

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ

Εκσυγχρονισμός του ελληνικού τραπεζικού συστήματος

και τραπεζικά προϊόντα

Δ. Γαζής - Μαρία Μυζήθρα

“Η συνεχής, και συχνά ανεξέλεγκτη, αλλαγή μοιάζει πλέον να αποτελεί την “κανονική κατάσταση των πραγμάτων”, ενώ η στασιμότητα, η αμυντική προσήλωση των επιχειρήσεων σε πεπατημένες γραφειοκρατικές νοοτροπίες και πρακτικές, την εξαίρεση.

Η εισαγωγή νέων προϊόντων, μεθόδων και διαδικασιών, η ανάγκη για ελκυστικά σημεία πώλησης, αποτελεσματικό σχεδιασμό, ολοκληρωμένη ποιοτική διοίκηση, η ανάγκη για υποκινούμενο, καταρτισμένο και ικανοποιημένο από την εργασία και τις προοπτικές του ανθρώπινο δυναμικό, η καινοτομία, η προσωποποιημένη και αξιόπιστη εξυπηρέτηση του πελάτη, αποτελούν νέα και ολοένα πιο καθοριστικά στοιχεία του ανταγωνισμού στον Τραπεζικό κλάδο”

Δημήτρης Κουσελάς

Πρόεδρος Ο.Τ.Ο.Ε.

(Απόσπασμα από τον πρόλογο της έκδοσης ΙΝΕ - ΟΤΟΕ, “Κοινωνικός διάλογος και νέες τεχνολογίες στον τραπεζικό κλάδο”, Αθήνα, 1995)

Ι. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στη δεκαετία που διανύουμε έχουμε γίνει μάρτυρες σημαντικών αλλαγών στο πολιτικό και κοινωνικό περιβάλλον τόσο στον Ευρωπαϊκό όσο και στο διεθνή χώρο.

Η ένωση της Δυτικής με την Ανατολική Γερμανία, η κατάρρευση των πολιτικών συστημάτων στις χώρες της Ανατολικής Ευρώπης, οι γεωπολιτικές ανακατατάξεις στο χώρο των Βαλκανίων, η εξέλιξη της πορείας προς την Ευρωπαϊκή Ένωση, σε συνδυασμό με τη δυσκολία της παγκόσμιας οικονομίας να ξεπεράσει την ύφεση, δημιουργούν καταστάσεις και προβλήματα που χρήζουν άμεσης και συνεχούς αντιμετώπισης και λύσης.

Οι συνθήκες αυτές οδηγούν το σύνολο των κοινωνικών και οικονομικών δράσεων σε διαρκή επαγρύπνηση και ανασχεδιασμό στρατηγικών, αναδιάρθρωση δυνάμεων και τροποποίηση μερική ή ολική των επιλογών.

Οι εξελίξεις αυτές επηρεάζουν σαφώς το διεθνές τραπεζικό σύστημα. Τα οικονομικά σύνορα καταρρέουν και τα ανταγωνιστικά πρότυπα μεταβάλλονται. Με τον ίδιο ρυθμό μεταβάλλονται και οι ανάγκες και απαιτήσεις της πελατείας, με αποτέλεσμα να μεταβάλλεται η συνολική ζήτηση των τραπεζικών υπηρεσιών. Έτσι η επιχειρηματική πελατεία κατευθύνεται σε νέες μορφές χρηματοδότησης χαμηλού κόστους, οι ιδιώτες σε νέα επενδυτικά προϊόντα ευέλικτα και με υψηλές αποδόσεις και τέλος το σύνολο της αγοράς, διαθέτοντας πλέον επαρκή ενημέρωση, είναι σε θέση να αναζητήσει και επιλέξει προϊόντα τα οποία προσφέρουν την καλύτερη, κάθε φορά, σχέση κόστους - οφέλους.

Στο χορό αυτών των μεταβολών κυρίαρχο ρόλο, άλλοτε καθοδηγητή και άλλοτε υποστηρικτή, παίζει η τεχνολογία. Η ραγδαία της εξέλιξη τα τελευταία χρόνια έχει βοηθήσει, άμεσα ή έμμεσα, στη διαμόρφωση μιας πολύ καλά πληροφορημένης, άρα απαιτητικής, αγοράς τραπεζικών προϊόντων, της οποίας οι ανάγκες δεν περιορίζονται πλέον από κρατικά σύνορα.

Η ελληνική τραπεζική αγορά, αργά αλλά σταθερά, εναρμονίζεται στις νέες συνθήκες. Η εποχή που το ελληνικό τραπεζικό σύστημα έπαιζε απλώς το ρόλο που του ανέθεταν οι νομισματικές αρχές έχει οριστικά περάσει. Το ελληνικό τραπεζικό σύστημα υφίσταται έντονες πιέσεις από τη συνεχή και εκτεταμένη απελευθέρωση του θεσμικού πλαισίου, που διέπει τις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, με επακόλουθο τη δημιουργία νέου καθεστώτος λειτουργίας των τραπεζών.

Η προσαρμογή στις νέες συνθήκες απαιτεί ευελιξία, αναδιοργάνωση με σαφέστερη κατανομή των εργασιών, διεύρυνση του πακέτου των παρεχομένων υπηρεσιών, πολλές φορές εξειδίκευση σε συγκεκριμένους τομείς διαμεσολάβησης και, τέλος, πολύ καλή διάγνωση των δυνάμεων και αδυναμιών των πιστωτικών ιδρυμάτων με στόχο την ενίσχυση των ανταγωνιστικών τους πλεονεκτημάτων.

2. ΤΑ ΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

1. Χαρακτηριστικά και ιδιαιτερότητες

Οι τράπεζες δημιουργούν, παράγουν και διαθέτουν στους πελάτες τους υπηρεσίες. Η υπηρεσία, ως αγαθό, χαρακτηρίζεται από ιδιότητες που τη διαφοροποιούν από τα καταναλωτικά προϊόντα, τόσο στο στάδιο της παραγωγής όσο και στο στάδιο της διάθεσης - πώλησης, διότι:

οι υπηρεσίες¹

- είναι άυλες και αδιαχώριστες
- στηρίζονται στην πίστη
- δεν δημιουργούν αλλαγή ιδιοκτησίας

- δεν μεταπωλούνται
- πρώτα πωλούνται και μετά παράγονται
- δεν αποθηκεύονται.

Τα παραπάνω χαρακτηριστικά κάνουν το τραπεζικό προϊόν, κατά συνέπεια και την τραπεζική επιχείρηση, να έχουν μια ιδιαίτερη σχέση με την αγορά στην οποία απευθύνονται. Απαιτούν προσεκτικό σχεδιασμό, συγκεκριμένους τρόπους προώθησης και διάθεσης, συνεχή παρακολούθηση και κυρίως αποφάσεις στρατηγικής για δημιουργία χαρτοφυλακίου (πακέτου) προϊόντων ικανού να απαντήσει αφ' ενός στις ανάγκες της αγοράς αφετέρου στην επίτευξη της επιθυμητής κερδοφορίας της επιχείρησης.

Στην πράξη, η ανάλυση / αναθεώρηση του χαρτοφυλακίου προϊόντων μιας τράπεζας σε τακτά χρονικά διαστήματα κρίνεται αναγκαία, αφού έτσι είναι δυνατόν να καθοριστεί η σωστή τους αναλογία, στο βαθμό που αυτά αλληλοσυμπληρώνονται ώστε να ικανοποιήσουν τη ζήτηση της αγοράς.

2. Κατηγορίες τραπεζικών προϊόντων

Οι βασικές δραστηριότητες ενός πιστωτικού ιδρύματος που λειτουργεί στην Ελλάδα, όπως αυτές αναφέρονται στο άρθρο 24 του Ν. 2076/92, είναι:

- αποδοχή καταθέσεων ή άλλων επιστρεπτέων κεφαλαίων
- χορήγηση πιστώσεων, συμπεριλαμβανομένων και των πράξεων πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων (factoring)
- χρηματοδοτική μίσθωση (leasing)
- πράξεις διενέργειας πληρωμών και μεταφοράς κεφαλαίων
- έκδοση και διαχείριση μέσων πληρωμής (πιστωτικών και χρεωστικών καρτών, ταξιδιωτικών και τραπεζικών επιταγών)
- εγγυήσεις και αναλήψεις υποχρεώσεων
- συναλλαγές για λογαριασμό του ίδιου του ιδρύματος ή της πελατείας του σε:
 - μέσα χρηματαγοράς (αξιόγραφα, πιστοποιητικά καταθέσεων κλπ.)
 - συνάλλαγμα
 - προθεσμιακά συμβόλαια χρηματοπιστωτικών τίτλων ή χρηματοοικονομικά δικαιώματα
 - συμβάσεις ανταλλαγής επιτοκίων και νομισμάτων
 - κινητές αξίες
- συμμετοχές σε εκδόσεις τίτλων και παροχή συναφών υπηρεσιών, περιλαμβανομένων ειδικότερα και των υπηρεσιών αναδόχου εκδόσεων τίτλων
- παροχή συμβουλών σε επιχειρήσεις όσον αφορά τη διάρθρωση του κεφαλαίου, τη βιομηχανική στρατηγική και συναφή θέματα και συμβουλών, καθώς και υπηρεσιών στον τομέα της συγχώνευσης και της εξαγοράς επιχειρήσεων
- μεσολάβηση στις διατραπεζικές αγορές
- διαχείριση χαρτοφυλακίου ή παροχή συμβουλών για τη διαχείριση χαρτοφυλακίου
- φύλαξη και διαχείριση κινητών αξιών
- εμπορικές πληροφορίες, περιλαμβανομένων και των υπηρεσιών αξιολόγησης πιστοληπτικής ικανότητας πελατών
- εκμίσθωση θυρίδων

Οι δραστηριότητες αυτές διενεργούνται από τα πιστωτικά ιδρύματα μέσω της παραγωγής και διάθεσης προϊόντων - υπηρεσιών. Τα προϊόντα αυτά μπορούν να ομαδοποιηθούν με δύο τρόπους:

α. ανάλογα με τα χαρακτηριστικά των πελατών (νομική μορφή, δραστηριότητα κλπ)

- Retail Banking: παροχή τραπεζικών υπηρεσιών προς το ευρύ κοινό και τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις
- Corporate Banking: παροχή τραπεζικών υπηρεσιών προς τους επιχειρηματικούς πελάτες
- παροχή υπηρεσιών προς Θεσμικούς επενδυτές¹

β. ανάλογα με τις ανάγκες των πελατών, τις οποίες καλύπτουν.

- κλασσικά τραπεζικά προϊόντα περιοχής καταθέσεων, χορηγήσεων και διαμεσολάβησης
- σύγχρονα χρηματοοικονομικά εργαλεία πιστοδότησης ή / και εγγυοδοσίας
- προϊόντα treasury: διαχείριση κεφαλαίων και κινδύνων

Η παραπάνω ενδεικτική ομαδοποίηση των υπηρεσιών δεν αποκλείει τη δυνατότητα ανάπτυξης ειδικών πακέτων προϊόντων - υπηρεσιών για συγκεκριμένα, επιλεγμένα τμήματα της αγοράς που παρουσιάζουν ενδιαφέρον για τις τράπεζες. Η δημιουργία τέτοιων πακέτων υπηρεσιών απαιτεί, κατ'αρχήν, καλή γνώση της αγοράς στην οποία απευθύνεται η τράπεζα και στη συνέχεια κατάλληλα οργανωμένο και έμπειρο μηχανισμό παραγωγής και διάθεσης των προϊόντων αυτών.

Αναφέρθηκε στα χαρακτηριστικά των τραπεζικών προϊόντων ότι βασίζονται στην εμπιστοσύνη που θα αποκτήσει ο πελάτης και προς την τράπεζα αλλά και προς το ίδιο το προϊόν. Η δημιουργία λοιπόν αξιόπιστων υπηρεσιών προϋποθέτει αρμονική σύμπραξη όλων των συντελεστών που λαμβάνουν μέρος στην παραγωγική διαδικασία. Ο ανθρώπινος παράγοντας, όπως και σε όλο τον τριτογενή τομέα, είναι εκείνος ο οποίος συντελεί κυρίως στην παραγωγή των τραπεζικών υπηρεσιών και στην καθιέρωση της πίστης μεταξύ των συναλλασσομένων.

3. Η έννοια του κύκλου ζωής των τραπεζικών προϊόντων

Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες ακολουθούν διαφορετικά στάδια στη διάρκεια της εξέλιξής τους, κάθε ένα από τα οποία έχει τις δικές του επιπτώσεις τόσο στην προσπάθεια της επιχείρησης να ανταποκριθεί στις ανάγκες της αγοράς όσο και στα αποτελέσματα που αυτή προσδοκά να έχει.

Η θεωρία του κύκλου ζωής (Product Life Cycle)² περιγράφει τις διάφορες φάσεις της ζωής του προϊόντος, από την παρουσίασή του στην αγορά μέχρι την απόσυρσή του.

Εδώ αναφέρεται εν συντομία προκειμένου να γίνουν κατανοητές μέθοδοι και στρατηγικές που ακολουθούν, ή που θα μπορούσαν να ακολουθήσουν, οι τράπεζες, προκειμένου να αντιμετωπίσουν τον έντονο ανταγωνισμό του χώρου και να προχωρήσουν σε ένα γενικότερο προγραμματισμό των δραστηριοτήτων τους αναφορικά με το πακέτο των προϊόντων που προσφέρουν.

Τα διαδοχικά στάδια ενός τυπικού κύκλου ζωής προϊόντος ή υπηρεσίας είναι:

1. Η ιδέα για τη δημιουργία ενός νέου προϊόντος και ο σχεδιασμός του

Ερεθίσματα για τη σύλληψη της ιδέας ενός νέου προϊόντος μπορεί να είναι:

- η ανάγκη διαφοροποίησης της “εικόνας” της τράπεζας στην αγορά
- η εξουδετέρωση κάποιου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος άλλης τράπεζας

(π.χ. εκτεταμένο δίκτυο, λειτουργικό κόστος κλπ.

- η αξιοποίηση μιας ευκαιρίας που δίνεται από το περιβάλλον
- η κάλυψη σχετικής ζήτησης
- ο συνδυασμός των παραπάνω.

2. Η είσοδος στην αγορά

Στη φάση αυτή έχουμε σχεδιασμό της στρατηγικής εισόδου του προϊόντος στην αγορά, με το marketing mix να δίνει έμφαση στην προβολή.

3. Η ανάπτυξη

Η ζήτηση του προϊόντος αυξάνει και η επιχείρηση στοχεύει στη διατήρηση του ρυθμού αύξησης βελτιώνοντας τα χαρακτηριστικά του προϊόντος, επιλέγοντας και άλλες αγορές στόχους και εφαρμόζοντας πιο ανταγωνιστικό τιμολόγιο.

4. Η ωριμότητα

Στη φάση αυτή κύριο μέλημα της επιχείρησης είναι η εφαρμογή στρατηγικής που κατευθύνεται στη διατήρηση της θέσης του προϊόντος στην αγορά παράλληλα με την έναρξη αναζήτησης νέων προϊόντων ή / και αγορών που να συμπληρώνουν ή να βελτιώνουν το υπάρχον.

5. Η πτώση

Η προσπάθεια στο στάδιο αυτό επικεντρώνεται στη διατήρηση της βασικής πελατείας και της αποδοτικότητας της υπηρεσίας. Αν αυτό δεν είναι δυνατόν, θα πρέπει να εξετάζεται η προοπτική απόσυρσης ή ουσιαστικής διαφοροποίησης του προϊόντος.

Στην πράξη η αποτελεσματικότητα της αξιοποίησης της θεωρίας ως εργαλείου σχεδιασμού για τις επιχειρήσεις, αντιμετωπίζει σοβαρές δυσκολίες.

Συγκεκριμένα:

- είναι δυσχερής η πρόβλεψη της χρονικής στιγμής που θα εμφανιστεί η επόμενη φάση / στάδιο της ζωής του προϊόντος, πόσο χρόνο θα διαρκέσει και σε ποιά επίπεδα θα κυμανθούν οι πωλήσεις του.
- είναι συνήθως δύσκολο να προσδιοριστεί με ακρίβεια σε ποιό στάδιο της ζωής του βρίσκεται ένα προϊόν
- τα πέντε βασικά στάδια του κύκλου ζωής δεν υποδιαιρούνται σε σαφώς καθορισμένα τμήματα
- ειδικά για τα τραπεζικά προϊόντα, λόγω των ιδιομορφιών που παρουσιάζουν γενικά οι υπηρεσίες, υπάρχει και η σύγχυση που δημιουργείται στην πράξη μεταξύ των κεφαλαίων που επενδύονται από την ίδια την τράπεζα στην ανάπτυξη ενός προϊόντος (π.χ. τεχνολογία, υποδομή, επιμόρφωση προσωπικού) και του ίδιου του χρήματος, που είναι το αντικείμενο εκμετάλλευσης μιας τράπεζας (δηλαδή αγοραπωλησία χρήματος). Εστω για παράδειγμα ότι η τράπεζα αποφασίζει τη δημιουργία ενός νέου χρηματοδοτικού προϊόντος. Θα πρέπει να γίνει σαφής διαχωρισμός των χρηματικών δαπανών (κεφαλαίων) που πραγματοποιούνται για την ανάπτυξη και παραγωγή αυτού του προϊόντος - κόστος προϊόντος - από τις χρηματικές εκταμιεύσεις, στις οποίες, μέσω του προϊόντος, θα προβεί η τράπεζα προς τους πελάτες της - κύκλος εργασιών προϊόντος.

3. Η ΕΡΕΥΝΑ

Κατά τη διεξαγωγή της έρευνας η προσπάθεια που καταβλήθηκε ήταν να αντληθούν στοιχεία από τα οποία θα ήταν δυνατόν να καταδειχθεί ότι η πορεία εξέλιξης των τραπεζικών προϊόντων στην Ελλάδα ακολουθεί παράλληλη - με κάποια βέβαια χρονική υστέρηση - διαδρομή με εκείνη που εμφανίζεται στο εξωτερικό. Στόχος ήταν να εκτιμηθεί η πιθανότητα, στο άμεσο τουλάχιστον μέλλον, να έχουμε και στην Ελλάδα βήματα εξέλιξης παρόμοια με εκείνα που έχουν καταγραφεί σε χώρες της Ευρώπης και της Αμερικής.

Ακόμη έγινε προσπάθεια να καταγραφούν οι παράγοντες, που επηρεάζουν τις αποφάσεις και τις προτεραιότητες των τραπεζών στον τομέα των προϊόντων καθώς και το πώς ο παράγων ανθρώπινο δυναμικό λαμβάνει μέρος στο σχεδιασμό υλοποίησης των αποφάσεων αυτών.

Ως πηγές άντλησης των απαραίτητων στοιχείων χρησιμοποιήθηκαν σχετική με το θέμα βιβλιογραφία, δημοσιευμένα στοιχεία των τραπεζών, δημοσιεύματα και αναφορές σε ανάλογη εμπειρία τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό και, τέλος, ερωτηματολόγιο για την άντληση πρωτογενών στοιχείων.

Στο ερωτηματολόγιο, που απευθύνθηκε στις τράπεζες που λειτουργούν στην Ελλάδα και είναι μέλη της Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών, παρουσιάζονται ορισμένα αντιπροσωπευτικά τραπεζικά προϊόντα, καταμετρημένα, κυρίως, ως προς την αγορά στην οποία απευθύνονται.

Στα προϊόντα που αναφέρονται στο ερωτηματολόγιο έγινε προσπάθεια να συμπεριληφθούν:

- προϊόντα που κρίνεται ότι βρίσκονται σε διάφορες φάσεις του κύκλου ζωής τους, όπως στη φάση της “ωριμότητας” (π.χ. πιστωτικές κάρτες, γeros, αμοιβαία κεφάλαια, ομολογιακά και κοινοπρακτικά δάνεια κλπ.), στη φάση της “ανάπτυξης” (π.χ. χρεωστικές κάρτες, leasing, underwriting, προϊόντα treasury κλπ.) και στη φάση της “εμφάνισης ή / και εισαγωγής” τους στην αγορά (factoring, αμοιβαίες εγγυήσεις κλπ.)
- προϊόντα που στηρίζονται σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό στην τεχνολογία
- προϊόντα των οποίων το θεσμικό πλαίσιο παρουσιάζει μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό ολοκλήρωσης.

Τα ερωτήματα στα οποία κλήθηκαν να απαντήσουν οι τράπεζες ήταν τα εξής:

1. Το έτος εισαγωγής του συγκεκριμένου προϊόντος στην τράπεζα
2. Αν το προϊόν διατίθεται απ’ευθείας μέσω της τραπεζικής ή μέσω κάποιας θυγατρικής εταιρίας
3. Ο τρόπος με τον οποίο καλύφθηκαν οι θέσεις εργασίας για την προσφορά - πώληση του προϊόντος (με νέες προσλήψεις, με μετακίνηση προσωπικού ή από το υπάρχον προσωπικό) καθώς και αν η παραγωγή / διάθεση του προϊόντος απασχολεί εξειδικευμένο προσωπικό
4. Οι προτεραιότητες (από άποψη χρόνου), αν υπάρχουν, σχετικά με την εισαγωγή όσων από τα προϊόντα δεν διατίθενται ακόμη στην αγορά
5. Οι εκτιμήσεις για τον τρόπο κάλυψης των θέσεων εργασίας που θα δημιουργηθούν από την εισαγωγή αυτών των νέων προϊόντων
6. Οι παράγοντες που οδήγησαν στην απόφαση για εισαγωγή κάθενός από τα προϊόντα που αναφέρονται (εξετάζονται 4 παράγοντες: ο ανταγωνισμός, η ζήτηση, η απελευθέρωση του συστήματος και η τεχνολογία)
7. Η εξέλιξη της ζήτησης και του απασχολούμενου προσωπικού στους τομείς των προϊόντων που θεωρούνται “κλασσικά” (Καταθέσεις, Χορηγήσεις, Μεσολαβητικές εργασίες)
8. Τέλος, η ύπαρξη εσωτερικού μηχανισμού στην τράπεζα - με τη μορφή διοικητικής οργανωτικής μονάδας - που απασχολείται με το σχεδιασμό και την προώθηση νέων προϊόντων, με έρευνες αγοράς, κοστολόγηση και τιμολόγηση προϊόντων και με τη δημιουργία “πακέτων προϊόντων” για ειδικές κατηγορίες πελατών.

4. Ανάλυση στοιχείων της έρευνας

1. Γενικά

Η έρευνα διεξήχθη το δεύτερο εξάμηνο του 1995 μέσω ειδικού, σπονδυλωτού, ερωτηματολογίου, ένα μέρος του οποίου αναφερόταν στα τραπεζικά προϊόντα και αυτό επισυνάπτεται ως “Παράρτημα 1”. Η ανταπόκριση των τραπεζών στη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου ήταν ανεπαρκής.

Το ερωτηματολόγιο συμπλήρωσαν μόνο 5 τράπεζες:

- Εθνική
- Εμπορική
- Αγροτική
- Γενική
- Πειραιώς.

Η αναγωγή των συμπερασμάτων στο σύνολο του τραπεζικού συστήματος είναι δυνατόν να γίνει με ανεκτό βαθμό αξιοπιστίας αν οι βασικοί πίνακες ανάλυσης των συλλεγέντων στοιχείων σταθμιστούν με τους παρακάτω παράγοντες (για τις τράπεζες που περιλαμβάνονται στο δείγμα):

- το μέγεθός τους
- τη θέση τους και τη γενικότερη παρουσία τους στην αγορά

- τα έτη λειτουργίας τους
- την τεχνολογική τους υποδομή
- τη σύνθεση του προσωπικού τους (αριθμητική και ποιοτική)
- τη δυνατότητά τους να σχεδιάζουν και να υλοποιούν στρατηγικές σε σχέση με τα προϊόντα που προσφέρουν στο ελληνικό πιστωτικό σύστημα.

Τα παραπάνω στοιχεία είναι δυνατόν να αντληθούν είτε από άλλα τμήματα του ερωτηματολογίου, που παρουσιάζονται στην παρούσα έκδοση, είτε από δημοσιευμένα στοιχεία των τραπεζών.

Στοιχειοθετώντας τη μεθοδολογική αυτή προσέγγιση, παρουσιάζονται στη συνέχεια πίνακες που εμφανίζουν τα μεγέθη των τραπεζών του δείγματος, το απασχολούμενο σε αυτές προσωπικό και τη θέση τους στην αγορά.

	Εθνική	Εμπορική	Αγροτική	Γενική	Πειραιώς
Σύνολο Ενεργητικού	7.134.642	2.322.976	2.773.930	303.780	82.195
Κατάταξη	2	4	3	10	18
Καταθέσεις	6.254.675	1.958.544	2.023.267	265.470	67.888
Μερίδιο αγοράς	40%	12%	15%	2%	0,5%
Χορηγήσεις	1.415.110	649.824	1.691.987	101.810	22.453
Μερίδιο αγοράς	25%	11%	30%	1,8%	0,4%

Πηγή: ICAP - (στοιχεία 31.12. 1993) ποσά σε εκατ. δρχ.

Όπως φαίνεται από τον προηγούμενο πίνακα, οι τράπεζες που έλαβαν μέρος στην έρευνα, κατείχαν το 1993 αθροιστικά το 69,5% του συνόλου των καταθέσεων των τραπεζών που λειτουργούν στην Ελλάδα.

Αντίστοιχα στον τομέα των χορηγήσεων, οι τράπεζες του δείγματος κατείχαν το ίδιο έτος μερίδιο αγοράς ίσο προς 68,2%

Εθνική	Εμπορική	Αγροτική	Γενική	Πειραιώς
Αριθμός απασχολούμενων	12.752	7.047	5.690	1.895 371

Σύνολο απασχολούμενων 27.755 στις Τράπεζες του δείγματος

Σύνολο απασχολούμενων 50.971 στο ελληνικό τραπεζικό σύστημα

Πηγή: ICAP -(στοιχεία 31.12.1993)

Όπως φαίνεται στον προηγούμενο πίνακα, το δείγμα της παρούσας έρευνας περιλαμβάνει τράπεζες που απασχολούν το 54,45% του συνόλου των εργαζομένων στο ελληνικό τραπεζικό σύστημα.

Όσον αφορά, τέλος, τη γενικότερη θέση των τραπεζών του δείγματος στην αγορά, πολύ εύγλωτα είναι τα αποτελέσματα μιας έρευνας, που πραγματοποίησε η εταιρία ερευνών FOCUS, μεταξύ 12.9 και 4.12.1994 σε τυχαίο δείγμα 9.352 ατόμων σε πανελλαδική κλίμακα με βασικό ερώτημα "αν συνεργάζεστε με κάποια τράπεζα, ποια είναι αυτή;". Τα στοιχεία της έρευνας παρουσιάζονται στο γράφημα που ακολουθεί.

Βασικοί Πίνακες Ερωτηματολογίου και Σχολιασμός δεδομένων της έρευνας

Πίνακας 1. Έτος εισαγωγής των προϊόντων στην τράπεζα και προτεραιότητες εισαγωγής νέων (*).

ΠΡΟΪΟΝΤΑ	ΕΘΝΙΚΗ	ΕΜΠΟΡΙΚΗ	ΑΓΡΟΤΙΚΗ	ΓΕΝΙΚΗ	ΠΕΙΡΑΙΩΣ
RETAIL BANKING					
ΠΙΣΤΩΤΙΚΗ ΚΑΡΤΑ	1,2,3,4	1,2,3	1,2	1,2	1
ΧΡΕΩΣΤΙΚΗ ΚΑΡΤΑ	1,4	1,2,4			
SMART CARD		1,2,4			
ΑΜΟΙΒΑΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	2,3	1,2,3	1,2	1,2	1
HOME BANKING					
PHONE BANKING					
ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΟ FACTORING					
SYNTHETIC SWAPS	1,3	1,2,3,	1,2	1,2	1,3
CORPORATE BANKING					
ΔΑΝΕΙΑ ΣΕ ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑ	2,3	1,2,3		1,2,3	1,2,3
ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗ ΜΙΣΘΩΣΗ (leasing)		3	1,2		1,2

ΟΜΟΛΟΓΙΑΚΑ ΔΑΝΕΙΑ (bond issues)	1,2	1,2		1,2	
ΚΟΙΝΟΠΡΑΚΤΙΚΑ ΔΑΝΕΙΑ (syndicate loans)	1,2	2,3	1,2		
ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ (factoring)	3	3	1,2		
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΥΨΗΛΟΥ ΚΙΝΔΥΝΟΥ (venture capital)		3			
ΑΜΟΙΒΑΙΕΣ ΕΓΓΥΗΣΕΙΣ ENGINEERED SWAPS					1,3
CORPORATE FINANCE					
UNDERWRITING	2	1,2,3	1,2	1,2	1,2
ΕΞΑΓΟΡΕΣ ΚΑΙ ΣΥΓΧΩΝΕΥΣΕΙΣ (mergers and acquisitions)	2				
PROJECT FINANCE	2,3				
ΑΠΟΤΙΜΗΣΕΙΣ Η ΕΠΙΒΕΒΑΙΩΣΕΙΣ ΑΠΟΤΙΜΗΣΕΩΝ ²		2			
ASSET LIABILITY MANAGEMENT					
ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ - ΑΝΑΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	2	1,2			
ΠΡΟΪΟΝΤΑ TREASURY					
EROS AND REVERSE REPOS	3	1,3	1,2	1,2,	1,2
ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΗΣ ΑΓΟΡΑ ΤΙΤΛΩΝ	3	2,3	1,2	1,2	1,2
ΠΡΟΘΕΣΜΙΑΚΕΣ ΠΡΑΞΕΙΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑΤΟΣ	3	3		1,2,4	1,2,3
OPTIONS	3	3			
SWAPS	3	1		1,2	1,2
FUTURES	3		3		
FRAs	3	1,3			
ΣΥΝΘΕΤΑ ΟΜΟΛΟΓΑ	3				

(*): Α= εντός του έτους, Β= εντός της επόμενης διετίας, Γ= εντός της επόμενης πενταετίας

(1): Από το έτος 1985 τα δάνεια σε συνάλλαγμα χορηγούνται και σε λοιπές επιχειρήσεις πλην των ναυτιλιακών.

(2): Το προϊόν προσφέρεται μέσω τρίτης εταιρίας στην οποία συμμετέχει η τράπεζα.

(3): Δεν διατίθεται ως προϊόν. Λειτουργεί μόνο για εξυπηρέτηση της τράπεζας.

(4): Με διάφορες μορφές, η υπηρεσία προσφέρεται ανέκαθεν.

Σχολιασμός - ανάλυση δεδομένων Πίνακα 1

1. Από τις κατηγορίες προϊόντων που περιλαμβάνονται στο ερωτηματολόγιο, τα προϊόντα treasury εμφανίζουν την πλέον ολοκληρωμένη σειρά προσφερόμενων υπηρεσιών. Ακολουθεί το corporate banking, corporate finance και τελευταία η κατηγορία των προϊόντων retail banking. Η χρονολογική σειρά εμφάνισης των προϊόντων των κατηγοριών αυτών δίνει μία αντίθετη εικόνα. Τα πρώτα προϊόντα που εμφανίστηκαν στην αγορά ανήκουν στην κατηγορία retail και κάποια στην κατηγορία corporate. Τα προϊόντα του treasury είναι τα νεότερα σε ηλικία. Αυτό θα μπορούσε να μας οδηγήσει στο εξής συμπέρασμα: Τα προϊόντα που εμφανίστηκαν τα τελευταία 5 χρόνια βρίσκονται ακόμη στο στάδιο της ανάπτυξης, δεν έχουν να αντιμετωπίσουν έντονες μεταβολές της τεχνολογίας που τα υποστηρίζει και λειτουργούν κάτω από ένα θεσμικό πλαίσιο σχετικά νέο (μετά την απελευθέρωση), επομένως δεν έχουν ακόμη αντιμετωπίσει την ανάγκη αλλαγής της σύνθεσής τους. Αντιθέτως τα προϊόντα του retail φαίνεται να περνούν μία φάση ανασχεδιασμού τους, έχοντας να αντιμετωπίσουν μία ζήτηση που μετασχηματίζεται (από τον παραδοσιακό τρόπο εξυπηρέτησης σε πιο αυτοματοποιημένο) και να απορροφήσουν τις δυνατότητες της σύγχρονης τεχνολογίας.

2. Από τα προϊόντα του retail, τα οποία βρίσκονται στο στάδιο του σχεδιασμού, κάποια (καταναλωτικό factoring, smart card), φαίνεται να καθυστερούν λόγω ελλείψεων του θεσμικού πλαισίου, που πρέπει να καλύπτει τις συναλλαγές που αναπτύσσονται κατά τη διάθεσή τους (π.χ. μεταβίβαση απαιτήσεων, επιδίκηση τίτλων όπως συναλλαγματικές κ.λπ.), και κάποια λόγω αναμονής ωρίμανσης της τεχνολογίας που τα υποστηρίζει και της αγοράς στην οποία απευθύνονται (π.χ. εξυπηρέτηση από το σπίτι - home banking- ή τηλεφωνική - phone banking).

3. Τα προϊόντα treasury κατέχουν την πρώτη θέση στις προτεραιότητες των τραπεζών, από τις οποίες ακόμα δεν προσφέρονται, για την εισαγωγή τους στην παραγωγή.

4. Η Εθνική Τράπεζα παρουσιάζει την πληρέστερη σειρά προϊόντων. Εκείνα τα προϊόντα που δεν προσφέρονται ακόμη, είναι στις άμεσες προτεραιότητες της τράπεζας και συγκεντρώνονται στο χώρο του retail banking.

5. Στις μεγάλες τράπεζες (Εθνική, Εμπορική) τα περισσότερα προϊόντα έχουν έτος εισαγωγής το ίδιο με το έτος εφαρμογής του αντίστοιχου θεσμικού πλαισίου. Αυτό μπορεί να ερμηνευθεί ως ικανοποιητική ετοιμότητα των μεγάλων τραπεζών, από άποψη υποδομής, να παράγουν τα νέα προϊόντα αμέσως μόλις δημιουργηθεί το κατάλληλο θεσμικό πλαίσιο. Αν μάλιστα το συμπέρασμα αυτό συνδυαστεί με τη γενικότερη τάση για πλήρη απελευθέρωση του συστήματος, θα πρέπει να περιμένουμε στο άμεσο μέλλον εισαγωγή προϊόντων όπως αμοιβαίες εγγυήσεις, leasing στα ακίνητα, καταναλωτικό factoring κλπ.

6. Παρουσιάζεται μία τάση των μικρών τραπεζών στην προώθηση του corporate finance και banking, που απευθύνονται σε συγκεκριμένη αγορά στόχο, λόγω, ίσως, έλλειψης εκ μέρους τους εκτεταμένου δικτύου καταστημάτων, στοιχείου απαραίτητου για την αντιμετώπιση του ισχυρού ανταγωνισμού στο retail banking.

Πίνακας 3. Κάλυψη των θέσεων εργασίας για την εξυπηρέτηση των προϊόντων

ΠΡΟΪΟΝΤΑ Εθνική Εμπορική Αγροτική Γενική Πειραιώς

Retail Banking

Πιστωτική κάρτα Π Π(15)+Μ(1) Μ(8) Π(3)+Μ(1)

Χρεωστική κάρτα Μ

Κάρτα διευκόλυνσης ΥΠ

Smart Card

Αμοιβαία Κεφάλαια Π Π(8)+Μ(1) ΥΠ Π(5)

Home Banking

Phone Banking

Καταναλωτικό Factoring

Synthetic Swaps ΥΠ Μ (2) ΥΠ

Corporate Banking

Δάνεια σε συνάλλαγμα ΥΠ Μ

Χρηματοδοτική μίσθωση (Leasing) Π Π(5)+Μ(1) Π(7)

Ομολογιακά δάνεια (bond issues) Μ + ΥΠ Μ Μ(1)

Κοινοπρακτικά δάνεια (Syndicated loans) ΥΠ Μ(1)

Πρακτορεία επιχειρηματικών

απαιτήσεων (Factoring) Μ

Επιχειρηματικό κεφάλαιο

υψηλού κινδύνου (Venture capital) τρίτοι

Αμοιβαίες εγγυήσεις

Engineered swaps Π + Μ

Corporate Finance

Underwriting ΥΠ Π + Μ Μ(2) Π(2)

Εξαγορές & συγχωνεύσεις

(Mergers & acquisitions) ΥΠ

Project Finance Μ + ΥΠ

Αποτιμήσεις ή επιβεβαιώσεις αποτιμήσεων ΥΠ

Asset Liability Management ΥΠ

Στρατηγικός σχεδιασμός -

αναδιάρθρωση επιχειρήσεων ΥΠ

Προϊόντα Treasury

Repos & reverse repos Π + Μ Π(1) + Μ(2) Π(2)

Δευτερογενής αγορά τίτλων Π + Μ Π + Μ

Προθεσμιακές πράξεις συναλλάγματος Π + Μ

Options Π + Μ Π (1)

Swaps Π + Μ

Futures Π + Μ Π (1)

FRAs Π + Μ Μ (1)

Σύνθετα ομόλογα Π + Μ

Π = Πρόσληψη. (Σημ.: οι αριθμοί στις παρενθέσεις αφορούν εργαζόμενους).

Μ = Μετακίνηση, είτε εσωτερική είτε προς θυγατρική.

Υ.Π. = Υπάρχον προσωπικό της τράπεζας.

Σχολιασμός - ανάλυση δεδομένων Πίνακα 3

1. Οι απαντήσεις στο ερωτηματολόγιο δεν έδωσαν επαρκή ποσοτικά στοιχεία.

2. Από όλες τις τράπεζες που απάντησαν, μόνο η Τράπεζα Πειραιώς δηλώνει ότι κάλυψε το σύνολο σχεδόν των αναγκών της με νέες προσλήψεις, ίσως λόγω της σχετικά πρόσφατης αλλαγής στο ιδιοκτησιακό της καθεστώσ που πιθανώς να θέλησε με αυτό τον τρόπο να επιδείξει εφαρμογή άλλης φιλοσοφίας και στρατηγικής.

3. Οι περισσότερες νέες προσλήψεις εμφανίζονται στην κατηγορία των προϊόντων treasury και οι λιγότερες στην κατηγορία του Corporate banking.

4. Από τα επί μέρους προϊόντα εξυπηρετούνται με το υπάρχον προσωπικό (χωρίς νέες προσλήψεις): η χρεωστική κάρτα, η κάρτα διευκόλυνσης, τα synthetic swaps, τα δάνεια σε συνάλλαγμα, τα ομολογιακά και κοινοπρακτικά δάνεια, το factoring και το corporate finance (με εξαίρεση το underwriting). Αντίθετα η πιστωτική κάρτα, τα αμοιβαία κεφάλαια, το leasing και τα repos εξυπηρετήθηκαν κυρίως (σχεδόν αποκλειστικά) με νέες προσλήψεις. Από τις δύο τελευταίες παρατηρήσεις (3 και 4) και σε συνδυασμό με τις απαντήσεις που πήραμε στην επόμενη ερώτηση (Πίνακας 4) μπορούμε, με σχετική ασφάλεια, να καταλήξουμε στο συμπέρασμα ότι νέες προσλήψεις είχαμε κυρίως σε χώρους όπου απαιτείται εξειδικευμένη εργασία ή το προϊόν διατίθεται μέσω θυγατρικής εταιρίας (σχετικά πιό ευέλικτης στα θέματα προσλήψεων προσωπικού).

5. Από τα ερωτηματολόγια δεν έγινε δυνατόν να συλλεγούν στοιχεία για το σχεδιαζόμενο από τις τράπεζες τρόπο κάλυψης των θέσεων εργασίας για την εξυπηρέτηση των νέων προϊόντων που βρίσκονται στο στάδιο του σχεδιασμού.

6. Παρά την έλλειψη επαρκών ποσοτικών στοιχείων, μπορούμε να σημειώσουμε ότι, για την εξυπηρέτηση των νέων

προϊόντων δεν έγιναν σημαντικές προσλήψεις σε σχέση με το υπάρχον δυναμικό των επιμέρους τραπεζών. Το τι μπορεί να σημαίνει αυτό για το μέλλον θα πρέπει να εξετασθεί σε συνδυασμό με τη σημερινή ποιοτική και ποσοτική απεικόνιση του προσωπικού των τραπεζών, με τη στρατηγική τους στον τομέα της εκπαίδευσης - επιμόρφωσης των υπαλλήλων τους και με το ισχύον θεσμικό πλαίσιο (τουλάχιστον για τις κρατικού ενδιαφέροντος τράπεζες) για νέες προσλήψεις.

Πίνακας 4. Απασχόληση εξειδικευμένου προσωπικού

ΠΡΟΪΟΝΤΑ Εθνική Εμπορική Αγροτική Γενική Πειραιώς

Retail Banking

Πιστωτική κάρτα (*) NAI

Χρεωστική κάρτα (*)

Κάρτα διευκόλυνσης (*)

Smart Card

Αμοιβαία Κεφάλαια NAI NAI

Home Banking

Phone Banking

Καταναλωτικό Factoring

Synthetic Swaps

Corporate Banking

Δάνεια σε συνάλλαγμα (1)

Χρηματοδοτική μίσθωση (Leasing) (*)

Ομολογιακά δάνεια (bond issues) NAI

Κοινοπρακτικά δάνεια (Syndicated loans)

Πρακτορεία επιχειρηματικών

απαιτήσεων (Factoring) (*)

Επιχειρηματικό κεφάλαιο

υψηλού κινδύνου (Venture capital) τρίτοι

Αμοιβαίες εγγυήσεις

Engineered swaps NAI

Corporate Finance

Underwriting

Εξαγορές & συγχωνεύσεις

(Mergers & acquisitions) NAI

Project Finance NAI

Αποτιμήσεις ή επιβεβαιώσεις αποτιμήσεων NAI

Asset Liability Management

Στρατηγικός σχεδιασμός -

αναδιάρθρωση επιχειρήσεων NAI

Προϊόντα Treasury

Repos & reverse repos NAI

Δευτερογενής αγορά τίτλων NAI

Προθεσμιακές πράξεις συναλλάγματος NAI

Options NAI

Swaps NAI

Futures NAI

FRAs NAI

Σύνθετα ομόλογα NAI

(*) Από το προσωπικό εξειδικευμένης εταιρίας.

(1) Λειτουργεί και εξειδικευμένο Ναυτιλιακό Κατάστημα.

Σχολιασμός - ανάλυση δεδομένων Πίνακα 4

1. Οι απαντήσεις ήταν ανεπαρκείς. Μόνο ένα ερωτηματολόγιο είναι πλήρως συμπληρωμένο, αυτό της Εθνικής, η οποία, όπως φαίνεται, χρησιμοποιεί εξειδικευμένους στα προϊόντα treasury, κατά κύριο λόγο, και μάλιστα έχει προχωρήσει σε νέες προσλήψεις (βλ. πίνακα 3).

Είναι γνωστό πάντως ότι και οι υπόλοιπες τράπεζες χρησιμοποιούν εξειδικευμένο προσωπικό.

2. Από τα υπόλοιπα προϊόντα της Εθνικής, εξειδικευμένοι αξιοποιούνται κυρίως σε εκείνα που ανήκουν στην κατηγορία του corporate finance.

3. Υπάρχει ακόμη μία κατηγορία προϊόντων όπως οι κάρτες (πιστωτική, χρεωστική, διευκόλυνσης), το leasing και το factoring, τα οποία εξυπηρετούνται από εξειδικευμένες θυγατρικές εταιρίες της τράπεζας, με το ανάλογο προσωπικό.

Σημείωση: Τα κριτήρια, βάσει των οποίων χαρακτηρίζεται κάποιος υπάλληλος (ή η εργασία του) ως εξειδικευμένος, ποικίλουν από τράπεζα σε τράπεζα ή ακόμη και από χώρο σε χώρο μέσα στην ίδια τράπεζα. Μερικά από αυτά έχουν ως βάση ή απαιτούν συγκεκριμένα προσόντα του υπαλλήλου (όπως επίπεδο και είδος σπουδών, πρακτικές γνώσεις κλπ.), άλλα στηρίζονται στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της φύσης της εργασίας κλπ.

Το μόνο κοινό χαρακτηριστικό, που συναντά κανείς μεταξύ των εξειδικευμένων, είναι η πρόσθετη αμοιβή τους είτε μέσω του μισθού τους (με τη μορφή επιδόματος εξειδικευμένης εργασίας, bonus κλπ.) είτε εμμέσως (πρόσθετες ημέρες αδείας κλπ.).

Πίνακας 5. Παράγοντες που οδήγησαν την τράπεζα στην εισαγωγή των νέων προϊόντων

ΠΡΟΪΟΝΤΑ Εθνική Εμπορική Αγροτική Γενική Πειραιώς

Retail Banking

Πιστωτική κάρτα 1,2,3,4 1,2,3 1,2 1,2 1

Χρεωστική κάρτα 1,4 1,2,4

Κάρτα διευκόλυνσης 1 1,2,3,4 1

Smart Card 1,2,4

Αμοιβαία Κεφάλαια 2,3 1,2,3 1,2 1,2 1

Home Banking

Phone Banking

Καταναλωτικό Factoring

Synthetic Swaps 1,3 1,2,3 1,2 1,2 1,3

Corporate Banking

Δάνεια σε συνάλλαγμα 2,3 1,2,3 1,2,3 1,2,3

Χρηματοδοτική μίσθωση (Leasing) 3 1,2 1,2

Ομολογιακά δάνεια (bond issues) 1,2 1,2 1,2 1

Κοινοπρακτικά δάνεια (Syndicated loans) 1,2 2,3 1,2

Πρακτορεία επιχειρηματικών

απαιτήσεων (Factoring) 3 3 1,2

Επιχειρηματικό κεφάλαιο

υψηλού κινδύνου (Venture capital) 3

Αμοιβαίες εγγυήσεις

Engineered swaps 1,3

Corporate Finance

Underwriting 2 1,2,3 1,2 1,2 1,2

Εξαγορές & συγχωνεύσεις

(Mergers & acquisitions) 2

Project Finance 2,3

Αποτιμήσεις ή επιβεβαιώσεις αποτιμήσεων 2 2

Asset Liability Management

Στρατηγικός σχεδιασμός -

αναδιάρθρωση επιχειρήσεων 2 1,2

Προϊόντα Treasury

Repos & reverse repos 3 1,3 1,2 1,2 1,2

Δευτερογενής αγορά τίτλων 3 2,3 1,2 1,2 1,2

Προθεσμιακές πράξεις συναλλάγματος 3 3 1,2,4 1,2,3

Options 3 3

Swaps 3 1 1,2 1,2

Futures 3 3

FRAs 3 1,3

Σύνθετα ομόλογα 3

1 = Ανταγωνισμός, 2 = Ζήτηση, 3 = Απελευθέρωση συστήματος, 4 = Τεχνολογία.

Σχολιασμός - ανάλυση δεδομένων Πίνακα 5

1. Ο Ανταγωνισμός ως παράγοντας κάνει έντονη την εμφάνισή του σε όλες τις τράπεζες του δείγματος, κυρίως στην κατηγορία των προϊόντων retail και corporate. Ειδικά στις μικρές τράπεζες και σε κάποια προϊόντα που θεωρούνται ότι βρίσκονται στο στάδιο της ωριμότητας του κύκλου ζωής τους (π.χ. πιστωτική κάρτα, ομολογιακά δάνεια κλπ), ο ανταγωνισμός αξιολογείται ως ο μοναδικός παράγοντας που τις οδήγησε στην απόφαση για εισαγωγή του προϊόντος.

Στη μεγαλύτερη τράπεζα του δείγματος, και μεγαλύτερη της ελληνικής αγοράς, την Εθνική, ο ανταγωνισμός δεν έπαιξε κανένα ρόλο στις κατηγορίες προϊόντων corporate finance και treasury, όπου σημαντικοί παράγοντες ήταν η ζήτηση και η απελευθέρωση του συστήματος αντίστοιχα.

2. Η ζήτηση είναι ο σημαντικότερος παράγοντας για την εισαγωγή νέων προϊόντων, αφού εμφανίζεται με τη μεγαλύτερη συχνότητα, τόσο στις τράπεζες του δείγματος όσο και στα επί μέρους προϊόντα. Για αρκετά προϊόντα των μεγαλύτερων, κυρίως, τραπεζών (π.χ. στην κατηγορία corporate finance) εμφανίζεται ως η μοναδική αιτία παραγωγής τους. Εξαιρέση αποτελούν τα προϊόντα retail της μικρότερης σε μέγεθος τράπεζας του δείγματος, της τράπεζας Πειραιώς, καθώς και τα προϊόντα treasury των μεγαλύτερων τραπεζών όπως η Εθνική και η Εμπορική.

3. Η απελευθέρωση του συστήματος συνέβαλε καθοριστικά στην εισαγωγή νέων προϊόντων εκ μέρους των μεγαλύτερων μόνο τραπεζών. Αυτό μπορεί να ερμηνευθεί ως ετοιμότητα των μηχανισμών των τραπεζών αυτών για την παραγωγή των συγκεκριμένων προϊόντων και την άμεση προσφορά τους στην αγορά μόλις δημιουργήθηκε το κατάλληλο θεσμικό πλαίσιο.

4. Η προηγμένη τεχνολογία, όπου απαιτήθηκε (retail banking), κάλυψε τις ανάγκες των τραπεζών για την παραγωγή προϊόντων, η εισαγωγή των οποίων ήταν επιτακτική λόγω της ζήτησης ή / και του ανταγωνισμού. Σε καμία απάντηση του ερωτηματολογίου η τεχνολογία δεν αναφέρεται ως αποκλειστικός παράγοντας για την εμφάνιση κάποιου νέου προϊόντος. Αντιθέτως μάλιστα απουσιάζει εντελώς από τις απαντήσεις των μικρών τραπεζών του δείγματος, ίσως λόγω των υψηλών επενδύσεων που απαιτεί η εφαρμογή της. Δεν θα ήταν ίσως μακριά από την πραγματικότητα το συμπέρασμα ότι η τεχνολογία και οι εφαρμογές της έχουν μεγαλύτερη σημασία όσο μεγαλύτερα είναι τα μεγέθη των τραπεζών καθώς επίσης και σε στρατηγικές global banking. Και αυτό γιατί σε τέτοιες περιπτώσεις είναι δυνατόν τα οφέλη από τη μείωση του λειτουργικού κόστους και από τη μεγιστοποίηση της αξιοποίησης του δικτύου να αποσβέσουν τις απαιτούμενες υψηλές επενδύσεις.

Πίνακας 6. Η πορεία των “κλασικών” τραπεζικών προϊόντων (Καταθέσεων, Χορηγήσεων, Μεσολαβητικών εργασιών)

Εθνική Εμπορική Αγροτική Γενική Πειραιώς

A. Ζήτηση

Αύξηση 8,8% 15% 10% 15% 10-25%

Μείωση

Σταθερότητα

B. Απασχόληση προσωπικού

Αύξηση 10%

Μείωση

Σταθερότητα NAI NAI NAI

(τα ποσοστά αναφέρονται στη μέση ετήσια μεταβολή της τελευταίας διετίας)

Από τον παραπάνω πίνακα και σύμφωνα πάντα με τις εκτιμήσεις των τραπεζών που έλαβαν μέρος στην έρευνα, παρατηρούμε μία αύξηση της αξίας των “κλασσικών” προϊόντων, η οποία κυμαίνεται από 8,5% για την Εθνική έως και 25% για τις καταθέσεις της Τραπέζας Πειραιώς.

Αν εξαιρέσουμε τα δύο αυτά ακρότατα των δεδομένων, συμπεραίνουμε ότι η αύξηση κυμαίνεται μεταξύ 10 και 15%. Το ποσοστό αυτό αξιολογείται ως αναμενόμενο, λαμβανομένης υπόψη της πορείας του τιμαρίθμου στο ίδιο χρονικό διάστημα. Οδηγούμαστε τελικά στο συμπέρασμα ότι ο όγκος παραγωγής των προϊόντων αυτών παρέμεινε σχεδόν στάσιμος. Αυτό το συμπέρασμα δικαιολογεί απόλυτα και τη στασιμότητα που εμφανίζει η απασχόληση προσωπικού στους τομείς αυτών των προϊόντων.

Η μοναδική εξαίρεση, που εμφανίζεται στο δείγμα, η περίπτωση της Τράπεζας Πειραιώς, έχει τις αιτίες της στις σχετικά πρόσφατες αλλαγές του ιδιοκτησιακού καθεστώτος και της φυσιογνωμίας της τράπεζας.

5. Συμπεράσματα της έρευνας

6. Βιβλιογραφία

1. Philip Kotlet, “Marketing Management”
2. Λυμπερόπουλος Κ., “Εισαγωγή στο Τραπεζικό Μάρκετινγκ”
3. Μάλλιαρης Π., “Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ”
4. “New developments in commercial banking” (USA) Blackwell 1991
5. Γεωργιάδης Α., “Νέες μορφές Συμβάσεων της σύγχρονης οικονομίας”, 1992
6. “The impact of technology on banking”, World Summary 1985 (USA)
7. “The effects of technological and structural changes on employment in major Irish banks”, Noelle Donelly, I.L.O. Geneva 1993
8. Ημερίδα “Τραπεζικό Μάρκετινγκ”, ΕΙΜ/ΕΕΔΕ/ΕΕΤ Ιούν.1994
9. Έρευνα της FOCUS, Περιοδικό Κεφάλαιο, Μάρτιος 1995
10. “Παράγωγα χρηματοπιστωτικά προϊόντα”, Φάκελος εφημ. Κέρδος 30.7.95
11. “Παράγωγα αξιόγραφα - νέα χρηματοπιστωτικά προϊόντα και αγορά”, Ημερίδα Πανεπιστημίου Πειραιώς, 12.5.1995
12. Ν. 2076/92
- N. 1665/86
- N. 1905/90, Π.Δ.Τ.Ε. 2168/93
- N. 1775/88
- N. 2166/93
- N. 2367/95

7. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

Παράρτημα 1

Το ερωτηματολόγιο της έρευνας

ΠΡΟΪΟΝΤΑ Έτος εισαγωγής Μέσω της Τραπέζης Μέσω θυγατρικών Νέες προσλήψεις Μετακίνηση προσωπικού Απασχόληση εξειδικευμένων

Retail Banking

Πιστωτική κάρτα

Χρεωστική κάρτα

Κάρτα διευκόλυνσης

Smart Card

Αμοιβαία Κεφάλαια

Home Banking

Phone Banking

Καταναλωτικό Factoring

Synthetic Swaps

Corporate Banking

Δάνεια σε συνάλλαγμα

Χρηματοδοτική μίσθωση (Leasing)

Ομολογιακά δάνεια (bond issues)

Κοινοπρακτικά δάνεια (Syndicated loans)

Πρακτορεία επιχειρηματικών απαιτήσεων

(Factoring)

Επιχειρηματικό κεφάλαιο υψηλού κινδύνου

(Venture capital)

Αμοιβαίες εγγυήσεις

Engineered awaps

Corporate Finance

Underwriting

Εξαγορές & συγχωνεύσεις

(Mergers & acquisitions)

Project Finance

Αποτιμήσεις ή επιβεβαιώσεις αποτιμήσεων

Asset Liability Management

Στρατηγικός σχεδιασμός - αναδιάρθρωση

επιχειρήσεων

Προϊόντα Treasury

Repos & reverse repos

Δευτερογενής αγορά τίτλων

Προθεσμιακές πράξεις συναλλάγματος

Options

Swaps

Futures

FRAs

Σύνθετα ομόλογα

2. Ποιοί θεωρείτε ότι είναι οι παράγοντες εκείνοι που οδήγησαν την Τράπεζά σας στην απόφαση για την εισαγωγή νέων προϊόντων που σημειώσατε στην ερώτηση 1.; (σημειώστε (X) στην αντίστοιχη στήλη).

ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ ΝΕΩΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΖΗΤΗΣΗ ΑΠΕΛΨΗ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

Retail Banking

Πιστωτική κάρτα

Χρεωστική κάρτα

Κάρτα διευκόλυνσης

Smart Card

Αμοιβαία Κεφάλαια

Home Banking

Phone Banking

Καταναλωτικό Factoring

Synthetic Swaps

Corporate Banking

Δάνεια σε συνάλλαγμα

Χρηματοδοτική μίσθωση (Leasing)

Ομολογιακά δάνεια (bond issues)

Κοινοπρακτικά δάνεια (Syndicated loans)

Πρακτορεία επιχειρηματικών απαιτήσεων (Factoring)

Επιχειρηματικό κεφάλαιο υψηλού κινδύνου(Venture capital)

Αμοιβαίες εγγυήσεις

Engineered awaps

Corporate Finance

Underwriting

Εξαγορές & συγχωνεύσεις (Mergers & acquisitions)

Project Finance

Αποτιμήσεις ή επιβεβαιώσεις αποτιμήσεων

Asset Liability Management

Στρατηγικός σχεδιασμός - αναδιάρθρωση επιχειρήσεων

Προϊόντα Treasury

Repos & reverse repos

Δευτερογενής αγορά τίτλων

Προθεσμιακές πράξεις συναλλάγματος

Options

Swaps

Futures

FRAs

Σύνθετα ομόλογα

Στήλες (2) και (3): Σημειώστε (X) αν το προϊόν πρόκειται να διετηθεί μέσω της Τράπεζας ή μέσω κάποιας θυγατρικής εταιρίας. Στήλες (4) και (5) και (6): Αναφέρατε ποσοτικά στοιχεία, αν έχουν εκτιμηθεί, για τον τρόπο με τον οποίο θα καλυφθούν οι θέσεις εργασίας για την πώληση των αντιστοίχων προϊόντων. Αν δεν υπάρχουν ποσοτικά στοιχεία, σημειώστε (X) στην ανάλογη θέση.

ΠΡΟΪΟΝΤΑ Προτεραιότητα εισαγωγής Μέσω της Τραπέζης Μέσω θυγατρικών Νέες προσλήψεις Μετακίνηση προσωπικού Απασχόληση εξειδικευμένων

Retail Banking

Πιστωτική κάρτα

Χρεωστική κάρτα

Κάρτα διευκόλυνσης

Smart Card

Αμοιβαία Κεφάλαια

Home Banking

Phone Banking

Καταναλωτικό Factoring

Synthetic Swaps

Άλλο

Άλλο

Corporate Banking

Δάνεια σε συνάλλαγμα

Χρηματοδοτική μίσθωση (Leasing)

Ομολογιακά δάνεια (bond issues)

Κοινοπρακτικά δάνεια (Syndicated loans)

Πρακτορεία επιχειρηματικών απαιτήσεων

(Factoring)

Επιχειρηματικό κεφάλαιο υψηλού κινδύνου

(Venture capital)

Αμοιβαίες εγγυήσεις

Engineered awaps

Άλλο

Άλλο

Corporate Finance

Underwriting

Εξαγορές & συγχωνεύσεις (Mergers & acquisitions)

Project Finance

Αποτιμήσεις ή επιβεβαιώσεις αποτιμήσεων

Asset Liability Management

Στρατηγικός σχεδιασμός - αναδιάρθρωση

επιχειρήσεων

Άλλο

Άλλο

Προϊόντα Treasury

Repos & reverse repos

Δευτερογενής αγορά τίτλων

Προθεσμιακές πράξεις συναλλάγματος

Options

Swaps

Futures

FRAs

Σύνθετα ομόλογα

Άλλο

Άλλο

4. Παρακαλούμε αναφέρατε το/τα τμήματα της Τράπεζάς σας που ασχολούνται με τις ακόλουθες εργασίες:

Εργασία Μονάδα (Δ/νση, Υποδ/νση, Τμήμα κ.λπ.)

Σχεδιασμός και εισαγωγή νέων προϊόντων

Έρευνα αγοράς

Κοστολόγηση / τιμολόγηση προϊόντων

Δημιουργία "πακέτων" προϊόντων

για ειδικές κατηγορίες πελατών

Παράρτημα 2

Σύντομη περιγραφή θεσμικού πλαισίου και λειτουργίας ορισμένων από τα προϊόντα του ερωτηματολογίου

1. LEASING (ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗ ΜΙΣΘΩΣΗ)

ΟΡΙΣΜΟΣ Ν. 1665/86

Σύγχρονη μορφή χρηματοδότησης κατά την οποία, και σύμφωνα με το άρθρο 1 του Ν.1665/86, η εταιρία leasing υποχρεώνεται να παραχωρεί έναντι μισθώματος τη χρήση κινητού πράγματος που προορίζεται για την επιχείρηση ή το επάγγελμα του αντισυμβαλλόμενου (μισθωτή), παρέχοντάς του συγχρόνως το δικαίωμα να αγοράσει το πράγμα είτε να ανανεώσει τη μίσθωση για ορισμένο χρόνο.

Το leasing είναι μία σύγχρονη μορφή χρηματοδότησης (στις ΗΠΑ εμφανίστηκε το 1940 και θεσμοθετήθηκε το 1956 με την ίδρυση της πρώτης εταιρίας leasing), που βοηθά επιχειρηματίες, βιοτέχνες, βιομήχανους και ελεύθερους επαγγελματίες να αποκτήσουν, να επεκτείνουν ή να εκσυγχρονίσουν τον εξοπλισμό του χωρίς να δανείζονται χρήματα ή να δεσμεύουν δικά τους κεφάλαια.

ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ

Ο πελάτης διαλέγει τον εξοπλισμό που χρειάζεται. Υποβάλλει το αίτημά του στην εταιρία leasing και προτείνει τον προμηθευτή που προτιμά. Η εταιρία leasing (εκμισθωτής), αν εγκρίνει το αίτημα, αναλαμβάνει να αγοράσει τον

εξοπλισμό που επιλέγει ο πελάτης (μισθωτής) και στη συνέχεια τον μισθώνει σ' αυτόν έναντι κάποιου μισθώματος για συγκεκριμένη χρονική περίοδο.

ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗΣ ΜΙΣΘΩΣΗΣ

(Άρθρο 2) "Συμβάσεις χρηματοδοτικής μίσθωσης μπορούν να συνάπτουν ως εκμισθωτές μόνο ανώνυμες εταιρίες με αποκλειστικό σκοπό τη διενέργεια των εργασιών του άρθρου 1 αυτού του νόμου. Για τη σύσταση των εταιριών αυτών απαιτείται και ειδική άδεια της Τράπεζας της Ελλάδος".

Οι εταιρίες leasing που δραστηριοποιούνται στη χώρα είναι 10, όλες θυγατρικές τραπεζών, και χρησιμοποιούν το δίκτυο των καταστημάτων των μητρικών τους τραπεζών. Οι εταιρίες αυτές είναι:

υ ALPHA LEASING - της Τράπεζας Πίστωσης - έτος ίδρυσης 1981

υ ETBA LEASING - » ETBA - » » 1987

υ EUROLEASE - » Εμπορικής - » » 1989

υ ΕΘΝΙΚΗ LEASING » Εθνικής Τράπεζας - » » 1990

υ ERGOLEASING » Τράπεζας Εργασίας - » » 1991

υ ΠΕΙΡΑΙΩΣ LEASING » » Πειραιώς - » » 1993

υ ΙΟΝΙΚΗ LEASING - της Ιονικής Τράπεζας - έτος ίδρυσης 1993

υ ATE LEASING της Αγροτικής Τράπεζας » » 1991

υ CITI-ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΕΣ ΜΙΣΘΩΣΕΙΣ - της CITIBANK 1987

υ ABN-AMRO LEASING - της ABN-AMRO BANK » 1991

Σύμφωνα με τα στοιχεία των δημοσιευμένων ισολογισμών των εταιριών leasing, οι εργασίες του κλάδου τα τελευταία χρόνια έχουν εξελιχθεί ως εξής :

1990 1991 1992 1993 1994

Συμβάσεις 19.347,00 29.499,00 52.561,00 54.406,00 51.797,00

μεταβολή % (έτος βάσης 1990) 100,00 152,47 272,00 281,00 268,00

Κύκλος εργασιών 22.994,40 37.836,10 56.338,10 69.551,50

Κέρδη χρήσεων προ φόρων 7.723,60 11.382,90 14.343,20 19.679,50

ΠΗΓΗ: Ένωση εταιριών Leasing - ATE Leasing ποσά σε εκατ. δρχ.

2. FACTORING (ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ)

ΟΡΙΣΜΟΣ Ν. 1905/90

"Η σύμβαση πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων καταρτίζεται εγγράφως μεταξύ ενός κατά κύριο επάγγελμα προμηθευτή αγαθών ή υπηρεσιών (πωλητή) και ενός πράκτορα επιχειρηματικών απαιτήσεων (factor), ο οποίος αναλαμβάνει να παρέχει στον προμηθευτή, για το διάστημα που συμφωνείται, έναντι αμοιβής, υπηρεσίες σχετικές με την παρακολούθηση και είσπραξη μιας ή μέρους ή του συνόλου των απαιτήσεων του προμηθευτή από συμβάσεις πώλησης αγαθών ή παροχής υπηρεσιών σε τρίτους ή εκτέλεσης έργων" (άρθρο 1). Η δραστηριότητα αυτή μπορεί να ασκηθεί μόνο από:

α) τράπεζες που έχουν εγκατασταθεί και λειτουργούν νόμιμα στην Ελλάδα,

και

β) ανώνυμες εταιρίες με αποκλειστικό σκοπό την άσκηση της δραστηριότητας αυτής (Π.Δ.Τ.Ε. 2168/93).

ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ

Με βάση σχετική σύμβαση, ο προμηθευτής αγαθών ή υπηρεσιών εκχωρεί στον ειδικό φορέα (factor) απαιτήσεις έναντι των πελατών του αντί αμοιβής. Ο factor αναλαμβάνει την υποχρέωση να παράσχει στον εκχωρητή το σύνολο ή μέρος των παρακάτω κυρίως υπηρεσιών:

- α) αξιολόγηση της φερεγγυότητας των οφειλετών
- β) προστασία κατά του πιστωτικού κινδύνου
- γ) παροχή εγγυήσεων
- δ) λογιστική παρακολούθηση και διαχείριση των λογαριασμών των πελατών
- ε) είσπραξη των απαιτήσεων
- στ) βραχυπρόθεσμη χρηματοδότηση μέσω της προεξόφλησης των εκχωρουμένων απαιτήσεων.

3. VENTURE CAPITAL (ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΥΨΗΛΟΥ ΚΙΝΔΥΝΟΥ)

ΟΡΙΣΜΟΣ Ν.1775/88 & Ν. 2367/95

Σύμφωνα με το Ν.1775/88 τη δραστηριότητα αυτή ασκούν Εταιρίες Παροχής Επιχειρηματικού Κεφαλαίου, ανώνυμες εταιρίες με σκοπό την προώθηση και υλοποίηση επενδύσεων υψηλής τεχνολογίας και καινοτομίας.

Ο Ν.2367/95 διευρυνε την έννοια ως εξής:

“Οι Εταιρίες Κεφαλαίου Επιχειρηματικών Συμμετοχών (Ε.Κ.Ε.Σ.) είναι ανώνυμες εταιρίες, που σκοπό έχουν τη συμμετοχή στο κεφάλαιο επιχειρήσεων που εδρεύουν στην Ελλάδα, των οποίων οι μετοχές δεν είναι εισηγμένες σε χρηματιστήριο και ασκούν γεωργική, βιομηχανική, μεταλλευτική, βιοτεχνική, ξενοδοχειακή ή εμπορική δραστηριότητα.

Εξαιρούνται σε κάθε περίπτωση κτηματικές, οικοδομικές και κατασκευαστικές εταιρίες, επιχειρήσεις μεσιτικών εργασιών, αντιπροσωπειών, τυχηρών παιγνίων και χρηματοπιστωτικών εργασιών (τράπεζες, ασφάλειες, κλπ.), αθλητικά σωματεία και οργανισμοί καθώς και επιχειρήσεις μέσων μαζικής ενημέρωσης.”

Το ελάχιστο κεφάλαιο για την ίδρυση μιας ΕΚΕΣ έχει οριστεί σε Δρχ.1.000.000.000.- και κανείς από τους μετόχους της (νομικά ή φυσικά πρόσωπα) δεν επιτρέπεται να κατέχει αμέσως ή εμμέσως πάνω από το 30% του κεφαλαίου αυτού. Ειδικά για τα πιστωτικά ιδρύματα, επιτρέπεται να κατέχουν κατ'άνωτατο όριο αμέσως ή εμμέσως το 65% των μετοχών.

Οι εργασίες που επιτρέπεται να κάνει μία ΕΚΕΣ είναι:

- να επενδύει σε μετοχές μη εισηγμένες στο χρηματιστήριο
- να επενδύει σε ομολογίες μετατρέψιμες σε μετοχές επιχειρήσεων μη εισηγμένων στο χρηματιστήριο
- να παρέχει εγγύηση για τη χορήγηση δανείων σε επιχειρήσεις στις οποίες μετέχει
- να τοποθετεί τα διαθέσιμά της σε καταθέσεις και βραχυχρόνιες κινητές αξίες σε δραχμές ή συνάλλαγμα
- να παρέχει υπηρεσίες στις επιχειρήσεις στις οποίες μετέχει.

4. Εταιρίες Αμοιβαίων Εγγυήσεων

ΟΡΙΣΜΟΣ Ν.2367/95

Εταιρίες Αμοιβαίων Εγγυήσεων (Ε.Α.Ε.) είναι ανώνυμες εταιρίες με κύριο σκοπό την παροχή εγγυήσεων σε πιστωτικά και χρηματοδοτικά ιδρύματα καθώς και σε κατασκευαστικούς και προμηθευτικούς οίκους και νομικά πρόσωπα δημοσίου και ιδιωτικού δικαίου υπέρ των μετόχων τους. Μέτοχοι των Ε.Α.Ε. μπορεί να είναι μόνο μέλη των εμπορικών, βιομηχανικών, βιοτεχνικών και επαγγελματικών επιμελητηρίων, τα οποία διατηρούν εμπορική ή μεταποιητική επιχείρηση η οποία δεν απασχολεί άνω των 100 εργαζομένων.

Επιτρέπεται κατά την ίδρυση Ε.Α.Ε. η συμμετοχή των ως άνω επιμελητηρίων, πιστωτικών και χρηματοδοτικών ιδρυμάτων, ασφαλιστικών εταιριών και φορέων του δημοσίου τομέα. Ελάχιστο μετοχικό κεφάλαιο για την ίδρυση μιας Ε.Α.Ε. ορίζεται το ποσό των Δρχ. 300.000.000.-

5. ASSET - LIABILITY MANAGEMENT

Τα πιστωτικά ιδρύματα διενεργούν διαχείριση διαθεσίμων για λογαριασμό τους, συνδυάζοντας την απόδοση των διαθεσίμων τους με την εξυπηρέτηση των υποχρεώσεών τους, ώστε να μην προκύπτουν ζημιές από απότομες μεταβολές επιτοκίων.

6. REPOS (repurchase agreement)

Συμφωνία μεταξύ ενός πωλητή (τράπεζα) και ενός αγοραστή, με την οποία ο πωλητής συμφωνεί να ξανααγοράσει τα ομόλογα (κρατικά) σε προσυμφωνημένη τιμή και συνήθως σε προκαθορισμένο χρόνο.

reverse repos

Η συμφωνία να αγοράσει ο πωλητής τα ομόλογα του αγοραστή και ο δεύτερος (επενδυτής) συμφωνεί να τα ξανααγοράσει στο μέλλον.

7. SWAPS

Η ανταλλαγή μιας αξίας με κάποια άλλη. Η ανταλλαγή αυτή μπορεί να γίνει για να μετατεθεί η "λήξη" ενός χαρτοφυλακίου ή η ποιοτική του σύνθεση ή απλώς γιατί έχουν αλλάξει οι επενδυτικοί στόχοι. Επενδυτές με ζημιογόνο χαρτοφυλάκιο συχνά ανταλλάσσουν αξίες με άλλες μεγαλύτερης απόδοσης.

8. FUTURES

Είναι συμβόλαια υποχρέωσης με στόχο οι συμβαλλόμενοι να παραλάβουν ή να παραδώσουν μια προκαθορισμένη ποσότητα χρηματοοικονομικού αγαθού σε προκαθορισμένη ημερομηνία. Αυτά τα αγαθά μπορεί να είναι μετοχές, τίτλοι σταθερής απόδοσης αλλά και συνάλλαγμα.

Οι διαφορές των futures από τα συμβόλαια της προθεσμιακής αγοράς είναι ότι είναι διαπραγματεύσιμα και τυποποιημένα σε χαρακτηριστικά αλλά και σε ποσά και ημερομηνίες και κυρίως ότι οι ζημιές και τα κέρδη υπολογίζονται σε καθημερινή βάση μέχρι την ημερομηνία λήξεως.

9. OPTIONS

Τα options εμφανίζουν τις ίδιες ιδιότητες με τα futures με τη διαφορά ότι προσφέρουν στον επενδυτή τη δυνατότητα να ασκήσει ή όχι το δικαίωμά του ανάλογα με τις συνθήκες που επικρατούν στην αγορά τη συγκεκριμένη ημέρα.

Είναι επομένως δικαιώματα αγοράς ή πώλησης ενός χρηματιστηριακού προϊόντος σε μια προκαθορισμένη τιμή (τιμή άσκησης του δικαιώματος) και σε ένα μελλοντικό χρονικό διάστημα (διάρκεια ζωής του option), χωρίς να περιέχουν την έννοια της υποχρέωσης όπως συμβαίνει με τα futures.