

Strategia wielokanałowej dystrybucji a konkurencyjność banku

Autorzy: Łukasz Dwojak

W okresie ostatnich dwóch dekad na krajowym rynku usług bankowych rola strategii dystrybucji w ramach strategii marketingowej banku znacząco wzrosła. Było to szczególnie widoczne w obszarze bankowości detalicznej. Rola strategii dystrybucji ewoluowała od prostego umożliwienia klientowi zakupu produktu bankowego, poprzez stworzenie możliwości wyboru jednego z kanałów dystrybucji do zawarcia transakcji, aż do stania się synonimem komfortu obsługi, poprzez zaoferowanie klientowi możliwości kontaktu z bankiem w dogodnym dla niego miejscu i czasie. W wyniku tych zmian strategia dystrybucji stała się ważnym narzędziem osiągnięcia przewagi konkurencyjnej przez banki krajowe.

Autor przeprowadził gruntowną analizę źródeł osiągnięcia przewagi konkurencyjnej w bankowości detalicznej. Opisując przesłanki zmian w strategiach dystrybucji detalicznych produktów bankowych podkreślono rolę nowoczesnej technologii informatycznej w rozwoju nowych kanałów dystrybucji. Powstanie nowoczesnych kanałów dystrybucji doprowadziło do ukształtowania się strategii wielokanałowej dystrybucji, która stanowi obecnie najbardziej zaawansowany model dystrybucji detalicznych produktów bankowych.

W oparciu o badania empiryczne oraz studia literaturowe wykazano, że strategia dystrybucji umożliwi osiągnięcie przewagi konkurencyjnej, nie jest to jednak przewaga o charakterze trwałym. Powszechna dostępność rozwiązań z zakresu nowoczesnych technologii informatycznych umożliwia bowiem łatwe kopiowanie nowych rozwiązań dystrybucyjnych przez konkurentów. Jednak skuteczne wdrożenie strategii wielokanałowej dystrybucji pozytywnie oddziałuje na wyniki finansowe banku.

W pracy omówiono stan i kierunki rozwoju systemów dystrybucji produktów bankowych w Polsce. Dokonano także porównania rozwoju strategii wielokanałowej dystrybucji detalicznych produktów bankowych na rynku krajowym, z doświadczeniami innych krajów.

Książka przeznaczona jest dla studentów zainteresowanych bankowością, zarządzaniem i marketingiem oraz pracowników naukowo-dydaktycznych. Może być także źródłem zobiektywizowanej wiedzy i cennych inspiracji dla pracowników banków i innych instytucji finansowych.

Spis treści :

Wprowadzenie 7

Rozdział 1

Źródła przewagi konkurencyjnej w bankowości detalicznej 11

1.1. Identyfikacja źródeł przewagi konkurencyjnej w segmencie detalicznych usług bankowych 11

1.1.1. Konkurencja w sektorze bankowym i jej specyfika 11

1.1.2. Przewaga konkurencyjna, jej rodzaje oraz sposób analizy 15

1.1.3. Czynniki osiągnięcia przewagi konkurencyjnej w obszarze bankowości detalicznej w świetle badań 16

1.2. Analiza potencjalnych źródeł przewagi konkurencyjnej w kontekście ich trwałości 23

1.2.1. Znaczenie jakości w osiągnięciu długotrwałej przewagi nad konkurencją 23

- 1.2.2. Rola wizerunku i marki banku w budowie trwałej przewagi konkurencyjnej 29
- 1.2.3. Możliwość wykorzystania zaawansowanej technologii w obszarze dystrybucji jako źródła trwałej przewagi konkurencyjnej 35
- 1.2.4. Pozostałe źródła budowy przewagi konkurencyjnej 39

Rozdział 2

Kształtowanie się strategii wielokanałowej dystrybucji detalicznych usług bankowych 43

- 2.1. Przesłanki zmian w strategiach dystrybucji detalicznych produktów bankowych 43
 - 2.1.1. Pojęcie i cele strategii dystrybucji 43
 - 2.1.2. Przyczyny zmian w strategiach dystrybucji produktów bankowych 50
 - 2.1.3. Rola nowoczesnej technologii w rozwoju kanałów dystrybucji 55
- 2.2. Strategia wielokanałowej dystrybucji jako najbardziej zaawansowany model dystrybucji detalicznych produktów bankowych 63
 - 2.2.1. Istota strategii wielokanałowej dystrybucji oraz jej zalety i wady 63
 - 2.2.2. Strategia wielokanałowej dystrybucji a inne strategie dystrybucji detalicznych usług bankowych 69

Rozdział 3

Wielokanałowa dystrybucja usług bankowych a wyniki finansowe banku i jego pozycja konkurencyjna 77

- 3.1. Wielokanałowa dystrybucja usług bankowych a wyniki finansowe banku 77
 - 3.1.1. Sposoby oddziaływania strategii wielokanałowej dystrybucji na wynik finansowy banku 77
 - 3.1.2. Oddziaływanie strategii wielokanałowej dystrybucji na przychody i koszty w świetle wyników badań 84
- 3.2. Strategia wielokanałowej dystrybucji jako czynnik przewagi konkurencyjnej 88
 - 3.2.1. Ewolucja poglądów dotyczących roli dystrybucji w budowie przewagi konkurencyjnej 88
 - 3.2.2. Warunki osiągnięcia przewagi konkurencyjnej w wyniku wdrożenia strategii wielokanałowej dystrybucji 91
 - 3.2.3. Ocena trwałości przewagi konkurencyjnej osiągniętej dzięki wdrożeniu dystrybucji wielokanałowej 96

Rozdział 4

Stan i kierunki rozwoju strategii dystrybucji produktów bankowych w Polsce 101

- 4.1. Proces kształtowania się systemów dystrybucji detalicznych produktów bankowych w Polsce 101
 - 4.1.1. Zmiany ilościowe w stacjonarnej sieci sprzedaży 101
 - 4.1.2. Zmiany jakościowe w sieci placówek własnych banków 110
 - 4.1.3. Rozwój sieci placówek franczyzowych 113
 - 4.1.4. Wykorzystanie pośredników w procesie sprzedaży produktów bankowych 115
- 4.2. Rozwój nowoczesnych kanałów dystrybucji 118
 - 4.2.1. Zmiany ilościowe w zakresie elektronicznych kanałów sprzedaży 118
 - 4.2.1.1. Zmiany ilościowe w okresie do 2005 roku 119
 - 4.2.1.2. Zmiany ilościowe w okresie po 2005 roku 126
 - 4.2.2. Zmiany jakościowe w obszarze nowoczesnych kanałów dystrybucji 132

Rozdział 5

Rozwój strategii wielokanałowej dystrybucji detalicznych produktów bankowych w Polsce a doświadczenia innych krajów 141

5.1. Kształtowanie się strategii wielokanałowej dystrybucji w Polsce 141

5.1.1. Analiza etapów rozwoju systemu dystrybucji detalicznych produktów bankowych w Polsce 142

5.1.2. Wdrożenie strategii wielokanałowej dystrybucji przez wybrane banki działające w Polsce 146

5.2. Rozwój strategii dystrybucji detalicznych produktów bankowych w wybranych regionach Europy i świata 148

5.2.1. Tendencje w zakresie wykorzystania poszczególnych kanałów dystrybucji detalicznych produktów bankowych 148

5.2.2. Doświadczenia wybranych banków we wdrażaniu strategii wielokanałowej dystrybucji 152

Zakończenie 157

Bibliografia 163

Spis rysunków 171

Spis tabel 173