

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΩΝ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

«ΣΥΓΧΡΟΝΑ ΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ»



ΓΚΟΥΣΚΟΥ ΒΑΡΒΑΡΑ- ΜΑΡΙΑ

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ : ΟΙΚΟΝΟΜΟΥ ΣΩΤΗΡΙΟΣ

ΠΑΤΡΑ, 2012

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	4
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ.....	5
ΤΟ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	5
1.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ.....	5
1.2 Η ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΙΔΡΥΜΑΤΩΝ.....	6
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ	9
ΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ.....	9
2.1 ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΑΓΟΡΑ	9
2.2 ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΚΑΡΤΕΣ	9
2.3 REPOS (ΣΥΜΦΩΝΙΕΣ ΕΠΑΝΑΓΟΡΑΣ).....	11
2.4 ΠΡΟΘΕΣΜΙΑΚΑ ΣΥΜΒΟΛΑΙΑ	12
2.5 FUTURES CONTRACTS ΣΥΜΒΟΛΑΙΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΕΚΠΛΗΡΩΣΗΣ.....	13
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ ΜΙΣΘΩΣΕΙΣ – LEASING.....	14
3.1 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗ ΜΙΣΘΩΣΗ.....	14
3.2 ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΗ ΜΙΣΘΩΣΗ.....	14
3.3 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗ ΜΙΣΘΩΣΗ.....	15
3.3.1 Η ΕΝΝΟΙΑ.....	15
3.3.2 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗΣ ΜΙΣΘΩΣΗΣ.....	16
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ Η ΣΥΜΒΑΣΗ FACTORING (ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ).....	20
4.1 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ FACTORING.....	20
4.2 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ.....	20
4.3 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ FACTORING ΚΑΙ ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥΣ.....	22
4.3.1 ΠΛΗΡΕΣ FACTORING	22
4.3.2 FACTORING ΠΡΟΕΞΟΦΛΗΣΗΣ ΤΙΜΟΛΟΓΙΩΝ	24
4.3.3 FACTORING ΠΡΑΚΤΟΡΕΥΣΕΩΣ	24
4.3.4 FACTORING ΕΞΑΓΩΓΩΝ.....	25
4.3.5 ΆΛΛΕΣ ΜΟΡΦΕΣ FACTORING	26
4.4 Η ΣΥΜΒΑΣΗ FACTORING ΚΑΙ ΤΑ ΠΡΟΣΩΠΑ ΤΗΣ.....	26
4.5 ΤΟ FACTORING ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ-ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ FACTORING ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	28
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ.....	31
FORFAITING (ΠΩΛΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ).....	31
5.1 ΟΡΟΣ FORFAITING	31
5.2 ΈΝΝΟΙΑ ΤΟΥ FORFAITING.....	31
5.3 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ.....	32
5.4 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ FORFEITING.....	33
5.5 Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΤΟΥ FORFAITING.....	33
5.6 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ	34
5.7 ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΤΟΥ FORFAITING ΑΠΟ ΤΟ FACTORING	35
5.8 VENTURE CAPITAL.....	36
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ.....	38
ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΙΑ – FRANCHISING.....	38
6.1 ΔΙΚΑΙΟΠΑΡΟΧΟΣ Η ΔΟΤΗΣ - FRANCHISOR	38
6.2 ΜΟΡΦΕΣ ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΙΑΣ.....	39
6.2.1 ΜΟΡΦΕΣ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΟ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΗΣ ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΙΑΣ.....	39

6.2.2 ΜΟΡΦΕΣ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΟΝ ΤΡΟΠΟ ΕΝΣΩΜΑΤΩΣΗΣ ΤΩΝ ΔΙΚΑΙΟΔΟΧΩΝ ΣΤΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΙΑΣ.....	40
6.3 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ FRANCHISING	40
6.4 ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ FRANCHISING.....	42
6.5 ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ FRANCHISING ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.	42
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΒΔΟΜΟ E-BANKING.....	43
7.1 Η ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ (E-BANKING) ΩΣ ΤΜΗΜΑ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ (E-COMMERCE).....	43
7.2 Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΚΑΙ ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ E-BANKING.....	44
7.2.1 ΑΝΑΔΡΟΜΗ.....	44
7.2.1 1996-2000: Η ΕΚΚΙΝΗΣΗ.....	44
7.2.2 2000-2003: ΤΑ ΕΠΟΜΕΝΑ ΣΤΑΔΙΑ.	45
7.2.3 2003-2006: ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΛΛΑΓΕΣ.	46
7.3 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΘΕΩΡΗΣΗ ΤΟΥ E-BANKING.	47
7.3.1 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΘΕΩΡΗΣΗΣ.	47
7.3.1 ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΑ ΟΦΕΛΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΕΦΑΡΜΟΖΟΥΝ ΤΟ E-BANKING.....	47
7.3.2 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΡΙΣΚΑ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΕΦΑΡΜΟΖΟΥΝ ΤΟ E-BANKING.	48
7.4 ΟΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΣΗΜΕΡΑ.	49
7.4.1 ΟΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ. ...	50
7.4.2 ΟΙ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ.	51
7.4.3 Η ΦΥΣΗ ΤΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ.	52
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.	54
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.	55
A. ΕΛΛΗΝΙΚΗ	55
B. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ.....	55

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η χρησιμότητα του τραπεζικού συστήματος σε κάθε σύγχρονη κοινωνία είναι τεράστια, όπως επίσης και η σταθερότητα του η οποία συμβάλει στη αναβάθμιση του βιοτικού επιπέδου και στην ανάπτυξη της οικονομίας. Τα τελευταία χρόνια παρατηρήθηκαν σημαντικές μεταβολές στη διεθνή τραπεζική αγορά, σαφέστατα το Ελληνικό Τραπεζικό σύστημα ακολούθησε την διεθνή τάση με αποτέλεσμα την πλήρη απελευθέρωση του και την εγκαθίδρυση ενός απόλυτα ανταγωνιστικού καθεστώτος. Στα πλαίσια του ανταγωνισμού και της αύξησης των κερδών των Τραπεζών παρατηρείται μια στροφή αυτών στον τομέα της Λιανικής Τραπεζικής καθώς σύμφωνα με τα αποτελέσματα χρήσης των τελευταίων ετών όλων των Τραπεζών πολύ μεγάλο ποσοστό της αύξησης της κερδοφορίας τους οφείλετε σε αυτή.

Έτσι, ο Τραπεζικός τομέας βρίσκεται αντιμέτωπος με νέα δεδομένα και ένα δυναμικό και συνεχώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον. Τα πιστωτικά ιδρύματα για να μπορέσουν να επιβιώσουν και να καταστούν ανταγωνιστικά πρέπει να βρίσκονται μπροστά από τον πελάτη και τις προσδοκίες του οφείλουν να αντιλαμβάνονται τις απαιτήσεις και τις ανάγκες των πελατών τους, να τις επανεξετάζουν σε τακτά χρονικά διαστήματα και να προβλέπουν τις επιθυμίες και τις προσδοκίες πριν εκφραστούν.

Από την πλευρά της η ελληνική οικονομία σήμερα έχει ένα σχετικό δυναμισμό και εύρωστες επιχειρήσεις σε όλους τους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, γεγονός που επιδρά θετικά στα αποτελέσματα των τραπεζών. Στο πλαίσιο αυτό, θα παρουσιαστεί το ελληνικό τραπεζικό σύστημα το οποίο επηρεάζεται θετικά από διάφορες εξελίξεις.

Το ελληνικό τραπεζικό σύστημα όμως αντιμετωπίζει και αρκετές προκλήσεις που πρέπει να υπερκεράσει και προσπαθήσει επιτυχάνοντας την έγκαιρη προσαρμογή στο ρυθμιστικό περιβάλλον.

Το ελληνικό τραπεζικό σύστημα μπροστά σε νέες προκλήσεις προσπαθεί να ισορροπήσει και να αποτελέσει ένα μέρος του διεθνούς και ευρωπαϊκού τραπεζικού συστήματος, ακολουθώντας τις επιταγές των νέων τάσεις των υπολοίπων κεφαλαιαγορών. Το μέγεθός του είναι μικρό συγκριτικά με άλλες χώρες αλλά είναι εκείνο που συμμετέχει ενεργά σε διαρθρωτικές αλλαγές με αποτέλεσμα να επηρεάζει το σύνολο της οικονομίας.

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

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ ΤΟ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.

1.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ.

Πριν από το 1987, το χρηματοπιστωτικό σύστημα της Ελλάδος χαρακτηριζόταν από την ύπαρξη εκτεταμένων περιορισμών, απαραίτητων όμως και για τη χρηματοδότηση του υπερβολικά μεγάλου δημόσιου τομέα, οι περισσότεροι από τους οποίους με την πάροδο του χρόνου έχουν εξαλειφθεί ή έχουν βελτιωθεί. Σημειώνουμε πως η περίοδος έως το 1996, χαρακτηρίζεται από τον έντονο κρατικό παρεμβατισμό παρά την απελευθέρωση του τραπεζικού συστήματος, αφού τρεις από τις πέντε μεγαλύτερες τράπεζες βρισκόταν υπό τον πλήρη κρατικό έλεγχο.

Οι περιορισμοί αφορούσαν τις τιμές και τις ποσότητες. Γινόταν για παράδειγμα διοικητικοί περιορισμοί των περισσότερων επιτοκίων και υπήρχαν περιορισμοί στη διάθεση των πιστώσεων από την πλευρά των εμπορικών τραπεζών. Το αυστηρό διοικητικό καθεστώς που καθιερώθηκε στη μεταπολεμική περίοδο, περιόριζε τη δυνατότητα των πιστωτικών ιδρυμάτων να αναπτύξουν τις εργασίες τους, τον μεταξύ τους ανταγωνισμό, ενώ σε ορισμένες περιπτώσεις τον απαγόρευε πλήρως. Για το λόγο αυτό ο ανταγωνισμός ήταν χαμηλός έως ανύπαρκτος με τον χρηματοπιστωτικό τομέα να εμφανίζει υψηλή συγκέντρωση και περιορισμένο αριθμό προϊόντων. Ο τραπεζικός τομέας, την περίοδο αυτή ήταν η κύρια πηγή χρηματοδότησης σε μια κεφαλαιαγορά επιφανειακή και χωρίς ιδιαίτερη κινητικότητα.

Από τα μέσα της δεκαετίας του 1980 με την εφαρμογή ενός εντατικού προγράμματος απελευθέρωσης επιχειρήθηκε και ολοκληρώθηκε το 1997-1998 η πλήρης αναδιάρθρωση του χρηματοπιστωτικού τομέα. Αξίζει να σημειωθεί πως τα μέτρα για την απελευθέρωση της καταναλωτικής πίστης από τα μέσα της δεκαετίας του 1980 βοήθησαν στη ραγδαία αύξησή της με υψηλότερη μάλιστα ένταση τη δεκαετία του 1990 (Αύξηση της τάξεως του 155% μεταξύ 1994-1997).

Η αφετηρία ήταν η απελευθέρωση των επιτοκίων που ξεκίνησε το 1984 και ολοκληρώθηκε το 1993. Το ίδιο έτος επιχειρήθηκε από την Τράπεζα της Ελλάδος η ελάττωση των πιστωτικών ελέγχων επί των εμπορικών τραπεζών και έθεσαν ανώτατο όριο στην πιστωτική επέκταση. Το 1985 η Τράπεζα της Ελλάδος εισήγαγε την πολιτική της ανοικτής αγοράς, καθιέρωσε τις πιστωτικές κάρτες και τα Έντοκα Γραμμάτια του Ελληνικού Δημοσίου πωλούνται στο κοινό για πρώτη φορά με τα επιτόκιά τους να αυξάνονται μέσα σε τρεις μήνες.

Το 1987, καταργείται το ανώτατο όριο της πιστωτικής επέκτασης των τραπεζών μέσω πιστωτικών καρτών και διπλασιάζεται το ανώτατο όριο αυτών ανά πελάτη. Επίσης, εγκρίνεται η έκδοση πιστοποιητικών καταθέσεων και ομολόγων με ελεύθερη διαπραγματεύση επιτοκίων. Το 1990 μειώνεται το ποσοστό ελάχιστων αποθεματικών στο 9%. Το 1991 καθιερώνονται τα Repos, και αρχίζει η φορολογία στο εισόδημα από τόκους. Επίσης καταργείται το ποσοστό 9% των καταθέσεων των εμπορικών τραπεζών για τη χρηματοδότηση των δημοσίων επιχειρήσεων. ο 1993 καταργείται το υποχρεωτικό ποσοστό επενδύσεων των εμπορικών τραπεζών προς τα Έντοκα Γραμμάτια και η δέσμευση ενός ποσοστού των καταθέσεων για δάνεια σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Ολοκληρώνεται επίσης η απελευθέρωση των επιτοκίων με την κατάργηση του ελάχιστου ορίου επιτοκίων ταμειυτηρίου. Απελευθερώνονται οι κινήσεις κεφαλαίων μεσοπρόθεσμου και μακροπρόθεσμου χαρακτήρα έναντι όλων των χωρών. Καταργούνται και οι συναλλαγματικοί περιορισμοί που έχουν απομείνει.

Το 1994 ορίζεται ανώτατο όριο προσωπικών δανείων στα 8.000.000 δραχμές (25.000€) και το 1995 απούλοποιούνται οι τίτλοι του Δημοσίου. Το Μάιο του 1994 η Τράπεζα της Ελλάδος προχωρά σε δραστική αύξηση των επιτοκίων, εξαιτίας ισχυρών

πίεσεων στη συναλλαγματική ισοτιμία της δραχμής. Εξαιτίας της διεθνούς νομισματικής κρίσης η Τράπεζα της Ελλάδος αυξάνει και πάλι δραστικά τα επιτόκια της για την αντιμετώπιση των πιέσεων στη δραχμή (1997). Στη περίοδο 1997-2005 διαπιστώνεται αύξηση της συσχέτισης και στις χώρες της ζώνης του Ευρώ, η οποία οφείλεται στις εξαγορές και στις συγχωνεύσεις τραπεζών εν μέρει στο πλαίσιο μείωσης της συμμετοχής του δημόσιου τομέα στο εγχώριο τραπεζικό σύστημα.

Η αποκλιμάκωση των επιτοκίων ήρθε με τη διαδικασία της ονομαστικής σύγκλισης της ελληνικής οικονομίας ενόψει της ένταξης της χώρας στο τρίτο στάδιο της ΟΝΕ. Αμετάκλητος καθορισμός των συναλλαγματικών ισοτιμιών και η Τράπεζα της Ελλάδος αποτελεί μέρος του Ευρωσυστήματος. Το 2003 πραγματοποιήθηκε η πλήρης απελευθέρωση της καταναλωτικής πίστης με την κατάργηση των ποσοτικών ορίων χορηγήσεων. Καταργήθηκε το συνολικό κατά άτομο και κατά τράπεζα όριο των 25.000€ καθώς και τα επιμέρους όρια για τις πιστοδοτήσεις προς φυσικά πρόσωπα. Με τον τρόπο αυτό, εναρμονίζεται η άσκηση της νομισματικής πολιτικής από το Ευρωσύστημα, σύμφωνα με την αρχή της οικονομίας της ανοικτής αγοράς με ελεύθερο ανταγωνισμό.

Η άρση των περιορισμών προήλθε αφού :

- 1) Επιβεβαιώθηκε ότι ο βαθμός χρέωσης των ελληνικών νοικοκυριών είναι γενικά χαμηλός και υπολείπεται σημαντικά από το μέσο όρο στη ζώνη του ευρώ (υπόλοιπο τραπεζικών δανείων ως ποσοστό του ΑΕΠ στο τέλος του 2002: Ελλάδα 22, 3%, ζώνη ευρώ 47%), ενώ παράλληλα παρατηρείται σημαντική επιβράδυνση του ρυθμού επέκτασης της καταναλωτικής πίστης (από 42, 5% το Δεκέμβριο 2001 σε 24, 6% τον Απρίλιο 2003) (Τράπεζα της Ελλάδος).
- 2) Θα προκαλούσε ενίσχυση του ανταγωνισμού που αναμενόταν να είχε θετική επίδραση στους καταναλωτές, ενώ οι υφιστάμενες μέχρι σήμερα ρυθμίσεις δημιουργούσαν στρεβλώσεις και είχαν περιορισμένη αποτελεσματικότητα.
- 3) Θα προκαλούσε επικείμενη ενεργοποίηση της διατραπεζικής βάσης πιστωτικής φύσεως πληροφοριών σε συνδυασμό με την αναβάθμιση των συστημάτων πιστοληπτικής διαβάθμισης των πελατών από τις τράπεζες.

Οι χρηματοδοτήσεις για τις καταναλωτικές και προσωπικές ανάγκες των φυσικών προσώπων θα παρέχονται στο εξής αποκλειστικά με τραπεζικά κριτήρια, τα οποία θα πρέπει να εφαρμόζονται με αυστηρότητα. Οι όροι των σχετικών χρηματοδοτήσεων θα προσδιορίζονται, μεταξύ άλλων, και από το βαθμό αξιοποίησης των ποιοτικής και ποσοτικής φύσεως στοιχείων, που θα παρέχονται από το διατραπεζικό σύστημα πιστωτικών πληροφοριών και την πιστή εφαρμογή των κριτηρίων των συστημάτων διαχείρισης πιστωτικού κινδύνου.

Παράλληλα οι συναλλασσόμενοι με τα πιστωτικά ιδρύματα οφείλουν να αξιοποιούν στο μέγιστο δυνατό την παρεχόμενη, σύμφωνα με τις ισχύουσες διατάξεις, ενημέρωση για τη σύγκριση των προσφερόμενων χρηματοδοτικών προϊόντων και την ορθή εκτίμηση του ύψους των υποχρεώσεων και των τυχόν κινδύνων που αναλαμβάνουν.

1.2 Η ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΙΔΡΥΜΑΤΩΝ.

Οι στόχοι των τραπεζικών ιδρυμάτων ορίζονται στα πλαίσια της συλλογής χρηματικών πόρων, στον δανεισμό, στη ρευστότητα στο συνάλλαγμα και στο κεφάλαιο. Όλες οι λειτουργίες σε ένα τέτοιο οικονομικό οργανισμό είναι άρρηκτα συνδεδεμένες μεταξύ τους. Η απόκτηση χρηματικών πόρων είναι αναγκαία για να λειτουργήσει μια τράπεζα αφού για να

λειτουργήσει βασίζεται στα χρηματικά της διαθέσιμα. Οι τράπεζες ως γνωστόν εμπορεύονται το χρήμα μέσα από τις διάφορες λειτουργίες τους, με κέρδος το επιτόκιο χορηγήσεων και τη λειτουργία των χρεογράφων.

Διάφοροι περιορισμοί διοικητικοί και άλλοι επηρεάζουν την ανεξαρτησία των τραπεζών στην έλκυση κεφαλαίων. Ωστόσο, απομένουν ορισμένοι παράγοντες που δίνουν στην τράπεζα τη δυνατότητα να επηρεάσει το συνολικό τους όγκο. Υπάρχουν διάφορα όργανα άντλησης κεφαλαίων, όπως τα διάφορα είδη καταθέσεων, ο δανεισμός από την κεντρική τράπεζα και η αγορά διάφορων χρεογράφων. Η κάθε τράπεζα θα πρέπει να εκτιμήσει το κόστος άντλησης κεφαλαίων από τις διάφορες πηγές, την ελαστικότητα της προσφοράς τους, τους παράγοντες που τα επηρεάζουν, ώστε να αποφασίσει για τη διάρθρωσή τους αλλά και για να εξασφαλίσει ικανοποιητική απόδοση από τη χρήση των κεφαλαίων αυτών. Σημαντικός παράγοντας είναι και ο ανταγωνισμός που υπάρχει σήμερα στις τράπεζες για την άντληση κεφαλαίων.

Ο δανεισμός κεφαλαίων από τις τράπεζες αποτελεί την πρωταρχική τους λειτουργία και απαιτεί την εκτέλεση μιας καλά σχεδιασμένης πιστωτικής πολιτικής, για την απόκτηση υψηλής απόδοσης και την ελαχιστοποίηση του κινδύνου. Η τράπεζα θα πρέπει να αποφασίσει για το μέγεθος του χαρτοφυλακίου των δανείων, κάτι που προσδιορίζεται από τις ανάγκες της οικονομίας και την ικανότητα της τράπεζας.

Επίσης, πρέπει να αποφασίσει για τη διανομή των κεφαλαίων της ανάμεσα στα διάφορα είδη δανείων, τα οποία διαφέρουν σε διάρκεια και κίνδυνο, και επηρεάζονται από το περιβάλλον, τις καταθέσεις των δανειζομένων στην συγκεκριμένη τράπεζα και από άλλους παράγοντες. Απαιτείται ανάλυση των αγορών και προσοχή από την πλευρά των τραπεζών αφού δεν υπάρχει δευτερογενής αγορά για τα περισσότερα είδη. Θα πρέπει ακόμα να ληφθούν υπόψη η εμπειρία από το συγκεκριμένο πελάτη, αλλά και οι ατέλειες που επικρατούν στις αγορές και δημιουργούν αβεβαιότητες και κινδύνους.

Σημαντικές αποφάσεις αφορούν και τους όρους που επιβάλλει η τράπεζα για να δανείσει τα κεφάλαια της στις ελλειμματικές μονάδες. Παρά το γεγονός ότι τα επίπεδα των επιτοκίων προσδιορίζονται από παράγοντες τους οποίους η τράπεζα δεν μπορεί να επηρεάσει, έχει ωστόσο κάποιο βαθμό ευκαμψίας για τον καθορισμό της πολιτικής της ως προς τα επιτόκια.

Τα τελευταία επιβάλλονται σε επίπεδα που καλύπτουν την πληρωμή για τη χρήση του χρήματος, τον κίνδυνο που σχετίζεται με το δανειζόμενο και άλλες επιβαρύνσεις που σχετίζονται με τις ατέλειες της αγοράς. Οι παράγοντες αυτοί λαμβάνονται υπόψη στα διάφορα είδη των δανείων ανάλογα με την αξιοπιστία του πελάτη. Υπάρχουν ακόμα και σήμερα δυσκολίες για τον προσδιορισμό των επιτοκίων δανεισμού παρά τη γενικά αποδεκτή θέση ότι το οριακό κόστος δανεισμού θα πρέπει να αποτελεί το κατώτατο σημείο για τα τραπεζικά επιτόκια των δανείων. Η εμπειρία δείχνει ότι οι εμπορικές τράπεζες ακολουθούν το προεξοφλητικό επιτόκιο της κεντρικής τράπεζας, καθώς και το επιτόκιο δανεισμού που επιβάλλουν στους καλύτερους πελάτες τους, το οποίο χρησιμοποιούν ως βάση για τους υπόλοιπους πελάτες τους. Τελευταία, υποστηρίζεται η επιβολή των κυμαινόμενων επιτοκίων δανεισμού, αφού το κόστος μιας μεγάλης αναλογίας των τραπεζικών δανείων επηρεάζεται από το γενικό επίπεδο των επιτοκίων.

Μια άλλη βασική πολιτική των εμπορικών τραπεζών αναφέρεται στη διαχείριση της ρευστότητάς τους και συγκεκριμένα στη μέτρηση των αναγκών τους που σχετίζεται με την πορεία στις καταθέσεις και τα δάνεια. Για την κάλυψη της ανάγκης αυτής οι τράπεζες προχωρούν στη διαχείριση των στοιχείων του παθητικού, μια δραστηριότητα που ωστόσο περιορίζεται στις μεγάλες τράπεζες. Οι μικρότερες τράπεζες στηρίζονται κυρίως στα στοιχεία του ενεργητικού τους, αγορά χρεογράφων τα οποία ωστόσο μπορεί να συνεπάγονται απώλεια εισοδήματος τουλάχιστον για ένα χρονικό διάστημα. Η τράπεζα θα πρέπει να αποφασίσει ανάμεσα στα διάφορα είδη χρεογράφων σε ό,τι αφορά την ποσότητα, την ποιότητα, την

ημερομηνία λήξης και την απόδοση. Θα πρέπει ακόμα να τονιστεί ο ρόλος της κεντρικής τράπεζας, η οποία ενεργεί ως ο κυριότερος δανειστής για τις εμπορικές τράπεζες για να καλύψει τις ανάγκες τους σε ρευστότητα.

Η διαχείριση του χαρτοφυλακίου των επενδύσεων για μια τράπεζα είναι σημαντική αφού οι επενδύσεις (σε χρεόγραφα κτλ.) είναι σημαντικές ως πηγή ρευστότητας, πηγή εισοδήματος, ενώ συχνά οι απρογραμμάτιστες επενδύσεις οδηγούν σε αποτελέσματα τα οποία μπορεί να μην συμβαδίζουν με τους επιθυμητούς στόχους της τράπεζας. Η κατάσταση του κινδύνου για την τράπεζα ασκεί ισχυρή επίδραση στα επενδυτικά μέσα και στα ποιοτικά επίπεδα του χαρτοφυλακίου των τραπεζών. Έτσι, ανάλογα με τις δυνατότητες μιας τράπεζας, πρέπει να καθοριστεί και η ποιότητα των χρεογράφων που θα αποκτηθούν και επιδρούν στην απόδοση της τράπεζας. Τα διάφορα είδη χρεογράφων έχουν διαφορετικά χαρακτηριστικά ανάλογα με την ποιότητά τους.

Ακόμα, η τράπεζα πρέπει να αποφασίσει σε ό,τι αφορά το είδος και το μέγεθος των χρεογράφων, καθώς και τις ημερομηνίες λήξης, την αγορά και πώλησή τους ανάλογα με την πορεία στα επιτόκια, την οικονομική πολιτική και την κατάσταση της οικονομίας. Κάποιος βαθμός ευκαμψίας πρέπει να τη διακρίνει ως προς την επιλογή των παραπάνω, προκειμένου να επιτευχθεί αυξανόμενο εισόδημα και κέρδη. Το κεφάλαιο είναι αναγκαίο για μια τράπεζα κυρίως τόσο για τη δυνατότητα άμεσης χρησιμοποίησής του για την επέκταση των τραπεζικών πιστώσεων και την έλκυση χρηματικών πόρων, όσο και για την παροχή ασφάλειας (προστασία καταθέσεων) και εμπιστοσύνης που χρειάζονται για την προώθηση των εργασιών της τράπεζας. Ωστόσο, από την άλλη πλευρά, η μεγάλη ποσότητα κεφαλαίου μειώνει την απόδοση της τράπεζας. Οι ορθολογικές πολιτικές προσπαθούν να εξισορροπήσουν την προστασία που παρέχει το επιπρόσθετο κεφάλαιο στο κοινό ενάντια στους κινδύνους που υπάρχουν στις τραπεζικές δραστηριότητες και στην υψηλότερη απόδοση όταν δεσμεύεται περισσότερο κεφάλαιο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ ΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

2.1 ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

Ο ανταγωνισμός στην Ελληνική τραπεζική αγορά είναι έντονος. Κάθε Τραπεζικός Όμιλος προσπαθεί να εισάγει νέους τρόπους που θα εξασφαλίσουν αυξημένη κερδοφορία, προβολή και μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς. Η ραγδαία τεχνολογική ανάπτυξη αλλά και η μερική απελευθέρωση του τραπεζικού συστήματος το 1987 μετέτρεψε τις Τράπεζες σε Οργανισμούς παροχής σύνθετων και πολύπλοκων χρηματοοικονομικών υπηρεσιών.

Παρήλθε πλέον εντελώς η εποχή όπου οι μόνες υπηρεσίες τις οποίες παρείχαν τα Τραπεζικά ιδρύματα ήταν η αποδοχή των καταθέσεων, η χορήγηση δανείων και η μετατροπή συναλλάγματος τόσο σε ιδιώτες όσο και για επιχειρήσεις (εισαγωγές -εξαγωγές- πιστώσεις). Με την εισαγωγή του ευρώ το 2001 στην Ελλάδα, οι προμήθειες από τέτοιου είδους συναλλαγές εκμηδενίστηκαν για τις Τράπεζες με συνέπεια η κερδοφορία να μειώνεται όλο και περισσότερο.

Στα παραδοσιακά τραπεζικά προϊόντα ανήκουν οι καταθέσεις (προθεσμίας, ταμειυτηρίου, όψεως), οι θυρίδες ασφαλείας, οι εγγυητικές επιστολές και οι κάθε είδους χρηματοδοτήσεις. Στα μοντέρνα τραπεζικά προϊόντα συγκαταλέγονται οι πιστωτικές κάρτες, οι αυτόματες ταμειολογιστικές μηχανές (ATMs), το Factoring, το Forfaiting, το Leasing, το e-banking και άλλα χρηματοοικονομικά προϊόντα που προσφέρονται από τις τράπεζες καθώς επίσης, τα ειδικά δάνεια, οι ειδικοί λογαριασμοί κ.α.

2.2 ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΚΑΡΤΕΣ

Είναι σύγχρονος και διαδεδομένος τρόπος συναλλαγών, μορφή του λεγόμενου "πλαστικού χρήματος". Εκδίδονται από πιστωτικούς οργανισμούς με ευρύτατη αποδοχή και αναγνώριση και εξασφαλίζουν στους κατόχους τους τη δυνατότητα αγοράς αγαθών ή υπηρεσιών χωρίς να απαιτείται άμεση καταβολή της αξίας τους. Η πιστωτική κάρτα έχει τη μορφή μιας πλαστικής κάρτας η οποία φέρει στη μια πλευρά της με ανάγλυφα στοιχεία τον αριθμό μητρώου και το ονοματεπώνυμο του κατόχου της, τη λήξη ισχύος της, καθώς και το πιστωτικό κατάστημα το οποίο τη χορήγησε. Στην άλλη πλευρά συνήθως υπάρχει η μαγνητική ταινία, θέση για την υπογραφή του κατόχου της και ο λογότυπος του οργανισμού που την εξέδωσε.

Οι πιστωτικές κάρτες εκδίδονται κυρίως από πιστωτικά ιδρύματα (π.χ. τράπεζες) και μεταξύ άλλων η χρήση τους παρέχει και τα ακόλουθα πλεονεκτήματα: α) ευκολία στις συναλλαγές σε όσες περιπτώσεις ο κάτοχος της κάρτας δεν έχει ή δεν θέλει να έχει μαζί του μετρητά· β) ασφάλεια στις συναλλαγές, γιατί ο κάτοχος της κάρτας δεν χρειάζεται να έχει μαζί του μετρητά διακινδυνεύοντας έτσι να τα χάσει· γ) εξασφάλιση περιόδου χάριτος αρκετών ημερών (π.χ. 25 ή 40 ημέρες) χωρίς τόκο από την ημερομηνία έκδοσης του λογαριασμού έως την ημερομηνία πληρωμής· δ) (λειτουργώντας ως κάρτες ηλεκτρονικών συναλλαγών) παροχή της δυνατότητας στους κατόχους τους να διενεργούν τραπεζικές πράξεις μέσω των Αυτόματων Ταμειολογιστικών Μηχανών (ATM), όπως αναλήψεις, καταθέσεις, μεταφορά ποσών από λογαριασμό σε λογαριασμό κ.ά. Τα τελευταία χρόνια η ευρεία διάδοση των πιστωτικών καρτών και ο τραπεζικός ανταγωνισμός έχουν οδηγήσει σε μια συνεχή επέκταση των παρεχόμενων υπηρεσιών, διευρύνοντας έτσι την κλασική λειτουργία της κάρτας ως μέσου πληρωμών. Έτσι, προστέθηκαν ασφαλιστικές καλύψεις (ταξιδιωτική ασφάλιση, ιατρική και νομική βοήθεια), καταρτίστηκαν ειδικά προγράμματα συνεργασίας τραπεζών με επιχειρήσεις, ώστε να παρέχονται εκπτώσεις για την αγορά αγαθών

ή υπηρεσιών, και τελευταία άρχισαν να εφαρμόζονται προγράμματα σύνδεσης πιστωτικών καρτών με οργανισμούς, σωματεία, λέσχες, φιλανθρωπικές ή οικολογικές οργανώσεις κ.ά. Η προσπάθεια αυτή εμπλουτισμού των πιστωτικών καρτών με στοιχεία που δεν σχετίζονται άμεσα με την κύρια λειτουργία τους αποσκοπεί κυρίως στη διεύρυνση της πελατείας του τραπεζικού φορέα, στην εξυπηρέτηση και ικανοποίηση του πελάτη και στην προβολή του συνεργαζόμενου φορέα.

Η πιστωτική κάρτα παρέχει στον κάτοχό της τη δυνατότητα να πραγματοποιεί αγορές αγαθών και υπηρεσιών χωρίς άμεση καταβολή της αξίας τους, εντός βέβαια των πιστωτικών ορίων της, από επιχειρήσεις που είναι συμβεβλημένες με τον τραπεζικό οργανισμό που την εξέδωσε. Η δυνατότητα αυτή για ορισμένες κάρτες επεκτείνεται και στο εξωτερικό, ενώ άλλες μπορούν να χρησιμοποιηθούν για απεριόριστο όριο αγορών, με μόνη προϋπόθεση τη μηνιαία εξόφληση του λογαριασμού. Επίσης, με την πιστωτική κάρτα παρέχεται η δυνατότητα ανάληψης μετρητών 24 ώρες το 24ωρο, ανάλογα βέβαια με το ύψος του πιστωτικού ορίου. Το μηνιαίο όριο ανάληψης μετρητών κλιμακώνεται ανάλογα με το πιστωτικό όριο που έχει ο κάτοχος της κάρτας, π.χ. για πιστωτικό όριο 500.000 δρχ. το μηνιαίο όριο ανάληψης μετρητών ανέρχεται σε 200.000 δρχ. Ακόμη, η πιστωτική κάρτα ως κάρτα ηλεκτρονικών συναλλαγών παρέχει στον κάτοχό της τη δυνατότητα να διενεργεί τραπεζικές πράξεις μέσω των Αυτόματων Ταμειολογιστικών Μηχανών (ATM) επί συνδεδεμένων τραπεζικών λογαριασμών, προσωπικών του ή κοινών, τους οποίους δήλωσε στην αίτησή του ότι επιθυμεί να κινεί. Δηλαδή μέσω των μηχανών αυτόματης εξυπηρέτησης, τις οποίες διαθέτουν σε ευρύ συνήθως δίκτυο οι τράπεζες, ο κάτοχος της πιστωτικής κάρτας μπορεί να πραγματοποιεί αναλήψεις, καταθέσεις, μεταφορά ποσών από λογαριασμό σε λογαριασμό, εξόφληση της δόσης ή ακόμη να έχει ενημέρωση για το υπόλοιπο των λογαριασμών του ή της πιστωτικής του κάρτας. Πέρα από αυτές τις κύριες δυνατότητες, παρέχεται και σειρά υπηρεσιών όπως είναι τα πλήρη πακέτα ασφαλιστικών καλύψεων (π.χ. ταξιδιωτική ασφάλιση, ασφάλιση τροχαίου δυστυχήματος κ.ά.), η δυνατότητα λήψης επιπρόσθετου συναλλάγματος για ταξίδια στο εξωτερικό, ευνοϊκά τουριστικά πακέτα με εκπτώσεις στις τιμές των ξενοδοχείων, σε ενοικιάσεις αυτοκινήτων κ.ά. Επιπλέον, σε πολλές περιπτώσεις οι κάτοχοι πιστωτικών καρτών ενημερώνονται, μέσω ειδικών περιοδικών που τους αποστέλλονται, για προσφορές καταστημάτων κατά τις οποίες η εξόφληση των άμεσων αγορών που πραγματοποιούνται γίνεται ύστερα από την παρέλευση αρκετών μηνών (προγράμματα μεταχρονολογημένων χρεώσεων) ή με πολλές άτοκες μηνιαίες δόσεις (προγράμματα άτοκων δόσεων).

Τα κύρια πλεονεκτήματα των πιστωτικών καρτών είναι:

- α) ευκολία στις συναλλαγές σε περίπτωση που ο κάτοχός της δεν έχει ή δεν θέλει να έχει μαζί του μετρητά·
- β) ασφάλεια στις συναλλαγές, γιατί ο κάτοχος της κάρτας δεν απαιτείται να έχει μαζί του μετρητά διακινδυνεύοντας να τα χάσει·
- γ) εξασφάλιση περιόδου χάριτος αρκετών ημερών (π.χ. 25 ή 40 ημέρες) χωρίς τόκο, από την ημερομηνία έκδοσης του λογαριασμού έως την ημερομηνία πληρωμής.

Σε γενικές γραμμές οι πιστωτικές κάρτες μπορούν να χωριστούν σε τρεις κατηγορίες: στην πρώτη ανήκουν όσες μπορούν να χρησιμοποιηθούν μόνο στο εσωτερικό της χώρας, στη δεύτερη οι κάρτες που η ισχύ τους επεκτείνεται και στο εξωτερικό, ενώ στην τρίτη κατηγορία ανήκουν οι κάρτες που χαρακτηρίζονται ως "χρυσές", "prestige" κ.ά. και οι οποίες παρέχουν

υψηλά πιστωτικά όρια και συνοδεύονται συνήθως από προνόμια και παροχές όπως ισχυρά ασφαλιστικά πακέτα, νομική προστασία.

Τα τελευταία χρόνια έχει καθιερωθεί ως πρόσθετο φορολογικό τεκμήριο η χρήση πιστωτικών καρτών. Το τεκμήριο αυτό συγκρίνεται με τα τεκμήρια δαπανών διαβίωσης και απόκτησης περιουσιακών στοιχείων και αν τα υπερβαίνει, φορολογείται αυτό. Οι οργανισμοί έκδοσης πιστωτικών καρτών χορηγούν στους πελάτες τους στο τέλος κάθε χρόνου βεβαίωση στην οποία αναγράφεται το συνολικό ποσό που κατέβαλε ο πελάτης τους. Οι βεβαιώσεις αυτές αθροίζονται και αν το σύνολό τους είναι μεγαλύτερο τόσο από το δηλούμενο στην Εφορία εισόδημα όσο και από το ποσό που προκύπτει από τα τεκμήρια δαπανών διαβίωσης και απόκτησης περιουσιακών στοιχείων, τότε αυτό θεωρείται ότι είναι το φορολογητέο εισόδημα του οικονομικού έτους, εκτός και αν αποδειχτεί ανάλωση κεφαλαίου που αποκτήθηκε τα προηγούμενα έτη. Οι φορολογούμενοι, λοιπόν, θα πρέπει να προσέχουν ώστε οι αγορές που πραγματοποιούν με πιστωτικές κάρτες να μην είναι μεγαλύτερες από το εισόδημα που δηλώνεται στις φορολογικές αρχές.

Το λεγόμενο "πλαστικό χρήμα" εκτιμάται από τους ειδικούς ότι θα αποτελέσει τομέα ιδιαίτερης ανάπτυξης κατά τη μετάβαση στον 21ο αιώνα και αναμένεται ότι ένα σημαντικό μερίδιο του τραπεζικού μάρκετινγκ θα αφορά τη διάδοση και τη γενίκευση της χρήσης των πιστωτικών καρτών και γενικότερα μορφών του πλαστικού χρήματος. Ήδη όλο και περισσότερα μεγάλα καταστήματα στο εξωτερικό εκδίδουν πιστωτικές κάρτες, προσπαθώντας με τον τρόπο αυτόν να διατηρήσουν έναν σημαντικό αριθμό πελατών. Πρόσφατη καινοτομία είναι η έκδοση πιστωτικών καρτών που είναι συνδεδεμένες με αθλητικά σωματεία (π.χ. Παναθηναϊκός FC-Visa), πολιτιστικούς οργανισμούς (π.χ. Artion Visa σε συνεργασία με τον Οργανισμό Μεγάλου Μουσικής Αθηνών) κ.ά. Στόχος της είναι η διεύρυνση της πελατείας του τραπεζικού φορέα, η προβολή του συνεργαζόμενου φορέα και η εξυπηρέτηση του πελάτη (π.χ. εκπτώσεις, εξασφάλιση εισιτηρίων, θέσεων σε εκδηλώσεις του φορέα κ.ά.). Σημαντική αύξηση παρουσιάζουν τα τελευταία χρόνια και οι χρεωστικές τραπεζικές κάρτες, με τις οποίες μπορεί κανείς να πραγματοποιεί αγορές με απευθείας χρέωση του λογαριασμού του χωρίς κανένα όριο ή επιβάρυνση με τόκους. Τέλος, τα επόμενα χρόνια εκτιμάται ότι θα κυκλοφορήσουν και στην Ελλάδα οι λεγόμενες "έξυπνες κάρτες" (smart cards), που θα αποτελέσουν έναν σημαντικό νέο τρόπο συναλλαγών λειτουργώντας ως ηλεκτρονικά πορτοφόλια.

2.3 REPOS (ΣΥΜΦΩΝΙΕΣ ΕΠΑΝΑΓΟΡΑΣ).

Οι συμφωνίες επαναγοράς είναι συμφωνίες μεταξύ ενός δανειστή και ενός οφειλέτη να πουλήσουν και μετά να επαναγοράσουν κάποιο χρεόγραφο μικρού κινδύνου, συνήθως ένα έντοκο γραμμάτιο του Δημοσίου.

Ένας οφειλέτης (π.χ. ένας χρηματοπιστωτικός οργανισμός) εκδίδει ένα repo κάνοντας συμφωνία να πουλήσει χρεόγραφο σε έναν δανειστή σε μία συγκεκριμένη τιμή και ταυτόχρονα συμφωνεί να τα επαναγοράσει σε μία μελλοντική στιγμή και σε μία συγκεκριμένη τιμή. Η διαφορά μεταξύ των δύο τιμών είναι η απόδοση του δανειστή.

Με άλλα λόγια, το ένα από τα συμβαλλόμενα μέρη δανείζεται χρήματα για να καλύψει τις ανάγκες ρευστότητας του, χρησιμοποιώντας ως ενέχυρο ένα χρεόγραφο γνωστής αξίας από το χαρτοφυλάκιο του.

Η συμφωνία μπορεί και να ειπωθεί σαν ένα βραχυπρόθεσμο δάνειο με ενέχυρο κάποια χρεόγραφα ή ως μία κατάθεση προθεσμίας.

Η διάρκεια ενός repo είναι συνήθως πολύ μικρή (από μία νύχτα (overnight) έως λίγες εβδομάδες), αν και υπάρχουν και repos μεγαλύτερης διάρκειας. Τα repos δεν είναι συνήθως διαπραγματεύσιμα στην δευτερογενή αγορά.

2.4 ΠΡΟΘΕΣΜΙΑΚΑ ΣΥΜΒΟΛΑΙΑ

Τα προθεσμιακά συμβόλαια (forward contracts) αποτελούν μια συμφωνία ανάμεσα σε δύο συμβαλλόμενα μέρη, σύμφωνα με την οποία ο αγοραστής υπόσχεται να αγοράσει από τον πωλητή ένα αγαθό σε κάποια συγκεκριμένη προσυμφωνημένη μελλοντική χρονική στιγμή και σε συγκεκριμένη τιμή. Χαρακτηριστικό των συγκεκριμένων συμβολαίων ένας εκ των δύο συμβαλλομένων πάντα κερδίζει εις βάρος του άλλου, γεγονός που σημαίνει ότι τα συμβόλαια προαγοράς αποτελούν συναλλαγές μηδενικού συνολικού κέρδους.

Στις αγορές χρήματος, οι προθεσμιακές συναλλαγές αφορούν κυρίως τα μέσα σε συνάλλαγμα. Η πιο απλή προθεσμιακή συναλλαγή είναι η προθεσμιακή αγορά ή πώληση συναλλάγματος. Γενικότερα, οι πράξεις αυτές δεν αποτελούν παράγωγα χρηματοοικονομικά μέσα, ωστόσο αποτελούν τη βάση για τη δημιουργία άλλων παράγωγων μέσων, όπως για παράδειγμα των προθεσμιακών συμβολαίων (future contracts).

Στις εξωχρηματιστηριακές προθεσμιακές πράξεις ο χρήστης υπόσχεται σε ένα συγκεκριμένο αντισυμβαλλόμενο να αγοράσει ή να πωλήσει ένα ποσό σε συνάλλαγμα σε μία ορισμένη τιμή και σε μια ορισμένη μελλοντική ημερομηνία. Με τη σύναψη μίας προθεσμιακής πράξης σε συνάλλαγμα σήμερα ο χρήστης υπόσχεται να αγοράσει ή να πουλήσει αμερικανικά δολάρια στην τιμή του 1,2€ στις 25/07/2011.

Δεν γίνεται ανταλλαγή χρηματικού ποσού κατά την υπογραφή της συμφωνίας. Ο διακανονισμός γίνεται στη λήξη. Αν η τιμή του δολαρίου στις 25/07/2011 είναι 1,1€ τότε ο αγοραστής (θέση long σε δολάρια) χάνει και ο πωλητής (θέση short σε δολάρια) κερδίζει 0,1€ για κάθε δολάριο που προσυμφωνήθηκε. Αν η τιμή είναι 1,3€ τότε συμβαίνει το αντίστροφο.

Αντισταθμιστής αγοραστής (πωλητής) είναι ο χρήστης ο οποίος λόγω της φύσης των εργασιών του, στις 25/07/2011 έχει στην κατοχή του ευρώ (δολάρια) και έχει ανάγκη δολαρίων (ευρώ). Κερδοσκόπος αγοραστής (πωλητής) είναι ο χρήστης ο οποίος στις 25/07/2011 δεν έχει στην κατοχή του διαθέσιμα ευρώ (δολάρια) και αναγκάζεται να βγει στην αγορά και να τα αγοράσει.

Οι προθεσμιακές πράξεις επί συναλλάγματος δημιουργούν κινδύνους για τις επιχειρήσεις, όπως η άμεση αγορά σε μέσων σε συνάλλαγμα στην τρέχουσα (spot) αγορά συναλλάγματος. Η μόνη διαφορά στην περίπτωση των προθεσμιακών συμβολαίων είναι ο χρόνος εκδήλωσης του κινδύνου. Ο κίνδυνος είναι η συναλλαγματική ισοτιμία να μεταβληθεί δυσμενώς για την επιχείρηση κατά τη χρονική στιγμή που λαμβάνει χώρα η πληρωμή και παράδοση του συναλλάγματος ή αργότερα.

Εάν η ισοτιμία μεταβληθεί προς οποιαδήποτε κατεύθυνση από τη χρονική στιγμή σύναψης του συμβολαίου μέχρι τη στιγμή της παράδοσης του συναλλάγματος, η επιχείρηση είναι αδιάφορη. Τα χαρακτηριστικά κινδύνου (risk profile) των προθεσμιακών συμβολαίων επί συναλλάγματος, καθώς και η διαγραμματική απεικόνιση τους παρουσιάζονται στο πιο κάτω παράδειγμα.

Έστω ότι μια επιχείρηση συνάπτει ένα προθεσμιακό συμβόλαιο σε συνάλλαγμα και συγκεκριμένα πουλά συνάλλαγμα παίρνει μια short position στην τιμή των 1\$=1,2€ υπό προθεσμία 3 μηνών. Σε 3 μήνες εάν η τιμή του δολαρίου είναι 1,2€ η επιχείρηση δεν έχει από τη συναλλαγή ούτε κέρδος ούτε ζημιά. Εάν η ισοτιμία έχει μεταβληθεί σε 1\$=1,1€ η επιχείρηση κερδίζει 0,1€

Συμπερασματικά οι κίνδυνοι των προθεσμιακών πράξεων οι οποίοι προέρχονται από τις μη προβλέψιμες μεταβολές επιτοκίων, των τιμών συναλλάγματος ή των τιμών των πρώτων υλών, παρουσιάζουν πλήρη συμμετρικότητα. Αυτό σημαίνει ότι μια προθεσμιακή πράξη ή συμβόλαιο προαγοράς μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως ένα μέσο πλήρους αντιστάθμισης (hedging).

2.5 FUTURES CONTRACTS ΣΥΜΒΟΛΑΙΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΕΚΠΛΗΡΩΣΗΣ.

Ένα συμβόλαιο μελλοντικής εκπλήρωσης (ΣΜΕ, futures contract) είναι μία συμφωνία για αγορά ή για πώληση ενός προϊόντος σε μελλοντική χρονική στιγμή σε συγκεκριμένη τιμή. Ο αγοραστής λέμε ότι έχει θέση αγοράς (long position) και έχει την υποχρέωση να αγοράσει και, ο πωλητής θέση πώλησης (short position) και έχει υποχρέωση να πουλήσει.

Τα ΣΜΕ (όσο και τα προθεσμιακά συμβόλαια) έχουν μηδενική καθαρή προσφορά (net supply), αφού για κάθε αγοραστή υπάρχει ένας πωλητής. Τα κέρδη και ζημιές αντιπροσωπεύουν ένα παίγνιο μηδενικού αθροίσματος (zero sum game), που σημαίνει ότι, για κάθε ευρώ που κερδίζει ο ένας των αντισυμβαλλόμενων, ο άλλος πρέπει να το χάσει.

Ένα προθεσμιακό συμβόλαιο (ΠΣ, forward contract) είναι παρόμοιο με το ΣΜΕ, αλλά οι δύο τύποι συμβολαίων διαφέρουν στα παρακάτω σημεία:

(i). Τα ΣΜΕ είναι *τυποποιημένα* συμβόλαια και μόνο η τιμή τους διαπραγματεύεται. Φέρουν την ίδια ποσότητα (μέγεθος του συμβολαίου), ποιότητα, ημερομηνία και τόπο παράδοσης. Αντίθετα, τα ΠΣ είναι διαπραγματεύσιμα και προσαρμόζονται στις ανάγκες των δύο αντισυμβαλλομένων.

(ii). Τα ΣΜΕ παρουσιάζουν μεγαλύτερη *ρευστότητα* από τα ΠΣ, λόγω της ιδιότητας (i) και του γεγονότος ότι διαπραγματεύονται σε οργανωμένες χρηματιστηριακές αγορές. Αυτό σημαίνει ότι ο αγοραστής (πωλητής) μπορεί πάντα να πουλήσει (αγοράσει) το ΣΜΕ σε οποιαδήποτε στιγμή πριν τη λήξη του (κλείσιμο της συναλλαγής, offsetting). Βέβαια, ορισμένες αγορές ΠΣ έχουν, επίσης, μεγάλη ρευστότητα, όπως η προθεσμιακή αγορά σε συνάλλαγμα ή σε επιτόκια.

(iii). Ο Οργανισμός Εκκαθάρισης των Συναλλαγών σε ΣΜΕ, που ελαχιστοποιεί τον κίνδυνο του αντισυμβαλλόμενου. Ο κίνδυνος αθέτησης της συμφωνίας είναι υψηλότερος στα ΠΣ, ενώ είναι σχεδόν μηδενικός στις μελλοντικές αγορές, λόγω του οργανισμού της εκκαθάρισης (exchange clearinghouse), που αποτελεί μέρος της συναλλαγής και, συνήθως, είναι μέλος του χρηματιστηρίου παραγωγών.

(iv). Τα ΣΜΕ συναλλάσσονται σε οργανωμένες χρηματιστηριακές αγορές και οι περισσότερες θέσεις σε ΣΜΕ κλείνουν πριν τη λήξη τους με ρευστά διαθέσιμα (cash settlement). Αντίθετα, τα ΠΣ δεν συναλλάσσονται σε οργανωμένα χρηματιστήρια (over-the-counter ή OTC) και η συμφωνία εκπνέει με την παράδοση του προκαθορισμένου αγαθού. Οι εξω-χρηματιστηριακές αγορές (OTC) αποτελούν ένα δίκτυο (ηλεκτρονικό ή τηλεφωνικό) μεταξύ των dealers, που είναι χρηματοπιστωτικά ιδρύματα ή χρηματοπιστωτικό ίδρυμα και εταιρία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ ΜΙΣΘΩΣΕΙΣ – LEASING.

3.1 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗ ΜΙΣΘΩΣΗ

Το leasing ή μίσθωση όπως αποδίδεται στα Ελληνικά, είναι ένας σύγχρονος και συμφέρων τρόπος χρηματοδότησης, μέσω του οποίου οι ελεύθεροι επαγγελματίες και οι επιχειρήσεις, ανεξάρτητα από το μέγεθος το είδος και τη νομική μορφή τους, μπορούν να αποκτήσουν τα ακίνητα ή κινητά στοιχεία που επιλέγουν για να καλύψουν τις ανάγκες τους, χωρίς να δεσμεύσουν τα κεφάλαιά τους ή να καταφύγουν στις κλασσικές μορφές δανεισμού.

Στην περίπτωση αυτής της χρηματοδοτικής επιλογής, η εταιρεία leasing αγοράζει το αντικείμενο που επιλέγει ο ενδιαφερόμενος και στη συνέχεια το εκμισθώνει σε αυτόν, βάσει της σύμβασης μίσθωσης που υπογράφεται μεταξύ τους, έναντι μηνιαίων ή τριμηνιαίων καταβολών, που δεν είναι δόσεις, αλλά μισθώματα.

Οι μισθώσεις μπορούν να καταταχθούν σε δύο μεγάλες κατηγορίες την Λειτουργική Μίσθωση (Operating Lease) και την Χρηματοδοτική μίσθωση (Finance lease).

3.2 ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΗ ΜΙΣΘΩΣΗ.

Η λειτουργική μίσθωση σπάνια έχει διάρκεια όσο και η ωφέλιμη ζωή του περιουσιακού στοιχείου και συνήθως είναι για μικρότερη χρονική περίοδο απ' ό τι η χρηματοδοτική μίσθωση και οπωσδήποτε είναι για λιγότερο του 75% της εκτιμώμενης οικονομικής ζωής του.

Σε μια λειτουργική μίσθωση ο εκμισθωτής συνήθως φέρει την ευθύνη για:

- τις επισκευές,
- την συντήρηση
- τα ασφάλιστρα του μηχανήματος και
- την τυχόν τεχνολογική απαξίωση.

Οι περίοδοι μίσθωσης μπορούν να ανανεωθούν ή και να παραταθούν κατόπιν διαπραγμάτευσης κάθε φορά. Ο εκμισθωτής μπορεί να πουλήσει το περιουσιακό στοιχείο στο τέλος κάθε επιμέρους χρονικής περιόδου μίσθωσης.

Είναι χαρακτηριστικό ότι σε μια λειτουργική μίσθωση ο μισθωτής έχει δυνατότητα ακύρωσης του συμβολαίου πριν την εξάντληση ολόκληρης της περιόδου μίσθωσης. Η αξία ενός όρου ακύρωσης εξαρτάται από τον πιθανό βαθμό απαξίωσης του περιουσιακού στοιχείου στο μέλλον από τεχνολογικές ή/και οικονομικές συνθήκες σε σχέση με την συνολική αξία που θα καταβάλει ο μισθωτής στο μέλλον υπό μορφή μισθωμάτων βάσει της σύμβασης.

Στην Ελλάδα η λειτουργική μίσθωση εφαρμόζεται κυρίως στον κλάδο των αυτοκινήτων με τη χρονομίσθωση αυτοκινήτων καθώς επίσης και για ορισμένα είδη μηχανημάτων όπως φωτοτυπικά και άλλα.

Η χρονομίσθωση απευθύνεται σε εταιρίες κάθε Νομικής μορφής και ελεύθερους επαγγελματίες που επιθυμούν τη χρήση αυτοκινήτων για συγκεκριμένο διάστημα. Αυτοί έχουν, φυσικά, μεγαλύτερη επιβάρυνση αλλά απολαμβάνουν όλων των υπηρεσιών, όπως ασφαλιστική κάλυψη, τέλη κυκλοφορίας, οδική βοήθεια, έξοδα για ανταλλακτικά, επισκευές ατυχημάτων μέχρι και αντικατάσταση ελαστικών. Στην χρονομίσθωση ο μισθωτής

επιβαρύνεται μόνο με τη βενζίνη που καταναλώνει πέρα από το μίσθωμα. Στη λήξη της μίσθωσης δεν μεταβιβάζεται η κυριότητα στον μισθωτή, αλλά ο τελευταίος έχει τη δυνατότητα είτε επιστροφής του αυτοκινήτου στον εκμισθωτή, είτε αντικατάστασής του με καινούργιο και ανανέωση της σύμβασης, καθώς δεν προβλέπεται μεταβίβαση του αυτοκινήτου κατά τη λήξη στο μισθωτή.

3.3 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗ ΜΙΣΘΩΣΗ.

Η χρηματοδοτική μίσθωση αποτελεί μέσο χρηματοδότησης των παγίων στοιχείων της επιχείρησης. Τα τελευταία χρόνια γνωρίζει μεγάλη ανάπτυξη τόσο στη διεθνή, όσο και στην ελληνική αγορά. Αποτελεί μοντέρνο εργαλείο μεσοπρόθεσμης χρηματοδότησης, κατάλληλο για ανανέωση, εκσυγχρονισμό ή και επέκταση παραγωγικών εγκαταστάσεων, χωρίς ν' απαιτείται η διάθεση ιδίων κεφαλαίων ή η προσφυγή σε δανεισμό.

Η χρηματοδοτική μίσθωση παρέχει μια σειρά από πλεονεκτήματα, τα οποία είναι μεταξύ άλλων φορολογικά, ρευστότητας, ευελιξίας διαδικασιών, άριστου συνδυασμού με τα κίνητρα των αναπτυξιακών νόμων και τη χρήση αφορολόγητων αποθεματικών. Οι όροι με τους οποίους παρέχεται είναι παραπλήσιοι με αυτούς του τραπεζικού δανεισμού. Επιπρόσθετα, δεν απαιτείται ίδια συμμετοχή στην επένδυση, αλλά ούτε και παροχή εμπράγματων εξασφαλίσεων. Γι' αυτό και υπάρχει σαφής τάση όλο και περισσότερων εταιρειών να υιοθετούν την χρηματοδοτική μίσθωση, τόσο για την απόκτηση εξοπλισμού, όσο και επαγγελματικής στέγης.

3.3.1 Η ΕΝΝΟΙΑ.

Με τη χρηματοδοτική μίσθωση (leasing) η εταιρεία χρηματοδοτικής μίσθωσης αγοράζει συγκεκριμένο αγαθό – πράγμα ή ακίνητο -, με υπόδειξη του μελλοντικού μισθωτού και στη συνέχεια του το εκμισθώνει. Η νομική ιδιοκτησία του αγαθού παραμένει στην εταιρεία χρηματοδοτικής μίσθωσης. Το πάγιο στοιχείο όμως παραμένει στην κατοχή του μισθωτή, ο οποίος έχει το δικαίωμα χρησιμοποίησής του. Προκειμένου να διατηρήσει αυτό το δικαίωμα, ο τελευταίος καταβάλλει κανονικά όλα τα μισθώματα, διαφορετικά κινδυνεύει να κηρυχθεί σε πτώχευση. Επιπρόσθετα, βαρύνεται και με όλους τους κινδύνους και τα σχετικά έξοδα λειτουργίας, ασφάλισης, φθοράς, συντήρησης κλπ. του παγίου.

Συγκρινόμενη με τον τραπεζικό δανεισμό, η χρηματοδοτική μίσθωση αποδεικνύεται πιο συμφέρουσα όταν ισχύουν περιπτώσεις όπως οι παρακάτω:

- Υπάρχει σχετικά υψηλή φορολογία των επιχειρηματικών κερδών.
- Ο μισθωτής έχει κερδοφόρα πορεία κατά τη διάρκεια της μίσθωσης.
- Η μίσθωση ξεκινάει κοντά στο τέλος του οικονομικού έτους, οπότε υπάρχει θετική επίδραση στα οικονομικά αποτελέσματα της επιχείρησης.

- Σε πάγια στοιχεία στα οποία οι συντελεστές φυσικής (πραγματικής) και λογιστικής απόσβεσης διαφέρουν σημαντικά.
- Σε περιπτώσεις παγίων στοιχείων όπου η οριζόμενη διάρκεια της λογιστικής απόσβεσής τους είναι σημαντικά μεγαλύτερη από την διάρκεια μίσθωσης.
- Ο μισθωτής προκαταβάλει τα μισθώματα.

Η χρηματοδοτική μίσθωση εκτείνεται συνήθως σε δύο χρονικές περιόδους: α) την κύρια και β) την δευτερεύουσα περίοδο.

Η κύρια περίοδος, διαρκεί συνήθως όσο το 75% της διάρκειας της οικονομικής ζωής του πάγιου στοιχείου, χωρίς να αποκλείονται και εξαιρέσεις.

Έχει μια μέση διάρκεια γύρω στα 5 χρόνια, όμως έχουν σημειωθεί και περιπτώσεις που έφτασε και τα 20 χρόνια. Στην περίοδο αυτή, το μίσθωμα πληρώνεται σε μηνιαίες, τριμηνιαίες ή εξαμηνιαίες δόσεις. Αυτές είναι συνήθως προκαταβλητέες, αλλά μπορεί να είναι και ληξιπρόθεσμες. Στόχος του εκμισθωτή κατά τη διάρκεια της κύριας περιόδου είναι να καλυφθούν με την είσπραξη των μισθωμάτων, το κόστος του πάγιου στοιχείου, οι τόκοι, οι λοιπές δαπάνες και το κέρδος του.

Η δευτερεύουσα περίοδος εξαρτάται από την αρχική συμφωνία της χρηματοδοτικής μίσθωσης και αφορά στο δικαίωμα ή όχι του μισθωτή να αγοράσει το πάγιο στην υπολειμματική του αξία, στο τέλος της κύριας περιόδου.

Σε περίπτωση που δεν έχει δοθεί στον μισθωτή η δυνατότητα να αγοράσει το περιουσιακό αυτό στοιχείο στο τέλος της κύριας περιόδου της χρηματοδοτικής μίσθωσης, του δίνεται η ευκαιρία να συνεχίσει να το χρησιμοποιεί με σχεδόν ασήμαντο κόστος (2-4% ετησίως, του αρχικού κόστους κτήσεως του παγίου), πράγμα που σημαίνει ότι σχεδόν του ανήκει.

Τέλος, υπάρχει και η περίπτωση μίσθωσης-πώλησης, κατά την οποία ο μισθωτής έχει το δικαίωμα να αγοράσει το περιουσιακό στοιχείο στο τέλος της περιόδου μίσθωσης σε μια πολύ χαμηλή τιμή. Αυτή είναι προσυμφωνημένη και αναφέρεται ρητά στο συμβόλαιο χρηματοδοτικής μίσθωσης.

Είναι προφανές ότι η διαμόρφωση του ύψους του ετήσιου μισθώματος κατά την κύρια περίοδο, είναι σε άμεση συνάρτηση με την συμφωνία για την διαμόρφωση της δευτερεύουσας περιόδου.

3.3.2 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗΣ ΜΙΣΘΩΣΗΣ.

Κλασική χρηματοδοτική μίσθωση (Direct leasing).

Πρόκειται για την κλασική, απλή χρηματοδοτική μίσθωση, όπου η εταιρεία leasing αγοράζει το πάγιο στοιχείο και το εκμισθώνει στον πελάτη. Η επιλογή του εξοπλισμού γίνεται απολύτως ελεύθερα από τον πελάτη. Στην συναλλαγή εμπλέκεται άμεσα και ο πωλητής του εξοπλισμού, οπότε αυτή είναι τριμερής.

Πώληση-μίσθωση μηχανολογικού εξοπλισμού (sale and leaseback ή leaseback).

Στην περίπτωση αυτή, ο ίδιος ο μισθωτής πουλάει τον εξοπλισμό και στη συνέχεια ο αγοραστής του το εκμισθώνει. Εδώ, αντίθετα με τη κλασική χρηματοδοτική μίσθωση, ρευστοποιούνται ήδη πραγματοποιηθείσες επενδύσεις, παρά χρηματοδοτούνται νέες.

Η τεχνική αυτή τείνει να περιορίζεται με την πάροδο του χρόνου διότι παρουσιάζει μειονεκτήματα όπως:

- Δεν είναι γνωστή και είναι πολύ δύσκολο να προσδιοριστεί επακριβώς η πραγματική αξία του εξοπλισμού.
- Στις περισσότερες περιπτώσεις ο εξοπλισμός έχει απαξιωθεί τεχνολογικά.
- Υπάρχει κίνδυνος να υπάρχουν απαιτήσεις τρίτων κατά του εξοπλισμού.

Οι εταιρείες leasing προκειμένου να διασφαλιστούν, εξετάζουν με ιδιαίτερη βαρύτητα την φερεγγυότητα του υποψήφιου – πελάτη, αλλά και την αρτιότητα, την άριστη κατάσταση, τη σχετικά σύγχρονη τεχνολογία και τη λειτουργική αυτοτέλεια του μηχανολογικού εξοπλισμού.

Τα ανωτέρω θα μπορούσαν να ικανοποιηθούν στις περιπτώσεις των μηχανημάτων έργων όπως τα εκσκαπτικά μηχανήματα, τα μηχανήματα οδοποιίας και τα ανάλογα οχήματα, για τα οποία υπάρχει καλή δευτερογενής αγορά, ενώ παράλληλα αυτά αποτιμώνται σχετικά εύκολα, άρα περιορίζεται ο κίνδυνος από μια τέτοια σύμβαση. Αντίθετα, αποφεύγονται από τις εταιρείες leasing οι κατηγορίες μηχανημάτων όπως οι Η/Υ, λόγω της γρήγορης τεχνολογικής τους απαξίωσης. Επίσης αποφεύγονται τα αγροτικά μηχανήματα, ενώ εξετάζονται κατά περίπτωση τα μηχανήματα που χρησιμοποιούνται από την κλωστοϋφαντουργία, τις εκδόσεις, τις κατασκευές εργαλείων, την κεραμοποιία, τα είδη υγιεινής και πλακιδίων κ.ά.

Ο κίνδυνος μη εκποίησης του μισθώματος και η φερεγγυότητα του πελάτη καθορίζουν το επιτόκιο της χρηματοδοτικής μίσθωσης και το ύψος του μισθώματος. Συνήθως αυτό είναι αρκετά υψηλό και γι' αυτό ο μηχανισμός sale and lease back θα πρέπει να χρησιμοποιείται από τις επιχειρήσεις με μεγάλη σύνεση, όταν σκοπεύουν να αντιμετωπίσουν πρόσκαιρες ταμειακές δυσκολίες.

Ο ποιο ενδεδειγμένος λόγος για την χρήση αυτού του εργαλείου, είναι η αναδιάρθρωση της κεφαλαιακής δομής της επιχείρησης, με στόχο τον ορθολογισμό της κατανομής των πηγών χρηματοδότησης των ενεργητικών της στοιχείων. Έτσι, αν κάποια πάγια περιουσιακά στοιχεία της εταιρείας χρηματοδοτούνται από βραχυπρόθεσμα κεφάλαια, τότε αυτά μπορούν να εξοφληθούν από την πώληση και επαναμίσθωση του εξοπλισμού και να μετατραπεί έτσι η χρηματοδότησή τους σε μεσοπρόθεσμη.

Χρηματοδοτική μίσθωση ακινήτων (real estate lease).

Η εταιρεία χρηματοδοτικής μίσθωσης αγοράζει ή κατασκευάζει, για λογαριασμό του μισθωτή, ακίνητο το οποίο του εκμισθώνει για συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Όταν λήξει η περίοδος μίσθωσης, ο μισθωτής έχει τη δυνατότητα να το αγοράσει σε μια προκαθορισμένη ή καθορισμένη βάσει ορισμένης διαδικασίας - αξία. Σε όλη τη διάρκεια της σύμβασης, ο μισθωτής βαρύνεται με όλα τα έξοδα συντήρησης, φόρους, τέλη, κλπ. Συνήθως η διάρκεια μίσθωσης είναι από 10-25 χρόνια, ενώ σε κάποιες περιπτώσεις μπορεί να φθάσει και τα 30 χρόνια. Συνήθως, από την σύμβαση χρηματοδοτικής μίσθωσης προβλέπεται αναπροσαρμογή του μίσθιου με βάση έναν ορισμένο δείκτη. Ο μισθωτής μπορεί να είναι και ιδιοκτήτης του οικοπέδου πάνω στο οποίο, η εταιρεία χρηματοδοτικής μίσθωσης κατασκευάζει το ακίνητο.

Η μορφή αυτή της χρηματοδοτικής μίσθωσης παρουσιάζει κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, τα κυριότερα εκ των οποίων είναι:

- Ο μισθωτής αναλαμβάνει υψηλό επίπεδο κινδύνου, δεδομένου ότι στην περίπτωση αυτή μισθώνεται ακίνητο και όχι μηχανολογικός εξοπλισμός ο οποίος μπορεί να μετακινηθεί και να μεταπωληθεί σε άλλη τοποθεσία.
- Η μεγάλη σχετικά αξία των ακινήτων γενικά, έχει σαν αποτέλεσμα την πολύ μεγάλη διάρκεια μίσθωσης.
- Η μεγάλη διάρκεια μίσθωσης προκαλεί κινδύνους σημαντικής αρνητικής μεταβολής της αξίας του ακινήτου. Υπάρχει επίσης το ενδεχόμενο να προκύψει υψηλή υπολειμματική αξία του ακινήτου, πράγμα που δεν είναι εύκολο να προσδιοριστεί από πριν.

Παρόμοια μέθοδος χρηματοδοτικής μίσθωσης ακινήτου είναι η ίδρυση εταιρείας μεταξύ της εταιρείας χρηματοδοτικής μίσθωσης και του μισθωτή. Η εταιρεία leasing, που διατηρεί την πλειοψηφία μετοχών στη νέα εταιρεία, αποκτά το ακίνητο. Το ακίνητο μισθώνεται στο χρήστη για συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Στο τέλος της περιόδου μίσθωσης, ο τελευταίος αγοράζει τις μετοχές από την εταιρεία της χρηματοδοτικής μίσθωσης βάσει προκαθορισμένου τιμήματος.

Συμμετοχική χρηματοδοτική μίσθωση (leveraged leases).

Η τεχνική αυτή χρησιμοποιείται σε συνδυασμό με τη χρηματοδοτική μίσθωση, προκειμένου να αποκτηθούν πάγια στοιχεία πολύ μεγάλης αξίας.

Ονομάζεται «συμμετοχική», γιατί εκτός από τον προμηθευτή, τον μισθωτή και τον εκμισθωτή, κύριο ρόλο παίζει και κάποιος μακροπρόθεσμος δανειστής.

Ο εκμισθωτής αγοράζει και εδώ, το πάγιο στοιχείο από τον προμηθευτή και το εκμισθώνει στον μισθωτή. Το κόστος της αγοράς καλύπτεται κατά ένα ποσοστό 30-50% από κεφάλαιο του εκμισθωτή ενώ το υπόλοιπο ποσό με μακροπρόθεσμο δανεισμό. Το επιτόπιο δανεισμού εξαρτάται άμεσα από την δανειοληπτική ικανότητα του μισθωτή. Σε τέτοιου είδους δανεισμό προχωρούν μεγάλα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα όπως τράπεζες, ασφαλιστικές εταιρείες, ασφαλιστικά ταμεία και άλλοι οργανισμοί που διαθέτουν σημαντικά διαθέσιμα για μακροπρόθεσμη τοποθέτηση.

Η εταιρεία χρηματοδοτικής μίσθωσης είναι προστατευμένη από τυχόν απαιτήσεις των μακροπρόθεσμων δανειστών της, οι οποίοι ικανοποιούνται αποκλειστικά από τα μισθώματα που καταβάλει ο μισθωτής. Αν ο μισθωτής αποδειχθεί αφερέγγυος, αυτό δεν έχει επίπτωση στον εκμισθωτή. Σ' αυτή την περίπτωση, εκποιείται το πάγιο στοιχείο, στο οποίο ο δανειστής έχει πλήρη υποθήκη ή ενέχυρο.

Σε κανονικές συνθήκες, ο εκμισθωτής εισπράττει τα μισθώματα και επωφελείται από όλες τις φορολογικές ωφέλειες από τις αποσβέσεις του περιουσιακού στοιχείου που έχει στην ιδιοκτησία του. Παράλληλα, τμήμα του μισθώματος καταβάλλεται στον δανειστή, για εξυπηρέτηση του δανείου. Αν ο εκμισθωτής αθετήσει τις υποχρεώσεις του προς τον δανειστή, τότε ο τελευταίος εισπράττει απ' ευθείας όλα τα μισθώματα.

Η μέθοδος αυτή ενδείκνυται σε κλάδους που είναι «εντάσεως κεφαλαίου» και οι οποίοι παράλληλα παρουσιάζουν χαμηλή αποδοτικότητα σε σχέση με τους άλλους

βιομηχανικούς κλάδους (π.χ. σιδηρόδρομοι, αεροπορικές εταιρείες κλπ). Με αυτό τον τρόπο είναι δυνατόν να πετύχουν ολική χρηματοδότηση των παγίων στοιχείων τους και μάλιστα με σταθερό επιτόκιο και κατά συνέπεια χαμηλότερο κόστος από αυτό του κλασικού μεσομακροπρόθεσμου δανεισμού.

Vendor Leasing.

Σε αυτή την κατηγορία χρηματοδοτικής μίσθωσης ενεργό ρόλο έχει ο προμηθευτής. Παρέχει στους πελάτες του συμβουλές για την πλέον κατάλληλη και συμφέρουσα εταιρεία leasing. Οι συμβουλές μπορεί να περιορίζονται σε απλή σύσταση της εταιρείας χρηματοδοτικής μίσθωσης και να φθάνουν μέχρι και την εγγύηση επαναγοράς του εξοπλισμού από τον προμηθευτή. Έτσι ουσιαστικά επιτυγχάνεται ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για τον προμηθευτή, ο οποίος προσφέρει στους πελάτες του κάτι παραπάνω από το ίδιο το προϊόν.

Πρόκειται, για ένα πολύ ισχυρό εργαλείο που έχουν στη διάθεσή τους οι διευθύνσεις Marketing των επιχειρήσεων παραγωγής και εμπορίας εξοπλισμού, για την αύξηση των πωλήσεων. Χρηματοδοτούνται έτσι επενδύσεις σε εξοπλισμό εκτεταμένης χρήσης και σχετικώς μικρής αξίας ανά μονάδα προϊόντος, όπως Η/Υ, αυτοματισμοί γραφείου, ιατρικά μηχανήματα, αυτοκίνητα, μηχανολογικός εξοπλισμός, κ.λπ..

Ο πελάτης μαζί με την αγορά του εξοπλισμού καρπώνεται και τις συμβουλευτικές υπηρεσίες του προμηθευτή, ενώ παράλληλα απολαμβάνει και τα υπόλοιπα πλεονεκτήματα του leasing. Χωρίς να δεσμεύσει καθόλου ρευστά διαθέσιμα, μπορεί να κάνει άμεση χρήση του εξοπλισμού, καταβάλλοντας ένα και μόνο μίσθωμα. Παράλληλα, απολαμβάνει σχετική προστασία από ενδεχόμενη γρήγορη τεχνολογική απαξίωσή του, αφού δεν θα απομείνει με ένα απαξιωμένο αλλά όχι αποσβεσμένο μηχάνημα. Τέλος, τα μισθώματα εκπίπτουν από το φορολογητέο εισόδημα και κατά συνέπεια οδηγούν στην μείωση των φόρων.

Ο προμηθευτής επιτυγχάνει πωλήσεις τοις μετρητοίς και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αύξηση του μεριδίου του στην αγορά. Επιπρόσθετα, απαλλάσσεται από το κόστος χρηματοδότησης των πελατών του, αφού δεν χρειάζεται να παίζει το ρόλο του τραπεζίτη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ Η ΣΥΜΒΑΣΗ FACTORING (ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ).

4.1 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ FACTORING.

Factoring είναι η υπηρεσία της πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων. Πρόκειται για ένα εναλλακτικό και συμπληρωματικό χρηματοδοτικό εργαλείο. Η χρηματοδότηση πραγματοποιείται με άμεση πώληση των απαιτήσεων της επιχείρησης κατά των πελατών της, με αγοραστή κάποιο χρηματοπιστωτικό ίδρυμα, το οποίο αποκτά και την κυριότητα αυτών. Το factoring μπορεί να προσυμφωνηθεί να γίνει χωρίς αναγωγή (without recourse), οπότε ο αγοραστής δεν έχει δικαίωμα να ζητήσει από τον πωλητή την πληρωμή ή την αντικατάσταση εκείνων των τιμολογίων που δεν εξοφλήθηκαν. Αντίθετα, έχει αυτό το δικαίωμα όταν υπάρχει ο όρος με αναγωγή (with recourse). Ο αγοραστής έχει το δικαίωμα επιλεκτικής αγοράς των λογαριασμών πελατών του πωλητή.

Το factoring είναι ένας σχετικά πρόσφατος οικονομικός και νομικός θεσμός. Αποτελεί δέσμη χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, οι οποίες καλύπτουν ανάγκες επιχειρήσεων που πωλούν προϊόντα ή παρέχουν υπηρεσίες με πίστωση σε πελάτες με επαναληπτική - αγοραστική συμπεριφορά. Η ελληνική μετάφραση της λέξης factoring αποδίδεται ως «ανάληψη απαιτήσεων τρίτων» ή «διενέργεια πράξεων αναδόχου είσπραξης εμπορευματικών απαιτήσεων» ή το γνωστότερο «σύμβαση πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων».

Με την εφαρμογή του factoring, οι επιχειρήσεις εκχωρούν - πωλούν την ευθύνη είσπραξης των επιχειρηματικών απαιτήσεων (τιμολόγια - επιταγές - συναλλαγματικές - απαιτήσεις από πιστωτικές κάρτες κ.λπ.) στον προμηθευτή-factor, δηλαδή σε μια εταιρεία Factoring.

Ο factor αναλαμβάνει την υποχρέωση να αξιολογεί την φερεγγυότητα των οφειλετών, να προστατεύει έναντι του πιστωτικού κινδύνου, να παρέχει εγγυήσεις, να παρακολουθεί την λογιστική διαχείριση και βραχυπρόθεσμη χρηματοδότηση μέσω της προεξόφλησης των εκχωρουμένων απαιτήσεων. Ο αναπτυξιακού χαρακτήρα θεσμός του factoring, συμβάλει στην ενίσχυση των μικρομεσαίων και μεταποιητικών επιχειρήσεων και επιτρέπει την ορθολογικότερη διοίκηση τους, τη χρηματοδότησή τους, την ασφάλιση των απαιτήσεων του προμηθευτή, την ενίσχυση της θέσης της επιχείρησης στην αγορά.

Με τη εφαρμογή του factoring ο βαθμός ρευστότητας της επιχείρησης αυξάνει με αποτέλεσμα η επιχείρηση να είναι ακόμη πιο ανταγωνιστική. Το factoring αποτελεί δέσμη χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, οι οποίες καλύπτουν ανάγκες επιχειρήσεων που πωλούν προϊόντα και παρέχουν υπηρεσίες με βραχυπρόθεσμη πίστωση σε πελάτες με επαναληπτική αγοραστική συμπεριφορά. Πρόκειται για τριμερή συνεργασία μεταξύ ενός προμηθευτή, των πελατών του και μιας εταιρίας factoring, η οποία αναλαμβάνει τη διαχείριση, λογιστική παρακολούθηση και είσπραξη των εκδιδόμενων από τον προμηθευτή τιμολογίων πώλησης, με παράλληλη χορήγηση προκαταβολών επί της αξίας τους. Επίσης η εταιρία factoring αναλαμβάνει υπό προϋποθέσεις την κάλυψη του πιστωτικού κινδύνου του προμηθευτή. Υπηρεσίες factoring παρέχουν εξειδικευμένες εταιρίες ή τμήματα τραπεζών.

4.2 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ.

Σύμφωνα με πολλούς Έλληνες και ξένους συγγραφείς οι πρώτες μορφές πρακτορείας εμφανίστηκαν κατά τον 15^ο και 16^ο αιώνα.

Οι πρώτες επιχειρήσεις που ασχολούνταν με την πρακτορεία δημιουργήθηκαν από τους «del credere» που ήταν συνεργάτες των Άγγλων εξαγωγέων στις παλιές αμερικανικές αποικίες, στις οποίες εγκατέλειψαν τις προσπάθειες είσπραξης των απαιτήσεων από τις πωλήσεις τους.

Έτσι, άρχισαν να προσφέρουν εγγυήσεις στις υποχρεώσεις των Αμερικανών πελατών τους και επιπλέον προέβαιναν και στην εξόφληση προς τους προμηθευτές, οι οποίοι διέθεταν σε αυτούς τα προς είσπραξη τιμολόγια των πελατών τους. Στη σημερινή της μορφή η πρακτορεία εμφανίστηκε για πρώτη φορά στις ΗΠΑ κατά το τέλος του 19^{ου} αιώνα.

Αυτό συνέβηκε γιατί ισχυροποιήθηκαν οι βιομήχανοι εξαιτίας της παρατηρηθείσης βιομηχανικής και οικονομικής ανάπτυξης των ΗΠΑ με αποτέλεσμα να μην χρειάζονται πλέον τις υπηρεσίες των πρακτόρων και να πραγματοποιούν οι ίδιοι τις δραστηριότητες αυτές. Οι πράκτορες τότε για να μπορέσουν να επιβιώσουν αναγκάστηκαν να προσφέρουν νέες υπηρεσίες που δεν συνέφερε στους βιομηχάνους να τις ασκούν μόνοι τους. Με τον τρόπο αυτό δημιουργήθηκε η σύγχρονη πρακτορεία.

Στις ΗΠΑ ενώ δεν υπήρξε στην αρχή ειδικό νομοθετικό πλαίσιο για την πρακτορεία, ήδη από τη δεκαετία του 1940 έχει δημιουργηθεί ειδικός νόμος ο οποίος και εφαρμόζεται στις περισσότερες πολιτείες. Σήμερα στη χώρα αυτή υπάρχουν πάνω από 15 μεγάλες επιχειρήσεις που ασχολούνται με δραστηριότητες πρακτορείας, οι οποίες μάλιστα πραγματοποιούν κάθε χρόνο κύκλο εργασιών πολλών δισεκατομμυρίων δολαρίων. Συγκεκριμένα ενώ ο κύκλος εργασιών των εταιρειών πρακτορείας στις ΗΠΑ το 1994 ανήρχετο περίπου 53 δις δολάρια, το 1998 έφθασε τα 75,5 δις δολάρια. Μετά τη διακήρυξη ανεξαρτησίας τους, οι Αμερικανοί επέβαλαν ένα δασμολόγιο στις ευρωπαϊκές εισαγωγές για να τονώσουν την εθνική τους βιομηχανία. Κάτω από το καθεστώς αυτό οι πράκτορες βρήκαν μια ήδη διαμορφωμένη ζήτηση για τις υπηρεσίες τους. Η πρακτορεία στη χώρα αυτή έχει αναπτυχθεί εξαιρετικά και οφείλεται κατά ένα μεγάλο μέρος στη συμμετοχή τραπεζών. Πράγματι οι τράπεζες έχουν έντονη συμμετοχή στη λειτουργία της πρακτορείας από τα μέσα της δεκαετίας του 1960, όταν η αρμόδια υπηρεσία της Κεντρικής Τράπεζας καθόρισε ότι η πρακτορεία αποτελούσε μια νόμιμη τραπεζική δραστηριότητα.

Η ανάπτυξη της πρακτορείας στην Αμερική και ιδιαίτερα στην αρχή στις υφαντουργίες, συνέβαλε στη διαμόρφωση τμημάτων πιστώσεων στους πράκτορες. Το τμήμα των πιστώσεων βασικά χωρίστηκε σε δύο τομείς, του χονδρικού εμπορίου που αναφέρεται στις πιστώσεις σε βιομηχανίες, και του λιανικού εμπορίου που αναφέρεται στις πιστώσεις σε πολυκαταστήματα, σε αλυσίδες καταστημάτων και σε μεμονωμένα καταστήματα. Πολλές τράπεζες έχουν διεισδύσει στην αγορά της εμπορικής πρακτορείας και καλύπτουν πάνω από το μισό του συνολικού όγκου της πρακτορείας στις ΗΠΑ. Ενδεικτικά ο κύκλος εργασιών της πρακτορείας παγκοσμίως για το 1998 έφθασε τα 630 δις δολάρια ΗΠΑ σε σύγκριση με το 1984 που ήταν μόλις 70 δις δολάρια. Εξάλλου παγκοσμίως το 1998 λειτουργούσαν περισσότερες από 700 εταιρείες πρακτορείας των οποίων οι εργασίες κατά το 94% αφορούσαν την εγχώρια πρακτορεία και μόνο κατά 6% τη διεθνή πρακτορεία.

Οι πρώτες αμερικανικές τράπεζες που ασχολήθηκαν στη δεκαετία του 1960 με την πρακτορεία ήταν η Bank of America, η First National Bank of Boston και η First Pennsylvania Banking η οποία με την Trust Company εγκατέστησαν τη δική τους μονάδα πρακτορείας ενώ ακολούθησαν πολλές άλλες. Στην Ευρώπη και συγκεκριμένα πρώτα στις Σκανδιναβικές χώρες και κατόπιν στη Μεγάλη Βρετανία, η πρακτορεία με τη σύγχρονη μορφή της πρωτοεμφανίστηκε στην ίδια περίπου περίοδο, δηλαδή γύρω στο 1960 και έγινε γνωστή σαν μια χρηματοοικονομική υπηρεσία για τις επιχειρήσεις που δεν ήταν σε θέση να αποκτήσουν χρηματοοικονομικές διευκολύνσεις από τις τράπεζές τους. Ενδεικτικά στη Μεγάλη Βρετανία πραγματοποιήθηκαν το 1978 εργασίες 1.335 εκατ. λιρών, εμφανίζοντας μάλιστα μια αύξηση 38% από την προηγούμενη χρονιά.

Εξάλλου το Association of British Factors ανέφερε ότι ο αριθμός των επιχειρήσεων που χρησιμοποίησαν το 1978 την πρακτορεία ήταν 30% μεγαλύτερος σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά και ότι παρατηρήθηκε η μεγαλύτερη αύξηση από τότε που εφαρμόστηκε η πρακτορεία στη Μεγάλη Βρετανία. Η αύξηση της ζήτησης των υπηρεσιών της πρακτορείας τα επόμενα χρόνια ήταν το ίδιο σημαντική με αποτέλεσμα σήμερα η

Μεγάλη Βρετανία να αποτελεί την μεγαλύτερη παγκόσμια αγορά πρακτορείας, με κύκλο εργασιών περίπου 99 δις δολάρια, ενώ στη δεύτερη θέση βρίσκεται η Ιταλία με κύκλο εργασιών περίπου 89 δις δολάρια εξαιτίας κυρίως των θυγατρικών εταιρειών factoring που ίδρυσαν τα μεγάλα βιομηχανικά συγκροτήματα της Fiat,^ Pirelli, της Benetton κλπ. Στη Δυτική Γερμανία η πρακτορεία εμφανίσθηκε το 1958 από τη Mittelrheinische Kreditbank Dr.Horbach&Co Mainz. Σήμερα υπάρχουν στη Γερμανία περισσότερες από δέκα επιχειρήσεις που ασχολούνται με την πρακτορεία.

Η έννοια της πρακτορείας ήταν σχεδόν άγνωστη στην ελληνική πραγματικότητα μέχρι την προηγούμενη δεκαετία αν και ήταν γνωστές στη νομοθεσία μας οι έννοιες της εκχώρησης και της αναδοχής χρέους. Σύμφωνα με την ισχύουσα στην Ελλάδα νομοθεσία οι εργασίες πρακτορείας μπορούν να διεκπεραιωθούν μόνο από τράπεζες που λειτουργούν νόμιμα στην Ελλάδα και ανώνυμες εταιρείες που έχουν σαν αποκλειστικό σκοπό τους την πρακτορεία και ελάχιστο μετοχικό κεφάλαιο το μισό που απαιτείται για τη σύσταση τράπεζας.

Οι μετοχές των εταιρειών αυτών είναι ονομαστικές και η λειτουργία τους υπόκειται στον έλεγχο της Τράπεζας της Ελλάδος. Οι εταιρείες πρακτορείας μπορούν να διενεργήσουν τόσο εγχώρια όσο και διεθνή πρακτορεία. Οι συμβάσεις πρακτορείας καταρτίζονται εγγράφως και είναι δυνατόν να αφορούν και απαιτήσεις που δεν πραγματοποιήθηκαν κατά το χρόνο σύναψής τους. Εξ άλλου τα συνολικά έσοδα των εταιριών πρακτορείας υπάγονται στο καθεστώς του ΦΠΑ και οι συμβάσεις πρακτορείας δεν υπάγονται σε ειδικό φόρο τραπεζικών εργασιών έστω και αν πραγματοποιούνται από τράπεζες, στοιχείο που ακόμη αποδεικνύει ότι η πρακτορεία δεν αποτελεί τραπεζική εργασία. Ακόμη και οι εταιρείες πρακτορείας δεν επιτρέπεται να προεξοφλούν σε ένα συγκεκριμένο προμηθευτή απαιτήσεις που υπερβαίνουν το 25% των ιδίων κεφαλαίου της εταιρείας.

Η πρακτορεία ξεκίνησε αρχικά από τις υφαντουργικές βιομηχανίες ως αποτέλεσμα της μεγάλης πιστωτικής περιόδου που ζητείτο από τους αγοραστές των υφαντουργικών προϊόντων. Η εποχιακή φύση των πωλήσεων των ενδυμάτων και των άλλων υφαντουργικών προϊόντων απαιτεί αντίστοιχες βιομηχανίες να παράγουν σε μεγάλες ποσότητες πολύ πριν από την περίοδο των πωλήσεων. Έτσι οι παραγωγοί υφαντουργικών προϊόντων στέλνουν συνήθως τα εμπορεύματα στους αγοραστές τους μόλις τα παράγουν, αλλά δεν απαιτούν πληρωμή πριν αρχίσει η περίοδος των πωλήσεων τους. Με τον τρόπο αυτό κρατάνε υψηλά επίπεδα απαιτήσεων και προσφεύγουν στον πράκτορα ώστε να λάβουν το απαιτούμενο κεφάλαιο κίνησης.

Αν και οι περισσότεροι από τους λογαριασμούς απαιτήσεων που αγοράζουν οι ελληνικές επιχειρήσεις πρακτορείας είναι από υφαντουργικές επιχειρήσεις, τα τελευταία χρόνια την πρακτορεία των απαιτήσεων εκμεταλλεύεται μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων, όπως είναι π.χ. οι επιχειρήσεις εμπορίας μετάλλων, επίπλων γραφείου, χάρτου κ.τ.λ.

4.3 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ FACTORING ΚΑΙ ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥΣ.

Κατηγορίες factoring έχουν δημιουργηθεί πολλές και από την έως τώρα πρακτική εφαρμογή φαίνεται ότι ορισμένοι factors ειδικεύονται σε μερικές από τις κατηγορίες αυτές, που αντιστοιχούν σε περιπτώσεις επιχειρήσεων εξειδικευμένου επίσης αντικειμένου δράσεως.

4.3.1 ΠΛΗΡΕΣ FACTORING

Όπως και ο όρος υποδηλώνει, πρόκειται περί συμβάσεως, με την οποία εξασφαλίζεται το εξής σύνολο υπηρεσιών από τον factor προς τον προμηθευτή:

- α. Προεξόφληση τιμολογίων
- β. Προστασία έναντι επισφαλών ή ανεπίδεκτων εισπράξεως απαιτήσεων άνευ αναγωγής
- γ. Διαχείριση των λογαριασμών πελατείας και φυσικά των χορηγούμενων πιστώσεων από μέρος του προμηθευτή προς τους πελάτες του.
- δ. Διαχείριση του βιβλίου πελατείας ή αναλυτικού καθολικού πωλήσεων.

ΠΩΣ ΔΙΕΝΕΡΓΕΙΤΑΙ

Ο factor αγοράζει τα μεταβιβαζόμενα τιμολόγια, τα οποία αντιστοιχούν σε πωλήσεις τις οποίες διενεργεί ο προμηθευτής και με τα οποία αποδεικνύει την πώληση των προϊόντων του προς τους πελάτες του. Μετά την υπογραφή της σχετικής συμβάσεως factoring, καθορίζεται μία σταθερή ημέρα κάθε εβδομάδος κατά την οποία ο προμηθευτής παραδίδει φωτοαντιγραφημένα τιμολόγια ή αντίγραφα καρμπόν προς τον factor. Ο τελευταίος μέσα σε λίγα λεπτά της ώρας τροφοδοτεί με το περιεχόμενο των τιμολογίων, τον Η/Υ, ο οποίος προγραμματισμένος για καθέναν από τους προμηθευτές και τους πελάτες, επεξεργάζεται τα δεδομένα και μεταβιβάζει το κατάλληλο ποσό από τηρούμενο λογαριασμό της τραπέζης του factor προς τον τηρούμενο λογαριασμό τραπέζης του προμηθευτή. Καταβάλλει το προκαθορισμένο ποσοστό π.χ. 80% και το υπόλοιπο εκκαθαρίζεται ανά τακτικά χρονικά διαστήματα ή κατά ιδιαίτερες συμφωνίες.

Στην περίπτωση του πλήρους factoring ο factor έχει τις εξής υποχρεώσεις έναντι του αντισυμβαλλόμενου προμηθευτή:

- α. Να διαχειρίζεται τους επί πιστώσει λογαριασμούς του προμηθευτή, που αντιστοιχούν στις πωλήσεις που πραγματοποιεί προς τους πελάτες του και να δίνει ενημερωμένες πληροφορίες προς τους managers της επιχειρήσεως.
- β. Να καταρτίζει καταστάσεις συνεχούς ροής και να επιμελείται των εισπράξεων των απαιτήσεων του προμηθευτή έναντι των πελατών του, που τώρα με τη σύμβαση factoring είναι υπόθεση του factor. Αυτό σημαίνει, ότι ο προμηθευτής θα εισπράξει οπωσδήποτε την αξία των εκδοθέντων τιμολογίων, αφού ο factor ανέλαβε άνευ αναγωγής την εισπραξη αυτή.
- γ. Να παρέχει προστασία στον προμηθευτή, έναντι τυχόν επισφαλών ή ανεπίδεκτων εισπράξεως απαιτήσεων και αυτός είναι ο λόγος που ο factor πριν αποδεχθεί ένα προμηθευτή και τους πελάτες του διενεργεί διεξοδικό έλεγχο και των δύο.
- δ. Να προεξοφλεί την αξία των μεταβιβαζόμενων τιμολογίων του προμηθευτή.

ΠΟΙΟ ΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΤΟΥ FACTORING

A. Δια τις παρερχόμενες υπηρεσίες συμπεριλαμβανομένης και της προστασίας έναντι των επισφαλών κ.λπ. απαιτήσεων, υπολογίζεται ποσοστό 0.5%-2.5% επί του αθροίσματος των αξιών των μεταβιβαζόμενων τιμολογίων, αυτών των πελατών του προμηθευτή, τους οποίους ο factor δέχεται να αναλάβει.

ΠΟΙΟΣ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙ ΤΟ ΠΛΗΡΕΣ FACTORING

- α. Βιομήχανοι ηλεκτρικών συσκευών, ηλεκτρομηχανών, μηχανημάτων γενικής φύσεως (π.χ. δρέπανα), είδη πλαστικών, υ φασμάτων και χαλιών, έτοιμων ενδυμάτων και υποδημάτων, εντύπων και εκδόσεων.
- β. Χονδρέμποροι χάλυβος, ξυλείας, επίπλων.
- γ. Διαφημιστικές επιχειρήσεις.

ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ

Για να ασχοληθεί ένας factor με έναν προμηθευτή, ο οποίος ζητά τις υπηρεσίες του πρώτου, έχουν καθιερωθεί τα σχετικά κριτήρια διαφορετικά από factor σε factor και από χώρα σε χώρα.

Πάντως μεταξύ των παραδεκτών κριτηρίων είναι και τα εξής: α. Ελάχιστο ύψος ετήσιων πωλήσεων για παλιές επιχειρήσεις. β. Κατάλληλη σύνθεση του ιδίου κεφαλαίου της επιχείρησης του προμηθευτή. γ. Στοιχεία που να πείθουν για τον κερδοφόρο χαρακτήρα της επιχείρησης.

4.3.2 FACTORING ΠΡΟΕΞΟΦΛΗΣΗΣ ΤΙΜΟΛΟΓΙΩΝ

Όπως και ο όρος δηλώνει πρόκειται περί συμβάσεως, σκοπός της οποίας είναι μόνο η προεξόφληση των τιμολογίων που εκδίδει ο προμηθευτής χωρίς άλλη τυχόν υπηρεσία.

ΠΩΣ ΔΙΕΝΕΡΓΕΙΤΑΙ

Ο προμηθευτής διατηρεί στην περίπτωση αυτή το δικαίωμα να προεξοφλήσει είτε μέρος των αξιών των μεταβιβαζόμενων τιμολογίων εκδόσεως του προμηθευτή, είτε όλο το άθροισμα των απαιτήσεων του τελευταίου. Συνήθως δίνει το 80% και τακτοποιείται το υπόλοιπο στο τέλος του κάθε μήνα για κάθε πακέτο τιμολογίων. Στην περίπτωση αυτή ο προμηθευτής έχει τον έλεγχο της είσπραξης των απαιτήσεων και ο factor διατηρεί το δικαίωμα της πλήρους εξοφλήσεως των απαιτήσεων του έναντι του προμηθευτή.

ΠΟΙΟΙ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝ ΤΟ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΟ FACTORING

α. Πάντοτε για το εγχώριο εμπόριο.

β. Επιχειρήσεις εποχιακού χαρακτήρα, που το χρησιμοποιούν όταν έχουν μόνο ανάγκη π.χ. βιοτεχνίες παιχνιδιών ή εποχιακών ενδυμάτων.

ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ

α. Ενδείξεις επιτυχούς και κερδοφόρου αναπτύξεως των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων.

β. Αξιόλογη σύνθεση ιδίων κεφαλαίων.

γ. Ικανοποιητική τήρηση του βιβλίου πελατείας. Στην περίπτωση κατά την οποία ο factor κρίνει ότι η τήρηση του βιβλίου πελατείας του προμηθευτή δεν είναι ικανοποιητική, τότε θέτει ως όρο της συμβάσεως factoring και την ανάληψη λειτουργίας αυτής.

δ. Επιχείρηση η οποία χρειάζεται κεφάλαια πρόσθετα για ανάπτυξη.

4.3.3 FACTORING ΠΡΑΚΤΟΡΕΥΣΕΩΣ

Το factoring της κατηγορίας αυτής παρέχει έναν συνδυασμό παροχής ορισμένων υπηρεσιών, τις οποίες επιθυμεί ο προμηθευτής και οι οποίες καθορίζονται από τη σχετική σύμβαση, ως και από παροχή χρηματοδότησης.

ΠΩΣ ΔΙΕΝΕΡΓΕΙΤΑΙ

Κατά τη συνηθισμένη διαδικασία, της οποίας η περιγραφή δόθηκε στις προηγούμενες περιπτώσεις.

ΠΟΙΟΙ ΤΟ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝ

α. Επιχειρήσεις ειδών διανεμητικού εμπορίου, όπως ανταλλακτικά αυτοκινήτων, βιομηχανίες απορρυπαντικών, χονδρέμποροι. β. Επιχειρήσεις, που χαρακτηρίζονται από το γεγονός, ότι οι πελάτες είναι πολλοί, αλλά η αξία των τιμολογίων ανά πελάτη είναι μικρή.

ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ

α. Συστηματική και ακριβής τήρηση του βιβλίου πελατείας. β. Χρηματοοικονομικές προϋποθέσεις, ως αυτές που αναπτύχθηκαν στις προηγούμενες περιπτώσεις.
γ. Ετήσιος κύκλος εργασιών κατά όρια που έκαστος factor νομίζει ότι πρέπει να καθορίσει.

ΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΤΟΥ

α. Επιβαρύνσεις για υπηρεσίες: αναλόγως από 0,5%-1,2% επί του ύψους των μεταβιβαζόμενων τιμολογίων.
β. Για τη χρηματοδότηση περίπου 11%-13%.

4.3.4 FACTORING ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Πρόκειται για factoring τιμολογίων προερχομένων από εξαγωγικές δραστηριότητες και παρέχει τις εξής υπηρεσίες προς τον εξαγωγέα, πλέον της προεξοφλήσεως τιμολογίων:

α. Χρηματοδότηση εις επιχώριο νόμισμα ή σε ξένα συναλλάγματα στα οποία έχει εκδοθεί το τιμολόγιο.
β. Προστασία έναντι επισφαλών απαιτήσεων 100%.
γ. Διαχείριση πιστοδοτικών λειτουργιών, που συνδέονται με τήρηση διατάξεων τόσο στη χώρα του εισαγωγέα, όσο και στη χώρα του εξαγωγέα και μάλιστα στη γλώσσα του εισαγωγέα. δ. Τήρηση του βιβλίου πελατείας.

ΠΩΣ ΔΙΕΝΕΡΓΕΙΤΑΙ

Ο factor λειτουργεί συχνά ένα τμήμα εξαγωγικού factoring μέσω ενός δικτύου διεθνών πρακτορεύσεων, το οποίο δημιουργεί σε χώρες που εξάγουν προϊόντα όπου εξυπηρετούν τους εξαγωγείς. Σε προηγμένες χώρες οι factors συνδέονται με δορυφορικά συστήματα επικοινωνίας, οπότε έχουν στη διάθεσή τους άμεσες και ακριβείς πληροφορίες σε ότι αφορά το σύστημα εξαγωγών, οπότε κρίνουν ποια τιμολόγια των εισαγωγέων είναι φερέγγυα και ποια δεν είναι. Συνήθως προσφέρουν χρηματοδότηση 80%, που μπορεί σε ορισμένες περιπτώσεις να φθάσει 100% ή ακόμη χρησιμοποιούν συνδυαστικές παραλλαγές, όπως π.χ. 80% σε ξένο συνάλλαγμα και 20% σε εγχώριο νόμισμα.

Όταν βεβαίως χρηματοδοτείται ο εξαγωγέας στο νόμισμα της χώρας του, τότε εκμηδενίζεται κάθε κίνδυνος που προέρχεται από συναλλαγματικές διαφορές και μεταφέρεται στον factory οποίος επειδή κατά κανόνα είναι μέλος διεθνών χρηματιστηρίων συναλλάγματος ή συμμετέχει στο ημερήσιο παιχνίδι των συναλλαγμάτων μέσω μεσιτών, αναλαμβάνει μεν τους κινδύνους αλλά και κερδοσκοπεί στην προθεσμιακή αγορά συναλλάγματος με συνδυασμούς Futures/Options.

ΠΟΙΟΙ ΤΟ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝ

α. Επιχειρήσεις εξαγωγών ηλεκτρολογικού εξοπλισμού (όχι όμως βαρέως τύπου ή μεγάλων παγίων εγκαταστάσεων, επειδή για τις κατηγορίες αυτές χρησιμοποιείται η μέθοδος του forfeiting).

- β. Επιχειρήσεις εξαγωγών πλαστικών και ειδών συσκευασίας υφαντικών υλών, χάρτου και εκτυπώσεων.
Γ. Γενικός εξαγωγείς αναλωσίμων ειδών.

ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ

α. Ένα ύψος εξαγωγών, το οποίο ο factor θεωρεί με τα δικά του κριτήρια ότι είναι ικανοποιητικό, ώστε να αξίζει ο κίνδυνος ανάληψής του.β. Κατάλληλη σύνθεση του ιδίου κεφαλαίου της επιχείρησης του εξαγωγέα. γ. Στοιχεία δράσεως της επιχείρησης του εξαγωγέα ότι οι δραστηριότητές της είναι αξιόλογες, κερδοφόρες και ικανοποιητικές για την περαιτέρω ανάπτυξή της.

ΚΟΣΤΟΣ

- α. Επιβαρύνσεις για τις παρεχόμενες υπηρεσίες 0,75%-2,5% επί του ύψους των αναλαμβανόμενων τιμολογίων.
β. Επιτόκιο χρηματοδοτήσεων, το εκάστοτε συμβατικό ή ακόμη αυτό που συνήθως η σχετική αγορά χρησιμοποιεί, λαμβανομένου υπ όψιν ότι αποτελεί αντικείμενο διαπραγματεύσεως μεταξύ των συμβαλλομένων μερών και διαφέρει μεταξύ των factors.

4.3.5 ΆΛΛΕΣ ΜΟΡΦΕΣ FACTORING

Εκτός από τις μορφές που αναφέραμε και οι οποίες είναι από τις πλέον χρησιμοποιούμενες, υπάρχουν και άλλες μορφές με διάφορες παραλλαγές, που ικανοποιούν πλέον εξειδικευμένες ανάγκες και ενδεικτικώς αναφέρονται:

BULK FACTORING

MATURITY FACTORING ή ληξιπρόθεσμο FACTORING

RESOURCE FACTORING ή FACTORING μετ'αναγωγής

DROP SHIPMENT FACTORING

ως και άλλες δευτερεύουσες μορφές, ενώ οι ανάγκες δημιουργούν καθημερινώς και νέες μορφές δεδομένου ότι τούτο είναι θέμα ελευθέρων συναλλαγών και οι συμβαλλόμενοι έχουν τη δυνατότητα να συμφωνήσουν οποιουσδήποτε συνδυασμούς, όπως αναφέρεται στο σχετικό πίνακα κατατάξεως factoring.

4.4 Η ΣΥΜΒΑΣΗ FACTORING ΚΑΙ ΤΑ ΠΡΟΣΩΠΑ ΤΗΣ.

Μία σύμβαση factoring είναι μάλλον τυποποιημένη και λίγα στοιχεία μεταβάλλονται όσον αφορά τις ειδικές μορφές, τις οποίες συμφωνούν οι μέλλοντες να συνεργασθούν, αφενός μεν ο factor και αφετέρου ο προμηθευτής, αναλόγως προς κάθε κατηγορία.

Ο factor είναι κατά κανόνα θυγατρική εταιρεία τραπεζής ή άλλου χρηματοδοτικού οργανισμού, ο οποίος διαθέτει χρηματικά κεφάλαια προς εκμετάλλευση, γνωρίζει ότι εισέρχεται στην περιοχή του επιχειρηματικού κινδύνου, αλλά επειδή τα κεφάλαια του τα γυρίζει πολλές φορές ετησίως ανά πελάτη, έχει και τη δυνατότητα να πολλαπλασιάζει το επιτόκιο δανεισμού όποτε κρίνει ότι είναι λογικό να υποστεί και κάποια ζημία αν και για αυτές ασφαλίζεται σε ασφαλιστικές επιχειρήσεις.

Ο factor έχει αντισυμβαλλόμενο τον προμηθευτή και με τον όρο τούτο εννοείται το πρόσωπο εκείνο, φυσικό ή νομικό π.χ. Εταιρεία, το οποίο παράγει ή και εμπορεύεται οικονομικά αγαθά και διανέμει αυτά μέσω των εμπόρων, οι οποίοι αγοράζουν μεν

χονδρικός, αλλά πουλούν λιανικός, χωρίς το τελευταίο τούτο στοιχείο να είναι δεσμευτικό.

Ο προμηθευτής συμβάλλεται με τον factor, ώστε συνήθως μία σταθερή ημέρα κάθε εβδομάδος, ο πρώτος να παραδίδει στο δεύτερο, το λεγόμενο «πακέτο τιμολογίων» βάσει του οποίου τηρείται ο σχετικός «αλληλόχρεος λογαριασμός» εάν η σύμβαση περιλαμβάνει και χρηματοδότηση και διενεργούνται όσα δια της συμβάσεως έχουν συνομολογηθεί. Ο factor πριν από την υπογραφή της συμβάσεως, ελέγχει την οικονομική κατάσταση του προμηθευτή, αλλά κυρίως των πελατών του τελευταίου επειδή από την οικονομική τους κατάσταση εξαρτάται όλο το σύστημα παροχών, τις οποίες ο factor θα αναλάβει να παράσχει στον προμηθευτή. Το γεγονός αυτό σημαίνει ότι ο factor έχει το δικαίωμα να αποκλείσει από την κατάσταση πελατών του προμηθευτή όσους πελάτες του τελευταίου κρίνει ότι δεν εκπληρούν τις προϋποθέσεις εκείνες, που εξασφαλίζουν την ομαλή ροή των γεγονότων.

Ένα από τα θεμελιώδη χαρακτηριστικά της συμβάσεως factoring είναι, ότι αυτή είναι συνεχής και ότι κανόνα δεν διακόπτεται, εκτός και αν συμβούν βίαια και εξαιρετικά γεγονότα, τα οποία, όπως στην πρακτική έχουν αποδειχθεί αποτελούν μάλλον την εξαίρεση και όχι τον κανόνα, εξού και η τεράστια και επιτυχημένη εξάπλωση του θεσμού, όπως επίσης και τα διογκωμένα ετησίως κέρδη των factors.

Κατά τον βασικό κανόνα της συμβάσεως ο factor «αγοράζει» ή καλύτερα είναι να διατυπώσουμε, ότι «αναλαμβάνει» τις απαιτήσεις που προέρχονται από το σύνολο των πωλήσεων τις οποίες διενεργεί ο προμηθευτής και βάσει αυτών του παρέχει χρηματοδότηση ή και εξυπηρετήσεις, όπως περιγράφονται σε κάθε μία από τις κατηγορίες και παραλλαγές του factoring.

Από το σύνολο των πωλήσεων τις οποίες διενεργεί, οι factors δεν δέχονται τις εξής πέντε κατηγορίες απαιτήσεων του προμηθευτή:

- α. Πωλήσεις, τις οποίες ο προμηθευτής διενεργεί προς τους προμηθευτές του.
- β. Πωλήσεις, τις οποίες έχει υπό παρακαταθήκη, οι οποίες ενδέχεται να ανακληθούν.
- γ. Πωλήσεις προς το προσωπικό της επιχειρήσεως του προμηθευτή.
- δ. Πωλήσεις προς Συνεργάτες ή συνεταίρους.
- ε. Ευνόητο είναι, ότι Πωλήσεις μετρητοίς εξαιρούνται από τις συναλλαγές του factoring.

Η σύμβαση factoring είναι εξαιρετικώς λεπτομερειακό έγγραφο και περιέχει λεπτομερείς όρους, που αποδεικνύουν την ακριβή κατηγορία factoring και τις πράξεις, που ακολουθούνται ή και τα στάδια των διαφόρων πράξεων, είτε από την πλευρά του factor είτε από την πλευρά του προμηθευτή. Πέραν αυτών καθορίζεται επακριβώς ποιο είναι το περιεχόμενο ορισμένων όρων τους οποίους περιέχει η εν λόγω σύμβαση ως και τα έντυπα, τα οποία οι συμβαλλόμενοι γνωστοποιούν ή και τα κυκλοφορούν μεταξύ τους όπως είναι η επιστολή που συνοδεύει το «πακέτο τιμολογίων» ή ακόμη και το ακριβές περιεχόμενο του «αλληλόχρεου λογαριασμού», ο οποίος συγχρόνως διασπάται και σε δύο άλλους, όπου με αυτήν την εγγραφή παρακολουθούνται τόσο η κίνηση των τιμολογίων όσο και η κίνηση του λογαριασμού χρηματοδοτήσεως. Επίσης, καθορίζονται οι όροι βάσει των οποίων αρχίζει και τερματίζεται ο λογαριασμός και η σύμβαση, ως και τα μέτρα με τα οποία θα λαμβάνονται στην περίπτωση κατά την οποία, τόσο ο προμηθευτής, όσο και ένας ή περισσότεροι πελάτες του διαλύσουν την επιχείρησή τους ή αυτή οδηγηθεί στη διαδικασία πτωχεύσεως. Πέραν αυτών, ρυθμίζονται και θέματα σχετιζόμενα προς τις λεπτομέρειες των δικαιωμάτων και υποχρεώσεων των συμβαλλόμενων και ιδίως προς τις πολλές αιρέσεις, αναβλητικές ή διαλυτικές, που περιέχει η σύμβαση.

4.5 TO FACTORING ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ-ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ FACTORING ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.

Στην Ελλάδα για πρώτη φορά ο θεσμός του factoring εισήχθη το 1990, με τον νόμο 1905/1990 ("σύμβαση πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων", όπως αποδόθηκε τελικά ο όρος factoring στην Ελλάδα)

Το ρόλο του πράκτορα ασκούν μόνον οι τράπεζες και οι αποκλειστικής εξειδικεύσεως ανώνυμες εταιρείες, οι οποίες συνιστώνται κατόπιν ειδικής αδείας της Τραπεζικής Ελλάδος.

Το καταβεβλημένο μετοχικό κεφάλαιο των εταιρειών αυτών δεν μπορεί να είναι χαμηλότερο από το Υ (25%) του απαιτούμενου για την ίδρυση μιας τραπεζικής εταιρείας και πρέπει να καταβληθεί σε μετρητά (Ν.2232/1994) Ο θεσμός του factoring βελτιώθηκε με τον νόμο 2367/1995 με τον οποίο διευκρινίστηκε πως οι συμβάσεις factoring αφορούν και σε απαιτήσεις που προέρχονται από κάθε μορφής διασυνοριακή άσκηση επιχειρηματικής δράσης και όχι μόνο από εισαγωγές ή και εξαγωγές προϊόντων, όπως άφηνε να εννοηθεί η αρχική διάταξη.

Οι μετοχές των εταιρειών είναι ονομαστικές, η δε μεταβίβασή τους, όταν οδηγεί σε απόκτηση μεγαλύτερου από 10% τμήματος του μετοχικού κεφαλαίου, είναι άκυρη άνευ εγκρίσεως της Τράπεζας της Ελλάδος. Η Τράπεζα της Ελλάδος ασκεί εποπτεία επί των εταιρειών και καθορίζει υποχρεωτικούς για τις εταιρείες συντελεστές φερεγγυότητας, ρευστότητας και συγκεντρώσεως κινδύνου, τα ακαθάριστα έσοδα, δε, των πρακτόρων υπάγονται σε ΦΠΑ 19%.

Στην Ελλάδα με το νόμο 1905/1990 που αφορά τη «σύμβαση πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων και άλλες διατάξεις» με μετέπειτα τροποποιήσεις (Ν.2367/1995) δημιουργήθηκε το θεσμικό πλαίσιο για να λειτουργήσουν οι θεσμοί πρακτορείας αλλά και της εμπορίας απαιτήσεων (forfeiting). Μέχρι το 1995 προσφέρθηκαν κάποιας μορφής εργασίες πρακτορείας στην ελληνική αγορά από σχετικά λίγες τράπεζες, διαμέσου των υπηρεσιών τους, για την ικανοποίηση της πελατείας τους. Όμως η ουσιαστική και σε πλήρη μορφή έναρξη παροχής υπηρεσιών πρακτορείας τοποθετείται εντός του 1995 με την λειτουργία των πρώτων αμιγών εταιρειών, που υπήρξαν θυγατρικές εταιρείες μεγάλων ελληνικών τραπεζών.

Χαρακτηριστικά μπορεί να αναφερθεί ότι σήμερα στην Ελλάδα λειτουργούν 8 εταιρείες factoring, η ABC Factors, η Εμπορική Factoring, η EFG Factors, η Multifactoring, η Ethnofact AE, η Αλική Factoring AE, η HSBC και η Αγροτική Τράπεζα. Παρακάτω αναφέρονται επιγραμματικά ορισμένα στοιχεία για την κάθε μία από τις προαναφερθείσες εταιρίες.

1. Η Εθνική Ανώνυμη Εταιρεία Διαχείρισης Επιχειρηματικών Απαιτήσεων με τον διακριτικό τίτλο Ethnofact (ιδρύθηκε το 1995) της οποίας το μετοχικό κεφάλαιο καλύπτεται κατά 51% από την Εθνική Τράπεζα, κατά 20% από την ασφαλιστική εταιρεία Αστηρ, κατά 20% από την Εθνική ΕΕΓΑ και 9% από την Εθνική ΑΕ Διοίκησης και Οργάνωσης. Η Ethnofact AE αξιοποιώντας το συγκριτικό πλεονέκτημα που εξασφαλίζει το δίκτυο καταστημάτων της εθνικής τράπεζας προσφέρει υπηρεσίες εγχώριου και διεθνούς factoring για εισαγωγικές και εξαγωγικές επιχειρήσεις. Η Ethnofact AE πραγματοποιεί τις δραστηριότητες της στα πλαίσια του ομίλου της Εθνικής Τράπεζας και είναι συνδεδεμένη με τις μεγαλύτερες εταιρείες factoring του εξωτερικού μέσω του διεθνούς οργανισμού FCI του οποίου είναι μέλος. Ο FCI είναι σήμερα το μεγαλύτερο δίκτυο πρακτορείας στον κόσμο και έχει πάνω από 135 μέλη σε πάνω από 50 χώρες του κόσμου, καλύπτοντας το 43% της παγκόσμιας αγοράς και το 49% του παγκόσμιου εξαγωγικού και εισαγωγικού factoring.

Στην παγκόσμια αγορά πρακτορείας κυριαρχεί σήμερα ένας μικρός αριθμός εταιρειών και δικτύων, με κυριότερες εκτός από της FCI, την International Factors Group, την Heller International και την Lombard NatWest Commercial Services.

2. Η ABC Factors που δημιουργήθηκε με μετοχικό κεφάλαιο 2 δις. δραχμές από την Alpha Τράπεζα Πίστεως και την Τράπεζα Κύπρου με σκοπό την εισαγωγή της πρακτορείας στην Ελλάδα.

Η ABC Factors κατέχει περίπου το 60% της ελληνικής αγοράς και προσφέρει υπηρεσίες εγχωρίου, εξαγωγικού και εισαγωγικού factoring, προεξόφλησης τιμολογίων και ακόμη υπηρεσίες διαμέσου του FCI. Η ABC Factors κατέχει σήμερα την πρώτη θέση στην ελληνική αγορά και προβλέπεται για το 2001 κύκλος εργασιών της τάξης των 450 δις δραχμών (περίπου 132 εκατ. ευρώ)

3. Η Εμπορική Factoring που ανήκει στον όμιλο της Εμπορικής Τράπεζας και δραστηριοποιείται στο εγχώριο, εξαγωγικό και εισαγωγικό factoring.

Το 1995 ιδρύθηκε ακόμη η πολυμετοχική εταιρεία Fact Hellas AE, με μετοχικό κεφάλαιο 1 δις δραχμές, στην οποία συμμετέχουν η Ιονική Τράπεζα (24%), ο Οργανισμό Ασφάλισης Εξαγωγικών Πιστώσεων (Ο. Α.Ε.Π.) (24%), η Αυστριακή εταιρεία Intermarket Factoring (20%) και ιδιώτες επιχειρηματίες και επιχειρήσεις και η οποία λειτουργεί με καθαρά ιδιωτικοοικονομικά κριτήρια. Η Intermarket Factoring εκτός από μέλος δρα και σαν σύμβουλος της Fact Hellas AE. Η Fact Hellas AE είναι μέλος της Διεθνούς Ένωσης Εταιρειών Factoring 'Factors Chain International' (FCI).

4. Από το 1998 ιδρύθηκε η «Λαϊκή Factoring AE» σαν θυγατρική εταιρεία των ομίλων της «Ευρωπαϊκής Λαϊκής Τράπεζας AE» και της «Λαϊκής Κυπριακής Τράπεζας». Εξάλλου η «Λαϊκή Κυπριακή Τράπεζα» αναπτύσσει δραστηριότητα στον ευρύτερο ελλαδικό χώρο από το 1991. Ηδη η «Λαϊκή Factoring AE» συνδέθηκε με τον Όμιλο «Hong Kong and Shanghai Banking Corporation» (H.S.B.C.), ανέπτυξε ιδιαίτερα συνεργασία με τη θυγατρική εταιρεία factoring του ομίλου «Griffin Credit Services» και έγινε μέλος του διεθνούς οργανισμού εταιρειών factoring.

5. Η Αγροτική Τράπεζα η οποία από το 1992 άρχισε να προσφέρει υπηρεσίες στην εξαγωγική πρακτορεία, το 1995 επέκτεινε τις εργασίες της τόσο στην εισαγωγική, όσο και στην εγχώρια πρακτορεία και αποτελεί ένα από τα πρώτα μέλη στην Ελλάδα του Factors Chain International (FCI) και όπως και οι προηγούμενες εταιρείες είναι ένα από τα ιδρυτικά μέλη της Ένωσης Εταιρειών Factoring Ελλάδας.

6. Η Multifactoring AE η οποία ιδρύθηκε το 1998 και ανήκει στους ομίλους της Τράπεζας Πειραιώς, του Φουρλή, της Altex και του Βασιλάκη και ιδρύθηκε με μετοχικό κεφάλαιο 2 δις δρχ. Στόχοι της είναι να διατηρήσει πάνω από 25% της ελληνικής αγοράς πρακτορείας και να εισάγει στην ελληνική αγορά ορισμένες καινοτομίες όπως πλήρη αυτοματοποίηση των συναλλαγών και η άμεση και υποδειγματική εξυπηρέτηση των πελατών.

7. Η EFG Factors η οποία ιδρύθηκε από την τράπεζα EFG Eurobank και είναι μέλος της FCI(13.1.2001) δραστηριοποιήθηκε από τον Ιανουάριο του 2000 σε όλες τις μορφές υπηρεσιών πρακτορείας(εγχώριο χωρίς ή μη αναγωγή, εισαγωγικό, εξαγωγικό, προεξόφληση τιμολογίων, διαχείριση/είσπραξη χωρίς χρηματοδότηση.). Η EFG Factors προσφέρει

α. άμεση ρευστοποίηση των επί πιστώσει πωλήσεων β. κάλυψη του πιστωτικού κινδύνου

γ. υπηρεσίες outsourcing(λογιστική παρακολούθηση λογαριασμών, είσπραξη τιμολογούμενων αξιών, πιστοληπτική αξιολόγηση πελατών) δ. συμβουλευτικές υπηρεσίες marketing.

8. Η FCD Bank Plc. προσφέρει υπηρεσίες διεθνούς πρακτορείας σαν υποκαταστήματος ομώνυμης μητρικής εταιρείας η οποία εδρεύει στον Brentwood της Μεγάλης Βρετανίας. Η εταιρεία αυτή λειτουργεί τόσο σαν εμπορική τράπεζα καταναλωτικών δανείων, όσο και σαν πράκτορας καλύπτοντας τις απαιτήσεις της μητρικής εταιρείας από τους αντιπροσώπους της Ford Motor στην ελληνική αγορά.

Τέλος, με την πρακτορεία ασχολούνται η Εγνατία Τράπεζα, η Citibank και η Midland Bank Plc.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ FORFAITING (ΠΩΛΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ).

5.1 ΟΡΟΣ FORFAITING

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται διεθνώς αύξηση της προσοχής και δημοσιότητας σχετικά με μια νέα τεχνική χρηματοδότησης που αναφέρεται στο « μεσοπρόθεσμο ελεύθερο διεθνές εμπόριο». Η τεχνική αυτή είναι το forfaiting.

Ο όρος forfaiting σημαίνει ότι ο πωλητής (εξαγωγέας) χάνει το δικαίωμα του για μελλοντικές πληρωμές έναντι τωρινής απόδοσης ρευστών. Στην περίπτωση αυτή ο χρηματοδότης παραιτείται του δικαιώματος αναγωγής στον εξαγωγέα σε περίπτωση μη αποπληρωμής. Με τη χρήση της τεχνικής αυτής παρέχεται στον εξαγωγέα πλήρης προστασία έναντι διαφόρων εμπορικών και πολιτικών κινδύνων. Το forfaiting είναι μια πρόσφορη μορφή χρηματοδότησης του εμπορίου που συνεπάγεται την αγορά (προεξόφληση) εμπορικών απαιτήσεων από τον κάτοχο τους πάνω σε μια βάση 100% «χωρίς δικαίωμα αναγωγής» γι' αυτόν. Τέτοιες απαιτήσεις συνήθως είναι τα γραμμάτια ή οι συναλλαγματικές. Οι πωλητές των εμπορικών αυτών απαιτήσεων είναι συνήθως εξαγωγείς που έχουν αποδεχθεί αυτές τις απαιτήσεις για εμπορεύματα ή υπηρεσίες που διέθεσαν σε ξένους αγοραστές. Σε μια συνηθισμένη συναλλαγή forfaiting ο εξαγωγέας λαμβάνει το 15-20% της τιμής του συμβολαίου σε μετρητά αμέσως και το υπόλοιπο οφειλόμενο ποσό κατά το χρόνο της αποστολής των εμπορευμάτων και της απόκτησης των γραμματίων ή των συναλλαγματικών. Το forfaiting, ως νομικό μόρφωμα αλλά και ως μορφή χρηματοδότησης, παρουσιάζει κοινά χαρακτηριστικά με το factoring, ώστε οι δύο έννοιες να συγχέονται. Πρόκειται και στις δύο περιπτώσεις για προεξοφλητική χρηματοδότηση απαιτήσεων προερχόμενων από διεθνείς πωλήσεις και η ευθύνη του εξαγωγέα περιορίζεται κατά την συμφωνία των μερών.

5.2. ΈΝΝΟΙΑ ΤΟΥ FORFAITING.

Η σύμβαση forfaiting συνάπτεται μεταξύ ενός εξαγωγέα και μιας τράπεζας ή εταιρείας factoring. Βάσει της σύμβασης αυτής ο εξαγωγέας πωλεί και εκχωρεί στον forfaiter μια απαίτηση του, η οποία προέρχεται από εξαγωγική δραστηριότητα και κατά κανόνα ενσωματώνεται σε αξιόγραφο, συνήθως συναλλαγματικές ή γραμμάτια εις διαταγή.

Χαρακτηριστικό της σύμβασης forfaiting είναι ότι η εκχωρούμενη απαίτηση είναι συνήθως μεσοπρόθεσμη ή μακροπρόθεσμη (από 6 μηνών έως 10 χρόνων) και ο forfaiter δεν έχει δικαίωμα αναγωγής κατά του εξαγωγέα στην περίπτωση που δεν ικανοποιηθεί από τον πρωτοφειλέτη.

Για την κάλυψη του κινδύνου αυτού συμφωνείται πριν από την εκχώρηση ότι αξιόγραφο που ενσωματώνουν την εκχωρούμενη απαίτηση θα συνοδεύονται από εγγύηση κάποιας φερέγγυας τράπεζας. Η εγγύηση αυτή της τράπεζας παρέχεται είτε με τη μορφή εγγυητικής είτε με τη μορφή «per aval», δηλαδή με επισημείωση της εγγύησης στο αξιόγραφο.

Έτσι το forfaiting θα μπορούσε να οριστεί και ως πώληση αξιόγραφων πλήρως διαπραγματεύσιμων και εγγυημένων από τράπεζα πρώτης τάξης, που ενσωματώνουν απαιτήσεις από διεθνή συναλλαγή προμήθειας κεφαλαιουχικών αγαθών ή παροχής υπηρεσιών, χωρίς ο αγοραστής να έχει δικαίωμα αναγωγής κατά του πωλητή των τίτλων, αν ο πρωτοφειλέτης δεν πληρώνει.

5.3 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ.

Η γέννηση της αγοράς του forfaiting ανάγεται στο τέλος της δεκαετίας του 1950 και την αρχή της δεκαετίας του 1960, τότε που περιορίστηκαν οι υφιστάμενοι εμπορικοί φραγμοί και αναπτύχθηκε το εμπόριο μεταξύ Ανατολής και Δύσης. Ακόμη την περίοδο αυτή παρατηρήθηκε μια προσπάθεια από μέρους των εξαγωγέων για τη χρηματοδότηση των εργασιών τους σε ξένα κεφάλαια. Διαπιστώθηκε δηλαδή την περίοδο εκείνη αφενός οι δυτικοευρωπαίοι και ιδιαίτερα οι δυτικογερμανοί να θέλουν και να μπορούν να διευρύνουν τις συναλλαγές τους, οι δε ανατολικοευρωπαίοι να έχουν έλλειψη σκληρών νομισμάτων που χρειάζονταν για τέτοιες εισαγωγές και να αδυνατούν να κινηθούν στα περιοριστικά παραδοσιακά πλαίσια των πιστωτικών διευκολύνσεων των 3-6 μηνών. Αντίθετα ζητούσαν πιστώσεις για 5-7 χρόνια με εξαμηνιαίες αποπληρωμές. Οι τράπεζες τον ίδιο χρόνο, δεν ήταν σε θέση να καλύψουν όλες τις υπηρεσίες που ζητούσε ο εξαγωγέας, εξ' αλλού παρατηρήθηκε από μέρους των εξαγωγέων μια αυξανόμενη ζήτηση πιστώσεων για περιόδους μεγαλύτερης από τις καθιερωμένες των 90 ή 180 ημερών. Για τους παραπάνω λόγους το forfaiting αναπτύχθηκε με τη θέληση των τραπεζών για να αντιμετωπίσουν τις καταστάσεις αυτές και δέχθηκαν τις υποχρεώσεις των ξένων πωλητών.

Με την επέκτασή της τεχνικής του forfaiting αναπτύχθηκε η αγοροπωλησία εμπορικών απαιτήσεων με αποτέλεσμα να δημιουργηθεί μια ακμαία δευτερεύουσα αγορά.

Κατά τις δεκαετίες του 1970 και 1980 αναπτύχθηκε στην Ευρώπη από ένα μικρό αριθμό ιταλικών, γερμανικών, ελβετικών και αγγλικών ιδρυμάτων forfaiting, η εμπορία τίτλων με δικαίωμα και χωρίς δικαίωμα αναγωγής. Εταιρείες όπως η Finanz AG, η Trade Development Bank, η Noreco και άλλες σχημάτισαν μια αγορά χωρίς δικαίωμα αναγωγής συμβάλλοντας σημαντικά στην ανάπτυξη του forfaiting. Ειδικές τράπεζες μαζί με τις παραδοσιακές, ανέπτυξαν ειδικά τμήματα forfaiting συνήθως εντός των εμπορικών τομέων χρηματοδότησης. Τα τμήματα αυτά σε ορισμένες περιπτώσεις αποδείχθηκαν χρήσιμα ανάλογα με το πώς τα διάφορα ιδρύματα αντιμετωπίζουν, προσεγγίζουν και ελέγχουν τους εξής κινδύνους: i) στην πίστωση ii) στο επιτόκιο iii) στην τεκμηρίωση του κινδύνου.

Αυτοί οι οποίοι κατά τις δεκαετίες 1980 και 1990 αποδέχθηκαν τα οφέλη του forfaiting για τους παρακάτω λόγους:

1. οι εξαγωγείς συνειδητοποίησαν ότι το forfaiting είναι μια αποτελεσματική εναλλακτική λύση χρηματοδότησης των πωλήσεών τους.
2. οι εισαγωγείς πιστέψουν ότι αποτελεί μια ευνοϊκή μέθοδο χρηματοδότησης των αγορών τους.
3. οι προεξοφλητές και οι δικαιούχοι αισθανθούν ότι η απόδοση του forfaiting δικαιολογεί τους κινδύνους του.
4. οι εγγυήτριες τράπεζες μπορούν εμπορικά να δικαιολογήσουν τον κίνδυνο τους στον εισαγωγέα
5. οι τρίτοι δεν περιορίσουν ή περιστεύουν τις διεθνείς εμπορικές πράξεις τους.

Παρόλο που παλαιότερα το forfaiting χρησιμοποιήθηκε για τη χρηματοδότηση των εξαγωγών κεφαλαιουχικών αγαθών και για περιόδους 5-7 χρόνων, σήμερα χρησιμοποιείται όλο και περισσότερο και σε καταναλωτικά αγαθά και υπηρεσίες, ώστε κάθε εμπόρευμα και υπηρεσία να μπορεί να μπορεί πλέον να χρηματοδοτείται από έναν forfaiter. Εξ' άλλου σχετικά πρόσφατα παρουσιάστηκαν και περιπτώσεις χρησιμοποίησης forfaiting για μεγαλύτερες χρονικές περιόδους όπως για παράδειγμα η περίπτωση της χρηματοδότησης

από τη Foreign Trade Bank της Morgan Grenfell με περίπου 30 εκατομμύρια. Δολάρια για 13 χρόνια.

Το forfaiting είναι πιθανό τώρα να χρησιμοποιηθεί, για παράδειγμα για να βρουν κεφάλαια οι Τσέχοι εξαγωγείς μηχανημάτων για να εξάγουν στην Χιλή ή οι Γερμανοί εξαγωγείς για να εξάγουν στην Πολωνία. Εξ' άλλου οι βασικοί παράγοντες παραμένουν οι δηλαδή οι προμηθευτές οι, οι έμποροι, οι βιομήχανοι, οι εξαγωγείς και οι εμπορικοί αντιπρόσωποι, επιθυμώντας να πωλήσουν και να πληρωθούν χωρίς ενδεχόμενες μακροπρόθεσμες νομικές και χρηματοοικονομικές υποχρεώσεις.

Τέλος το 1990 υπολογίστηκε ότι το 0,75% του παγκοσμίου εμπορίου ή περίπου 15 δις. Δολάρια χρηματοδοτήθηκαν με την μορφή forfaiting. Σήμερα με εκτιμήσεις το ποσοστό αυτό έχει ανέλθει πάνω από το 1% του παγκόσμιου εμπορίου λόγω της γρήγορης επέκτασης του forfaiting στην Νότια Αμερική που αντιπροσωπεύει ήδη ένα μεγάλο ποσοστό των συνολικών δραστηριοτήτων του forfaiting.

5.4 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ FORFEITING

Η επιλογή του forfaiting στις διεθνείς συναλλαγές οφείλεται σε μια σειρά πλεονεκτημάτων, που η σύμβαση αυτή εξασφαλίζει στους συμβαλλομένους και κυρίως στον εξαγωγέα. Ειδικότερα:

- Χρηματοδότηση: το πρώτο βασικό πλεονέκτημα του forfaiting είναι ότι η μεσοπρόθεσμη ή μακροπρόθεσμη απαίτηση του εξαγωγέα από την εξαγωγική δραστηριότητα του πληρώνεται αμέσως αφού βεβαίως αφαιρεθεί ο προεξοφλητικός τόκος. Η απαίτηση που έχει στα χέρια του ο εξαγωγέας και που θα καταστεί ληξιπρόθεσμη σε κάποιο μελλοντικό χρονικό σημείο τρέπεται μέσω του forfaiting αμέσως σε χρήματα. Έτσι το forfaiting αναδεικνύεται σε τραπεζική εργασία έμμεσης χρηματοδότησης του εξαγωγικού εμπορίου, και μάλιστα χρηματοδότησης με σταθερό επιτόκιο. Το τελευταίο αυτό παρέχει τη δυνατότητα στον εξαγωγέα να υπολογίσει εκ των προτέρων το κόστος της χρηματοδότησης και να το λάβει υπόψη του κατά την κοστολόγηση των προϊόντων ή των υπηρεσιών του.
- Παραίτηση από το δικαίωμα αναγωγής: το δεύτερο στοιχείο που ανάγει το forfaiting σε εξαιρετικής σπουδαιότητας μέθοδο χρηματοδότησης του εξαγωγικού εμπορίου είναι η παραίτηση του forfeiter, ο οποίος προεξοφλεί τις ενσωματωμένες σε αξιογραφικούς τίτλους απαιτήσεις, από το δικαίωμα αναγωγής κατά του εκχωρητή στην περίπτωση μη πληρωμής των τίτλων από τον πρωτοφειλέτη.

Με άλλα λόγια ο forfeiter, εφόσον εγκρίνει τη χρηματοδότηση του εξαγωγέα με και προκειμένου να προστατεύει τα συμφέροντα του από το ενδεχόμενο αφερεγγυότητας του πρωτοφειλέτη, θέτει ως προϋπόθεση για τη διενέργεια της χρηματοδότησης την έκδοση εγγυητικής επιστολής ή την τριτεγγύηση του πιστωτικού τίτλου από την τράπεζα του εισαγωγέα, εφόσον βεβαίως αυτή εκτιμάται ως επαρκώς φερέγγυα. Η εγγύηση πρέπει να είναι αμετάκλητη.

5.5 Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΤΟΥ FORFEITING.

Η όλη διαδικασία λειτουργεί από την επιχείρηση του forfaiting που αγοράζει εμπορικές απαιτήσεις μελλοντικής λήξης, όπως γραμμάτια, συναλλαγματικές, ανοικτούς λογαριασμούς, από έναν εξαγωγέα που απέκτησε αυτές τις απαιτήσεις, από την επί πιστώσει διάθεση αγαθών και υπηρεσιών στο εξωτερικό. Η αγορά των απαιτήσεων γίνεται με την προεξόφληση τους με ένα σταθερό επιτόκιο που προσφέρεται από τον forfeiter για μια μεσοπρόθεσμη περίοδο (3-5 χρόνια). Κατά την προεξόφληση παρακρατείται προκαταβολικά

το προεξόφλημα για όλη τη διάρκεια που θα καλύψει η εμπορική απαίτηση. Βασικά ο forfaiter παρέχει πλήρη πίστωση που και αναλαμβάνει τους παρακάτω κινδύνους:

- 1) τους πιστωτικούς
- 2) τους πολιτικούς
- 3) της μεταβίβασης του δικαιώματος
- 4) της ανταλλαγής σε ξένο νόμισμα
- 5) του επιτοκίου
- 6) της συγκέντρωσης της ευθύνης.

Από τη μεριά του ο εξαγωγέας ευθύνεται μόνο:

- 1) για τη νομιμότητα της πληρωτέας απαίτησης
- 2) για την εξασφάλιση της γνησιότητας των εγγράφων που χρησιμοποιούνται στο forfeiting
- 3) για την ικανοποιητική εκτέλεση του εμπορικού συμβολαίου που καταρτίστηκε με τον αγοραστή

Πάντως πριν ο εξαγωγέας προβεί σε αγοραπωλησία με τον εισαγωγέα πρέπει να εξετάσει αν ο forfaiter είναι διατεθειμένος να χρηματοδοτήσει τη συναλλαγή. Ακόμη, από τη στιγμή που έχει υπογράψει ο εξαγωγέας συμβόλαιο με τον forfaiter αναλαμβάνει την υποχρέωση να του παραδώσει τους πιστωτικούς τίτλους σε καθορισμένο χρόνο. Με την πράξη αυτή ο εξαγωγέας κατ' ουσία μετατρέπει την επί πιστώσει πώληση σε πώληση σε μετρητά. Έτσι ο εισαγωγέας αντί να χρωστάει στον προμηθευτή του χρωστάει στον forfaiter. Όμως για να αγοράσει ο forfaiter τις εμπορικές απαιτήσεις θα πρέπει αυτές να συνοδεύονται από μια μορφή τραπεζικής εγγύησης της χώρας του εισαγωγέα (π.χ. εγγυητική επιστολή).

Τα απαραίτητα στοιχεία μιας εγγυητικής επιστολής είναι τα παρακάτω:

- 1) να είναι οριστική και ανέκκλητη
- 2) να είναι πλήρως μεταβιβάσιμη
- 3) να μην εξαρτάται από την εκτέλεση της σχετικής εμπορικής πράξης 4) να αναφέρεται σε κάθε μεμονωμένη πληρωμή και ημερομηνία λήξης.

Φυσικά για να πραγματοποιηθούν εξαγωγές με τη βοήθεια της τεχνικής του forfeiting θα πρέπει πρώτα να εξεταστούν το κατά πόσο η χώρα του εισαγωγέα μπορεί να επαναχρηματοδοτηθεί χωρίς αναγωγή στον εξαγωγέα, την πιστωτική περίοδο, ποιες τράπεζες είναι αποδεκτές ως εγγυήτριες στη χώρα του εισαγωγέα και ποιο πόσο μπορεί να χρηματοδοτηθεί με τη μέθοδο forfaiting. (Γεωργιάδης Απόστολος, 2000)

5.6. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Η τεχνική του forfeiting παρουσιάζει τα παρακάτω πλεονεκτήματα για τον εξαγωγέα και τον εισαγωγέα.

A. Για τον εξαγωγέα

- Ο forfaiter διαθέτει αμέσως ρευστά καθώς αυτός παραδίδει εμπορεύματα η παρέχει υπηρεσίες. Η αύξηση της ρευστότητας εξαγωγέα ελλατώνει τον τραπεζικό δανεισμό του η ελευθερώνει χρηματοοικονομικούς πόρους για επενδύσεις η άλλους σκοπούς.

- Ο forfeiter με τη χρηματοδότηση του εξαγωγέα «χωρίς δικαίωμα αναγωγής» αναλαμβάνει ο ίδιος τους κινδύνους της νομισματικής ισοτιμίας, των μεταβολών του επιτοκίου, τους πιστωτικούς και τους πολιτικούς.
- Ο εξαγωγέας δεν χρειάζεται να ξοδέψει χρόνο και χρήμα για τη διαχείριση και τη συγκέντρωση του ξένου κεφαλαίου
- Οι υπάρχουσες τραπεζικές συμφωνίες η διευκολύνσεις δεν επηρεάζονται ούτε περιπλέκονται με ειδικές διατάξεις όσον αφορά τις προεξοφλήσεις, διαπραγματεύσεις κ.λ.π. Ακόμη υπερτερεί των κυβερνητικών σχεδίων ασφάλισης εξαγωγών γιατί δεν υπάρχουν παρακρατήσεις ποσοστών , γραφειοκρατικές διαδικασίες κ.λ.π.
- Επειδή η χρηματοδότηση γίνεται με τη χρησιμοποίηση των γραμματίων η συναλλαγματικών, η όλη τεκμηρίωση είναι απλή και γρήγορη.
- Ο forfeiter μπορεί γρήγορα να αποφασίσει το κατά πόσο η όχι η χρηματοδότηση είναι προσιτή γιατί είναι σε καθημερινή επαφή με τους ανταγωνιστές και τις τράπεζες σε όλα τα διεθνή κέντρα και διαθέτει μεγάλη εμπειρία
- Τα επιτόκια προεξόφλησης μπορεί να συμφωνηθούν προκαταβολικά και πριν ο εξαγωγέας καταλήξει στους τελικούς όρους της συμφωνίας του με τον εισαγωγέα. Με τον τρόπο αυτό είναι σε θέση να υπολογίσει, ολικά η μερικά τα χρηματοοικονομικά κόστη.

B. Για τον εισαγωγέα

- Αποτελεί για αυτόν μια εναλλακτική μορφή χρηματοδότησης.
- Παρέχει αυξημένη δανειστική ικανότητα.
- Δεν υφίσταται δημοσιότητα.
- Επιτρέπει τη γρήγορη κατάληξη στη σύναψη εμπορικής συμφωνίας.
- Αποφεύγει διοικητικά και νομικά κόστη που υπάρχουν στις συμφωνίες για πίστωση του εξαγωγέα.
- Αποφεύγει δεσμευτικές δανειστικές συμφωνίες.

5.7 ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΤΟΥ FORFAITING ΑΠΟ ΤΟ FACTORING

Το forfaiting, ως νομικό μόρφωμα αλλά και ως τεχνική χρηματοδότησης παρουσιάζει πολλά κοινά χαρακτηριστικά με το factoring, ώστε συχνά οι δυο έννοιες να συγχέονται: πρόκειται και στις δυο περιπτώσεις για προεξοφλητική χρηματοδότηση απαιτήσεων προερχόμενων από διεθνείς πωλήσεις, όπου η ευθύνη του εξαγωγέα απέναντι στη χρηματοδότητρια εταιρεία περιορίζεται κατά των μερών μόνον στην ύπαρξη της απαίτησης.

Πέρα από την ομοιότητα διαπιστώνει όμως κανείς μεταξύ factoring και forfaiting μια σειρά διαφορών, οι σπουδαιότερες από τις οποίες είναι οι εξής:

- Το forfaiting αποτελεί μέσο χρηματοδότησης του εξωτερικού εμπορίου και δεν χρησιμοποιείται στο εσωτερικό εμπόριο. Αντίθετα το factoring χρησιμοποιείται στο εσωτερικό και εξωτερικό εμπόριο.
- Το forfaiting δεν εμφανίζεται ποτέ με μορφή ανάλογη του μη γνήσιου factoring καθώς η παραίτηση του forfeiter από το δικαίωμα αναγωγής κατά του οφειλέτη αποτελεί εννοιολογικό στοιχείο της σύμβασης του forfaiting.
- Ο forfaiter παρέχει κυρίως χρηματοδότηση, ενώ ο factor και δέσμη άλλων υπηρεσιών, όπως εργασίες λογιστικής παρακολούθησης των απαιτήσεων, όχλησης των οφειλετών, στατιστικής, παροχής βοήθειας κατά τον εκτελωνισμό των προϊόντων κλπ.
- Το forfaiting αφορά κατ' αρχήν σε μεσοπρόθεσμες και μακροπρόθεσμες απαιτήσεις (από 6 μηνών έως και 10 χρόνων), ενώ το factoring δεν ενδείκνυται για απαιτήσεις πέραν των 120 ημερών.

- Ενώ το factoring δημιουργεί συνήθως διαρκή ενοχική σχέση μεταξύ πράκτορα και προμηθευτή (σύμβαση - πλαίσιο), στο πλαίσιο της οποίας εκχωρείται σταδιακά το σύνολο των απαιτήσεων του προμηθευτή από την άσκηση της επιχειρηματικής του δραστηριότητας, χαρακτηριστικό γνώρισμα του forfaiting αποτελεί η εκχώρηση ορισμένης απαίτησης από μια συγκεκριμένη σύμβαση.
- Η κατά εξοχήν ειδοποιός διαφορά μεταξύ factoring και forfaiting εντοπίζεται ωστόσο στο εύρος των αναλαμβανόμενων κινδύνων και στη φύση των μεταβιβαζόμενων απαιτήσεων. Ο forfaitier, πέραν του κινδύνου αφερεγγυότητας του οφειλέτη-εισαγωγέα (credit risk), αναλαμβάνει να καλύψει και άλλους οικονομικούς και πολιτικούς κινδύνους (political risk, country risk). Στους κινδύνους αυτούς ανήκει π.χ το ενδεχόμενο μη είσπραξης της απαίτησης λόγω πολέμου, κυβερνητικής αστάθειας, εκτάκτων συναλλαγματικών περιορισμών, νομικής αδυναμίας παροχής του οφειλέτη λόγω απαγορεύσεων επιβαλλομένων από τη νομοθεσία του τόπου εισαγωγής για την προστασία του εθνικού νομίσματος (foreign exchange risk), απαγόρευσης πληρωμών και γενικά για κάθε λόγω «ανωτέρας βίας»
- Ο εξαγωγέας που χρηματοδοτεί τις απαιτήσεις του μέσω του μηχανισμού του factoring, θα χρειαστεί να συμβληθεί επιπλέον με κάποια (κρατική συνήθως) εταιρεία ασφάλισης εξαγωγικών απαιτήσεων. Αντίθετα, στο forfaiting την ανάληψη των κινδύνων αυτών συμφωνούν οι συμβαλλόμενοι με τη ρήτρα «άνευ ευθύνης» (a forfait). Τη συγκατάθεση του για την ανάληψη των κινδύνων αυτών δίνει ο forfaitier, διότι εδώ η εκχωρούμενη απαίτηση είναι αφενός ενσωματωμένη σε συναλλαγματική ή γραμμάτιο εις διαταγών και αφετέρου συνήθως εγγυημένη από τράπεζα. Μονό έτσι μπορεί να εξασφαλισθεί ο forfaitier ότι οι κίνδυνοι που συνοδεύουν την αγορά απαιτήσεων προερχομένων από πώληση αγαθών (και που απορρέουν από τυχόν ενστάσεις του οφειλέτη κ.λπ.) θα αποκλεισθούν.
- Σε αντίθεση με το factoring, το forfaiting χρησιμοποιείται κατά κανόνα για την εξαγωγή κεφαλαιουχικών αγαθών μακράς οικονομικής ζώνης (επενδυτικά αγαθά) και ιδίως μηχανημάτων, βιομηχανικών συγκροτημάτων, ημικατεργασμένων προϊόντων και πρώτων υλών καθώς και για την παροχή ορισμένων μονό υπηρεσιών, συνεπώς όχι καταναλωτικών αγαθών
- Η χρηματοδότηση μέσω forfaiting γίνεται στην πράξη μονό σε ορισμένα νομίσματα (κυρίως Δολάρια ΗΠΑ, Μάρκα Γερμανίας και Φράγκα Ελβετίας, τελευταίως δε και Γιέν Ιαπωνίας)

5.8 VENTURE CAPITAL.

(Κεφάλαιο Επιχειρηματικών Συμμετοχών).

Το Κεφάλαιο Επιχειρηματικών Συμμετοχών αποτελεί μία εναλλακτική πηγή χρηματοδότησης, για την ανάπτυξη ήδη υφισταμένων επιχειρήσεων ή τη δημιουργία νέων και αφορά στη συμμετοχή των Εταιριών Επιχειρηματικών Συμμετοχών στο μετοχικό κεφάλαιο μιας εταιρίας είτε μέσω αύξησης μετοχικού κεφαλαίου είτε μέσω έκδοσης μετατρέψιμου ομολογιακού δανείου. Οι Εταιρείες Επιχειρηματικών Συμμετοχών συμμετέχοντας στο μετοχικό κεφάλαιο μίας εταιρείας, αναλαμβάνουν ισόποσα ένα μέρος του επιχειρηματικού κινδύνου της εταιρείας και προσδοκούν υψηλή απόδοση, αντίστοιχη με αυτήν του επιχειρηματία. Οι Εταιρείες Επιχειρηματικών Συμμετοχών επενδύουν με μέσο-μακροπρόθεσμο ορίζοντα και επιδιώκουν να ρευστοποιούν τη συμμετοχή τους σε προσυμφωνημένο χρόνο και με προσυμφωνημένο τρόπο. Στόχος τους, δηλαδή, είναι η άντληση κερδών από την υπεραξία των μετοχών, υπεραξία που δημιουργείται και από τη συμμετοχή και συμβολή των Εταιριών Επιχειρηματικών Συμμετοχών στην ανάπτυξη μιας επιχείρησης μέσω των εμπειριών, επαφών, καθώς και της οικονομικής, εμπορικής και

διοικητικής τεχνογνωσίας που προσφέρουν. Επίσης η επιχείρηση υποστηρίζεται ενεργά στο στρατηγικό σχεδιασμό, στο marketing και τις πωλήσεις, στον οικονομικό προγραμματισμό και έλεγχο, στη μεταφορά τεχνογνωσίας και στην εισαγωγή σύγχρονων μεθόδων διοίκησης.

Οι εταιρείες που αποτελούν τον επενδυτικό στόχο των Εταιρειών Επιχειρηματικών Συμμετοχών είναι συνήθως μη εισηγμένες, μικρομεσαίες εταιρείες που βρίσκονται στα αρχικά στάδια ανάπτυξης, οι οποίες όμως διαθέτουν σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης λόγω: καινοτομίας προϊόντων και υπηρεσιών, ελκυστικότητας κλάδου, ιδιαίτερα ικανού management κλπ.

Η διαδικασία επένδυσης μία εταιρείας Επιχειρηματικών Συμμετοχών είναι η ακόλουθη:

1. Αποστολή επιχειρηματικού σχεδίου από την Εταιρεία-Στόχο προς την Εταιρεία Επιχειρηματικών Συμμετοχών
2. Πρώτη αξιολόγηση και απάντηση της εταιρείας Venture Capital (θετική ή αρνητική).
3. Στην περίπτωση θετικής απάντησης, ξεκινά ένας κύκλος επαφών μεταξύ στελεχών της εταιρείας-στόχου και του Venture Capital, προκειμένου να διαπιστωθούν από την τελευταία στοιχεία όπως η ελκυστικότητα του κλάδου, η στρατηγική της εταιρείας, η ικανότητα και η σύνθεση της διοικητικής ομάδας κλπ.
4. Στη συνέχεια η εταιρεία Venture Capital προβαίνει σε εις βάθος έλεγχο των οικονομικών στοιχείων και γενικότερα στην επαλήθευση των όσων γράφονται στο επιχειρηματικό σχέδιο της εταιρείας-στόχο με αυτά που υπάρχουν ή εκτιμώνται στην πραγματικότητα.
5. Η εταιρεία Venture Capital βασιζόμενη στα παραπάνω στοιχεία, αποτιμά την αξία της εταιρείας-στόχου και βάσει αυτής προσδιορίζει την αξία του τιμήματος για το ποσοστό που επιθυμεί να αναλάβει καθώς και μία σειρά από άλλους όρους (π.χ. έξοδο από την επένδυση κλπ.)
6. Ακολουθούν διαπραγματεύσεις μεταξύ του Venture Capital και της εταιρείας στόχου προκειμένου να διαπραγματευτούν και να γίνουν αποδεκτοί οι όροι της συμφωνίας.
7. Στη συνέχεια, η εταιρεία Venture Capital παρουσιάζει την επενδυτική της πρόταση για τη συγκεκριμένη εταιρεία-στόχο στην επενδυτική της επιτροπή, η οποία αποφασίζει τελικά για το αν θα υλοποιηθεί ή όχι η επένδυση.
8. Στην περίπτωση που εγκριθεί η επένδυση, η εταιρεία Venture Capital, προκειμένου να διασφαλίσει στο μεγαλύτερο δυνατό βαθμό την επένδυσή της, παραγγέλνει νομικό, οικονομικό, λογιστικό και τεχνικό έλεγχο της εταιρείας-στόχου προκειμένου να διαπιστωθεί και από τρίτους η ορθή οικονομική, νομική, λογιστική και τεχνική κατάσταση της εταιρείας.
9. Μετά το θετικό πόρισμα των ανωτέρω ελέγχων, ακολουθεί η υπογραφή της σύμβασης ή οποιοδήποτε άλλων νομικών εγγράφων.
10. Συγκαλείται Γενική Συνέλευση της εταιρείας η οποία αποφασίζει την Αύξηση του Μετοχικού Κεφαλαίου με παραίτηση των παλαιών μετόχων υπέρ της εταιρείας Venture Capital.
11. Η εταιρεία Venture Capital συμμετέχει στην αύξηση κεφαλαίου, καταβάλλει το μερίδιό της, και τα κεφάλαια εισρέουν στο ταμείο της εταιρείας.
12. Η εταιρεία Venture Capital συμμετέχει συνεχώς στην παρακολούθηση και καθοδήγηση της εταιρείας μέσω συμβουλευτικών υπηρεσιών (στρατηγικός σχεδιασμός, marketing κλπ.)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ

ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΙΑ – FRANCHISING.

6.1 ΔΙΚΑΙΟΠΑΡΟΧΟΣ Η ΔΟΤΗΣ - FRANCHISOR

Ο ειδικός τύπος συμφωνίας με τον οποίο μια επιχείρηση (Δικαιοπάροχος ή Δότης - Franchisor) παραχωρεί σε άλλη επιχείρηση (Δικαιοδόχο ή Λήπτης - Franchisee), έναντι άμεσου ή έμμεσου οικονομικού ανταλλάγματος, το δικαίωμα εκμετάλλευσης συνόλου δικαιωμάτων πνευματικής ή βιομηχανικής ιδιοκτησίας με σκοπό την παραγωγή ή και εμπορία ορισμένων ειδών προϊόντων ή και υπηρεσιών λέγεται δικαιοχρησία ή δικαιόχρηση (Franchising). Το σύνολο των δικαιωμάτων που παραχωρούνται συνήθως αφορά εμπορικά σήματα και επωνυμίες, διακριτικούς τίτλους, σχέδια και πρότυπα, δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας, τεχνογνωσίας ή διπλώματα ευρεσιτεχνίας.

Πρόκειται για κάτι περισσότερο από μία απλή επιχειρηματική συνεργασία μεταξύ του Δικαιοδόχου (Franchisee), του νέου δηλαδή συνεργάτη που επιθυμεί να ανοίξει το δικό του κατάστημα, και του Δικαιοπάροχου (Franchisor) της μητρικής δηλαδή εταιρείας που καθοδηγεί, προμηθεύει και βοηθά καθημερινά το δίκτυο των καταστημάτων που λειτουργούν κάτω από το σήμα της.

Είναι πολύ σημαντικό να γίνει αντιληπτό ότι ο Franchisor και ο Franchisee ανήκουν στην ίδια ομάδα και δεν αποτελούν αντιμαχόμενα μέρη. Τα δύο μέρη εργάζονται για ένα κοινό σκοπό και αμοιβαίο κέρδος, όπου οι σχέσεις των εμπλεκόμενων μερών παίζουν πρωτεύοντα ρόλο στην υλοποίηση ενός κοινού σωστού επιχειρηματικού αποτελέσματος. Είναι μια σχέση “win - win” στην οποία και οι δύο συνεργάτες κερδίζουν ουσιαστικά.

Ο δικαιοδόχος με το κεφάλαιο που εισφέρει εξασφαλίζει την τοποθεσία, την κατασκευή ή τη διαμόρφωση και τον εξοπλισμό του καταστήματος και στη συνέχεια αναπτύσσει τη μονάδα με την καθοδήγηση του δικαιοπάροχου. Ο δικαιοπάροχος προμηθεύει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες και εφοδιάζει τον δικαιοδόχο με την τεχνογνωσία, τα πρότυπα λειτουργίας της επιχείρησης, την αρχική εκπαίδευση και τη συνεχή υποστήριξη.

Ο δικαιοδόχος μπορεί να εξασφαλίσει το αρχικό κεφάλαιο από ίδιους πόρους ή να απευθυνθεί και στο δικαιοπάροχο για μερική ενίσχυση ή να απευθυνθεί σε άλλους επενδυτές και χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς, όπως ισχύει για κάθε νέο-ιδρυόμενη επιχείρηση. Ο δικαιοδόχος έχει την ιδιοκτησία και τη διαχείριση του καταστήματος ως ανεξάρτητη επιχειρηματική μονάδα, η λειτουργία της οποίας διέπεται από τους όρους που καθορίζονται στο συμφωνητικό δικαιοχρησίας (franchise contract). Το franchising βασίζεται στην αρχή ότι ο δικαιοδόχος ακολουθεί ένα δοκιμασμένο πρότυπο λειτουργίας που έχει αναπτυχθεί από το δικαιοπάροχο. Συνεπώς, οι δικαιοδόχοι δεν έχουν την ελευθερία να αποφασίσουν μονομερώς για θέματα που ενδέχεται να επηρεάσουν την επιχείρηση ή την εικόνα και φήμη του δικαιοπάροχου ή των άλλων καταστημάτων του δικτύου.

Σε αντάλλαγμα για την παρεχόμενη τεχνογνωσία, ο Δικαιοδόχος συχνά καταβάλλει στον Franchisor ένα αρχικό ποσό για να γίνει μέλος του Δικτύου Franchise.

Το αρχικό αυτό ποσό εγγραφής (initial entry fee) καλύπτει την παραχώρηση της άδειας χρήσης του σήματος, την υποστήριξη κατά τη φάση δημιουργίας του καταστήματος, την επιλογή και τον καθορισμό της σύστασης του αρχικού εμπορεύματος, την υποστήριξη κατά την επιλογή του καταστήματος, την μεταφορά όλης της τεχνογνωσίας σε επίπεδο πωλήσεων και εξυπηρέτησης πελατών, την αρχική γνωστοποίηση του νέου καταστήματος, την εκπαίδευση των στελεχών της νέας επιχείρησης, συμβολαιογραφικά και άλλα έξοδα.

Μετά την έναρξη λειτουργίας του καταστήματος, ο Δικαιοδόχος καλείται να συνεισφέρει πλέον ένα πάγιο ποσοστό (royalties) για την συνεχή υποστήριξη λειτουργίας του καταστήματος του, τη συνεχή εποπτεία και εκπαίδευση του προσωπικού και τη συνεχή και άμεση προμήθεια των προϊόντων που του εξασφαλίζει με συγκεκριμένους και ιδιαίτερα

ευνοϊκούς όρους η μητρική εταιρεία. Τα δικαιώματα αυτά, που λογίζονται συνήθως επί των τιμολογίων αγοράς, διατίθενται στο μεγαλύτερο μέρος τους υπέρ της πανελλαδικής διαφήμισης του Δικτύου καταστημάτων και των προϊόντων του Δικτύου.

6.2 ΜΟΡΦΕΣ ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΙΑΣ.

Οι μορφές της δικαιοχρησίας μπορούν να διακριθούν σε δύο κατηγορίες, με βάση το αντικείμενο της δικαιοχρησίας (τέσσερις μορφές) και με βάση τον τρόπο ενσωμάτωσης των δικαιούχων στο σύστημα δικαιοχρησίας και το βαθμό εξάρτησης τους από τον δικαιούχο (δύο μορφές).

6.2.1 ΜΟΡΦΕΣ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΟ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΗΣ ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΙΑΣ.

Franchise Διανομής (Distribution Franchise).

Ο δικαιούχος πωλεί, λιανικά, σε τελικούς καταναλωτές προϊόντα μέσα σε κατάσταση που φέρει τα διακριτά γνωρίσματα του δικαιούχου. Τα προϊόντα δεν είναι απαραίτητο να φέρουν το σήμα του δικαιούχου. Με τη μέθοδο αυτή επιτυγχάνεται εκτεταμένο δίκτυο διανομής του προϊόντος του δικαιούχου και συνεπώς ένα τέλειο και χαμηλού κόστους μάρκετινγκ. Ανάλογα με την ιδιότητα του δικαιούχου αλλά και την πηγή προέλευσης των προϊόντων διακρίνουμε το Franchise Διανομής σε δύο υποκατηγορίες: το Franchise του Παραγωγού- Δικαιούχου και το Franchise του Διανομέα-Δικαιούχου. Στην μεν πρώτη υποκατηγορία ο δικαιούχος πουλά τα προϊόντα που κατασκευάζει ο ίδιος ο δικαιούχος. Τέτοιου είδους δίκτυα Franchising στη χώρα μας είναι των επιχειρήσεων: Νεοσέτ, Anna Riska, Benetton, Stefanel, Zara, Oxford Company κ.λπ.

Στην μεν δεύτερη υποκατηγορία ο δικαιούχος προμηθεύει τους δικαιούχους του δικτύου με προϊόντα τα οποία είτε α) επιλέγει ο ίδιος και στη συνέχεια αναθέτει σε τρίτους παραγωγούς να τα κατασκευάσουν για λογαριασμό του σύμφωνα με τις δικές του προδιαγραφές, είτε β) τα προμηθεύεται ο ίδιος απευθείας από τον παραγωγό με βάση μια ιδιαίτερη εμπορική συμφωνία που έχει κάνει μαζί του, είτε γ) ορίζει συγκεκριμένους τρίτους προμηθευτές από τους οποίους οι δικαιούχοι αγοράζουν τα προς πώληση προϊόντα. Τέτοιου είδους δίκτυα Franchising στη χώρα μας είναι των επιχειρήσεων: Goody's, Mc Donald's, Omnishop, Παρουσίαση, Αφισόραμα, Folli - Follie κ.λπ.

Βιομηχανικό Franchise (Industrial Franchise).

Ο δικαιούχος εκμεταλλεύεται την τεχνογνωσία που διαθέτει καθώς και το σήμα του. Παρέχει δηλαδή ο δικαιούχος στον δικαιούχο την άδεια να παράγει ή να μεταποιεί προϊόντα ακολουθώντας τις οδηγίες του και στην συνέχεια να τα πουλάει χρησιμοποιώντας το σήμα του. Συνήθως με τέτοιες συμφωνίες επιδιώκεται η αποφυγή της μεταφοράς των προϊόντων στον τόπο τελικής διάθεσης για τεχνικούς (π.χ. κίνδυνος αλλοίωσης) ή οικονομικούς λόγους (κόστος μεταφοράς σε σχέση με την αξία και τον όγκο του προϊόντος). Οι πιο γνωστές περιπτώσεις αυτής της μορφής δικαιοχρησίας είναι της Coca-Cola, Pepsi-Cola, Seven-Up, Fanta κ.λπ.

Franchise Υπηρεσιών (Services Franchise).

Ο δικαιούχος παρέχει υπηρεσίες σε τελικούς χρήστες χρησιμοποιώντας το διακριτικό γνώρισμα, την εμπορική επωνυμία ή και το σήμα του δικαιούχου ακολουθώντας τις οδηγίες, τις προδιαγραφές και τα πρότυπα του δικαιούχου. Η μορφή αυτή του Franchising

αναδεικνύει περισσότερο από οποιοδήποτε άλλο τύπο Franchising τη σημασία της ύπαρξης ενός συστήματος Franchising δεδομένου ότι σε αυτό η τεχνογνωσία παίζει πολύ πιο σημαντικό ρόλο απ' ό,τι σε άλλες μορφές. Αυτή η μορφή αναπτύσσεται ραγδαία τόσο διεθνώς όσο και στη

χώρα μας και ένας σημαντικός λόγος γι' αυτό είναι ότι γενικά το κόστος δημιουργίας και λειτουργίας από τον δικαιοδόχο μιας τέτοιας επιχείρησης είναι σημαντικά μικρότερο από το αντίστοιχο κόστος που απαιτείται για μία επιχείρηση Franchising διανομής προϊόντων. Τέτοιου είδους δίκτυα Franchising στη χώρα μας είναι των επιχειρήσεων: Hilton, Hertz, Europcar, Avis, Ευρωγνώση, Axon, Computerland κ.λπ.

Μικτό Franchise.

Είναι αρκετά συνηθισμένο να συνδυάζονται αρμονικά μέσα στο ίδιο δίκτυο η διανομή προϊόντων με την παροχή υπηρεσιών. Αυτό συμβαίνει όταν η πώληση ενός προϊόντος υποστηρίζεται από την παροχή κάποιας υπηρεσίας (π.χ. πώληση προσωπικών υπολογιστών και παροχή εκπαίδευσης). Πολλές φορές δεν είναι δυνατόν να διαχωριστούν οι δύο αυτές δραστηριότητες. Τέτοιου είδους δίκτυα Franchising στη χώρα μας είναι των επιχειρήσεων: Pizza Hut, Roma Pizza, Γερμανός, Hondos Center, Beauty Shop κ.λπ.

6.2.2 ΜΟΡΦΕΣ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΟΝ ΤΡΟΠΟ ΕΝΣΩΜΑΤΩΣΗΣ ΤΩΝ ΔΙΚΑΙΟΔΟΧΩΝ ΣΤΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΙΑΣ.

Franchising Υπαγωγής (Subjection franchising).

Είναι η πιο διαδεδομένη μορφή δικαιοχρησίας. Ο δικαιοπάροχος, ο οποίος είναι και ο αρχικός δημιουργός και κάτοχος της τεχνογνωσίας, παίζει κυρίαρχο ρόλο στην επιχειρηματική πολιτική των δικαιοδόχων του. Οι δικαιοδόχοι πρέπει να συμμορφώνονται με τις αυστηρές οδηγίες του δικαιοπαρόχου και υπαγωγή στον έλεγχό του. Οι δικαιούχοι αποτελούν απλώς εκτελεστικά όργανα του δικαιοπαρόχου, έστω και αν έχουν αυτοτελή επιχειρηματική οντότητα. Ο δικαιοπάροχος συνδέεται ακτινωτά με καθέναν από τους διάφορους δικαιοδόχους του, ενώ οι ίδιοι δε συνδέονται μεταξύ τους.

Franchising Ισοτιμίας.

Στην περίπτωση αυτή δεν υπάρχει κυρίαρχη θέση του δικαιοπαρόχου, αλλά μία μορφή συνεταιριστικής συνεργασίας στη βάση της ισοτιμίας μεταξύ δικαιοπαρόχου και δικαιοδόχων καθώς και δικαιοδόχων μεταξύ τους. Χαρακτηριστικό είναι η συνεργασία με σκοπό την προώθηση των πωλήσεων και την επιτυχία του συστήματος. Οι δικαιοδόχοι συμμετέχουν στη λήψη των αποφάσεων και υπάρχει εναρμόνιση ενεργειών για την επίτευξη των στόχων του συστήματος. Στα πλαίσια αυτής της εναρμόνισης αναπτύσσονται μεταξύ των δικαιοδόχων διάφορες μορφές συνεργασίας και αλληλοβοήθειας όπως ανταλλαγή πληροφοριών και προσωπικού, κάλυψη περιοδικών αναγκών σε εμπορεύματα κ.ά., με τις οποίες συνεργασίες επιδιώκεται η τελική επιτυχία του συστήματος.

6.3 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ FRANCHISING

Η ταχεία εξάπλωση του franchising οφείλεται στα πολλά και σοβαρά πλεονεκτήματα που παρουσιάζει αυτή η διεπιχειρησιακή συνεργασία για όλα τα μέρη που μετέχουν σ' αυτή. Αυτό δεν σημαίνει βέβαια ότι το Franchising δεν έχει και ορισμένα μειονεκτήματα, αλλά αυτά είναι τόσον επουσιώδη σε σχέση με τα πλεονεκτήματα ώστε να μην εμποδίζουν την ταχεία εξάπλωση του θεσμού.

1) Πλεονεκτήματα για τον λήπτη: Η ένταξη του δικαιοδόχου ή λήπτη σ' ένα σύστημα Franchising συνεπάγεται γι' αυτόν μια σειρά πλεονεκτημάτων, από τα οποία τα σημαντικότερα είναι τα εξής:

(α) Ο λήπτης δημιουργεί μια σύγχρονη επιχειρηματική μονάδα χωρίς να ξοδέψει χρόνο και χρήμα για την έρευνα των θεμάτων που σχετίζονται με την κατασκευή, την οργάνωση και τη λειτουργία της επιχείρησής του. Όλη αυτή η αναγκαία προεργασία έχει γίνει επί σειρά ετών από τον δικαιοπάροχο ή δότη με ανάλογες δαπάνες και επιτυχημένη πρακτική εφαρμογή. Με άλλα λόγια, ο λήπτης απαλλάσσεται σε σημαντικό βαθμό από την ενασχόληση με οργανωτικά προβλήματα, έτσι ώστε να μπορεί να αφοσιωθεί στην προώθηση των πωλήσεων και στη διεύρυνση του κύκλου εργασιών.

(β) Ο λήπτης απολαμβάνει τις θετικές συνέπειες της ευρείας γνώσης του σήματος του δότη και της καλής φήμης που το συνοδεύει. Με τον τρόπο αυτό εξασφαλίζει ένα ισχυρό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι άλλων ανεξάρτητων επιχειρήσεων του ίδιου κλάδου και ελαχιστοποιείται στην πράξη ο επιχειρηματικός κίνδυνος της επένδυσής του.

(γ) Ο λήπτης εξοικονομεί τις δαπάνες, οι οποίες θα απαιτούνταν για την αυτοδύναμη απόκτηση οργανωτικής υποδομής και τεχνογνωσίας, αν δεν είχε ενταχθεί σε σύστημα franchising.

(δ) Η ένταξη του λήπτη σε ένα σύστημα franchising έχει κατά κανόνα ως συνέπεια τη βελτίωση της εικόνας φερεγγυότητάς του στην αγορά με θετικές επιπτώσεις τόσο στον χρηματοδοτικό όσο και στον εμπορικό τομέα.

(ε) Ο λήπτης, παρά την ένταξή του στο σύστημα franchising, διατηρεί τη νομική και διαχειριστική ανεξαρτησία της επιχείρησής του. Μετέχει στο σύστημα ως ελεύθερος επιχειρηματίας και όχι ως στέλεχος της επιχείρησης του δικαιοπαρόχου με σχέση εξαρτημένης εργασίας. Αυτό, εκτός του ότι αποτελεί για τον λήπτη κίνητρο υψηλής παραγωγικότητας, του δίνει τη δυνατότητα να αναπτύξει τις ατομικές του επιχειρηματικές αρετές.

(στ) Καθ' όλη τη διάρκεια της συνεργασίας franchising επιτυγχάνει οικονομίες κλίμακας σε πολλές κατηγορίες εξόδων, όπως για διαφημίσεις (οι δαπάνες αυτές αναλαμβάνονται εν όλω ή εν μέρει από τον δότη), για μισθώματα αποθήκης (δεν έχει πλέον ανάγκη να διατηρεί αποθηκευτικούς χώρους), για έξοδα διατήρησης στοκ (δεν διατηρεί πια αποθέματα, παρά μόνο τα εμπορεύματα που έχει στο κατάστημα), για σχεδιασμό και επιμέλεια προθήκης (αναλαμβάνονται από τον δότη), για ενημερωτικά ταξίδια ή επισκέψεις εκθέσεων (ομοίως αναλαμβάνονται από τον δότη).

2) Πλεονεκτήματα για τον δότη: Η γεωγραφική επέκταση της επιχείρησης του δικαιοπαρόχου ή δότη μέσω του franchising επιφέρει και σ' αυτόν σημαντικά πλεονεκτήματα, από τα οποία τα σπουδαιότερα είναι τα εξής: (α) Με το όνομα franchising ο δότης διευρύνει την επιχειρηματική δραστηριότητά του απευθυνόμενος παράλληλα σε πολλές αγορές (περιοχές, συν οικίες, πόλεις). Αυτό σημαίνει ότι μεγαλώνει τον τζίρο του, άρα τον όγκο των αγορών του και κατά συνέπεια τη διαπραγματευτική του ισχύ έναντι των προμηθευτών του. Το τελικό αποτέλεσμα είναι ότι επιτυγχάνει χαμηλότερες τιμές λιανικής πώλησης, αφού δεν μεσολαβεί κέρδος του χονδρεμπόρου, και άρα πιο ανταγωνιστικά προϊόντα. (β) Ο δότης επιτυγχάνει επέκταση του δικτύου διάθεσης των προϊόντων ή υπηρεσιών του με πολύ λιγότερες δαπάνες από αυτές που θα απαιτούνταν, αν η διεύρυνση του δικτύου πωλήσεων γινόταν με την ίδρυση υποκαταστημάτων ή θυγατρικών επιχειρήσεων. Από την άλλη μεριά, η επιτάχυνση της επέκτασης της επιχείρησης του δότη συμβάλλει στην ταχεία βελτίωση της ανταγωνιστικής της θέσης στην αγορά.

(γ) Παράλληλα, ο δότης διατηρεί τη δυνατότητα εποπτείας και ελέγχου του δημιουργούμενου δικτύου καταστημάτων, έτσι ώστε να προλαμβάνεται ο κίνδυνος λανθασμένων αποφάσεων σε θέματα ζωτικής σημασίας από τα μέλη του συστήματος.

(δ) Ο δότης έχει εξασφαλισμένη, μέσω του δικτύου των καταστημάτων, τη συλλογή πληροφοριών σχετικά με τις τάσεις και τις συνθήκες που επικρατούν στην κάθε περιοχή. Έτσι έχει τη δυνατότητα να γνωρίζει άμεσα τις ανάγκες των καταναλωτών και είναι σε θέση να χαράξει σωστή εμπορική πολιτική, βασισμένη στα δεδομένα της αγοράς.

(ε) Η γρήγορη δημιουργία επώνυμου δικτύου διανομής ενισχύει τη φήμη και το κύρος του δότη με συνέπεια την ταχεία βελτίωση της ανταγωνιστικής του θέσης στην αγορά.

6.4 ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ FRANCHISING

Μειονεκτήματα για τον λήπτη: Η συνεργασία μέσω franchising δεν είναι βέβαια απαλλαγμένη από ενδεχόμενους κινδύνους και μειονεκτήματα για τον λήπτη, από τα οποία αναφέρουμε ενδεικτικώς τα εξής:

(α) Η εμπορική και επαγγελματική επιτυχία του λήπτη εξαρτάται σε σημαντικό βαθμό από την ορθότητα και την επιτυχία της επιχειρηματικής πολιτικής που ασκεί ο δότης. Οι τυχόν λανθασμένες ή ατυχείς αποφάσεις που λαμβάνονται στο κέντρο του συστήματος μπορεί να έχουν αρνητικές επιπτώσεις σε όλα τα μέλη που μετέχουν στη συνεργασία.

(β) Το γεγονός ότι ο δικαιοπάροχος ή δότης είναι συνήθως ο οικονομικά ισχυρότερος αντανακλάται και στους όρους, τους οποίους αυτός θέτει στη σύμβαση δικαιόχρησης και οι οποίοι αποβλέπουν κυρίως στην προστασία των συμφερόντων του.

Μειονεκτήματα για τον δότη: Τα ενδεχόμενα μειονεκτήματα του franchising για τον δότη είναι κυρίως τα εξής:

(α) Η επιλογή των μελών του συστήματος από τον δότη αποτελεί μια δύσκολη και χρονοβόρα διαδικασία, αφού η επιτυχής επιλογή του λήπτη είναι καθοριστική για την επιτυχία και την ανάπτυξη της συνεργασίας στη βάση της αμοιβαίας εμπιστοσύνης και της υψηλής παραγωγικότητας. (β) Ο δότης επιτυγχάνει μεν μέσω του franchising την ταχεία εξάπλωση του δικτύου του με μικρές σχετικά δαπάνες, στο πλεονέκτημα όμως αυτό αντιστοιχεί το μειονέκτημα ότι η συμμετοχή του δότη στα κέρδη από τις πωλήσεις είναι σημαντικά μικρότερη από ότι θα ήταν εάν Π.Χ. είχε προτιμηθεί η ίδρυση υποκαταστημάτων.

Πάντως τα παραπάνω μειονεκτήματα του franchising, συγκρινόμενα με τα πλεονεκτήματά του, δεν φαίνεται να έχουν ιδιαίτερη βαρύτητα. Αυτό επιβεβαιώνεται και από τις μέχρι τώρα στατιστικές, σύμφωνα με τις οποίες το ποσοστό των αποτυχημένων συνεργασιών franchising είναι κατά πολύ χαμηλότερο του ποσοστού αποτυχιών που παρατηρείται σε επιχειρήσεις, οι οποίες δεν είναι ενταγμένες σε σύστημα franchising.

6.5 ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ FRANCHISING ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.

Όπως ήδη αναφέρθηκε η σύγχρονη μορφή του franchising έκανε την πρώτη της εμφάνιση στην Ελλάδα στα μέσα της δεκαετίας του 1970. Τέλη της δεκαετίας του 1980 ο αριθμός των Ελληνικών franchises μετριόταν στα δάχτυλα δύο χεριών. Σήμερα, 10 χρόνια μετά, στο έτος 2000, τα Ελληνικά franchises υπολογίζεται πως είναι περίπου 200 και τα καταστήματα franchise περισσότερα από 2.000. Από την άλλη πλευρά, διεθνείς στατιστικές έχουν δείξει πως στις ανεπτυγμένες οικονομίες οι πωλήσεις μέσω δικτύων franchising ξεπερνούν το 20%.

Είναι συνεπώς σαφές πως οι συνθήκες είναι ώριμες ώστε να γίνει και στην Ελλάδα - όπως στις περισσότερες ανεπτυγμένες χώρες του κόσμου - μια έκθεση franchise: Το ελληνικό franchise έχει ξεπεράσει την εμβρυακή του μορφή και έχει μπει στη φάση της ραγδαίας ανάπτυξης για να αποκτήσει το σημαντικό ρόλο που του αξίζει στην ελληνική οικονομία. Και είναι η εξέλιξη αυτή αναπόφευκτη με δεδομένο τον επιχειρηματικό χαρακτήρα του Έλληνα - περισσότερο από το 50% των Ελλήνων απασχολείται σε

επιχειρήσεις οικογενειακού χαρακτήρα όταν τα αντίστοιχα ποσοστά στην Ευρώπη δεν υπερβαίνουν το 20% - αλλά και τις έντονες ανάγκες οργάνωσης, διοίκησης, μάρκετινγκ, ανάπτυξης νέων προϊόντων κ.λπ. που δημιουργεί το σύγχρονο έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον, ανάγκες που αναμένεται να ενταθούν στα πλαίσια της Ενιαίας Ευρωπαϊκής Αγοράς και του ενιαίου νομίσματος, του ευρώ. Τίποτα δεν συνδυάζει καλύτερα αυτά τα δύο χαρακτηριστικά από την ανάπτυξη με franchising: Η επιχειρηματική τόλμη υποστηρίζεται από μια καλά οργανωμένη και ισχυρή κεντρική μονάδα.

Τα περιθώρια ανάπτυξης του franchising για τα επόμενα χρόνια είναι σημαντικά, αν ληφθεί υπόψη ότι η διείσδυση του θεσμού αντιστοιχεί στο 4% περίπου του συνόλου των επιχειρήσεων στις δραστηριότητες που καλύπτει η μελέτη (λιανικό εμπόριο και λοιπές δραστηριότητες), σε σύγκριση με το 30% των επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου στη Βρετανία, η οποία είναι μια από τις δύο μεγαλύτερες αγορές franchise της ΕΕ.

Η ανάπτυξη του franchising στο μέλλον θεωρείται δεδομένη διεθνώς. Νέα franchise concepts θα αναδεικνύονται και παράλληλα οι υφιστάμενες επιχειρήσεις franchise θα αναπτύσσονται. Εάν οι ελληνικές επιχειρήσεις ακολουθήσουν τα διεθνή πρότυπα επιτυχίας με γνώμονα τη σχέση αμοιβαίου οφέλους και για τις δύο πλευρές και σχεδιάσουν σωστά την υποδομή τους ώστε να αποφύγουν τυχόν προβλήματα στο μέλλον, τότε το franchising θα αποτελέσει το όχημα της ανάπτυξης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και στη χώρα μας.

Τέλος, τονίζεται, πως η αύξηση των δικτύων για το 2005 εκτιμάται στο 13,7% ενώ για το 2006 είναι μάλλον συντηρητική (2,6%), γεγονός το οποίο αποδίδεται αφενός στην οικονομική αβεβαιότητα η οποία διέπει την επιχειρηματική κοινότητα, αλλά και στο ότι είναι δύσκολο για τις επιχειρήσεις franchise να προσδιορίσουν με ακρίβεια το μέγεθος της ανάπτυξής τους για χρονικό ορίζοντα πέραν του δωδεκαμήνου, αφού το ζήτημα αυτό εξαρτάται από το σύνολο των παραγόντων οι οποίοι επηρεάζουν τη δημιουργία επιτυχημένων συνεργασιών με franchisees

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΒΔΟΜΟ E-BANKING.

7.1 Η ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ (E-BANKING) ΩΣ ΤΜΗΜΑ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ (E-COMMERCE).

Η ηλεκτρονική τραπεζική (e-banking) είναι ένα αναπόσπαστο κομμάτι του ηλεκτρονικού εμπορίου, το οποίο περικλείει όλες τις συναλλαγές που γίνονται μέσω ηλεκτρονικών δικτύων. Τα ηλεκτρονικά κανάλια χρησιμοποιούνται τόσο για συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων (business to business) αλλά και μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών (business to consumer), όπως η αγορά και η πληρωμή αγαθών. Το e-banking είναι μέρος του e-commerce διότι οι τράπεζες συμμετέχουν σε επιχειρηματικές συναλλαγές μέσω ηλεκτρονικών μέσων. Με άλλα λόγια το e-banking δεν είναι απλώς ένα τραπεζικό προϊόν, αλλά η περιγραφή του τρόπου με τον οποίο γίνονται οι επαφές και οι συναλλαγές μεταξύ των τραπεζών και των πελατών τους.

Οι όροι PC banking, online banking, Internet banking, telephone banking, mobile banking αναφέρονται σε τρόπους με τους οποίους μπορεί ο πελάτης να έρθει σε επαφή με την τράπεζά του χωρίς να χρειάζεται να είναι παρόν σε κάποιο κατάστημα της. Το e-banking

μπορεί να θεωρηθεί ότι περικλείει όλους τους παραπάνω όρους, περιγράφει δηλαδή όλους τους τρόπους και τις δυνατότητες επαφής του πελάτη με την τράπεζα ηλεκτρονικά.

PC banking. Είναι ο όρος που περιγράφει τις συναλλαγές που γίνονται μέσω του PC του πελάτη. Η μεταφορά των δεδομένων σε μια τέτοια συναλλαγή γίνεται μέσω των τηλεφωνικών γραμμών (αναλογικές ή ψηφιακές). Μπορούμε να διακρίνουμε δύο είδη PC banking:

Το **Online banking** στο οποίο οι συναλλαγές γίνονται μέσω "κλειστών δικτύων". Για να γίνει μια συναλλαγή ο πελάτης πρέπει να προμηθευτεί ειδικό software από την τράπεζα. Ο τρόπος αυτός συναλλαγών εμφανίζεται στη Γερμανία στις αρχές της δεκαετίας του '80 με ένα σύστημα που λεγόταν BTX (German Federal Post Office).

Το **Internet banking** είναι ο γνωστός τρόπος συναλλαγής του χρήστη με την τράπεζα από όποιο τερματικό και αν βρίσκεται ανά πάσα στιγμή, με τη χρήση ενδεχομένων συγκεκριμένων κωδικών.

Mobile banking. Πολλές φορητές συσκευές όπως τα κινητά τηλέφωνα, οι φορητές ατζέντες (PDA) και οι υπολογιστές παλάμης (Hand-held PCs) μπορούν να έχουν πρόσβαση στο internet μέσω της τεχνολογίας WAP. Έτσι οι χρήστες μπορούν να εκτελέσουν internet banking από άλλες συσκευές, εκτός του PC. Αυτού του είδους οι συναλλαγές περιγράφονται με τον όρο mobile banking.

7.2 Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΚΑΙ ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ E-BANKING.

7.2.1 ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Η εξέλιξη της ηλεκτρονικής τραπεζικής έχει ακολουθήσει παρόμοια πορεία στην πλειονότητα των χωρών που έχει εφαρμοστεί. Παρόλα αυτά η πορεία αυτή δεν συνέπεσε χρονικά για όλες τις χώρες. Παρακάτω παρατίθενται τα σημαντικότερα στάδια στην ανάπτυξη του e-banking καθώς και οι προοπτικές του τόσο σε σύντομο χρονικό διάστημα όσο και στο απώτερο μέλλον.

7.2.1 1996-2000: Η ΕΚΚΙΝΗΣΗ.

Η ηλεκτρονική τραπεζική δημιουργήθηκε για να καλύψει την αυξανόμενη ανάγκη των πελατών για ηλεκτρονικές υπηρεσίες που θα είναι στ' διάθεσή τους όταν και από όπου αυτοί το επιθυμούν, 24 ώρες το 24ωρο. Το πρώτο βήμα είχε γίνει πριν από κάποια χρόνια, με την τοποθέτηση ATM, όπου ο πελάτης πάλι πήγαινε στην τράπεζα, αλλά πλέον μπορούσε να διεκπεραιώσει τις καθημερινές του συναλλαγές όλο το 24ωρο. Με την ηλεκτρονική τραπεζική, η τράπεζα μπορεί να βρίσκεται όπου και ο πελάτης, διευκολύνοντάς τον. Ιδιαίτερα στις χώρες της Βόρειας Ευρώπης, όπου η μετακίνηση τους περισσότερους μήνες του χρόνου είναι πολύ δύσκολη, η υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής υπήρξε άμεση.

Όσον αφορά τις τράπεζες, σε αρχικό στάδιο, η δημιουργία ενός "ηλεκτρονικού καταστήματος" αποτέλεσε έναν επιπλέον τρόπο να αυξήσουν και να διατηρήσουν την ανταγωνιστικότητά τους, αφού θα πρόσφεραν ένα ακόμη εναλλακτικό κανάλι επικοινωνίας, το οποίο συντελεί στη βελτίωση της εξυπηρέτησης των πελατών. Επίσης, βελτιωνόταν και η εικόνα της τράπεζας, αφού η υιοθέτηση νέων τεχνολογιών εκλαμβάνεται ως ένα δυναμικό και πρωτοπόρο βήμα από τους πελάτες ακόμη και στην περίπτωση που αυτοί δεν θα χρησιμοποιήσουν τις υπηρεσίες αυτές στο άμεσο μέλλον. Στις ΗΠΑ, οι τρεις πρώτες σε επισκεψιμότητα τράπεζες στο Internet είναι οι μεγαλύτερες και οι πιο γνωστές στο κοινό.

7.2.2 2000-2003: ΤΑ ΕΠΟΜΕΝΑ ΣΤΑΔΙΑ.

Οι τράπεζες που έχουν ήδη επενδύσει σε μια υποδομή ηλεκτρονικής τραπεζικής θα περάσουν στο στάδιο όπου η επένδυση τους τα επόμενα χρόνια θα εστιάσει στη βελτίωση της χρηστικότητας της εφαρμογής. Όσο οι πελάτες θα εξοικειώνονται με την εφαρμογή, θα αυξάνονται οι απαιτήσεις τους σε σχέση με τις παρεχόμενες υπηρεσίες και θα επιζητούν υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας, κάτι το οποίο ήδη προσφέρουν οι τράπεζες στις ΗΠΑ. Η παροχή όλων των καθημερινών τραπεζικών συναλλαγών θα θεωρείται δεδομένη και δεν θα τελεί πλέον αντικείμενο ανταγωνισμού μεταξύ των τραπεζών. Σύμφωνα με την Datamonitor, το μεγαλύτερο ποσοστό της επένδυσης θα αφορά τον εμπλουτισμό περαιτέρω λειτουργικότητας, ενώ σημαντικό ποσοστό αναμένεται να δαπανηθεί σε εφαρμογές που θα επιτρέπουν την εξατομίκευση των σελίδων (personalisation), ούτως ώστε να μπορούν οι χρήστες να δημιουργούν προσωπικές σελίδες προσαρμόζοντας τις προσφερόμενες πληροφορίες στις δικές τους προτιμήσεις.

Τα σημεία στα οποία οι τράπεζες πρέπει να εστιάσουν είναι τα εξής:

Ενοποίηση Καναλιών. (Καταστήματα, Τηλεφωνικό κέντρο, ATM, Η/Υ, Κινητά Τηλέφωνα, Δορυφορική Τηλεόραση). Η ενιαία διαχείριση της πληροφορίας μέσω των ηλεκτρονικών καναλιών θα βοηθήσει τις τράπεζες να κατανοήσουν καλύτερα τις ανάγκες των πελατών τους και να τους προσφέρουν πλήρεις υπηρεσίες για τη σωστή διαχείριση των οικονομικών τους, οι διαφορετικές βάσεις δεδομένων, που συντηρούν πολλές τράπεζες για διαφορετικά προϊόντα, μειώνει τον βαθμό εξυπηρέτησης των πελατών. Η δημιουργία πελατοκεντρικών συστημάτων, τα οποία θα διατηρούν τις πληροφορίες αυτές σε βάση δεδομένων από την οποία θα εξυπηρετούνται όλα τα κανάλια σε πραγματικό χρόνο, είναι μονόδρομος, και θα πρέπει να τον ακολουθήσουν όλες οι τράπεζες.

Η διαδικασία αυτή θα συντελέσει και στη διευκόλυνση των πελατών κατά την πραγματοποίηση μιας συναλλαγής, ή για να αποφασίσουν μια αγορά ενός προϊόντος (π.χ. η χρήση του Internet με τη βοήθεια ενός ενημερωμένου τηλεφωνικού κέντρου).

Καλύτερη διαχείριση πληροφοριών. Οι συναλλαγές που θα εκτελούνται μέσω των ηλεκτρονικών καναλιών, ιδιαίτερα το Internet, θα παρέχουν πληροφορίες σχετικά με την καταναλωτική συμπεριφορά των πελατών, οι οποίες, και πάλι, θα βοηθήσουν τις τράπεζες να κατανοήσουν τις ανάγκες των πελατών τους, ούτως ώστε να δημιουργήσουν εξειδικευμένα προϊόντα και υπηρεσίες προσαρμοσμένα στις ανάγκες του κάθε πελάτη.

Εκπαίδευση των πελατών. Η συνεχής εκπαίδευση των πελατών αποτελεί το πιο σημαντικό ίσως στοιχείο για τη χρήση νέων καναλιών. Όσο η τεχνολογία εξελίσσεται με ταχείς ρυθμούς, και νέες εφαρμογές δημιουργούνται είναι πολύ δύσκολο, για το νέο ή μέσο χρήστη, να τις κατανοήσει και να τις χρησιμοποιήσει. Γι' αυτό οι τράπεζες πρέπει να αναπτύξουν τις εφαρμογές αυτές με γνώμονα τους πελάτες ούτως ώστε να είναι προσιτές και φιλικές προς αυτούς. Η χρήση της προηγμένης τεχνολογίας, σε συνδυασμό με το σωστό marketing, με οργανωμένες προωθητικές ενέργειες θα παίζει σημαντικό ρόλο στην προσπάθεια αυτή. Η μετάβαση του χρήστη, που έχει ήδη εξοικειωθεί στη χρήση ενός καναλιού, σε ένα άλλο θα είναι πιο ομαλή. Για παράδειγμα κάποιος που πραγματοποιεί συναλλαγές με το κινητό του, ενδέχεται να δοκιμάσει και κάποιο άλλο κανάλι ανάλογα με το πού θα βρίσκεται κάθε στιγμή, όπως την τηλεόραση από το σπίτι. Η εκπαίδευση πρέπει να περιλαμβάνει θέματα που αφορούν κυρίως την κατοχύρωση της ασφάλειας των συναλλαγών, αφού αυτό αποτελεί την κύρια ανησυχία του κοινού. Οι εταιρείες που θα δαπανήσουν μεγάλο ποσοστό του προϋπολογισμού τους σε ενημέρωση είναι αυτές που θα προσελκύσουν και τους περισσότερους πελάτες. Τα επόμενα χρόνια, ο ρυθμός επένδυσης σε συστήματα θα επιβραδυνθεί, ενώ η προσπάθεια προσέγγισης πελατών θα γίνει εντονότερη.

Αύξηση της λειτουργικότητας των εφαρμογών. Παράλληλα όσο οι πελάτες χρησιμοποιούν τα νέα κανάλια για την πραγματοποίηση των συναλλαγών τους, απαιτούνται

περισσότερες και πιο εκλεπτυσμένες υπηρεσίες και προϊόντα προστιθέμενης αξίας. Οι τράπεζες θα πρέπει να προβλέπουν ποιο θα είναι αυτό που θα θελήσουν οι πελάτες, και πρέπει να είναι έτοιμες όταν αυτοί το απαιτήσουν. Όσο οι πελάτες ανακαλύπτουν τα προνόμια που τους προσφέρουν τα εναλλακτικά κανάλια, καθώς και τη δυνατότητα να πραγματοποιούν μόνοι τους τις συναλλαγές τους και να γίνονται καλύτεροι χρήστες, τόσο πιο γρήγορα θα στραφούν προς τη χρήση αυτών.

Υπάρχουν όμως και κάποιοι άλλοι παράγοντες που έχουν επίπτωση στη διάδοση και χρήση των ηλεκτρονικών δικτύων.

Η διείσδυση του Internet. Τα επόμενα χρόνια θα παίξει σημαντικό ρόλο στη διάδοση των ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσω αυτού. Χώρες όπως η Σουηδία και η Βόρεια Αμερική, ήδη έχουν διείσδυση της τάξεως του 40%, δηλαδή σχεδόν ένας στους δύο κατοίκους

χρησιμοποιεί το Internet. Το Internet αναμένεται να διαδοθεί πολύ γρήγορα σε χώρες όπως η Ελλάδα και η Ιταλία, χωρίς όμως να αγγίξει τα επίπεδα αυτών των χωρών. Η διάδοση όμως του mobile banking αναμένεται να είναι ταχεία σε αυτές τις χώρες, δεδομένης της διείσδυσης της κινητής τηλεφωνίας.

Τεχνική υποδομή. Προϋπόθεση του παραπάνω είναι η περαιτέρω ανάπτυξη των τηλεπικοινωνιών για πιο γρήγορη σύνδεση και εύκολη πρόσβαση, όχι μόνο μέσω των υπολογιστών, αλλά και από οποιαδήποτε συσκευή προσφέρει αυτή τη δυνατότητα. Και η αύξηση της χωρητικότητας των γραμμών επικοινωνίας θα επιδράσει καταλυτικά προς αυτή την κατεύθυνση. Η χωρητικότητα αυτή τετραπλασιάζεται περίπου κάθε 18 μήνες, γεγονός που έχει ως αποτέλεσμα την ταχύτερη μετάδοση των δεδομένων, άρα και τη μείωση χρόνου που απαιτείται για την εκτέλεση των συναλλαγών από τους πελάτες.

7.2.3 2003-2006: ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΛΛΑΓΕΣ.

Αν και είναι δύσκολο να γίνουν προβλέψεις για το Internet και την εξέλιξή του, μακροπρόθεσμα, υπάρχουν ωστόσο κάποιοι παράγοντες οι οποίοι αναμένεται να αλλάξουν τον τρόπο με τον οποίο πολλοί από εμάς πραγματοποιούμε τις συναλλαγές μας. Οι περισσότεροι πελάτες θα είναι ενημερωμένοι για τις υπηρεσίες αυτές και ένα μεγάλο ποσοστό θα γνωρίσει την ευκολία που τους προσφέρουν, οπότε και θα κάνει χρήση των ηλεκτρονικών καναλιών. Επίσης θα επικρατεί μεγαλύτερη διαφάνεια αφού οι πελάτες θα γνωρίζουν τα προϊόντα κάθε τράπεζας χωρίς να χρειάζεται να την επισκέπτονται. Αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα την πίεση στο περιθώριο κέρδους των προϊόντων, οπότε η τράπεζες για να συσφίξουν τις πελατειακές τους σχέσεις θα πρέπει να εστιάσουν στην καλύτερη εξυπηρέτηση.

Σε ότι αφορά τις τράπεζες, η χρήση των ηλεκτρονικών καναλιών θα σημαίνει σταδιακή μείωση του λειτουργικού κόστους αφού η πλειονότητα των συναλλαγών θα γίνεται ηλεκτρονικά. Έτσι τα τραπεζικά καταστήματα θα αναβαθμισθούν και θα εξελιχθούν σε σημεία πώλησης προϊόντων και υπηρεσιών, καθώς επίσης και συμβουλευτικών υπηρεσιών.

Ταυτόχρονα αυτό θα αυξήσει την ταχύτητα διεκπεραίωσης των συναλλαγών, αφού δεν δημιουργούνται καθυστερήσεις για απλές συναλλαγές στα ταμεία. Οι τράπεζες θα παίξουν σημαντικό ρόλο στο ηλεκτρονικό εμπόριο, είτε αυτό γίνεται μεταξύ πελατών και εμπόρων είτε μεταξύ εμπόρων. Οι τράπεζες είναι οι πρώτοι μεταξύ των οργανισμών που εμπιστεύονται οι καταναλωτές, για συναλλαγές.

Η στρατηγική την οποία πρέπει να ακολουθήσουν οι τράπεζες για να διατηρήσουν και να αναπτύξουν οι τράπεζες την πελατεία τους είναι αυτή που συνδυάζει τη σωστή αναλογία μεταξύ φυσικής και εικονικής παρουσίας. Έρευνες έχουν καταδείξει ότι οι πελάτες που

διατηρούν μια σχέση εμπιστοσύνης με την τράπεζά τους θα παραμείνουν πιστοί σε αυτή, αν τους προσφέρει όλα τα εναλλακτικά κανάλια, ηλεκτρονικά και φυσικά. Η ανθρώπινη επαφή, εξ άλλου, δεν αντικαθίσταται με ηλεκτρονικά μέσα.

Πολλές είναι οι αλλαγές στον τραπεζικό χώρο που θα λάβουν χώρα τα επόμενα χρόνια. Οι πελάτες θα έχουν περισσότερες επιλογές στον τρόπο διεκπεραίωσης των συναλλαγών τους και θα αναζητούν διαρκώς πιο εύκολους και προσιτούς τρόπους για τη διαχείριση των οικονομικών τους. οι τράπεζες θα πρέπει να στραφούν και να κατανοήσουν τις ανάγκες του καθενός προσωπικά και να τις καλύπτουν όταν αυτοί το απαιτούν. Η χρήση των ηλεκτρονικών καναλιών δεν θα αποξενώσει τους πελάτες, όπως μερικοί πιστεύουν, αντίθετα θα τους φέρει πιο κοντά στην τράπεζα, αφού θα έχουν πρόσβαση σε αυτήν 24 ώρες το 24ωρο.

7.3 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΘΕΩΡΗΣΗ ΤΟΥ E-BANKING.

7.3.1 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΘΕΩΡΗΣΗΣ.

Το αν μια τράπεζα θα υιοθετήσει ή όχι το e-banking δεν είναι μια απόφαση που μπορεί να βασίζεται σε επιπόλαιες θεωρήσεις ή στην ακολουθία των τεχνολογικών trend της εποχής. Είναι μια απόφαση που καλείται να λάβει κάθε επιχείρηση ξεχωριστά, σύμφωνα με τις δικές τις ανάγκες και δυνατότητες. Η υιοθέτηση των ηλεκτρονικών συναλλαγών μπορεί να υπόσχεται μεγάλα οφέλη, όπως και κάθε νέα τεχνολογία άλλωστε, αλλά και τα επιχειρηματικά ρίσκα είναι μεγάλα. Η επένδυση που απαιτείται είναι τεράστια και τα αποτελέσματα, τουλάχιστον σε βραχυπρόθεσμο ορίζοντα, είναι αμφίβολα.

7.3.1 ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΑ ΟΦΕΛΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΕΦΑΡΜΟΖΟΥΝ ΤΟ E-BANKING.

Αποδοτικότητα: Οι τράπεζες οι οποίες αντιμετωπίζουν με επιτυχία τις τεχνολογικές προκλήσεις που παρουσιάζονται, θα έχουν νέες ευκαιρίες να επεκτείνουν τη θέση τους στη αγορά. Η ψηφιοποίηση (digitalization) των συναλλαγών μειώνει το κόστος και αυξάνει την αποτελεσματικότητα, αν και αρχικά χρειάζονται εκτεταμένες επενδύσεις σε πληροφορική τεχνολογία. Συνέπεια της έντονης χρησιμοποίησης της νέας τεχνολογίας στις τραπεζικές συναλλαγές είναι και η τάση για "προτυποποίηση" των τραπεζικών προϊόντων, η οποία είναι γνωστή με τον όρο "commodisation". Αυτό για τις τράπεζες είναι από τη μια θετικό διότι προσθέτει αποτελεσματικότητα και ευκολία στις επιχειρηματικές διαδικασίες αλλά από την άλλη μειώνει την "πίστη" των πελατών σ' αυτές αφού μειώνεται το switching cost μιας ενδεχόμενης αλλαγής τράπεζας.

Είσοδος σε νέα επιχειρηματικά πεδία. Το internet banking συγκεκριμένα θα επιτρέψει τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα να δράσουν και ως "αρχές έκδοσης ψηφιακών πιστοποιητικών" στις νέας μορφής ηλεκτρονικές αγορές που δημιουργούνται (e-marketplaces). Πολλές και ευκίνητες τράπεζες σε συνεργασία για παράδειγμα με ISPs, εταιρείες τηλεπικοινωνιών, εταιρείες παραγωγής software αλλά και άλλους φορείς μπορούν να εκμεταλλευτούν την ευκαιρία αυτή. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν οι 4 μεγαλύτερες τράπεζες της Γερμανίας που αγόρασαν από κοινού το 1999 εταιρεία παροχής υπηρεσιών ασφάλειας στις ηλεκτρονικές συναλλαγές.

Νέοι αλλά και "ελκυστικοί" πελάτες. Οι τράπεζες μπορούν να αποκτήσουν νέους πελάτες μέσω της παρουσίας τους στο internet. Πολλοί είναι εκείνοι που θα μπουν στον πειρασμό να δοκιμάσουν ένα προϊόν μιας τράπεζας όταν το μόνο που χρειάζεται για κάτι τέτοιο είναι μερικά clicks. Οι περισσότεροι χρήστες του internet είναι άτομα δυναμικά, με υψηλό μορφωτικό και βιοτικό επίπεδο, άτομα δηλαδή που οι τράπεζες θέλουν για πελάτες

τους καθώς κατανοούν καλύτερα τις νέες μορφές συναλλαγών αλλά και τα νέα προϊόντα. Από την άλλη έχουν όμως και μεγαλύτερες απαιτήσεις.

7.3.2 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΡΙΣΚΑ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΕΦΑΡΜΟΖΟΥΝ ΤΟ E-BANKING.

Εκτός από τις παραπάνω ευκαιρίες και πλεονεκτήματα που προσφέρει το e-banking στα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, υπάρχουν και ρίσκα που σχετίζονται με αυτό, και ιδιαίτερα με την αυξημένη χρήση της πληροφορικής τεχνολογίας.

Στρατηγικά ρίσκα (Strategic risks). Το κυριότερο στρατηγικό ρίσκο στη διαδικασία του e-banking είναι να μην είναι ικανή η επιχείρηση να ακολουθήσει πιστά τις νέες τεχνολογίες που απαιτείται να υιοθετηθούν. Από τη στιγμή που μια τράπεζα αποφασίσει να υιοθετήσει πρακτικές e-banking, τότε πρέπει συνεχώς να επενδύει σε νέες τεχνολογίες, διότι όπως είναι κατανοητό το e-banking στηρίζεται κυρίως σε αυτές. Όπως είναι φυσικό οι καινοτόμες επιχειρήσεις αναλαμβάνουν μεγαλύτερο ρίσκο από τις υπόλοιπες. Είναι όμως συχνά αδύνατο να προβλεφθεί αν ένα προϊόν θα επιβιώσει στην αγορά ή ένα project θα ολοκληρωθεί με επιτυχία. Τα αποτυχημένα project, ειδικά στον τομέα της τεχνολογίας, είναι αποτυχημένες επενδύσεις και συχνά αντί να μειώσουν το κόστος κάποιων διαδικασιών, έχουν το αντίθετο αποτέλεσμα.

Για το λόγο αυτό πολλές τράπεζες ακολουθούν τη λογική της "μίμησης". Στην περίπτωση αυτή εξοικονομούνται χρήματα αλλά μειώνεται και ο κίνδυνος της αποτυχίας αφού υπάρχουν ήδη σημάδια για το αν η αγορά αποδέχθηκε τους νέους τρόπους συναλλαγής και επικοινωνίας (τους οποίους άλλες τράπεζες, καινοτόμες, πρώτες εφήρμοσαν). Το μειονέκτημα της μεθόδου αυτής είναι ότι μεγάλο ενδεχομένως τμήμα της αγοράς να έχει ήδη καταληφθεί από τους "πρωτοπόρους".

Τέτοιου είδους αποφάσεις, για την υιοθέτηση δηλαδή ή όχι του e-banking από μια τράπεζα, πρέπει να λαμβάνονται όσο το δυνατόν πιο γρήγορα αλλά και έξυπνα διότι τόσο οι τεχνολογίες αλλά και οι προτιμήσεις των καταναλωτών αλλάζουν πολύ γρήγορα, με αποτέλεσμα να υπάρχει συχνά αβεβαιότητα και δισταγμός από τη μεριά των τραπεζών.

Λειτουργικά ρίσκα (operational risks). Πρόκειται για τα ρίσκα που στοχεύουν στις επιχειρηματικές διαδικασίες. Πηγές τέτοιων ρίσκων είναι τεχνικές δυσλειτουργίες, ανθρώπινα λάθη, λανθασμένες ή ανεπαρκείς επιχειρηματικές δομές. Αν αυτά τα ρίσκα δεν διαχειριστούν αποτελεσματικά τότε θα υπάρχουν οικονομικές συνέπειες αλλά και καθαρά λειτουργικές όπως κατελιημμένο τηλεφωνικό κέντρο, "κατάρρευση" του server. Τέτοιου είδους κίνδυνοι δεν είναι νέοι, αλλά με την εκτεταμένη χρήση της τεχνολογίας, έγιναν περισσότερο καταφανείς.

Στον τομέα αυτό ανήκει και η ασφάλεια των συστημάτων, ίσως το πιο σημαντικό λειτουργικό θέμα όσον αφορά το e-banking. Οι πιο συχνές δυσλειτουργίες ενός συστήματος e-banking, οι οποίες μπορεί να συμβούν είτε τυχαία είτε μετά από οργανωμένη επίθεση στο σύστημα είναι :

- Υπερφόρτωση συστήματος, με συνέπεια την αδυναμία λειτουργίας του.
- Μεταβολή στατικού ή άλλου περιεχομένου.
- Κατάρρευση των e-mail servers μετά από υπερφόρτωση.
- Παρεμβολές στην επικοινωνία.

Μια άλλη σημαντική απόφαση η οποία πρέπει να ληφθεί αφορά το λεγόμενο outsourcing της πληροφορικής τεχνολογίας, την ανάθεση δηλαδή της παροχής και υποστήριξης της απαραίτητης τεχνολογίας σε εξειδικευμένο προσωπικό εκτός τράπεζας. Κάτι τέτοιο ωφελεί κυρίως μικρές κατά κανόνα επιχειρήσεις οι οποίες μπορούν με αυτόν τον τρόπο να προσφέρουν υπηρεσίες e-banking χωρίς να χρειαστούν μεγάλες επενδύσεις σε πληροφορική τεχνολογία. Από την άλλη πλευρά είναι κατανοητό πως η άμεση εξάρτηση της

τράπεζας από πρόσωπα εκτός αυτής (όπως οι software providers) αυξάνει κατακόρυφα τα λειτουργικά ρίσκα. Οι εξωτερικού συνεργάτες, εκτός από άριστα καταρτισμένοι πάνω σε τεχνικά θέματα, πρέπει να είναι πλήρως ενημερωμένοι για τις πολύπλοκες διαδικασίες που ακολουθεί μια τράπεζα αλλά και το τεράστιο κόστος που μπορεί να έχει μια ενδεχόμενη αστοχία του συστήματος.

Νομικά ρίσκα (Legal risks). Τα ρίσκα αυτά προέρχονται από το γεγονός ότι το νομικό πλαίσιο το οποίο διέπει τις ηλεκτρονικές συναλλαγές είναι ακόμη ρευστό στις περισσότερες χώρες. Ακόμη, συχνά διαφέρει σημαντικά από χώρα σε χώρα γεγονός που δυσκολεύει τις συναλλαγές ενός καταναλωτή με μια τράπεζα του εξωτερικού. Αβεβαιότητα επίσης υπάρχει ως προς το ποιος φορέας έχει τη δικαιοδοσία στις διακρατικές συναλλαγές. Η τράπεζα συχνά διατρέχει τον κίνδυνο να παραβιάσει εν αγνοία της νόμους μιας ξένης χώρας. Τέλος, η πιθανότητα να χρησιμοποιηθεί το e-banking ως μέσο νομιμοποίησης παράνομων κεφαλαίων, καθιστά τις τράπεζες υπεύθυνες ώστε να γνωρίζουν με ακρίβεια αυτόν που συναλλάσσεται μαζί τους, γεγονός που επίσης κρύβει πολλά ρίσκα.

Reputational risk. Ο τραπεζικός τομέας είναι ιδιαίτερα ευαίσθητος και στηρίζεται στο καλό όνομα που αποκτά η τράπεζα στην αγορά αλλά και στη σχέση εμπιστοσύνης που αποκτά με τους πελάτες της. Πρέπει λοιπόν από τη στιγμή που υιοθετήσει το e-banking να είναι έτοιμη να ανταποκριθεί απόλυτα στις απαιτήσεις των πελατών της με ταχύτητα και συνέπεια. Οι πελάτες που ούτως ή άλλως είναι επιφυλακτικοί στα νέα κανάλια επικοινωνίας μπορεί να επηρεαστούν πολύ αρνητικά στη πρώτη δυσλειτουργία του συστήματος με αποτέλεσμα να κλονιστεί η εμπιστοσύνη τους στην τράπεζα. Η τράπεζα το σημαντικότερο ίσως ρίσκο που αναλαμβάνει είναι να διατηρήσει το ίδιο επίπεδο εξυπηρέτησης των πελατών και μέσα από τα νέα κανάλια προσφέροντας υψηλής ποιότητας υπηρεσίες και ασφαλής συναλλαγές αλλιώς ο κίνδυνος δυσφήμισης της είναι μεγάλος.

7.4 ΟΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΣΗΜΕΡΑ.

Η ραγδαία ανάπτυξη του Internet ήταν φυσικό να επεκταθεί και στις Τράπεζες. Τα πλεονεκτήματα που προσφέρει, άνεση και 24ωρη εξυπηρέτηση 365 ημέρες το χρόνο, είναι ακαταμάχητα. Τα κυριότερα προβλήματα, οι ανησυχίες για την ασφάλεια των συναλλαγών και της ιδιωτικότητας καθώς και η έλλειψη εξοικείωσης πολλών πελατών με τις νέες τεχνολογίες ξεπερνιούνται με γοργούς ρυθμούς. Οι on-line τραπεζικές υπηρεσίες γίνονται το νέο πεδίο για την κατάκτηση συγκριτικού πλεονεκτήματος από τις τράπεζες.

Στις μέρες μας σημειώνεται μία σημαντική μεταβολή στο χώρο της οικονομίας των πληροφοριών. Μία μεταβολή σχετιζόμενη λιγότερο με μία συγκεκριμένη τεχνολογία και περισσότερο με την ύπαρξη φορέων που υιοθετούν ένα νέο τρόπο συμπεριφοράς και έχουν φθάσει σε μία απαιτούμενη κρίσιμη μάζα. Εκατομμύρια ανθρώπων επικοινωνούν ηλεκτρονικά πλέον, δίνοντας μία νέα ώθηση στις ηλεκτρονικές υπηρεσίες. Είναι αξιοσημείωτο ότι κατά την προηγούμενη δεκαετία οι μάνατζερ επικέντρωναν την προσοχή τους στην προσαρμογή των λειτουργικών διαδικασιών τους στις νέες τεχνολογίες της Πληροφορικής. Σήμερα, θα πρέπει να ξανασκεφθούν τη στρατηγική τους και να εξετάσουν με ποιο τρόπο η νέα οικονομία των πληροφοριών θα μεταβάλλει τη δομή ολόκληρων κλάδων και θα επηρεάσει τον επιχειρηματικό ανταγωνισμό.

Το γεγονός αυτό ισχύει έντονα στο χώρο των τραπεζικών υπηρεσιών. Ουσιαστικά οι τράπεζες δεν προχώρησαν κατά τα τελευταία χρόνια σε κινήσεις πέρα από την αυτοματοποίηση συγκεκριμένων εργασιών, τηρώντας μία συντηρητική αναμονή μπροστά στις σημειούμενες αλλαγές. Ωστόσο, σήμερα η αγορά αυτή μεταβάλλεται τόσο γρήγορα που οι τράπεζες θα πρέπει να βιαστούν και να προχωρήσουν στην επανατοποθέτησή τους σε ένα τοπίο όπου μία πληθώρα νέων προϊόντων και υπηρεσιών προσφέρει πιο αποτελεσματικές και

φθηνές λύσεις στις οικονομικές ανάγκες των πελατών και οδηγεί σε βασικές αλλαγές στη δομή του τραπεζικού συστήματος.

Οι ηλεκτρονικές τραπεζικές υπηρεσίες που προσφέρονται κυρίως μέσω του Internet αναμένεται να έχουν ένα λαμπρό μέλλον. Στην Ευρώπη, μεταξύ 2.400 περίπου τραπεζών του Ηνωμένου Βασιλείου, της Ιρλανδίας, της Γαλλίας, της Γερμανίας, της Ιταλίας, της Ισπανίας, του Βελγίου και της Ολλανδίας, το 69% προσφέρει on-line τραπεζικές υπηρεσίες, έναντι του 14% των τραπεζών που λειτουργούν στις ΗΠΑ (Ιούλιος 1999). Στη γερμανική αγορά το 91% των μικρότερων τραπεζών προσφέρει υπηρεσίες συναλλαγών μέσω του Internet. Παράλληλα, η Σουηδία και η Φινλανδία θεωρούνται ως οι παγκόσμιοι πρωτοπόροι στον τομέα αυτό. Στις ΗΠΑ, 7 εκατομμύρια νοικοκυριά χρησιμοποιούσαν το Internet για τη λήψη τραπεζικών υπηρεσιών από το σπίτι (1998), ενώ το 57% από αυτά θα ήθελε να πληρώνει με αυτό τον τρόπο όλους τους λογαριασμούς, μέχρι το 2004. Σημειώνεται δε ότι οι εφαρμογές λογισμικού παροχής οικονομικών υπηρεσιών μέσω Internet παρουσίασαν κύκλο εργασιών \$93 εκατομμυρίων το 1998, ενώ αναμενόταν να φθάσει αυτός στα \$326 εκατομμύρια το 1999. Είναι επίσης αξιοσημείωτο ότι έχουν ήδη αρχίσει στις ΗΠΑ επιχειρηματικές κινήσεις με στόχο την ασφάλιση των κινδύνων που θα υπάρξουν κατά τη χρήση των on-line οικονομικών υπηρεσιών. Κατά συνέπεια, οι σημειούμενες αλλαγές δημιουργούν δυναμικές που θα επηρεάσουν και άλλους κλάδους πλην του τραπεζικού.

Από την άλλη πλευρά η Ευρωπαϊκή Ένωση, αναγνωρίζοντας την κρισιμότητα των μεταβολών έχει προχωρήσει σε σημαντικές κινήσεις που αφορούν είτε το πλαίσιο λειτουργίας είτε τη συγχρηματοδότηση τεχνολογικών και τεχνικών έργων με αντίστοιχους στόχους.

7.4.1 ΟΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.

Στην Ελλάδα οι ηλεκτρονικές τραπεζικές υπηρεσίες βρίσκονται σε πρώιμο στάδιο. Στο πεδίο των υπηρεσιών μέσω του Internet έχουν εισέλθει οι επόμενες τράπεζες:

1. Εθνική Τράπεζα
2. ALPHA BANK, (Alpha Web Banking)
3. EFG Eurobank
4. Εγνατία Τράπεζα. (EgnatiaTeller)
5. Τράπεζα Πειραιώς (Winbank)
6. Cititbank, (Citibank Online)14,
7. Novabank, (Novaweb: Novabanker & NovaInvestor)
8. Εμπορική Τράπεζα, (Emporiki e-Banking)
9. Τράπεζα Κύπρου, (Internet Banking)

Οι βασικότερες υπηρεσίες που παρέχουν μέσω Internet οι ελληνικές τράπεζες είναι οι εξής:

- Πληροφορίες υπολοίπων για τους τηρούμενους λογαριασμούς.
- Μεταφορές ποσών μεταξύ των τηρούμενων λογαριασμών του ίδιου νομίσματος.
- Πληροφορίες σχετικά με τις πρόσφατες κινήσεις των τηρούμενων λογαριασμών.
- Δυνατότητα έκδοσης και αποστολής παλαιότερων κινήσεων των τηρούμενων λογαριασμών.
- Παραγγελία μπλοκ επιταγών.
- Δυνατότητα υποβολής αίτησης για ανάκληση επιταγών ή ολόκληρου του μπλοκ επιταγών.
- Εντολές αγοραπωλησίας μετοχών.

- Ενημέρωση για την κίνηση των προσωπικών αμοιβαίων κεφαλαίων.
- Δυνατότητα υποβολής αιτήσεων εμβασμάτων.
- Αλλαγή του απορρήτου κωδικού PIN.
- Προσωπικά μηνύματα.

Και στην περίπτωση της ελληνικής αγοράς οι προοπτικές για τις συγκεκριμένες υπηρεσίες είναι καλές παρά το ότι μόνο το 3,6% του ελληνικού πληθυσμού κάνει χρήση του Internet (έρευνα ΟΤΕnet). Είναι αξιοσημείωτο ότι στο 10% περίπου των ελληνικών επιχειρήσεων που διαθέτουν δικές τους ιστοσελίδες, το 4,56% από αυτές αναφερόταν σε θέσεις (sites) που προσέφεραν τραπεζικές και χρηματοοικονομικές υπηρεσίες. Σύμφωνα με στοιχεία της Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών¹⁹, το 2003 πραγματοποιήθηκαν μέσω διαδικτύου 5,1 εκατομμύρια χρηματικές συναλλαγές, ενώ μόνο στο πρώτο τρίμηνο του 2004 το αντίστοιχο μέγεθος διαμορφώθηκε σε 1,6 εκατομμύρια. Τα στοιχεία αυτά δείχνουν ετήσια αύξηση των συναλλαγών μέσω διαδικτύου κατά 30% με 40%. Αντίστοιχη είναι η αύξηση του τζίρου. Επίσης το 2003 υπολογίζεται ότι διακινήθηκαν μέσω διαδικτύου περίπου 28 δισ. ευρώ, ενώ το 2004 το αντίστοιχο ποσό ξεπέρασε τα 35 δισ. ευρώ. Σημειώνεται ότι τα ποσά αυτά αφορούν μόνο τις συναλλαγές με τις οποίες γίνονται μεταφορές χρημάτων.

Οι συναλλαγές αυτές πραγματοποιούνται από περισσότερους από 500.000 χρήστες του διαδικτύου, που είναι πελάτες των αντίστοιχων ηλεκτρονικών υπηρεσιών των τραπεζών. Το 2003 οι χρήστες ήταν 412.000, ενώ αυτοί που έκαναν πάνω από μία συναλλαγή τον μήνα ήταν 137.000 και εκείνοι που έκαναν το πολύ μία συναλλαγή τον μήνα ήταν περίπου 260.000. Το 2004 μόνο τον Μάρτιο πραγματοποιήθηκαν 1,5 εκατομμύρια επισκέψεις στο διαδίκτυο για τραπεζικές συναλλαγές.

Πρόσφατα οι τράπεζες επέβαλαν προμήθειες στις συναλλαγές μέσω διαδικτύου, αλλά μόνο όταν αυτές αφορούν μεταφορά χρημάτων. Η προμήθεια κυμαίνεται μεταξύ 0,3 ευρώ και 1,20 ευρώ. Το αντίστοιχο κόστος στο γκισέ είναι περίπου διπλάσιο. Για παράδειγμα, για τη μεταφορά 3.000 ευρώ από έναν λογαριασμό σε έναν άλλον, το κόστος ανέρχεται περίπου σε 3 ευρώ.

Οι υπόλοιπες συναλλαγές μέσω διαδικτύου (ερώτηση υπολοίπου κ.λπ.) γίνονται δωρεάν. Αντίθετα, στο γκισέ κοστίζουν μέχρι 1,5 ευρώ τη φορά. Παρ' όλα αυτά, οι νέες χρεώσεις των τραπεζών στις συναλλαγές μέσω διαδικτύου αναμένεται να μειώσουν τη χρήση του για μεταφορές χρημάτων.

7.4.2 ΟΙ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ.

Τα είδη των παρεχόμενων υπηρεσιών μπορούν να διαχωριστούν στις τρεις επόμενες ευρείες κατηγορίες:

1. Υπηρεσίες παροχής πληροφοριών μόνο

Στην περίπτωση αυτή χρησιμοποιούνται συστήματα που επιτρέπουν την πρόσβαση σε πληροφορίες που διατίθενται δημοσίως ή σχετίζονται με το μάρκετινγκ μίας τράπεζας. Κατά συνέπεια, η τράπεζα διαθέτει ηλεκτρονικά τις πληροφορίες που οι πελάτες εύρισκαν παραδοσιακά σε έντυπα ή σε άλλα μέσα ενημέρωσης. Ωστόσο, ακόμη και σε αυτή την περίπτωση, με τη χρήση της σημερινής τεχνολογίας οι συλλεγόμενες πληροφορίες για τους επισκέπτες πελάτες μπορούν να δημιουργήσουν στόχους για συγκεκριμένα προϊόντα, υπηρεσίες ή πληροφορίες που έχουν ήδη ζητηθεί. Οι μάνατζερ μπορούν επίσης να χρησιμοποιήσουν αυτές τις πληροφορίες για τη δημιουργία και προώθηση νέων προϊόντων.

2. Υπηρεσίες ανταλλαγής πληροφοριών

Εδώ τα χρησιμοποιούμενα ηλεκτρονικά συστήματα είναι αλληλοδραστικά (interactive), δίνοντας τη δυνατότητα μεταφοράς ευαίσθητων μηνυμάτων, εγγράφων ή αρχείων μεταξύ των χρηματοπιστωτικών οργανισμών και των πελατών τους. Ουσιαστικά, στην περίπτωση αυτή χρησιμοποιείται το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο που επιτρέπει τη μεταφορά εμπιστευτικών πληροφοριών, καθώς συστήματα που επιτρέπουν την αμφίπλευρη μεταφορά στοιχείων μεταξύ βάσεων δεδομένων και δικτύων των τραπεζών και των πελατών. Μία θέση (web site) στο Internet που επιτρέπει την on-line κατάθεση αίτησης για ένα δάνειο ή για ένα

λογαριασμό καταθέσεων αποτελεί παράδειγμα υπηρεσίας αυτής της κατηγορίας. Βασικό ζητούμενο αυτών των υπηρεσιών είναι η ασφάλεια των δεδομένων, που περιλαμβάνει την εμπιστευτικότητα των προσωπικών πληροφοριών, την ακεραιότητα των πληροφοριών, την πιστοποίηση της αυθεντικότητας των χρηστών, κ.λπ.

3. Υπηρεσίες ολοκληρωμένων συναλλαγών

Εδώ τα χρησιμοποιούμενα συστήματα παρέχουν όλες τις προηγούμενες δυνατότητες, αλλά και τη δυνατότητα on-line συναλλαγών, διαχείρισης λογαριασμών, μεταφοράς χρημάτων μεταξύ λογαριασμών, την πληρωμή υποχρεώσεων, κ.λπ. Εδώ συμπεριλαμβάνονται ουσιαστικά τα ηλεκτρονικά συστήματα πληρωμών (electronic payment systems). Τα συστήματα αυτά προσομοιάζουν τα αντίστοιχα παραδοσιακά συστήματα αφού προέρχονται από το ίδιο μοντέλο νομισματικής χρήσης. Υπό αυτή την έννοια, ακολουθούν τα ίδια γενικά βήματα μέσα στον κύκλο πληρωμών (εισαγωγή εντολής, διευθέτηση, αποστολή πληρωμής). Σε όλες τις περιπτώσεις η εμπιστοσύνη προς τους συμμετέχοντες (π.χ. τράπεζες και οργανισμούς που εκδίδουν τις εντολές, διαχειρίζονται και διευθετούν τις πληρωμές), αλλά και η διαδικασία αποτελούν κρίσιμους παράγοντες για την αποδοχή και την επιβίωση αυτού του συστήματος πληρωμών. Άλλα κριτήρια είναι η ασφάλεια, η νομιμότητα των συναλλαγών, η αποτελεσματικότητα, το κόστος και η αξιοπιστία, καθώς και η αποδοχή εκ μέρους του εμπορικού κόσμου.

Η εκμετάλλευση των παραπάνω δυνατοτήτων στηρίζεται και στην ύπαρξη της αναγκαίας ηλεκτρονικής υποδομής και εντός των τραπεζών, για την παροχή τόσο των κλασικών υπηρεσιών, όσο και των υπηρεσιών που αναδύονται μέσα από τις νέες συνθήκες λειτουργίας της οικονομίας, Συνοπτικά θα αναφερθούν τα απαιτούμενα στοιχεία υποδομής και για την παροχή on-line χρηματιστηριακών υπηρεσιών²¹, που αποτελούν βασικό πρόσθετο πεδίο δραστηριοποίησης των τραπεζών. Αυτά είναι τα εξής:

1. Κεντρική διαχείριση χαρτοφυλακίου (portfolio management)
2. Στοιχεία και πληροφορίες για τους πελάτες (client management)
3. Πωλήσεις χρηματιστηριακών πληροφοριών (interface - vendor of financial data)
4. Διεκπεραίωση συναλλαγών (trading and order management).

Τα παραπάνω στοιχεία υποδομής συνδέσεων μπορούν να παρέχουν on-line σημαντικές υπηρεσίες που κατατάσσονται και στις τρεις κατηγορίες ηλεκτρονικών υπηρεσιών που αναφέρθηκαν προηγουμένως.

7.4.3 Η ΦΥΣΗ ΤΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ.

Οι τραπεζικές υπηρεσίες βασίζονται στη διακίνηση, την αποθήκευση, την πρόσβαση και ανάκτηση και τον χειρισμό πληροφοριών. Κατά συνέπεια, οι πληροφορίες εμπεριέχονται σε όλους τους φυσικούς τρόπους παροχής υπηρεσιών, υποκείμενες στον κανόνα ανταγωνισμού μεταξύ της πρόσβασης (reach) και της αφθονίας (richness). Η πρόσβαση σημαίνει απλώς τον αριθμό των ανθρώπων που βρίσκονται στο σπίτι ή στην εργασία και ανταλλάσσουν πληροφορίες. Η αφθονία προσδιορίζεται βάσει τριών χαρακτηριστικών της ίδιας της πληροφορίας. Το πρώτο είναι το εύρος της ζώνης συχνοτήτων (bandwidth), ή ο όγκος των πληροφοριών που μπορεί να μετακινηθεί μεταξύ του αποστολέα και του

παραλήπτη σε ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Το δεύτερο είναι ο βαθμός στον οποίο οι πληροφορίες μπορούν να προσαρμοσθούν στις ανάγκες συγκεκριμένων απαιτήσεων (customization). Και το τρίτο είναι η δυνατότητα της αλληλεπίδρασης (interactivity) που προσδιορίζει και το βαθμό κατά τον οποίο μπορεί να αναπτυχθεί διάλογος μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών. Στον τραπεζικό χώρο οι κλασσικές ηλεκτρονικές προσεγγίσεις των ATM ή των τηλεφωνικών υπηρεσιών (phone banking) βελτίωσαν τη δυνατότητα πρόσβασης των πελατών, αλλά δεν μπόρεσαν να αυξήσουν την αφθονία των ανταλλασσόμενων πληροφοριών.

Η καθιέρωση του Internet και των διαφόρων ανοιχτών προτύπων επικοινωνίας έδωσε μία ώθηση σε ένα νέο είδος ηλεκτρονικών τραπεζικών υπηρεσιών που μπορεί να επιτύχει και υψηλούς βαθμούς πρόσβασης των πελατών και υψηλή αφθονία στις πληροφορίες.

Ωστόσο, σε γενικές γραμμές, οι υπηρεσίες αυτές μπορούν να καταταγούν σήμερα στις επόμενες δύο κατηγορίες:

- **Τραπεζικές υπηρεσίες μέσω του Internet.** Τυπικά, ο πελάτης μπορεί να έχει πρόσβαση στις υπηρεσίες μέσω των σχετικών ιστοσελίδων μίας τράπεζας, χρησιμοποιώντας μηχανές αναζήτησης και ειδικούς κωδικούς ασφαλείας. Αυτού του είδους οι υπηρεσίες έχουν πολύ χαμηλό κόστος και παρέχονται σε οποιονδήποτε συνεργάζεται με μία τράπεζα και μπορεί να εισέλθει στις ιστοσελίδες της.

- **Τραπεζικές υπηρεσίες μέσω προσωπικού υπολογιστή (PC).** Πολλές τράπεζες παρέχουν ειδικά προγράμματα λογισμικού για PC, τα οποία επιτρέπουν την τηλεφωνική σύνδεση με το ιδιωτικό και ασφαλές δίκτυο της τράπεζας μέσω modem και τηλεφωνικών γραμμών. Εδώ η ασφάλεια είναι μεγαλύτερη, ενώ η τράπεζα μπορεί να προμηθεύσει τον πελάτη της και με μία φυσική συσκευή ή με μία "έξυπνη κάρτα" όπου θα περιέχονται όλες οι απαιτούμενες πληροφορίες για την πρόσβαση στο σύστημα.

Η χρήση των παραπάνω υπηρεσιών παρέχει μία σειρά από οφέλη, τα οποία συνοψίζονται στα εξής:

1. Ταχεία ενημέρωση και έλεγχος για την κίνηση των λογαριασμών.
2. Άμεση γνώση των πληρωμών που έχουν ήδη εκτελεσθεί.
3. Εξοικονόμηση χρόνου και χρημάτων μέσω των ταχύτατων συναλλαγών και της δυνατότητας προγραμματισμού τους.
4. Αύξηση της ασφάλειας λόγω της διενέργειας όλων των πληρωμών με ηλεκτρονικό τρόπο και όχι με τη μεταφορά φυσικών τραπεζογραμματίων.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.

Τις τελευταίες τρεις δεκαετίες η διαδικασία της χρηματοοικονομικής καινοτομίας έχει προσφέρει στον επιχειρηματικό και χρηματοοικονομικό τομέα μια πλειάδα καινοτομικών χρηματοοικονομικών προϊόντων και διαδικασιών, διευρύνοντας τις επιλογές των συμμετεχόντων στις αγορές και συμβάλλοντας στην γενικότερη οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας. Καθώς το διεθνές περιβάλλον μεταβάλλεται, και καθώς ολοένα εντείνεται ο ανταγωνισμός στον τομέα των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, οι συμμετέχοντες στις αγορές θα αναζητούν νέους τρόπους για να διεκπεραιώσουν τις συναλλαγές τους πιο αποτελεσματικά.

Από την εξέταση και ανάλυση της διαδικασίας της χρηματοοικονομικής καινοτομίας εξάγονται τρία βασικά συμπεράσματα.

Το πρώτο είναι ότι οι χρηματοοικονομικές καινοτομίες, όπως αυτές “παράγονται” μέσω της διαδικασίας της χρηματοοικονομικής καινοτομίας και της Χρηματοοικονομικής Μηχανικής, συμβολίζουν την υποκινούμενη από το κέρδος αντίδραση των δημιουργών καινοτομιών (χρηματοοικονομικοί οργανισμοί και ιδρύματα, επενδυτικές τράπεζες, εταιρίες επενδύσεων, κ.α.) στις μεταβολές του οικονομικού, φορολογικού και ρυθμιστικού διεθνούς περιβάλλοντος.

Το δεύτερο βασικό συμπέρασμα είναι ότι, στο σημερινό παγκοσμιοποιημένο διεθνές περιβάλλον, όπου οι ανάγκες και οι απαιτήσεις των συμμετεχόντων στις αγορές χρήματος και κεφαλαίου αυξάνονται ραγδαία και οι χρηματοδοτικές συνθήκες μετασχηματίζονται, η διαδικασία της χρηματοοικονομικής καινοτομίας παρέχει έναν μηχανισμό αναδιάρθρωσης της κεφαλαιακής δομής των συμμετεχόντων με φθηνότερα και πιο ευέλικτα χρηματοδοτικά μέσα, καθώς και με καινοτομικές τεχνικές αποτελεσματικότερης διαχείρισης των κινδύνων που αντιμετωπίζουν. Το τρίτο είναι ότι η δημιουργία καινοτομικών χρηματοοικονομικών εργαλείων επηρέασε και συνεχίζει να επηρεάζει το πλαίσιο λειτουργίας των αγορών, το μικροοικονομικό πλαίσιο λειτουργίας των εταιριών, την δομή και την φύση των εργασιών του ολοένα ανταγωνιστικότερου παγκόσμιου τραπεζικού συστήματος, την οικονομική και χρηματοπιστωτική πολιτική των χωρών καθώς και την νομισματική πολιτική που ασκούν οι αρχές κάθε χώρας.

Στο ερώτημα που έχει τεθεί διεθνώς τα τελευταία χρόνια και αφορά το εάν η διαδικασία της χρηματοοικονομικής καινοτομίας έχει ήδη εισέλθει στο σημείο των μειούμενων αποδόσεων (diminishing returns), η απάντηση είναι ότι όσο οι χρηματοοικονομικές καινοτομίες δημιουργούνται ως απόρροια απρόσμενων οικονομικών, φορολογικών και ρυθμιστικών εξελίξεων, οι εξελίξεις αυτές θα διατηρήσουν την κατασκευή καινοτομικών χρηματοοικονομικών προϊόντων στο μέλλον.

Αν και η έρευνα σε διεθνές επίπεδο έχει ασχοληθεί εκτενώς με την διαδικασία της χρηματοοικονομικής καινοτομίας, παρουσιάζεται μια έλλειψη επαρκούς εμπειρικής ανάλυσής της. Η έρευνα στο μέλλον πρέπει να φωτίσει δύο βασικά ζητήματα της διαδικασίας: την πιθανή ‘παραγωγή’ επιπρόσθετων χρηματοοικονομικών καινοτομιών και τα οικονομικά της χρηματοοικονομικής καινοτομίας.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.

A. ΕΛΛΗΝΙΚΗ

- Βάθης Βασίλειος, Η σύμβαση factoring, Σταμούλης, Αθήνα :1995
- Γεωργάτος Γεώργιος, Οι νέες μορφές συμβάσεων στις σύγχρονες οικονομικές συναλλαγές, Σταμούλης, Αθήνα : 1995
- Γεωργιάδης Απόστολος, Νέες μορφές συμβάσεων της σύγχρονης οικονομίας, Σακκουλας, Αθήνα :2008
- Κωστάκης Δημήτριος, franchising - Νομική και επιχειρηματική διάσταση, Νομική βιβλιοθήκη, Θεσσαλονίκη 2002
- Λαζαρίδης Ιωάννης, Σύγχρονες μορφές χρηματοδότησης, Πανεπιστημιακές Παραδόσεις, Πανεπιστημιακές Σημειώσεις
- Μαλακός Παναγιώτης, Νέοι χρηματοδοτικοί θεσμοί, Οργανισμός Προώθησης Εξαγωγών, Ινστιτούτο Εξαγωγικών Σπουδών, 1990.
- Σουφλερός Ηλίας, Η σύμβαση franchising, Αθήνα : Αντ. Ν. Σάκκουλας 1989

B. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

- Tyebjee and Bruno, «A model of venture capitalist investment activity» Management Science, vol. 30, No 9, σελ. 1051-106
- Wells (Venture Capital Decision Making, Διδακτορική Διατριβή, Carnegie Mellon University
- Zopounidis, «Venture capital modelling: Evaluation criteria for the appraisal of investments», The Financier, vol. 1, no. 2, σελ. 54-6
- Silver, Venture Capital: The Complete Guide for Investors, John Wiley and Sons, New York