

## ΤΟ ΝΕΟ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ – ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΤΟΥ

### 1. Πώς διαγράφεται το ανταγωνιστικό περιβάλλον στα πλαίσια της Ενιαίας Τραπεζικής αγοράς και της εισαγωγής του Ευρώ

Είναι προφανές ότι, τα βασικά χαρακτηριστικά του περιβάλλοντος της Οικονομικής & Νομισματικής Ένωσης, που είναι η εναρμονισμένη αγορά, η εξάλειψη του συναλλαγματικού κινδύνου στις ενδοκοινοτικές συναλλαγές, η απελευθέρωση της κίνησης κεφαλαίων και κυρίως το ενιαίο νόμισμα, δημιουργούν τις απαραίτητες συνθήκες για την ανάπτυξη ανταγωνιστικών συνθηκών στις χρηματοπιστωτικές αγορές των χωρών-μελών, καταργώντας και τα τελευταία ανασχετικά εμπόδια.

Με την εισαγωγή του Ευρώ, οι τιμές των τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών θα είναι πιο διαφανείς και άμεσα συγκρίσιμες μεταξύ του συνόλου των ευρωπαϊκών τραπεζών και επομένως όσες τράπεζες έχουν υψηλό κόστος λειτουργίας δεν θα μπορέσουν να αντεπεξέλθουν στον ανταγωνισμό και θα τεθούν εκτός αγοράς εάν δεν λάβουν άμεσα μέτρα βελτίωσης της παραγωγικότητας και ανταγωνιστικότητάς τους. Έτσι, πρακτικά η **Ευρωπαϊκή αγορά, μετά την πάροδο λίγων ετών, όπου θα έχει καθιερωθεί η Νομισματική Ένωση, θα θεωρείται ως εγχώρια αγορά χρηματοπιστωτικών προϊόντων & υπηρεσιών δεδομένου ότι θα πραγματοποιούνται εξ ίσου αποτελεσματικά οι εγχώριες και οι διασυνοριακές συναλλαγές.**

Την προοπτική αυτή την ενισχύουν και άλλοι σημαντικοί παράγοντες, όπως είναι

- η διεθνοποίηση και η απελευθέρωση των αγορών σε παγκόσμια κλίμακα από διάφορους κανονιστικούς περιορισμούς, αλλά και
- οι τεχνολογικές εξελίξεις που διευκολύνουν την πρόσβαση των πάσης φύσεως ανταγωνιστών στην παραδοσιακή πελατεία μιας Τράπεζας.

Όλοι οι ανωτέρω παράγοντες περιορίζουν την σημασία των γεωγραφικών συνόρων, τα οποία και δεν θα αποτελούν πλέον σοβαρό εμπόδιο στην ανάπτυξη των δραστηριοτήτων των Τραπεζών και των επιχειρήσεων.

### 2. Σε ποιους τομείς θα επικεντρωθεί ο ανταγωνισμός με τις ξένες Τράπεζες;

Οι μεγάλες ευρωπαϊκές τράπεζες, αλλά και άλλα «παγκοσμιοποιημένα» χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, αναπροσαρμόζοντας τη στρατηγική τους από τα στενά εθνικά όρια σε ένα πανευρωπαϊκό περιβάλλον με την καθιέρωση του ενιαίου νομίσματος, επιχειρούν ήδη να ενισχύσουν την παρουσία τους εκτός των εθνικών τους συνόρων.

Όλο και περισσότερες τραπεζικές εργασίες στην Ελλάδα θα περνούν σε τράπεζες του εξωτερικού και μάλιστα σε αρκετές περιπτώσεις χωρίς να απαιτείται η φυσική τους παρουσία, με την ίδρυση υποκαταστημάτων στη χώρα, δεδομένου ότι διαθέτουν συγκριτικά πλεονεκτήματα έναντι των ελληνικών τραπεζών κυρίως στο whole sale banking, δηλαδή στις μεγάλης αξίας συναλλαγές.

Είναι γεγονός ότι οι ελληνικές τράπεζες δεν διαθέτουν την απαιτούμενη τεχνογνωσία, την πείρα, το ανθρώπινο δυναμικό, αλλά ούτε και το μέγεθος, ώστε να ανταγωνιστούν σε πανευρωπαϊκό επίπεδο τις αντίστοιχες τράπεζες των ανεπτυγμένων οικονομιών της Ευρώπης. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι η Εθνική Τράπεζα κατατάσσεται στην 147η θέση στον κόσμο (περιοδικό «Bankers» Ιούλιος 1998).

Οι επιπτώσεις από την ένταση του ανταγωνισμού και την διείσδυση αλλοδαπών τραπεζών στην εγχώρια αγορά, αναμένεται να είναι εντονότερες στην αγορά χονδρικής, δηλαδή σε:

- χρηματοδοτήσεις & παροχή υπηρεσιών σε μεγάλες επιχειρήσεις (Corporate Banking)
- εργασίες επενδυτικής τραπεζικής (Investment banking) όπως αναδοχές, κοινοπρακτικά δάνεια, θεματοφυλακή, χρηματοδοτήσεις μεγάλων έργων κλπ.
- διατραπεζικές συναλλαγές & αγορές ομολόγων
- πράξεις συναλλάγματος & συναλλαγές σε παράγωγα χρηματοοικονομικά προϊόντα
- διαχείριση περιουσιακών στοιχείων (asset management).

Έτσι, στους τομείς αυτούς, οι ελληνικές τράπεζες θα είναι δύσκολο όχι μόνον να αναπτύξουν τις δραστηριότητές τους, αλλά και να διατηρήσουν ακόμη την παραδοσιακή πελατεία τους.

Επίσης, οι ελληνικές τράπεζες έχουν, περιορισμένες δυνατότητες για επέκταση των δραστηριοτήτων τους εκτός των γεωγραφικών ορίων της χώρας τους προκειμένου να εκμεταλλευτούν την ενιαία πλέον ευρωπαϊκή αγορά των εν δυνάμει 300 εκατομμυρίων πελατών.

Όμως, διαθέτουν αρκετά συγκριτικά πλεονεκτήματα για ανάπτυξη των εργασιών τους στις Βαλκανικές αγορές και στην αγορά λιανικής τραπεζικής (Retail banking). Δεν είναι τυχαίο το γεγονός, ότι και στις δύο αυτές αγορές γίνονται ήδη σημαντικά βήματα από τις περισσότερες ελληνικές τράπεζες και αποτελούν πρώτης προτεραιότητας στρατηγική ανάπτυξης.

### **3. Θα οξυνθεί ο ανταγωνισμός ελληνικών τραπεζών με τους άλλους χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς και επιχειρήσεις:**

Ήδη, ο ανταγωνισμός μεταξύ των τραπεζών και των λοιπών χρηματοπιστωτικών οργανισμών είναι έντονος και αναμένεται να οξυνθεί με την ελεύθερη και χωρίς τα ανασχετικά εμπόδια των συναλλαγματικών και οικονομικών αβεβαιοτήτων, είσοδο ευρωπαϊκών εταιρειών πιο εξειδικευμένων και μεγαλύτερων των εθνικών:

- αμοιβαίων κεφαλαίων και άλλων οργανισμών συλλογικής διαχείρισης επενδύσεων
- εταιρειών χρηματοδοτικής μίσθωσης (Leasing)
- Building societies που δραστηριοποιούνται στον στεγαστικό τομέα
- χρηματιστηριακών γραφείων
- ασφαλιστικών επιχειρήσεων
- οργανισμών που εκδίδουν πιστωτικές και άλλης μορφής κάρτες
- επιχειρήσεων που παρέχουν συμβουλευτικές υπηρεσίες
- εταιρειών παροχής επενδυτικών υπηρεσιών και
- μεγάλων εμπορικών και άλλης φύσεως επιχειρήσεων, οι οποίες αν και δεν είναι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί είναι σε θέση να καλύπτουν μεγάλο μέρος από τις χρηματοοικονομικές ανάγκες των πελατών τους, και εκμεταλλευόμενοι το όνομα και την δύναμη του δικτύου διανομής που διαθέτουν, αποσπούν έτσι πελατεία και έσοδα από τις εμπορικές τράπεζες. Τέτοιες επιχειρήσεις διεθνώς είναι αλυσίδες πολυκαταστημάτων, όπως το Marks & Spence, αντιπροσωπείες αυτοκινήτων όπως η Ford, η General Motors κλπ. Ήδη και στην Ελλάδα, αντιπροσωπείες αυτοκινήτων παρέχουν χρηματοδοτήσεις λειτουργώντας ως τράπεζες.

Βεβαίως, ο ρόλος των τραπεζών και σε αυτούς τους τομείς παραμένει σημαντικός (με την ίδρυση θυγατρικών εταιρειών που να καλύπτουν τους ανωτέρω τομείς) και επιπλέον αναπτύσσονται ισχυρές σχέσεις μεταξύ του τραπεζικού συστήματος και των μη τραπεζικών ιδρυμάτων που προσφέρουν χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, οι οποίες ευνοούν την μεγέθυνση του προϊόντος των τραπεζών. **Δηλαδή αναπτύσσονται συνέργιες εκμεταλλεόμενες οι τράπεζες το δίκτυο των υποκαταστημάτων τους για την ανάπτυξη και προώθηση ασφαλιστικών προϊόντων, Αμοιβαίων Κεφαλαίων, συμβουλευτικών υπηρεσιών κλπ.**