

## Uvod

Šta su finansijske usluge? Finansijske usluge mogu biti definisane kao «aktivnosti, beneficije i satisfakcije, vezane za prodaju novca, koje se nude korisnicima i kupcima, finansijski vezane vrednosti». Dobavljači finansijskih usluga uključuju sledeće tipove institucija: banke, osiguravajuće kompanije, građevinska društva, izdavaoce kreditnih kartica, investicione trustove, berze, franšizne i lizing kompanije, nacionalne štedne/žiro banke, finansijske kompanije i tako dalje.

Marketing postaje sve neophodniji u konkurentnom okruženju današnjih finansijskih usluga. Pojačani rivalitet od strane drugih institucija je razlog što su finansijske institucije ozbiljno počele da razmišljaju kako da se efikasno takmiče. Ovo ih je vodilo da poklone veću pažnju na marketing tehnike. Finansijske institucije opslužuju dva tržišta: korporativne i maloprodajne kupce, ili, u «marketing jeziku» finansijske usluge služe industrijskim tržištima i tržištima krajnjih potrošača. Ova dva tržišta mogu biti podeljena na pet glavnih tipova: vladin/javni sektor, privatni sektor, komercijalni sektor, industrijska i međunarodna tržišta. U okviru industrije finansijskih usluga dva glavna sektora su bankarski (uključujući i građevinska društva) i osiguranje.

### Prikaz 1.1 Konkurencija na tržištu finansijskih usluga

Iako su tokom mnogo godina kompanije finansijskih usluga diferencirale svoje tržište prema raznim demografskim kriterijumima, konkurencija u ovoj industriji je danas postala još jača. Na primer:

Postoje mnoge osiguravajuće kompanije koje nude specijalne ponude za starije vozače. The Direct Line osiguravajuća kompanija nudi takođe i konkurentne hipoteke.

Saga Holidays je ušao na osiguravajuće tržište, nudeći specijalne ponude u sektoru kućnog osiguranja; za ovu kompaniju se sada tvrdi da je osiguravajuća kompanija sa najbržim rastom u UK.

Mnoge kompanije finansijskih usluga se fokusiraju na one sa preko 60 godina, zato što, očigledno, oni teže da imaju manje zahteva po njihovim polisama kućnog osiguranja (u proseku, samo 10 procenata ljudi preko 50 godina podnose zahteve po svojim polisama kućnog osiguranja u poređenju sa 20 procenata ljudi ispod 30 godina starosti).

Sa novim regulacijama koje su stupile na snagu sredinom 1994, kompanije koje se bave finansijskim uslugama treba da obelodane potpune informacije o «stvarnoj vrednosti» raznih dugoročnih finansijskih proizvoda koje nude. Ova statutarna regulacija će verovatno povećati tekuću cenu i konkurenciju diferencijacije proizvoda na tržištu finansijskih usluga.

Glavne funkcije komercijalne banke su:

funkcija čuvanja, gde firme i pojedinci «skladište» svoje fondove u bankama na čuvanje i gde na kamatama mogu i da zarade na svojim fondovima (često se zove i «funkcija uzimanja depozita»);

pozajmljivanje fondova;

snabdevanje različitim finansijskim i vezanim uslugama koji su indirektno vezani za gornje dve bankarske funkcije. Ovo uključuje usluge prenosa, koje su odnedavno povećale svoju važnost.

Glavne karakteristike finansijskih usluga

Finansijske usluge imaju sledeće karakteristike.

Neopipljivost. Bankarske i osiguravajuće usluge, osim u određenim slučajevima, zadovoljavaju opšte pre nego specifične potrebe. Određene koristi od jedne pre nego od druge institucije nisu stvarno očigledne i stoga su finansijske usluge zavisne od efikasnog prenošenja poruke javnosti i osiguravanja da su njihova slika i usluga atraktivna.

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

[www.maturskiradovi.net](http://www.maturskiradovi.net)

**MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: [maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)**