

**ΤΕΙ ΚΑΛΑΜΑΤΑΣ**  
**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**  
**ΤΜΗΜΑ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ**  
**ΕΛΕΓΚΤΙΚΗΣ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**ΘΕΜΑ: «ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΡΑΠΕΖΩΝ ΣΤΟ ΝΟΜΟ**  
**ΛΑΡΙΣΑΣ»**

**ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ: ΚΟΝΙΑΡΗ ΜΑΡΙΑ**

**ΚΑΛΑΜΑΤΑ, ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2005**

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....</b>	<b>7</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΧΡΗΜΑΤΟΠΙΣΤΩΤΙΚΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ.....</b>	<b>9</b>
1.1 Εννοιολογική προσέγγιση και διάκριση των Τραπεζών.....	9
1.2 Ιστορική αναδρομή του ελληνικού τραπεζικού Συστήματος.....	13
1.3 Η πορεία του Τραπεζικού Συστήματος στη Λάρισα.....	18
1.3.1 Το τραπεζικό σύστημα πριν την απελευθέρωση.....	18
1.3.2 Το τραπεζικό σύστημα μετά την απελευθέρωση.....	19
1.4 Σημερινή μορφή του Τραπεζικού Συστήματος.....	20
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΜΙΓΜΑ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....</b>	<b>24</b>
2.1 Λίγα λόγια για το Μάρκετινγκ.....	24
2.2 Προσφερόμενες Υπηρεσίες.....	24
2.2.1 Στόχοι του Μάρκετινγκ.....	24
2.2.2 Ανάπτυξη νέων υπηρεσιών.....	25
2.2.3 Παραδοσιακές υπηρεσίες.....	27
2.2.3.1 Καταθέσεις.....	27
2.2.3.2 Δάνεια.....	29
2.2.3.3 Προεξόφληση τίτλων του χαρτοφυλακίου της επιχείρησης.....	30
2.2.3.4 Έκδοση εγγυητικών επιστολών.....	31
2.2.3.5 Έκδοση επιταγών και εντολών.....	31
2.2.3.6 Είσπραξη αξιών και εντολών.....	32
2.2.3.7 είσπραξη αξιών για λογαριασμό τρίτων.....	32
2.2.3.8 Φύλαξη κινητών πραγμάτων.....	32
2.2.3.9 Ενοικίαση τραπεζικών θυρίδων.....	32
2.2.4 Καινοτόμες Υπηρεσίες.....	33
2.2.4.1 Αυτόματες Ταμειολογιστικές Μηχανές (ΑΤΜ'ς).....	33
2.2.4.2 Μηχανήματα ηλεκτρονικής μεταφοράς κεφαλαίων.....	34
2.2.4.3 Τα τερματικά στο σπίτι ή στο γραφείο (Home Banking).....	34
2.2.4.4 Έξυπνες Κάρτες.....	35

2.2.4.5	Internet Banking.....	35
2.2.4.6	Οι τραπεζικές συναλλαγές από το τηλέφωνο.....	35
2.2.4.7	Τραπεζικά Ομόλογα.....	36
2.2.4.8	Repos-Συμφωνίες Επαναγοράς.....	36
2.2.4.9	Συμβόλαια Δικαιωμάτων Προαίρεσης.....	36
2.2.4.10	Πιστωτικές Κάρτες.....	37
2.2.4.11	Ομολογίες-Ομολογιακά δάνεια.....	38
2.2.4.12	Αμοιβαία Κεφάλαια.....	38
2.2.4.13	Factoring.....	39
2.2.4.14	Χρηματοδοτική Μίσθωση (Leasing).....	39
2.2.4.15	Swaps.....	40
2.2.4.16	Επιχειρηματικό Κεφάλαιο (Venture Capital).....	40
2.2.5	Σύστημα Τειρεσίας.....	40
2.2.6	Στόχοι του Μάρκετινγκ.....	41
2.3	Διανομή τραπεζικών προϊόντων.....	42
2.3.1	Επιλογή του τόπου εγκατάστασης.....	43
2.3.2	Κριτήρια.....	44
2.3.3	Εγκατάσταση καταστημάτων.....	44
2.3.4	Σύστημα ανάπτυξης δικτύου.....	44
2.4	Τιμολογιακή Πολιτική.....	45
2.4.1	Πολιτικές Τιμολόγησης.....	45
2.4.1.1	Υψηλές τιμές για τα νέα προϊόντα.....	46
2.4.1.2	Τιμές διείσδυσης για τα νέα προϊόντα.....	46
2.4.1.3	Τιμολόγηση βάση του ανταγωνισμού.....	46
2.4.1.4	Τιμολόγηση βάσει του κόστους.....	46
2.4.1.5	Διαφορική τιμολόγηση.....	47
2.4.1.6	Τιμολόγηση βάσει της συνολικής αποδοτικότητας.....	47
2.5	Μίγμα Προβολής και επικοινωνίας.....	47
2.5.1	Προσωπική πώληση.....	48

2.5.2 Προσόντα που πρέπει να χαρακτηρίζουν έναν καλό πωλητή.....	48
2.5.3 Διαφήμιση.....	49
2.5.4 Προώθηση των πωλήσεων.....	50
2.5.5 Δημόσιες σχέσεις.....	50
2.5.6 Δημοσιότητα.....	51

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΕΡΕΥΝΑ ΓΙΑ ΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΜΙΧ ΠΟΥ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΘΗΚΕ ΣΤΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΛΑΡΙΣΑΣ.....52**

3.1 Αγροτική Τράπεζα.....	53
3.1.1 Τραπεζικά προϊόντα.....	53
3.1.2 Προβολή.....	56
3.1.2.1 Ενδεικτικό διαφημιστικό υλικό.....	57
3.1.3 Τιμολογιακή πολιτική.....	57
3.1.4 Δίκτυο διανομής.....	58
3.2 Alpha Bank .....	59
3.2.1 Τραπεζικά προϊόντα.....	59
3.2.2 Προβολή.....	63
3.2.2.1 Ενδεικτικό διαφημιστικό υλικό.....	63
3.2.3 Τιμολογιακή πολιτική.....	64
3.2.4 Δίκτυο διανομής.....	64
3.3 EFG Eurobank Ergasias.....	66
3.3.1 Τραπεζικά προϊόντα.....	66
3.3.2 Προβολή.....	73
3.3.2.1 Ενδεικτικό διαφημιστικό υλικό.....	73
3.3.3 Τιμολογιακή πολιτική.....	73
3.3.4 Δίκτυο διανομής.....	74
3.4 Εμπορική τράπεζα.....	75
3.4.1 Τραπεζικά προϊόντα.....	75
3.4.2 Προβολή.....	80
3.4.2.1 Ενδεικτικό διαφημιστικό υλικό.....	81
3.4.3 Τιμολογιακή πολιτική.....	81
3.4.4 Δίκτυο διανομής.....	82

<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΣΥΝΘΕΣΗ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΩΝ.....</b>	<b>84</b>
<b>ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....</b>	<b>88</b>
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....</b>	<b>90</b>

**ΤΕΙ ΚΑΛΑΜΑΤΑΣ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ  
ΕΛΕΓΚΤΙΚΗΣ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ  
ΘΕΜΑ: «ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΡΑΠΕΖΩΝ ΣΤΟ ΝΟΜΟ  
ΛΑΡΙΣΑΣ»**

**ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ: ΚΟΝΙΑΡΗ ΜΑΡΙΑ**

**ΚΑΛΑΜΑΤΑ, ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2005**

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Τα τελευταία χρόνια οι εξελίξεις στο χώρο των Τραπεζών, στην Ελλάδα είναι ραγδαίες. Η ένταξη της χώρας στην Ευρωζώνη και η εισαγωγή του ευρώ σε συνδυασμό με την πτώση του πληθωρισμού και των επιτοκίων, τις συγχωνεύσεις και τις εξαγωγές τραπεζών, που έλαβαν χώρα τα τελευταία χρόνια έχουν αλλάξει ριζικά το τοπίο στην ελληνική οικονομία και την τραπεζική αγορά.

Οι τράπεζες σε μια προσπάθεια να επιλύσουν τα υφιστάμενα προβλήματα και να ανταπεξέλθουν στις προκλήσεις της αγοράς, έχουν υιοθετήσει σε μεγάλο βαθμό τα βασικά εργαλεία του Μάρκετινγκ. Διότι είναι πλέον ευρέως αποδεκτό ότι το Μάρκετινγκ είναι ικανό να κάνει τη διαφορά στις πωλήσεις ακόμα κι όταν μιλάμε για ομοειδής επιχειρήσεις, με την ίδια ποιότητα και ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα, όπως είναι πλέον οι περισσότερες, αν όχι όλες οι τράπεζες.

Η συγκεκριμένη εργασία αναφέρεται στην έρευνα στην έρευνα των τραπεζικών υποκαταστημάτων του Ν. Λάρισας, σε μια προσπάθεια να γίνει αντιληπτό κατά πόσο οι συγκεκριμένες τράπεζες έχουν υιοθετήσει τις αρχές του Μάρκετινγκ και έχουν εντρυφήσει σε αυτές.

Τα θέματα που κυρίως αναλύονται στην παρούσα εργασία είναι:

- Ιστορική εξέλιξη του τραπεζικού συστήματος
- Μίγμα Μάρκετινγκ
- Έρευνα Μάρκετινγκ Mix στο Ν. Λάρισας
- Σύνθεση συμπερασμάτων

Οι προσπάθειες που καταβλήθηκαν σε αυτή την εργασία ελπίζω να ανταπεξέλθουν στις αναμενόμενες προσδοκίες.

Κόνιαρη Μαρία

Σπουδάστρια τμήματος: Χρηματοοικονομικής και Ελεγκτικής

Σχολή: Διοίκησης και οικονομίας

ΤΕΙ Καλαμάτας

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η ανάγκη ανάπτυξης ενός τραπεζικού συστήματος για την ικανοποίηση των αναγκών της οικονομίας, τη μείωση της τοκογλυφίας και τη βοήθεια της γεωργίας φαίνεται επιτακτική από την εποχή του Καποδίστρια ακόμα όπου και ιδρύεται η πρώτη τράπεζα.

Από τότε μέχρι σήμερα το ελληνικό τραπεζικό σύστημα πέρασε μέσα από σημαντικές αλλαγές, βίωσε πολέμους έντονες κοινωνικοοικονομικές μεταβολές και πτώχευση του Ελληνικού κράτους για να καταλήξει στη σημερινή του μορφή.

Από τα τέλη της δεκαετίας του '80 η ενίσχυση του ανταγωνισμού των πιστωτικών ιδρυμάτων οδήγησε στη δημιουργία νέων τραπεζικών προϊόντων με ευνοϊκούς όρους χρηματοδότησης ευέλικτους τρόπους αποπληρωμής αλλά και παράλληλη προσφορά άλλων χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, προκειμένου κάθε καταναλωτής να μπορεί να επιλέξει το προϊόν που ανταποκρίνεται καλύτερα στις ανάγκες του.

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μία έκρηξη προσφοράς στον τομέα της λιανικής τραπεζικής(Retail Banking). Οι τράπεζες έχουν δημιουργήσει σειρές προϊόντων-υπηρεσιών σε όλες τις κατηγορίες συναλλαγής με τους πελάτες τους και διαφημίζουν συνεχώς νέες σειρές καταθετικών και αποταμιευτικών προϊόντων, σειρές επενδυτικών προϊόντων, σειρές δανειακών προϊόντων και χορηγήσεων, κάρτες που παρέχουν διάφορες διευκολύνσεις και πολλά άλλα.

Επιπλέον τα τελευταία χρόνια παρατηρείται η δυναμική είσοδος του e-banking σε μια προσπάθεια των τραπεζών να αναπροσαρμόσουν το δίκτυο καταστημάτων τους για την επίτευξη χαμηλότερου κόστους και υψηλότερου κέρδους. Μάλιστα κατά το έτος 2003 οι χρήστες του e-banking στη δ. Ευρώπη έφτασαν τα 50 εκ.

Όλα τα παραπάνω σε συνδυασμό με τη διεθνοποίηση του χρηματοπιστωτικού συστήματος, την πολυεθνοποίηση των τραπεζών και την τιτλοποίηση των τραπεζικών εργασιών οδήγησαν στην ανάπτυξη και υιοθέτηση σύγχρονων μεθόδων και τεχνικών Μάρκετινγκ στις πωλήσεις.



Ένας γενικός ορισμός του Μάρκετινγκ<sup>1</sup> θα μπορούσε να αποτυπωθεί ως ένα συνολικό σύστημα επιχειρησιακών δραστηριοτήτων σχεδιασμένο έτσι ώστε να προγραμματίζει, να τιμολογεί, να προβάλλει και να διανέμει προϊόντα και υπηρεσίες που ικανοποιούν ανάγκες σε παρόντες και σε δυνητικούς πελάτες. Πυρήνας του Μάρκετινγκ που οδηγεί στον ιδανικό συνδυασμό των εργαλείων του για κάθε αγορά-στόχο είναι το Μίγμα Μάρκετινγκ(Marketing Mix).

Το Μίγμα Μάρκετινγκ είναι αποτέλεσμα προγραμματισμού, στρατηγικού σχεδιασμού, στρατηγικού- τακτικού-εκτελεστικού, σε επίπεδο λειτουργίας που γίνεται στα πλαίσια της επιχειρηματικής προσπάθειας υλοποίησης της ιδεολογίας του ΜΚΤ.

Η εργασία αυτή ξεκινά με την εξέλιξη του εν Ελλάδι τραπεζικού συστήματος, προσεγγίζοντας εννοιολογικά τον όρο τράπεζα και κάνοντας εκτενή αναφορά στις κατηγορίες των πιστωτικών ιδρυμάτων και στα χαρακτηριστικά τους. Στη συνέχεια επιχειρεί μία ιστορική αναδρομή τόσο στον Ελλαδικό χώρο γενικότερα όσο και στο Ν. Λάρισας ειδικότερα.

Προχωρά με ειδικές αναφορές στο Μίγμα Μάρκετινγκ και τις επιμέρους λειτουργίες του. Αναλυτικότερα αναφέρονται οι στόχοι του Μάρκετινγκ, οι εφαρμογές του στις ήδη προσφερόμενες υπηρεσίες αλλά και ο τρόπος που αυτό συμβάλλει στην ανάπτυξη νέων υπηρεσιών. Επίσης αναφορά γίνεται στην τιμολογιακή πολιτική που ακολουθείται, στο χρησιμοποιούμενο δίκτυο διανομής καθώς και στο μίγμα προβολής και επικοινωνίας.

Στη συνέχεια παρουσιάζεται η επιτόπια αλλά και διαδικτυακή έρευνα που πραγματοποιήθηκε στα τραπεζικά υποκαταστήματα του Ν. Λάρισας και αφορά το Marketing Mix.

Στο τελευταίο μέρος της εργασίας παρουσιάζονται τα τελικά συμπεράσματα που αφορούν το όλο εγχείρημα σύνταξης αυτής της εργασίας.

---

<sup>1</sup> Μάλλιαρης Πέτρος Γ. «Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ», Εκδ. Αθ. Σταμούλη, Αθήνα 2001, σελ. 37

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ

### 1.1 Εννοιολογική προσέγγιση και διάκριση των τραπεζών

Τράπεζα<sup>2</sup> είναι η οικονομική επιχείρηση, που θεωρείται ως ο μεσάζοντας μεταξύ κεφαλαιούχων, που ζητούν να επενδύσουν κεφάλαια, και εκείνων οι οποίοι έχουν ανάγκη δανεισμού για τη χρηματοδότηση των δραστηριοτήτων τους.

Η κυριότερη λειτουργία της τράπεζας είναι ο έντοκος δανεισμός. Δανείζει κεφάλαια τα οποία της ανήκουν ή κεφάλαια προερχόμενα από καταθέσεις πελατών. Σε γενικές γραμμές οι τράπεζες αποτελούν σπουδαίο παράγοντα παίζουν καταλυτικό ρόλο στην εμπορική και οικονομική ζωή ενός τόπου. Δέχονται καταθέσεις με τόκο, προεξοφλούν τις συναλλαγματικές, δανείζουν με ενέχυρο τίτλους και εμπορεύματα, ή με υποθήκη, χρηματοδοτούν μεγάλες επιχειρήσεις, χορηγούν κρατικά δάνεια κ.τ.λ

Στις σύγχρονες, όμως, οικονομίες οι τράπεζες εκτός από τις παραδοσιακές λειτουργίες που προαναφέραμε συμμετέχουν πλέον με συνεχώς εντεινόμενο ρυθμό στη διοχέτευση δανειακών κεφαλαίων μέσω των αγορών χρήματος και κεφαλαίου, παρέχοντας επενδυτικές υπηρεσίες. Από την δραστηριότητά της αυτή απορρέει η υποχρέωσή της, να εξυπηρετεί τις επιθυμίες και τα συμφέροντα των μετόχων της, να προστατεύει τη ρευστότητα και την ασφάλεια των καταθετών της και να αντισταθμίζει τους κινδύνους που αναλαμβάνει.

Προς επίτευξη των άνω υποχρεώσεών της η τράπεζα οφείλει να λειτουργεί με ενόραση, ρεαλισμό και ευελιξία, να βρίσκεται συνεχώς σε εγρήγορση διότι στις πιστωτικές αγορές οι συνθήκες συνεχώς αλλάζουν και να προβαίνει στις επιλογές της με στάθμιση όλων των παραγόντων έχοντας εξασφαλίσει επαρκείς προβλέψεις για έκτακτες καταστάσεις. Επιπλέον θα

---

<sup>2</sup> Π.Α Κιόχος-Γ.Δ Παπανικολάου, «Χρήμα-Πίστη-Τράπεζες», Εκδ. ελληνικά γράμματα, σελ. 213

πρέπει να εφαρμόζει πιστά τους ρυθμιστικούς και εποπτικούς κανόνες που έχει θέσει η πολιτεία.

Η επέκταση του πεδίου δράσης των τραπεζών έκανε αναγκαίο το διαχωρισμό τους, έτσι σήμερα λειτουργούν οι εξής κατηγορίες πιστωτικών ιδρυμάτων:

- Η τράπεζα της Ελλάδος
- Οι εμπορικές τράπεζες
- Οι ειδικοί πιστωτικοί οργανισμοί
- Τα πιστωτικά ιδρύματα με τη μορφή πιστωτικού συνεταιρισμού και
- Τα υποκαταστήματα στην Ελλάδα αλλοδαπών πιστωτικών ιδρυμάτων

### Η τράπεζα της Ελλάδος

Η τράπεζα της Ελλάδος είναι μια ανώνυμη εταιρεία που ιδρύθηκε το 1927 με καταστατική έδρα στην Αθήνα και λειτουργεί μέσω υποκαταστημάτων σε ολόκληρη την Ελληνική επικράτεια.

Οι βασικότερες από τις αρμοδιότητες της εν λόγω τράπεζας αφορούν τα ακόλουθα:

α) Είναι υπεύθυνη για τη χάραξη και άσκηση της νομισματικής και πιστωτικής πολιτικής. Μετά την ένταξη της χώρας στη ζώνη του ευρώ όμως υποχρεωτικά ακολουθεί τις κατευθυντήριες γραμμές του Ευρωπαϊκού Συστήματος Κεντρικών Τραπεζών στον τομέα αυτό.

β) Ως εποπτική αρχή η τράπεζα της Ελλάδος έχει αρμοδιότητες όπως:

- Η χορήγηση άδειας λειτουργίας και η άσκηση προληπτικής εποπτείας σε όλα τα πιστωτικά ιδρύματα με καταστατική έδρα την Ελλάδα, καθώς και στα ελληνικά υποκαταστήματα πιστωτικών ιδρυμάτων με καταστατική έδρα σε τρίτα, εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης κράτη.
- Έχει ορισμένες περιορισμένης έκτασης αρμοδιότητες για την άσκηση προληπτικής εποπτείας στα ελληνικά υποκαταστήματα πιστωτικών ιδρυμάτων με καταστατική έδρα σε κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής ένωσης.
- Χορηγεί άδεια λειτουργίας και ασκεί προληπτική εποπτεία στις περισσότερες κατηγορίες χρηματοδοτικών ιδρυμάτων με καταστατική έδρα την Ελλάδα.

γ) Ενεργεί ως ταμίας και εντολοδόχος του δημόσιου, διενεργώντας διαχείριση ρευστών και λογιστικές υπηρεσίες και έχοντας την αρμοδιότητα για τη διαχείριση του δημόσιου χρέους.

Εκτός από τα παραπάνω όμως η ΤτΕ διαδραματίζει κι έναν ευρύτερο θεσμικό ρόλο στη λειτουργία του ελληνικού τραπεζικού συστήματος.

Πιο συγκεκριμένα:

α) έχει την εξουσία παρέμβασης στη λειτουργία των ελληνικών πιστωτικών ιδρυμάτων που αντιμετωπίζουν πρόβλημα φερεγγυότητας. Μάλιστα έχει το δικαίωμα να τους επιβάλλει ένα ή περισσότερα μέτρα αναδιοργάνωσης, όπως αναγκαστική αύξηση κεφαλαίου, απαγόρευση πληρωμής μερισμάτων στους μετόχους τους, περιορισμό των συναλλαγών τους και διορισμό επιτρόπου.

Επίσης έχει το δικαίωμα να ανακαλέσει την άδεια λειτουργίας ενός πιστωτικού ιδρύματος.

β) τέλος μία ακόμη βασική λειτουργία της ΤτΕ είναι ότι λειτουργεί ως δανειστής έσχατης προσφυγής για όλα τα ελληνικά πιστωτικά ιδρύματα που αντιμετωπίζουν προβλήματα ρευστότητας.

### Εμπορικές τράπεζες

Οι εμπορικές τράπεζες είναι πιστωτικά ιδρύματα που λειτουργούν με τη μορφή της ανώνυμης εταιρίας. Ανάλογα με το ιδιοκτησιακό τους καθεστώς οι εμπορικές τράπεζες διακρίνονται σε δύο κατηγορίες:

- ❖ Τις ελεγχόμενες από το δημόσιο, εκείνες δηλ. στις οποίες το δημόσιο κατέχει άμεσα ή έμμεσα σημαντικό ποσοστό μετοχών και
- ❖ Τις τράπεζες ιδιωτικών συμφερόντων, ιδιοκτησίας Ελλήνων ή αλλοδαπών επενδυτών.

### **Υπηρεσίες των εμπορικών τραπεζών**

Το φάσμα των υπηρεσιών που δικαιούνται να παρέχουν οι ελληνικές εμπορικές τράπεζες είναι ευρύτατο. Ειδικότερα :

α) η ελάχιστη, καθοριζόμενη από το νόμο, δραστηριότητα των εμπορικών τραπεζών περιλαμβάνει:

- Την αποδοχή καταθέσεων ή άλλων επιστρεπτέων κεφαλαίων και
- Τη χορήγηση πιστώσεων.

β) στη βασική δραστηριότητα των εμπορικών τραπεζών εμπίπτει και η διενέργεια πληρωμών για λογαριασμό της πελατείας, η εκτέλεση εντολών μεταφοράς κεφαλαίου, καθώς και η έκδοση και διαχείριση μέσω πληρωμών.

γ) η παροχή εγγυήσεων και η ανάληψη υποχρεώσεων είναι μία ακόμα κατηγορία υπηρεσιών που παρέχουν τα πιστωτικά ιδρύματα.

δ) οι εμπορικές τράπεζες παρέχουν, επίσης, υπηρεσίες σε συνάλλαγμα τόσο για την κάλυψη ατομικών και εμπορικών συναλλαγών της πελατείας, όσο και για την κάλυψη συναλλαγματικών κινδύνων.

ε) τέλος, οι εμπορικές τράπεζες παρέχουν ένα ευρύτατο φάσμα κύριων και παρεπόμενων επενδυτικών υπηρεσιών.

### **Ειδικοί πιστωτικοί οργανισμοί**

Στους ειδικούς πιστωτικούς οργανισμούς ανήκουν οι εξής τράπεζες:

- ✓ Η Αγροτική Τράπεζα της Ελλάδος
- ✓ Η Ελληνική τράπεζα βιομηχανικής ανάπτυξης(ΕΤΒΑ)
- ✓ Κτηματικές Τράπεζες
- ✓ Ναυτιλιακές Τράπεζες
- ✓ Το Ταχυδρομικό Ταμιευτήριο και
- ✓ Το Ταμείο Παρακαταθηκών και Δανείων

### Πιστωτικά ιδρύματα με τη μορφή πιστωτικού συνεταιρισμού

Ο θεσμός των πιστωτικών ιδρυμάτων με τη μορφή πιστωτικού συνεταιρισμού καθιερώθηκε με το άρθρο με το άρθρο 5 του νόμου 2076/1992, στο οποίο ορίζεται ότι:

*Τα πιστωτικά ιδρύματα επιτρέπεται να συσταθούν και να λειτουργούν μόνο με τη μορφή της ανώνυμης εταιρίας και κατ' εξαίρεση με τη μορφή αμιγούς πιστωτικού συνεταιρισμού του Ν.1667/1986.*

## **1.2 Ιστορική αναδρομή του ελληνικού τραπεζικού συστήματος**

Το ελληνικό τραπεζικό σύστημα<sup>3</sup> πέρασε από διάφορα μεταβατικά στάδια προτού καταλήξει στη μορφή με την οποία το γνωρίζουμε σήμερα. Τα στάδια αυτά θα μπορούσαν να ενταχθούν σε τρεις βασικές περιόδους με βάση τα γεγονότα-ορόσημα που τα σημάδεψαν.

### **Περίοδος 1828-1927**

---

<sup>3</sup> Κιόχος Π.Α-Παπανικολάου Γ.Δ, «Χρήμα-Πίστη-Τράπεζες», Εκδ. ελληνικά γράμματα, Αθήνα 1999, σελ. 213-221

Το έτος 1828 και επί κυβέρνησης Καποδίστρια, συστήνεται η “εθνική χρηματοδοτική τράπεζα”. Σκοπός της ίδρυσής της ήταν να λειτουργεί ως κρατικός οργανισμός για να εκδίδει έντοκα γραμμάτια του ελληνικού δημοσίου. Όμως οι γενικότερες πολιτικοοικονομικές συνθήκες της περιόδου αυτής, η αποτυχία της να αναπτύξει την εμπιστοσύνη του κόσμου σε αυτήν και οι λίγες αποταμιεύσεις που έγιναν οδήγησαν στη διάλυσή της το 1834.

Το έτος 1839 ιδρύθηκε η Ιονική τράπεζα, στα Ιόνια νησιά, με έδρα την Αγγλία. Η τράπεζα αυτή είχε αρχικά το δικαίωμα τραπεζικών εργασιών και έκδοσης τραπεζογραμμάτων στα Ιόνια νησιά. Το δικαίωμα αυτό μεταβιβάστηκε το 1920 στην εθνική τράπεζα.

Η Ιονική τράπεζα της Ελλάδος προήλθε από τη συγχώνευση της Ιονικής τράπεζας και της Λαϊκής τράπεζας και βρίσκεται υπό τον έλεγχο της εμπορικής τράπεζας.

Στις 30 Μαρτίου του 1841 ιδρύθηκε η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος που αποτέλεσε τη βάση για την ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας. Το πρώτο υποκατάστημα της τράπεζας ιδρύθηκε το 1843 και το δεύτερο στην Πάτρα το 1846. Η ΕΤΕ ιδρύθηκε ως τράπεζα εκδοτική, προεξοφλητική και κτηματική που σταδιακά επεξέτεινε τη δραστηριότητά της σε όλες τις τραπεζικές λειτουργίες. Το δικαίωμα έκδοσης τραπεζογραμμάτων το είχαν παράλληλα με την ΕΤΕ η Ιονική τράπεζα, η προνομιούχος τράπεζα Ηπειροθεσσαλίας και η τράπεζα Κρήτης, όμως η ΕΤΕ αποτελούσε το κύριο εκδοτικό ίδρυμα της Ελλάδος και ρύθμιζε τη νομισματική και συναλλαγματική πολιτική και το προεξοφλητικό επιτόκιο.

Το έτος 1876 αποφασίστηκε η Εθνική τράπεζα να βοηθήσει με τη συμμετοχή της στην ίδρυση εταιρίας για την αποξήρανση της λίμνης Κωπαΐδας. Το 1882 στην κατασκευή και εκμετάλλευση των σιδηροδρόμων Θεσσαλίας, Πειραιώς-Αθηνών-Πελοποννήσου και σε άλλες κοινωφελείς επιχειρήσεις. Το 1893 παρά τη μεγάλη συμπαράσταση της Εθνικής τράπεζας δεν κατορθώθηκε να αποφευχθεί η πτώχευση του ελληνικού κράτους. Από το 1841 μέχρι το τέλος του αιώνα ιδρύθηκαν και άλλες τράπεζες όμως δε διατηρήθηκαν για πολύ χρόνο.

Το 1904 ιδρύθηκε η τράπεζα Ανατολής, το 1905 η λαϊκή και το 1907 η Εμπορική τράπεζα της οποίας η εξέλιξη ήταν συνεχής και η συμβολή της στην



ελληνική οικονομία και το εμπόριο πολύτιμη 1914 ιδρύεται το Ταχυδρομικό Ταμιευτήριο και λειτουργεί ως αυτόνομη κρατική υπηρεσία υπό την εποπτεία του Υπουργείου Συγκοινωνιών. Κύρια λειτουργία του είναι η προσέλευση καταθέσεων Ταμιευτηρίου.

Το 1918 ιδρύθηκε το Ταμείο Παρακαταθηκών και Δανείων και βρίσκεται υπό την εποπτεία του Υπουργείου οικονομικών. Το ταμείο αυτό αποτελεί οργανισμό αποδοχών καταθέσεων, Παρακαταθηκών και τράπεζα του οργανισμού Τοπικής Αυτοδιοίκησης.

Οι κυριότερες λειτουργίες του είναι η χορήγηση δανείων μέσης και μακράς προθεσμίας, κυρίως προς τους οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης. Επίσης χορηγεί στεγαστικά δάνεια στους δημοσίους υπαλλήλους και στους υπαλλήλους Ν.Π.Δ.Δ καθώς επίσης και σε ιδιώτες για τη δημιουργία τουριστικών μονάδων. Το 1927 το τραπεζικό σύστημα αναδιοργανώθηκε, διαχωρίστηκε ο κλάδος της υποθηκικής πίστης από την Εθνική τράπεζα και ιδρύθηκε η Εθνική Κτηματική τράπεζα της Ελλάδος.

Η ΕΤΕ παραχώρησε στην Κτηματική τράπεζα τον τομέα της στεγαστικής πίστης. Κυριότερες εργασίες αυτής είναι η χορήγηση δανείων με υποθήκη ακινήτων, η κτήση και μεταβίβαση ενυπόθηκων απαιτήσεων, η χορήγηση μεσομακροπρόθεσμων δανείων για πάγιες εγκαταστάσεις, η παροχή δανείων σε δήμους, κοινότητες και νομικά πρόσωπα, με εκχώρηση των προσόδων τους κ.α

Γενικότερα η περίοδος αυτή χαρακτηρίζεται από την πενιχρή οικονομική κατάσταση του ελληνικού κράτους, το έντονο φαινόμενο της τοκογλυφίας, τη μη αποκλειστικότητα μιας συγκεκριμένης τράπεζας όσον αφορά την άσκηση της εκδοτικής λειτουργίας και τη μη οργάνωση του τραπεζικού συστήματος γενικότερα. Επίσης αξίζει να αναφερθεί ότι κατά την περίοδο αυτή ιδρύθηκε πλήθος μικρών τραπεζών, οι οποίες σταδιακά εξαφανίστηκαν, αλλά και οι επτά μεγάλες τράπεζες οι οποίες λειτουργούν ακόμη και σήμερα.

## **Περίοδος 1928-1945**



Μολονότι η έναρξη της τραπεζικής λειτουργίας στην Ελλάδα ανάγεται στα μέσα του 19<sup>ου</sup> αιώνα οι βασικές δομές τέθηκαν με την ίδρυση της Τράπεζας της Ελλάδος το έτος 1928. Επιπλέον την περίοδο αυτή έχουμε τη δημιουργία συγκεκριμένων ειδικών πιστωτικών οργανισμών για τη χρηματοδότηση της αγροτικής και της κτηματικής πίστης στην Ελλάδα, τομείς στους οποίους οι υπάρχουσες εμπορικές τράπεζες δεν είχαν αναπτύξει δραστηριότητα.

Πιο συγκεκριμένα, η ίδρυση της Τράπεζας της Ελλάδος προκλήθηκε από την κοινωνία των Εθνών και είναι μικτής μορφής δηλαδή ούτε καθαρά κρατική ούτε ιδιωτική, λειτουργεί με τη μορφή της Α.Ε και οι μετοχές της κατέχονται από ιδιώτες και δημοσίους οργανισμούς. Η Τράπεζα της Ελλάδος έχει πλέον την αποκλειστικότητα στην έκδοση και κυκλοφορία των τραπεζογραμμάτων γεγονός που αποτελούσε μείζον πρόβλημα της Ελληνικής οικονομίας μέχρι τότε, αφού το γεγονός ότι δεν υπήρχε κάποιος συγκεκριμένος τραπεζικός οργανισμός που να έχει επιφορτιστεί με αυτό το ρόλο επιδρούσε αρνητικά στη σταθερότητα του νομίσματος και εν γένει στα οικονομικά της χώρας.

Το 1929 ιδρύεται η Αγροτική Τράπεζα της Ελλάδος ως αυτόνομος τραπεζικός οργανισμός με κοινωφελή χαρακτήρα. Βασικός ρόλος της ΑΤΕ η χορήγηση βραχυπρόθεσμων δανείων για την κάλυψη καλλιεργητικών δαπανών, την προμήθεια χρησίων ειδών στη γεωργία, την ενίσχυση και διάδοση καλύτερων τρόπων καλλιέργειας και γενικώς η άσκηση της αγροτικής πίστης σε όλες της τις μορφές.

Τέλος μία ακόμη βασική κατάκτηση αυτής της περιόδου είναι η διαμόρφωση ενός συγκεκριμένου θεσμικού πλαισίου που να διέπει τη λειτουργία των εμπορικών τραπεζών και τις συναλλαγές με την πελατεία τους βασική προϋπόθεση για την εξέλιξη του τραπεζικού συστήματος που μέχρι τότε απουσίαζε.

### **Περίοδος 1946-1981**

Την περίοδο αυτή παρατηρείται μία εξειδίκευση στο τραπεζικό σύστημα. Επιπλέον έχουμε την εισαγωγή ξένων κεφαλαίων και ξένων τραπεζών για να εξυπηρετούνται οι συναλλαγές με το εξωτερικό κεφάλαιο. Όμως σιγά-σιγά οι ξένες τράπεζες παίρνουν μερίδιο και από την εσωτερική αγορά.

Η παρουσία του κράτους στη λειτουργία του συστήματος ενισχύθηκε αισθητά περισσότερο στις δεκαετίες του 1950 και του 1960 όπου έχουμε την ίδρυση της, Κυβερνητικής σύνθεσης, Νομισματικής Επιτροπής, η οποία μέχρι το 1982 που καταργήθηκε, ήταν αρμόδια για τη χάραξη της νομισματικής πολιτικής στην Ελλάδα.

Μία από τις τράπεζες που ιδρύθηκε αυτή την περίοδο είναι η Τράπεζα Επενδύσεων με συμμετοχή της Εμπορικής Τράπεζας. Της Ιονικής-Λαϊκής και δέκα ακόμη ξένων τραπεζών.

Κυριότεροι σκοποί της τράπεζας είναι η: χορήγηση μακροπρόθεσμων δανείων για τη χρηματοδότηση παραγωγικών ενισχύσεων, η συμμετοχή της τράπεζας στο κεφάλαιο υφιστάμενων εταιριών, η ανάληψη έκδοσης μετοχών ανωνύμων εταιριών και ομολογιακών δανείων Ν.Π.Δ.Δ και Ιδιωτικού Δικαίου, καθώς και η αποδοχή καταθέσεων υπό ορισμένους όρους.

Το 1963 ιδρύθηκε επίσης από την ΕΤΕ η Εθνική Τράπεζα Επενδύσεων Βιομηχανικής Ανάπτυξης (ΕΤΕΒΑ) με τη συμμετοχή 14 ακόμη ξένων τραπεζών. Κύριος σκοπός αυτής ήταν η προώθηση βιομηχανικών και άλλων συναφών δραστηριοτήτων, καθώς και η ανάπτυξη της κεφαλαιαγοράς στη χώρα μας. Άλλη μια τράπεζα που έκανε την εμφάνισή της αυτό το διάστημα είναι αυτή της Ελληνικής Τράπεζας Βιομηχανικής ανάπτυξης (ΕΤΒΑ) το 1964. Κύριος σκοπός της ήταν η υποστήριξη βιομηχανικών, ναυτιλιακών και τουριστικών επενδυτικών προγραμμάτων.

Μεταξύ άλλων την περίοδο αυτή έχουμε την επιβολή στις εμπορικές τράπεζες κάθε μορφής κατασταλτικών ελέγχων καθώς και τη διατήρηση άκαμπτων στεγανών ανάμεσα στη δραστηριότητα των εμπορικών τραπεζών αφενός και των ειδικών πιστωτικών οργανισμών αφετέρου.

Η κατάσταση αυτή δε μεταβλήθηκε ούτε στη δεκαετία του 1970, η οποία σε ότι αφορά τα δομικά στοιχεία του συστήματος, χαρακτηρίστηκε από δύο μείζονος σημασίας εξελίξεις. Η πρώτη αφορούσε την εγκατάσταση στην Ελλάδα ικανού αριθμού αλλοδαπών τραπεζών μέσω υποκαταστημάτων στην προοπτική της ένταξης της χώρας στην Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα και

η δεύτερη την κρατικοποίηση της μεγαλύτερης για την εποχή εκείνη ελληνικής ιδιωτικής τράπεζας, αυτής της Εμπορικής Τράπεζας της Ελλάδος.

Η πιστωτική μεταρρύθμιση και ο θεσμικός, λειτουργικός και τεχνολογικός εκσυγχρονισμός του ελληνικού τραπεζικού συστήματος άρχισαν στα μέσα της δεκαετίας του 1980 οι σχετικές προσπάθειες επιταχύνθηκαν ιδιαίτερα μετά το 1987, όταν εφαρμόστηκαν οι προτάσεις της Επιτροπής για την Αναμόρφωση και τον Εκσυγχρονισμό του Ελληνικού Τραπεζικού Συστήματος.

Η μεταρρύθμιση αυτή ήταν αναγκαία για την προσαρμογή της ελληνικής αγοράς στις συνθήκες λειτουργίας των αναπτυγμένων πιστωτικών συστημάτων ανά την υφήλιο και στη διαμορφούμενη ενιαία τραπεζική αγορά στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

### **1.3 Η πορεία του τραπεζικού συστήματος στη Λάρισα**

Από τις αρχές του αιώνα, αλλά και πριν ακόμα ιδρυθούν συστηματικά τράπεζες, υπήρχαν στην Λάρισα<sup>4</sup> Τραπεζιτικά Γραφεία από ιδιωτικές συνήθως εταιρίες, οι οποίες δάνειζαν χρήματα και κέρδιζαν κυρίως από τους τόκους, που πολλές φορές ήταν δυσβάσταχτοι και τοκογλυφικοί. Ήταν κάτι σαν ιδιωτικές τράπεζες, που όμως λειτουργούσαν σαν χρηματιστικά και ασφαλιστικά γραφεία. Θα χωρίσουμε την αφήγησή μας για την γέννηση των τραπεζών στο Ν. Λάρισας σε **δύο περιόδους**: πριν την απελευθέρωσή της και μετά.

#### **1.3.1 Το Τραπεζικό σύστημα πριν την απελευθέρωση**

Ένα από τα γραφεία της εποχής ήταν η Εμποροτράπεζα που διατηρούσε ο Επαμεινώνδας Φαρμακίδης γύρω στο 1880. Επίσης ο Ν.Κουκουφλής διατηρούσε κατάστημα, που όπως φαίνεται από διαφήμιση σε εφημερίδα της εποχής, αγόραζε και πουλούσε συνάλλαγμα, επιταγές χρυσό και τοκομερίδια. Επίσης προεξοφλούσε κληρωθείσες ομολογίες και λαχεία

---

<sup>4</sup> Γεώργιος Ζιάζιας «Αναζητώντας τη χαμένη Λάρισα», Λάρισα 2000, τόμος δεύτερος σελ. 120-127

παντός κράτους. Εισέπραττε συναλλαγματικές, γραμμάτια και φορτωτικές και δάνειζε με ενέχυρο ομολογίες, λαχειοφόρα χρεόγραφα και εμπορεύματα. Ομοίως και ο Ε. Δαμασιώτης που ήταν αργυραμοιβός και διατηρούσε τραπεζικό γραφείο στη γωνία των οδών Μακεδονίας-Απόλλωνος, γύρω στο 1900.

Ο Κων. Πανέτσος και Σία, όπως φαίνεται από διαφήμιση του 1919 σε τοπική εφημερίδα αντιπροσώπευε την Τράπεζα Εθνικής Οικονομίας, η οποία είχε έδρα την Αθήνα, με κεφάλαιο καταβληθέν 10.000.000. Ο Μουσών Αβραάμ, είχε κι αυτός τραπεζικό γραφείο στην οδό Φιλελλήνων και όπως λένε δάνειζε με τόκο 40% και μόνο για δύο μέρες.

Ο Ρ. Σαρμπετάι γύρω στο 1910, όπως και ο Αβραάμ Κοέν, που είχε την αντιπροσωπεία της ασφαλιστικής εταιρίας «Αυστριακός Φοίνιξ».

Πολλές από αυτές τις Τραπεζικές επιχειρήσεις πρόκοψαν και εξελίχθηκαν σε Τράπεζες, μερικοί όμως πτώχευσαν.

### **1.3.2 Το τραπεζικό σύστημα μετά την απελευθέρωση**

Μετά την απελευθέρωση της Λάρισας, άρχισαν να ιδρύονται σ' αυτή συστηματικά και Τράπεζες. Στις 5 Δεκεμβρίου 1881, ιδρύθηκε το υποκατάστημα της Εθνικής Τράπεζας της οποίας η λειτουργία άρχισε το 1884 και το 1907 άρχισε να αναγείρεται και το κτίριο στην Κεντρική Πλατεία. Το κτίριο αυτό έπαθε ζημιές με το σεισμό του της 1<sup>ης</sup> Μαΐου 1941 και τους βομβαρδισμούς, ανακαινίσθηκε και έκανε εγκαίνια στις 3-8-1943. Το κτίριο αυτό στη συνέχεια κατεδαφίστηκε και ανεγέρθηκε καινούργιο, το σημερινό, του οποίου τα εγκαίνια έγιναν 3-6-1962.

Επίσης έχουμε την ίδρυση της Αθηναϊκής Τράπεζας με τη μορφή ανώνυμης εταιρίας και καταβλημένο κεφάλαιο 60.000.000. Διαφήμιση του 1924 αναφέρει ότι η εν λόγω τράπεζα αγοράζει και πουλάει συνάλλαγμα, εκτελεί προεξοφλήσεις και εισπράξεις εμπορικών λογαριασμών. Εκδίδει πιστωτικές επιστολές και αναλαμβάνει την αποστολή απανταχού χρηματικών ποσών. Ανοίγει πιστώσεις επί φορτωτικών, δέχεται χρηματικές χρηματικές καταθέσεις εν όψει και επί προθεσμία σε δραχμές και ξένα νομίσματα. Έχει ειδική υπηρεσία Ταμιευτηρίου με τόκο 4% ετησίως. Η Τράπεζα αυτή το 1927 αριθμούσε 200 υποκαταστήματα.

Μετά το 1897 ο Ανδρέας Συγγρός, που ήταν Τραπεζικός υπάλληλος της Τράπεζας «Ηπειροθεσσαλίας» διορίστηκε στο υποκατάστημα Λαρίσης διευθυντής από τον μέχρι τότε τραπεζίτη κ. Τραυλό, για μικρό όμως χρονικό διάστημα, γιατί συγχωνεύθηκε με την Εθνική Τράπεζα.

Το 1924 έχουμε την ίδρυση της Εμπορικής Τράπεζας μετά από επίσκεψη του ιδρυτή της κ. Ι. Εμπεδοκλή. Το 1923 ιδρύεται στη Λάρισα το υποκατάστημα «Τραπέζης Θεσσαλίας» από τον Στυλ. Παπαγεωργίου. Το 1924 και για μικρό διάστημα ιδρύθηκε και υποκατάστημα της τράπεζας Κοσμοδοπούλου του Βόλου, την οποία αντιπροσώπευε, μετά το 1925 που ιδρύθηκε η Τράπεζα Λαρίσης.

Η Τράπεζα Λαρίσης ιδρύθηκε το 1925 και ήταν και αυτή Ανώνυμη Εταιρία που λειτουργούσε σε ιδιόκτητο κτίριο και τα εγκαίνιά της έγιναν στις 31-8-1926, με εταιρικό κεφάλαιο 9.500.000.

Στη δεκαετία επίσης του 1920, ιδρύθηκαν στη Λάρισα και τα Υποκαταστήματα: της Τράπεζας της Ελλάδος, που διαφημιζόταν τότε για την ταχύτητα διεκπεραίωσης των συναλλαγών, της Ιονικής, που άρχισε τις εργασίες της στις 1-1-1929 και της Αγροτικής Τράπεζας γύρω στο 1933.

Οι τράπεζες τότε, όπως και σήμερα, είχαν και ασφαλιστικές εταιρίες κατά πυρός οικοδομών, ατυχημάτων, ζωής, αυτοκινήτων κ.α, όπως τέτοιες εταιρίες είχαν και ιδιώτες και άλλοι που αντιπροσώπευαν ξένες Ασφαλιστικές Εταιρίες, όπως π.χ οι Κοφαχείλης - Ζαφρανάς που αντιπροσώπευαν την Α.Ε «Κυκλαδικήν», οι Αφοί Βατζιά, οι Κουρσούμης – Σταματόπουλος την «Λαφοσιέρ» κ.α.

#### **1.4 Σημερινή μορφή του τραπεζικού συστήματος**

Τα τελευταία 40 χρόνια<sup>5</sup> το τραπεζικό σύστημα ασφυκτιούσε μέσα στο υπάρχον θεσμικό πλαίσιο μιας και δε μπορούσε να γίνει τίποτα, το οποίο δεν ήταν προδιαγεγραμμένο. Το καθεστώς αυτό περιόριζε σημαντικά τις δυνατότητες ανάπτυξης των εργασιών που αναπτύχθηκαν στην υπόλοιπη Ευρώπη και φυσικά τον ανταγωνισμό μεταξύ των τραπεζών.

---

<sup>5</sup> Περιοδικό «Επιστημονικό Μάρκετινγκ», Γιάννης Κωστόπουλος, Ιανουάριος 2005, σελ.41-42



Από τα τέλη της δεκαετίας του 1980 και στα πλαίσια της προετοιμασίας της χώρας για την ένταξη στον ενιαίο χρηματοπιστωτικό χώρο, άρχισαν να γίνονται σημαντικά βήματα προς την κατεύθυνση τόσο της απελευθέρωσης της αγοράς όσο και του εκσυγχρονισμού του συστήματος.

Στο διάστημα αυτό έχουν ληφθεί μέτρα ώστε να δημιουργηθεί ένα περιβάλλον λειτουργίας των πιστωτικών ιδρυμάτων το οποίο να βασίζεται στην αρχή της οικονομίας της ανοιχτής αγοράς με ελεύθερο ανταγωνισμό και με γνώμονα τη διασφάλιση της σταθερότητας του συστήματος. Το πιο πρόσφατο μέτρο προς αυτήν την κατεύθυνση ήταν η πλήρης απελευθέρωση το 2003 της καταναλωτικής πίστης με την κατάργηση των ποσοτικών περιορισμών που ίσχυαν μέχρι τότε.

Η απελευθέρωση του χρηματοπιστωτικού συστήματος από τον ασφυκτικό διοικητικό εναγκαλισμό του παρελθόντος συνοδεύτηκε, από σημαντική αύξηση της ζήτησης στον τομέα του Retail banking. Ο ανταγωνισμός μεταξύ των πιστωτικών ιδρυμάτων οδήγησε στην προσφορά ελκυστικών προϊόντων που ανταποκρίνονται στις διαφορετικές ανάγκες των νοικοκυριών.

Μάλιστα η μείωση του κόστους χρηματοδότησης των νοικοκυριών μειώθηκε σημαντικά τα τελευταία χρόνια κι αυτό είχε ως αποτέλεσμα τη βελτίωση των μακροοικονομικών μεγεθών της χώρας ενόψει και της συμμετοχής μας στην Ευρωζώνη. Πάντως θα ήταν αδύνατο να μιλάμε για Retail banking πριν είκοσι χρόνια που τα επιτόκια στη χώρα μας ήταν απαγορευτικά υψηλά και κυμαινόταν μεταξύ του 15%-20%.

Επίσης θα πρέπει να επισημάνουμε ότι σε αντίθεση μ' αυτό που πολλοί πιστεύουν το Retail banking είναι ένας πολύ υγιής τομέας που θα δώσει σημαντικά περιθώρια ανάπτυξης τα επόμενα χρόνια, διότι προσφέρει ευρύτερη διάσταση και διασπορά του κινδύνου δεδομένου ότι στατιστικά είναι πολύ δύσκολο άτομα ή οικογένειες να χρεοκοπήσουν ταυτόχρονα.

Στην ανάπτυξη της Λιανικής τραπεζικής συντέλεσε σημαντικά η ανάπτυξη, εναλλακτικών καναλιών διανομής των τραπεζικών προϊόντων προς διευκόλυνση της εξυπηρέτησης του πελάτη. Το Electronic banking αποτελεί το πιο δημοφιλές κανάλι διάθεσης των τραπεζικών προϊόντων στα τέλη της δεκαετίας. Οι συνήθεις μορφές του είναι οι αυτόματες ταμειολογιστικές μηχανές (ΑΤΜς), οι συσκευές ηλεκτρονικής μεταφοράς

κεφαλαίων καθώς και εξ αποστάσεως διενέργεια συναλλαγών (Remote banking). Οι συναλλαγές μέσω προσωπικών/οικιακών υπολογιστών (Home banking) καθώς και οι συναλλαγές με επικοινωνία μέσω τηλεφωνικών συσκευών απ' τους πελάτες (Phone banking) είναι δύο ακόμη δημοφιλείς μορφές της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Η ανάπτυξη των εν λόγω τεχνολογικών εργαλείων οδήγησε τις τράπεζες στη μείωση<sup>6</sup> του αριθμού των υποκαταστημάτων τους προκειμένου να επιτύχουν χαμηλότερα κόστη και υψηλότερα κέρδη. Παρά την ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών και τη συρρίκνωση των καταστημάτων οι τράπεζες γρήγορα συνειδητοποίησαν ότι υπάρχει μία σημαντική μερίδα πελατών τους οι οποίοι είτε δεν είναι εξοικειωμένοι με τις νέες τεχνολογίες, είτε διστάζουν για την φοβούνται των συναλλαγών τους και ακόμη διστάζουν να αγοράσουν ένα σύνθετο επενδυτικό προϊόν χωρίς πρώτα να συμβουλευτούν έναν τραπεζικό σύμβουλο.

Αναμφίβολα το διαδίκτυο αποτελεί πλέον ένα από τα κύρια κανάλια διανομής όμως ακόμα και με τον αριθμό των χρηστών να πλησιάζει τους 50 εκατομ. χρήστες το 2003 στη Δυτική Ευρώπη, φαίνεται ότι πολλοί από τους χρήστες αυτούς χρησιμοποιούν το internet ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΙΚΑ με το τραπεζικό τους κατάστημα. Σε καμία πάντως περίπτωση δεν το υποκαθιστά.

Πρόσφατη μελέτη της Boston Consulting Group έδειξε ότι η αποτελεσματικότητα των πωλήσεων είναι σχεδόν έξι φορές μεγαλύτερη στο κατάστημα από ότι σε ένα από τα σημαντικότερα εναλλακτικά κανάλια όπως της τηλεφωνικής τραπεζικής. Επομένως το κατάστημα ανακτά και πάλι τη θέση που του αξίζει.

Τα καταστήματα του μέλλοντος θα αντιμετωπίζονται περισσότερο ως σημεία πώλησης και λιγότερο ως σημεία συναλλαγών. Στόχος δηλαδή των τραπεζών είναι η αποσυμφόρηση του καταστήματος από βασικές καθημερινές συναλλαγές οδηγώντας τις σε εναλλακτικά κανάλια και μετατροπή του καταστήματος σε χώρο παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών, όπου εξειδικευμένοι σύμβουλοι θα προβαίνουν στην εξεύρεση τραπεζικών λύσεων σε ιδιαίτερες ανάγκες των πελατών.

---

<sup>6</sup> Περιοδικό «Επιστημονικό Μάρκετινγκ», Βύρωνας Μπαλλής, Ιανουάριος 2005, σελ. 50-53

Σε μία προσπάθεια για να εξυγιανθεί ο χώρος του Retail Banking και να αναπτυχθεί περαιτέρω, η επιτροπή της Βασιλείας II για την κεφαλαιακή επάρκεια έκανε ένα μεγάλο βήμα προς την κατεύθυνση της σύνδεσης της έννοιας «κίνδυνος» με την έννοια «απόδοση». Η επικείμενη τροποποίηση του πλαισίου για την κεφαλαιακή επάρκεια των τραπεζών, θα επιφέρει σημαντικές αλλαγές στο κανονιστικό πλαίσιο, στη συμπεριφορά των τραπεζών και στο τραπεζικό σύστημα γενικότερα.

Το νέο πλαίσιο σε γενικές γραμμές προβλέπει μεθόδους υπολογισμού των κεφαλαιακών απαιτήσεων πιο ευαίσθητες ως προς τον κίνδυνο, ενώ ενδυναμώνει τα κίνητρα για την αξιόπιστη μέτρηση των κινδύνων και την άριστη επιλογή των στοιχείων ενεργητικού και δημιουργεί καλύτερη ισορροπία μεταξύ του εποπτικού και του οικονομικού κεφαλαίου.

Σε γενικές γραμμές, οι ελληνικές τράπεζες τα τελευταία χρόνια έχουν πετύχει σημαντική αύξηση των κερδών τους αναπτύσσοντας πληθώρα νέων προϊόντων, ωστόσο αυτό δεν τις εμπόδισε να στραφούν και στα Βαλκάνια επωφελούμενες από τη σταθεροποίηση της εκεί οικονομίας με αποτέλεσμα να ελέγχουν σήμερα το 35% της αγοράς του FYROM, το 19% της αγοράς της Βουλγαρίας, το 10% της αγοράς της Ρουμανίας και ακολουθούν οι αγορές της Σερβίας και της Αλβανίας.

Ένα άλλο φαινόμενο που παρατηρείται τα τελευταία χρόνια τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό και είναι απόρροια της εντατικοποίησης του ανταγωνισμού είναι οι συγχωνεύσεις και οι διατραπεζικές συνεργασίες. Η τάση αυτή έχει γίνει ιδιαίτερα ορατή σε χώρες όπου αναμενόταν –και αναμένεται– μεγάλη ένταση του διασυνοριακού ανταγωνισμού.

Το αποτέλεσμα της εν λόγω τάσης θα είναι η συγκρότηση μεγαλύτερων πιστωτικών ιδρυμάτων και η παρεπόμενη ενδυνάμωση της τάσης για μορφοποίηση αυτών ως ιδρυμάτων πολλαπλών συναλλαγών.

Αναμένεται λοιπόν η συνέχεια σ' αυτή η την τρελή κούρσα ανταγωνισμού που έχει ξεσπάσει τα τελευταία χρόνια μεταξύ των τραπεζών και αφορά περισσότερο τις ώριμες αγορές, καθώς και κατά πόσο οι ελληνικές τράπεζες θα αποδειχτούν ικανές να ενσωματώσουν στη λειτουργία τους κανόνες της Βασιλείας II για την κεφαλαιακή επάρκεια.



## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΤΟ ΜΙΓΜΑ ΤΟΥ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ**

### **2.1 Λίγα λόγια για το Μάρκετινγκ**

Το Μάρκετινγκ πριν αποτελέσει επιστημονικό κλάδο της Διοίκησης των επιχειρήσεων, υπήρχε σαν συναλλακτική δραστηριότητα από την εποχή του αντιπραγματισμού. Δεν ήταν βέβαια δυνατόν να υπάρξει ούτε στο στάδιο της οικονομικής αυτοτέλειας, ούτε στο στάδιο του πρωτόγονου κομμουνισμού. Στα επόμενα κοινωνικοοικονομικά συστήματα όμως το Μάρκετινγκ αποκτούσε ολοένα και μεγαλύτερη σημασία, για τα οικονομούντα άτομα και τις οικονομικές μονάδες.

Ειδικότερα για τις τράπεζες από το 1987 και μετά που το τραπεζικό σύστημα μπαίνει στη φάση της σταδιακής απελευθέρωσής του από τους διοικητικούς περιορισμούς, τους ειδικούς πιστωτικούς κανόνες και τον καθορισμό των επιτοκίων από την Τράπεζα της Ελλάδος ψάχνει να βρει τα συγκριτικά εκείνα πλεονεκτήματα που θα διαφοροποιήσουν τις προσφερόμενες υπηρεσίες από αυτές των άλλων τραπεζών υιοθετώντας τα διάφορα εργαλεία του Μάρκετινγκ.

Το ολοκληρωμένο Μάρκετινγκ όμως, σε αντίθεση με το τι πιστεύει ο περισσότερος κόσμος δεν αφορά μόνο τους υπαλλήλους που ασχολούνται με την προώθηση προϊόντων αλλά ενδιαφέρει εξίσου και είναι καλό να ενσωματώνεται από όλα τα στελέχη.

### **2.2 ΠΡΟΣΦΕΡΟΜΕΝΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ**

#### **2.2.1 Στόχοι του Μάρκετινγκ**

Στον τομέα προσφοράς των υπηρεσιών το Μάρκετινγκ στοχεύει στη διερεύνηση της πελατείας τους, ικανοποιώντας ανάγκες ευρύτερων κατηγοριών του πληθυσμού. Προς αυτή την κατεύθυνση κινείται προσθέτοντας κυρίως νέες υπηρεσίες στην υπάρχουσα γκάμα και βελτιώνοντας την ποιότητα και τα χαρακτηριστικά των παλαιότερων.

Οι τράπεζες επιχειρούν ακόμη την αύξηση των πωλήσεων κατά πελάτη στρεφόμενες στις λεγόμενες σταυροειδής πωλήσεις. Η πιο συνηθισμένη προσέγγιση για την αύξηση των πωλήσεων ανά πελάτη αφορά την σύνδεση δύο ή και περισσότερων προγραμμάτων της ίδιας ή διαφορετικής κατηγορίας προϊόντων, μέσω των οποίων ο συχνός χρήστης τους μπορεί να επιτύχει είτε υψηλότερα επιτόκια για τις αποταμιεύσεις, είτε χαμηλότερα επιτόκια στα δάνεια που έχει λάβει.

Εκτός των άλλων οι τράπεζες προσπαθούν να προσφέρουν υπηρεσίες με χαμηλότερο κόστος για τον πελάτη βελτιώνοντας τις υπάρχουσες δομές και διαδικασίες και προσφέροντας αυτοματοποιημένες διαδικασίες που επιτρέπουν την αποσυμφόρηση των καταστημάτων και κατά συνέπεια του κόστους.

### **2.2.2 Ανάπτυξη νέων υπηρεσιών**

Οι τράπεζες προκειμένου να αναπτύξουν μια νέα υπηρεσία εξετάζουν προσεκτικά μια σειρά σημαντικών παραμέτρων. Αρχικά μελετούν τη συμβατότητα των προτεινόμενων ιδεών με το υπάρχον θεσμικό πλαίσιο και τους στρατηγικούς στόχους της τράπεζας. Στη συνέχεια αξιολογούν κατά πόσο οι υπάρχοντες οικονομικοί πόροι σε συνδυασμό με την υπάρχουσα τεχνολογική υποδομή και τεχνογνωσία καθώς και η ποιότητα και ποσότητα του ανθρώπινου δυναμικού ανταποκρίνονται σ' αυτούς τους στόχους.

Φυσικά δεν θα πρέπει να παραληφθεί η μελέτη της επίδρασης των νέων παραγόντων στις πωλήσεις των παλαιότερων όπως και η εκτίμηση της αναμενόμενης αποδοτικότητας. Σίγουρα η επιλογή του κατάλληλου Μίγματος Μάρκετινγκ για κάθε αγορά στόχο θα συμβάλλει καθοριστικά στην επιτυχία του όλου εγχειρήματος.

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι οι τράπεζες σε μια προσπάθεια να μειώσουν το κόστος μιας ενδεχόμενης επιτυχίας εφαρμόζουν πιλοτικά νέα προϊόντα τους πριν τα αναπτύξουν σε ευρεία κλίμακα.

Σε γενικές γραμμές οι προσφερόμενες τραπεζικές υπηρεσίες μπορούν να κατηγοριοποιηθούν:

#### **α) ανάλογα με τις ομάδες πελατών**

- **Retail banking:** Με τον όρο Retail banking εννοούνται πολλές, κατά ομοιογενείς κατηγορίες ομαδοποιημένες, εργασίες των τραπεζών, όπως είναι τα δάνεια, οι υπηρεσίες καταθέσεων, τα στεγαστικά δάνεια, οι υπηρεσίες χρεωστικών και πιστωτικών καρτών, οι υπηρεσίες καταναλωτικής πίστης κ.α
- **Corporate banking:** η συγκεκριμένη κατηγορία αφορά τα τραπεζικά προϊόντα που απευθύνονται στις επιχειρήσεις.

### β) ανάλογα με τα χαρακτηριστικά τους

- **Παραδοσιακά υπηρεσίες:** οι παραδοσιακά προσφερόμενες υπηρεσίες<sup>7</sup> συνιστούν όλες εκείνες οι τραπεζικές παροχές, που προϋπήρχαν της απελευθέρωσης του τραπεζικού συστήματος και της εντατικοποίησης του ανταγωνισμού, και φυσικά πριν το Μάρκετινγκ κάνει την δυναμική του εμφάνιση. Πρόκειται για προϊόντα που όλοι λίγο-πολύ γνωρίζουμε όπως οι καταθέσεις ταμειευτηρίου, οι καταθέσεις όψεως και οι διάφορες χορηγήσεις.
- **Καινοτόμες υπηρεσίες:** όταν μιλάμε για καινοτομία στις προσφερόμενες υπηρεσίες, το μυαλό μας δεν θα μπορούσε παρά να πάει, σε όλα εκείνα τα εκπληκτικές υπηρεσίες που εισήγαγε ο ολοένα αυξανόμενος ανταγωνισμός, και κατά συνέπεια το Μάρκετινγκ, και που κάποια χρόνια πριν ήταν αδιανόητα. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αυτών είναι οι αυτόματες ταμειολογιστικές μηχανές(ATM's), η τηλεφωνική τραπεζική(Phone banking), τα τερματικά στο σπίτι ή στο γραφείο του πελάτη(Home banking), τα μηχανήματα ηλεκτρονικής μεταφοράς κεφαλαίων στα σημεία πώλησης(E.F.T.P.O.S), οι κάρτες, και ποιος ξέρει τι άλλο μας επιφυλάσσει το μέλλον.

---

<sup>7</sup> Κιόχος Π.Α-Παπανικολάου Γ.Δ, «Χρήμα-Πίστη-Τράπεζες», Εκδ. ελληνικά γράμματα, Αθήνα 1999, Σελ. 224-249

## 2.2.3 Παραδοσιακές υπηρεσίες

### 2.2.3.1 ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ

Με τον όρο κατάθεση νοείται κάθε μορφής τοποθέτηση κεφαλαίων σε πιστωτικό ίδρυμα για αποταμιευτικούς, διαχειριστικούς ή επενδυτικούς σκοπούς, ανεξάρτητα από το αν η επιδιωκόμενη ωφέλεια είναι συγκεκριμένη και διασφαλίζεται από την τράπεζα ή μη προσδιορισμένη και εξαρτάται από τη μεταβολή ορισμένων στοιχείων, όπως του ύψους των επιτοκίων, της ισοτιμίας των νομισμάτων κ.α

Οι καταθέσεις αποτελούν την σπουδαιότερη λειτουργία των τραπεζών γιατί μέσω αυτών πραγματοποιείται η συγκέντρωση ενός σημαντικού μέρους των αποταμιεύσεων του κοινού όπως επίσης και των ρευστών πλεονασμάτων των επιχειρήσεων. Ένα ποσοστό των καταθέσεων, περίπου 20%, διατηρείται υποχρεωτικά στο θησαυροφυλάκιο της τράπεζας.

Υπάρχουν διάφορες μορφές καταθέσεων, οι κυριότερες εξ αυτών είναι:

**Καταθέσεις Ταμιευτηρίου:** οι γνωστές σε όλους μας καταθέσεις ταμιευτηρίου γίνονται κυρίως από φυσικά πρόσωπα (νοικοκυριά) και αποτελούν ένα πολύ σημαντικό τμήμα του συνόλου των καταθέσεων. Ο τόκος στους λογαριασμούς αυτούς, στις περισσότερες τράπεζες υπολογίζεται ανά εξάμηνο (στις 30 Ιουνίου και 31 Δεκεμβρίου). Οι παραδοσιακοί λογαριασμοί ταμιευτηρίου χρησιμοποιούνται κυρίως για να αντιμετωπίσει κανείς τα τρέχοντα έξοδα και δεν ενδείκνυνται για διατήρηση μεγάλων ποσών.

**Καταθέσεις όψεως:** στις καταθέσεις όψεως δίνεται από την τράπεζα ένα μπλόκ επιταγών, τις οποίες συμπληρώνει ο καταθέτης είτε στο όνομά του, είτε στο όνομα τρίτων και αποσύρει μετρητά ή δίνει επιταγές σε τρίτους έναντι μετρητών. Οι τόκοι υπολογίζονται κάθε εξάμηνο, προστίθενται στο κεφάλαιο και ανατοκίζονται.

Οι καταθέσεις όψεως εξυπηρετούν κυρίως επιχειρήσεις, οι οποίες εκδίδοντας επιταγές αποφεύγουν τη μεταφορά χρημάτων για την εξόφληση των προμηθευτών τους. Επιπλέον οι περισσότερες τράπεζες δίνουν τη δυνατότητα έκδοσης επιταγών, μέχρι ένα ορισμένο ποσό, χωρίς να υπάρχει

υπόλοιπο στο λογαριασμό των πελατών τους, πράγμα που σαφώς διευκολύνει απίστευτα τις επιχειρήσεις.

**Τρεχούμενος λογαριασμός κατάθεσης:** Αυστηρή προϋπόθεση στην περίπτωση αυτή είναι ο λογαριασμός να απευθύνεται σε φυσικά πρόσωπα και μόνον. Χρησιμοποιούνται για τη διενέργεια τρεχουσών συναλλαγών με επιταγές μετρητών και το επιτόκιο είναι σχετικά χαμηλό λόγω της παρεχόμενης διευκόλυνσης.

**Καταθέσεις με προειδοποίηση:** πρόκειται για ειδική κατηγορία κατάθεσης, όπου ο καταθέτης δεν μπορεί να προβεί σε ανάληψη ενός ποσού (κατά κανόνα σημαντικού) εάν πρώτα δεν ενημερώσει την τράπεζα,

**Καταθέσεις προθεσμίας:** οι καταθέσεις αυτές στηρίζονται στη συμφωνία μεταξύ καταθέτη και τράπεζας ότι δεν θα γίνει ανάληψη πριν την παρέλευση ορισμένου διαστήματος, το οποίο καθορίζεται από πριν. Σε περίπτωση έκτακτης ανάγκης, μπορεί να γίνει ανάληψη ορισμένου ή και όλου του ποσού κατά βούληση της τράπεζας, όμως επιβάλλεται χρηματική ποινή. Για τις καταθέσεις οι τράπεζες εκδίδουν μία απόδειξη η οποία καλείται ομόλογο.

**Καταθέσεις σε κοινό λογαριασμό:** στην περίπτωση των εν λόγω καταθέσεων, ανοίγεται λογαριασμός στο όνομα δύο ή περισσότερων προσώπων από κοινού και μπορεί να συμφωνηθεί, ότι για οποιαδήποτε ανάληψη απαιτείται η υπογραφή όλων ή κάποιων από τους δικαιούχους.

Ο λογαριασμός αυτός λειτουργεί με τη μορφή λογαριασμού κατάθεσης όψεως ή ταμιευτηρίου και στα πλεονεκτήματά του συγκαταλέγεται ότι όταν πρόκειται για συζύγους, στην περίπτωση που ο ένας πεθάνει ο άλλος μπορεί να εισπράξει τα χρήματα χωρίς περαιτέρω διαδικασίες.

**Καταθέσεις δεσμευμένες:** Ο όρος αυτός αφορά τις καταθέσεις εκείνες οι οποίες δεσμεύονται για ένα ορισμένο χρονικό διάστημα είτε με βούληση του καταθέτη είτε γιατί το επιβάλλει ο νόμος.

Η πρώτη περίπτωση, συμβαίνει όταν ο ίδιος ο καταθέτης παραχωρεί την εν λόγω κατάθεση έναντι χορήγησης εγγυητικής επιστολής και το μέγεθος της δέσμευσης ποικίλλει ανάλογα με το ύψος της εγγυητικής επιστολής.

Η δεύτερη περίπτωση συμβαίνει, όταν λαμβάνουν χώρα αξιόποινες πράξεις, όταν ο καταθέτης πεθάνει ή όταν κυρήξει πτώχευση.

**Καταθέσεις σε συνάλλαγμα:** Μία άλλη παροχή των τραπεζών στον τομέα των καταθέσεων, είναι αυτές που γίνονται σε συνάλλαγμα. Οι καταθέσεις αυτές μπορεί να είναι ταμιευτηρίου, όψεως ή και προθεσμιακές και αφορούν επιχειρήσεις αλλά και ιδιώτες. Με αυτό το είδος των καταθέσεων οι καταθέτες εξασφαλίζουν την κάλυψη των αναγκών τους σε συνάλλαγμα ανά πάσα στιγμή και αποκομίζουν σημαντικά πλεονεκτήματα.

### 2.2.3.2 ΔΑΝΕΙΑ

Με τον όρο δάνειο νοείται η σύμβαση, με την οποία ο ένας απ' τους συμβαλλόμενους (τράπεζα) μεταβιβάζει στον άλλο (οφειλέτη) την κυριότητα από αντικαταστατά πράγματα (χρήματα ή πιστωτικούς τίτλους) και ο οφειλέτης αναλαμβάνει την υποχρέωση να τα επιστρέψει στο ακέραιο, καταβάλλοντας και κάποιους τόκους (στην προκειμένη περίπτωση).

Τα δάνεια όσον αφορά το χρονικό ορίζοντα εξόφλησης διακρίνονται σε: **Βραχυπρόθεσμα**, όταν γίνονται για χρονικό διάστημα μικρότερο από ένα χρόνο, **μεσοπρόθεσμα** μέχρι πέντε χρόνια, **μακροπρόθεσμα** για διάστημα πάνω από πέντε χρόνια και απρόθεσμα όταν δεν ορίζεται προθεσμία επιστροφής, αλλά εξοφλούνται στην πρώτη ζήτηση.

Όσον αφορά τα χαρακτηριστικά τους υπάρχουν τα καταναλωτικά δάνεια, τα δάνεια με ανοιχτό λογαριασμό, τα δάνεια με ενέχυρο (κινητών πραγμάτων) και τα ενυπόθηκα δάνεια.

**Δάνεια καταναλωτικής πίστης:** πρόκειται για τα δάνεια<sup>8</sup> που χορηγούν οι τράπεζες στους πελάτες τους με προσωπική ασφάλεια, η οποία εξαρτάται

---

<sup>8</sup> Π.Α Κιόχος-Γ.Δ Παπανικολάου «Χρήμα-Πίστη-Τράπεζες», Εκδόσεις ελληνικά γράμματα, Αθήνα 1999.



από τον χαρακτήρα που επιδουκνείει ο πελάτης στις συναλλαγές του, δηλαδή αν είναι έντιμος, ειλικρινής και συνεπής στις συναλλαγές του.

**Δάνεια με ανοιχτό λογαριασμό:** κατά τη χορήγηση του δανείου καταρτίζεται μια σύμβαση στην οποία η τράπεζα ορίζει ένα ανώτατο όριο πίστωσης για το οποίο ο πελάτης μπορεί να κάνει ανάληψη ολόκληρου του ποσού εφάπαξ ή τμηματικά και αναλαμβάνει την υποχρέωση να αποδώσει το ποσό του δανείου, οποιαδήποτε στιγμή συνολικά ή τμηματικά.

Ο πελάτης αποσύρει και καταθέτει χρηματικά ποσά με αντίστοιχη χρέωση και πίστωση του λογαριασμού του, για αυτό και ο συγκεκριμένος λογαριασμός καλείται ανοιχτός.

Οι καταθέσεις στον λογαριασμό γίνονται συνήθως με μετρητά, μεταβίβαση στην τράπεζα συναλλαγματικών, γραμματίων σε διαταγή καθώς και άλλων αξιών, ενώ οι αναλήψεις γίνονται με επιταγές που εκδίδει ο πελάτης από στέλεχος επιταγών που του δίνει η τράπεζα, με τα ποσά των οποίων πιστώνεται ο λογαριασμός του πελάτη.

**Ενυπόθηκα δάνεια:** Η κατηγορία αυτή αφορά τα δάνεια που χορηγούνται από την τράπεζα μετά από εγγραφή υποθήκης σε ακίνητα πράγματα (σπίτια, οικόπεδα κ.τ.λ.) του δανειζόμενου. Οι λόγοι για τους οποίους επισυνάπτονται αυτά τα δάνεια είναι συνήθως η ανέγερση κτιριακών εγκαταστάσεων, η προμήθεια μηχανολογικού εξοπλισμού ή η πραγματοποίηση κάποιας επένδυσης.

Στις βασικότερες κατηγορίες δανείων συγκαταλέγονται τα καταναλωτικά δάνεια, τα δάνεια για δίδακτρα-σπουδών και τα προσωπικά δάνεια. Φυσικά υπάρχουν και ειδικότερες κατηγορίες δανείων.

**Δάνεια με ενέχυρο κινητών πραγμάτων:** Οι βασικές κατηγορίες στις οποίες διακρίνονται τα δάνεια αυτά είναι: τα δάνεια με ενέχυρο χρεογράφων, με ενέχυρο εμπορευμάτων, με ενεχυρόγραφα Γενικών Αποθηκών και τα δάνεια με ενέχυρο τιμαλή.

### 2.2.3.3 Προεξόφληση τίτλων του χαρτοφυλακίου της επιχείρησης

Με τον όρο προεξόφληση νοείται η πληρωμή τίτλων πριν παρέλθει η ημερομηνία λήξης τους. Μεταξύ των κυριότερων τίτλων αυτής της κατηγορίας συγκαταλέγονται η συναλλαγματική, το γραμμάτιο σε διαταγή, το ενεχυρόγραφο κ. α.

Η επιχείρηση που έχει ανάγκη από μετρητά μεταβιβάζει σε διαταγή της τράπεζας με οπισθογράφηση τις συναλλαγματικές ή και το γραμμάτιο σε διαταγή, και συντάσσει το πινάκιο προεξόφλησης.

Η τράπεζα μετά την αφαίρεση του τόκου που αναλογεί στο χρονικό διάστημα μεταξύ της ημερομηνίας προεξόφλησης και της λήξης της καθώς και την προμήθεια και τα έξοδά της από το άθροισμα των ονομαστικών αξιών των συναλλαγματικών και γραμματίων, καταβάλλει το υπόλοιπο στην επιχείρηση.

Βασική προϋπόθεση για την προεξόφληση μιας συναλλαγματικής είναι να μην έχουν περάσει πέντε μήνες από την έκδοσή της και να συνοδεύεται από αντίγραφο τιμολογίου πώλησης, για να αποδεικνύεται ότι η έκδοσή της προέρχεται από την πώληση εμπορευμάτων της επιχείρησης.

Θα πρέπει να αναφερθεί ότι η προεξόφληση αποτελεί τη βασικότερη τραπεζική εργασία.

#### **2.2.3.4 Έκδοση εγγυητικών επιστολών**

Η εγγυητική επιστολή αποτελεί έγγραφο απευθυνόμενο σε τρίτους. Μέσω αυτής η τράπεζα εγγυάται ότι θα πληρωθεί η υποχρέωση του πελάτη της υπέρ του οποίου δίνεται η εγγύηση ή ότι σε περίπτωση αθέτησης της συμφωνίας από μέρος του πελάτη της θα πληρωθεί ένα ποσό. Μετά την παρέλευση της ημερομηνίας λήξης, η οποία ορίζεται ρητά, η τράπεζα δεν έχει πλέον καμία υποχρέωση. Επίσης εντός της προθεσμίας που έχει οριστεί δεν μπορεί να ανακαλέσει την εγγύηση.

#### **2.2.3.5 Έκδοση επιταγών και εντολών**

Οι τράπεζες μεταφέρουν χρήματα από τόπο σε τόπο τόσο του εσωτερικού όσο και του εξωτερικού, με εντολή και για λογαριασμό των πελατών τους έναντι κάποιου ποσού. Η αποστολή αυτή μπορεί να γίνει είτε με έκδοση εντολών είτε με έκδοση επιταγών.



### **2.2.3.6 Έκδοση πιστωτικών εντολών**

Πιστωτική επιστολή, καλείται η επιστολή, με την οποία η τράπεζα που την εκδίδει, εξουσιοδοτεί κάποιον ή κάποια υποκαταστήματά της ή ανταποκριτές της να καταβάλλουν στον κομιστή της χρηματικά ποσά των οποίων η αξία εξαρτάται από το ποσό που θα αναγράφεται στην επιστολή.

Υπάρχουν δύο ειδών επιστολές: οι απλές και οι εγκύκλιες. Οι απλές απευθύνονται σε ορισμένα καταστήματα τα οποία αφού ειδοποιηθούν για την έκδοση παίρνουν δείγμα υπογραφής για να πιστοποιήσουν την ταυτότητα του δικαιούχου. Ενώ οι εγκύκλιες απευθύνονται σε πολλά καταστήματα για αυτό και δεν χρειάζεται ειδοποίηση.

### **2.2.3.7 Είσπραξη αξιών για λογαριασμό τρίτων**

Οι πελάτες που δεν έχουν τη δυνατότητα να εισπράττουν τους τίτλους οι οποίοι εκδόθηκαν σε διαταγή τους, αλλά ούτε και να παρακολουθούν τη λήξη τους αναθέτουν αυτή την αρμοδιότητα σε κάποια τράπεζα. Οι τίτλοι αυτοί αφορούν συνήθως συναλλαγματικές, φορτωτικές, γραμμάτια εισπρακτέα, τοκομερίδια, ασφαλιστικές αποδείξεις κ. τ. λ

### **2.2.3.8 Φύλαξη κινητών πραγμάτων**

Οι τράπεζες αναλαμβάνουν την φύλαξη κινητών πραγμάτων και χρεογράφων όπως είναι οι ομολογίες, τα έντοκα γραμμάτια δημοσίου και τα ομόλογα έναντι ορισμένων δικαιωμάτων.

### **2.2.3.9 Ενοικίαση τραπεζικών θυρίδων**

Οι τράπεζες παρέχουν στους πελάτες τους τη δυνατότητα φύλαξης αντικειμένων μεγάλης αξίας, χρεογράφων τιμαλφής κ.τ.λ σε τραπεζικές θυρίδες έναντι κάποιου ενοικίου το οποίο ποικίλλει ανάλογα με τις διαστάσεις της θυρίδας.

Οι θυρίδες αυτές βρίσκονται στα θησαυροφυλάκια των τραπεζών και φυλάσσονται υπ' ευθύνη τους. Για το άνοιγμα της θυρίδας απαιτούνται δύο κλειδιά το ένα παίρνει ο πελάτης και το άλλο παραμένει στην τράπεζα.

## 2.2.4 Καινοτόμες υπηρεσίες

### 2.2.4.1 Αυτόματες ταμειολογιστικές μηχανές (ΑΤΜ'ς)

Οι συγκεκριμένες μηχανές<sup>9</sup> ενεργοποιούνται με τη μαγνητική λωρίδα της κάρτας μετρητών και την πληκτρολόγηση του προσωπικού κωδικού του πελάτη. Μέσω τα αυτών των μηχανημάτων μπορούν να εκτελεστούν πληθώρα συναλλαγών όπως είναι η ανάληψη και κατάθεση μετρητών και επιταγών, οι μεταφορές ποσών από λογαριασμό σε λογαριασμό, η ενημέρωση για το υπόλοιπο του λογαριασμού, η ενημέρωση για το υπόλοιπο της κάρτας, όπως επίσης η πληρωμή της δόσης της κάρτας και η μετατροπή συναλλάγματος.

Οι αυτόματες ταμειολογιστικές μηχανές διακρίνονται σε:

*Trough the wall* - στην περίπτωση αυτή οι συναλλαγές γίνονται έξω από την τράπεζα ή από οποιοδήποτε άλλο κτίριο

*In the lobby* - τα συγκεκριμένα τοποθετούνται στον εσωτερικό χώρο των τραπεζών, πολυκαταστημάτων, εμπορικών κέντρων κ.τ.λ

*Vestibule* - αυτά τοποθετούνται σε ειδικά διαμορφωμένους προθάλαμους τραπεζικών υποκαταστημάτων και μπορούν να λειτουργούν και εκτός εργασίμων ωρών.

Τα τελευταία χρόνια, οι τράπεζες προσπαθούν να επεκτείνουν το δίκτυό τους, εγκαθιστώντας ΑΤΜ'ς σε χώρους εκτός των υποκαταστημάτων τους όπως αεροδρόμια, λιμάνια, νοσοκομεία, εμπορικά κέντρα και γενικά σε χώρους που υπάρχει μεγάλη προσέλευση κοινού, προκειμένου να παρέχουν καλύτερη εξυπηρέτηση στους πελάτες τους και να διαμορφώσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών τους.

Ορισμένες τράπεζες όμως δεν αρκούνται σ' αυτό, αλλά επεκτείνουν το δίκτυο διανομής τους σε συνεργασία με άλλες τράπεζες, χρησιμοποιώντας

---

<sup>9</sup> Λυμπερόπουλος Κών/νος Χ. «Στρατηγικό Τραπεζικό Μάρκετινγκ», Εκδ. Interbooks, Αθήνα 1994

και το δικό τους δίκτυο για να πετύχουν ακόμη μεγαλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών τους.

#### **2.2.4.2 Μηχανήματα ηλεκτρονικής μεταφοράς κεφαλαίων σε σημεία πώλησης (E.F.T.P.O.S)**

Τα εν λόγω μηχανήματα τοποθετούνται σε εμπορικά καταστήματα, πρατήρια βενζίνης, δρόδια κ.τ.λ και διενεργούν αυτόματα και χωρίς τη χρήση μετρητών και επιταγών, με τη βοήθεια μιας χρεωστικής κάρτας και του προσωπικού κωδικού αριθμού του πελάτη, τη χρέωση του λογαριασμού του και την πίστωση του λογαριασμού του καταστήματος με το αντίτιμο των αγορών.

Πρόκειται για σχετικά νέα υπηρεσία, για τα ελληνικά δεδομένα και χρησιμοποιείται κυρίως σε περιπτώσεις που δεν προκύπτει ανάγκη πίστωσης, δηλαδή σε χαμηλής αξίας συναλλαγές.

Η συγκεκριμένη υπηρεσία συνεπάγεται σημαντικά πλεονεκτήματα για την τράπεζα όπως είναι η καλύτερη, ταχύτερη και ασφαλέστερη εξυπηρέτηση διότι ελαχιστοποιείται τα απαραίτητα μετρητά που πρέπει να έχει μαζί του ο πελάτης και μπορεί επίσης, να πραγματοποιεί συναλλαγές χωρίς να είναι υποχρεωμένος να πηγαίνει συνέχεια στην τράπεζα.

Επιπλέον αυτό βοηθάει θετικά και το κατάστημα, αφού συμβάλλει στη μείωση του λειτουργικού κόστους καθώς και στην αποσυμφόρηση της δουλειάς των ταμειολογιστών. Επιπλέον η παροχή της συγκεκριμένης υπηρεσίας ενισχύει το γόητρο της τράπεζας και διατηρεί έτσι την πελατεία της.

#### **2.2.4.3 Τα τερματικά στο σπίτι ή στο γραφείο του πελάτη (Home banking)**

Στην περίπτωση αυτή, η τράπεζα συνδέει τον απαραίτητο εξοπλισμό στον προσωπικό ηλεκτρονικό υπολογιστή του πελάτη. Ο πελάτης χρησιμοποιώντας τον προσωπικό κωδικό του αριθμό μπορεί να εκτελέσει μια σειρά από εργασίες: όπως να μεταφέρει ποσά από ένα λογαριασμό σε ένα άλλο, να ενημερώνεται για τους λογαριασμών καταθέσεων και να πληροφορείται για τις τιμές του συναλλάγματος και τις τιμές του

χρηματιστηρίου. Ακόμη μπορεί να τυπώνει συναλλαγές με τον εκτυπωτή του και να εξοφλήσει λογαριασμούς Ο.Τ.Ε. και Δ.Ε.Η.

Για την τράπεζα από την εν λόγω υπηρεσία απορρέουν σαφή πλεονεκτήματα όπως είναι η καλύτερη εξυπηρέτηση του πελάτη και η μείωση του λειτουργικού κόστους αφού η δουλειά που θα έκανε ο υπάλληλος μετατίθεται στο μηχάνημα.

#### **2.2.4.4 Έξυπνες Κάρτες**

Οι έξυπνες κάρτες έχουν το σχήμα και το μέγεθος της κλασικής κάρτας, αλλά έχουν ενσωματωμένο ένα μικροτσιπ, αντί της μαγνητικής ταινίας, λειτουργώντας έτσι σαν ένας μικρός υπολογιστής. Οι έξυπνες κάρτες διαθέτουν ειδικά ηλεκτρονικά μικροκυκλώματα τα οποία αποθηκεύουν και διαχειρίζονται πληροφορίες οι οποίες αφορούν τις τραπεζικές συναλλαγές του καταναλωτή. Η κατάλληλη επεξεργασία αυτών των πληροφοριών παρέχει σημαντική βοήθεια σε αυτούς που παίρνουν αποφάσεις Μάρκετινγκ. Η έξυπνη κάρτα έχει τη δυνατότητα να αντικαταστήσει όλες τις γνωστές πιστωτικές κάρτες.

#### **2.2.4.5 Internet Banking**

Το Internet Banking είναι ένα νέο τραπεζικό προϊόν που βασίζεται στη χρησιμοποίηση του των Η/Υ. Κάθε πελάτης που διαθέτει υπολογιστή μπορεί με τη χρήση modem να συνδεθεί τηλεφωνικά με τον υπολογιστή της τράπεζας και να πραγματοποιεί ορισμένες προκαθορισμένες τραπεζικές συναλλαγές ή να ζητά πληροφορίες που τον ενδιαφέρουν. Επίσης μπορεί να μεταφέρει χρηματικά ποσά από το λογαριασμό του σε άλλους λογαριασμούς, να ενημερώνεται για τα επιτόκια και τις τιμές των μετοχών κ.α.

#### **2.2.4.6 Οι τραπεζικές συναλλαγές από το τηλέφωνο (phone banking)**

Κατά την εκτέλεση της τραπεζικής τηλεξυπηρέτησης ο πελάτης αφού δώσει τηλεφωνικά τον αριθμό που βρίσκεται πάνω στην κάρτα του και τον προσωπικό τηλεφωνικό του κωδικό μπορεί να εκτελέσει μια σειρά από

εργασίες, όπως είναι η αγορά εντόκων γραμματίων ή ομολόγων, η εξόφληση λογαριασμών (Ο.Τ.Ε. και Δ.Ε.Η.), να μεταφέρει χρήματα σε άλλα ονόματα τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό, να ενημερώνεται για την κίνηση των λογαριασμών των καταθέσεων και να παραγγέλλει βιβλιάρια επιταγών.

Επίσης έχει τη δυνατότητα να πληροφορείται τις τιμές του συναλλάγματος και του χρηματιστηρίου, να ειδοποιήσει για την απώλεια της χρεωστικής ή της πιστωτικής του κάρτας καθώς και να παίρνει πληροφορίες για κάθε νέα υπηρεσία της τράπεζας.

#### **2.2.4.7 Τραπεζικά ομόλογα**

Τα τραπεζικά ομόλογα είναι ανώνυμοι τίτλοι ομολογιακών δανείων, που εκδίδονται από διάφορες τράπεζες, με απώτερο σκοπό τη χρηματοδότηση παραγωγικών επενδύσεων όπως είναι για παράδειγμα προγράμματα ίδρυσης ή επέκτασης βιομηχανιών ή βιοτεχνιών, καθώς και η χρηματοδότηση προγραμμάτων στεγαστικών δανείων.

Μεταξύ των πλεονεκτημάτων τους είναι η δυνατότητα προεξόφλησης πριν από τη λήξη τους, στο χρηματιστήριο ή στην εκδότρια τράπεζα ένα εξάμηνο πριν από την εξόφλησή τους όπως επίσης και το ότι ο συντελεστής φορολογίας είναι μικρότερος συγκριτικά με αυτό των καταθέσεων. Ακόμη σε διαγωνισμούς του δημοσίου γίνονται δεκτά ως κατατεθειμένη εγγύηση.

#### **2.2.4.8 REROS-Συμφωνίες επαναγοράς**

Οι συμφωνίες επαναγοράς συνάπτονται μεταξύ τραπεζών και των επενδυτών και προβλέπουν την πώληση, από την τράπεζα στον επενδυτή τίτλων σταθερού εισοδήματος με την συμφωνία επαναγοράς τους από την τράπεζα σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα και σε συγκεκριμένη χρονική στιγμή. Η διαφορά μεταξύ της αρχικής τιμής πώλησης και της υψηλότερης αγοράς είναι η απόδοση των Repos.

Συνήθως, τις συμφωνίες των Repos επιλέγουν οι τράπεζες, όταν έχουν ανάγκη να αντλήσουν κεφάλαια για να αντιμετωπίσουν ανάγκες ρευστότητας.

#### **2.2.4.9 Συμβόλαια δικαιωμάτων προαίρεσης (Options)**

Στην περίπτωση των ορτίονς ο πελάτης έχει το δικαίωμα αλλά όχι την υποχρέωση να αγοράσει ή να πουλήσει μία μετοχή ή ένα δείκτη μετοχών. Για να έχει αυτό το δικαίωμα αυτό πληρώνει στον αντισυμβαλλόμενο πωλητή του ορτίον ένα ποσό που καλείται περιθώριο ασφάλισης ή ασφαλιστρο. Η τιμή του ασφαλιστρο εξαρτάται από την τιμή εξάσκησής του. Μάλιστα όσο μεγαλύτερη είναι η τιμή εξάσκησης, σε σχέση με την τιμή της υποκείμενης αξίας τόσο μικρότερο είναι το ύψος του ασφαλιστρο και αντίστροφα, ενώ η τιμή μεταβάλλεται καθημερινά στο χρηματιστήριο.

Στα Ευρωπαϊκού τύπου Repos, που είναι και τα ελληνικά η ημερομηνία εξάσκησης των δικαιωμάτων συμπίπτει με το χρόνο λήξης τους. Οι συναλλαγές των ορτίονς γίνονται είτε μέσω χρηματιστηρίων είτε μέσω τραπεζών.

#### **2.2.4.10 Πιστωτικές κάρτες**

Οι πιστωτικές κάρτες δίνουν τη δυνατότητα στον κάτοχό τους να κάνει αγορές διαφόρων ειδών και να εξοφλεί διάφορους λογαριασμούς, μέχρι ενός ορισμένου ποσού, που έχει καθοριστεί κατά την έκδοση της κάρτας μεταξύ πελάτη και τράπεζας. Η τράπεζα με την κάρτα εγγυάται εξόφληση του λογαριασμού.

Η πίστωση που παρέχεται στους δικαιούχους πιστωτικών καρτών είναι κυλιόμενη, δηλαδή αυξομειώνεται ανάλογα με τις αναλήψεις και τις καταθέσεις του δικαιούχου. Σε περίπτωση που ο πελάτης ξεπεράσει το προκαθορισμένο όριο επιβαρύνεται με πρόσθετη επιβάρυνση 5% επί του ποσού της υπέρβασης.

Η τράπεζα κάθε μήνα στέλνει στον κάτοχό της ένα μηνιαίο δελτίο όπου αναγράφεται το υπόλοιπο του προηγούμενου μήνα, οι αγορές που πραγματοποίησε, τα ποσά που έχουν μέχρι τώρα καταβληθεί και τα έξοδα του μήνα στον οποίο αναφέρεται, με τα οποία χρεώθηκε ο λογαριασμός του. Ο κάτοχος είναι υποχρεωμένος να εξοφλήσει ολόκληρο το ποσό του μηνιαίου λογαριασμού εντός του διαστήματος που αναγράφεται στο λογαριασμό, αλλιώς επιβαρύνεται με τόκο υπερημερίας.



#### **2.2.4.11 Ομολογίες-ομολογιακά δάνεια**

Οι ομολογίες αποτελούν τίτλους ομολογιακών δανείων, που εκδίδονται από το κράτος, τους δημόσιους οργανισμούς καθώς και τις μεγάλες ιδιωτικές επιχειρήσεις.

Τα ομολογιακά δάνεια αποσκοπούν κατά κανόνα στη χρηματοδότηση μακροχρόνιων επενδύσεων. Η διάρκειά τους κυμαίνεται από δέκα ως είκοσι έτη και η έκδοσή του γίνεται με δημόσια εγγραφή.

Η εξόφληση του δανείου γίνεται βαθμιαία:

- ✚ είτε με κλήρωση των ομολογιών που προβλέπονται για απόσβεση κάθε χρόνο
- ✚ είτε με την εξαγορά των ομολογιών στο χρηματιστήριο Αξιών, όταν η χρηματιστηριακή τους τιμή είναι χαμηλότερη από την τιμή έκδοσης, διότι σ' αυτή την περίπτωση ο εκδότης του δανείου έχει μεγαλύτερο συμφέρον να αγοράσει τις ομολογίες που προορίζονται για απόσβεση, παρά να τις εξοφλήσει με κλήρωση.

Το επιτόκιο παραμένει σταθερό καθ' όλη τη διάρκεια του δανείου εκτός αν ο εκδότης έχει κατοχυρώσει το δικαίωμα να μπορεί να εξοφλήσει το δάνειο πριν τη λήξη του και να προβεί στην έκδοση νέου με χαμηλότερο επιτόκιο.

#### **2.2.4.12 Αμοιβαία κεφάλαια (Α.Κ.)**

Με τον όρο Αμοιβαίο Κεφάλαιο νοείται μια ομάδα περιουσιακών στοιχείων που αποτελείται από κινητές αξίες και μετρητά, τα οποία ανήκουν εξ αδιαιρέτου σε περισσότερα πρόσωπα ανάλογα με τη συμμετοχή του καθενός. Κύριος σκοπός του Αμοιβαίου Κεφαλαίου είναι ο συνδιασμός της υψηλότερης δυνατής απόδοσης για το μεριδιούχο με τον ελάχιστο δυνατό κίνδυνο

Τα αμοιβαία κεφάλαια διαχειρίζονται οι λεγόμενες Ανώνυμες Εταιρίες Διαχείρισης Αμοιβαίων Κεφαλαίων (Α.Ε.Δ.ΑΚ.). Οι εν λόγω εταιρίες έχουν ως αποκλειστικό σκοπό τη διαχείριση ενός ή περισσότερων Αμοιβαίων Κεφαλαίων. Στην ουσία πρόκειται για εταιρίες παροχής συμβουλών για συγκεκριμένες επενδυτικές δραστηριότητες χωρίς να διατηρεί καμία οικονομική κυριότητα όσον αφορά τα διαχειριζόμενα κεφάλαια, τα οποία ανήκουν αποκλειστικά στους μεριδιούχους.

Εκτός από την Α.Ε.Δ.Α.Κ, στην όλη διαδικασία διαχείρισης των Αμοιβαίων Κεφαλαίων συμμετέχει και ο επονομαζόμενος «θεματοφύλακας». Τον θεματοφύλακα αποτελεί κάποια ελληνική τράπεζα που αναλαμβάνει τη φύλαξη του ενεργητικού των Αμοιβαίων Κεφαλαίων.

#### **2.2.4.13 Factoring**

Το **Factoring** είναι ένας νέος 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 είναι Σύμβαση Πρακτορείας Επιχειρηματικών Απαιτήσεων.

Με την εφαρμογή του factoring, οι επιχειρήσεις πωλούν την ευθύνη είσπραξης των επιχειρηματικών απαιτήσεων (τιμολογημένες επιταγές, συναλλαγματικές, απαιτήσεις από πιστωτικές κάρτες κ.α), στον προμηθευτή factor δηλαδή σε μία εταιρεία factoring.

Ο θεσμός του factoring, συμβάλλει στην ενίσχυση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και επιτρέπει την ορθολογικότερη διοίκησή τους, τη χρηματοδότησή τους, την ασφάλιση των απαιτήσεων του προμηθευτή καθώς και την ενίσχυση της θέσης της επιχείρησης στη αγορά.

Με την εφαρμογή του factoring ο βαθμός ρευστότητας της επιχείρησης αυξάνει με αποτέλεσμα και η επιχείρηση να γίνεται πιο ανταγωνιστική. Επιπλέον αποτελεί μία εναλλακτική μορφή χρηματοδότησης και διευρύνει την πιστοληπτική ικανότητα των προμηθευτών. Ένα άλλο πλεονέκτημα που απορρέει από τον θεσμό αυτό είναι ότι η επιχείρηση απαλλάσσεται από την διατήρηση τμήματος πίστωσης και επιπλέον τους προστατεύει από τους αφερέγγυους πελάτες.

#### **2.2.4.14 Χρηματοδοτική Μίσθωση (Leasing)**

Η χρηματοδοτική μίσθωση είναι μία σύμβαση, που συνάπτεται μεταξύ μιας επιχείρησης και ενός επαγγελματία, για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα και αφορά τη μίσθωση κάποιου επαγγελματικού συνήθως εξοπλισμού, έναντι



περιοδικής αμοιβής. Μετά τη λήξη της, η μίσθωση μπορεί να ανανεωθεί ή ο εκμισθωτής να προβεί στην αγορά του.

Το βασικότερο πλεονέκτημα του leasing είναι ότι δίνει τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις να αποκτήσουν τον απαραίτητο εξοπλισμό ή να εκσυγχρονίσουν τον ήδη υπάρχον χωρίς να εκταμιεύσουν άμεσα κάποιο ποσό.

#### **2.2.4.15 Swaps**

Το Swap είναι ένα σύγχρονο χρηματοοικονομικό προϊόν που αναπτύχθηκε από τις αρχές της δεκαετίας του 1980. Αφορά τη δέσμευση μεταξύ δύο ή περισσότερων μερών με τη διαμεσολάβηση ή όχι χρηματοπιστωτικού οργανισμού, συνήθως τράπεζας, που αφορά την ανταλλαγή υποχρεώσεων πληρωμών ή δικαιωμάτων είσπραξης συγκεκριμένου ποσού σε προκαθορισμένο χρόνο.

#### **2.2.4.16 Επιχειρηματικό κεφάλαιο (venture capital)**

Το επιχειρηματικό κεφάλαιο αποτελεί μακροπρόθεσμη επένδυση που κυμαίνεται μεταξύ πέντε ως δέκα χρόνια και ναι μεν είναι ικανή να αποφέρει μεγάλα κέρδη, αλλά συνεπάγεται και υψηλό ρίσκο. Πρόκειται για επένδυση που απευθύνεται κατά κύριο λόγο σε επιχειρήσεις που δεν έχουν άλλη εναλλακτική χρηματοδότησης. Οι εταιρίες που καταφεύγουν σ' αυτό το είδος χρηματοδότησης είναι μικρές ή καινούργιες.

Η χρηματοδότηση μπορεί να ξεκινήσει από τα αρχικά στάδια μιας επιχείρησης και να ακολουθήσει την επιχείρηση σε όλη τη διαδρομή εξέλιξής της, πολλές φορές και ως το σημείο που η επιχείρηση είναι ικανή να αντλήσει κεφάλαια από το χρηματιστήριο και τις τράπεζες.

#### **2.2.5 Σύστημα Τειρεσίας**

Μετά την αναφορά των παραπάνω προϊόντων αξίζει να αναφερθεί πως οι τράπεζες προστατεύονται από τους επισφαλείς πελάτες. Ένα πολύ σημαντικό βήμα λοιπόν, όσον αφορά την πληροφόρηση των τραπεζών για τη φερεγγυότητα των πολιτών ή των επιχειρήσεων ήταν η ίδρυση από την Ένωση Ελληνικών Τραπεζών του συστήματος «τειρεσίας»<sup>10</sup>, το οποίο λειτουργώντας αρχικά ως μη κερδοσκοπική εταιρία και είχε ως σκοπό την ανάπτυξη και διαχείριση ενός αξιόπιστου Αρχείου Δεδομένων Οικονομικής Συμπεριφοράς.

Από το 1997 ως σήμερα λειτουργεί ως ανώνυμη εταιρία και εξειδικεύεται στη συγκέντρωση και διάθεση πληροφοριών οικονομικής συμπεριφοράς για ιδιώτες αλλά και επιχειρήσεις, αναπτύσσοντας παράλληλα νέα διατραπεζικά πληροφοριακά συστήματα. Βέβαια, η εταιρία είναι υποχρεωμένη να τηρεί πιστά τις διατάξεις για την προστασία του ατόμου από την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα της Αρχής Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα.

## **2.2.6 Στόχοι του Μάρκετινγκ**

Στον τομέα προσφοράς το Μάρκετινγκ στοχεύει στη διεύρυνση της πελατείας τους, ικανοποιώντας ανάγκες ευρύτερων κατηγοριών του πληθυσμού. Προς αυτή την κατεύθυνση κινείται, προσθέτοντας κυρίως νέες υπηρεσίες στην υπάρχουσα γκάμα και βελτιώνοντας την ποιότητα και τα χαρακτηριστικά των παλιότερων.

Οι τράπεζες επιχειρούν ακόμη την αύξηση των πωλήσεων κατά πελάτη, στρεφόμενες στις λεγόμενες σταυροειδής πωλήσεις. Η πιο συνηθισμένη προσέγγιση για αύξηση των πωλήσεων ανά πελάτη αφορά τη σύνδεση δύο ή και περισσότερων προγραμμάτων της ίδιας ή και διαφορετικής κατηγορίας προϊόντων, μέσω των οποίων ο συχνός χρήστης τους μπορεί να επιτύχει είτε υψηλότερα επιτόκια για τις αποταμιεύσεις, είτε χαμηλότερο επιτόκιο στα δάνεια που έχει λάβει.

---

<sup>10</sup> Τομάρας Πέτρος, «Τραπεζικό Μάρκετινγκ», Νέα Έκδοση, Αθήνα 1998,2003

Εκτός των άλλων οι τράπεζες προσπαθούν να προσφέρουν υπηρεσίες με χαμηλότερο επιτόκιο για τον πελάτη βελτιώνοντας τις υπάρχουσες δομές και διαδικασίες και προσφέροντας αυτοματοποιημένες διαδικασίες που επιτρέπουν την αποσυμφόρηση των καταστημάτων και κατά συνέπεια του κόστους.

### **2.3 Μίγμα Διανομής**

Το Μίγμα διανομής αφορά την επιλογή των κατάλληλων διαύλων μέσω των οποίων μεταβιβάζονται τα προϊόντα απ' τον παραγωγό στον τελικό χρήστη, δηλαδή οι δίαυλοι μέσω των οποίων διατίθενται οι τραπεζικές υπηρεσίες.

Τα κυριότερα σημεία προσφοράς των τραπεζικών υπηρεσιών ήταν λίγα χρόνια πριν τα κεντρικά και περιφερειακά καταστήματα των τραπεζών. Τα τελευταία χρόνια όμως, με την είσοδο της τεχνολογίας στον τραπεζικό χώρο εξίσου σημαντική θέση αρχίζουν να καταλαμβάνουν και πολλά σύγχρονα κανάλια διανομής. Στα βασικότερα εξ αυτών συμπεριλαμβάνονται οι Αυτόματες Ταμειολογιστικές Μηχανές, το διατραπεζικό σύστημα ΔΙΑΣ, οι πληρωμές στα σημεία πώλησης (EFTPOS), το internet banking, οι έξυπνες κάρτες κ.α.

Προκειμένου να ληφθεί υπόψη η απόφαση για το σημείο εγκατάστασης ενός υποκαταστήματος σταθμίζονται παράγοντες όπως τα δημογραφικά δεδομένα δηλαδή οι πληθυσμιακές τάσεις όπως η εσωτερική-εξωτερική μετανάστευση και η παλιννόστηση αλλά και η σύνθεση του πληθυσμού αναφορικά με την ηλικία, το φύλλο, το μορφωτικό επίπεδο και την κοινωνικοοικονομική τάξη.

Οικονομικά δεδομένα όπως οι τάσεις ανάπτυξης, η οικοδομική δραστηριότητα, η διάρθρωση των εισοδημάτων, η απασχόληση-ανεργία και οι επενδύσεις στην περιοχή αποτελούν δεδομένα εξίσου σοβαρά που λαμβάνονται υπόψη. Επιπλέον οι τράπεζες πριν προβούν σε οποιαδήποτε κίνηση μελετούν προσεκτικά την παρουσία και διασπορά του ανταγωνισμού στην περιοχή.

Πάντως σε γενικές γραμμές τα τελευταία χρόνια υπάρχει μία τάση συρρίκνωσης του αριθμού των καταστημάτων. Σύμφωνα με στοιχεία της Datamonitor, στη Δυτική Ευρώπη έκλεισαν περίπου 1.000 καταστήματα το

2000, πάνω από 1.600 το 2001, και σχεδόν 4.200 το 2002 (δηλαδή 2,5% του συνόλου των καταστημάτων στη Δυτική Ευρώπη). Φυσικά, μέρος της εν λόγω συρρίκνωσης οφείλεται σε συγχωνεύσεις και εξαγορές που έλαβαν χώρα στο διεθνές τραπεζικό σύστημα.

Η σωστή επιλογή του τόπου εγκατάστασης τόσο των καταστημάτων, όσο και των εναλλακτικών καναλιών διανομής είναι καίριας σημασίας για τις πωλήσεις των τραπεζικών προϊόντων, αφού σύμφωνα με έρευνες 6 στους 10 Ευρωπαίους επιλέγει την τράπεζα, με την οποία θα συναλλάσσεται, ανάλογα με την τοποθεσία του καταστήματος. Στη συνέχεια αναλύονται τα βασικότερα κριτήρια του Μάρκετινγκ, με βάση τα οποία αποφασίζετε η διασπορά των καναλιών διανομής.

### **2.3.1 Επιλογή του τόπου εγκατάστασης**

Η έρευνα για τον εντοπισμό των ευκαιριών για επιλογή του τόπου εγκατάστασης των επιχειρήσεων, όπως και η έρευνα Μάρκετινγκ περνά από ορισμένα στάδια. Τα στάδια αυτά είναι τα εξής:

#### **ο εντοπισμός ευκαιρίας**

Το κίνητρο για την εγκατάσταση μιας εταιρίας σε μια συγκεκριμένη περιοχή ίσως είναι η αποτελεσματική εκμετάλλευση μίας τοποθεσίας, από πλευράς κάποιας συγκεκριμένης οικονομικής δραστηριότητας, ή ο εντοπισμός κάποιου κενού σε μία περιοχή λόγω έλλειψης μίας οικονομικής δραστηριότητας. Η ιδέα αυτή βέβαια, μορφοποιείται με την έρευνα.

#### **ανάλυση της κατάστασης**

Αφού εντοπιστεί η ευκαιρία ακολουθεί η ανάλυση της κατάστασης. Στο στάδιο αυτό εξετάζεται αν η εταιρία με βάση το αντικείμενο των δραστηριοτήτων της έχει συμφέρον να εγκατασταθεί σε μια περιοχή που υπάρχουν ομοειδής επιχειρήσεις. Εκτός αυτού εξετάζονται προσεκτικά, οι προοπτικές της οικονομικής δραστηριότητας καθώς και οι προοπτικές της περιοχής.

#### **Συλλογή στοιχείων**

Στα στοιχεία αυτά συμπεριλαμβάνονται τα δημογραφικά δεδομένα μιας περιοχής, δηλαδή η σύνθεση του πληθυσμού από πλευράς φύλου, ηλικίας, επαγγέλματος, εισοδήματος κ.τ.λ., όπως επίσης και τα στοιχεία της αγοράς, που αφορούν το μέγεθος της αγοράς της δραστηριότητας για την οποία

ενδιαφερόμαστε, τα μερίδια αγοράς των ανταγωνιστών μας καθώς και την οικονομική δραστηριότητα αυτών.

Επίσης λαμβάνονται υπόψη τα χωροταξικά στοιχεία όπως είναι η πληθυσμιακή συγκέντρωση και ο εντοπισμός των εμπορικών και ανταγωνιστικών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων. Τα στοιχεία που ορίζουν την οικονομική κατάσταση και την προοπτική της περιοχής δηλαδή το αν υπάρχει υποδομή στην περιοχή, αν υπάρχει εξειδικευμένο προσωπικό, η δυναμικότητα και οι προοπτικές εξέλιξης της περιοχής κ.τ.λ.

### **2.3.2 Κριτήρια**

Το αποτέλεσμα της έρευνας εκτιμάται με κάποια κριτήρια προκειμένου να ληφθεί η οριστική απόφαση. Τέτοια κριτήρια είναι το κόστος, το αντικείμενο των εργασιών της τράπεζας, η ύπαρξη ή μη ανταγωνιστών στην περιοχή, η εύκολη πρόσβαση της πελατείας σε αυτήν καθώς και η καλύτερη εξυπηρέτηση των εργαζομένων.

Μετά τη συλλογή των εν λόγω στοιχείων, ακολουθεί η επεξεργασία τους και η ανάλυσή τους. Οι μέθοδοι που χρησιμοποιούνται δανείζονται από την ποσοτική ανάλυση, τη στατιστική και την έρευνα Μάρκετινγκ.

### **2.3.3 Εγκατάσταση καταστημάτων**

Αφού γίνει η επιλογή του τόπου εγκατάστασης προχωράμε στην εγκατάσταση της επιχείρησης που μας ενδιαφέρει. Εκτός από τα προαναφερθέντα, πολλές φορές η εγκατάσταση μιας επιχείρησης κρίνεται και από κριτήρια όπως είναι το επιχειρηματικό γόητρο, η κοινωνική πολιτική, η καθιέρωση στην αγορά κ.τ.λ.

### **2.3.4 Σύστημα ανάπτυξης δικτύου καταστημάτων**

Το βασικότερο πράγμα κατά την εγκατάσταση ενός καταστήματος είναι να επιλέγονται οι συγκεκριμένες τοποθεσίες ως με βάση την ικανότητά τους να συμβαδίζουν με την το όλο πνεύμα της επιχείρησης. Κύριος σκοπός είναι η

εγκατάσταση των καταστημάτων να γίνεται κατά τέτοιο τρόπο ώστε το ένα κατάστημα να μην επικαλύπτει το άλλο, αλλά ούτε αν αφήνει κενά.

Η επιλογή των καταστημάτων γίνεται με τη βοήθεια υπολογιστών και συγκεκριμένων μοντέλων που διαφέρουν από κλάδο σε κλάδο.

## **2.4 Τιμολογιακή πολιτική**

Με την τιμολογιακή πολιτική επιδιώκεται να συνδυαστούν οι στόχοι της μεγιστοποίησης της αποδοτικότητας, αποσκοπώντας στη μεγαλύτερη διεύρυνση του μεριδίου αγοράς.

Στην Ελλάδα ένας από τους παράγοντες που επηρεάζει την τιμολογιακή πολιτική των τραπεζών είναι ο ανταγωνισμός του δημοσίου, που στην προσπάθειά του να εξασφαλίσει τη χρηματοδότηση των ελλειμμάτων του προσφέρει ιδιαίτερα ελκυστικά επιτόκια, όπως και ο τρόπος που η τράπεζα της Ελλάδος παρεμβαίνει στον καθορισμό των ορίων διακυμάνσεων.

Παράγοντες όπως η μεταβολή της σύνθεσης καταθέσεων που επηρεάζει το μέσο κόστος του χρήματος, όπως και η εξασφάλιση ικανοποιητικού για τους μετόχους κέρδους, λαμβάνονται σοβαρά υπόψη.

Η τιμή ενός νέου προϊόντος καθορίζεται αφού πρώτα προσδιοριστεί το κόστος ανάπτυξης κάθε νέας υπηρεσίας, και αφού πρώτα διερευνηθούν τα δεδομένα της αγοράς, δηλαδή η τιμολογιακή πολιτική των ανταγωνιστών, όπως και η νομισματική και πιστωτική πολιτική που ακολουθείται από το κράτος.

Σ' αυτή τη διαδικασία βέβαια δε θα μπορούσε να μη ληφθεί υπόψη το επίπεδο και η ελαστικότητα της ζήτησης.

### **2.4.1 Πολιτικές τιμολόγησης**

Οι τράπεζες ακολουθούν μία σειρά από τακτικές<sup>11</sup> βασισμένες στο Μάρκετινγκ, που θα εξασφαλίσουν την καθιέρωση του νέου προϊόντος που επιθυμούν να πλασάρουν με ταυτόχρονη ελαχιστοποίηση του κινδύνου. Στην

---

<sup>11</sup> Λυμπερόπουλος Κών/νος Χ. «Στρατηγικό Τραπεζικό Μάρκετινγκ», Εκδ. Interbooks, Αθήνα 1994, Σελ. 246-255



προσπάθειά τους αυτή ακολουθούν κάποιες πολιτικές, οι βασικότερες εκ των οποίων είναι:

#### **2.4.1.1 Υψηλές τιμές για τα νέα προϊόντα**

Μία από τις πολιτικές τιμολόγησης, που ακολουθείται είναι οι υψηλές τιμές για τα νέα προϊόντα. Συνήθως τα νέα προϊόντα απευθύνονται στο υποσύνολο της αγοράς στόχου, που χαρακτηρίζονται ως νεωτεριστές. Αυτοί είναι συνήθως νέα άτομα, υψηλού εισοδήματος και καταξιωμένοι κοινωνικά που επιθυμούν να πρωτοπορούν. Επιπλέον οι τράπεζες στοχεύουν κυρίως στη μερίδα εκείνη, που έχει μεγαλύτερη ανάγκη για το νέο προϊόν και είναι διατεθειμένη να πληρώσει κάτι παραπάνω. Εκτός αυτού η τιμή ενός προϊόντος είναι ευκολότερο να αυξηθεί και επιπλέον με μικρό τζίρο πραγματοποιεί μεγάλα κέρδη.

#### **2.4.1.2 Τιμές διείσδυσης για τα νέα προϊόντα και τιμές αποθάρρυνσης**

Πολλές φορές οι τράπεζες κρίνουν σκόπιμο να τιμολογήσουν χαμηλά προσδοκώντας να κατακτήσουν σύντομα ένα μερίδιο αγοράς και να κερδίσουν απ' τις οικονομίες κλίμακας που θα επιτύχουν. Συνήθως αυτή η πολιτική ευδοκιμεί όταν η ελαστικότητα ενός προϊόντος είναι μεγάλη και υπάρχουν υποκατάστατα, άλλες φορές πάλι προτιμώνται οι χαμηλές τιμές διείσδυσης παλιών προϊόντων με απώτερο σκοπό την αποθάρρυνση των ανταγωνιστών.

#### **2.4.1.3 Τιμολόγηση βάσει του ανταγωνισμού**

Η τράπεζα σ' αυτή την περίπτωση επιλέγει είτε να τιμολογήσει σε ένα μέσο επίπεδο αποδεκτό απ' την αγορά που θα της επιτρέψει κάποιο περιθώριο κέρδους, είτε σε υψηλότερες τιμές τονίζοντας όμως τη συσχέτιση ποιότητας-τιμής ή να τιμολογήσει χαμηλότερα απ' το μέσο όρο με κάποια έκπτωση όμως στην τιμή χωρίς να επιδιώκει υψηλά κέρδη απ' το συγκεκριμένο προϊόν.

#### **2.4.1.4 Τιμολόγηση βάσει του κόστους**

Σ' αυτήν την περίπτωση η τιμολόγηση βασίζεται στις προσδοκώμενες πωλήσεις σε μία ορισμένη τιμή και στο αναπτυσσόμενο νεκρό σημείο που προσδιορίζει το επίπεδο ασφαλείας.

#### **2.4.1.5 Διαφορική τιμολόγηση**

Στη διαφορική τιμολόγηση ορίζονται διαφορετικές τιμές για τα ίδια προϊόντα ανάλογα με τη στρατηγική προσέλευσης που ακολουθείται για συγκεκριμένη μερίδα της αγοράς και ανάλογα με το ύψος και το είδος των εργασιών που πωλούνται σε κάθε πελάτη.

#### **2.4.1.6 Τιμολόγηση βάσει της συνολικής αποδοτικότητας**

Σ' αυτή την περίπτωση η τράπεζα αντιμετωπίζει τιμολογικά τον πελάτη με βάση το σύνολο των τραπεζικών υπηρεσιών που έχει ήδη προσφέρει στον πελάτη. Μ' αυτόν τον τρόπο είναι εμφανές ότι περνάμε από την «τραπεζική κατά παραγγελία» στην τραπεζική των σχέσεων.

Είναι μια τιμολόγηση καθαρά πελατοκεντρική που δε στηρίζεται στη μεγιστοποίηση του κέρδους αλλά αντικατοπτρίζει την επιθυμία της τράπεζας για ανάπτυξη εργασιών με μεγάλους και υγιείς πελάτες.

### **2.5 Μίγμα προβολής και επικοινωνίας**

Το μίγμα προβολής και επικοινωνίας περιλαμβάνει τις σημαντικότερες λειτουργίες του Μάρκετινγκ, όπως είναι η προσωπική πώληση και η διαφήμιση. Τα εργαλεία αυτά του Μάρκετινγκ παίζουν καταλυτικό ρόλο στην αύξηση των πωλήσεων, αφού αποτελούν τα μέσα προώθησης των υπηρεσιών της τράπεζας.

Μέσω αυτών η τράπεζα απευθύνεται στο ευρύ κοινό και επιδιώκει να προσεγγίσει τους υποψήφιους αγοραστές και πελάτες της. Αποτελεσματικότερα εργαλεία προσέγγισης λοιπόν, συνεπάγονται αύξηση των πωλήσεων και κατά συνέπεια μεγαλύτερα κέρδη.

### 2.5.1 Προσωπική πώληση

Ως προσωπική πώληση στις εμπορικές τράπεζες εννοούμε τη διαδικασία προώθησης των πωλήσεων που περιλαμβάνει τις μεθοδευμένες προσπάθειες, οι οποίες αποσκοπούν να πείσουν τους πελάτες για το όφελος που θα αποκομίσουν από τη συνεργασία τους με την τράπεζα.

Κατά την προσωπική πώληση ο πωλητής έχει τη δυνατότητα να αφουγκραστεί τις επιθυμίες του πελάτη και να του προσφέρει το προϊόν εκείνο που θα εξυπηρετήσει καλύτερα τις ανάγκες του. Επίσης σ' αυτήν την περίπτωση έχουμε τη δημιουργία διαπροσωπικών σχέσεων, καθώς και τη διαπραγμάτευση των όρων συνεργασίας με τον πελάτη καθώς και την ανάπτυξη προτιμήσεων για τις προσφερόμενων υπηρεσιών.

### 2.5.2 Προσόντα που πρέπει να χαρακτηρίζουν έναν καλό πωλητή

Ο υπάλληλος που εκτελεί τις πωλήσεις θα πρέπει να:

- α) πληρεί τις αντίστοιχες με τη θέση εργασίας προδιαγραφές<sup>12</sup>, δηλαδή:
  - να έχει ευρύτερη οικονομική παιδεία και διάθεση για συνεχή ενημέρωση γύρω από τις τρέχουσες ελληνικές και διεθνείς οικονομικές εξελίξεις.
  - ικανότητα ανάλυσης, σύνθεσης, μελέτης και έρευνας
  - υπομονή και επιμονή
  - ευγένεια και αξιοπρεπή εμφάνιση
  - ικανότητα ανεξάρτητης εργασίας και ανάπτυξης πρωτοβουλιών
  - ευχέρεια επικοινωνίας και λόγου
  - διαπραγματευτική ικανότητα και ικανότητα πειθούς
  - υψηλό αίσθημα ευθύνης
  - αισιοδοξία, δυναμισμό και αυτοπεποίθηση
- β) να γνωρίζει καλά τι προϊόντα που πουλάει, καθώς και τις τεχνικές πώλησής τους.
- γ) να γνωρίζει άριστα τις ιδιομορφίες, τα προβλήματα και τις ανάγκες του τμήματος της αγοράς στο οποίο ανήκει κάθε πελάτης

---

<sup>12</sup> Λυμπερόπουλος Κών/νος Χ. «Στρατηγικό Τραπεζικό Μάρκετινγκ», Εκδ. Interbooks, Αθήνα 1994, Σελ. 272-273

- δ) να είναι ενήμερος για τους όρους, τις προμήθειες και τις τιμές του ανταγωνισμού.
- ε) συγκρίνει αντικειμενικά τις υπηρεσίες που προσφέρουν οι ανταγωνιστές τους με αυτές της δικής τους τράπεζας
- ζ) να φροντίζει πάντα για την τήρηση των υποσχέσεών του
- η) να παροτρύνει τον πελάτη να συμμετάσχει στη συζήτηση
- θ) να κρατά τακτική επαφή με τους πελάτες
- ι) να αντιμετωπίζει τις διαφωνίες του πελάτη σαν διαφορετικές απόψεις ενδιαφέρουσες και σεβαστές που βοηθούν στην αποκάλυψη του πραγματικού του προβλήματος
- ια) να δείχνει κατανόηση για τα παράπονα των πελατών και να φροντίζει για την άμεση διευθέτησή τους
- ιβ) να κάνει συχνά αυτοκριτική για να ανακαλύψει τους λόγους που τον οδηγούν στην επιτυχία ή στην αποτυχία
- ιγ) να ενεργεί με βάση την οικονομική της ελαχιστοποίησης του κόστους και της μεγιστοποίησης του κέρδους.

### **2.5.3 Διαφήμιση**

Με τον όρο διαφήμιση νοείται η απρόσωπη παρουσίαση ιδεών, προϊόντων ή υπηρεσιών, φυσικών και νομικών προσώπων, που αποσκοπεί με την κατάλληλη χρησιμοποίηση των μέσων μαζικής επικοινωνίας να επηρεάσει τη συμπεριφορά των ατόμων που ανήκουν σε προκαθορισμένες αγορές-στόχους.

Οι τράπεζες με τη διαφήμιση προσπαθούν να κάνουν γνωστά στο ευρύ κοινό, τα νέα προϊόντα τους και να δημιουργήσουν ζήτηση για αυτά. Όσον αφορά τα υπάρχοντα προϊόντα προσπαθεί μέσω της διαφήμισης, να τονίσει τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που αυτά συγκεντρώνουν, έναντι των ανταγωνιστών τους.

Επίσης επιχειρούν να εμπνεύσουν ασφάλεια στον καταναλωτή, διαβεβαιώνοντας τον, ότι έχει κάνει τη σωστή επιλογή ή ακόμη και να ενισχύσουν το κοινωνικό προφίλ της τράπεζας διαφημίζοντας, αυτή τη φορά όχι κάποιο προϊόν, αλλά την οικονομική συμμετοχή της τράπεζας σε κάποια κοινωνική προσφορά.

Το κάθε μέσο προβολής, συγκεντρώνει τα δικά του ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που ωθεί τους διαφημιζόμενους να το εμπιστεύονται ή όχι, και αν μέχρι τώρα την πρωτιά στα έσοδα της διαφημιστικής πίπτας είχε η τηλεόραση, η περσινή χρονιά έκανε την ανατροπή αφού σύμφωνα με την Media Services ο περιοδικός τύπος «έφαγε» την τηλεόραση με ποσοστό 39,33% έναντι 37,70%.

Οι τράπεζες προκειμένου οι διαφημιστικές τους προσπάθειες να καταστούν πιο αποτελεσματικές, έχουν υιοθετήσει διάφορα slogans για να τραβήξουν την προσοχή των υποψήφιων πελατών. Αυτά συνήθως είναι χαρακτηριστικά της τράπεζας που αντιπροσωπεύουν, ώστε να αποφεύγεται η σύγχυσή τους με αυτά των άλλων τραπεζών. Εκτός αυτού, οι διαφημίσεις τους εμπεριέχουν συνήθως, προβολές εντάσεως εμπειρίας που ακόμα και μέσα στην υπερβολή τους δεν αποτελούν παρά απεικονίσεις της πραγματικότητας που βιώνουμε καθημερινά όλοι μας.

#### **2.5.4 Προώθηση των πωλήσεων**

Τα τελευταία χρόνια υπάρχει μία πληθώρα διαφημίσεων που πολλές φορές τις καθιστά αναποτελεσματικές. Στην περίπτωση αυτή παρεμβαίνει και πάλι το Μάρκετινγκ με ενέργειες, που κύριος στόχος τους είναι η παρακίνηση των πελατών, για αυξημένες και επαναλαμβανόμενες πωλήσεις. Αυτό επιτυγχάνεται με την προσφορά επιπλέον κινήτρων, όπως είναι η έκδοση ενημερωτικών εντύπων, εκπτωτικά κουπόνια, δωρεάν προϊόντα για προβολή μέσα στο κατάστημα, συνέδρια κ.α. Στην πολιτική αυτή εντάσσονται επίσης ενέργειες, όπως η εκπαίδευση των πελατών που ασχολούνται με τις πωλήσεις, η παροχή των κατάλληλων κινήτρων στο προσωπικό με διάφορα χρηματικά πριμ, αναμνηστικά δώρα κ.τ.λ.

#### **2.5.5 Δημόσιες σχέσεις**

Με τον όρο δημόσιες σχέσεις, καλείται το σύνολο των ενεργειών εκείνων, που ακολουθεί μια επιχείρηση και επιφέρουν τη δημιουργία κλίματος εμπιστοσύνης από μέρους του κοινού ή των υπαλλήλων της.

Οι δημόσιες σχέσεις δημιουργήθηκαν με την οικονομική κρίση του 1929, όταν ξέσπασε ο δεύτερος παγκόσμιος πόλεμος με συνέπεια την ανεργία. Οι δημόσιες σχέσεις διαφέρουν από την διαφήμιση, γιατί αποβλέπουν στην ενημέρωση μόνο του καταναλωτικού κοινού. Οι δημόσιες σχέσεις αφορούν τόσο τους μετόχους και τους υπαλλήλους της τράπεζας όσο και τους πελάτες της.

Η πρώτη κατηγορία αφορά όλες εκείνες τις ενέργειες ενημέρωσης των μετόχων για την πορεία των οικονομικών μεγεθών της τράπεζας αλλά και οι προσπάθειες προς τους εργαζομένους, να ξεπεράσουν τις προκαταλήψεις τους προς την διοίκηση, και όλοι μαζί να εργαστούν σε θετικό κλίμα και με αίσθηση ευθύνης για το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα.

Η δεύτερη κατηγορία που αφορά τους πελάτες, περιλαμβάνει ενημερωτικές ενέργειες αναφορικά με την πορεία των εργασιών της τράπεζας, αποστολή διαφημιστικού υλικού, ευχών ή συλλυπητηρίων, συνεντεύξεις τύπου αλλά και χορηγίες, που σκοπός τους είναι να ενισχύσουν το κοινωνικό προφίλ της τράπεζας μέσα από δωρεές, ενισχύσεις αθλητικών γεγονότων κ.τ.λ.

### **2.5.6 Δημοσιότητα**

Η δημοσιότητα αφορά την παρουσίαση από τα μέσα μαζικής επικοινωνίας των δραστηριοτήτων της τράπεζας και είναι αδάπανη. Βέβαια απαιτείται πληρωμή για το γεγονός μέσω του οποίου εξασφαλίζεται αυτή η προβολή. Αυτό μπορεί να είναι μία χορηγία ή οτιδήποτε άλλο. Η δημοσιότητα βοηθάει στην ενίσχυση της θετικής εικόνας για την τράπεζα από το κοινό, ειδικά όταν η προσφορά της βρίσκει αποδοχή σε ευαίσθητες κοινωνικές ομάδες ή σε γεγονότα που αγγίζουν τις χορδές της εθνικής υπερηφάνειας.



### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

#### ΕΡΕΥΝΑ ΠΟΥ ΓΙΑ ΤΟ MARKETING MIX ΠΟΥ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΘΗΚΕ ΣΤΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΤΡΑΠΕΖΩΝ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΛΑΡΙΣΑΣ

Τα στοιχεία που παρατίθενται στη συγκεκριμένη εργασία συλλέχθηκαν μέσα από προσωπικές συνεντεύξεις στελεχών τραπεζών στο Νομό Λάρισας αλλά και κατόπιν διαδικτυακής έρευνας.

Επιπλέον αρκετά στοιχεία αντλήθηκαν μέσα από εξειδικευμένα περιοδικά που αφορούν τον τραπεζικό κλάδο και το Μάρκετινγκ αλλά και μέσα από ενημερωτικά φυλλάδια των ίδιων των τραπεζών.

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε το δεύτερο εξάμηνο του 2005 και είναι σαφές ότι τα στοιχεία αυτά δεν αποτελούν σε καμία περίπτωση σημείο αναφοράς για τον τραπεζικό κλάδο, διότι αφενός τα δεδομένα μεταβάλλονται με μεγάλη ταχύτητα ίσως και καθημερινά κάποια, και αφετέρου αφορούν ένα μόνο μέρος του τραπεζικού κλάδου.

Μπορούν ωστόσο να μας δώσουν μία μικρή εικόνα για τη φιλοσοφία, τις συνθήκες και τα δεδομένα που επικρατούν αυτή τη στιγμή σε κάποιες από τις μεγαλύτερες ελληνικές τράπεζες.

Σημαντική θα είναι η συμβολή τους και στην κατανόηση του βαθμού στον οποίο οι εν λόγω τράπεζες έχουν υιοθετήσει και εφαρμόζουν τα σύγχρονα εργαλεία του Μάρκετινγκ.

### **3.1 Αγροτική Τράπεζα της Ελλάδος**

Η ΑΤΕ ιδρύθηκε τον Ιούνιο του 1929, με αποκλειστικό μέτοχο το ελληνικό δημόσιο, ως ένα εξειδικευμένο πιστωτικό ίδρυμα με σκοπό την υποστήριξη και ανάπτυξη του αγροτικού τομέα στην Ελλάδα. Από τις αρχές του 1980 η ΑΤΕ διεύρυνε τις δραστηριότητές της παρέχοντας ευρύ φάσμα προϊόντων και υπηρεσιών και προς τον εξωγεωργικό τομέα. Το 1980 η ΑΤΕ επεκτάθηκε και στον τομέα των ασφαλειών ιδρύοντας τη θυγατρική της Αγροτική Ασφαλιστική Α.Ε., η οποία δραστηριοποιείται στον κλάδο των γενικών ασφαλίσεων.

Τον Ιούλιο του 1991 η ΑΤΕ μετατράπηκε σε Ανώνυμο Εταιρία και έκτοτε λειτουργεί ως εμπορική τράπεζα. Τον Δεκέμβριο του 2000 η Τράπεζα εισήχθη στο Χ.Α. με δημόσια εγγραφή και παράλληλη αύξηση του μετοχικού της κεφαλαίου.

#### **3.1.1 Τραπεζικά Προϊόντα**

Η αγροτική τράπεζα εκτός του ότι είναι ο μεγαλύτερος πιστωτής του Αγροτικού τομέα στην Ελλάδα, παρέχει πλέον και όλα εκείνα τα προϊόντα που προσφέρουν οι υπόλοιπες τράπεζες, και μάλιστα με ιδιαίτερα ανταγωνιστικούς όρους. Κατέχει την 4η θέση στην Ελλάδα όσον αφορά το ενεργητικό και την 5<sup>η</sup> όσον αφορά τα κέρδη.

### **ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ**

#### **Λογαριασμός ταμιευτηρίου**

Υπάρχει απεριόριστο ποσό κατάθεσης. Κάθε εξάμηνο γίνεται εκτοκισμός και κεφαλαιοποίηση τόκων. Παρέχεται δωρεάν κάρτα (για χρήση ΑΤΜ), αυτόματη εξόφληση λογαριασμών( ΟΤΕ, ΔΕΗ κ.τ.λ) και δωρεάν αυτόματη εξόφληση πιστωτικών καρτών.

#### **Τρεχούμενος λογαριασμός «ΕΣΤΙΑ»**

Ο συγκεκριμένος λογαριασμός είναι έντοκος από το πρώτο λεπτό. Παρέχεται δωρεάν αυτόματη εξόφληση πιστωτικών καρτών ΑΤΕ, αυτόματη εξόφληση λογαριασμών (ΟΤΕ, ΔΕΗ κ.λ.π), απόδοση σε πρώτη ζήτηση, απεριόριστο ποσό κατάθεσης καθώς και δυνατότητα υπερανάληψης, όπως και δωρεάν συνδρομή 1 έτους στην πιστωτική κάρτα ΑΤΕ.

#### **Προνομιακός λογαριασμός «ΔΗΜΗΤΡΑ»**

Ο λογαριασμός αυτός παρέχει προνομιακό επιτόκιο, εκτοκισμό ανά εξάμηνο και κεφαλαιοποίηση των τόκων, δωρεάν αυτόματη εξόφληση πιστωτικών καρτών ΑΤΕ καθώς και δωρεάν κάρτα (για ΑΤΜ). Επίσης έχει απεριόριστο ποσό κατάθεσης και απόδοση σε πρώτη ζήτηση.

#### **Καταθέσεις προθεσμίας**

Οι τόκοι αποδίδονται στη λήξη της προθεσμιακής. Η τμηματική απόδοση επιτρέπεται μόνο στις ετήσιες προθεσμιακές. Τα επιτόκια μεταβάλλονται συχνά και δημοσιεύονται στο ημερήσιο δελτίο επιτοκίων της τράπεζας. Παρέχεται απεριόριστο ποσό άνω των 1,467,35 € και σε περίπτωση πρόωρης ανάληψης καταβάλλεται ρήτρα.

### **ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ**

**Αμοιβαίο κεφάλαιο ΑΤΕ διεθνές μικτό.** Απευθύνεται σε επενδυτές που ο χρονικός ορίζοντας της τοποθέτησης των χρημάτων τους είναι μεσομακροπρόθεσμος, και επιζητούν μία υψηλή απόδοση που προέρχεται τόσο από υπεραξία, όσο και από εισόδημα στην Ελλάδα και στο εξωτερικό.

**Αμοιβαίο κεφάλαιο ΑΤΕ διεθνές ομολογιών.** Απευθύνεται σε επενδυτές που ο χρονικός ορίζοντας της επένδυσης είναι μεσομακροπρόθεσμος και προσδοκούν υψηλό εισόδημα από αποδόσεις των Τίτλων Σταθερής Απόδοσης του εσωτερικού και εξωτερικού.

**Αμοιβαίο κεφάλαιο ΑΤΕ διαχείρισης διαθεσίμων εσωτερικού.**

Απευθύνεται σε επενδυτές που αναζητούν ανταγωνιστικές αποδόσεις για τα διαθέσιμά τους, με χρονικό ορίζοντα τοποθέτησης από 1-6 μήνες, με ελάχιστη ανάληψη κινδύνου και γνωστή εκ των προτέρων την πιθανολογούμενη απόδοση της επένδυσής τους.

**Αμοιβαίο κεφάλαιο ΑΤΕ διεθνές μετοχικό.** Απευθύνεται σε επενδυτές που ο χρονικός ορίζοντας τοποθέτησης των χρημάτων τους είναι

μεσομακροπρόθεσμος και στοχεύουν στην πραγματοποίηση υψηλών αποδόσεων, από τοποθετήσεις κυρίως σε μετοχές εισηγμένες στο ΧΑΑ και στα μεγαλύτερα χρηματιστήρια του εξωτερικού.

**Αμοιβαίο κεφάλαιο ΑΤΕ κεφαλαίου υπεραξίας (ομολογιών εσωτερικού)**

Απευθύνεται σε επενδυτές που ο χρονικός ορίζοντας της επένδυσής τους είναι μεσομακροπρόθεσμος και επιδιώκουν τη μεγιστοποίηση της απόδοσής τους με την ανάληψη ελάχιστου επενδυτικού κινδύνου.

**Αμοιβαίο κεφάλαιο ΑΤΕ μικτό εσωτερικού.** Απευθύνεται σε επενδυτές που ο χρονικός ορίζοντας της τοποθέτησής τους είναι μεσομακροπρόθεσμος και επιζητούν μια υψηλή απόδοση, που προέρχεται τόσο από υπεραξία όσο και από το εισόδημα.

**Αμοιβαίο κεφάλαιο ΑΤΕ μετοχικό(μεσαίας και μικρής κεφαλαιοποίησης) εσωτερικού.** Απευθύνεται σε επενδυτές που ο χρονικός ορίζοντας της τοποθέτησής τους είναι μεσομακροπρόθεσμος και επιθυμούν να επενδύσουν σε μετοχές εταιριών μεσαίου και μικρού μεγέθους εισηγμένες στο ΧΑΑ.

## **ΧΟΡΗΓΗΣΕΙΣ**

Η ΑΤΕ χορηγεί προσωπικά δάνεια έως περίπου 3.000 € χωρίς δικαιολογητικά και με προνομιακό επιτόκιο για φοιτητές και υπαλλήλους ΑΤΕ, καταναλωτικά δάνεια με ανώτατο ποσό 17.608,22 € ανά οικογένεια έναντι δικαιολογητικών, καθώς και πλήθος εξειδικευμένων δανείων που αφορά τους αγρότες με κυριότερο το επιδοτούμενο στεγαστικό δάνειο αγροτών, όπου το επιτόκιο προσαρμόζεται ανάλογα με την οικογενειακή κατάσταση και η χρηματοδότηση μπορεί να καλύψει μέχρι το 75% της συνολικής δαπάνης. Επίσης προσφέρονται στεγαστικά δάνεια με ελεύθερα διαπραγματεύσιμους όρους.

## **Κάρτες**

Οι ευρέως χρησιμοποιούμενες κάρτες της ΑΤΕ που αφορούν το σύνολο των πελατών, είναι η ΑΤΕ κάρτα visa που απευθύνεται σε πελάτες μέτριου εισοδήματος, που επιθυμούν μια απλή πιστωτική κάρτα με ελάχιστη ετήσια συνδρομή, η electron visa η οποία απευθύνεται σε χαμηλά εισοδήματα, νέες ηλικίες, κατοίκους αστικών κέντρων που επιθυμούν μία εξελικτική πιστωτική κάρτα με ελάχιστη ετήσια συνδρομή.

Επίσης υπάρχει η silverstar visa για τα μεσαία εισοδήματα, η goldstar visa για τα ανώτερα εισοδήματα, η silvermast mastercard για τους νέους πελάτες

μεσαίου εισοδήματος καθώς και η goldmast mastercard για τους νέου πελάτες ανώτερου εισοδήματος.

### **ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ**

Η ΑΤΕbank προσφέρει μια ευρεία γκάμα ασφαλιστικών προϊόντων όπως: Ασφαλίσεις αυτοκινήτων, φωτιάς, κατοικίας(πρόγραμμα «νέα κατοικία»), επαγγελματικής στέγης(πρόγραμμα «νέα επαγγελματική στέγη»), αστικής ευθύνης, προσωπικών ατυχημάτων, ομαδικές ασφαλίσεις προσώπων, ασφάλιση προσωπικού ατυχήματος αθλητή, πληρωμάτων πλοίων, μεταφορών, αλιευτικών σκαφών, σκαφών αναψυχής καθώς και εξειδικευμένες ασφαλίσεις που αφορούν τους αγρότες.

### **ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ**

Η τράπεζα έχει διαμορφώσει στρατηγική για την ηλεκτρονική τραπεζική και προχωρεί στην σταδιακή εφαρμογή της. Οι υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής θα απευθύνονται σε όλους τους πελάτες της Τράπεζας και του Ομίλου της, και ειδικότερα σε συγκεκριμένους κλάδους δραστηριότητας, όπως ο ευρύτερος αγροτικός τομέας. Η στρατηγική για την ηλεκτρονική τραπεζική περιλαμβάνει μεταξύ άλλων, την αύξηση της χρήσης ΑΤΜς (πολλά από τα οποία βρίσκονται σε περιοχές όπου η τράπεζα δεν διαθέτει καταστήματα) και την ανάπτυξη μιας «χρηματοοικονομικής πύλης» στο διαδίκτυο. Η πύλη αυτή, η οποία αναμένεται να αρχίσει να λειτουργεί από την άνοιξη του 2006, θα προσφέρει προϊόντα και υπηρεσίες τόσο σε επιχειρήσεις, όσο και σε πελάτες της λιανικής τραπεζικής. Η τράπεζα θεωρεί ότι αυτή η πύλη θα συμβάλλει στην αύξηση των σταυροειδών πωλήσεων του Ομίλου.

#### **3.1.2 Προβολή τραπεζικών προϊόντων**

Οι δραστηριότητες προβολής και διαφήμισης της τράπεζας έχουν σαν στόχο την επέκταση της σε δραστηριότητες και υπηρεσίες που αφορούν κυρίως τα αστικά κέντρα και μη αγροτικούς τομείς της οικονομίας, μέσω της προώθησης τόσο των προϊόντων και υπηρεσιών της, όσο και της εταιρικής εικόνας της Τράπεζας και του Ομίλου.

Οι δραστηριότητες της τράπεζας στον νομέα αυτό συμπεριλαμβάνουν τη διενέργεια ερευνών σχετικά με τις τάσεις της αγοράς και την ικανοποίηση των πελατών, με στόχο την άντληση των απαραίτητων πληροφοριών για την

ανάπτυξη νέων προϊόντων και υπηρεσιών που θα κάλυπταν τις ανάγκες των πελατών.

Η Τράπεζα το 2004 προχώρησε σε συνεργασία με διαφημιστική εταιρία η οποία και συνέβαλε στην προβολή της τράπεζας μέσω δωρεών και χορηγιών σε αθλητικά και πολιτιστικά γεγονότα αλλά μέσω προβολής στα μέσα ενημέρωσης. Επίσης στα πλαίσια της αναβάθμισης της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών που παρέχουν οι υπάλληλοι της, η τράπεζα προχώρησε στη δημιουργία μιας συνεχούς και συστηματικής ροής πληροφοριών στους υπαλλήλους της, έτσι ώστε να είναι ενήμεροι για τις αλλαγές και τις βελτιώσεις που πραγματοποιούνται μέσα στην τράπεζα.

### **3.1.2.1 Ενδεικτικό διαφημιστικό υλικό**

Φοιτητικό δάνειο Αθηνά: «έχω την Αθηνά και τα έχω όλα».

Αναχρηματοδότηση δανείων καταναλωτικής πίστης: «ένα πρόγραμμα με πολλά υπέρ».

ΑΤΜ: «εύκολα και γρήγορα 24 ώρες το 24ωρο».

ΕπιχειρήσΑΤΕ-Επαγγελματικός εξοπλισμός: «Δυναμική κάλυψη σε κάθε επιχείρηση».

Πρόγραμμα διευκόλυνσης εμπορίου: «Ο εμπορικός ακόλουθος της επιχείρησής σας».

Ενιαίο δάνειο αγροτών: «Συζητάμε σε άλλη βάση».

ΕπιχειρήσΑΤΕ επαγγελματική στέγη: «Μεγάλη στήριξη σε Μικρές επιχειρήσεις».

ΕπιχειρήσΑΤΕ κεφάλαιο κίνησης: «Άμεση Ρευστότητα σε Δυναμικούς Επιχειρηματίες».

### **3.1.3 Τιμολογιακή πολιτική**

#### **Καταθέσεις**

Στις καταθέσεις ταμειυτηρίου για ποσό από 0,01-3.000 € το επιτόκιο είναι 0,65%, για ποσό 3.001-12.000 € είναι 0,80%, από 12.001-6.000 € είναι 1,20%, ενώ για ποσό 6.001 € είναι 1,45%.



Στους τρεχούμενους λογαριασμούς για ποσό 0,01-1.500 € το επιτόκιο είναι 0,40%, για 1.501-3.000 € είναι 0,85%, από 3.001-9.000 είναι 1,05%, ενώ από 9.001 και πάνω το επιτόκιο είναι 1,35%.

### **ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΠΙΣΤΗ**

<b>ΠΟΣΟ ΔΑΝΕΙΟΥ</b>	<b>ΟΝΟΜΑΣΤΙΚΟ ΕΠΙΤΟΚΙΟ</b>
Από <b>1.000 €</b> μέχρι <b>6.000 €</b>	Σταθερό <b>9,50%</b> Κυμαινόμενο <b>9,90%</b>
Από <b>6.001 €</b> μέχρι <b>15.000 €</b>	Κυμαινόμενο <b>9,00%</b>
Από <b>15.001 €</b> μέχρι <b>50.000 €</b>	Κυμαινόμενο <b>8,50%</b>
Από <b>50.001 €</b> μέχρι <b>100.000 €</b>	Κυμαινόμενο <b>9,00%</b>

<b>ΔΑΝΕΙΑ ΕΟΡΤΩΝ-ΔΙΑΚΟΠΩΝ</b>	
Από <b>1.000 €</b> μέχρι <b>10.000 €</b>	Κυμαινόμενο <b>9,00%</b>

### **ΣΤΕΓΑΣΤΙΚΗ ΠΙΣΤΗ**

Στα στεγαστικά δάνεια με κυμαινόμενο επιτόκιο και αποπληρωμή των δανείων σε μηνιαίες δόσεις έχουμε επιτόκιο 5,25%. Στο στεγαστικό πρόγραμμα καταθετών ΑΤΕ με μηνιαίες δόσεις το επιτόκιο είναι 4,75% ενώ με κυμαινόμενο επιτόκιο και αποπληρωμή των δανείων σε 3μηνιαίες, 6μηνιαίες ή ετήσιες δόσεις είναι 5,50%. Τα προαναφερθέντα επιτόκια αφορούν τους ιδιώτες, για τους αγρότες τα επιτόκια είναι διαφορετικά.

### **ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΚΑΡΤΕΣ**

Οι πιστωτικές κάρτες έχουν όλες επιτόκιο 14,75% και προμήθεια 0,6%.

#### **3.1.4 Δίκτυο διανομής**

Η τράπεζα διαθέτει δίκτυο 458 καταστημάτων στην Ελλάδα και στο εξωτερικό τα οποία προσφέρουν στους πελάτες της όλο το φάσμα υπηρεσιών και προϊόντων. Η ΑΤΕ διαθέτει επίσης 589 ΑΤΜς είτε μέσα στα καταστήματα είτε σε άλλα σημεία. Επίσης η τράπεζα εκτελεί εργασίες καταθέσεων μέσω 71

επιλεγμένων ΑΣΟ (Αγροτικές Συνεταιριστικές Οργανώσεις), οι οποίες λειτουργούν σαν γραφεία αντιπροσώπων της Τράπεζας σε αγροτικές περιοχές.



## **3.2 Alpha Bank**

### **3.2.1 Τραπεζικά Προϊόντα**

Η Alpha Bank ιδρύθηκε το 1879 και είναι η δεύτερη σε μέγεθος τράπεζα στην Ελλάδα. Με 450 καταστήματα, ο όμιλος της Alpha Bank δραστηριοποιείται και στη διεθνή τραπεζική αγορά με παρουσία στην Κύπρο και στη Νοτιανατολική Ευρώπη, καθώς επίσης και στη Νέα Υόρκη, στο Λονδίνο, στο Jersey (Chanel Islands).

Η Alpha Bank έχει πρωτεύουσα θέση μεταξύ των χρηματοοικονομικών ομίλων στην Ελλάδα, προσφέροντας ένα ευρύ φάσμα υπηρεσιών, συμπεριλαμβανομένης της λιανικής τραπεζικής, της τραπεζικής μικρομεσαίων και μεγάλων επιχειρήσεων, των πιστωτικών καρτών, της διαχείρισης κεφαλαίων, της επενδυτικής τραπεζικής, του private banking, των ασφαλίσεων, των χρηματιστηριακών εργασιών, του leasing και του factoring. Κύριοι άξονες της πολιτικής της είναι η σταθερή επέκταση των δραστηριοτήτων στο Retail Banking, με έμφαση στη στεγαστική και καταναλωτική πίστη, και στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, καθώς και η επίτευξη

υψηλού ρυθμού ανάπτυξης στους τομείς της διαχείρισης κεφαλαίων πελατών, των ασφαλειών, της επενδυτικής τραπεζικής και του Corporate Banking.

## **ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ**

### **Alpha 100**

Αντικαθιστά όλους τους παραδοσιακούς λογαριασμούς καταθέσεων και εξασφαλίζει ένα σύνολο από σημαντικά πλεονεκτήματα και υπηρεσίες. Το επιτόκιο είναι κλιμακούμενο ανάλογα με το ημερήσιο υπόλοιπο του λογαριασμού. Υπάρχει η δυνατότητα έκδοσης καρτέ επιταγών, overdraft έως 1500 €, εξόφληση λογαριασμών ΟΤΕ, ΔΕΗ, ΕΥΔΑΠ, έκδοση της Alpha Electron Visa χωρίς συνδρομή για αναλήψεις μετρητών και αγορές σε όλο τον κόσμο.

### **Alpha 105**

Ελάχιστο ποσό 1.000 € ή ισόποσα νομίσματα. Δυνατότητα πιστωτικού επιτοκίου ανάλογα με το υπόλοιπο του λογαριασμού και τις εκάστοτε τάσεις της αγοράς. Προσφέρει δυνατότητα υπερανάληψης σε συνάλλαγμα, χορήγηση βιβλιαρίου επιταγών σε συνάλλαγμα, αποστολή του αντιγράφου λογαριασμού, καθώς και χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών της τράπεζας, Alpha Web Banking, Alphaphone Banking και Alpha Bank m-Banking.

### **Alpha 400**

Είναι ο παραδοσιακός λογαριασμός καταθέσεων Ταμειυτηρίου. Το επιτόκιο κυμαίνεται από 0,15% για ποσό έως και 1.000 € και μπορεί να φτάσει το ανώτερο 1,00% για ποσό άνω των 2.00,001 €. Προσφέρει και αυτός την Alpha Bank Electron Visa χωρίς συνδρομή για αναλήψεις μετρητών και αγορές σε όλο τον κόσμο, εξόφληση λογαριασμών των ΔΕΚΟ, δυνατότητα συναλλαγών μέσω τηλεφώνου, ίντερνετ, κινητού τηλεφώνου καθώς και τη χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών που προσφέρει η τράπεζα.

### **Alpha 410**

Το επιτόκιο ξεκινάει από 0,15% για ποσό έως και 1.000 € και φτάνει (το ανώτερο) μέχρι 1,00% για ποσό άνω των 200.000,01 € και προσφέρονται περίπου τα ίδια πλεονεκτήματα με τους προαναφερόμενους λογαριασμούς.

## **Καταθέσεις προθεσμίας**

Υπάρχουν καταθέσεις προθεσμίας διάρκειας 7-90 ημερών, 3 μηνών, 6 μηνών και 12 μηνών. Στην πρώτη περίπτωση το ελάχιστο ποσό είναι 15.000 € και στις υπόλοιπες 1.500 €. Το επιτόκιο καθορίζεται καθημερινά.

## **ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ**

### **Alpha Bank Capital Guarantee**

Η διάρκεια επένδυσης είναι άνω του ενός έτους και το ελάχιστο κεφάλαιο επένδυσης είναι 5.000 € και πάνω. Προσφέρει 100% εγγυημένο κεφάλαιο επένδυσης, δυνατότητα υψηλών αποδόσεων που συνδέονται με την Ελληνική και τις διεθνείς κεφαλαιαγορές και μηδενικές προμήθειες διάθεσης.

### **Alpha Αμοιβαία Κεφάλαια**

Οι επενδυτικές προτάσεις της Alpha Εταιρίας Διαχείρισης Κεφαλαίων καλύπτουν μια μεγάλη ποικιλία εναλλακτικών επιλογών σε αμοιβαία κεφάλαια όλων των κατηγοριών όπως μετοχικά, μικτά, ομολογιακά, διαχείρισης διαθεσίμων, με επενδύσεις στην ελληνική και στις διεθνείς αγορές.

## **ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΕΙΣ**

Η ALPHA Bank προσφέρει διάφορες μορφές χρηματοδότησης καλώντας μας να διαλέξουμε αυτή που ταιριάζει στις δικές μας ανάγκες. Οι προσφερόμενες χρηματοδοτήσεις είναι αφορούν επιχειρήσεις/επαγγελματίες με ετήσιο κύκλο εργασιών έως 1.000.000 €, Επαγγελματίες ΤΑΞΙ, Τουριστικών Λεωφορείων Δημοσίας Χρήσεως(δάνειο για αγορά καινούργιου αυτοκινήτου ΤΑΞΙ, δάνειο για αντικατάσταση δημόσιας χρήσης τουριστικών λεωφορείων κ.τ.λ).

Επίσης προσφέρονται δάνεια για κεφάλαιο κίνησης, επαγγελματική στέγη, πάγιες εγκαταστάσεις, εγγυητικές επιστολές, υπηρεσίες Leasing και factoring κ.α.

## **ΧΟΡΗΓΗΣΕΙΣ**

### **Καταναλωτικά**

#### **Alpha 700 Ανοικτό Προσωπικό Δάνειο**

Πιστωτικό όριο από 1.500 €-30.000 €, κυμαινόμενο επιτόκιο 11,80% και ελάχιστη μηνιαία δόση 1,50% ή 2,50% ή 3,50% επί του υπολοίπου.

### **ALPHA X5 Προσωπικό Δάνειο**

Ύψος δανείου από 3.000-30.000 €, επιτόκιο σταθερό 9,90% για όλη τη διάρκεια του δανείου και ελάχιστη διάρκεια 6 μήνες.

### **Alpha 702 Προσωπικό Δάνειο**

Το ύψος του δανείου κυμαίνεται από 1.500-30.000 € με επιτόκιο σταθερό για όλη τη διάρκεια του δανείου 11,50%. Η διάρκειά του είναι από 6-72 μήνες.

### **Alpha 710 Καταναλωτικό δάνειο**

Ύψος δανείου από 1.500 € -30.000 €, επιτόκιο σταθερό και ελάχιστη διάρκεια 6-72 μήνες.

### **Στεγαστικά**

#### **Alpha Στεγαστικό Πρόγραμμα**

Το Alpha Στεγαστικό πρόγραμμα αφορά κατοικία ή άλλο τύπο ακινήτου με σκοπό την ιδιόχρηση ή την εκμίσθωση. Η διάρκεια κυμαίνεται από 5-30 έτη και το επιτόκιο είναι σταθερό 4,00% για τους πρώτους 18 μήνες και έπειτα εξαρτάται από το διάστημα που απομένει και την επιλογή που εμείς θα κάνουμε μεταξύ των υφιστάμενων επιτοκίων.

#### **Alpha Στεγαστικό Euro Rate**

Η διάρκειά του κυμαίνεται από 5-30 έτη και το επιτόκιο έως 150.000 € είναι 4,25% και από 150.001 € είναι 3,80%.

#### **Alpha Στεγαστικού Σταθερού Επιτοκίου για το Πρώτο Έτος**

Έχει διάρκεια από 5-30 έτη και ξεκινά με σταθερό προνομιακό επιτόκιο 3,50% για το πρώτο έτος και στη συνέχεια επιλέγουμε ένα από τα υφιστάμενα επιτόκια.

### **ΚΑΡΤΕΣ**

Η Alpha Bank προσφέρει την Electron Visa, την American Express (πράσινη, μπλέ και χρυσή), την Alpha Bank Visa, τη χρυσή Alpha Bank Visa και την Alpha Bank Mastercard.

### **ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ**

Η Alpha Bank σε συνεργασία με την εταιρία του ομίλου της Alpha Ασφαλιστική, προσφέρει ένα ευρύ φάσμα ασφαλιστικών προγραμμάτων που καλύπτουν:

- Περιουσία
- Απορρέουσες εκ του νόμου ευθύνες έναντι τρίτων

- Διάφορα ατυχήματα
- Μεταφορές εμπορευμάτων
- Σκάφη αναψυχής και εμπορικά σκάφη
- Αυτοκίνητα-οχήματα
- Ζωή-υγεία-σύνταξη

## **ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ**

Μεταξύ των εναλλακτικών καναλιών διανομής της Alpha συμπεριλαμβάνονται το Alpha Web Banking, το Alpha Phone Banking και το m-banking, μέσω των οποίων παρέχεται η δυνατότητα να δει κανείς τα υπόλοιπα και τις τελευταίες κινήσεις των τραπεζικών λογαριασμών, να πληροφορηθεί για την οφειλή και το διαθέσιμο υπόλοιπο αγορών στις πιστωτικές κάρτες, να μεταφέρει χρήματα από έναν λογαριασμό σε άλλον, να πληρώνει λογαριασμούς στις ΔΕΚΟ κ.τ.λ.

### **3.2.2 ΠΡΟΒΟΛΗ**

Η Alpha Bank επιτυγχάνει την προβολή της, τόσο μέσα από τα εναλλακτικά κανάλια διανομής, όπως είναι το ίντερνετ, όσο και από το κατάστημά της με την τοποθέτηση φυλλαδίων σε εμφανή σημεία. Επιπλέον η προβολή των παρεχόμενων προϊόντων και υπηρεσιών μέσα από τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας και τον τύπο, αποτελούν ένα ακόμη εργαλείο προβολής.

Πέρα από αυτό όμως η Alpha Bank έχει κατά καιρούς αναλάβει τη χορηγία σημαντικών αθλητικών διοργανώσεων όπως ήταν οι ολυμπιακοί αγώνες του 2004 και πιο πρόσφατα το παγκόσμιο κύπελο ιππασίας, ενισχύοντας αναμφισβήτητα το κύρος της και το κοινωνικό της προφίλ.

Εκτός των άλλων, η εν λόγω τράπεζα έχει επιδείξει μέχρι στιγμής ένα πρόσωπο ιδιαίτερα ευαισθητοποιημένο σε περιβαλλοντικά ζητήματα, όπως και απέναντι στις ευπαθείς κοινωνικές ομάδες, ενισχύοντας τις κατά καιρούς με κάποια οικονομική βοήθεια.

#### **3.2.2.1 Διαφημιστικό υλικό**

- 👇 Alpha δάνεια κατοικίας: «Προτεραιότητα στο δικό σας σπίτι».



- 👇 Πιστωτική κάρτα American Express: «Αποκτήστε τώρα την κάρτα που ξέφυγε από το μέλλον».
- 👇 Θυρίδες θησαυροφυλακίου: «Για όσα θέλετε να κρατήσετε για πάντα».
- 👇 Πράσινη κάρτα American Express: «Εδώ ένα-ένα τα όνειρά σας γίνονται πραγματικότητα».
- 👇 Σειρά νέων 1 /2 /3: «Άνοιγμα Ζωής».
- 👇 Πρόγραμμα μεταφοράς δανείων και καρτών: «Alpha όλα σε 1».
- 👇 Για πιστωτικές κάρτες: «Freeday=Everyday».

### 3.2.3 Τιμολογιακή πολιτική

#### Καταθέσεις

Το επιτόκιο στον παραδοσιακό λογαριασμό καταθέσεων Ταμειυτηρίου (Alpha 400), κυμαίνεται από 0,15% έως 3.000 € και max. 1,00% για ποσά άνω των 200.000 €. Στον λογαριασμό Alpha100 που αντικαθιστά όλους τους παραδοσιακούς λογαριασμούς καταθέσεων το επιτόκιο ξεκινά από 0,15% για ποσό έως 3.000 € και μπορεί να φτάσει το 2,00% για ποσό άνω των 200.000 €, στο Alpha 410 κυμαίνεται από 0,15%-1,00% για ποσά έως 1.000 € και άνω των 200.000 € αντιστοίχως. Τέλος στο πρόγραμμα για νέους έχουμε επιτόκιο 0,75%-1,40% για ποσά έως και 1.000 € στην 1<sup>η</sup> περίπτωση και άνω των 10.000 € στην 2<sup>η</sup> περίπτωση.

#### Καταναλωτική Πίστη

Στο Alpha 702 προσωπικό δάνειο υπάρχει δάνειο υπάρχει επιτόκιο 11,50%, στο ανοιχτό προσωπικό δάνειο Alpha 700 το επιτόκιο είναι 11,80%, ενώ στο Alpha 1/2/3 προσωπικό δάνειο είναι 10,35% και στο καταναλωτικό 9,56% για ίδια συμμετοχή του πελάτη 0-25% και 8,50% για ίδια συμμετοχή άνω του 25%.

#### Στεγαστική Πίστη

Στα στεγαστικά δάνεια το επιτόκιο είναι για τα 3 έτη 4,60%, για τα 5 έτη 5,15% και για τα 7,10 και 15 έτη 5,60%, 6,00% και 6,40% αντίστοιχα. Επίσης για το

στεγαστικό Euro Rate είναι 4,25% κυμαινόμενο για ποσό έως 150.000 € και 3,80% για ποσό άνω των 150.000 €.

### **Κάρτες**

Για την Alpha Bank Visa το συμβατικό επιτόκιο είναι 15,25%, για την χρυσή Alpha Bank Visa είναι 9%, για την Alpha Bank Mastercard είναι 15,25% και για τις American Express πράσινη και μπλε 15,00%.

### **3.2.4 Δίκτυο Διανομής**

Η Alpha Bank διαθέτει 450 καταστήματα και 750 ATM εγκατεστημένα σε όλα τα καταστήματα της Alpha αλλά και σε πολλά εμπορικά καταστήματα, αεροδρόμια, λιμάνια, νοσοκομεία κ.τ.λ. επίσης η Alpha θεωρείται πρωτοπόρος στην εισαγωγή νέων ηλεκτρονικών υπηρεσιών, όπως είναι το Alpha phone για τραπεζικές υπηρεσίες με το τηλέφωνο, το Alpha line για συναλλαγές μέσω υπολογιστή, το Alpha Web Banking για συναλλαγές μέσω ίντερνετ και το Alpha Bank m-Banking για τραπεζικές συναλλαγές μέσω κινητού τηλεφώνου.



### **3.3 EFG Eurobank Ergasias**

#### **3.3.1 Τραπεζικά προϊόντα**

Η τράπεζα EFG Eurobank Ergasias ιδρύθηκε το 1990 με αρχική επωνυμία «Ευρωεπενδυτική τράπεζα». Σήμερα , προσφέρει πλήρες φάσμα τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών σε ιδιώτες, επιχειρήσεις και θεσμικούς πελάτες. Η τράπεζα καταλαμβάνει ηγετική θέση στους ταχύτερα αναπτυσσόμενους και πιο προσοδοφόρους τομείς της αγοράς. Η EFG Eurobank Ergasias κατέχει την πρώτη θέση στις χορηγήσεις καταναλωτικών δανείων, πιστωτικών καρτών και δανείων προς μικρομεσαίες επιχειρήσεις, καθώς και στην διαχείριση αμοιβαίων κεφαλαίων. Επιπλέον, ο όμιλος κατέχει ηγετική θέση στην επενδυτική τραπεζική, μέσω της «EFG Eurobank Finance», και στα προϊόντα κεφαλαιαγοράς, μέσω της «EFG Eurobank Χρηματιστηριακή», ενώ διαθέτει ισχυρό συγκριτικό πλεονέκτημα στο χώρο της διαχείρισης περιουσίας ιδιωτών (private banking) και σημαντική παρουσία στην τραπεζική επιχειρήσεων.

#### **ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ**

##### **Ταμιευτήριο**

Ο λογαριασμός Ταμιευτηρίου της Eurobank προσφέρει κλιμακούμενο επιτόκιο και εξαμηνιαίο εκτοκισμό. Επιπλέον προσφέρει 3μηνιαίο αντίγραφο κινήσεων λογαριασμού ή βιβλιάριο καταθέσεων λογαριασμού, εξυπηρέτηση παγίων εντολών, αυτόματη πληρωμή πιστωτικής κάρτας, cash card κ.τ.λ. το ονομαστικό επιτόκιο ξεκινάει από 000000000005 για ποσό  $\leq 1.500$  € και φτάνει το 1,50% για ποσό άνω των 300.000 €.

### **Λογαριασμός Μισθοδοσίας**

Ο συγκεκριμένος λογαριασμός προσφέρει επιτόκιο από το πρώτο Ευρώ ανεξαρτήτως υπολοίπου, δυνατότητα υπερανάληψης έως 3.000 €, με προνομιακό επιτόκιο, ποσό μισθοδοσίας διαθέσιμο την ίδια μέρα, δωρεάν βιβλιάριο επιταγών και πάγιες εντολές εξόφλησης λογαριασμών. Επίσης προσφέρει καταναλωτικά δάνεια με μειωμένο επιτόκιο, στεγαστικά δάνεια με προνόμια και πιστωτικές κάρτες χωρίς συνδρομή.

### **Τρεχούμενος Λογαριασμός**

Το επιτόκιο σε αυτό το λογαριασμό είναι 0% για ποσό  $\leq 3.000$  € και 0,15% για ποσό  $> 3.000$  €. Προσφέρει καρτέ επιταγών, overdraft με χρεωστικό επιτόκιο 13%, 6μηνιαίο εκτοκισμό, πάγιες εντολές πληρωμής λογαριασμών και πιστωτικών καρτών και αποστολή ενημερωτικού 3μηνιαίου statement.

### **Euromaxx**

Το Euromaxx είναι ένα αποταμιευτικό πρόγραμμα, μακροπρόθεσμου χαρακτήρα. Το ελάχιστο αρχικό ποσό είναι 1.500 € και κάθε μήνα ο πελάτης αποταμιεύει κάποιο ποσό που το ύψος του επιλέγει ο ίδιος και το οποίο προστίθεται στο αρχικό ποσό. Το ελάχιστο όριο είναι 60 €.

## **ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ**

### **Capital Project**

Τα Eurobank capital project αποτελούν μία σειρά σύνθετων επενδυτικών προϊόντων που η έκδοσή τους αποσκοπεί στην προσφορά εναλλακτικών λύσεων τοποθέτησης στο επενδυτικό κοινό. Στην πλειοψηφία των περιπτώσεων, τα προϊόντα αυτά δομούνται ως προθεσμιακές καταθέσεις σε συγκεκριμένο νόμισμα, στις οποίες η τράπεζα εγγυάται 100% του κεφαλαίου, ενδεχομένως μία ελάχιστη απόδοση, καθώς και μία απόδοση η οποία θα είναι

συνάρτηση μιας υποκείμενης αξία, πχ ενός χρηματιστηριακού δείκτη, ενός καλαθιού μετοχών ή Δεικτών, μιας συναλλαγματικής ισοτιμίας επιτοκίων.

Σ' ένα περιβάλλον χαμηλών επιτοκίων και αυξημένης μεταβλητότητας σε όλες σχεδόν τις αγορές, τα προϊόντα αυτά γίνονται πολύ ελκυστικά, διότι επιτρέπουν τη διεύρυνση και διασπορά του χαρτοφυλακίου με εγγυημένο το αρχικό κεφάλαιο στη λήξη.

### **Eurobank Βραχυπρόθεσμων Απαιτήσεων**

Η τοποθέτηση τους γίνεται για 1, 2 εβδομάδες, 1 μήνα, 45 ημέρες, 2, 3, 6, 9 μήνες έως και 1 χρόνο. Επίσης υπάρχει η δυνατότητα επιλογής προγραμμάτων:

1. Καταβολή κεφαλαίου και απόδοσης στο τέλος της περιόδου
2. Αυτόματη επανεπένδυση του κεφαλαίου και απόδοση σε τακτά χρονικά διαστήματα.

### **Prime**

Οι ειδικοί που διαχειρίζονται τα χρήματα των πελατών διαχειρίζονται τα χρήματά τους, παρακολουθώντας συνεχώς την πορεία των αγορών και διαμορφώνοντας αναλόγως το μίγμα του χαρτοφυλακίου, με σκοπό τη μεγιστοποίηση των αποδόσεων. Όλα τα προϊόντα της οικογένειας Prime έχουν μηδενική προμήθεια εισόδου και μεταφοράς.

## **ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΕΙΣ**

### **Κεφάλαια Κίνησης**

Στα Κεφάλαια Κίνησης συμπεριλαμβάνονται τα εξής:

- Ανοικτό Επαγγελματικό Λειτουργίας και ανάπτυξης
- Κεφάλαιο Κίνησης Προκαθορισμένης Αποπληρωμής-για ομαλή κάλυψη έκτακτων αναγκών
- Ανοικτό Επαγγελματικό Αυτόματης Αποπληρωμής από απαιτήσεις πιστωτικών καρτών
- Πρόγραμμα Αυτόματης Προεξόφλησης άτοκων Δόσεων
- Και Χρηματοδότηση Έναντι Επιταγών

### **Ευέλικτο Πρόγραμμα Επαγγελματικού εξοπλισμού**

Προσφέρει χρηματοδότηση έως 120% του κόστους εξοπλισμού για να καλύπτονται και οι επιπλέον δαπάνες που προκύπτουν από την επένδυση, μηνιαίες ή 3μηνιαίες δόσεις, σταθερό επιτόκιο για 1 έτος και κατόπιν κυμαινόμενο και διάρκεια ως 7 έτη.

### **Ανοικτό Επαγγελματικό Αυτόματης Αποπληρωμής από Απαιτήσεις**

Προσφέρουν υψηλό ποσοστό χρηματοδότησης με βάση το ποσοστό των πωλήσεων με πιστωτικές κάρτες, ελεύθερη χρήση και αυτόματη αποπληρωμή και επιτόκιο ειδικά διαμορφωμένο για εμπόρους.

### **Προγράμματα Επαγγελματικού Εξοπλισμού με Προκαθορισμένη Αποπληρωμή**

Προσφέρουν έως 120% του κόστους αγοράς εξοπλισμού, μηνιαίες ή 3μηνιαίες δόσεις, επιτόκιο κυμαινόμενο με βάση το βασικό επιτόκιο Επαγγελματικού Εξοπλισμού ή σταθερό για 1, 3, 5 έτη, διάρκεια έως 10 έτη και περίοδο χάριτος έως 2 έτη.

### **Ανοικτό Επαγγελματικής Στέγης**

Παρέχει 100% του κόστους επένδυσης, κυμαινόμενο επιτόκιο, διάρκεια έως 15 έτη, πρόωρη αποπληρωμή χωρίς καμία επιβάρυνση ανά πάσα στιγμή και φορολογικές απαλλαγές από τόκους και αποσβέσεις.

### **Ευρωπαϊκό Επαγγελματιών και Εταιριών**

Παρέχει έως 120% της αξίας της επένδυσης, μηνιαίες ή 3μηνιαίες δόσεις, κυμαινόμενο ή σταθερό επιτόκιο με βάση το Euribor, διάρκεια έως 25 έτη, περίοδος χάριτος 2 έτη και πρόωρη αποπληρωμή χωρίς επιβάρυνση. Άλλες υπηρεσίες που προσφέρονται στις επιχειρήσεις είναι εγγυητικές επιστολές, υπηρεσίες εισαγωγών, leasing, factoring, ασφαλιστικά προγράμματα κ.τ.λ. Επίσης θα πρέπει να αναφέρουμε ότι οι παραπάνω υπηρεσίες αφορούν τις επιχειρήσεις με κύκλο εργασιών έως και 2,5 εκατ. €.

## **ΧΟΡΗΓΗΣΕΙΣ**

### **Καταναλωτικά**



### **Δάνειο 12 για μισθωτούς**

Πρόκειται για ανακυκλούμενο δάνειο με δυνατότητα πραγματοποίησης ελεύθερων αναλήψεων και καταθέσεων, χαμηλή ελάχιστη καταβολή και κλιμακούμενο επιτόκιο βάσει της εκάστοτε οφειλής του κεφαλαίου.

### **Ανοιχτή Γραμμή**

Πρόκειται για ανακυκλούμενη πίστωση έως 200.000 € με αόριστη διάρκεια. Το επιτόκιο είναι κυμαινόμενο από 8,5% έως 12,5% κλιμακούμενο βάση της εκάστοτε οφειλής του κεφαλαίου. Η χρέωση των τόκων γίνεται μόνο για το ποσό που χρησιμοποιείται και η δυνατότητα επιλογής συχνότητας πληρωμής κάθε μήνα, 2μηνο ή 3μηνο ανάλογα με τις ανάγκες του πελάτη. Σαν ελάχιστη καταβολή ποσοστό επί της συνολικής οφειλής είναι 1,5%, 3% ή 4,5% ανάλογα με τη συχνότητα που εμείς θα επιλέξουμε.

### **Προσωπικό Τοκοχρεωλυτικό Δάνειο**

Παρέχει δυνατότητα επιλογής σταθερού επιτοκίου από 9%-12,5% ή κυμαινόμενου επιτοκίου από 8,5%-11,5%(διαφοροποιείται ανάλογα με το ύψος δανεισμού). Υπάρχει δυνατότητα επιλογής συχνότητας καταβολής δόσης κάθε μήνα, 2μηνο ή 3μηνο, δυνατότητα επιλογής της ημερομηνίας καταβολής της δόσης κάθε 1<sup>η</sup>, 15<sup>η</sup> ή 30<sup>η</sup> ημέρα του μήνα. Η διάρκεια του δανείου είναι έως 84 μήνες και υπάρχει η δυνατότητα πρόωρης αποπληρωμής.

### **Δάνειο Αυτοκινήτου**

Ύψος δανείου έως 25.000 € για ατομικό δάνειο και έως 50.000 € για οικογενειακό δάνειο. Η εξόφληση είναι έως 84 μήνες, με ανταγωνιστικό επιτόκιο σταθερό ή κυμαινόμενο και αυτόματη πληρωμή δόσεων από καταθετικό λογαριασμό.

### **Τηλεφωνικό Δάνειο**

Το επιτόκιο είναι κυμαινόμενο από 10,5% έως 14,5% κλιμακούμενο βάσει της εκάστοτε οφειλής κεφαλαίου, χρέωση των τόκων μόνο για το ποσό που χρησιμοποιείται, δυνατότητα επιλογής πληρωμής κάθε μήνα, 2μηνο ή

3μηνο και ελάχιστη καταβολή ποσοστό επί της συνολικής οφειλής 1,5%, 3% ή 4,5% ανάλογα με τη συχνότητα πληρωμής που θα επιλέξουμε.

### **Δάνειο Ειδών Διαρκείας**

Από 3.000 € έως 25.000 €, εξόφληση σε 48 μήνες για δάνειο έως 6.000 €, σε 60 μήνες για δάνειο έως 12.000 € και σε 72 για ποσό έως 25.000 €.

Παρέχεται χαμηλό επιτόκιο και αυτόματη πληρωμή δόσεων από καταθετικό λογαριασμό.

### **Φοιτητικό Δάνειο**

Το Eurobank φοιτητικό περιλαμβάνει τα εξής προϊόντα:

1. Πιστωτική κάρτα Student Eurobank Visa, χωρίς συνδρομή η οποία δίνει τη δυνατότητα στους φοιτητές να προγραμματίζουν και να καλύπτουν τα καθημερινά τους έξοδα.
2. Ανοιχτό Φοιτητικό Δάνειο (έως 3.000 €)
3. Προσωπικό Δάνειο (έως 3.000 €) με δυνατότητα αποπληρωμής έως 60 μήνες
4. Δάνειο Ειδών Διαρκείας (έως 25.000 €) για αγορές καταναλωτικών αγαθών και υπηρεσιών με δυνατότητα αποπληρωμής έως 72 μήνες
5. Overdraft από τρεχούμενο λογαριασμό (έως 1.500 €)

### **Στεγαστικά**

#### **EuroHome Αλλαγή Κατοικίας**

Προορίζεται για την περίπτωση που κάποιος χρειάζεται νέο σπίτι και χρειάζεται χρόνο για να πουλήσει το παλιό. Προσφέρει χαμηλή δόση για τα 2 πρώτα έτη, προνομιακό επιτόκιο 3,5% κυμαινόμενο, συνδεδεμένο με το επιτόκιο της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας.

#### **EuroHome Νέοι**

Απευθύνεται σε νέους 25-35 ετών. Προσφέρει προνομιακό επιτόκιο 3,50% για τα 3 πρώτα χρόνια και το οποίο είναι συνδεδεμένο με το επιτόκιο της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας και η διάρκεια αποπληρωμής του είναι 40 χρόνια.

### **EuroHome Μικτό**

Το εν λόγω δάνειο απευθύνεται σε αυτούς που θέλουν μία χαμηλή δόση για όλη τη διάρκεια του δανείου και ταυτόχρονα περιμένουν μελλοντικά έσοδα που θα τους επιτρέψουν να αποπληρώσουν το δάνειο με μεγαλύτερη άνεση.

### **EuroHome Περιόδου Χάριτος**

Μας δίνεται η δυνατότητα να επιλέξουμε τη χρονική στιγμή που θέλουμε να ξεκινήσουμε την αποπληρωμή του δανείου, σε 6, 12, 18 ή 24 μήνες μετά την εκταμίευσή του.

### **EuroHome Ευρωπαϊκό**

Το επιτόκιο που ισχύει είναι από 4,00% και είναι σταθερά συνδεδεμένο με το βασικό επιτόκιο της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας.

### **EuroHome Σταθερής Περιόδου**

Εδώ ισχύει επιτόκιο 3,50% σταθερό για ένα χρόνο, 4,70% για 2 χρόνια, 5,00% για 3 έτη, 5,50% για 5 έτη, 6,20% για 10 έτη και 6,40% για 15 έτη.

### **ΚΑΡΤΕΣ**

Η Eurobank εδίδει την Euroline, την Visa Gold, την Mastercard, την Ηλεκτρονική Αθηνών visa, την Dama Visa, Ευρωπαϊκή Πίστη Mastercard, Cosmote Visa, Sider Visa, Le Club Danos, Euroline Style, WWF Eurobank Visa, Gold Mastercard, Expert Visa, Must Mastercard, IPCA Visa, ΕΛΠΑ Visa, Electronet Family, Eurobank Visa, Student Eurobank Visa, Platinum Eurobank Mastercard, ΣΥΚΑΡΗΣ Visa, ALLIANZ Visa, Military Club Visa, SMURT Mastercard και Longchamp Card.

### **ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ**

Η Eurobank προσφέρει πληθώρα ασφαλιστικών προϊόντων ξεκινώντας από συνταξιοδοτικά προγράμματα όπως είναι τα:

- ✓ Προγράμματα Σύνταξης Value
- ✓ Προγράμματα Σύνταξης Flexi
- ✓ Προγράμματα Σύνταξης Invest

Επίσης προσφέρει προγράμματα Υγείας και προγράμματα Προστασίας από πιθανούς κινδύνους (φυσικές καταστροφές, πυρκαγιά, κλοπή κ.α).

### **ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ**

Η Eurobank προσφέρει μια σειρά από σύγχρονες και ολοκληρωμένες υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής εξυπηρέτησης. Σε αυτές συγκαταλέγεται το e-Banking, όπου μπορούμε μέσα από τον υπολογιστή μας να πραγματοποιήσουμε διάφορες τραπεζικές εργασίες, το m-Banking μέσω κινητού τηλεφώνου, οι διαδικτυακές υπηρεσίες μέσω της Hellas On Line και μέσω της Euro-Commerce για τους επαγγελματίες.

### **3.3.2 ΠΡΟΒΟΛΗ**

Η Eurobank επικεντρώνει τις προσπάθειές της στην ανάδειξη και αξιοποίηση των ικανοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού της με έμφαση στην προσφορά ίσων ευκαιριών, στη διαρκή εκπαίδευση, στην αξιολόγηση της απόδοσης και φυσικά στην ανταμοιβή της προσπάθειας του κάθε εργαζόμενου.

Επίσης επιτυγχάνει την ενίσχυση της προβολής της μέσα από χορηγίες και δράσεις που στοχεύουν στην προστασία του περιβάλλοντος αλλά και μέσα από χορηγίες που για την παιδεία, τον πολιτισμό και τον αθλητισμό.

#### **3.3.2.1 Διαφημιστικό Υλικό**

- ❖ Προσωπικό δάνειο ανοιχτή γραμμή: «Με τους δικούς μου όρους».
- ❖ Στεγαστικά δάνεια: «ευέλικτα στεγαστικά, πάρε το στεγαστικό στα χέρια σου».
- ❖ Eurobank Plus: «Μας επιλέξατε... Σας επιλέγουμε!».
- ❖ Πιστωτική Euroline: «Άκρως θηλυκή και απολύτως απαραίτητη».
- ❖ 24h Business Services: «Ήρθε η κάρτα που κερδίζει χρόνο για σας».

### **3.3.3 Τιμολογιακή Πολιτική**

## **Καταθέσεις**

Στις καταθέσεις Ταμιευτηρίου το επιτόκιο κυμαίνεται από 0% για ποσό  $\leq 1.500$  € και φτάνει το ανώτερο 1,50% για ποσό άνω των 300.000 €. Στους λογαριασμούς μισθοδοσίας ανεξάρτητα από το ποσό το επιτόκιο είναι 1,75%, ενώ σε τρεχούμενους λογαριασμούς έως 3.000 € είναι 0%, από 3.000 € και άνω είναι 0,15%.

## **ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΠΙΣΤΗ**

Εδώ το σταθερό επιτόκιο κυμαίνεται από 9%-12,50% αναλόγως το ποσό και το κυμαινόμενο από 8,50%-11,50% πάλι αναλόγως το ποσό.

## **ΣΤΕΓΑΣΤΙΚΗ ΠΙΣΤΗ**

Στο στεγαστικό δάνειο κυμαινόμενου επιτοκίου, το επιτόκιο είναι 5,35%, σταθερού επιτοκίου για ένα έτος είναι 3,65%, σταθερού επιτοκίου 3 ετών είναι 5%, σταθερού επιτοκίου 5 ετών 5,50% και δέκα ετών 6,20%. Για τους μισθοδοτούμενους υπάρχει επιτόκιο μειωμένο κατά 0,10%.

## **ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΚΑΡΤΕΣ**

Η Visa έχει επιτόκιο 15,75%, η Mastercard 15.75%, η Visa Gold 15%, η Euroline 13%, η WWF 15.95%, η Student Visa electron 14.95% και η Military Visa 14,95%.

### **3.3.4 Διανομή**

Η EFG Eurobank Ergasias με δυναμικό άνω των 13.700 ανθρώπων στην Ελλάδα και το εξωτερικό έχει εγχώριο δίκτυο άνω των 300 καταστημάτων και 700 ΑΤΜ και με την αξιοποίηση εναλλακτικών δικτύων (phone banking, ηλεκτρονική τραπεζική, και mobile banking) επιτυγχάνει τη διάθεση των προϊόντων και των υπηρεσιών της πανελλαδικά. Επίσης η τράπεζα αναπτύσσει την παρουσία της στην ευρύτερη γεωγραφική περιοχή. Η στρατηγική συνεργασία με τον όμιλο EFG Bank European Financial Group που εδρεύει στη Γενεύη, διευκολύνει την πρόσβασή της στις Ευρωπαϊκές αγορές.



### **3.4 Εμπορική Τράπεζα της Ελλάδος**

#### **3.4.1 Τραπεζικά Προϊόντα**

Η Εμπορική Τράπεζα της Ελλάδος ιδρύθηκε το 1907, είναι εισηγμένη στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών από το 1909 και έχει σήμερα περίπου 67.000 μετόχους. Στο μετοχικό κεφάλαιο της τράπεζας, με ποσοστό κοντά στο 10%, μετέχει η μεγαλύτερη γαλλική τράπεζα, η Credit Agricole (CA).

Ο όμιλος της Εμπορικής Τράπεζας δραστηριοποιείται μεταξύ άλλων στο χώρο των τραπεζικών υπηρεσιών (λιανική τραπεζική, δάνεια προς επιχειρήσεις), της επενδυτικής τραπεζικής, της διαχείρισης διαθεσίμων θεσμικών και μη επενδυτών, της διαχείρισης χαρτοφυλακίου κινητών αξιών, στο χώρο των ασφαλειών και τραπεζασφαλειών, των εταιρικών κεφαλαίων επιχειρηματικών συμμετοχών, των χρηματοδοτικών μισθώσεων, στον κλάδο της πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων, στο χώρο της αξιοποίησης ακινήτων. Έτσι ο όμιλος προσφέρει ένα φάσμα παραδοσιακών και σύγχρονων χρηματοοικονομικών προϊόντων και υπηρεσιών, καλύπτοντας τις



αποταμιευτικές, χρηματοδοτικές και επενδυτικές ανάγκες ιδιωτών και επιχειρήσεων.

Το όραμα της Εμπορικής Τράπεζας επικεντρώνεται στη δημιουργία ενός ισχυρού, ευέλικτου, ανταγωνιστικού, κερδοφόρου τραπεζικού ομίλου που θα προσαρμόζεται με ταχύτητα στις μεταβολές του εξωτερικού περιβάλλοντος. Ενός ομίλου με σημαντική θέση στην ελληνική αγορά, με διασυνδέσεις και συμμαχίες στην Ευρωζώνη και με ισχυρή παρουσία στο γεωγραφικό του περίγυρο.

## **ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ**

### **Καταθέσεις Ταμιευτηρίου**

Πρόκειται για τον κλασικό λογαριασμό Ταμιευτηρίου που μας παρέχει τη δυνατότητα να χρησιμοποιούμε τα κεφάλαιά μας όποτε χρειαστούμε. Ελάχιστο ποσό κατάθεσης δεν υπάρχει, τα επιτόκια κλιμακώνονται μέχρι και 1,50% και ο εκτοκισμός είναι εξαμηνιαίος με κεφαλαιοποίηση των τόκων με βάση το ποσό του ημερήσιου υπολοίπου. Ο λογαριασμός αυτός μας παρέχει δωρεάν βιβλιάρια καταθέσεων, συναλλαγές μέσω ΑΤΜ, αυτόματη εξόφληση λογαριασμών (ΟΤΕ, ΔΕΗ, ΕΥΔΑΠ), δυνατότητα αυτόματης εξόφλησης άλλων εταιριών και συναλλαγές μέσω e.Banking.

### **Premium Αποταμιευτικός**

Είναι ο λογαριασμός Ταμιευτηρίου με αντίγραφο λογαριασμού (statement) της Εμπορική Bank, που μας προσφέρει ευελιξία, άμεση ρευστότητα και παράλληλα υψηλότερη απόδοση από τον κλασικό λογαριασμό Ταμιευτηρίου. Μας προσφέρει τόκο από την πρώτη λεπτό, τα επιτόκια κλιμακώνονται μέχρι και 1,75% (μικτό). Ελάχιστο ποσό κατάθεσης δεν υπάρχει και ο εκτοκισμός είναι εξαμηνιαίος με κεφαλαιοποίηση των τόκων με βάση το ποσό του ημερήσιου υπολοίπου. Όσον αφορά τις παροχές μας εξασφαλίζει ότι και ο προηγούμενος.

### **Προνομιακός Μισθοδοσίας**

Ο νέος αυτός λογαριασμός της Εμπορικής απευθύνεται σε μισθωτούς ή συνταξιούχους του ευρύτερου Δημοσίου Τομέα που η υπηρεσία τους έχει ενταχθεί στο Διατραπεζικό Σύστημα ΔΙΑΣ καθώς και σε εργαζόμενους σε

εταιρία που έχει υπογράψει σύμβαση μισθοδοσίας με την Εμπορική Τράπεζα. Προσφέρει τόκο από το πρώτο λεπτό και τα επιτόκια κλιμακώνονται μέχρι 2% (μικτό). Ελάχιστο ποσό κατάθεσης δεν υπάρχει και ο εκτοκισμός είναι εξαμηνιαίος.

Παρέχει τη δυνατότητα κοινού λογαριασμού, δωρεάν 3μηνιαίο αντίγραφο κινήσεων λογαριασμού, δωρεάν καρτέ επιταγών, overdraft με προνομιακό επιτόκιο, χορήγηση πιστωτικής κάρτας VISA ή MASTERCARD με δωρεάν συνδρομή, αυτόματη εξόφληση λογαριασμών, έκπτωση 10% στα έξοδα στεγαστικών δανείων και στα καταναλωτικά CASH4U κ.α.

### **Τρεχούμενος Λογαριασμός**

Πρόκειται για καταθετικό λογαριασμό σε 1<sup>η</sup> ζήτηση που συνδυάζει προνόμια και διευκόλυνση συναλλαγών. Τα επιτόκια κλιμακώνονται μέχρι και 0,25%, το ελάχιστο ποσό κατάθεσης είναι μηδέν και ο εκτοκισμός είναι εξαμηνιαίος.

Στις παροχές συγκαταλέγονται η δυνατότητα κοινού λογαριασμού, δωρεάν τριμηνιαίο αντίγραφο κίνησης λογαριασμού, χορήγηση καρτέ επιταγών, overdraft έως 1.500 €, συναλλαγές μέσω ATM, αυτόματη εξόφληση λογαριασμών και συναλλαγές μέσω e.Banking.

### **Προνομιακός Λογαριασμός**

Τα επιτόκια κλιμακώνονται μέχρι 2,00%, το ελάχιστο ποσό κατάθεσης είναι 1.500 € και ο εκτοκισμός είναι εξαμηνιαίος. Επίσης παρέχει προνόμια όπως είναι η δυνατότητα κοινού λογαριασμού, δωρεάν τριμηνιαίο αντίγραφο κίνησης λογαριασμού, δωρεάν καρτέ επιταγών, συναλλαγές μέσω ATM, αυτόματη εξόφληση λογαριασμών και συναλλαγές μέσω e.Banking.

### **Προθεσμιακές Καταθέσεις**

Τα επιτόκια ποικίλλουν ανάλογα με τη χρονική διάρκεια και το ύψος της κατάθεσης. Το ποσό της κατάθεσης κυμαίνεται από 5.000 €-300.000 €. Τα επιτόκια λόγω συχνής μεταβολής καθορίζονται καθημερινά και δημοσιεύονται στο Ημερήσιο Δελτίο Επιτοκίων της Τράπεζας. Για ποσά πάνω από 300.000 € ορίζεται ειδικό επιτόκιο. Το ελάχιστο ποσό κατάθεσης είναι 5.000 € και ο εκτοκισμός γίνεται σε κάθε πρόωρη ανάληψη ή μετά τη λήξη.

Παρέχεται η δυνατότητα κοινού λογαριασμού, η αυτόματη ανανέωση στη λήξη με κεφαλαιοποίηση των τόκων και η έκδοση επώνυμης απόδειξης για εξασφάλιση του καταθέτη σε περίπτωση κλοπής ή απώλειας.

### **Προθεσμιακές Καταθέσεις Μηνιαίου Εισοδήματος**

Το ελάχιστο ποσό είναι 5.000 €, η διάρκεια δώδεκα μήνες και ο εκτοκισμός γίνεται κάθε μήνα με απόδοση των τόκων στον πελάτη, βάσει των πραγματικών ημερών που παραμένει η κατάθεση.

Παρέχεται η δυνατότητα κοινού λογαριασμού, η έκδοση επώνυμης απόδειξης σε περίπτωση απώλειας ή κλοπής και η δυνατότητα πρόωρης ολικής ή μερικής ανάληψης της κατάθεσης.

## **ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ**

### **Ερμής Δυναμικό Μετοχικό Εσωτερικού**

Απευθύνεται σε επενδυτές που προσδοκούν άνοδο των μετοχών κυρίως της μεγάλης κεφαλαιοποίησης του Χρηματιστηρίου Αθηνών δεχόμενοι να αναλάβουν αυξημένο κίνδυνο με μακροπρόθεσμο ορίζοντα.

### **Ερμής Πρωτοπόρος Μετοχικό Εσωτερικού**

Απευθύνεται σε επενδυτές που προσδοκούν άνοδο των μετοχών κυρίως της μεσαίας κεφαλαιοποίησης του ΧΑΑ δεχόμενοι να αναλάβουν αυξημένο κίνδυνο με μακροπρόθεσμο ορίζοντα.

### **Ερμής Μικτό Εσωτερικού**

Απευθύνεται σε επενδυτές που επιθυμούν να τοποθετηθούν σε ένα διαφοροποιημένο χαρτοφυλάκιο μετοχών, ομολογιακών τίτλων και προϊόντων της χρηματαγοράς της ελληνικής κυρίως αγοράς αναλαμβάνοντας μέτριο επενδυτικό κίνδυνο, σε μακροπρόθεσμο ορίζοντα.

### **Ερμής Εισοδήματος Ομολογιών Εσωτερικού**

Απευθύνεται σε επενδυτές με μακροπρόθεσμο ορίζοντα που επιθυμούν να επενδύσουν σε ένα διαφοροποιημένο χαρτοφυλάκιο επιλεγμένων ομολογιακών τίτλων και προϊόντων χρηματαγοράς, προσδοκώντας υψηλότερες αποδόσεις από άλλες μορφές επένδυσης σταθερού εισοδήματος αναλαμβάνοντας σε μακροπρόθεσμο ορίζοντα μικρό επενδυτικό κίνδυνο.

### **Ερμής Διαχειρίσεως Διαθεσίμων Εσωτερικού**

Απευθύνεται σε επενδυτές που επιθυμούν βραχυπρόθεσμο ορίζοντα στην επένδυσή τους, επαγγελματική διαχείριση, ικανοποιητικές αποδόσεις στα πλαίσια που διαμορφώνουν οι συνθήκες της αγοράς χρήματος αναλαμβάνοντας ελάχιστο επενδυτικό κίνδυνο.

#### **Ερμής U.S Technology Μετοχικό Εξωτερικού**

Είναι αυξημένου επενδυτικού κινδύνου και απευθύνεται σε επενδυτές που επιθυμούν να επενδύσουν σε μακροπρόθεσμη βάση με μετοχές υψηλής τεχνολογίας κυρίως στην Αμερικάνικη αγορά.

#### **Ερμής Ευρωπαϊκό Μετοχών Μετοχικό Εξωτερικού**

Απευθύνεται σε επενδυτές που επιθυμούν να τοποθετηθούν σε ένα χαρτοφυλάκιο επιλεγμένων μετοχών που διαπραγματεύονται στις Ευρωπαϊκές αγορές προσδοκώντας υψηλές αποδόσεις από επενδύσεις σε μακροπρόθεσμο ορίζοντα αναλαμβάνοντας αυξημένο επενδυτικό κίνδυνο.

#### **Ερμής Βραχυπρόθεσμων Τοποθετήσεων Διαχείρισης Διαθεσίμων Εσωτερικού**

Απευθύνεται σε επενδυτές που επιθυμούν βραχυπρόθεσμο ορίζοντα στην επένδυσή τους, επαγγελματική διαχείριση, ικανοποιητικές αποδόσεις στα πλαίσια που διαμορφώνουν οι συνθήκες της αγοράς χρήματος, αναλαμβάνοντας ελάχιστο επενδυτικό κίνδυνο.

### **ΧΟΡΗΓΗΣΕΙΣ**

#### **Καταναλωτικά**

##### **Δάνειο Cash4u χωρίς εξασφαλίσεις**

Το δάνειο αυτό προσφέρει κάλυψη των ατομικών ή οικογενειακών καταναλωτικών και λοιπών προσωπικών αναγκών. Το ποσό του δανείου κυμαίνεται από 3.000 €-50.000 € και η διάρκειά του από 12-84 μήνες, το επιτόκιο του δανείου είναι κυμαινόμενο 9,50% και η εξόφληση γίνεται με ισόποσες μηνιαίες τοκοχρεωλυτικές δόσεις.

##### **Δάνειο Cash4u με εξασφαλίσεις**

Εκδίδεται για τον ίδιο σκοπό με το προηγούμενο. Το ποσό του δανείου κυμαίνεται από 10.000 €-200.000 €, η διάρκειά του είναι από 12-180 μήνες, το επιτόκιο είναι μεταβαλλόμενο και η αποπληρωμή του δανείου γίνεται με ισόποσες μηνιαίες τοκοχρεωλυτικές δόσεις.

##### **Ανοικτό Δάνειο Credit**

Το προσωπικό δάνειο ανοικτής διάρκειας της Εμπορικής καλύπτει τις προσωπικές και καταναλωτικές ανάγκες μας. Επίσης μας παρέχεται η χρήση της κάρτας Emporiki Bank Credit με την οποία μπορούμε να πάρουμε τα ποσά που θέλουμε 24 ώρες το 24ωρο και μέχρι το πιστωτικό όριο που μας έχει εγκριθεί.

### **Στεγαστικά**

Στην κατηγορία αυτή ανήκουν τα στεγαστικά δάνεια με επιτόκιο σταθερό για 1, 3, 5, 7, 10 και 15 χρόνια. Επίσης ανήκει το στεγαστικό δάνειο με επιτόκιο συνδεδεμένο με το βασικό επιτόκιο της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας, το δάνειο με προστασία στην άνοδο του επιτοκίου, το στεγαστικό ευέλικτων πληρωμών και το στεγαστικό Plus.

### **ΚΑΡΤΕΣ**

Μεταξύ των καρτών που μας παρέχει η Εμπορική Τράπεζα συμπεριλαμβάνονται η Εμποροκάρτα, η Emporiki Bank Visa, η Visa Gold, η Visa Electron, η Visa Business, η Emporiki Bank Mastercard, η ANTI Visa κ.α. Όλες σχεδόν οι κάρτες παρέχουν δωρεάν ασφαλιστική κάλυψη.

### **ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ**

Η Εμπορική τράπεζα στον τομέα των ασφαλίσεων προσφέρει ασφαλίσεις περιουσίας όπως είναι οι ασφαλίσεις πυρός και πρόσθετων κινδύνων, ασφάλιση κλοπής, διάρρηξης ή αναρρίχησης, ασφάλιση ληστείας, το πρόγραμμα Ξένιος Ζευς που αφορά τα ξενοδοχεία, το Mega στέγη Plus για ασφάλιση κατοικίας, το Ερμής για τους ιδιοκτήτες ή ενοικιαστές καταστημάτων, το Απ για την κάλυψη έργων τέχνης. Επίσης προσφέρει ασφαλίσεις πλοίων και σκαφών, ασφαλίσεις μεταφορών, αυτοκινήτων, ασφαλίσεις αστικής ευθύνης κ.α

Επίσης υπάρχουν ασφαλίσεις πιστώσεων, οι οποίες αφορούν ελληνικές επιχειρήσεις με έδρα την Ελλάδα ή το εξωτερικό που παρέχουν εμπορεύματα ή υπηρεσίες με πίστωση και τέλος υπάρχουν οι ασφαλίσεις προσώπων, που προσφέρουν ασφάλειες ζωής, ισόβιες ασφάλειες, μικτές ασφάλειες, συνταξιοδοτικά και επενδυτικά προγράμματα, προσθήκες εισοδήματος, υγείας, ατυχημάτων, ομαδικά συνταξιοδοτικά προγράμματα κ.α.

## **ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ**

**e-Banking:** Η συγκεκριμένη υπηρεσία μας δίνει τη δυνατότητα να δούμε με μια ματιά τα υπόλοιπα των λογαριασμών και πιστωτικών καρτών, να έχουμε αναλυτική ενημέρωση για το υπόλοιπο και την των λογαριασμών, αντίγραφο λογαριασμού, αναλυτική ενημέρωση για το υπόλοιπο της κίνησης πιστωτικών καρτών, για την κατάσταση των άυλων τίτλων, των προθεσμιακών καταθέσεων, για το χαρτοφυλάκιο μετοχών κ.α.

### **3.4.2 ΠΡΟΒΟΛΗ**

Η Εμπορική τράπεζα επιχειρεί να προβληθεί και να ενισχύσει το κοινωνικό της προφίλ αναλαμβάνοντας μια σειρά από χορηγίες, όπως ήταν αυτή της Ελληνικής Ομοσπονδίας Ποδηλασίας, του «Gala Όπερας στη Μνήμη της Μαρίας Κάλλας», αλλά και η στήριξη του πολιτισμού μέσα από θεατρικές παραστάσεις.

Εκτός αυτού η Εμπορική Τράπεζα έχει συνειδητοποιήσει ότι η μεγάλη δύναμή της είναι το εργατικό δυναμικό και δίνει ιδιαίτερη σημασία στην ουσιαστική, δυναμική και επιμορφωτική ανάπτυξη του προσωπικού της, ώστε αυτό να ανταποκρίνεται αποτελεσματικά στις νέες προκλήσεις. Για το λόγο αυτό διοργανώνει ενδοεπιχειρησιακά προγράμματα επαγγελματικής κατάρτισης, επιδοτεί μεταπτυχιακές σπουδές καθώς και τα διδάκτρα για την εκμάθηση ξένων γλωσσών.

Τέλος δαπανά κάθε χρόνο σημαντικά ποσά, όπως και όλες οι τράπεζες πλέον, για τη διαφήμιση των προϊόντων και υπηρεσιών στα μέσα μαζικής ενημέρωσης, τοποθετούνται φυλλάδια σε εμφανή σημεία του καταστήματος, και φυσικά η ιστοσελίδα της τράπεζας προβάλλει εκτενώς τις παρεχόμενες από τον όμιλο υπηρεσίες.

#### **3.4.2.1 Διαφημιστικό Υλικό**

Smile Προγράμματα Σύνταξης: «έχουμε κάθε λόγο να χαμογελάμε».

ATM e-Banking, Phone Banking: «Δίνω χρόνο στον εαυτό μου».

SmileBusiness: «Βρήκα την απόλυτη προστασία για την επιχείρησή μου».



EasyBusiness: «Δίνω γερές βάσεις στην επιχείρησή μου».

Cash4u: «ξεχρεώστε το παρελθόν, χρηματοδοτήστε το μέλλον».

CashBusiness: «Πουλάω με πίστωση και εισπράττω μετρητοίς».

Interex.gr: «Μαθαίνω τι γίνεται στον κόσμο».

My home (στεγαστικό δάνειο): «Γιατί να μένετε στο ενοίκιο με τους δικούς της όρους. Δικό σας σπίτι με τους δικούς σας όρους».

Πιστωτικές Κάρτες: «Μέσα σε 6 μήνες κάποια πράγματα αλλάζουν. Κάποια άλλα καθόλου».

### 3.4.3 Τιμολογιακή Πολιτική

#### ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ

Στον τρεχούμενο λογαριασμό έως 1.500 € το επιτόκιο είναι 0,10% και για ποσό άνω των 1.500,01 είναι 0,20%. Στο λογαριασμό Ταμιευτηρίου μέχρι 1.500 € το επιτόκιο είναι 0,10% και το ανώτερο επιτόκιο φτάνει το 1,25% για ποσά άνω των 150.000,01%. Στον Προνομιακό μέχρι 5.000 € είναι 0,10% και 1,75% για ποσά άνω των 150.000,01%. Στον Premium Αποταμιευτικό μέχρι 1.500 € είναι 0,15% με ανώτερο το 1,75% για 150.000,01 € και άνω., ενώ στον Μισθοδοσίας είναι 0,50% μέχρι 1.500 € και 1,25% για 30.000,01% και άνω.

#### ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΠΙΣΤΗ

Για καταναλωτικά δάνεια ανοικτά προσωπικά σταθερού επιτοκίου, το επιτόκιο είναι 11,50%, ενώ κυμαινόμενου 10,10%. Στα προσωπικά δάνεια σταθερού επιτοκίου, το επιτόκιο είναι 3,50% για το πρώτο έτος, 4,75% για τα τρία, 5,25% για τα πέντε, 5,60% για τα επτά, 6,10% για τα δέκα, 6,30% για τα δεκαπέντε.

#### ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΚΑΡΤΕΣ

Η Visa Mastercard και η Visa Electron έχει επιτόκιο 14.75%, η Visa Gold έχει 14,25%, η Εμποροκάρτα έχει 13%, η ANTI VISA, AUDI VISA, VW VISA έχουν 14,25%.

### 3.4.4 Δίκτυο διανομής

Ο όμιλος της Εμπορικής προσφέρει τραπεζικές υπηρεσίες στην Ελλάδα μέσω δικτύου 374 καταστημάτων, μέσω του υποκαταστήματός της στο Λονδίνο καθώς και μέσω των θυγατρικών της στην Αλβανία, την Αρμενία, τη Βουλγαρία, τη Γερμανία, τη Γεωργία, την Κύπρο και τη Ρουμανία. Επίσης έχει αναπτύξει εναλλακτικό δίκτυο με 630 ΑΤΜ και μέσω του διατραπεζικού συστήματος ΔΙΑΣ τα σημεία από τα οποία μπορούμε να εξυπηρετηθούμε ξεπερνούν τα 4.500. Στη διάθεσή μας υπάρχει και το Phone Banking που μας διευκολύνει ακόμη περισσότερο. Το εκτενές δίκτυο της Εμπορικής αποτελεί σημαντικό πλεονέκτημα για τον Όμιλο στη διανομή των προσφερόμενων προϊόντων και υπηρεσιών.

Το όραμά της ως τράπεζα είναι η δημιουργία ενός ισχυρού, ευέλικτου, ανταγωνιστικού, κερδοφόρου τραπεζικού ομίλου, που θα προσαρμόζεται με ταχύτητα στις μεταβολές του εξωτερικού περιβάλλοντος και η ανάπτυξη ενός πελατοκεντρικού χρηματοπιστωτικού ομίλου, ο οποίος θα καλύπτει πλήρως τις αποταμιευτικές, χρηματοδοτικές και επενδυτικές ανάγκες ιδιωτών και επιχειρήσεων.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΣΥΝΘΕΣΗ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΩΝ

Το ελληνικό χρηματοπιστωτικό σύστημα διακρίνεται σήμερα από σημαντικό βαθμό εξωστρέφειας και χαρακτηρίζεται ως ιδιαίτερα ανταγωνιστικό. Το περιβάλλον χαμηλού πληθωρισμού και επιτοκίων οδήγησε σε αύξηση των εισοδημάτων και της αγοραστικής δύναμης των καταναλωτών, καθώς και ενίσχυση της οικονομικής δραστηριότητας και επέφερε σημαντική πιστωτική επέκταση των ελληνικών τραπεζών προς τα νοικοκυριά και τις επιχειρήσεις.

Οι τράπεζες έχουν δημιουργήσει σειρές προϊόντων και υπηρεσιών σε όλες τις κατηγορίες συναλλαγής με τους πελάτες και έχουν μπει στο νόημα της επικοινωνίας προβάλλοντας και διαφημίζοντας, σειρές καταθετικών και αποταμιευτικών προϊόντων, σειρές επενδυτικών προϊόντων, σειρές δανειακών προϊόντων και χορηγήσεων, κάρτες για διάφορες διευκολύνσεις κ.τ.λ.

Έτσι οι τράπεζες, έξυπνα και μεθοδικά κατόρθωσαν να διαφοροποιήσουν το επενδυτικό και αποταμιευτικό τους χαρτοφυλάκιο, μεταστρέφοντας το από την επενδυτική τραπεζική, στην εμπορική και λιανική τραπεζική.

Ακόμα και οι μεγάλες κρατικές τράπεζες, που παραδοσιακά θεωρούνταν "δυσκίνητες" και γραφειοκρατικές, πλέον καταβάλλουν φιλότιμες προσπάθειες να αναδιοργανωθούν και να προσαρμοστούν στις τρέχουσες εξελίξεις, ώστε να εξασφαλίσουν την επιβίωσή τους σε ένα συνεχώς μεταβαλλόμενο παγκοσμιοποιημένο τραπεζικό περιβάλλον.

Αν κρίνουμε από τις τράπεζες του δείγματος ως ένα σημαντικό βαθμό δείχνουν να το κατορθώνουν. Ακόμη και η Αγροτική Τράπεζα που παραδοσιακά θεωρείται ως ένα εξειδικευμένο χρηματοπιστωτικό ίδρυμα, τα τελευταία χρόνια έχει καταφέρει να αποτινάξει από πάνω της τον τίτλο "η Τράπεζα των Αγροτών" και να μετατραπεί σε εμπορική τράπεζα, ταχέως αναπτυσσόμενη, υιοθετώντας τα εργαλεία του σύγχρονου Μάρκετινγκ. Αναμφίβολα έχει ακόμη να διανύσει απόσταση προκειμένου να φτάσει στο επιθυμητό αποτέλεσμα. Ήδη η πρόσφατη αλλαγή του ονόματός της από «Αγροτική Τράπεζα της Ελλάδος» σε ATEBank είναι ενδεικτική των προθέσεών της.

Οι ιδιωτικές τράπεζες όπως είναι η Alhabank και η Eurobank που αναφέρονται στο δείγμα, βρίσκονται ένα βήμα μπροστά και δεν έχουν τίποτα να ζηλέψουν από αντίστοιχα αναπτυγμένα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα άλλων Ευρωπαϊκών χωρών. Ιδιαίτερα η τελευταία συγκαταλέγεται στο Top 10 των Ευρωπαϊκών Τραπεζών της UBS και εκτιμάται ότι με την επιθετική πολιτική που ασκεί τα αμέσως επόμενα χρόνια θα συγκαταλέγεται μεταξύ των μεγαλύτερων τραπεζών της Ευρώπης.

Όσον αφορά τα προσφερόμενα προϊόντα και υπηρεσίες βλέπουμε ότι όλες οι τράπεζες του δείγματος προκειμένου να ενισχύσουν περαιτέρω τις πωλήσεις τους, προωθούν τις λεγόμενες σταυροειδής πωλήσεις (cross selling), συσχετίζοντας στενά ένα προϊόν με κάποια άλλα, είτε προσφέροντας τα υποχρεωτικά σε «πακέτο», είτε αγοράζοντας ένα προϊόν μας δελεάζουν προσφέροντας επιπλέον εκπτώσεις σε κάποια άλλα.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν τα στεγαστικά δάνεια, όπου η πώληση ασφαλειών είναι αναπόσπαστο τμήμα τους και επιπλέον, εάν ο πελάτης προτιμήσει το στεγαστικό της «τάδε» τράπεζας του παρέχονται επιπλέον διευκολύνσεις σε άλλα προϊόντα ή υπηρεσίες.

Επιπλέον ενδεικτικό του ανταγωνισμού, που υπάρχει στη στεγαστική πίστη είναι ο νέος τύπος που λανσάει η Eurobank με τα ευέλικτα στεγαστικά, τα οποία δίνουν τη δυνατότητα στον πελάτη να τα προσαρμόσει στις ανάγκες του μειώνοντας τη δόση στο μισό, αυξάνοντας τη στο διπλάσιο, παράλειψη μιας δόσης το χρόνο, αυξάνοντας ή μειώνοντας τη διάρκεια του δανείου κ.α που θεωρούνταν αδιανόητα μέχρι πρότινος.

Στον τομέα της καταναλωτικής πίστης, όλες οι τράπεζες εστιάζουν στην άμεση χορήγηση του δανείου, διαφημίσεις όπως: «σας προσφέρουμε 15,000 € σε 20 λεπτά» είναι ενδεικτικές της κατάστασης. Επίσης εστιάζουν στην κατάργηση των δικαιολογητικών, στη μείωση του επιτοκίου όσο μεγαλώνει το ποσό καθώς και στην κατάργηση της ποινής πρόωρης προεξόφλησης.

Αναφορικά με τις πιστωτικές κάρτες, ο ανταγωνισμός είναι επίσης τεράστιος με όλες πλέον τις τράπεζες να παροτρύνουν τους πελάτες να μεταφέρουν σε αυτές τα υπόλοιπά τους από κάρτες άλλων τραπεζών, προσφέροντας μηδενικό επιτόκιο για κάποιο χρονικό διάστημα, συνήθως 6 μήνες. Επιπλέον με την απόκτηση μιας πιστωτικής είναι δυνατόν να παρέχεται κι άλλη μία χωρίς συνδρομή ή με μια συνδρομή να παρέχεται η ίδια

κάρτα σε όλη την οικογένεια. Όπως εύστοχα αναφέρει κάποιος δημοσιογράφος στο περιοδικό «Επιστημονικό Μάρκετινγκ», πλέον προσφέρονται πιστωτικές κάρτες δια πάσα διευκόλυνση και πάσα νόσο. Ενδεικτικό αυτής της άποψης είναι η κάρτα Euroline της Eurobank που με slogan «Άκρως θηλυκή, απολύτως απαραίτητη», προσφέρει διευκολύνσεις για υπηρεσίες υγείας και αισθητικής.

Και στις χρηματοδοτήσεις των επιχειρήσεων όμως τα πράγματα δεν είναι λιγότερο ανταγωνιστικά για τις τράπεζες. Έχουν ριχτεί στη «μάχη», προσφέροντας χαμηλά επιτόκια, μεγάλη περίοδο αποπληρωμής του δανείου, περίοδο χάριτος που διαφέρει από τράπεζα σε τράπεζα, χρηματοδότηση που φτάνει το 100% της επένδυσης ή και παραπάνω για τα παραπάνω έξοδα που ενδεχομένως θα προκύψουν καθώς και δωρεάν ασφαλιστική κάλυψη όπως η Εμπορική Τράπεζα με το EasyBusiness.

Επιπλέον προσπαθούν να εκμεταλλευτούν κάποιες συγκυρίες, όπως είναι λόγου χάρη ο Αναπτυξιακός Νόμος και μας προσκαλούν να τον εκμεταλλευτούμε μαζί τους. Το ίδιο γίνεται και στον τομέα των ασφαλίσεων, όπου οι τράπεζες προσπαθούν να κινητοποιήσουν τους πελάτες τους να εκμεταλλευτούν το νέο φορολογικό νόμο, όπου η δαπάνη για ασφάλεια ζωής αναγνωρίζεται ως δαπάνη άμεσα εκπιπτόμενη από το εισόδημα μας. Ένα επιπλέον κίνητρο είναι και η έκπτωση των τόκων των δανείων από καταναλωτικά-προσωπικά και στεγαστικά.

Πάντως υπάρχει ευρεία γκάμα ασφαλιστικών προϊόντων για ότι ανάγκη μπορεί να φανταστεί κανείς. Εκείνα στα οποία δίνεται ιδιαίτερη έμφαση και επικεντρώνεται ο ανταγωνισμός είναι οι ασφαλίσσεις ζωής, τα συνταξιοδοτικά προγράμματα, οι ασφαλίσσεις που αφορούν την οικεία ή την επαγγελματική στέγη. Εν ολίγης αυτά που έχουν μεγαλύτερη απήχηση στο αγοραστικό κοινό.

Σε γενικές γραμμές δε διαπιστώνει κανείς ιδιαίτερες διαφορές, όσον αφορά τα επιτόκια και γενικώς στα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα, που προβάλλονται από τις τράπεζες, αν και οφείλουμε να πούμε ότι οι ιδιωτικές τράπεζες, όσον αφορά την πρωτοπορία είναι ένα βήμα μπροστά. Ωστόσο και οι κρατικές παρουσιάζουν μεγάλη ευελιξία σε σχέση με το παρελθόν και μέσα στα επόμενα χρόνια θα ανταγωνίζονται ευθέως τις ιδιωτικές, όσες δεν το έχουν κάνει ήδη.

Εκεί που ίσως εντοπίζεται μια κάποια διαφορά στα επιτόκια, από μια σύντομη έρευνα που έκανα, είναι στις μικρότερες τράπεζες που στην προσπάθειά τους να προσελκύσουν κεφάλαια, δαλεάζουν τον πελάτη με υψηλότερα επιτόκια. Συνήθως αυτές οι τράπεζες ακολουθούν τον τομέα της εξειδίκευσης σε συγκεκριμένους τομείς.

Τα τελευταία χρόνια, όλες οι τράπεζες δίνουν ιδιαίτερη βαρύτητα στην προβολή της εταιρικής τους εικόνας, υιοθετώντας τις νέες τεχνολογίες, τόσο σε επίπεδο εργασιών, όσο και σε επίπεδο προβολής, όπως είναι οι ηλεκτρονικές διευθύνσεις τους (Sites), τα οποία σύμφωνα με έρευνες είναι εφάμιλλα των Ευρωπαϊκών, αν όχι καλύτερα σε κάποιες περιπτώσεις. Επιπλέον το Phone Banking και το Mobile Banking, που προσφέρουν πλέον όλες οι μεγάλες τράπεζες δείχνει την κινητικότητα και τον προσανατολισμό των ελληνικών τραπεζών.

Εκτός αυτού, οι περισσότερες τράπεζες συμμετέχουν ενεργά σε χορηγίες σπουδαίων αθλητικών διοργανώσεων, όπως η πρόσφατη Ολυμπιάδα της Αθήνας, αλλά και σε πλήθος κοινωνικών, πολιτιστικών και περιβαλλοντικών διοργανώσεων, ενισχύοντας έτσι το κύρος τους και το κοινωνικό τους προφίλ.

Τέλος θα πρέπει να αναφέρουμε ότι ουσιαστικές διαφορές στα παρεχόμενα προϊόντα και υπηρεσίες δεν υπάρχουν, επομένως η επιτυχία μιας τράπεζας, εκτός από την ποιότητα των υπηρεσιών της, έγκειται στο βαθμό, που αυτή θα υιοθετήσει και θα χρησιμοποιήσει αποτελεσματικά τα εργαλεία του Μάρκετινγκ, ώστε να καταχωρηθεί στη συνείδηση του πελάτη, ότι προσφέρει τα ποιοτικότερα και ανταγωνιστικότερα της αγοράς.

Επίσης μεγάλη σημασία έχει ο τρόπος, που θα εξυπηρετήσει τον πελάτη, ώστε να τον κάνει να νιώσει ασφαλής και μοναδικός, ακόμα κι αν πρόκειται για ένα απλό καταθετικό προϊόν, πως θα επιτύχει να αυξήσει τις λεγόμενες σταυροειδής πωλήσεις και φυσικά, πως θα καταφέρει να κρατήσει έναν πελάτη, από τη στιγμή που θα περάσει το κατώφλι του καταστήματός της. Εξάλλου είναι γνωστό, ότι πλέον οι πελάτες είναι λιγότερο «πιστοί» στην τραπεζικές τους σχέσεις, έναντι του παρελθόντος.

Συνεπώς, είναι κάτι παραπάνω από φανερό, πως το γεγονός, ότι οι τράπεζες υιοθετούν μετά μανίας τα εργαλεία του Μάρκετινγκ, δεν είναι καθόλου μα καθόλου τυχαίο.



## ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Μετά από τις σημαντικές εξελίξεις του δεύτερου μισού της δεκαετίας του '90, ο τραπεζικός τομέας στην Ελλάδα, είναι σήμερα πιο ανταγωνιστικός και κεφαλαιακά ενισχυμένος και καλείται να λειτουργήσει μέσα στο νέο περιβάλλον, που διαμορφώνεται από την εφαρμογή της ενιαίας νομισματικής πολιτικής στις χώρες της ζώνης του Ευρώ.

Το κόστος χρηματοδότησης των νοικοκυριών από το τραπεζικό σύστημα έχει μειωθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια και η μείωση των επιτοκίων, τόσο σε ονομαστικούς όρους, όσο και σε πραγματικούς όρους είναι αισθητή.

Επίσης με ενδιαφέρον αναμένονται τα επόμενα χρόνια, οι επιπτώσεις που θα επέλθουν στον τομέα της Λιανικής Τραπεζικής, από την ολοκλήρωση του νέου Συμφώνου της Επιτροπής της Βασιλείας για την κεφαλαιακή επάρκεια, με την οποία θα επέλθουν σημαντικές αλλαγές στο πλαίσιο του υπολογισμού των κεφαλαιακών υποχρεώσεων των πιστωτικών ιδρυμάτων.

Η υιοθέτηση του Συμφώνου της Βασιλείας από τις τράπεζες θα τις οδηγήσει σε ακριβέστερη τιμολόγηση των προϊόντων τους και θα μπορούν έτσι να ανταμείβουν με χαμηλότερα επιτόκια τους συνεπείς πελάτες τους.

Πάντως οι προοπτικές για τη Λιανική Τραπεζική στην Ευρώπη παρουσιάζονται ενθαρρυντικές και για το μέλλον. Τα έσοδα των Ευρωπαϊκών Τραπεζών από τη Λιανική Τραπεζική θα συνεχίσουν να αυξάνονται με 8%, ενώ η ετήσια μεταβολή των κερδών για τον επόμενο χρόνο εκτιμάται ότι θα προσεγγίσει το 12%. Η Λιανική Τραπεζική θα συνεχίσει να συμμετέχει σε μεγάλο ποσοστό στην κερδοφορία των τραπεζών φτάνοντας στο 60%-70%.

Όσον αφορά τις προβλέψεις για τον επόμενο χρόνο εκτιμάται ότι ο ρυθμός ανάπτυξης των καταναλωτικών και στεγαστικών δανείων θα είναι διψήφιος και θα υπερβαίνει το ρυθμό του ετήσιου εισοδήματος. Προς αυτή την κατεύθυνση θα συμβάλλει αφενός η μεγαλύτερη αξιολόγηση του υφιστάμενου πελατολογίου και αφετέρου η ανάπτυξη της Λιανικής Τραπεζικής στα Βαλκάνια.

Αξίζει να αναφερθεί ότι αυτή τη στιγμή οι ελληνικές τράπεζες είναι ο μεγαλύτερος ξένος επενδυτής στο χρηματοπιστωτικό τομέα των Βαλκανίων

έχοντας επενδύσει συνολικά πάνω από 1 δις €. Για παράδειγμα η πρώτη διεθνής πιστωτική κάρτα στη Βουλγαρία εισάχθηκε από την θυγατρική της Εθνικής UBB.

Επίσης θα πρέπει να αναφερθεί ότι μετά τη συρρίκνωση του αριθμού των τραπεζικών καταστημάτων, που επέφερε η ανάπτυξη των εναλλακτικών καναλιών διανομής, οι τράπεζες επανεξετάζουν το θέμα αυτό, έχοντας διαπιστώσει ότι υπάρχει μια μεγάλη μερίδα πελατών, που είτε δεν είναι εξοικειωμένη με την τεχνολογία, είτε φοβάται να συναλλαχθεί μέσω διαδικτύου.

Εξάλλου φαίνεται ότι οι περισσότεροι χρήστες του e-Banking αν και φτάνουν τα 50 εκ. στη Δ. Ευρώπη το χρησιμοποιούν συμπληρωματικά με το τραπεζικό τους κατάστημα, πάντως σίγουρα δεν το υποκαθιστά. Μάλιστα σύμφωνα με έρευνες το 90% των πελατών κερδίζεται ή χάνεται μέσα στο κατάστημα.

Επομένως το κατάστημα θα συνεχίζει να παίζει σημαντικό ρόλο και στο μέλλον, θα είναι όμως σαφώς αναμορφωμένο και θα αντιμετωπίζεται περισσότερο σαν σημείο πώλησης και λιγότερο σαν σημείο συναλλαγών.

Τέλος, θα πρέπει να προσθέσουμε ότι οι αλλαγές που θα επέλθουν τα επόμενα χρόνια θα είναι σαρωτικές. Η ολοκλήρωση σημαντικών ενεργειών στο πεδίο των εξαγορών και συγχωνεύσεων, η σύναψη στρατηγικών συμμαχιών με διεθνείς χρηματοπιστωτικούς ομίλους, η είσοδος ξένων τραπεζών, η διεθνής επέκταση και η περαιτέρω απελευθέρωση της αγοράς που προωθείται, αναμένεται να οδηγήσει σε νέα όξυνση του ανταγωνισμού και στην προώθηση εναλλακτικών δράσεων.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Μάλλιαρης Πέτρος: Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ, Εκδ. Σταμούλης, Αθήνα 2001, σελ. 37.

Π.Α Κιόχος-Γ.Δ Παπανικολάου: Χρήμα-Πίστη-Τράπεζες, Εκδ. ελληνικά γράμματα, Αθήνα 1999, σελ. 213-221,224-249.

Περιοδικό Επιστημονικό Μάρκετινγκ: Γιάννης Κωστόπουλος, Ιανουάριος 2005, σελ. 41-42.

Περιοδικό Επιστημονικό Μάρκετινγκ: Βύρωνας Μπαλλής, Ιανουάριος 2005, σελ. 50-52.

Λυμπερόπουλος Κωνσταντίνος: Στρατηγικό Τραπεζικό Μάρκετινγκ, Εκδ. Interbooks, Αθήνα 1994, σελ. 246-255,261-264,272-273.

Τομάρας Πέτρος: Τραπεζικό Μάρκετινγκ, Νέα Έκδοση, Αθήνα 1998,2003, σελ.106.