

**PRACE NAUKOWE**

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

**RESEARCH PAPERS**

of Wrocław University of Economics

**305**

# **Ekonomia**



Redaktorzy naukowi

**Magdalena Rękas**

**Jerzy Sokołowski**



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu  
Wrocław 2013

Redaktor Wydawnictwa: Aleksandra Śliwka  
Redakcja techniczna i korekta: Barbara Łopusiewicz  
Łamanie: Małgorzata Czupryńska  
Projekt okładki: Beata Dębska

Publikacja jest dostępna w Internecie na stronach:  
[www.ibuk.pl](http://www.ibuk.pl), [www.ebscohost.com](http://www.ebscohost.com),  
The Central and Eastern European Online Library [www.ceeol.com](http://www.ceeol.com),  
a także w adnotowanej bibliografii zagadnień ekonomicznych BazEkon  
[http://kangur.uek.krakow.pl/bazy\\_ae/bazekon/nowy/index.php](http://kangur.uek.krakow.pl/bazy_ae/bazekon/nowy/index.php)

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania znajdują się  
na stronie internetowej Wydawnictwa  
[www.wydawnictwo.ue.wroc.pl](http://www.wydawnictwo.ue.wroc.pl)

Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie  
wymaga pisemnej zgody Wydawcy

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu  
Wrocław 2013

**ISSN 1899-3192**  
**ISBN 978-83-7695-382-3**

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Druk: Drukarnia TOTEM

## Spis treści

<b>Wstęp</b> .....	13
<b>Mieczysław Adamowicz, Paweł Janulewicz:</b> Wykorzystanie analizy czynnikowej do oceny rozwoju społeczno-gospodarczego w skali lokalnej .....	15
<b>Ewa Badzińska, Jakub Ryfa:</b> Ekonomia wirtualnych światów – tendencje rozwoju .....	24
<b>Tomasz Bernat:</b> Egzogeniczne determinanty dominacji rynkowej na przykładzie Poczty Polskiej SA.....	37
<b>Agnieszka Brelik, Marek Tomaszewski:</b> Wybrane determinanty kształtujące współpracę innowacyjną przedsiębiorstw przemysłowych z jednostkami PAN i szkołami wyższymi na terenie Polski Północno-Zachodniej.....	50
<b>Agnieszka Bretyn:</b> Wybrane aspekty jakości życia młodych konsumentów w Polsce .....	62
<b>Grzegorz Bywalec:</b> Transformacja gospodarcza a regionalne zróżnicowanie ubóstwa w Indiach .....	73
<b>Magdalena Cyrek:</b> Determinanty zatrudnienia w usługach tradycyjnych i nowoczesnych – analiza regionalna.....	83
<b>Sławomir Czech:</b> Czy wokół państwa opiekuńczego toczy się jeszcze spór o wartości?.....	95
<b>Sławomir Czetwertyński:</b> Możliwości poznawcze prawa Metcalfe’a w określaniu wartości ekonomicznej sieci komunikacyjnych.....	108
<b>Małgorzata Deszczka, Marek Wąsowicz:</b> Polityka i strategia rozwoju Unii Europejskiej w koncepcji ekonomii zrównoważonego rozwoju .....	118
<b>Karolina Dreła:</b> Zatrudnienie nietypowe .....	129
<b>Paweł Drobny:</b> Ekonomia personalistyczna jako próba reorientacji ekonomii .....	142
<b>Małgorzata Gajda-Kantorowska:</b> Koszty bankructwa państwa .....	154
<b>Małgorzata Gasz:</b> Unia bankowa – w poszukiwaniu nowego paradygmatu na europejskim rynku bankowym .....	163
<b>Małgorzata Gawrycka, Anna Szymczak:</b> Zmiana struktury dochodów w Polsce w relacji kapitał–praca z uwzględnieniem sektorów gospodarki narodowej .....	174
<b>Anna Golejewska:</b> Innowacje i sposoby ich pomiaru na poziomie regionalnym .....	184
<b>Mariusz Grębowiec:</b> Zachowania nabywcze konsumentów na rynku usług bankowych w świetle badań .....	195

<b>Urszula Grzega:</b> Oszczędności i zadłużenie polskich gospodarstw domowych.....	207
<b>Jarosław Hermaszewski:</b> Sytuacja finansowa gminy a wybory bezpośrednie w gminach. Wstęp do badań.....	218
<b>Elżbieta Jantóń-Drozdowska, Maria Majewska:</b> Wpływ globalizacji na wzrost poziomu specjalizacji w międzynarodowej wymianie handlowej..	228
<b>Tomasz Jasiński, Agnieszka Ścianowska:</b> Możliwości oddziaływania na wzrost gospodarczy poprzez kontrolę poziomu ryzyka kredytowego w bankach przy wykorzystaniu systemów sztucznej inteligencji.....	240
<b>Renata Jedlińska:</b> Atrakcyjność inwestycyjna Polski – wybrane aspekty.....	252
<b>Andrzej Jędruchniewicz:</b> Inflacja jako cel polityki pieniężnej NBP.....	264
<b>Michał Jurek:</b> Wykorzystanie analizy duracji i wypukłości w zarządzaniu ryzykiem stopy procentowej.....	276
<b>Sławomir Kalinowski:</b> Znaczenie eksperymentu w metodologii nauk ekonomicznych.....	287
<b>Teresa Kamińska:</b> Struktura branżowa bezpośrednich inwestycji zagranicznych a kryzys finansowy .....	299
<b>Renata Karkowska:</b> Siła oddziaływania czynników makroekonomicznych i systemowych na wielkość globalnej płynności.....	311
<b>Anna Kasprzak-Czelej:</b> Determinanty wzrostu gospodarczego.....	323
<b>Krzysztof Kil, Radosław Ślusarczyk:</b> Analiza wpływu polityki stóp procentowych EBC na stabilność sektorów bankowych w wybranych krajach strefy euro – wnioski z kryzysu.....	334
<b>Iwona Kowalska:</b> Rozwój badań z zakresu ekonomiki edukacji w paradygmacie interdyscyplinarności nauki .....	348
<b>Ryszard Kowalski:</b> Dylematy interwencjonizmu w czasach kryzysu .....	358
<b>Jakub Kraciuk:</b> Kryzysy finansowe w świetle ekonomii behawioralnej.....	370
<b>Hanna Kruk:</b> Rozwój zrównoważony w Regionie Morza Bałtyckiego na przykładzie wybranych mierników w latach 2005-2010.....	380
<b>Kazimierz W. Krupa, Irmina Jeleniewska-Korzela, Wojciech Krupa:</b> Kapitał intelektualny jako akcelerator nowej ekonomii (tablice korelacyjne, pracownicy kluczowi).....	391
<b>Anna Krzysztofek:</b> Normy i standardy społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw.....	401
<b>Krzysztof Kubiak:</b> Transakcje w procesie przepływu wiedzy w świetle nowej ekonomii instytucjonalnej.....	413
<b>Paweł Kulpaka:</b> Model konsumpcji permanentnej M. Friedmana a keynesowskie funkcje konsumpcji – empiryczna weryfikacja wybranych teorii na przykładzie Czech.....	423
<b>Justyna Łukomska-Szarek, Marta Włóka:</b> Rola kontroli zarządczej w procesie zarządzania jednostkami samorządu terytorialnego .....	434
<b>Natalia Mańkowska:</b> Konkurencyjność instytucjonalna – wybrane problemy metodologiczne.....	445

<b>Joanna Mesjasz, Martyna Michalak:</b> Percepcja zaangażowania przez adeptów zarządzania – szansą czy ograniczeniem dla współczesnych firm .....	457
<b>Jerzy Mieszaniec:</b> Innowacje nietechnologiczne w przedsiębiorstwach przemysłowych sektora wydobywczego .....	469
<b>Aneta Mikula:</b> Ubóstwo obszarów wiejskich w krajach Unii Europejskiej – demografia i rynek pracy .....	481
<b>Grażyna Musialik, Rafał Musialik:</b> Wartość publiczna a legitymizacja .....	492
<b>Janusz Myszczyński:</b> Wykorzystanie koncepcji <i>social savings</i> w określeniu wpływu sektora kolejowego na wzrost gospodarczy Niemiec w początkach XX w. ....	500
<b>Aleksandra Nacewska-Twardowska:</b> Zmiany w polityce handlowej Unii Europejskiej na początku XXI wieku .....	513
<b>Anna Niewiadomska:</b> Wydłużanie okresu aktywności zawodowej osób starszych w Polsce .....	524
<b>Mariusz Nyk:</b> Przeciętne wynagrodzenie a sytuacja na rynku pracy – przypadek województwa łódzkiego .....	536
<b>Monika Pasternak-Malicka:</b> Przesłanki ruchów migracyjnych Polaków z obszaru województwa podkarpackiego w kontekście kryzysu gospodarczego wywołanego kryzysem <i>subprime</i> .....	547
<b>Jacek Pera:</b> Budowa nowej architektury regulacyjnej w Europie jako element zarządzania ryzykiem niestabilności finansowej – rozwiązania pokryzysowe. Próba oceny i wnioski dla Polski .....	559
<b>Renata Pęciak:</b> Kryzysy w gospodarce w interpretacji Jeana-Baptiste’a Saya .....	573
<b>Czesława Pilarska:</b> Współczesny kryzys gospodarczy a napływ bezpośrednich inwestycji zagranicznych do Polski .....	584
<b>Elżbieta Pohulak-Żołędowska:</b> Innowacyjna nauka a źródła jej finansowania .....	601
<b>Adriana Politaj:</b> Pomoc publiczna na subsydiowanie zatrudnienia w Polsce i w wybranych krajach Unii Europejskiej .....	617
<b>Marcin Ratajczak:</b> Odpowiedzialny biznes w aspekcie osiągniętych korzyści ekonomicznych na przykładzie przedsiębiorstw agrobiznesu .....	628
<b>Magdalena Rękas:</b> Dieta w krajach Unii Europejskiej i czynniki wpływające na jej poziom – przegląd wybranych badań .....	638
<b>Włodzimierz Rudny:</b> Rozwiązania zintegrowane w modelach biznesowych .....	653
<b>Krzysztof Rutkiewicz:</b> Pomoc publiczna na działalność badawczo-rozwojową i innowacyjność przedsiębiorstw w polityce konkurencji Unii Europejskiej w latach 2004-2010 .....	663
<b>Katarzyna Skrzyszewska:</b> Konkurencyjność krajów Regionu Morza Bałtyckiego w świetle międzynarodowych rankingów .....	675
<b>Tadeusz Sporek:</b> Ewolucja i perspektywy grupy BRICS w globalnej gospodarce .....	684

<b>Aleksander Surdej:</b> Inwestycje w szkolenia zawodowe w świetle teorii ekonomicznej.....	695
<b>Piotr Szajner:</b> Wpływ zmienności kursu walutowego na międzynarodową konkurencyjność polskiego sektora żywnościowego .....	706
<b>Stanisław Ślusarczyk, Piotr Ślusarczyk, Radosław Ślusarczyk:</b> Problem skuteczności i efektywności decyzji menedżerskich w firmie w zakresie formułowania i wdrażania strategii .....	716
<b>Sylwia Talar, Joanna Kos-Łabędowicz:</b> Polska gospodarka internetowa – stan i perspektywy .....	729
<b>Monika Utzig:</b> Aktywa finansowe gospodarstw domowych a koniunktura gospodarcza .....	744
<b>Agnieszka Wałęga:</b> Nierówności dochodowe w kontekście przystąpienia Polski do Unii Europejskiej .....	754
<b>Grzegorz Wałęga:</b> Wpływ spowolnienia gospodarczego na zadłużenie gospodarstw domowych w Polsce .....	766
<b>Grażyna Węgrzyn:</b> Formy zatrudnienia pracowników w Unii Europejskiej – aktualne tendencje .....	778
<b>Barbara Wieliczko:</b> Krajowa pomoc publiczna w UE w okresie obecnego kryzysu.....	790
<b>Artur Wilczyński:</b> Znaczenie kosztów alternatywnych w rachunku ekonomicznym gospodarstw rolnych .....	802
<b>Renata Wojciechowska:</b> Wieloznaczności językowe współczesnej ekonomii .....	813
<b>Jarosław Wojciechowski:</b> Ewolucja koncepcji funkcjonowania rynku w społecznej nauce Kościoła Katolickiego.....	823
<b>Agnieszka Wojewódzka-Wiewiórska:</b> Znaczenie lokalnych grup działania w budowaniu kapitału społecznego na obszarach wiejskich.....	834
<b>Grażyna Wolska:</b> Kodeksy etyczne jako instrument poprawnych relacji między podmiotem gospodarczym a konsumentem.....	844
<b>Joanna Woźniak-Holecka, Mateusz Grajek, Karolina Sobczyk, Kamila Mazgaj-Krzak, Tomasz Holecki:</b> Ekonomiczno-społeczne konsekwencje reklamy w segmencie leków OTC .....	853
<b>Gabriela Wronowska:</b> Oczekiwania pracodawców wobec absolwentów szkół wyższych w Polsce jako przykład bariery wejścia na rynek pracy... ..	861
<b>Anna Wziętek-Kubiak, Marek Pęczkowski:</b> Źródła i bariery ciągłości wdrażania innowacji przez polskie przedsiębiorstwa.....	872
<b>Alfreda Zachorowska, Agnieszka Tylec:</b> Instytucjonalna struktura rynku pracy w Polsce .....	884
<b>Małgorzata Zielenkiewicz:</b> Upodabnianie się krajów pod względem poziomu dobrobytu w procesie integracji europejskiej .....	895
<b>Mariusz Zieliński:</b> Demografia i aktywność zawodowa ludności a poziom bezrobocia w Unii Europejskiej.....	907
<b>Jerzy Żyżyński:</b> Gospodarka jako spójny system strumieni pieniądza a problem racjonalności pakietu fiskalnego.....	917

## Summaries

<b>Mieczysław Adamowicz, Paweł Janulewicz:</b> The use of factor analysis for the assessment of socio-economic development on the local scale.....	23
<b>Ewa Badzińska, Jakub Ryfa:</b> The economy of virtual worlds – trend of development .....	36
<b>Tomasz Bernat:</b> Exogenous determinants of market dominance – Polish Post case .....	48
<b>Agnieszka Brelik, Marek Tomaszewski:</b> Selected determinants forming innovative partnership of traditional industrial companies with units of Polish Academy of Sciences and universities in north-western Poland.....	61
<b>Agnieszka Bretyn:</b> Selected aspects of quality of life of young consumers in Poland .....	72
<b>Grzegorz Bywalec:</b> Economic transformation and regional disparity of poverty in India.....	82
<b>Magdalena Cyrek:</b> Determinants of employment in traditional and modern services – regional analysis .....	94
<b>Sławomir Czech:</b> Is the welfare state’s dispute over values still alive? .....	107
<b>Sławomir Czetwertyński:</b> Cognitive possibilities of Metcalfe’s law in defining the economic value of communication networks .....	117
<b>Małgorzata Deszczka, Marek Wąsowicz:</b> Policy and development strategy in the European Union in the conception of economics of sustainable development .....	128
<b>Karolina Dreła:</b> Untypical employment.....	141
<b>Paweł Drobny:</b> Personalist economics as an attempt at economics reorientation .....	153
<b>Małgorzata Gajda-Kantorowska:</b> Costs of sovereign default.....	162
<b>Małgorzata Gasz:</b> Bank Union – in search of a new paradigm on the European banking market.....	173
<b>Małgorzata Gawrycka, Anna Szymczak:</b> Change of income framework in capital-labour scheme in Poland, including the sector of national economy .....	183
<b>Anna Golejewska:</b> Innovations and the way of their measure at the regional level.....	194
<b>Mariusz Grębowiec:</b> Purchasing behavior of consumers on banking service market in the light of research .....	206
<b>Urszula Grzega:</b> Savings and debt of Polish households.....	217
<b>Jarosław Hermaszewski:</b> Financial situation of a commune vs. local elections. Introduction to the study .....	227
<b>Elżbieta Jantón-Drozdowska, Maria Majewska:</b> The impact of globalization on a higher specialization level in international exchange of goods ...	239
<b>Tomasz Jasiński, Agnieszka Ścianowska:</b> Banks’ possibilities of influencing macroeconomic growth by the use of neural network systems in the credit risk control .....	250

<b>Renata Jedlińska:</b> Investment attractiveness of Poland – selected issues .....	263
<b>Andrzej Jędruchniewicz:</b> Inflation as a target of monetary policy of NBP ...	275
<b>Michał Jurek:</b> Use of duration and convexity analysis in interest rate risk management.....	286
<b>Sławomir Kalinowski:</b> The role of the controlled experiment in the methodology of economy .....	298
<b>Teresa Kamińska:</b> Economic activity structure of foreign direct investment and financial crisis .....	310
<b>Renata Karkowska:</b> The impact of macroeconomic and systemic factors on the global liquidity .....	322
<b>Anna Kasprzak-Czelej:</b> Determinants of economic growth .....	333
<b>Krzysztof Kil, Radosław Ślusarczyk:</b> The analysis of influence of the ECB interest rates' policy on a stability of bank sectors in selected countries of the eurozone – conclusions from the crisis.....	347
<b>Iwona Kowalska:</b> Development of research in the field of economics of education within the paradigm of interdisciplinarity of science .....	357
<b>Ryszard Kowalski:</b> The dilemmas of interventionism in times of crisis .....	369
<b>Jakub Kraciuk:</b> Financial crises in the light of behavioural economics.....	379
<b>Hanna Kruk:</b> Sustainable development in the Baltic Sea Region based on chosen indices in years 2005-2010 .....	390
<b>Kazimierz W. Krupa, Irmína Jeleniewska-Korzela, Wojciech Krupa:</b> Intellectual capital as an accelerator of the new economy (correlation tables, key employees) .....	400
<b>Anna Krzysztofek:</b> Norms and standards of social responsibility in enterprises .....	412
<b>Krzysztof Kubiak:</b> Transactions in the flow of knowledge in the light of new institutional economics .....	422
<b>Paweł Kulpaka:</b> M. Friedman's permanent consumption model and Keynesian consumption functions – empirical verification of selected theories on the example of Czech.....	433
<b>Justyna Łukomska-Szarek, Marta Włóka:</b> The role of management control in management process of local self-government units.....	444
<b>Natalia Mańkowska:</b> Institutional competitiveness – selected methodological issues .....	456
<b>Joanna Mesjasz, Martyna Michalak:</b> Understanding the engagement by management adepts – a chance or a limitation for contemporary business	468
<b>Jerzy Mieszaniec:</b> Non-technological innovations in the industrial enterprises of mining sector.....	480
<b>Aneta Mikula:</b> Poverty of rural areas in the European Union member states – demography and labor market .....	491
<b>Grażyna Musialik, Rafał Musialik:</b> Public value and legitimacy .....	499



<b>Janusz Myszczyzyn:</b> Use of social savings concept in defining the role of railway sector on the economic growth in Germany in the early twentieth century .....	512
<b>Aleksandra Nacewska-Twardowska:</b> Changes in trade policy of the European Union at the beginning of the twenty-first century .....	523
<b>Anna Niewiadomska:</b> Extending the period of professional activity of the elderly in Poland .....	535
<b>Mariusz Nyk:</b> Average salary and the situation on the labour market – case of Łódź Voivodeship .....	546
<b>Monika Pasternak-Malicka:</b> Reasons form migration of Poles from Subcarpathian Voivodeship in the context of the economic crisis caused by the subpreme crisis .....	558
<b>Jacek Pera:</b> Construction of a new regulatory architecture in Europe as an element of financial instability risk management – post-crisis solutions. Attempt of assessment and implications for Poland.....	572
<b>Renata Pęciak:</b> Crises in the economy in the interpretation of Jean-Baptiste Say .....	583
<b>Czesława Pilarska:</b> The contemporary economic crisis and foreign direct investment inflow into Poland .....	600
<b>Elżbieta Pohulak-Żołędowska:</b> Innovations in science and their financial sources .....	616
<b>Adriana Politałaj:</b> State aid for subsidizing of employment in Poland and in selected countries of the European Union .....	627
<b>Marcin Ratajczak:</b> Responsible business in the context of economic benefits gained on the example of agribusiness enterprises.....	637
<b>Magdalena Rękas:</b> Fertility rate in the European Union states and factors influencing the rate – review of selected surveys .....	652
<b>Włodzimierz Rudny:</b> Solution-based business models.....	662
<b>Krzysztof Rutkiewicz:</b> State aid for Research & Development & Innovation activities of enterprises in the European Union’s competition policy in the period 2004-2010.....	674
<b>Katarzyna Skrzyszewska:</b> Competitiveness of the Baltic Region countries in the context of international rankings .....	683
<b>Tadeusz Sporek:</b> Evolution and perspectives of BRICS group in the global economy.....	694
<b>Aleksander Surdej:</b> Investments in VET programmes: framework for an economic analysis .....	705
<b>Piotr Szajner:</b> The impact of exchange rated volatility on the competitiveness of Polish food sector on international markets .....	715
<b>Stanisław Ślusarczyk, Piotr Ślusarczyk, Radosław Ślusarczyk:</b> The problem of efficacy and effectiveness in the formulating and implementing of strategy decision making process .....	728

<b>Sylwia Talar, Joanna Kos-Łabędowicz:</b> Polish Internet economy – current state and future perspectives .....	743
<b>Monika Utzig:</b> Households' financial assets and economic prospect.....	753
<b>Agnieszka Wałęga:</b> Income inequality in the context of accession of Poland to the European Union .....	765
<b>Grzegorz Wałęga:</b> Impact of economic slowdown on households' debt in Poland .....	777
<b>Grażyna Węgrzyn:</b> Employment forms in the European Union – current trends.....	789
<b>Barbara Wieliczko:</b> State aid in the European Union in the period of the current crisis.....	801
<b>Artur Wilczyński:</b> The impact of opportunity costs on farms profitability.....	812
<b>Renata Wojciechowska:</b> Linguistic ambiguities of contemporary economics	822
<b>Jarosław Wojciechowski:</b> Evolution of free market concept in social teaching of the Catholic Church.....	833
<b>Agnieszka Wojewódzka-Wiewiórska:</b> The significance of local action groups in formation of social capital in rural areas .....	843
<b>Grażyna Wolska:</b> Ethical codes as a tool of correct relations between a firm and a consumer .....	852
<b>Joanna Woźniak-Holecka, Mateusz Grajek, Karolina Sobczyk, Kamila Mazgaj-Krzak, Tomasz Holecki:</b> Marketing of OTC medicines in Poland on the example of television advertising .....	860
<b>Gabriela Wronowska:</b> Expectations of employers towards graduates of universities in Poland as an example of barriers to enter the labor market ....	871
<b>Anna Wziętek-Kubiak, Marek Pęczkowski:</b> Sources and barriers of persistence of innovation of Polish manufacturing companies .....	883
<b>Alfreda Zachorowska, Agnieszka Tylec:</b> Institutional structure of the labor market in Poland .....	894
<b>Małgorzata Zielenkiewicz:</b> Convergence of the countries in terms of social welfare in the process of European integration .....	906
<b>Mariusz Zieliński:</b> Demography and economically active population vs. the level of unemployment in the European Union.....	916
<b>Jerzy Żyżyński:</b> Economy as a consistent system of money flows vs. the issue of fiscal pact rationality .....	931

**Mariusz Grębowiec**

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

---

## ZACHOWANIA NABYWCZE KONSUMENTÓW NA RYNKU USŁUG BANKOWYCH W ŚWIETLE BADAŃ

---

**Streszczenie:** Opracowanie podejmuje zagadnienie zachowań konsumentekich na rynku usług bankowych. Problematyka ta jest szczególnie istotna ze względu na coraz większe zmiany zachodzące na tym rynku. Zrealizowane badania umożliwiły określenie mechanizmów i czynników wpływających na zachowania nabywcze na rynku usług bankowych, jak również ukazanie najczęściej wykorzystywanych produktów banku.

**Słowa kluczowe:** konsument, bank, usługi, zachowania.

### 1. Wstęp

Zagadnienie zachowań konsumentekich na rynku usług bankowych w ostatnich latach nabiera coraz większego znaczenia. Wynika to z wpływu procesu transformacji oraz przystosowywania się polskiej gospodarki do struktur Unii Europejskiej. W ofercie podmiotów działających na tym rynku pojawiają się coraz częściej nowe produkty oraz usługi, które otwierają przed konsumentami nieznane dotychczas możliwości inwestowania i zdobywania kapitału. Powoduje to głębokie przemiany w dotychczasowym sposobie postępowania ludzi oraz wpływa na ich decyzje finansowe oraz służy kreacji potrzeb (np. oszczędzania).

Określenie zachowań konsumentekich na rynku usług bankowych jest również istotne z punktu widzenia podmiotów działających na tym rynku i oferujących swoje usługi. Przyczyną takiego stanu jest wciąż wzrastająca konkurencja na rynku finansowym, powodująca, że coraz trudniejsze jest pozyskanie nowego klienta, jak również utrzymanie dotychczasowego w dłuższym okresie. To wszystko uzasadnia konieczność zajmowania się zachowaniami konsumentekimi na rynku usług bankowych.

### 2. Pojęcie zachowań konsumentekich

W literaturze funkcjonuje wiele definicji zachowań konsumenta, w których wskazuje się na różne ich aspekty. J.F. Engel, R.D. Blackwell i P.W. Miliard zachowanie

konsumenta definiują jako ogół działań, które związane są z uzyskiwaniem i użytkowaniem produktów, a także usług i dysponowaniem nimi łącznie z decyzjami, które poprzedzają i warunkują te działania<sup>1</sup>. Inną definicję przedstawiają H. Fabiunke, H. Fischer, J. Jager i W. Kopert. Ich zdaniem zachowanie konsumenta jest wynikiem indywidualnego odczuwania potrzeb. Obejmuje ono całokształt obiektywnie i subiektywnie określonych, racjonalnych, emocjonalnych, świadomych oraz nieświadomych posunięć człowieka w trakcie przygotowań do podjęcia decyzji. Zgodnie z tą definicją, zachowanie konsumenta to jego postawa w procesie powstawania zamiaru dokonania zakupu i spożycia i następnie w czasie przekształcania się potrzeby w popyt oraz w trakcie jego realizacji, która odbywa się poprzez podjęcie decyzji kupna bądź skorzystania z usługi<sup>2</sup>. M. Pohorille uważa, że zachowanie konsumenta to sposób, w jaki konsument hierarchizuje swoje potrzeby, dokonuje wyboru dóbr i usług, które służą ich zaspokojeniu, a także użytkuje posiadane dobra<sup>3</sup>.

Podmiotami zachowań konsumenckich są członkowie gospodarstw domowych, których można traktować jako indywidualnych konsumentów lub jako jednostki reprezentujące gospodarstwo domowe będące bazą ekonomiczną jednostki lub grupy, która jest powiązana więzami rodzinnymi lub innego rodzaju. Aby zaspokoić potrzeby gospodarstwa jako całości, a także jego poszczególnych członków, członkowie gospodarstwa łączą swoje przychody, zasoby dóbr materialnych i wykonują prace w domu i poza nim<sup>4</sup>.

Istotnym podmiotem ekonomicznym sfery konsumpcyjnej jest konsument traktowany jako jednostka przejawiająca i zaspokajająca swoje potrzeby konsumpcyjne. Zaspokaja on swoje potrzeby, wykorzystując dobra materialne, a także usługi zakupione na rynku, wytworzone we własnym gospodarstwie bądź też otrzymane z funduszu spożycia społecznego czy też od innych gospodarstw domowych. Często niesłusznie zamiennie używa się pojęć „konsument” i „nabywca”. Jeżeli tę kategorię odnosi się do środków konsumpcji, wówczas pojęcie „nabywca” jest węższe niż „konsument”. Nabywca to osoba, która kupuje produkty na rynku w celu zaspokojenia potrzeb konsumpcyjnych własnych lub też innych osób i która może być zatem reprezentantem konsumenta na rynku<sup>5</sup>. Natomiast mianem klienta można określić każdy podmiot gospodarczy, który wykazuje zainteresowanie zakupem danego produktu.

W zakres zachowań konsumenta wchodzi: nabywanie, posiadanie i użytkowanie środków zaspokajania potrzeb. Nabywanie środków mających zaspokajać nasze potrzeby jest zawsze poprzedzone wyborem, który dokonywany jest według złożonego zestawu kryteriów. Bardzo istotne są kryteria ekonomiczne, które sprowadza-

<sup>1</sup> Por. L. Rudnicki, *Zachowanie konsumentów na rynku*, PWE, Warszawa 2000, s. 14.

<sup>2</sup> Por. L. Rudnicki, *Zachowania konsumentów na rynku*, AE, Kraków 1996, s. 7.

<sup>3</sup> Por. S. Smyczek, I. Sowa, *Modele rynkowych zachowań konsumentów*, WSZMiJO, Katowice 2003, s. 21.

<sup>4</sup> Por. E. Kieźel (red.), *Rynkowe zachowania konsumentów*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Katowice 2000, s. 58.

<sup>5</sup> Tamże, s. 59.

ją się do konfrontacji cen z dochodami konsumenta, choć i tu bywają odstępstwa. Często nabywa się przedmioty, które wcale nie są niezbędne, co z punktu widzenia ekonomicznego jest nieracjonalne. To nabywanie środków zaspokajania potrzeb wprowadza konsumenta na rynek i jest czynnikiem, który pozwala utrzymać wzrost gospodarczy, dlatego też niektóre społeczeństwa uczyniły z nabywania wartość gospodarczą<sup>6</sup>. Innym istotnym składnikiem zachowania konsumenta jest posiadanie, które uznawane jest za cel i sens każdej działalności gospodarczej, ponieważ warunkuje możliwości zaspokajania potrzeb. Można zatem powiedzieć, że posiadanie określa wymiar i zakres istnienia człowieka w systemach gospodarczych, a także decyduje o jego szansach życiowych i miejscu w społeczeństwie. Kolejny składnik – użytkowanie – stanowi zasadniczą część konsumpcji i jest warunkiem koniecznym utrzymania wzrostu gospodarczego<sup>7</sup>.

### 3. Miejsce banków w sektorze finansowym

Sytuacja finansowa sektora bankowego w Polsce ulega ciągłym zmianom, zarówno o charakterze ilościowym, jak i pod względem jakości i rodzaju świadczonych usług. Na koniec grudnia 2011 roku w Polsce działało 47 banków komercyjnych, 575 banków spółdzielczych i 19 oddziałów instytucji kredytowych. Liczba banków oraz oddziałów zmienia się minimalnie w ciągu ostatnich lat o 1 lub 2 banki. Liczba oddziałów bankowych w ostatnich latach wykazywała tendencję rosnącą.

**Tabela 1.** Największe banki działające w Polsce (pod względem sumy bilansowej)

Lp.	Nazwa banku	Suma bilansowa		Kredyty		Depozyty		Wynik finansowy netto	
		mln zł	zmiana proc.	mln zł	zmiana proc.	mln zł	zmiana proc.	mln zł	zmiana proc.
1	PKO Bank Polski	134 755,2	24,2	101 176,2	32,4	102 939,3	18,9	3 300,6	13,7
2	PKO S.A	132 030,5	6,4	79 078,0	18,6	90 889,1	1,1	3 528,0	63,7
3	BRE Bank	82 605,6	47,7	52 143,2	54,8	37 750,2	16,5	857,5	20,8
4	ING Bank Śląski	69 610,5	33,8	25 742,8	57,2	47 066,9	5,8	445,4	-30,1
5	Bank Zachodni WBK	57 838,1	40,0	35 137,2	46,7	42 810,7	43,8	954,3	-14,1

Źródło: *Ranking banków detalicznych*, <http://www.bankier.pl>, z dnia 02.03.2012.

<sup>6</sup> Por. L. Rudnicki, *Zachowanie konsumentów na rynku*, PWE, Warszawa 2000, s. 17.

<sup>7</sup> Por. L. Rudnicki, *Zachowania konsumentów na rynku*, AE, Kraków 1996, s. 8.

Na rynku bankowym obserwuje się sukcesywny spadek zatrudnienia, przy czym zmniejszenie zatrudnienia najbardziej dotknęło placówki krajowe, podczas gdy w placówkach zagranicznych liczba pracowników wzrosła.

W rankingu największych banków w Polsce na pierwszym miejscu znajduje się PKO Bank Polski SA, na drugiej pozycji uplasował się bank PKO SA, a na kolejnych BRE Bank, ING Bank Śląski i Bank Zachodni WBK.

#### **4. Zachowania klientów wobec świadczonych usług bankowych w świetle badań**

Przedmiotem badania były indywidualne zachowania klientów banków wobec oferty, jaką posiadają, oraz ich uwarunkowań. Celem badań było poznanie zachowań konsumenckich na rynku usług bankowych i określenie, jakie mechanizmy o nich decydują. Badania objęły zagadnienia dotyczące częstotliwości korzystania z usług banku, liczby usług, z jakich korzysta klient, znajomości oferty banku, rodzajów produktów bankowych, z jakich korzystają nabywcy tych usług, oraz form kontaktu z bankiem i oceną wizerunku banku.

W badaniach wykorzystano metodę sondażową. Techniką badawczą był kwestionariusz ankiety. Wzięło w nich udział 200 osób będących klientami wyżej wymienionych banków. Ponad połowę badanych (55,9%) stanowiły kobiety, podczas gdy mężczyźni 44,1%. Biorąc pod uwagę wiek respondentów, można stwierdzić, że podobny był odsetek ankietowanych w poszczególnych kategoriach wiekowych. Największą grupę objętą badaniem reprezentowały osoby w wieku 25-34 lata (36,3%), kolejna grupa, 15-24 lata, objęła 20,6% badanych, a najmniejszy odsetek ankietowanych reprezentowały osoby w wieku 65 lat i więcej.

Respondenci to osoby o zróżnicowanym poziomie wykształcenia. Największy odsetek stanowiły osoby z wykształceniem wyższym licencjackim i zawodowym – po 27,5%, a niewiele mniejszą grupę reprezentowały osoby posiadające wykształcenie wyższe magisterskie (21,6%). Najmniejszy odsetek ankietowanych biorących udział w badaniu miał wykształcenie średnie i podstawowe, obie grupy reprezentowało po 11,8% osób.

Wyniki badań pokazują, że dochody respondentów były wysoce zróżnicowane. Największy odsetek stanowili respondenci, którzy osiągają dochody w przedziale 1000-2000 zł i przekraczające 4000 zł netto w gospodarstwie domowym; te grupy stanowiły po 24,5%. Co piąty badany określił swoje dochody jako nieprzekraczające 1000 zł, a prawie 19% badanych posiadało dochody w przedziale 2001-3000 zł.

Badanie miało także na celu określenie liczby i rodzaju usług z jakich korzystają klienci. Informacje na ten temat przedstawia tab. 2.

Z badań wynika, że większość respondentów korzystała z więcej niż z jednego produktu w ramach oferty danego banku. Wszyscy badani posiadali założony w banku rachunek osobisty, a prawie 90% z nich posiadało karty debetowej lub obciążeniowej do tego rachunku. Wysoki odsetek badanych posiadających karty debe-

**Tabela 2.** Dochód netto a usługi, z jakich korzystają respondenci

Usługi banku	Dochód netto w gospodarstwie domowym					Ogółem
	do 1000 zł	1000-2000 zł	2001-3000 zł	3001-4000 zł	powyżej 4000 zł	procent
	procent	procent	procent	procent	procent	
Rachunek osobisty	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Lokata bankowa	13,6%	12,0%	57,9%	45,5%	64,0%	37,3%
Karta kredytowa	81,8%	72,0%	42,1%	81,8%	72,0%	69,6%
Karta debetowa lub obciążeniowa	81,8%	100,0%	89,5%	63,6%	96,0%	89,2%
Kredyt konsumpcyjny	9,1%	16,0%	5,3%	54,5%	40,0%	22,5%
Kredyt mieszkaniowy		12,0%	10,5%	18,2%	36,0%	15,7%
Kredyt samochodowy					12,0%	2,9%
Fundusz inwestycyjny				45,5%	36,0%	13,7%
Lokata z ubezpieczeniem na życie			5,3%	36,4%	20,0%	9,8%
Ogółem	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Źródło: badania własne.

towe wynika z faktu, że obecnie niemal do każdego nowo otwartego rachunku bank wydaje karty debetowe. Posiadaczami kart kredytowych było  $\frac{2}{3}$  badanych, podczas gdy lokaty posiadało już o  $\frac{1}{3}$  mniej badanych. Najmniej popularnymi produktami banku są kredyty samochodowe, z których korzystało jedynie 2,9% ankietowanych, i lokaty z ubezpieczeniem na życie, preferowane przez niecałe 10% respondentów.

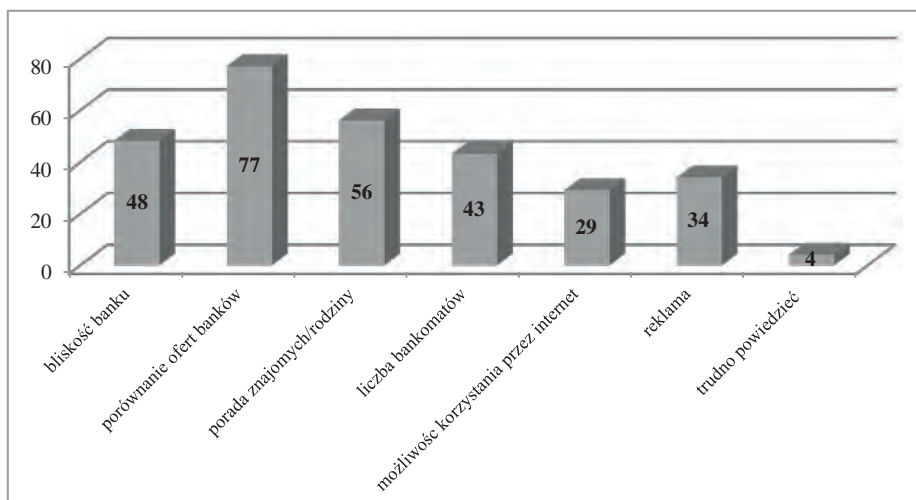
Badania wskazują na istnienie związku pomiędzy dochodem a ilością usług bankowych, z jakich korzystali klienci. Osoby o wyższym poziomie zamożności korzystały z większej liczby usług niż osoby o niższym statusie materialnym.

Z zebranych danych wynika, że  $\frac{3}{4}$  ankietowanych dokonujących wyboru rachunku oszczędnościowo-rozliczeniowego kierowało się porównaniem ofert w różnych bankach, analizowało tabele opłat i prowizji i na tej podstawie wybierało bank, w którym założą rachunek. Dla ponad połowy ankietowanych przy wyborze rachunku bankowego bardzo istotna była porada znajomych i rodziny, i to ich zdanie odgrywało znaczącą rolę przy dokonywaniu tego wyboru. Prawie 50% respondentów uznało, że wybór rachunku w banku był uzależniony od bliskości banku (oddziału) od ich miejsca pracy czy domu. Te osoby wybierały rachunki w tych bankach, które znajdowały się najbliżej tych miejsc i do których mogli najszybciej dotrzeć. Ważnym argumentem przemawiającym na rzecz wyboru rachunku w określonym banku była liczba bankomatów posiadanych przez dany bank.

W badaniu poruszona została kwestia posiadania lokaty w banku. Wyniki pokazują, że z takiej usługi banku korzystała niemal połowa respondentów, czyli 47,1%.



W przypadku tej zmiennej można zauważyć kilka zależności, jakie zostały wykazane w badaniach. Pierwsza zależność dotyczy związku pomiędzy wiekiem respondentów a posiadaniem lokaty czy też lokat. Zależność ta polega na tym, że skłonność do posiadania lokaty wzrasta wraz z wiekiem.



**Rys. 1.** Motywy wyboru rachunku w określonym banku

Źródło: badania własne.

**Tabela 3.** Wiek a posiadanie lokaty/lokata

Posiadanie lokaty/lokata	Wiek					Ogółem
	15-24 lata	25-34 lata	35-49 lat	50-64 lata	65 lat i więcej	
Tak	19,0%	31,6%	62,2%	88,2%	,0%	47,1%
Nie	81,0%	68,4%	37,8%	11,8%	100,0%	52,9%
Ogółem	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Źródło: badania własne.

Okazuje się, że najczęstszymi posiadaczami lokat były osoby, które przekroczyły wiek 35 lat, najrzadziej natomiast osoby młode, do 25 lat, i osoby najstarsze, czyli takie, które przekroczyły już 65 rok życia. Wśród ankietowanych w wieku 35-49 lat odsetek osób posiadających lokaty wyniósł 62,2%, w wieku 50-64 lata – 88,2%, natomiast w przypadku osób nieprzekraczających 35 lat jest to jedynie  $\frac{1}{3}$  badanych.

Badania pozwoliły także na wyróżnienie związku pomiędzy wykształceniem badanych a skłonnością do posiadania lokat. Jak pokazują wyniki, skłonność ta zwiększa się wraz ze wzrostem wykształcenia. Osoby o wyższym wykształceniu były bardziej skłonne do zakładania lokat i posiadały je częściej niż osoby o niższym poziomie wykształcenia.

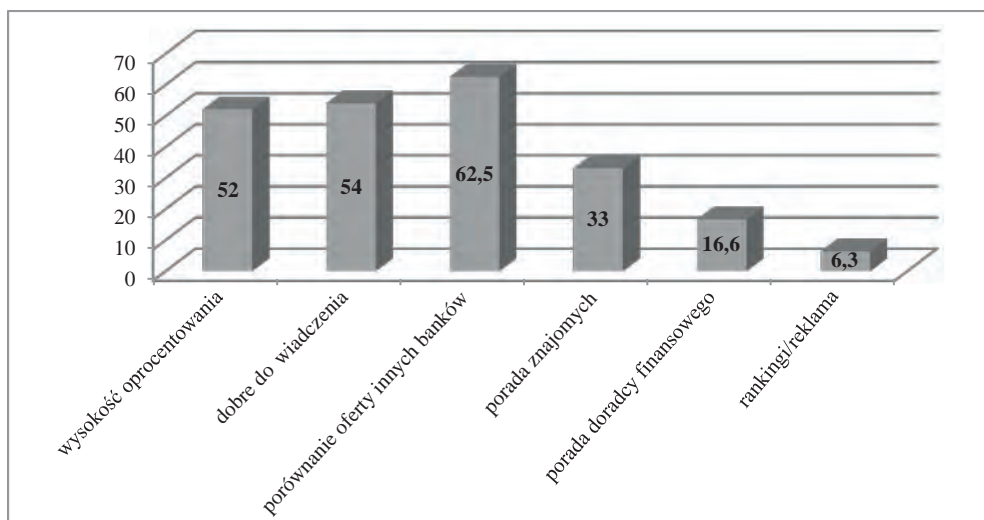


Dochód netto jest kolejną zmienną, która wpływa na skłonność do zakładania i posiadania lokat bankowych. Wraz ze wzrostem dochodu wzrasta liczba osób posiadających lokaty w banku.

**Tabela 4.** Dochód netto a posiadanie lokaty/lokata

Posiadanie lokaty/lokata	Dochód netto w gospodarstwie domowym					Ogółem
	do 1000 zł	1000-2000 zł	2001-3000 zł	3001-4000 zł	powyżej 4000 zł	
Tak	9,1%	40,0%	57,9%	81,8%	64,0%	47,1%
Nie	90,9%	60,0%	42,1%	18,2%	36,0%	52,9%
Ogółem	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Źródło: badania własne.



**Rys. 2.** Motywy wyboru lokaty/lokata

Źródło: badania własne.

Badani, których dochody nie przekraczają 2000 zł, rzadziej niż osoby z dochodem powyżej 3000 zł posiadały lokaty bankowe. Wśród osób z dochodem w przedziale do 2000 zł odsetek respondentów korzystających z tego typu usług wyniósł niecałe 50%, podczas gdy w grupie osób, których dochody mieszczą się w przedziale 3001-4000 zł ten odsetek stanowi niemal 82%, a wśród badanych z dochodami przekraczającymi 4000 zł – 64%.

Badania pokazują, że klientami banku korzystającymi z lokat bankowych była prawie połowa badanej próby. Warto zatem zanalizować i określić motywacje, jakie kierowały ankietowanymi podczas wyboru określonej lokaty w banku.

Motywy, który najczęściej kierował badanymi podczas dokonywania wyboru lokaty w banku, było porównanie ofert w różnych bankach – taką odpowiedź wskazało niemal 2/3 respondentów. Dużą rolę odgrywały tu także dobre dotychczasowe doświadczenia z bankiem, na które wskazało 54% ankietowanych, i wysokość oprocentowania, ważna dla nieco ponad połowy badanych. Kolejnymi kryteriami wskazanymi w badaniach były: reklama, istotna dla nieco ponad 1/3 klientów i porada rodziny. Motywami, które w najmniejszym stopniu wpływają na wybór lokaty, są: porada doradców zawodowych (16,6%) i rankingi wskazane przez 6,3% badanych.

Badania pozwoliły także na określenie, jak duży odsetek respondentów korzystał z usług kredytowych. Ankietowanym zadano pytanie dotyczące tego, czy spłacają w omawianym banku obecnie kredyt hipoteczny. Jak wynika z analizy wyników, kredyty hipoteczne zaciągnięte w chwili badania spłacało 26,5% ankietowanych. Co warto podkreślić, widoczna jest zależność mówiąca o tym, że wraz ze wzrostem wykształcenia wzrasta liczba osób spłacających zaciągnięty kredyt hipoteczny. W przypadku osób z wykształceniem podstawowym i zawodowym kredyt hipoteczny spłacało łącznie 14,3%, podczas gdy wśród osób z wykształceniem wyższym taki kredyt spłacało ponad 80% ankietowanych. Zależność tę przedstawia tab. 5.

**Tabela 5.** Płeć a spłata kredytu hipotecznego (%)

Spłata kredytu	Wykształcenie					Ogółem
	podstawowe	zawodowe	średnie	wyższe licencjackie	wyższe magisterskie	
Tak	0,0%	14,3%	16,7%	50,0%	31,8%	26,5%
Nie	100,0%	85,7%	83,3%	50,0%	68,2%	73,5%
Ogółem	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Źródło: badania własne.

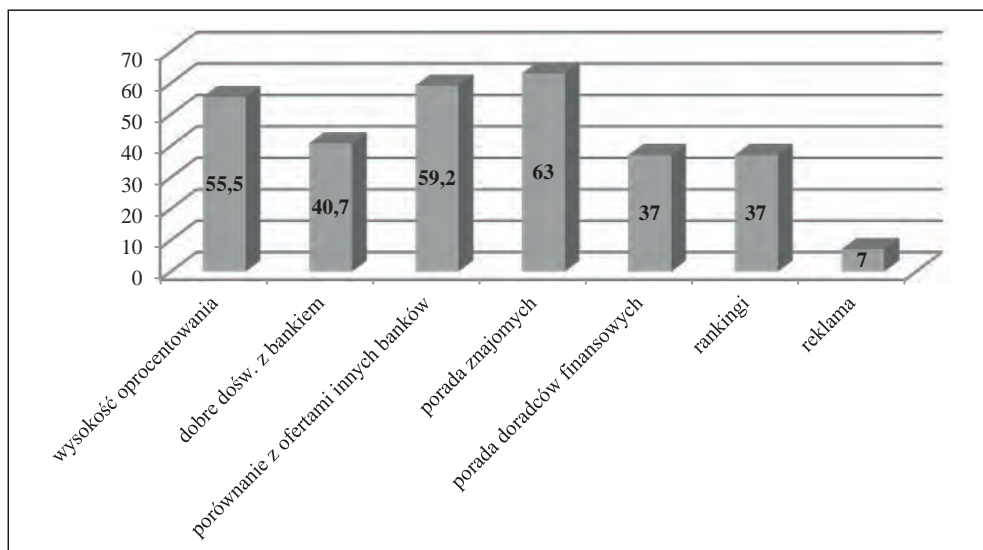
Badania pozwalają również na stwierdzenie istnienia związku pomiędzy dochodem badanych a spłatą kredytu. Zależność ta jest podobna jak w przypadku związku między tą samą zmienną a wykształceniem. Wraz ze wzrostem dochodu w gospodarstwie domowym zwiększa się liczba osób spłacających zaciągnięty kredyt hipoteczny. Osoby, w których gospodarstwach domowych dochód netto nie przekracza 2000 zł, rzadziej niż osoby, w których gospodarstwach dochód przekracza 3000 zł, spłacały kredyty hipoteczne. Różnice pomiędzy odsetkami tych osób są dość duże, w przypadku badanych z dochodem poniżej 2000 zł jest to 16%, podczas gdy wśród respondentów z dochodem przekraczającym 3000 zł ten procent wyniósł prawie 90%. Można sądzić, że sytuacja taka wynika z tego, iż osoby o wyższym wykształceniu i z wyższym dochodem mają większą zdolność kredytową i są „lepszymi” klientami dla banku niż osoby z niższym wykształceniem i niższymi dochodami, które nie mają zdolności kredytowej i rzadziej otrzymują z banku kredyty.

**Tabela 6.** Dochody a spłata kredytu hipotecznego

Spłata kredytu	Dochód netto w gospodarstwie domowym					Ogółem
	do 1000 zł	1000-2000 zł	2001-3000 zł	3001-4000 zł	powyżej 4000 zł	
Tak	0,0%	16,0%	10,5%	27,3%	72,0%	26,5%
Nie	100,0%	84,0%	89,5%	72,7%	28,0%	73,5%
Ogółem	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Źródło: badania własne.

Warto przyrzeć się w tym miejscu motywom, jakimi kierowali się klienci banku przy wyborze owego kredytu hipotecznego. Motywy te przedstawia rys. 3.

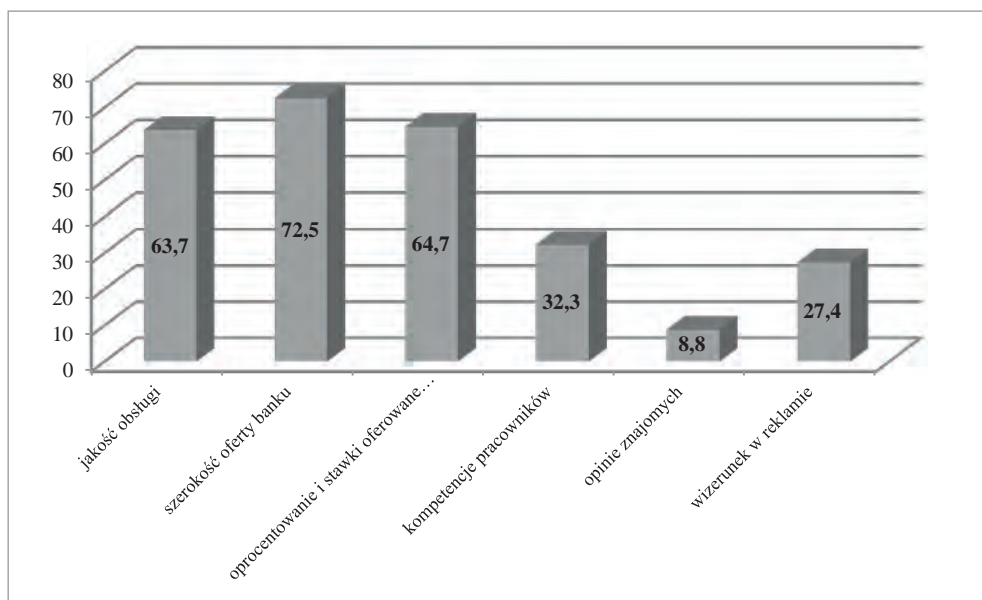
**Rys. 3.** Motywy wyboru kredytu hipotecznego

Źródło: badania własne.

Najważniejszym kryterium stosowanym podczas dokonywania wyboru banku oraz kredytu hipotecznego dla respondentów była porada znajomych lub rodziny. Okazuje się, że dla 63% badanych to opinia najbliższych była najważniejsza podczas podejmowania tego typu decyzji. Nieco mniej ważnym motywem było porównanie z ofertami innych banków – taką odpowiedź wskazało prawie 60% ankietowanych. Na kolejnych pozycjach wskazywanych przez ankietowanych znalazły się: wysokość oprocentowania kredytu proponowana przez bank – to kryterium było istotne dla 55,5% badanych, i dobre dotychczasowe doświadczenia z bankiem, na które wskazało 40,7% respondentów. Co ciekawe, najmniej ważnym kryterium dla ankietowanych podczas wyboru kredytu hipotecznego była reklama, ten motyw został

wskazany tylko w 7% przypadków. Można stwierdzić zatem, że reklamy kredytów hipotecznych przygotowywane przez banki i emitowane w różnych środkach przekazu nie przynoszą zamierzonego efektu, gdyż to inne czynniki mają tu większe znaczenie.

Z danych otrzymanych w wyniku realizacji badań wynika, że przy wyborze banku najistotniejszą rolę odgrywała szerokość oferty, czyli wielość usług i produktów, jakie oferuje dany bank. Kryterium to za najważniejsze uznało niemal  $\frac{3}{4}$  badanych. Kolejnym ważnym kryterium brany pod uwagę były oprocentowania oraz stawki oferowane przez bank. Ich wysokość miała duże znaczenie dla niemal 65% osób biorących udział w badaniu. Nieco mniejszy odsetek respondentów, bo 63,7%, uważało, że jakość obsługi decyduje o tym, czy wybiorą oni dany bank, dla własnych operacji. Okazuje się, że najmniej ważnym kryterium, jakim kierowali się badani, wybierając dla siebie bank, były opinie znajomych, wskazane przez niecałe 9% ankietowanych.



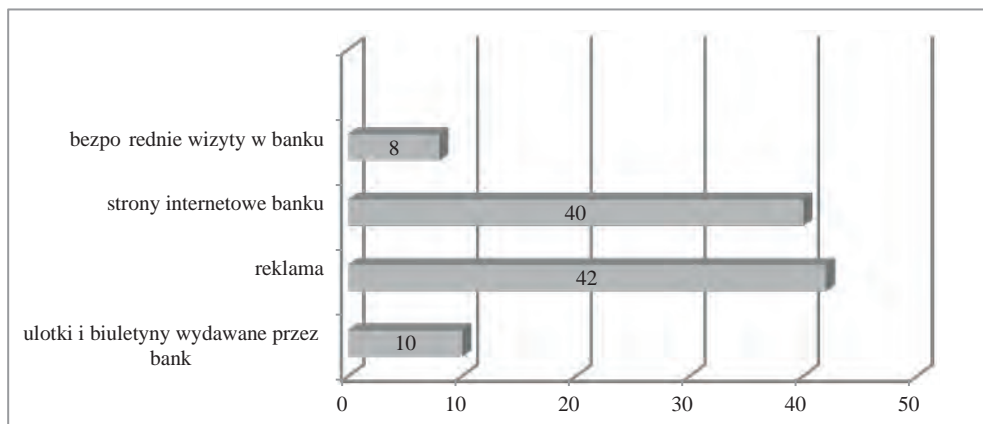
Rys. 4. Kryteria wyboru banku

Źródło: badania własne.

Niezwykle ważną rolę dla rozwoju działalności banku i przyciągania nowych klientów odgrywa działalność marketingowa banku, a przede wszystkim promocja. Skutecznie realizowane kampanie reklamowe wpływają pozytywnie na wizerunek banku, dzięki czemu nie tylko pozwalają na utrzymanie stałych klientów, ale także na pozyskanie nowych. Ważne jest to, aby informacje dotyczące banku, jego usług

i produktów były łatwo dostępne, a działania promocyjne były widoczne i trafiły do odbiorców.

W badaniach zadano także ankietowanym klientom banków pytanie o źródła, z jakich najczęściej czerpali oni informacje na temat oferty i usług oferowanych przez bank.



Rys. 5. Źródła informacji na temat usług banku

Źródło: badania własne.

Jak się okazuje, to promocja była największym źródłem informacji, z którego czerpali informację klienci (natomiast jak już wcześniej wspomniano, nie dotyczy to kredytów hipotecznych). Ponad 42% ankietowanych wskazało na to, że najwięcej informacji dotyczących aktualnej oferty banku uzyskiwało dzięki reklamom produktów i usług. Nieco mniej badanych, bo  $\frac{2}{5}$ , uzyskiwało informacje o ofercie banku ze strony internetowej. Wskazuje to na to, jak ważne jest, aby banki miały czytelnie i jasno zbudowane strony internetowe i na bieżąco je aktualizowały wraz ze zmianą usług i oferty. Najmniej badanych jako źródło informacji podało ulotki i biuletyny wydawane przez banki oraz bezpośrednie wizyty w placówkach; odsetek tych odpowiedzi nie przekraczał 10%.

Z przeprowadzonych badań wynika, że najwięcej respondentów dostrzegало reklamę telewizyjną – tak stwierdziło ponad 83% badanych. Reklama telewizyjna jest najpopularniejszą formą reklamy i uzyskuje ona największy oddźwięk i największą skuteczność, jeśli chodzi o dotarcie do odbiorcy. Można zatem powiedzieć, że banki powinny najwięcej środków przeznaczanych na reklamę inwestować w reklamę telewizyjną. Tuż po reklamie telewizyjnej warto zwrócić uwagę również na reklamę internetową, bo jak pokazują wyniki, prawie trzech na czterech respondentów wskazywało, że to z tą formą reklamy spotykało się najczęściej. Zdecydowanie rzadziej spotykanymi formami promocji banku wśród badanych były reklamy radiowe (48%)

i prasowe (41,2%). Najmniej banki powinny inwestować w takie formy promocji, jak billboardy i ulotki, bo jak pokazują badania, najmniej ankietowanych stwierdziło, że spotyka się z taką formą promocji.

## 5. Podsumowanie

Przeprowadzone badania pozwoliły na scharakteryzowanie zachowań konsumencjki na rynku usług bankowych oraz czynników, które mają na nie wpływ. W toku analizy odkryto również wiele zależności. Okazało się, że płeć i dochód wpływają na liczbę instytucji finansowych, z jakich korzystają badani. Klientami więcej niż jednego banku są częściej kobiety niż mężczyźni, a także częściej osoby o wyższym dochodzie. Co ciekawe, ustalono, że skłonność do zaciągania kredytów i zakładania lokat jest powiązana z poziomem wykształcenia i dochodem badanych. Skłonność ta wzrasta wraz ze wzrostem wykształcenia i dochodu oraz w przypadku lokat wraz ze wzrostem wieku. Warto zauważyć także, że ocena wizerunku banku jest związana z oceną jakości świadczonych przez niego usług. Pozytywna ocena wizerunku idzie w parze z pozytywną oceną jakości usług. Analiza badań zwraca uwagę także na ważną rolę działań marketingowych w działalności banku. Wyniki pokazują, na jakie obszary marketingu, które mają największe znaczenie dla klientów, należy zwrócić szczególną uwagę podczas projektowania strategii. Należy położyć nacisk przede wszystkim na reklamę telewizyjną oraz internetową, ponieważ to te formy są najbardziej zauważalne przez klientów banku, a dodatkowo stanowią największe źródło informacji na temat oferty usług świadczonych przez dany bank.

## Literatura

- Kiezel E. (red) (2000), *Rynkowe zachowania konsumentów*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Katowice.
- Ranking banków detalicznych*, <http://www.bankier.pl>, z dnia 02.03.2012.
- Rudnicki L. (1996), *Zachowania konsumentów na rynku*, AE, Kraków.
- Rudnicki L. (2000), *Zachowanie konsumentów na rynku*, PWE, Warszawa.
- Smyczek S., Sowa I. (2003), *Modele rynkowych zachowań konsumentów*, WSMiJO, Katowice.

## PURCHASING BEHAVIOR OF CONSUMERS ON BANKING SERVICE MARKET IN THE LIGHT OF RESEARCH

**Summary:** The paper discusses theoretical issues of consumer behavior on banking service market. The problem is especially important because of more and more changes taking place there. Conducted research let determine the mechanisms and factors influencing purchasing behavior of banking service market as well as show the most often used products of a bank.

**Keywords:** consumer, bank, services, behavior.