

# Aktywa niematerialne jako źródło przewagi konkurencyjnej banku

Autorzy: Monika Klimontowicz

Rosnąca i wielopłaszczyznowa rywalizacja na współczesnym rynku usług bankowych powoduje, że banki działające w Polsce poszukują nowych, skutecznych i innowacyjnych metod uzyskania trwałej przewagi konkurencyjnej. W tym kontekście dostrzegają znaczenie aktywów niematerialnych, choć ciągle nie wykorzystują ich skutecznie.

Autorka przeprowadziła gruntowną analizę źródeł przewagi konkurencyjnej banków oraz struktury kapitału intelektualnego. W oparciu o badania empiryczne i studia literaturowe wskazuje źródła dotychczasowych problemów i formułuje postulaty w zakresie skutecznego wykorzystania aktywów niematerialnych w procesie budowy przewagi konkurencyjnej banku. Celem zaproponowanych w książce działań jest przekształcenie banku w instytucję dobrze znającą i rozumiejącą swoich klientów, która nie tylko potrafi dostarczać im wartości i sprostać ich oczekiwaniom, ale równocześnie jest w stanie zbudować silną pozycję rynkową składającą się na wysoką zyskowność działania.

Książka może być wartościową lekturą dla studentów i pracowników naukowo-dydaktycznych, a także źródłem zbiektywizowanej wiedzy i cennych inspiracji dla pracowników banków i innych instytucji finansowych.

Spis treści:

## **Wstęp 5**

### **Rozdział 1**

<b>Konkurencyjność banku i czynniki wpływające na jej poziom</b>	9
1.1. Konkurencja w sektorze bankowym a konkurencyjność banku	9
1.1.1. Konkurencja – ujęcie teoretyczne	9
1.1.2. Konkurencja w sektorze bankowym i problem jej pomiaru	12
1.1.3. Konkurencja w sektorze bankowym w Polsce – próba oceny	17
1.1.4. Konkurencyjność banku – istota i cechy	24
1.2. Przewaga konkurencyjna jako efekt konkurencyjności	30
1.2.1. Rodzaje przewagi konkurencyjnej i warunki jej trwałości	30
1.2.2. Modele budowy przewagi konkurencyjnej	35
1.2.2.1. Podejście rynkowe	36
1.2.2.2. Podejście zasobowe	39
1.2.2.3. Podejście zintegrowane	42
1.3. Pozycja konkurencyjna jako rezultat procesu konkurowania	46
1.3.1. Istota i miary pozycji konkurencyjnej	46
1.3.2. Ocena pozycji konkurencyjnej	49
1.3.2.1. Podmioty oceniające pozycję konkurencyjną	49
1.3.2.2. Sposób oceny pozycji konkurencyjnej	52
1.4. Strategia jako narzędzie osiągania pozycji konkurencyjnej	53

### **Rozdział 2**

#### **Znaczenie aktywów niematerialnych w budowaniu przewagi konkurencyjnej banku**

65	
2.1. Źródła trwałej przewagi konkurencyjnej banku	65

2.2. Aktywa niematerialne – systematyka i wycena	71
2.2.1. Pojęcie i klasyfikacja aktywów niematerialnych	72
2.2.2. Metody wyceny aktywów niematerialnych	79
2.3. Rola aktywów niematerialnych w tworzeniu przewagi konkurencyjnej banku	91
2.3.1. Identyfikacja aktywów niematerialnych banku	91
2.3.2. Aktywa ludzkie	95
2.3.3. Aktywa rynkowe	105
2.3.4. Aktywa organizacyjne	115
2.3.5. Aktywa innowacyjne	123

### **Rozdział 3**

#### **Wykorzystanie aktywów niematerialnych w wybranych bankach – wyniki badań** 133

3.1. Zakres podjętych badań empirycznych	133
3.1.1. Metodologia badań empirycznych	134
3.1.2. Charakterystyka próby	137
3.2. Konkurencja w sektorze bankowym i źródła przewagi konkurencyjnej w opinii banków i ich klientów	144
3.2.1. Otoczenie konkurencyjne banku	144
3.2.2. Czynniki konkurencyjności banku	151
3.3. Rola aktywów niematerialnych w budowaniu konkurencyjności banku	159
3.3.1. Znaczenie poszczególnych kategorii aktywów dla banków	159
3.3.2. Znaczenie aktywów niematerialnych dla klientów banków	173

### **Rozdział 4**

#### **Kierunki zwiększania konkurencyjności banku z wykorzystaniem aktywów niematerialnych** 181

4.1. Ocena umiejętności wykorzystania aktywów niematerialnych przez banki	181
4.2. Postulaty w zakresie skutecznego wykorzystania aktywów niematerialnych banku	187
4.3. Postulaty w zakresie zarządzania aktywami niematerialnymi banku	196

**Zakończenie** 203

**Bibliografia** 209

**Spis rysunków** 221

**Spis tabel** 225

**Spis załączników** 229