



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ
ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ & ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ: ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ –
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ & ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ ΕΠΙΣΤΗΜΗ

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**Η ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ
ΤΩΝ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ(2018): ΑΝΑΛΥΣΗ & ΕΡΜΗΝΕΙΑ ΒΑΣΕΙ
ΑΠΟΨΕΩΝ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ**



Κατσουλίδη Κλεοπάτρα

Επιβλέπων: Σωτηρόπουλος Ιωάννης

ΠΡΕΒΕΖΑ, 2019



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ
ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ & ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ : ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ –
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ & ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ ΕΠΙΣΤΗΜΗ

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**Η ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ
ΤΩΝ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ (2018): ΑΝΑΛΥΣΗ & ΕΡΜΗΝΕΙΑ ΒΑΣΕΙ
ΑΠΟΨΕΩΝ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ**

Κατσουλίδη Κλεοπάτρα

Επιβλέπων: Σωτηρόπουλος Ιωάννης

ΠΡΕΒΕΖΑ, 2019

~ 1 ~

**FINANCIAL BEHAVIOR IN IOANNINA (2018):
ANALYSIS& INTERPRETATION BASED ON BANK
CLIENTS OPINIONS**

Εγκρίθηκε από τριμελή εξεταστική επιτροπή

Πρέβεζα, 2019

ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

1. Επιβλέπων καθηγητής

Σωτηρόπουλος Ιωάννης

Καθηγητής

2. Μέλος επιτροπής

Χύτης Ευάγγελος,

Επίκουρος Καθηγητής

3. Μέλος επιτροπής

Καραμάνης Κωνσταντίνος

Αναπληρωτής Καθηγητής

©Κατσουλίδη Κλεοπάτρα , 2019

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Δήλωση μη λογοκλοπής

Δηλώνω υπεύθυνα και γνωρίζοντας τις διατάξεις του Ν. 2121/1993 περί Πνευματικής Ιδιοκτησίας , ότι η παρούσα μεταπτυχιακή εργασία είναι εξ ολοκλήρου αποτέλεσμα δικής μου ερευνητικής εργασίας , δεν αποτελεί προϊόν αντιγραφής ούτε προέρχεται από ανάθεση σε τρίτους. Όλες οι πηγές που χρησιμοποιήθηκαν (κάθε είδους, μορφής και προέλευσης) για τη συγγραφή της περιλαμβάνονται στη βιβλιογραφία.

Κατσουλίδη Κλεοπάτρα

Υπογραφή

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Αρχικά, θέλω να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή μου, Κ. Σωτηρόπουλο Ιωάννη για την πολύτιμη βοήθεια του καθ' όλη τη διάρκεια της συγγραφής της μεταπτυχιακής μου εργασίας και για την ψυχολογική στήριξη που ήταν εξίσου σημαντική την οικογένεια μου.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να αναλύσει και να ερμηνεύσει τις απόψεις των πελατών των τραπεζών για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που παρέχει μία τράπεζα στη σημερινή εποχή.

Η συγκεκριμένη εργασία αποτελείται από δύο μέρη, Α' & Β' Μέρος.

Στο Μέρος Α' γίνεται θεωρητική ανάλυση για τις συμπεριφορές των καταναλωτών στο χρηματοοικονομικό τομέα και πως αυτοί αντιδρούν την στιγμή που παίρνουν επενδυτικές αποφάσεις και κατά πόσο επηρεάζονται. Επίσης, αναλύονται οι χρηματοοικονομικές εργασίες και ο ρόλος τους μέσα στην τράπεζα ώστε να μάθει το κοινό το ρόλο της καθεμίας ξεχωριστά. Τέλος, γίνεται λόγος για τους έννοιες της αποταμίευσης, της επένδυσης και της κερδοσκοπίας και επισημαίνονται οι μεταβολές στην συμπεριφορά αναφορικά με τις δύο αυτές καταστάσεις.

Το Μέρος Β' χωρίζεται σε τέσσερα κεφάλαια. Το «Κεφάλαιο 1» ταξινομεί τους πελάτες ανάλογα με το φύλο, την ηλικία, την οικογενειακή κατάσταση, το επίπεδο εκπαίδευσης, την επαγγελματική κατάσταση, τον επαγγελματικό τομέα και τις μηνιαίες απολαβές. Στο «Κεφάλαιο 2» αποτυπώνεται η κρίση, ο βαθμός αποδοχής και η αίσθηση ασφάλειας των καταναλωτών ανάλογα με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρει η τράπεζα. Στο «Κεφάλαιο 3» δίνονται πληροφορίες για τις πηγές με τις οποίες ενημερώνονται οι καταναλωτές, για τις γνώμες του κοινού σχετικά με το προσωπικό που τους εξυπηρετεί και για την ικανοποίηση του δικτύου καταστημάτων της τράπεζας. Το «Κεφάλαιο 4» εμπεριέχει πληροφορίες γενικά για την τράπεζα, για τυχόν μελλοντική συνεργασία των ερωτηθέντων με την ίδια τράπεζα, για την ικανοποίηση τους, για την ποικιλία των προϊόντων & υπηρεσιών, για τις αποδόσεις επιτοκίων, το βαθμό επίλυσης προβλημάτων, την ύπαρξη προμηθειών αλλά και για την αποστροφή των καταναλωτών ως προς τον κίνδυνο.

Στο τελευταίο κομμάτι της εργασίας και μετά την ανάλυση των αποτελεσμάτων του ερωτηματολογίου επεξηγούμε τα συμπεράσματα που αντλήσαμε από όλη αυτή την έρευνα.

Λέξεις Κλειδιά: Χρηματοοικονομική Συμπεριφορά, Τραπεζικά προϊόντα, Τραπεζικές υπηρεσίες,

ABSTRACT

The purpose of this work is to inform people about the products and services provided by a bank in today's age.

This work consists of two parts, Part A' and Part B'.

Part A' provides a theoretical analysis of consumer behavior in the financial sector as well as how they react when making investment decisions and how they are affected. It also analyzes the financial operations and highlights their role within the bank so that the public can learn the role of each. Lastly, it gives definitions of thrift, investment and speculation and points out the behavior changes to these three economic situations.

Part B' is divided into four chapters. "Chapter 1" classifies clients by gender, age, marital status, education level, occupational status and monthly earnings. "Chapter 2" illustrates the economic crisis, the acceptance and the sense of security of consumers depending on the products and services offered by the bank. "Chapter 3" provided information about the sources that inform consumers, public opinions on the bank staff and satisfaction with the bank's branch network."Chapter 4 "contains general information about the bank, whether to cooperate with the same bank in the future, their satisfaction with the variety of products and services, the interest rates, the ability of problem solving, the existence of commissions and the consumer aversion in terms of risk.

In the last section of the paper, after analyzing the results of the questionnaire, the conclusions we have drawn from this whole survey are being presented.

Keywords: Financial Behavior, Banking products, Banking services

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η διπλωματική εργασία διερευνά την χρηματοοικονομική συμπεριφορά στην Ελλάδα (2018) βάσει των απόψεων των πελατών των τραπεζών στην περιοχή των Ιωαννίνων.

Ενημερώνει για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τις τράπεζας, πως αντιδρούν οι καταναλωτές ανάλογα με τις ανάγκες τους στις συγκεκριμένες παροχές-υπηρεσίες. Επίσης, μέσω των αντιδράσεων τους φαίνεται τι θα ήθελαν να μείνει ίδιο και τι να διορθωθεί ανάλογα με το προσωπικό, την εξυπηρέτηση, την αίσθηση ασφάλειας, το δίκτυο καταστημάτων και άλλα γενικά στοιχεία της τράπεζας.

Η συγκεκριμένη εργασία για να πραγματοποιηθεί έγινε ποσοτική έρευνα γνώμης με προϋπάρχον ερωτηματολόγια στους πελάτες των τραπεζών με ερωτήσεις κυρίως κλειστού τύπου κατά το χρονικό διάστημα 1/08/2018 με 30/09/2018 στις εξής 5 τράπεζες στην περιοχή των Ιωαννίνων: Τράπεζα Πειραιώς, Eurobank, Εθνική, Συνεταιριστική Τράπεζα Ηπείρου και Alpha Bank. Στη συνέχεια εισήχθησαν οι απαντήσεις των ερωτηματολογίων στο πρόγραμμα excel όπου κατασκευάστηκαν πίνακες μονής και διπλής εισόδου. Τα αποτελέσματα δόθηκαν από 100 πελάτες τραπεζών και είναι σε ποσοστά επί τις %. Βάσει αυτών διαμορφώθηκαν πίνακες με τα αποτελέσματα και διαγράμματα (διάγραμμα με πίτα, διάγραμμα με ράβδους, διάγραμμα με στήλες και με γραμμές). Τέλος, έγινε σχολιασμός των συγκεκριμένων πινάκων και διαγραμμάτων με τα αντίστοιχα αποτελέσματα που εντοπίστηκαν.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	7
ABSTRACT.....	8
ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	9
ΜΕΡΟΣ Α	
A.1 Χρηματοοικονομική Συμπεριφορά.....	13
A.1.1 Συμπεριφορική Χρηματοοικονομική: Ευριστικοί Κανόνες & Συμπεριφορικά Σφάλματα.....	14
A.1.2 Χρηματοοικονομικές εργασίες.....	23
A.1.3 Αποταμίευση – Επένδυση – Κερδοσκοπία: Μεταβολές στη Χρηματοοικονομική Συμπεριφορά και στις Χρηματοοικονομικές εργασίες.....	30
ΜΕΡΟΣ Β	
<i>Κεφάλαιο 1^ο: Ταξινόμηση πελατών</i>	
B.1.1 Φύλο.....	30
B.1.2 Ηλικία.....	30
B.1.3 Οικογενειακή Κατάσταση.....	31
B.1.4 Επίπεδο Εκπαίδευσης.....	32
B.1.5 Επαγγελματική Κατάσταση.....	33
B.1.6 Επαγγελματικός Τομέας.....	34
B.1.7 Μηνιαίες Απολαβές.....	34
<i>Κεφάλαιο 2^ο: Προσφερόμενα προϊόντα και υπηρεσίες</i>	
B.2.1 Δάνεια.....	38
B.2.2 Ανταπόκριση Δανείου.....	46
B.2.3 Χρεωστικές Κάρτες.....	47
B.2.4 Χρήση Πιστωτικής Κάρτας.....	48
B.2.5 Επιταγές.....	48
B.2.6 Ασφαλιστικά Προγράμματα.....	50
B.2.7 Αμοιβαία Κεφάλαια – Επενδυτικά Προγράμματα.....	51
B.2.8 Εγγυητικές Επιστολές.....	51
B.2.9 Τραπεζικές Θυρίδες.....	53
B.2.10 Internet Banking.....	55
B.2.11 Συναλλαγές μέσω Smartphone.....	59

B.2.12 Εξόφληση Λογαριασμού.....	59
<i>Κεφάλαιο 3^ο : Ενημέρωση – προσωπικό και δίκτυο καταστημάτων</i>	
B.3.1 Πηγές ενημέρωσης για τα τραπεζικά προϊόντα.....	60
B.3.2 Προσωπικό της τράπεζας.....	62
B.3.3 Δίκτυο καταστημάτων της τράπεζας.....	69
<i>Κεφάλαιο 4^ο : Λοιπές Πληροφορίες</i>	
Λοιπές Πληροφορίες.....	70
Συμπεράσματα Ερωτηματολογίου.....	90
Βιβλιογραφία.....	91
Πηγές Διαδικτύου.....	92
Ερωτηματολόγιο.....	94

ΜΕΡΟΣ Α': ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

A.1 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ

Βάσει της παραδοσιακής χρηματοοικονομικής θεωρίας οι επενδυτές είναι ορθολογικοί στη λήψη των αποφάσεών τους γεγονός που οδήγησε στην ανάπτυξη της θεωρίας της αποτελεσματικής αγοράς (Efficient market theory). Σύμφωνα με αυτή οι καταναλωτές παίρνουν αποφάσεις με κύριο στοιχείο τον οικονομικό παράγοντα. Όμως, στη σημερινή κοινωνία δεν υπάρχουν μόνο ορθολογικοί καταναλωτές αλλά και το αντίθετο. Σύμφωνα με μελέτες τα παραδείγματα της θεωρίας της αποτελεσματικής αγοράς δεν είναι πλήρη, διότι δεν λαμβάνουν υπόψη τους τον ψυχολογικό παράγοντα. Συνεπώς, η αδυναμία αυτή δημιούργησε έναν καινούργιο κλάδο της Συμπεριφορικής Χρηματοοικονομικής (Behavioral Finance), με τον οποίο προσπαθεί να γεμίσει το κενό ανάμεσα στη θεωρία και στη πράξη. Από τη μία η χρηματοοικονομική δημιουργεί μοντέλα βέλτιστων επιλογών ενώ από την άλλη η συμπεριφορική δημιουργεί μοντέλα πραγματικών επιλογών. Έτσι, ο κλάδος αυτός επεξηγεί τις συμπεριφορές των ανθρώπων κατά την διάρκεια των αγορών τους, οι οποίες δεν μπορούν να ερμηνευτούν και να δικαιολογηθούν με βάση τη θεωρία της αποτελεσματικής αγοράς (Efficient market theory), δηλαδή με βάση την υπόθεση του ορθολογικού επενδυτή και τα κλασσικά μοντέλα περί μεγιστοποίησης χρησιμότητας. Φυσικά θα πρέπει να σημειωθεί ότι ο στόχος της Συμπεριφορικής Χρηματοοικονομικής δεν είναι να υποκαταστήσει την χρηματοοικονομική θεωρία αλλά να την βελτιώσει, ώστε να περιγράψει την συμπεριφορά των ατόμων και των αγορών με τον καλύτερο δυνατό τρόπο (De Bondt & Thaler, 1995). (Σπύρου, 2009) (Αλεξιάκης & Ξανθάκης, 2008)

Ο κλάδος της άρχισε να εμπλουτίζεται σταδιακά:

- ✓ Ένας τρόπος ερμηνείας των ανεξήγητων συμπεριφορών των ανθρώπων που δεν συμπεριφέρονται ορθολογικά κατά τον Thaler εκφράζεται ως μία «ανοιχτόμυαλη Χρηματοοικονομική» (Thaler, 1993)
- ✓ Ο τρόπος επεξεργασίας των πληροφοριών ενός ανθρώπου για να λάβει μια επενδυτική απόφαση (Linter, 1998)
- ✓ Προσπαθεί να κατανοήσει και να προβλέψει τις επιπτώσεις της ψυχολογίας σ τη λήψη αποφάσεων. (Olsen, 1998)
- ✓ Συνδυασμός ψυχολογίας και οικονομικών για την αποκωδικοποίηση της διαδικασίας αλλά και τα αίτια που οδηγούν τα άτομα σε μη ορθολογικές αποφάσεις.(Belsky, Gilovich ,1999)

- ✓ Η μελέτη του τρόπου που η ψυχολογία επηρεάζει τη διαδικασία λήψης επενδυτικών αποφάσεων και τις αγορές (Shefrin, 2000)
- ✓ Η μελέτη των ψυχολογικών και κοινωνικών παραγόντων που επηρεάζουν άμεσα ή έμμεσα τη διαδικασία λήψης επενδυτικών αποφάσεων, αξιοποιώντας ευρήματα από διάφορους επιστημονικούς κλάδους (Ricciardi ,Simon, 2000)

Πρόκειται για ένα νέο τομέα που μετά το 1985 έλαβε αξιοσημείωτη ανάπτυξη.

Τέλος ο συγκεκριμένος κλάδος στοχεύει στην κατανόηση της επενδυτικής συμπεριφοράς ερμηνεύοντας κατά κύριο λόγο την ψυχολογία και την επίδραση των συναισθημάτων στον επενδυτή. Βοηθάει προκειμένου να αποφευχθούν σφάλματα κατά τη λήψη αποφάσεων.

A.1.1 ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΙΚΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ : ΕΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΚΑΝΟΝΕΣ ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΙΚΑ ΣΦΑΛΜΑΤΑ

- **Ευριστικοί Κανόνες (heuristic rules)**

Η Συμπεριφορική Χρηματοοικονομική βασίζεται σε δύο πυλώνες. Αρχικά, στο ότι οι άνθρωποι στηρίζονται σε «ευριστικούς κανόνες» (**heuristic rules**) και με μεροληψία παίρνουν αποφάσεις ή λύνουν προβλήματα, δηλαδή δίνουν όσο πιο γρήγορη τη λύση στο πρόβλημα, επηρεάζουν τις προβλέψεις των ανθρώπων και τους βοηθούν να κάνουν αντιληπτό τον κίνδυνο σε μία απόφαση.

Ο δεύτερος πυλώνας είναι η **διατύπωση (frame)**, που από μόνη της η λέξη προδίδει τον τρόπο που παρουσιάζεται μία προοπτική και πόσο αυτή μπορεί να επηρεάσει την απόφαση ενός ατόμου. Δηλαδή, αναγνωρίζεται ότι οι εκτιμήσεις ενός ατόμου σε σχέση με την απόδοση και τον κίνδυνο της επένδυσής τους επηρεάζονται από τον τρόπο διατύπωσης του προβλήματος, το θέμα αυτό έχει σχολιαστεί από πολλούς αναλυτές δύο από αυτούς ο Tversky και Kahneman (1982) μέσα από ένα παράδειγμα επισήμαναν ότι όταν το ίδιο πρόβλημα προβάλλεται με διαφορετικό τρόπο οι προτιμήσεις των ανθρώπων αλλάζουν συστηματικά και αυτή η διαπίστωση έρχεται σε αντίθεση με την παραδοσιακή Χρηματοοικονομική η οποία προβλέπει ότι η απόφαση δεν συσχετίζεται με τον τρόπο που παρουσιάζεται το πρόβλημα. (Σπύρου, 2009)

- **Συμπεριφορικά Σφάλματα**

Ο τομέας της Συμπεριφορικής Χρηματοοικονομικής βάσει εμπειρικών ερευνών επισημαίνει ότι οι επενδυτές διαπράττουν αποδεδειγμένα μία σειρά από συνεχόμενα επενδυτικά σφάλματα διότι η ψυχολογία τους, τους επηρεάζει περισσότερο από την χρηματοοικονομική θεωρία και αυτό έχει αρνητικές επιπτώσεις στην οποιαδήποτε επένδυσή τους.

Τα σφάλματα διακρίνονται σε γνωστικά(cognitive) που σημαίνει ότι οι επενδυτές κάνουν λάθη στον τρόπο επεξεργασίας τους και σε συμπεριφορικά (behavioral) που οι επενδυτές επηρεάζονται από τα συναισθήματά τους στις επιλογές που κάνουν. Φυσικά και στις δύο περιπτώσεις το αποτέλεσμα είναι η λήψη μη ορθολογικών αποφάσεων.

I. Τα **γνωστικά** σφάλματα διακρίνονται σε:

1. **Σφάλμα Αντιπροσωπευτικότητας (Representativeness bias)**

Εντοπίστηκε από τους ψυχολόγους Daniel Kahneman και Amos Tversky (1972). Πολύ συχνά οι άνθρωποι για να πάρουν μία απόφαση προσπαθούν να βρουν κοινά σημεία μεταξύ διάφορων προοπτικών και θεωρούν ότι τυχαία γεγονότα είναι αντιπροσωπευτικά συγκεκριμένων καταστάσεων, σε αυτή τους την προσπάθεια αγνοούν τους νόμους των πιθανοτήτων, δηλαδή με απλά λόγια εντάσσουν τις νέες πληροφορίες ανάλογα με το πόσο αντιπροσωπευτικές είναι. Αυτού του τύπου οι αποφάσεις συχνά οδηγούν σε στερεότυπα και λανθασμένες γενικεύσεις. Το πιο συχνό επενδυτικό λάθος, για παράδειγμα, είναι η πεποίθηση ότι τα Αμοιβαία Κεφάλαια που είχαν τις υψηλότερες αποδόσεις στο παρελθόν θα έχουν και τις αντίστοιχες στο μέλλον, δηλαδή τα άτομα προσαρμόζουν την κατανομή πιθανοτήτων σύμφωνα με τον κανόνα του Bayes με βάση τον οποίο οι προγενέστερες πιθανότητες και οι νέες πληροφορίες οδηγούν στις μεταγενέστερες πιθανότητες. (Σπύρου, 2009) (euretirio.com)

2. Σφάλμα διαθεσιμότητας (Availability Bias)

Εντοπίστηκε από τους ψυχολόγους Daniel Kahneman και Amos Tversky (1973). Ένας άλλος ευριστικός κανόνας συμπεριφοράς είναι και η μεροληψία διαθεσιμότητας της πληροφορίας, τα άτομα πολλές φορές κρίνουν μεροληπτικά την πιθανότητα να συμβεί ένα γεγονός ανάλογα με το πόσο εύκολο είναι να ανακαλέσουν στην μνήμη τους παρόμοια γεγονότα ή παρόμοιες εμπειρίες που είχαν και αυτό έχει ως αποτέλεσμα να λαμβάνουν αποφάσεις χωρίς την απαιτούμενη έρευνα και να θεωρούν ότι είναι σωστές. Όπως επισημαίνει ο Nofsinger (2001), οι επενδυτές μπορεί να θεωρήσουν καλύτερες επενδυτικές επιλογές μετοχές εταιρειών οι οποίες προβάλλονται συχνά στον Τύπο και ανακαλούνται εύκολα στη μνήμη τους, όπως για παράδειγμα μετοχές που είναι δημοφιλείς Coca Cola, Mc Donald's στις ΗΠΑ ή Εθνική Τράπεζα, ΟΤΕ, ΔΕΗ στην Ελλάδα. Με άλλα λόγια η αναγνωσιμότητα και η διαθεσιμότητα παίρνουν την θέση της ακρίβειας και της σχετικότητας της πληροφόρησης, άρα τα ΜΜΕ έχουν σημαντικό ρόλο στην πληροφόρηση και την επιλογή σωστής απόφασης ενός επενδυτή. Επιπλέον το σφάλμα της πρόσφατης κατάστασης (recency bias) συνδέεται με το σφάλμα της διαθεσιμότητας, στο οποίο τα άτομα δίνουν έμφαση σε σχετικά πρόσφατα γεγονότα και εστιάζουν σε αυτά. (Σπύρου, 2009),

3. Σφάλμα Οικειότητας (Familiarity Bias)

Σύμφωνα με του Tversky και Kahneman (1973), το συγκεκριμένο σφάλμα αναφέρεται στην πεποίθηση των ανθρώπων ότι τα πράγματα που γνωρίζουν καλύτερα είναι αυτά με τα οποία είναι περισσότερο εξοικειωμένοι. Για παράδειγμα, ένας εργαζόμενος επενδύει σε μετοχές της εταιρείας στην οποία εργάζεται (employer bias) όμως δεν έχει σκεφτεί τον κίνδυνο πτώχευσης ή αποτυχίας της εταιρείας που σε μία τέτοια περίπτωση θα χάσει και τη δουλειά του αλλά και τις επενδύσεις του.

Επίσης τα άτομα που έχουν σκοπό να επενδύσουν προτιμούν να το κάνουν στην εγχώρια χρηματιστηριακή αγορά θεωρώντας εσφαλμένα ότι γνωρίζουν καλύτερα τις εγχώριες συνθήκες αγοράς και είναι πιο ασφαλείς οι επενδυτικές τους επιλογές σε αυτή, αυτό το είδος σφάλματος ονομάζεται **σφάλμα εντοπιότητας (home bias)** και αποτελεί ειδική περίπτωση του σφάλματος οικειότητας. (lecturebureau)

4. Αγκίστρωση (anchoring)

Ο όρος αγκίστρωση χρησιμοποιείται όταν οι άνθρωποι βασίζουν την κρίση τους σε συγκεκριμένα δεδομένα στα οποία είναι προσκολλημένοι, όταν, λοιπόν, έρθει η νέα πληροφόρηση η κρίση τους προσαρμόζεται με βάση αυτή ή με βάση το σημείο αναφοράς που έχουν αγκιστρωθεί. Το σφάλμα αυτό μπορεί εύκολα να αποδειχθεί αλλά πολύ δύσκολα να εξαλειφθεί σαν συμπεριφορά. Ένα παράδειγμα, έστω ότι κατοικείτε σε ένα διαμέρισμα 50τ.μ. και ένας φίλος σας ρωτάει πόσο μπορεί να νοικιάζεται διαμέρισμα 100τ.μ. στην ίδια πολυκατοικία, υποσυνείδητα θα σκεφτείτε το πόσο πληρώνετε εσείς και θα απαντήσετε βάσει του κανόνα της αγκίστρωσης.

Οι Tversky και Kahneman (1974) περιέγραψαν το σφάλμα της αγκίστρωσης σε σημεία αναφοράς (ποσοτικά) σε καταστάσεις στις οποίες απαιτούνται ποσοτικές εκτιμήσεις από τη μεριά των επενδυτών, δηλαδή οι άνθρωποι αρχίζουν με μία αρχική τιμή κατά τη διαμόρφωση των εκτιμήσεων την οποία προσαρμόζουν για να πάρουν το τελικό αποτέλεσμα.

Επιπρόσθετα, η αγκίστρωση μπορεί να προκύψει ως παρενέργεια μίας άλλης ανθρώπινης συμπεριφοράς, του **συντηρητισμού (conservatism)**. Ο συντηρητισμός αναφέρεται στην σταδιακή και αργή αλλαγή απόψεων και ειλημμένων αποφάσεων στην παρουσία νέας πληροφόρησης, οι άνθρωποι ρίχνουν το βάρος στα πιστεύω τους και ας έχουν νέες αποδείξεις για το αντίθετο.

Κάποιοι ερευνητές (π.χ. Slovic, 1972) παρατηρούν ότι οι άνθρωποι είναι ανίκανοι να κάνουν βέλτιστο συνδυασμό και να αναλύσουν διαφορετικές πληροφορίες και αυτό είναι μία πιθανή αιτία του σφάλματος αυτού.

Επιπλέον, σε κάποια από τα πειράματά του ο Edwards (1968), δείχνει ότι οι επενδυτές προσαρμόζουν τις προηγούμενες αντιλήψεις τους στην σωστή κατεύθυνση αλλά πολύ λίγο ποσοτικά σε σχέση με τον ορθολογικό τρόπο.

Τέλος ένας ειδικός τύπος συντηρητικής συμπεριφοράς είναι και η αποστροφή στην αβεβαιότητα (Aversion to Ambiguity) δηλαδή ο φόβος που έχουν οι άνθρωποι για το άγνωστο, έτσι τείνουν στις πιο ασφαλείς αποφάσεις. Ο Knight (1921) ορίζει τον κίνδυνο σαν ένα στοίχημα με γνωστές παραμέτρους ενώ την αβεβαιότητα σαν ένα στοίχημα με άγνωστες παραμέτρους και θεωρεί η αβεβαιότητα αποφεύγεται περισσότερο από τον κίνδυνο. (Σπύρου, 2009) (lecturebureau)

5. Γνωστική Ασυμφωνία (Cognitive Dissonance)

Η έννοια της γνωστικής ασυμφωνίας εισήχθη από τον κοινωνικό ψυχολόγο Leon Festinger (1957), αφορά το συναίσθημα των ατόμων που προκαλείται όταν έχουν να αντιμετωπίσουν καινούργιες πληροφορίες που έρχονται σε ρήξη με τις πεποιθήσεις τους για αυτό το λόγο και τις απορρίπτουν. Έτσι, τα άτομα λαμβάνουν μόνο όσες πληροφορίες είναι σύμφωνες με τις αναμνήσεις τους και προσαρμόζουν τις απόψεις τους με βάση τις παρελθούσες επιτυχίες ώστε να αποφευχθεί η ψυχολογική σύγκρουση. Οι επιπτώσεις του σφάλματος αυτού είναι αρκετά σημαντικές για τους επενδυτές οι οποίοι κρατάνε τις επιτυχημένες επενδυτικές τους επιλογές στο βάθος του μυαλού τους για να μη βιώσουν το δυσάρεστο συναίσθημα της λανθασμένης επιλογής τους. (lecturebureau)

6. Σφάλμα επιβεβαίωσης (Confirmation Bias)

Σε μία ευρύτερη ανάλυση της γνωστικής ασυμφωνίας θα μπορούσε εν μέρη να συσχετιστεί το σφάλμα που θα αναλύσουμε. Το σφάλμα της επιβεβαίωσης όμως, περιγράφει τα άτομα που από τις νέες πληροφορίες συγκεντρώνουν το τμήμα εκείνο, που ταιριάζει στις παλαιότερες επιλογές τους. Έτσι, η δυσάρεστη κατάσταση της γνωστικής ασυμφωνίας αποφεύγεται.

Πολλοί επενδυτές είναι διατεθειμένοι να επενδύσουν ξανά σε επιλογές που ήταν ζημιογόνες στο παρελθόν με μόνο τους στόχο να επιβεβαιωθούν οι αρχικές τους επενδυτικές αποφάσεις ή και να αναζητήσουν τις πληροφορίες που θα αποδείξουν τις λανθασμένες τους στρατηγικές. (lecturebureau) (euretirio.com)

7. Νοητική Λογιστική (Mental Accounting)

Στη Νοητική Λογιστική, σύμφωνα με πολλούς ερευνητές, τα άτομα αποδίδουν διαφορετικά επίπεδα χρησιμότητας σε κάθε ομάδα νοητικών λογαριασμών και αυτό επηρεάζει τις καταναλωτικές τους αποφάσεις. Σαν αποτέλεσμα αυτής της ιδέας είναι ότι η αξία του χρήματος πολλές φορές δεν είναι η ίδια, διότι κάποιες φορές τα χρήματα δεν θα δαπανηθούν ποτέ και κάποιες άλλες θα σπαταληθούν χωρίς μέτρο και σκέψη.

Αναφορά σε αυτή την ιδέα έκανε ο Thaler (1980). Σύμφωνα με τον οποίο, ο κίνδυνος αυξάνεται όταν οι επενδυτές διατηρούν ανεξάρτητους νοητικούς λογαριασμούς για

διαφορετικούς επενδυτικούς στόχους. Ένα παράδειγμα έχει ως εξής: η κατανάλωση χρήσης μέσω πιστωτικών καρτών, όπου το μυαλό του ανθρώπου δεν νιώθει την απώλεια εκείνη την χρονική στιγμή όπως αν χρησιμοποιούσε μετρητά.

Τέλος, ένα ακόμα φαινόμενο που εντοπίζεται στη νοητική λογιστική είναι το **φαινόμενο του διαθέσιμου χρήματος (House Money Effect)**. Αυτό το φαινόμενο εστιάζει στην τάση των ανθρώπων να παίρνουν ρίσκο όταν έχουν διαθέσιμα χρήματα αλλά όταν δεν έχουν να μην παίρνουν τον ίδιο κίνδυνο. Σύμφωνα με πειράματα που έκαναν οι Thaler και Johnson (1990), οι συμπεριφορές των ανθρώπων επηρεάζονται από προηγούμενα κέρδη ή ζημιές και σαν συμπέρασμα έβγαλαν ότι οι αποφάσεις σχετικά με τα πραγματικά χρηματικά αποτελέσματα καθορίζονται από τα προγενέστερα αποτελέσματα. (lecturesbureau) (Σπύρου, 2009)

8. Ψευδαίσθηση του χρήματος (Money Illusion)

Το συγκεκριμένο σφάλμα αφορά την αδυναμία των ατόμων να αντιληφθούν την έννοια του πληθωρισμού και στη συνέχεια να προσαρμοστεί η εκάστοτε απόφαση. Κατά κύριο λόγο οι επενδυτές επεξεργάζονται τα στοιχεία τους σε ονομαστικούς όρους αγνοώντας ότι υπάρχει καθοδική πορεία στην αγοραστική τους δύναμη ή των διαχρονικών αλλαγών στις τιμές των μετοχών και των εμπορευμάτων.

Εν συνεχεία, θα αναφέρω ένα παράδειγμα που είναι χαρακτηριστικό για την ψευδαίσθηση του χρήματος και την αντίληψη του πληθωρισμού, αυτό έχει να κάνει με την επένδυση στην αγορά ακινήτων. Τα άτομα που επενδύουν σε αυτό το κομμάτι θεωρούν ότι μετά από χρόνια εφόσον οι τιμές αυξάνονται θα αυξηθεί και η αξία της επένδυσης που είχαν κάνει, ενώ στην πραγματικότητα δεν υπάρχει σύγκριση τιμών μεταξύ άλλων προϊόντων αλλά η τιμή ορίζεται με βάση την αγορά του ακινήτου και τη αξία που έχει τη συγκεκριμένη στιγμή που το ελέγχουμε. (lecturesbureau)

9. Υπερβολική αυτοπεποίθηση (Overconfidence)

Ένα από τα πιο σημαντικά συμπεριφορικά σφάλματα για την λήψη αποφάσεων είναι αυτό της υπερβολικής αυτοπεποίθησης σύμφωνα με τους De Bondt & Thaler, 1995. Αφορά την υπερβολική αυτοπεποίθηση των επενδυτών για τις ικανότητες που έχουν, ως

αποτέλεσμα τη μη σωστή εκτίμηση του επενδυτικού κινδύνου, έχοντας στο μυαλό τους ότι μπορούν να ελέγξουν καταστάσεις χωρίς πραγματικά να μπορούν. Επιπλέον, οι άνθρωποι πιστεύουν ότι οι απόψεις τους ισχύουν και στην πραγματικότητα έχοντας την ψευδαίσθηση της εγκυρότητας των απόψεων τους (illusion of reality) (Kahneman & Tversky, 1972).

Παράλληλα, έχοντας τη βεβαιότητα ότι οι δικές τους επιλογές είναι οι σωστές οδηγούνται αρκετές φορές στη δημιουργία ελλιπώς διαφοροποιημένων χαρτοφυλακίων (Goetzmann & Kumar, 2008) και δεν λαμβάνουν τις απόψεις κανενός άλλου είτε αυτός είναι επενδυτής, αναλυτής, επενδυτικός σύμβουλος για την πορεία του χρηματιστηρίου. (Σπύρου, 2009) (lecturesbureau)

10. Ψευδαίσθηση της γνώσης (Illusion of knowledge)

Η έννοια αυτής της ψευδαίσθησης έχει κοινά στοιχεία με την υπερβολική αυτοπεποίθηση του ατόμου που αναφέραμε στην προηγούμενη παράγραφο. Διότι, περιγράφει την τάση που έχουν οι άνθρωποι να υπερεκτιμούν τις γνώσεις τους νομίζοντας ότι γνωρίζουν παραπάνω πράγματα από όσα γνωρίζουν στην πραγματικότητα (Shiller, 2000).

Σημαντικό να αναφερθεί είναι ότι πολλές φορές μειώνεται η ακρίβεια των προβλέψεων των επενδυτών γιατί συνδέουν τη γνώση με περισσότερη διαθέσιμη πληροφόρηση από όση μπορούν να διαχειριστούν (Hall, Ariss & Todorov, 2007). Σύμφωνα με τον Montier (2007) η περισσότερη διαθέσιμη πληροφόρηση δεν αυξάνει την ακρίβεια των επενδυτών, αλλά την αυτοπεποίθησή τους. (lecturesbureau)

11. Ψευδαίσθηση του ελέγχου (Illusion of control)

Ψευδαίσθηση του ελέγχου λέγεται η τάση των ανθρώπων να πιστεύουν ότι έχουν τον έλεγχο και μπορούν να επηρεάσουν γεγονότα στα οποία δεν έχουν καμία επιρροή. Ένα συχνό παράδειγμα, είναι ότι προτιμούν να διαλέγουν οι ίδιοι τα λαχεία που αγοράζουν, θεωρώντας ότι έτσι μπορούν να επηρεάσουν το αποτέλεσμα (Langer, 1975). Η ψευδαίσθηση του ελέγχου γίνεται τεράστια, όταν το άτομο επαναπαύεται στις ικανότητές του, ενώ συγχρόνως εμποδίζεται η εισροή νέας γνώσης που ως αποτέλεσμα έχει την μεγαλύτερη ανάληψη κινδύνου σε μία επενδυτική επιλογή αφού στο μυαλό του ο

κίνδυνος μοιάζει να μειώνεται λόγω της λανθασμένης εντύπωσης του ελέγχου. (Σπύρου, 2009)

II. Τα *συναισθηματικά* σφάλματα διακρίνονται σε:

1. Αποστροφή απώλειας (Loss aversion)

Οι Kahneman και Tversky (1979) έδειξαν ότι η επίδραση μιας απώλειας είναι περίπου διπλάσια από τη θετική επίδραση ενός κέρδους. Με το συγκεκριμένο συναισθηματικό σφάλμα φαίνεται η τάση των ανθρώπων να αποστρέφονται τις απώλειες, η οποία εκδηλώνεται σε μεγαλύτερο βαθμό από την επιθυμία τους για κέρδος.

Κάποιος επενδυτής που παρατηρεί το χαρτοφυλάκιο να έχει ζημιές, λόγω του σφάλματος αυτού, αποφεύγει να αποδεχτεί τη ζημία και θεωρώντας ότι θα αποκτήσει κέρδη διατηρεί την επένδυση και το αποτέλεσμα θα είναι καταστροφικό. (lecturesbureau)

2. Αποστροφή μετάνοιας (Regret Aversion)

Είναι η τάση των ατόμων να αποφεύγουν κινήσεις που μπορεί να τους προκαλέσουν το συναίσθημα της μετάνοιας (Loomes & Sugden, 1982). Η επιρροή του συναισθήματος οδηγεί επενδυτές να παίρνουν συγκρατημένες αποφάσεις ώστε να δικαιολογηθούν εύκολα. Ένα αρκετά 'δυνατό' παράδειγμα είναι όταν οι επενδυτές πωλούν τις μετοχές από τις οποίες έχουν κερδοφορία και κρατάνε εκείνες που είχαν απώλειες για να μην φανεί η αποτυχημένη τους επένδυση και έχοντας τη προσδοκία ότι θα περάσουν σε μία καλύτερη κατάσταση, το οποίο αποτελεί και το σφάλμα **αποτέλεσμα προδιάθεσης (Disposition effect)** που θα αναλύσουμε παρακάτω. (lecturesbureau)

3. Αποτέλεσμα προδιάθεσης (Disposition effect)

Ο Shefrin & Statman (1985) περιγράφουν τους επενδυτές που κρατούν τις μετοχές με ζημία πιστεύοντας ότι θα ανακάμψουν, αποτέλεσμα παρόμοιο με αυτό της αποστροφής απώλειας. (lecturesbureau)

4. Συντηρητισμός (Conservatism)

Τις περισσότερες φορές το άτομο στην ύπαρξη μίας νέας πληροφορίας, σταδιακά αργεί να προσαρμόσει τις απόψεις του ή ακόμα και να τις αλλάξει, η συμπεριφορά αυτή, ονομάζεται συντηρητισμός και τον εντόπισε το 1968 ο Edwards. Ένας λόγος που γίνεται

αυτό είναι γιατί τα άτομα ενώ θα πρέπει να συλλέγουν περισσότερες πληροφορίες και να τις αναλύουν για να βγάλουν την σωστή απόφαση δεν το κάνουν.

Το εν λόγω σφάλμα μπορεί να συνδεθεί και με το σφάλμα “Status quo bias” , το οποίο αφορά μία στάσιμη κατάσταση των επενδυτών οι οποίοι αποφεύγουν οποιαδήποτε νέα απόφαση για να μην έχουν απώλειες. (Σπύρου, 2009) (lecturebureau)

5. Σφάλμα Αισιοδοξίας (Optimism Bias) και Σφάλμα Απαισιοδοξίας (Pessimism Bias)

Όταν ένας επενδυτής λειτουργεί με υπερβολική αισιοδοξία ως προς τις αποφάσεις του σκεπτόμενος ότι μόνο θετικά αποτελέσματα θα αποφέρουν και αγνοώντας τον κίνδυνο να μην είναι πάντοτε σωστές είναι ένα από τα σημαντικότερα συναισθηματικά σφάλματα. Όπως και όταν συμβαίνει το αντίθετο, δηλαδή ο επενδυτής να έχει υπερβολική απαισιοδοξία για τις επιλογές του και να θεωρεί ότι θα υπάρξουν αρνητικά αποτελέσματα από αυτές. (lecturesbureau)

7.Αγελαία Συμπεριφορά (Herding Behavior)

Στη εποχή που ζούμε το πιο συχνό σφάλμα που κάνει γενικά ο κόσμος είναι ότι πάει μαζί με τη μάζα αφήνοντας πίσω την δική του κρίση αυτό λέγεται αγελαία συμπεριφορά. Η στάση αυτή, των ατόμων να μιμούνται συμπεριφορές άλλων ατόμων μίας αγέλης στις αγορές τους, δηλαδή να δρουν με το ίδιο τρόπο την ίδια χρονική στιγμή για τη λήψη μίας απόφασης έχει συζητηθεί από αρκετούς αναλυτές όπως Freud, Jung και Le Bon. Σε γενικές γραμμές μπορούμε να ισχυριστούμε ότι ακόμα και αν το άτομο έχει πάρει την απόφασή του με βάση τη δική του κρίση είναι πολύ δύσκολο να αντισταθεί στην ορθολογική ή μη κρίση που έχει μία μεγάλη ομάδα ανθρώπων. (Σπύρου, 2009) (lecturesbureau) (euretirio.com)

8.Υπεραντίδραση / Υποαντίδραση (Overreaction/ Under reaction)

Υπεραντίδραση σημαίνει όταν οι επενδυτές αντιδρούν άμεσα και έντονα σε νέες ειδήσεις, με αυτό τον τρόπο γίνονται μεταβολές στις τιμές μετοχών αλλά έχουν και αρνητικές επιπτώσεις στην αξία των χαρτοφυλακίων τους.

Υποαντίδραση είναι όταν η νέα είδηση μαθαίνεται αλλά η τιμή της μετοχής αντιδρά καθυστερημένα ενώ θα μπορούσαν να είχαν επιτευχθεί κέρδη αν αντιδρούσε τη στιγμή που έπρεπε.

9. Αντίδραση στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (Media Response)

Όπως σε όλους τους τομείς έτσι και στα οικονομικά αλλά και στις επενδύσεις των ανθρώπων τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης φέρουν σημαντικό ρόλο για την κρίση τους. Ο τρόπος με τον οποίο παρουσιάζονται τα πράγματα επηρεάζουν συνήθως αρνητικά τους ανθρώπους διότι δεν συγκεντρώνονται να εμβαθύνουν λίγο παραπάνω στις πληροφορίες που δέχονται με σκοπό να λειτουργούν αυθόρμητα.

10. Φήμες (Rumours)

Ένα ακόμα σημαντικό κομμάτι που επηρεάζει τους ανθρώπους και στη κοινωνία που ζούμε είναι πολύ ‘διαφημισμένο’ είναι οι φήμες που κυκλοφορούν, τις οποίες τις κατηγοριοποιούμε στις πληροφορίες που δεχόμαστε, όμως η διαφορά είναι ότι οι φήμες δεν έχουν επιβεβαιωθεί ή διαψευστεί από κάποια επίσημη πηγή. Οι φήμες εξαπλώνονται όταν υπάρχει ένα κλίμα αβεβαιότητας και προσπαθεί να καλύψει δυσάρεστα συναισθήματα. Καλό θα ήταν λοιπόν, τα άτομα να προσέχουν και να διασταυρώνουν τις φήμες που δέχονται αλλά και να υιοθετήσουν αποτελεσματικές στρατηγικές για να τις αντιμετωπίσουν. (lecturesbureau)

Αφού συγκεντρώσαμε όλα τα πιθανά σφάλματα που μπορεί να υπάρξουν κατά τη διαδικασία μιας απόφασης ενός επενδυτή, πρέπει να πούμε ότι λόγω των συναισθηματικών σφαλμάτων οι άνθρωποι μπορεί να έχουν καταστροφικές συνέπειες στον πλούτο τους και τις περισσότερες φορές σε καταστάσεις δύσκολων αποφάσεων υπερισχύει το συναίσθημα αντί της λογικής έτσι οδηγούνται σε ένα επενδυτικό σφάλμα. Όταν τα άτομα θα δημιουργήσουν ένα επενδυτικό σχέδιο στο οποίο θα κινηθούν χωρίς κύριο παράγοντα το συναίσθημα και θα αντανakλά στις ανάγκες τους τότε μπορεί να αποδειχθεί ιδιαίτερα αποτελεσματικό.

A.1.2 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ

Σε αυτό το κομμάτι της εργασίας θα αναλυθούν οι τραπεζικές εργασίες, με τον όρο αυτό εννοούμε τις υπηρεσίες & τα προϊόντα που προσφέρει η τράπεζα στον πελάτη. Οι υπηρεσίες αυτές είναι το κυριότερο κομμάτι του marketing των τραπεζών.

Τα προϊόντα αυτά χωρίζονται σε δυο κατηγορίες τα παραδοσιακά και τα μοντέρνα, αυτός ο διαχωρισμός οφείλεται στην καθιέρωση του όρου τραπεζικού marketing που πριν μερικά χρόνια δεν υπήρχε.

A. Τα **παραδοσιακά** τραπεζικά προϊόντα αναλύονται σε:

- Τραπεζικές καταθέσεις

Τραπεζική κατάθεση είναι η καταβολή ενός χρηματικού ποσού από ένα φυσικό ή νομικό πρόσωπο σε μία τράπεζα έναντι ενός τιμήματος του τόκου. Αυτή η πράξη καλύπτεται και από μία σχετική έγγραφη νομιμοποίηση και πιστοποίηση των σχετικών ενεργειών, περιβάλλεται δηλαδή από την νομική κάλυψη. Οι καταθέσεις χωρίζονται σε κάποιες κατηγορίες, ανάλογα με τον σκοπό της συναλλαγής. Η διαφορά των τραπεζών ανάμεσα σε αυτές τις καταθέσεις είναι ελάχιστη. (el.wikipedia.org)

Θα ξεκινήσουμε να αναλύουμε την πιο γνωστή μορφή κατάθεσης που είναι οι καταθέσεις ταμειυτηρίου (*savings deposits*). Τα άτομα ανοίγουν λογαριασμό καταβάλουν ένα χρηματικό ποσό στη τράπεζα και παίρνουν το βιβλιάριο καταθέσεων και πλέον και μια χρεωστική κάρτα για να κινούν τις συναλλαγές τους μέσω αυτής. Σε αυτή τη μορφή ο ενδιαφερόμενος επιτρέπεται να κάνει κατάθεση και ανάληψη χρημάτων. Τέλος οι καταθέσεις ταμειυτηρίου μπορεί να θεωρηθούν και ως επενδύσεις, ως δανεισμός που παρέχουν οι επενδυτές στις τράπεζες. (moneypedia.gr) (euretirio.com)

Μία άλλη μορφή είναι οι καταθέσεις όψεως (*demand deposits*), την οποία την χρησιμοποιούν συνήθως επαγγελματίες διότι προμηθεύεται από την τράπεζα με ένα μπλοκ επιταγών για να κάνει τις εμπορικές συναλλαγές του εκδίδοντας επιταγές που εξοφλούνται από την τράπεζα με πίστωση του λογαριασμού όψεώς του. (euretirio.com) (moneypedia.gr)

Ένας συνδυασμός από αυτές τις δύο κατηγορίες είναι ο τρεχούμενος λογαριασμός καταθέσεων (*current accounts*) με τον οποίο έχεις μπλοκ επιταγών και μπορείς να κάνεις υπερανάληψη, δηλαδή ακόμα και αν ο λογαριασμός δεν έχει μέσα το υπόλοιπο που χρειάζεσαι μπορείς να τον χρεώσεις για να εξοφλήσεις τις οφειλές σου, απλά όσο το υπόλοιπο θα είναι αρνητικό θα υπάρχει τόκος. (euretirio.com) (moneypedia.gr)

Ακόμα μία μορφή είναι οι καταθέσεις με προθεσμία που είναι καταθέσεις με χρονικό περιορισμό που σημαίνει ότι ο καταθέτης μπορεί να πάρει τα χρήματα του μετά από ένα χρονικό διάστημα και όχι νωρίτερα γιατί χάνει ένα τμήμα του τόκου.

Τις καταθέσεις σε συνάλλαγμα (*foreign exchange deposits*), μια ακόμα κατηγορία, θα αναπτύξουμε παρακάτω. Όπως καταλαβαίνουμε οι καταθέτες έχουν πάντα διαθέσιμο

συνάλλαγμα και κάποια πλεονεκτήματα που είναι η απόδοση τόκων σε συνάλλαγμα, καταθέσεις ξένων χαρτονομισμάτων, δυνατότητα μετατροπής της κατάθεσης σε άλλο νόμισμα, έκδοση εγγυητικής επιστολής. (el.wikipedia.org)

Στην επόμενη επιλογή καταθέσεων το επιτόκιο είναι σημαντικά υψηλό και οι αναλήψεις γίνονται μόνο με προειδοποίηση που πρέπει να κατατίθενται στη τράπεζα με μία αίτηση και αυτές είναι οι καταθέσεις με προειδοποίηση. (moneypedia.gr)

Επιπλέον είναι οι δεσμευμένες καταθέσεις (*frozen deposits*) στις οποίες στο ποσό που υπάρχει μέσα δεν μπορεί να γίνει ανάληψη. Οι καταθέσεις μπορούν να δεσμευτούν από τον ίδιο τον καταθέτη ή κατόπιν έκδοσης δικαστικής απόφασης. (euretirio.com)

Τέλος, στην κατηγορία των καταθέσεων, είναι οι κοινοί καταθετικοί λογαριασμοί (*joint account deposits*) οι οποίοι τηρούνται, από κοινού, στο όνομα δύο ή περισσότερων προσώπων με τον όρο ότι μπορούν όλοι να κάνουν ανάληψη χρημάτων. (euretirio.com) (Francis & Siegel, 2003)

- Δάνεια

Ακόμη ένα από τα τραπεζικά προϊόντα είναι τα δάνεια όπου μέσω μίας σύμβασης μεταβιβάζεται για κάποιο χρονικό διάστημα η κυριότητα χρημάτων, με υποχρέωση την μετέπειτα επιστροφή τους. Τα δάνεια χωρίζονται σε στεγαστικά, καταναλωτικά και επαγγελματικά, αυτούς τους τύπους δανείων θα τους αναλύσουμε παρακάτω.

Πρώτος τύπος δανείου είναι το στεγαστικό που ο οφειλέτης χρησιμοποιεί τα χρήματα για την αγορά ενός ακινήτου, παρόλο αυτά για να είναι η τράπεζα καλυμμένη εγγράφεται υποθήκη σε περίπτωση που υπάρξει αδυναμία στην αποπληρωμή του και έχει το δικαίωμα να το κατασχέσει ή και να το πουλήσει. Τα στεγαστικά δάνεια μπορούμε να τα κατηγοριοποιήσουμε ως εξής:

- 1)Αγορά, ανέγερση, αποπεράτωση, επέκταση, επισκευή ή συντήρηση κατοικίας
- 2)Αγορά οικοπέδου που προορίζεται για κατοικία ή επαγγελματική στέγη
- 3)Αναχρηματοδότηση στεγαστικών δανείων άλλων τραπεζών (el.wikipedia.org)

Δεύτερος τύπος δανείου είναι το καταναλωτικό το χορηγείται ώστε να καλυφθούν προσωπικές ανάγκες για την απόκτηση προϊόντων και υπηρεσιών. Αυτά που ισχύουν για τα καταναλωτικά δάνεια είναι ότι δεν μπορούν να υπερβαίνουν ένα συγκεκριμένο ποσό, μερικές φορές δίνεται κατευθείαν στον έμπορο με τον οποίο έγινε η αγοραπωλησία η οποία

χρηματοδοτήθηκε από το δάνειο. Το δάνειο αυτό, μπορεί να χορηγηθεί σε κάθε φυσικό πρόσωπο που υποβάλλει φορολογική δήλωση δίνοντάς τους κάποια δικαιολογητικά. (el.wikipedia.org)

Τρίτος τύπος δανείου είναι τα επιχειρηματικά που παρέχονται συνήθως σε μία επιχείρηση ή και σε ελεύθερους επαγγελματίες προκειμένου να καλυφθούν κάποιες ανάγκες. (el.wikipedia.org) Οι σκοποί για να πάρει κάποιος επιχειρηματικό δάνειο είναι:

- 1) Αγορά οικοπέδου
- 2) Αγορά έτοιμης ή υπό ανέγερση επιχειρηματικής στέγης
- 3) Αποπεράτωση επιχειρηματικής στέγης
- 4) Ανακαίνιση επιχειρηματικής στέγης (βελτιώσεις- προσθήκες- επισκευές)
- 5) Αγορά εμπορευμάτων
- 6) Εξόφληση προμηθευτών

- Κάρτες

Ένας πολύ διαδεδομένος τρόπος πληρωμής είναι οι κάρτες που εκδίδουν διάφορα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα. Τα τρία είδη καρτών που χρησιμοποιούνται στην Ελλάδα είναι η χρεωστική, η πιστωτική και η προπληρωμένη κάρτα που χρησιμοποιούνται για αγορές και αναλήψεις. Η διαφορά τους είναι από πού προέρχονται τα χρήματα για κάθε συναλλαγή.

Η χρεωστική κάρτα που είναι και αυτή που χρησιμοποιείται περισσότερο στην καθημερινή μας ζωή πλέον είναι συνδεδεμένη με τον τρέχοντα λογαριασμό και συνήθως κάνουμε αναλήψεις μετρητών και αγορές, όταν συμβαίνει αυτό ο λογαριασμός αυτός χρεώνεται από το διαθέσιμο υπόλοιπο. (el.wikipedia.org)

Με τη πιστωτική κάρτα δίνεται η δυνατότητα στα άτομα ακόμα και αν δεν έχουν αρκετά χρήματα στο λογαριασμό τους, να δανειστούν χρήματα επί τόπου για τις συναλλαγές μέχρι ένα όριο. Από εκεί και πέρα υπάρχει η επιλογή να πληρώσει όλο το υπόλοιπο χωρίς τόκο ή ένα συγκεκριμένο ποσό και να το αποπληρώσει πιο μετά με κάποιο τόκο.

Παρόμοιος με την χρεωστική είναι και ο ρόλος της προπληρωμένης κάρτας απλά η συγκεκριμένη θα πρέπει να φορτιστεί με χρήματα πριν χρησιμοποιηθεί. Μπορεί να εκφορτιστεί μεταφέροντας το υπόλοιπο σε έναν λογαριασμό. (el.wikipedia.org)

- Άλλες υπηρεσίες

Προεξόφληση Γραμματίων

Σε αντικατάσταση χρημάτων, άμα κάποιος έχει απαίτηση από κάποιον άλλον μπορεί να δεχθεί μία συναλλαγματική. Η συναλλαγματική μπορεί να πληρωθεί στο μέλλον και μπορεί να μεταβιβαστεί σε τρίτους με απλή οπισθογράφηση όταν παραδοθεί στον παραλήπτη. Ο ρόλος της τράπεζας σε αυτή την υπηρεσία είναι η προεξόφληση αυτής, πριν την λήξη της. (el.wikipedia.org) (repository.kallipos.gr)

Τραπεζικές θυρίδες

Είναι από τις πρώτες υπηρεσίες που ανέπτυξε η τράπεζα και έχει να κάνει με κάποιες θέσεις ασφαλείας, τις οποίες οι πελάτες τις νοικιάζουν έναντι κάποιου ποσού. Οι θυρίδες χρησιμοποιούνται για φύλαξη εγγράφων, μετρητών ή πολύτιμων μετάλλων και είναι απόρρητες.

Εγγυητικές επιστολές

Οι εγγυητικές επιστολές είναι ένα έγγραφο που εκδίδεται από ένα χρηματοοικονομικό οργανισμό και λειτουργεί σαν εγγύηση. Άμα κάποιος πελάτης δεν εκπληρώσει το χρέος του μετά από μία εμπορική πράξη, το εκπληρώνει η τράπεζα μέσω αυτών των επιστολών. (el.wikipedia.org)

B. Τα **σύγχρονα** τραπεζικά προϊόντα αναλύονται σε:

Όπως σε όλους τους τομείς έτσι και εδώ τα προϊόντα και υπηρεσίες εξελίσσονται και αυξάνονται ανάλογα με τις ανάγκες των καταναλωτών και τον εκσυγχρονισμό της τεχνολογίας.

Αρχικά θα αναφέρουμε τη πιο γνωστή σε όλους παροχή της τράπεζας που δεν είναι άλλη από τη μεταφορά χρημάτων μέσω του ηλεκτρονικού συστήματός τους σε κάποιο μακρινό ή κοντινό τόπο για τη διευκόλυνση των πελατών. Η συνέχεια αυτής της παροχής είναι οι αυτόματες ταμειολογιστικές μηχανές (ATM'S), τα οποία υπάρχουν συνήθως έξω από κάθε τράπεζα ώστε ο πελάτης να μπορεί να κάνει ανάληψη, κατάθεση, ενημέρωση υπολοίπου κ.α. οποιαδήποτε στιγμή θελήσει χωρίς να είναι απαραίτητο να υπάρχει κάποιος υπάλληλος στη τράπεζα. (euretirio.com)

Οι Πάγιες εντολές είναι ένα προϊόν που βοηθάει στο να πληρώνει ο πελάτης εμπρόθεσμα και αυτόματα κάποιες τακτικές οφειλές στην ημερομηνία που έχει ορίσει μέσω του λογαριασμού του, χωρίς καμία μέριμνα. (eurobank.gr)

Ένα ακόμα προϊόν που βοηθάει στην εξυπηρέτηση των ατόμων είναι τα τερματικά μηχανήματα (pos) που τοποθετούνται σε κάθε κατάστημα/γραφείο και είναι συνδεδεμένα με την τράπεζα, ώστε ο πελάτης μπορεί να πληρώσει μέσω αυτού χωρίς να χρησιμοποιήσει πραγματικό χρήμα. Οι τράπεζες για κάθε τέτοια συναλλαγή υπολογίζουν μία προμήθεια από το κατάστημα.

Επίσης σημαντικό και ιδιαίτερα χρήσιμο, ειδικά με τον σημερινό τρόπο ζωής, είναι το λεγόμενο Internet Banking, το οποίο φέρνει τις υπηρεσίες της τράπεζας στο σπίτι μέσω του υπολογιστή ή του κινητού τηλεφώνου. Μέσω αυτού, ο κάθε πελάτης μπορεί να πληρώσει τις υποχρεώσεις του, να κάνει αγορές, να μεταφέρει χρήματα αποτελεσματικά σε γρήγορο χρόνο αρκεί να υπάρχει υπόλοιπο στο λογαριασμό του. (www.nbg.gr) (Francis & Siegel, 2003)

Παρακάτω θα αναφερθούμε σε κάποια προϊόντα που στοχεύουν περισσότερο στις ανάγκες των επιχειρήσεων:

Αυτό το προϊόν δημιουργήθηκε για τις επιχειρήσεις έναντι του δανείου και ονομάζεται Leasing ή αλλιώς χρηματοδοτική μίσθωση, μέσω του οποίου οι επιχειρήσεις, ανεξάρτητα από τη νομική τους μορφή, μπορούν να αποκτήσουν κινητά ή ακίνητα στοιχεία χωρίς να πάρουν δάνεια ή να δεσμεύσουν τα κεφάλαιά τους. Η διαδικασία αυτής της παροχής είναι η εξής: η εταιρεία leasing αγοράζει το αντικείμενο και στην συνέχεια το εκμισθώνει σε αυτόν με μία σύμβαση μίσθωσης που υπογράφεται μεταξύ τους έναντι κάποιον καταβολών που είναι το μίσθωμα. (el.wikipedia.org) (ww.news247.gr)

Το προϊόν που θα αναλύσουμε παρακάτω ακούει στη λέξη Factoring. Οι περισσότερες επιχειρήσεις πωλούν προϊόντα είτε τοις μετρητοίς, είτε με πίστωση, όταν η πώληση γίνει με πίστωση αυξάνονται οι εισπρακτέοι της λογαριασμοί. Ο ρόλος του Factoring είναι να αναλαμβάνει, έναντι αμοιβής, την προεξόφληση, τη λογιστική και νομική παρακολούθηση καθώς και την είσπραξη των απαιτήσεων των πελατών προς την κάθε επιχείρηση. (el.wikipedia.org)

Τα οφέλη είναι:

1. Διαχειριστικό κόστος παρακολούθησης και είσπραξης των απαιτήσεων.

2.Αύξηση της ρευστότητας

3.Βελτίωση της χρηματοοικονομικής εικόνας της επιχείρησης.

4.Κάλυψη πιστωτικού κινδύνου

5.Πληροφόρηση σχετικά με τον κίνδυνο αφερεγγυότητας νέων συνεργασιών.
Ένα προϊόν παρόμοιο με το factoring είναι το λεγόμενο Forfaiting είναι μία μορφή χρηματοδότησης με την οποία μπορεί να γίνει προεξόφληση αξιόγραφων και σε σχέση με άλλες τέτοιες μορφές είναι ότι αναλαμβάνει τον πιστωτικό κίνδυνο κατά τη διάρκεια της πίστωσης. Στην διαδικασία αυτή εμπλέκονται 4 φορείς, ο εξαγωγέας και η τράπεζά του και ο εισαγωγέας με τη τράπεζά του. Η τράπεζα του εξαγωγέα προκειμένου να προεξοφλήσει την απαίτηση ζητάει εγγυήσεις από την τράπεζα του οφειλέτη, έτσι ο εξαγωγέας που πωλεί την απαίτησή του στην τράπεζα, εισπράττει το ισοποσό της ενώ ο εισαγωγέας δεσμεύεται απέναντι στην δική του τράπεζα ότι θα ξεπληρώσει το χρέος του. Η φιλοσοφία του, βασίζεται στη μεταφορά επιχειρηματικού και πολιτικού κινδύνου από τον εξαγωγέα στον forfaiteur. Ο forfaiteur μειώνει τον κίνδυνο με την εγγύηση τρίτων, συνήθως τραπεζών. (svistra.wordpress.com)

Σημαντικό είναι να αναφερθεί και η σύγκριση μεταξύ αυτών των δύο χρηματοδοτικών μορφών που συμπληρώνουν η μία την άλλη.

<u>FORFAITING</u>	<u>FACTORING</u>
Εφάπαξ χρηματοδότηση	Συνεχώς επαναλαμβανόμενη διαδικασία πρακτόρευσης απαιτήσεων
Χρηματοδότηση μεσομακροπρόθεσμων απαιτήσεων (1-7 έτη)	Βραχυπρόθεσμες απαιτήσεις (30-120 ημερών)
Χρηματοδότηση κεφαλαιουχικών αγαθών	Προώθηση καταναλωτικών αγαθών
100% χρηματοδότηση απαιτήσεων εξαγωγέα	80% των απαιτήσεων του εξαγωγέα
Χωρίς δικαίωμα αναγωγής	Με και χωρίς δικαίωμα αναγωγής
Προεξοφλήσεις απαιτήσεων με επιλεγμένα νομίσματα	Χρησιμοποίηση όλων των νομισμάτων
Εξέλιξη εμπορίου μεταξύ βιομηχανικών & αναπτυσσόμενων χωρών	Λειτουργεί μόνο σε αναπτυγμένες χώρες

Ολοκληρώνοντας την υποενότητα Χρηματοοικονομικές εργασίες, έχουμε διαπιστώσει ότι οι τράπεζες σε συνδυασμό με τις ανάγκες των πελατών προσπαθούν να προσαρμόσουν και να εξελίξουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους με το καλύτερο δυνατό τρόπο, στις ανάγκες των πελατών– καταναλωτών τους, ώστε να έχουν γρήγορη εξυπηρέτηση οποιαδήποτε στιγμή είναι απαραίτητο και να κερδίζουν την εμπιστοσύνη τους στοχεύοντας στην ανάπτυξη της τράπεζάς τους.

A.1.3 ΑΠΟΤΑΜΙΕΥΣΗ- ΕΠΕΝΔΥΣΗ – ΚΕΡΔΟΣΚΟΠΙΑ : ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ ΣΤΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΙ ΣΤΙΣ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ

➤ ΑΠΟΤΑΜΙΕΥΣΗ

Αποταμίευση είναι το πλεονάζον εισόδημα που απομένει μετά τις δαπάνες κατανάλωσης για μελλοντική χρήση. (el.wikipedia.org) (Νούλας, 2015)

➤ ΕΠΕΝΔΥΣΗ

Επένδυση ονομάζεται η δέσμευση κεφαλαίων για ένα χρονικό διάστημα με σκοπό την απόκτηση σταδιακών πρόσθετων κεφαλαίων στον επενδυτή. (el.wikipedia.org) (reporitory.kallipos.gr) (Συριόπουλος)

➤ ΚΕΡΔΟΣΚΟΠΙΑ

Κερδοσκοπία, είναι η οποιαδήποτε επίτευξη κέρδους από μεταβολές των τιμών των αγαθών που έχουν προβλεφθεί. Η κερδοσκοπία θεωρείται αρνητική ως προσωπική συμπεριφορά και ως αιτία κινδύνου για την οικονομία. (el.wikipedia.org) (Γκίκας & Χύζ, 2017)

Αποταμίευση& Επένδυση: Η αποταμίευση προηγείται της επένδυσης. Οι επενδύσεις χρηματοδοτούνται από τις αποταμιεύσεις. Αν κάποιος όλο το εισόδημα του το ξόδευε, τότε δεν θα μπορούσε να επενδύσει παρά μόνο τις άμεσες ανάγκες του. Ένας καταναλωτής επενδύει ένα τμήμα από τις αποταμιεύσεις του με την ανάληψη ρίσκου (όπως π.χ. η αγορά μετοχών)με μακροπρόθεσμο στόχο να πετύχει υψηλότερες αποδόσεις. (www.greekshares.com) (Νούλας, 2015)

Επένδυση & Κερδοσκοπία: από την άλλη η σχέση της επένδυσης με την κερδοσκοπία διαφέρει σημαντικά, διότι όταν κάποιος επενδύει αναμένει μακροχρόνιες αποδόσεις της επένδυσής του ενώ αυτός που κερδοσκοπεί αναμένει άμεσα τα αποτελέσματα. (Γκίκας & Χύζ, 2017)

Μεταβολές στην χρηματοοικονομική συμπεριφορά

Οι παραπάνω ορισμοί έρχονται και τρυπώνουν στη ζωή μας καθημερινά και ασυναίσθητα. Ξεκινώντας από τα νοικοκυριά, τα οποία καταναλώνουν αγαθά και υπηρεσίες για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες και δεν δαπανούν όλο το εισόδημά τους, δρουν ορθολογικά. Η διαφορά αυτή μεταξύ των δαπανών και του εισοδήματος ονομάζεται αποταμίευση. Τις αποταμιεύσεις αυτές, τα άτομα προσπαθούν να τις επενδύσουν αποτελεσματικά και αποδοτικά, ένα μέρος αυτών μπορούν να τοποθετηθούν στις τράπεζες με τη μορφή καταθέσεων σε λογαριασμούς ή με αγορά αξιόγραφων, χρυσού κ.α.. Η σταθερή οικονομική κατάσταση ευνοεί το μέγεθος της αποταμίευσης. Κάποια άτομα διαθέτουν υψηλά εισοδήματα και από αυτά ξοδεύουν μικρό μέρος για τις ανάγκες τους έτσι ώστε τα υπόλοιπα χρήματα να μπορούν να τα επενδύσουν μέσω των χρηματοπιστωτικών αγορών και χρησιμοποιούν της χρηματοοικονομικές συμβουλές των τραπεζών για την αποτελεσματικότερη επένδυσή τους. Στην σημερινή εποχή και λόγω της διεθνοποίησης των χρηματαγορών και το κεφαλαιαγορών στις αναπτυγμένες χώρες, έχουν διαμορφωθεί οι ανάλογες συνθήκες για την μετατρεψιμότητα των καταθέσεων σε μακροπρόθεσμες επενδύσεις και οι αποταμιευτές έχουν τη δυνατότητα να λειτουργούν εντός και εκτός της χώρας.

Συνεχίζοντας με τις επιχειρήσεις, οι οποίες χρηματοδοτούν τις επενδύσεις τους από τα ίδια κεφάλαια καθώς και από τα χρηματικά κεφάλαια που αντλούν από τη κεφαλαιαγορά και χρηματαγορά. Όταν τα χρήματα δεν επαρκούν για κάποιες προγραμματισμένες επενδύσεις σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, χρησιμοποιούν εξωτερικές πηγές χρηματοδότησης, που είναι οι τράπεζες που παρέχουν κάποιες υπηρεσίες για την άμεση εξασφάλιση χρημάτων. Πολλές φορές, η τάση των επιχειρήσεων να κερδοφορούν τους φτάνει σε σημείο κερδοσκοπίας, δηλαδή αντί να περιμένει ώστε η επένδυση να φέρει στο χρόνο που χρειάζεται τα αποτελέσματα θέλει να έχει άμεσα αποτελέσματα και το μόνο που κερδίζει είναι η επένδυση τις περισσότερες φορές να χάνεται. (Φίλιππας, 2005) (Γκίκας & Χύζ, 2017) (Συριόπουλος) (Κιόχος, Σωτηρόπουλος, & Παπανικολάου, 2018)

ΜΕΡΟΣ Β' : ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

Κεφάλαιο 1^ο :Ταξινόμηση καταναλωτών

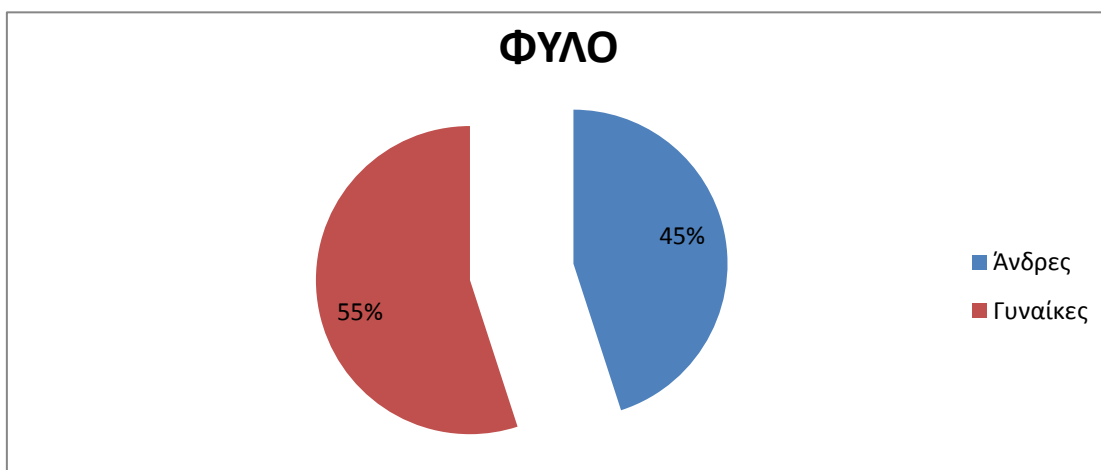
B.1.1 ΦΥΛΟ

Όπως βλέπουμε στο παρακάτω πίνακα και διάγραμμα ανάμεσα στους περισσότερους καταναλωτές που απάντησαν το ερωτηματολόγιο βρίσκονται οι γυναίκες με 55% ενώ οι άντρες με 45%, η ποσοστιαία διαφορά είναι ιδιαίτερα μικρή, φαίνεται πλέον ότι και οι γυναίκες ασχολούνται περισσότερο με τις τραπεζικές εργασίες και τις γνωρίζουν.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.1.1: ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ

<u>ΦΥΛΟ</u>	<u>ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)</u>
Άνδρες	45%
Γυναίκες	55%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.1.1: ΦΥΛΟ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ



B.1.2 ΗΛΙΚΙΑ

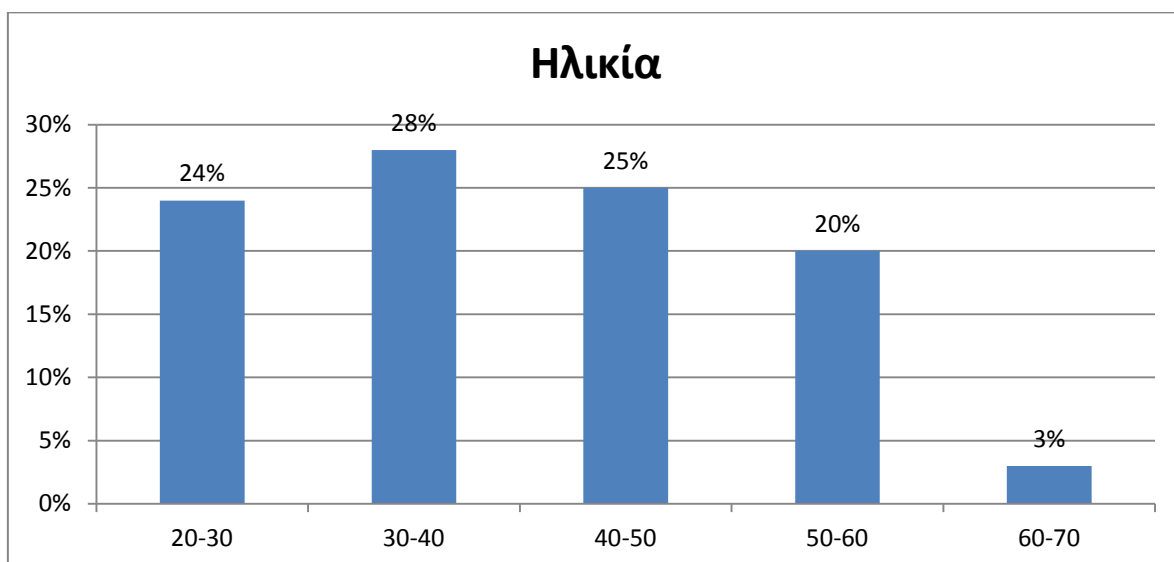
Από τις απαντήσεις που δόθηκαν προκύπτει μεγάλο ποσοστό στην ηλικιακή κατηγορία 30-40 και 40-50. Αυτό συνέβη γιατί σε αυτή την ηλικία οι καταναλωτές έχουν οι περισσότεροι έχουν 'αποκατασταθεί' οικονομικά αλλά και οικογενειακά έτσι ώστε να μπορούν να δώσουν έμφαση στις εργασίες που τους παρέχει η τράπεζα, ένα δάνειο ή ενοικίαση κάποιες θυρίδας κ.α. Ένα καλό ποσοστό υπάρχει και στην ομάδα των 20-30, οι οποίοι κατά κύριο λόγο ασχολούνται με τις νέες υπηρεσίες όπως είναι το e-banking. Τέλος, η ηλικία 60-70 υπάρχει ένα μικρό ποσοστό διότι οι καταναλωτές σε αυτή την ηλικία

γνωρίζουν τις βασικές υπηρεσίες ώστε να μπορούν να εισπράξουν τα απαραίτητα χρήματα για την καθημερινότητά τους.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.1.2: ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ

<u>ΗΛΙΚΙΑ</u>	<u>ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)</u>
20-30	24%
30-40	28%
40-50	25%
50-60	20%
60-70	3%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.1.2: ΗΛΙΚΙΑ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ



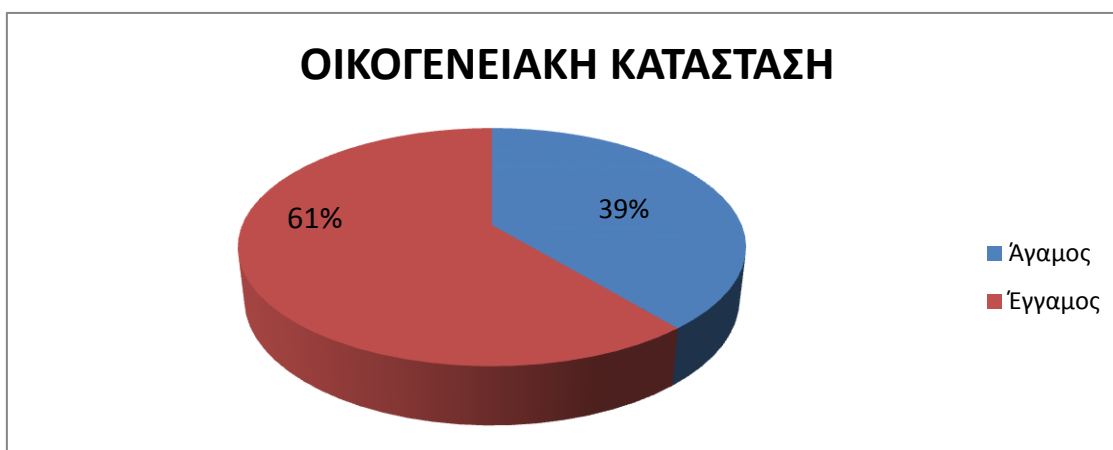
Β.1.3 ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ

Στο παρακάτω πίνακα θα δούμε την οικογενειακή κατάσταση των ερωτηθέντων. Όπως θα δούμε το 61% των ατόμων είναι έγγαμοι και αυτό μπορεί να φανεί από τον πίνακα Β.1.3 που αναφέρει τις ηλικιακές ομάδες όπου οι περισσότεροι είναι άνω των 30 ηλικία που ανοίγει ένα άλλο κεφάλαιο στη ζωή του κάθε ανθρώπου έχοντας την ανάγκη να γνωρίσει καινούργια τραπεζικά προϊόντα πιο εξειδικευμένα.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.1.3:ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ

<u>ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ</u>	<u>ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)</u>
Άγαμος/η	39%
Έγγαμος/η	61%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.1.3. ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ



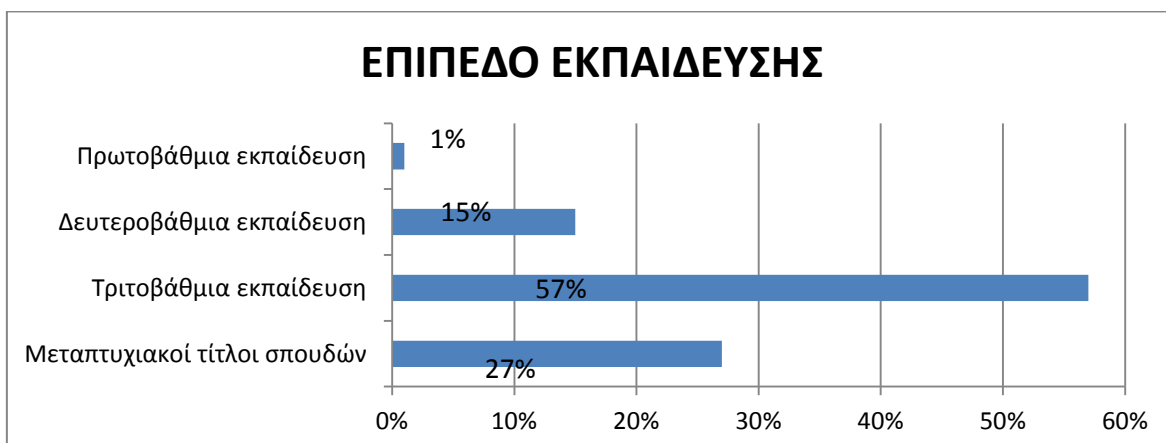
Β.1.4ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα για το επίπεδο εκπαίδευσης φαίνεται ότι το μεγαλύτερο ποσοστό στο σύνολο έχει πραγματοποιήσει την βασική εκπαίδευση, ποσοστό 57% έχει η τριτοβάθμια και ένα σημαντικό ποσοστό έχουν και οι μεταπτυχιακοί τίτλοι σπουδών. Βλέπουμε ότι το επίπεδο μόρφωσης είναι ιδιαίτερα ικανοποιητικό ώστε οι καταναλωτές να ξεχωρίσουν τα τραπεζικά προϊόντα- υπηρεσίες ανάλογα με τη χρησιμότητά τους. Φυσικά πρέπει να τονίσουμε ότι όσο αυξάνονται οι γνώσεις των καταναλωτών τόσο θα εξελίσσονται και οι δυνατότητες των τραπεζών ώστε να μπορούν να καλύψουν όλες τις απαιτήσεις.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.1.4: ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ

<u>ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ</u>	<u>ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)</u>
Πρωτοβάθμια εκπαίδευση	1%
Δευτεροβάθμια εκπαίδευση	15%
Τριτοβάθμια εκπαίδευση	57%
Μεταπτυχιακοί τίτλοι σπουδών	27%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.1.4: ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ



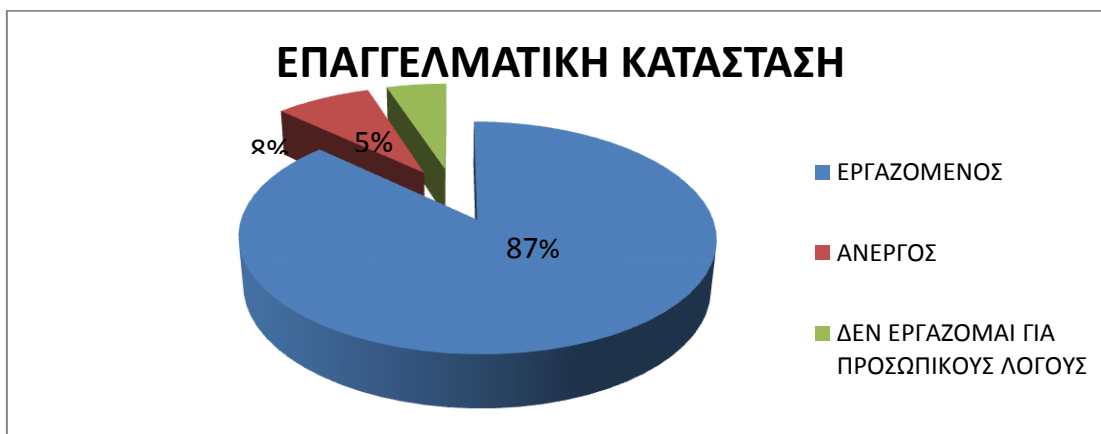
Β.1.5 ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ

Η επαγγελματική κατάσταση είναι βασική ερώτηση στο ερωτηματολόγιο διότι θέλαμε να ελέγξουμε αν οι ενδιαφερόμενοι των τραπεζών είναι μόνο εργαζόμενοι ή όχι. Στο παρακάτω διάγραμμα και πίνακα θα δούμε πληροφορίες σχετικά με αυτό. Φυσικά απ' ότι συμπεράναμε τα μεγαλύτερο ποσοστό είναι εργαζόμενοι.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.1.5: ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ

<u>ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ</u>	<u>ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ (%)</u>
Εργαζόμενος	87%
Άνεργος	8%
Δεν εργάζομαι για προσωπικούς λόγους	5%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.1.5: ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ



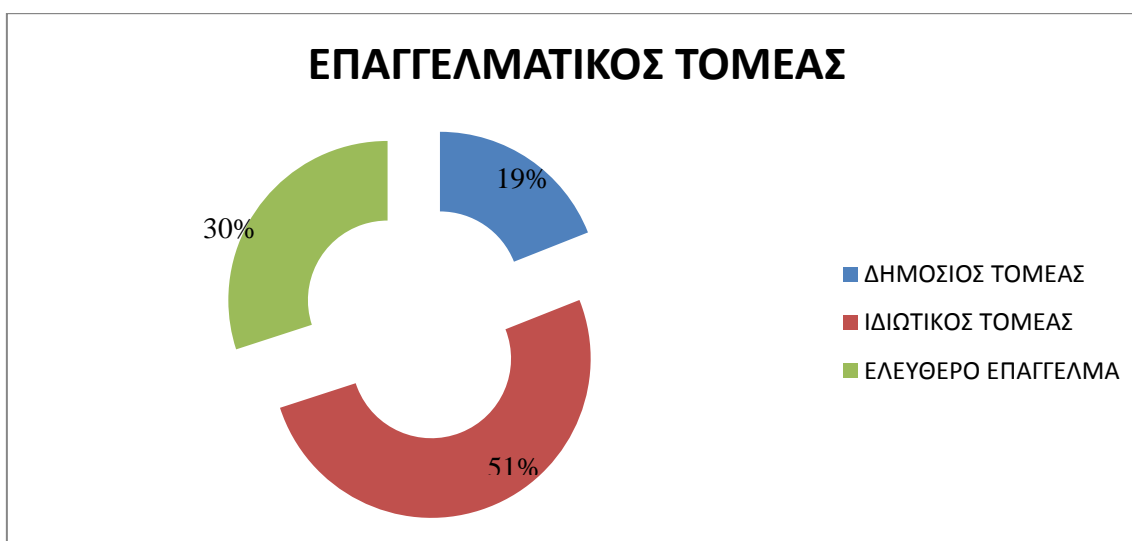
B.1.6 ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ

Στη συνέχεια θα δούμε πληροφορίες σχετικά με τον επαγγελματικό τομέα των ερωτηθέντων. Από ότι φαίνεται ο ιδιωτικός τομέας έφτασε το 51% δηλαδή οι μισοί από αυτούς που απάντησαν το ερωτηματολόγιο, μετά βρίσκεται το ελεύθερο επάγγελμα με 30% ένα ικανοποιητικό ποσοστό.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.1.6 : ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ

<u>ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ</u>	<u>ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ (%)</u>
Δημόσιος	19%
Ιδιωτικός	51%
Ελεύθερο επάγγελμα	30%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.1 6: ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ



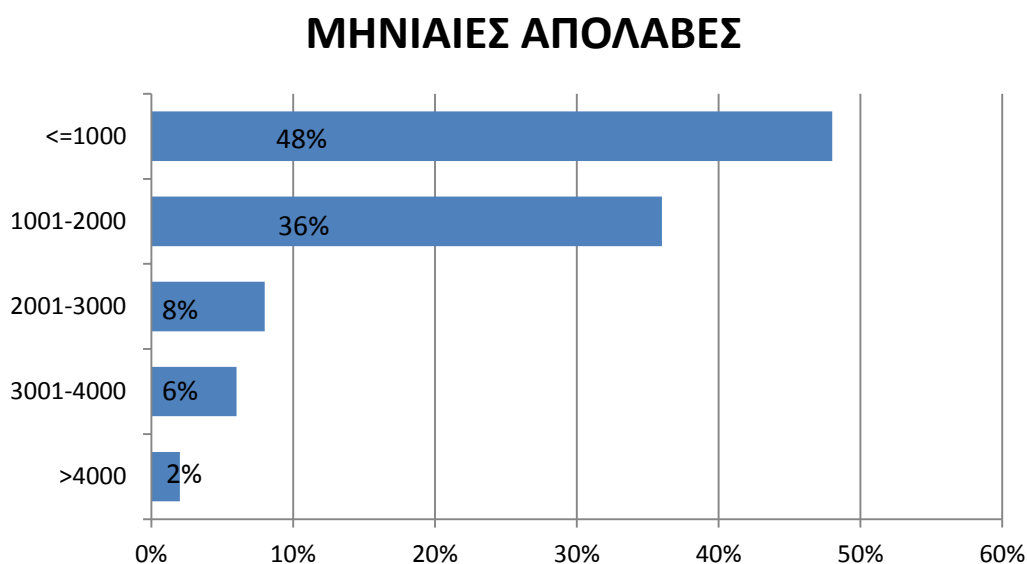
B.1.7 ΜΗΝΙΑΙΕΣ ΑΠΟΛΑΒΕΣ

Με τη βοήθεια του διαγράμματος και του πίνακα θα ελέγξουμε τις μηνιαίες απολαβές που έχουν οι καταναλωτές. Δυστυχώς, λόγω της οικονομικής κρίσης που έχει η χώρα μας τα τελευταία χρόνια βλέπουμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό απολαβών βρίσκεται την κατηγορία ≤ 1000 διότι υπάρχει μεγάλη ανεργία και στη συνέχεια βρίσκεται η 2^η κατηγορία 1001-2000 η μεσαία τάξη όπως συνηθίζουμε να τη λέμε. Όλοι οι καταναλωτές όλων των κατηγοριών ασχολούνται με τα τραπεζικά προϊόντα.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.1.7 : ΜΗΝΙΑΙΕΣ ΑΠΟΛΑΒΕΣ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ

<u>ΜΗΝΙΑΙΕΣ ΑΠΟΛΑΒΕΣ</u>	<u>ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ (%)</u>
<=1000	48%
1001-2000	36%
2001-3000	8%
3001-4000	6%
>4000	2%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.1.7: ΜΗΝΙΑΙΕΣ ΑΠΟΛΑΒΕΣ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ



Κεφάλαιο 2^ο : Προσφερόμενα προϊόντα και υπηρεσίες

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο θα ασχοληθούμε και θα αναλύσουμε την γνώμη των καταναλωτών για τα προϊόντα και υπηρεσίες που προσφέρει η τράπεζα αλλά και το πόσο ικανοποιημένοι και ασφαλείς νιώθουν με αυτά.

B.2.1 ΔΑΝΕΙΟ

Βγάζοντας τα αποτελέσματα από τα ερωτηματολόγια των καταναλωτών θα μελετήσουμε πόσοι άνθρωποι έχουν λάβει δάνειο, ποιες κατηγορίες επέλεξαν καλύτερα, αν είχαν

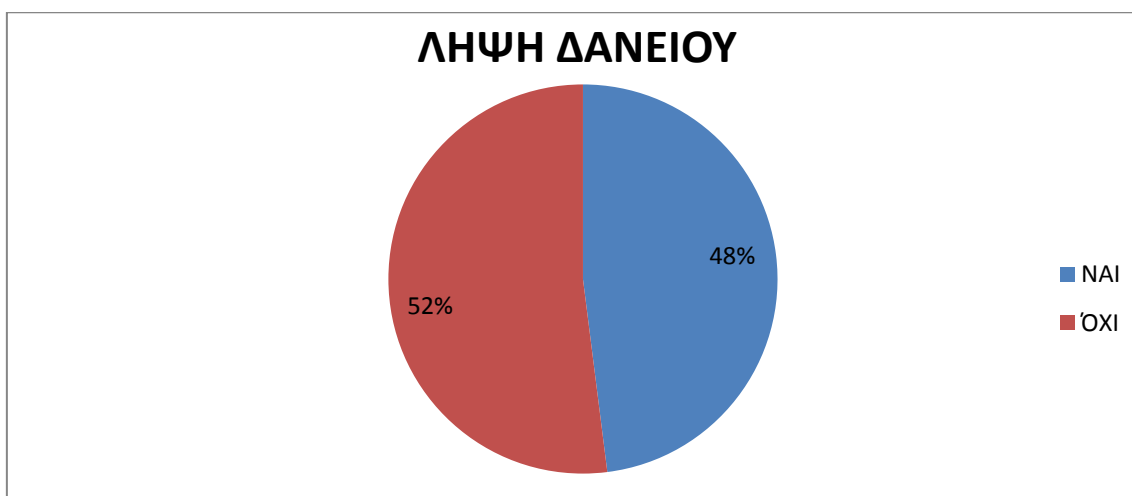
ενδιασμούς για την λήψη του δανείου και κατά πόσο είναι ικανοποιημένοι από την επιλογή αυτή.

Τα στοιχεία του πίνακα δείχνουν μικρή διαφορά ανάμεσα σε αυτούς που πήραν δάνειο και σε αυτούς που δεν πήραν. Στα ερωτηματολόγια φαίνεται ότι υπερτερεί το ΟΧΙ δηλαδή αυτοί που δεν έχουν επιλέξει να πάρουν κάποιο δάνειο με 52%, που είναι λογικό λόγω της οικονομικής κρίσης οι άνθρωποι να φοβούνται τη λήψη ενός δανείου.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.2.1.1: ΛΗΨΗ ΔΑΝΕΙΟΥ

<u>ΔΑΝΕΙΟ</u>	<u>ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)</u>
ΝΑΙ	48%
ΟΧΙ	52%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β. 2.1.1: ΛΗΨΗ ΔΑΝΕΙΟΥ

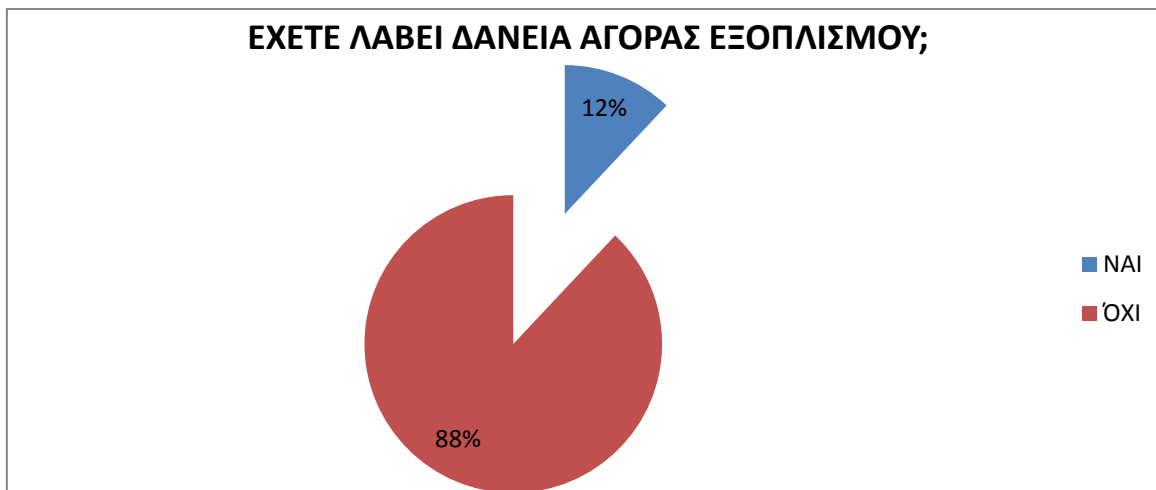


Επίσης, παρακάτω θα δούμε στοιχεία που αφορούν το τραπεζικό δανεισμό για επενδύσεις και για αγορά εξοπλισμού. Από ότι φαίνεται σε καμία από τις δύο περιπτώσεις η απαντήσεις δεν ήταν θετικές, αντίθετα οι αρνητικές είχαν μεγάλα ποσοστά με 88% στη 1^η και 90% στη 2^η αντίστοιχα.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.2.1.2: ΛΗΨΗ ΔΑΝΕΙΩΝ ΓΙΑ ΑΓΟΡΑ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ

ΕΧΕΤΕ ΛΑΒΕΙ ΔΑΝΕΙΑ ΑΓΟΡΑΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ;		
	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ (%)	12%	88%

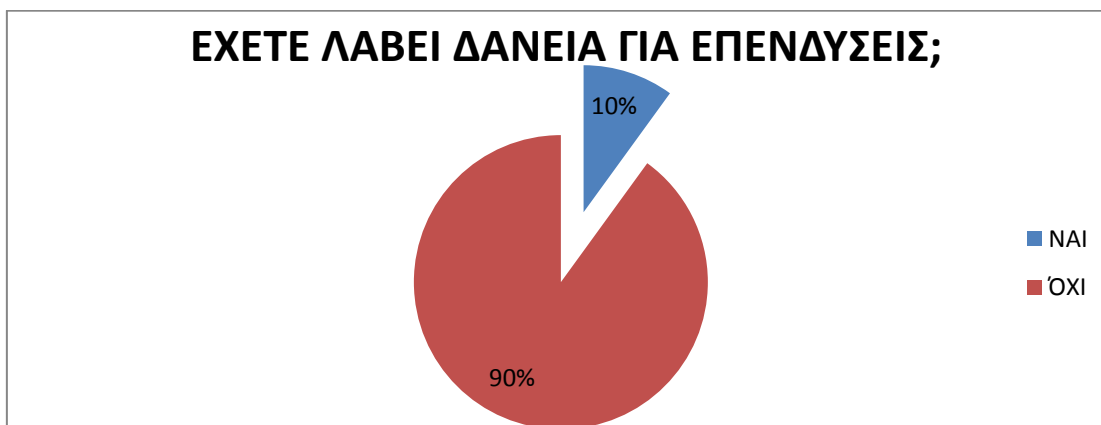
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.2.1.2: ΛΗΨΗ ΔΑΝΕΙΩΝ ΓΙΑ ΑΓΟΡΑ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ



ΠΙΝΑΚΑΣ Β.2.1.3: ΕΧΕΤΕ ΛΑΒΕΙ ΔΑΝΕΙΑ ΓΙΑ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

ΕΧΕΤΕ ΛΑΒΕΙ ΔΑΝΕΙΑ ΓΙΑ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ;		
	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ (%)	10%	90%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.2.1.3: ΕΧΕΤΕ ΛΑΒΕΙ ΔΑΝΕΙΑ ΓΙΑ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ



Στη συνέχεια θα δούμε κατά πόσο οι πελάτες μίας τράπεζας έχουν αμφιβολίες για τη λήψη ενός δανείου την σημερινή περίοδο που έχουμε οικονομική κρίση αλλά και για πριν μερικά χρόνια που δεν είχαμε επηρεαστεί από αυτή.

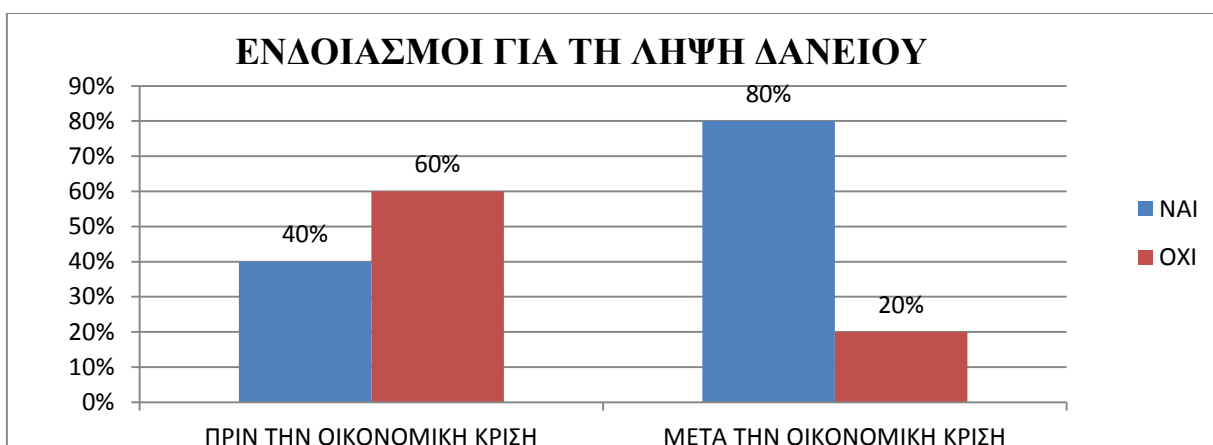
ΠΙΝΑΚΑΣ Β.2.1.4: ΕΝΔΟΙΑΣΜΟΣ ΓΙΑ ΤΗ ΛΗΨΗ ΔΑΝΕΙΟΥ ΠΡΙΝ ΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)	45%	55%

ΠΙΝΑΚΑΣ Β. 2.1.5: ΕΝΔΟΙΑΣΜΟΣ ΓΙΑ ΤΗ ΛΗΨΗ ΔΑΝΕΙΟΥ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ (%)	80%	20%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.2.1.4: ΕΝΔΟΙΑΣΜΟΣ ΓΙΑ ΤΗ ΛΗΨΗ ΔΑΝΕΙΟΥ



Τα προηγούμενα χρόνια προ οικονομικής κρίσης ο κόσμος έπαιρνε δάνεια χωρίς να υπάρχει κάποιος σημαντικός λόγος χωρίς να σκέφτεται την πράξη του αυτή και για αυτό φτάσαμε στο σημείο όλα αυτά τα δάνεια να τα πληρώνουμε τώρα.

Όπως παρατηρούμε πριν την οικονομική κρίση το 60% των ανθρώπων δεν είχε κανέναν ενδιασμό ίσα ίσα έπαιρνε δάνειο χωρίς σοβαρό λόγο. Σε σύγκριση με το τώρα βλέπουμε ότι το 80% αρκετά μεγάλο ποσοστό δεν παίρνει δάνεια και έχει ενδιασμούς για τη λήψη τους.

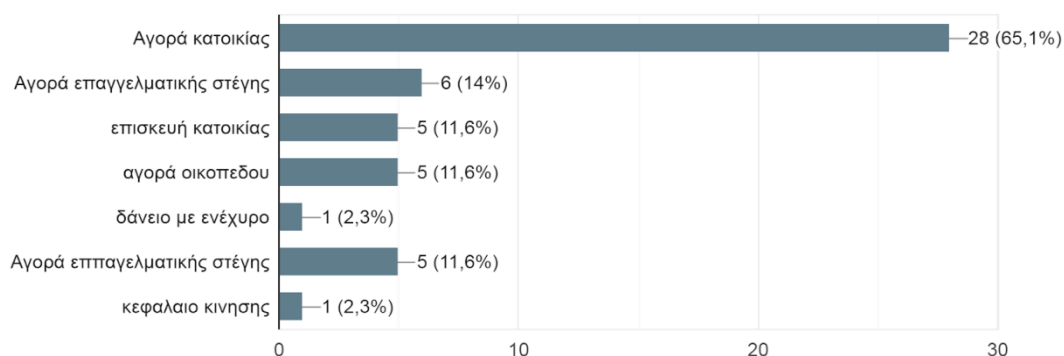
Στον παρακάτω διάγραμμα φαίνονται οι επιλογές δανείων που έχουν οι καταναλωτές και ποιες επέλεξαν όσοι από αυτούς πήραν κάποιο δάνειο. Οι περισσότεροι επέλεξαν την

δάνειο για την αγορά κατοικίας, τις λιγότερες απαντήσεις της είχε το δάνειο με ενέχυρο και το κεφάλαιο κίνησης.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.2.1.5: ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΔΑΝΕΙΟΥ

1α. Το δάνειο το οποίο λάβατε ανήκει στην κατηγορίας

43 απαντήσεις



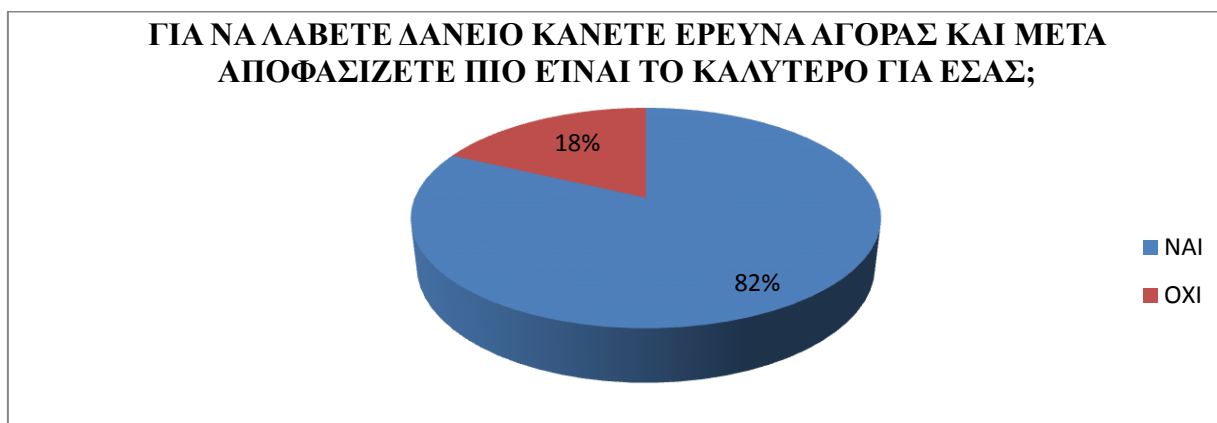
Επίσης θα δούμε τις απαντήσεις στο ερώτημα ‘Για να λάβετε δάνειο κάνετε έρευνα αγοράς και μετά αποφασίζετε πιο είναι το καλύτερο για εσάς;’.

Όπως φαίνεται το μεγαλύτερο ποσοστό κάνει έρευνα αγοράς και μόνο το 18% δεν ερευνά πριν την αγορά ενός δανείου.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.2.1.6:ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΓΙΑ ΛΗΨΗ ΔΑΝΕΙΟΥ

ΓΙΑ ΝΑ ΛΑΒΕΤΕ ΔΑΝΕΙΟ ΚΑΝΕΤΕ ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑ ΚΑΙ ΜΕΤΑ ΑΠΟΦΑΣΙΖΕΤΕ ΠΟΙΟ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΚΑΛΥΤΕΡΟ ΓΙΑ ΕΣΑΣ;		
	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)	82%	18%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.2.1.6:ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΓΙΑ ΤΗ ΛΗΨΗ ΔΑΝΕΙΟΥ

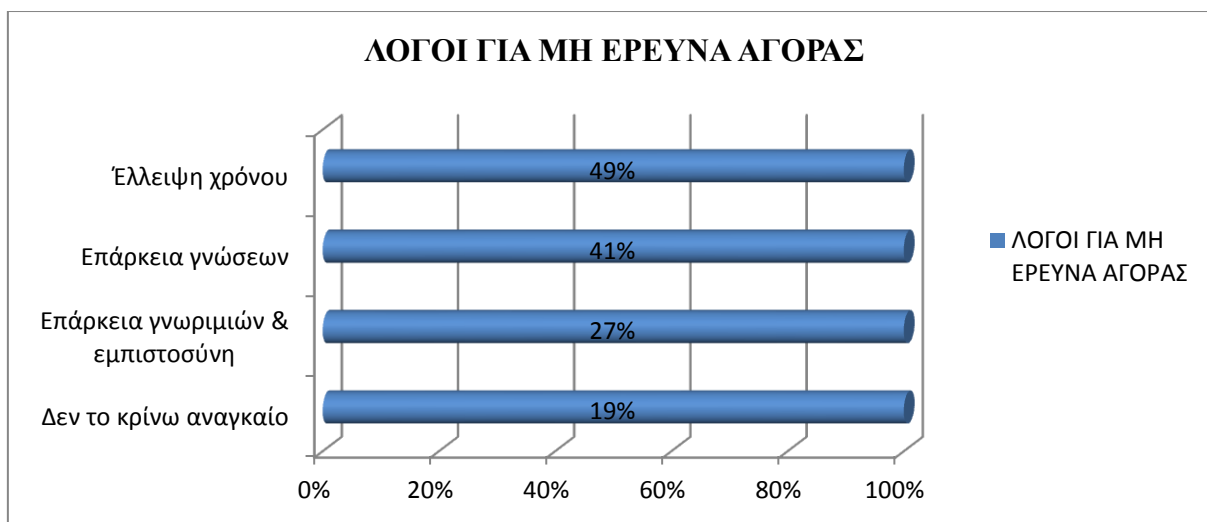


Σημαντικό είναι να μάθουμε από αυτούς τους καταναλωτές που δεν κάνουν έρευνα αγοράς ποιοι από τους παρακάτω λόγους τους εμποδίζει. Ο κυριότερος λόγος είναι η έλλειψη χρόνου.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.2.1.7: ΛΟΓΟΙ ΜΗ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ

	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)
ΕΛΛΕΙΨΗ ΧΡΟΝΟΥ	49%
ΕΠΑΡΚΕΙΑ ΓΝΩΣΕΩΝ	41%
ΕΠΑΡΚΕΙΑ ΓΝΩΡΙΜΙΩΝ & ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗ	27%
ΔΕΝ ΤΟ ΚΡΙΝΩ ΑΝΑΓΚΑΙΟ	19%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.2.1.7: ΛΟΓΟΙ ΓΙΑ ΜΗ ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ



Τέλος, θα εξετάσουμε τις απαντήσεις των καταναλωτών στην ερώτηση ‘Πόσο σημαντικοί είναι για εσάς οι παρακάτω λόγοι ώστε να επιλέξετε ένα δάνειο από μια τράπεζα;’.

Μέσα από τα αποτελέσματα διαπιστώθηκε ότι καταναλωτές ενδιαφέρονται για ταχύτητα στην εκταμίευση των χρημάτων, θέλει οι διαδικασίες που θα του ζητηθούν από την τράπεζα να είναι όσο γίνεται πιο απλές, τα επιτόκια δανεισμού να είναι ανταγωνιστικά, οι πληρωμές των δόσεων να είναι “ελαστικές” και με μεγάλη διάρκεια αποπληρωμής και τέλος ο δανειολήπτης δεν θέλει να αναγκαστεί να πληρώσει τεράστια ποσά για έξοδα δανείου, ασφαλιστρών και μηχανικών– εκτιμητών.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.2.1.8: ΛΟΓΟΙ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΔΑΝΕΙΟΥ

	ΠΟΛΥ	ΜΕΤΡΙΑ	ΛΙΓΟ	ΚΑΘΟΛΟΥ
Ταχύτητα στην έγκριση και άμεση αποταμίευση	70%	18%	6%	6%
Ευελιξία στην εκτέλεση εντολών	65%	28%	4%	3%
Απλούστερες διαδικασίες	67%	21%	10%	2%
Ανταγωνιστικά επιτόκια	70%	21%	6%	3%
Προνομιακούς όρους σε σχέση με τις άλλες τράπεζες	70%	18%	10%	2%
Δυνατότητα χρηματοδότησης μέχρι και 100% της αξίας του ακινήτου (στα στεγαστικά)	63%	26%	7%	4%
Χαμηλές δόσεις για μεγάλη περίοδο	60%	25%	12%	3%
Δυνατότητα σχεδιασμού του ύψους και της συχνότητας της δόσης βάσει των δικών σας δυνατοτήτων	68%	24%	6%	2%
Αναβολή πληρωμής δόσης αν τύχει κάτι απρόοπτο	65%	24%	4%	5%
Επιλογή δανεισμού σε Ευρώ ή άλλο νόμισμα	34%	25%	21%	20%
Μη ανάγκη προσημείωσης ακινήτου (στεγαστικά)	54%	19%	20%	7%
Μειωμένα έξοδα δανεισμού	62%	19%	13%	6%
Μη ύπαρξη μεγάλου ασφαλιστρού πυρός- σεισμού	42%	38%	14%	6%
Λιγότερες γραφειοκρατικές διατυπώσεις	60%	28%	8%	4%
Η ύπαρξη ενός εγγυητή ή και περισσότερων	35%	44%	15%	6%
Δυνατότητα μερικής ή ολικής	68%	20%	9%	3%

πρόωρης αποπληρωμής οποιαδήποτε στιγμή το θελήσετε				
Δυνατότητα παροχής ασφαλιστικού προγράμματος για προστασία πληρωμής δόσεων	59%	28%	11%	2%
Μεγάλη διάρκεια αποπληρωμής	53%	31%	11%	5%
Επιρροή τρίτων(συμβουλευτήκατε το οικείο περιβάλλον σας)	27%	34%	16%	23%
Χρηματοοικονομική πορεία της τράπεζας	50%	32%	13%	5%

ΠΙΝΑΚΑΣ Β. 2.1.9 : ΕΠΑΡΚΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΔΑΝΕΙΟΥ

ΕΧΕΤΕ ΕΠΑΡΚΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΟ ΔΑΝΕΙΟ ΣΑΣ;	
	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)
ΠΟΛΥ	39%
ΜΕΤΡΙΑ	21%
ΛΙΓΟ	13%
ΚΑΘΟΛΟΥ	27%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.2.1.8: ΕΠΑΡΚΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΔΑΝΕΙΟΥ



Οι καταναλωτές οι οποίοι έχουν επιλέξει δάνειο από την τράπεζα είναι αρκετά μοιρασμένοι στην ερώτηση αν έχουν επαρκή ενημέρωση για το δάνειο. Το μεγαλύτερο

ποσοστό είναι ικανοποιημένο αλλά σχετικά μεγάλα ποσοστά βλέπουμε και στις κατηγορίες που είναι Λίγο ενημερωμένοι αλλά και Καθόλου τα οποία πρέπει να μειωθούν για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών.

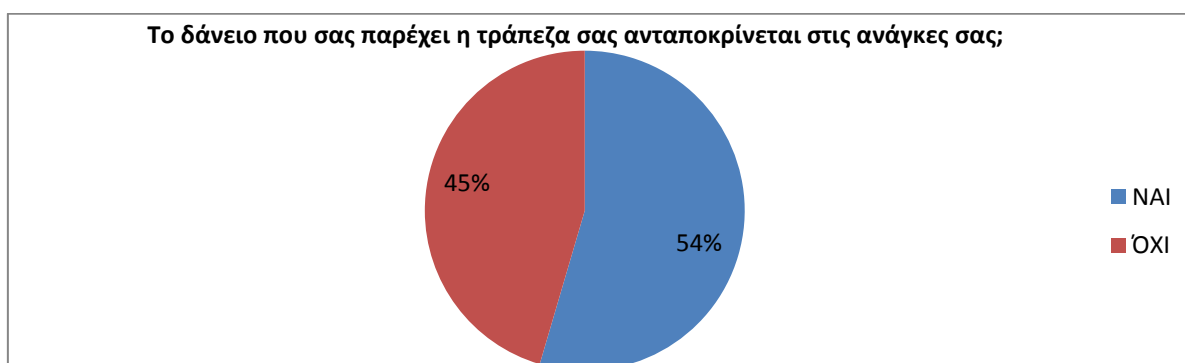
B.2.2 ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗ ΔΑΝΕΙΟΥ

Επιπρόσθετα, από τους καταναλωτές, οι οποίοι είναι και δανειολήπτες, καταφέραμε να μάθουμε κατά πόσο το δάνειο που πήραν ανταποκρίνεται στις ανάγκες τους.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β. 2.2.1: ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗ ΔΑΝΕΙΟΥ

<u>ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗ ΔΑΝΕΙΟΥ</u>	<u>ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ (%)</u>
ΝΑΙ	54%
ΟΧΙ	46%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.2.2.1: ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗ ΔΑΝΕΙΟΥ



Στην ερώτηση αυτή οι απαντήσεις είναι αρκετά κοντά. Βέβαια με ποσοστό 54% φαίνεται ότι ανταποκρίνεται στις ανάγκες των καταναλωτών το δάνειο της τράπεζας, φυσικά είναι σημαντικό να υπάρχει ανταπόκριση ώστε να μπορούν πιο εύκολα να συζητήσουν για ένα δάνειο

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.2.2.2: ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗ ΔΑΝΕΙΟΥ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΙΣ ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ

<u>ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗ ΔΑΝΕΙΟΥ</u>	<u>ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ (%)</u>
ΝΑΙ	50%
ΟΧΙ	50%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.2.2.2: ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗ ΔΑΝΕΙΟΥ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΙΣ ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ



Από ότι φαίνεται σε αυτή την ερώτηση οι καταναλωτές μοιράστηκαν ακριβώς στη μέση κάποιιο θεωρούν ότι το δάνειο συμβαδίζει στις σύγχρονες εξελίξεις ενώ κάποιιο άλλοι όχι.

Β.2.3 ΧΡΕΩΣΤΙΚΕΣ ΚΑΡΤΕΣ

Μία ακόμα ερώτηση που τέθηκαν να απαντήσουν οι καταναλωτές έχει να κάνει με τη χρήση της χρεωστικής κάρτας που πλέον είναι απαραίτητη για τις αγορές. Στην ερώτηση αυτή είναι σχεδόν ξεκάθαρο ότι σχεδόν όλα τα άτομα χρησιμοποιούν χρεωστική κάρτα όπως θα δούμε και παρακάτω.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.2.3.1: ΧΡΗΣΗ ΧΡΕΩΣΤΙΚΗΣ ΚΑΡΤΑΣ

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ (%)	87%	13%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.2.3.1: ΧΡΗΣΗ ΧΡΕΩΣΤΙΚΗΣ ΚΑΡΤΑΣ



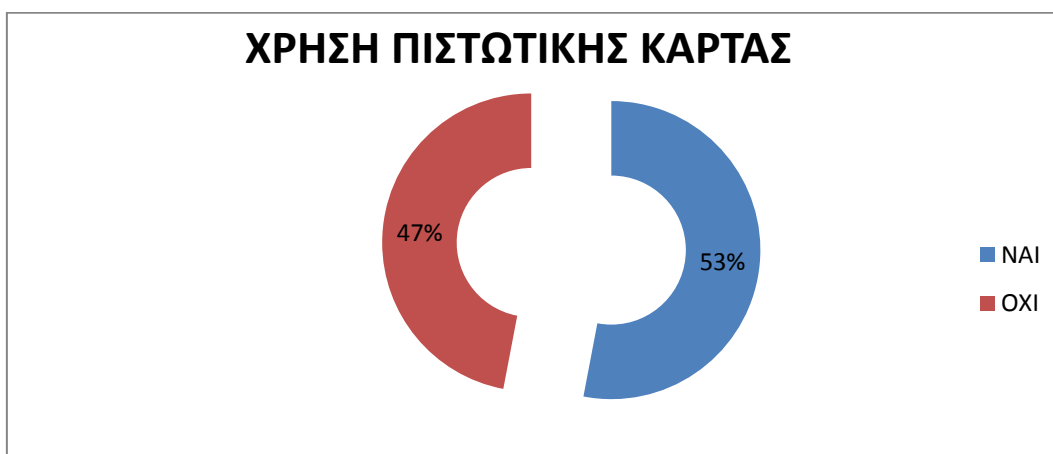
B.2.4 ΧΡΗΣΗ ΠΙΣΤΩΤΙΚΗΣ ΚΑΡΤΑΣ

Επίσης πολύ σημαντική είναι η χρήση πιστωτικής κάρτας που βοηθάει αρκετούς ανθρώπους στις αγορές τους βέβαια χρειάζεται συνετότητα διότι πολύ έχουν βγει χρεωμένοι από την χρήση της. Στο παρακάτω πίνακα θα αναφέρουμε τα ποσοστά των ανθρώπων που την χρησιμοποιούν ή και όχι. Ο περισσότερος κόσμος χρησιμοποιεί χρεωστική κάρτα για αυτό και τα ποσοστά δεν έχουν μεγάλες διαφορές στους μεν και στους δε, παρόλο αυτά το 53% χρησιμοποιούν πιστωτική κάρτα.

ΠΙΝΑΚΑΣ B.2.4.1: ΧΡΗΣΗ ΠΙΣΤΩΤΙΚΗΣ ΚΑΡΤΑΣ

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ (%)	53%	47%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ B.2.4.1: ΧΡΗΣΗ ΠΙΣΤΩΤΙΚΗΣ ΚΑΡΤΑΣ



B.2.5 ΕΠΙΤΑΓΕΣ

Η παρακάτω ερώτηση θα μας δώσει απαντήσεις σε σχέση με τις επιταγές και αν αισθάνονται ασφάλεια με αυτές σαν είδος συναλλαγής. Όπως θα παρατηρήσουμε το 77% δεν χρησιμοποιεί επιταγές είναι σχετικά μεγάλο ποσοστό όπως επίσης δεν νιώθει και ασφάλεια ώστε να τις χρησιμοποιεί, ίσως δεν τους διευκολύνει τόσο.

ΠΙΝΑΚΑΣ B.2.5.1: ΧΡΗΣΗ ΕΠΙΤΑΓΩΝ

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)	23%	77%

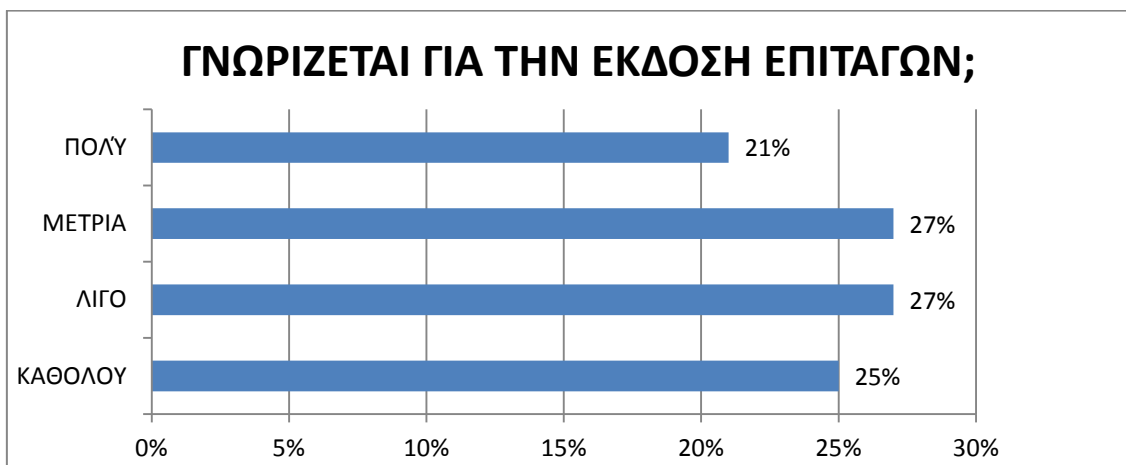
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.2.5.1: ΧΡΗΣΗ ΕΠΙΤΑΓΩΝ



ΠΙΝΑΚΑΣ Β. 2.5.2: ΕΚΔΟΣΗ ΕΠΙΤΑΓΩΝ

	ΠΟΛΥ	ΜΕΤΡΙΑ	ΛΙΓΟ	ΚΑΘΟΛΟΥ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)	21%	27%	27%	25%

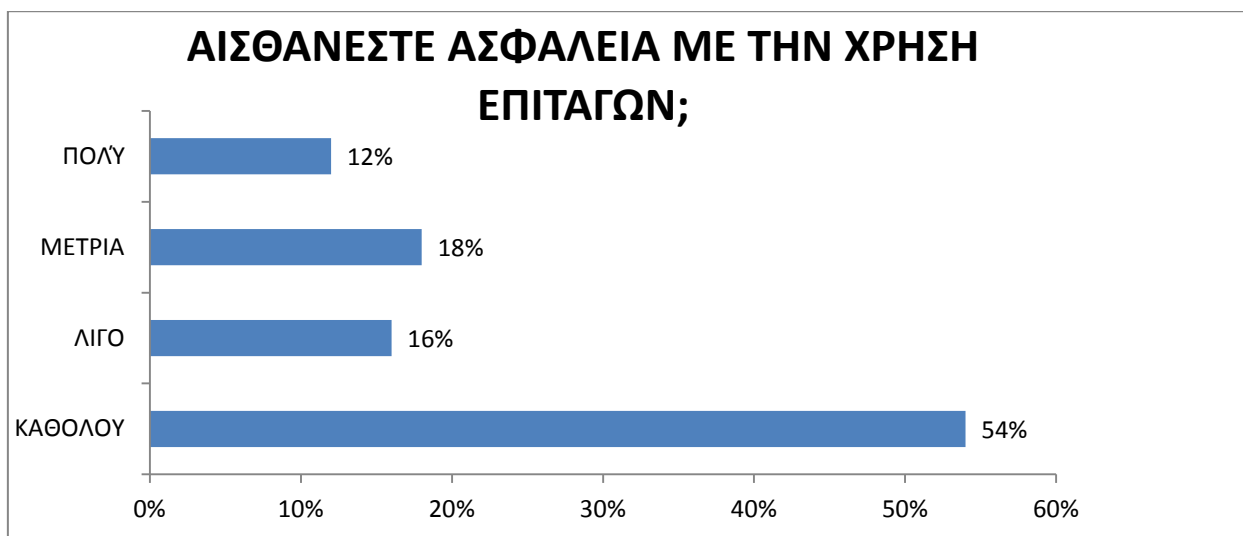
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.2.5.2: ΕΚΔΟΣΗ ΕΠΙΤΑΓΩΝ



ΠΙΝΑΚΑΣ Β.2.5.3: ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΕΠΙΤΑΓΩΝ

	ΠΟΛΥ	ΜΕΤΡΙΑ	ΛΙΓΟ	ΚΑΘΟΛΟΥ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)	12%	18%	16%	54%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.2.5.3: ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΕΠΙΤΑΓΩΝ



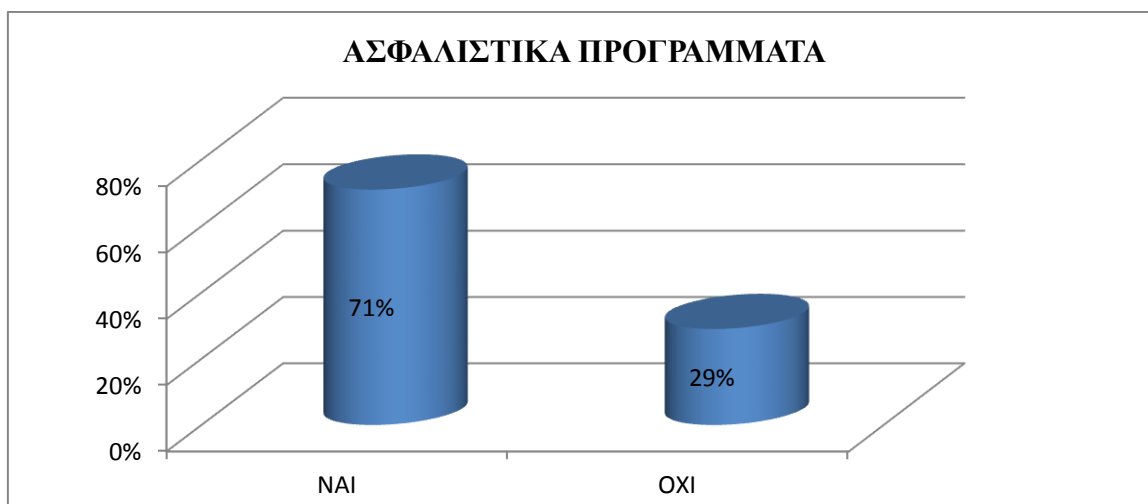
Β.2.6 ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ

Οι περισσότερες τράπεζες πλέον, έχουν ασφαλιστικά προγράμματα ώστε να αυξήσουν τα κέρδη τους και να προσελκύσουν καινούργιους πελάτες και να κρατήσουν τους υπάρχοντες. Το κοινό κατά 71% φαίνεται να γνωρίζει αυτά τα ασφαλιστικά προγράμματα.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.2.6.1: ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ

ΣΑΣ ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ Η ΤΡΑΠΕΖΑ ΣΑΣ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ;		
	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)	71%	29%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.2.6.1: ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ



B.2.7 ΑΜΟΙΒΑΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ- ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ

Παρακάτω θα αναφερθούμε στο αν η τράπεζα προσφέρει εξειδικευμένες υπηρεσίες όπως αμοιβαία κεφάλαια και επενδυτικά προγράμματα.

ΠΙΝΑΚΑΣ B.2.7.1: ΑΜΟΙΒΑΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ- ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ

ΣΑΣ ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ Η ΤΡΑΠΕΖΑ ΣΑΣ ΕΚΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ; (Π.Χ. ΑΜΟΙΒΑΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ,ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ)		
	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)	60%	40%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ B.2.7.1: ΑΜΟΙΒΑΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ- ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ



B.2.8 ΕΓΓΥΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΣΤΟΛΕΣ

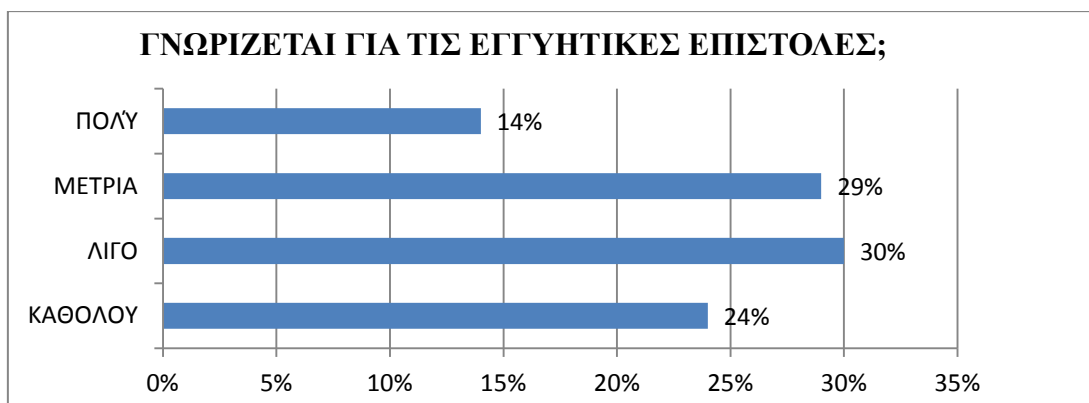
Τα αποτελέσματα που βρίσκονται παρακάτω έρχονται να απαντήσουν το ερώτημα αν οι καταναλωτές γνωρίζουν και χρησιμοποιούν τις εγγυητικές επιστολές.

Βλέποντας τον πίνακα φαίνεται ότι οι περισσότεροι από αυτούς έχουν απαντήσει ΛΙΓΟ ή ΜΕΤΡΙΑ στη ερώτηση αυτή με μικρό ποσοστό να έχει απαντήσει ότι τις γνωρίζει και τις χρησιμοποιεί. Αυτό μπορεί να συμβαίνει γιατί οι μεγαλύτεροι σε ηλικία άνθρωποι δεν συνάντησαν αυτήν την υπηρεσία στο παρελθόν και να μην θέλουν να την μάθουν τώρα αφού τους αρκούν οι υπηρεσίες που ήδη ξέρουν.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.2.8.1: ΕΓΓΥΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΣΤΟΛΕΣ

ΓΝΩΡΙΖΕΤΕ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΓΓΥΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΣΤΟΛΕΣ;				
	ΠΟΛΥ	ΜΕΤΡΙΑ	ΛΙΓΟ	ΚΑΘΟΛΟΥ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)	14%	29%	30%	24%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.2.8.1: ΕΓΓΥΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΣΤΟΛΕΣ

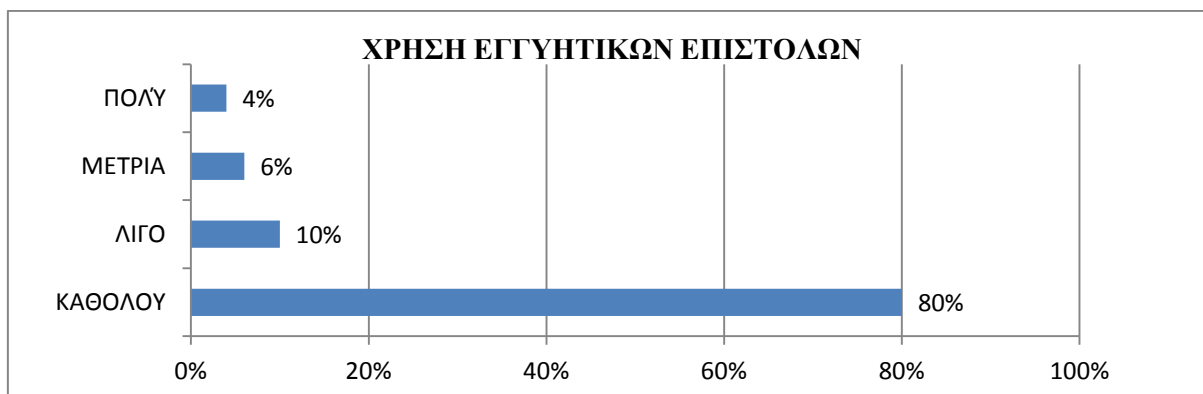


Εφόσον, οι περισσότεροι καταναλωτές δεν γνωρίζουν καλά τις εγγυητικές επιστολές δεν θα τις χρησιμοποιούν κιόλας. Όπως θα δούμε το 80% δεν χρησιμοποιεί καθόλου τις επιστολές αυτές και μόνο το 4%, πολύ μικρό ποσοστό, τις χρησιμοποιεί πολύ.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.2.8.2: ΧΡΗΣΗ ΕΓΓΥΗΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΟΛΩΝ

	ΠΟΛΥ	ΜΕΤΡΙΑ	ΛΙΓΟ	ΚΑΘΟΛΟΥ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)	4%	6%	10%	80%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.2.8.2: ΧΡΗΣΗ ΕΓΓΥΗΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΟΛΩΝ

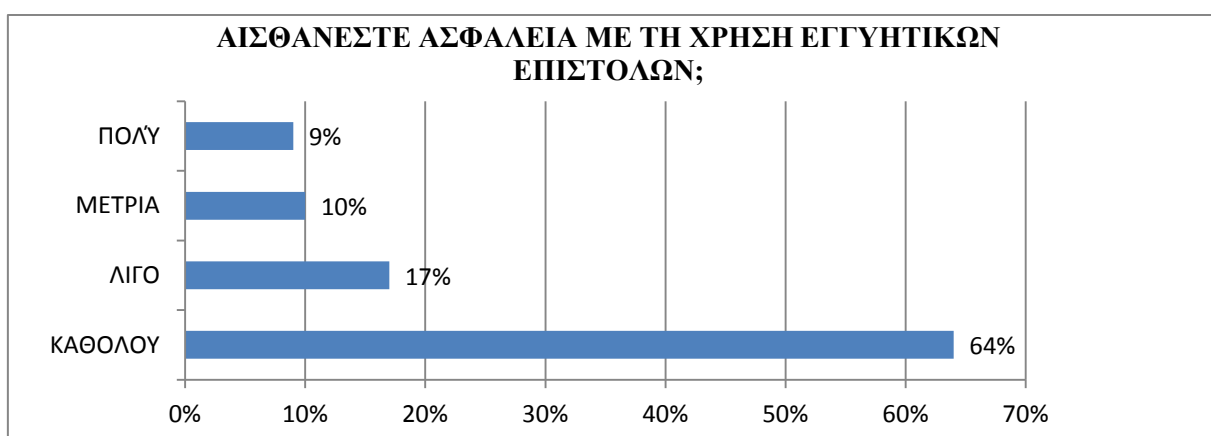


Από τους 100 καταναλωτές που έδωσαν απαντήσεις ένα πάρα πολύ μικρό ποσοστό αισθάνεται ασφάλεια με την χρήση αυτών όπως θα δούμε παρακάτω. Αυτό οφείλεται στο ότι οι άνθρωποι δεν κατάφεραν να τις γνωρίσουν και έτσι δεν νιώθουν ασφάλεια με αυτές.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.2.8.3: ΑΙΣΘΗΣΗ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΜΕ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΕΓΓΥΗΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΟΛΩΝ

	ΠΟΛΥ	ΜΕΤΡΙΑ	ΛΙΓΟ	ΚΑΘΟΛΟΥ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)	9%	10%	17%	64%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.2.8.3: ΑΙΣΘΗΣΗ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΜΕ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΕΓΓΥΗΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΟΛΩΝ



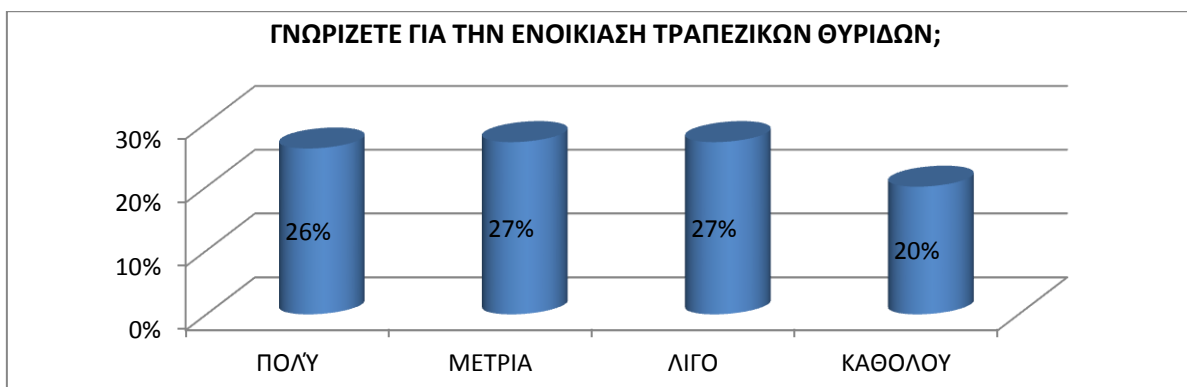
Β.2.9 ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ ΘΥΡΙΔΕΣ

Ακόμα ένα προϊόν που προσφέρουν οι τράπεζες είναι η ενοικίαση τραπεζικών θυρίδων οι απαντήσεις σε αυτή την ερώτηση βρίσκονται παρακάτω. Τα ποσοστά είναι περίπου ισόποσα δηλαδή το καταναλωτικό κοινό έχει μοιραστεί.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.2.9.1: ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ ΘΥΡΙΔΕΣ

ΓΝΩΡΙΖΕΤΑΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΟΙΚΙΑΣΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΘΥΡΙΔΩΝ;				
	ΠΟΛΥ	ΜΕΤΡΙΑ	ΛΙΓΟ	ΚΑΘΟΛΟΥ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)	26%	27%	27%	20%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.2.9.1: ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ ΘΥΡΙΔΕΣ

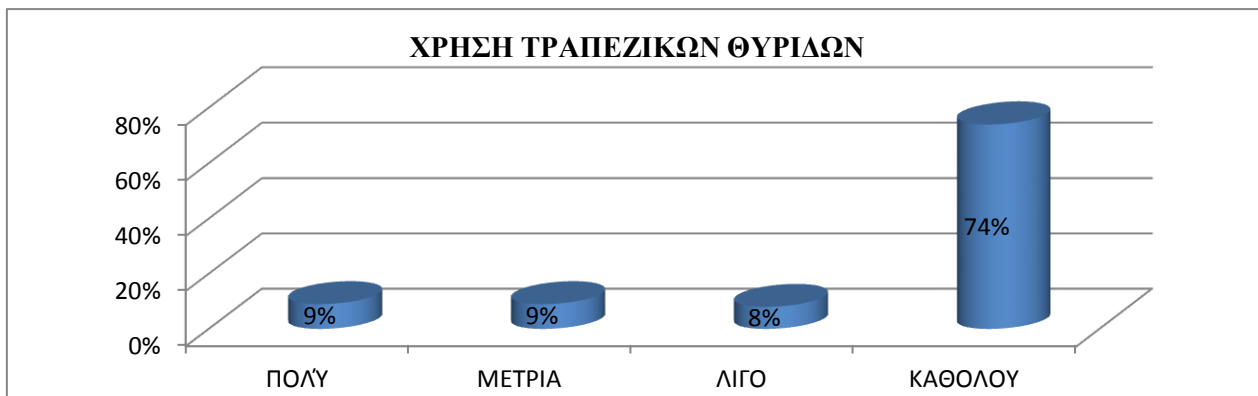


Στη συνέχεια θα παρατηρήσουμε αν τις τραπεζικές θυρίδες τις χρησιμοποιούν οι πελάτες της τράπεζας και αν αισθάνονται ασφάλεια με αυτές.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.2.9.2: ΧΡΗΣΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΘΥΡΙΔΩΝ

	ΠΟΛΥ	ΜΕΤΡΙΑ	ΛΙΓΟ	ΚΑΘΟΛΟΥ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)	9%	9%	8%	74%

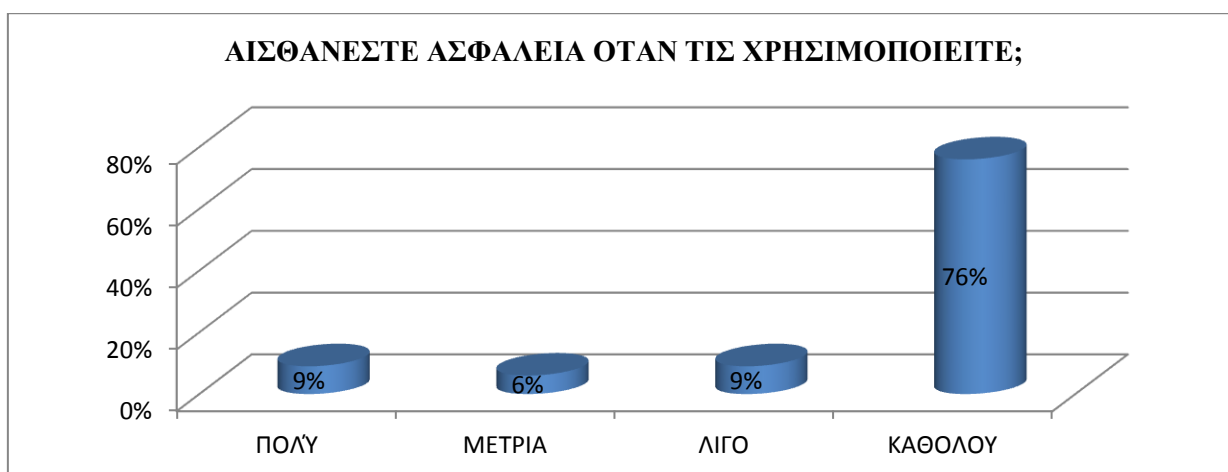
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.2.9.2: ΧΡΗΣΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΘΥΡΙΔΩΝ



ΠΙΝΑΚΑΣ Β.2.9.3: ΑΙΣΘΗΣΗ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΜΕ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΘΥΡΙΔΩΝ

	ΠΟΛΥ	ΜΕΤΡΙΑ	ΛΙΓΟ	ΚΑΘΟΛΟΥ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)	9%	6%	9%	76%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.2.9.3: ΑΙΣΘΗΣΗ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΜΕ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΘΥΡΙΔΩΝ



Συμπεραίνουμε ότι ενώ χωρίζονται ισομερώς περίπου οι καταναλωτές για το ποιοι γνωρίζουν τις τραπεζικές θυρίδες, στην ερώτηση αν τις χρησιμοποιούν και αν αισθάνονται ασφάλεια βλέπουμε ότι τα ποσοστά είναι μεγάλα προς την αρνητική πλευρά. Φαίνεται ότι οι άνθρωποι μετά τα capital controls φοβούνται να χρησιμοποιήσουν αυτό το προϊόν της τράπεζας ακόμα και μετά από τόσο καιρό.

B.2.10 INTERNET BANKING

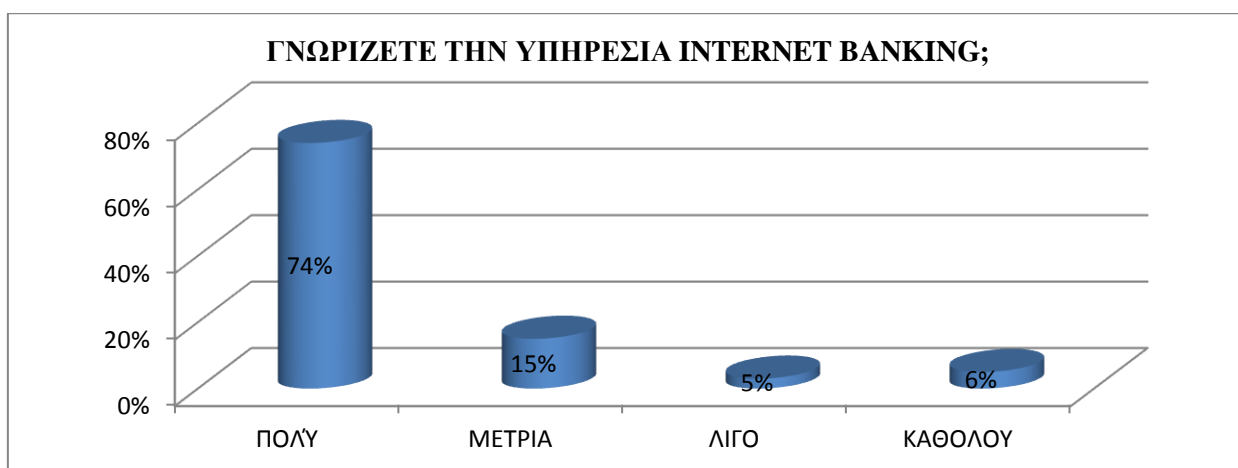
Τα τελευταία χρόνια οι τράπεζες έχουν εξελίξει το σύστημά τους με την υπηρεσία του internet banking. Η υπηρεσία αυτή παρέχεται δωρεάν πέραν μερικών συγκεκριμένων χρήσεων όπως εμβάσματα και μεταφορές σε λογαριασμούς.

Παρακάτω θα δούμε τα αποτελέσματα για το αν γνωρίζουν το internet banking, όπως φαίνεται το 74% το γνωρίζει πολύ καλά ενώ το 5% καθόλου, το οποίο είναι άνθρωποι μεγάλης ηλικίας που δεν θέλησαν να ασχοληθούν με την υπηρεσία αυτή.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.2.10.1: INTERNET BANKING

ΓΝΩΡΙΖΕΤΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΥΠΗΡΕΣΙΑ INTERNET BANKING;				
	ΠΟΛΥ	ΜΕΤΡΙΑ	ΛΙΓΟ	ΚΑΘΟΛΟΥ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)	74%	15%	5%	6%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.2.10.1: INTERNET BANKING

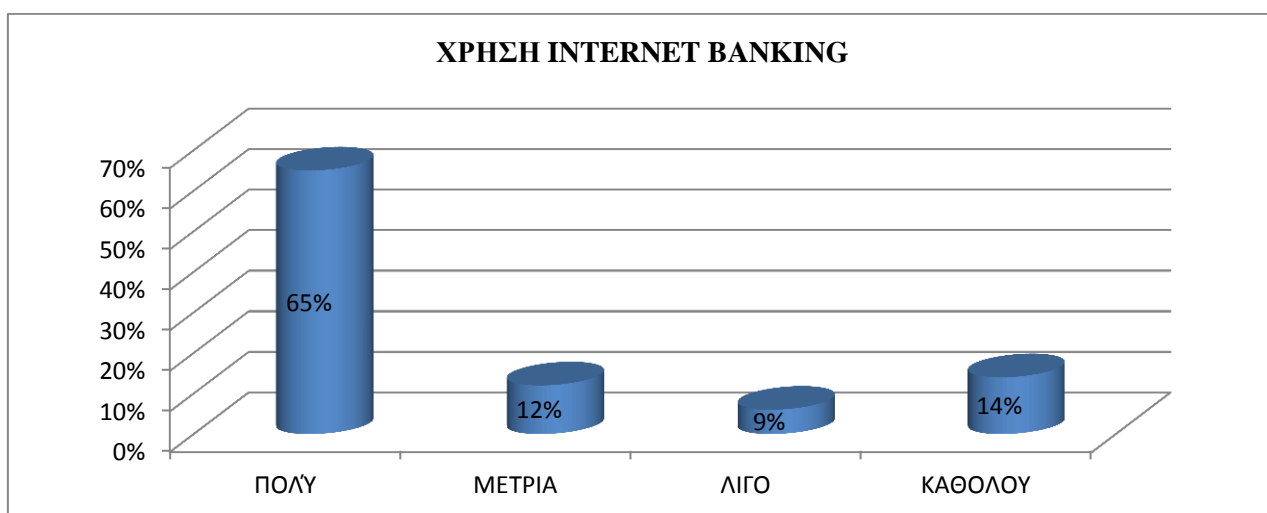


Ο επόμενος πίνακας και διάγραμμα αναφέρεται στις απαντήσεις των πολιτών που χρησιμοποιούν τη υπηρεσία αυτή. Μόλις το 65% από αυτούς την χρησιμοποιούν διότι τους εξυπηρετεί. Ένα ακόμα ερώτημα που απαντήθηκε είναι πόσο σημαντικοί είναι οι παρακάτω λόγοι ώστε να χρησιμοποιούν αυτή την υπηρεσία.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.2.10.2: ΧΡΗΣΗ INTERNET BANKING

	ΠΟΛΥ	ΜΕΤΡΙΑ	ΛΙΓΟ	ΚΑΘΟΛΟΥ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)	65%	12%	9%	14%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.2.10.2: ΧΡΗΣΗ INTERNET BANKING



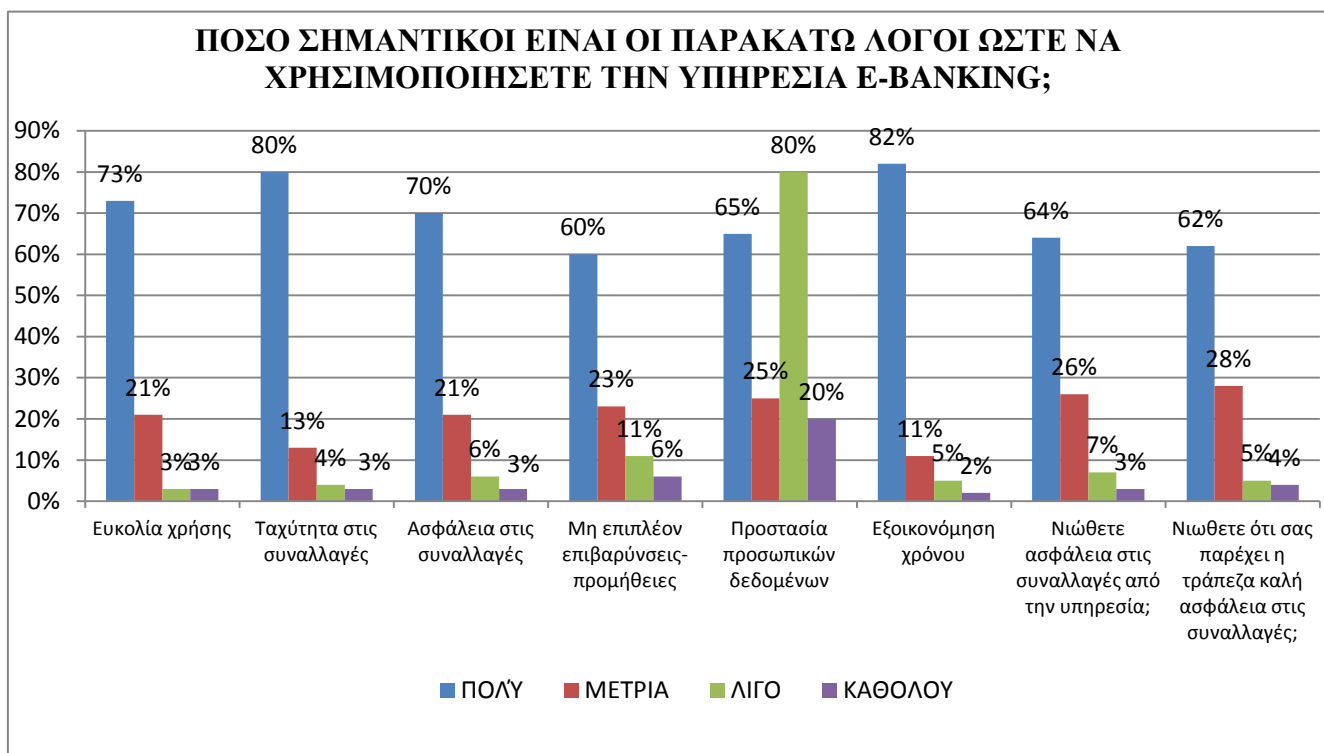
Στον επόμενο πίνακα φαίνονται οι λόγοι ώστε να χρησιμοποιεί κάποιος την υπηρεσία αυτή και κατά πόσο είναι σημαντικοί. Τα μεγαλύτερα ποσοστά δείχνουν ότι αυτή η υπηρεσία

εξυπηρετεί πολύ τους πελάτες της τράπεζας στις συναλλαγές τους και ότι τα πλεονεκτήματα είναι αρκετά.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.2.10.3: ΛΟΓΟΙ ΧΡΗΣΗΣ INTERNET BANKING

ΠΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΙ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΠΑΡΑΚΑΤΩ ΛΟΓΟΙ ΩΣΤΕ ΝΑ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΕΤΕ ΤΗΝ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΤΟΥ Ε-BANKING;				
	ΠΟΛΥ	ΜΕΤΡΙΑ	ΛΙΓΟ	ΚΑΘΟΛΟΥ
ΕΥΚΟΛΙΑ ΧΡΗΣΗΣ	73%	21%	3%	3%
ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΣΤΙΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ	80%	13%	4%	3%
ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΤΙΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ	70%	21%	6%	3%
ΜΗ ΕΠΙΠΛΕΟΝ ΕΠΙΒΑΡΥΝΣΕΙΣ- ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ	60%	23%	11%	6%
ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ	65%	25%	8%	2%
ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΗΣΗ ΧΡΟΝΟΥ	82%	11%	5%	2%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.2.10.3: ΛΟΓΟΙ ΧΡΗΣΗ INTERNET BANKING

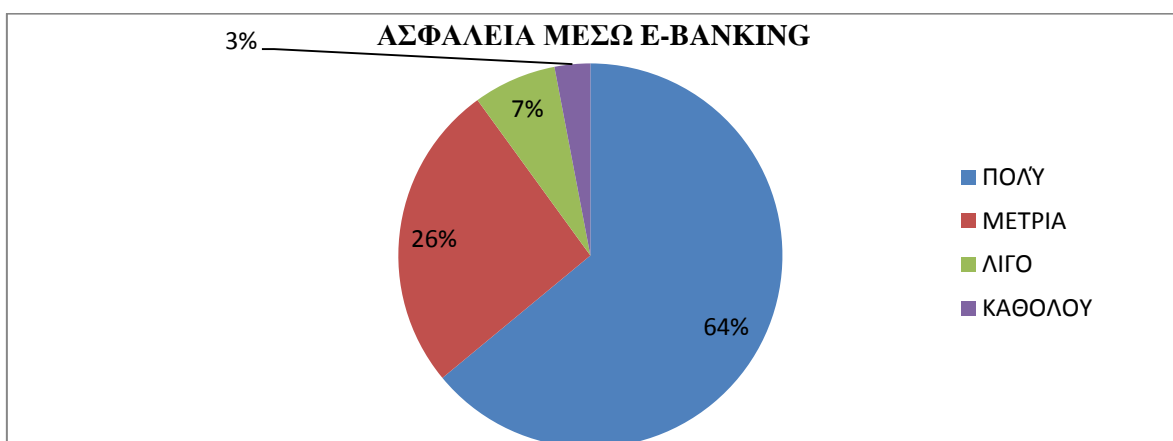


Παρακάτω θα αναλύσουμε αν οι καταναλωτές θεωρούν ότι η τράπεζα με αυτή τη υπηρεσία παρέχει ασφάλεια αλλά και γενικά με τις συναλλαγές που γίνονται μέσα σε αυτή. Από ότι δείχνουν τα αποτελέσματα και στις δυο κατηγορίες οι πελάτες νιώθουν ασφάλεια στις συναλλαγές που δείχνει την αξιοπιστία της τράπεζας.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.2.10.4: ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΜΕΣΩ E-BANKING

	ΠΟΛΥ	ΜΕΤΡΙΑ	ΛΙΓΟ	ΚΑΘΟΛΟΥ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)	64%	26%	7%	3%

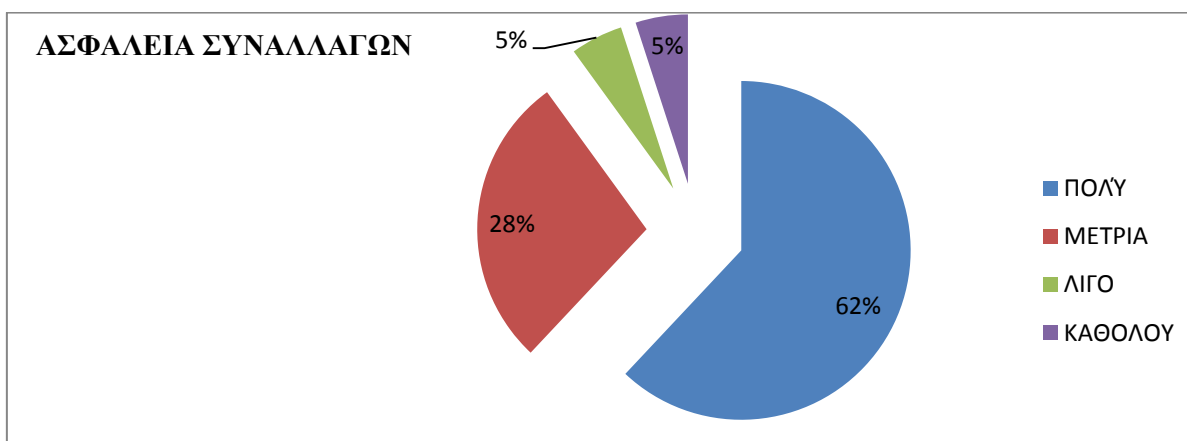
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.2.10.4: ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΜΕΣΩ E-BANKING



ΠΙΝΑΚΑΣ Β.2.10.5: ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ

	ΠΟΛΥ	ΜΕΤΡΙΑ	ΛΙΓΟ	ΚΑΘΟΛΟΥ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)	62%	28%	5%	4%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.2.10.5: ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ



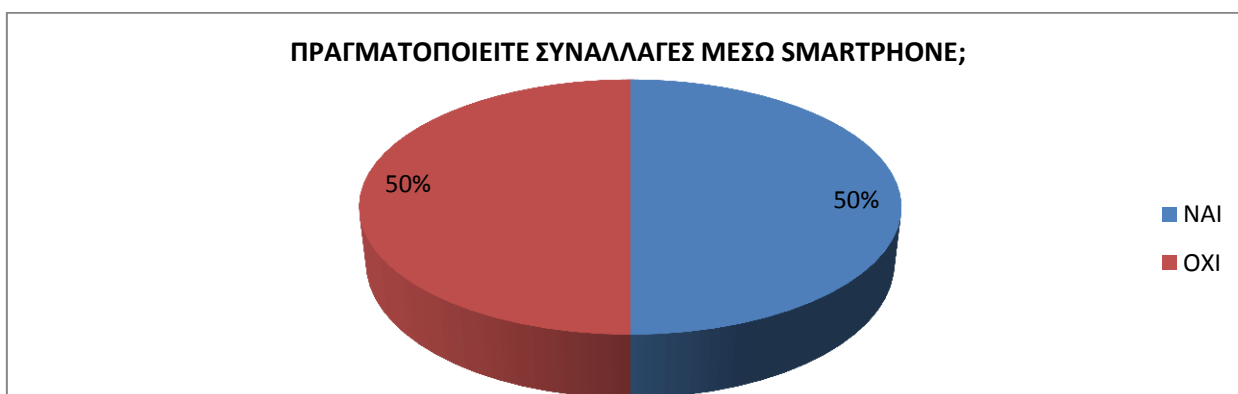
B.2.11 ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΜΕΣΩ SMARTPHONE

Στη συνέχεια θα δούμε τα ποσοστά των ανθρώπων που κάνουν συναλλαγές μέσω Smartphone. Οι απαντήσεις σε αυτή την ερώτηση όπως βλέπουμε παρακάτω βρίσκονται ακριβώς στη μέση. Πλέον τα κινητά είναι τελευταίας τεχνολογίας και η χρήση internet είναι πολύ διαδεδομένα αλλά μάλλον το 50% δεν μπορεί να τα χρησιμοποιήσει τόσο εύκολα.

ΠΙΝΑΚΑΣ B.2.11.1: ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΜΕΣΩ SMARTPHONE

ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΕΙΤΕ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΜΕΣΩ SMARTPHONE;		
	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)	50%	50%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ B.2.11.1: ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΜΕΣΩ SMARTPHONE



B.2.12 ΕΞΟΦΛΗΣΗ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΩΝ

Μία ακόμα τραπεζική υπηρεσία είναι η εξόφληση λογαριασμών μέσω της τράπεζας. Ο πίνακας και το διάγραμμα παρακάτω μας βοήθησαν να δούμε ότι το 81% των απαντήσεων είχαν θετικά αποτελέσματα.

ΠΙΝΑΚΑΣ B.2.12.1: ΕΞΟΦΛΗΣΗ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΩΝ

ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΕΙΤΑΙ ΕΞΟΦΛΗΣΗ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΩΝ ΣΤΗΝ ΤΡΑΠΕΖΑ;		
	ΝΑΙ%	ΟΧΙ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)	80%	20%



Κεφάλαιο 3ο: Ενημέρωση – προσωπικό- δίκτυο καταστημάτων

Σε αυτή την ενότητα θα παραθέσουμε κάποιες πληροφορίες σχετικά με τις πηγές ενημέρωσης των πολιτών για τα προϊόντα της τράπεζας, τη γνώμη πολιτών για το τραπεζικό προσωπικό αλλά και για το δίκτυο καταστημάτων των τραπεζών που συνεργάζονται οι άνθρωποι που απάντησαν το ερωτηματολόγιο.

B.3.1 ΠΗΓΕΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΓΙΑ ΤΑ ΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

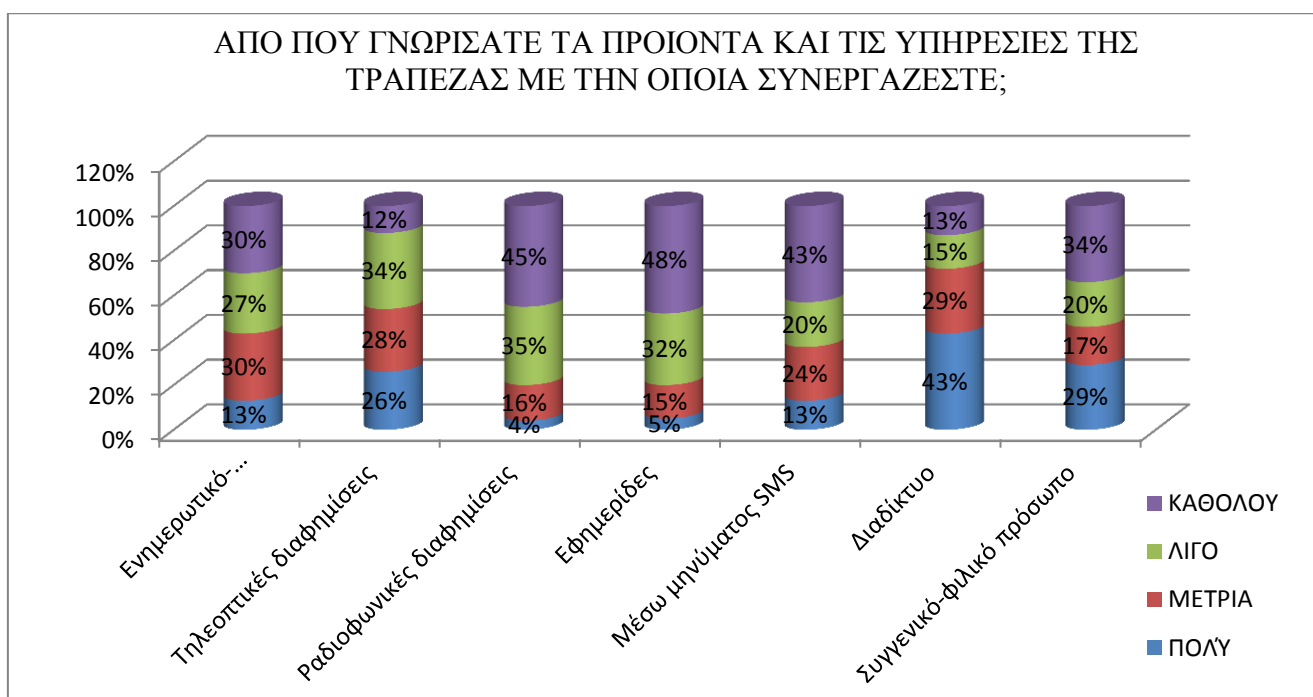
Σε αυτή την υποενότητα θα ασχοληθούμε με τις πηγές ενημέρωσης των πολιτών για τα τραπεζικά προϊόντα. Οι καταναλωτές κλήθηκαν να απαντήσουν στην ερώτηση ‘από που γνωρίζετε τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της τράπεζας;’ όπου στο πίνακα παρακάτω φαίνονται οι απαντήσεις.

Όπως φαίνεται τις περισσότερες απαντήσεις τις έχει το Διαδίκτυο αφού πλέον καθημερινά ο κόσμος σερφάρει για διάφορους λόγους στο internet και ο περισσότερος χρόνος του αφιερώνετε εκεί, έτσι είναι λογικό να έχει τα μεγαλύτερα ποσοστά. Οι κατηγορίες που οι περισσότερες απαντήσεις τους ήταν στην επιλογή ‘καθόλου’ είναι οι Ραδιοφωνικές διαφημίσεις, οι Εφημερίδες και τα SMS με μικρές διαφορές.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.3.1.1: ΠΗΓΕΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

	ΠΟΛΥ	ΜΕΤΡΙΑ	ΛΙΓΟ	ΚΑΘΟΛΟΥ
Ενημερωτικό- διαφημιστικό φυλλάδιο	13%	30%	27%	30%
Τηλεοπτικές διαφημίσεις	26%	28%	34%	12%
Ραδιοφωνικές διαφημίσεις	4%	16%	35%	45%
Εφημερίδες	5%	15%	32%	48%
Μέσω μηνύματος SMS	13%	24%	20%	43%
Διαδίκτυο	43%	29%	15%	13%
Συγγενικό-φιλικό πρόσωπο	29%	17%	20%	34%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.3.1.1: ΠΗΓΕΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ



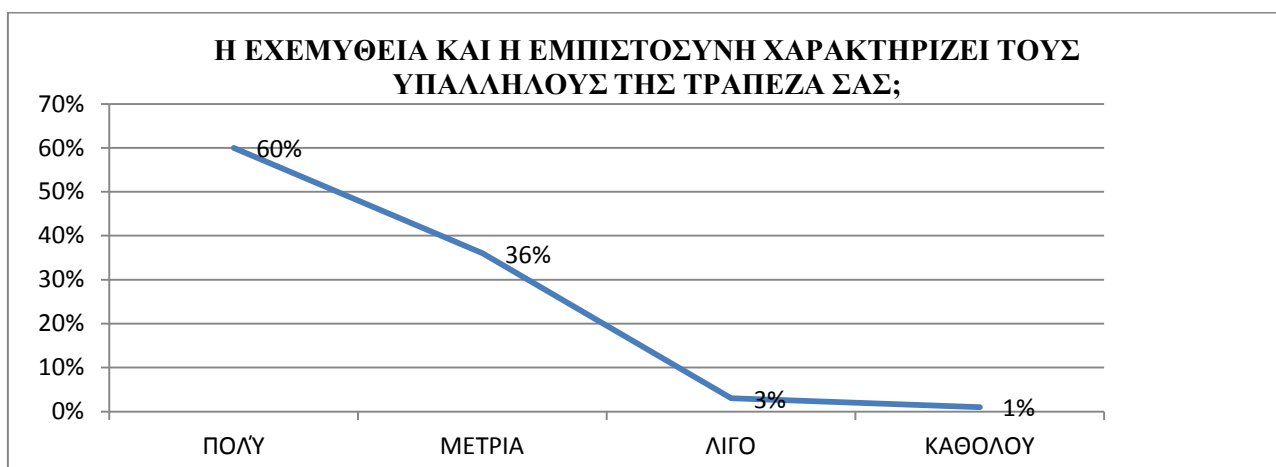
3.2 ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ

Σε αυτή την ενότητα παρουσιάζουμε μέσω πινάκων και διαγραμμάτων τα αποτελέσματα για το προσωπικό της τράπεζας από την πλευρά των πελατών τους.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.3.2.1: ΕΧΕΜΥΘΕΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ

Η ΕΧΕΜΥΘΕΙΑ ΚΑΙ Η ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΖΕΙ ΤΟΥΣ ΥΠΑΛΛΗΛΟΥΣ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΣΑΣ;	
	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)
ΠΟΛΥ	60%
ΜΕΤΡΙΑ	36%
ΛΙΓΟ	3%
ΚΑΘΟΛΟΥ	1%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.3.2.1: ΕΧΕΜΥΘΕΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ



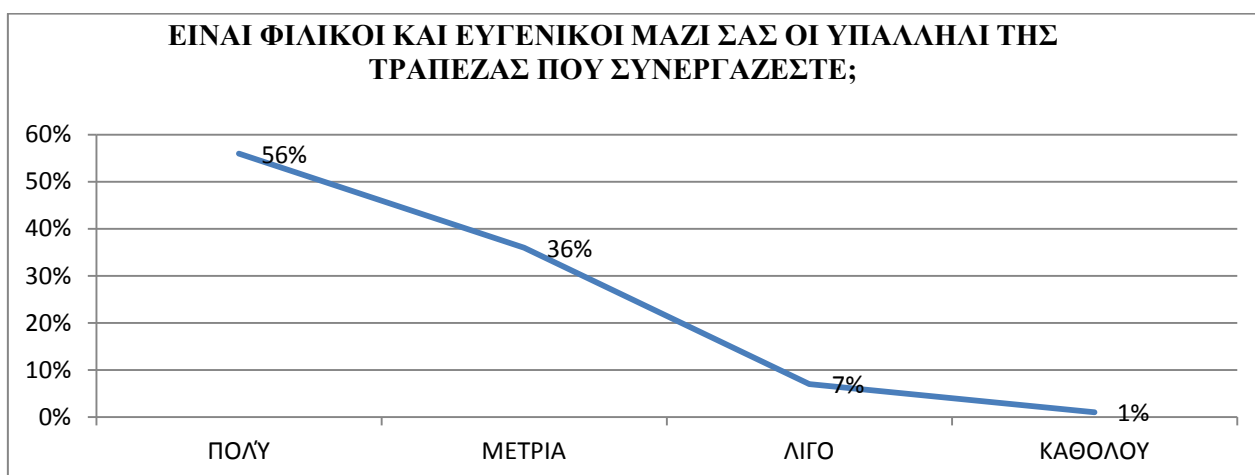
Κάθε τράπεζα προσλαμβάνει το προσωπικό της με βάση κάποια χαρακτηριστικά ένα από αυτά είναι η εχεμύθεια και η εμπιστοσύνη που θα πρέπει να βγάζουν στον πελάτη που εξυπηρετούν. Από ότι φαίνεται το 60% των πελατών είναι ευχαριστημένη, ένα αρκετά ικανοποιητικό ποσοστό.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β. 3.2.2: ΤΡΟΠΟΙ ΕΥΓΕΝΕΙΑΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ

ΕΙΝΑΙ ΦΙΛΙΚΟΙ ΚΑΙ ΕΥΓΕΝΙΚΟΙ ΜΑΖΙ ΣΑΣ ΟΙ ΥΠΑΛΛΗΛΟΙ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΜΕ ΤΗΝ ΟΠΟΙΑ ΣΥΝΕΡΓΑΖΕΣΤΕ;

	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)
ΠΟΛΥ	56%
ΜΕΤΡΙΑ	36%
ΛΙΓΟ	7%
ΚΑΘΟΛΟΥ	1%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.3.2.2: ΤΡΟΠΟΙ ΕΥΓΕΝΕΙΑΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ

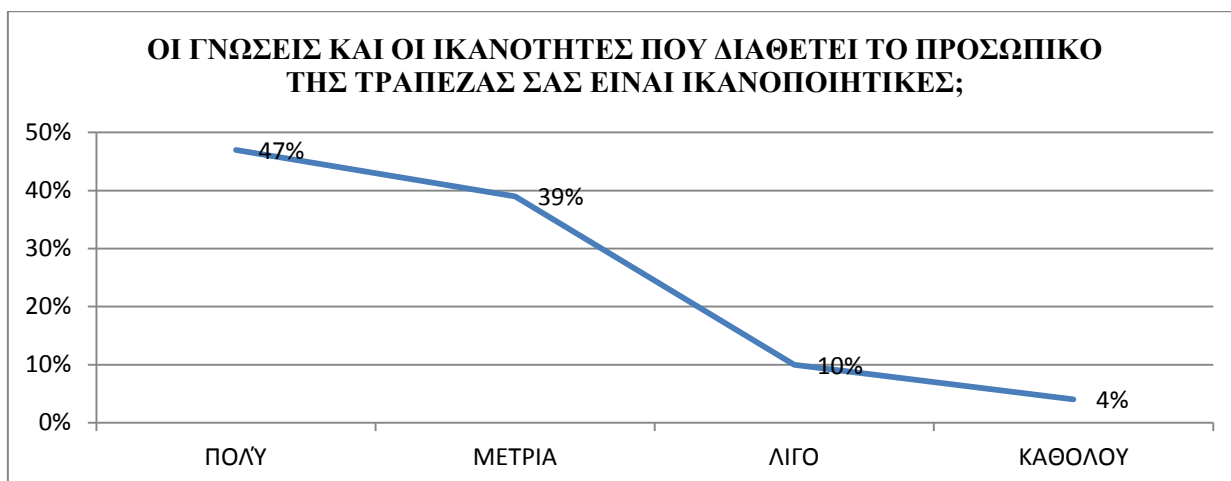


ΠΙΝΑΚΑΣ Β.3.2.3: ΓΝΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ

ΟΙ ΓΝΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΟΙ ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ ΠΟΥ ΔΙΑΘΕΤΕΙ ΤΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΠΟΥ ΣΥΝΕΡΓΑΖΕΣΤΕ ΕΙΝΑΙ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΕΣ;

	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)
ΠΟΛΥ	47%
ΜΕΤΡΙΑ	39%
ΛΙΓΟ	10%
ΚΑΘΟΛΟΥ	4%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.3.2.3: ΓΝΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ

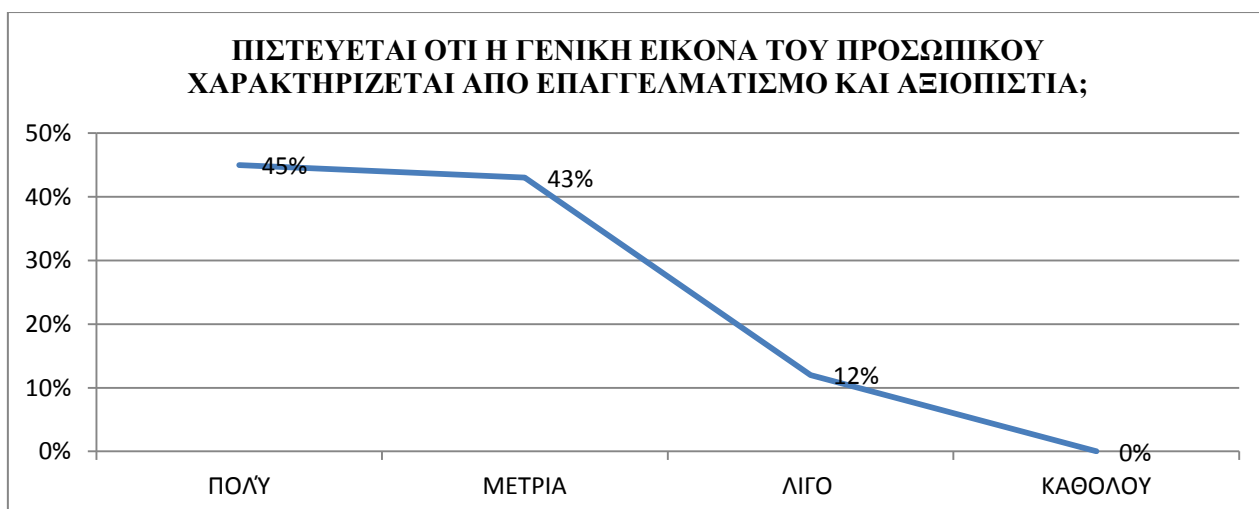


ΠΙΝΑΚΑΣ Β.3.2.4: ΕΙΚΟΝΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ

ΠΙΣΤΕΥΕΤΑΙ ΟΤΙ Η ΓΕΝΙΚΗ ΕΙΚΟΝΑ ΤΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΑΠΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΣΜΟ ΚΑΙ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ;

	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)
ΠΟΛΥ	45%
ΜΕΤΡΙΑ	43%
ΛΙΓΟ	12%
ΚΑΘΟΛΟΥ	0%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.3.2.4:ΕΙΚΟΝΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ



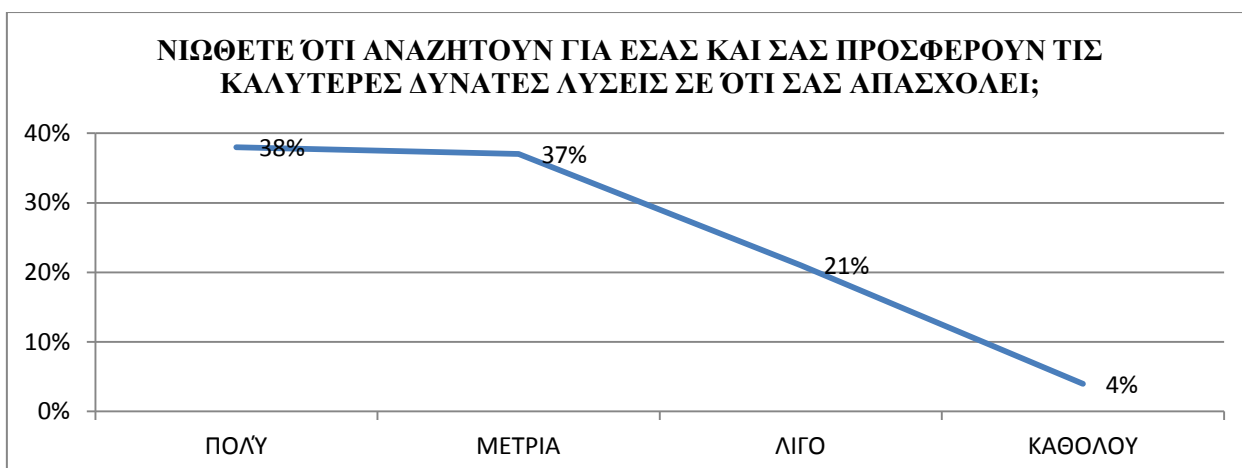
Στη σημερινή εποχή το τραπεζικό προσωπικό είναι πολύ καλά εκπαιδευμένο με πολλές γνώσεις και ικανότητες, επίσης έχει παιδεία και σωστή συμπεριφορά στον πελάτη που είναι απέναντι του.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.3.2.5: ΚΑΛΥΤΕΡΗ ΔΥΝΑΤΗ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ

ΝΙΩΘΕΤΕ ΟΤΙ ΑΝΑΖΗΤΟΥΝ ΓΙΑ ΕΣΑΣ ΚΑΙ ΣΑΣ ΠΡΟΣΦΕΡΟΥΝ ΤΙΣ ΚΑΛΥΤΕΡΕΣ ΔΥΝΑΤΕΣ ΛΥΣΕΙΣ ΣΕ ΟΤΙ ΣΑΣ ΑΠΑΣΧΟΛΕΙ;

	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)
ΠΟΛΥ	38%
ΜΕΤΡΙΑ	37%
ΛΙΓΟ	21%
ΚΑΘΟΛΟΥ	4%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.3.2.5: ΚΑΛΥΤΕΡΗ ΔΥΝΑΤΗ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ

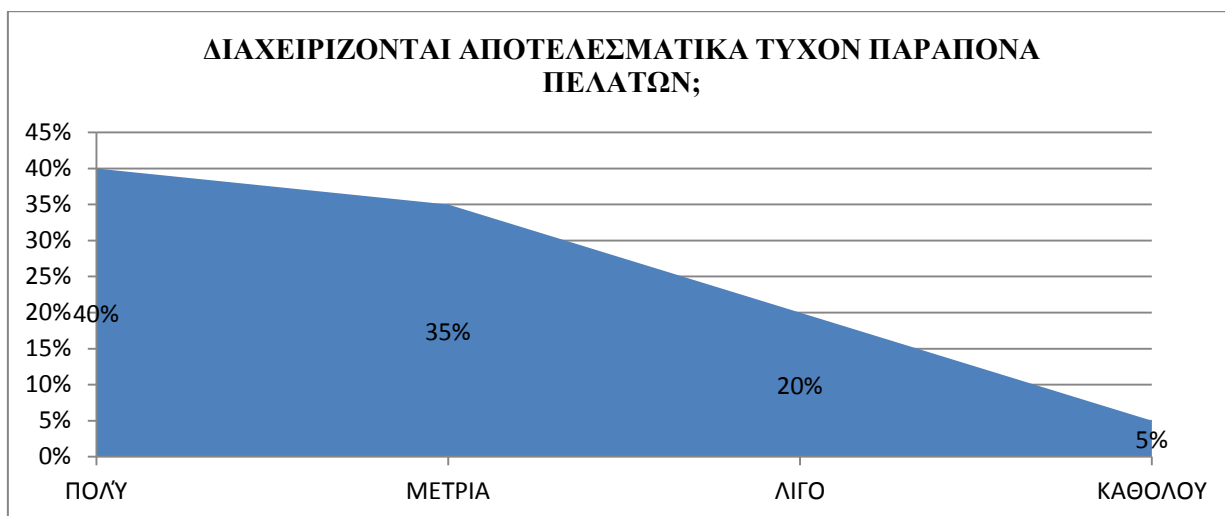


ΠΙΝΑΚΑΣ Β.3.2.6: ΔΙΑΧΕΙΡΗΣΗ ΠΑΡΑΠΟΝΩΝ

ΔΙΑΧΕΙΡΙΖΟΝΤΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΑ ΤΥΧΟΝ ΠΑΡΑΠΟΝΑ ΠΕΛΑΤΩΝ;

	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)
ΠΟΛΥ	40%
ΜΕΤΡΙΑ	35%
ΛΙΓΟ	20%
ΚΑΘΟΛΟΥ	5%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.3.2.6: ΔΙΑΧΕΙΡΗΣΗ ΠΑΡΑΠΟΝΩΝ



Εξαιτίας ότι υπάρχουν αρκετές τράπεζες και επικρατεί ανασφάλεια στη αγορά εργασίας φαίνεται ότι οι τράπεζες φροντίζουν ώστε το προσωπικό τους να είναι πιο αποδοτικό και εξυπηρετικό προς το κοινό και ταυτόχρονα να επιλύει τυχόν προβλήματα αποτελεσματικά.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.3.2.7: ΣΧΕΣΕΙΣ ΜΕ ΤΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

ΕΧΕΤΕ ΑΝΑΠΤΥΞΕΙ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΜΕ ΤΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ;	
	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)
ΠΟΛΥ	25%
ΜΕΤΡΙΑ	30%
ΛΙΓΟ	16%
ΚΑΘΟΛΟΥ	29%

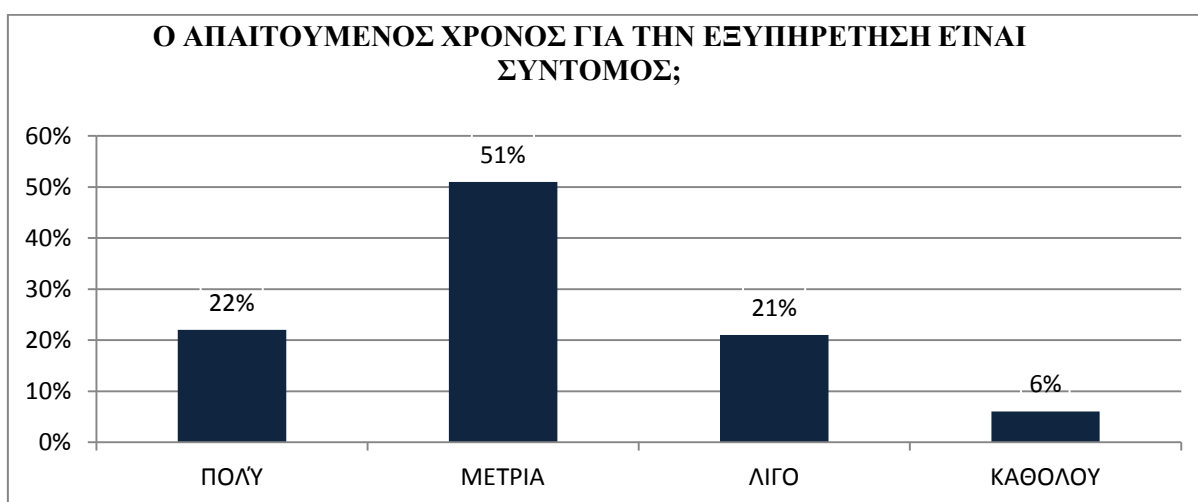
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.3.2.7: ΣΧΕΣΕΙΣ ΜΕ ΤΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ



ΠΙΝΑΚΑΣ Β.3.2.8: ΧΡΟΝΟΣ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ

Ο ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΟΣ ΧΡΟΝΟΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΕΙΝΑΙ ΣΥΝΤΟΜΟΣ;	
	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)
ΠΟΛΥ	22%
ΜΕΤΡΙΑ	51%
ΛΙΓΟ	21%
ΚΑΘΟΛΟΥ	6%

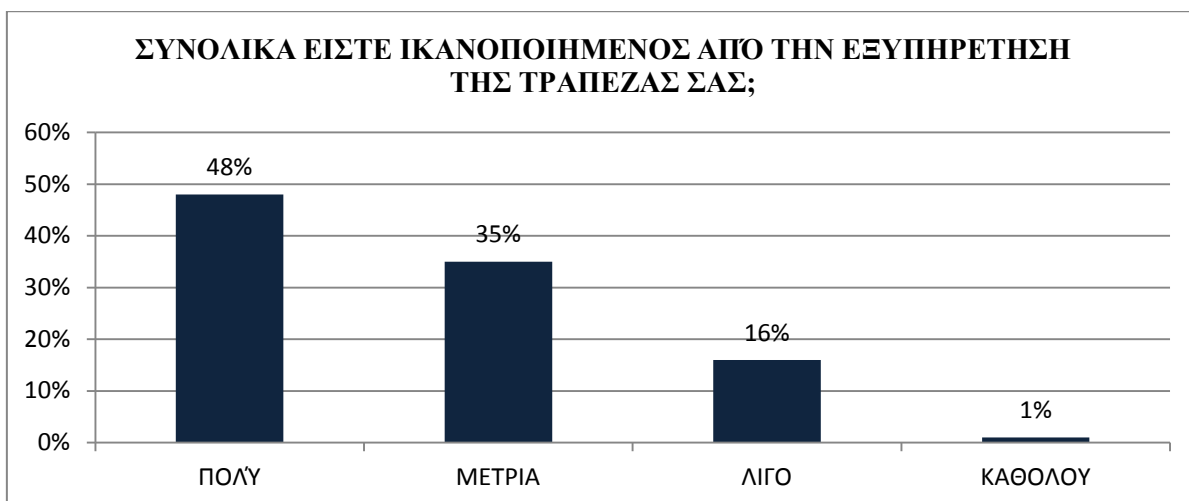
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.3.2.8:ΧΡΟΝΟΣ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ



ΠΙΝΑΚΑΣ Β.3.2.9: ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ή ΟΧΙ

ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΕΙΣΤΕ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΣΑΣ;	
	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)
ΠΟΛΥ	48%
ΜΕΤΡΙΑ	35%
ΛΙΓΟ	16%
ΚΑΘΟΛΟΥ	1%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.3.2.9: ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΣ ή ΟΧΙ



Πλέον οι υπάλληλοι των τραπεζών προσπαθούν να αναπτύξουν φιλικές σχέσεις με τους πελάτες ώστε να τους ενστερνιστούν καλύτερα και να καταλάβουν τυχόν ιδιαιτερότητες. Στην ερώτηση που είδαμε να φτάνει το ποσοστό 51% στην επιλογή 'μέτρια' και ίσως να χρειάζεται βελτίωση γιατί είναι σημαντικό κομμάτι για την εξυπηρέτηση είναι ο χρόνος εξυπηρέτησης. Τέλος, βάσει όλων των ερωτήσεων καταλαβαίνουμε ότι ο κόσμος είναι αρκετά ικανοποιημένος από την γενική εξυπηρέτηση και από την προσπάθεια των υπαλλήλων για αυτή.

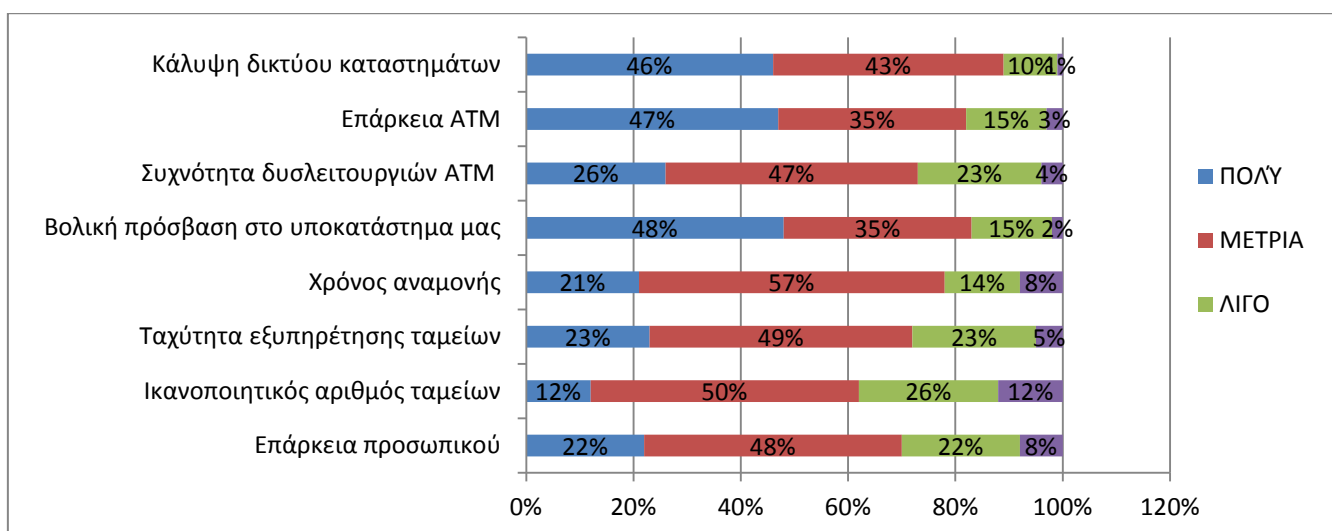
Β.3.3 ΔΙΚΤΥΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ

Σε αυτή την υποενότητα δούμε τις πληροφορίες που αντλήσαμε μέσα από τις απαντήσεις των πολιτών σχετικά με το δίκτυο καταστημάτων της τράπεζας.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.3.3.1: ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ ΓΙΑ ΤΑ ΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

	ΠΟΛΥ	ΜΕΤΡΙΑ	ΛΙΓΟ	ΚΑΘΟΛΟΥ
Κάλυψη δικτύου καταστημάτων	46%	43%	10%	1%
Επάρκεια ΑΤΜ	47%	35%	15%	3%
Συχνότητα δυσλειτουργιών ΑΤΜ	26%	47%	23%	4%
Βολική πρόσβαση στο υποκατάστημα μας	48%	35%	15%	2%
Χρόνος αναμονής	21%	57%	14%	8%
Ταχύτητα εξυπηρέτησης ταμείων	23%	49%	23%	5%
Ικανοποιητικός αριθμός ταμείων	12%	50%	26%	12%
Επάρκεια προσωπικού	22%	48%	22%	8%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.3.3.1: ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ ΓΙΑ ΤΑ ΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ



Παρατηρώντας, παραπάνω τον πίνακα και διάγραμμα συμπεραίνουμε ότι η κάλυψη του δικτύου καταστημάτων, η επάρκεια ΑΤΜ και η βολική πρόσβαση σε υποκαταστήματα είναι κοντά στο 50%, δηλαδή καλή. Από την άλλη πλευρά, η επάρκεια προσωπικού θεωρείται ως μέτρια και αυτό έχει ως αποτέλεσμα το χρόνο αναμονής των πελατών και την χαμηλότερη ταχύτητα εξυπηρέτησης των ταμείων.

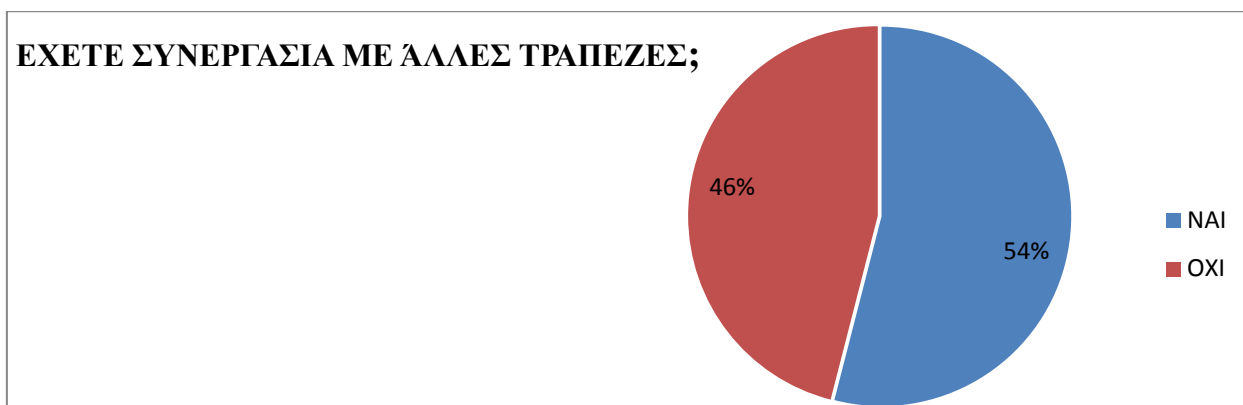
Κεφάλαιο 4^ο : Λοιπές πληροφορίες

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο θα δώσουμε κάποιες γενικές πληροφορίες για τις τράπεζες, που απαντήθηκαν από το καταναλωτικό κοινό στο σχετικό ερωτηματολόγιο.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.4.1: ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΠΑΝΩ ΑΠΟ ΜΙΑ ΤΡΑΠΕΖΑ

ΕΧΕΤΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΑΛΛΕΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ;		
	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ (%)	54%	46%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.4.1: ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΠΑΝΩ ΑΠΟ ΜΙΑ ΤΡΑΠΕΖΑ



Από ότι παρατηρούμε δεν είναι μεγάλη η διαφορά των ποσοστών μεταξύ αυτών που συνεργάζονται με άλλη τράπεζα με αυτών που δεν συνεργάζονται. Βέβαια οι περισσότεροι καταναλωτές απάντησαν ότι συνεργάζονται και με άλλες τράπεζες.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.4.2: ΑΠΟΔΟΣΕΙΣ ΕΠΙΤΟΚΙΩΝ

ΕΙΣΤΕ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΣ ΜΕ ΤΙΣ ΑΠΟΔΟΣΕΙΣ ΕΠΙΤΟΚΙΩΝ ΠΟΥ ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ Η ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΟΥ ΣΥΝΕΡΓΑΖΕΣΤΕ;		
	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)	69%	31%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.4.2: ΑΠΟΔΟΣΕΙΣ ΕΠΙΤΟΚΙΩΝ



Στο παραπάνω πίνακα βλέπουμε ότι γενικά υπάρχει η ικανοποίηση των πελατών ως προς τις αποδόσεις των επιτοκίων. Για τις τράπεζες είναι σημαντικό αυτό το κεφάλαιο διότι θέλουν να κρατήσουν τους πελάτες τους. Φυσικά υπάρχει και ένα ποσοστό 30% των ατόμων που δεν είναι ικανοποιημένη από αυτή την κατηγορία.

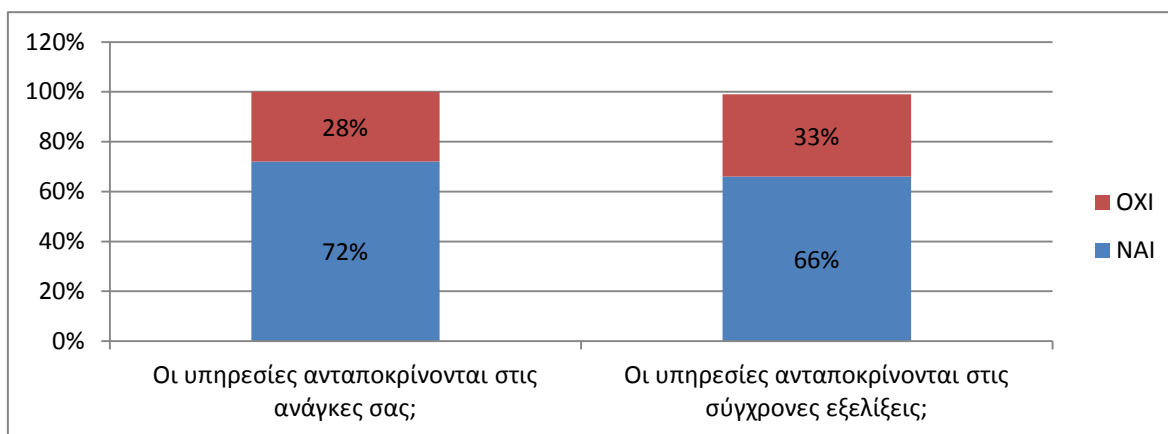
ΠΙΝΑΚΑΣ Β.4.3: ΟΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΝΟΝΤΑΙ ΣΤΙΣ ΑΝΑΓΚΕΣ ΣΑΣ

ΟΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΟΥ ΣΑΣ ΠΑΡΕΧΕΙ Η ΤΡΑΠΕΖΑ ΣΑΣ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΝΟΝΤΑΙ ΣΤΙΣ ΑΝΑΓΚΕΣ ΣΑΣ;		
	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)	72%	28%

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.4.4: ΟΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΝΟΝΤΑΙ ΣΤΙΣ ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ

ΟΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΟΥ ΣΑΣ ΠΑΡΕΧΕΙ Η ΤΡΑΠΕΖΑ ΣΑΣ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΝΟΝΤΑΙ ΣΤΙΣ ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ:		
	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)	66%	33%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.4.3



Οι τραπεζικές υπηρεσίες ικανοποιούν τους πελάτες της και ως προς τις ανάγκες τους αλλά και ως προς τις σύγχρονες εξελίξεις, υπάρχει και ένα μικρό ποσοστό που πρέπει να κερδίσει ακόμα ώστε να πετύχει το στόχο της.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.4.5: ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

ΥΠΑΡΧΕΙ ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΟΥ ΣΑΣ ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ Η ΤΡΑΠΕΖΑ;		
	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)	66%	34%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.4.4: ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ ΤΡΑΠΕΖΩΝ



Πλέον η προμήθεια στις τράπεζες υπάρχει σχεδόν σε όλες τις υπηρεσίες της. Γι αυτό και το ποσοστό είναι αρκετά μεγάλο στην θετική απάντηση. Το 33% που απάντησε ΟΧΙ λογικά θα χρησιμοποιεί αυτές τις ελάχιστες υπηρεσίες που δεν απαιτείται προμήθεια.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.4.6: ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ

ΣΑΣ ΕΝΗΜΕΡΩΝΕΙ Η ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΟΥ ΣΥΝΕΡΓΑΖΕΣΤΕ ΓΙΑ ΤΑ ΝΕΑ ΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΤΗΣ ΠΡΟΙΟΝΤΑ- ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ:		
	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)	73%	26%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.4.5: ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ



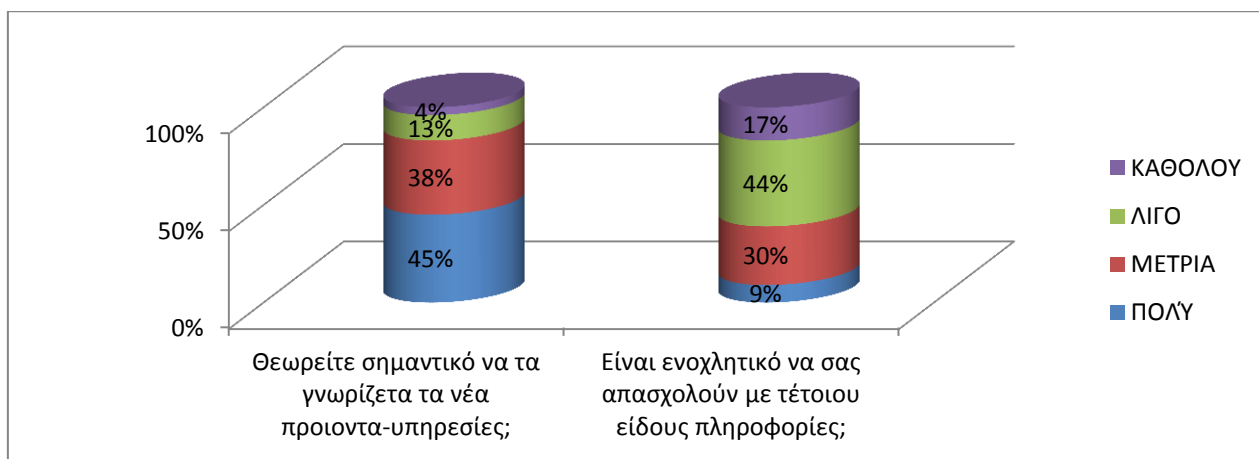
ΠΙΝΑΚΑΣ Β.4.7: ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ ΓΙΑ ΤΑ ΝΕΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ-ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

ΘΕΩΡΕΙΤΕ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ ΝΑ ΓΝΩΡΙΖΕΤΕ ΤΑ ΝΕΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ-ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ;	
	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)
ΠΟΛΥ	45%
ΜΕΤΡΙΑ	38%
ΛΙΓΟ	13%
ΚΑΘΟΛΟΥ	4%

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.4.8: ΜΗ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ ΓΙΑ ΝΕΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

ΣΑΣ ΕΝΟΧΛΕΙ ΠΟΥ ΣΑΣ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΝ ΜΕ ΤΕΤΟΙΟΥ ΕΙΔΟΥΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ;	
	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)
ΠΟΛΥ	9%
ΜΕΤΡΙΑ	30%
ΛΙΓΟ	44%
ΚΑΘΟΛΟΥ	17%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.4.6: ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ

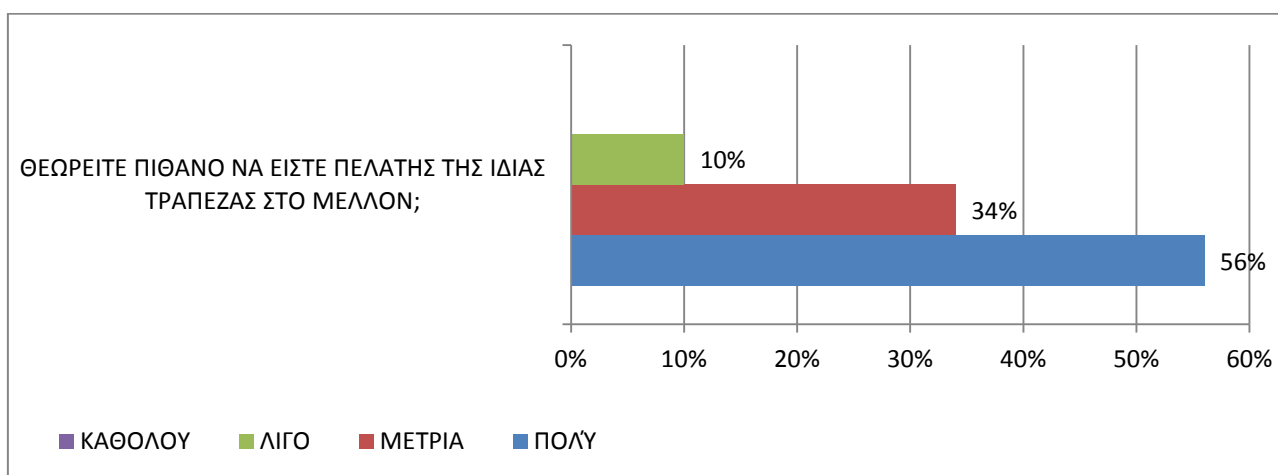


Στη σύγκριση που παραθέτουμε στο παραπάνω διάγραμμα είναι ξεκάθαρο ότι γενικά θεωρούν σημαντικό να γνωρίζουν τα νέα προϊόντα – υπηρεσίες με τις επιλογές ‘ΠΟΛΥ’ και ‘ΜΕΤΡΙΑ’ να είναι με τα μεγαλύτερα ποσοστά. Σε αντίθεση η επόμενη στήλη που δείχνει ότι δεν είναι ενοχλητικό να τους απασχολούν με αυτές τις πληροφορίες.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.4.9: ΠΙΘΑΝΟΤΗΤΑ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ

ΘΕΩΡΕΙΤΕ ΠΙΘΑΝΟ ΝΑ ΕΙΣΤΕ ΠΕΛΑΤΗΣ ΤΗΣ ΙΔΙΑΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΣΤΟ ΜΕΛΛΟΝ;	
	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)
ΠΟΛΥ	56%
ΜΕΤΡΙΑ	34%
ΛΙΓΟ	10%
ΚΑΘΟΛΟΥ	0%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.4.7: ΠΙΘΑΝΟΤΗΤΑ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ



Οι πελάτες της τράπεζας θεωρούν αρκετά πιθανό να συνεργάζονται και στο μέλλον με την ίδια τράπεζα. Οι συγκεκριμένοι άνθρωποι που απάντησαν το ερωτηματολόγιο φαίνεται να είναι αρκετά ικανοποιημένοι με την τράπεζα τους στις περισσότερες υπηρεσίες της.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.4.10: ΠΟΙΚΙΛΙΑ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

ΕΙΣΤΕ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΣ ΜΕ ΤΗΝ ΠΟΙΚΙΛΙΑ ΤΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΠΟΥ ΣΑΣ ΠΑΡΕΧΕΙ Η ΤΡΑΠΕΖΑ ΣΑΣ;	
	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)
ΠΟΛΥ	35%
ΜΕΤΡΙΑ	42%
ΛΙΓΟ	18%
ΚΑΘΟΛΟΥ	5%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.4.8: ΠΟΙΚΙΛΙΑ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

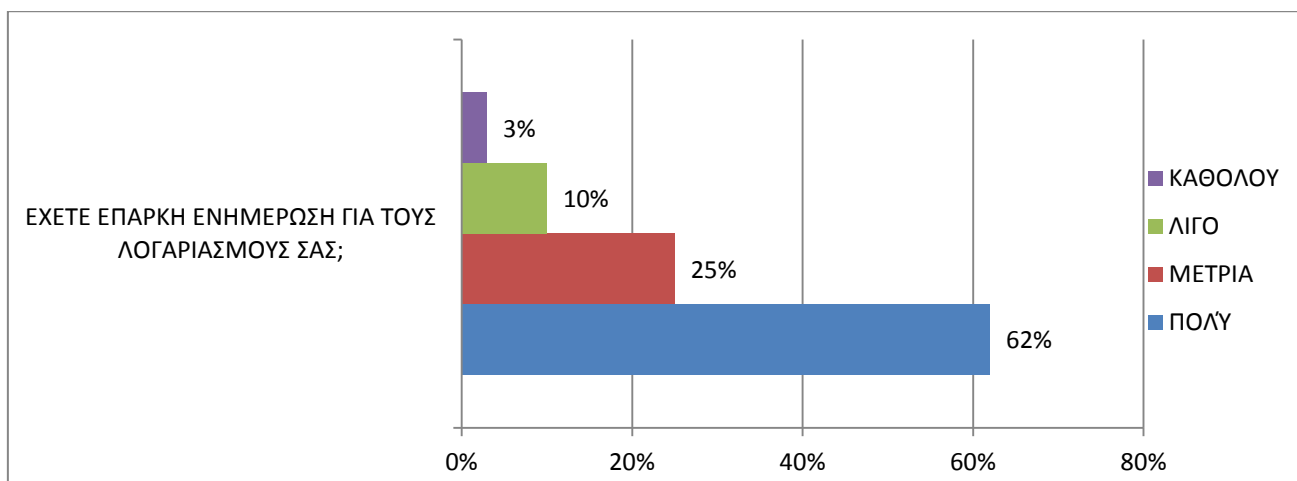


Οι καταναλωτές δείχνουν αρκετά ικανοποιημένοι με την ποικιλία των προϊόντων – υπηρεσιών που υπάρχουν όμως υπάρχουν και περιθώρια που πρέπει να βελτιωθούν για να αυξηθεί το ποσοστό από ‘ΜΕΤΡΙΟ’ να γίνει ‘ΠΟΛΥ’.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.4.11: ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΩΝ

ΕΧΕΤΕ ΕΠΑΡΚΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥΣ ΣΑΣ;	
	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)
ΠΟΛΥ	62%
ΜΕΤΡΙΑ	25%
ΛΙΓΟ	10%
ΚΑΘΟΛΟΥ	3%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.4.9: ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΩΝ

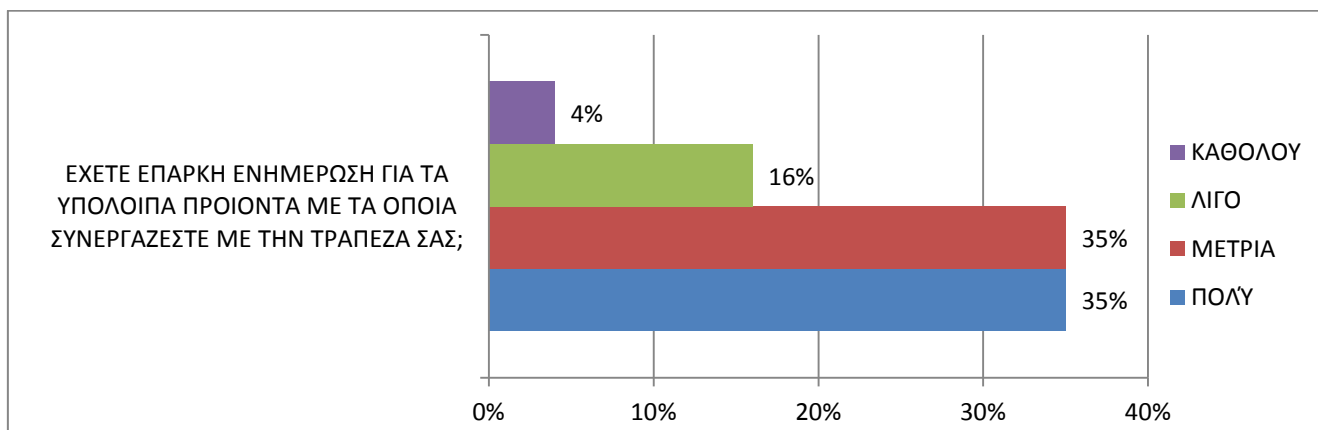


Παρατηρούμε ότι οι πελάτες απάντησαν ότι έχουν επαρκή ενημέρωση για τους λογαριασμούς τους με τη βοήθεια του προσωπικού της τράπεζας αλλά και των ειδικών μηχανημάτων των τραπεζών οι καταναλωτές μπορούν να ενημερώνονται ανά πάσα στιγμή.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.4.12: ΕΠΑΡΚΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΑ ΥΠΟΛΟΙΠΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ

ΕΧΕΤΕ ΕΠΑΡΚΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΑ ΥΠΟΛΟΙΠΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΜΕ ΤΑ ΟΠΟΙΑ ΣΥΝΕΡΓΑΖΕΣΤΕ ΜΕ ΤΗΝ ΤΡΑΠΕΖΑ ΣΑΣ;	
	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)
ΠΟΛΥ	35%
ΜΕΤΡΙΑ	35%
ΛΙΓΟ	16%
ΚΑΘΟΛΟΥ	4%

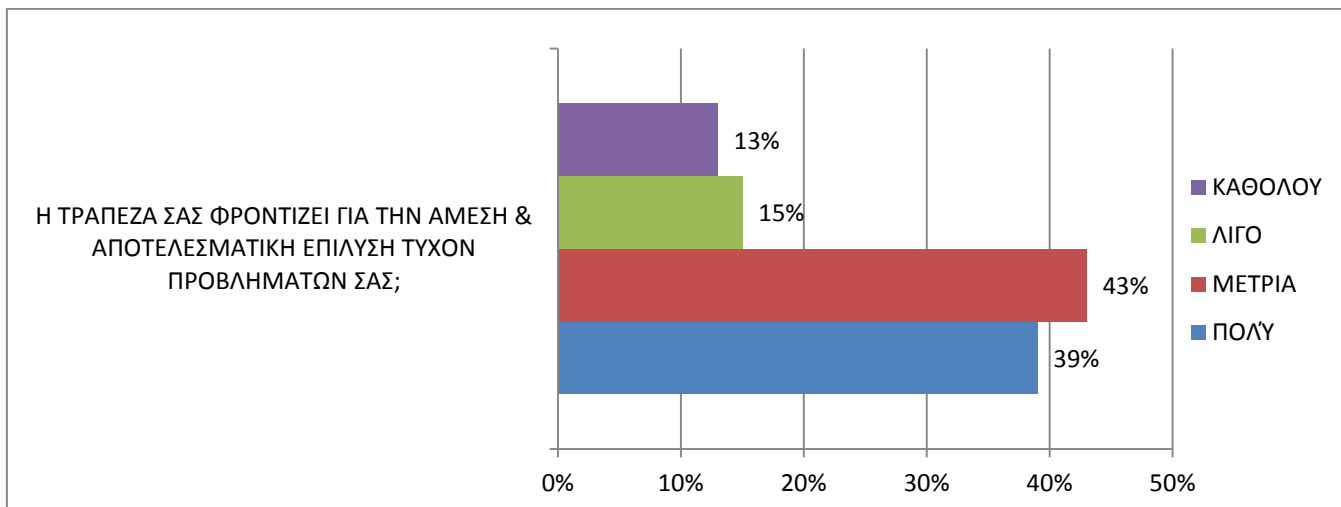
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.4.10: ΕΠΑΡΚΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΑ ΥΠΟΛΟΙΠΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ



ΠΙΝΑΚΑΣ Β.4.13: ΕΠΙΛΥΣΗ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ

Η ΤΡΑΠΕΖΑ ΣΑΣ ΦΡΟΝΤΙΖΕΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΜΕΣΗ & ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ ΕΠΙΛΥΣΗ ΤΥΧΟΝ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ ΣΑΣ;	
	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)
ΠΟΛΥ	39%
ΜΕΤΡΙΑ	43%
ΛΙΓΟ	15%
ΚΑΘΟΛΟΥ	13%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.4.11: ΕΠΙΛΥΣΗ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ

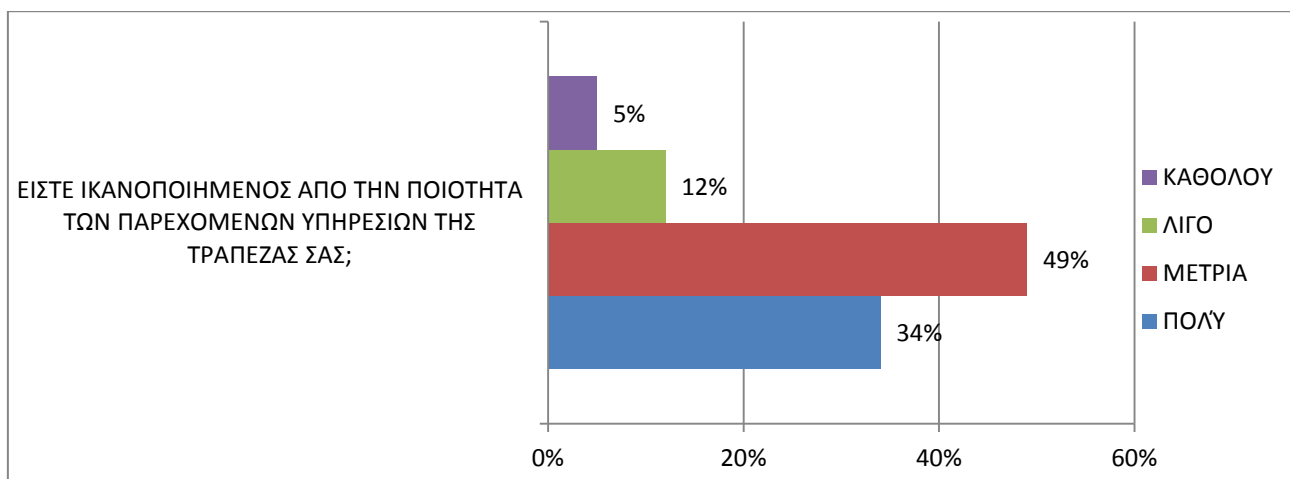


Τα αποτελέσματα από την παραπάνω ερώτηση είναι σχετικά ενθαρρυντικά και δείχνουν ότι η τράπεζα νοιάζεται για τα προβλήματα των πελατών της, ίσως θα μπορούσε να δίνει λίγο ακόμα σημασία φροντίζοντας την γρήγορη επίλυση τους.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.4.14: ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ&ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

ΕΙΣΤΕ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΣΑΣ;	
	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)
ΠΟΛΥ	34%
ΜΕΤΡΙΑ	49%
ΛΙΓΟ	12%
ΚΑΘΟΛΟΥ	5%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.4.12: ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ&ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ



Μέσα στο περιβάλλον που βρισκόμαστε όλοι μας, φαίνεται πως οι τράπεζες μέσω των υπηρεσιών που έχουν ικανοποιούν πολύ προς μέτρια το κοινό τους. Με το ποσοστό των καθόλου ικανοποιημένων πελατών να φτάνει μόνο στο 5%.

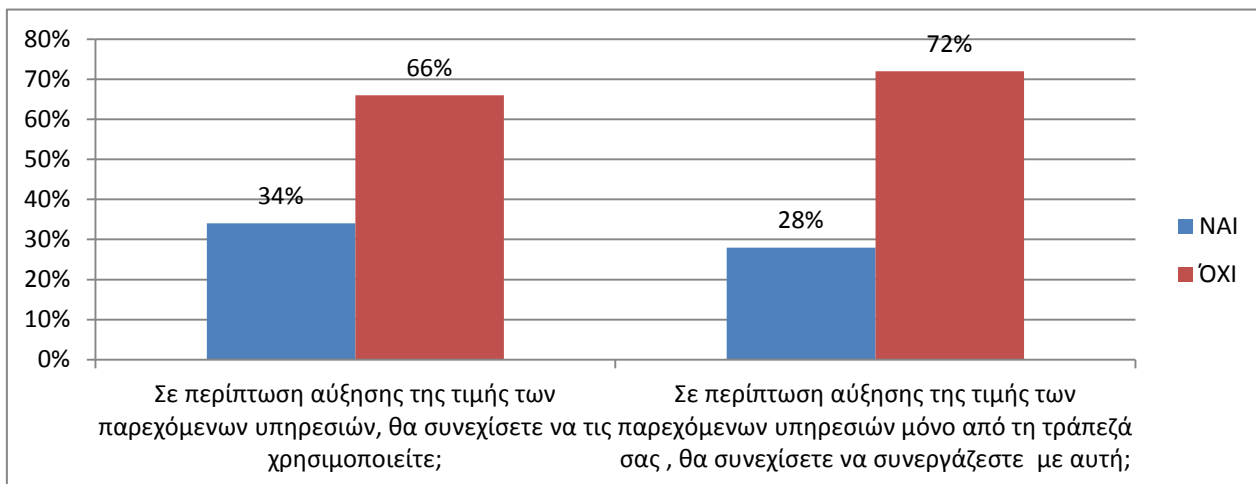
ΠΙΝΑΚΑΣ Β.4.15: ΑΥΞΗΣΗ ΤΗΣ ΤΙΜΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΑΥΞΗΣΗΣ ΤΗΣ ΤΙΜΗΣ ΤΩΝ ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ, ΘΑ ΣΥΝΕΧΙΣΕΤΕ ΝΑ ΤΙΣ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΕ;		
	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)	34%	66%

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.4.16: ΑΥΞΗΣΗ ΤΙΜΗΣ ΜΟΝΟ ΑΠΟ ΤΗΝ ΤΡΑΠΕΖΑ

ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΑΥΞΗΣΗΣ ΤΗΣ ΤΙΜΗΣ ΤΩΝ ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΜΟΝΟ ΑΠΟ ΤΗΝ ΤΡΑΠΕΖΑ ΣΑΣ, ΘΑ ΣΥΝΕΧΙΣΕΤΕ ΝΑ ΣΥΝΕΡΓΑΖΕΣΤΕ ΜΕ ΑΥΤΗ;		
	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)	28%	72%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.4.13



Με βάση τη σύγκριση που βγαίνει από το διάγραμμα υπάρχει μεγάλο ποσοστό που απάντησε θετικά και στις δύο ερωτήσεις, δηλαδή σε περίπτωση αύξησης της τιμής των υπηρεσιών θα σταματούσαν να τις χρησιμοποιούν αλλά ακόμα θα σταματούσαν την συνεργασία και με τη τράπεζα.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.4.17: ΑΠΟΤΑΜΙΕΥΣΗ

ΤΑ ΠΛΕΟΝΑΖΟΝΤΑ ΧΡΗΜΑΤΑ ΣΑΣ ΤΑ ΑΠΟΤΑΜΙΕΥΕΤΕ ΣΤΗΝ ΤΡΑΠΕΖΑ;		
	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ (%)	85%	15%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.4.14: ΑΠΟΤΑΜΙΕΥΣΗ



Από τα στοιχεία που συγκεντρώσαμε στο παραπάνω διάγραμμα φαίνεται ότι οι καταναλωτές νιώθουν ασφάλεια να αποταμιεύσουν τα χρήματά τους στην τράπεζα από να τα έχουν στο σπίτι σε οποιοδήποτε σημείο.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.4.18: ΟΓΚΟΣ ΚΑΤΑΘΕΣΕΩΝ

ΠΡΙΝ ΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ Ο ΟΓΚΟΣ ΤΩΝ ΚΑΤΑΘΕΣΕΩΝ ΣΑΣ ΗΤΑΝ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΟΣ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΣΗΜΕΡΑ;		
	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)	75%	25%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.4.15: ΟΓΚΟΣ ΚΑΤΑΘΕΣΕΩΝ

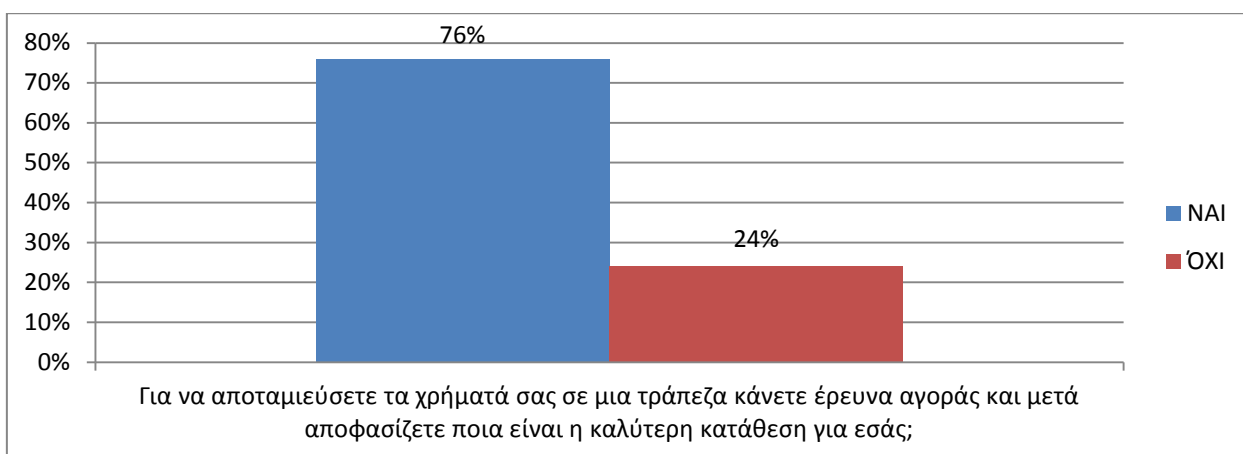


Η συγκεκριμένη ερώτηση είναι λίγο αναμενόμενη για την απάντησή της. Περισσότεροι είναι αυτοί που ο όγκος των καταθέσεων τους ήταν μεγαλύτερος πριν την οικονομική κρίση. Την περίοδο της οικονομικής κρίσης η ανεργία και οι φόροι αυξήθηκαν, άρα είναι απολύτως τα αποτελέσματα είναι απολύτως λογικά.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.4.19 : ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΓΙΑ ΑΠΟΤΑΜΙΕΥΣΗ

ΓΙΑ ΝΑ ΑΠΟΤΑΜΙΕΥΣΕΤΕ ΤΑ ΧΡΗΜΑΤΑ ΣΑΣ ΣΕ ΜΙΑ ΤΡΑΠΕΖΑ ΚΑΝΕΤΕ ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΜΕΤΑ ΑΠΟΦΑΣΙΖΕΤΕ ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ Η ΚΑΛΥΤΕΡΗ ΚΑΤΑΘΕΣΗ ΓΙΑ ΕΣΑΣ;		
	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)	76%	24%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.4.16: ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΓΙΑ ΑΠΟΤΑΜΙΕΥΣΗ

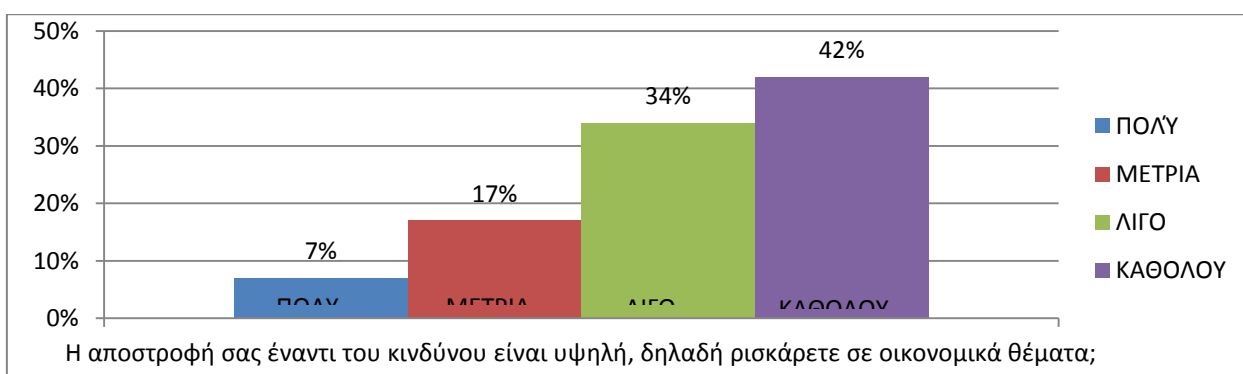


Το 76% των καταναλωτών απάντησαν ότι για να κάνουν αποταμίευση τα χρήματά τους στην τράπεζα, πρώτα κάνουν έρευνα αγοράς για το ποια κατάθεση τους συμφέρει καλύτερα ώστε να επενδύσουν τα χρήματά τους.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.4.20: ΑΠΟΣΤΡΟΦΗ ΕΝΑΝΤΙ ΤΟΥ ΚΙΝΔΥΝΟΥ

Η ΑΠΟΣΤΡΟΦΗ ΣΑΣ ΕΝΑΝΤΙ ΤΟΥ ΚΙΝΔΥΝΟΥ ΕΙΝΑΙ ΥΨΗΛΗ, ΔΗΛΑΔΗ ΡΙΣΚΑΡΕΤΕ ΓΕΝΙΚΑ ΣΕ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ;				
	ΠΟΛΥ	ΜΕΤΡΙΑ	ΛΙΓΟ	ΚΑΘΟΛΟΥ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)	7%	17%	34%	42%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.4.17: ΑΠΟΣΤΡΟΦΗ ΕΝΑΝΤΙ ΤΟΥ ΚΙΝΔΥΝΟΥ



Οι περισσότεροι είναι επιφυλακτικοί έναντι του κινδύνου, βλέποντας και τον πίνακα και το διάγραμμα παραπάνω, είναι λογικό διότι το να παίρνεις ρίσκο είναι δύσκολη υπόθεση.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.4.21: ΠΡΟΝΟΜΙΑ ΚΑΤΑΘΕΣΕΩΝ

Η ΤΡΑΠΕΖΑ ΣΑΣ ΠΑΡΕΧΕΙ ΚΑΠΟΙΟ ΙΔΙΑΙΤΕΡΟ ΠΡΟΝΟΜΙΟ ΣΤΙΣ ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ;		
	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)	35%	65%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.4.18: ΠΡΟΝΟΜΙΑ ΚΑΤΑΘΕΣΕΩΝ



Από ότι φαίνεται δεν υπάρχει κάποιο ιδιαίτερο προνόμιο στις καταθέσεις των καταναλωτών αφού το 65% απάντησε αρνητικά σε αυτή την ερώτηση.

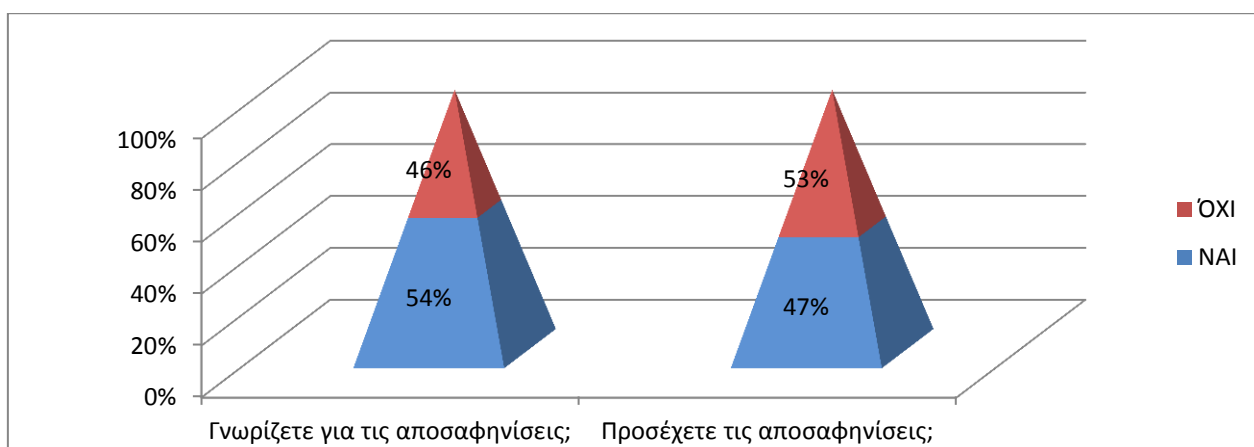
ΠΙΝΑΚΑΣ Β.4.22: ΓΝΩΡΙΖΕΤΕ ΓΙΑ ΤΙΣ ΑΠΟΣΑΦΗΝΙΣΕΙΣ

ΓΝΩΡΙΖΕΤΕ ΓΙΑ ΤΙΣ ΑΠΟΣΑΦΗΝΙΣΕΙΣ; (ΤΑ «ΨΙΛΑ ΓΡΑΜΜΑΤΑ»)		
	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)	54%	46%

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.4.23: ΠΡΟΣΕΧΕΤΕ ΤΙΣ ΑΠΟΣΑΦΗΝΙΣΕΙΣ

ΠΡΟΣΕΧΕΤΕ ΤΙΣ ΑΠΟΣΑΦΗΝΙΣΕΙΣ; (ΤΑ « ΨΙΛΑ ΓΡΑΜΜΑΤΑ»)		
	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ (%)	47%	53%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.4.19: ΑΠΟΣΑΦΗΝΙΣΕΙΣ



Οι περισσότεροι από τους πελάτες όχι μόνο δεν γνωρίζουν τις αποσαφηνίσεις αλλά και όταν υπάρχουν σε έγγραφα δεν τις προσέχουν, αυτό δεν είναι ιδιαίτερα τιμητικό προς τις τράπεζες αλλά και προς τους ίδιους διότι αυτά τα λεγόμενα «ψιλά γράμματα» μπορεί να γράφουν κάτι σημαντικό που θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί αργότερα αν κάτι δεν πάει καλά με την συνεργασία μεταξύ τους.

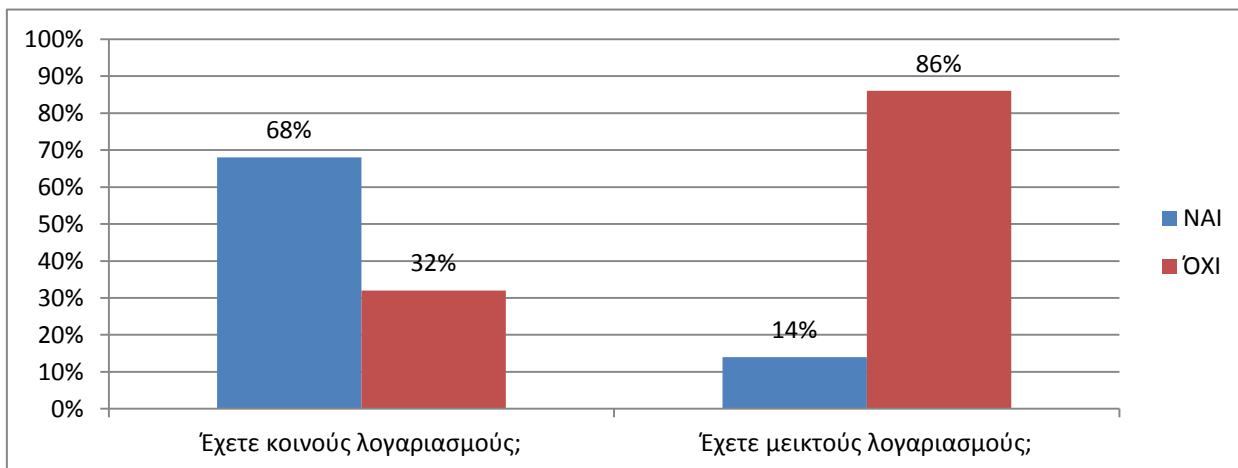
ΠΙΝΑΚΑΣ Β.4.24. : ΚΟΙΝΟΙ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ

ΕΧΕΤΕ ΚΟΙΝΟΥΣ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥΣ;		
	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)	68%	32%

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.4.25: ΜΕΙΚΤΟΙ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ

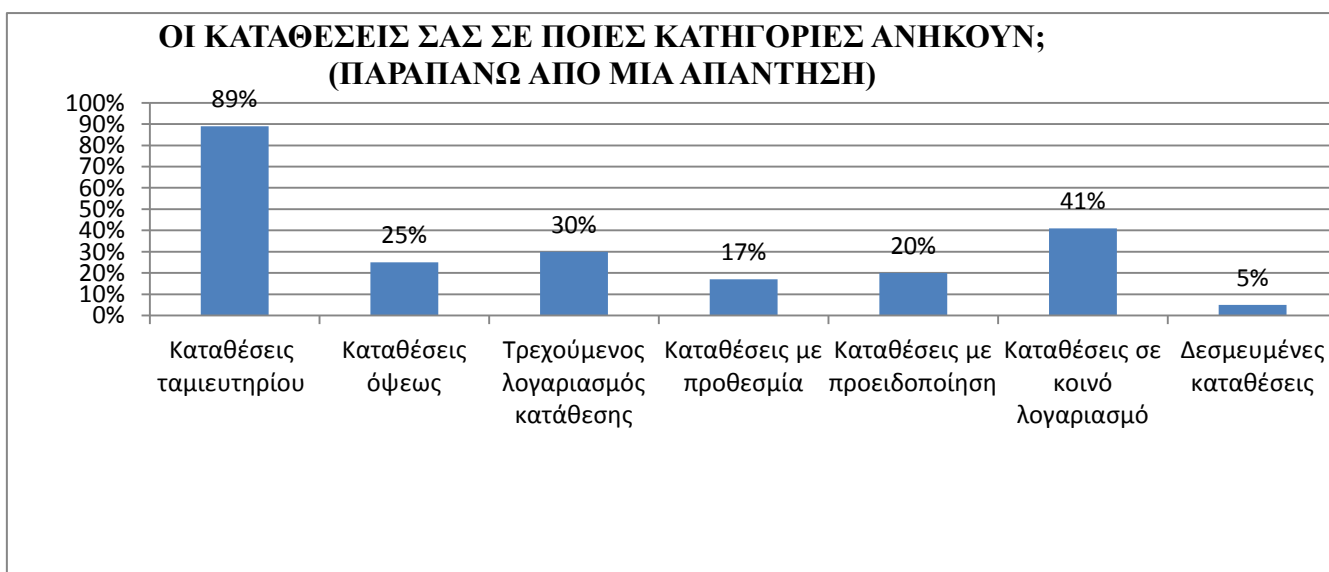
ΕΧΕΤΕ ΜΕΙΚΤΟΥΣ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥΣ;		
	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)	14%	86%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.4.20: ΚΟΙΝΟΙ & ΜΕΙΚΤΟΙ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ



Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι οι περισσότεροι έχουν λογαριασμούς κοινούς με κάποιο άλλο πρόσωπο. Αυτό γίνεται για ευκολία των δικαιούχων π.χ. για κοινό λογαριασμό με το ανήλικο παιδί τους ή ακόμα και το ενδεχόμενο μήπως συμβεί κάποιο δυσάρεστο γεγονός σε κάποιον από τους δικαιούχους. Σε αντίθεση έρχονται οι μεικτοί λογαριασμοί που μεγάλο ποσοστό (86%) δεν έχει τη συγκεκριμένη κατηγορία λογαριασμών.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.4.21: ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΚΑΤΑΘΕΣΕΩΝ

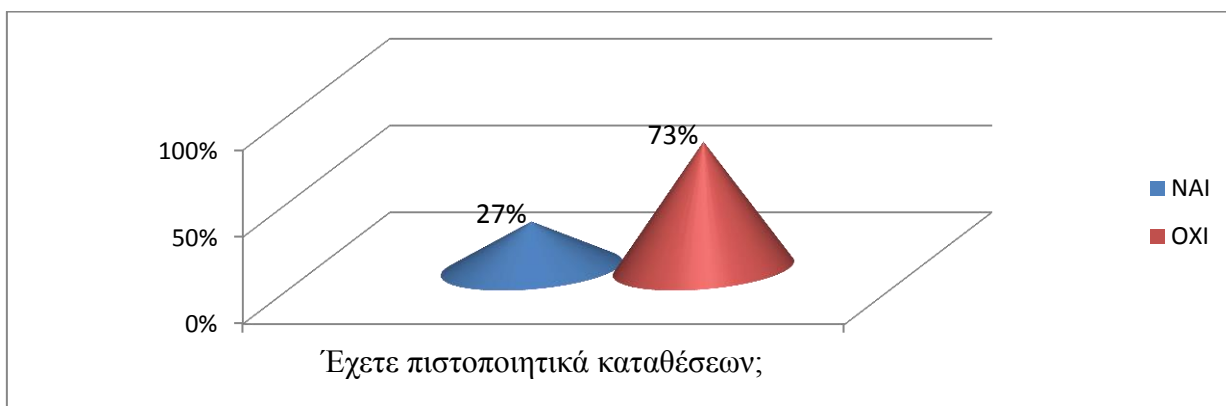


Στην παραπάνω ερώτηση οι καταναλωτές είχαν την επιλογή παραπάνω από μία απαντήσεων και αυτό γιατί υπάρχουν άνθρωποι που αποταμιεύουν λεφτά σε παραπάνω από μια κατηγορία. Παρόλο αυτά, η κατηγορία με τις περισσότερες απαντήσεις ήταν οι καταθέσεις ταμειυτηρίου που είναι και πιο γνωστές και εύκολες να τις δημιουργήσει κάποιος.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.4.26: ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΑ ΚΑΤΑΘΕΣΕΩΝ

ΕΧΕΤΕ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΑ ΚΑΤΑΘΕΣΕΩΝ;		
	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)	27%	73%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.4.22: ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΑ ΚΑΤΑΘΕΣΕΩΝ

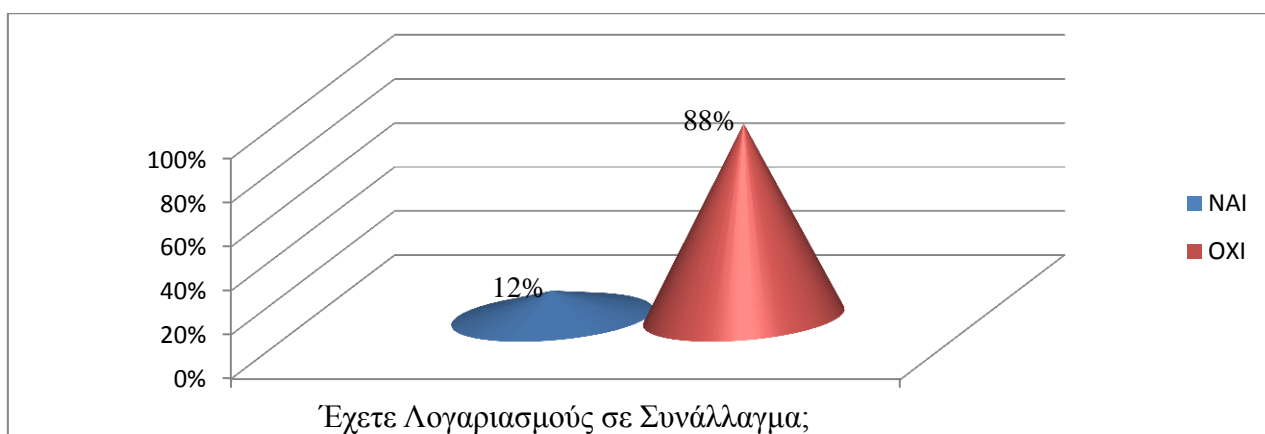


Στην ερώτηση αν οι πελάτες έχουν πιστοποιητικά καταθέσεων η απάντηση από την πλειοψηφία είναι πως δεν έχουν. Αυτή την κατηγορία την χρησιμοποιούσαν πιο παλιά που είχαν μειωθεί τα επιτόκια και δεν συνέφερε τις επιχειρήσεις να έχουν καταθέσεις όψεως και έτσι οι τράπεζες για να μην μειώσουν οι πελάτες τις καταθέσεις έδιναν πιστοποιητικά καταθέσεων και κάποιο τόκο.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.4.27: ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΣΕ ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑ

ΕΧΕΤΕ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥΣ ΣΕ ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑ;		
	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)	12%	88%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.4.23 : ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΣΕ ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑ



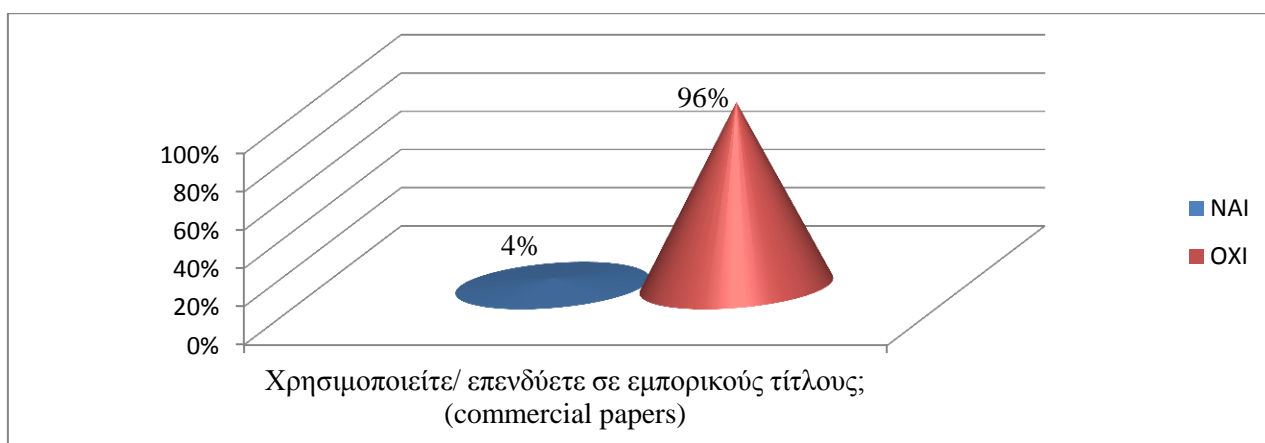
Οι καταναλωτές από ότι συμπεραίνουμε από τις απαντήσεις στην ερώτηση αν έχουν λογαριασμούς σε συναλλάγμα φοβούνται στην έκδοση των λογαριασμών αυτών και έχουν απαντήσει αρνητικά.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.4.28: ΕΜΠΟΡΙΚΟΙ ΤΙΤΛΟΙ

ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΕ/ ΕΠΕΝΔΥΕΤΕ ΣΕ ΕΜΠΟΡΙΚΟΥΣ ΤΙΤΛΟΥΣ; (COMMERCIAL PAPERS)

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)	4%	96%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.4.24: ΕΜΠΟΡΙΚΟΙ ΤΙΤΛΟΙ

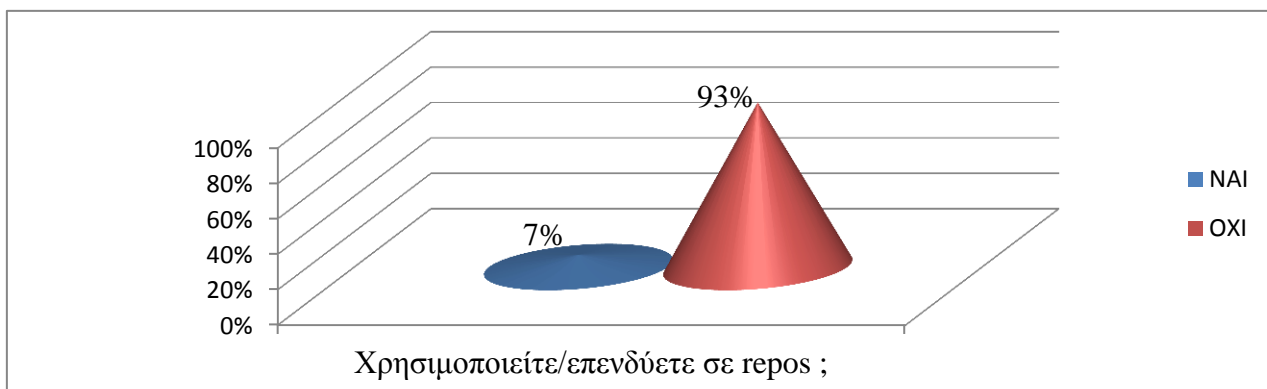


Επίσης, στην παραπάνω ερώτηση η γενική απάντηση είναι αρνητική αφού το 96% των καταναλωτών δεν χρησιμοποιεί/επενδύει σε εμπορικούς τίτλους,

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.4.29: REPOS

ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΕ/ ΕΠΕΝΔΥΕΤΕ ΣΕ REPOS;		
	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)	7%	93%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.4.25: REPOS

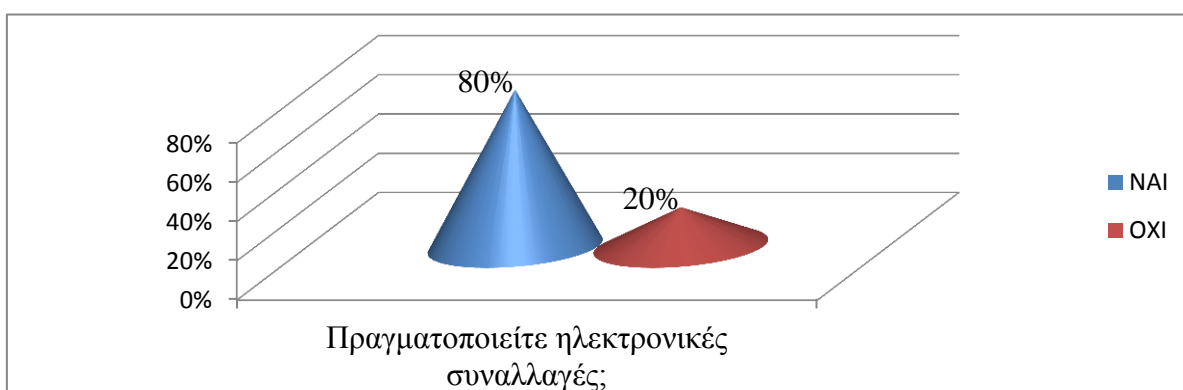


Πολύ μικρό είναι το θετικό ποσοστό στην παραπάνω ερώτηση μόνο 7% σε αντίθεση με το αρνητικό που είναι 93%.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.4.30: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ

ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΕΙΤΕ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ;		
	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)	80%	20%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.4.26 : ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ

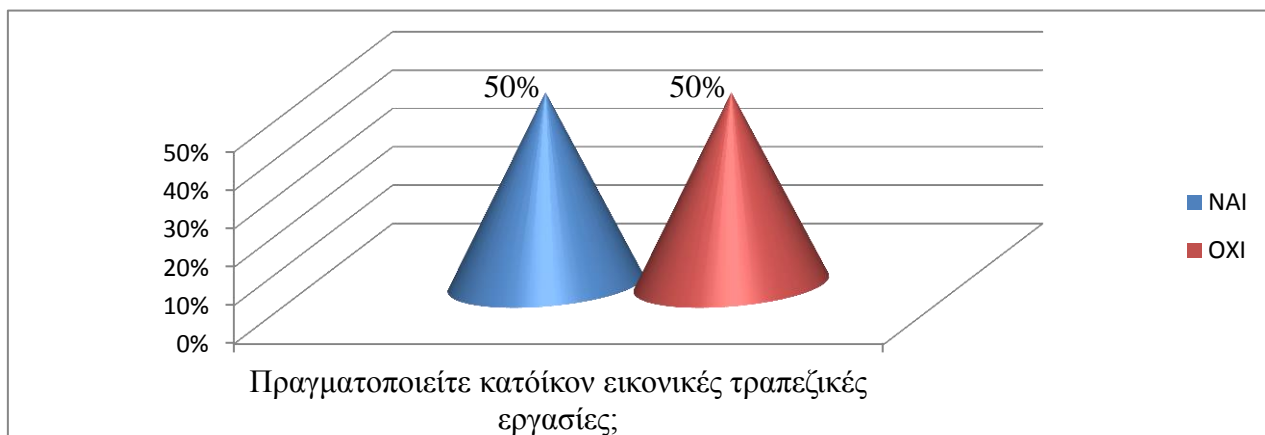


Δικαιολογημένα σε αυτή την ερώτηση το 80% των ερωτηθέντων απάντησε θετικά, αφού οι ηλεκτρονικές συναλλαγές έχουν διευκολύνει τις ζωές των ανθρώπων μέσα σε μία εποχή που όλα τρέχουν γρήγορα.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.4.31: ΚΑΤ'ΟΙΚΟΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ

ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΕΙΤΕ ΚΑΤ' ΟΙΚΟΝ ΕΙΚΟΝΙΚΕΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ;		
	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)	50%	50%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.4.27: ΚΑΤ' ΟΙΚΟΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ

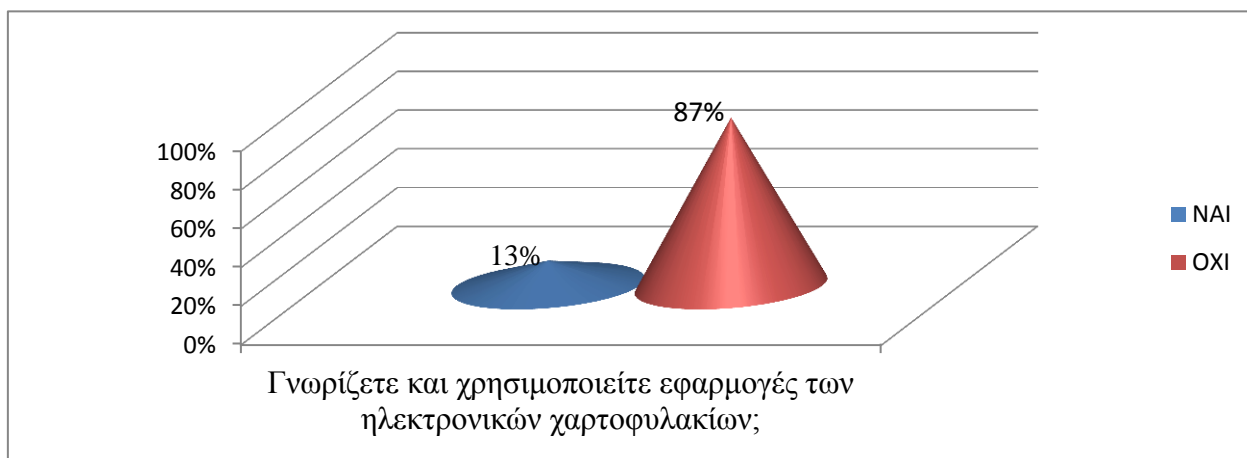


Στο παραπάνω διάγραμμα βρισκόμαστε κάπου στη μέση αφού τα ποσοστά είναι 50%-50%, οι μισοί χρησιμοποιούν κατ'οίκον τραπεζικές εργασίες αφού πλέον είναι εύκολες και χωρίς να πας στην τράπεζα ενώ οι μισοί ακόμα δυσκολεύονται.

ΠΙΝΑΚΑΣ Β.4.32 : ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΧΑΡΤΟΦΥΛΑΚΙΑ

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ(%)	13%	87%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β.4.28 : ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΧΑΡΤΟΦΥΛΑΚΙΑ



Μία εφαρμογή που ακόμα οι καταναλωτές διστάζουν να χρησιμοποιήσουν είναι τα ηλεκτρονικά χαρτοφυλάκια διότι δεν τα γνωρίζουν ακόμα καλά.

Συμπεράσματα ερωτηματολογίου

Μέσα από τα ερωτηματολόγια που συγκεντρώσαμε, αντλήσαμε κάποιες σημαντικές πληροφορίες που καταλήγουν στα συμπεράσματα που θα αναφέρουμε παρακάτω. Ένα σημαντικό ποσοστό από τους ανθρώπους που απάντησαν στις ερωτήσεις έχει πάρει δάνειο αλλά αυτό συνέβη πριν την οικονομική κρίση. Επιπλέον επιφυλακτική στη λήψη ενός δανείου είναι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων, διότι υπάρχει ανασφάλεια στην οικονομία της χώρας. Τα δάνεια συμβαδίζουν με τις σύγχρονες εξελίξεις και είναι λογικό οι τράπεζες να εξελίσσουν τα δάνεια ώστε να προσαρμοστούν σε όσο το δυνατόν περισσότερες ιδιαιτερότητες του κάθε ανθρώπου.

Πολύ σημαντικό για το καταναλωτικό κοινό ήταν και η χρήση καρτών όπου ο κόσμος έχει αρχίσει να εξοικειώνεται με αυτές και να δέχεται τα θετικά τους, όπως την εξυπηρέτησή τους μέσω των ΑΤΜ των τραπεζών, έτσι δεν περιμένει στις ουρές για την πραγματοποίηση πληρωμών και αναλήψεων.

Επίσης, ένα άλλο σημαντικό πλεονέκτημα των πελατών πλέον, είναι το e-banking, το οποίο χρησιμοποιείται πολύ και για διαφορετικούς λόγους, τους οποίους οι πελάτες μας ανέδειξαν.

Το σημαντικότερο όλων για μία τράπεζα είναι η σχέση των πελατών με το προσωπικό, η οποία φαίνεται σε γενικές γραμμές να είναι άριστη. Οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να απαντήσουν για τις γνώσεις και την εξυπηρέτηση του προσωπικού, οι οποίες ήταν αρκετά καλές, παρόλο αυτά δεν ήταν τόσο ικανοποιημένοι στην στελέχωση της τράπεζας και συνεπώς της γενικής εξυπηρέτησης των καταστημάτων. Αυτή η μη ικανοποίηση οφείλεται στο ότι οι τράπεζες μειώνουν το προσωπικό τους, ώστε σταδιακά να χρησιμοποιούνται μόνο μηχανήματα. Επιπρόσθετα, παρατηρήθηκε ότι η ενημέρωση των προϊόντων γίνεται περισσότερο μέσω του διαδικτύου.

Το μεγαλύτερο ποσοστό του κοινού δεν είναι έτοιμο να ρισκάρει σε οικονομικά θέματα, έχοντας το φόβο ότι μέσα σε αυτό το δύσκολο οικονομικό περιβάλλον μπορεί να σταθεί άτυχος.

Τέλος, οι πελάτες μας έδειξαν την ευχαρίστησή τους σχετικά με τα επιτόκια, τις αποδόσεις, με την ποικιλία των προϊόντων και υπηρεσιών αλλά και με την επίλυση προβλημάτων που μπορεί να έχουν.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Αλεξιάκης & Ξανθάκης (2008): Συμπεριφορική Χρηματοοικονομική, Εκδ: Σταμούλη Α.Ε.
2. Κωνσταντίνος Συριόπουλος: Διεθνείς Κεφαλαιαγορές- Τόμος Ι – Θεωρία & Ανάλυση, Εκδ: Ανικουλα
3. Σπύρος Σπύρου (2009): Εισαγωγή στην Συμπεριφορική Χρηματοοικονομική – κεφαλαιαγορές & επενδυτική ψυχολογία, Εκδ: Μπενου
4. Νικόλαος Φιλιππας (2005): Επενδύσεις, Εκδ: Λογοσοφία
5. Γκίκας Γρηγόριος& Αλίνα Χύζ (2017): Χρήμα και Χρηματοπιστωτικό Σύστημα, Εκδ: Broken
6. Κιόχος Πέτρος, Σωτηρόπουλος Ιωάννης, Παπανικολάου Γεώργιος (2018) : Αγορά Χρήματος κεφαλαίου και διαχείριση χαρτοφυλακίου χρεογράφων, Εκδ: Ελένη Κιόχου
7. Ιωάννης Λεβεντάκης: Διεθνής Μακροοικονομική & Χρηματοοικονομική, Έκδ: Αθ.Σταμούλης
8. Κιόχος Πέτρος (2011): Χρήμα - Πίστη - Τράπεζες , Εκδ: Ελένη Κιόχου
9. Σταύρος Θωμαδάκης, Μανώλης Ξανθάκης (2006): Αγορές Χρήματος και Κεφαλαίου : Τραπεζική Επιστήμη – Θεωρία και πράξη, Εκδ: Σταμούλη Α.Ε.
10. Αθανάσιος Νούλας (2015): Χρήμα και Τράπεζες, Εκδ: Ανικουλα
11. Francis G. Jay , Siegel Susan (2003): Βασικές Αρχές Τραπεζικής, Εκδ: Παρατηρητής

ΠΗΓΕΣ ΔΙΑΔΥΚΤΙΟΥ

1. el.wikipedia.org. (n.d.). Ανάκτηση από
<https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9A%CE%B1%CF%84%CE%B1%CE%B8%CE%AD%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82>
2. euretirio.com. (n.d.). Ανάκτηση από <https://www.euretirio.com>
3. eurobank.gr. (n.d.). Ανάκτηση από <https://www.eurobank.gr/el/retail/proionta-upiresies/upiresies/pliromes-sunallages/pagies/pagies-entoles>
4. lecturebureau. (n.d.). Ανάκτηση 9 2019, από behavioral-finance-part-a:
<https://www.lecturesbureau.gr/1/behavioral-finance-part-a/>
5. lecturesbureau. (n.d.). Ανάκτηση 9 2019, από behavioral-finance-part-b:
<https://www.lecturesbureau.gr/1/behavioral-finance-part-b/>
6. lecturesbureau. (n.d.). Ανάκτηση 9 2019, από behavioral-finance-part-c:
<https://www.lecturesbureau.gr/1/behavioral-finance-part-c/>
7. moneypedia.gr. (n.d.). Ανάκτηση από
<http://www.moneypedia.gr/%CF%87%CF%81%CE%B7%CE%BC%CE%B1-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CE%BD%CE%B5%CE%BF%CE%B9/%CF%87%CF%81%CE%B7%CE%BC%CE%B1-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CE%BD%CE%B5%CE%BF%CE%B9/%CE%B1%CE%BD-%CE%B5%CF%80%CE%B9%CE%BB%CE%B5%CE%BE%CF%89-%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%B>
8. repository.kallipos.gr. (n.d.). Ανάκτηση από
https://repository.kallipos.gr/bitstream/11419/4366/1/02_Chapter_1.pdf
9. repository.kallipos.gr. (n.d.). Ανάκτηση από
https://repository.kallipos.gr/bitstream/11419/5068/1/02_chapter_3.pdf
10. svistra.wordpress.com. (n.d.). Ανάκτηση από
<https://svistra.wordpress.com/2010/08/16/forfaiting-%CF%80%CF%81%CE%BF%CE%B5%CE%BE%CE%BF%CF%86%CE%BB%CE%B7%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE->

%CF%87%CF%81%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%BF%CE%B4%
CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%83%CE%B7/

11. [www.news247.gr](https://www.news247.gr/autokinito/leasing-kai-gia-idiotes-otan-i-chrisi-symferei-pio-poly-apo-tin-idioktisia.6433199.html). (n.d.). Ανάκτηση από <https://www.news247.gr/autokinito/leasing-kai-gia-idiotes-otan-i-chrisi-symferei-pio-poly-apo-tin-idioktisia.6433199.html>
12. www.greekshares.com. (n.d.). Ανάκτηση 9 2019, από <https://www.greekshares.com/>
13. [www.nbg.gr](https://www.nbg.gr/el/i-bank/retail/internet-banking). (n.d.). Ανάκτηση από <https://www.nbg.gr/el/i-bank/retail/internet-banking>



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ

ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ

**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗΣ
ΕΡΓΑΣΙΑΣ**

ΛΙΑΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ: ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ

Το ερωτηματολόγιο αυτό είναι ακαδημαϊκό-ερευνητικό, αφορά τις τραπεζικές εργασίες και έχει ως στόχο τη μελέτη και ανάλυση των προτιμήσεων, των αναγκών και την συμπεριφορά των πελατών των τραπεζών. Δεν περιέχει ερωτήσεις προσωπικού χαρακτήρα (ονοματεπώνυμο κ.τ.λ.) και δεν θα χρησιμοποιηθεί παρά μόνον από τον Υπεύθυνο Καθηγητή και τον φοιτητή/τρια της πτυχιακής εργασίας.

ΣΑΣ ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ ΕΚ ΤΟΝ ΠΡΟΤΕΡΩΝ

ΠΡΕΒΕΖΑ, 2018

ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ

Α.ΠΡΟΪΟΝΤΑ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ:

Για να απαντήσετε στις ερωτήσεις παρακαλώ βάλτε ένα X στο αντίστοιχο κουτάκι και συμπληρώστε όπου χρειάζεται.

ΔΑΝΕΙΑ	ΝΑΙ	ΟΧΙ
- Έχετε λάβει ποτέ δάνειο;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Πριν την οικονομική κρίση είχατε ενδοιασμούς στην λήψη ενός δανείου;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Μετά την οικονομική κρίση έχετε ενδοιασμούς στην λήψη του δανείου;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Είστε επιφυλακτικοί στην λήψη ενός δανείου;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Το δάνειο το οποίο λάβατε ανήκει στην κατηγορία:		
Δάνεια στεγαστικά:		
-για αγορά κατοικίας	<input type="checkbox"/>	
-για αγορά επαγγελματικής στέγης	<input type="checkbox"/>	
-για επισκευή κατοικίας/επαγγελματικής στέγης	<input type="checkbox"/>	
-για αγορά οικοπέδου	<input type="checkbox"/>	
-δάνειο με ενέχυρο	<input type="checkbox"/>	
-άλλο (προσδιορίσατε)		
Δάνεια καταναλωτικά:		
-πιστωτικές κάρτες	<input type="checkbox"/>	
-για αγορά αυτοκινήτου	<input type="checkbox"/>	
-για προϊόντα /υπηρεσίες καταστημάτων λιανικής	<input type="checkbox"/>	
-για προσωπικές ανάγκες	<input type="checkbox"/>	
-λοιπά τραπεζικά καταναλωτικά δάνεια	<input type="checkbox"/>	

ΠΡΟΪΟΝΤΑ-ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	ΝΑΙ	ΟΧΙ
- Το δάνειο που σας παρέχει η τράπεζα που συνεργάζεστε, ανταποκρίνεται στις ανάγκες σας;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Το δάνειο που σας παρέχει η τράπεζα που συνεργάζεστε, συμβαδίζει με τις σύγχρονες εξελίξεις;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Η τράπεζα σας προσφέρει εξειδικευμένες υπηρεσίες;(π.χ. αμοιβαία κεφάλαια, επενδυτικά προγράμματα)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Σας προσφέρει ασφαλιστικά προγράμματα;(bancassurance)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Είστε ικανοποιημένος /η από τις αποδόσεις;(π.χ. επιτόκια καταθέσεων, προθεσμιακές καταθέσεις)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Οι υπηρεσίες που σας παρέχει η τράπεζα που συνεργάζεστε, ανταποκρίνονται στις ανάγκες σας;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Οι υπηρεσίες που σας παρέχει η τράπεζα που συνεργάζεστε, συμβαδίζουν με τις σύγχρονες εξελίξεις;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Υπάρχει προμήθεια για τις υπηρεσίες που σας προσφέρει η τράπεζα;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Σε περίπτωση αύξησης της τιμής των παρεχόμενων υπηρεσιών, θα συνεχίσετε να τις χρησιμοποιείτε;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
- Σε περίπτωση αύξησης της τιμής των παρεχόμενων υπηρεσιών μόνο από την τράπεζά σας, θα συνεχίσετε να συνεργάζεστε με αυτή;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
- Σας ενημερώνει η τράπεζα τηλεφωνικά για προϊόντα (π.χ. πιστωτικές κάρτες, καταναλωτικά δάνεια);	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
- Σας ενημερώνει η τράπεζα με την οποία συνεργάζεστε για τα νέα της προϊόντα – υπηρεσίες;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
• Το θεωρείτε σημαντικό να τα γνωρίζετε αυτά (νέα προϊόντα – υπηρεσίες);	Πολύ <input type="checkbox"/>	Λίγο <input type="checkbox"/>	Μέτρια <input type="checkbox"/>	Καθόλου <input type="checkbox"/>
• ή είναι ενοχλητικό να σας απασχολούν με τέτοιου είδους πληροφορίες;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Πόσο πιθανό θεωρείτε να είστε πελάτης της ίδιας τράπεζας (με την οποία συνεργάζεστε τώρα) ξανά στο μέλλον;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Είστε ικανοποιημένος με την ποικιλία προϊόντων - υπηρεσιών που σας παρέχει η τράπεζα που συνεργάζεστε;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Έχετε επαρκή ενημέρωση για τους λογαριασμούς σας;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Έχετε επαρκή ενημέρωση για το δάνειό σας;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Έχετε επαρκή ενημέρωση για τα υπόλοιπα προϊόντα (π.χ. επιταγές) με τα οποία συνεργάζεστε με την τράπεζα;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Η τράπεζα με την οποία συνεργάζεστε φροντίζει για την άμεση & αποτελεσματική επίλυση τυχόν προβλημάτων σας;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Είστε ικανοποιημένοι από την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Σε κλίμακα από το 1 έως το 10, πως βαθμολογείτε τις υπηρεσίες της τράπεζας με τη οποία συναλλάσσετε ;				

ΑΠΟ ΠΟΥ ΓΝΩΡΙΣΑΤΕ ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΤΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ;	ΠΟΛΥ	ΛΙΓΟ	ΜΕΤΡΙΑ	ΚΑΘΟΛΟΥ
- Ενημερωτικό φυλλάδιο και διαφημιστικό υλικό	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Τηλεοπτικές διαφημίσεις	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Ραδιοφωνικές διαφημίσεις	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Από εφημερίδες	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Ενημέρωση μέσω SMS	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Ενημέρωση μέσω διαδικτύου	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Συγγενικό ή φιλικό σας πρόσωπο	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- άλλο (προσδιορίσατε)				

ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ	ΠΟΛΥ	ΛΙΓ Ο	ΜΕΤΡΙ Α	ΚΑΘΟΛΟ Υ
- Γνωρίζετε για τις εγγυητικές επιστολές;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Χρησιμοποιείτε τις εγγυητικές επιστολές;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Αισθάνεστε ασφάλεια όταν χρησιμοποιείτε τις εγγυητικές επιστολές;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Γνωρίζετε για την έκδοση επιταγών και πιστωτικών εντολών;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Χρησιμοποιείτε τις επιταγές και έκδοση πιστωτικών εντολών;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Αισθάνεστε ασφάλεια όταν χρησιμοποιείτε τις Επιταγές και την έκδοση πιστωτικών Εντολών;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Γνωρίζετε για την Ενοικίαση Τραπεζικών Θυρίδων;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Χρησιμοποιείτε τις τραπεζικές Θυρίδες;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Αισθάνεστε ασφάλεια όταν τις χρησιμοποιείτε;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ	ΝΑΙ	ΟΧΙ
- Τα πλεονάζοντα χρήματά σας τα αποταμιεύετε στην τράπεζα;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Πριν την οικονομική κρίση ο όγκος των καταθέσεων ήταν μεγαλύτερος σε σχέση με σήμερα;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Η τράπεζα σας παρέχει κάποιο ιδιαίτερο προνόμιο στις καταθέσεις;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Γνωρίζετε για τους μεικτούς λογαριασμούς;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Έχετε μεικτούς λογαριασμούς;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Έχετε κοινούς λογαριασμούς;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Οι καταθέσεις σε ποιες από τις παρακάτω κατηγορίες ανήκουν; (συμπληρώστε και περισσότερες από μια αν θεωρείτε σημαντικό)		
- Καταθέσεις ταμιευτήριου	<input type="checkbox"/>	
- Καταθέσεις όψεως	<input type="checkbox"/>	
- Τρεχούμενος λογαριασμός κατάθεσης	<input type="checkbox"/>	
- Καταθέσεις με προθεσμία	<input type="checkbox"/>	
- Καταθέσεις με προειδοποίηση	<input type="checkbox"/>	
- Καταθέσεις σε κοινό λογαριασμό	<input type="checkbox"/>	
- Δεσμευμένες καταθέσεις	<input type="checkbox"/>	
- Είδος δεσμευμένων καταθέσεων		
- άλλο (προσδιορίσατε)		

ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΙΔΡΟΥΝ ΣΕ ΔΑΝΕΙΑ - ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ	ΝΑΙ		ΟΧΙ	
- Για να λάβετε δάνειο κάνετε έρευνα αγοράς και μετά αποφασίζετε πιο είναι το καλύτερο για εσάς;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Για να αποταμιεύσετε τα χρήματά σας σε μια τράπεζα κάνετε έρευνα αγοράς και μετά αποφασίζετε ποια είναι η καλύτερη κατάθεση για εσάς;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Εάν δεν κάνετε έρευνα αγοράς ποιοι είναι οι λόγοι;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
✓ Έλλειψη χρόνου	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
✓ Επάρκεια γνώσεων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
✓ Επάρκεια γνωριμιών και εμπιστοσύνη	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
✓ Δεν το κρίνω αναγκαίο	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
✓ Άλλο	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Η αποστροφή σας έναντι του κινδύνου είναι υψηλή, δηλαδή ρισκάρετε γενικά σε οικονομικά θέματα;	Πολύ	Λίγο	Μέτρια	Καθόλου
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Πόσο σημαντικοί είναι για εσάς οι παρακάτω λόγοι ώστε να επιλέξετε ένα δάνειο από μια τράπεζα που προσφέρει:				
• Ταχύτητα στην έγκριση και άμεση εκταμίευση	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Ευελιξία στην εκτέλεση εντολών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Απλούστερες διαδικασίες	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Ανταγωνιστικά επιτόκια	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Προνομακούς όρους σε σχέση με τις άλλες τράπεζες	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Δυνατότητα χρηματοδότησης μέχρι και 100% της αξίας του ακινήτου (στα στεγαστικά)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Χαμηλές δόσεις για μεγάλη περίοδο	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Δυνατότητα σχεδιασμού του ύψους και της συχνότητας της δόσης βάσει των δικών σας δυνατοτήτων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Αναβολή πληρωμής δόσης αν τύχει κάτι απρόοπτο	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Επιλογή δανεισμού σε Ευρώ ή άλλο νόμισμα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Μη ανάγκη προσημείωσης ακινήτου (στεγαστικά)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Μειωμένα έξοδα δανείου	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Μη ύπαρξη μεγάλου ασφαλιστρου πυρός – σεισμού	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Λιγότερες γραφειοκρατικές διατυπώσεις	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Η ύπαρξη ενός εγγυητή ή και περισσοτέρων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Δυνατότητα μερικής ή ολικής πρόωρης αποπληρωμής οποιαδήποτε στιγμή το θελήσετε	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Δυνατότητα παροχής ασφαλιστικού προγράμματος για προστασία πληρωμής δόσεων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Μεγάλη διάρκεια αποπληρωμής	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Επιρροή τρίτων (συμβουλευτήκατε το οικείο περιβάλλον σας;)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Χρηματοοικονομική πορεία της τράπεζας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

INTERNET BANKING:	ΠΟΛΥ	ΛΙΓΟ	ΜΕΤΡΙΑ	ΚΑΘΟΛΟΥ
- Γνωρίζετε την υπηρεσία internetbanking;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Χρησιμοποιείτε την υπηρεσία αυτή;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αν γνωρίζετε και χρησιμοποιείτε, αναφέρετε γιατί:				
- Ευκολία χρήσης (σαφείς οδηγίες, τηλεφωνική εξυπηρέτηση)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Ταχύτητα στις συναλλαγές	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Ασφάλεια στις συναλλαγές	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Μη επιπλέον επιβαρύνσεις -προμήθειες	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Προστασία προσωπικών δεδομένων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Εξοικονόμηση χρόνου	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Νιώθετε ασφάλεια στις συναλλαγές από την υπηρεσία;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Νιώθετε ότι σας παρέχει η τράπεζα καλή ασφάλεια στις συναλλαγές;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ΣΥΓΧΡΟΝΑ ΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ	ΝΑΙ	ΟΧΙ
- Γνωρίζετε για τις αποσαφηνίσεις;(Τα «ψιλά γράμματα»)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Προσέχετε τις αποσαφηνίσεις;(Τα «ψιλά γράμματα»)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Έχετε λάβει δάνεια αγοράς εξοπλισμού;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Έχετε λάβει δάνεια για επενδύσεις;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Χρησιμοποιείτε επιταγές;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Χρησιμοποιείτε εγγυητικές επιστολές;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Χρησιμοποιείτε πιστωτικές κάρτες;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Χρησιμοποιείτε χρεωστικές κάρτες;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Πραγματοποιείτε συναλλαγές μέσω «έξυπνων καρτών»;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Πραγματοποιείτε συναλλαγές μέσω smartphone;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Έχετε πιστοποιητικά καταθέσεων;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Έχετε Λογαριασμούς σε Συνάλλαγμα;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Χρησιμοποιείτε/επενδύετε σε εμπορικούς τίτλους (commercialpapers);	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Χρησιμοποιείτε/επενδύετε σε repos;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Πραγματοποιείτε ηλεκτρονικές συναλλαγές;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Πραγματοποιείτε κατ' οίκον εικονικές τραπεζικές εργασίες;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Γνωρίζετε και χρησιμοποιείτε εφαρμογές των ηλεκτρονικών χαρτοφυλακίων;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Εξόφληση λογαριασμών ηλεκτρισμού, νερού κτλ μέσω τράπεζας;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ	ΠΟΛΥ	ΛΙΓΟ	ΜΕΤΡΙΑ	ΚΑΘΟΛΟΥ
- Η εχεμύθεια και η εμπιστοσύνη χαρακτηρίζει τους υπαλλήλους με τους οποίους συναλλάσσετε στην τράπεζά σας;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Είναι φιλικοί και ευγενικοί μαζί σας οι υπάλληλοι της τράπεζας με την οποία συνεργάζεστε;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Οι γνώσεις και οι ικανότητες που διαθέτει το προσωπικό της τράπεζάς σας είναι ικανοποιητικές;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Πιστεύετε ότι η γενική τους εικόνα χαρακτηρίζεται από επαγγελματισμό και αξιοπιστία;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Νιώθετε ότι αναζητούν για εσάς και σας προσφέρουν τις καλύτερες δυνατές λύσεις σε ότι σας απασχολεί;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Διαχειρίζονται αποτελεσματικά τυχόν παράπονα πελατών;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Με το προσωπικό της τράπεζας έχετε αναπτύξει φιλικές σχέσεις;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Ο απαιτούμενος για την εξυπηρέτησή σας, χρόνος (κατά μέσο όρο) είναι σύντομος;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Συνολικά είστε ικανοποιημένος από την εξυπηρέτηση που απολαμβάνετε από την τράπεζά σας;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ΔΙΚΤΥΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ	ΠΟΛΥ	ΛΙΓΟ	ΜΕΤΡΙΑ	ΚΑΘΟΛΟΥ
- Είστε ικανοποιημένοι από την κάλυψη του Δικτύου των καταστημάτων της τράπεζας με την οποία συνεργάζεστε;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Επαρκούν τα μηχανήματα αυτόματης ανάληψης ΑΤΜ της τράπεζας με την οποία συνεργάζεστε;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Το επίπεδο συχνότητας των δυσλειτουργιών (απεργίες, βλάβες μηχανημάτων – ΑΤΜ'ς) στο δίκτυο της τράπεζας είναι ανεκτό;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Η πρόσβασή σας στο υποκαταστήματα της πόλης σας είναι βολική, χωρίς να παρουσιάζει δυσκολίες;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Πόσο ικανοποιημένοι είστε με την τράπεζα που συνεργάζεστε στα παρακάτω:				
- Χρόνος αναμονής	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Ταχύτητα εξυπηρέτησης ταμείων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Ικανοποιητικός αριθμός ταμείων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Επάρκεια προσωπικού	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Είστε ικανοποιημένοι από τη διαρρύθμιση, την ατμόσφαιρα και την καθαριότητα του καταστήματος με το οποίο συνεργάζεστε;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Είναι σημαντική για εσάς η διαρρύθμιση, η διακόσμηση και ο σύγχρονος εξοπλισμός;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Σας επηρεάζει η καλή φήμη μιας τράπεζας για να την επιλέξετε για συνεργασία;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ

Β.ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ:

Οι παρακάτω ερωτήσεις αφορούν την επαγγελματική και την οικονομική σας κατάσταση και όχι προσωπικά στοιχεία.

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
- Έχετε συνεργασία με άλλες τράπεζες;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ΑΝ «ΝΑΙ» ΤΟΤΕ ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΛΟΓΟΣ ΤΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ; (γράψε συνοπτικά τον λόγο):

.....
.....
.....

1. Διάρκεια συνεργασίας με την τράπεζά σας:
2. Διάρκεια συνεργασίας με την τράπεζα β'
3. Διάρκεια συνεργασίας με άλλη τράπεζα:
- 4.

Φύλο:	Άνδρας			Γυναίκα	
	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	
Ηλικία:	20-30	30-40	40-50	50-60	60-70
Προσδιορίστε αν το κρίνετε χρήσιμο					
Οικογενειακή κατάσταση:	Άγαμος/η			Έγγαμος/η	
	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	
Προσδιορίστε αν το κρίνετε χρήσιμο					

5.

Ποιο είναι το μορφωτικό επίπεδό σας;	/
-Πρωτοβάθμια εκπαίδευση	<input type="checkbox"/>
-Δευτεροβάθμια εκπαίδευση	<input type="checkbox"/>
-Τριτοβάθμια εκπαίδευση	<input type="checkbox"/>
-Μεταπτυχιακοί τίτλοι σπουδών	<input type="checkbox"/>

6.

Αυτή την στιγμή είστε:	/
-Εργαζόμενος	<input type="checkbox"/>
-Άνεργος	<input type="checkbox"/>
-Δεν εργάζομαι για προσωπικούς λόγους	<input type="checkbox"/>

7.

Σε ποιον τομέα εργάζεστε;	/
-Στο Δημόσιο Τομέα	<input type="checkbox"/>
-Στον Ιδιωτικό Τομέα	<input type="checkbox"/>
-Ελεύθερο Επάγγελμα	<input type="checkbox"/>

8.

Μεικτές Μηνιαίες Αμοιβές της τελευταίας εργασίας:	/
-Μέχρι 1.000€	<input type="checkbox"/>
-1.001 – 2.000€	<input type="checkbox"/>
-2.001 – 3.000€	<input type="checkbox"/>
-3.001 – 4.000€	<input type="checkbox"/>
-Άνω των 4.000€	<input type="checkbox"/>
-Ποιο είναι το σύνολο του μηνιαίου εισοδήματός σας (μισθός από εργασία, μισθώματα από ακίνητα κτλ.);	

9.

Το εισοδηματικό κλιμάκιο στο οποίο ανήκετε είναι:	
- Μέχρι 8.000€	<input type="checkbox"/>
- 8.001 – 15.000€	<input type="checkbox"/>
- 15.001 – 25.000€	<input type="checkbox"/>
- 25.001 – 35.000€	<input type="checkbox"/>
- Άνω των 35.000€	<input type="checkbox"/>

10.

Το κλιμάκιο περιουσίας στο οποίο ανήκετε είναι:	
- Μέχρι 10.000€	<input type="checkbox"/>
- 10.001 – 50.000€	<input type="checkbox"/>
- 50.001 – 100.000€	<input type="checkbox"/>
- 100.001 – 200.000€	<input type="checkbox"/>
- Άνω των 200.000€	<input type="checkbox"/>

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΣΑΣ

