

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Bankarski proizvodi (makedonski)". Rad ima 27 strana. Ovde je prikazano oko 500 reči izdvojenih iz rada.

Napomena: Rad koji dobijate na e-mail ne izgleda ovako, ovo je samo DEO TEKSTA izvučen iz rada, da bi se video stil pisanja. Radovi koje dobijate na e-mail su uređeni (formatirani) po svim standardima. U tekstu ispod su namerno izostavljeni pojedini segmenti.

Ako tekst koji se nalazi ispod nije čitljiv (sadrži kukice, znakove pitanja ili nečitljive karaktere), molimo Vas, prijavite to ovde.

Uputstvo o načinu preuzimanja rada možete pročitati ovde.

ЕВРОПСКИ УНИВЕРЗИТЕТ

РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

ФАКУЛТЕТ ЗА ЕКОНОМСКИ НАУКИ

Скопје

ПРОЕКТНА ЗАДАЧА ПО ПРЕДМЕТОТ

БАНКАРСКИ МАРКЕТИНГ:

БАНКАРСКИ ПРОИЗВОДИ

Проф. Д-р. Алекса Стаменковски Драган Јованов

Број на индекс: 00942

Скопје, 2007г.

ВОВЕД

Во својата двеилјадигодишна современа историја банките развивале различни видови производи со чие што нудење се обидувале да ги задоволат разните финансиски потреби на своите комитенти. Во почетокот на својата еволуција, банкарската индустрија нудела рудиментирани производи со кои се задоволувале основните потреби на клиентите (на пример, размена на валути или чување на вредносници во трезорот на банката). Со развојот на економијата низ светот, а особено со интензивниот развој на банкарските теорија и практика, богатството на производи и на услуги што банките им го нудат на комитентите, станувало се поголемо.

Низ повеќе вековниот развој на банкарството биле создавани разни видови на производи и на услуги што банките им ги вршеле на компаниите. Појавата на нови видови на банкарски производи била многу интензивна во средниот век, кој е период на силен економски растеж во светот и период на воведување многу технолошки и други иновации во организирањето на стопанскиот живот во целиот свет. Во тој период, особено е карактеристичен развојот на меѓународната трговија, која се организираше на големи саеми (на пример во северната италијанска област Ломбардија, по која и денес некои кредити се нарекуваат ломбардни), која предизвика дотогаш најсилен развој на банкарските работи. Поради тоа, забележливо е што во тој период се развиле повеќе банкарски производи и услуги, кои, со одредени модификации, дополнувања и унапредувања што ги бараат потребите на современата економија, банките ги продаваат и денес.

1. ПОИМ ЗА БАНКАРСКИ ПРОИЗВОДИ И УСЛУГИ

Под банкарска работа (производ), вообичаено, се подразбира секој вид работа што ја извршува банката без оглед дали, притоа, таа се јавува како должник или како доверител или, пак, врши работи во свое име и за туѓа сметка, односно во туѓо име и за туѓа сметка. Традиционално, основна задача на секоја банка е да се обиде да ги собере и да ја организира циркулацијата на сите слободни парични средства во регионот во кој што таа дејствува, и, преку кредитите и преку другите нејзини инвестициски производи, да ги пласира тие средства во разните сфери на економијата. Тоа е, веројатно, причината поради која многумина, се уште, веруваат дека банките играат само тесна, трансферна или посредничка улога во стопанството-собирање депозити и одобрување кредити.

Меѓутоа, силниот развој, и, особено, глобализацијата на светската економија, а во тие рамки и на банкарската индустрија, дополнети со се позасилената конкуренција на финансискиот пазар, условуваат драматични промени во арсеналот производи што банките и ги нудат на јавноста. За да остане конкурентна на пазарот и да одговори на потребите на јавноста, модерната банка мора да преземе нови улоги. Банките, денес, во своето работење веќе не се ограничуваат само на почетните работи што им биле дозволени да ги вршат со добиената дозвола за основање и за работа од страна на соодветното регулаторско тело на државата. Промените што се случуваат во трошковната структура на банкарските производи, како и се побројните иновации што се појавуваат на финансиските пазари во светот, условуваат некои класични и традиционални производи на банките да станат непрофитабилни. Нивното место, се почесто и поагресивно, го заземаат разновидни нови производи, чие што појавување има единствена цел да ја засили позицијата на банките на конкурентскиот пазар, а со тоа и да ја зголеми нивната профитабилност.

OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE PREUZETI NA SAJTU.

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com