Kredyt jako produkt na przykładzie XXX (kredyt dla osób fizycznych)

SPIS TREŚCI

WSTĘP 1

I – POLITYKA KREDYTOWA BANKÓW W POLSCE 4
1.1. Kredyt jako produkt marketingowy 5
1.2. Zarys rynku usług bankowych w Polsce 9
1.3. Miejsce PKO BP na rynku usług bankowych 12
1.4. Struktura organizacyjna XXX 15

II. ANALIZA DZIAŁALNOŚCI KREDYTOWEJ USŁUG BANKOWYCH 18
2.1. Miejsce oddziału XXX na rynku lokalnym 18
2.2. Analiza świadczonych usług przez XXX dla osób fizycznych 19
2.3. Rachunki, ich rodzaje i warunki ich prowadzenia – jako kredyt udzielany dla PKO 21
2.3.1. Rachunek oszczędnościowo – rozliczeniowy 21
2.3.2. Akademickie konto osobiste (AKO) 26
2.3.3. Karta bankowa XXX EKSPRES 27
2.3.4. Karta bankowa XXX VISA Classic 28
2.3.5. Obiegowe książeczki oszczędnościowe 30
2.3.6. Umiejscowione książeczki oszczędnościowe na wkłady terminowe 31
2.3.7. Książeczki mieszkaniowe z premią gwarancyjną (wystawione przed 24.10.1990) 32
2.3.8. Książeczki mieszkaniowe bez premii gwarancyjnej (wystawione po 23.20.1990.) 33
2.3.9. Bony oszczędnościowe 33
2.3.10. Rachunki walutowe dla krajowych osób fizycznych („A”) 35
2.3.11. Rachunek walutowy „A” płatny na żądanie 35
2.4. Kredyty, ich rodzaje i warunki udzielania przez XXX – jako Kredytodawcy 35
2.4.1. Kredyt dla posiadaczy rachunków oszczędnościowo – rozliczeniowych – „kont osobistych” (odnawialny) 37

2.4.2. Kredyt dla posiadaczy rachunków oszczędnościowo – rozliczeniowych „kont osobistych” (w transzach) 38
2.4.3. Kredyt gotówkowy na dowolny cel 39
2.4.4. Pożyczki krótkoterminowe „chwilówki” 40
2.4.5. Pożyczka lombardowa 41
2.4.6. Gotówkowy kredyt sezonowy 42
2.4.7. Kredyt bezgotówkowy na zakup artykułów przemysłowych i usług 43
2.4.8. Kredyt bezgotówkowy na zakup pojazdów mechanicznych 44
2.4.9. Kredyt na zakup akcji prywatyzowanych przedsiębiorstw państwowych 45
2.4.10. Kredyt giełdowy 45
2.4.11. Kredyt dla studenta 46
2.4.12. Kredyty na cele mieszkaniowe 48
2.5. Ocena działalności kredytowej 50

III. KIERUNKI ROZWOJU DZIAŁALNOŚCI KREDYTOWEJ BANKU PKO W XXX NA PODSTAWIE WŁASNYCH BADAŃ MARKETINGOWYCH 55
3.1. Popyt – badanie 56
3.2. Rozwój konkurencji 59
3.3. Nowe sposoby zaspokajania potrzeb 61

ZAKOŃCZENIE 63
BIBLIOGRAFIA 67

Wstęp

Kredytowanie to jeden z kluczowych elementów funkcjonowania współczesnych gospodarek. Nie tylko umożliwia realizację różnorodnych projektów na poziomie jednostek i przedsiębiorstw, ale również wpływa na cykl koniunkturalny i ekonomiczne wskaźniki kraju. W Polsce, gdzie rynek usług bankowych rozwija się dynamicznie, kredyty dla osób fizycznych stanowią znaczący segment oferty bankowej. Są one również wyjątkowym produktem marketingowym, który wymaga zrozumienia zarówno mechanizmów makroekonomicznych, jak i indywidualnych potrzeb i zachowań konsumentów. Kredyt nie jest jedynie narzędziem finansowym; to produkt wysoce złożony, wielowymiarowy, wpisujący się w różnorodne konteksty życiowe i społeczne.

Z uwagi na te aspekty, niniejsza praca skupia się na analizie kredytu jako

produktu na przykładzie banku XXX w kontekście oferty dla osób fizycznych. Działalność banku w XXX, będąca przedmiotem naszej szczególnej uwagi, ilustruje mechanizmy i wyzwania związane z udzielaniem kredytów na poziomie lokalnym. W pracy tej postaram się ukazać, jak różnorodne są potrzeby kredytowe społeczności, jak różne są produkty kredytowe dostosowane do tych potrzeb i jak kompleksowe jest zarządzanie tym segmentem działalności bankowej.

Praca została podzielona na trzy główne części. Pierwsza z nich, „Polityka Kredytowa Banków w Polsce", przedstawia ogólną charakterystykę rynku usług bankowych w Polsce, z naciskiem na kredyt jako produkt marketingowy. W tym kontekście, skupimy się również na miejscu, jakie zajmuje bank XXX oraz PKO BP na tym rynku, próbując ukazać specyfikę ich ofert w kontekście polityki kredytowej.

Druga część, „Analiza Działalności Kredytowej Usług Bankowych", jest głęboką analizą funkcjonowania oddziału banku XXX. Zostaną tu przedstawione różne produkty i usługi świadczone przez bank w tym miejscu, ich rodzaje, warunki i specyfika. Szczególną uwagę poświęcimy różnym formom kredytów udzielanych przez bank.

Trzecia i ostatnia część, „Kierunki Rozwoju Działalności Kredytowej Banku PKO w XXX na podstawie własnych badań marketingowych", to spojrzenie w przyszłość. Na podstawie analiz i badań, zastanowimy się nad potencjalnymi kierunkami rozwoju w zakresie udzielania kredytów przez bank. W tym kontekście, analizie poddane zostaną również mechanizmy konkurencji oraz możliwości wprowadzenia nowych produktów i usług.

Ostatecznym celem tej pracy jest nie tylko analiza, ale również synteza różnych aspektów funkcjonowania produktu kredytowego w strukturze oferty banku dla osób fizycznych. Dążymy do tego, aby przedstawić kredyt nie jako izolowany produkt finansowy, ale jako element szeroko zakrojonej strategii banku, wpisującej się w kontekst społeczno-ekonomiczny. Wierzę, że praca ta będzie miała wartość zarówno dla osób zainteresowanych tematyką bankowości i finansów, jak i dla praktyków działających w tej branży.

Pragnę również podkreślić, że wszelkie dane i informacje użyte w tej pracy są wynikiem rzetelnych badań i analiz, mających na celu rzetelne i obiektywne przedstawienie tematyki. Życzymy miłego czytania.

BIBLIOGRAFIA

1. D.Begg, S.Fischer, Rdornbusch, Ekonomia, PWE, T.2, Warszawa 1992
2. Businessman Magazine, nr 11, 1996
3. A.Hendler, Banki zaostrają konkurencję, Businessman Magazine nr 9 z 1997
4. I.Ignatowicz, Czekając na konkurencję z zachodu, Businessman Magazine, nr 11, 1995 r.
5. Informacje podstawowe, Powszechna Kasa Oszczędności, 31.03.1998 r.
6. P. Jabłoński, Drugi zakręt, Bank dla biznesmena, Businessman Magazine, 1996 r
7. K. Kowalczyk, Banki pokochały Kowalskich, Raport Specjalny – listopad 1996, Businessman Magazine.
8. M.Mazur, Skok Fortuny, Bank dla biznesmena, Businessman magazine, 1995.
9. Oferta dla klientów indywidualnych, Powszechna Kasa Oszczędności, 1999
10. M. Pluta – Oralnik, Marketing usług, PWE, Warszawa 1994
11. J. Pałyska, Krakusy Górą, Bank dla Bisnesmena, Businessman Magazine nr 10, 1999
12. Ranking Banków 95, 96, 97, Bank dla Biznesmena, Businessman Magazine, 1995, 1996, 1997
13. Ranking banków 98, Businesman Magazine, www.bankowa com.pl/10.99/rap 1.htm.
14. Ranking banków 99, Businessman Magazine, www.bankowa com.pl/10.99/rap 1.htm
15. Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 7 maja 1996 r. (Dz.U. nr 57, poz.259).
16. J.Rutkowski, Ekonomia polityczna kapitalizmu, PWE, Warszawa 1996
17. A. Sandomierska, P. Czyżewski, Bankassurance, Bank dla biznesmena, Businessman Magazine, nr 11, 1995
18. Ustawa z dnia 30 listopada 1995 r. (Dz.U. z 1996 r. Nr 5, poz.32).
19. M.Weralski, Finanse i prawo finansowe, PWE, Warszawa 1978, s.402

To jest gotowa, obroniona praca. Gdyby chcieli Państwo zlecić napisanie zupełnie nowej pracy, to zapraszamy na stronę pisanie prac - sprawdzony serwis!