς, δίνοντας πάγια ή κατά περίπτωση εντολή πληρωμής στην τράπεζά τους.

Το εύρος των εφαρμογών, που προσφέρει το σύστημα είναι μεγάλο και αφορά στις πληρωμές μαζικών υποχρεώσεων πάσης φύσεως, όπως ηλεκτρισμό, ύδρευση, τηλέφωνο, ασφάλιστρα, πρόστιμα τροχαίας, τέλη κυκλοφορίας κλπ.

Το σύστημα DIASDEBIT διεκπεραιώνει δύο κατηγορίες εντολών:

- Εντολή Άμεσης Χρέωσης, με την οποία ο εντολέας-πελάτης δίνει στην τράπεζά του πάγια εντολή χρέωσης του λογαριασμού του, για ημερομηνίες και ποσά, που θα προσδιορίζονται κάθε φορά από τον δικαιούχο Οργανισμό.
- Εντολή Πληρωμής, με την οποία ο εντολέας δίνει κατά περίπτωση – ad hoc – εντολή στην τράπεζά του να χρεώσει το λογαριασμό του, προκει-

μένου να εξοφλήσει συγκεκριμένη υποχρέωση προς τον Οργανισμό.

ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Για τον καταναλωτή:

- Αποφυγή μετακίνησης, συνωστισμού και ταλαιπωρίας
- Ταχύτητα και ποιότητα εξυπηρέτησης
- Βεβαιότητα πληρωμής
- Οικονομικότερος τρόπος πληρωμής

ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Για τον Οργανισμό:

- Καλύτερος προγραμματισμός εισπράξεων και διαχείριση των διαθεσίμων
- Μείωση κόστους είσπραξης απαιτήσεων
- Τυποποίηση και εκσυγχρονισμός των διαδικασιών είσπραξης
- Εξυπηρέτηση των πελατών του

6. ΔΙΑΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΠΛΗΡΩΜΗΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ ΜΕΣΩ POS (DIASPOS)

Σκοπός του συστήματος είναι να προσφέρει τη δυνατότητα στους συναλλασσόμενους να εξοφλούν τις υποχρεώσεις τους προς επιχειρήσεις ή φορείς για αγορά προϊόντων και υπηρεσιών με χρήση πιστωτικής ή χρεωστικής κάρτας, μέσω μηχανημάτων EFT/POS ιδιοκτησίας της ΔΙΑΣ Α.Ε., που είναι εγκατεστημένα στους χώρους συναλλαγής.

ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Για τον καταναλωτή:

- Αποδέσμευση από μεταφορά μετρητών
- Ασφάλεια και ευκολία πληρωμής
- Πιστωτική διευκόλυνση

ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Για τους φορείς:

- Αποφυγή διαχείρισης μετρητών
- Μείωση λειτουργικού κόστους
- Μείωση του κόστους χρήματος

ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

Η ΔΙΑΣ Α.Ε. παρέχει λειτουργική υποστήριξη και διαχείριση του δικτύου των ΑΤΜ όσων τραπεζών το επιθυμούν. Οι υπηρεσίες που παρέχονται στην εξυπηρετούμενη τράπεζα από τη ΔΙΑΣ Α.Ε. είναι:

- Ανάλυση μετρητών
- Ερώτηση υπολοίπου
- Κατάθεση σε λογαριασμό
- Μεταφορές μεταξύ λογαριασμών

ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

- Δυνατότητα ανάπτυξης δικτύου ΑΤΜ από οποιαδήποτε τράπεζα
- Δυνατότητα συμμετοχής της στο Διατραπεζικό Σύστημα DIASATM
- 24ωρη λειτουργία

ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΕΚΔΟΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΚΑΡΤΩΝ

Όσες τράπεζες επιθυμούν έχουν τη δυνατότητα να αναθέσουν στη ΔΙΑΣ Α.Ε. με ανταγωνιστικό κόστος, την έκδοση και διαχείριση καρτών ανάληψης μετρητών (Cash Cards) για χρήση στα ΑΤΜ. Η ΔΙΑΣ Α.Ε. αναλαμβάνει την έκδοση των καρτών, τον υπολογισμό του προσωπικού κωδικού (PIN) και την εντύπωση των ειδικών εντύπων γνωστοποίησης του PIN. Οι κάρτες και τα PINs παραδίδονται στους πελάτες από την τράπεζά τους.

Η διαχείριση του αρχείου των καρτών είναι αποκλειστική ευθύνη της τράπεζας. Με την υπηρεσία αυτή οι τράπεζες αποφεύγουν το κόστος δημιουργίας και συντήρησης της υποδομής, που απαιτείται για την έκδοση και διαχείριση των καρτών ανάληψης μετρητών.

ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΑΜΕΣΩΝ ΧΡΕΩΣΕΩΝ

Σκοπός της είναι η προσφορά, προς το Δημόσιο και τους Οργανισμούς, υπηρεσιών διαχείρισης του αρχείου των απαιτήσεών τους, μέσω του Διατραπεζικού Συστήματος DIASDEBIT (αναθέσεις, ανακλήσεις, χρεώσεις, εντολές πληρωμής).

ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

- Μειωμένο λειτουργικό κόστος
- Δυνατότητα άμεσης ένταξης του οργανισμού στο Σύστημα.

DIAS-DRS ΔΙΑΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΑΝΑΚΤΗΣΗΣ ΕΦΕΔΡΙΚΩΝ ΜΗΧΑΝΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Η ΔΙΑΣ σε συνεργασία με εξειδικευμένη εταιρία του εξωτερικού, διαθέτει την κατάλληλη υποδομή για την λειτουργία Κέντρου Εφεδρικών Μηχανογραφικών Υπηρεσιών, προς τις τράπεζες που διαθέτουν συγγενές μηχανογραφικό περιβάλλον.

Σκοπός της υπηρεσίας αυτής είναι η άμεση αποκατάσταση των κρίσιμων μηχανογραφικών συστημάτων της εξυπηρετούμενης τράπεζας μετά την επίτευξη ενός καταστροφικού γεγονότος στο Μηχανογραφικό της Κέντρο.

ΤΕΙΡΕΣΙΑΣ Α.Ε.

ΤΕΙΡΕΣΙΑΣ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η Τειρεσίας Α.Ε. δημιουργήθηκε από το σύνολο σχεδόν, των Ελληνικών Τραπεζών, προκειμένου να εξυπηρετήσει την ανάγκη τους για έλεγχο της φερεγγυότητας των πελατών τους.

Κατά τη μακρόχρονη συνεργασία της εταιρίας με τις τράπεζες υπηρετούνται δύο κοινοί στόχοι: η προστασία των συναλλαγών και της Τραπεζικής Πίστης, αλλά και η διαφύλαξη της εμπιστοσύνης του κοινού προς το Τραπεζικό Σύστημα.

Αυτή η δεύτερη επιδίωξη αποκτά σήμερα ιδιαίτερη βαρύτητα, καθώς ο συναλλασσόμενος πολίτης έχει πλέον ευαισθητοποιηθεί σε θέματα δεοντολογίας και προστασίας των προσωπικών του δικαιωμάτων.

Σε μία εποχή όπου ο ανταγωνισμός και η δυναμική της αγοράς καταξιώνουν την πελατοκεντρική Φιλοσοφία, δεν ελέγχει μόνο η Τειρεσίας Α.Ε. την φερεγγυότητα των πελατών, αλλά και η ίδια η εταιρία κρίνεται καθημερινά για τη δική της «φερεγγυότητα». Από την πλευρά της η εταιρία, έχει ήδη εγκαινιάσει μία σημαντική προσπάθεια για πιο άμεση, υπεύθυνη και έγκυρη ενημέρωση του συναλλασσόμενου κοινού για τα θέματα που την αφορούν. Η προσπάθεια αυτή αφορά στην καλύτερη εξυπηρέτηση των ενδιαφερομένων (νόμικων και φυσικών προσώπων), που αποτελούν και τους πελάτες του τραπεζικού χώρου.

1. Σκοπός επεξεργασίας

Σκοπός της επεξεργασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που εντάσσονται στο Αρχείο της Εταιρίας Τειρεσίας Α.Ε. είναι η προστασία της εμπορικής πίστης και η εξυγίανση των οικονομικών συναλλαγών.

Ο σκοπός αυτός επιδιώκεται με την ελεύθερη διακίνηση των δεδομένων προς ενημέρωση των πιστωτικών ιδρυμάτων, των χρηματοδοτικών οργανισμών και των υπηρεσιών του Δημοσίου.

Τα δεδομένα διακινούνται χωρίς αξιολογικές κρίσεις από την Τειρεσίας Α.Ε. Η αξιολόγησή τους ανήκει στους αποδέκτες τους, οι οποίοι το συνεκτιμούν και με τις πληροφορίες που οι ίδιοι διαθέτουν, σε συνδυασμό βέβαια και με την οικονομική συναλλαγή που πρόκειται να πραγματοποιήσουν. Είναι επομένως σαφής ο επικουρικός και μόνον χαρακτήρας των δεδομένων αυτών.

2. Κατηγορίες δεδομένων

Δεδομένα Οικονομικής Συμπεριφοράς

Δεδομένα οικονομικής συμπεριφοράς των οικονομικών μονάδων (φυσικών και νομικών προσώπων) που τυγχάνουν ήδη επεξεργασίας αφορούν σε πληροφορίες για:

- Ακάλυπτες (σφραγισμένες) επιταγές
- Απλήρωτες, κατά τη λήξη τους, συναλλαγματικές και γραμμάτια σε διαταγή
- Αιτήσεις πτωχεύσεων
- Κηρυχθείσες πτωχεύσεις
- Εκδοθείσες Διαταγές πληρωμής
- Προγράμματα Πλειστηριασμών ακινήτων
- Προγράμματα Πλειστηριασμών κινητών
- Υποθήκες και προσημειώσεις υποθηκών
- Τροπές προσημειώσεων σε υποθήκες
- Κατασχέσεις και επιταγές βάσει Ν.Δ. 1923
- Καταγγελίες συμβάσεων καρτών λόγω είτε αντισυμβατικής χρήσης

- τους είτε μη εξυπηρέτησης της μέσω αυτών παρεχόμενης πίστωσης
- Καταγγελίες συμβάσεων προσωπικών ή καταναλωτικών δανείων λόγω μη εξυπηρέτησής τους
 - Διοικητικές κυρώσεις, που επιβάλλει το Υπουργείο Οικονομικών, κατά παραβατών των φορολογικών νόμων προς διασφάλιση των συμφερόντων του Δημοσίου (άρθρο 92 του Ν. 2238/94)

Μελλοντικά θα τυγχάνουν επεξεργασίας δεδομένα που θα αφορούν πληροφορίες για την οικονομική συμπεριφορά των οικονομικών μονάδων κατά τις συναλλαγές τους με διάφορες επιχειρήσεις.

Δεδομένα Συγκέντρωσης Κινδύνων

(η υπηρεσία δεν είναι διαθέσιμη ακόμη)

Προσεχώς θα αρχίσει η επεξεργασία δεδομένων που θα αφορούν πληροφορίες για:

- Κινδύνους που έχουν αναλάβει ιδιώτες από δάνεια προσωπικά ή καταναλωτικά και χρεωστικές ή πιστωτικές κάρτες ή κάρτες διευκολύνσεων που τους έχουν χορηγηθεί από όλο το ελληνικό τραπεζικό σύστημα

Σταδιακά, εξάλλου θα γίνεται επεξεργασία δεδομένων για:

- Κινδύνους που έχουν αναλάβει οικονομικές μονάδες από πιστοδοτήσεις διάφορων μορφών

Επίσης, αναμένεται το αρχείο να εμπλουτισθεί και με άλλα δεδομένα οικονομικής συμπεριφοράς τα οποία θα γνωστοποιούνται στην Αρχή Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα.

3. Πηγές άντλησης των δεδομένων

- a. Πιστωτικά ιδρύματα για δεδομένα που αφορούν σε:

- Ακάλυπτες (σφραγισμένες) επιταγές
- Απλήρωτες, κατά τη λήξη τους, συναλλαγματικές και γραμμάτια σε διαταγή
- Καταγγελίες συμβάσεων καρτών λόγω είτε αντισυμβατικής χρήσης τους είτε μη εξυπηρέτησης της μέσω αυτών παρεχόμενης πίστωσης
- Καταγγελίες συμβάσεων προσωπικών ή καταναλωτικών δανείων λόγω μη εξυπηρέτησής τους
- Κινδύνους που έχουν αναλάβει ιδιώτες από δάνεια προσωπικά ή καταναλωτικά και χρεωστικές ή πιστωτικές κάρτες ή κάρτες διευκολύνσεων που τους έχουν χορηγηθεί από όλο το ελληνικό τραπεζικό σύστημα
- Κινδύνους που έχουν αναλάβει οικονομικές μονάδες από πιστοδοτήσεις διαφόρων μορφών

β. Ειρηνοδικεία για δεδομένα που αφορούν σε:

- Εκδοθείσες Διαταγές πληρωμής
- Προγράμματα Πλειστηριασμών ακινήτων
- Προγράμματα Πλειστηριασμών κινητών

γ. Πρωτοδικεία για δεδομένα που αφορούν σε:

- Αιτήσεις πτωχεύσεων
- Κηρυχθείσες πτωχεύσεις
- Εκδοθείσες Διαταγές πληρωμής

δ. Υποθηκοφυλακεία για δεδομένα που αφορούν σε:

- Υποθήκες και προσημειώσεις υποθηκών
- Τροπές προσημειώσεων σε υποθήκες
- Κατασχέσεις και επιταγές βάσει Ν.Δ. 1923

ε. Υπουργείο Οικονομικών:

- Τα δεδομένα Διοικητικών κυρώσεων, που επιβάλλει το Υπουργείο Οικονομικών, κατά παραβατών των φορολογικών νόμων προς

διασφάλιση των συμφερόντων του Δημοσίου (άρθρο 92 του Ν. 2238/94), αντλούνται μέσω της Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών

4. Συλλογή πρωτογενών δεδομένων

α. Απλήρωτες Συναλλαγματικές

Η επισήμανση της ανάγκης συλλογής από τις τράπεζες δεδομένων που αφορούν σε απλήρωτες συναλλαγματικές είχε γίνει από την Τράπεζα της Ελλάδος, η οποία τις συλλεγόμενες συναφείς πληροφορίες διένει- με στις τράπεζες, προκειμένου να έχουν σχετική ενημέρωση κατά τη στάθμιση των αναλαμβανόμενων κινδύνων. Τη δραστηριότητα αυτή συ- νέχισε από το 1971 η Ένωση Ελληνικών Τραπεζών (Ε.Ε.Τ.), από το έτος 1993 η εταιρία του Αστικού Κώδικα «Τραπεζικά Συστήματα Πληροφο- ριών» (Τειρεσίας) και από 15/09/1997 η Α.Ε. «Τραπεζικά Συστήματα Πληροφοριών» (Τειρεσίας Α.Ε.).

Εν τω μεταξύ το πληροφοριακό αυτό σύστημα εμπλουτίστηκε και με άλλες κατηγορίες πληροφοριών.

β. Ακάλυπτες Επιταγές

Όσον αφορά στις ακάλυπτες επιταγές σημειώνεται ότι η υπ' αριθ.: 502/3/1992 απόφαση της Επιτροπής Νομισματικών και Πιστωτικών Θε- μάτων (ΕΝΠΘ) της Τράπεζας της Ελλάδος (όπως ισχύει) προβλέπει ότι οι τράπεζες, όταν διαπιστώνουν ότι ένας εκδότης επιταγών έχει εκδώσει κατά το τελευταίο δωδεκάμηνο ακάλυπτες επιταγές συνολικού ποσού που υπερβαίνει τα 590€, οφείλουν να μεριμνήσουν να επιστραφεί σ' αυ- τές το χορηγηθέν βιβλιάριο επιταγών και υποχρεούνται να μην χορηγή- σουν νέο βιβλιάριο προ της παρόδου δώδεκα, τουλάχιστον, μηνών και

εφόσον θα έχουν τακτοποιηθεί οι εκ των ακάλυπτων επιταγών υποχρεώσεις του εκδότη.

Η Εκτελεστική Επιτροπή της Ε.Ε.Τ., με βάση την ως άνω απόφαση και προκειμένου να περιοριστεί το φαινόμενο της έκδοσης ακάλυπτων επιταγών έχει καθορίσει τη διάρκεια της στέρησης βιβλιαρίου επιταγών σε τρία χρόνια, στις περιπτώσεις έκδοσης κατά το τελευταίο δωδεκάμηνο περισσότερων από δύο επιταγές (συνολικού ποσού που υπερβαίνει τα 590€).

Η παρακολούθηση της συνδρομής των ανωτέρω προϋποθέσεων χορήγησης βιβλιαρίου επιταγών και ενημέρωσης των τραπεζών πραγματοποιείται μέσω πληροφοριακού υποσυστήματος, το οποίο τροφοδοτείται με τα συλλεγόμενα από τις τράπεζες δεδομένα για τις ακάλυπτες επιταγές.

Στο πληροφοριακό υποσύστημα παρακολούθησης των προϋποθέσεων χορήγησης βιβλιαρίου επιταγών περιλαμβάνονται και τα ονόματα των συνδικαιούχων κοινών τρεχούμενων λογαριασμών επί των οποίων έχουν εκδοθεί ακάλυπτες επιταγές, με την ένδειξη ότι πρόκειται για συνδικαιούχους. Αυτό διότι, σύμφωνα με την ανωτέρω αναφερόμενη υπ' αρ. 502/3/1992 απόφαση ΕΝΠΘ, οι συνέπειες της περί μη χορήγησης νέου βιβλιαρίου επιταγών επέρχονται, σε περίπτωση παράβασης εκ μέρους δικαιούχου κοινού τρεχούμενου λογαριασμού, και για τους ατομικούς τρεχούμενους λογαριασμούς που τηρεί καθένας από τους δικαιούχους του κοινού λογαριασμού.

Στο Αρχείο περιλαμβάνεται επίσης υποσύστημα φυσικών προσώπων που εκπροσωπούν νομικά πρόσωπα τα οποία έχουν εκδώσει ακάλυπτες επιταγές. Το υποσύστημα αυτό είναι επικουρικό καθότι για τα πρόσωπα αυτά δεν επέρχονται οι συνέπειες της υπ' αρ. 502/3/1992 απόφασης ΕΝΠΘ.

γ. Καταγγελίες συμβάσεων καρτών και καταγγελίες συμβάσεων προσωπικών και καταναλωτικών δανείων

Η συλλογή αυτών των δεδομένων έχει αρχίσει από την 1^η Μαρτίου 1998. Επίσης γίνεται συλλογή ιστορικών στοιχείων που καλύπτουν την πενταετία από 1.1.93 έως 31.12.97 και το χρονικό διάστημα μέχρι την έναρξη της περιοδικής παροχής από κάθε φορέα των εν λόγω δεδομένων.

δ. Δεδομένα συλλεγόμενα από Δικαστήρια

Τα δεδομένα που αφορούν σε Αιτήσεις πτωχεύσεων, Κηρυχθείσες πτωχεύσεις, Εκδοθείσες Διαταγές πληρωμής, Προγράμματα Πλειστηριασμών ακινήτων και Προγράμματα Πλειστηριασμών κινητών, συλλέγονται από στοιχεία και αποφάσεις των αντιστοίχων δικαστηρίων, που αναζητούνται στις υπηρεσίες Γραμματείας αυτών.

ε. Δεδομένα συλλεγόμενα από Υποθηκοφυλακεία

Τα δεδομένα που αφορούν σε Υποθήκες και προσημειώσεις υποθηκών, Τροπές προσημειώσεων σε υποθήκες και Κατασχέσεις και επιταγές βάσει Ν.Δ. 1923, συλλέγονται από περιλήψεις συμβολαιογραφικών και άλλων πράξεων, που αναζητούνται στα Υποθηκοφυλακεία.

στ. Όργανα, τρόπος και χρόνος συλλογής των δεδομένων

- i. Τα δεδομένα για ακάλυπτες επιταγές, υποβάλλονται στην Τειρεσίας Α.Ε. από τις αρμόδιες υπηρεσίες των τραπεζών στις οποίες τηρούνται οι λογαριασμοί καταθέσεων επί των οποίων οι επιταγές

έχουν συρθεί, την επόμενη εργάσιμη ημέρα από τη σφράγιση κάθε επιταγής ή από την ημέρα που έλαβαν γνώση για τη σφράγιση της, εφόσον η επιταγή σφραγίστηκε από άλλη τράπεζα. Τα δεδομένα καταχωρούνται σε ειδικά σχεδιασμένο έντυπο. Οι τράπεζες έχουν τη δυνατότητα να υποβάλλουν τα δεδομένα αυτά με ηλεκτρονικά μέσα.

- ii. Τα δεδομένα για απλήρωτες συναλλαγματικές και απλήρωτα γραμμάτια σε διαταγή υποβάλλονται στην Τειρεσίας Α.Ε. από τις αρμόδιες υπηρεσίες των τραπεζών εντός δεκαημέρου από την λήξη των συναλλαγματικών και γραμματίων με ειδικά σχεδιασμένο έντυπο.
- iii. Τα δεδομένα για διοικητικές κυρώσεις προς διασφάλιση των συμφερόντων του Δημοσίου που κοινοποιούνται από το Υπουργείο Οικονομικών στην Ένωση Ελληνικών Τραπεζών (Ε.Ε.Τ.) κοινοποιούνται στην Τειρεσίας Α.Ε. από την Ε.Ε.Τ. ταυτόχρονα με την κοινοποίησή τους και στις τράπεζες.
- iv. Τα δεδομένα, πηγή των οποίων είναι τα Δικαστήρια και τα Υποθηκοφυλακεία, συλλέγονται στην μεν περιοχή Αττικής από υπαλλήλους και συνεργάτες της Τειρεσίας Α.Ε., στις δε λοιπές περιοχές από συνεργάτες της Τειρεσίας Α.Ε. Τα δεδομένα καταχωρούνται σε ειδικό κατά περίπτωση έντυπο. Η Τειρεσίας Α.Ε. επιδιώκει να καλύπτει τη συλλογή δεδομένων από όλες τις συναφείς πηγές.
- v. Η παρακολούθηση της έγκαιρης συλλογής και υποβολής των πρωτογενών δεδομένων γίνεται από την Τειρεσίας Α.Ε., με τη βοήθεια κατάλληλης μηχανογραφικής εφαρμογής.

5. Έλεγχος πρωτογενών δεδομένων

Παραλαβή πρωτογενών δεδομένων

Τα απαραίτητα των παραλαμβανομένων πρωτογενών δεδομένων αριθμούνται ώστε να είναι δυνατή η παρακολούθηση της ασφαλούς διακίνησής τους μεταξύ των κατά περίπτωση αρμοδίων υπηρεσιών, με την εφαρμογή σχετικού Κανονισμού.

Έλεγχος παραστατικών

Τα παραλαμβανόμενα παραστατικά ελέγχονται από απόψεως εγκυρότητας (ως προς την προέλευσή τους) πληρότητας (ως προς τα καθορισμένα αναγκαία κατά περίπτωση στοιχεία) και κωδικογράφησης (των πηγών άντλησης).

Παραστατικά με ελλείψεις και λάθη, που δεν δύνανται να αντιμετωπίσουν οι υπηρεσίες ελέγχου, επιστρέφονται στους συντάκτες τους προς συμπλήρωση ή διόρθωση.

6. Μηχανογραφική επεξεργασία πρωτογενών δεδομένων

α. Εισαγωγή δεδομένων σε ηλεκτρονική βάση

Τα στοιχεία των πρωτογενών δεδομένων, μετά τον έλεγχό τους εισάγονται σε μηχανογραφικό αρχείο, στοιχείο αναφοράς του οποίου αποτελεί το Αρχείο του ΚΕΠΥΟ για τους Αριθμούς Φορολογικού Μητρώου (Α.Φ.Μ.) και αντιστοιχούνται σ' αυτούς προσωπικά στοιχεία των κατόχων των Α.Φ.Μ. (επωνυμία ή επώνυμο, όνομα, πατρώνυμο, όνομα συ-

ζύγου, διεύθυνση, Α.Φ.Μ., Α.Α.Τ. ημερομηνία γέννησης κλπ.).

Σε περίπτωση μη ταύτισης των προσωπικών στοιχείων της οικονομικής μονάδας στην οποία ανήκουν τα προς εισαγωγή δεδομένα, με τα στοιχεία του Αρχείου Αναφοράς, εισάγονται τα στοιχεία αυτά και δημιουργείται νέα οικονομική μονάδα.

Κατά την εισαγωγή των δεδομένων μίας οικονομικής μονάδας επιχειρείται ταύτιση των προσωπικών στοιχείων της είτε με τα αντίστοιχα στοιχεία του Αρχείου Αναφοράς είτε με τις νέες οικονομικές μονάδες.

Η επιδιωκόμενη κατά την εισαγωγή δεδομένων ταύτιση των προσωπικών στοιχείων των οικονομικών μονάδων διευκολύνει την ενιαία εμφάνιση των δεδομένων που αφορούν στην ίδια οικονομική μονάδα.

Η αντιμετώπιση ιδιαίτερων περιπτώσεων εισαγωγής προσωπικών στοιχείων γίνεται σε συνεργασία με την υπηρεσία ποιοτικού ελέγχου.

β. Έλεγχος εισαγομένων δεδομένων

Τα εισαγόμενα κάθε ημέρα στο ηλεκτρονικό Αρχείο δεδομένων στοιχεία ελέγχονται σε καθημερινή βάση δειγματοληπτικά από τους εκτυπούμενους πίνακες εισαχθέντων στοιχείων, για τη διαπίστωση της ορθής και πλήρους καταχώρησής τους.

γ. Ποιοτικός έλεγχος του Αρχείου δεδομένων

Το Αρχείο δεδομένων ελέγχεται ποιοτικά με σκοπό:

- Να διαπιστωθεί και εξασφαλισθεί η ορθότητα των στοιχείων των οικονομικών μονάδων και
- Να συσχετιστούν και ταυτιστούν τα προσωπικά στοιχεία των ιδίων οικονομικών μονάδων, με βάση καθορισμένους κανόνες ταύτισης, ώστε να πραγματοποιείται συνένωση και ενιαία εμφάνιση των Δε-

δομένων που ανήκουν στην ίδια οικονομική μονάδα

δ. Παραγόμενα προϊόντα από το Αρχείο δεδομένων

Τα αναζητούμενα από τους χρήστες του πληροφοριακού συστήματος δεδομένα για συγκεκριμένη οικονομική μονάδα εμφανίζονται από το μηχανογραφικό σύστημα σε μορφή απολύτως κατανοητή, τόσο ως προς τον προσδιορισμό της ταυτότητας των υποκειμένων των δεδομένων όσο και των στοιχείων των δεδομένων.

7. Απόρρητο και ασφάλεια επεξεργασίας

- α. Ορισμένα τμήματα της επεξεργασίας διεξάγονται σε συνεργασία με τρίτους και ειδικότερα:
 - i. Η μηχανογραφική εισαγωγή των πρωτογενών δεδομένων διεξάγεται από το προσωπικό αναδόχου εταιρίας.
 - ii. Η αποθήκευση των δεδομένων και η τήρηση του μηχανογραφικού Αρχείου πραγματοποιείται στο μηχανογραφικό κεντρικό σύστημα της διατραπεζικής εταιρίας ΔΙΑΣ Α.Ε.
- β. Και στις δύο ως άνω περιπτώσεις οι τρίτοι, με τους οποίους συνεργάζεται η Τειρεσίας Α.Ε., συγκεντρώνουν τις προϋποθέσεις για την τήρηση του απορρήτου και της ασφάλειας των δεδομένων.
- γ. Οι συνεργασίες αυτές στηρίζονται σε συμβάσεις της Τειρεσίας Α.Ε. με τους συγκεκριμένους τρίτους, στις οποίες περιλαμβάνονται οι όροι για την τήρηση του απορρήτου και τη λήψη των κατάλληλων οργανωτικών και τεχνικών μέτρων για την εξασφάλιση της ασφάλειας των Δεδομένων και την προστασία τους από τυχαία ή αθέμιτη καταστροφή, τυχαία απώλεια, αλλοίωση, απαγορευμένη διάδοση ή πρόσβαση και κάθε άλλη μορφή αθέμιτης επεξεργασίας.

8. Αποδέκτες των δεδομένων

α. Για την επίτευξη

Για την επίτευξη του επιδιωκόμενου με την επεξεργασία των δεδομένων σκοπού, δηλαδή για την προστασία της εμπορικής πίστης και την εξυγίανση των οικονομικών συναλλαγών, είναι ενδεδειγμένη η μεγαλύτερη δυνατή διακίνησή τους στον οικονομικό χώρο, υπό την προϋπόθεση της τήρησης των διατάξεων του νόμου.

β. Με βάση τα ανωτέρω, τα δεδομένα του αρχείου διατίθενται, για ίδια χρήση, στους ακόλουθους αποδέκτες:

- i. Τα πιστωτικά ιδρύματα (Ν. 2076/92, αρ. 2, παρ. 1)
- ii. Τις εταιρίες πρακτορεία επιχειρηματικών απαιτήσεων (του Ν. 1905/90 – Ν. 2076/92, αρ. 24, παρ. 1, εδ.β)
- iii. Τις εταιρίες χρηματοδοτικής μίσθωσης (του Ν. 1665/86 όπως ισχύει – Ν. 2076/92, αρ. 24, παρ.1, εδ.γ)
- iv. Τις εταιρίες έκδοσης και διαχείρισης μέσων πληρωμών (πιστωτικών και χρεωστικών καρτών – Ν. 2076/92, αρ. 24, παρ.1, εδ.ε)
- v. Τους φορείς του δημόσιου τομέα

Για την εξυπηρέτηση του σκοπού του Αρχείου και με τη σύμφωνη γνώμη της Αρχής Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα, είναι δυνατό προσεχώς να προστεθούν στις ανωτέρω κατηγορίες και νέες κατηγορίες αποδεκτών των δεδομένων του Αρχείου.

γ. Ειδικότερα, με σκοπό την εξασφάλιση της πληρότητας των εν λόγω υποσυστημάτων, όσον αφορά στη διάθεση των δεδομένων που αφορούν σε καταγγελίες συμβάσεων καρτών και καταγγελίες συμβάσεων προσωπικών ή καταναλωτικών δανείων εφαρμόζεται η αρχή της ανταποδοτικότητας. Κατά συνέπεια αποδέκτες των δεδομένων αυτών είναι οι τράπεζες, τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα και οι εταιρίες δια-

χείρισης καρτών που εισφέρουν πρωτογενή δεδομένα στα υποσυστήματα. Επίσης, δυνατότητα χρήσης των ανωτέρω υποσυστημάτων έχουν και όσοι από τους ανωτέρω αποδέκτες που δεν συγκεντρώνουν τέτοια στοιχεία και ως εκ τούτου δεν δύνανται να εισφέρουν τέτοια στα εν λόγω υποσυστήματα.

Η ανωτέρω αρχή θα εφαρμόζεται και όσον αφορά στη διάθεση των δεδομένων που αφορούν στη συγκέντρωση κινδύνων.

- δ. Οι αποδέκτες των δεδομένων μπορεί να είναι εγκατεστημένοι τόσο στην Ελλάδα όσο και στις λοιπές χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Για τη διαβίβαση δεδομένων σε αποδέκτες εγκατεστημένους σε χώρα που δεν ανήκει στην Ευρωπαϊκή Ένωση θα λαμβάνεται άδεια της Αρχής.

9. Διάθεση των δεδομένων

Η Τειρεσία Α.Ε. διαθέτει απ' ευθείας η ίδια τα δεδομένα στους ανωτέρω αποδέκτες των δεδομένων υπό viii/2, οι οποίοι έχουν τη δυνατότητα της online σύνδεσής τους με το Αρχείο της Τειρεσίας Α.Ε. για την αναζήτηση των δεδομένων για τα υποκείμενα που κάθε φορά τους ενδιαφέρουν.

Ειδικές υπηρεσίες προς την Τράπεζα της Ελλάδος και τις Τράπεζες

- α. Για την υποβοήθηση της άσκησης από την Τράπεζα της Ελλάδος της εποπτείας των πιστωτικών ιδρυμάτων για την τήρηση των διατάξεων που αφορούν τη μη χορήγηση βιβλιαρίου επιταγών σε εκδότες ακάλυπτων επιταγών, η Τειρεσία Α.Ε. την εφοδιάζει κάθε μήνα με τις εξής μηχανογραφικές καταστάσεις:
- ι. Κατάσταση στην οποία εμφανίζονται αναλυτικά κατά περιφέρεια και κατά τραπεζικό κατάστημα τα δεδομένα ακάλυπτων επιταγών

που έχουν αναγγελθεί στην Τειρεσίας Α.Ε. και έχουν ενταχθεί στο Αρχείο κατά τον συγκεκριμένο μήνα.

- ii. Κατάσταση στην οποία εμφανίζονται συγκεντρωτικά στοιχεία κατά τράπεζα, με το πλήθος των εκδοτών ακάλυπτων επιταγών κατά το συγκεκριμένο μήνα, και τα προοδευτικά σύνολά τους από την αρχή κάθε έτους.

Επίσης διαβιβάζονται και στατιστικά στοιχεία για όλα τα δεδομένα που εντάσσονται στο Αρχείο κάθε μήνα.

- β. Για την υποβοήθηση της Διοίκησης κάθε τράπεζας στην άσκηση των εσωτερικών ελέγχων για την τήρηση τόσο των αποφάσεων της Τράπεζας της Ελλάδος όσο και των οδηγιών της προς τις υπηρεσίες της για την καταπολέμηση του φαινομένου των ακάλυπτων επιταγών, η Τειρεσίας Α.Ε. την εφοδιάζει κάθε μήνα με τις εξής μηχανογραφικές καταστάσεις:

- i. Κατάσταση στην οποία εμφανίζονται αναλυτικά, κατά κατάσταση της τράπεζας τα δεδομένα των ακάλυπτων επιταγών που έχουν αναγγελθεί στην Τειρεσίας Α.Ε. και έχουν ενταχθεί στο Αρχείο, κατά τον συγκεκριμένο μήνα.
- ii. Κατάσταση στην οποία εμφανίζονται συγκεντρωτικά στοιχεία, κατά καταστήματα της τράπεζας με το πλήθος των εκδοτών των ακάλυπτων επιταγών και τον συγκεκριμένο μήνα και τα προοδευτικά σύνολά τους από την αρχή κάθε έτους.

Επίσης διαβιβάζονται και στατιστικά στοιχεία για όλα τα δεδομένα που εντάσσονται στο Αρχείο κάθε μήνα.

- γ. Στατιστικά στοιχεία των δεδομένων διαβιβάζονται από την Τειρεσίας Α.Ε. στην Ένωση Ελληνικών Τραπεζών και ορισμένες δημόσιες υπηρεσίες.

10. Διόρθωση δεδομένων που έχουν ενταχθεί στο Αρχείο

α. Διόρθωση δεδομένου πραγματοποιείται όταν διαπιστώνεται, κατά τρόπο τεκμηριωμένο, ότι οποιοδήποτε στοιχείο που αφορά το υποκείμενο του δεδομένου, που έχει ενταχθεί στο Αρχείο όπως: ονοματεπώνυμο, πατρώνυμο, επωνυμία επί νομικών προσώπων, διεύθυνση, Α.Φ.Μ., Α.Δ.Τ., δεν είναι ακριβές.

Διόρθωση επίσης πραγματοποιείται όταν αυτά καθεαυτά τα στοιχεία του δεδομένου δεν είναι ακριβή.

β. Η διαπίστωση του λάθους γίνεται με τον επανέλεγχο από την Εταιρία των πρωτογενών πληροφοριακών στοιχείων, μετά από πρόταση του υποκειμένου. Σε περίπτωση κατά την οποία δεν προκύπτει από τον επανέλεγχο αυτόν ότι έγινε εσφαλμένη επεξεργασία και καταχώρηση του πρωτογενούς πληροφοριακού στοιχείου, και το υποκείμενο του δεδομένου προσκομίζει στοιχεία από τα οποία τεκμαίρεται ότι υπάρχει σφάλμα, η εταιρία οφείλει να προστρέξει στην πηγή από την οποία άντλησε την πληροφορία προκειμένου να ελέγξει την ορθότητα του παραστατικού, με το οποίο έγινε η συλλογή της πρωτογενούς πληροφορίας.

Σε περίπτωση επισήμανσης στην Τειρεσίας Α.Ε. από το υποκείμενο λάθους δεδομένου που αφορά ακάλυπτη επιταγή ή απλήρωτη συναλλαγματική, η αίτησή του διαβιβάζεται, μέσω του fax, στο τραπεζικό υποκατάστημα που έκανε τη σχετική αναγγελία και ζητείται ο επανέλεγχος του πρωτογενούς δεδομένου και η απάντηση εντός δεκαήμερου μέσω της αρμόδιας Κεντρικής Υπηρεσίας της τράπεζάς του.

Σε περίπτωση που η επισήμανση του λάθους αφορά καταγγελία σύμβασης κάρτας ή δανείου προσωπικού ή καταναλωτικού, η αίτηση του υποκειμένου διαβιβάζεται στην αρμόδια Κεντρική Υπηρεσία που

έκανε τη σχετική αναγγελία και ζητείται η απάντηση εντός δεκαημέρου.

- γ. Εφόσον τελικά διαπιστωθεί η ύπαρξη εσφαλμένης κατάρτισης του παραστατικού ή εσφαλμένης επεξεργασίας και καταχώρισης στο Αρχείο γίνεται διόρθωση του λάθους και ενημέρωση του υποκειμένου, εφόσον το ίδιο υπέδειξε τη διόρθωση.

ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΤΩΝ ΥΠΟΚΕΙΜΕΝΩΝ ΤΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Δικαιώματα ενδιαφερομένων

- α. Ο Ν. 2472/97 δίδει το δικαίωμα σε κάθε πολίτη να έχει πρόσβαση στο Αρχείο της εταιρίας, προκειμένου να ενημερωθεί εάν δεδομένα που τον αφορούν αποτελούν ή αποτέλεσαν αντικείμενο επεξεργασίας και σε καταφατική περίπτωση ποία είναι αυτά τα δεδομένα, την προέλευση, τους σκοπούς της επεξεργασίας κλπ.
- β. Επίσης ο νόμος δίδει το δικαίωμα στο υποκείμενο των δεδομένων να προβάλλει αντιρρήσεις αναφορικά με την επεξεργασία δεδομένων που το αφορούν (άρθρο 13 Ν. 2472/1997).

Διευκόλυνση ενδιαφερομένων

Η εταιρία επιθυμεί τη μέγιστη δυνατή διευκόλυνση των υποκειμένων των δεδομένων στην άσκηση των νομίμων δικαιωμάτων τους και την πλήρη και έγκαιρη ανταπόκριση των οργάνων και στελεχών της στην εξέταση των αιτημάτων τους.

Γραφείο εξυπηρέτησης κοινού

Για την εξυπηρέτηση των ενδιαφερομένων στην άσκηση του δικαιώματος πρόσβασης (παράγραφος 3-1) η εταιρία έχει ιδρύσει το «Γραφείο Εξυπηρέτησης», το οποίο δέχεται και εξετάζει τα σχετικά αιτήματα και απαντά σ' αυτά εμπροθέσμως.

Η εταιρία την ίδια εξυπηρέτηση παρέχει και στα νομικά πρόσωπα ανεξαρτήτως μορφής.

Για τη διευκόλυνση των ενδιαφερομένων για την άσκηση του δικαιώματος πρόσβασης και την ταχεία και πλήρη αντιμετώπιση των αιτημάτων τους χρησιμοποιείται τυποποιημένο έντυπο αίτησης, στο οποίο, μεταξύ άλλων, αναφέρεται και το ποσό με το οποίο επιβαρύνεται, κατά περίπτωση, ο αιτών καθώς ο τρόπος καταβολής του.

Γραφείο εξυπηρέτησης κοινού

Μασσαλίας 10 & Σόλωνος, 106 80 – ΑΘΗΝΑ

Τηλ.: 3676700, Fax: 3676750

Website: <http://www.tiresias.gr>

Ώρες εξυπηρέτησης: 8:30-14:00 (εργάσιμες ημέρες)

ΑΡΧΕΙΟ ΑΠΩΛΕΣΘΕΙΣΩΝ – ΚΛΑΠΕΙΣΩΝ ΤΑΥΤΟΤΗΤΩΝ, ΔΙΑΒΑΤΗΡΙΩΝ

Γενική περιγραφή

Η Τειρεσίας Α.Ε. αποβλέποντας στην προστασία του πολίτη από τυχόν παράνομες σε βάρος του ενέργειες με χρήση ταυτοτήτων ή διαβατηρίων που έχουν κλαπεί ή απώλεσθεί, δημιούργησε ένα νέο Αρχείο στο οποίο καταχωρούνται δηλώσεις πολιτών περί της κλοπής ή απώλειας ταυτοτήτων ή διαβατηρίων τους.

Κατόπιν τούτων, κάθε ενδιαφερόμενος, εκτός από τη δήλωση της κλοπής

ή απώλειας στις Αρμόδιες Αρχές θα μπορεί, κατόπιν σχετικής αιτήσεώς του, να ενημερώνει και την Τειρεσίας Α.Ε., η οποία θα εμφανίζει τη σχετική καταχώρηση στο Αρχείο της την επομένη της κατάθεσης της αίτησης του ενδιαφερομένου.

Αποδέκτες των δεδομένων του αρχείου αυτού είναι οι ίδιοι αποδέκτες των δεδομένων οικονομικής συμπεριφοράς όπως αυτοί αναγράφονται ανωτέρω στην υπό viii/2 παράγραφο.

Σημειώνεται, τέλος, ότι ο χαρακτήρας του αρχείου αυτού είναι επικουρικός, τα δε στοιχεία που καταχωρίζονται σε αυτό, αξιολογούνται ελεύθερα από τον αποδέκτη τους, ώστε η καταχώρησή τους αυτή ουδεμία δέσμευση ή υποχρέωση συνεπάγεται για την Τειρεσίας Α.Ε. και τους κατά τα ανωτέρω αποδέκτες τους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

Η ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΩΝ ΑΡΧΩΝ ΤΟΥ MARKETING ΣΤΗΝ ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Η αναγκαιότητα εφαρμογής των αρχών, κανόνων και μεθόδων του Marketing στην προσφορά τραπεζικών υπηρεσιών πήγασε διεθνώς από το γεγονός της όξυνσης του ανταγωνισμού όχι μόνο μεταξύ των τραπεζών αλλά και μεταξύ τραπεζών και άλλων ιδρυμάτων που τις ανταγωνίζονται σε ορισμένους τομείς (Ταχυδρομικά Ταμιευτήρια, εταιρίες επενδύσεων, εταιρίες Factoring και Leasing, θυγατρικές πολυκαταστημάτων, οι οποίες δέχονται καταθέσεις και προσφέρουν πιστωτική κάρτα ή κάρτες διευκόλυνσης και καταναλωτικά δάνεια).

Με την έννοια του τραπεζικού Marketing, άρχισαν σήμερα πια να εξοικειώνονται όλο και περισσότεροι υπάλληλοι εμπορικών τραπεζών. Σήμερα η αναγκαιότητα εφαρμογής των αρχών του Marketing στον ελληνικό τραπεζικό χώρο είναι προφανής και αυτονόητη όχι μόνο γιατί το τραπεζικό Marketing εφαρμόζεται εδώ και δεκαετίες στο εξωτερικό, όπου οι πιο εξελιγμένες δομές ενεργούν σαν πρόδρομοι των μελλοντικών οργανωτικών εξελίξεων στην χώρα μας αλλά και γιατί:

- Η απελευθέρωση του Ελληνικού Τραπεζικού Συστήματος από τις ρυθμίσεις και παρεμβάσεις, βρίσκεται στο τελευταίο στάδιο του, δίνοντας τη δυνατότητα σε κάθε εμπορική τράπεζα ν' ασκεί περισσότερο ανταγωνιστική τιμολογιακή πολιτική.
- Ο ανταγωνισμός στην αγορά τραπεζικών υπηρεσιών έχει οξυνθεί τα τελευταία χρόνια πολύ, νέες τράπεζες έχουν μπει στην αγορά, τα καταστήματα των τραπεζών πληθαίνουν κάθε χρόνο με γρήγορο ρυθμό, και τα κονδύλια που διαθέτουν οι τράπεζες για τη προώθηση των πωλήσεών τους και τη διαφήμιση αυξάνονται συνεχώς.

- Η τεχνολογική εξέλιξη (αυτόματες ταμειολογιστικές μηχανές, αυτόματη μεταφορά κεφαλαίων στα σημεία πωλήσεων, Home Banking κλπ.) άνοιξε νέες δυνατότητες εξυπηρέτησης της τραπεζικής πελατείας, δημιουργώντας ταυτόχρονα ένα νέο πεδίο ανταγωνισμού για τις εμπορικές τράπεζες.
- Έχει ήδη υιοθετηθεί σε πολλές από τις Ελληνικές Εμπορικές Τράπεζες μία νέα νοοτροπία στην αντιμετώπιση του πελάτη σ' όλη την κλίμακα της ιεραρχίας, έχουν εκσυγχρονισθεί οι οργανωτικές δομές ορισμένων απ' αυτές και έχουν προσανατολισθεί στην καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση του πελάτη και τέλος εφαρμόζονται νέες μέθοδοι προσέλκυσης πελατών και ανάπτυξης των εργασιών μαζί τους.
- Η σύγχρονη αντίληψη οργάνωσης της τραπεζικής εργασίας και εξυπηρέτησης του πελάτη, που εφαρμόζεται στις μεγαλύτερες πολυεθνικές τράπεζες επιβάλλει να αντικατασταθεί η «τραπεζική κατά παραγγελία» που συγκεντρώνει την προσοχή της στην πώληση συγκεκριμένων υπηρεσιών από την «τραπεζική των σχέσεων» (relationship banking), που στρέφεται στη δημιουργία πελατών αγοράζουν πολλαπλές υπηρεσίες.

Οι τράπεζες δεν επιδιώκουν δηλαδή πια τη μεγιστοποίηση των κερδών με την επιδίωξη μεγαλύτερου κέρδους από κάθε μεμονωμένη συναλλαγή, αλλά δίνουν έμφαση στη συνδυασμένη πώληση υπηρεσιών και στη συνολική αποδοτικότητα του πελάτη.

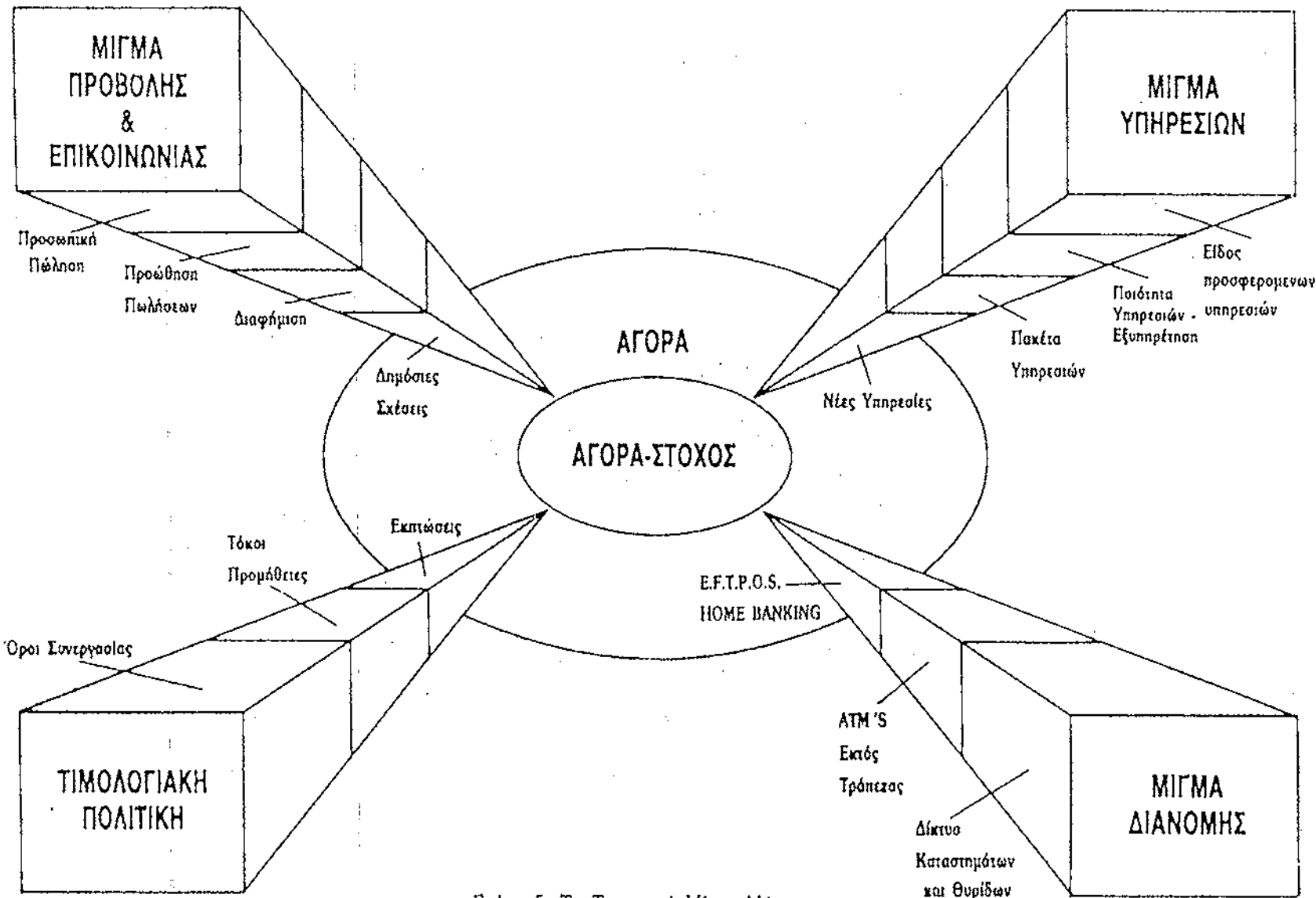
Σε μία συνεχώς διεθνοποιημένη αγορά, οι ελληνικές τράπεζες θα μπορέσουν να αντεπεξέλθουν με επιτυχία στον ανταγωνισμό τους με τις ξένες, όταν συνειδητοποιήσουν την αναγκαιότητα της εφαρμογής παρόμοιων μεθόδων, μέσων και εργαλείων δουλειάς μ' αυτές. Οι κυριότερες μέθοδοι εκσυγχρονισμού και ανάπτυξης της ανταγωνιστικότητας των Ελληνικών Τραπεζών είναι η βελτίωση της τεχνικής υποδομής με την ανανέωση του εξοπλισμού τους σύμφωνα με τα δεδομένα της σημερινής εξέλιξης της τεχνολογίας, η ποιοτική αναβάθμιση του ανθρώπινου δυναμικού με την εκπαίδευσή του στο

αντικείμενο της δουλειάς του και την επιμόρφωσή του στις διοικητικές και οικονομικές επιστήμες και τέλος οι οργανωτικές αναδιαρθρώσεις που σκοπεύουν στην ανανέωση των δομών σύμφωνα με τις νεότερες αντιλήψεις του Management και του Marketing.

ΤΟ ΜΙΓΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΣΤΙΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ

Τα εργαλεία του Μάρκετινγκ είναι οι από την τράπεζα επηρεαζόμενες και ελεγχόμενες μεταβλητές που συνδυάζονται κάθε φορά κατά τρόπο που να εξυπηρετούν καλύτερα τους στρατηγικούς της στόχους. Ο συνδυασμός των εργαλείων του Μάρκετινγκ ή το μίγμα Μάρκετινγκ (Marketing Mix) σε μία τράπεζα (βλέπε διάγραμμα) περιλαμβάνει την αποτελεσματικότερη για την εξυπηρέτηση των στρατηγικών στόχων της τράπεζας πολιτική πάνω:

- Στο είδος και την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών. Το αντίστοιχο εργαλείο Μάρκετινγκ στις επιχειρήσεις παραγωγής προϊόντων είναι το προϊόν (ο καθορισμός του μίγματος των προϊόντων που μεγιστοποιεί το κέρδος, τα χαρακτηριστικά των προϊόντων, η συσκευασία τους, το μέγεθός τους, η εξυπηρέτηση και οι εγγυήσεις που περιέχουν).
- Στην τιμολογιακή πολιτική. Αυτή περιλαμβάνει τους όρους συνεργασίας και την εκπτώτικη πολιτική επί των τόκων και των προμηθειών. Στις επιχειρήσεις πώλησης προϊόντων η τιμολογιακή πολιτική περιλαμβάνει τη διαμόρφωση της τιμής, τους όρους πληρωμής, την εκπτώτικη και πιστωτική πολιτική.



Σχήμα 5. Το Τραπεζικό Μίγμα Μάρκετινγκ.

- Στο μίγμα διανομής. Στις επιχειρήσεις παραγωγής προϊόντων στη διανομή περιλαμβάνονται: αποθέματα, μεταφορά των εμπορευμάτων, δίαυλοι – αντιπρόσωποι, χονδρέμποροι, λιανοπωλητές, μεσίτες, αλυσίδες καταστημάτων, συνεργατικά καταστήματα, γραφεία πωλήσεων – υποκαταστήματα της εταιρίας κλπ.
- Στο μίγμα προβολής και επικοινωνίας (promotional mix). Τόσο στις τράπεζες, όσο και στις επιχειρήσεις πώλησης προϊόντων, το μίγμα προβολής περιλαμβάνει:
 - i. Την προσωπική πώληση
 - ii. Την προώθηση των πωλήσεων
 - iii. Τη διαφήμιση
 - iv. Τις δημόσιες σχέσεις

1. ΟΙ ΠΡΟΣΦΕΡΟΜΕΝΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

Προϊόντα για τις τράπεζες είναι όπως αναφέρθηκε οι προσφερόμενες υπηρεσίες. Το Μάρκετινγκ των τραπεζικών υπηρεσιών αφορά την επιδίωξη της μεγαλύτερης δυνατής ικανοποίησης του πελάτη της τράπεζας από τη χρήση των προσφερόμενων υπηρεσιών. Αυτές συνίστανται στην προσφορά ασφάλειας και τόκου για τα μετρητά, στη μεταφορά κεφαλαίων, στις διαμεσολαβητικές εργασίες και στην παροχή της δυνατότητας κάλυψης των αναγκών του πελάτη, τη χρονική στιγμή που του παρουσιάζονται και όχι σε μία μελλοντική στιγμή όταν θα έχει συγκεντρώσει αποταμιεύοντας τα απαραίτητα κεφάλαια.

Οι αποφάσεις Μάρκετινγκ που αφορούν τις υπηρεσίες είναι σχετικές με τη διαμόρφωση του είδους και της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών που προσδιορίζονται από τη μακροχρόνια στρατηγική της τράπεζας. Οι αποφάσεις που αφορούν το είδος των προσφερόμενων υπηρεσιών καθορίζουν τις μορφές των καταθέσεων που δέχεται και των χορηγήσεων που

προσφέρει η τράπεζα, τα είδη των διαμεσολαβητικών εργασιών που αναλαμβάνει και την επέκταση ή τον περιορισμό τους, (π.χ. επέκταση στις πιστωτικές κάρτες, περιορισμός ή αποθάρρυνση των ειδικών προθεσμιακών καταθέσεων, επέκταση των εξειδικευμένων τραπεζών σε εργασίες των εμπορικών τραπεζών κλπ).

Η ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών καθορίζεται από αποφάσεις που αφορούν την οργανωτική αναδιάρθρωση της τράπεζας, με σκοπό την καλύτερη εξυπηρέτηση της πελατείας, την εκπαίδευση του προσωπικού κατά τρόπο που να ανταποκρίνεται καλύτερα στις συνεχώς μεταβαλλόμενες απαιτήσεις της σύγχρονης τραπεζικής εξυπηρέτησης και τέλος τη μηχανογράφηση των λογιστικών και οικονομικών στοιχείων και καταστάσεων, την ένταξη όλων των καταστημάτων στο σύστημα on line και την αυτοματοποίηση της εξυπηρέτησης (ATM's, EFTPOS, Home Banking) που προσφέρουν οικονομία χρόνου και άνεση για τον πελάτη.

Η μορφή της εκπαίδευσης στις τράπεζες που βελτιώνει την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών αφορά κυρίως την εκπαίδευση στις τραπεζικές εργασίες αλλά και την εκπαίδευση που ανεβάζει το επίπεδο των γνώσεων των υπαλλήλων στις οικονομικές και διοικητικές επιστήμες. Η εκπαίδευση στο Μάρκετινγκ και τις πωλήσεις θεωρείται περισσότερο σαν μέθοδος προώθησης των πωλήσεων και λιγότερο σαν τρόπος βελτίωσης της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών.

Για να χαράξει πολιτική η Διεύθυνση Μάρκετινγκ σχετικά με τη διαμόρφωση του είδους και της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών πρέπει πρώτα να ξεκαθαρίσει:

- Ποιά είναι η επιθυμητή τμηματοποίηση της αγοράς και ποιές οι ανάγκες κάθε επιμέρους αγοράς-στόχου;
- Ποιές είναι οι δυνατότητες και ποιες οι αδυναμίες της τράπεζας και εάν μπορούν να προσφερθούν οι υπηρεσίες που χρειάζονται οι πελάτες με τον τρόπο που τις χρειάζονται;

- Ποιά πολιτική προσφοράς υπηρεσιών ακολουθεί ο ανταγωνισμός;
- Ποιά είναι η αναμενόμενη αποδοτικότητα από κάθε προσφερόμενη υπηρεσία και εάν δεν προσφερθεί από μας η νέα υπηρεσία ή αν καταργηθεί μία υπάρχουσα τι ποσοστό πελατείας θα χάσουμε;
- Ποιές από τις προσφερόμενες υπηρεσίες πρέπει ν' αναπτυχθούν κι άλλο και σε ποιες πρέπει να εφαρμοστεί Demarketing; Demarketing είναι η αποθάρρυνση της πελατείας από τη χρησιμοποίηση ορισμένων υπηρεσιών, που λόγω αλλαγής των συνθηκών (μακροοικονομικού περιβάλλοντος, αποφάσεων της Επιτροπής Νομισματικών και Πιστωτικών θεμάτων κλπ.) εμφανίζουν μικρότερα ή αρνητικά περιθώρια κέρδους και αυξημένο τραπεζικό κίνδυνο. Επίσης Demarketing μπορεί να εφαρμοσθεί όταν υπάρχει συγκριτικό μειονέκτημα στην παροχή συγκεκριμένων τραπεζικών υπηρεσιών και όταν μεταβάλλεται η αγορά-στόχος. Το Demarketing διαβαθμίζεται από το σταμάτημα της διαφημιστικής υποστήριξης και στην αποθάρρυνση των πωλήσεων και φτάνει μέχρι την πλήρη εξάλειψη ορισμένων υπηρεσιών που έχουν κλείσει τον κύκλο ζωής τους (όπως είναι γνωστό, όλα τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες διανύοντας τον κύκλο ζωής τους περνούν από τις φάσεις της εισαγωγής στην αγορά, της ανάπτυξης, της ωριμότητας και τη παρακμής).

Τα κριτήρια που χρησιμοποιούνται για να αποφασισθεί η εξάλειψη υπηρεσιών είναι:

- i. Ποσοτικά
 - Συνεχώς μειούμενες πωλήσεις και μερίδιο αγοράς
 - Πολύ μικρό ποσοστό στο σύνολο των εργασιών
 - Μειούμενη ή και αρνητική αποδοτικότητα
- ii. Ποιοτικά
 - Αρνητικές επιπτώσεις στην εικόνα της τράπεζας
 - Μετατοπίσεις της ζήτησης υπηρεσιών που προέρχονται από την αλλαγή της μορφής των αναγκών της

- Αλλαγές στο νομοθετικό πλαίσιο
- Επιδράσεις από τη γενικότερη οικονομική πολιτική

Η πολιτική που καθορίζει το είδος και την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών εντάσσεται στην εξυπηρέτηση των επιμέρους στόχων της τράπεζας όπως:

- Την ανάπτυξη και επέκταση της τράπεζας
- Τη μεγιστοποίηση του κέρδους (αύξηση της αποδοτικότητας)
- Τη βελτίωση ή τη διατήρηση της εικόνας (image) της τράπεζας
- Τη διασπορά των τραπεζικών κινδύνων
- Την αύξηση του βαθμού εκμετάλλευσης των υφιστάμενων δυνατοτήτων του εξοπλισμού
- Τη μεγαλύτερη δυνατή αξιοποίηση των υφιστάμενων διαθεσίμων
- Την αύξηση της ανταγωνιστικότητας και επακόλουθα και του μεριδίου της αγοράς

Στόχοι του Μάρκετινγκ στον τομέα προσφοράς των υπηρεσιών είναι:

- i. Να προσελκύσει πελάτες εκτός της υπάρχουσας αγοράς. Πολλές ανάγκες μεγάλης μερίδας του πληθυσμού δεν καλύπτονται από τις προσφερόμενες υπηρεσίες, ενώ παράλληλα πολύ μικρό ποσοστό των εργαζομένων έχει κάποιας μορφής κατάθεση σε τράπεζα.
- ii. Να αυξήσει τις πωλήσεις στις υπάρχουσες αγορές:
 - α. Αυξάνοντας τις πωλήσεις υπηρεσιών κατά υπάρχοντα πελάτη
 - β. Προσελκύοντας τους κυριότερους λογαριασμούς των πελατών του ανταγωνισμού
 - γ. Προσελκύοντας τους δευτερεύοντες λογαριασμούς των πελατών του ανταγωνισμού
- iii. Να αναπτύξει υπηρεσίες προσφέροντας χαμηλότερο κόστος για τον πελάτη. Αυτό επιτυγχάνεται:
 - α. Με την ορθολογικότερη αναδιοργάνωση της δομής και των διαδικασιών και

β. Με την ανάπτυξη της αυτοματοποίησης, που επιτρέπουν μείωση του κόστους

Η μείωση του κόστους όμως με την αύξηση της αυτοματοποίησης δεν πρέπει να αγνοεί ποτέ την ανάγκη του πελάτη για προσωπική επαφή, επικοινωνία και εξυπηρέτηση.

Η ανάπτυξη υπηρεσιών στις τράπεζες επιτυγχάνεται με τους εξής τρόπους:

- i. Προσθέτοντας νέες υπηρεσίες στη γκάμα αυτών που υπάρχουν.
- ii. Τροποποιώντας τις υπάρχουσες, ανάλογα με τις ανάγκες και τις επιθυμίες των πελατών.
- iii. «Επανασκευάζοντας» τις υπάρχουσες υπηρεσίες σε διαφορετικά «Πακέτα», ανάλογα με τις αγορές-στόχους που έχουν προσδιοριστεί από την κατάτμηση της αγοράς. Οι υπάρχουσες υπηρεσίες συνδυάζονται μεταξύ τους κατά τρόπο που να ανταποκρίνονται καλύτερα στις ανάγκες των αγορών-στόχων.

Η πολιτική που καθορίζει το είδος και την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών μπορεί να είναι μία παθητική παρακολούθηση του ανταγωνισμού, που σημαίνει ότι οι αλλαγές επέρχονται όταν υπάρχουν πια αποδείξεις για απώλεια της ανταγωνιστικότητας, είτε αποτέλεσμα μίας επιθετικής στρατηγικής πρωτοπόρου στην αγορά. Μία τέτοια πολιτική για εισαγωγή στην αγορά νέων υπηρεσιών, όπως και για την κατάργηση παλαιών αποφασίζεται φυσικά μόνο μετά από λεπτομερείς έρευνες της αγοράς και μελέτες.

2. ΤΟ ΜΙΓΜΑ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

2.1 Η ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΠΩΛΗΣΗ

2.1.1 Ο ρόλος της προσωπικής πώλησης στο Μάρκετινγκ των τραπεζών

Πριν από μερικά χρόνια, κανένας τραπεζικός δεν θα φανταζόταν ποτέ ότι η εργασία του είναι συνυφασμένη με τις πωλήσεις. Στη σημερινή εποχή όμως, η δημοσιοϋπαλληλική νοοτροπία του παλιού τραπεζικού έχει αντικατασταθεί με την πεποίθηση κάθε τραπεζικού στελέχους, ότι είναι πωλητής τραπεζικών υπηρεσιών, με κύριο καθήκον την όσο το δυνατόν καλύτερη εξυπηρέτηση της πελατείας. Την αναγκαιότητα αλλαγής νοοτροπίας και αναγνώρισης του νέου ρόλου που έχουν επιβάλει οι σύγχρονες εξελίξεις στον τραπεζικό τομέα στη χώρα μας πρέπει να την κατανοήσει κάθε τραπεζοϋπάλληλος που θέλει με τα σημερινά πρότυπα να θεωρείται σωστός επαγγελματίας.

Προσωπική πώληση στις εμπορικές τράπεζες είναι η διαδικασία προώθησης των πωλήσεων που περιλαμβάνει την έρευνα των αναγκών κάθε πελάτη, την προσαρμογή των προσφερόμενων υπηρεσιών σ' αυτές, την προφορική παρουσίαση σ' αυτόν των πλεονεκτημάτων που θα αποκομίσει από την αγορά τους και τη στενή και συνεχή παρακολούθηση της πορείας της συνεργασίας μαζί του.

Η προσωπική πώληση είναι απαραίτητη για πολλούς λόγους όπως:

- α. Τη δημιουργία αναγνωρισιμότητας για κάθε προσφερόμενη υπηρεσία
- β. Την ανάπτυξη προτιμήσεων για τις προσφερόμενες υπηρεσίες

- γ. Τη διαπραγμάτευση των τόκων, των προμηθειών και των όρων της συνεργασίας με κάθε πελάτη
- δ. Το κλείσιμο της πώλησης
- ε. Την παρακολούθηση και παροχή εξυπηρέτησης σε κάθε πελάτη, ώστε να δημιουργηθούν οι προϋποθέσεις για επαναλαμβανόμενες πωλήσεις

Καθήκοντα και αρμοδιότητες πωλήσεων στην τράπεζα έχουν κατ' αρχήν όλοι οι υπάλληλοι – από τον ταμία μέχρι τον προϊστάμενο – που έρχονται σε επαφή με το κοινό. Ακόμα και ο κλητήρας που δίνει πληροφορίες και η τηλεφωνήτρια που λάνε εκτός από εξυπηρέτηση και μία ορισμένη εικόνα της τράπεζας στον πελάτη.

Οι θέσεις εργασίας όμως, που έχουν προδιαγραφεί για να προσφέρουν ολοκληρωμένες πωλήσεις είναι οι εξής:

- α. Ο Διευθυντής του καταστήματος. Αυτός δεν πρέπει να περιορίζεται μόνο σε διεκπεραιωτικές ενέργειες και στην άσκηση των διοικητικών του καθηκόντων. Ένα σημαντικότατο κομμάτι της δουλειάς του αφορά την ανάπτυξη των εργασιών του καταστήματος με νέους πελάτες και την επέκταση των εργασιών του με όσους από τους παλιούς πελάτες κρίνονται από οικονομική άποψη υγιείς.
- β. Ο Account Officer των ξένων τραπεζών ή Υπεύθυνος μεγάλων πελατών ορισμένων ελληνικών τραπεζών που έχουν εκσυγχρονίσει τις δομές τους. Ο νέος αυτός θεσμός ξεπήγασε από την ανταπόκριση των τραπεζών στην ανάγκη των μεγάλων πελατών με τα πολύπλοκα προβλήματα να έχουν ένα μόνο υπεύθυνο στην τράπεζα, που θα χειρίζεται με κάποια ιδιαίτερη φροντίδα τις εκτός ρουτίνας χρηματοοικονομικές τραπεζικές υποθέσεις τους, με μία σχετική εξειδίκευση στην κατηγορία μεγέθους και στον κλάδο τους. Η αποστολή του υπεύθυνου πελατείας εί-

ναι να μετατρέπει τους συναλλασσόμενους με την τράπεζα σε πελάτες, καθώς και τους πελάτες που χρησιμοποιούν μία μόνο υπηρεσία σε πελάτες που χρησιμοποιούν περισσότερες υπηρεσίες. Ο υπεύθυνος πελατείας παρακολουθεί την πορεία των εργασιών κάθε πελάτη του και φροντίζει για τη διατήρηση ή την επαύξηση κάθε λογαριασμού που χειρίζεται. Αυτός προσφέρει στους πελάτες της τράπεζας την προσωπική επαφή και φροντίδα που είναι απαραίτητη για την ύπαρξη μίας διαρκούς και σταθερής σχέσης και πίστης συνεργασίας με την τράπεζα.

- γ. Ο σύμβουλος πελατείας. Σχετικά μ' αυτόν αναφερόμαστε με λεπτομέρειες στο κεφάλαιο για την προώθηση των πωλήσεων.

Τα πλεονεκτήματα της προσωπικής πώλησης, σε σχέση με την απρόσωπη (διαφήμιση, ATM's) είναι συνοπτικά τα εξής:

- α. Προσωπική επικοινωνία μεταξύ αγοραστή και πωλητή. Κατά τη διάρκεια αυτής της αμφίδρομης επικοινωνίας δίνεται στον πωλητή η ευκαιρία να διαπιστώσει τις επιθυμίες και τις ανάγκες του υποψήφιου, να προσαρμόσει την προσφορά του στις ανάγκες του και να εμπνεύσει εμπιστοσύνη, υπευθυνότητα και ετοιμότητα εξυπηρέτησης.
- β. Δημιουργία διαπροσωπικών σχέσεων. Μ' αυτή δίνεται η ευκαιρία στον πωλητή να κερδίσει τον πελάτη.
- γ. Υποχρεώνεται ο πελάτης ν' ακούσει όλη την επιχειρηματολογία και αισθάνεται κατά κάποιο τρόπο τον εαυτόν του υποχρεωμένο ν' αγοράσει.

Οι εσωτερικές πωλήσεις τραπεζικών υπηρεσιών μέσω του δικτύου των καταστημάτων συμπληρώνονται με τις εξωτερικές πωλήσεις που γίνονται στην έδρα του πελάτη. Επισκέψεις στην έδρα του πελάτη γίνονταν πάντα, τόσο από τις υπηρεσίες πληροφοριών, όσο και από τους Διευθυντές των καταστημάτων. Αυτές όμως είχαν

περισσότερο το χαρακτήρα της επιτόπου συλλογής πληροφοριών ή της καλλιέργειας καλών σχέσεων με τον πελάτη. Τα τελευταία χρόνια άρχισαν να δημιουργούνται από τις τράπεζες ειδικές υπηρεσίες εξωτερικών πωλήσεων σε επιλεγμένη πελατεία (ιδιώτες με υψηλά εισοδήματα και περιουσία και μεγάλες επιχειρήσεις).

Με την επέκταση στις εξωτερικές πωλήσεις αποσκοπείται η δημιουργία προτιμήσεων που θα συμβάλλει στην αδιαφορία του πελάτη έναντι του ανταγωνισμού. Η τράπεζα αποκτά μεγαλύτερη ευκινησία και αποδοτικότητα (μια και οι εξωτερικές πωλήσεις απευθύνονται σε επιλεγμένους πελάτες), με πολύ μικρότερη σε σχέση με τα καταστήματα απαιτούμενη επένδυση.

Με τις εξωτερικές πωλήσεις η τράπεζα επιδιώκει να γνωρίσει καλύτερα τις ιδιαίτερες ανάγκες κάθε επιλεγμένου πελάτη, να τον πληροφορήσει για την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρει, να τον συμβουλευσει και να του προσφέρει την καλύτερη δυνατή λύση – σύμφωνα με τις δυνατότητες της τράπεζας – στα προβλήματά του. Επίσης επιδιώκει να δημιουργήσει ανάγκες στους πελάτες πληροφορώντας τους για τις νέες υπηρεσίες που μπορεί να προσφέρει.

Κύριο καθήκον των εξωτερικών πωλήσεων είναι η ανάπτυξη εργασιών με παλιούς και νέους μεγάλους πελάτες. Παράλληλα όμως αναπτύσσονται οι δημόσιες σχέσεις της τράπεζας, αποκτά η τράπεζα λεπτομερείς πληροφορίες για τους πελάτες και για την πολιτική του ανταγωνισμού της.

Γενικά, οι πωλητές ανεξάρτητα από τη θέση τους στο χώρο των πωλήσεων (εσωτερικοί ή εξωτερικοί), το αντικείμενο της πώλησης (διαρκή ή καταναλωτά, κεφαλαιουχικά ή καταναλωτικά προϊόντα ή υπηρεσίες) και τη θέση του πελάτη στο κύκλωμα παραγωγή – κατανάλωσης (βιοτέχνης – βιομήχανος, έμπορος, τελευταίος κατανα-

λωτής) αποτελούν ένα ισχυρότατο, αποτελεσματικό και αναντικατάστατο (δεν μπορεί να αντικατασταθεί από κανένα άλλο μέσο προβολής και επικοινωνίας – διαφήμιση, δημόσιες σχέσεις, έντυπα κλπ.) μέσο για την προώθηση των πωλήσεων. Ο πωλητής είναι ο άνθρωπος που δίνει καθημερινά τη μάχη για την επιτυχία των προϊόντων ή των υπηρεσιών της εταιρίας ή της τράπεζας στην αγορά. Είναι όμως και το μάτι της εταιρίας στην αγορά, γιατί διοικητεύει όλες τις απαραίτητες πληροφορίες για την πελατεία, τον ανταγωνισμό, τα νέα προϊόντα και τις διάφορες ενέργειες άλλων εταιριών για την προώθηση των πωλήσεων των προϊόντων τους. Ταυτόχρονα αποτελεί και την εταιρία ή την τράπεζα για τους πελάτες. Δεν ενδιαφέρεται για το γρήγορο κλείσιμο κάποιας παραγγελίας, αλλά για την καλλιέργεια και διατήρηση μακροχρόνιων καλών και φιλικών σχέσεων αμοιβαίας εμπιστοσύνης και συμφέροντος με κάθε πελάτη. Αυτός εκφράζει την πολιτική πωλήσεων της εταιρίας και είναι εξουσιοδοτημένος να την προσαρμόσει μέσα σε προδιαγεγραμμένα πλαίσια στις ανάγκες κάθε πελάτη.

Στις τράπεζες, ιδιαίτερη έμφαση στις προσωπικές πωλήσεις με εξωτερικούς πωλητές δίνεται στην αγορά των μεγάλων επιχειρήσεων και τελευταία και των μεγάλων πελατών-ιδιωτών που η προσέλκυσή τους είναι ιδιαίτερα αποδοτική για τις τράπεζες. Η προσωπική πώληση σ' αυτές τις κατηγορίες των πελατών είναι δαπανηρή, γιατί απαιτεί μεγάλη οργάνωση και σπατάλη ανθρωποωρών, είναι όμως η αποτελεσματικότερη μέθοδος προσέλκυσής τους. Η μέθοδος της προώθησης των πωλήσεων με εξειδικευμένους κατά τμήμα αγοράς πωλητές, προσφέρει τη δυνατότητα μετάδοσης πολύπλοκων μηνυμάτων και προσαρμογής της γκάμας των υπηρεσιών που μπορεί να προσφέρει η τράπεζα στις ειδικές ανάγκες κάθε πελάτη.

2.2 Η ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

2.2.1 Ορισμός – Γενικά

Διαφήμιση είναι η τεχνική επικοινωνίας που αποσκοπεί με την κατάλληλη χρησιμοποίηση των μέσων μαζικής επικοινωνίας να επηρεάσει τη συμπεριφορά των καταναλωτών, ώστε να αποκτηθεί, να διατηρηθεί ή να επαυξηθεί η πελατεία μίας επιχείρησης, ή ενός Οργανισμού ή ορισμένων προϊόντων ή υπηρεσιών τους.

Όπως είναι γνωστό, για τη σωστή λειτουργία του Μάρκετινγκ χρειάζεται μία συνεχής και αμφίδρομη επικοινωνία μεταξύ πελάτη και επιχείρησης. Η επιχείρηση είναι δέκτης αυτής της επικοινωνίας μέσω της έρευνας της αγοράς, με την οποία γνωρίζει τις συνήθειες, τις απόψεις, τις επιθυμίες και τη συμπεριφορά των πελατών των αγορών-στόχων της. Είναι όμως και πομπός, όταν με τη διαφήμιση διοχετεύει προς τους πελάτες των αγορών-στόχων μηνύματα που τους γνωστοποιούν την ύπαρξη των προϊόντων ή υπηρεσιών που διαθέτει, τους απαριθμούν τα πλεονεκτήματα και τα επιχειρήματα αγοράς ή χρήσης τους και επιχειρούν να διεγείρουν την αγοραστική τους επιθυμία. Η διαφήμιση είναι η μη προσωπική επικοινωνία, ενώ η πώληση είναι η αμφίδρομη προσωπική επικοινωνία. Κατά τη διαδικασία της πώλησης, η επιχείρηση ενεργεί και σαν πομπός και σαν δέκτης μηνυμάτων προσπαθώντας να προωθήσει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που διαθέτει η επιχείρηση στην αγορά, αλλά και μεταφέροντας στην επιχείρηση το «σφυγμό» της αγοράς.

Οι στόχοι της διαφήμισης πρέπει να εντάσσονται στους γενικότερους στόχους της στρατηγικής του Μάρκετινγκ. Οι διαφημιστικοί στόχοι είναι:

→ Ο μεγαλύτερος βαθμός γνωριμίας του κοινού με την τράπεζα

- και με την γκάμα των υπηρεσιών που προσφέρει.
- Η αύξηση του μεριδίου αγοράς σε επιλεγμένες αγορές-στόχους.
 - Η διατήρηση και σταθεροποίηση των πωλήσεων ορισμένων υπηρεσιών.
 - Η δημιουργία του επιθυμητού κύρους για την τράπεζα
 - Η μετάδοση ορισμένων πληροφοριών για νέες υπηρεσίες.
 - Η αλλαγή των απόψεων ή των προκαταλήψεων που υπάρχουν στο κοινό σχετικά με ορισμένες υπηρεσίες.

2.2.2 Είδη της διαφήμισης

Τη διαφήμιση μπορούμε γενικά να τη χωρίσουμε σε:

- i. Άμεση διαφήμιση
- ii. Διαφήμιση απ' τα μέσα μαζικής επικοινωνίας και
- iii. Διαφήμιση στα σημεία προσφοράς των υπηρεσιών

i. Άμεση διαφήμιση

Αυτή περιλαμβάνει:

- α) Την αποστολή ειδικών εντύπων σε μία συγκεκριμένη περιοχή που διαφημίζουν ένα νέο κατάστημα, ή μία συγκεκριμένη υπηρεσία που προσφέρει η τράπεζα (καταθέσεις με τα επιτόκιά τους, θυρίδες κλπ.)
- β) Την αποστολή επώνυμης (τυποποιημένης απ' τη Διεύθυνση Μάρκετινγκ) επιστολής απ' τους Διευθυντές των καταστημάτων σε επιλεγμένους πελάτες ορισμένων κατηγοριών (π.χ. στους γιατρούς, τους δικηγόρους, τους μηχανικούς κλπ.) μίας περιοχής
- γ) Τα διαφημιστικά δώρα στους μεγάλους και καλούς πελάτες

δ) Την αναγραφή διαφημιστικών μηνυμάτων στα αντίγραφα των λογαριασμών που αποστέλλονται στους πελάτες

ii. Διαφήμιση από τα μέσα μαζικής επικοινωνίας

Τα είδη της διαφήμισης από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης είναι γενικά τα εξής:

- Η πρωτοποριακή διαφήμιση: Τα μηνύματα αυτής της διαφήμισης έχουν σαν στόχο τη δημιουργία αρχικής ζήτησης για το είδος.
- Η διαφήμιση εισαγωγής (λανσαρίσματος) ενός προϊόντος στην αγορά: Το είδος αυτό της διαφήμισης έχει περιορισμένα χρονικά πλαίσια και χρησιμοποιεί στοιχεία εντονότατου εντυπωσιασμού για να προκαλέσει την προσοχή και να παρακινήσει το ενδιαφέρον.
- Η συνεργατική διαφήμιση: Η διαφήμιση αυτή έχει σαν στόχο να μειώσει τη διαφημιστική δαπάνη με τη συμμετοχή περισσότερων διαφημιζόμενων στη διαφημιστική εκστρατεία (διαφήμιση απορρυπαντικού και πλυντηρίου, διαφήμιση της Ένωσης Γαλακτοπαραγωγών, διαφήμιση της Ένωσης οινοπαραγωγών κλπ.).
- Η ανταγωνιστική διαφήμιση: Στο είδος αυτό της διαφήμισης τονίζονται τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του προϊόντος, οι διαφορές του από τα ανταγωνιστικά προϊόντα και τα υποκατάστατα και τα πλεονεκτήματα που παρέχει η κατανάλωση ή χρήση του. Στόχος αυτής της διαφήμισης είναι η δημιουργία προτιμήσεων στον καταναλωτή και εκλεκτικής ζήτησης. Χρησιμοποιείται συνήθως όταν το προϊόν μπαίνει στη φάση της ανάπτυξης.
- Διαφήμιση υπενθύμισης: Είναι ο τύπος της διαφήμισης που χρησιμοποιείται συχνότερα και αποσκοπεί να σταθεροποιήσει

την αρχική εντύπωση για το προϊόν ή την υπηρεσία και να κρατήσει πιστούς όσο το δυνατόν περισσότερους πελάτες, που παρακινήθηκαν σε αγορά από τη διαφήμιση λανσαρίσματος. Τελικός στόχος είναι η διατήρηση των κατακτημένων μεριδίων αγοράς.

- Διαφήμιση ενίσχυσης: Ενισχύονται οι διαφημιστικές προσπάθειες όταν μετά από μία περίοδο σταθεροποίησης των πωλήσεων αρχίζουν να εμφανίζονται σημεία κάμψης. Με το είδος αυτό της διαφήμισης αποσκοπείται η τόνωση των πωλήσεων.
- Διαφήμιση κύρους: Αυτή δεν απευθύνεται μόνο στους πελάτες, αλλά στο ευρύτερο κοινό με στόχο την προώθηση των πωλήσεων όχι άμεσα αλλά έμμεσα μέσω της ανύψωσης του κύρους της εταιρίας. Με τη διαφήμιση αυτή δεν προβάλλονται συγκεκριμένα προϊόντα, αλλά τα έργα μίας επιχείρησης (π.χ. για την προστασία του περιβάλλοντος, για την προστασία του καταναλωτή, για την προστασία των εργαζομένων στο χώρο εργασίας, για τις επιπλέον κοινωνικές παροχές στο προσωπικό της κλπ.), οι θέσεις της πάνω σε διάφορα θέματα που την αφορούν (για νέα οικονομικά μέτρα π.χ. που αφορούν τον κλάδο), καθώς και τα επιτεύγματά της στους τομείς των πωλήσεων, των κερδών, της παραγωγής, των εξαγωγών κλπ.

iii. Διαφήμιση στα σημεία προσφοράς των υπηρεσιών

Αυτή περιλαμβάνει:

- Ειδικά αυτοκόλλητα
- Αφίσες για τις βιτρίνες, τις εισόδους και τους εσωτερικούς χώρους του καταστήματος
- Displays

→ Ειδικά έντυπα-προσπέκτους που διαφημίζουν συγκεκριμένες υπηρεσίες

Μία τράπεζα μπορεί να διαφημίζει το όνομά της, το οποίο να θέλει να συνδέσει με συναισθήματα εμπιστοσύνης, φιλικότητας ή τις μεμονωμένες υπηρεσίες που προσφέρει π.χ. τα τραπεζικά ομόλογα, ή τις μορφές καταθέσεων, η τα βιοτεχνικά δάνεια ή τα ATM's. Τα μέσα μαζικής επικοινωνίας που επιλέγουν οι τράπεζες στην Ελλάδα για τη διαφήμισή τους είναι κυρίως:

→ Η τηλεόραση

→ Οι εφημερίδες (διεθνείς, πανελλήνιες, ή τοπικές)

→ Τα περιοδικά (διεθνή, πανελλήνια ή τοπικά)

ΑΚΡΟΑΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ: Ο αριθμός των ατόμων που είδαν ή άκουσαν ένα πρόγραμμα.

ΑΝΑΓΝΩΣΤΙΚΟΤΗΤΑ: Ο αριθμός των ατόμων που έχουν διαβάσει ή ξεφυλλίσει ένα έντυπο μέσο.

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ: Η αποτελεσματικότητα ενός διαφημιστικού μέσου που μετριέται βάσει μίας σύγκρισης του αριθμού του καλυπτόμενου κοινού με το κόστος. Εκφράζεται σε κόστος ανά χιλιάδα ατόμων.

ΔΙΠΛΟΚΑΛΥΨΗ: Ο αριθμός ή το ποσοστό των ανθρώπων στο κοινό ενός διαφημιστικού μέσου που καλύπτονται και από ένα άλλο διαφημιστικό μέσο.

ΚΑΛΥΨΗ: Ο αριθμός των διαφορετικών ατόμων που καλύπτονται από ένα διαφημιστικό μέσο ή πρόγραμμα τουλάχιστον μία φορά. Εκφράζεται σαν ποσοστό μίας βάσης που είναι το κοινό-στόχος.

ΚΟΣΤΟΣ ΑΝΑ ΧΙΛΙΑΔΑ: Είναι το διαφημιστικό κόστος για να καλυφθούν χίλιες μονάδες του κοινού. Χρησιμοποιείται για τη σύγκριση ή αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας ενός διαφημιστικού μέσου.

Ορίζεται σαν το πηλίκο της διαίρεσης του κόστους της διαφήμισης στο συγκεκριμένο μέσο με τον αριθμό των αναγνωστών ή θεατών εκφρασμένο σε χιλιάδες.

ΜΕΣΗ ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ: Ο αριθμός των φορών που κατά μέσο όρο ένα άτομο του κοινού-στόχου καλύπτεται από τα διαφημιστικά μέσα που χρησιμοποιούνται σε μία καμπάνια.

ΜΙΚΤΟΙ ΒΑΘΜΟΙ ΚΑΛΥΨΗΣ: Το άθροισμα των καλύψεων όλων των διαφημιστικών μέσων που παίρνουν μέρος σ' ένα διαφημιστικό πρόγραμμα. Δίνει μία μέτρηση του συνολικού κοινού που καλύπτεται με ένα τηλεοπτικό ή ραδιοφωνικό πρόγραμμα ή ένα πρόγραμμα τύπου χωρίς να παίρνεται υπόψη η διπλοκάλυψη.

Επίσης μετριέται από έρευνες της αγοράς ο βαθμός φόρτισης κάθε προγράμματος ο οποίος επιδρά αρνητικά στην αποτελεσματικότητα κάθε διαφημιστικού μηνύματος. Τα ποιοτικά κριτήρια έχουν σχέση με την ποιότητα των μεταδιδόμενων μηνυμάτων.

Σχετικά με τις δυνατότητες κάθε διαφημιστικού μέσου έχουμε να παρατηρήσουμε συνοπτικά τα εξής:

- **ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ:** (Παρά τις συνεχείς αυξήσεις τιμών) είναι το αποτελεσματικότερο διαφημιστικό μέσο. Από πλευράς ποιοτικών κριτηρίων υπερτερεί καθαρά των άλλων μέσων. Υπάρχει σ' αυτό εικόνα, ήχος και κίνηση ενώ ανέρχεται συνεχώς το ποσοστό των εγχρώμων δεκτών (40% για το 1985).
- **ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ:** Τα αριθμητικά τους δεδομένα είναι μέτριας επίδοσης λόγω της συνεχούς αύξησης των τιμών. Από πλευράς ποιοτικών κριτηρίων υστερούν φανερά σε σχέση με άλλα μέσα μη διαθέτοντας σωστό χρώμα, κίνηση, ήχο, κλπ. Παρέχουν όμως τη δυνατότητα λεπτομερειακής ενημέρωσης μέσω του κειμένου της καταχώρισης. Παρουσιάζουν υψηλές επιδόσεις στη δυνατότητα προσέγγισης ανδρικού κοινού στην ανώτερη και

μέση κοινωνικοοικονομική τάξη.

- ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ: Από πλευράς αριθμητικών κριτηρίων δεν παρουσιάζουν ικανοποιητική απόδοση. Από πλευράς ποιοτικών κριτηρίων διαθέτουν τα θετικά στοιχεία των εφημερίδων και επιπλέον χρώμα και μεγαλύτερη διάρκεια ανάγνωσης. Βέβαια υστερούν σε σχέση με άλλα μέσα, μη διαθέτοντας ήχο και κίνηση.
- ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ: Παρουσιάζει πολύ ικανοποιητική επίδοση σε αριθμητικά δεδομένα. Από πλευράς ποιοτικών κριτηρίων υστερεί σημαντικά σε σχέση με τα άλλα μέσα λόγω απουσίας εικόνας, χρώματος, κίνησης κ.ά. Έχει όμως μεγάλες δυνατότητες γεωγραφικής επιλογής και προσέγγισης στους νέους και στους οδηγούς αυτοκινήτων.

2.2.3 Η προώθηση των πωλήσεων

Ενώ η διαφήμιση αποσκοπεί να τραβήξει τον πελάτη στην τράπεζα (pull effect), η προώθηση των πωλήσεων αποσκοπεί να του δώσει την τελευταία ώθηση για την αγορά (push effect). Σε αντιδιαστολή μ' αυτά τα δυο συστατικά στοιχεία του μίγματος επικοινωνίας, οι δημόσιες σχέσεις, αποσκοπούν στην ανύψωση του κύρους ολόκληρης της τράπεζας (image effect).

Σαν προώθηση των πωλήσεων εννοούμε τα κίνητρα που δίνονται τόσο στους πωλητές, για ν' αυξήσουν τις πωλήσεις, όσο και στο κοινό μιας αγοράς-στόχου για να υποκινηθούν προς αγορά ενός προϊόντος ή μίας υπηρεσίας.

Σαν μέσα για την προώθηση των πωλήσεων τραπεζικών υπηρεσιών μπορούν να χρησιμοποιηθούν τα παρακάτω:

- i. Το προσωπικό
 - α. Η εκπαίδευση του προσωπικού

Εδώ αναφερόμαστε μόνο στην εκπαίδευση στο Μάρκετινγκ και στις πωλήσεις και όχι στην εκπαίδευση στις τραπεζικές εργασίες και σε γενικότερα θέματα από τις οικονομικές και διοικητικές επιστήμες, που αποτελεί – όπως έχει προαναφερθεί – μέσο βελτίωσης της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών. Η εκπαίδευση στο Μάρκετινγκ και στις πωλήσεις αντίθετα αποτελεί εργαλείο προώθησης, μια και μ' αυτήν μπορεί να ξεπεραστεί η δημοσιοϋπαλληλική νοοτροπία των υπαλλήλων και να αναπτυχθεί ένα δυναμικό πνεύμα πωλητή-συμβούλου και συνεργάτη του πελάτη.

β. Τα κατάλληλα κίνητρα στο προσωπικό

Αυτά χωρίζονται σε ατομικά και ομαδικά (για ολόκληρα καταστήματα). Κίνητρο επί παραδείγματι θα μπορούσε να δοθεί στο καλύτερο κατάστημα από κάθε περιφερειακή διεύθυνση για το ποσοστό αύξησης των καταθέσεων, της αποδοτικότητας κλπ. Μ' αυτό τον τρόπο αναπτύσσεται η άμιλλα προς όφελος των πωλήσεων και κινητοποιούνται όλοι οι εργαζόμενοι σ' ένα κατάστημα για προσέλκυση νέων πελατών. Μία πολιτική κινήτρων θα περιελάμβανε ένα συνδυασμό από τα παρακάτω:

- Ηθικά έπαθλα που απονέμονται σε ειδικές τελετές από τη Διοίκηση της Τράπεζας
- Χρηματικά πριμ
- Προσωπικά δώρα που έχουν κάποια αναμνηστική αξία
- Ατομικά ή ομαδικά ταξίδια

ii. Η συμμετοχή σε διάφορες διεθνείς εμπορικές εκθέσεις

iii. Οι διαγωνισμοί, τα δώρα και τα βραβεία σε πελάτες. Οι διαγωνισμοί π.χ. για τη σωστή συμπλήρωση κάποιου ερωτηματολογίου με ερωτήσεις γύρω από το διαφημιστικό σλόγκαν. Δώρα και βραβεία για π.χ. διπλασιασμό των καταθέσεών τους για

συνδυασμό περισσότερων υπηρεσιών κλπ.

- iv. Παροχή διαφόρων εξυπηρετήσεων στους πελάτες που αρχίζουν από τη δυνατότητα parking και καφέ και φτάνουν μέχρι τη γρήγορη και αποτελεσματική διευθέτηση των παραπόνων τους, τις αυτόματες ταμειακές μηχανές, τις ατομικές θυρίδες για τη φύλαξη των τιμαλφών και τη δωρεάν παροχή συμβουλών από τραπεζικούς συμβούλους. Οι πωλήσεις μέσω του τραπεζικού συμβούλου μπορούν να προωθηθούν:
 - α. Με την πρόταση λύσεων στα οικονομικά προβλήματα του πελάτη μέσω των υπάρχουσών δυνατοτήτων προσφοράς τραπεζικών υπηρεσιών. Αφού διαπιστώνεται από το σύμβουλο το πρόβλημα του πελάτη, προτείνεται ο καλύτερος δυνατός συνδυασμός υπηρεσιών που μπορεί να προσφέρει η τράπεζα. Ο συνδυασμός αυτός μπορεί να περιλαμβάνει μόνο τραπεζικές υπηρεσίες που προσφέρονται από την τράπεζα ή υπηρεσίες που προσφέρονται τόσο απ' αυτήν όσο και από άλλη τράπεζα ή από άλλο πιστωτικό ή διακρατικό φορέα (άλλες τράπεζες του εσωτερικού ή εξωτερικού, τραπεζικά ομόλογα, ταχυδρομικό ταμιευτήριο, ΥΠΕΘΟ, Υπουργείο Γεωργίας, ΕΟΚ).
 - β. Με τη δημιουργία προτιμήσεων στον πελάτη στις περιπτώσεις που οι συμβουλές δεν αφορούν τραπεζικές υπηρεσίες. Σε μία αγορά ομοειδών προϊόντων ή υπηρεσιών όπως είναι η Τραπεζική, εκείνες οι τράπεζες που διαφοροποιούνται προσφέροντας καλύτερη εξυπηρέτηση ή πλουσιότερη γκάμα δευτερευουσών υπηρεσιών, μία απ' τις οποίες είναι και ο θεσμός του συμβούλου πελατείας, αποκτούν το προβάδισμα στις εξελίξεις και καταφέρνουν να αυξήσουν το μερίδιο της αγοράς τους.

Το καθήκον του τραπεζικού συμβούλου είναι να προωθή τις πωλήσεις μέσα από τις προσφερόμενες λύσεις των οικονομικών και διαχειριστικών προβλημάτων του πελάτη. Ο σύμβουλος πελατείας παίζει ουσιαστικά ρόλο πωλητή και ακολουθεί τις γενικές αρχές των πωλήσεων που αναπτύχθηκαν στο αντίστοιχο κεφάλαιο.

Οι τραπεζικοί σύμβουλοι μπορούν να λειτουργούν είτε ατομικά σε ορισμένα μεγάλα τραπεζικά καταστήματα, είτε σαν ανεξάρτητα τμήματα ή Υπηρεσίες. Βέβαια στις περισσότερες περιπτώσεις το ρόλο του τραπεζικού συμβούλου τον αναλαμβάνει ο Διευθυντής του καταστήματος.

Οι αγορές-στόχοι για τον τραπεζικό σύμβουλο είναι:

A. Μεγάλοι πελάτες-ιδιώτες

Σ' αυτούς περιλαμβάνονται άτομα με υψηλά εισοδήματα (γιατροί, δικηγόροι, λοιποί ελεύθεροι επαγγελματίες, ανώτατοι κρατικοί λειτουργοί, διευθυντικά στελέχη ιδιωτικών επιχειρήσεων κλπ.) και μεγάλη περιουσία. Το είδος των πληροφοριών και συμβουλών που χρειάζεται αυτό το τμήμα της αγοράς, είναι σχετικό με:

- Τις μορφές και τις αποδόσεις των καταθέσεων, όχι μόνο της τράπεζας αλλά όλων των άλλων τραπεζικών πιστωτικών ιδρυμάτων που λειτουργούν στη Χώρα (τρεχούμενοι λογαριασμοί, λογαριασμοί ταμιευτηρίου, ταμιευτήριο νεότητας, λογαριασμοί ταμιευτηρίου με τρίμηνη προειδοποίηση, προθεσμιακές καταθέσεις, καταθέσεις με όρους, καταθέσεις σε κοινό λογαριασμό, καταθέσεις στην Κτηματική που δίνουν το δικαίωμα μετά από ένα ορισμένο χρονικό διάστημα χορήγησης ισόποσου στεγαστικού δανείου, καταθέσεις στο ταχυδρομικό ταμιευτήριο, στην Αγροτική κλπ.).
- Τις δυνατότητες αυτόματης εξόφλησης λογαριασμών ΟΤΕ, ΔΕΗ κλπ.

λάγματος

- Τις δυνατότητες και τους όρους προαγοράς συναλλάγματος
- Συμβουλή για την κατάλληλη στιγμή αγοράς και πώλησης συναλλάγματος
- Την καλύτερη δυνατή διαχείριση του χαρτοφυλακίου της εταιρίας και των διαθεσίμων της
- Πληροφορίες σχετικά με το νομοθετικό πλαίσιο που αφορά επενδύσεις, εισαγωγές-εξαγωγές, φόρους καθώς και τις σχετικές αποφάσεις της Επιτροπής Νομισματικών και Πιστωτικών θεμάτων
- Πληροφορίες για πελάτες ανταποκριτών μας στο εξωτερικό
- Πληροφορίες γύρω από τις υπάρχουσες κλαδικές μελέτες
- Συμβουλές για τη σκοπιμότητα και τους όρους της απόκτησης του ελέγχου άλλων εταιριών ή της συγχώνευσης μ' αυτές

Οι τραπεζικοί σύμβουλοι δεν περιμένουν την πελατεία μόνο στο γραφείο τους, αλλά την αναζητούν, επιδιώκουν επαφή και προσφέρουν τις υπηρεσίες τους και στην έδρα του πελάτη (στην κατοικία του ή στην έδρα της επιχείρησής του).

2.2.4 Οι δημόσιες σχέσεις

Σαν δημόσιες σχέσεις της τράπεζας εννοούμε το σύνολο των προγραμματισμένων, διαρκών και συστηματικών ενεργειών της για την καθιέρωση και διατήρηση της εκτίμησης, της θετικής προδιάθεσης και τελικά της εμπιστοσύνης του κοινού προς την τράπεζα. Οι δημόσιες σχέσεις αποσκοπούν στην ευρύτερη δυνατή γνωριμία της τράπεζας και των υπηρεσιών που προσφέρει με το κοινό, στην αναγνώριση του κοινωνικού της ρόλου και στη βελτίωση της εικόνας της στην αγορά (image) με τελικό στόχο βέβαια τη βελτίωση

του μεριδίου αγοράς της.

Οι δημόσιες σχέσεις χωρίζονται σε δύο βασικούς τομείς:

α. Ενδοτραπεζικές δημόσιες σχέσεις

- i. Δημόσιες σχέσεις με τους μετόχους της Τράπεζας. Σ' αυτές περιλαμβάνονται οι προσκλήσεις και η φροντίδα για τη διοργάνωση των γενικών συνελεύσεων των μετόχων, η διανομή σ' αυτούς μηνιαίων λογιστικών καταστάσεων, καθώς και της εφημερίδας και των εντύπων της τράπεζας και τέλος η έκδοση του ετήσιου απολογισμού της τράπεζας με την έκθεση του Προέδρου του Δ.Σ. προς τη Γ.Σ. των μετόχων.
- ii. Δημόσιες σχέσεις με τους εργαζόμενους. Πρόκειται για τις λεγόμενες ανθρώπινες σχέσεις. Αυτές έχουν σαν στόχο:
 - Να ξεπεράσει κάθε εργαζόμενος τις αρνητικές τοποθετήσεις και προκαταλήψεις για την τράπεζα.
 - Να αποκτήσει κάθε εργαζόμενος θετική στάση απέναντι στο επάγγελμά του, στην εργασία του, στους συναδέλφους του, στους προϊσταμένους του, στην κοινωνία και στην τράπεζα.
 - Να προωθήσει το ενδιαφέρον για αμφοτερόπλευρη πληροφόρηση, για εποικοδομητική κριτική και για συμμετοχή στους γενικότερους προβληματισμούς γύρω από την εργασία.
 - Να αυξήσει το αίσθημα ευθύνης και τη διάθεση για εργασία και απόδοση.

Η βελτίωση του εργασιακού κλίματος και των ανθρωπίνων σχέσεων στην τράπεζα δεν αυξάνει όμως μόνο την παραγωγικότητα κάθε εργαζόμενου, αλλά οι εργαζόμενοι αντανακλώντας στο περιβάλλον τους την ευχαρίστηση από τη δουλειά τους, όπου αισθάνονται ότι αναγνωρίζονται οι ικανότητές τους και μπορούν να αναπτύξουν

τις πρωτοβουλίες και τη δημιουργικότητά τους, γίνονται φορείς θετικών πληροφοριών στον κοινωνικό περίγυρό τους αποτελώντας κατ' αυτό τον τρόπο τη ζωντανή διαφήμιση της τράπεζας.

Τα μέσα που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την προώθηση των ενδοτραπεζικών δημόσιων σχέσεων είναι ενδεικτικά:

- Οι τακτικές συνελεύσεις κατά τμήμα, υπηρεσία και κατάσταση για ελεύθερη ανταλλαγή απόψεων με τους προϊσταμένους.
- Οι τακτικές συνελεύσεις των προϊσταμένων με τους Διευθυντές τους για μεταβίβαση πληροφοριών και προτάσεις για την καλύτερη οργάνωση της εργασίας.
- Εφημερίδα του προσωπικού της τράπεζας με περιεχόμενο: νέες αποφάσεις της Διοίκησης που αφορούν το προσωπικό, ίδρυση νέων καταστημάτων, οργανωτικές μεταβολές, σχεδιαζόμενες εφαρμογές νέων μεθόδων και τεχνικών, γενικά οικονομικά θέματα, θέματα ψυχαγωγικά, σελίδες με ελεύθερα θέματα που θα γράφονται από τους συναδέλφους κλπ.
- Ενημερωτικό φυλλάδιο νεοπροσλαμβανόμενων συναδέλφων με τα γενικά καθήκοντα και υποχρεώσεις τους που απορρέουν από το καταστατικό της τράπεζας, τη συλλογική σύμβαση εργασίας, τον εσωτερικό κανονισμό καθώς και ενημερωτικά θέματα για την γενικότερη οργανωτική δομή της τράπεζας κλπ.
- Οργάνωση συστήματος υποβολής προτάσεων από τους συνεργάτες συνδυασμένο με ανάλογα κίνητρα για τις καλύτερες προτάσεις. Η υποκίνηση των εργαζομένων για να σκέφτονται ευρύτερα γύρω από τη δουλειά τους και να ενδιαφέρονται για οργανωτικά θέματα μπορεί να βοηθήσει στη βελτίωση του εργασιακού κλίματος και στην ανάδειξη των κρυμμένων δημιουργικών ικανοτήτων τους.
- Οργάνωση κοινών διασκεδάσεων, (εκδρομών, συνεστιάσεων

κλπ. εκδηλώσεων) κατά τμήμα/υπηρεσία όπου θα παρευρίσκονται απαραίτητα και οι προϊστάμενοι και Διευθυντές.

→ Οργάνωση διαλέξεων από επιφανείς προσωπικότητες για θέματα γενικότερου ενδιαφέροντος.

→ Δανειστική βιβλιοθήκη κλπ.

β. Οι εξωτραπεζικές σχέσεις

i. Οι δημόσιες σχέσεις προς τους πελάτες περιλαμβάνουν αποστολή εντύπων ή γραπτών υπενθυμίσεων για νέες υπηρεσίες, ή νέα επιτόκια κλπ., αποστολή της εφημερίδας της τράπεζας για τους πελάτες, προσκλήσεις σε διαλέξεις που οργανώνει η τράπεζα, αποστολή ευχών ή συλλυπητηρίων κλπ.

ii. Οι δημόσιες σχέσεις προς εκείνους που διαμορφώνουν την κοινή γνώμη (Opinion Leaders) περιλαμβάνουν συνεντεύξεις τύπου της Διοίκησης, πληροφορίες για την πορεία των εργασιών (που περνούν στον τύπο σαν δημοσιογραφικά άρθρα), προσκλήσεις σε σεμινάρια, διαλέξεις κλπ.

Ορισμένα παραδείγματα ευκαιριών για συνεντεύξεις τύπου είναι ενδεικτικά τα ακόλουθα: πληροφόρηση για την πορεία των εργασιών της τράπεζας στο εξάμηνο (στο εξωτερικό κυρίως) ή στο χρόνο, την εξέλιξη των βασικών οικονομικών μεγεθών της τελευταίας δεκαετίας, πενταετίας κλπ., ίδρυση νέων καταστημάτων, νέες υπηρεσίες, προσκλήσεις σε γιορτές για τα 50 ή τα 100 ή τα 150 χρόνια της τράπεζας κλπ.

Μερικές από τις γενικότερου ενδιαφέροντος εκδηλώσεις δημοσίων σχέσεων, όπου μπορούν να συμμετάσχουν ορισμένες ή ανάμικτα όλες οι κατηγορίες ανθρώπων στις οποίες απευθύνονται (εργαζόμενοι, μέτοχοι, πελάτες, ευρύ κοινό, άνθρωποι γραμμάτων και τεχνών, γνωμηγήτορες, δημοσιογράφοι κλπ.) είναι ενδεικτικά οι εξής:

- Διαλέξεις σχετικά με επίκαιρα θέματα (το ενεργειακό, η προστασία του περιβάλλοντος, η αυτοδύναμη οικονομική ανάπτυξη κλπ.).
- Εκθέσεις (οργανωμένες από την τράπεζα) έργων μεγάλων ζωγράφων, γλυπτών κλπ.
- Συναυλίες και διεθνή συνέδρια.
- Διαλέξεις για θέματα που αφορούν την τράπεζα και την ιστορία της (π.χ. Η ιστορία της τράπεζας, η ιστορία του κτιρίου του κεντρικού της καταστήματος, οι πίνακες ζωγραφικής της αίθουσας του Δ.Σ. κλπ.).
- Εκδηλώσεις με παρουσίαση ποιημάτων, μουσική και τραγούδι.
- Επανεκδόσεις παλιών οικονομικών έργων.
- Βραβεία στα καλύτερα τραπεζικά κείμενα της χρονιάς και έκδοσή τους σε αυτοτελή τόμο.
- Άλμπουμ με εικόνες ή ημερολόγια με πολιτιστικά θέματα.

Τελειώνοντας το κεφάλαιο για τις δημόσιες σχέσεις πρέπει να τονίσουμε ότι οι δημόσιες σχέσεις μπορούν να αποτελέσουν ένα δημιουργικό εργαλείο του Μάρκετινγκ μόνο αν κατορθώσουν να συμβάλλουν στην αλλαγή της πραγματικότητας και όχι μόνο στον εξωραϊσμό της εικόνας. Πρέπει δηλαδή να βελτιώσουν την πολιτική της τράπεζας και όχι μόνο τη γνώμη του κοινού για την τράπεζα.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Η εργασία μου αυτή, αποτέλεσε αφορμή ώστε να έρθω σε επαφή σχεδόν με το σύνολο των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων που δρουν στη χώρα μας. Συνομίλησα με διευθυντές καταστημάτων, διευθυντές Περιφερειακών Διευθύνσεων, στελέχη και κυρίως με απλούς τραπεζοϋπαλλήλους.

Τα συμπεράσματα γενικότερα απ' την εργασία είναι σημαντικά τόσο, όσον αφορά το τραπεζικό χώρο, όσο κυριότερα το «τί μέλλει γενέσθαι», το αύριο που ξημερώνει και πώς μπορεί να είναι άραγε αυτό.

Στην εποχή μας έχει γίνει πια κοινά αποδεκτό ότι οι προσφερόμενες τραπεζικές υπηρεσίες μπορούν να βελτιωθούν:

- Με την οργανωτική αναδιάρθρωση της τράπεζας με στόχο την προσαρμογή της στις απαιτήσεις της αγοράς.
- Με τον τεχνολογικό της εκσυγχρονισμό, ώστε να εξοικονομηθεί κόστος από τη μια μεριά, και να αυξηθεί το όφελος για τον πελάτη από την άλλη που θα προέρχεται από μία σωστότερη, ταχύτερη και πιο άνετη εξυπηρέτηση και μια προσφορά υπηρεσιών προσαρμοσμένη περισσότερο στις ανάγκες του.
- Με μία φιλοσοφία διοίκησης, έναν τρόπο λειτουργίας κάθε Διεύθυνσης και μία μέθοδο θεώρησης της εργασίας από κάθε υπάλληλο που θα ξεκινάει από τις αρχές του Marketing.
- Με μία αλλαγή του τρόπου διοίκησης σε όλα τα επίπεδα της ιεραρχίας, που θα βασίζεται στις σύγχρονες απαιτήσεις της εποχής μας για συμμετοχικό Μάνατζμεντ. Αυτό σημαίνει την αναγνώριση από τις Διοικήσεις των τραπεζών του γεγονότος ότι σήμερα ο εργαζόμενος θέλει να συμμετέχει στις αποφάσεις που αφορούν το σχεδιασμό, τον προγραμματισμό, την οργάνωση και τον έλεγχο της δουλειάς του. Μόνο αν ο εργαζόμενος βρει διέξοδο της δημιουργικότητάς του, μέσα στη δουλειά του, συμμετέχοντας στις αποφάσεις που τον αφορούν καθώς και στο σχεδιασμό και

την υλοποίηση των εκσυγχρονισμών που επιβάλλει ένα διαρκώς εξελισσόμενο περιβάλλον δεν θα αντιδράσει παθητικά στις απαραίτητες οργανωτικές και τεχνικές αλλαγές.

→ Με τη συνεχή εκπαίδευση του προσωπικού σ' όλα τα κλιμάκια της ιεραρχίας. Η εκπαίδευση για τις τράπεζες είναι αποτελεσματικότερη επένδυση. Μία επένδυση στον παράγοντα «άνθρωπος». Μόνο με την εκπαίδευση μπορούν να εξασφαλίσουν:

- α. Η βελτίωση μίας δεδομένης σύνθεσης προσωπικού και η προσαρμογή της ποιότητάς του στις σύγχρονες απαιτήσεις. Αυτό σημαίνει βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών που προέρχεται από την άνοδο των τεχνικών και επαγγελματικών γνώσεων των υπαλλήλων. Με την εκπαίδευση στις τραπεζικές εργασίες, τη συνεχή ενημέρωση πάνω στις εξελίξεις και τις νέες απαιτήσεις της εργασίας και την επαγγελματική επιμόρφωση σε θέματα υποδομής αυξάνεται η παρεχόμενη στους πελάτες εξυπηρέτηση.
- β. Η προώθηση των πωλήσεων. Με την εκπαίδευση στις πωλήσεις τραπεζικών υπηρεσιών και στο Τραπεζικό Marketing, επιδιώκεται να αποβληθεί η γραφειοκρατική, αδιάφορη και ευθυνόφοβη αντιμετώπιση της εργασίας του τραπεζοϋπαλλήλου και η απόκτηση απ' αυτόν νοοτροπίας πωλητή-συμβούλου και συνεργάτη του πελάτη.
- γ. Η αύξηση του βαθμού ετοιμότητας αποδοχής από το προσωπικό των νέων τάσεων, των εξελίξεων και των αλλαγών που επιβάλλονται από τον προσανατολισμό των στόχων του Marketing.

Η βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης και η άνοδος του μορφωτικού επιπέδου έχουν μεταβάλλει τα τελευταία χρόνια σημαντικά τις επιθυμίες και τις ανάγκες των πελατών των τραπεζών, αλλά ταυτόχρονα και τις προσδοκίες τους σχετικά με το είδος και την ποιότητα της εξυπηρέτησης που περιμένουν από την τράπεζα. Οι πελάτες, σίγουρα έχουν γίνει σήμερα πιο απαιτητικοί.

Αυτό ισχύει τόσο για τους πελάτες-επιχειρήσεις, όσο και για τους πελάτες-

ιδιώτες. Από την άλλη μεριά, η πρόοδος της τεχνολογίας, το υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο των υπαλλήλων και η όξυνση του ανταγωνισμού στον τραπεζικό τομέα, είχαν σαν αποτέλεσμα το είδος, η ποιότητα και ο τρόπος προσφοράς των τραπεζικών υπηρεσιών να αλλάξουν τα τελευταία χρόνια με ραγδαίο ρυθμό.

Υπάρχουν σήμερα αναμφίβολα πιο άνετα καταστήματα, με περισσότερα μηχανικά μέσα και πολύ πιο ευχάριστο και πολιτισμένο περιβάλλον απ' ό,τι πριν από 20-30 χρόνια. Η τράπεζα όμως, δεν είναι βέβαια για τον πελάτη μόνο τα όμορφα παραδοσιακά ή μοντέρνα κτίρια, τα σύγχρονα μηχανήματα ή τα διαφημιστικά μηνύματα που προσπαθούν να τον πείσουν για τα πλεονεκτήματα που του προσφέρει η τράπεζα, αλλά κυρίως η εξυπηρέτηση και η επικοινωνία που θα του προσφερθεί στην πραγματικότητα από τους υπαλλήλους της στα γκισέ.

Η τράπεζα για τον πελάτη είναι ο χώρος στον οποίο πηγαίνει για να διεκπεραιώσει χωρίς καθυστέρηση τις οικονομικές του υποθέσεις, αλλά ταυτόχρονα είναι και ο χώρος στον οποίο περιμένει να βρει προσωπικό ενδιαφέρον και κατανόηση για τα οικονομικά του προβλήματα, συμβουλές για τη λύση τους, καλή συνεργασία και φιλική εξυπηρέτηση.

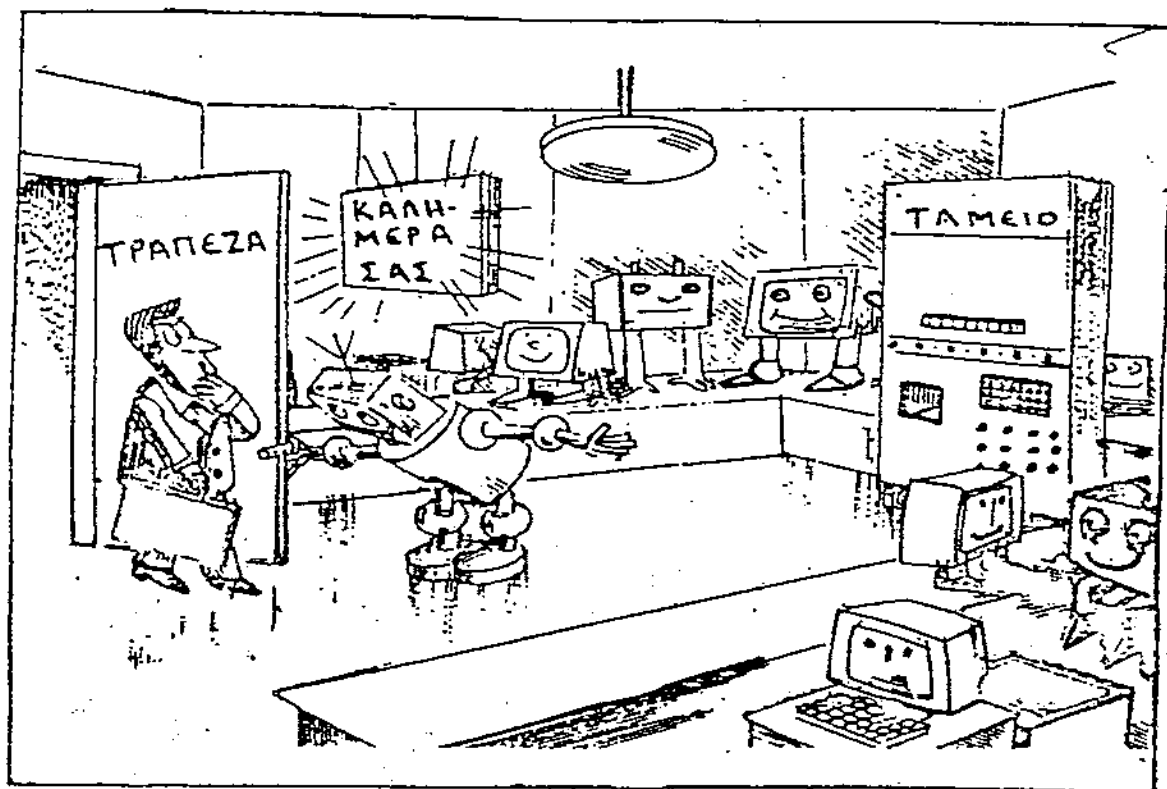
Σαν πελάτες όλοι μας διαμαρτυρόμαστε για την κακή εξυπηρέτηση που αντιμετωπίζουμε στις δημόσιες υπηρεσίες και οργανισμούς, στα καταστήματα ή στις τράπεζες. Όταν όμως βρεθούμε και εμείς σε κάποια θέση που έχει επαφή με το κοινό ξεχνάμε να δούμε την επικοινωνία με τον πελάτη μέσα από τα δικά του μάτια. Ο πελάτης διψάει για ανθρωπιά, ενδιαφέρον, σεβασμό και κατανόηση για τα προβλήματά του.

Η αλματώδης πρόοδος της τεχνολογίας που ζούμε στην εποχή μας είχε σαν αποτέλεσμα για την τράπεζα τόσο την εξοικονόμηση εργασίμων ωρών, όσο και την παροχή πληροφοριών στα διευθυντικά στελέχη και στη Διοίκηση, που διευκολύνουν τη γρήγορη λήψη σωστών αποφάσεων, ενώ για τον πελάτη σημαίνει ασύγκριτα μεγαλύτερη ταχύτητα και εξυπηρέτηση.

Η τεχνολογία γενικά έχει κάνει στην εποχή μας εφικτή την απελευθέρωση εργατικών χεριών από τις πιο κοπιαστικές χειρωνακτικές εργασίες. Στις τράπεζες δίνει τη δυνατότητα να απελευθερωθεί ο εργαζόμενος από τις χαμηλού επιπέδου, βαρετές, συνεχώς επαναλαμβανόμενες, κουραστικές μηχανικές εργασίες που δεν περιείχαν κανένα στοιχείο ενδιαφέροντος και δεν άφηναν κανένα περιθώριο πρωτοβουλίας και να στραφεί σε εργασίες πιο σύνθετες, ανώτερης ποιοτικά στάθμης που απαιτούν μεγαλύτερη διανοητική απασχόληση.

Μεταξύ αυτών είναι και οι εργασίες πώλησης τραπεζικών υπηρεσιών. Στο μέλλον πολύ λιγότεροι υπάλληλοι θα ασχολούνται μ' αυτήν, μια και έχει καταστεί αναγκαίο η προσφορά υψηλής ποιότητας υπηρεσιών που συνεπάγεται τη σοβαρότερη ενασχόληση κάθε υπαλλήλου με λιγότερους πελάτες.

Με την επέκταση της τραπεζικής αυτοεξυπηρέτησης, ο αριθμός των Πελατών που θα εμφανίζεται στα τραπεζικά καταστήματα για ταμειακές συναλλαγές θα μειωθεί. Οι πελάτες θα επισκέπτονται τις τράπεζες περισσότερο για οικονομικές συμβουλές και για τον καθορισμό των όρων της συνεργασίας. Επακόλουθα η εργασία που εξοικονομείται από τη πρόοδο της τεχνολογίας πρέπει να στραφεί σε εκείνο που αυτή δεν μπορεί να προσφέρει: τη φιλική συνεργασία μεταξύ των ανθρώπων που βελτιώνει την ποιότητα της καθημερινής ζωής τόσο του πελάτη, όσο και του υπαλλήλου.



Το τραπεζικό κατάστημα του μέλλοντος, όσο κι αν προοδεύσει η τεχνολογία, δεν θα φτάσει ποτέ σ' αυτό το σημείο, γιατί δεν μπορεί να αγνοηθεί η ανάγκη του πελάτη για ανθρώπινη επαφή, προσωπικό ενδιαφέρον και φιλική συνεργασία.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Α. Ελληνική

1. Χρήμα και διεθνές Τραπεζικό Σύστημα, Δρα. Κίμων Πέτρου Στεριώτη, εκδόσεις ΣΜΠΙΛΙΑΣ «ΤΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ», Αθήνα 1991
2. Οι οικονομικές καταστάσεις των Τραπεζών από άποψη: Νομική, Φορολογική, Λογιστική. Δείκτης φερεγγυότητας και καταστάσεις ρευστότητας των Τραπεζών, Εμμανουήλ Ι. Σακέλλη, εκδόσεις «ΒΡΥΚΟΥΣ» Ο.Ε., 1996
3. Μάρκετινγκ – Μάνατζμεντ, Η Ελληνική Προσέγγιση – Αρχές – Στρατηγικές – Εφαρμογές, Κώστας Τζωρτζάκης – Αλεξία Τζωρτζάκη, εκδόσεις ROSILI, 1995
4. Πωλήσεις μία ανθρώπινη δύναμη, Τσακίρης Γ., Αθήνα 1991
5. Βασικές αρχές Μάρκετινγκ – Ανάλυση και έρευνα αγοράς, εκδόσεις ΚΥΡΙΑΚΙΔΗ, Θεσσαλονίκη 1980
6. Η θεωρία της Επιχειρησιακής Επικοινωνίας – Εφαρμογές στην Ελληνική Πραγματικότητα, Γεράσιμος Λούτας, εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ»
7. Διοίκηση ανθρωπίνων πόρων, Κανελλόπουλος Χ., Διεθνείς εκδόσεις, Αθήνα 1986
8. Εισαγωγή στο τραπεζικό Μάρκετινγκ, Λυμπερόπουλος Κωνσταντίνος, εκδόσεις ΠΑΠΑΖΗΣΗ.
9. Η στρατηγική αντιμετώπισης του ανταγωνισμού, Παπαδόπουλος Ν. Γ., εκδόσεις ΓΑΛΑΙΟΣ, 1984

Β. Ξένα

1. Η ιστορία της τράπεζας, Dofan Menie, Παρίσι 1975 (σε μετάφραση)
2. Χρήμα και τραπεζικές εργασίες, Χόυλ Κ.-Ουάιτχεντ Τζ., Λονδίνο 1978 (σε μετάφραση)



Γ. Δημοσιευμένες μελέτες και άρθρα

1. Ο ανταγωνισμός των τραπεζών, Γεωργίου Θάνος, περιοδικό Information
2. Νέες τεχνολογίες και τράπεζες του μέλλοντος, Παπανδρόπουλος Αθ. Χ., περιοδικό Manager
3. Μάρκετινγκ – Μία λειτουργία απαραίτητη για τις τράπεζες, Ηλιόπουλος Γρ., Ενημερωτικό Δελτίο Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών
4. Η προώθηση των πωλήσεων, Λυμπερόπουλος Κ., Άρθρο στην εγκυκλοπαίδεια «ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΚΑΙ ΖΩΗ»
5. Το τραπεζικό σύστημα αλλάζει φυσιογνωμία στο: Η αυριανή τράπεζα, έκδοση της Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών, σειρά: Επίκαιρα θέματα Ι

Πολύτιμη υπήρξε η βοήθεια από τη Δημοτική Βιβλιοθήκη Πατρών και από τη δανειστική Βιβλιοθήκη της Σχολής του Α.Τ.Ε.Ι. Πατρών, για την παροχή των βιβλίων.