

Konkurencja na rynku oszczędności w Polsce

Autorzy: Ewa Wójcik

Książka stanowi studium przedstawiające sytuację podmiotów na rynku oszczędności indywidualnych w Polsce – zarówno gospodarstw domowych reprezentujących podaż środków finansowych, jak i instytucji finansowych zgłaszających popyt na te środki.

Część analizy dotycząca gospodarstw domowych obejmuje podejmowane przez nie decyzje finansowe, cele i motywacje działania na tle teorii dotyczących konsumpcji i oszczędzania. Przedstawione zmiany w sytuacji dochodowej gospodarstw domowych w Polsce oraz ich postawach i skłonności do oszczędzania znajdują odzwierciedlenie w zmieniającej się wielkości i strukturze oszczędzania. Interesujące wnioski płyną z porównania skłonności do oszczędzania gospodarstw domowych w różnych krajach.

Książka zawiera również analizę sytuacji instytucji rywalizujących o oszczędności, tj. banków, towarzystw ubezpieczeniowych, towarzystw funduszy inwestycyjnych, podmiotów maklerskich i towarzystw emerytalnych oraz ocenę i porównanie ich siły i pozycji konkurencyjnej. Ponadto przeprowadzono rozważania dotyczące sposobu i zakresu, w jaki instytucje finansowe wykorzystują poszczególne narzędzia konkurencyjności, tj. dywersyfikację oferty, cenę, dystrybucję, promocję i czynniki niematerialne – personel i wizerunek.

Ocenę skuteczności instrumentów stosowanych przez konkurujące na rynku oszczędności instytucje przeprowadzono na podstawie analizy wyników badania ankietowego, którego celem była m.in. identyfikacja czynników wpływających na decyzje i zachowania klientów dotyczące oszczędzania, w tym determinanty wyboru poszczególnych form lokowania nadwyżek finansowych.

Książka może stanowić wartościowe źródło informacji zarówno dla studentów uczelni ekonomicznych pragnących poszerzyć swoją wiedzę z zakresu konkurencji i rynku oszczędności, jak też dla pracowników naukowych wyższych uczelni. Powinna również zainteresować pracowników instytucji finansowych dążących do zwiększenia efektywności działań konkurencyjnych w zakresie przyciągania oszczędności.

Spis treści:

Wstęp 7

Rozdział 1

Konkurencja na rynku usług finansowych i jej determinanty 11

1.1. Teoretyczne podstawy konkurencji na rynku usług finansowych 11

1.1.1. Specyfika konkurencji w sektorze usług finansowych i jej formy 11

1.1.2. Źródła przewagi konkurencyjnej na rynku usług finansowych 21

1.2. Konkurencja na rynku oszczędności indywidualnych 28

1.2.1. Oszczędności jako przedmiot konkurencji i dobro rynkowe 28

1.2.2. Rynek oszczędności indywidualnych jako obszar konkurencji 31

1.3. Czynniki wpływające na poziom konkurencji na rynku oszczędności indywidualnych 35

1.3.1. Identyfikacja determinantów konkurencji na rynku oszczędności indywidualnych w Polsce

- 1.3.2. Wpływ czynników polityczno-prawnych na konkurencję na rynku oszczędności indywidualnych 36
- 1.3.3. Czynniki ekonomiczne, technologiczne i społeczne oraz ich oddziaływanie na rynek oszczędności indywidualnych 44

Rozdział 2

Gospodarstwo domowe jako podstawowy podmiot reprezentujący podaż środków pieniężnych na rynku oszczędności 51

- 2.1. Gospodarstwo domowe i jego decyzje finansowe 51
- 2.2. Proces oszczędzania w teoriach dotyczących konsumpcji i oszczędzania 61
- 2.3. Cele i motywy oszczędzania gospodarstw domowych 66
- 2.4. Sytuacja gospodarstw domowych w Polsce a ich skłonność do oszczędzania 69
- 2.4.1. Gospodarstwa domowe w pierwszych latach transformacji 69
- 2.4.2. Sytuacja gospodarstw domowych w latach 2006–2011 81
- 2.5. Oszczędności indywidualne w Polsce na tle innych krajów europejskich 90
- 2.5.1. Ocena poziomu oszczędności indywidualnych oraz skłonności do oszczędzania w Polsce na tle innych krajów 90
- 2.5.2. Zmiany w wielkości i strukturze oszczędzania polskich gospodarstw domowych 98

Rozdział 3

Struktura podmiotowa konkurencji po stronie popytu na rynku oszczędności w Polsce 107

- 3.1. Analiza siły i pozycji rynkowej instytucji finansowych obecnych na rynku oszczędności 107
- 3.1.1. Analiza siły i pozycji rynkowej banków 108
- 3.1.2. Analiza siły i pozycji rynkowej towarzystw ubezpieczeniowych 118
- 3.1.3. Analiza siły i pozycji rynkowej Towarzystw Funduszy Inwestycyjnych 125
- 3.1.4. Analiza siły i pozycji rynkowej podmiotów maklerskich 131
- 3.1.5. Analiza siły i pozycji rynkowej Powszechnych Towarzystw Emerytalnych 138
- 3.2. Porównanie siły i pozycji rynkowej instytucji rywalizujących o oszczędności ludności 144

Rozdział 4

Narzędzia wykorzystywane w konkurencji o oszczędności ludności 151

- 4.1. Dywersyfikacja oferty jako narzędzie rywalizacji 151
- 4.2. Konkurencja cenowa w zakresie pozyskiwania oszczędności ludności 169
- 4.2.1. Formy konkurencji cenowej oraz czynniki wpływające na jej skuteczność 169
- 4.2.2. Konkurencja cenowa bankowych produktów oszczędnościowych 172
- 4.2.3. Konkurencja cenowa funduszy inwestycyjnych 174
- 4.2.4. Konkurencja cenowa produktów strukturyzowanych 181
- 4.2.5. Konkurencja cenowa w grupie pozostałych produktów oszczędnościowo-inwestycyjnych 185
- 4.2.6. Porównanie konkurencji cenowej produktów poszczególnych instytucji finansowych 187
- 4.3. Rola dystrybucji w dostępie do produktów oszczędnościowo-inwestycyjnych 190
- 4.3.1. Zmiany zachodzące w dystrybucji produktów finansowych 190
- 4.3.2. Rola tradycyjnych i nowoczesnych kanałów dostępu do produktów oszczędnościowo-inwestycyjnych oferowanych przez banki 191
- 4.3.3. Ewolucja dostępu do produktów oszczędnościowo-inwestycyjnych oferowanych przez

pozostałe instytucje finansowe	194
4.3.4. Porównanie konkurencji w zakresie dystrybucji produktów oszczędnościowo-inwestycyjnych oraz wskazanie tendencji dalszego jej rozwoju	201
4.4. Promocja jako instrument rywalizacji o oszczędności między instytucjami finansowymi	204
4.4.1. Znaczenie promocji w pozyskiwaniu oszczędności	204
4.4.2. Wykorzystanie promocji przez instytucje finansowe w Polsce	204
4.5. Czynniki niematerialne jako narzędzie konkurencji o oszczędności ludności	211
4.5.1. Znaczenie zasobów niematerialnych w konkurencji między instytucjami finansowymi	211
4.5.2. Rola personelu i jakości obsługi klienta w pozyskiwaniu nadwyżek finansowych ludności	212
4.5.3. Wizerunek a konkurowanie o oszczędności ludności	216

Rozdział 5

Ocena skuteczności wybranych narzędzi konkurencji w świetle badania ankietowego

5.1. Opis badania i charakterystyka próby badawczej	223
5.2. Wielkość posiadanych oszczędności i sposoby ich lokowania	225
5.3. Znajomość produktów oszczędnościowo-inwestycyjnych oraz źródła informacji o nich	230
5.4. Ogólne determinanty wyboru produktów oszczędnościowo-inwestycyjnych	238
5.5. Sposoby komunikacji z instytucją finansową i ocena ich bezpieczeństwa	241
5.6. Znaczenie jakości obsługi w instytucjach finansowych oraz innych czynników niematerialnych	244
5.7. Czynniki wpływające na decyzje o nabyciu poszczególnych produktów oszczędnościowo-inwestycyjnych	247

Zakończenie	253
Bibliografia	257
Spis tabel	267
Spis rysunków	269