

Henryk WOJTASZEK*

INNOWACJE PRODUKTOWE W BANKOWOŚCI

W niniejszym artykule wyjaśniono pojęcie innowacji produktowej występującej w bankowości. Pokazano najnowsze innowacje produktowe w wybranych bankach w 2013 roku. Dokonano przeglądu sytuacji w bankach odwzorowującej bieżącą pracę w oddziale, sytuację klientów oraz naturalne skutki wdrożenia innowacyjnych produktów.

Słowa kluczowe: innowacje, bank, produkt, kryzys, konkurencja

1. WPROWADZENIE

Innowacja to coś nowego. W sektorze bankowym innowacje są pojmowane jako wytworzenie produktu nowej generacji. Polski sektor bankowy wykazuje się niską innowacyjnością. Sprawdzające się w ekonomii prawo Jeana B. Saya, zgodnie z którym podaż rodzi popyt nie rządzi innowacjami. Podaż innowacji wcale nie musi rodzić popytu. W sektorze bankowym innowacja o charakterze procesowym czy nawet produktowym, albo o charakterze modelu biznesowego nie polega na nowym poukładaniu dotychczasowych elementów [7].

Przykładem jest *scoring* kredytowy, który według teorii innowacji destrukcyjnych jest jedną ze znakomitszych innowacji [3]. Zastosowany w przypadku małych i średnich przedsiębiorstw pozwala na szybką i scentralizowaną ocenę ryzyka, jego kontrolę i zarządzanie nim [6].

Przykładem stosowania innowacji w usługach jest także bankowość internetowa, która w coraz większym stopniu zastępuje lub uzupełnia tradycyjne metody prowadzenia działalności bankowej. Ten rodzaj usług polega na umożliwieniu klientowi dostępu do jego rachunku i dokonywaniu operacji za pomocą przeglądarek internetowych. Zakres tych usług w zależności od wykorzystywanego oprogramowania i strategii banku może być bardzo szeroki. Mogą one polegać np. na zamieszczaniu na stronie internetowej banku jedynie ogólnych informacji o ofero-

* doktorant Politechniki Częstochowskiej

wanych produktach bądź na pobieraniu formularzy czy dokonywaniu aktywnych operacji na rachunku [13].

Na rynku usług bankowych toczy się ostra walka konkurencyjna. Banki działające w burzliwym otoczeniu muszą w elastyczny sposób dostosowywać się do zachodzących zmian. Aby utrzymać dotychczasową pozycję na rynku, muszą zdobywać nowych klientów i zaspokajać ich potrzeby oraz spełniać oczekiwania co do oferowanych produktów. Jest to dzięki ciągłemu udoskonalaniu produktów bądź usług. Innowacje są produktami ludzkiego wynalazku. Tempo zmian innowacyjnych i szybkość dyfuzji przyspieszają rozwój produktów oraz potwierdzają wagę i potrzebę ich dalszego udoskonalania [15].

2. INNOWACJE PRODUKTOWE W BANKOWOŚCI

2.1 Pojęcie innowacji

Wdrażając różnego rodzaju zmiany, organizacje podejmują walkę o pokonanie konkurencji i utrzymanie pozycji na rynku, a także o zaspokojenie potrzeb i oczekiwań klientów. Innowacje są czynnikiem decydującym o sukcesie organizacji na konkurencyjnym rynku. J. Canals, omawiając strategię konkurencyjne w europejskiej bankowości, wskazał innowacje finansowe jako kluczowy czynnik konkurencyjny [2].

Według D. Kroteniuk bank musi ciągle dążyć do innowacyjnych zachowań, musi stawać się innowacyjny, nowoczesny, dynamiczny oraz wysoce efektywny [4].

Innowacja wiąże się ze zorganizowanym zamierzonym działaniem polegającym na dokonaniu zmiany, która może przynieść nowe źródło innowacyjne. Podłożem innowacji może być sukces, porażka lub niezgodność. Innowacyjność wpływa na zmiany w środowisku finansowym, deregulację, zmiany oczekiwań klientów oraz nowe rozwiązania technologiczne [3].

2.2 Pojęcie innowacji produktowej

Innowacje produktowe to innowacje dotyczące produktów. Są to wszelkie zmiany, których celem jest udoskonalenie wyrobu już wytwarzanego lub stworzenie zupełnie nowego produktu. Innowacja musi obejmować znaczne ulepszenie produktu, jego parametrów technicznych, materiałów, komponentów i funkcjonalności.

Innowacja produktowa może polegać na rozszerzeniu asortymentu o nowy produkt. Produkt nowy pod względem technologicznym to produkt znacząco różniący się pod względem cech technologicznych lub przeznaczenia od wytwarzanych

wcześniej produktów. Innowacje tego rodzaju mogą się wiązać z całkowicie nowymi technologiami, mogą się opierać na połączeniu istniejących technologii w nowych zastosowaniach, a także na wykorzystaniu nowej wiedzy [13].

Innowacje w odrębnie produktów polegają na wykorzystaniu nowej wiedzy lub technologii bądź też na nowym zastosowaniu lub połączeniu już istniejącej wiedzy i technologii. Innowacje w bankowości mogą polegać na dodaniu nowego produktu do istniejącej oferty, na ponownym zdefiniowaniu produktu lub na stworzeniu nowego pakietu produktów bądź zmodyfikowaniu lub rozszerzeniu zakresu usługi [10].

3. SYTUACJA NA RYNKACH BANKOWYCH

Problem obsady pracowników bankowych w oddziale zasługuje na wnikliwą analizę, gdyż według badań z 2013 roku przeprowadzonych przez TNS Polska w ostatnim czasie coraz mniej klientów odwiedza banki. Z badania przeprowadzonego przez Deloitte Polska wynika, że sześciu pracowników nie ma żadnego zajęcia. Na podstawie tych badań stwierdzono, że 80% pracowników bankowych nie jest potrzebnych. Poczyniono też ciekawe spostrzeżenie, że gdyby tylko połowa z nich została zwolniona, polskie banki zaoszczędziłyby 5 miliardów złotych rocznie. Badacze podczas zadanych pytań o najbliższe zwolnienia są zaskoczeni i przyznają, że dotychczasowy model bankowości zaczyna się nie sprawdzać, czego powodem są innowacyjne działania [15].

Praca ludzka jest zastępowana usługami internetowymi; coraz częściej klienci banków korzystają z produktów internetowych, co wymógł kryzys i spowodowana nim potrzeba większych oszczędności nim spowodowanych. Technologia teleinformatyczna umożliwia dokonywanie wielu transakcji bez pośrednictwa banków [16].

Autor miał na myśli sytuację obsługi klienta w celu załatwienia konkretnej sprawy niezwiązanej z wpłatą lub wypłatą (wyłącznie z kasy), ponieważ często klient zauważa duże kolejki w oddziale banku do pracowników obsługujących transakcje wpłat i wypłat (a także przy bankomacie), natomiast nie ma zainteresowania dla pracowników zajmujących się wyspecjalizowaną obsługą; przykładowo, obsługa przedsiębiorstw, klientów hipotecznych, czy też bankowości osobistej.

Z perspektywy pracownika sytuacja wygląda zupełnie inaczej. Bankowiec zatrudniony zgodnie z przyjętymi zasadami pracy oczekuje, że będzie wykonywał określony zakres obowiązków, tymczasem większość czasu pracy przeznaczają na wykonywanie raportów, rozmowy telefoniczne z całą bazą klientów oraz oferowanie każdemu klientowi produktów, które nie zawsze są dopasowane do jego potrzeb, czy też na prowadzenie akcji ulotkowych na mieście [14].

Według najnowszych informacji w 2013 roku z portugalskiego sektora bankowego musiało odejść ponad 1300 pracowników. Masowe zwolnienia są rezultatem drastycznej redukcji oddziałów w największych bankach.

Polska gospodarka nie jest w najlepszym stanie. Tak wynika z raportu Banku Światowego „Europa 2020 a Polska: intensyfikacja rozwoju i podnoszenie konkurencyjności poprzez zwiększenie poziomu zatrudnienia, podnoszenie kwalifikacji i innowacje”, ogłoszonego 21 marca 2015 roku. Analiza dokonana przez ekonomistów Banku Światowego jest jak najbardziej trafna, lecz nie wszystkie proponowane rozwiązania są odpowiednie.

W najnowszej publikacji Banku Światowego poddano analizie stopień osiągnięcia w Polsce celów strategicznych nakreślonych dla Europy na okres do 2020 roku. Są to następujące cele:

- 75% ludzi w wieku od 20 do 64 lat powinno być zatrudnionych (w Polsce obecnie jest zatrudnionych 64,9%);
- 3% PKB powinno być przeznaczane na badania i rozwój (w Polsce 0,59%);
- współczynnik uczniów porzucających szkoły powinien wynosić poniżej 10% (w Polsce 5,3%);
- co najmniej 40% osób w wieku 30-34 lat ma posiadać wyższe wykształcenie (w Polsce 32,8%);
- liczba ludzi zagrożonych biedą i wykluczeniem nie powinna przekraczać 1,5 miliona (obecnie w Polsce ich liczba wynosi 10,4 miliona).

Podjęcie lub niepodjęcie działań na rzecz osiągnięcia tych celów istotnie wpływa na bieżącą sytuację występującą w sektorze bankowym. Brak produktu PKB przeznaczonego na rozwój i badania w wymaganej wartości powoduje zagrożenie wzrostem ubóstwa w Polsce. Czynniki te są w dużym stopniu przyczyną obecnej sytuacji na rynku bankowym.

4. INNOWACJE W BANKACH W 2013 ROKU

4.1. Wprowadzenie karty kredytowej z wyświetlaczem w Getin Banku

Getin Bank w 2013 roku wprowadził na rynek bankowy kartę kredytową z wyświetlaczem, która służy do sprawdzania salda, odczytywania komunikatów z banku i generowania kodów służących do zatwierdzania operacji w bankowości internetowej. Karta umożliwia korzystanie z tradycyjnych funkcji bankowych, w tym płacenie zbliżeniowo. Wadą tej karty jest brak aktualizacji stanu rachunku, po płatności w Internecie oraz brak możliwości wykonania transakcji bez podania PIN-u [23].

4.2. System płatności mobilnych – iPKO

Bank PKO BP w marcu 2013 wprowadził system płatności mobilnych – iKO. Przełom polegał na tym, że z procesu bezgotówkowego regulowania należności wyeliminowano wystawców kart. Karta nie jest już potrzebna, by zapłacić za towar albo wypłacić pieniądze z bankomatu. Służy do tego telefon komórkowy z zainstalowaną aplikacją i dostępem do Internetu. Podobną innowację wprowadził Bank Pekao, którego aplikacja nazywa się PeoPay, a udostępniły ją następnie Alior Bank, Bank Millennium, BZ WBK, ING Bank Śląski, mBank; razem z PKO BP stworzyło Polski Standard Płatności, czyli niezależny od wystawców kart i powszechnie akceptowany system rozliczeń bezgotówkowych. Zaletą systemu płatności mobilnych jest to, że mogą z niego korzystać osoby posiadające telefon w dowolnej sieci i konto w dowolnym banku [17].

4.3. Możliwość wybrania euro z bankomatu

Sieć bankomatów Euronet wprowadziła możliwość wypłaty ze swoich bankomatów banknotów euro. Walutę można pobrać, korzystając ze zwykłej karty bankomatowej podłączonej do rachunku złotówkowego. Jednolity we wszystkich maszynach kurs transakcji jest aktualizowany online w zależności od sytuacji na rynku międzybankowym. Klient może go sprawdzić, zanim zdecyduje się na wypłatę. Można pobrać 50 euro i wielokrotność tego nominału. Wadą tej usługi jest zastosowana polityka cenowa części banków, które traktują pobranie euro z bankomatu w Polsce jak operację dokonaną za granicą i obciążają klienta dodatkowymi kosztami [18].

4.4. Wniosek o kredyt złożony w bankomacie banku Millennium

Bank Millennium udostępnił swoim klientom możliwość wnioskowania o pożyczkę gotówkową za pośrednictwem bankomatu. Klienci mogą wnioskować o kredyt w wysokości maksymalnie 2 tys. zł z terminem spłaty do 24 miesięcy. Z oferty mogą skorzystać wybrani klienci, posiadający rachunek od co najmniej sześciu miesięcy oraz systematycznie go zasilający, np. wynagrodzeniem, i używający bankowości internetowej. Dodatkowo istnieje możliwość ubiegania się o kartę przedpłaconą, ale trzeba zaakceptować dokument w systemie internetowym oraz założyć lokatę [21].

4.5. Wprowadzenie metalowej karty kredytowej w Idea Banku

Lions Bank, czyli oddział Idea Banku obsługujący zamożnych klientów, wprowadził do oferty pierwszą na świecie metalową kartę kredytową o nieregularnym kształcie, kojarzącym się z kluczem – Master Key World Elite MasterCard. Karta jest wykonana ze stopu cynku, niklu i miedzi oraz wyróżnia się pionową orientacją i numerem seryjnym umieszczonym na rewersie. Waży 25 g i jest produkowana w USA przez Oberthur Technologies. Na polerowanym froncie jest umieszczony lustrzany logotyp, który rzuca refleksy świetlne. Ten nietypowy środek płatniczy jest oferowany wyjątkowym kontrahentom, dlatego nie zawiera górnego limitu zadłużenia. Jej posiadaczowi przysługuje aż 64-dniowy okres bezodsetkowy dla transakcji bezgotówkowych i wypłat, prawo korzystania z licznych przywilejów i oferowanych atrakcji, takich jak, np. kolacja z Dalajlamą, wspinaczka na budynek opery w Sydney, darmowe tablice rejestracyjne o indywidualnym charakterze [22].

5. PODSUMOWANIE

W czasach kryzysu, szybkich zmian technologicznych oraz nieustannej walki z konkurencją i nastawienia na proces ciągłych zmian w celu przetrwania zauważa się znaczenie, innowacyjności produktowej.

Innowacyjność produktowa w bankowości jest następstwem konkurencyjności banków, która przyczynia się do zwiększania zwolnień w bankach, czasami powoduje zmniejszenie ilości klientów w bankach na skutek nowych innowacyjnych rozwiązań teleinformatycznych, które w świetle kryzysu są produktem atrakcyjnym cenowo dla klientów zagrożonych biedą.

Obecnie, gdy rynek bankowy jest nasycony, kluczem do pozyskania nowych klientów jest wprowadzanie przez bank innowacyjnych produktów. Tym samym bank zagwarantuje sobie wzrost liczby klientów.

LITERATURA

- [1] Antkiewicz S., Kalinowski M., Innowacje finansowe, Cedewu, Warszawa 2000.
- [2] Canals J., Strategie konkurencyjne w europejskiej bankowości, PWN, Warszawa 1997.
- [3] Drucker P.F., Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady, PWE, Warszawa 1992.
- [4] Janc A., Kraska M., Credit-scoring: nowoczesna metoda oceny zdolności kredytowej, Biblioteka Menedżera i Bankowca, Warszawa 2001.
- [5] Kroteniuk D. (red.), Innowacyjne usługi banku, PWN, Warszawa 2006.

- [6] Kalinowski M., *Innowacje Finansowe*, Cedewu, Warszawa 2008.
- [7] Kraska M., *Credit scoring i credit rating. Zastosowanie w banku komercyjnym*, Wydawnictwo Stardruk, Warszawa 2004.
- [8] Kucińska-Landwójowicz A., *Podejście procesowe w zarządzaniu innowacjami*, Wyd. Politechniki Opolskiej, Opole 2011.
- [9] Say J. B., *Traktat o ekonomii politycznej*, PWN, Warszawa 1960.
- [10] Stawasz E., *Rodzaje innowacji w: Innowacje i transfer technologii – Słownik pojęć*, (red.), K. B. Matusiak., PARP, Warszawa 2005.
- [11] Sawiński J., *Innowacje a pseudo-innowacje*, „Edukacja i Dialog” 1994, nr 7.
- [12] Skulski P., *Innovation as a Factor of the Development of the Asia-Pacific Region*, Przemysław Skulski, Research Papers of Wrocław University of Economics, Wrocław 2012.
- [13] Świtalski W., *Innowacje i konkurencyjność*, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2005.
- [14] Wojtaszek H., *Analiza procesu zarządzania nowoczesnymi kanałami komunikacji w motywowaniu pracowników na przykładzie banku Y. Studium przypadku*, ZN WSH Zarządzanie 2015 (1).
- [15] Woźniewska G., *Rola technologii informacyjnej w budowaniu konkurencyjności polskich banków spółdzielczych na jednolitym rynku europejskim*, w: *Harmonizacja finansów, bankowości i ubezpieczeń w skali narodowej i europejskiej*, (red.), M Marcinkowska., S Wieteska., Difin, Warszawa 2007.
- [16] Zimnoch W., *Banki wirtualne fundamentem nowoczesnych finansów i bankowości*. Wyd. Politechniki Białostockiej, Białystok 2005.
- [17] <http://www.hotmoney.pl/nabiezaco/Wiekszosc-obslugi-w-bankach-nic-nie-robi-Dozwolnienia-a31296> (2014-02-02).
- [18] http://wyborcza.biz/biznes/1,100969,15484561,Portugalia__Banki_zwolnily_w_2013_roku_ponad_1300.html#ixzz33UUPlixY (2014-02-02).
- [19] <https://www.ipko.pl/> (2014-05-02)
- [20] <https://www.euronetpolska.pl/> (2014-06-01)
- [21] <https://www.bankmillennium.pl/> (2014-05-01)
- [22] <https://www.ideabank.pl/> (2014-05-01)
- [23] <https://www.getinban.pl> (2014-05-01)

PRODUCT INNOVATION IN BANKING

Summary

This article explains the concept of product innovation that occurs in banking. Shown are the latest product innovations in selected banks in 2013. An overview is made of the situation in banks reflecting current work in the branch, the situation of clients and the natural effects of the implementation of innovative products.

Keywords: innovation, bank, product, crisis, competition