

**Grażyna Michalczuk**  
Uniwersytet w Białymstoku

# **KORZYŚCI Z WPROWADZANIA INNOWACJI FINANSOWYCH W BANKACH W ASPEKTCIE KREOWANIA ICH KONKURENCYJNOŚCI**

## **Wprowadzenie**

Zdolność dostosowywania się banków do nowych warunków, które zdeterminowane są zarówno rosnącym znaczeniem technologii, jak i trendami globalizacyjnymi oraz umiejętność przewidywania przyszłości to podstawowe determinanty ich rozwoju. Realizacja tego procesu w praktyce wymaga niewątpliwie stałego uczenia się, szybkiego dostępu do specjalistycznej wiedzy na temat tworzenia nowych idei oraz umiejętności opracowania nowych produktów, które odznaczają się nowymi zastosowaniami, wyższą jakością i relatywnie niższą ceną. Wymusza to określony sposób zachowania, ukierunkowany na aktywny udział w pozyskiwaniu i tworzeniu wiedzy, a w efekcie wykorzystywaniu jej w innowacjach, które według OECD są zastosowaniem w praktyce nowego rozwiązania w odniesieniu do produktu albo usługi, procesu marketingu lub organizacji<sup>1</sup>.

Innowacje przyczyniają się do utrzymania pozycji banków na rynku, poprawy konkurencyjności, co znajduje swoje przełożenie we wzroście ich wartości rynkowej. Determinują też zmiany w dotychczasowych sposobach ich funkcjonowania, m.in. sposobach zarządzania, w przeobrażaniu ofert rynkowych, czy też modyfikowaniu istniejących, jak i wprowadzaniu nowych sposobów obsługi klientów zarówno tych indywidualnych, jak instytucjonalnych.

Z perspektywy konkurencyjności banków istotną kwestią jest nie tylko tworzenie innowacji, ale też chłonność absorpcji przez klienta, przez organizację oraz przez pracowników. W większości przypadków innowacje mają charakter adapta-

---

<sup>1</sup> *Oslo Manual. Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data*. OECD, Eurostat, 2005, s. 46.

cyjny, natomiast znacznie większy problem stwarza przetwarzanie innowacji czynnej w coś nowego, co jest zarówno akceptowane, jak i pobudzane przez rynek.

Celem artykułu jest przedstawienie, w kontekście specyfiki innowacji finansowych, korzyści jakie wiążą się z ich wprowadzaniem w bankach. Ważność tej problematyki wynika z tego, iż innowacje uważane są za istotny czynnik konkurencyjności banków.

## 1. Innowacje finansowe w bankach, ich istota i specyfika

Kategoria innowacji, podobnie jak wiele innych pojęć wypracowanych w naukach ekonomicznych, nie jest jednolicie definiowana. Teoretycy, jak i praktycy posługują się tym terminem w wielu znaczeniach, co powoduje zatarcie granic pojęciowych. Za klasyka w podejściu do definiowania innowacji należy niewątpliwie uznać J.A. Schumpetera, który po raz pierwszy wprowadził to pojęcie do nauk ekonomicznych. Według niego innowacja to wprowadzanie nowych produktów, nowych metod produkcji, znalezienie nowych rynków, zdobycie nowych źródeł surowców oraz wprowadzenie nowej organizacji<sup>2</sup>.

Przyjęty sposób definiowania oparty jest na teorii podażowej, która zakłada, że powstanie innowacji jest zależne od aktywności samego przedsiębiorstwa (tzw. twórcy, dostawcy innowacji). Obecnie coraz częściej podkreśla się rosnące znaczenie teorii popytowej, według której źródło innowacji uzależnione jest od popytu rynkowego, co oznacza, że proces innowacyjny podejmowany jest na podstawie procesów rynkowych.

Innowacje definiowane są w węższym, jak i szerszym ujęciu. W węższym zakresie, innowacja odzwierciedla celowo wprowadzane przez człowieka zmiany, polegające na zastępowaniu dotychczasowych stanów rzeczy innymi, ocenianymi dodatnio w świetle określonych kryteriów składających się w sumie na postęp<sup>3</sup>. Innowacja to również celowe i zorganizowane poszukiwanie zmian oraz systematyczna analiza okazji do społecznej lub gospodarczej innowacji, którą mogłaby umożliwić taka zmiana<sup>4</sup>.

W szerszym ujęciu innowacje to wszystko to, co ludzie postrzegają jako nowe, niezależne od obiektywnej nowości danej idei czy rzeczy<sup>5</sup>. Jest nią każda myśl, zachowanie czy też rzecz, która jest nowa, tzn. jakościowo różna od form

<sup>2</sup> J.A. Schumpeter: *Teoria rozwoju gospodarczego*. PWN, Warszawa 1960, s. 27.

<sup>3</sup> Z. Pietrusiński: *Ogólne i psychologiczne zagadnienie innowacji*. PWN, Warszawa 1971, s. 9.

<sup>4</sup> P.F. Drucker: *Innowacje i przedsiębiorczość*. PWE, Warszawa 1992, s. 42.

<sup>5</sup> E.M. Rogers: *Diffusion of Innovation*. The Free Press, New York 1995, s. 354.

do tej pory istniejących<sup>6</sup>. Innowacje charakteryzują się kreatywnością, oryginalnością rozwiązań oraz wyższą użytecznością, co determinuje ich upowszechnianie w praktyce<sup>7</sup>. W przedstawionym rozumieniu innowacja kojarzona jest z czymś nowym, prowadzącym do celowej i aktualnej zmiany.

Jednak innowacja, podobnie jak inne kategorie ekonomiczne, podlega ewolucji, co powoduje, iż zauważalne są pewne przesunięcia w jej rozumieniu oraz zakresie. Nie jest ona już postrzegana wyłącznie jako wprowadzanie nowości czy też zmian w danym produkcie, procesie lub technologii. Obecnie podkreśla się coraz częściej znaczenie innowacji nietechnologicznych (usługowych)<sup>8</sup>. To szersze podejście do rozumienia innowacji oddaje definicja sformułowana przez ekspertów w podręczniku *Oslo Manual*, według których innowacja to wdrażanie nowego lub znacząco udoskonalanego produktu lub procesu, nowej metody marketingowej lub nowej metody organizacyjnej w praktyce gospodarczej, organizacji miejsca pracy lub stosunkach z otoczeniem<sup>9</sup>.

W odniesieniu do banków, jako swoistego rodzaju przedsiębiorstw funkcjonujących na rynkach finansowych, istotne znaczenie mają innowacje finansowe. Są one postrzegane jako usługi finansowe, które wiążą się z zaoferowaniem określonym klientom nowego produktu (wraz z zastosowaniem operacji i narzędzi, które takie usługi umożliwiają) lub działaniem polegającym na wprowadzaniu i doskonaleniu zarówno nowych instrumentów finansowych, zmian w strukturach organizacyjnych, jak i na wprowadzaniu nowoczesnej techniki oraz informatyzacji<sup>10</sup>.

Innowacje finansowe, podobnie jak sama kategoria innowacji, nie są jednak jednolicie ujmowane i do dziś nie wypracowano ich uniwersalnej definicji. Jak podkreśla M. Marcinkowska, pojęcie innowacji finansowych może być stosowane w dwóch znaczeniach, w węższym i szerszym<sup>11</sup>.

<sup>6</sup> *Przedsiębiorstwo przyszłości*. Red. W.M. Grudzewski, I.K. Hejduk. Difin, Warszawa 2000, s. 138-139.

<sup>7</sup> H. Brdulak, T. Gołębiowski: *Wspólna Europa – innowacyjność w działalności przedsiębiorstw*. Difin, Warszawa 2003, s. 17.

<sup>8</sup> Innowacje nietechnologiczne obejmują głównie innowacje organizacyjne i menedżerskie, takie jak: wdrażanie zaawansowanych technik zarządzania, wprowadzanie istotnie zmienionych (ulepszonych) struktur organizacyjnych, wdrażanie nowych lub istotnie zmienionych strategii działania przedsiębiorstwa oraz marketingowe, w tym: istotna zmiana strategii marketingowej przedsiębiorstwa, istotne zmiany o charakterze estetycznym lub inne twórcze modyfikacje produktów przedsiębiorstwa nie będące innowacjami technologicznymi. *Podręcznik Oslo. Zasady gromadzenia i interpretacji danych dotyczących innowacji*. OECD, Eurostat 2008, s. 48.

<sup>9</sup> Ibid.

<sup>10</sup> S. Bakalarczyk: *Innowacje bankowe*. Wydawnictwo Politechniki Łódzkiej, Łódź 2006, s. 4.

<sup>11</sup> M. Marcinkowska: *Innowacje finansowe w bankach. W: Innowacyjność w systemie bankowym*. Red. B. Mikołajczyk. Acta Universitatis Lodziensis. Folia Oeconomica 266, Uniwersytet Łódzki, Łódź 2012, s. 73.

W węższym odnosi się wyłącznie do instrumentów finansowych i stanowi nowe rozwiązania, np. nowe instrumenty, kombinacje tradycyjnych instrumentów, nowe techniki finansowe, nowe usługi finansowe<sup>12</sup>. Natomiast w szerszym, dotyczy systemu finansowego i obejmuje nowe rozwiązania w którymkolwiek z elementów systemu finansowego: nowe instytucje pośrednictwa finansowego (np. holdingi finansowe), nowe instrumenty finansowe (np. opcje walutowe), nowe rynki finansowe (np. rynek instrumentów pochodnych), nowe usługi finansowe (np. sekurytyzacja należności), nowe techniki finansowania (np. finansowanie typu *mezzaine*)<sup>13</sup>. To szersze rozumienie oddaje definicja P. Tufano<sup>14</sup>, według której innowacje finansowe są aktem tworzenia i popularyzacji nowego instrumentu, ale też nowej technologii, instytucji czy też rynku. Definicja ta wskazuje na kwestię kreacji i dyfuzji innowacji wśród uczestników rynku. Również to szersze postrzeganie innowacji finansowych jest widoczne w definicji zaproponowanej przez A. Juthama<sup>15</sup>. Wskazuje on, iż jest to pozytywna zmiana zachodząca w pośrednictwie finansowym lub systemie finansowym: w instytucji finansowej (bankach komercyjnych, firmach ubezpieczeniowych, funduszach emerytalnych lub inwestycyjnych), inwestycyjnych rynkach finansowych (rynku akcji, rynku instrumentów dłużnych, rynku instrumentów pochodnych). Resumując, w szerszym ujęciu innowacje finansowe polegają na rozwoju rynków finansowych, instytucji pośrednictwa finansowego, jaki też na tworzeniu nowych usług i instrumentów finansowych.

Najczęściej w literaturze przyjmowane jest jednak wąskie rozumienie innowacji finansowych. J. Błach, na podstawie przeprowadzonej analizy literatury, charakteryzuje je jako:

- całkowicie nowe rozwiązania lub tradycyjne instrumenty, w których nowe elementy konstrukcyjne zostały wprowadzone w celu zwiększenia ich płynności oraz zakresu potencjalnych zastosowań ze względu na lepsze dostosowanie do warunków funkcjonowania,

<sup>12</sup> Węższe ujęcie reprezentują m.in. F. Fabozzi, I. Modigliani: *Capital Markets. Institutions and Instrument*. Person Education International, Upper Saddle River 2003, s. 27-28; W.S. Frame, L.J. White: *Technological Change, Financial Innovation and Diffusion in Banking*. Federal Reserve Bank of Atlanta, Atlanta 2009, s. 3; L. Anderloni, P. Bongini: *Is Financial Innovation Still a Relevant Issue?* In: *Financial Innovation in Retail and Corporate Banking*. Ed. L. Anderloni, D.T. Llewellyn, R.H. Schmidt. Edward Elgar, Cheltenham 2009, s. 41-43; M. Al-Kaber: *Rynki finansowe*. Wydawnictwo Wyższej Szkoły Ekonomicznej, Białystok 2010, s. 135-136.

<sup>13</sup> Podejście do szerszego definiowania innowacji finansowych reprezentują m.in. Z.J. Gubler: *Instruments, Institutions and the Modern Process of Financial Innovation*, s. 18. <http://ssrn.com/abstract=1608409> (18.10.2013); M. Stradomski: *Innowacje finansowe w kreowaniu wartości przedsiębiorstwa*. Grafika, Poznań 2006, s. 24.

<sup>14</sup> P. Tufano: *Financial Innovation*. In: *Handbook of the Economics of Finance*. Eds. G. Constantinides, M. Harris, R. Stulz. Amsterdam 2003, s. 307-336.

<sup>15</sup> A. Juhkam: *Financial Innovation in Estonia*. „PRAXIS Working Paper” 2003, No. 6, s. 3.

- substytuty tradycyjnych instrumentów (istniejących rozwiązań) poprawiających sytuację podmiotów stosujących je,
- instrumenty, które mogą być stosowane jako zabezpieczenie przed zwiększoną zmiennością parametrów rynkowych,
- instrumenty złożone, powstałe na bazie kilku prostych, tradycyjnych instrumentów finansowych,
- instrumenty znajdujące zastosowanie w nowych procesach, technikach lub strategiach finansowych podmiotów stosujących je po raz pierwszy<sup>16</sup>.

Podsumowując, innowacje finansowe są nowościami wprowadzanymi w działalności banków, jakościowo różnymi od istniejących rozwiązań w zakresie produktów, procesów, rozwiązań w obszarze technologii czy też sfery zarządzania. W swojej istocie powinny one spełniać nowe potrzeby, oczekiwania i preferencje klientów lub zaspakajać je w odmienny sposób od dotychczasowego, oferując dodatkowe wartości. Innowacje są rezultatem wykonania procesów innowacji, w których zachodzi pozyskiwanie, przepływ, wykorzystanie i rozwój wiedzy<sup>17</sup>.

## 2. Znaczenie innowacji finansowych w kreowaniu konkurencyjności banków

Zmiany zachodzące w otoczeniu powodują, że banki tak jak inne przedsiębiorstwa funkcjonujące na rynku, stają w obliczu nowych wyzwań i zmieniających się warunków konkurencji. Biorąc jednak pod uwagę specyfikę funkcjonowania banków oraz niematerialność produktów, które oferują na rynku, budowanie przez nie przewagi konkurencyjnej jest bardziej złożone. Dotyczy zarówno pozyskania i utrzymania klienta, jak i też wzrostu efektywności ich działalności. Już M.E. Porter podkreślał, iż „duszą wyników firm na konkurencyjnym rynku” jest przewaga konkurencyjna. Odzwierciedla ona zbiór atutów postrzeganych przez rynek i cenionych przez klientów, które pozytywnie i względnie trwale odróżniają bank od jego konkurentów, przyczyniając się do osiągnięcia lepszych wymiernych wyników finansowych<sup>18</sup>. Konkurencyjność banku może być też rozpatrywana w aspekcie:

1) procesu, w którym uczestnicy rynku dążą do realizacji swoich interesów poprzez wprowadzanie korzystniejszej od innych oferty cenowej, jakości czy też innych cech wpływających na decyzje zawarcia transakcji,

<sup>16</sup> J. Błach: *Innowacje finansowe i ich znaczenie we współczesnym systemie finansowym – identyfikacja i systematyzacja problemu*. „e-Finanse” 2011, nr 7 (3), s. 19.

<sup>17</sup> M. Dolińska: *Innowacje w gospodarce opartej na wiedzy*. PWE, Warszawa 2010, s. 8.

<sup>18</sup> W. Wrzosek: *Przewaga konkurencyjna*. „Marketing i Rynek” 1999, nr 7.

2) zdolności banku do zrównoważonego rozwoju w długim okresie,

3) zdolności do wzrostu efektywności wewnętrznego funkcjonowania banku poprzez umacnianie i poprawę pozycji na rynku, a w tym aspekcie do utrzymania i powiększania udziałów rynkowych relatywnej zdolności do lansowania własnego systemu celów, zamierzeń czy też wartości<sup>19</sup>.

Należy jednak podkreślić, iż konkurencyjność ma charakter względny i nie należy jej traktować jako cechy stałej, przypisanej do danego banku. Względność przewagi konkurencyjnej dotyczy zarówno obszaru czasowego, jak i tego, że w różny sposób przedstawia się dla poszczególnych grup interesariuszy. Dlatego też ważną kwestią jest podejmowanie działań mających na celu budowanie długookresowej przewagi konkurencyjnej. J. Key wskazuje, iż można ją zbudować za pomocą zdolności wyróżniających. Stanowią one podstawowe zdolności, które pozwalają wyróżnić bank spośród konkurentów i być stałym źródłem przewagi na rynku. Oprócz architektury i reputacji zalicza do nich innowacje<sup>20</sup>. Ujęcie innowacji jako czynnika konkurencyjności, zdeterminowane jest współcześnie wieloma przesłankami m.in. tym, że:

- zawierają element nowości i zmiany, mają więc charakter dynamiczny i twórczy,
- są czynnikiem powiązanim z pozostałymi czynnikami determinującymi wzrost konkurencyjności, zarówno na wejściu, jak i na wyjściu, co przedkłada się efektywność działań banku,
- ich oddziaływanie na pozostałe czynniki konkurencyjności ma z reguły charakter synergicznie pozytywny,
- silnie oddziałują na kreowanie popytu rynkowego<sup>21</sup>.

Innowacje finansowe, aby stały się zdolnością wyróżniającą bank, muszą dotyczyć nie tylko nowych, niestosowanych do tej pory operacji bankowych czy też nowych instrumentów finansowych, ale też zmian w obszarach determinujących działalność banków, takich jak proces, organizacja czy też marketing.

Należy jednak podkreślić, iż ze względu na złożoność wdrażania samej innowacji finansowych, zbudowanie przewagi konkurencyjnej w banku za pomocą tej zdolności nie jest proste. Zdeterminowane jest to specyfiką innowacji finansowych. Wprowadzanie innowacji finansowych charakteryzuje zwiększone ryzyko ze względu na możliwość łatwej ich imitacji. Wynika to przede wszystkim z ich niematerialnego charakteru, wysokich kosztów wprowadzania (szczególnie

<sup>19</sup> E. Skawińska: *Konkurencyjność przedsiębiorstw – nowe podejście*. PWN, Warszawa-Poznań 2002, s. 76.

<sup>20</sup> J. Rzempała: *Kapitał intelektualny jako źródło przewagi konkurencyjnej*. W: *Innowacje, przedsiębiorczość i gospodarka oparta na wiedzy*. Zeszyty Naukowe. Ekonomiczne Problemy Usług nr 8. Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2007, nr 453, s. 227.

<sup>21</sup> T. Ball-Woźniak: *Innowacyjność w ujęciu podmiotowym. Uwarunkowania instytucjonalne*. PWE, Warszawa 2012, s. 57.

u pioniera innowacji), rosnącą szybkością ich zmian oraz trudnościami w zapewnieniu bezpieczeństwa (ochrony *know-how*, znaków towarowych, patentów)<sup>22</sup>.

Również proces innowacyjny związany z innowacjami finansowymi jest złożony, gdyż zdeterminowany jest w dużym stopniu: pomysłowością (twórczym przetwarzaniem, łączeniem elementów zmiany w oryginalną całość, aplikacją dostępnych technik czy też instrumentów), metodami (zakładającą ich znajomość, rozumienie i umiejętność właściwego wyboru i posługiwania się nimi), imitacją (właściwym wykorzystaniem dyfuzji)<sup>23</sup>.

Mimo tej specyfiki, wdrażanie innowacji finansowych w bankach można uznać za jeden z istotniejszych czynników przyczyniających się do tworzenia i utrzymania przewagi konkurencyjnej na rynku. Determinują to korzyści, jakie pojawiają się w związku z tym. Ich charakterystykę w odniesieniu do podstawowych typów innowacji finansowych ilustruje tabela 1.

Tabela 1

## Korzyści i przewagi tworzone na bazie innowacji finansowych

Istota typu innowacji finansowych	Charakter zmian i korzyści
1	2
<b>Innowacje produktowe</b>	
Polegają na wprowadzaniu nowego produktu do istniejącej oferty, ponownym zdefiniowaniu produktu lub opracowaniu nowego pakietu produktów, zmodyfikowaniu lub rozszerzeniu zakresu danej usługi (cech funkcjonalnych lub użytkowych).	Są wdrażane na rynek w relatywnie krótkim czasie. Nie wymagają istotnych zmian w technologii. Dają możliwość relatywnie szybkiego zwrotu z inwestycji. Dają możliwość zwiększenia udziału w rynku. Przyciągają nowych klientów oraz wzmacniają relacje z aktualnymi klientami. Korzyści z tytułu wczesnego wprowadzania innowacji na rynek są niskie i szybko przemijają.
<b>Innowacje procesowe</b>	
Polegają na usprawnieniach w: procesach dystrybucji usług finansowych (np. nowe kanały dystrybucji, nowa ich funkcjonalność), rozliczeniach transakcji, procesach wewnętrznych lub procesach finansowych.	Umożliwiają bankowi uzyskanie przewagi konkurencyjnej w dłuższej perspektywie czasowej. Przyczyniają się do obniżenia kosztów jednostkowych świadczonych usług.
<b>Innowacje marketingowe</b>	
Polegają na wdrażaniu nowej metody marketingowej wiążącej się z istotnymi zmianami w konstrukcji produktu, jego dystrybucji, promocji lub strategii cenowej. Zmiana musi być elementem nowej koncepcji lub strategii marketingowej wynikającej z odchodzenia od metod marketingowych stosowanych do tej pory.	Umożliwiają lepsze zaspokojenie potrzeb klientów. Pozwalają na otwarcie nowych rynków zbytu. Przyczyniają się do zwiększania sprzedaży poprzez nowe pozycjonowanie produktu na rynku.

<sup>22</sup> H. Davidson, T. Watkins, M. Wright: *Developing New Personal Financial Products – Some Evidence on the Role of Market Research*. „International Journal of Bank Marketing” 1989, No. 1, s. 8-15.

<sup>23</sup> *Czy sektor bankowy jest innowacyjny?* „Zeszyty BRE Bank – Case” 2005, nr 79.

cd. tabeli 1

1	2
	<b>Innowacje organizacyjne</b>
Polegają na wdrażaniu nowych metod organizacyjnych w przyjętych przez banki zasadach działania, organizacji stanowisk pracy czy też w kształtowaniu relacji z otoczeniem.	Umożliwiają redukcję kosztów administracyjnych, kosztów transakcyjnych czy też kosztów dostaw. Pozwalają na podniesienie poziomu wydajności pracy pracowników. Dają zwiększony dostęp do nieskodyfikowanej wiedzy zewnętrznej.

Źródło: Na podstawie M. Marcinkowska: *Innowacje finansowe w bankach*. W: *Innowacyjność w systemie bankowym*. Red. B. Mikołajczyk. Acta Universitatis Lodzianis. Folia Oeconomica 266, Uniwersytet Łódzki, Łódź 2012, s. 78-85.

Wprowadzanie innowacji finansowych w jej różnych typach przynosi bankom wiele korzyści. Przyczyniają się one do lepszego dostosowywania się banków do ciągle zmieniających się potrzeb klientów przez poprawę jakości, obniżenie kosztów, zwiększenie dostępności czy też wzrost produktywności. Znajduje to swoje przełożenie we wzroście ilości klientów, jak i też zwiększeniu ich satysfakcji. Dają też możliwość dywersyfikacji ryzyka prowadzonej działalności. Również przyczyniają się do wzrostu rentowności banku. Banki wprowadzające innowacje finansowe stają się liderami pod względem innowacyjności oraz liczby pozyskiwanych klientów, dzięki wprowadzaniu nowatorskich produktów, wyznaczających nowoczesne standardy bankowości.

Z punktu widzenia problematyki jaką jest kreowanie konkurencyjności banku, istotne znaczenie ma kwestia, na ile wprowadzane przez banki innowacje finansowe mają charakter radykalny (pionierski), a na ile są to innowacje naśladowcze (adaptacyjne, modyfikacyjne).

Pierwsze z nich wiążą się z wprowadzaniem nowych produktów, technologii, sposobów zarządzania i są związane z dążeniem do osiągnięcia radykalnych zmian (np. stworzenie nowego sposobu rozliczania płatności mobilnych). Natomiast innowacje naśladowcze są wynikiem wykorzystania wcześniej zastosowanych przez inne banki nowych rozwiązań, w celu wprowadzenia zmian w istniejących produktach, technologiach, procesach czy zarządzaniu<sup>24</sup> (np. karta zbliżeniowa). Polegają one na ulepszeniu rozwiązań istniejących, czyli na twórczej adaptacji innowacji wcześniej znanych i wdrażanych w innych bankach. Obecnie banki (m.in. w Polsce) ukierunkowane są przede wszystkim na innowacje adaptacyjne, co niewątpliwie wynika z tego, że są tańsze w projektowaniu i realizacji niż innowacje pionierskie. Wskazuje się bowiem, że korzyści uzyskiwane przez pioniera inno-

<sup>24</sup> K. Santarek: *Radykalne innowacje*. W: *Przedsiębiorstwo przyszłości, nowe paradygmaty, zarządzania europejskiego*. Red. W.M. Grudzewski, I.K. Hejduk. Instytut Organizacji i Zarządzania w Przemysle „ORGMASZ”, Warszawa 2003, s. 217.



wacji trwają zwykle krótko, gdyż są łatwe do kopiowania i często nie mają ochrony patentowej. Natomiast koszty ponoszone przez naśladowców są znacznie niższe niż te ponoszone przez innowatora. Mogą one sięgać nawet 50-75% kosztów pierwotnych.

Jednak w dłuższej perspektywie opieranie się wyłącznie na innowacjach naśladowczych może być niewystarczające, gdyż dla budowania długookresowej przewagi banku na rynku kluczowe znaczenie mają innowacje radykalne generujące istotne (skokowe) zmiany ich działalności. Innowacje radykalne zmieniają bowiem strukturę oferowanych produktów, przyczyniają się do tworzenia nowych ich kategorii wcześniej zupełnie nieznanymi, co w konsekwencji przyczynia się do zmiany układu sił konkurencyjnych na rynku<sup>25</sup>. Dlatego też banki mimo dużego ryzyka powinny podejmować działania mające na celu stworzenie i wprowadzenie na rynek całkowicie nowych produktów. Pozwala to na identyfikowanie do tej pory nieświadomych potrzeb klientów. W efekcie kreowanie nowych rynków, zdobywając przy tym dominującą pozycję lidera.

Wprowadzanie innowacji finansowych w bankach przynosi również szereg korzyści dla otoczenia w którym one funkcjonują. Wśród najistotniejszych należy wymienić: unikanie lub ograniczanie podatków bądź regulacji ostrożnościowych, zmniejszanie kosztów transakcyjnych oraz zwiększanie płynności; ograniczanie kosztów agencji, redukcja asymetrii informacyjnej między grupami wewnątrz banku oraz na zewnątrz; wzrost dywersyfikacja ryzyka<sup>26</sup>.

## Podsumowanie

Dostosowywanie się banków do ewoluującego otoczenia, a także do zmieniających się potrzeb i oczekiwań klientów to przejaw kreatywności banków w adaptacji do zmieniającego się otoczenia. Praktyka pokazuje, że banki, aby rozwijać się oraz utrzymać wysoką pozycję konkurencyjną na rynku, muszą charakteryzować się umiejętnością w kreowaniu zmian. Źródłem tych zmian są innowacje finansowe, które charakteryzują się wysokim poziomem nowoczesności i konkurencyjności.

Wprowadzanie innowacji finansowych przynosi bankom wiele korzyści. Przyczyniają się one do lepszego dostosowywania się do ciągle zmieniających się potrzeb klientów przez poprawę jakości, obniżenie kosztów czy też wzrost produk-

<sup>25</sup> M. Dolińska: Op. cit., s. 18.

<sup>26</sup> W.S. Frame, L.J. White: *Empirical Studies of Financial Innovation: Lots of Talk, Little Action?* Working Paper 12, Federal Reserve of Atlanta. <http://www.ssrn.com> (31.09.2013).

tywności. Dają też możliwość dywersyfikacji ryzyka prowadzonej działalności. Również przynoszą one wiele korzyści otoczeniu, w którym funkcjonują banki.

Należy jednak podkreślić, iż wprowadzanie innowacji finansowych w bankach wiąże się z wysokim ryzykiem, co wynika z niematerialnego charakteru usług, rosnącej szybkości ich zmian, jak i też ograniczonej możliwością ich ochrony. Również tego, iż innowacje finansowe to przede wszystkim innowacje naśladowcze (adaptacyjne, modyfikacyjne). Natomiast dla budowania długookresowej przewagi banku na rynku, kluczowe znaczenie mają innowacje radykalne, generujące istotne zmiany ich działalności.

## Bibliografia

- Al.-Kaber M.: *Rynki finansowe*. Wydawnictwo Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Białymstoku, Białystok 2010.
- Anderloni L., Bongini P.: *Is Financial Innovation Still a Relevant Issue?* In: *Financial Innovation in Retail and Corporate Banking*. Ed. L. Anderloni, D.T. Llewellyn, R.H. Schmidt. Edward Elgar, Cheltenham 2009.
- Bakalarczyk S.: *Innowacje bankowe*. Wydawnictwo Politechniki Łódzkiej, Łódź 2006.
- Ball-Woźniak T.: *Innowacyjność w ujęciu podmiotowym. Uwarunkowania instytucjonalne*. PWE, Warszawa 2012.
- Błach J.: *Innowacje finansowe i ich znaczenie we współczesnym systemie finansowym – identyfikacja i systematyzacja problemu*. „e-Finanse” 2011, nr 7 (3).
- Brdulak H., Gołębiowski T.: *Wspólna Europa – innowacyjność w działalności przedsiębiorstw*. Difin, Warszawa 2003.
- Czy sektor bankowy jest innowacyjny?* „Zeszyty BRE Bank – Case” 2005, nr 79.
- Davidson H., Watkins T., Wright T.: *Developing New Personal Financial Products – Some Evidence on the Role of Market Research*. „International Journal of Bank Marketing” 1989, No. 1.
- Dolińska M.: *Innowacje w gospodarce opartej na wiedzy*. PWE, Warszawa 2010.
- Drucker P.F.: *Innowacje i przedsiębiorczość*. PWE, Warszawa 1992.
- Fabozzi F., Modigliani I.: *Capital Markets. Institutions and Instrument*. Person Education International, Upper Saddle River 2003.
- Frame W.S., White L.J.: *Empirical Studies of Financial Innovation: Lots of Talk, Little Action?* Working Paper 12, Federal Reserve of Atlanta. <http://www.ssrn.com> (31.09.2013).
- Frame W.S., White L.J.: *Technological Change, Financial Innovation and Diffusion in Banking*. Federal Reserve Bank of Atlanta, Atlanta 2009.
- Gubler Z.J.: *Instruments, Institutions and the Modern Process of Financial Innovation*. <http://ssrn.com/abstract=1608409> (18.10.2013).

- Juhkamm A.: *Financial Innovation in Estonia*. „PRAXIS Working Paper” 2003, No. 6.
- Marcinkowska M.: *Innowacje finansowe w bankach*. W: *Innowacyjność w systemie bankowym*. Red. B. Mikołajczyk. Acta Universitatis Lodzianis. Folia Oeconomica 266, Uniwersytet Łódzki, Łódź 2012.
- Oslo Manual. Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data*. OECD, Eurostat 2005.
- Pietrusiński: *Ogólne i psychologiczne zagadnienie innowacji*. PWN, Warszawa 1971.
- Podręcznik Oslo. Zasady gromadzenia i interpretacji danych dotyczących innowacji*. OECD, Eurostat 2008.
- Przedsiębiorstwo przyszłości*. Red. W.M. Grudzewski, I.K. Hejduk. Difin, Warszawa 2000.
- Rogers E.M.: *Diffusion of Innovation*. The Free Press, New York 1995.
- Rzempala J.: *Kapitał intelektualny jako źródło przewagi konkurencyjnej*. W: *Innowacje, przedsiębiorczość i gospodarka oparta na wiedzy*. Zeszyty Naukowe. Ekonomiczne Problemy Usług nr 8. Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2007, nr 453.
- Santarek K.: *Radykalne innowacje*. W: *Przedsiębiorstwo przyszłości, nowe paradygmaty, zarządzania europejskiego*. Red. W.M. Grudzewski, I.K. Hejduk. Instytut Organizacji i Zarządzania w Przemysle „ORGMASZ”, Warszawa 2003.
- Schumpeter J.A.: *Teoria rozwoju gospodarczego*. PWN, Warszawa 1960.
- Skawińska E.: *Konkurencyjność przedsiębiorstw – nowe podejście*. PWN, Warszawa-Poznań 2002.
- Stradomski M.: *Innowacje finansowe w kreowaniu wartości przedsiębiorstwa*. Grafika, Poznań 2006.
- Tufano P.: *Financial Innovation*. In: *Handbook of the Economics of Finance*. Eds. G. Constantinides, M. Harris, R. Stulz. Amsterdam 2003.
- Wrzosek W.: *Przewaga konkurencyjna*. „Marketing i Rynek” 1999, nr 7.

## THE BENEFITS OF FINANCIAL INNOVATION IN BANKS

### Summary

The article undertakes the issue of financial innovations implemented in banks. The practice shows that banks must have the ability in creating changes to develop and maintain a highly competitive position in the market. The source of these changes is financial innovation, which is characterized by a high level of modernity and competitiveness.

Taking into account the complexity of the issues discussed, the article focuses on the benefits that are associated with financial innovations in terms of creating bank competitiveness.