

# Bogumił Czerwiński

---

## Działalność innowacyjna a społeczna odpowiedzialność biznesu instytucji finansowych

---

Ekonomiczne Problemy Usług nr 41, 425-433

---

2009

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

*Bogumił Czerwiński<sup>1</sup>*

## **DZIAŁALNOŚĆ INNOWACYJNA A SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU INSTYTUCJI FINANSOWYCH**

### **Streszczenie**

Usługi finansowe będące istotną częścią gospodarki w krajach rozwiniętych stały się w ostatnich latach jednymi z najbardziej innowacyjnych obszarów działalności gospodarczej. Biorąc pod uwagę perspektywę rozwoju sektora usług finansowych, w artykule przedstawiono podstawowe kategorie determinantów sprzyjających rozwojowi innowacji wśród instytucji finansowych. Zwrócono szczególną uwagę na związek innowacji z wdrożeniem koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu, jako elementu szczególnie ważnego z punktu widzenia interesariuszy instytucji finansowych

### **Wprowadzenie**

W gospodarce światowej, przeżywającej ostatnio bardzo dynamiczne zmiany, jednymi z najintensywniej wykorzystujących innowacje są podmioty oferujące usługi finansowe. Jednocześnie podmioty te wskazywane są jako współodpowiedzialne za powstały stan recesji gospodarki światowej. Coraz częściej podkreśla się, że kryzys nie wystąpiłby w tak drastycznej formie gdyby instytucje finansowe stosowały w praktyce koncepcję społecznej odpowiedzialności biznesu. W artykule przedstawiono wzajemne związki, które występują między wykorzystywaniem koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu a działalnością innowacyjną.

### **Usługi finansowe w krajach rozwiniętych**

Usługi finansowe stanowią szeroką kategorię powszechnie dostępnych usług związanych z obrotem pieniędzy i kapitału. Najważniejszymi kategoriami usług finansowych są<sup>2</sup>:

- lokaty bankowe,
- kredyty,
- poręczenia,
- ubezpieczenia,
- transfer kapitału,
- przechowywanie kosztowności,
- skup i sprzedaż walut obcych,
- usługi powiernicze i depozytowe,

<sup>1</sup> Bogumił Czerwiński – dr, Katedra Marketingu, Wydział Zarządzania i Ekonomii, Politechnika Gdańska.

<sup>2</sup> R. Patterson: *Kompendium terminów bankowych po polsku i angielsku*. Fundacja Rozwoju Rachunkowości w Polsce, Warszawa 2002, s. 467.



- doradztwo inwestycyjne,
- zarządzanie portfelem inwestycyjnym,
- udzielanie gwarancji,
- doradztwo finansowe.

Usługi finansowe świadczone są przez instytucje finansowe takie jak: banki, zakłady ubezpieczeń, fundusze emerytalne, towarzystwa leasingowe, towarzystwa funduszy inwestycyjnych, domy maklerskie i inne; od wielu lat są one ważną i stale zwiększającą swe znaczenie częścią gospodarki światowej<sup>3</sup>. W większości krajów wysoko rozwiniętych wytwarzają ponad 5% wartości dodanej w gospodarce. Największe znaczenie usług finansowych obserwowane jest w Luksemburgu i Szwajcarii (tabela 1), czyli w krajach, w których długoletnia tradycja oraz wyjątkowe podejście władz państwowych pozwoliły zbudować obecne znaczenie sektorów finansowych. Natomiast stosunkowo mniejsze znaczenie spośród krajów OECD obserwowane jest w krajach Europy Wschodniej oraz Skandynawii. Można odnieść wrażenie, że w niektórych krajach, gdzie usługi finansowe miały znaczenie ponadprzeciętne obecny kryzys na rynkach finansowych miał najostrejszą formę. Może to prowadzić do wniosku, że nieetyczne (np. w USA) zachowania bardzo silnych instytucji finansowych powinny zostać zastąpione przez inny sposób funkcjonowania, uwzględniający w większym stopniu interesy szerokiej grupy interesariuszy.

**Tabela 1.** Udział usług finansowych w wartości dodanej brutto gospodarek krajów OECD w 2005 roku (w %)

Lp.	Kraj	Udział w %
1.	Luksemburg	24,2
2.	Szwajcaria	14,3
3.	Irlandia	10,3
4.	Islandia	9,7
5.	Korea Południowa	8,4
6.	Wielka Brytania	8,3
7.	USA	7,9
...	....	...
	mediana	5,5
...	....	...
24.	Grecja	4,2
25.	Słowacja	4,2
26.	Polska	4,1
27.	Norwegia	3,9
28.	Meksyk	3,4
29.	Republika Czeska	3,3
30.	Finlandia	2,3

**Źródło:** OECD in Figures. 2008 Edition, OECD Publications, Paris 2008, s. 20-21.

Usługi finansowe obejmują przede wszystkim „tradycyjne” rodzaje działalności gospodarczej (takie jak usługi bankowe, ubezpieczeniowe, leasingowe, usługi funduszy emerytalnych oraz instytucji związanych z funkcjonowaniem rynku kapitałowego).

<sup>3</sup> Zgodnie z konstytucją usług finansowych na rynku Unii Europejskiej instytucje świadczące usługi finansowe dzieli się na: instytucje kredytowe (w tym banki), instytucje ubezpieczeniowe, instytucje płatnicze oraz instytucje finansowe (w ujęciu wąskim, wśród których wyróżnia się m.in. instytucje inwestycyjne).



Stanowią one mimo to jedną z najbardziej innowacyjnych dziedzin gospodarki<sup>4</sup>. Biorąc pod uwagę znaczną innowacyjność sektora finansowego i duże znaczenie w gospodarce, przy jednoczesnym dotychczasowym koncentrowaniu rozważań teoretycznych i badawczych na innowacjach technologicznych, dotyczących w większym stopniu działalności przemysłowej istotne wydaje się zwrócenie uwagi na innowacje w usługach finansowych.

## Innowacyjność usług finansowych

Zmieniające się oczekiwania konsumentów usług stały się w ostatnich latach jednymi z głównych czynników determinujących rozwój innowacji w sektorze usług finansowych. Specyfika działalności instytucji finansowych powoduje bowiem, że znaczna część działalności innowacyjnej w tym sektorze polega na przystosowywaniu istniejących usług do potrzeb konkretnych użytkowników (np. wprowadzenie nowych kanałów dystrybucji usług bankowych i ubezpieczeniowych, poszerzenie oferty towarzystw funduszy inwestycyjnych o nowe rodzaje funduszy). Jest to istotna cecha w znacznym stopniu różnicująca zachowania innowacyjne w tym sektorze od innowacji „technologicznych” częściej obserwowanych w sektorze przemysłowym. Innymi ważnymi cechami wyróżniającymi zachowania innowacyjne w sektorze usług finansowych są<sup>5</sup>:

- mniejszy wpływ działań badawczo-rozwojowych,
- większa skłonność do naśladownictwa działań organizacyjnych,
- mniejsze nakłady niezbędne dla wprowadzenia innowacji,
- większa skłonność do naśladownictwa wcześniejszych inwestycji,
- większe znaczenie czynnika „ludzkiego”,
- duże znaczenie innowacji organizacyjnych i marketingowych,
- kierowanie innowacyjnych usług finansowych głównie do osób poniżej 55 roku życia<sup>6</sup>.

Usługi finansowe charakteryzują się niewątpliwie wysokim stopniem innowacyjności, W porównaniu do innych rodzajów działalności usługowej, jak również do przemysłu, wyróżniają się zwłaszcza w aspekcie zapotrzebowania na innowacje<sup>7</sup>. Wynika to z chęci korzystania przez klientów z innowacyjnych produktów, jak również ze względów bezpieczeństwa. Usługi finansowe są bowiem szczególnie narażone na nieuprawnione korzystanie przez usługobiorców. Determinuje to konieczność wprowadzania np. nowych form korzystania z produktów finansowych. Przykładem takich innowacji jest ewolucja elektronicznych produktów bankowych, w których transakcje były zabezpieczane przez tokeny, drukowane hasła jednorazowe, hasła wysyłane sms-em. Najnowsze koncepcje dla tych produktów obejmują zabezpieczenia z wykorzystaniem głosu klienta lub danych biometrycznych.

<sup>4</sup> W 2006 roku „pośrednictwo finansowe” wraz z kategorią „poczta i telekomunikacja” były najbardziej innowacyjnymi rodzajami działalności usługowej w Polsce. Za: *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2004-2006*. Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2007, s. 4.

<sup>5</sup> E.J. Nijssen, B. Hillebrand, P. Vermeulen, R.Kemp: *Exploring product and service innovation similarities and differences*. „International Journal of Research in Marketing” 2006, September, s. 241-251.

<sup>6</sup> W Polsce ponad 90% korzystających z usług finansowych za pomocą Internetu stanowią osoby poniżej 55 roku życia. Podobna prawidłowość jest obserwowana również w odniesieniu do innych innowacji w usługach finansowych.

<sup>7</sup> Potwierdzają to badania innowacyjności sektora usług: M. Kanerva, H. Hollanders, A. Arundel: *TrendChart report. Can We Measure and Compare Innovation in Services?*, *European Trend Chart on Innovation*. European Commission 2006, s. 4; A. Arundel, M. Kanerva, A. van Cruysen, H. Hollanders: *Innovation Statistics for the European Service Sektor- Final Draft*. Pro Inno Europe. Inno Metrics, 2007, May 10, s. 27.



W usługach finansowych, w przeciwieństwie do innych rodzajów działalności usługowej, często występują zatem innowacje technologiczne, co jest dodatkowym czynnikiem różnicującym w stosunku np. do mniej innowacyjnych rodzajów działalności usługowej, jakimi są np. transport oraz handel, koncentrujących się w większym stopniu na innowacjach nietechnologicznych. Należy jednak zwrócić uwagę, że również w obszarze usług finansowych jest zauważalny duży nacisk położony na innowacje nietechnologiczne skoncentrowane na zmianach organizacyjnych dotyczących strategii i zarządzania. W tym obszarze badawczym w usługach finansowych zaobserwowano wyższy poziom innowacyjności niż w pozostałych rodzajach działalności gospodarczej.

Najbardziej zauważalnym przejawem innowacji w usługach finansowych w ostatnich latach stało się świadczenie usług finansowych z wykorzystaniem Internetu. Szczególnym obszarem, w którym tego typu innowacje rozpowszechniły się w największym stopniu stał się e-banking. W krajach skandynawskich i Holandii z e-bankingu oraz innych usług finansowych świadczonych drogą elektroniczną korzysta już ponad połowa obywateli tych państw<sup>8</sup>. W tym kontekście wyjątkowo nieinnowacyjnie prezentuje się sektor usług finansowych w Polsce. Według badania GUS w 2007 roku z usług bankowych za pomocą Internetu korzystało 13 procent Polaków w wieku 16-74 lat<sup>9</sup>, natomiast zakup innych usług finansowych z wykorzystaniem Internetu został zrealizowany przez zaledwie 0,3 procenta Polaków<sup>10</sup>. Prawdopodobnie dla upowszechnienia Internetu w świadczeniu usług finansowych ważniejsze będzie zatem zwiększenie zaangażowania samych przedsiębiorstw usługowych, zwłaszcza że zaobserwowano związek pomiędzy intensywnością wykorzystywania sprzedaży wielokanałowej (przez placówki usługowe, Internet i telefon) a poziomem uzyskiwanej rentowności przez instytucje finansowe<sup>11</sup>.

## **Determinanty rozwoju innowacji w sektorze usług finansowych**

Na podstawie dotychczasowego rozwoju innowacji w sektorze możliwe jest dokonanie próby wyszczególnienia podstawowych grup czynników, które powinny w najbliższym czasie w największym stopniu stwarzać nowe możliwości dla rozwoju usług finansowych – rys. 1. Wśród tych grup należy zwrócić uwagę przede wszystkim na zmiany technologiczne dotyczące wszystkich obszarów funkcjonowania przedsiębiorstw (nie tylko w sektorze finansowym). Rozwój technologii wpłynął w znaczącym stopniu na nowe możliwości funkcjonowania firm w obszarach rynkowych dynamicznie rozwijających się (np. Internet). Zwiększenie dostępności do usług finansowych z wykorzystaniem globalnej sieci musi wiązać się również z nowymi standardami bezpieczeństwa oraz udoskonalonymi systemami ustalenia tożsamości, z wykorzystaniem np. nanotechnologii.

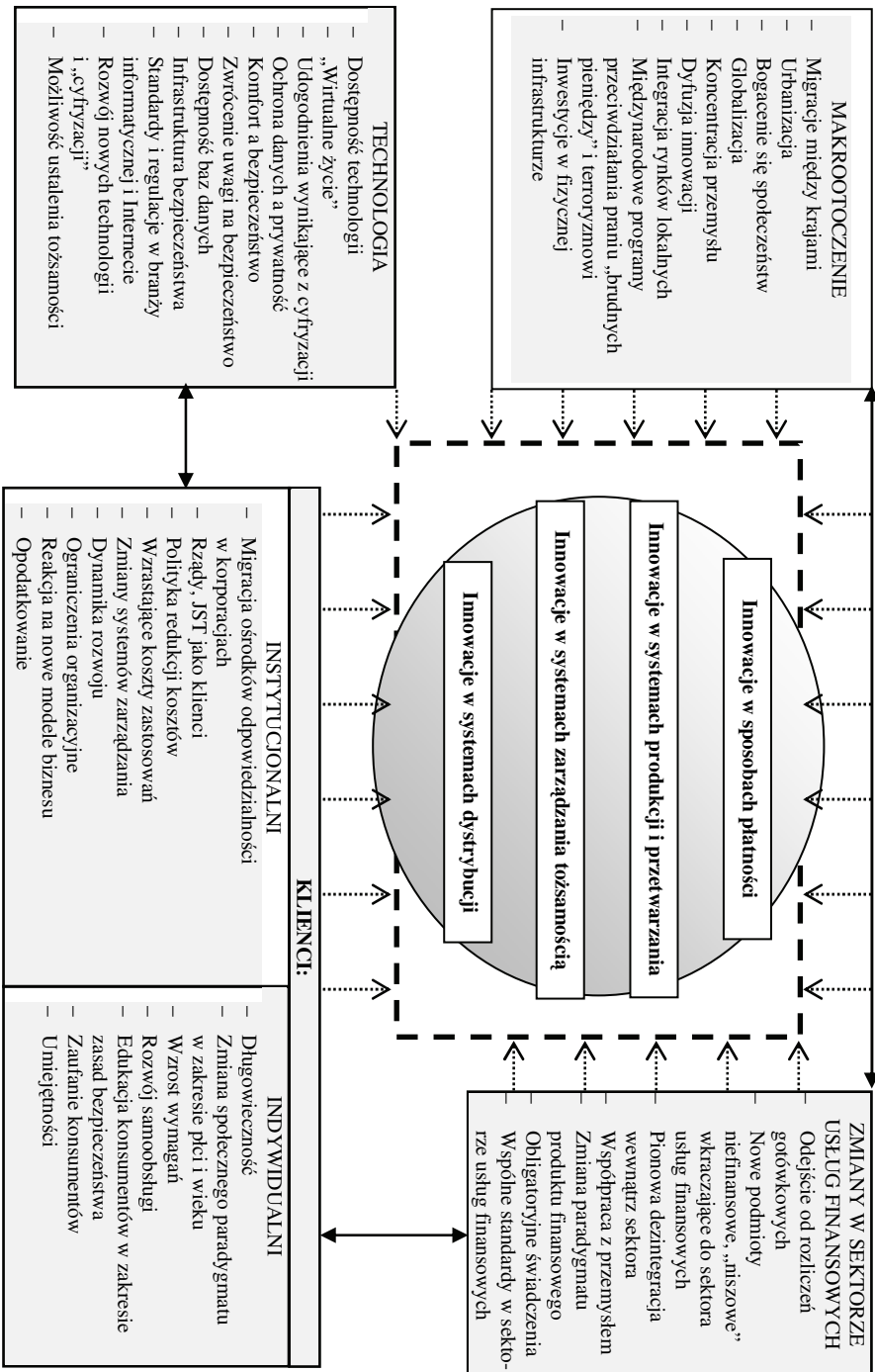
<sup>8</sup> Dotyczy osób w wieku 16-74 lat. Za: *European business – 2006 edition*. Eurostat, Luxembourg 2006, s. 410.

<sup>9</sup> *Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w gospodarstwach domowych i przez osoby prywatne w 2007 r.* Główny Urząd Statystyczny, Warszawa, 2007, s. 4.

<sup>10</sup> *Spółeczeństwo informacyjne. Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w 2006 r.* Główny Urząd Statystyczny, Warszawa, 2007, s. 19-30.

<sup>11</sup> I. Hernando, M.J. Nieto: *Is the Internet delivery channel changing banks' performance? The case of Spanish banks*, „Journal of Banking & Finance” 2007, nr 31, s. 1097-1099; K. Furst, W. Lang, D. Nolle: *Internet banking: Development and prospects*. „Economic and Policy Analysis Working Paper”, Office of the Controller of the Currency 2000, s. 2000-2009.





Rys. 1. Kluczowe determinanty rozwoju innowacji w sektorze usług finansowych

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Technology and Innovation in Financial Services: Scenarios to 2020*. World Economic Forum 2007, s. 77.



Druga grupa czynników dotyczących makrootoczenia koncentruje się na procesach globalizacji, zwiększeniu poziomu dochodów społeczeństw w krajach rozwiniętych oraz niebezpieczeństwach, które wiążą się z procesami dotyczącymi zmian w makrootoczeniu, takich jak terroryzm czy „pranie brudnych pieniędzy”.

Czynnikami wpływającymi na możliwość zastosowania innowacji w sektorze usług finansowych są również zmiany w samym sektorze. Odejście od rozliczeń gotówkowych, pojawienie się nowych podmiotów, które wcześniej nie były utożsamiane z usługami finansowymi (jak np. firmy telekomunikacyjne) zmieniło charakter wielu produktów finansowych.

Ostatnią, szczególnie ważną, grupą czynników wpływających na innowacje w usługach finansowych są klienci banków, zakładów ubezpieczeń, funduszy inwestycyjnych itp. Należy zwrócić uwagę na podstawową różnicę w uwarunkowaniach decyzji konsumenckich klientów indywidualnych oraz instytucjonalnych. Pierwsza grupa w coraz większym stopniu określa swoje pragnienie coraz lepszego dopasowania produktów finansowych do indywidualnych oczekiwań. Jednocześnie klienci indywidualni posiadając coraz większą wiedzę na temat usług finansowych w dużym stopniu gotowi są wykorzystywać samoobsługę jako sposób korzystania z produktów. Ważnym wyzwaniem zwłaszcza w obszarze produktów emerytalnych staje się zauważalne zwiększenie szacowanej średniej długości życia w krajach wysokorozwiniętych. Natomiast klienci instytucjonalni w coraz większym stopniu zwracają uwagę na konieczność racjonalizowania kosztów również w obszarze usług finansowych oraz podlegają ograniczeniom organizacyjnym specyficznym dla każdego rodzaju działalności. Wzrastające oczekiwania klientów zarówno instytucjonalnych, jak i indywidualnych obligują instytucje finansowe do modyfikowania oferty produktowej.

Należy również stwierdzić, że obecnie obserwowane innowacje w sektorze finansowym są wstępem do zmian, których należy się spodziewać w najbliższym czasie. Można przewidywać bowiem koncentrowanie działań innowacyjnych w usługach finansowych na kilku obszarach:

- innowacje w sposobach płatności (np. elektroniczna portmonetka, elektroniczne płatności za pomocą telefonów komórkowych),
- innowacje w systemach dystrybucji i dostępie do urządzeń (np. upowszechnienie wielokanałowej dystrybucji i wielofunkcyjnych bankomatów – wpłatomatów),
- innowacje w systemach zarządzania tożsamością (np. wykorzystanie nanotechnologii – rozpoznawanie na podstawie danych biometrycznych),
- innowacje w systemach produkcji i przetwarzania (automatyczne systemy underwritingu w ubezpieczeniach, narzędzia dynamicznego ustalania cen).

Rozważając rozwój innowacyjności sektora usług finansowych, oprócz wyraźnego zintensyfikowania innowacji technologicznych, przejawiających się przede wszystkim częstszym stosowaniem Internetu i call center należy ponadto zwrócić uwagę na konieczność szerszego zastosowania innowacji nietechnologicznych, które niekiedy są postrzegane jedynie jako uzupełnienie innowacji technologicznych, a bez których wprowadzenie zmian w funkcjonowaniu instytucji finansowych będzie niemożliwe. Specyficznym obszarem, z którym część podmiotów finansowych w USA i Europie Zachodniej już się uporała jest również zaproponowanie innowacyjnych produktów finansowych starszym klientom. Rozszerzenie grupy klientów, do których adresowane



są innowacyjne produkty finansowe powinno zwiększyć zainteresowanie usługami finansowymi.

## Spółeczna odpowiedzialność biznesu w usługach finansowych

Wśród determinantów rozwoju innowacji w usługach finansowych możliwe jest zidentyfikowanie czynników funkcjonujących równolegle w koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu. Społeczna odpowiedzialność biznesu (*corporate social responsibility* – CSR) traktowana jest jako koncepcja funkcjonowania przedsiębiorstw, w myśl której dobrowolnie podejmują one działania wychodzące poza wymogi i regulacje prawne. Tego typu zachowania mogą być traktowane jako przedsięwzięcia o charakterze innowacyjnym. Działania z zakresu CSR kierowane są do interesariuszy, do których zalicza się: pojedyncze osoby lub grupy osób, instytucje wywierające wpływ na przedsiębiorstwo i jednocześnie będące przedmiotem oddziaływania przedsiębiorstw<sup>12</sup>. Podstawowe związki grup interesariuszy z instytucjami finansowymi można zaprezentować jako wyraźnie sprecyzowane oczekiwania – tabela 2.

**Tabela 2.** Oczekiwania grup interesariuszy wobec instytucji finansowych

Grupy interesariuszy	Oczekiwania
klienci	produkty o dobrej jakości i niskiej cenie
pracownicy	stałość zatrudnienia, wysokie zarobki
dostawcy	stałe zamówienia, korzystne ceny
akcjonariusze	dywidenda, wzrost wartości kapitału
społeczności lokalne	wpływy z podatków, zaangażowanie w sprawy społeczności

**Źródło:** opracowanie własne na podstawie: E. Gostomski: *Spółeczna odpowiedzialność banków w dobie kryzysu finansowego*. W: *Spółeczna odpowiedzialność instytucji finansowych*. Red. M. Bąk, P. Kulawczuk. Instytut Badań nad Demokracją i Przedsiębiorstwem Prywatnym, Warszawa 2009, s. 39.

Szczególnie istotnym czynnikiem, swoistym spoiwem, innowacji z koncepcją CSR są klienci, wobec których (niekiedy bardzo zróżnicowanych) potrzeb funkcjonowanie instytucji finansowej powinno być w dużym stopniu skoncentrowane.

Koncepcje łączenia CSR z innowacjami pojawiały się w literaturze od kilkunastu lat. Szczególną uwagę zwracano na oddziaływanie innowacji na społecznie odpowiedzialne prowadzenie biznesu. Przykładem tego typu funkcjonowania przedsiębiorstw jest wdrażanie innowacji produktu (np. szczególnej oferty usług bankowych przeznaczonych dla pomijanej dotychczas grupy klientów) ze społecznym celem. W konsekwencji pojawiła się usystematyzowana koncepcja społecznej innowacji biznesu (*Corporate Social Innovation* – CSI) wprowadzona przez R.M. Kanter<sup>13</sup>. Należy zatem uznać, że również w usługach finansowych możliwe jest wykorzystywanie niezaspokojonych potrzeb grup społecznych jako czynnika pozwalającego rozwijać produkty w sposób zgodny z koncepcją CSR. Niewątpliwie tak rozumiane społeczne innowacje pozwalają proponować innowacje produktowe

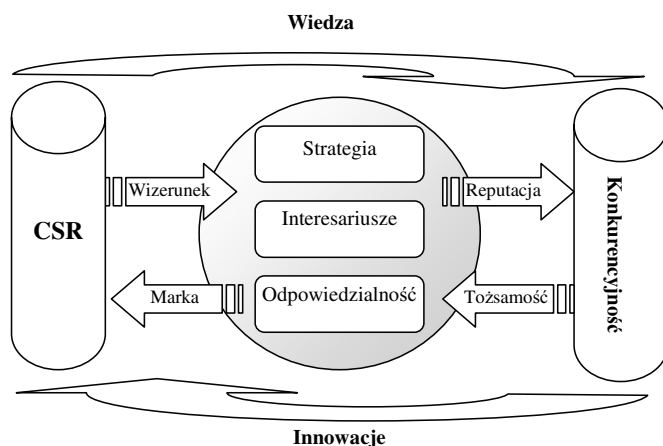
<sup>12</sup> W koncepcji CSR zwraca się dużą uwagę również na środowisko naturalne – jednakże z punktu widzenia instytucji finansowych jego znaczenie jest mniej istotne (z wyłączeniem np. funduszy inwestujących swoje środki w określone kategorie aktywów).

<sup>13</sup> R.M. Kanter: *From Spare Change to Real Change: The Social Sector as a Beta Site for Business Innovation*. „Harvard Business Review” 1999, nr 77, s. 125.



w postaci nowych usług finansowych zaspokajających nie tylko podstawowe potrzeby klientów, ale również ich szersze aspiracje jako decydentów i podmiotów rynkowych.

Związek pomiędzy społeczną odpowiedzialnością biznesu a innowacjami zauważalny jest również w nieco szerszym ujęciu uwzględniającym konkurencyjność usług finansowych. Podstawowymi elementami funkcjonującymi w tym modelu są CSR oraz ściśle z nią związana konkurencyjność. Innowacje sprzyjają wprowadzaniu społecznej odpowiedzialności instytucji finansowych. Przyczyniają się one również pośrednio do wzbogacenia wiedzy organizacji zwiększając jednocześnie ich konkurencyjność. Wizerunek oraz reputacja, będące konsekwencją stosowania CSR bądź wynikające z działań promocyjnych oraz doświadczonej przez klientów (jak również innych interesariuszy) jakości produktów są czynnikami wspierającymi konkurencyjność – rys. 2. Ważna jest spójność wymienionych elementów z ogólną strategią funkcjonowania banku lub innej instytucji finansowej.



**Rys. 2.** Struktura CSR i konkurencyjności w usługach finansowych

**Źródło:** opracowanie własne na podstawie: M. Vilanova, J.M. Lozano, D. Arenas: *Exploring the Nature of the Relationship Between CSR and Competitiveness*. „Journal of Business Ethics” 2009, nr 87, s. 63.

Równoległe z podejmowanymi przedsięwzięciami innowacyjnymi realizowane są procesy tworzące tożsamość. Odpowiedzialność instytucji finansowej, rozumiana niekiedy jako jej biznesowa przewidywalność przyczynia się w dużym stopniu do kreowania marki. W efekcie przewidywalne działania CSR są często zauważalne wśród renomowanych instytucji finansowych, zwracających szczególną uwagę na innowacje tworzące nowe produkty.

Biorąc pod uwagę możliwość zrównoważonego rozwoju, który powinien dotyczyć interesariuszy instytucji finansowych wydaje się niezbędnym łączenie działań innowacyjnych, tworzących nowe wartości z praktycznym wprowadzaniem w życie koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu. Dotychczasowe doświadczenia podmiotów świadczących usługi finansowe wskazują bowiem, że innowacyjne funkcjonowanie na rynku często związane z zaspokajaniem potrzeb, które miały charakter mniej wyartykułowany, może z powodzeniem sprzyjać funkcjonowaniu na

rynku (lub też nowo zidentyfikowanych jego obszarach) z aktywnym zastosowaniem CSR.

## **INNOVATIVE ACTIVITY AND CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF FINANCIAL INSTITUTIONS**

### **Summary**

The financial services, which are the essential part of the economy in developed countries, became one of the most innovative areas of the economic activity in last years. Considering perspectives of financial services sector development, the paper presents basic categories of determinants supporting the developmental of innovation among financial institutions. The special attention was paid on the relationship of the innovation with the implementation of the conception of the corporate social responsibility, as a particularly important element from the point of the view of financial institutions' stakeholders.