



Czerwiński B. (2014), *Innowacyjność instytucji finansowych w Polsce – perspektywy rozwoju*, „Oeconomia Copernicana”, nr 1, ss. 79-96, DOI: <http://dx.doi.org/10.12775/OeC.2014.005>

Bogumił Czerwiński *
Politechnika Gdańska

Innowacyjność instytucji finansowych w Polsce – perspektywy rozwoju

Klasyfikacja JEL: *A11, A14, B16*

Słowa kluczowe: *innowacyjność, instytucje finansowe*

Abstrakt: *Usługi finansowe będące coraz ważniejszą częścią gospodarki w krajach rozwiniętych, w dużym stopniu absorbują innowacje, stając się jednocześnie ważnymi podmiotami tworzącymi innowacje w obszarze zmian marketingowych i organizacyjnych. W artykule przedstawiono istotę innowacji w usługach finansowych. Przedstawiono podstawowe kategorie innowacji stosowanych w usługach finansowych. Na podstawie danych statystycznych dokonano analizy poziomu innowacyjności instytucji finansowych z uwzględnieniem zróżnicowania podmiotowego oraz ze względu na rodzaje innowacji. W pracy zidentyfikowano również podstawowe grupy czynników wpływających na innowacje i związane z nimi działania marketingowe na rynku usług finansowych. Punktem wyjścia do przeprowa-*

© Copyright Instytut Badań Gospodarczych & Polskie Towarzystwo Ekonomiczne Oddział w Toruniu

Tekst wpłynął 18 maja 2013 r., został zaakceptowany do publikacji 14 grudnia 2013 r.

* Dane kontaktowe autora: bogumil.czerwinski@zie.pg.gda.pl, Politechnika Gdańska, Wydział Zarządzania i Ekonomii, Katedra Marketingu, ul. Narutowicza 11/12, 80-233 Gdańsk

dzonych rozważań jest teza o wciąż niewystarczającym poziomie innowacyjności większości instytucji finansowych prowadzących działalność w Polsce.

Celem opracowania jest identyfikacja roli innowacji oraz perspektyw rozwoju innowacyjności w działalności instytucji finansowych funkcjonujących w Polsce. W tym celu dokonano analizy sektorowych danych statystycznych gromadzonych przez GUS w latach 2009-2011. Przedstawiono zróżnicowanie przedmiotowe i podmiotowe innowacji. Na podstawie analizy danych statystycznych stwierdzono, iż usługi finansowe w Polsce, jak również w innych krajach europejskich są jednymi z najbardziej innowacyjnych działów gospodarki. Ustalono również, iż w funkcjonowaniu instytucji finansowych większe znaczenie odgrywiają innowacje produktowe i procesowe. Przeprowadzone badania wykazały, że spośród wszystkich przedsiębiorstw zaliczanych do Sekcji K – Działalność finansowa i ubezpieczeniowa (według klasyfikacji PKD GUS) najbardziej innowacyjne są instytucje finansowe należące do działu Dział 65 – Ubezpieczenia, reasekuracja oraz fundusze emerytalne, z wyłączeniem obowiązkowego ubezpieczenia społecznego. Niższym poziomem innowacyjności charakteryzują się natomiast najliczniejsze wśród instytucji finansowych przedsiębiorstwa zaliczane do działu 66 – Finansowa działalność usługowa, z wyłączeniem ubezpieczeń i funduszy emerytalnych. Na podstawie analizy zaprezentowanych danych przedstawiono perspektywy rozwoju innowacyjności instytucji finansowych w Polsce.

The Innovativeness of Financial Institutions in Poland – the Perspectives of the Development

JEL Classification: A11, A14, B16

Keywords: *innovativeness, financial institutions*

Abstract: *Financial services which are more and more important part of the economy in developed countries mainly absorbing the innovations are becoming simultaneously important creators of the innovations in the area of marketing and organizational changes. The essence of the innovation in the financial services was introduced in the article. The basic categories of innovations in the financial services were introduced. The analyses of the level of the innovativeness of the financial institutions with the regard of the subjective differentiation were executed on the basis of the statistical data and because of the kinds of the innovation. The basic groups of factors influencing the innovations were identified in the article and were connected with marketing activities on the market of the financial services. The thesis is to conduct some considerations about the continually insufficient level of the innovativeness of the majority of the financial institutions leading their activity in Poland.*



The identification of the part of innovations and the perspectives of the development of innovativeness in the activity of the financial institutions functioning in Poland is the aim of the research. Certain analyses were executed in this sector given statistical accumulated by GUS in 2009-2011. The objective and the subjective differentiation of the innovation were introduced. It was affirmed that financial services in Poland and in countries throughout Europe are one of the most innovative sections of the economy. Product and process innovations play larger meaning in functioning financial institutions. Research that was carried out showed that among all the enterprises numbered to the Section K-Financial and Insurance Activities (according to the classification PKD GUS) the most innovative are financial institutions belonging to the section 65 – Insurance, reinsurance and pension funding, except compulsory social security. The lower level of innovativeness are characterize however the most numerous among financial institutions enterprises numbered to section 64 – Financial service activities, except insurance and pension funding. On the base of the analysis given, the perspectives of the development of the innovativeness of financial institutions in Poland were introduced.

Wprowadzenie

Badania innowacyjności prowadzone przez instytucje międzynarodowe wskazują, że sektor usługowy jest uznawany za rodzaj działalności o niższym poziomie innowacyjności niż produkcja dóbr materialnych. Związane jest to przede wszystkim z wyższym poziomem technologicznym produkcji przemysłowej oraz brakiem materialnej postaci usług. Sektor usług nie będąc w znacznym stopniu producentem wysokiej techniki, często adoptuje nowe rozwiązania technologiczne stosowane wcześniej w działalności przemysłowej. Dlatego też w działalności innowacyjnej przedsiębiorstw usługowych wyraźniej zauważalne są innowacje nietechnologiczne. Warto jednak zwrócić uwagę, iż w ostatnim czasie można zaobserwować istotne zmiany dotyczące innowacyjności przedsiębiorstw usługowych, wykorzystujących zarówno innowacje organizacyjne, marketingowe jak również produktowe i procesowe. Interesującym przykładem działalności usługowej będącej zarówno użytkownikiem innowacyjnych rozwiązań zastosowanych w innych obszarach działalności gospodarczej, jak również stosującej wszystkie rodzaje innowacji są usługi finansowe.

Celem opracowania jest identyfikacja roli innowacji oraz perspektywy rozwoju innowacyjności w działalności instytucji finansowych funkcjonujących w Polsce. Punktem wyjścia do przeprowadzonych rozważań jest teza o wciąż niewystarczającym poziomie innowacyjności większości instytucji finansowych prowadzących działalność w Polsce.



Metodyka badania

Opracowanie stanowi studium badawcze w zakresie rozpoznania poziomu innowacyjności oraz wskazania perspektyw rozwoju na gruncie praktyki gospodarczej. Badania przeprowadzono w oparciu o pogłębioną analizę danych statystycznych dotyczących poziomu innowacyjności polskich przedsiębiorstw, koncentrując się przede wszystkim na instytucjach finansowych. Biorąc pod uwagę, że rozwój jako kategoria ekonomiczna wymaga analizy aspektów ilościowych jak i jakościowych ilościowych analizie poddano przede wszystkim parametry ilościowe (struktura, intensywność wykorzystywania innowacji) jak również zwrócono uwagę na aspekty jakościowe (determinanty rozwoju innowacji). Biorąc pod uwagę zróżnicowanie przedmiotowe i podmiotowe innowacji dokonano analizy sektorowych danych statystycznych gromadzonych przez GUS w latach 1997-2011. Zakres przestrzenny obejmuje przede wszystkim Polskę i w ograniczonym zakresie całą Unię Europejską. Klasyfikacji innowacji dokonano na podstawie metodologii Oslo. Do analizy danych statystycznych pozyskanych z GUS i Eurostat wykorzystano m.in. analizę szeregów czasowych.

Istota innowacji w usługach finansowych

Usługi finansowe stanowią szeroką kategorię powszechnie dostępnych usług związanych z obrotem pieniędzy i kapitału. Usługi te świadczone przez instytucje finansowe takie jak: banki, zakłady ubezpieczeń, fundusze emerytalne, towarzystwa leasingowe, towarzystwa funduszy inwestycyjnych, domy maklerskie i inne od wielu lat są ważną i stale zwiększającą swe znaczenie częścią gospodarki światowej¹. W większości krajów wysoko rozwiniętych wytwarzają ponad 5 procent wartości dodanej w gospodarce. Największe znaczenie usług finansowych obserwowane jest w Luksemburgu, Szwajcarii, Irlandii i Wielkiej Brytanii czyli w krajach, w których długoletnia tradycja oraz wyjątkowe podejście władz państwowych pozwoliły zbudować obecne znaczenie sektorów finansowych. Natomiast stosunkowo mniejsze ich znaczenie spośród krajów OECD obserwowane jest w krajach Europy Wschodniej oraz w Skandynawii.

¹ 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 można wyróżnić m.in. instytucje inwestycyjne) (por OECD 2007, 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). Stanowią one mimo to jedną z najbardziej innowacyjnych dziedzin gospodarki. 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 fundusze). 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 (Nijssen, Hillebrand, Vermeulen, Kemp 2006, s. 241-251):

- mniejszy wpływ działań badawczo-rozwojowych,
- mniejsze nakłady niezbędne dla wprowadzenia innowacji,
- większa skłonność do naśladownictwa wcześniejszych inwestycji,
- większe znaczenie czynnika „ludzkiego”,
- ścisłe wzajemne oddziaływanie, interakcja między produkcją i konsumpcją,
- duże znaczenie innowacji organizacyjnych i marketingowych,
- kierowanie innowacyjnych usług finansowych głównie do osób poniżej 55 roku życia².

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 w Holandii z e-bankingu korzysta już ponad 75% obywateli tych państw (GUS 2012, s. 117). W tym kontekście wyjątkowo nieinnowacyjnie prezentuje się sektor usług finansowych w Polsce. Według badania GUS w 2012 roku z usług bankowych za pomocą Internetu korzystało 32% Polaków w wieku 16-74 lat (rok wcześniej 27,5%) (GUS 2012, s. 116). Natomiast zakup akcji, ubezpieczeń i innych produktów finansowych był realizowany zaledwie przez 1,3% populacji. Warto w tym miej-

² W Polsce ponad 88% 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.



scu zwrócić uwagę na fakt iż podobny niski poziom powszechności korzystania z usług finansowych świadczonych drogą elektroniczną można zaobserwować we wszystkich krajach Unii Europejskiej znajdujących się w basenie Morza Śródziemnego (z wyjątkiem Francji) oraz wśród „nowych” członków Unii (z wyjątkiem trójki krajów bałtyckich). Można zatem stwierdzić, że oprócz czynników dochodowych na skłonność do korzystania z elektronicznych kanałów świadczenia usług finansowych wpływają również inne czynniki, np. kulturowe.

Innowacyjność usług finansowych na tle sektora usług

Badania innowacyjności w przedsiębiorstwach usługowych są generalnie uznawane za trudniejsze do przeprowadzenia niż w przypadku przedsiębiorstw przemysłowych m.in. z powodu bardzo dużej różnorodności rodzajów działalności usługowej. Dotychczasowe próby takich badań wskazują jednak jednoznacznie, że usługi finansowe należy traktować jako obszary działalności o stosunkowo wysokim poziomie innowacyjności. Wskazują na to wyniki badań realizowanych wśród krajów członkowskich Unii Europejskiej oraz wśród krajów OECD. Badania te wskazują, że szeroko rozumiane usługi finansowe są obok usług informatycznych i badawczo-rozwojowych najbardziej innowacyjnym działem usług (por. Kanerva, Hollanders, Arundel 2006, s. 4; Arundel, Kanerva, van Cruysen, Hollanders 2007, s. 27). Z kolei wśród działów produkcji przemysłowej podobnie wysoki poziom innowacyjności można zaobserwować w przemyśle farmaceutycznym, chemicznym i rafineryjnym (OECD 2011, s. 188). Na podstawie realizowanych w ostatnich latach zgodnie z metodologią Oslo na potrzeby Unii Europejskiej badań określających poziom innowacyjności sektora usług z wykorzystaniem wskaźnika innowacyjności sektora usług SSII (Service Sector Innovation Index) możliwe jest scharakteryzowanie najistotniejszych obszarów innowacyjności w usługach finansowych. W porównaniu do innych rodzajów działalności usługowej, jak również do przemysłu, wyróżniają się one zwłaszcza pod względem zapotrzebowania na innowacje. Wynika to w dużym stopniu 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. Najnowsze koncepcje dla tych produk-



tów obejmują zabezpieczenia z wykorzystaniem głosu klienta lub danych biometrycznych. Bardzo wysokie oczekiwania wobec pracowników instytucji finansowych mają swoje odzwierciedlenie również w wysokiej ocenie zasobów ludzkich jako elementu tworzącego innowacyjność usług finansowych. Znaczące wyodrębnienie pracowników jako podmiotów zwiększających innowacyjność instytucji finansowych związane jest m.in. z częstszym niż w innych przedsiębiorstwach uczestnictwem w programach szkoleniowych podnoszących kompetencje pracownicze.

Tabela 1. Innowacje produktowe w przedsiębiorstwach z sektora usług w latach 2009-2011 (w %)

Wyszczególnienie	Innowacje produktowe ogółem	W tym nowe dla rynku	Przedsiębiorstwa, które wprowadziły innowacje produktowe lub procesowe
Przemysł ogółem	11,2	6,1	16,1
Usługi ogółem	6,3	3,3	11,6
1. Ubezpieczenia, reasekuracja oraz fundusze emerytalne, z wyłączeniem obowiązkowego ubezpieczenia społecznego (Dział 65)	45,0	15,0	62,5
2. Finansowa działalność usługowa, z wyłączeniem ubezpieczeń i funduszy emerytalnych (Dział 64)	26,6	8,4	35,4
3. Działalność związana z oprogramowaniem i doradztwem w zakresie informatyki oraz działalność powiązana	22,6	17,0	27,2
...
7. Działalność wspomagająca usługi finansowe oraz ubezpieczenia i fundusze emerytalne (Dział 66)	7,3	3,2	13,5
...
14. Transport wodny	2,9	-	14,3

Źródło: GUS (2012, s. 28).

Zauważalna w krajach Unii Europejskiej wyższa od przeciętnej innowacyjność usług finansowych znajduje swoje potwierdzenie również w przypadku Polski. Dwa działy instytucji finansowych zaliczanych do Sekcji K-Działalność finansowa i ubezpieczeniowa charakteryzują się bardzo wysokim udziałem przedsiębiorstw innowacyjnych (ponad 35%) wśród ogółu przedsiębiorstw. Bardziej innowacyjnymi spośród nich są instytucje zaliczane do działu: Ubezpieczenia, reasekuracja oraz fundusze emerytalne, z wyłączeniem obowiązkowego ubezpieczenia społecznego, nieco niższy poziom innowacyjności obserwowany jest wśród instytucji zaliczanych do



Finansowej działalności usługowej, z wyłączeniem ubezpieczeń i funduszy emerytalnych. Charakterystyczne dla obydwu grup jest większe koncentrowanie się na innowacjach produktowych i procesowych. Zauważalne jest więc wśród nich oferowanie nowych lub ulepszonych produktów oraz metod wspierających procesy. W nieco mniejszym stopniu zauważalne są natomiast wśród nich innowacje organizacyjne i marketingowe.

Innowacje produktowe polegają na wprowadzeniu nowego wyrobu lub usługi. Zaliczane do nich są również istotne ulepszenia produktu. Ze względu na swą specyfikę dotyczą one w znacznie większym stopniu przedsiębiorstw przemysłowych. Instytucje finansowe charakteryzują się jednak znacznym poziomem innowacyjności w tym zakresie. Dominują one wśród przedsiębiorstw usługowych. Spośród 14 działów działalności usługowej objętych badaniem GUS najbardziej innowacyjne są: Ubezpieczenia, reasekuracja oraz fundusze emerytalne, z wyłączeniem obowiązkowego ubezpieczenia społecznego i Finansowa działalność usługowa, z wyłączeniem ubezpieczeń i funduszy emerytalnych. Szczególnie wyróżniają się wśród nich zakłady ubezpieczeń i fundusze emerytalne, spośród których prawie połowa (45%) w badanym okresie wprowadziła innowacje produktowe, np. w formie nowych produktów ubezpieczeniowych lub istotnych modyfikacji ogólnych warunków ubezpieczeń w dotychczasowych produktach. Jednocześnie należy podkreślić, że zazwyczaj były to innowacje nowe dla konkretnych firm, a zdecydowanie rzadziej całkowicie nowe dla rynku np. ubezpieczeń lub bankowego.

Do innowacji procesowych zalicza się wdrożenie nowych lub istotnie ulepszonych metod produkcji, sprzedaży lub wsparcia działalności, a szczególnie nowe lub znacząco ulepszone metody tworzenia i świadczenia usług. Podobnie jak w przypadku innowacji produktowych większy odsetek przedsiębiorstw innowacyjnych odnotowywany jest w obszarze działalności przemysłowej. W działalności usługowej ponownie wyróżniają się instytucje finansowe. Ponad połowa (52,5%) zakładów ubezpieczeń i funduszy emerytalnych wprowadziła innowacje procesowe w badanym okresie. Jest to najbardziej innowacyjny dział polskiej gospodarki w zakresie innowacji procesowych, przewyższający pod tym względem również wszystkie działy produkcji przemysłowej. Finansowa działalność usługowa, z wyłączeniem ubezpieczeń i funduszy emerytalnych (przede wszystkim banki) również charakteryzuje się znacznym odsetkiem przedsiębiorstw (25,2%) wdrażających innowacje procesowe. Zarówno zakłady ubezpieczeń jak i banki koncentrowały się w obszarze innowacji procesowych na metodach wspierających procesy. Zmiany technologiczne umożliwiły tym przedsiębiorstwom wprowadzenie nowych procesów wykorzystujących intensywnie przede wszystkim sieć internetową i intranetową.



Tabela 2. Innowacje procesowe w przedsiębiorstwach z sektora usług w latach 2009-2011 (w %)

Wyszczególnienie	Innowacje procesowe ogółem	Metody wytwarzania produktów	Metody z zakresu logistyki i/lub metody dostarczania i dystrybucji	Metody wspierające procesy
Przemysł ogółem	12,4	9,7	3,0	5,8
Usługi ogółem	9,0	2,8	3,6	7,0
1. Ubezpieczenia, reasekuracja oraz fundusze emerytalne, z wyłączeniem obowiązkowego ubezpieczenia społecznego (Dz.65)	52,5	18,8	27,5	40,0
2. Finansowa działalność usługowa, z wyłączeniem ubezpieczeń i funduszy emerytalnych (Dz. 64)	25,2	7,0	7,8	22,5
3. Telekomunikacja	22,1	10,7	7,0	18,4
...
6. Działalność wspomagająca usługi finansowe oraz ubezpieczenia i fundusze emerytalne (Dz.66)	12,4	4,8	4,3	9,9
...
14. Transport lądowy oraz transport rurociągowy	4,6	1,0	2,5	3,4

Źródło: GUS (2012, s. 33).

Innowacja organizacyjna to wdrożenie nowej metody organizacyjnej w przyjętych przez przedsiębiorstwo zasadach działania dotyczących organizacji miejsca pracy lub stosunków z otoczeniem. Innowacje organizacyjne są jedynym obszarem innowacji w Polsce, w którym przedsiębiorstwa usługowe są generalnie bardziej innowacyjne od przedsiębiorstw przemysłowych. Ponownie w całej gospodarce najbardziej innowacyjne są zakłady ubezpieczeń i fundusze emerytalne. Innowacje organizacyjne zostały wdrożone przez 37,5% tych podmiotów. W obszarze tym wyjątkowo prezentują się przedsiębiorstwa wspomagające bezpośrednie świadczenie usług finansowych. Ponad 16% tych przedsiębiorstw wdrożyło innowacje organizacyjne w badanym okresie. Były one bardziej innowacyjne pod tym względem od przedsiębiorstw zaliczonych do kategorii Finansowa działalność usługowa, z wyłączeniem ubezpieczeń i funduszy emerytalnych. Najczęściej wykorzystywanym obszarem w każdym z 3 działów zaliczanych do Sekcji K – były nowe metody podziału zadań i uprawnień organizacyjnych. W dynamicznie zmieniającym się otoczeniu koncentrowały się one przede wszystkim na zmianach organizacyjnych zwiększających efektywność funkcjonowania instytucji finansowych.

Tabela 3. Innowacje organizacyjne w przedsiębiorstwach z sektora usług w latach 2009-2011 (w %)

Wyszczególnienie	Innowacje organizacyjne ogółem	Nowe metody w zasadach działania	Nowe metody podziału zadań i uprawnień decyzyjnych	Nowe metody w zakresie stosunków z otoczeniem
Przemysł ogółem	8,3	5,6	5,6	3,9
Usługi ogółem	9,1	3,3	6,6	4,2
1. Ubezpieczenia, reasekuracja oraz fundusze emerytalne, z wyłączeniem obowiązkowego ubezpieczenia społecznego (Dz. 65)	37,5	16,3	27,5	22,5
2. Działalność związana z oprogramowaniem i doradztwem w zakresie informatyki oraz działalność powiązana	26,3	10,9	20,3	13,3
3. Działalność usługowa w zakresie informacji	22,8	9,6	18,3	10,5
...
6. Działalność wspomagająca usługi finansowe oraz ubezpieczenia i fundusze emerytalne (Dz.66)	16,5	6,0	10,4	8,5
7. Finansowa działalność usługowa, z wyłączeniem ubezpieczeń i funduszy emerytalnych (Dz. 64)	15,9	4,9	13,2	7,1
...
14. Transport lądowy oraz transport rurociągowy	4,1	0,7	3,6	1,6

Źródło: GUS (2012, s. 38).

Najistotniejsze z punktu widzenia działalności marketingowej są innowacje marketingowe polegające na wdrożeniu nowej koncepcji lub strategii marketingowej. Poziom innowacyjności polskiego sektora usług jest zbliżony w tym obszarze do poziomu innowacyjności polskiego przemysłu. Podobnie jak w przypadku innowacji procesowych najbardziej innowacyjnym działem polskiej gospodarki są Ubezpieczenia, reasekuracja oraz fundusze emerytalne, z wyłączeniem obowiązkowego ubezpieczenia społecznego. Ponad 1/3 przedsiębiorstw (38,8 %) należących do tego działu wdrożyło innowacje marketingowe. Pozostałe działy Działalności finansowej i ubezpieczeniowej charakteryzowały się nieco niższym (aczkolwiek wyższym od średniej dla sektora usług) poziomem innowacyjności.



Tabela 4. Innowacje marketingowe w przedsiębiorstwach z sektora usług w latach 2009-2011 (w %)

Wyszczególnienie	Innowacje marketing. ogółem	Znaczące zmiany w projekcie/ konstrukcji lub opakowaniu wyrobów lub usług	Nowe media lub techniki promocji produktów	Nowe metody w zakresie dystrybucji produktów lub kanałów sprzedaży	Nowe metody kształtowania cen wyrobów i usług
Przemysł ogółem	7,9	3,5	4,3	2,3	4,6
Usługi ogółem	7,8	2,1	5,6	3,0	3,6
1. Ubezpieczenia, reasekuracja oraz fundusze emerytalne, z wyłączeniem obowiązkowego ubezpieczenia społecznego (Dz.65)	38,8	15,0	23,8	32,5	10,0
2. Działalność usługowa w zakresie informacji	22,4	8,7	14,2	13,7	11,4
3. Działalność pocztowa i kurierska	22,0	10,0	12,0	14,0	8,0
4. Finansowa działalność usługowa, z wyłączeniem ubezpieczeń i funduszy emerytalnych (Dz. 64)	15,8	3,3	13,1	6,5	5,9
...
9. Działalność wspomagająca usługi finansowe oraz ubezpieczenia i fundusze emerytalne (Dz. 66)	9,9	2,9	6,3	3,9	1,7
...
14. Działalność w zakresie architektury i inżynierii; badania i analizy techniczne	2,2	0,5	1,7	0,7	0,3

Źródło: GUS (2012, s. 44).

Zakłady ubezpieczeń i fundusze emerytalne wprowadzały przede wszystkim innowacje marketingowe dotyczące dystrybucji koncentrujące się na rozwoju sieci sprzedaży bezpośredniej i przez Internet. Pozostałe dwa działy: Finansowa działalność usługowa, z wyłączeniem ubezpieczeń i funduszy emerytalnych oraz Działalność wspomagająca usługi finansowe oraz ubezpieczenia i fundusze emerytalne koncentrowały swoje innowacje



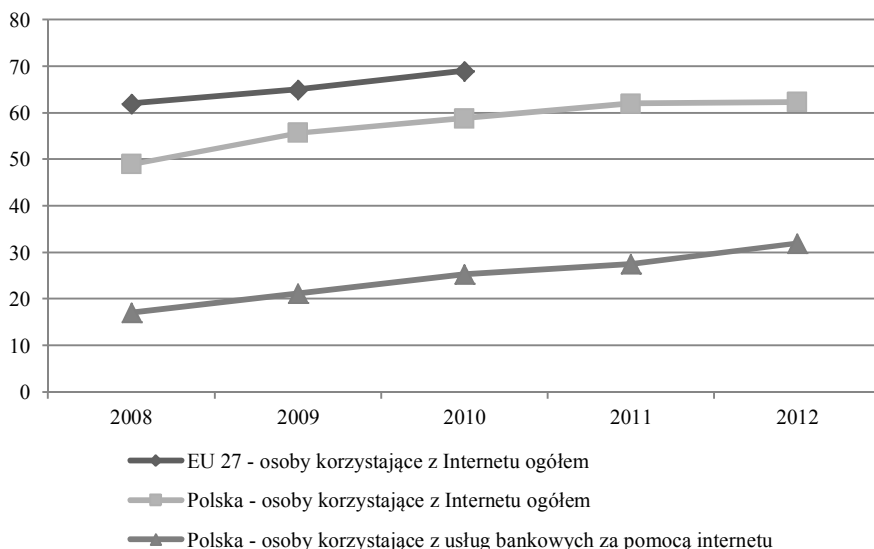
marketingowe na działaniach promocyjnych. Podmioty te również intensywnie wykorzystywały Internet, jednakże ze względu na specyfikę produktów bankowych i inwestycyjnych nowoczesne media wykorzystywane były przede wszystkim dla promocji usług finansowych i firm, a nie jak w przypadku zakładów ubezpieczeń dla sprzedaży usług. We wszystkich działach Sekcji K stosunkowo rzadziej w działalności innowacyjnej wykorzystywane były pozostałe działania marketingowe w obszarze konstrukcji produktów lub istotnych zmian w obszarze kształtowania cen.

W usługach finansowych – w przeciwieństwie do innych rodzajów działalności usługowej – stosunkowo często występują innowacje technologiczne, co jest czynnikiem różnicującym w stosunku np. do mniej innowacyjnych działów działalności usługowej jakimi są np. transport wodny, lądowy oraz transport rurociągowy. Należy jednak zwrócić uwagę, że w obszarze usług finansowych zauważalny jest również duży nacisk położony na innowacje nietechnologiczne skoncentrowane na zmianach organizacyjnych dotyczących strategii i zarządzania oraz bardzo istotnych w tym obszarze innowacjach marketingowych. W tym obszarze w usługach finansowych zaobserwowano również wyższy poziom innowacyjności niż w pozostałych rodzajach działalności usługowej. Biorąc pod uwagę dotychczasowy rozwój innowacji na globalnym i polskim rynku usług finansowych można przewidywać zwiększenie skali działań innowacyjnych w obszarze innowacji organizacyjnych i marketingowych.

Perspektywy rozwoju innowacji w usługach finansowych

Na podstawie dotychczasowego rozwoju innowacji możliwe jest dokonanie próby przedstawienia podstawowych grup czynników, które powinny w najbliższym czasie w największym stopniu stwarzać nowe możliwości działań innowacyjnych. Wśród tych grup należy zwrócić uwagę przede wszystkim na zmiany technologiczne dotyczące wszystkich obszarów funkcjonowania przedsiębiorstw. Rozwój technologii wpłynął w znaczącym stopniu na nowe możliwości funkcjonowania firm w obszarach rynkowych dynamicznie rozwijających się (np. Internet).



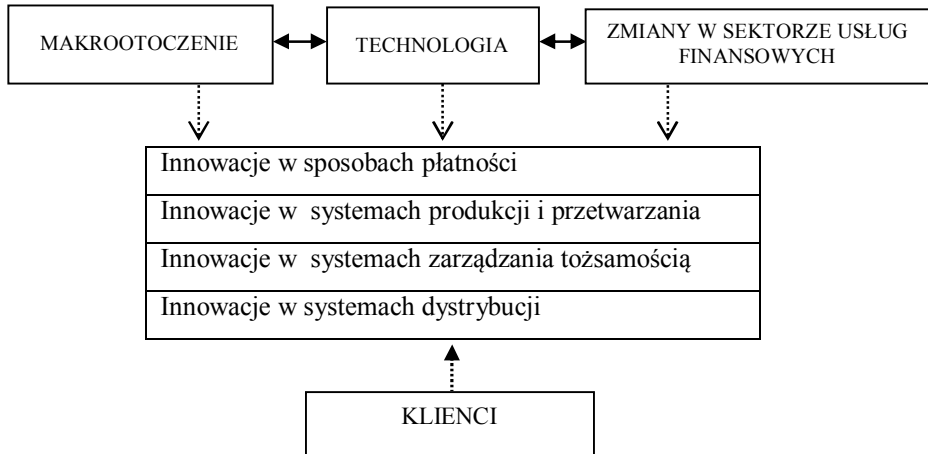
Wykres 1. Osoby korzystające z Internetu w Unii Europejskiej i w Polsce (w %)

Źródło: Eurostat (2012, s. 355), GUS (2012, s. 13).

Oczywistym potwierdzeniem istotnego wpływu technologii na wykorzystanie innowacji w usługach finansowych jest wzrastająca z roku na rok powszechność wykorzystywania Internetu przez obywateli Unii Europejskiej. Zjawisko to dotyczy oczywiście również Polski, gdzie mimo znacznych opóźnień pod względem rozwoju globalnej sieci można zaobserwować wzrastającą w imponujących tempie liczbę osób korzystających z Internetu jak również z usług finansowych świadczonych on-line. (Wykres 1). Biorąc pod uwagę dużą różnicę w zakresie upowszechniania Internetu w krajach wysoko rozwiniętych i w Polsce (Eurostat 2012, s. 355), nawet z uwzględnieniem różnic w zakresie dochodów trudno wyobrazić sobie sytuację w której globalna sieć, e-banking oraz inne usługi finansowe świadczone on-line nie będą stawały się w Polsce bardziej popularne.

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. Zmiany technologiczne już obecnie istotnie wpływają na działania w obszarze dystrybucji i promocji. Można przewidywać, że pozwolą również na powstawanie koncepcji nowych produktów, które będą mogły być również oferowane po atrakcyjniejszych niż obecnie cenach.



Rysunek 1. Kluczowe determinanty rozwoju innowacji w sektorze usług finansowych

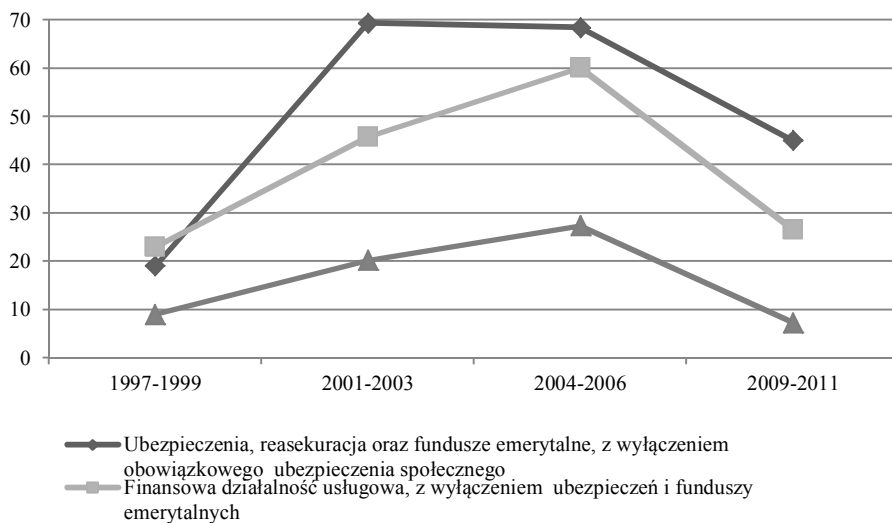
Źródło: World Economic Forum (2007, s. 77).

Z kolei druga grupa czynników dotyczących makrootoczenia koncentruje się na szeroko rozumianych konsekwencjach procesu globalizacji, z procesami i zjawiskami społecznymi, ekonomicznymi czy politycznymi. Szczególne znaczenie mają tutaj zmiany poziomu dochodów społeczeństw w krajach rozwiniętych oraz niebezpieczeństwa które wiążą się z procesami dotyczącymi zmian w makrootoczeniu, takimi jak terroryzm czy „pranie brudnych pieniędzy”. W istotnym stopniu na zmiany w ofercie produktowej instytucji finansowych wpływają również zjawiska kryzysowe dotyczące rynku finansowego. Konsekwencją tych procesów powinna stać się również dyfuzja innowacji, prowadząca do pojawienia się nowych produktów finansowych na polskim rynku.

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. Usługi finansowe stają się w większym stopniu czerpiące ze współpracy z przemysłem i innymi przedsiębiorstwami oraz instytucjami. Powinno to prowadzić do pojawienia się nowych produktów, a przede wszystkim do wykorzystania nowych kanałów dystrybucji.

Ostatnią grupą czynników wpływających na innowacje w usługach finansowych są klienci instytucji finansowych. 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. Klienci indywidualni posiadając coraz większą wiedzę na temat usług finansowych w dużym stopniu gotowi są wykorzystywać samoobsługę jako sposób korzystania z produktów. Natomiast klienci instytucjonalni w coraz większym stopniu zwracają uwagę na konieczność racjonalizowania kosztów 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 oraz wprowadzenia innych działań marketingowych racjonalizujących ponoszone koszty, z nowymi kanałami dystrybucji oraz indywidualizacją treści promocyjnych.

Wykres 2. Przedsiębiorstwa usługowe, które wprowadziły innowacje produktowe lub procesowe (w %)



Źródło: GUS (2006, s. 33), GUS (2008, s. 58), GUS (2012, s. 28).

Analizując perspektywy rozwoju innowacji w usługach finansowych należy zwrócić uwagę na obserwowane w ostatnich latach spowolnienie procesów upowszechniania innowacji w sektorze finansowym. Badania inno-

wacyjności realizowane przez GUS wskazują, że zmniejsza się intensywność wprowadzania innowacji zarówno w przemyśle, jak i w usługach (GUS 2012, s. 7-8). Zjawisko to dotyczy również usług finansowych. Analiza przyczyn tego zjawiska wykracza poza obszar tematyczny niniejszego opracowania i powinna być realizowana w sposób pogłębiony na podstawie danych dotyczących np. efektywności działań innowacyjnych. W tym miejscu można jedynie zasygnalizować dwie z możliwych przyczyn takiego stanu rzeczy: kryzys finansowy w większości krajów wysokorozwiniętych oraz nieefektywne wykorzystanie środków pomocowych wspierających innowacyjność, pochodzących z Unii Europejskiej i z budżetu państwa.

Niezależnie od wskazanego spadku intensywności wprowadzania innowacji należy stwierdzić, że obecnie obserwowane innowacje w sektorze finansowym są wstępem do zmian, których powinniśmy spodziewać się w najbliższym czasie. Można spodziewać się bowiem koncentrowania działań innowacyjnych w usługach finansowych na kilku obszarach:

- innowacji w systemach produkcji i przetwarzania (automatyczne systemy underwritingu, wykorzystanie nanotechnologii – rozpoznawanie na podstawie danych biometrycznych),
- innowacji w obszarze cen i sposobach płatności (np. narzędzia dynamicznego ustalania cen, elektroniczna portmonetka, elektroniczne płatności za pomocą telefonów komórkowych),
- innowacji w systemach dystrybucji i dostępie do urzędzeń (np. upowszechnienie wielokanałowej dystrybucji i wielofunkcyjnych bankomatów – wpłatomatów),
- innowacji w działaniach komunikacyjnych (np. personalizacja przekazów promocyjnych, powiązanie oferty z wykorzystaniem mediów społecznościowych).

Rozważając rozwój innowacyjności usług finansowych oprócz intensyfikowania innowacji technologicznych, przejawiających się przede wszystkim częstszym stosowaniem Internetu i call center warto zwrócić uwagę na konieczność znaczenia szerszego zastosowania innowacji marketingowych, które niekiedy są postrzegane jedynie jako uzupełnienie do innowacji technologicznych, a bez których wprowadzenie zmian w funkcjonowaniu instytucji będzie niemożliwe. Wykorzystanie ich w większym stopniu powinno zwiększyć zainteresowanie usługami finansowymi. Zrealizowanie wskazanych celów służyć będzie lepszemu zaspokojeniu potrzeb większej grupy klientów, co w efekcie pozwoli zwiększyć konkurencyjność oraz rentowność polskich instytucji finansowych, zwłaszcza w kontekście zwiększającej się globalnej konkurencji.

Zakończenie

Usługi finansowe, będące coraz ważniejszą częścią gospodarki w krajach rozwiniętych, w dużym stopniu absorbują innowacje, stając się jednocześnie ważnymi podmiotami tworzącymi innowacje w obszarze zmian marketingowych i organizacyjnych. Na podstawie analizy danych statystycznych stwierdzono, iż usługi finansowe w Polsce są jednymi z najbardziej innowacyjnych działów gospodarki, jednakże znaczenie innowacji organizacyjnych i marketingowych w funkcjonowaniu tych instytucji jest mniej istotne niż innych innowacji. Jednocześnie, badania wykazały, że wśród innowacji marketingowych najczęściej wykorzystywane są innowacje w zakresie dystrybucji w zakładach ubezpieczeń i funduszach emerytalnych, natomiast w pozostałych działach innowacje marketingowe dotyczyły głównie działań promocyjnych. W artykule wskazano, że najbardziej innowacyjnym działem usług są: Ubezpieczenia, reasekuracja oraz fundusze emerytalne, z wyłączeniem obowiązkowego ubezpieczenia społecznego.

Biorąc pod uwagę dotychczasowy rozwój innowacji w usługach finansowych możliwe jest wskazanie głównych grup czynników wpływających na intensywność stosowania innowacji na rynku usług finansowych. Determinantami kształtującymi działania innowacyjne są: klienci (ze specyfiką klientów indywidualnych i instytucjonalnych), makrootoczenie, technologia oraz zmiany w sektorze usług finansowych. Wyjątkowe znaczenie wśród tych determinant mają te związane ze zmianami technologicznymi i szczególnie wpływem dynamicznego rozwoju sieci Internet.

Literatura

- Arundel A., Kanerva M., van Cruysen A., Hollanders H. (2007), *Innovation Statistics for the European Service Sektor – Final Draft*. Pro Inno Europe. Inno Metrics.
- Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2004-2006*. (2008), Główny Urząd Statystyczny, Warszawa.
- Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2009-2011*. (2012), Główny Urząd Statystyczny, Warszawa.
- Działalność innowacyjna przedsiębiorstw sektora usług w latach 2001-2003*. (2006), Główny Urząd Statystyczny, Warszawa.
- Europe in figures — Eurostat yearbook 2012*, (2012), European Union, Luxembourg.
- Kanerva M., Hollanders H., Arundel A. (2006), *Trend Chart report. Can We Measure and Compare Innovation in Services? European Trend Chart on Innovation*.



- tion, European Commission, <http://arno.unimaas.nl/show.cgi?fid=15488> (28.03.2013).
- Nijssen E. J., Hillebrand B., Vermeulen P., Kemp R. (2006), *Exploring product and service innovation similarities and differences*, „International Journal of Research in Marketing” nr 9
- OECD in Figures. 2007 Edition.* (2007), OECD Publications, Paris.
- OECD Science, Technology and Industry Scoreboard 2011.* (2011), OECD Publishing.
- Rybiński K. (2009), *Szczyt G20, nareszcie powyżej oczekiwań*, <http://www.rybinski.eu/?p=716&language=pl> (19.04.2012).
- Spółeczeństwo informacyjne w Polsce. Wyniki badań statystycznych* (2012), Główny Urząd Statystyczny, Warszawa.
- Technology and Innovation in Financial Services: Scenarios to 2020. World Economic Forum, Cologny/Geneva 2007 http://www3.weforum.org/docs/WEF_FS_Scenario_ITandInnovation2020_2010.pdf (28.03.2013).

