

Spis treści

Wstęp	9
Rozdział 1	
Zagadnienia metodyczne	13
1.1. Problemy badawcze.....	13
1.2. Cele, hipotezy i zadania badawcze.....	14
1.3. Zakres badań	16
1.4. Metody badań	23
Rozdział 2	
Teoretyczne podstawy konkurencyjności	29
2.1. Pojęcia konkurencyjności	30
2.2. Konkurencyjność w koncepcjach i teoriach ekonomii	34
2.2.1. Konkurencyjność w koncepcjach i teoriach ekonomii klasycznej.....	34
2.2.2. Konkurencyjność w koncepcjach i teoriach ekonomii neoklasycznej.....	36
2.2.3. Konkurencyjność w koncepcjach i teoriach ekonomii szkoły austriackiej i niemieckiej.....	38
2.2.4. Konkurencyjność w świetle współczesnych koncepcji i teorii ekonomii	39
2.3. Konkurencyjność przedsiębiorstw w koncepcjach i teoriach nauk o zarządzaniu.....	41
2.4. Kryteria i wymiary badania konkurencyjności	43

Rozdział 3

Konkurencyjność banków jako przedsiębiorstw finansowych	49
3.1. Teoretyczne podejścia do badania konkurencyjności przedsiębiorstw.....	49
3.2. Banki jako przedsiębiorstwa finansowe – ujęcie teoretyczne.....	51
3.3. Teoretyczny model konkurencyjności banków na rynku finansowym	59

Rozdział 4

Bankowość elektroniczna jako konkurencyjny kanał dystrybucji produktów i usług bankowych	79
4.1. Pojęcia bankowości elektronicznej.....	80
4.2. Znaczenie bankowości elektronicznej dla banków, ich klientów i gospodarki	82
4.3. Rynek bankowości elektronicznej – ujęcie ilościowe i wartościowe	86
4.4. Determinanty korzystania przez klientów z bankowości elektronicznej jako kanału dystrybucji produktów i usług bankowych.....	91
4.5. Teoretyczny model akceptacji i użycia bankowości elektronicznej przez klientów jako kanału dystrybucji produktów i usług bankowych	97
4.6. Nowoczesne technologie informacyjne IT w bankowości elektronicznej jako podstawowy czynnik konkurencyjności banków ...	103
4.7. Rola sektora FinTech w kreowaniu i transferze innowacyjnych technologii do bankowości elektronicznej	111

Rozdział 5

Produkty i usługi jako instrumenty konkurowania banków.....	123
5.1. Pojęcia produktów i usług oraz różnice między nimi	123
5.2. Istota i klasyfikacja produktów i usług bankowych	126
5.3. Jakość produktów i usług bankowych jako determinanta konkurencyjności banków	129
5.4. Model satysfakcji, zaufania i lojalności klientów z tytułu korzystania z produktów i usług bankowości elektronicznej	139

Rozdział 6

Konkurencyjność *ex post* banków w Polsce w zakresie produktów i usług bankowości elektronicznej – podejście popytowe147

- 6.1. Ważność produktów i usług bankowości elektronicznej w ocenie klientów badanych banków148
- 6.2. Ważność kanałów dystrybucji produktów i usług bankowych oraz ich dostęp w ocenie klientów badanych banków.....150
- 6.3. Zakres, skala, jakość oraz ceny produktów i usług bankowości elektronicznej w ocenie klientów badanych banków.....155
- 6.4. Wpływ cech społeczno-demograficznych respondentów/klientów na poziom korzystania z produktów i usług bankowości elektronicznej.....163
- 6.5. Determinanty korzystania przez klientów z produktów i usług bankowości elektronicznej167
- 6.6. Zaufanie klientów badanych banków do produktów i usług e-bankowości170
- 6.7. Sprawność systemów informatycznych bankowości elektronicznej w ocenie klientów badanych banków171
- 6.8. Oczekiwania klientów badanych banków wobec innowacyjnych produktów i usług bankowości elektronicznej.....173
- 6.9. Wskaźniki syntetyczne konkurencyjności banków w podejściu popytowym174

Rozdział 7

Efektywność technologii IT bankowości elektronicznej jako jeden z wyznaczników konkurencyjności banków w Polsce183

- 7.1. Rola technologii IT w działalności banków – przegląd badań empirycznych na świecie.....185
- 7.2. Metody badań efektywności technicznej banków188
- 7.3. Poziom i zmiany efektywności technicznej technologii IT badanych banków komercyjnych przy wykorzystaniu metody DEA192
- 7.4. Związek między poziomem satysfakcji klientów z produktów i usług bankowości elektronicznej/konkurencyjnością w podejściu popytowym a efektywnością techniczną technologii IT banków/konkurencyjnością w podejściu podażowym199

Rozdział 8

Konkurencyjność <i>ex post</i> banków w Polsce – podejście podażowe.....	201
8.1. Poziom efektywności finansowej badanych banków w Polsce	202
8.2. Determinanty efektywności finansowej badanych banków w Polsce....	206
8.3. Pozostała sytuacja ekonomiczno-finansowa badanych banków w Polsce	212
8.4. Wskaźnik syntetyczny konkurencyjności banków w podejściu podażowym.....	228

Rozdział 9

Konkurencyjność <i>ex ante</i> badanych banków w Polsce w zakresie produktów i usług bankowości elektronicznej.....	235
9.1. Szanse i zagrożenia badanych banków w Polsce.....	235
9.1.1. Makrootoczenie jako źródło szans i zagrożeń dla badanych banków w Polsce	236
9.1.2. Sektorowe otoczenie konkurencyjne jako źródło szans i zagrożeń dla badanych banków w Polsce.....	240
9.2. Strategia konkurencji dla badanych banków w Polsce w zakresie produktów i usług bankowości elektronicznej.....	246
9.3. Nowa architektura bankowości elektronicznej w okresie pandemii COVID-19.....	260
Ograniczenia badań własnych i kierunki przyszłych badań.....	267
Podsumowanie i wnioski.....	271
Streszczenie	279
Summary	281
Bibliografia	283
Spis tabel	307
Spis schematów	310
Spis rysunków	311
Aneks.....	313