

Analiza wybranych obszarów funkcjonowania banku na przykładzie PeKaO S.A.

Spis Treści

Wstęp 5

1. Strategia finansowa 7

1.1 Charakterystyka podstawowych usług, produktów i sfer działalności banku Pekao S.A. 7

1.2 Analiza wyników finansowych banku 11

1.2.1 Rachunek zysków i strat 11

1.2.2 Struktura bilansu 15

2. Strategia marketingowa 20

2.1 Ogólna analiza przyczyn stosowania strategii marketingowych przez banki 20

2.1.1 Rodzaje strategii marketingowej. 20

2.2.1. Pojęcie Marketingu-mix 22

2.2.2 Produkt banku i jego rodzaje 22

2.2.3 Cena produktów banku i jej elementy 26

2.2.4 Dystrybucja produktów banku 29

2.2.5 Promocja 30

2.3 Ocena strategii marketingowej banku Pekao S.A. 33

3. Strategia personalna 35

3.1 Ogólna charakterystyka zatrudnienia w polskim sektorze bankowym 35

3.2 Rekrutacja pracowników 37

3.3 Sposoby motywowania pracowników 39

3.4 Metody szkolenia i doskonalenia kadry 41

3.5 Struktura organizacyjna centrali i oddziału banku 42

3.6 Specyfika pracy w banku 47

3.7 Ocena strategii personalnej Banku PKO S.A. 47

Zakończenie 49

Bibliografia 51

Spis tabel 53

Wstęp

Strategia Banku Pekao S.A. zakłada znaczący wzrost efektywności i zyskowności połączony ze spadkiem kosztów. Zakłada ona również stały wzrost udziałów Banku w rynku. Oprócz szybkiego rozwoju sieci placówek i bankomatów, Bank zamierza dynamicznie rozwijać nowoczesne kanały dystrybucji umożliwiające wielokanałowy dostęp do rachunku bankowego, takie jak: e-banking, telebanking, i sprzedaż bezpośrednią. Realizację powyższych celów wspierają działania w zakresie:

1. Dalszego doskonalenia struktury organizacyjnej i sposobów zarządzania
2. Polityki zatrudnienia
3. Rozwoju nowoczesnych Kanałów dystrybucji
4. Pewnego wdrożenia nowego systemu informatycznego
5. Monitorowania jakości portfela kredytowego

Strategia Banku PKO S.A. oparta jest na jego misji i ulega rozbiciu na poszczególne strategie funkcjonalne. Niniejsza praca magisterska oparta jest na charakterystyce wybranych strategii funkcjonalnych: finansowej, marketingowej i personalnej. Celem pracy jest ocena czy realizacja poszczególnych strategii Banku dostosowana jest do wymagań sektora bankowego w warunkach silnej konkurencji oraz czy dostosowana jest do zmian w otoczeniu. Ponadto celem pracy jest również ocena wszystkich wyżej wymienionych strategii funkcjonalnych pod kątem ich spójności oraz analiza sposobu ich realizacji i ich wpływu na urzeczywistnienie celów zawartych w strategii ogólnej banku.

Pierwszy rozdział odnoszący się do strategii finansowej Banku Pekao S.A. rozpoczyna się od podstawowych danych dotyczących okoliczności i przyczyn jego powstania. Następnie zawarte są w nim informacje o zakresie usług i rodzaju produktów będących w ofercie Banku oraz dotyczące docelowych grup klientów do których są one kierowane. W największym stopniu rozdział ten jest poświęcony informacjom na temat wyników finansowych Banku. Zakres powyższych informacji dotyczy analizy zysków i strat oraz struktury bilansu. W analizie zysków i strat zawarte zostały wszelkie dane pomocne w ocenie dochodowości oraz zmienności zysków osiąganych przez Bank w porównywanym okresie.

Dodatkowo zostały w niej wyszczególnione pozycje dotyczące struktury przychodów i kosztów, które pomagają ocenić jakość wyniku finansowego oraz wskażą przyczyny zmian stopy zysku w Banku w poszczególnych latach. W strukturze bilansu wyszczególnione zostały aktywa i pasywa oraz kapitały według ich typu, w celu oceny pozycji finansowej banku jak również, w celu oceny możliwości egzekwowania zobowiązań Banku na wypadek jego likwidacji.

W drugim rozdziale, w którym opisywana jest strategia marketingowa Banku zawarte są informacje dotyczące wszelkich aspektów wykorzystywania marketingu przez Pekao S.A. w celu zyskania jak największej liczby klientów. W szczególności rozdział ten poświęcony jest marketingowymi tj. całościowej strategii wykorzystywania narzędzi rynkowych mających na celu stworzenie odpowiedniego obrazu Banku, zapewnienie mu zaufania i pozyskanie klientów. W tymże rozdziale opisane są m.in.: funkcje produktu bankowego i przykłady produktów Pekao S.A., czynniki determinujące cenę produktu oraz przykłady stosowania polityki cenowej przez Bank, sposoby dystrybucji produktów bankowych w tym metody wykorzystywane przez Pekao S.A. oraz strategie promocyjne stosowane przez Pekao S.A. w celu wypromowania konkretnych produktów i własnej marki. Trzeci rozdział dotyczy strategii personalnej w Banku PKO S.A.

Zawiera on ogólne informacje dotyczące charakterystyki zatrudnienia w polskim sektorze bankowym. Obejmuje informacje o wielkości i strukturze zatrudnienia. W rozdziale trzecim opisane są również podstawowe sposoby kreowania potencjału kadry pracowniczej w banku PKO S.A., poczuwszy od sposobów rekrutacji poprzez sposoby motywowania pracowników Banku a skoczywszy na analizie metod szkolenia i doskonalenia kadry. Powyższy rozdział zakończony jest przedstawieniem sposobu organizacji Centrali Banku i najważniejszej jednostki organizacyjnej jaką jest Oddział bankowy. Opis dotyczy banków komercyjno-universalnych, do których zalicza się Pekao S.A.

Liczba stron	53
Nazwa Szkoły Wyższej	Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania Rzeszów
Rodzaj pracy	magisterska
Rok oddania	2006

To jest gotowa, obroniona praca. Gdyby chcieli Państwo zlecić napisanie zupełnie

nowej pracy, to zapraszamy na stronę [pisanie prac](#) - sprawdzony serwis!