



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΑΤΡΩΝ**
UNIVERSITY OF PATRAS

- ❖ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΑΤΡΩΝ
- ❖ ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
- ❖ ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**Διερεύνηση της ικανοποίησης των Ελλήνων πολιτών
από τις Ελληνικές Τράπεζες. Σύγκριση των 4
μεγαλύτερων Ελληνικών Τραπεζών.**

- ❖ ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΗ: ΚΑΛΑΝΤΖΗ ΣΤΑΥΡΟΥΛΑ
- ❖ ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ: ΒΑΣΙΟΥ ΓΕΩΡΓΙΑ

ΑΓΡΙΝΙΟ 2020

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία πραγματοποιήθηκε στα πλαίσια της ολοκλήρωσης των σπουδών μου στο πρώην τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων νυν Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας στο Πανεπιστήμιο Πατρών.

Την ανάθεση του θέματος, το οποίο ήταν στα άμεσα ενδιαφέροντα μου, το συντονισμό και την επίβλεψη της πτυχιακής μου εργασίας είχε η κ. Βάσιου Γεωργία, καθηγήτρια του τμήματος. Στο σημείο αυτό, θα ήθελα να ευχαριστήσω την κ. Βάσιου για τις πολύτιμες συμβουλές καθ' όλη τη διάρκεια της εκπόνησης ώστε να ολοκληρωθεί η παρούσα πτυχιακή εργασία.

Παράλληλα, θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένεια μου για την στήριξη και την βοήθεια τους στην φοιτητική μου πορεία και την δυνατότητα των σπουδών μου.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Είναι κοινά παραδεκτό πως οι τράπεζες έχουν συμβάλει σε πολύ μεγάλο βαθμό στην ανάπτυξη της εμπορικής και οικονομικής δραστηριότητας ενός τόπου, καθώς και στην ανάπτυξη της οικονομίας γενικότερα. Η ικανοποίηση του πελάτη θεωρείται ως ένα από τα συστατικά που είναι απαραίτητα για την επιτυχία ενός τραπεζικού οργανισμού και αποτελεί βασικό στόχο των τραπεζών. Η μέτρηση της ικανοποίησης των πελατών προσφέρει αντικειμενικές πληροφορίες για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρουν τα τραπεζικά ιδρύματα και απεικονίζει την πραγματική εικόνα για την οργάνωση και τη δομή της, ώστε να προσδιοριστούν τα μειονεκτήματα αλλά και τα πλεονεκτήματα της πολιτικής εξυπηρέτησης πελατών.

(ΠΗΓΗ: <http://kypseli-testing.ouc.ac.cy/handle/11128/375>)

Η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε περιλαμβάνει το θεωρητικό υπόβαθρο μιας εκτεταμένης έρευνας που αφορά το Ελληνικό Τραπεζικό αλλά και τη διεξαγωγή πρωτογενούς έρευνας με σκοπό τη διερεύνηση πάνω στο βαθμό που τα τραπεζικά προϊόντα, ο χρόνος αναμονής, οι παρεχόμενες υπηρεσίες, η διαδικασία και ταχύτητα εξυπηρέτησης, η ύπαρξη κοντινών υποκαταστημάτων και η σύγχρονη τεχνολογία επηρεάζουν τη συνολική ικανοποίηση των πελατών από την τράπεζά τους. Τα δεδομένα της έρευνας συγκεντρώθηκαν με τη συμπλήρωση ερωτηματολογίων από πελάτες τραπεζών διάφορων ηλικιών.

Τα αποτελέσματα που προκύπτουν από την έρευνα δείχνουν ότι η ικανοποίηση του πελάτη είναι ως ένα βαθμό δυσαρεστημένη σε ορισμένες υπηρεσίες αλλά βέβαια δεν αποτελούν κύριο λόγο να τείνουν σε άλλη τράπεζα. Αυτό εξηγείται διότι το πλήθος των ικανοποιητικών υπηρεσιών υπερτερεί των υπολοίπων και ένα μεγάλο ποσοστό των ερωτηθέντων είναι ικανοποιημένοι και ιδιαίτερα όσον αφορά την τεχνολογία που χρησιμοποιούν οι τράπεζες και το δυνατό “χαρτί” τους είναι οι υπηρεσίες και οι συναλλαγές που πραγματοποιούνται μέσω e-banking.

Λέξεις-κλειδιά: Ελληνικό Τραπεζικό Σύστημα, Εμπορικές Τράπεζες, Σχέση τράπεζας-πελάτη, Ικανοποίηση πελατών, Ποιοτική εξυπηρέτηση, Ανθρώπινο δυναμικό

SUMMARY

It is widely accepted that banks have greatly contributed to the development of a country's commercial and economic activity, as well as to the development of the economy in general. Customer satisfaction is considered as one of the components necessary for the success of a banking organization and is a key objective of banks. Customer Satisfaction Measurement provides objective information on the products and services offered by banking institutions and provide a true picture of its organization and structure in order to identify the disadvantages and benefits of the customer service policy.

The methodology that follows includes the theoretical background of an extensive survey of Hellenic Banking and the conduct of primary surveys to investigate the extent to which banking products, waiting times, services provided, process and speed of service, existence branch offices and modern technology affect the overall customer satisfaction of their bank. The survey data were collected by filling out questionnaires from bank clients of different ages.

The results of the research show that customer satisfaction is to some extent dissatisfied with some services but of course they are not the main reason to tend to another bank. This is because the number of satisfactory services exceeds the rest and a large percentage of respondents are satisfied and especially in terms of the technology used by banks and their strong "paper" are the services and transactions carried out through e-banking.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	σελ. 7
-----------------------	--------

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

1.1 Έννοια της τράπεζας	σελ. 9
1.2 Έννοια του πελάτη	σελ. 9
1.3 Έννοια ικανοποίησης του πελάτη	σελ. 10
1.4 Ποιοτική εξυπηρέτηση και πελάτες.....	σελ. 11
1.5 Σχέση τράπεζας-πελάτη	σελ. 12
1.6 Τραπεζικό σύστημα	σελ. 13
1.7 Η εξέλιξη του ελληνικού τραπεζικού συστήματος	σελ. 15
1.8 Συγχωνεύσεις τραπεζών	σελ. 16

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

2.1 Ιστορικά στοιχεία	σελ. 18
2.2 Η τράπεζα	σελ. 18
2.2.1 Οι κύριοι στόχοι της τράπεζας	σελ. 19
2.3 Ανθρώπινο δυναμικό	σελ. 20
2.3.1 Εσωτερική στελέχωση	σελ. 20
2.3.2 Εντοπιότητα	σελ. 21
2.3.3 Διαδικασία επιλογής	σελ. 21
2.4 Επαγγελματική εξέλιξη	σελ. 21
2.5 Ακαδημίες	σελ. 22
2.6 Εθελοντισμός	σελ. 22

ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ

2.7 Ιστορικά στοιχεία	σελ. 24
2.8 Η τράπεζα	σελ. 24
2.9 Ανθρώπινο δυναμικό	σελ. 25
2.9.1 Εκπαίδευση	σελ. 25
2.9.2 Επιλογή	σελ. 28
2.9.3 Δείκτες εκπαίδευσης	σελ. 28
2.10 Σταδιοδρομία	σελ. 29
2.11 Εθελοντισμός	σελ. 29

ALPHA BANK

2.12 Ιστορικά στοιχεία	σελ. 31
2.13 Η τράπεζα.....	σελ. 32
2.14 Υγεία και ασφάλιση.....	σελ. 32
2.15 Παροχές	σελ. 33
2.16 Ανθρώπινο δυναμικό	σελ. 33
2.16.1 Επένδυση στη διαρκή εκπαίδευση και ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού.....	σελ.34
2.16.2 Αρχές εκπαιδευτικής πολιτικής	σελ. 35
2.17 Σταδιοδρομία	σελ. 36
2.18 Εθελοντισμός	σελ. 36

EUROBANK

2.19 Ιστορικά στοιχεία	σελ. 38
2.20 Η τράπεζα	σελ. 38
2.21 Στρατηγικές προτεραιότητες	σελ. 39

2.21.1 Προτεραιότητα στις αξίες	σελ. 40
2.22 Ανθρώπινο δυναμικό	σελ. 40
2.23 Επαγγελματική εξέλιξη	σελ. 41
2.24 Ανταγωνιστικές αμοιβές και παροχές	σελ. 42
2.25 Εθελοντισμός	σελ. 42

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

3.1 Μεθοδολογία πρωτογενούς έρευνα	σελ. 44
3.2 Στατιστική ανάλυση συχνοτήτων δημογραφικών στοιχείων	σελ. 44
3.2.1 Ανάλυση φύλου.....	σελ. 44
3.2.2 Ανάλυση ηλικίας.....	σελ. 45
3.2.3 Ανάλυση επιπέδου μόρφωσης.....	σελ. 45
3.2.4 Ανάλυση επαγγέλματος	σελ. 46
3.2.5 Ανάλυση μηνιαίου εισοδήματος	σελ. 47
3.3 Στατιστική ανάλυση συχνοτήτων προτίμησης καλύτερης εξυπηρέτησης	σελ. 47
3.4 Στατιστική ανάλυση συχνοτήτων σχετικά με τις ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής... ..	σελ. 48
3.4.1 Ανάλυση συναλλασσόμενων τραπεζών	σελ. 48
3.4.2 Ανάλυση λόγων συναλλαγής	σελ. 49
3.5 Στατιστική ανάλυση συχνοτήτων σχετικά με τις ερωτήσεις κλίμακας που αφορούν την ικανοποίηση.....	σελ. 49
3.5.1 Ανάλυση εξυπηρέτησης προσωπικού	σελ. 49
3.5.2 Ανάλυση ταχύτητας εξυπηρέτησης και χρόνου εκτέλεσης συναλλαγών	σελ. 50
3.5.3 Ανάλυση ενημέρωσης επιπλέον παροχών	σελ. 51
3.5.4 Ανάλυση τεχνολογίας.....	σελ. 51
3.5.5 Ανάλυση εκτέλεσης περισσότερων συναλλαγών μέσω e-banking	σελ. 52
3.5.6 Ανάλυση πλήθους ATM σε μη κεντρικές περιοχές	σελ. 53
3.5.7 Ανάλυση διαδικασίας δημιουργίας λογαριασμού	σελ. 53
3.5.8 Ανάλυση προγραμμάτων δανείων	σελ. 54
3.5.9 Ανάλυση υπάρχοντων επιτοκίων	σελ. 55
3.6 Περιγραφική ανάλυση των crosstabs	σελ. 55
3.6.1 Περιγραφική ανάλυση με παράγοντα τις τράπεζες	σελ. 55
3.6.1.1 Ανάλυση μορφωτικού επιπέδου με τις συναλλασσόμενες τράπεζες	σελ. 55
3.6.1.2 Ανάλυση επαγγέλματος με τις συναλλασσόμενες τράπεζες	σελ. 56
3.6.1.3 Ανάλυση μηνιαίου εισοδήματος με τις συναλλασσόμενες τράπεζες	σελ. 57
3.6.2 Περιγραφική ανάλυση με παράγοντα την προτίμηση εξυπηρέτησης	σελ. 58
3.6.2.1 Ανάλυση φύλου με τη προτίμηση εξυπηρέτησης	σελ. 58
3.6.2.2 Ανάλυση ηλικίας με τη προτίμηση εξυπηρέτησης	σελ. 58
3.6.2.3 Ανάλυση μορφωτικού επιπέδου με τη προτίμηση εξυπηρέτησης	σελ. 59
3.6.3 Περιγραφική ανάλυση με παράγοντα τους λόγους συναλλαγής	σελ. 60
3.6.3.1 Ανάλυση φύλου με τους λόγους συναλλαγής τραπεζών	σελ. 60
3.6.3.2 Ανάλυση ηλικίας με τους λόγους συναλλαγής τραπεζών	σελ. 61
3.7 Συμπεράσματα- Μελλοντική έρευνα	σελ. 62

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	σελ. 64
---------------------------	---------

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α

Ερωτηματολόγιο	σελ. 66
----------------------	---------

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β

Πίνακες και διαγράμματα που δεν αναλύθηκαν	σελ. 70
--	---------

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	σελ. 74
--------------------------------	---------

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Οι τράπεζες έχουν την δύναμη να δημιουργήσουν χρήμα και η συμβολή τους στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας είναι τεράστια λόγω του γεγονότος ότι μια κερδοφόρα τράπεζα αποτελεί την βάση μιας υγιούς οικονομίας αφού μέσω αυτής χρηματοδοτείται ο μεγαλύτερος όγκος των εμπορευμάτων που κυκλοφορούν μέσα στον κόσμο και συγκεντρώνουν το μεγαλύτερο μέρος των χρηματικών εισοδημάτων, καθώς επίσης δημιουργεί θέσεις εργασίας, ανάπτυξη των επιχειρήσεων κλπ. (Νούλας, Α.Γ., 2005)

Η ικανοποίηση των πελατών αποτελεί ένα ερευνητικό πεδίο που παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον. Οι τρέχουσες εξελίξεις στο παγκόσμιο οικονομικό στερέωμα χρήζουν ακόμα πιο επιτακτική την ανάγκη διερεύνησης του συγκεκριμένου θέματος. Οι πελάτες έχουν πλέον υψηλό μορφωτικό και βιοτικό επίπεδο και μεγαλύτερη πρόσβαση σε πληροφόρηση, οπότε και οι απαιτήσεις τους είναι αυξημένες. Συνεπώς, είναι απαραίτητη η συνεχής παρακολούθηση των προσδοκιών, των αναγκών, των αξιών των πελατών και των παραγόντων εκείνων που συμβάλλουν στην ικανοποίησή τους. Κατ' επέκταση, οι τράπεζες προσανατολίζονται σε μια πελατοκεντρική προσέγγιση για την απόκτηση και διατήρηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Η ικανοποίηση δεν προσεγγίζεται ως μια αφηρημένη έννοια, αλλά μπορεί να γίνει αντιληπτή ως ένα σύστημα μετρήσιμων παραμέτρων, που μπορούν οι επιχειρήσεις να κατανοήσουν αλλά και να προσδιορίσουν (Mihelis G. Et Al, 2001)

Το θέμα αυτό επιλέχθηκε μέσα στο πλαίσιο σπουδών του τμήματος, καθώς η λειτουργία των τραπεζών αποτελεί σημαντικό κομμάτι της χρηματοοικονομικής επιστήμης. Η ανάλυση του Τραπεζικού Κλάδου έχει αποτελέσει αντικείμενο μελέτης αρκετών ερευνητών, κυρίως από τον ευρύτερο οικονομικό χώρο. Αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους κλάδους στην οικονομία μιας χώρας, αφού για να είναι μια οικονομία ισχυρή θα πρέπει να υποστηρίζεται και από ένα αντίστοιχο ισχυρό Τραπεζικό Κλάδο.

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η διερεύνηση και η ικανοποίηση των Ελλήνων πολιτών από τις 4 μεγαλύτερες Ελληνικές Τράπεζες. Επίσης, αναλύεται η σφαιρική εξέταση του τραπεζικού κλάδου της Ελλάδος και γίνεται η προσπάθεια για κατανόηση του τρόπου λειτουργίας των τραπεζών. Η επίτευξη των παραπάνω **στόχων** θα πραγματοποιηθεί μέσα από:

- ❖ Την παρουσίαση της δομής του ελληνικού τραπεζικού συστήματος.
- ❖ Την αναγνώριση των πιστωτικών ιδρυμάτων που λειτουργούν στην Ελλάδα.
- ❖ Την μελέτη των τραπεζικών δραστηριοτήτων.
- ❖ Την ανάλυση των παραγόντων που επηρεάζουν την ικανοποίηση και την αφοσίωση των πελατών.

Η **προσέγγιση** του θέματος για την επίτευξη των στόχων αυτών, αποτελείται από:

- ❖ Το θεωρητικό υπόβαθρο το οποίο περιλαμβάνει, την περιγραφή του Τραπεζικού Συστήματος με εστίαση στις 4 μεγαλύτερες Ελληνικές Τράπεζες (Τράπεζα Πειραιώς, Εθνική Τράπεζα, Alpha Bank, Eurobank) και τη θεωρητική επισκόπηση αναφορικά με την ικανοποίηση και την αφοσίωση του πελάτη. Η υποδομή αυτή τεκμηριώνει όχι μόνο την έρευνα, αλλά και όλα τα βήματα της παρούσας εργασίας συμπεριλαμβανομένων της διεξαγωγής της έρευνας και την εξαγωγή συμπερασμάτων.
- ❖ Τη διεξαγωγή πρωτογενούς έρευνας η οποία αποτελείται από την ποιοτική έρευνα στους πελάτες των Ελληνικών Τραπεζών.

Στο πρώτο κεφάλαιο εξετάζεται σε βάθος η έννοια του τραπεζικού συστήματος. Πιο συγκεκριμένα, γίνεται αναφορά στην έννοια της τράπεζας και της ικανοποίησης πελατών, στις κατηγορίες που διακρίνονται και τέλος, στην ιστορική αναδρομή και εξέλιξη του Ελληνικού Τραπεζικού Συστήματος.

Στο δεύτερο κεφάλαιο αναφέρεται η πορεία των 4 μεγαλύτερων Ελληνικών Τραπεζών. Ειδικότερα, επικεντρώνεται στα ιστορικά στοιχεία κάθε τράπεζας και στο ανθρώπινο δυναμικό της. Επίσης, εμπλουτίζεται η επαγγελματική εξέλιξη, οι δραστηριότητες και ο εθελοντισμός κάθε τράπεζας.

Στο τρίτο και τελευταίο κεφάλαιο, απαραίτητο για την διεξαγωγή της έρευνας, παρουσιάζεται το ερωτηματολόγιο το οποίο περιέχει 5 διχοτομικές ερωτήσεις, 1 ερώτηση απλής αξιολόγησης, 2 ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής και 9 ερωτήσεις κλειστού τύπου κλίμακας. Τα δεδομένα που συλλέχθηκαν αναλύθηκαν από το στατιστικό πρόγραμμα IBM SPSS v. 25 (**S**tatistical **P**ackage for the **S**ocial **S**ciences) για την βέλτιστη κατανόηση μέσω πινάκων και διαγραμμάτων. Εν κατακλείδι, ύστερα από τις αναλύσεις προκύπτει το συμπέρασμα ότι το καταναλωτικό κοινό των τραπεζών είναι αρκετά ικανοποιημένο από τις υπηρεσίες που τους παρέχονται.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

1.1 ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ

Τράπεζα 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.

Αργότερα, άρχισαν να συγκεντρώνουν κεφάλαια, που με αυτά χρηματοδοτούσαν τα κράτη και μάλιστα σε περίπτωση πολέμου. Με την επέλαση του δανεισμού κεφαλαίων και σε ιδιώτες δημιουργήθηκε ο σημερινός τύπος τραπεζών. Γενικά, τα σημερινά τραπεζικά ιδρύματα χωρίζονται σε τράπεζες καταθέσεων που δανείζονται κεφάλαια από ιδιώτες και τα δανείζουν σε τρίτους και σε εκδοτικές, που έχουν το προνόμιο να δίνουν τραπεζογραμμάτια αντί για μεταλλικό νόμισμα.

Οι τράπεζες αποτελούν σπουδαίο παράγοντα στην εμπορική και οικοδομική 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. (Δρ. Π. Α. Κιόχος- Δρ. Γ. Δ. Παπανικολάου 1993)

Η ευρεία έννοια της Τράπεζας διαχωρίζεται σε:

- ❖ **Κεντρική Τράπεζα** η οποία είναι το χρηματοπιστωτικό ίδρυμα που συντονίζει τις εγχώριες τράπεζες της χώρας μας ως προς τη γενική πολιτική τους και η τράπεζα που διαθέτει το εκδοτικό προνόμιο, την αρμοδιότητα δηλαδή να εκδίδει νέο χρήμα.
- ❖ **Εμπορική τράπεζα** η οποία παίρνει το ρόλο του οικονομικού μεσάζοντα. Συλλέγει κεφάλαια με τη συγκέντρωση των καταθέσεων από επιχειρήσεις και τους ιδιώτες διαχωρίζοντάς τις σε καταθέσεις όψεως, καταθέσεις ταμιευτηρίου και καταθέσεις ορισμένου χρόνου. Χορηγεί δάνεια στις επιχειρήσεις και τους ιδιώτες. Αγοράζει επίσης εταιρικά χρεώγραφα και κρατικά χρεώγραφα. Τα βασικά στοιχεία του παθητικού της είναι οι καταθέσεις και τα βασικά στοιχεία του ενεργητικού της είναι τα δάνεια και τα χρεώγραφα.
(ΠΗΓΗ: <https://el.wikipedia.org>)

1.2 ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΠΕΛΑΤΗ

Υπάρχουν δύο σχετικοί ορισμοί για τον όρο «πελάτης». Ο πρώτος ορισμός λέει πως: "πελάτης είναι ο άνθρωπος που αγοράζει τακτικά από μια εταιρία ή κατάσταση". Ο δεύτερος ορισμός λέει πως: "πελάτης είναι εκείνος με τον οποίον πρέπει να διαπραγματευτείς". Στην πράξη υπάρχουν μερικοί χαρακτηρισμοί για πελάτες, πριν καν αρχίσουν να αγοράζουν και να γίνονται τακτικοί, όπως π.χ.: δυνητικός πελάτης, μελλοντικός πελάτης, ζεστός πελάτης, υποψήφιος πελάτης κλπ. Είναι χαρακτηρισμοί που προσδιορίζουν μια συμπεριφορά από τη μεριά σας, η οποία είναι αντικείμενο Ποιοτικής Εξυπηρέτησης. Δεν πρέπει να περιμένει η εκάστοτε εταιρία να γίνει τακτικός πελάτης για να εξυπηρετηθεί ποιοτικά, γιατί σ' αυτή την περίπτωση μπορεί να περιμένει για μια ζωή. (Ρεγκούκος Π. 2000)

Ένα άλλο θέμα που πρέπει να ξεκαθαριστεί είναι σχετικά με το ποιος είναι ο πελάτης για την εταιρία, ποιες είναι οι προδιαγραφές που πρέπει αυτός να έχει και που στοχεύει η εταιρία, στον χώρο της αγοράς όσον αφορά στους πελάτες. Είναι αυτονόητο ότι τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες μιας εταιρίας δεν απευθύνονται σε όλη την αγορά, έστω και αν φαίνεται πως έτσι είναι. Αντίθετα, στοχεύει σ' ένα τμήμα της που έχει συγκεκριμένες ανάγκες, οι οποίες μπορούν να ικανοποιήσουν τα προϊόντα της εταιρίας, καλύτερα από αυτά του ανταγωνισμού. Συνεπώς, οι πελάτες που ανήκουν στο τμήμα της αγοράς αυτής έχουν κοινά χαρακτηριστικά, που πρέπει να προσδιοριστούν, για να γνωρίζει η εταιρία ποιος είναι ο δυνητικός πελάτης για την ίδια.

Επίσης, ο προσδιορισμός αυτός βγάζει την εταιρία από την παγίδα να συμπεριλάβει κάποιον πελάτη που ανήκει σε άλλο τμήμα της αγοράς, γεγονός που δημιουργεί σίγουρα προβλήματα, αφού οι ανάγκες του δεν μπορούν να ικανοποιηθούν με τον καλύτερο τρόπο από τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες της. Η μεγάλη σημασία στο σχεδιασμό και το υψηλό οικονομικό επίπεδο, είναι τα χαρακτηριστικά που διαθέτει το τμήμα της αγοράς που απευθύνεται η εταιρία αυτή .

Έτσι, η εταιρία θα πρέπει να δώσει έναν ορισμό στο δικό της πελάτη και να περιγράψει με όσο μεγαλύτερη ακρίβεια μπορεί τις ανάγκες και τις ιδιαίτερες επιθυμίες του, ώστε να μπορεί να τον αναγνωρίζει εύκολα και να τον εξυπηρετεί ποιοτικά. (Walton 1986)

Οι πελάτες μπορούν να διακριθούν στις παρακάτω κατηγορίες:

- ❖ Δυνητικοί πελάτες, είναι τα άτομα που έχουν την επιθυμία, το κίνητρο και τους απαιτούμενους οικονομικούς πόρους για την αγορά του προϊόντος/ υπηρεσίας.
- ❖ Εσωτερικοί πελάτες, είναι το προσωπικό της επιχείρησης
- ❖ Εξωτερικοί πελάτες, είναι οι αγοραστές ή χρήστες των τελικών προϊόντων και υπηρεσιών της επιχείρησης ή του οργανισμού.

Οι πελάτες μιας επιχείρησης ανάλογα με τη συχνότητα των αγορών που πραγματοποιούν από μια συγκεκριμένη επιχείρηση μπορούν να χωριστούν και στις εξής κατηγορίες:

- ❖ Νέοι πελάτες, πραγματοποιούν αγορές για πρώτη φορά.
- ❖ Ευκαιριακοί πελάτες, πραγματοποιούν αγορές χωρίς συγκεκριμένη περιοδικότητα.
- ❖ Τακτικοί πελάτες, πραγματοποιούν αγορές συνήθως σε τακτά χρονικά διαστήματα (εβδομάδα, μήνα, κ.λπ.).
- ❖ Πιστοί πελάτες, πραγματοποιούν αγορές από μια επιχείρηση για πολύ μεγάλο χρονικό διάστημα.
- ❖ Χαμένοι πελάτες, εκείνοι που έπαψαν να πραγματοποιούν αγορές από την επιχείρηση.
- ❖ Ανακτηθέντες πελάτες, εκείνοι που διέκοψαν τις συναλλαγές τους με την επιχείρηση για κάποιο χρονικό διάστημα και επανήλθαν. (Edosomwan 1993)

1.3 ΕΝΝΟΙΑ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΟΥ ΠΕΛΑΤΗ

Πολυάριθμες προσπάθειες έχουν πραγματοποιηθεί κατά καιρούς από ερευνητές για τον προσδιορισμό της έννοιας της ικανοποίησης και όλοι συγκλίνουν στην άποψη ότι η ικανοποίηση είναι το τελικό στάδιο μιας ψυχολογικής διαδικασίας. Σύμφωνα με τους Giese και Cote (1999), η ικανοποίηση μπορεί να οριστεί ως «μια συνοπτική και συναισθηματική αντίδραση ποικίλης διαβάθμισης που επικεντρώνεται σε συγκεκριμένες πτυχές της απόκτησης και/ή της κατανάλωσης και που λαμβάνει χώρα ακριβώς τη στιγμή που το άτομο αξιολογεί το αγαθό».

Οι Matzler and Sauerwein(2002) αναφέρουν πως «οι τράπεζες πρέπει να κατανοήσουν διεξοδικά τις ανάγκες των πελατών τους και να σχεδιάσουν προϊόντα και υπηρεσίες που ικανοποιούν και υπερβαίνουν τις προσδοκίες τους. Η ανάλυση σπουδαιότητας-απόδοσης (IPA) είναι μια ευρέως χρησιμοποιούμενη αναλυτική τεχνική που δίνει συνταγές για τη διαχείριση της ικανοποίησης των πελατών. Το IPA είναι ένα δισδιάστατο πλέγμα βάσει της αντιληπτής από τους πελάτες της σημασίας των χαρακτηριστικών υπηρεσιών και της απόδοσης των χαρακτηριστικών ».

Ο Kano σύμφωνα με τους Arbore A. και Bruno B.(2009), ήταν ο πρώτος που εισήγαγε την θεωρία των τριών παραγόντων της πελατειακής ικανοποίησης. Η θεωρία αυτή αργότερα επαναπροσδιορίστηκε και από άλλους ερευνητές, όπως οι Matzler and Sauerwein(2002) και Oliver(1997).

Διακρίνονται τρεις παράγοντες:

Βασικοί είναι εκείνοι οι παράγοντες που θεωρούνται απαραίτητοι. Η ύπαρξή τους δεν αυξάνει την ικανοποίηση του πελάτη, ενώ η απουσία τους προκαλεί δυσαρέσκεια. Στις χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες, ειδικά, αυτά τα χαρακτηριστικά συνδέονται με τον πυρήνα του προϊόντος, όπως οι καταθέσεις, οι χορηγήσεις, τα επιτόκια και όροι συνεργασίας.

Επιθυμητοί θεωρούνται εκείνοι οι παράγοντες που αφορούν τις κύριες ανάγκες και απαιτήσεις των πελατών. Η σχέση μεταξύ ικανοποίησης ή μη του πελάτη και ύπαρξης αυτών των χαρακτηριστικών είναι αναλογική. Τέτοια χαρακτηριστικά, αναφορικά με τις τράπεζες, θα μπορούσαν να είναι η ταχύτητα και ποιότητα εξυπηρέτησης, φιλική διάθεση και αντιμετώπιση από το προσωπικό και προσεγμένη εμφάνιση αυτού, ευχάριστο και μοντέρνο περιβάλλον, τήρηση υποσχέσεων και συνέπεια στις συναλλαγές.

Ελκυστικοί παράγοντες συγκεντρώνουν εκείνα τα στοιχεία που καθιστούν το προϊόν δελεαστικό, καθώς ο πελάτης δεν αναμένει την ύπαρξή τους. Όταν αυτά συναντώνται στην προσφερόμενη υπηρεσία δημιουργούν μεγάλη ικανοποίηση, ενώ η έλλειψή τους δε δημιουργεί δυσαρέσκεια. Στον τραπεζικό τομέα τέτοιου είδους στοιχεία αποτελούν η παροχή χρήσιμων επενδυτικών συμβουλών και η δυνατότητα ενημέρωσης στο χώρο του πελάτη, όπως το Internet, το Phone Banking και το e-Banking.

(ΠΗΓΗ: <http://mibes.teilar.gr/>)

1.4 ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΚΑΙ ΠΕΛΑΤΕΣ

Χωρίς πελάτες δεν υπάρχει επιχείρηση. Οι πελάτες είναι εκείνοι που τη συντηρούν και που πληρώνουν τους ανθρώπους της. Είναι αναγκαίο να κατανοηθεί αυτό, σαν ένα βήμα για τη δημιουργία της "συνείδησης εξυπηρέτησης" προς τον πελάτη. Όταν ένας πελάτης έρχεται σε επαφή με κάποιον άνθρωπο από την εταιρία, δεν το διακόπτει από τη δουλειά του, αντίθετα, αυτή η επαφή είναι η δουλειά του. Δυστυχώς, δεν υπάρχει αυτή η νοοτροπία στους υπαλλήλους, κυρίως της πρώτης γραμμής, και έτσι εξηγείται το απαράδεκτο ύφος που έχουν όταν υποδέχονται έναν πελάτη. Κυριολεκτικά τον διώχνουν, μόνο με τον τρόπο που προσπαθούν να τον εξυπηρετήσουν. Μια εξυπηρέτηση που τελικά είναι κακή, κάνει τον πελάτη να μην επιστρέψει. Το σημαντικό είναι πως, αν ο υπάλληλος δεν εξυπηρετήσει ποιοτικά τον πελάτη, αυτό που του μένει και που θα το περιγράψει σε ανθρώπους του κύκλου του είναι η κακή εικόνα για την επιχείρηση.

Ακόμα περισσότερο, η κακή εικόνα για το προϊόν. Υπάρχει άμεση σύνδεση ανάμεσα στο είδος της εξυπηρέτησης και στην εικόνα αυτή, ανεξάρτητα από αυτό που αντικειμενικά είναι η εταιρία ή το προϊόν. Ένα άριστο σε ποιότητα προϊόν μπορεί να "θαφτεί" στην αγορά από την εταιρία που το προωθεί, αν προσφέρει κακή εξυπηρέτηση στους πελάτες της. Για τον πελάτη η εταιρία είναι τα άτομα που την απαρτίζουν, οπότε πρέπει να έχουν άμεση και αμφίδρομη επικοινωνία. Αν τα άτομα δεν αντιπροσωπεύουν τις αξίες και τη φιλοσοφία της εταιρίας, τότε η εικόνα που θα δημιουργηθεί στον πελάτη για την εταιρία δεν θα είναι αληθινή. Αν ο πελάτης δε δημιουργήσει την πραγματική εικόνα, ποια εικόνα θα περιγράψει στον στενό του κύκλο;

Είναι αποδεδειγμένο άλλωστε από ανάλογες έρευνες ότι ο ευχαριστημένος πελάτης είναι η καλύτερη πηγή διαφήμισης και Μάρκετινγκ για την εταιρία. Η διαφήμιση που κάνει ο ευχαριστημένος πελάτης είναι ισχυρότερη από αυτήν που γίνεται στα διάφορα μέσα και επιπλέον είναι δωρεάν. Επίσης, παραλογισμός είναι να ξοδεύονται εκατομμύρια για να δημιουργηθεί μια σωστή εικόνα στους πελάτες και αυτή η εικόνα να καταστρέφεται με την πρώτη επαφή που θα έχουν με την εταιρία. Η διάδοση μιας καλής φήμης για την εταιρία θα της εξοικονομήσει μερικά εκατομμύρια από τη διαφήμιση που πρέπει να κάνει και, επιπλέον, θα της παγιώσει μια εικόνα που θα την ισχυροποιήσει σημαντικά έναντι του ανταγωνισμού. Όμως, ο ευχαριστημένος πελάτης διαφημίζει δωρεάν την εταιρία και μάλιστα με τον πιο αποτελεσματικό τρόπο: στόμα με στόμα. Η επιρροή που έχει ένας πελάτης που χρησιμοποίησε το προϊόν ή την υπηρεσία της εταιρίας είναι ισχυρότερη ακόμη και από το ισχυρότερο διαφημιστικό μέσο. Υπάρχουν πελάτες που είναι φανατικοί μιας εταιρίας, που στην κυριολεξία παίρνουν από το χέρι τους φίλους τους για να τους κάνουν και εκείνους πελάτες της. Από την άλλη μεριά, σαν πηγή Μάρκετινγκ, ο ευχαριστημένος πελάτης είναι πρόθυμος να δώσει πληροφορίες για την αγορά, τους ανταγωνιστές, τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους, και γενικότερα να εκφράζει ελεύθερα την γνώμη του, ώστε η εταιρία συνεχώς να γίνεται καλύτερη. (Ρεγκούκος Π. 2000)

1.5 ΣΧΕΣΗ ΤΡΑΠΕΖΑΣ-ΠΕΛΑΤΗ

Από τη σχέση του πελάτη με την τράπεζα απορρέουν ιδιαίτερες υποχρεώσεις του πιστωτικού ιδρύματος. Οι παρεπόμενες αυτές υποχρεώσεις έχουν ως στόχο την προστασία του πελάτη-αντισυμβαλλόμενου της τράπεζας οι οποίες πηγάζουν από ορισμένες ιδιαιτερότητες αυτής της σχέσης:

- ❖ **Υπεροχή πληροφόρησης:** η τράπεζα καθότι επαγγελματίας υπερέχει ως προς την πληροφόρηση σχετικά με την αγορά και τον χρηματοπιστωτικό τομέα. Ως εκ τούτου μπορεί να προκύψει υποχρέωση της τράπεζας να ενημερώσει τον πελάτη της σχετικά με ορισμένα θέματα.
- ❖ **Εμπιστευτικός χαρακτήρας:** η σχέση τράπεζας-πελάτη έχει ιδιαίτερο εμπιστευτικό χαρακτήρα καθότι η τράπεζα γνωρίζει ευαίσθητα και προσωπικού χαρακτήρα στοιχεία για τον πελάτη της όπως π.χ. η πιστοληπτική του ικανότητα.
- ❖ **Εξάρτηση υπόστασης πελάτη από την σχέση:** πολλές φορές η οικονομική υπόσταση του πελάτη εξαρτάται από την συμπεριφορά της τράπεζας π.χ. η συνέχιση χρηματοδότησης.
- ❖ **Διαπραγματευτική υπεροχή:** τα πιστωτικά ιδρύματα κατά κανόνα έχουν μεγαλύτερη οικονομική ισχύ από τον πελάτη τους και ως εκ τούτου μεγαλύτερη διαπραγματευτική ισχύ.
- ❖ **Κομμάτι της οικονομίας:** τα πιστωτικά ιδρύματα δεν αποτελούν απλώς εμπορικές επιχειρήσεις, αλλά επιτελούν σημαντικότατο ρόλο για την ανάπτυξη και την ομαλή λειτουργία της εθνικής οικονομίας. Έτσι, έχουν αυξημένες υποχρεώσεις τόσο προς τις

επιχειρήσεις τις οποίες χρηματοδοτούν, όσο και προς τους απλούς καταθέτες που τους εμπιστεύονται με την προστασία των καταθέσεων τους.

Η νομική θεμελίωση των παραπάνω υποχρεώσεων αμφισβητείται. Η γερμανική θεωρία υποστηρίζει ότι μεταξύ πελάτη και τράπεζας που συνάπτουν σύμβαση διαρκείας, συνάπτεται και μία σύμβαση-πλαίσιο, η *γενική τραπεζική σύμβαση*, από την οποία και απορρέουν οι αυξημένες υποχρεώσεις της τράπεζας. Ωστόσο, η θέση αυτή αμφισβητείται εντόνως και υποστηρίζεται ότι οι υποχρεώσεις της τράπεζας βασίζονται απλώς στην καλή πίστη, τα συναλλακτικά ήθη, την ευθύνη από διαπραγματεύσεις και στην θέση του πελάτη της ως καταναλωτή, δεδομένης και της ισχυρότερης θέσης της τράπεζας, όπως εκτέθηκε παραπάνω.

(ΠΗΓΗ: <https://www.studocu.com/> Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών.)

1.6 ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ

Ο τραπεζικός τομέας αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες της οικονομίας μιας χώρας. Για να είναι ισχυρή μια οικονομία πρέπει και το χρηματοπιστωτικό της σύστημα να είναι ισχυρό. Το τραπεζικό σύστημα είναι η «**σπονδυλική στήλη**» του χρηματοπιστωτικού συστήματος μιας χώρας. Είναι καθοριστικός παράγοντας για την ανάπτυξη της εθνικής οικονομίας, εξασφαλίζοντας ρευστότητα για την χρηματοδότηση δυναμικών κλάδων της οικονομίας και καινοτόμων επενδυτικών πρωτοβουλιών. Μια χώρα δεν μπορεί να έχει αναπτυγμένη οικονομία δίχως ένα αναπτυγμένο τραπεζικό σύστημα, καθώς επίσης δεν μπορεί να υφίσταται υγιές τραπεζικό σύστημα όταν η οικονομία της χώρας εμφανίζει προβλήματα και δεν στηρίζεται σε γερά θεμέλια.

Η σημασία του χρηματοπιστωτικού συστήματος έγκειται σε μια σειρά από λειτουργίες που αυτό επιτελεί. Η πρώτη και σημαντικότερη λειτουργία του είναι η μεσολάβηση μεταξύ των ελλειμματικών και πλεονασματικών οικονομικών μονάδων και η ορθολογική κατανομή των διαθέσιμων κεφαλαίων. Μάλιστα, όσο πιο ορθολογική είναι η κατανομή των κεφαλαίων τόσο καλύτερα αναπτύσσεται μια οικονομία. Η δεύτερη του χρηματοπιστωτικού συστήματος είναι η εισαγωγή νέων και καλύτερα σχεδιασμένων χρηματοοικονομικών προϊόντων τα οποία ικανοποιούν τις καταναλωτικές και επενδυτικές ανάγκες. Η τρίτη λειτουργία αφορά στην ελαχιστοποίηση του κινδύνου απώλειας των κεφαλαίων. Η τελευταία εκ των βασικότερων λειτουργιών του χρηματοπιστωτικού συστήματος αντανάκλαται στη μείωση του κόστους πληροφόρησης και του κόστους συναλλαγών. (Νούλας, Α.Γ 2005)

Στον τραπεζικό κλάδο, η διαχείριση του κόστους, η ανάπτυξη καινοτομικών υπηρεσιών και η ικανοποίηση των πελατών, δύνανται να επιτευχθούν με την εκμετάλλευση των νέων τεχνολογιών. Αρχικά, θα πρέπει να σημειωθεί ότι η διαχείριση της τεχνολογίας των πληροφοριών διαδραματίζει κρίσιμο ρόλο, ιδίως σε τομείς υπηρεσιών όπως ο τραπεζικός κλάδος, στον οποίο το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα δύναται να βασιστεί στην αξιοπιστία και στην πληροφόρηση. Οι τραπεζικοί οργανισμοί οφείλουν να σχεδιάζουν και να εφαρμόζουν συστήματα διοίκησης πληροφοριών με δυνατότητες υποστήριξης της καινοτομίας, της δημιουργικότητας και της αλληλεπίδρασης με το επιχειρηματικό περιβάλλον. (Trivellas & Santouridis, 2013).

Σε επίπεδο χρηματιστηριακής συμπεριφοράς, ο τραπεζικός κλάδος γνώρισε ιδιαίτερη άνθηση κατά τα τελευταία δύομισι και πλέον χρόνια στην Ελλάδα, με τις προοπτικές του να παραμένουν ακόμη και σήμερα μάλλον θετικές. Οι μετοχές τραπεζών όπως οι Εθνική Τράπεζα, Alpha Bank, EFG Eurobank, καθώς και η Τράπεζα Πειραιώς, έχουν να επιδείξουν σημαντική άνοδο στις τιμές τους, με αποτέλεσμα αρκετά επενδυτικά κεφάλαια, κυρίως ξένων θεσμικών επενδυτών, να έχουν τοποθετηθεί στις εν λόγω μετοχές ή να έχουν ήδη ρευστοποιήσει ορισμένα από τα κεφαλαιακά τους κέρδη.

Η προσοχή των επενδυτών παραμένει στραμμένη, εδώ και αρκετά χρόνια, στα θεμελιώδη μεγέθη των εν λόγω τραπεζικών ιδρυμάτων (όπως έσοδα από τόκους, καθαρά κέρδη, κεφαλαιακή επάρκεια, κ.λ.π.), προκειμένου αυτά να αποτελέσουν κριτήριο για τις εκάστοτε επενδυτικές τους αποφάσεις, ενώ από τις αρχές του 2005, η υιοθέτηση των Διεθνών Λογιστικών Προτύπων (ΔΛΠ) από όλες τις εισηγμένες στο ελληνικό χρηματιστήριο εταιρίες, αποτέλεσε το νέο βαρόμετρο για την πορεία των οικονομικών μεγεθών και του τραπεζικού κλάδου.

Βάσει των αποτελεσμάτων που έχουν ανακοινωθεί έως σήμερα, οι ελληνικές τράπεζες παραμένουν σε τροχιά βελτίωσης των εσόδων και των κερδών τους, με ταυτόχρονη ανάκαμψη των επιτοκιακών περιθωρίων τους (net interest margins).

Ειδικότερα, θετικές προοπτικές παρουσιάζει η αγορά της στεγαστικής πίστης στην Ελλάδα, με τα στεγαστικά δάνεια να γνωρίζουν σταθερή αύξηση λόγω της ενισχυμένης ζήτησης για την αγορά κατοικιών σε περιόδους χαμηλών επιτοκίων όπως η σημερινή. Στον τομέα αυτό, κυριαρχεί παραδοσιακά η Εθνική Τράπεζα, και ακολουθούν στενά οι EFG Eurobank, Alpha Bank και Τράπεζα Πειραιώς, οι οποίες αν και δυναμικά, εισήλθαν μόλις τα τελευταία χρόνια στην εν λόγω αγορά κατοικιών, εντούτοις κατόρθωσαν να κατακτήσουν σημαντικά μερίδια αγοράς.

Είναι όμως πλέον «κοινό μυστικό» ότι η λιανική τραπεζική αποτελεί εκείνον τον τομέα που δημιουργεί τη «διαφορά» για τα έσοδα και την κερδοφορία των ελληνικών εμπορικών τραπεζών, όχι μόνον κατά την τρέχουσα περίοδο, αλλά και για τα τελευταία αρκετά έτη. Τόσο τα καταναλωτικά δάνεια όσο και οι πιστωτικές κάρτες εμφανίζουν ιδιαίτερα υψηλούς ρυθμούς ανόδου, με αποτέλεσμα να διατηρούν τα περιθώρια κέρδους των εν λόγω τραπεζών σε ιδιαίτερα ικανοποιητικά επίπεδα, καθώς τα yield spreads στα εν λόγω δάνεια είναι από τα υψηλότερα μεταξύ άλλων κατηγοριών δανεισμού. Στο χώρο της λιανικής τραπεζικής και ειδικότερα της καταναλωτικής πίστης ξεχωρίζει ιδιαίτερα η EFG Eurobank, η οποία πριν από αρκετά χρόνια ήταν η πρώτη τράπεζα που διείσδυσε με επιθετικό τρόπο σε αυτόν τον τομέα δανείων, ενώ σήμερα έχοντας δημιουργήσει ένα αρκετά μεγάλο χαρτοφυλάκιο δανείων και πιστωτικών καρτών, φαίνεται διακριτικά να μην επιζητά άλλο την περαιτέρω επέκτασή του. Στη λιανική τραπεζική ακολουθούν τόσο η Εθνική Τράπεζα όσο και οι Alpha Bank και Τράπεζα Πειραιώς, οι οποίες διείσδυσαν σε μεταγενέστερη χρονική στιγμή σε αυτήν την αγορά.

Στον τομέα των επιχειρηματικών δανείων – που περιλαμβάνουν δάνεια προς μικρομεσαίες αλλά και μεγάλες επιχειρήσεις – οι ελληνικές εμπορικές τράπεζες συνεχίζουν να αναπτύσσουν τα χαρτοφυλάκιά τους από χρόνο σε χρόνο, αλλά με μικρότερους ρυθμούς σε σύγκριση με εκείνους που παρατηρούνται στη στεγαστική πίστη και στη λιανική τραπεζική. Ο τομέας των επιχειρηματικών δανείων αποτελεί το μεγαλύτερο τμήμα του συνολικού χαρτοφυλακίου δανείων των εγχώριων τραπεζικών ιδρυμάτων, χαρακτηρίζεται όμως από μικρότερα yield spreads και χαμηλότερα περιθώρια κέρδους.

Σημειώνεται ότι το ελληνικό τραπεζικό σύστημα παραμένει σαφώς πιο «συγκεντρωμένο» σε σύγκριση με τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, καθώς οι 4 μεγαλύτερες εμπορικές τράπεζες ελέγχουν το 70% περίπου της συνολικής τραπεζικής αγοράς. Παράλληλα, οι εγχώριες εμπορικές τράπεζες δραστηριοποιούνται ως «παραδοσιακά» τραπεζικά ιδρύματα, με τα κύρια έσοδά τους να προέρχονται από τόκους επί δανείων και άλλες τραπεζικές εργασίες. Είναι χαρακτηριστικό ότι το καθαρό επιτοκιακό τους έσοδο αποτελεί το 70% των συνολικών τους εσόδων (τα οποία δύνανται να περιλαμβάνουν και άλλα έσοδα όπως προμήθειες, κέρδη από χρηματοοικονομικές πράξεις κ.λ.π.), ενώ η αντίστοιχη σχέση σε άλλες ευρωπαϊκές τράπεζες διαμορφώνεται στο 50% κατά μέσο όρο.

Όσον αφορά στην πορεία των καταθέσεων θα πρέπει να επισημανθεί ότι τα μερίδια αγοράς των εμπορικών τραπεζών είναι ήδη «εδραιωμένα» και αναμένονται πολύ μικρές διαφοροποιήσεις στο άμεσο ή απώτερο μέλλον. Η Εθνική Τράπεζα κατέχει τη μερίδα του

λέοντος, ενώ ακολουθούν με μικρότερη ή μεγαλύτερη διαφορά οι υπόλοιπες εμπορικές τράπεζες. Παρά το γεγονός ότι η άνοδος των χαρτοφυλακίων δανείων των εμπορικών τραπεζών παραμένει διψήφια ως ποσοστό σε ετήσια βάση, η επέκταση των καταθέσεων παρουσιάζει ανεπαίσθητες μεταβολές ιδιαίτερα στις μεγαλύτερες σε μέγεθος εμπορικές τράπεζες. Οι περισσότερες τράπεζες έχουν χρησιμοποιήσει το μεγαλύτερο μέρος ή το σύνολο των καταθέσεων τους για τη χορήγηση κάθε είδους δανείων, με μοναδική ίσως εξαίρεση την Εθνική Τράπεζα, στην οποία ο δείκτης δάνεια προς καταθέσεις διαμορφώνεται περίπου στην περιοχή του 70%, στοιχείο το οποίο της προσφέρει περιθώρια για «φθηνή» χρηματοδότηση μιας περαιτέρω ανάπτυξης του χαρτοφυλακίου των δανείων της.
(ΠΗΓΗ: www.iraj.gr Investment Research & Analysis Journal)

1.7 Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ

Επί κυβέρνησης Καποδίστρια φαίνεται επιτακτική η ανάγκη ανάπτυξης ενός τραπεζικού συστήματος για την ικανοποίηση των αναγκών της οικονομίας, της μείωσης της τοκογλυφίας και τη βοήθεια στη γεωργία. Έτσι, το 1828 συστήθηκε η Εθνική Χρηματοδοτική Τράπεζα. Οι γενικότερες πολιτικοοικονομικές συνθήκες της περιόδου αυτής, η περιορισμένη τραπεζική δραστηριότητα της τράπεζας αυτής, η αποτυχία της να αναπτύξει την εμπιστοσύνη του κόσμου σ' αυτήν και οι λίγες αποταμιεύσεις που έγιναν, κατέληξε στη διάλυση της το έτος 1834.

Στις 30 Μαρτίου του 1841 ιδρύθηκε η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδας (ΕΤΕ), που αποτέλεσε τη βάση για την ανάπτυξη της Ελληνικής Οικονομίας.

Δύο όμιλοι κεφαλαιούχων, από τους οποίους ο ένας αποτελείτο από Έλληνες και Γάλλους, ο δε άλλος από Άγγλους κεφαλαιούχους, υπέβαλαν σχετικές προτάσεις στην κυβέρνηση, η οποία ήλθε σε συμφωνία με τον Άγγλο Γκλάς (εκπρόσωπο του ομίλου Ράιτ) και εξέδωσε νόμο (25/1/1836) για τη σύσταση Εθνικής Τράπεζας, που θα είχε σκοπό την ανάπτυξη της γεωργίας, της βιομηχανίας, του εμπορίου και της ναυτιλίας. Παρά όμως τη συμφωνία που έγινε, ο Ράιτ διατύπωσε ορισμένες επιφυλάξεις και ο νόμος για τη σύσταση της ΕΤΕ παρέμεινε μόνο στα χαρτιά. Στο μεταξύ, ο Ελβετός Εϋνάρδος απέστειλε στον Έλληνα φίλο του Γ. Σταύρο 500.000 δρχ. με την εντολή να αντιμετωπίσει την περίπτωση ανάπτυξης τραπεζικών εργασιών στην Ελλάδα.

Έγιναν διάφορα διαβήματα προς την τότε κυβέρνηση, η οποία δέχτηκε να βοηθήσει στη δημιουργία νέας τράπεζας με συμμετοχή 1.000 μετόχων.

Η εξέλιξη των γεγονότων αυτών συνετέλεσε στην κατάργηση νόμου 1836 και την έκδοση του νόμου με ημερομηνία 30 Μαρτίου 1841 που συνέστησε και θεμελίωσε στην πράξη τραπεζικό ίδρυμα με την επωνυμία Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος.

Το κεφάλαιο της Εθνικής Τράπεζας ορίστηκε με νόμο σε 500.000 δρχ. και παραχωρήθηκε σ' αυτή το δικαίωμα έκδοσης τραπεζικών γραμματίων. Με βασιλικά διατάγματα που εκδόθηκαν αργότερα, καθορίστηκαν οι υποχρεώσεις και τα δικαιώματα των μετόχων και ρυθμίστηκαν τα της διοίκησης και της εσωτερικής λειτουργίας.

Το Νοέμβριο του 1841 συνήλθαν οι μέτοχοι σε προπαρασκευαστική συνέλευση για να ρυθμίσουν τα βασικά προβλήματα λειτουργίας της τράπεζας. Στην πρώτη συνέλευση εκλέχθηκε Διευθυντής Τράπεζας ο Γ. Σταύρου. Υποδιευθυντής ο κος Κ. Βρανής, τακτικοί σύμβουλοι οι κ. Α. Ρουζιού και Εμμ. Μενεσθεύς.

Το πρώτο υποκατάστημα της τράπεζας ιδρύθηκε στη Σύρο το 1843 και το δεύτερο στην Πάτρα το έτος 1846.

Κατά το έτος 1848 η τράπεζα αντιμετώπισε την πρώτη οικονομική κρίση λόγω των πολιτικών γεγονότων στην Ευρώπη, που είχαν επίδραση στις εξωτερικές πιστώσεις που είχαν ανασταλεί. Στη συνέχεια, η κρίση στο εμπόριο χειροτέρευσε την κατάσταση, γιατί οι έμποροι δεν μπορούσαν να ικανοποιήσουν τις υποχρεώσεις τους προς την τράπεζα. Την κρίση αυτή την πέρασε με επιτυχία η τράπεζα και, αργότερα, επέκτεινε τις εργασίες της. Είναι βέβαιο γεγονός, ότι η ΕΤΕ αποτέλεσε τον άξονα της οικονομικής ζωής της χώρας και της οικονομικής ανάπτυξης της.

Το έτος 1876 αποφασίστηκε η Εθνική Τράπεζα να βοηθήσει με τη συμμετοχή της στην ίδρυση εταιρείας 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 ΕΤΕ δεν κατορθώθηκε να αποφευχθεί η πτώχευση του ελληνικού κράτους.

Το 1914 λειτουργεί το ταχυδρομικό ταμιευτήριο σαν αυτόνομη κρατική υπηρεσία από την εποπτεία του υπουργείου συγκοινωνιών. Το 1927 η Εθνική ίδρυσε την κτηματική τράπεζα και παραχώρησε τον τομέα της στεγαστικής Πίστης.

Στις 22 Μαΐου 1928 ιδρύθηκε εκδοτική τράπεζα, που ονομάστηκε Τράπεζα της Ελλάδος, σ' αυτή μεταβιβάστηκε το εκδοτικό προνόμιο και οι υποχρεώσεις που απορρέουν από την πιστωτική κυκλοφορία και, κατά συνέπεια, αφαιρέθηκαν από την ΕΤΕ. Την 1η Μαρτίου 1928 η Γενική Συνέλευση των μετόχων της ΕΤΕ τροποποίησε το καταστατικό της τράπεζας σύμφωνα με τις νέες συνθήκες και εξέλεξε Διοικητή τον Γ. Δροσόπουλο αντί του Αλ. Διομήδη, που διορίστηκε Διοικητής στην Τράπεζα της Ελλάδος. Το 1929 ιδρύθηκε η Αγροτική Τράπεζα ως αυτόνομος τραπεζικός οργανισμός.

Ο Ν. 2292 του 1953 εξουσιοδοτεί τη Διοίκηση για την αναγκαστική συγχώνευση των τραπεζικών επιχειρήσεων. Ο νόμος αυτός επέβλεπε κυρίως στη συγχώνευση των δύο τραπεζών Εθνικής και Αθηνών, πράγμα που έγινε με βάση το βασιλικό διάταγμα 26/2/1953 και συνεστήθη ανώνυμος τραπεζική εταιρεία με την επωνυμία «Εθνική Τράπεζα Ελλάδος και Αθηνών». Η ΕΤΕ παραμένει και σήμερα η πρώτη εμπορική τράπεζα της χώρας, ελέγχει την τράπεζα Επαγγελματικής Πίστωσης, τη Στεγαστική Τράπεζα, και μετέχει στην ΕΤΒΑ και σε μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων και ελέγχει τις ασφαλιστικές εταιρείες ΕΘΝΙΚΗ και ΑΣΤΗΡ.

Το 1963 δημιουργήθηκε η Εθνική Τράπεζα Επενδύσεων και Βιομηχανικής ανάπτυξης όπου κύριος σκοπός ήταν η προώθηση βιομηχανικών και άλλων συναφών δραστηριοτήτων καθώς και η ανάπτυξη της κεφαλαιαγοράς στην χώρα μας. Και έτσι φτάνουμε στο σήμερα όπου χαρακτηριστικό της τραπεζικής αγοράς είναι ο ανταγωνισμός, μεταρρυθμίσεις, τεχνολογικές καινοτομίες συγχώνευσης κ.α. που θα αναλύσουμε παρακάτω. (Δρ. Π. Α. Κιόχος- Δρ. Γ. Δ. Παπανικολάου 1993)

1.8 ΣΥΓΧΩΝΕΥΣΕΙΣ ΤΡΑΠΕΖΩΝ

Οι τράπεζες που έχουν συγχωνευτεί με τις 4 μεγαλύτερες εμπορικές τράπεζες στον ελληνικό κλάδο είναι οι εξής:

❖ Από την **Τράπεζα Πειραιώς** οι:

1. ΑΤΕbank - Πρώην Αγροτική Τράπεζα της Ελλάδος. Ιδρύθηκε το 1929, ως "αυτόνομος τραπεζικός οργανισμός κοινωφελούς χαρακτήρος". Το υγιές τμήμα της απορροφήθηκε τον Ιούλιο του 2012.
2. Geniki Bank- Πρώην Γενική Τράπεζα της Ελλάδος. Απορροφήθηκε το 2014.

3. Εγνατία Τράπεζα - Συγχωνεύθηκε με τη Marfin Bank, η οποία αργότερα έγινε Cyprus Popular Bank και το ελληνικό της τμήμα συγχωνεύθηκε με την Τράπεζα Πειραιώς.
4. Ελληνική Τράπεζα - Συγχωνεύθηκε το 2013.
5. Λαϊκή Τράπεζα(Κύπρου) - Το ελληνικό της τμήμα συγχωνεύθηκε το 2013.
6. Πανελλήνια Τράπεζα.
7. Τράπεζα Κεντρικής Ελλάδος.
8. Τράπεζα Μακεδονίας-Θράκης.
9. Τράπεζα Χίου.
10. Τράπεζα Millennium Bank.
11. Marfin Egnatia Bank.

❖ Από την **Eurobank** οι:

1. Δωρική Τράπεζα (1990) - Αντάλλαξε μετοχές το καλοκαίρι του 1999 με την Telesis Χρηματιστηριακή και μετονομάστηκε Telesis Investment Bank ή Τέλεσις επενδυτική τράπεζα. Συγχωνεύτηκε το 2001.
2. Νέα Proton Τράπεζα.
3. Δίκτυο Νέο Ταχυδρομικό Ταμιευτήριο.
4. Τράπεζα Αθηνών (1992).
5. Τράπεζα Εργασίας.
6. Τράπεζα Κρήτης (1980).

❖ Από την **Alpha Bank** οι:

1. Emporiki Bank-Πρώην Εμπορική Τράπεζα της Ελλάδος. Απορροφήθηκε το 2013.
2. Ιονική Τράπεζα- Ιδρύθηκε το 1839 με την ονομασία, Ιονική και Λαϊκή Τράπεζα. Το 1999 η Ιονική τράπεζα έρχεται υπό τον έλεγχο της Alpha Τράπεζας Πίστewς στα πλαίσια διαδικασίας αποκρατικοποιήσεων της τότε Ελληνικής κυβέρνησης. Ένα χρόνο αργότερα το 2000 συγχωνεύονται οι δύο τράπεζες δημιουργώντας την Alpha Bank.
3. Citibank international.

❖ Από την **Εθνική Τράπεζα** οι :

1. Τράπεζα Αθηνών (1893/1894).
2. Τράπεζα Probank.
3. FBB Πρώτη Επιχειρηματική Τράπεζα.
(ΠΗΓΗ: <https://el.wikipedia.org/>)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

2.1 ΙΣΤΟΡΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Η Τράπεζα Πειραιώς -μητρική εταιρεία του Ομίλου Πειραιώς- ιδρύθηκε το 1916, και αποτελεί την κορυφαία τράπεζα στην Ελλάδα με βάση τα μερίδια αγοράς δανείων, και παρουσία δικτύου. Η Τράπεζα Πειραιώς παρέχει πλήρες φάσμα τραπεζικών εργασιών, με ιδιαίτερη τεχνογνωσία στις υπηρεσίες προς μεσαίες και μικρές επιχειρήσεις και προς ιδιώτες, στην ηλεκτρονική τραπεζική, καθώς και στην κεφαλαιαγορά. Οι μετοχές της Τράπεζας είναι εισηγμένες στο Χρηματιστήριο Αθηνών (Χ.Α.) από το 1918.

Το 2000 απορρόφησε τις Τράπεζες Χίου και Μακεδονίας-Θράκης, ενώ το 2003 απορρόφησε την ETBAbank. Στο πλαίσιο της αναδιάρθρωσης του ελληνικού τραπεζικού συστήματος, η Τράπεζα Πειραιώς πραγματοποίησε τέσσερις σημαντικές επιχειρηματικές κινήσεις, αναβαθμίζοντας σημαντικά τη θέση και παρουσία του Ομίλου στις τραπεζικές εργασίες στην Ελλάδα: τον Ιούλιο 2012 η Τράπεζα απέκτησε το «υγιές» τμήμα της Αγροτικής Τράπεζας, το Δεκέμβριο 2012 εξαγόρασε το συνολικό ποσοστό συμμετοχής της Societe Generale στη Γενική Τράπεζα (99%), και το Μάρτιο του 2013 απέκτησε τις τραπεζικές δραστηριότητες στην Ελλάδα της Τράπεζας Κύπρου, της Cyrgus Popular Bank και της Ελληνικής Τράπεζας. Τον Ιούνιο 2013, η Τράπεζα Πειραιώς απέκτησε τη Millennium Bank Ελλάδας και τον Απρίλιο 2014 απέκτησε το «υγιές» τμήμα της Πανελληνίας Τράπεζας.

2.2 Η ΤΡΑΠΕΖΑ

Η Τράπεζα Πειραιώς ηγείται ομίλου επιχειρήσεων, που καλύπτουν το σύνολο των εργασιών και δραστηριοτήτων του χρηματοοικονομικού τομέα στην Ελλάδα.

Σήμερα, κατέχει την πρώτη θέση στις χρηματοδοτήσεις επιχειρήσεων, με μερίδιο αγοράς 32% και υπόλοιπα ύψους περίπου €30 δισ. Η Τράπεζα Πειραιώς διαθέτει ιδιαίτερη τεχνογνωσία στο χώρο των μεσαίου και μικρού μεγέθους επιχειρήσεων, στον αγροτικό τομέα (agri banking), στην καταναλωτική-στεγαστική πίστη, στην πράσινη τραπεζική (green banking), στην παροχή υπηρεσιών κεφαλαιαγοράς και επενδυτικής τραπεζικής, καθώς και στην αγορά της leasing και factoring. Το σύνολο αυτών των υπηρεσιών προσφέρεται μέσα από το εκτεταμένο δίκτυο των **778 καταστημάτων με 14.300 περίπου εργαζόμενους και 1.910 περίπου ATM της Τράπεζας στην Ελλάδα**, καθώς και από την καινοτόμο πλατφόρμα ψηφιακής τραπεζικής winbank.

Η Τράπεζα Πειραιώς επιδιώκοντας τη διαφοροποίησή της μέσω της παροχής υψηλού επιπέδου εξυπηρέτησης πελατών, υιοθετεί τις πλέον σύγχρονες διεθνώς καινοτομίες και τεχνολογικές λύσεις. Σε αυτό το πλαίσιο δημιουργήθηκε και λειτουργεί από το 2016 το

αυτοματοποιημένο ηλεκτρονικό κατάστημα “e-branch”, το οποίο αποτελεί μια εντελώς νέα αντίληψη για την ελληνική αγορά. Η Πειραιώς διαθέτει σήμερα 10 e-branches στα οποία πραγματοποιούνται συναλλαγές με ταχύτητα, ευκολία και ασφάλεια.

2.2.1 Κύριοι στόχοι της Τράπεζας Πειραιώς είναι:

α) η ενίσχυση των πηγών εσόδων και η λειτουργική αποτελεσματικότητα για την παραγωγή διατηρήσιμης κερδοφορίας

β) η βελτίωση της ποιότητας του ενεργητικού μέσω της συνεπούς εκτέλεσης του πλάνου μείωσης των μη εξυπηρετούμενων ανοιγμάτων (ΜΕΑ) με ορίζοντα το 2021

γ) η περαιτέρω ενίσχυση των κεφαλαιακών αποθεμάτων

δ) η αύξηση των υγιών χρηματοδοτήσεων ως μέσου στήριξης της οικονομικής ανάπτυξης της χώρας.

Με την επιστροφή στην κερδοφορία, την ενδυνάμωση του ισολογισμού, και την αποφασιστικότητα για ισχυρή εταιρική διακυβέρνηση και σύστημα εσωτερικών ελέγχων, η Τράπεζα Πειραιώς έχει θέσει τα θεμέλια για διατηρήσιμη ανάπτυξη.

Σε συνέχεια των δύο συναλλαγών ορόσημο κατά τη διάρκεια του 2019 -την έκδοση ομολόγου Tier 2 και τη στρατηγική συνεργασία με την Intrum για τη διαχείριση μη εξυπηρετούμενων ανοιγμάτων και ακίνητης περιουσίας στην ιδιοκτησία της Τράπεζας (REO)- καθώς και της συνεχιζόμενης παραγωγής κεφαλαίων μέσω οργανικών και μη οργανικών δράσεων, η Τράπεζα κατάφερε να αυξήσει τα εποπτικά της κεφάλαια σε επίπεδα σημαντικά υψηλότερα των συνολικών κεφαλαιακών απαιτήσεων.

Ο pro-forma συνολικός δείκτης κεφαλαιακής επάρκειας του Ομίλου ανήλθε στο 16,0%, προσαρμοσμένος για την πώληση χαρτοφυλακίων ΜΕΑ, την επίπτωση από τη συμφωνία για την εταιρεία διαχείρισης ΜΕΑ και τα κέρδη 9μήνου 2019, ενώ ο δείκτης κεφαλαιακής επάρκειας Βασικών Ιδίων Κεφαλαίων (CET-1) του Ομίλου ανήλθε στο 15,1%, pro-forma για τα προαναφερόμενα στοιχεία.

Ενισχύει τις προσπάθειες της και εργάζονται σκληρά για να κάνουν την Τράπεζα τους καλύτερη και ισχυρότερη. Στο 9μηνο του 2019, η Τράπεζα Πειραιώς σημείωσε απόδοση 2,0% επί των ενσώματων κεφαλαίων της, με ευνοϊκές προοπτικές καθώς συνεχίζουν την υλοποίηση του οδικού χάρτη "Agenda 2023".

Η Τράπεζα Πειραιώς, πρόσφατα παρουσίασε τον οδικό χάρτη με την επωνυμία "Agenda 2023", που αντανάκλα το όραμά της να είναι η πλέον αξιόπιστη Τράπεζα στην Ελλάδα. Η Τράπεζα Πειραιώς έχει τρεις βασικούς πυλώνες στο "Agenda 2023". Ο πρώτος πυλώνας περιλαμβάνει Στρατηγικούς Στόχους, οι οποίοι απαρτίζονται από συγκεκριμένες, μετρήσιμες επιδιώξεις που έχουν τεθεί στην κατεύθυνση της πλήρους αποκατάστασης των θεμελιωδών της Τράπεζας και της ενίσχυσης της κερδοφορίας της. Δεύτερος πυλώνας είναι η Ικανοποίηση των Ενδιαφερομένων Μερών και συνιστά την πλέον βασική προτεραιότητα της Τράπεζας. Ενδιαφερόμενα μέρη για την Τράπεζα Πειραιώς είναι οι πελάτες, οι μέτοχοι, οι εργαζόμενοι, οι προμηθευτές και η κοινωνία γενικότερα. Τρίτος πυλώνας είναι οι Διατηρήσιμες Λύσεις, οι οποίες θα εφαρμοσθούν πλήρως και αποτελεσματικά και θα επιτρέψουν στην Τράπεζα να αναπτύξει το πλήρες δυναμικό της, με στόχο τη δημιουργία αξίας από όλες τις λειτουργίες της. Αυτές οι Λύσεις αφορούν κυρίως τον περιορισμό των

κινδύνων ενεργητικού, την αύξηση των αποδοτικών στοιχείων ενεργητικού και την αποτελεσματικότητα & απλούστευση διαδικασιών.

Οι κύριοι χρηματοοικονομικοί στόχοι του “Agenda 2023” είναι:

- ❖ Δείκτης Κόστους προς Έσοδα κοντά στο 40%
- ❖ Μονοψήφιος δείκτης Μη Εξυπηρετούμενων Ανοιγμάτων
- ❖ Υψηλό μονοψήφιο επίπεδο Απόδοσης Ενσώματων Ιδίων Κεφαλαίων (RoTE)
- ❖ Εποπτικά κεφάλαια ~200mb υψηλότερα της εποπτικής απαίτησης

2.3 ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ

Για τον Όμιλο Τράπεζας Πειραιώς, το ανθρώπινο δυναμικό αποτελεί την κινητήρια δύναμη ανάπτυξης και επιτυχίας σε κάθε στόχο της. Μέσω του προγραμματισμού ανθρώπινου δυναμικού επιδιώκεται ο ακριβής καθορισμός των αναγκών σε ανθρώπινο δυναμικό και η επαρκής στελέχωση του Ομίλου με τον πλέον αποτελεσματικό και αντικειμενικό τρόπο (σε επίπεδο δεξιοτήτων, ικανοτήτων, γνώσεων, προϋπηρεσίας, ομαδικότητας, στρατηγικού προσανατολισμού κλπ.).

Βασικός στόχος είναι η αντικειμενική αξιολόγηση και επιλογή των ανθρώπων τους, σύμφωνα με τις επιχειρησιακές ανάγκες και τα κριτήρια που απαιτεί ο εκάστοτε ρόλος τους, εστιάζοντας παράλληλα στην ευθυγράμμιση των επαγγελματικών τους αξιών με το Όραμα και τις Αξίες του Ομίλου.

Η Τράπεζα Πειραιώς διασφαλίζει την εχεμύθεια και την εμπιστευτικότητα για κάθε υποψήφιο. Εμπιστεύεται τους ανθρώπους της και δίνει προτεραιότητα στη στελέχωση τόσο μέσα από την Τράπεζα όσο και από τις θυγατρικές εσωτερικού και εξωτερικού.

Παράλληλα, παρακολουθεί τις εξελίξεις της αγοράς και τις τάσεις σε θέματα στελέχωσης ώστε να βελτιώνεται σταθερά η τεχνογνωσία της.

Η Τράπεζα στοχεύει στην αναζήτηση και διακράτηση στελεχών υψηλών προσόντων, που θα της παρέχει το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Αναζητεί ανθρώπους που μοιράζονται το όραμα και τις αξίες του Ομίλου Τράπεζας Πειραιώς. Επιλέγονται εκείνοι που μπορούν να εξελιχθούν και να συμβάλλουν ουσιαστικά στην αναπτυξιακή πορεία του Ομίλου. Όλες οι διαδικασίες επιλογής και αξιολόγησης διέπονται από την Αρχή των Ίσων Ευκαιριών, ανεξαρτήτως φύλου, φυλής, ηλικίας, θρησκείας, γενετήσιου προσανατολισμού, εθνικότητας ή φυσικής κατάστασης.

Επιτυχημένη θεωρείται η επιλογή στελεχών που χαρακτηρίζονται από ομαδικό πνεύμα, πρωτοβουλία, σεβασμό, υψηλό αίσθημα ευθύνης, ήθος και επαγγελματισμό.

2.3.1 ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΣΤΕΛΕΧΩΣΗ

Πρωταρχική επιδίωξη είναι η κάλυψη των επιχειρηματικών αναγκών μέσα από την ανάπτυξη και την βέλτιστη αξιοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού του Ομίλου.

Με τον τρόπο αυτό:

- ❖ **εξασφαλίζεται** η αξιοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού που έχει τις ικανότητες και δυνατότητες για να αναλάβει μεσοπρόθεσμα σημαντικούς ρόλους,
- ❖ **παρέχεται** κίνητρα ανάπτυξης και επαγγελματικής εξέλιξης σε όλους τους ανθρώπους με βάση το σχεδιασμό συγκεκριμένων ατομικών πλάνων ανάπτυξης,
- ❖ **ενθαρρύνεται** η μετακίνηση – οριζόντια και κάθετα - των στελεχών εντός του Ομίλου, για την όσο το δυνατόν καλύτερη κάλυψη των αναγκών στελέχωσης από έμπειρα και ικανά στελέχη.

2.3.2 ΕΝΤΟΠΙΟΤΗΤΑ

Στρατηγική επιλογή του Ομίλου είναι η οικονομική ενίσχυση στις τοπικές κοινωνίες όπου αναπτύσσεται η δραστηριότητα του.

Για αυτό το λόγο, δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στο κριτήριο της εντοπιότητας στη στελέχωση των καταστημάτων. Αυτό επιτρέπει την κατανόηση για να εξυπηρετούν καλύτερα τις τοπικές ανάγκες που συμβάλλουν στην επίτευξη των στόχων του Ομίλου.

2.3.3 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ

Η Τράπεζα Πειραιώς επικοινωνεί ανοικτά στις ευκαιρίες σταδιοδρομίας που παρουσιάζονται στον Όμιλο και ακολουθεί διαφανείς διαδικασίες αξιολόγησης. Η διαδικασία αξιολόγησης διαφοροποιείται ανάλογα με το επίπεδο της θέσης και τις απαιτήσεις της σε εξειδικευμένη γνώση και επαγγελματική πείρα. Μπορεί να περιλαμβάνει:

- ❖ Συνεντεύξεις
- ❖ Τεστ ικανοτήτων
- ❖ Τεστ επαγγελματικής συμπεριφοράς
- ❖ Τεστ με αυτοματοποιημένα ψυχομετρικά εργαλεία
- ❖ Άλλες εξειδικευμένες διαδικασίες αξιολόγησης

Για να εφαρμοστούν ενιαία αντικειμενικά κριτήρια επενδύονται σε εξειδικευμένα εργαλεία. Με ανάλογες σύγχρονες μεθόδους συνεχίζεται η αξιολόγηση των ανθρώπων σε όλη τη σταδιοδρομία τους στον Όμιλο.

2.4 ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ

Στον Όμιλο Τράπεζας Πειραιώς η δια βίου ανάπτυξη των ανθρώπων τους είναι αναπόσπαστο μέρος της κουλτούρας με πολλές πτυχές και πρακτικές εφαρμογές.

Η Τράπεζα θέλει τους ανθρώπους της να είναι οι πιο ικανοί επαγγελματίες στο χώρο. Αυτό μεταφράζεται σε γνώσεις, ικανότητες, κατάλληλο περιβάλλον, παρακίνηση και σωστή ηγεσία. Γι αυτό επενδύει με συνέπεια στη συνεχή εκπαίδευση των ανθρώπων της αξιοποιώντας σύγχρονες μεθόδους εκπαίδευσης, εξειδικευμένα εργαλεία και κανάλια μάθησης (e-Learning, webinars).

Η οργανωσιακή αριστεία και συνέχεια αποτελούν σταθερές αξίες του Ομίλου και η ανάπτυξη ηγετικών στελεχών, ικανών να ανταποκριθούν με επάρκεια, ασφάλεια, αυτοπεποίθηση και αποτελεσματικότητα στο ρόλο τους, συμβάλλοντας στην επίτευξη των επιχειρηματικών στοχεύσεων του Ομίλου, είναι άμεσα συνδεδεμένη με αυτές.

Στο πλαίσιο αυτό προβλέπεται ένα ευρύ φάσμα αναπτυξιακών προγραμμάτων και δράσεων, που υλοποιούνται εσωτερικά ή σε συνεργασία με αναγνωρισμένους και εξειδικευμένους εξωτερικούς συνεργάτες, αποσκοπώντας στον εμπλουτισμό των διοικητικών γνώσεων και στην ανάπτυξη και ενδυνάμωση των ηγετικών δεξιοτήτων και στάσεων των στελεχών του Ομίλου.

Μέσω της αξιοποίησης σύγχρονων συστημάτων διαχείρισης απόδοσης (ετήσια αξιολόγηση, αξιολόγηση 360ο, κέντρα ανάπτυξης στελεχών, εξειδικευμένα ψυχομετρικά εργαλεία), το σχεδιασμό διαδρομών επαγγελματικής εξέλιξης και σταδιοδρομίας και με τον εντοπισμό και την ανάπτυξη των ταλέντων του Οργανισμού, πετυχαίνεται η συνεχής ενδυνάμωση και εξέλιξη των εργαζομένων ενισχύοντας την υλοποίηση των στρατηγικών επιλογών αλλά και τη δέσμευση τους στο όραμα του Ομίλου Τράπεζας Πειραιώς.

2.5 ΑΚΑΔΗΜΙΕΣ

Σχεδιάζονται προγράμματα εξέλιξης που υλοποιούνται μέσα σε εξειδικευμένες Ακαδημίες τριετούς διάρκειας. Έχουν ως βασικό στόχο να δημιουργήσουν μια ισχυρή και άριστα καταρτισμένη ομάδα στελεχών που θα συμβάλει καθοριστικά στη συνεχή ανάπτυξη και θα διασφαλίσει τη σταθερά ανοδική πορεία της διοίκησης του Ομίλου. Με τις Ακαδημίες επιτυγχάνεται:

- ❖ **Η προετοιμασία** της επόμενης γενιάς υψηλόβαθμων στελεχών του Ομίλου της Τράπεζας Πειραιώς.
- ❖ **Η ενδυνάμωση** των ικανοτήτων των στελεχών της, ώστε να ηγούνται, να καθοδηγούν και να εμπνέουν τους συνεργάτες τους.
- ❖ **Η ενίσχυση** της κερκτημένης γνώσης και η περαιτέρω ανάπτυξή της στο πλαίσιο που ορίζουν οι καλύτερες διεθνείς πρακτικές στο σύγχρονο χρηματοοικονομικό χώρο.

2.6 ΕΘΕΛΟΝΤΙΣΜΟΣ

Ο Όμιλος της Τράπεζας Πειραιώς, αναγνωρίζοντας τη σημαντική συμβολή του κάθε εργαζομένου στην προώθηση της κοινωνικής ευημερίας και στην υποστήριξη των ευπαθών κοινωνικών ομάδων, μέσω της εθελοντικής εργασίας, έχει καθιερώσει τον εθελοντισμό ως ένα από τους σημαντικούς τομείς εστίασης της Εταιρικής Υπευθυνότητας.

Μέσα από τον διάλογο με τους εταίρους και την πρόσβαση σε ανοιχτή πληροφόρηση σχετικά με τις δράσεις εθελοντισμού, οι εθελοντές του Ομίλου συμβάλλουν σε ουσιώδη έργα που σχετίζονται με συγκεκριμένες ανάγκες και επιδρούν σημαντικά στη ζωή των συνανθρώπων μας.

Με προσανατολισμό στο όραμα και τις αξίες του Ομίλου και σε συνάρτηση με τους 17 Παγκόσμιους Στόχους των Ηνωμένων Εθνών για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη, ο Όμιλος επιδιώκει να ενεργοποιεί συστηματικά και να στηρίζει δράσεις με έμφαση στην Κοινωνία, τον Πολιτισμό και το Περιβάλλον.

Στο πλαίσιο αυτό, κάθε χρόνο διοργανώνονται προγράμματα ευθυγραμμισμένα με τους πιο κάτω πυλώνες εθελοντισμού:

- ❖ Προσφορά και στήριξη κοινωνικών ομάδων
- ❖ Στήριξη της Νέας Γενιάς και Ανάπτυξη της Νεανικής Επιχειρηματικότητας
- ❖ Προστασία του περιβάλλοντος
- ❖ Προαγωγή του «ευ αγωνίζεσθαι», μέσω συμμετοχής σε αγώνες εταιρικού πνεύματος, φιλανθρωπικού χαρακτήρα
- ❖ Συμμετοχή εργαζομένων σε δράσεις αιμοδοσίας
- ❖ Ενδυνάμωση της πολιτιστικής ευαισθητοποίησης



Στο πλαίσιο αυτό, το 2018, υλοποιήθηκαν **145 δράσεις εθελοντισμού** με τη συμμετοχή εργαζομένων του Ομίλου και μελών των οικογενειών τους, από τις οποίες επωφελήθηκαν **45.089 άτομα** και **459 φορείς**. Οι ενέργειες υλοποιήθηκαν με ευαισθησία, στηριζόμενες στους κύριους πυλώνες του εθελοντισμού.

(ΠΗΓΗ: <https://www.piraeusbankgroup.com/>)

ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ

2.7 ΙΣΤΟΡΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ



Γεώργιος Σταύρος
(1841-1869)

Η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος Α.Ε. ιδρύθηκε το 1841 και εισήχθη στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών το 1880. Με 160 πλέον χρόνια επιτυχούς και αδιάλειπτης λειτουργίας στον οικονομικό βίο της χώρας, η Τράπεζα έχει εξελιχθεί σε ένα σύγχρονο και ολοκληρωμένο όμιλο εταιρειών παροχής χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών, καλύπτοντας έτσι τις συνεχώς διευρυνόμενες ανάγκες των πελατών της. Στο πλαίσιο αυτό, η Τράπεζα ίδρυσε το 1891 την Ελληνική Εταιρεία Γενικών Ασφαλίσεων «Η Εθνική» και το 1927 την Εθνική Κτηματική Τράπεζα.

Μέχρι την ίδρυση της Τράπεζας της Ελλάδος το 1928, η Τράπεζα είχε το εκδοτικό προνόμιο στην Ελλάδα και ήταν υπεύθυνη για την έκδοση του νομίσματος. Το 1953, η Τράπεζα συγχωνεύτηκε με την «Τράπεζα Αθηνών», που είχε ιδρυθεί το 1893. Μέσα στο 1998, η Τράπεζα προέβη στη συγχώνευση δι' απορροφήσεως της θυγατρικής της «Εθνική Κτηματική Τράπεζα της Ελλάδος Α.Ε.», η οποία είχε προέλθει από τη συγχώνευση δύο πρώην θυγατρικών της εταιρειών, της «Εθνική Κτηματική Τράπεζα της Ελλάδος Α.Ε.» και της «Εθνική Στεγαστική Τράπεζα της Ελλάδος Α.Ε.», με σκοπό την αρτιότερη εξυπηρέτηση των πελατών της στον τομέα της στεγαστικής και κτηματικής πίστης.

Από τον Οκτώβριο 1999, η μετοχή της Τράπεζας διαπραγματεύεται στο Χρηματιστήριο της Νέας Υόρκης. Στα τέλη του 2002, η Εθνική Τράπεζα προχώρησε στη συγχώνευση δι' απορροφήσεως της θυγατρικής της "Εθνική Τράπεζα Επενδύσεων Βιομηχανικής Αναπτύξεως ΑΕ". Στο πλαίσιο του στρατηγικού της προσανατολισμού στην αγορά της ΝΑ Ευρώπης, η ΕΤΕ εξαγόρασε, εντός του 2006, τη Finansbank στην Τουρκία και τη Vojvodjanska Banka στη Σερβία.

2.8 Η ΤΡΑΠΕΖΑ

Η Εθνική Τράπεζα αποτέλεσε την πρώτη τράπεζα του νεοελληνικού κράτους, με καθοριστική συνεισφορά στην οικονομική ζωή του τόπου σε αυτά τα 179 χρόνια ιστορίας της. Σήμερα η Εθνική ηγείται ενός από τους μεγαλύτερους και ισχυρότερους Ομίλους χρηματοοικονομικών υπηρεσιών στην Ελλάδα, με δυναμική συμβολή στη στήριξη της Ελληνικής οικονομίας και τον αναπτυξιακό και κοινωνικό μετασχηματισμό της χώρας.

Η Εθνική προσφέρει ευρύ φάσμα χρηματοοικονομικών προϊόντων και υπηρεσιών που ανταποκρίνονται στις συνεχώς μεταβαλλόμενες ανάγκες επιχειρήσεων και ιδιωτών.

Δίκαια μπορεί να χαρακτηριστεί ως η **Τράπεζα της Ελληνικής Οικογένειας**, καθώς ελέγχει το ¼ της λιανικής τραπεζικής. Το ηγετικό μερίδιο καταθέσεων ταμιευτηρίου αντανάκλα την εμπιστοσύνη του αποταμιευτικού κοινού που αποτελεί και την κινητήρια δύναμή της.

Με 423 Μονάδες και 1.463 ΑΤΜ, διαθέτει το ευρύτετο δίκτυο εξυπηρέτησης, καλύπτοντας ολόκληρη τη γεωγραφική έκταση της Ελλάδας, ενώ παράλληλα αναπτύσσει σύγχρονα ηλεκτρονικά κανάλια, όπως οι υπηρεσίες Mobile και Internet Banking. Σήμερα, το Δίκτυο της Τράπεζας στο εξωτερικό περιλαμβάνει 66 μονάδες, ενώ ο Όμιλος **συνολικά απασχολεί 9.845 εργαζόμενους** (στοιχεία 30.09.2019).

2.9 ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ

Οι εργαζόμενοι αποτελούν το σημαντικότερο “κεφάλαιο” ανάπτυξης της Εθνικής Τράπεζας. Για το λόγο αυτό, η Τράπεζα επενδύει συστηματικά στην επιλογή, εκπαίδευση, αξιολόγηση, διατήρηση και εξέλιξη του ανθρώπινου δυναμικού της, με στόχο να αναδειχθεί ως προτιμώμενη επιλογή εργοδότη

Την 31η Δεκεμβρίου 2016 η Εθνική Τράπεζα απασχολούσε πανελλαδικά 9.478 εργαζομένους. Η Τράπεζα μεριμνά ώστε το ανθρώπινο δυναμικό της να λειτουργεί καθημερινά σύμφωνα με τις Αξίες και τις Αρχές του “Κώδικα Ηθικής και Δεοντολογίας”, με στόχο όλες οι ενέργειες να διέπτονται από τις σχετικές αρχές εταιρικής συμπεριφοράς:

- ❖ Νομιμότητα,
- ❖ Προτεραιότητα στους πελάτες,
- ❖ Ποιότητα προσωπικού,
- ❖ Προσφορά στο κοινωνικό σύνολο
- ❖ Σεβασμός στο περιβάλλον.

Η εκπαίδευση και ανάπτυξη των εργαζομένων αποτελούν τα σημαντικότερα «οχήματα» αναβάθμισης του επαγγελματικού επιπέδου των εργαζομένων και κατά συνέπεια της Τράπεζας. Η συνεχής βελτίωση των επαγγελματικών δεξιοτήτων και γνώσεων των εργαζομένων μέσω της συμμετοχής τους σε πλήθος σεμιναρίων που διοργανώνει η Τράπεζα αλλά και άλλοι τραπεζικοί φορείς, η διαρκής ενημέρωσή τους για τις τρέχουσες χρηματοοικονομικές εξελίξεις σε συνδυασμό με την προώθηση της αυτοεκπαίδευσης και της δια βίου μάθησης, αποτελούν προτεραιότητες νευραλγικής σημασίας για την Τράπεζα όσον αφορά τη διοίκηση του ανθρώπινου δυναμικού.

2.9.1 ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

1.Ενδοεπιχειρησιακή εκπαίδευση

Τα εκπαιδευτικά προγράμματα της Τράπεζας εναρμονίζονται με τους εκάστοτε επιχειρησιακούς στόχους όπως τη διατήρηση της θέσης της στην εγχώρια αγορά και την ενίσχυση της παρουσίας της στις χώρες της Νοτιοανατολικής Ευρώπης.

Το μεγαλύτερο μέρος των προγραμμάτων υλοποιείται ενδοεπιχειρησιακά. Η επιμόρφωση του προσωπικού πραγματοποιείται με την χρήση συμμετοχικών μεθόδων εκπαίδευσης ώστε να εξασφαλίζεται η ενεργητική και συνεχής συμμετοχή των εκπαιδευομένων στη μαθησιακή διαδικασία καθώς και η επικοινωνία και συνεργασία εκπαιδευόμενου και εκπαιδευτή. Τα εκπαιδευτικά προγράμματα καλύπτουν τους παρακάτω τομείς επιμόρφωσης: Βασική Εκπαίδευση, Τραπεζικές Εργασίες, Ανάπτυξη Προσωπικών Δεξιοτήτων, Διοικητική Επιμόρφωση, Οικονομική Επιμόρφωση, Γενική Επιμόρφωση και Μηχανογραφικές Εφαρμογές. Η συνεχής αξιολόγηση των εκπαιδευτικών προγραμμάτων καθώς και

διερεύνηση των εκπαιδευτικών αναγκών πραγματοποιείται με σκοπό την αναπροσαρμογή τους ώστε να ανταποκρίνονται στις συνεχώς μεταβαλλόμενες συνθήκες και να είναι αποτελεσματικά.

2. Ηλεκτρονική Εκπαίδευση

Αξιοποιώντας τα πλεονεκτήματα της εκπαίδευσης μέσω διαδικτύου, η Τράπεζα προσφέρει στο Ανθρώπινο Δυναμικό της, πλήθος ηλεκτρονικών μαθημάτων e-learning, παρέχοντας τη δυνατότητα στους εργαζομένους να εκπαιδευτούν σε χώρο και χρόνο που οι ίδιοι επιθυμούν. Τα ηλεκτρονικά μαθήματα που προσφέρονται καλύπτουν μεγάλο εύρος εκπαιδευτικών αντικειμένων, που σχετίζονται με ανάπτυξη διοικητικών δεξιοτήτων, πρόληψη ξεπλύματος χρήματος, μηχανογραφημένες και μη διαδικασίες τραπεζικών εργασιών, ψηφιακές δεξιότητες, χρηματοοικονομικά, πρώτες βοήθειες κ.α.

Με προσανατολισμό στην αξιοποίηση σύγχρονων εργαλείων και μεθόδων ηλεκτρονικής εκπαίδευσης, δημιουργούνται μαθήματα με ενσωμάτωση βίντεο εισηγητή συγχρονισμένου με το εκπαιδευτικό περιεχόμενο (webcast) και υποστηρίζονται εκπαιδεύσεις εικονικής τάξης σε πραγματικό χρόνο (webinars).

Η ηλεκτρονική εκπαίδευση συμβάλλει στη σημαντική εξοικονόμηση κόστους για την Τράπεζα και δίνει τη δυνατότητα παράλληλης εκπαίδευσης μεγάλου πλήθους εργαζομένων σε χρονικό διάστημα που καθίσταται απαγορευτικό για αντίστοιχη εκπαίδευση με φυσική παρουσία. Τέλος, η ηλεκτρονική εκπαίδευση -ως σύγχρονο εργαλείο- συμβάλλει, εκτός των άλλων, και στην καταπολέμηση του φαινομένου της Κλιματικής Αλλαγής μέσω της μείωσης των μετακινήσεων (μείωση των εκπομπών CO₂) και της εξοικονόμησης φυσικών πόρων (χαρτί, μελάνι, κ.λ.π).

3. Εκπαίδευση εκτός Τράπεζας

Η Τράπεζα συμμετέχει σε εκπαιδευτικές εκδηλώσεις (σεμινάρια, συνέδρια, προγράμματα distance-learning) που πραγματοποιούν έγκριτοι εκπαιδευτικοί ή επαγγελματικοί Οργανισμοί στην Ελλάδα και στο Εξωτερικό, και οι οποίες σχετίζονται με τραπεζικά θέματα. Στελέχη Μονάδων Διοίκησης και Δικτύου, μπορούν να συμμετέχουν σε προγράμματα με εξειδικευμένη θεματολογία.

Ο αρμόδιος χώρος φροντίζει να ερευνά, να μελετά και να ενημερώνει για σχετικές εκπαιδευτικές δράσεις, τις αντίστοιχες επιχειρηματικές Μονάδες, ενώ παράλληλα διενεργείται αξιολόγηση των εκάστοτε προγραμμάτων για την επίτευξη του καλύτερου δυνατού αποτελέσματος.

4. Πολιτικές Ανάπτυξης Ανθρώπινου Δυναμικού

Η Τράπεζα αποδίδει μεγάλη σημασία στη διά βίου εκπαίδευση με σκοπό την επαγγελματική πρόοδο και τη συνεχή ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού της. Για το λόγο αυτό προσφέρει οικονομική βοήθεια και άλλες παροχές σε προγράμματα σπουδών για την απόκτηση Διεθνών Επαγγελματικών Πιστοποιήσεων καθώς και σε επιλεγμένα Μεταπτυχιακά Προγράμματα, σε συνδυασμό με απόκτηση Επαγγελματικής Πιστοποίησης.

Επίσης, η Τράπεζα προσφέρει τη δυνατότητα συμμετοχής σε προγράμματα απόκτησης Διεθνών Επαγγελματικών Πιστοποιήσεων με τη μέθοδο της αυτοεκπαίδευσης, με βάση εξειδικευμένες ανάγκες ομάδων προσωπικού.

5.Επαγγελματικές Πιστοποιήσεις απαιτούμενες από το Νόμο

Η Τράπεζα υποστηρίζει τη συμμετοχή εργαζομένων της στις εξετάσεις που διενεργούνται από τους αρμόδιους κρατικούς φορείς σχετικά με την υποχρέωση πιστοποίησης γνώσεων ασφαλιστικών διαμεσολαβητών καθώς και απόκτησης τίτλων παροχής επενδυτικών υπηρεσιών (κοινοτική οδηγία MiFID).

6.Προγράμματα Ξένων Γλωσσών

Στο πλαίσιο της διαρκούς ενίσχυσης της διά βίου μάθησης, η Εθνική Τράπεζα υποστηρίζει την εκμάθηση, βελτίωση ή εξειδίκευση των γνώσεων του προσωπικού σε ξένες γλώσσες και ιδιαίτερα στην αγγλική. Στόχος της δραστηριότητας αυτής είναι να δοθεί η δυνατότητα στους υπαλλήλους να ανταποκρίνονται πληρέστερα στις επαφές τους με το κοινό, να επικαιροποιούν τις γνώσεις τους και να συμπληρώνουν ελλείψεις τους στο συγκεκριμένο τομέα, έτσι ώστε να προσφέρουν συνεχώς υψηλού επιπέδου υπηρεσίες.

7.Μεταφορά Εκπαιδευτικής Τεχνογνωσίας για την Ανάπτυξη του Ανθρώπινου Δυναμικού του Ομίλου

Η ανάδειξη του Ομίλου της Εθνικής σε αξιόπιστη και με ηγετική θέση, δύναμη στην περιοχή της Νοτιοανατολικής Ευρώπης, προϋποθέτει την πλήρη και συνεχή εκπαιδευτική στήριξη του Προσωπικού του Ομίλου, στις χώρες αυτές.

8.Προγράμματα Ε.Ε.

Τα προγράμματα αυτά επιδοτούνται είτε απευθείας από την Ευρωπαϊκή Ένωση είτε εντάσσονται στο πλαίσιο των Κοινοτικών Πλαισίων της χώρας μας. Η μελέτη, η παρακολούθηση /ενημέρωση και η αξιολόγηση της σκοπιμότητας συμμετοχής σε προγράμματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, τα οποία εξετάζουν και προωθούν θέματα εκπαιδευτικού ή /και γενικότερου ενδιαφέροντος της Τράπεζας, αποτελούν ενέργειες οι οποίες υπηρετούν την ποιοτική επιμόρφωση του προσωπικού.

9.Άλλες Δραστηριότητες

Η εκπαιδευτική δραστηριότητα της Τράπεζας επεκτείνεται και σε πλήθος άλλων τομέων, όπως:

- ❖ Ημερίδες ενημέρωσης ανά την Ελλάδα, με κοινό-στόχο τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις για την αποτελεσματική λειτουργία τους στο σύγχρονο οικονομικό περιβάλλον.
- ❖ Συμμετοχή στο Πρόγραμμα Επιχειρηματικότητας Νέων (συνεργασία με το Υπουργείο Παιδείας Δια Βίου Μάθησης και Θρησκευμάτων και τον ΣΕΒ).
- ❖ Διευκόλυνση στην πραγματοποίηση πρακτικής άσκησης σε αριθμό επιλεγμένων φοιτητών στο πλαίσιο του προγράμματος σπουδών τους.

2.9.2 ΕΠΙΛΟΓΗ

Ακολουθώντας σύγχρονες επιστημονικές μεθόδους και με σκοπό την επιλογή, ανάπτυξη και εξέλιξη του ανθρώπινου δυναμικού:

- ❖ Διερευνά τις κλίσεις, τις δεξιότητες και τις επαγγελματικές ικανότητες του ανθρώπινου δυναμικού της Τράπεζας και διατυπώνει συμπεράσματα ως προς τις δυνατότητες αξιοποίησής του, σε συνδυασμό με τις τρέχουσες και μελλοντικές ανάγκες της Τράπεζας & του Ομίλου.
- ❖ Αναπτύσσει Προγράμματα Καριέρας, Προγραμματισμού Διαδοχής και Διοίκησης Ταλέντων, αξιοποιώντας σημαντικές για την Τράπεζα & τον Όμιλο επαγγελματικές δεξιότητες, ειδικές γνώσεις/ικανότητες και ιδιαίτερα προσόντα και δημιουργεί Προσωπικά Σχέδια.
- ❖ Επιλέγει εργαζομένους και στελέχη για την κάλυψη θέσεων εργασίας/ευθύνης της Τράπεζας & του Ομίλου, με βάση ειδικές προδιαγραφές καταλληλότητας.
- ❖ Συμμετέχει σε Επιτροπές επιλογής προσωπικού για την κάλυψη θέσεων εργασίας/ευθύνης της Τράπεζας & του Ομίλου.
- ❖ Παρέχει Συμβουλευτική / Καθοδήγηση εργαζομένων & στελεχών της Τράπεζας & του Ομίλου.
- ❖ Διοργανώνει και διαχειρίζεται Κέντρα Αξιολόγησης και Ανάπτυξης ανθρώπινου δυναμικού.
- ❖ Παρακολουθεί την προσαρμογή και την αποτελεσματικότητα των στελεχών και εργαζομένων, που έχουν τοποθετηθεί σε θέσεις κατόπιν προγράμματος επιλογής (follow-up).
- ❖ Συνεργάζεται με τη Διεύθυνση Ανθρώπινου Δυναμικού Τράπεζας & Ομίλου για τον καθορισμό κριτηρίων/προδιαγραφών για την πρόσληψη εργαζομένων και στελεχών.
- ❖ Διεξάγει έρευνες, εκπονεί μελέτες και διατυπώνει προτάσεις/εισηγήσεις στο πλαίσιο των αρμοδιοτήτων της, ενίοτε σε συνεργασία και με Πανεπιστημιακούς ή άλλους φορείς.
- ❖ Παρακολουθεί και εφαρμόζει - είτε δοκιμαστικά είτε και σε τακτική βάση- νέες μεθοδολογίες και συστήματα επιλογής, εξέλιξης και ανάπτυξης ανθρώπινου δυναμικού.
- ❖ Συμμετέχει σε Ημέρες Καριέρας και σε εθελοντικές δράσεις mentoring & coaching Πανεπιστημίων, καθώς και σε καινοτόμες προσπάθειες διεθνούς επιπέδου στο πεδίο αρμοδιοτήτων της.

2.9.3 ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

Έτος	2015	2014	2013	2012
Αριθμός διοργανώσεων που πραγματοποιήθηκαν	1.009	1.042	588	641
Συμμετοχές σε ενδοεπιχειρησιακές εκπαιδεύσεις	6.067	8.688	4.538	6.719
Συμμετοχές σε σεμινάρια εκτός Τράπεζας	625	581	724	374

Συμμετοχές σε σεμινάρια άλλου τύπου (e-learning, internet, κ.λ.π.)	15.920	13.546	6.021	6.356
Σύνολο συμμετοχών σε εκπαιδεύσεις	22.612	22.815	11.283	13.449
Αριθμός ανθρωποωρών εκπαίδευσης (συμμετοχές επί ώρες)	244.310	216.830	113.631	228.831
Μέσος όρος ωρών εκπαίδευσης ανά εργαζόμενο*	23,33 ⁴	21,8 ³	9,25 ²	14,65 ¹
Ποσό που δαπανήθηκε για εκπαίδευση (σε € εκατ.)	4,2	3,6	3,5	3,06

* Επεξήγηση υπολογισμού: Συνολικές ώρες εκπαίδευσης (ανθρωποώρες) εργαζομένων στην Ελλάδα / συνολικό αριθμό εργαζομένων στην Ελλάδα.

¹ Για τον υπολογισμό του δείκτη δεν ελήφθησαν υπόψη 64.279 ανθρωποώρες εκπαίδευσης που αφορούν λοιπούς συνεργάτες (1.603 συμμετοχές).

² Για τον υπολογισμό του δείκτη δεν ελήφθησαν υπόψη 11.283 ανθρωποώρες εκπαίδευσης που αφορούν λοιπούς συνεργάτες (731 συμμετοχές).

³ Για τον υπολογισμό του δείκτη δεν ελήφθησαν υπόψη 14.157 ανθρωποώρες εκπαίδευσης που αφορούν λοιπούς συνεργάτες (2.121 συμμετοχές).

⁴ Για τον υπολογισμό του δείκτη δεν ελήφθησαν υπόψη 15.180 ανθρωποώρες εκπαίδευσης που αφορούν λοιπούς συνεργάτες (1.629 συμμετοχές).

2.10 ΣΤΑΔΙΟΔΡΟΜΙΑ

Στόχος της Τράπεζας είναι η προσέλκυση και διατήρηση ικανού ανθρώπινου δυναμικού που θα ενστερνίζεται τις Αξίες και τις Αρχές της Εθνικής Τράπεζας και θα συμβάλλει στην εκπλήρωση των στόχων του οργανισμού και θα επιδιώκει τη συνέχιση της δυναμικής του πορείας. Για το σκοπό αυτό, διενεργεί πανελλαδικούς διαγωνισμούς για τη στελέχωση των Καταστημάτων και των Μονάδων της και έχει συστήσει εξειδικευμένη Υποδιεύθυνση, η οποία αξιολογεί τα προσόντα των εργαζομένων σε συνάρτηση με τις ανάγκες της Τράπεζας και του Ομίλου, μεριμνώντας για την επαγγελματική τους εξέλιξη.

2.11 ΕΘΕΛΟΝΤΙΣΜΟΣ

Από το 2015 για 4 συνεχή χρονιά, τα Χριστούγεννα η Εθνική Τράπεζα χάρισε εκατοντάδες παιδικά χαμόγελα, διοργανώνοντας τη δράση "Όλοι Μαζί για το Παιδί". Μια δράση που δίνει το έναυσμα για να εκφράσουμε και να μετουσιώσουμε σε πράξεις την αγάπη, την αλληλεγγύη και το ενδιαφέρον μας προς τα παιδιά, ακόμη και σε αυτές τις δύσκολες μέρες που ζούμε. Οι 8 συνολικά εκδηλώσεις που πραγματοποιήθηκαν στις 12 και 19 Δεκεμβρίου, ολοκληρώθηκαν με απόλυτη επιτυχία. Συνολικά, συγκεντρώθηκαν 1.250 μεγάλες κούτες με παιχνίδια και ρούχα για να μοιραστούν σε παιδιά άπορων οικογενειών Δήμων και ιδρυμάτων

της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης, καθώς και σε παιδιά της Ένωσης “Μαζί για το Παιδί”. Σε όλα τα σημεία των εκδηλώσεων, η προσέλευση του κόσμου ήταν συγκινητική. Με περίσσειμα ανθρωπιάς, προσέφεραν πλήθος παιχνιδιών και ρούχων, χαρίζοντας χαρά σε εκατοντάδες παιδιά. Σημαντική για την επιτυχία της δράσης, ήταν, ακόμη μια φορά, η παρουσία και η συμμετοχή των εθελοντών-εργαζομένων της Εθνικής Τράπεζας, οι οποίοι συνέδραμαν τόσο το έργο της συγκέντρωσης, όσο και της συσκευασίας των δώρων. Βοήθησαν εκατοντάδες παιδιά να χαμογελάσουν, συνεχίζοντας με συνέπεια και κοινωνική ευαισθησία, μια δράση που αγγίζει όλη την κοινωνία, ευαισθητοποιώντας μικρούς και μεγάλους να μοιραστούν τη χαρά της προσφοράς δώρων σε όλα εκείνα τα παιδιά που έχουν πραγματικά ανάγκη.

(ΠΗΓΗ: <https://www.nbg.gr/>)

ALPHA BANK

2.12 ΙΣΤΟΡΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ



Η ιστορία της Alpha Bank χαρακτηρίζεται από πλούσια επιχειρηματική δραστηριότητα, εδώ και 140 έτη. Η Τράπεζα ξεκίνησε από τον Εμπορικό Οίκο Ι.Φ. Κωστοπούλου, ο οποίος, λίγο καιρό μετά την ίδρυσή του το 1879 στην Καλαμάτα, ανέπτυξε και τραπεζικές δραστηριότητες. Σταθμός σε αυτή την πορεία υπήρξε το έτος 1916, όταν ο Ιωάννης Φ. Κωστόπουλος, με τη συνεργασία της Λαϊκής Τράπεζας, δημιούργησε, με έδρα πάντοτε την Καλαμάτα, την **Τράπεζα Ι.Φ. Κωστοπούλου** με τη μορφή της Ετερόρρυθμης Εταιρίας, η οποία το 1918 έδωσε τη θέση της στην Τράπεζα Καλαμών, που λειτουργούσε πλέον ως Ανώνυμη Εταιρία.

Το 1924 η Τράπεζα Καλαμών συγχωνεύθηκε με το τραπεζικό τμήμα του οίκου Ι.Φ. Κωστοπούλου και δημιουργήθηκε η Τράπεζα Ελληνικής Εμπορικής Πίστεως, με έδρα την Αθήνα, που ανέπτυξε ένα περιφερειακό δίκτυο υποκαταστημάτων στη Νότιο Πελοπόννησο. Κατά την οικονομική ανασυγκρότηση που ακολούθησε τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο, η Τράπεζα Ελληνικής Εμπορικής Πίστεως, η οποία το 1947 μετονομάστηκε σε Τράπεζα Εμπορικής Πίστεως, ήταν η μοναδική Τράπεζα του μεγέθους της που κατάφερε να ξεπεράσει τις δύσκολες συνθήκες εκείνης της περιόδου και να στραφεί πλέον στην ανάπτυξη ενός εθνικού δικτύου υποκαταστημάτων. Από τη δεκαετία του 1970, η Τράπεζα Πίστεως, όπως ονομάστηκε το 1972, υπήρξε πρωτοπόρος στον τομέα του εκσυγχρονισμού του ελληνικού τραπεζικού συστήματος, ενώ μετά την απελευθέρωσή του, στα τέλη της δεκαετίας του 1980, έχει ήδη διαμορφώσει τη φυσιογνωμία ενός τραπεζικού Ομίλου που της επιτρέπει να παρέχει ευρύ φάσμα καινοτόμων χρηματοοικονομικών υπηρεσιών.

Το 1999, η **Alpha Τράπεζα Πίστεως** -επωνυμία που υιοθετήθηκε το 1994- προέβη σε εξαγορά του 51% των μετοχών της Ιονικής Τράπεζας, πραγματοποιώντας τη μεγαλύτερη ιδιωτικοποίηση που είχε γίνει ποτέ στην Ελλάδα. Η συγχώνευση των δύο τραπεζικών ιδρυμάτων ολοκληρώθηκε το επόμενο έτος, ενώ το 2000 η νέα διευρυμένη Τράπεζα που προέκυψε ονομάστηκε **Alpha Bank**.

Την 1 Φεβρουαρίου 2013, σε συνέχεια σχετικής συμφωνίας που υπεγράφη την 16 Οκτωβρίου 2012, το σύνολο του μετοχικού κεφαλαίου της Εμπορικής Τράπεζας μεταβιβάστηκε από την Crédit Agricole στην Alpha Bank, ενώ την 28 Ιουνίου του ίδιου έτους ολοκληρώθηκε η νομική συγχώνευση, δι' απορροφήσεως της Εμπορικής Τράπεζας.

2.13 Η ΤΡΑΠΕΖΑ

Ο Όμιλος Alpha Bank με **7.793 εργαζόμενους, 1.111 ΑΤΜ και 364 Μονάδες** είναι ένας από τους μεγαλύτερους Ομίλους του χρηματοοικονομικού τομέα στην Ελλάδα . Προσφέρει ευρύ φάσμα υψηλής ποιότητας χρηματοοικονομικών προϊόντων και υπηρεσιών στην εγχώρια και την διεθνή αγορά και διαθέτει έναν από τους υψηλότερους δείκτες κεφαλαιακής επάρκειας στην Ευρώπη.

Η Τράπεζα, με γνώμονα τη βιώσιμη ανάπτυξή της, δεσμεύεται να λειτουργεί με υπευθυνότητα, συνεκτιμώντας τις οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές παραμέτρους λειτουργίας της, τόσο στο εσωτερικό όσο και στις χώρες στις οποίες δραστηριοποιείται. Στο πλαίσιο αυτό, προάγει την επικοινωνία και τη συνεργασία με όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη.

Με σκοπό την ενίσχυση και τη βέλτιστη ενσωμάτωση της κοινωνικής υπευθυνότητας στις αρχές και αξίες του Ομίλου, εφαρμόζει τους νόμους και ακολουθεί διεθνώς αναγνωρισμένες οδηγίες, αρχές και πρωτοβουλίες για τη βιώσιμη ανάπτυξη, όπως τις Κατευθυντήριες Οδηγίες του Οργανισμού Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (ΟΟΣΑ) για τις επιχειρήσεις, τις Βασικές Συμβάσεις Εργασίας της Διεθνούς Οργάνωσης Εργασίας (ILO) και την Οικουμενική Διακήρυξη των Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων (UDHR).

Η οργάνωση και η λειτουργία της Τράπεζας ακολουθεί τις βέλτιστες τραπεζικές και επιχειρησιακές πρακτικές. Διέπεται από αρχές, όπως η ακεραιότητα και η εντιμότητα, η αμεροληψία και η ανεξαρτησία, η εχεμύθεια και η διακριτικότητα, ως προβλέπονται στον Κώδικα Δεοντολογίας και στις αρχές Εταιρικής Διακυβέρνησης. Ιδιαίτερη βαρύτητα δίδεται στην αναγνώριση, μέτρηση και διαχείριση των αναλαμβανομένων κινδύνων, τη συμμόρφωση με το ισχύον νομοθετικό και κανονιστικό πλαίσιο καθώς και τη διαφάνεια, παρέχοντας πλήρη, ορθή και ειλικρινή πληροφόρηση στα ενδιαφερόμενα μέρη.

Η αξιοπιστία, η συνέπεια και η ταχύτητα στην τραπεζική εξυπηρέτηση αποτελούν πρωταρχικούς στόχους της Τράπεζας. Βασική μέριμνά της είναι η συνεχής βελτίωση των προϊόντων και των υπηρεσιών που προσφέρει καθώς και η σύγχρονη και υπεύθυνη αντιμετώπιση των τραπεζικών αναγκών των Πελατών της. Μελετά και ενσωματώνει μη χρηματοοικονομικά κριτήρια, τα οποία αφορούν στο περιβάλλον, την κοινωνία και την εταιρική διακυβέρνηση, κατά την αξιολόγηση αιτημάτων πιστοδοτήσεων καθώς και κατά τον σχεδιασμό και την παροχή νέων προϊόντων και υπηρεσιών.

2.14 ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΙΣΗ

Αναγνωρίζοντας την ιδιαίτερη συμβολή των Εργαζομένων της στην καθημερινή της λειτουργία και στην παροχή ποιοτικών υπηρεσιών, η Alpha Bank μεριμνά για τη δημιουργία ενός ασφαλούς και υγιούς εργασιακού περιβάλλοντος.

Για την υγεία και την ασφάλεια των Εργαζομένων η Τράπεζα αφ' ενός, συμμορφώνεται με την ισχύουσα νομοθεσία, αφ' ετέρου, εξασφαλίζει επιπλέον σχετικές παροχές και προγράμματα:

- ❖ Υπηρεσίες τεχνικού ασφαλείας και ιατρού εργασίας, τόσο από εξωτερικούς συνεργάτες όσο και από ειδικούς λειτουργούς, οι οποίοι πραγματοποιούν επισκέψεις σε Μονάδες της Τράπεζας και τακτική ενημέρωση των Εργαζομένων για θέματα υγιεινής και ασφαλείας
- ❖ Διαρκής εκπαίδευση σε θέματα ασφαλείας
- ❖ Μόνιμη παρουσία ιατρών σε χώρους εργασίας με μεγάλο αριθμό Εργαζομένων

- ❖ Κατάρτιση σχεδίων για την εκκένωση Κτηρίων και Καταστημάτων σε περίπτωση ανάγκης.

2.15 ΠΑΡΟΧΕΣ

Έχοντας ως διαχρονικό στόχο την έμπρακτη στήριξη των Υπαλλήλων και τη δημιουργία αισθήματος ασφάλειας και σιγουριάς τόσο σε αυτούς όσο και στις οικογένειές τους, η Alpha Bank προσφέρει πρόσθετες παροχές. Ειδικότερα, η Τράπεζα σε συνεργασία με την ΑΧΑ Ασφαλιστική, σχεδίασε ασφαλιστικά προγράμματα για το μόνιμο Προσωπικό της και τα μέλη των οικογενειών τους:

- ❖ Ομαδικό Αποταμιευτικό πρόγραμμα
- ❖ Ομαδικό Ασφαλιστήριο Πρόγραμμα Ζωής και Υγείας
- ❖ Ομαδικό Εξωνοσοκομειακό Ασφαλιστήριο Πρόγραμμα.

Επιπλέον, η Τράπεζα παρέχει:

- ❖ Διευκολύνσεις για τις μητέρες
- ❖ Επίδομα τοκετού
- ❖ Χορήγηση μειωμένου ωραρίου για τη φροντίδα τέκνων υπό τη μορφή σωρευτικής συνεχόμενης αδείας μετ' αποδοχών
- ❖ Κάλυψη δαπάνης βρεφονηπιακού σταθμού
- ❖ Ετήσια οικονομική ενίσχυση για τα παιδιά των Εργαζομένων που αντιμετωπίζουν σοβαρά προβλήματα υγείας και δυνατότητα μείωσης του ωραρίου εργασίας, χωρίς μείωση των αποδοχών τους.
- ❖ Ειδικό μηνιαίο προνομιακό επίδομα σε υπαλλήλους και συνταξιούχους, οι οποίοι αντιμετωπίζουν θέματα νεφροπάθειας ή τυφλότητας.
- ❖ Ψυχολογική υποστήριξη από ειδικούς επιστήμονες, ψυχολόγους σε Υπαλλήλους που σε δεδομένη συγκυρία αντιμετωπίζουν δυσκολία στη διαχείριση καταστάσεων σε προσωπικό, οικογενειακό και επαγγελματικό επίπεδο.

2.16 ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ

Οι άνθρωποι της Alpha Bank είναι το πολυτιμότερο κεφάλαιο που διαθέτει, η κινητήριος δύναμη πίσω από την επιτυχημένη πορεία και την ανάπτυξη του Ομίλου.

Με επαγγελματισμό, αφοσίωση και συνέπεια, οι Εργαζόμενοι της Alpha Bank στην Ελλάδα και στο εξωτερικό, δημιουργούν αξία για την Τράπεζα και την κοινωνία, με σκοπό την ανάπτυξη και την παροχή βέλτιστων χρηματοοικονομικών υπηρεσιών.

Η Διεύθυνση Ανθρωπίνου Δυναμικού της Alpha Bank είναι κοντά στους Εργαζομένους σε επαγγελματικό και προσωπικό επίπεδο, ενώ φροντίζει καθημερινά να μεγιστοποιεί την αξία των ανθρώπων της. Σε συνάρτηση με τον επιχειρησιακό σχεδιασμό, την οργανωτική δομή και τους στρατηγικούς στόχους της Τράπεζας, η Διεύθυνση Ανθρωπίνου Δυναμικού διαμορφώνει ένα εργασιακό περιβάλλον που σέβεται την προσωπικότητα, αναγνωρίζει τη συνεισφορά και στηρίζει τη συνεχή εξέλιξη κάθε Εργαζομένου.

Η δημιουργία υγιούς κλίματος εργασίας, το ωράριο εργασίας, η ανανέωση του Ανθρωπίνου Δυναμικού με νέες προσλήψεις και η παροχή δίκαιων αμοιβών αποτελούν ζητήματα υψίστης σημασίας, τα οποία συμβάλλουν στη δημιουργία ενός εύρυθμου

εργασιακού περιβάλλοντος και στην αποδοτικότερη συνεισφορά των Εργαζομένων στην καθημερινή λειτουργία της Alpha Bank.

Η Τράπεζα εφαρμόζει με υπευθυνότητα τις ακόλουθες πολιτικές για το Ανθρώπινο Δυναμικό:

- ❖ Σέβεται και προασπίζει τη διαφορετικότητα των Εργαζομένων της (π.χ. ηλικία, φύλο, φυλή, εθνικότητα, θρησκεία, αναπηρία/ειδικές ικανότητες, γενετήσιο προσανατολισμό κ.λπ.).
- ❖ Διασφαλίζει άριστες συνθήκες εργασίας και δυνατότητες εξέλιξης βασισμένες στην αξιοκρατία και στην ίση μεταχείριση, χωρίς διακρίσεις.
- ❖ Παρέχει δίκαιες αμοιβές, βάσει συμβάσεων που συνάδουν με την εκάστοτε εθνική αγορά εργασίας, εξασφαλίζοντας την τήρηση των αντίστοιχων εθνικών ρυθμίσεων για τις νόμιμες κατώτατες αποδοχές, τα ωράρια εργασίας και τη χορήγηση αδειών.
- ❖ Προασπίζεται τα ανθρώπινα δικαιώματα, αναγνωρίζει το δικαίωμα άσκησης της ελευθερίας του συνδικαλιζέσθε και της συλλογικής διαπραγματεύσεως, και αντιτίθεται σε κάθε μορφή παιδικής, εξαναγκασμένης ή υποχρεωτικής εργασίας.
- ❖ Αντιμετωπίζει όλους τους Εργαζομένους με σεβασμό.
- ❖ Μεριμνά για τη συνεχή κατάρτιση και εκπαίδευση των Εργαζομένων της.
- ❖ Διασφαλίζει την υγεία και την ασφάλεια των Εργαζομένων στον χώρο εργασίας καθώς και την εξισορρόπηση της επαγγελματικής και προσωπικής ζωής αυτών.

Οι δραστηριότητες της Τράπεζας συνδέονται άμεσα με την κοινωνία και τους πολίτες. Ως εκ τούτου, επιδιώκει να συμβάλλει στη στήριξη της κοινωνίας και των πολιτών, δίδοντας προτεραιότητα στον πολιτισμό, στην παιδεία, στην υγεία και στην προστασία του περιβάλλοντος.

2.16.1 Επένδυση στη διαρκή εκπαίδευση και ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού

Η Alpha Bank επενδύει με συνέπεια στην αναβάθμιση του επαγγελματικού επιπέδου των ανθρώπων της, μέσα από τη συνεχή εκπαίδευση και ανάπτυξή τους. Φροντίζει για την καλύτερη δυνατή αξιοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού της και την ανάδειξη νέων, καταρτισμένων Στελεχών, αξιοποιώντας:

- ❖ σύγχρονα και εξειδικευμένα εργαλεία εκπαίδευσης
- ❖ προγράμματα εναλλαγής θέσεων εργασίας (job rotation)
- ❖ προγράμματα εκπαίδευσης σε διαφορετικούς ρόλους και αντικείμενα (cross-training)
- ❖ σύγχρονα συστήματα διαχείρισης της απόδοσης, προγράμματα διαχείρισης ταλέντων.

Παράλληλα, μέσω αξιοκρατικών κριτηρίων και αντικειμενικών διαδικασιών επιλογής δίνει την ευκαιρία στα νέα Στελέχη της να εξελιχθούν ιεραρχικά, αναλαμβάνοντας θέσεις ευθύνης στον Όμιλό μας. Με στόχο τη διαρκή βελτίωση των επαγγελματικών δεξιοτήτων των ανθρώπων του Ομίλου και τον εμπλουτισμό των γνώσεών τους, η τράπεζα σχεδιάζει εξατομικευμένα μονοπάτια σταδιοδρομίας, αναπτύσσοντας Στελέχη ικανά να ανταποκριθούν με επιτυχία στις σύγχρονες προκλήσεις του κλάδου και τις αυξημένες επιχειρησιακές ανάγκες της Τράπεζας.

2.16.2 ΑΡΧΕΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

Στην Alpha Bank αποτελεί πεποίθηση “ότι το μεγαλύτερο πλεονέκτημά της είναι η υψηλή ποιότητα του ανθρωπίνου δυναμικού της”. Ως εκ τούτου, η Τράπεζα επενδύει στη δια βίου ανάπτυξη του Προσωπικού της, μεριμνώντας για τη διαρκή επαγγελματική τους εκπαίδευση, επιμόρφωση και ενημέρωση.

Σε αυτό το πλαίσιο αρχών, λειτούργησε η Εκπαίδευση στην Τράπεζα από την πρώτη στιγμή της δημιουργίας της, στα μέσα της δεκαετίας του '80. Τον Μάιο του 1985, η έκδοση εσωτερικής επικοινωνίας της Alpha Bank “Μαζί”, ενημέρωνε το Προσωπικό για τις αρχές της Νέας Εκπαιδευτικής Πολιτικής, σύμφωνα με την οποία η επαγγελματική εκπαίδευση έπρεπε να είναι:

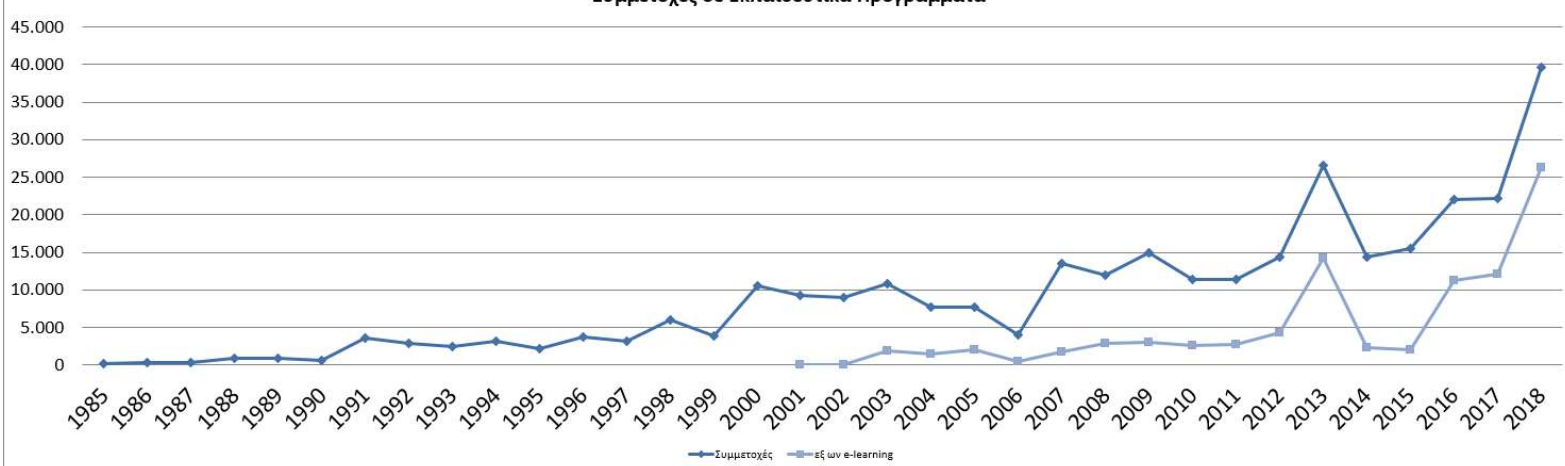
- ❖ **Διαρκής – Συνεχής** με μακροχρόνιο ορίζοντα και χαρακτήρα που να συνδέεται με τις απαιτήσεις των θέσεων εργασίας.
- ❖ **Καθολική** για όλο το Προσωπικό, αποτρέποντας κάθε διάκριση στην παρακολούθηση των εκπαιδευτικών προγραμμάτων.
- ❖ **Τραπεζική** εστιάζοντας στη γνώση των εργασιών της Τραπέζης, στους Κανονισμούς και τις Εγκυκλίους .

Με κεντρικό άξονα την επαγγελματική κατάρτιση, η Εκπαίδευση που αναπτύχθηκε στην Τράπεζα, σε βάθος πλέον 30 ετών, εστιάζει:

- ❖ στην άρτια και επιτυχή εκτέλεση των εργασιών
- ❖ στη συνεχή βελτίωση και εμπλουτισμό των επαγγελματικών δεξιοτήτων
- ❖ στη βαθιά γνώση των διαδικασιών

Στο διάγραμμα που ακολουθεί εμφανίζεται η εξέλιξη της συμμετοχής των Υπαλλήλων της Τραπέζης σε εκπαιδευτικά προγράμματα που διοργάνωσε. Η επιχειρησιακή ζωή της Alpha Bank αποτυπώνεται ευδιάκριτα για ένα διάστημα άνω των 30 ετών.

Συμμετοχές σε Εκπαιδευτικά Προγράμματα



Η Alpha Bank προσφέρει στους Εργαζομένους της μία ολοκληρωμένη σειρά εκπαιδευτικών προγραμμάτων, τα οποία:

- ❖ καλύπτουν όλες τις θέσεις εργασίας, τόσο σε τραπεζική τεχνική όσο και σε εκπαιδευτικά θέματα business management και πωλήσεων (soft skills)
- ❖ υποστηρίζουν εκπαιδευτικά τη μετακίνηση ενός Εργαζομένου σε άλλες θέσεις εργασίας (rotation)
- ❖ είναι ιεραρχημένα με βάση το γνωστικό επίπεδο του περιεχομένου τους
- ❖ υποστηρίζουν την επαγγελματική εξέλιξη των Υπαλλήλων (career path).

Για κάθε περιοχή εργασιών, προβλέπονται εκπαιδευτικά προγράμματα εισαγωγικού χαρακτήρα (induction courses) αλλά και προγράμματα που απευθύνονται σε έμπειρους Υπαλλήλους, για επικαιροποίηση γνώσεων.

2.17 ΣΤΑΔΙΟΔΡΟΜΙΑ

Στην Alpha Bank, το ανθρώπινο δυναμικό είναι η κινητήριος δύναμη για την επίτευξη των στρατηγικών στόχων και για τη συνέχιση της δυναμικής πορείας του Ομίλου. Δίνεται βαρύτητα τόσο στην προσέλκυση νέων ταλέντων, όσο και στη διατήρηση και την περαιτέρω ανάπτυξή τους, σε επαγγελματικό αλλά και προσωπικό επίπεδο, μέσα από μία σειρά στρατηγικών ενεργειών ανάδειξης και εκπαίδευσης.

Ο Όμιλος εφαρμόζει πολιτική ίσων ευκαιριών και προασπίζεται τη διαφορετικότητα, ανεξαρτήτως φύλου, θρησκείας, εθνικότητας, ηλικίας, χρώματος δέρματος, φυλής, κοινωνικοοικονομικού υπόβαθρου, γενετήσιου προσανατολισμού ή πολιτικών πεποιθήσεων. Η στελέχωση σε ανθρώπινο δυναμικό υλοποιείται με βάση τον ετήσιο προγραμματισμό αναγκών ενώ η προσέλκυση νέων Στελεχών και η αξιολόγησή τους διεξάγεται με αξιοκρατικές διαδικασίες και σύγχρονα εργαλεία επιλογής, όπως δομημένες ατομικές συνεντεύξεις και τεστ δεξιοτήτων από διεθνώς αναγνωρισμένους φορείς.

Επίσης, στο πλαίσιο της προσέλκυσης νέων ταλέντων και της ουσιαστικής σύνδεσης με τους Πανεπιστημιακούς φορείς, εφαρμόζονται εστιασμένα προγράμματα πρακτικής άσκησης (Internship) για την απασχόληση τελειόφοιτων προπτυχιακών ή/και μεταπτυχιακών φοιτητών. Παράλληλα, η συμμετοχή σε ημερίδες σταδιοδρομίας Πανεπιστημιακών ιδρυμάτων που διοργανώνονται από τα αντίστοιχα γραφεία διασύνδεσης φοιτητών φέρει σαν αποτέλεσμα την άμεση επαφή με τους νεοεισερχόμενους στην αγορά εργασίας.

2.18 ΕΘΕΛΟΝΤΙΣΜΟΣ

Για την Τράπεζα, η συμμετοχή του ανθρώπινου δυναμικού της σε εθελοντικές εκδηλώσεις κοινωνικής αλληλεγγύης και περιβαλλοντικής ευαισθησίας είναι υψίστης σημασίας. Κορωνίδα αυτών αποτελούν οι **Ημερίδες Εθελοντικής Αιμοδοσίας**.

Η Alpha Bank από το 2001 έχει δημιουργήσει τράπεζα αίματος και οι Εργαζόμενοι της συμμετέχοντας στις Ημερίδες Εθελοντικής Αιμοδοσίας συνδράμουν στο δύσκολο έργο για την εξεύρεση αίματος. Οι Ημερίδες πραγματοποιούνται δύο φορές τον χρόνο στην Αθήνα και στη Θεσσαλονίκη, με τη συμβολή των ιατρών της Alpha Bank και σε συνεργασία με μεγάλα νοσοκομεία της χώρας.

Παράλληλα, το 2016 θεσμοθετήθηκε Πρόγραμμα Επιβραβεύσεως Εθελοντών Αιμοδοτών, για να τιμήσει τους Εργαζομένους της Alpha Bank που συμμετέχουν στις Ημερίδες Εθελοντικής Αιμοδοσίας.



(ΠΗΓΕΣ): <https://www.alpha.gr>

<https://secure.alpha.gr>

<http://costopoulosfoundation.org/>

EUROBANK

2.19 ΙΣΤΟΡΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Το 1990, ιδρύθηκε η Ευρωεπενδυτική Τράπεζα. Αγόρασε πάνω από το 75% των μετοχών της *EFG Private Bank (Luxembourg) S. A.* και αυτό το τμήμα εντάχθηκε το 1994. Οι εξαγορές στην Ελλάδα περιλαμβάνουν την *Interbank Ελλάδος Α.Ε.* το 1996-97 και το δίκτυο των καταστημάτων της *Credit Lyonnais Ελλάδος Α.Ε.*, το 99,8% της *Cretabank* το 1998, της Τράπεζας Αθηνών το 1999 και το 50.1% της *Ergobank*.

Το 1997, η Ευρωεπενδυτική Τράπεζα άλλαξε το όνομά της σε "EFG Eurobank A.E." και το 2000 σε "EFG Eurobank Ergasias A.E." μετά την ανάληψη της γνωστής τράπεζας *Ergasias*. Η θυγατρική χρηματοοικονομικών προϊόντων δημιουργήθηκε το 2007 (όπου το 49.9% της θυγατρικής ανήκει στους εργαζομένους). Το 2012, η τράπεζα πούλησε το 70% της πολωνικής θυγατρικής *Polbank* στη *Raiffeisen Bank International*.

Μετά την ελληνική οικονομική κρίση και τα μέτρα διάσωσης των ελληνικών τραπεζών το 2012, η ελβετολουξεμβουργική *EFG Group*, τότε ιδιοκτήτης της *Eurobank*, αποφάσισε να διαχωρίσει την ελληνική τράπεζα από το υπόλοιπο της επιχείρησης. Τον Ιούλιο του έτους η *Eurobank* αποσπάστηκε από την ομάδα και τις μετοχές πουλήθηκαν στην ελληνική οικογένεια Λάτση. Έτσι μετονομάστηκε σε *Eurobank Ergasias*.

Τον Ιανουάριο του 2013 η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος έκανε μια προσφορά, η οποία τελικά δεν προχώρησε. Με τη προσφορά αυτή θα αναλάμβανε την *Eurobank Ergasias*, 64.000 μετόχους της *Eurobank* και η ελληνική επιτροπή κεφαλαιαγοράς είχε συμφωνήσει. Λίγες εβδομάδες μετά την πρόταση εξαγοράς η Εθνική Τράπεζα παρουσίασε σχέδια μείωσης του προσωπικού στο νέο τραπεζικό όμιλο, ιδίως μέσω της ενθάρρυνσης της πρόωρης συνταξιοδότησης.

Το 2014 η τράπεζα ήταν η τρίτη μεγαλύτερη στην Ελλάδα από το σύνολο του ενεργητικού. Στο σύνολο των δανείων και καταθέσεων, καθώς και στη κεφαλαιοποίηση της αγοράς, ήταν τέταρτη τον Δεκέμβριο του 2014.

Από την 1η Φεβρουαρίου 2015, διευθύνων σύμβουλος είναι ο Φωκίων Καραβίας, ενώ από τον Απρίλιο του 2019 πρόεδρος είναι ο Γεώργιος Ζανιάς. Το канаδικό fund *Fairfax Financial* αποτελεί σημαντικό μέτοχο.

2.20 Η ΤΡΑΠΕΖΑ

Το όραμα της *Eurobank* είναι η επίτευξη για την πιο ανθρωποκεντρική τράπεζα στην Ελλάδα, χτίζοντας με τους πελάτες μακροχρόνιες σχέσεις εμπιστοσύνης. Να παρέχει πρόσβαση σε ψηφιακές επιλογές αιχμής, δημιουργώντας αξία για τους πελάτες, τους εργαζόμενους, τους μετόχους μας και την κοινωνία.

Υιοθετεί ευέλικτα μοντέλα συνεργασίας για να πετύχει γρηγορότερα αποτελέσματα και υψηλότερη παραγωγικότητα. Σχηματίζει *Agile* ομάδες που εφαρμόζουν μεθοδολογίες τύπου *Working Scrum* και *Design Thinking*.

Σε αυτήν τη συμμετοχική εργασία οφείλει την έγκαιρη παρουσία της στην αγορά με καινοτομίες. Προτείνονται προϊόντα, υπηρεσίες και εφαρμογές υψηλής δημιουργικότητας που καλύπτουν αποτελεσματικά πραγματικές ανάγκες.

Παράλληλα, στηρίζει την καινοτομία στην Ελλάδα με έμφαση στον επιχειρηματικό κλάδο. Ανακαλύπτει και ενθαρρύνει ταλέντα μέσα από πρωτοβουλίες, όπως τα egg-enter grow go, Beyond Hackathon, Η Ελλάδα Καινοτομεί!, Ennovation, Viva Nest, Data Science Masters ΟΠΕ κ.ά

Η Eurobank αναγνωρίζει και επιβραβεύει το ταλέντο και την καινοτομία. Ανταμείβει κάθε εργαζόμενο ανάλογα με την προσφορά του και το επίπεδο ευθύνης του, όπως αυτό καθορίζεται από τη θέση του και το πλαίσιο της αγοράς στην οποία δραστηριοποιείται.

2.21 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ

Η Eurobank λειτουργεί με επίκεντρο τους πελάτες και γνώμονα το συμφέρον τους. Ακούει προσεκτικά τις ανάγκες τους και λειτουργεί προς όφελός τους. Πρωτοπορεί για να απλοποιήσει τη καθημερινότητα των πελατών της. Δίνει προτεραιότητα σε ό,τι είναι σημαντικό για τη χώρα μας:

- ❖ Στήριξη της ελληνικής επιχειρηματικότητας και της εξωστρέφειας
- ❖ Καινοτόμες λύσεις για ιδιώτες και για επιχειρήσεις
- ❖ Κοινωνία και αλληλεγγύη
- ❖ Περιβάλλον και αειφόρος ανάπτυξη

Προσφέρει ολοκληρωμένη εξυπηρέτηση σε ιδιώτες και επιχειρήσεις:

- ❖ Ευρύ δίκτυο εξυπηρέτησης σε όλη την Ελλάδα.
- ❖ Εξειλιγμένες ψηφιακές υπηρεσίες για να απλοποιείτε η καθημερινότητα και να ελέγχονται τα οικονομικά με την ηλεκτρονική τραπεζική ιδιωτών και καινοτόμες ηλεκτρονικές υπηρεσίες για επιχειρήσεις.
- ❖ Διευκόλυνση στις συναλλαγές σε πάνω από **950 ΑΤΜ και πάνω από 500 Κέντρα Αυτόματων Συναλλαγών** σε όλη την Ελλάδα.
- ❖ Τηλεφωνική διαθεσιμότητα, 24 ώρες το 24ωρο, 365 ημέρες τον χρόνο, μέσω EuroPhone Banking
- ❖ Εξειδικευμένα στελέχη για επιχειρήσεις συζητούν με τους πελάτες στα Business Centres στις μεγαλύτερες πόλεις της Ελλάδας. Δίπλα τους είναι ένας Επαγγελματικός Σύμβουλος με εξειδικευμένη γνώση σε θέματα τραπεζικής μικρών επιχειρήσεων.
- ❖ Υποδοχή των πελατών Personal Banking σε ειδικά διαμορφωμένους χώρους.
- ❖ Ακόμη και στις πιο απομακρυσμένες περιοχές της Ελλάδας υπάρχει εξυπηρέτηση μέσω των συνεργαζόμενων καταστημάτων ΕΛΤΑ.

2.21.1 Προτεραιότητα στις αξίες

Οδηγός σε κάθε δράση και σχέση είναι οι αξίες της Τράπεζας. Μοιράζεται με τους εργαζόμενους ό,τι είναι αληθινά σημαντικό για όλους τους ανθρώπους της Eurobank. Οι αξίες διαμορφώνουν τον τρόπο που σκέφτονται και λειτουργούν με :

- ❖ **Κατανόηση.** Γι' αυτό η Τράπεζα ακούει προσεκτικά, κατανοεί τις ανάγκες και λειτουργεί προς όφελος του εργαζόμενου.
- ❖ **Δυναμισμός.** Γι' αυτό η Τράπεζα δεσμεύεται για συνεχή δράση και ανταποκρίνεται στις προσδοκίες. Με αποφασιστικότητα φέρνει τα καλύτερα αποτελέσματα στον πελάτη και στην Eurobank.
- ❖ **Συνεργασία.** Γι' αυτό η Τράπεζα σαν ομάδα αφοσιώνεται στην κοινή προσπάθεια. Έτσι, εξασφαλίζεται η επιτυχία όλων.
- ❖ **Καινοτομία.** Γι' αυτό η Τράπεζα επιδιώκει τη συνεχή εξέλιξη σε μια κοινωνία που αλλάζει. Έτσι, διαμορφώνεται το μέλλον.
- ❖ **Εμπιστοσύνη.** Γι' αυτό η Τράπεζα ενεργεί με επαγγελματισμό και αξιοπιστία απέναντι στους πελάτες, τους συνεργάτες και τους συναδέλφους της. Με υπευθυνότητα δημιουργεί σχέσεις εμπιστοσύνης.

Ο Όμιλος Eurobank σε αριθμούς

Με δυναμική παρουσία σε Ελλάδα, Κύπρο, Λουξεμβούργο, Σερβία, Βουλγαρία και Ηνωμένο Βασίλειο, ο Όμιλος Eurobank μετρά (στοιχεία 31.12.2019):

- ❖ 64,8 δις. Ευρώ σύνολο ενεργητικού
- ❖ 674 σημεία εξυπηρέτησης σε Ελλάδα και εξωτερικό
- ❖ **13.456 εργαζόμενους**

2.22 ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ

Οι εργαζόμενοι της Eurobank αποκτάνε πολύτιμη πείρα σε έναν δραστήριο οργανισμό που στηρίζει την ελληνική οικονομία και έχει ενεργό ρόλο στη διεθνή αγορά. Αναλαμβάνουν θέσεις με ουσιαστικό περιεχόμενο και αρμοδιότητες σε μια δομή που ευνοεί τις σύγχρονες μεθόδους συνεργασίας και την αλληλεπίδραση με συνεχή υποστήριξη

Έχουν όλες τις επαγγελματικές ευκαιρίες που τους προσφέρει μία από τις 4 μεγαλύτερες τράπεζες της Ελλάδας. Η δραστηριότητά της Τράπεζας καλύπτει όλο το φάσμα των χρηματοπιστωτικών εργασιών.

Στηρίζει ιδιώτες, μικρομεσαίες επιχειρήσεις, επενδυτές, μεγάλους οργανισμούς και επιχειρηματικούς ομίλους της Ελλάδας σε όλους τους κλάδους. Προχωράνε με γρήγορους ρυθμούς στον ψηφιακό μετασχηματισμό των υπηρεσιών μας αλλά και του περιβάλλοντος εργασίας μας.

Σε όλο το φάσμα των δραστηριοτήτων εφαρμόζεται ένας κώδικας ισχυρής επαγγελματικής δεοντολογίας: υψηλός επαγγελματισμός, αυστηρή εταιρική διακυβέρνηση και προτεραιότητα στον άνθρωπο.

Κατανομή εργαζομένων ανά φύλο και ηλικιακή κατηγορία το 2017

< 25 ετών		25-34 ετών		35-44 ετών		45-54 ετών		> 55 ετών	
Άνδρες	Γυναίκες	Άνδρες	Γυναίκες	Άνδρες	Γυναίκες	Άνδρες	Γυναίκες	Άνδρες	Γυναίκες
18,18%	81,82%	25,84%	74,16%	36,75%	63,25%	58,75%	41,25%	70,40%	29,60%

Συνεχής μάθηση

Κάθε χρόνο 80% των εργαζομένων εκπαιδεύονται σε νέες διαδικασίες και τεχνολογίες. Με ενθάρρυνση βελτιώνονται συνεχώς, αποκτούν νέες γνώσεις και ενισχύουν τις δεξιότητές τους. Κάθε εργαζόμενος νιώθει κύριος των αναπτυξιακών στόχων του.

Γι' αυτόν τον σκοπό, επιδιώκονται συνεργασίες με οργανισμούς κύρους. Η Τράπεζα υιοθετεί διεθνείς εκπαιδευτικές μεθοδολογίες και σύγχρονα συστήματα εκπαίδευσης: webinars, nano-learning κ.ά. Οργανώνει εκπαιδευτικά προγράμματα με νέο εκπαιδευτικό υλικό και εργαλεία που αναβαθμίζουν τη διαδικασία εκπαίδευσης σε μαθησιακή εμπειρία.

2.23 ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ

Προσφέρονται τα μέσα, η εξειδικευμένη καθοδήγηση και οι ευκαιρίες για να εξελιχτεί ο κάθε εργαζόμενος σε κάθε φάση της επαγγελματικής του ζωής:

- ❖ Βοήθεια για την σχεδίαση και την υλοποίηση για το προσωπικό τους πλάνο με σύγχρονη μεθοδολογία επαγγελματικής ανάπτυξης, coaching και mentoring.
- ❖ Δημιουργία θέσεων εργασίας με ουσιαστικό αντικείμενο και μαθησιακή αξία. Δημοσίευση των νέων ευκαιριών σταδιοδρομίας.
- ❖ Ενθάρρυνση για τη μετακίνηση μέσα στον οργανισμό. Δυνατότητα εξέλιξης τόσο από τμήμα σε τμήμα, όσο και από το ένα επίπεδο της ιεραρχίας στο υψηλότερο.
- ❖ Εργασία δίπλα σε καταξιωμένους επαγγελματίες με αξιόλογη πείρα σε θέσεις ευθύνης στην Ελλάδα και τη διεθνή αγορά

2.24 ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΕΣ ΑΜΟΙΒΕΣ ΚΑΙ ΠΑΡΟΧΕΣ

Οι αμοιβές και οι παροχές της Τράπεζας σταθμίζονται ανταγωνιστικά σε σύγκριση με την υπόλοιπη αγορά. Αμείβει τους εργαζομένους αξιοκρατικά, ανάλογα με το επίπεδο εξειδίκευσης και την ευθύνη των αρμοδιοτήτων τους. Σχεδιάζει προσεκτικά τα πακέτα παροχών και προνομίων που τους προσφέρει για να καλύπτουν όλες τις ανάγκες τους:

Φροντίζει για την υγεία και την ψυχική ευεξία εντός και εκτός της δουλειάς. Παρέχεται ιατροφαρμακευτική κάλυψη και γραμμή ψυχολογικής υποστήριξης. Στον χώρο εργασίας, εάν χρειαστεί, παρέχεται επίσης εύκολη πρόσβαση σε γιατρούς. Εξασφαλίζει για την οικογένεια των εργαζομένων ιατροφαρμακευτική κάλυψη και check-up. Δίνονται ευέλικτες άδειες μητρότητας και πρόσθετα οικονομικά βοηθήματα για τους γονείς μικρών παιδιών. Επιδότηση επιλεγμένων προπτυχιακών και μεταπτυχιακών προγραμμάτων. Παρέχεται προνομιακή τιμολόγηση σε προϊόντα, π.χ. στεγαστικό δάνειο. Για τις μελλοντικές προσδοκίες προβλέπονται οι ανάγκες μακροπρόθεσμα. Προσφέρεται δωρεάν συνταξιοδοτικό πρόγραμμα για τη διατήρηση του επίπεδο ζωής και την ένταξη των παιδιών σε αποταμιευτικό πρόγραμμα για να έχουν πλεονέκτημα στο ξεκίνημα τους όταν ενηλικιωθούν.

Ίσες ευκαιρίες απασχόλησης και εξέλιξης

Αξιολογούνται αξιοκρατικά όλοι όσοι αναζητούν εργασία στην Eurobank. Δεν επηρεάζει το φύλο, η εθνικότητα, η ηλικία ή άλλη διάκριση.

Η Τράπεζα επιλέγει τους ανθρώπους της με βάση το συνολικό τους προφίλ, τις δεξιότητες και τις γνώσεις τους. Δίνει ιδιαίτερο βάρος στην επαγγελματική συμπεριφορά που επιδεικνύουν σε όλα τα στάδια της αξιολόγησής τους.

Αντιμετωπίζει με αντικειμενικότητα και δικαιοσύνη τους εργαζόμενούς της και παρέχει σε όλους τα μέσα για να εξελιχτούν όπως και όταν το επιθυμούν.

2.25 ΕΘΕΛΟΝΤΙΣΜΟΣ

Κάθε χρόνο συμμετέχει σε δράσεις για να προσφέρει ανακούφιση σε συνανθρώπους μας που αντιμετωπίζουν δυσκολίες. Ενθαρρύνει τους εργαζόμενούς της και τις οικογένειές τους να συμμετέχουν στα προγράμματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και τις ανεξάρτητες εθελοντικές δράσεις.

Πρόγραμμα «Η Αποστολή στηρίζει τους μαθητές»

Υποστηρίζει το πρόγραμμα «Η Αποστολή στηρίζει τους μαθητές» της Ιεράς Αρχιεπισκοπής Αθηνών ως δωρητής και αποκλειστικός χορηγός. Κάθε χρόνο, τα Χριστούγεννα και το Πάσχα, ενεργοποιεί τους εργαζόμενους να συγκεντρώσουν τρόφιμα.

Μέχρι σήμερα έχουν συγκεντρωθεί σχεδόν 7 τόνους τροφίμων. Έτσι, βοηθάνε να πολλαπλασιαστούν τα δέματα αγάπης που προσφέρει η ΑΠΟΣΤΟΛΗ στις οικογένειες που αντιμετωπίζουν προβλήματα σίτισης λόγω της οικονομικής και κοινωνικής κρίσης στην Ελλάδα.

Συλλογή ειδών πρώτης ανάγκης

Διοργανώνει συλλογή ειδών πρώτης ανάγκης και φαρμάκων σε συνεργασία με την ΜΚΟ Praksis. Για να στηρίξει τους αναξιοπαθούντες της χώρας μας, τον Μάιο του 2016 η τράπεζα Eurobank συγκέντρωσε:

- ❖ 69 κιλά φαρμάκων
- ❖ 198 κιλά ειδών πρώτης ανάγκης

Για να ευχαριστήσει τους εργαζόμενούς της, διοργάνωσε μια παράσταση για τα παιδιά τους.

Αγώνας δρόμου «Όλοι Μαζί Μπορούμε»

Στηρίζουν ενεργά τον θεσμό αλληλεγγύης «Όλοι Μαζί Μπορούμε» του ΣΚΑΪ. Κάθε χρόνο από το 2015 μέχρι σήμερα οι εργαζόμενοι εκπροσωπούν την ομάδα του Ομίλου Eurobank στους αγώνες.

Μέχρι σήμερα μετράνε 560 συμμετοχές στους αγώνες δρόμου. Για τον ίδιο σκοπό, έχουν προσφέρει τρόφιμα και δωροεπιταγές από σουπερμάρκετ σε συνανθρώπους μας που αντιμετωπίζουν δυσκολίες λόγω της οικονομικής κρίσης.

Συγκέντρωση υλικών για τα Παιδικά Χωριά SOS

Ενισχύει 3 Κέντρα Στήριξης Παιδιού και Οικογένειας της οργάνωσης Παιδικά Χωριά SOS στην Αττική. Τον Σεπτέμβριο του 2016 οι εργαζόμενοι συνέλλεξαν και τακτοποίησαν:

- ❖ 427 σχολικές τσάντες
- ❖ 52 κούτες με υλικά

Με αυτά ευχήθηκαν καλή σχολική χρονιά στους μαθητές που φιλοξενούνται στα Παιδικά Χωριά SOS.

Αγώνας δρόμου Greece Race for the Cure

Και το 2016 στήριξε ενεργά τον αγώνα Greece Race for the Cure κατά του καρκίνου του μαστού που διοργάνωσε ο Σύλλογος Άλμα Ζωής στην Αθήνα.

Οι εργαζόμενοι και οι οικογένειές τους έδωσαν το «παρών» με την ομάδα της Eurobank και αύξησαν τον συνολικό αριθμό των συμμετοχών μας σε **1.040 δρομείς** από το 2014.

(ΠΗΓΕΣ): <https://www.eurobank.gr>

<https://el.wikipedia.org/wiki/Eurobank>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

3.1 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΠΡΩΤΟΓΕΝΟΥΣ ΕΡΕΥΝΑ

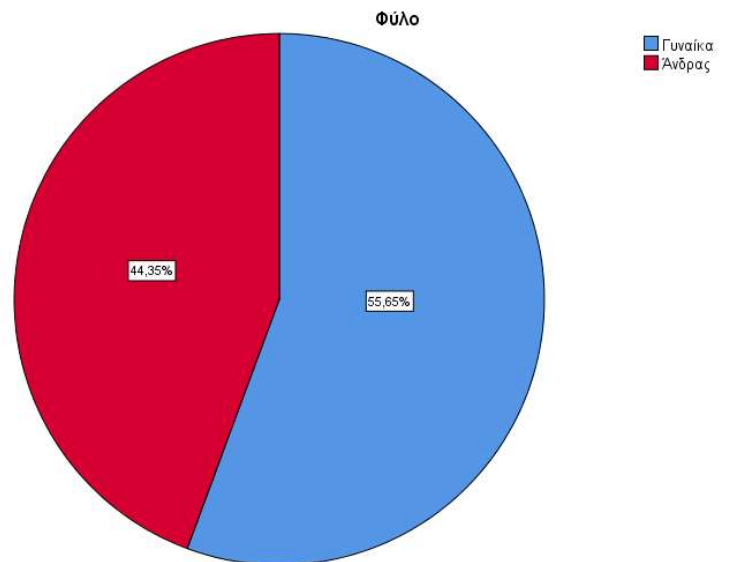
Η διεξαγωγή της έρευνας πραγματοποιήθηκε από τα μέσα Μαρτίου έως τα μέσα Απριλίου με τη χρήση ενός ερωτηματολογίου που αναρτήθηκε στο διαδίκτυο και ήταν ανοικτό προς όλους όσοι ήθελαν και ενδιαφερόταν να απαντήσουν. Η ποιοτική αυτή έρευνα περιλάμβανε 5 διχοτομικές ερωτήσεις σχετικά με τα δημογραφικά στοιχεία του κάθε ερωτώμενου και 3 ερωτήσεις σχετικά με γενικές πληροφορίες των συναλλασσόμενων τραπεζών εκ των οποίων οι 2 ήταν πολλαπλής επιλογής. Επίσης, η έρευνα περιείχε και 9 ερωτήσεις κλειστού τύπου κλίμακας Likert (1:Καθόλου, 2:Λίγο, 3:Αρκετά, 4:Πολύ, 5:Πάρα πολύ) όπου καταγραφόταν κατά πόσο είναι ο ερωτώμενος-πελάτης ικανοποιημένος από τις υπηρεσίες που του παρέχει η Τράπεζα ή οι Τράπεζες που συναλλάσσεται.

Τα δεδομένα που συγκεντρώθηκαν αναλύθηκαν από το στατιστικό πρόγραμμα IBM SPSS Statistics v. 25 (Statistical Package for the Social Sciences) για την βέλτιστη κατανόηση μέσω πινάκων και διαγραμμάτων με σκοπό την διερεύνηση που οι υπηρεσίες επηρεάζουν την συνολική ικανοποίηση των πελατών. Πιο συγκεκριμένα, αρχικά έγινε ανάλυση των συχνοτήτων (frequencies) σε όλες τις μεταβλητές και έπειτα ανάλυση των κυριότερων δημογραφικών στοιχείων με τις τράπεζες συναλλαγής, τους λόγους συναλλαγής αλλά και την προτίμηση καλύτερης εξυπηρέτησης μεταξύ πελατών και τράπεζας.

3.2 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΥΧΝΟΤΗΤΩΝ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

3.2.1 Ανάλυση φύλου

Από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε προκύπτει ότι 115 άτομα συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο εκ των οποίων οι 64 δηλαδή το 55,7% ήταν γυναίκες και οι 51 δηλαδή το 44,3% ήταν άνδρες.

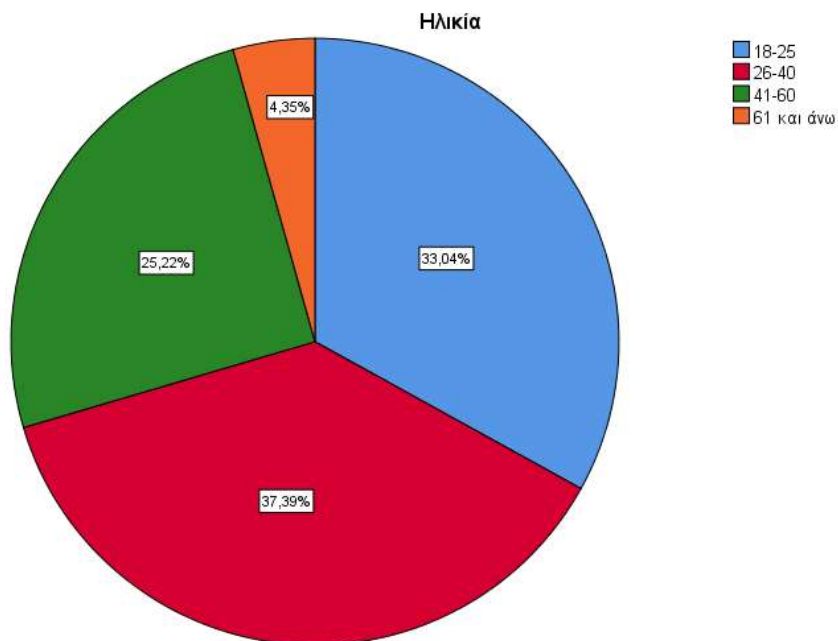


		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Γυναίκα	64	55,7	55,7	55,7
	Ανδρας	51	44,3	44,3	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Πίνακας 3.2.1 Δείγμα πελατών σύμφωνα με το φύλο

3.2.2 Ανάλυση ηλικίας

Στην ερώτηση που αφορά την ηλικία το μεγαλύτερο ποσοστό, δηλαδή το 37,4% ανήκει στην ηλικιακή ομάδα των 26-40 με 43 απαντήσεις, έπειτα ακολουθεί η ηλικιακή ομάδα των 18-25 με 38 απαντήσεις, δηλαδή το 33%. Εξίσου, μεγάλο ποσοστό αποτελούν και οι ηλικίες των 41-60 με 29 απαντήσεις δηλαδή το 25,25. Τέλος, με μόλις 5 απαντήσεις αποτελεί η ομάδα των 61 ετών και πάνω που αποτελεί το 4,3%.

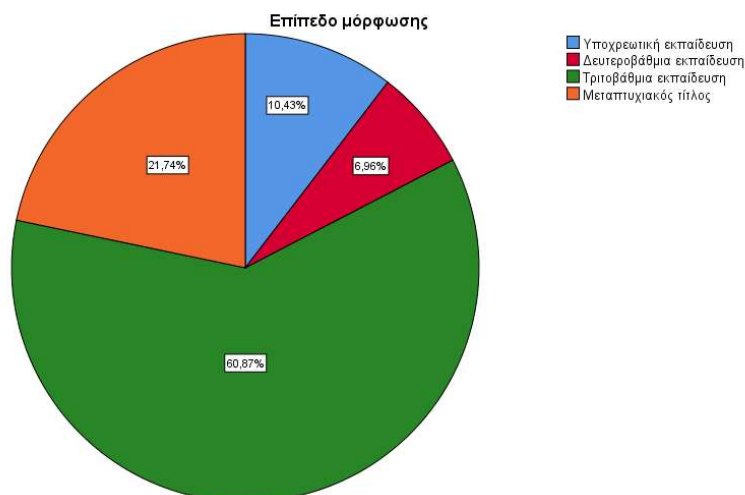


	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 18-25	38	33,0	33,0	33,0
26-40	43	37,4	37,4	70,4
41-60	29	25,2	25,2	95,7
61 και άνω	5	4,3	4,3	100,0
Total	115	100,0	100,0	

Πίνακας 3.2.2 Δείγμα πελατών σύμφωνα με την ηλικία

3.2.3 Ανάλυση επιπέδου μόρφωσης

Όσον αφορά το μορφωτικό επίπεδο των ερωτώμενων διαμορφώθηκε με το υψηλότερο ποσοστό 60,9% στην τριτοβάθμια εκπαίδευση που ισοδυναμεί με 70 απαντήσεις, ακολουθεί ο μεταπτυχιακός τίτλος με 21,7% δηλαδή 25 απαντήσεις, έπειτα η υποχρεωτική εκπαίδευση με το 10,4% δηλαδή 12 απαντήσεις και τέλος με μόλις 7% η δευτεροβάθμια εκπαίδευση με 8 απαντήσεις.

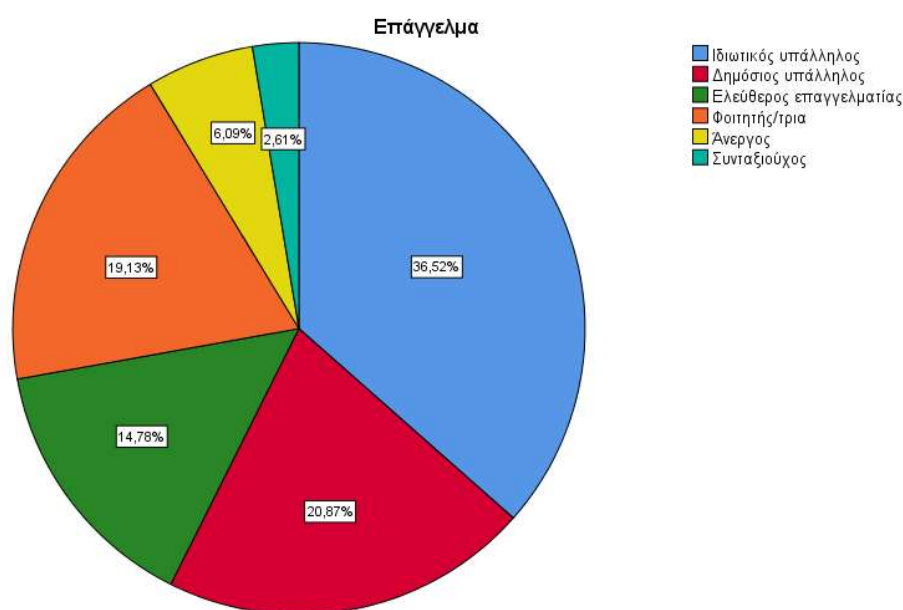


		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Υποχρεωτική εκπαίδευση	12	10,4	10,4	10,4
	Δευτεροβάθμια εκπαίδευση	8	7,0	7,0	17,4
	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	70	60,9	60,9	78,3
	Μεταπτυχιακός τίτλος	25	21,7	21,7	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Πίνακας 3.2.3 Δείγμα πελατών σύμφωνα με το επίπεδο μόρφωσης

3.2.4 Ανάλυση επαγγέλματος

Εν συνεχεία, τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν πως το μεγαλύτερο ποσοστό με 36,5% που αντιστοιχεί σε 42 απαντήσεις εργάζονται ως ιδιωτικοί υπάλληλοι, ακολουθούν με 20,9% οι δημόσιοι υπάλληλοι με 24 απαντήσεις, έπειτα βρίσκονται οι φοιτητές με 19,1% και 22 απαντήσεις. Εξίσου μεγάλο ποσοστό με 14,8% δηλαδή 17 απαντήσεις εργάζονται ως ελεύθεροι επαγγελματίες. Τέλος, με 6,1% και 2,6% βρίσκονται οι άνεργοι και οι συνταξιούχοι αντίστοιχα.

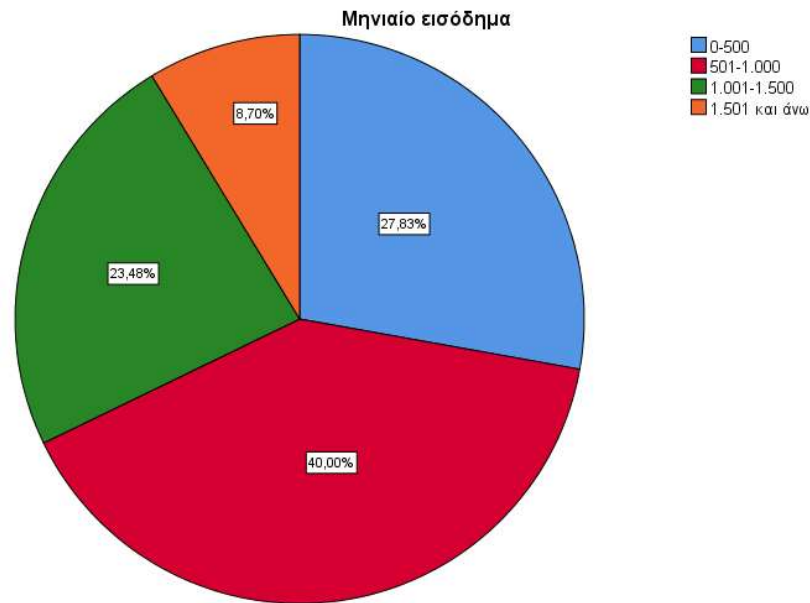


		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ιδιωτικός υπάλληλος	42	36,5	36,5	36,5
	Δημόσιος υπάλληλος	24	20,9	20,9	57,4
	Ελεύθερος επαγγελματίας	17	14,8	14,8	72,2
	Φοιτητής/τρια	22	19,1	19,1	91,3
	Άνεργος	7	6,1	6,1	97,4
	Συνταξιούχος	3	2,6	2,6	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Πίνακας 3.2.4 Δείγμα πελατών σύμφωνα με το επάγγελμα

3.2.5 Ανάλυση μηνιαίου εισοδήματος

Το τελευταίο μέρος των δημογραφικών στοιχείων αποτελείται με 40% ,δηλαδή 46 απαντήσεις, με μηνιαίο εισόδημα από 501-1.000€, ακολουθεί το 27,8% δηλαδή 32 απαντήσεις με μηνιαίο εισόδημα 0-500€, στη συνέχεια βρίσκεται το 23,5% δηλαδή 27 απαντήσεις με μηνιαίο εισόδημα 1.001-1.500€ και τέλος με μόλις 8,7% δηλαδή 10 απαντήσεις όσοι έχουν μηνιαίο εισόδημα από 1.501€ και άνω.

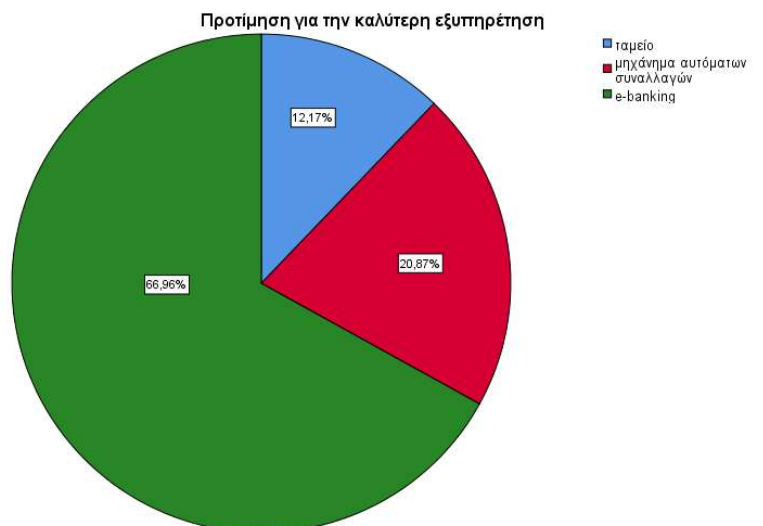


	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0-500	32	27,8	27,8	27,8
501-1.000	46	40,0	40,0	67,8
1.001-1.500	27	23,5	23,5	91,3
1.501 και άνω	10	8,7	8,7	100,0
Total	115	100,0	100,0	

Πίνακας 3.2.5 Δείγμα σύμφωνα με το μηνιαίο εισόδημα

3.3 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΥΧΝΟΤΗΤΩΝ ΠΡΟΤΙΜΗΣΗΣ ΚΑΛΥΤΕΡΗΣ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ

Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτωμένων με 67%, δηλαδή οι 77, απάντησαν πως προτιμούν για την καλύτερη εξυπηρέτηση τους το e-banking, το 20,9% με 24 απαντήσεις προτιμούν το μηχάνημα αυτόματων συναλλαγών και τέλος, το υπόλοιπο 12,2% με μόλις 14 απαντήσεις προτιμούν το ταμείο



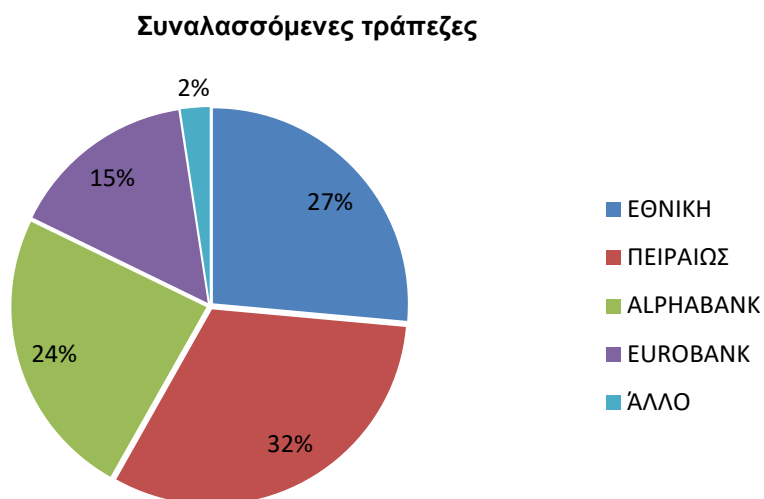
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ταμείο	14	12,2	12,2	12,2
	μηχάνημα αυτόματων συναλλαγών	24	20,9	20,9	33,0
	e-banking	77	67,0	67,0	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Πίνακας 3.3.1 Δείγμα πελατών σύμφωνα με τη προτίμηση για την καλύτερη εξυπηρέτηση

3.4 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΥΧΝΟΤΗΤΩΝ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΙΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΠΟΛΛΑΠΛΗΣ ΕΠΙΛΟΓΗΣ

3.4.1 Ανάλυση συναλασσόμενων τραπεζών

Σύμφωνα με τους ερωτώμενους-πελάτες προκύπτουν 208 απαντήσεις εκ τις οποίες το μεγαλύτερο ποσοστό με 31,7% συναλλάσσεται με την Τράπεζα Πειραιώς, το 26,4% με την Εθνική Τράπεζα, το 24% με την Alpha Bank, το 15,4% με την Eurobank και τέλος το 2,4% συναλλάσσεται με κάποια άλλη Τράπεζα που δεν αναφέρεται. Αυτά τα ποσοστά ισοδυναμούν με 66, 55, 50, 32 και 5 απαντήσεις αντίστοιχα.



		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
\$Banks ^a	Εθνική	55	26,4%	47,8%
	Πειραιώς	66	31,7%	57,4%
	Alpha	50	24,0%	43,5%
	Eurobank	32	15,4%	27,8%
	Άλλο	5	2,4%	4,3%
Total		208	100,0%	180,9%

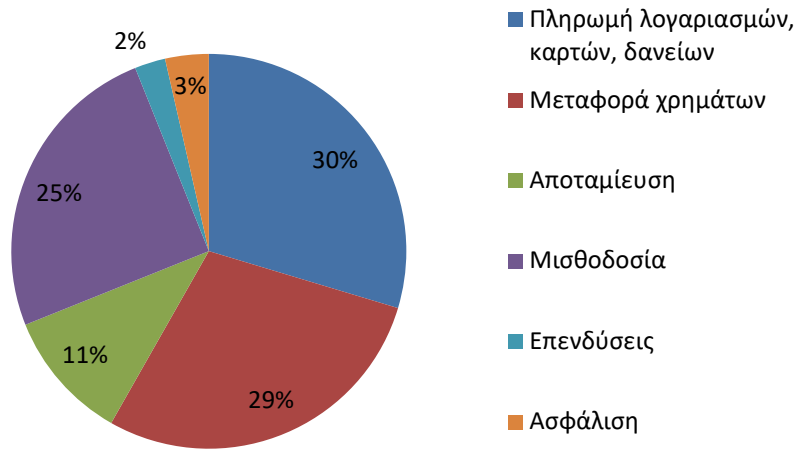
a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Πίνακας 3.4.1 Δείγμα πελατών σύμφωνα με τις συναλασσόμενων τραπεζών

3.4.2 Ανάλυση λόγων συναλλαγής

Στη συγκεκριμένη ερώτηση συλλέχθηκαν 280 απαντήσεις με το μεγαλύτερο ποσοστό 29,6% να συναλλάσσονται με τις τράπεζες για διάφορες πληρωμές όπως είναι οι λογαριασμοί, οι κάρτες και τα δάνεια. Στη συνέχεια έχουμε με 28,6% τη μεταφορά χρημάτων και με 25% η μισθοδοσία. Με χαμηλότερο ποσοστό βρίσκεται η αποταμίευση με 10,7%, η ασφάλιση με 3,6% και τέλος οι επενδύσεις με 2,5%. Ανάλογα δηλαδή με 83, 80, 70, 30, 10, 7 απαντήσεις αντίστοιχα.

Λόγοι συναλλαγής



\$Reasons ^a	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
Πληρωμή λογαριασμών, καρτών, δανείων	83	29,6%	72,2%
Μεταφορά χρημάτων	80	28,6%	69,6%
Αποταμίευση	30	10,7%	26,1%
Μισθοδοσία	70	25,0%	60,9%
Επενδύσεις	7	2,5%	6,1%
Ασφάλιση	10	3,6%	8,7%
Total	280	100,0%	243,5%

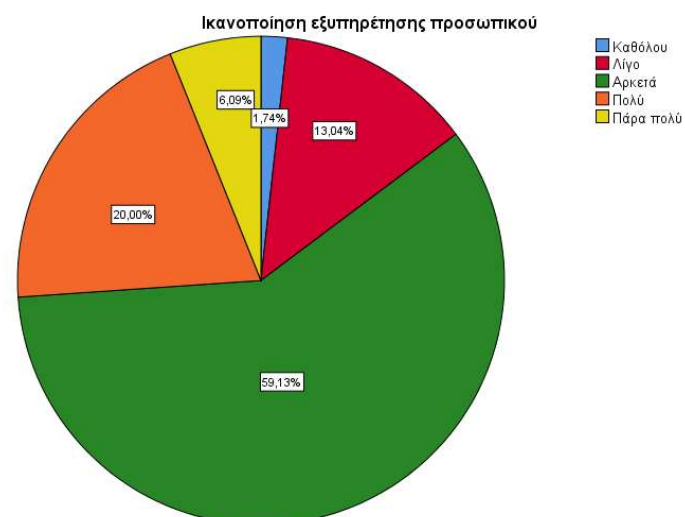
a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Πίνακας 3.4.2 Δείγμα πελατών σύμφωνα με τους λόγους συναλλαγής

3.5 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΥΧΝΟΤΗΤΩΝ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΙΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΚΛΙΜΑΚΑΣ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΤΗΝ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ

3.5.1 Ανάλυση εξυπηρέτησης προσωπικού

Οι ερωτώμενοι-πελάτες που πήραν μέρος στην έρευνα είναι αρκετά ικανοποιημένοι με την εξυπηρέτηση του προσωπικού στις τράπεζες που συναλλάσσονται με ποσοστό 59,1% και το 1,7% δηλαδή μόνο 2 απαντήσεις δεν είναι καθόλου ικανοποιημένοι.

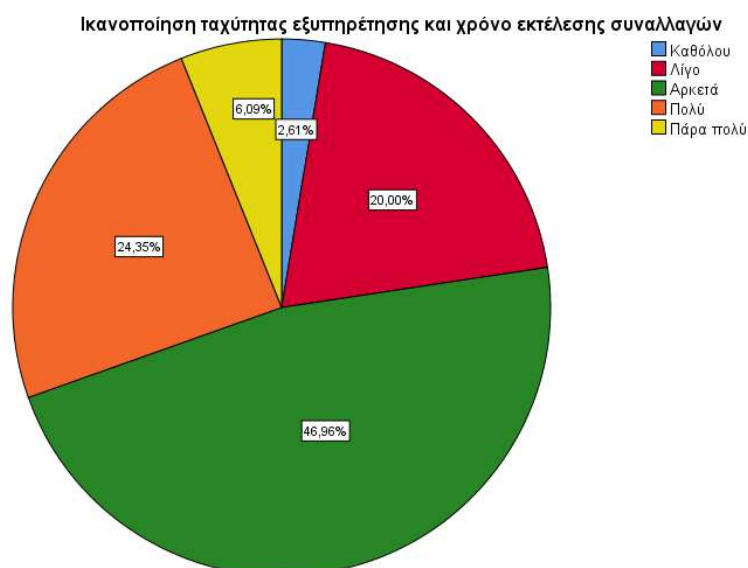


		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	2	1,7	1,7	1,7
	Λίγο	15	13,0	13,0	14,8
	Αρκετά	68	59,1	59,1	73,9
	Πολύ	23	20,0	20,0	93,9
	Πάρα πολύ	7	6,1	6,1	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Πίνακας 3.5.1 Δείγμα ικανοποίησης πελατών σύμφωνα με την εξυπηρέτηση προσωπικού

3.5.2 Ανάλυση ταχύτητας εξυπηρέτησης και χρόνου εκτέλεσης συναλλαγών

Όσον αφορά την ταχύτητα εξυπηρέτησης από το προσωπικό και τον χρόνο εκτέλεσης των συναλλαγών συμπεραίνουμε πως το μεγαλύτερο ποσοστό με 47% είναι αρκετά ικανοποιημένοι ενώ το χαμηλότερο ποσοστό με 2,6% δεν είναι καθόλου ικανοποιημένοι.

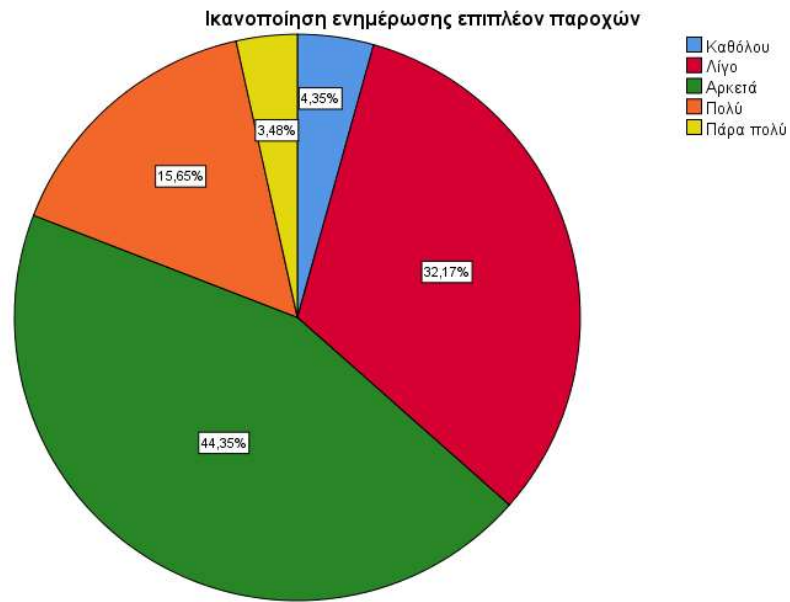


		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	3	2,6	2,6	2,6
	Λίγο	23	20,0	20,0	22,6
	Αρκετά	54	47,0	47,0	69,6
	Πολύ	28	24,3	24,3	93,9
	Πάρα πολύ	7	6,1	6,1	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Πίνακας 3.5.2 Δείγμα ικανοποίησης πελατών σύμφωνα με την ταχύτητα εξυπηρέτησης και τον χρόνο εκτέλεσης συναλλαγών

3.5.3 Ανάλυση ενημέρωσης επιπλέον παροχών

Σε άλλη μια ερώτηση προκύπτει πως το μεγαλύτερο ποσοστό με 44,3% είναι επίσης αρκετά ικανοποιημένοι σχετικά με την ενημέρωση των επιπλέον παροχών από τις τράπεζες τους και μόλις το 3,5% που ισοδυναμεί με 4 απαντήσεις είναι πάρα πολύ ικανοποιημένοι.

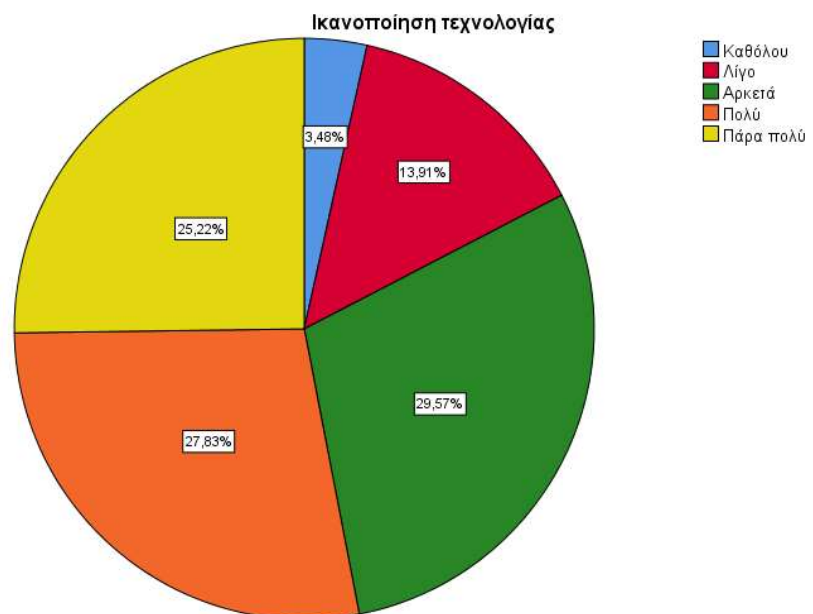


		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	5	4,3	4,3	4,3
	Λίγο	37	32,2	32,2	36,5
	Αρκετά	51	44,3	44,3	80,9
	Πολύ	18	15,7	15,7	96,5
	Πάρα πολύ	4	3,5	3,5	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Πίνακας 3.5.3 Δείγμα ικανοποίησης πελατών σύμφωνα με την ενημέρωση επιπλέον παροχών

3.5.4 Ανάλυση τεχνολογίας

Στην συγκεκριμένη ερώτηση ικανοποίησης αξίζει να σημειωθεί πως προκύπτουν 3 μεγάλα ποσοστά σχετικά με τον βαθμό ικανοποίησης για την τεχνολογία που διαθέτουν οι τράπεζες με το μεγαλύτερο ποσοστό 29,6% να είναι αρκετά ικανοποιημένοι, το 27,8% να είναι πολύ ικανοποιημένοι και το 25,2% να είναι πάρα πολύ ικανοποιημένοι. Αντίθετα, με το χαμηλότερο ποσοστό βλέπουμε πως μόνο το 3,5% δεν είναι καθόλου ικανοποιημένοι.

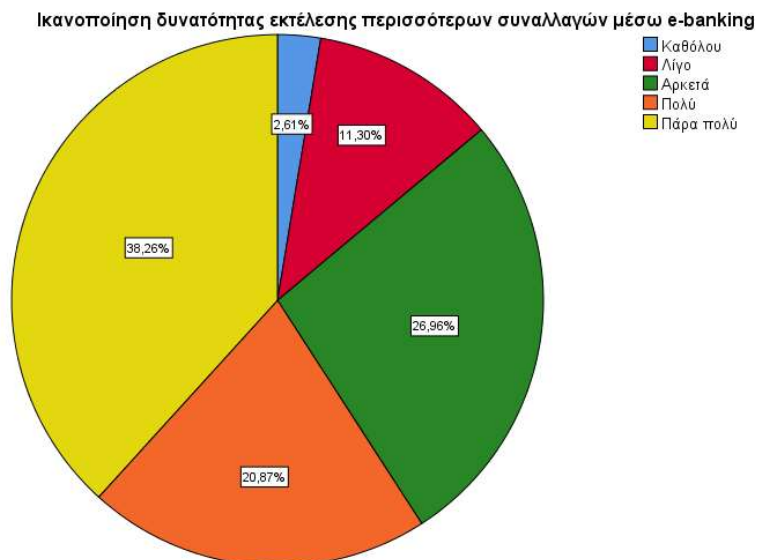


		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	4	3,5	3,5	3,5
	Λίγο	16	13,9	13,9	17,4
	Αρκετά	34	29,6	29,6	47,0
	Πολύ	32	27,8	27,8	74,8
	Πάρα πολύ	29	25,2	25,2	100,0
	Total		115	100,0	100,0

Πίνακας 3.5.4 Δείγμα ικανοποίησης πελατών σύμφωνα με την τεχνολογία που χρησιμοποιούν οι τράπεζες

3.5.5 Ανάλυση εκτέλεσης περισσότερων συναλλαγών μέσω e-banking

Συνεχίζοντας, τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν τη πλειοψηφία με ποσοστό 38,3% να είναι πάρα πολύ ικανοποιημένοι με την δυνατότητα εκτέλεσης περισσότερων συναλλαγών μέσω e-banking , το 27,9% να είναι αρκετά ικανοποιημένοι και μόνο το 2,6% να μην είναι καθόλου.

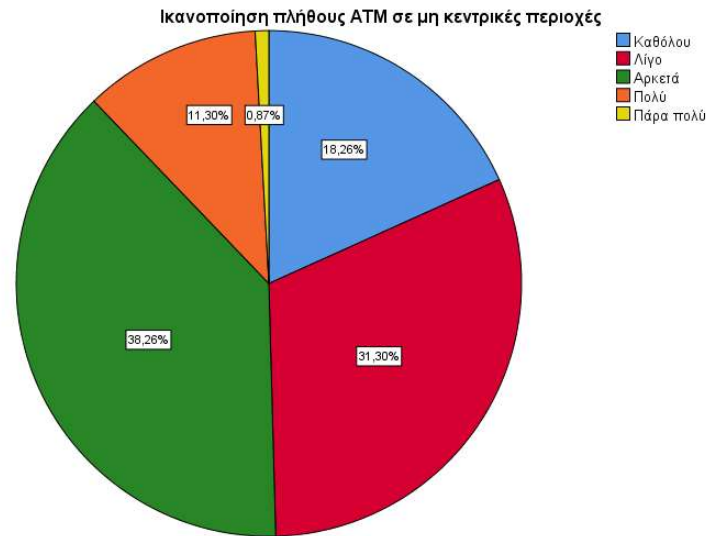


		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	3	2,6	2,6	2,6
	Λίγο	13	11,3	11,3	13,9
	Αρκετά	31	27,0	27,0	40,9
	Πολύ	24	20,9	20,9	61,7
	Πάρα πολύ	44	38,3	38,3	100,0
	Total		115	100,0	100,0

Πίνακας 3.5.5 Δείγμα ικανοποίησης πελατών σύμφωνα με την δυνατότητα εκτέλεσης περισσότερων συναλλαγών μέσω e-banking

3.5.6 Ανάλυση πλήθους ATM σε μη κεντρικές περιοχές

Στην ερώτηση ικανοποίησης από το πλήθος των ATM σε μη κεντρικές περιοχές οι καταναλωτές απάντησαν τα εξής: 38,3% είναι αρκετά ικανοποιημένοι, το 31,3% είναι λίγο ικανοποιημένοι, ακολουθεί το 18,3% με εκείνους που έδωσαν σαν απάντηση το καθόλου, το 11,3% είναι πολύ ικανοποιημένοι και τέλος, μόνο το 0,9% με μόλις 1 απάντηση να είναι πάρα πολύ ικανοποιημένος.

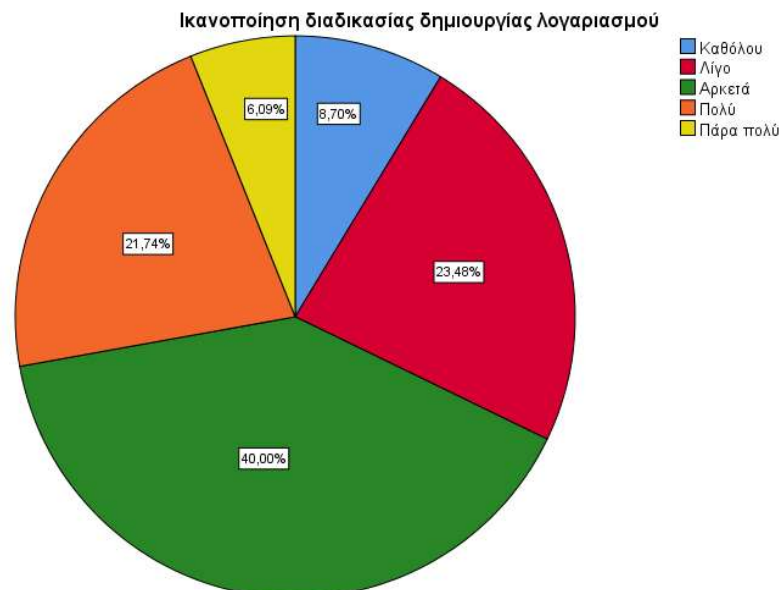


		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	21	18,3	18,3	18,3
	Λίγο	36	31,3	31,3	49,6
	Αρκετά	44	38,3	38,3	87,8
	Πολύ	13	11,3	11,3	99,1
	Πάρα πολύ	1	,9	,9	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Πίνακας 3.5.6 Δείγμα ικανοποίησης πελατών σύμφωνα με το πλήθος των ATM σε μη κεντρικές περιοχές

3.5.7 Ανάλυση διαδικασίας δημιουργίας λογαριασμού

Στην επόμενη ερώτηση ικανοποίησης προκύπτει ότι το μεγαλύτερο ποσοστό με 40% και 46 απαντήσεις είναι αρκετά ικανοποιημένοι με τη διαδικασία δημιουργίας λογαριασμού στις τράπεζες που συναλλάσσεται και το χαμηλότερο ποσοστό με 6,1% και 7 απαντήσεις θεωρούν τη διαδικασία πάρα πολύ ικανοποιητική.

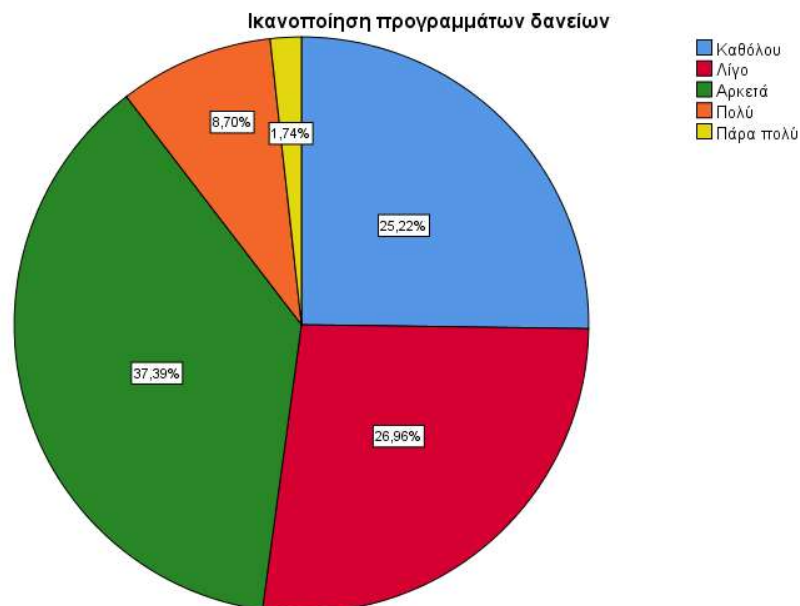


		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	10	8,7	8,7	8,7
	Λίγο	27	23,5	23,5	32,2
	Αρκετά	46	40,0	40,0	72,2
	Πολύ	25	21,7	21,7	93,9
	Πάρα πολύ	7	6,1	6,1	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Πίνακας 3.5.7 Δείγμα ικανοποίησης πελατών σύμφωνα με τη διαδικασία δημιουργίας λογαριασμού

3.5.8 Ανάλυση προγραμμάτων δανείων

Στην προτελευταία ερώτηση συμπεραίνουμε πως το μεγαλύτερο ποσοστό με 37,4% δηλαδή 43 απαντήσεις είναι αρκετά ικανοποιημένοι με τα προγράμματα δανείων που διαθέτουν οι τράπεζες, και μόλις το 1,7% είναι πάρα πολύ ικανοποιημένοι με μόνο 2 απαντήσεις που δόθηκαν.

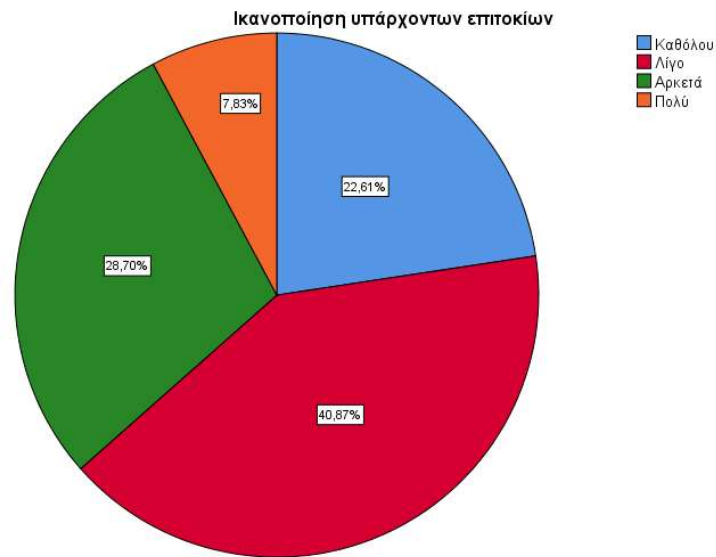


		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	29	25,2	25,2	25,2
	Λίγο	31	27,0	27,0	52,2
	Αρκετά	43	37,4	37,4	89,6
	Πολύ	10	8,7	8,7	98,3
	Πάρα πολύ	2	1,7	1,7	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Πίνακας 3.5.8 Δείγμα ικανοποίησης πελατών σύμφωνα με τα προγράμματα δανείων

3.5.9 Ανάλυση υπάρχοντων επιτοκίων

Στην τελευταία ερώτηση επικρατούν 3 μεγάλα ποσοστά σχετικά με την ικανοποίηση των ήδη υπάρχοντων επιτοκίων στις τράπεζες με αυτά να είναι το 40,9% λίγο ικανοποιημένοι, το 28,7% αρκετά ικανοποιημένοι και το 22,6% να μην είναι καθόλου ικανοποιημένοι. Αξίζει να σημειωθεί ότι δεν υπάρχει καμία απάντηση ώστε κάποιος να είναι πέρα πολύ ικανοποιημένος με τα επιτόκια στην τράπεζα του.



		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	26	22,6	22,6	22,6
	Λίγο	47	40,9	40,9	63,5
	Αρκετά	33	28,7	28,7	92,2
	Πολύ	9	7,8	7,8	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

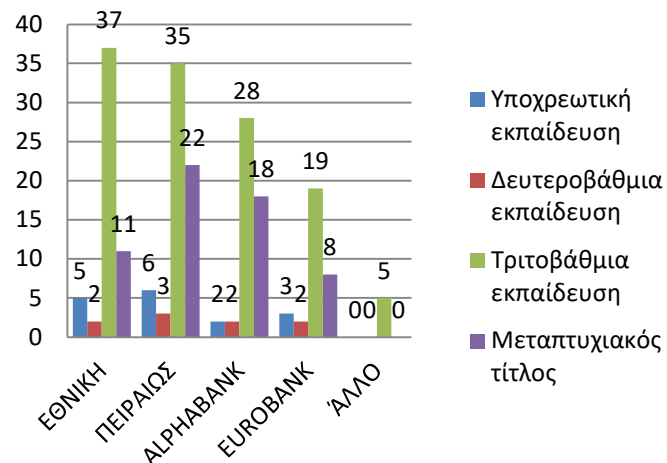
Πίνακας 3.5.9 Δείγμα ικανοποίησης πελατών σύμφωνα με τα ήδη υπάρχοντα επιτόκια

3.6 ΠΕΡΙΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ CROSSTABS

3.6.1 ΠΕΡΙΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΜΕ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑ ΤΙΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ

3.6.1.1 Ανάλυση μορφωτικού επιπέδου με τις συναλλασσόμενες τράπεζες

Όσον αφορά το επίπεδο μόρφωσης συγκριτικά με τις τράπεζες το υψηλότερο ποσοστό ανήκει στην τριτοβάθμια εκπαίδευση με συνολικά 70 απαντήσεις εκ τις οποίες οι 37 προκύπτουν από την Εθνική Τράπεζα, οι 35 από την Πειραιώς, οι 28 από την Alpha Bank και τέλος 19 στην Eurobank. Επίσης, 5 απαντήσεις έχει και η επιλογή Άλλο που σημαίνει ότι οι ερωτηθέντες συναλλάσσονται και με κάποια άλλη τράπεζα που δεν αναφέρεται. Στη συνέχεια, ακολουθεί ο μεταπτυχιακός τίτλος με 25 απαντήσεις από τις οποίες οι 11 ανήκουν στην Εθνική Τράπεζα,



οι 22 στην Πειραιώς, οι 18 στην Alpha Bank και οι 8 στην Eurobank. Έπειτα, βρίσκεται η υποχρεωτική εκπαίδευση με 12 επιλογές οι οποίες χωρίζονται με 5 η Εθνική Τράπεζα, 6 η Πειραιώς, 2 η Alpha Bank, και μόλις 3 η Eurobank. Τέλος, βρίσκεται η δευτεροβάθμια εκπαίδευση με συνολικά 8 απαντήσεις. Σε αυτές κατανομούνται οι 2 στην Εθνική Τράπεζα, 3 στην Πειραιώς, 2 στην Alpha Bank, και μόλις 2 στην Eurobank. Παρατηρείται, ότι μόνο η τριτοβάθμια εκπαίδευση έχει επιλέξει ότι συναλλάσσεται με κάποια άλλη τράπεζα ενώ ταξινομικά προηγείται η Πειραιώς, μετά η Εθνική και η Alpha Bank και τέλος η Eurobank.

			Με ποιες τράπεζες συναλλάσσετε ^a					
			Εθνική	Πειραιώς	Alpha	Eurobank	Άλλο	Total
Επίπεδο	Υποχρεωτική	Count	5	6	2	3	0	12
μόρφωσης	εκπαίδευση							
	Δευτεροβάθμια	Count	2	3	2	2	0	8
	εκπαίδευση							
	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Count	37	35	28	19	5	70
	Μεταπτυχιακός τίτλος	Count	11	22	18	8	0	25
Total		Count	55	66	50	32	5	115

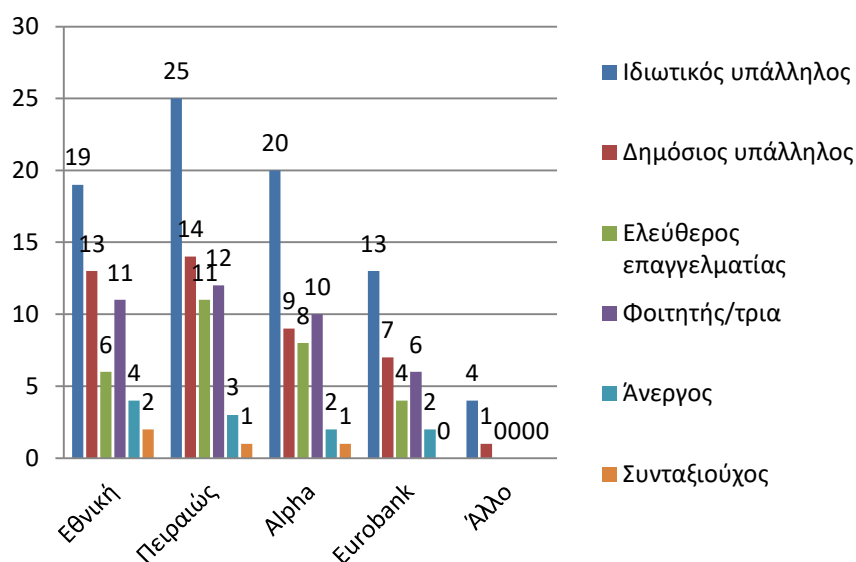
Percentages and totals are based on respondents.

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Πίνακας 3.6.1.1 Δείγμα πελατών σύμφωνα με το επίπεδο μόρφωσης και παράγοντα τις τράπεζες

3.6.1.2 Ανάλυση επαγγέλματος με τις συναλλασσόμενες τράπεζες

Στον παρακάτω πίνακα φαίνεται ότι οι περισσότερες απαντήσεις προκύπτουν αρχικά από τους ιδιωτικούς υπάλληλους με 42 μετρήσεις, έπειτα οι δημόσιοι υπάλληλοι με 24, στη συνέχεια με 22 οι φοιτητές, ακολουθούν οι ελεύθεροι επαγγελματίες με 17 απαντήσεις και στις χαμηλότερες έχουμε τους άνεργους και τους συνταξιούχους με 7 και 3 απαντήσεις αντίστοιχα. Συνολικά, ταξινομώντας τις τράπεζες την πρώτη θέση έχει η Τράπεζα Πειραιώς με 66 μετρήσεις, έπειτα η Εθνική με 55 και η Alpha Bank με 50, φθίνοντας ακολουθεί η Eurobank με 32 και τέλος κάποια μη αναφερόμενη τράπεζα με μόλις 5 απαντήσεις.



			Με ποιες τράπεζες συναλλάσσετε ^a					
			Εθνική	Πειραιώς	Alpha	Eurobank	Άλλο	Total
Επάγγελμα	Ιδιωτικός υπάλληλος	Count	19	25	20	13	4	42
	Δημόσιος υπάλληλος	Count	13	14	9	7	1	24
	Ελεύθερος επαγγελματίας	Count	6	11	8	4	0	17
	Φοιτητής/τρια	Count	11	12	10	6	0	22
	Άνεργος	Count	4	3	2	2	0	7
	Συνταξιούχος	Count	2	1	1	0	0	3
	Total	Count	55	66	50	32	5	115

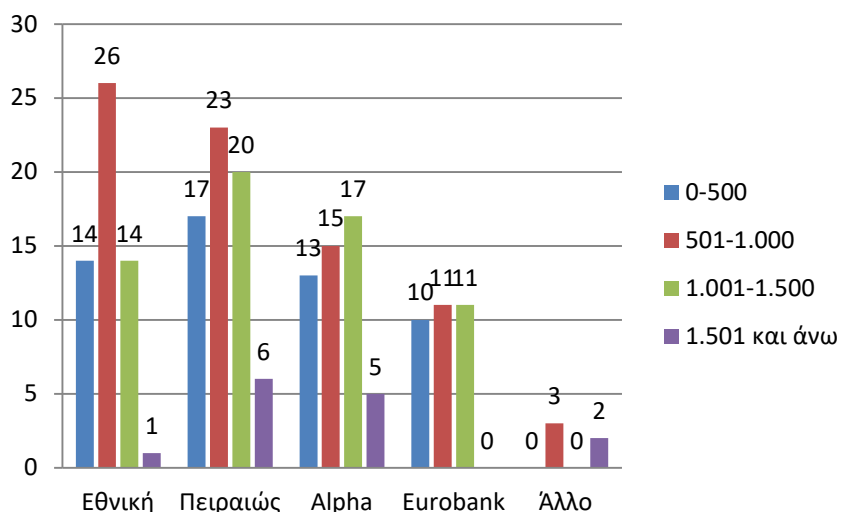
Percentages and totals are based on respondents.

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Πίνακας 3.6.1.2 Δείγμα πελατών σύμφωνα με το επάγγελμα και παράγοντα τις τράπεζες

3.6.1.3 Ανάλυση μηνιαίου εισοδήματος με τις συναλλασσόμενες τράπεζες

Από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε προκύπτει πως 46 άτομα ανήκουν στο μηνιαίο εισόδημα των 501-1.000€ με επικρατέστερη τράπεζα την Εθνική, ακολουθούν 32 άτομα με μηνιαίο εισόδημα 0-500€ και επικρατέστερη τράπεζα την Πειραιώς, έπειτα οι 27 προκύπτουν με εισόδημα 1.001-1.500€ εκ τους οποίους οι 20 έχουν επιλέξει την Πειραιώς και τέλος οι 10 απαντήσεις με εισόδημα 1.501€ και άνω από τις οποίες οι 6 ανήκουν επίσης στην τράπεζα Πειραιώς.



			Με ποιες τράπεζες συναλλάσσετε ^a					
			Εθνική	Πειραιώς	Alpha	Eurobank	Άλλο	Total
Μηνιαίο εισόδημα	0-500	Count	14	17	13	10	0	32
	501-1.000	Count	26	23	15	11	3	46
	1.001-1.500	Count	14	20	17	11	0	27
	1.501 και άνω	Count	1	6	5	0	2	10
Total	Count	55	66	50	32	5	115	

Percentages and totals are based on respondents.

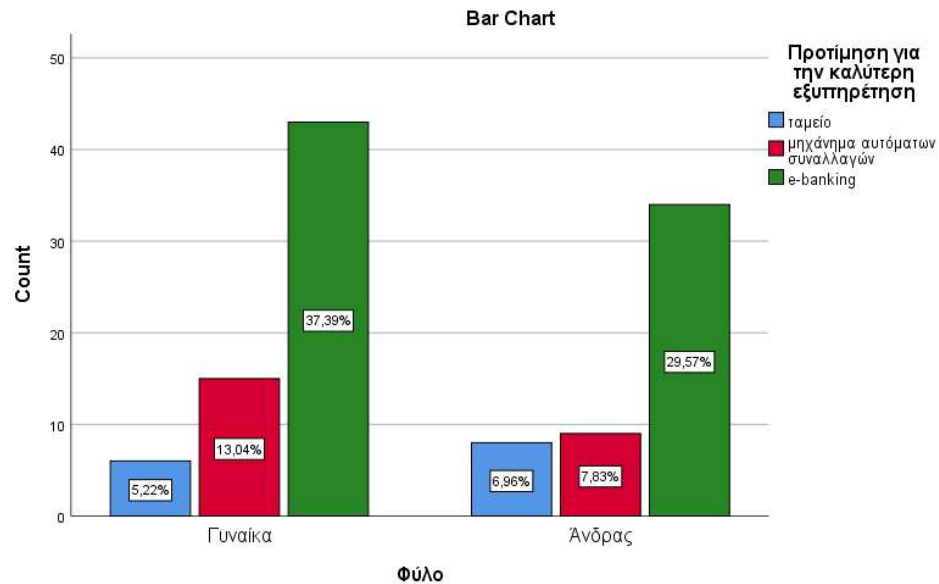
a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Πίνακας 3.6.1.3 Δείγμα πελατών σύμφωνα με το μηνιαίο εισόδημα και παράγοντα τις τράπεζες

3.6.2 ΠΕΡΙΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΜΕ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑ ΤΗΝ ΠΡΟΤΙΜΗΣΗ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ

3.6.2.1 Ανάλυση φύλου με τη προτίμηση εξυπηρέτησης

Στο σύνολο των 115 ερωτηθέντων οι 64 είναι γυναίκες εκ τις οποίες οι 6 για την καλύτερη εξυπηρέτηση τους προτιμούν το ταμείο, οι 15 το μηχάνημα αυτόματων συναλλαγών και οι 43 το e-banking. Αντίστοιχα, το σύνολο των ανδρών είναι 51 εκ των οποίων οι 8 προτιμούν το ταμείο, οι 9 το μηχάνημα αυτόματων συναλλαγών και οι 34 το e-banking. Συνολικά, μεγαλύτερη προτίμηση με 77 απαντήσεις έχει το e-banking, ακολουθεί το μηχάνημα αυτόματων συναλλαγών με 24 απαντήσεις και τέλος το ταμείο με μόλις 14 απαντήσεις από τις 115.

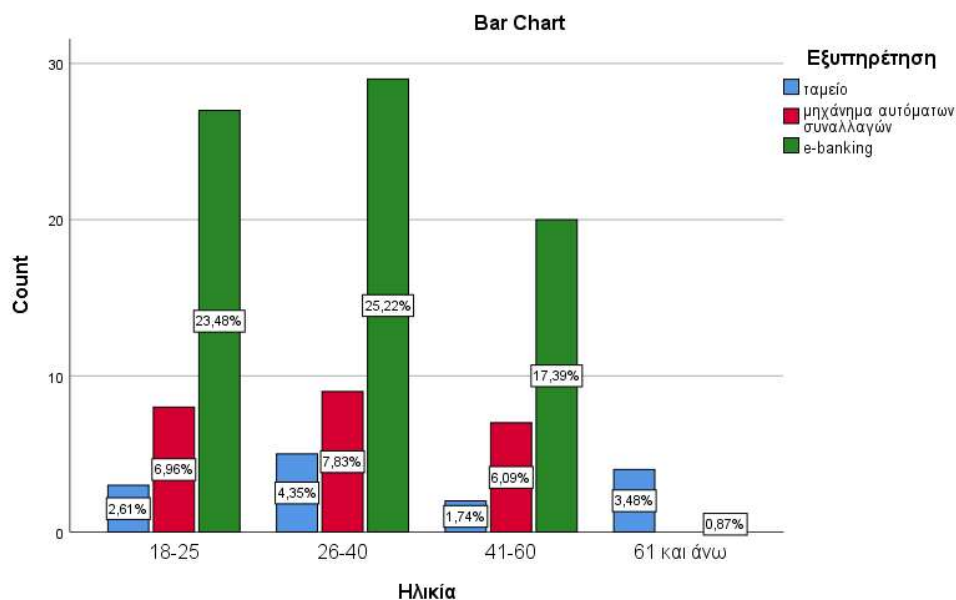


		ταμείο	μηχάνημα αυτόματων συναλλαγών	e-banking	Total
Φύλο	Γυναίκα	6	15	43	64
	Ανδρας	8	9	34	51
Total		14	24	77	115

Πίνακας 3.6.2.1 Δείγμα πελατών σύμφωνα με το φύλο και παράγοντα την προτίμηση εξυπηρέτησης

3.6.2.2 Ανάλυση ηλικίας με τη προτίμηση εξυπηρέτησης

Στο σύνολο των 115 ερωτηθέντων οι 38 ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα των 18-25 εκ των οποίων οι 3 προτιμούν για την καλύτερη εξυπηρέτηση τους το ταμείο, οι 8 το μηχάνημα αυτόματων συναλλαγών και οι 27 το e-banking. Στην ηλικιακή ομάδα των 26-40 έχουμε 43 απαντήσεις εκ τις οποίες οι 5 επιλέγουν τα ταμείο, οι 9 το μηχάνημα αυτόματων



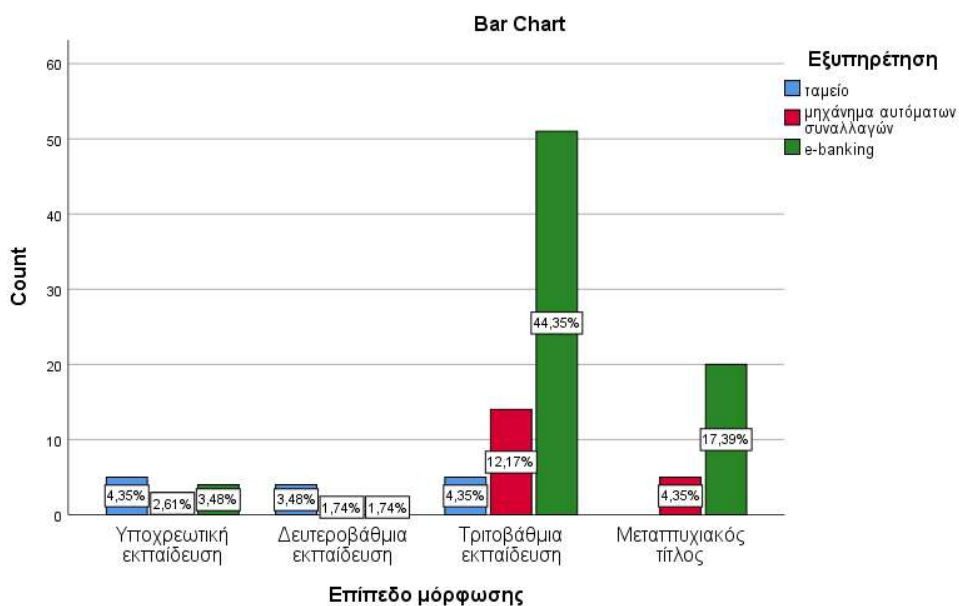
συναλλαγών και οι 29 το e-banking. Εν συνεχεία, 29 άτομα ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα των 41-60 εκ των οποίων οι 2 προτιμούν για την καλύτερη εξυπηρέτησή τους το ταμείο, οι 7 το μηχάνημα αυτόματων συναλλαγών και οι 20 το e-banking. Τέλος, σε ηλικίες από 61 και άνω έχουμε μόνο 5 άτομα τα οποία τα 4 προτιμούν το ταμείο και 1 άτομο το e-banking. Παρατηρούμε ότι σε αυτή την ηλικιακή ομάδα δεν έχουμε λάβει καμία προτίμηση για το μηχάνημα αυτόματων συναλλαγών.

		ταμείο	μηχάνημα αυτόματων συναλλαγών	e-banking	Total
Ηλικία	18-25	3	8	27	38
	26-40	5	9	29	43
	41-60	2	7	20	29
	61 και άνω	4	0	1	5
Total		14	24	77	115

Πίνακας 3.6.2.2 Δείγμα πελατών σύμφωνα με την ηλικία και παράγοντα την προτίμηση εξυπηρέτησης

3.6.2.3 Ανάλυση μορφωτικού επιπέδου με τη προτίμηση εξυπηρέτησης

Στο σύνολο των 115 ερωτηθέντων ανήκουν στην υποχρεωτική εκπαίδευση οι 12 εκ τους οποίους οι 5 προτιμούν το ταμείο, οι 3 το μηχάνημα αυτόματων συναλλαγών και οι 4 το e-banking. Στη δευτεροβάθμια εκπαίδευση ανήκουν 8 άτομα τα οποία οι 4 προτιμούν το ταμείο, οι 2 το μηχάνημα αυτόματων συναλλαγών και μόλις 2 άτομα το e-banking. Στη τριτοβάθμια εκπαίδευση έχουμε τις περισσότερες επιλογές με 70 απαντήσεις από τις οποίες οι 5 προτιμούν το ταμείο, οι 14 το μηχάνημα αυτόματων συναλλαγών και οι 51 το e-banking. Τέλος, 25 απαντήσεις έχουμε λάβει για τον μεταπτυχιακό τίτλο από τις οποίες κανένας δεν προτιμάει το ταμείο. Αντιθέτως, οι 5 προτιμούν το μηχάνημα αυτόματων συναλλαγών και οι 20 το e-banking.



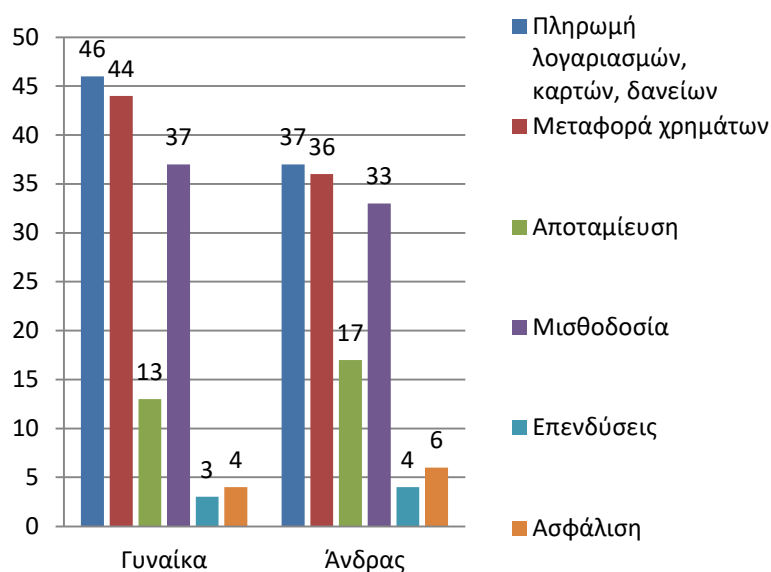
		ταμείο	μηχάνημα αυτόματων συναλλαγών	e-banking	Total
Επίπεδο μόρφωσης	Υποχρεωτική εκπαίδευση	5	3	4	12
	Δευτεροβάθμια εκπαίδευση	4	2	2	8
	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	5	14	51	70
	Μεταπτυχιακός τίτλος	0	5	20	25
Total		14	24	77	115

Πίνακας 3.6.2.3 Δείγμα πελατών σύμφωνα με το επίπεδο μόρφωσης και παράγοντα την προτίμηση εξυπηρέτησης

3.6.3 ΠΕΡΙΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΜΕ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑ ΤΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΗΣ

3.6.3.1 Ανάλυση φύλου με τους λόγους συναλλαγής τραπεζών

Οι λόγοι συναλλαγής με την τράπεζα που συναλλάσσεται ο κάθε ερωτώμενος συγκριτικά με το φύλο διαμορφώνεται ως εξής: Για πληρωμές λογαριασμών, καρτών και δανείων προκύπτουν 83 απαντήσεις από τις οποίες οι 46 είναι γυναίκες και οι 37 άνδρες. Για μεταφορά χρημάτων προκύπτουν 80 απαντήσεις εκ τις οποίες οι 44 είναι γυναίκες και οι 36 άνδρες. Φθίνοντας, ακολουθεί η μισθοδοσία με 70 απαντήσεις που χωρίζονται σε 37 και 33 αντίστοιχα σε γυναίκες και άνδρες. Έπειτα, η αποταμίευση έχει λάβει 30 απαντήσεις εκ τις οποίες οι 13 είναι γυναίκες και οι 17 άνδρες. Η ασφάλιση με 10 απαντήσεις αντιστοιχεί σε 4 γυναίκες και 6 άνδρες. Τέλος, με λιγότερες απαντήσεις έχουμε τις επενδύσεις με μόλις 7, που ισοδυναμεί σε 3 γυναίκες και 4 άνδρες.



Λόγοι συναλλαγής με την τράπεζα^a

		Πληρωμή λογαριασμών, καρτών, δανείων	Μεταφορά χρημάτων	Αποταμίευση	Μισθοδοσία	Επενδύσεις	Ασφάλιση	Total	
Φύλο	Γυναίκα	Count	46	44	13	37	3	4	64
	Άνδρας	Count	37	36	17	33	4	6	51
Total		Count	83	80	30	70	7	10	115

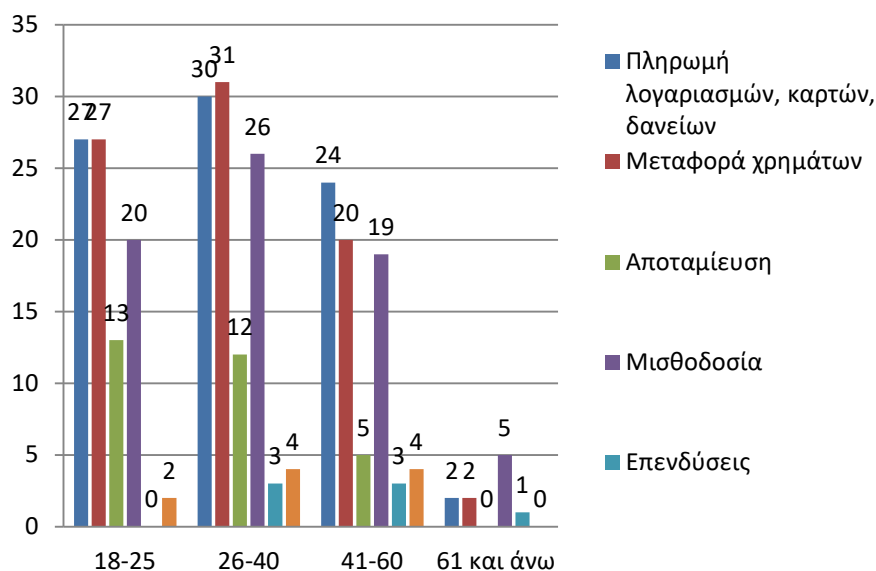
Percentages and totals are based on respondents.

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Πίνακας 3.6.3.1 Δείγμα πελατών σύμφωνα με το φύλο και παράγοντα τους λόγους συναλλαγής

3.6.3.2 Ανάλυση ηλικίας με τους λόγους συναλλαγής τραπεζών

Από τον παρακάτω πίνακα συμπεραίνουμε πως 43 άτομα ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα των 26-40 από τους οποίους οι 31 συναλλάσσονται με τις τράπεζες για μεταφορά χρημάτων, οι 30 για πληρωμές λογαριασμών, καρτών ή δανείων, οι 26 για μισθοδοσία, 12 άτομα αποταμιεύουν, 4 συναλλάσσονται για ασφάλιση και τέλος 3 άτομα για επενδύσεις. Ακολουθεί η ηλικιακή ομάδα των 18-25 με 38 άτομα εκ τους οποίους οι 27 πραγματοποιούν πληρωμές και μεταφορά χρημάτων. Έπειτα, προκύπτει με 29 απαντήσεις η ηλικιακή ομάδα 41-60 με το μεγαλύτερο αριθμό ατόμων δηλαδή 24 άτομα να συναλλάσσονται με τις τράπεζες για πληρωμές λογαριασμών, καρτών και δανείων. Τέλος, μόνο 5 άτομα ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα των 61 και άνω οι οποίοι και οι 5 συναλλάσσονται για μισθοδοσία και κανένας από τους ίδιους για αποταμίευση ή ασφάλιση.



Λόγοι συναλλαγής με την τράπεζα^a

Ηλικία	Count	Πληρωμή λογαριασμών, καρτών, δανείων	Μεταφορά χρημάτων	Αποταμίευση	Μισθοδοσία	Επενδύσεις	Ασφάλιση	Total
		18-25	27	27	13	20	0	2
26-40	Count	30	31	12	26	3	4	43
41-60	Count	24	20	5	19	3	4	29
61 και άνω	Count	2	2	0	5	1	0	5
Total	Count	83	80	30	70	7	10	115

Percentages and totals are based on respondents.

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Πίνακας 3.6.3.2 Δείγμα πελατών σύμφωνα με την ηλικία και παράγοντα τους λόγους συναλλαγής

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Τα τελευταία χρόνια ο τραπεζικός τομέας βρίσκεται σε ένα κρίσιμο σημείο. Οι ανάγκες και οι προσδοκίες των πελατών αλλάζουν τόσο γρήγορα όσο και το ανταγωνιστικό τοπίο. Οι πελάτες απαιτούν διαφανείς διαδικασίες, καινοτόμα προϊόντα και έμπειρο προσωπικό όσον αφορά τον τρόπο εξυπηρέτησής τους. Οπότε και οι τράπεζες πρέπει να προχωρήσουν ένα βήμα πιο κάτω από την απλή επίτευξη στόχων κέρδους και ανάπτυξης επικεντρώνοντας την προσοχή τους στις ανάγκες των πελατών και την παροχή καλού επιπέδου υπηρεσιών που οδηγούν στην ικανοποίηση (Pan W., 2010).

Φτάνοντας στο σημείο αυτό καταλαβαίνουμε ότι τα πιστωτικά ιδρύματα αλλά και η πελατεία τους προσαρμόζονται σε αρκετά ικανοποιητικό βαθμό στο ταχέως εξελισσόμενο περιβάλλον των τραπεζικών υπηρεσιών. Το γενικό συμπέρασμα της παρούσας εργασίας είναι ότι οι πελάτες είναι αρκετά ικανοποιημένοι, παρά το γεγονός ότι σύμφωνα με τα αποτελέσματα ένα μικρό ποσοστό των προσδοκιών τους δεν εκπληρώνεται.

Πιο συγκεκριμένα, σύμφωνα με τα δημογραφικά στοιχεία που προέκυψαν το γυναικείο φύλο (55,7%) συμμετείχε πιο ενεργά στην έρευνα και στην ολοκλήρωση του ερωτηματολογίου και αυτό μπορεί να οφείλεται στο ότι η γυναίκα συνήθως διαχειρίζεται τα οικονομικά του νοικοκυριού και εκτελεί συναλλαγές στα φυσικά καταστήματα των τραπεζών. Όσον αφορά τις ηλικιακές ομάδες το μεγαλύτερο ποσοστό βρίσκεται σε ηλικίες 26-40 (37,4%). Συνολικά όμως οι ηλικίες των 26 και άνω κατέχουν το 66,9% του συνόλου της έρευνας. Οι περισσότεροι νέοι είναι άνεργοι και επομένως δεν έχουν κάποιο μεγάλο εισόδημα να διαχειριστούν ενώ οι μεγαλύτεροι συνδυάζοντας τη γνώση, την εμπειρία και την αποδοτικότητά τους στην εργασία στηρίζονται στις τράπεζες και στις υπηρεσίες που τους παρέχουν. Βέβαια, το μηνιαίο εισόδημα τους δεν ξεπερνά τα 1.000€ σύμφωνα με το 67,8% του συνόλου της έρευνας και αυτό εξηγείται γιατί ο βασικός μισθός κυμαίνεται στα 600-700€ ανάλογα το είδος της εργασίας και οι επιχειρηματίες προτιμούν να πραγματοποιούν συμβάσεις μερικής απασχόλησης προς όφελος τους. Στη συνέχεια, η τριτοβάθμια εκπαίδευση (60,9%) κρίνεται απαραίτητη σε επαγγέλματα που με την πάροδο του χρόνου απαιτούν εξειδικευμένες γνώσεις και δεξιότητες και φυσικά η κατοχή αντίστοιχου πτυχίου. Γι' αυτό τον λόγο ιδιωτικοί (36,5%) και δημόσιοι υπάλληλοι (20,9%) αποτελούν την πλειοψηφία των καταναλωτών και αντιστοιχούν στους εργαζόμενους που εξυπηρετούν τον μεγαλύτερο όγκο των καθημερινών εργασιών.

Ένα σημαντικό συμπέρασμα της έρευνας αφορά στη γνώμη των πελατών της τράπεζας σχετικά με την ταχύτητα εξυπηρέτησης και τον χρόνο εκτέλεσης των συναλλαγών τα οποία ανταποκρίνονται στους πελάτες και την αποδοτικότητα των διαδικασιών. Πιο συγκεκριμένα, οι πελάτες των τραπεζών δείχνουν να είναι αρκετά έως πάρα πολύ ικανοποιημένοι (85,2%) από την εξυπηρέτηση του προσωπικού στα καταστήματα. Ο κατάλληλος και επαρκής αριθμός των ταμείων εξασφαλίζει την γρήγορη εξυπηρέτηση και την ικανοποίηση των πελατών. Ο ελάχιστος χρόνος αναμονής στην ουρά της τράπεζας, οι γραφειοκρατικές διαδικασίες, όπως για παράδειγμα το άνοιγμα του λογαριασμού, που δεν ξοδεύουν περισσότερο χρόνο από τον απαραίτητο καθώς και η γρήγορη και αποτελεσματική συναλλαγή των πελατών δείχνουν από τη πλευρά της τράπεζας καλή λειτουργία και ενεργό ενδιαφέρον για την ταχύτερη εξυπηρέτηση των πελατών της με ποσοστό 77,4%.

Οι τράπεζες λόγω του υψηλού ανταγωνισμού αλλά και της επιδίωξης τους να κερδίσουν μεγαλύτερα μερίδια αγοράς και να προσελκύσουν περισσότερους πελάτες στράφηκαν στην τεχνολογία με σκοπό την διευκόλυνση του καταναλωτικού κοινού. Η σύγχρονη τεχνολογία επιτρέπει την παροχή χρηματοοικονομικών υπηρεσιών έξω από τον χώρο των καταστημάτων και συνήθως ανεξάρτητα από την ώρα λειτουργίας τους. Επίσης, διευκολύνει τους πελάτες να πραγματοποιούν με μεγάλη συχνότητα συναλλαγές μέσω e-banking (67%)

ενώ το 86,2% των ερωτώμενων της έρευνας είναι αρκετά έως πάρα πολύ ικανοποιημένοι από την δυνατότητα εκτέλεσης περισσότερων συναλλαγών που αυτό προσφέρει. Επιπρόσθετα, προσαρμόζει τις ανάγκες των πελατών που σύμφωνα με την έρευνα οι πληρωμές λογαριασμών, καρτών, δανείων (29,6%), η μεταφορά χρημάτων (28,6%) και η μισθοδοσία (25%) αποτελούν συνολικά το μεγάλο ποσοστό του 83,2% των λόγων συναλλαγών μεταξύ τράπεζας-πελάτη.

Τα ATM έχουν διευκολύνει σε μεγάλο βαθμό τις συναλλαγές των καταναλωτών αφού παρέχουν 24ωρη εξυπηρέτηση και οποιαδήποτε στιγμή μπορεί κάποιος να κάνει ανάληψη ή κατάθεση χρημάτων εκτός λειτουργίας της τράπεζας. Ωστόσο, υπάρχει ένα μεγάλο ποσοστό (49,6%) σχεδόν οι μισοί ερωτηθέντες που δεν είναι ικανοποιημένοι με το πλήθος των ATM σε μη κεντρικές περιοχές. Συνήθως, τα ATM τοποθετούνται σε μέρη που κρίνεται αναγκαίο καθώς παρατηρείται εντονότερη οικονομική δραστηριότητα και ζήτηση. Παρόλα αυτά, η τοποθέτηση τους σε μη κεντρικές περιοχές θα προσελκύσει περισσότερους δυνητικούς πελάτες.

Οι τράπεζες οφείλουν να ενημερώνουν τους καταναλωτές για την ύπαρξη νέων προϊόντων και υπηρεσιών ώστε να γίνεται σωστά η προώθηση τους αλλά και για να γνωρίζουν οι πελάτες από τους ίδιους ακριβώς τι κάνει και ποια η χρησιμότητα τους. Ένα αρκετό ποσοστό (36,5%) δεν είναι ικανοποιημένο όσο θα έπρεπε. Επίσης, οι καταναλωτές δεν είναι ιδιαίτερα ικανοποιημένοι αλλά ούτε και απόλυτα δυσαρεστημένοι με τα δάνεια και τα επιτόκια που διαθέτουν οι τράπεζες. Αντίστοιχα, τα δάνεια είναι χρονοβόρα και απαιτούν προϋποθέσεις που για κάποιους τείνουν δύσκολα ενώ τα επιτόκια είναι πολύ υψηλά για όσους δεν είναι άνετα οικονομικά.

Ο τελικός στόχος των τραπεζών θα πρέπει να είναι η δημιουργία όχι απλά προσηλωμένων, αλλά και αφοσιωμένων πελατών, ώστε να είναι ανεπηρέαστοι από οποιαδήποτε ενέργεια των ανταγωνιστών. Έτσι, είναι εφικτή η ύπαρξη ενός ισχυρού δεσμού που οδηγεί στην δημιουργία σταθερής πελατειακής βάσης.

ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

Μελλοντική έρευνα αναμένεται να δώσει περισσότερες και ακριβέστερες πληροφορίες με προϋπόθεση να συλλεχθούν δεδομένα από ένα μεγαλύτερο και πιο ομοιόμορφα καταναμημένο δείγμα πελατών. Επίσης, δεδομένου του πελατοκεντρικού προσανατολισμού που υιοθετούν τα τραπεζικά ιδρύματα, σκόπιμο θα κρινόταν να συμπεριληφθούν στην έρευνα περισσότερες διακριτές κατηγορίες πελατών, ανάλογα με τα κοινά χαρακτηριστικά που μπορεί να διαθέτουν αυτοί, ως προς τις ανάγκες που απορρέουν από αυτά. Τέτοιες κατηγορίες μπορούν να είναι για παράδειγμα πελάτες οι οποίοι είναι επενδυτές, ή πελάτες οι οποίοι είναι υπερχρεωμένοι, αλλοδαποί, που διαθέτουν ατομική επιχείρηση, φοιτητές, κτλ.

Μια άλλη έρευνα θα μπορούσε να επεκταθεί σε ερωτήσεις που αφορούν αποκλειστικά και μόνο παράπονα των πελατών. Τέτοιες ερωτήσεις μπορούν να αποτελούνται από ελαττωματικές υπηρεσίες και την ποιότητα τους, ακατάλληλη συμπεριφορά των εργαζομένων, προβλήματα συναλλαγών, μη σωστή αναμετάδοση πληροφοριών κλπ. Όλα αυτά θα φέρουν σαν αποτέλεσμα την κινητοποίηση των αρμόδιων για την αποκατάσταση των προβλημάτων, ώστε να διαπιστωθεί η σημαντικότητα της έκφρασης παραπόνων από τους καταναλωτές.

Επιπλέον, θα μπορούσε να πραγματοποιηθεί και μια έρευνα σχετικά με την πανδημία του Covid-19 και πως επηρέασε όλο το τραπεζικό σύστημα ώστε να προσαρμόσει τις υπηρεσίες του σε πιο απλοϊκές για την εύκολη χρήση και την διευκόλυνση των πελατών. Επίσης, πως το καταναλωτικό κοινό όλων των ηλικιών αναγκάστηκε στη γρήγορη μάθηση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών για την εξυπηρέτηση των συναλλαγών τους.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ:

Δρ. Π.Α. Κιόχος- Δρ. Γ.Δ. Παπανικολάου 1993 «Χρήμα-Πίστη-Τράπεζες»

Νούλας Α.Γ. 2005 «Χρήμα και Τράπεζες»

Ρεγκούκος Π. 2000 «Διοίκηση με ερωτήσεις»

ΑΓΓΛΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ:

Edosomwan J. A. (1993), Customer and market-driven quality management, ASQC Quality Press, Milwaukee.

Giese, J.L., Cote, J.A., 1999, "Defining customer satisfaction", Academy of Marketing Science Review, available at: www.amsreview.org/articles.htm 29/July/2004, No.1, pp.1-34 quoted in Garcia-Bernal J. et al, 2005, "Job satisfaction: empirical evidence of gender differences", Women in Management Review, Vol.20, N.4, p.279-288.

Matzler, K., Sauerwein, E., 2002, "The factor structure of customer satisfaction: an empirical test of the importance grid and the penalty-reward- contrast analysis", International Journal of Service Industry Management 13 (4), 314–332

Oliver R.L. 1997 «Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer» McGraw-Hill

ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ/ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ:

Arbore A., Bruno B., 2009, "Customer satisfaction and dissatisfaction in retail banking: Exploring the asymmetric impact of attribute performances", Journal of Retailing and Consumer Services, 16, P.271-280.

Mihelis G. et al, 2001, "Customer satisfaction measurement in the private bank sector", European Journal of Operational research, 130, p.347-360.

Pan W., 2010, " Combining fuzzy sammon mapping and fuzzy clustering approach to perform clustering effect analysis: Take the banking service satisfaction as an example", Journal Elsevier,37, P. 4139– 4145.

Walton 1986 «Managers prototypes of financial terms» Journal of management studies

ΔΙΑΔΥΚΤΙΑΚΟΙ ΣΥΝΔΕΣΜΟΙ:

<http://costopoulosfoundation.org/>

<https://el.wikipedia.org/wiki/Eurobank>

https://el.wikipedia.org/wiki/Κεντρική_Τράπεζα

https://el.wikipedia.org/wiki/Εμπορική_Τράπεζα

https://el.wikipedia.org/wiki/Κατάλογος_Τραπεζών#Ελλάδα

http://iraj.gr/IRAJ/Greek_Banking_Sector_September_2005.pdf

<http://kypseli-testing.ouc.ac.cy/handle/11128/375>

http://mibes.teilar.gr/esdo_proceedings/proceedings/2010/ORAL/18_final.pdf

<https://secure.alpha.gr>

<https://www.alpha.gr>

<https://www.eurobank.gr>

<https://www.nbg.gr/>

<https://www.piraeusbankgroup.com/>

<https://www.studocu.com/sg/document/eoniko-kai-kapodistriako-panepisthmio-aohnwn/banking-law/lecture-notes/shmeiwseis-trapezikoy-dikaioy/2597785/view>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ



Ελληνικές Τράπεζες

Η συγκεκριμένη έρευνα πραγματοποιείται στα πλαίσια της πτυχιακής μου εργασίας στο τμήμα Διοικητικής Επιστήμης & Τεχνολογίας. Στόχος της επιστημονικής αυτής έρευνας είναι η διερεύνηση της ικανοποίησης των Ελλήνων πολιτών σχετικά με τις ελληνικές τράπεζες. Για να είναι αξιόπιστα τα αποτελέσματα της έρευνας θα πρέπει να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις. Δεν περιέχει ερωτήσεις προσωπικού χαρακτήρα (ονοματεπώνυμο κτλ) και οι απαντήσεις σας θα χρησιμοποιηθούν μόνο για ακαδημαϊκούς σκοπούς.

Φύλλο *

Γυναίκα

Άνδρας

Ηλικία *

18-25

26-40

41-60

61 και άνω

Επίπεδο μόρφωσης *

- Υποχρεωτική εκπαίδευση
- Δευτεροβάθμια εκπαίδευση
- Τριτοβάθμια εκπαίδευση
- Μεταπτυχιακός τίτλος

Επάγγελμα *

- Ιδιωτικός Υπάλληλος
- Δημόσιος Υπάλληλος
- Ελεύθερος Επαγγελματίας
- Φοιτητής/τρια
- Ανεργος
- Συνταξιούχος

Καθαρό Μηνιαίο Εισόδημα *

- 0-500€
- 501-1.000€
- 1.001-1.500€
- 1.501€ και άνω

Με ποιες τράπεζες συναλλάσσετε? (Μπορείτε να επιλέξετε πάνω από μια απάντηση) *

- Εθνική Τράπεζα
- Τράπεζα Πειραιώς
- Alpha Bank
- Eurobank
- Άλλο

Προτιμάται για την καλύτερη εξυπηρέτησή σας:

*

- Το ταμείο
- Το μηχάνημα αυτόματων συναλλαγών
- Το e-banking

Για ποιους λόγους συναλλάσσετε με την τράπεζα? (Μπορείτε να επιλέξετε πάνω από μια απάντηση)

*

- Πληρωμή λογαριασμών, καρτών, δανείων
- Μεταφορά χρημάτων
- Αποταμίευση
- Μισθοδοσία
- Επενδύσεις
- Ασφάλιση

Σε κλίμακα από το 1 έως το 5 (όπου το 1 σημαίνει καθόλου και το 5 πάρα πολύ) πόσο ικανοποιημένοι είστε:

*

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Με την εξυπηρέτηση του προσωπικού των τραπεζών σας?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Από την ταχύτητα εξυπηρέτησης και τον χρόνο εκτέλεσης των συναλλαγών σας?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Για την ενημέρωση επιπλέον παροχών των τραπεζών σας?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Από την τεχνολογία που χρησιμοποιούν οι τράπεζες σας?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Από τη δυνατότητα εκτέλεσης περισσότερων συναλλαγών μέσω e-banking?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Από το πλήθος των
ATM σε μη
κεντρικές
περιοχές?

Από τη διαδικασία
δημιουργίας
λογαριασμού στην
επιθυμητή
τράπεζα?

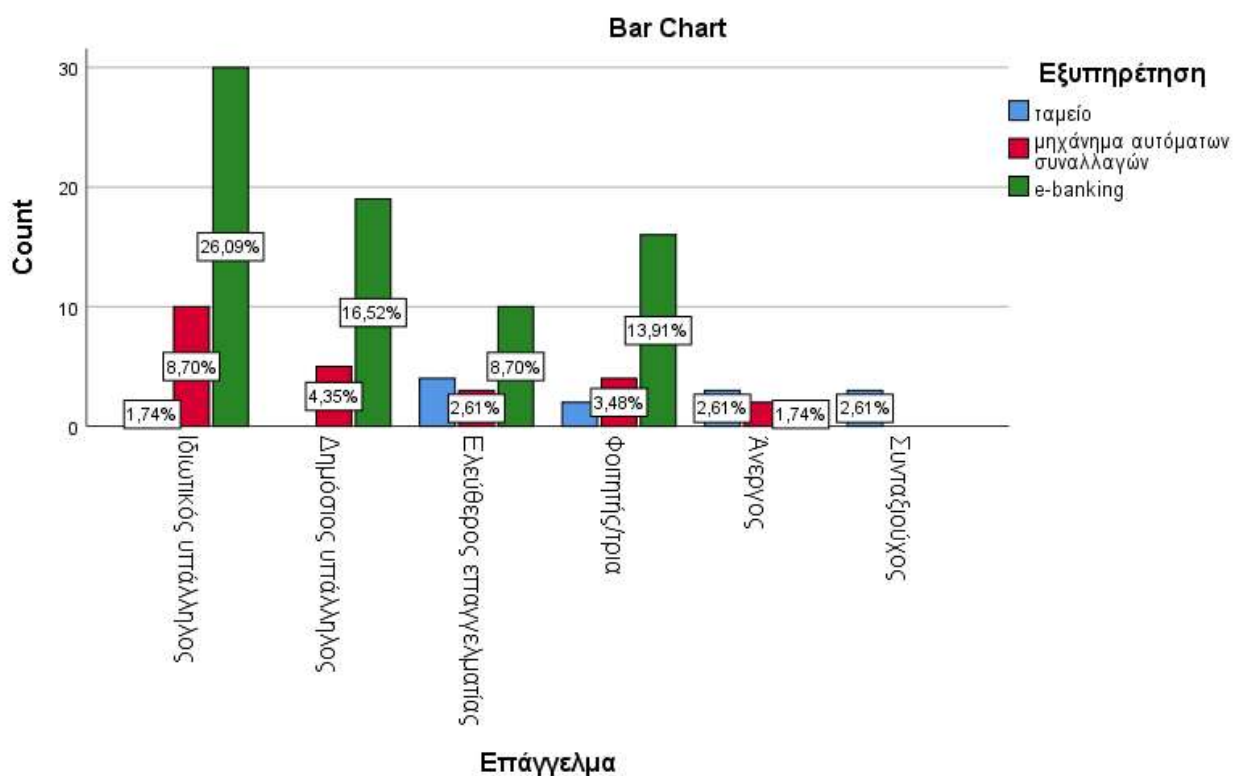
Με τα προγράμματα
δανείων?

Από τα ήδη
υπάρχοντα επιτόκια
των τραπεζών σας?

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β

Επάγγελμα * Εξυπηρέτηση Crosstabulation

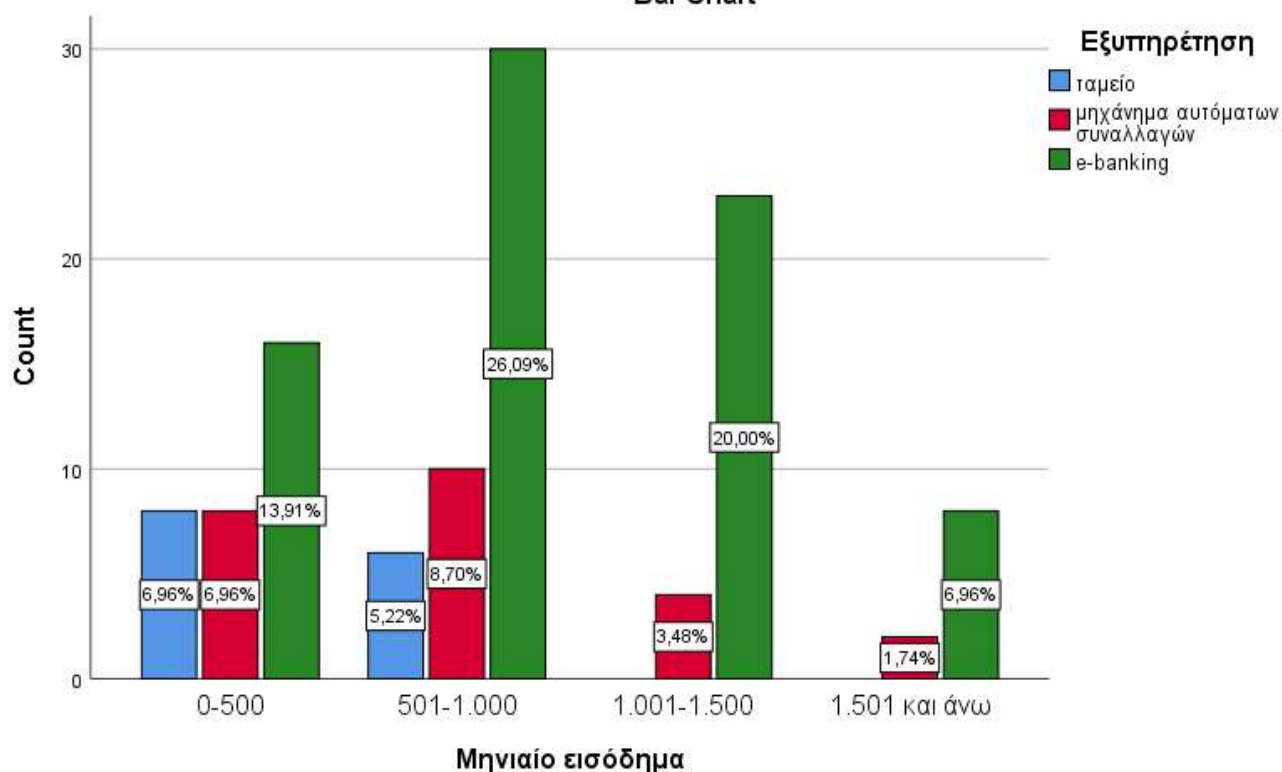
		ταμείο	μηχάνημα αυτόματων συναλλαγών	e-banking	Total
Επάγγελμα	Ιδιωτικός υπάλληλος	2	10	30	42
	Δημόσιος υπάλληλος	0	5	19	24
	Ελεύθερος επαγγελματίας	4	3	10	17
	Φοιτητής/τρια	2	4	16	22
	Άνεργος	3	2	2	7
	Συνταξιούχος	3	0	0	3
Total		14	24	77	115



Μηνιαίο εισόδημα * Εξυπηρέτηση Crosstabulation

		ταμείο	μηχάνημα αυτόματων συναλλαγών	e-banking	Total
Μηνιαίο εισόδημα	0-500	8	8	16	32
	501-1.000	6	10	30	46
	1.001-1.500	0	4	23	27
	1.501 και άνω	0	2	8	10
Total		14	24	77	115

Bar Chart



Φύλο*Banks Crosstabulation

			Με ποιες τράπεζες συναλλάσσετε ^a					Total
			Εθνική	Πειραιώς	Alpha	Eurobank	Άλλο	
Φύλο	Γυναίκα	Count	26	35	28	17	2	64
	Άνδρας	Count	29	31	22	15	3	51
Total		Count	55	66	50	32	5	115

Percentages and totals are based on respondents.

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Ηλικία*Banks Crosstabulation

			Με ποιες τράπεζες συναλλάσσετε ^a					
			Εθνική	Πειραιώς	Alpha	Eurobank	Άλλο	Total
Ηλικία	18-25	Count	21	22	13	13	1	38
	26-40	Count	15	21	17	10	4	43
	41-60	Count	16	21	18	9	0	29
	61 και άνω	Count	3	2	2	0	0	5
Total		Count	55	66	50	32	5	115

Percentages and totals are based on respondents.

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Μηνιαίο_εισόδημα*Reasons Crosstabulation

			Λόγοι συναλλαγής με την τράπεζα ^a						
			Πληρωμή λογαριασμών, καρτών, δανείων	Μεταφορά χρημάτων	Αποταμίευση	Μισθοδοσία	Επενδύσεις	Ασφάλιση	Total
Μηνιαίο εισόδημα	0-500	Count	19	21	4	13	0	2	32
	501-1.000	Count	32	32	17	33	2	2	46
	1.001-1.500	Count	24	20	6	19	3	4	27
	1.501 και άνω	Count	8	7	3	5	2	2	10
Total		Count	83	80	30	70	7	10	115

Percentages and totals are based on respondents.

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Επάγγελμα*Reasons Crosstabulation

			\$Reasons ^a						
			Πληρωμή λογαριασμών, καρτών, δανείων	Μεταφορά χρημάτων	Αποταμίευση	Μισθοδοσία	Επενδύσεις	Ασφάλιση	Total
Επάγγελμα	Ιδιωτικός υπάλληλος	Count	31	29	15	30	4	5	42
	Δημόσιος υπάλληλος	Count	23	19	7	18	1	2	24
	Ελεύθερος επαγγελματίας	Count	13	14	3	8	2	2	17
	Φοιτητής/τρια	Count	15	13	5	8	0	1	22
	Άνεργος	Count	1	5	0	3	0	0	7
	Συνταξιούχος	Count	0	0	0	3	0	0	3
Total		Count	83	80	30	70	7	10	115

Percentages and totals are based on respondents.

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Επίπεδο_μόρφωσης*\$Reasons Crosstabulation

			\$Reasons ^a						
			Πληρωμή λογαριασμών, καρτών, δανείων	Μεταφορά χρημάτων	Αποταμίευση	Μισθοδοσία	Επενδύσεις	Ασφάλιση	Total
Επίπεδο μόρφωσης	Υποχρεωτική εκπαίδευση	Count	9	5	0	7	0	0	12
	Δευτεροβάθμια εκπαίδευση	Count	3	6	0	2	0	1	8
	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Count	48	49	26	45	2	4	70
	Μεταπτυχιακός τίτλος	Count	23	20	4	16	5	5	25
Total		Count	83	80	30	70	7	10	115

Percentages and totals are based on respondents.

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 3.2.1 Δείγμα πελατών σύμφωνα με το φύλο

Πίνακας 3.2.2 Δείγμα πελατών σύμφωνα με την ηλικία

Πίνακας 3.2.3 Δείγμα πελατών σύμφωνα με το επίπεδο μόρφωσης

Πίνακας 3.2.4 Δείγμα πελατών σύμφωνα με το επάγγελμα

Πίνακας 3.2.5 Δείγμα σύμφωνα με το μηνιαίο εισόδημα

Πίνακας 3.3.1 Δείγμα πελατών σύμφωνα με τη προτίμηση για την καλύτερη εξυπηρέτηση

Πίνακας 3.4.1 Δείγμα πελατών σύμφωνα με τις συναλασσόμενων τραπεζών

Πίνακας 3.4.2 Δείγμα πελατών σύμφωνα με τους λόγους συναλλαγής

Πίνακας 3.5.1 Δείγμα ικανοποίησης πελατών σύμφωνα με την εξυπηρέτηση προσωπικού

Πίνακας 3.5.2 Δείγμα ικανοποίησης πελατών σύμφωνα με την ταχύτητα εξυπηρέτησης και τον χρόνο εκτέλεσης συναλλαγών

Πίνακας 3.5.3 Δείγμα ικανοποίησης πελατών σύμφωνα με την ενημέρωση επιπλέον παροχών

Πίνακας 3.5.4 Δείγμα ικανοποίησης πελατών σύμφωνα με την τεχνολογία που χρησιμοποιούν οι τράπεζες

Πίνακας 3.5.5 Δείγμα ικανοποίησης πελατών σύμφωνα με την δυνατότητα εκτέλεσης περισσότερων συναλλαγών μέσω e-banking

Πίνακας 3.5.6 Δείγμα ικανοποίησης πελατών σύμφωνα με το πλήθος των ATM σε μη κεντρικές περιοχές

Πίνακας 3.5.7 Δείγμα ικανοποίησης πελατών σύμφωνα με τη διαδικασία δημιουργίας λογαριασμού

Πίνακας 3.5.8 Δείγμα ικανοποίησης πελατών σύμφωνα με τα προγράμματα δανείων

Πίνακας 3.5.9 Δείγμα ικανοποίησης πελατών σύμφωνα με τα ήδη υπάρχοντα επιτόκια

Πίνακας 3.6.1.1 Δείγμα πελατών σύμφωνα με το επίπεδο μόρφωσης και παράγοντα τις τράπεζες

Πίνακας 3.6.1.2 Δείγμα πελατών σύμφωνα με το επάγγελμα και παράγοντα τις τράπεζες

Πίνακας 3.6.1.3 Δείγμα πελατών σύμφωνα με το μηνιαίο εισόδημα και παράγοντα τις τράπεζες

Πίνακας 3.6.2.1 Δείγμα πελατών σύμφωνα με το φύλο και παράγοντα την προτίμηση εξυπηρέτησης

Πίνακας 3.6.2.2 Δείγμα πελατών σύμφωνα με την ηλικία και παράγοντα την προτίμηση εξυπηρέτησης

Πίνακας 3.6.2.3 Δείγμα πελατών σύμφωνα με το επίπεδο μόρφωσης και παράγοντα την προτίμηση εξυπηρέτησης

Πίνακας 3.6.3.1 Δείγμα πελατών σύμφωνα με το φύλο και παράγοντα τους λόγους συναλλαγής

Πίνακας 3.6.3.2 Δείγμα πελατών σύμφωνα με την ηλικία και παράγοντα τους λόγους συναλλαγής