

Nr 2(67) 2017

ISSN 1429-2939

BEZPIECZNY BANK

BFG

BANKOWY FUNDUSZ GWARANCYJNY

BEZPIECZNY BANK jest czasopismem wydawanym przez Bankowy Fundusz Gwarancyjny od 1997 roku, poświęconym zagadnieniom stabilności systemu finansowego, ze szczególnym uwzględnieniem systemu bankowego.

KOMITET REDAKCYJNY:

Jan Szambelańczyk – redaktor naczelny
Małgorzata Iwanicz-Drozdowska
Ryszard Kokoszczyński
Monika Marcinkowska
Jan Krzysztof Solarz
Ewa Kulińska-Sadłocha
Ewa Miklaszewska
Małgorzata Polak – sekretarz redakcji
Ewa Teleżyńska – sekretarz redakcji

RADA PROGRAMOWO-NAUKOWA:

Piotr Nowak – Przewodniczący
Paola Bongini
Santiago Carbo-Valverde
Dariusz Filar
Andrzej Gospodarowicz
Leszek Pawłowicz
Krzysztof Pietraszkiewicz
Jerzy Pruski

Artykuły publikowane w **BEZPIECZNYM BANKU** są recenzowane.

Za publikację naukową w **BEZPIECZNYM BANKU** Minister Nauki i Szkolnictwa Wyższego przyznał trzynaście punktów.

Od nr 2 (67) 2017 czasopismo **BEZPIECZNY BANK** wydawane jest wyłącznie w wersji elektronicznej.

REDAKCJA:

Krystyna Kawerska

WYDAWCA:

Bankowy Fundusz Gwarancyjny
ul. Ks. Ignacego Jana Skorupki 4
00-546 Warszawa

SEKRETARIAT REDAKCJI:

Ewa Teleżyńska, Małgorzata Polak
Telefon: 22 583 08 78, 22 583 05 74
e-mail: ewa.telezynska@bfg.pl; malgorzata.polak@bfg.pl

Informacje dotyczące wymogów formalnych i edytorskich dla autorów publikacji znajdują się na stronie: www.bfg.pl

www.bfg.pl



Opracowanie komputerowe, druk i oprawa:
Dom Wydawniczy ELIPSA
ul. Inflancka 15/198, 00-189 Warszawa
tel./fax 22 635 03 01, 22 635 17 85
e-mail: elipsa@elipsa.pl, www.elipsa.pl

*Krzysztof Świeszczak**

ZAUFANIE W ŚWIECIE FINANSÓW W OBLICZU ROZWOJU TECHNOLOGII NA PRZYKŁADZIE BANKÓW I SEKTORA *FINTECH*

WSTĘP

Dynamiczny rozwój nowoczesnych technologii i ich wpływ na sposób funkcjonowania sektora finansowego, a w szczególności banków, coraz częściej jest przedmiotem zainteresowania badaczy¹. Innowacyjność stanowi płaszczyznę konkurencji, w której z jednej strony uczestniczą instytucje bankowe, niejednokrotnie cechujące się ugruntowaną pozycją na rynku, z drugiej zaś podmioty *FinTech*, jednostki należące zazwyczaj do sektora MMSP. Skala działalności tych drugich jest wyraźnie ograniczona, ale prowadzenie działalności gospodarczej według nowoczesnych technologii sprawia, że niezwykle dynamiczny rozwój mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw z branży *high-tech*² (wartość globalnych inwestycji w sektorze *FinTech* w 2008 roku wyniosła 930 mln USD³, natomiast w 2015 roku już ponad

* Dr Krzysztof Świeszczak jest pracownikiem Katedry Bankowości Instytutu Finansów na Wydziale Ekonomiczno-Socjologicznym Uniwersytetu Łódzkiego.

¹ C. Leong, B. Tan, X. Xiao, F. Ter Chian Tan, Y. Sun, *Nurturing a FinTech ecosystem: The case of a youth microloan startup in China*, „International Journal of Information Management” 2017, vol. 37, s. 92–93.

² I. Akkizidis, M. Stagars, *Marketplace Lending, Financial Analysis, and the Future of Credit: Integration, Profitability, and Risk Management*, John Wiley & Sons, Chichester 2016, s. 19.

³ J. Mitra, *The Business of Innovation*, SAGE, London 2017, s. 219.

19 mld USD⁴) stanowi wyzwanie pod względem konkurencyjności dla całego sektora bankowego.

Podmioty *FinTech* coraz częściej prowadzą działalność zbliżoną do przedsiębiorstw bankowych, a oferowane przez nie produkty i usługi, stając się niekiedy substytutem oferty bankowej, pozwalają kompleksowo zaspokoić potrzeby finansowe klientów dotychczas niedostrzegających możliwości wykorzystania nowoczesnych rozwiązań technologicznych. Możliwość konkutowania podmiotów *FinTech* z bankami, cechującymi się m.in. określoną reputacją i wiarygodnością na rynku finansowym, statusem instytucji zaufania publicznego, a także wyraźnie oddziałującym na ich działalność nadzorem bankowym, jest ograniczona, przy czym należy zauważyć, że zaufanie, jako niezbędny komponent w procesie budowania relacji, może w niektórych sytuacjach okazać się elementem przewagi konkurencyjnej podmiotów spoza sektora bankowego. Ostatni globalny kryzys finansowy obnażył wiele błędów popełnianych przez przedsiębiorstwa bankowe, co z kolei jest szansą dla jednostek wykorzystujących innowacyjne technologie w obszarze finansów.

W artykule postawiono następującą hipotezę: pozytywne doświadczenia klientów ze współpracy z przedsiębiorstwami *FinTech* mogą stanowić istotny element przewagi konkurencyjnej nad bankami jako instytucjami zaufania publicznego. Potwierdzenie tej hipotezy wiąże się z koniecznością odpowiedzi na pytanie: czy zaufanie do sektora bankowego wciąż jest gwarantem utrzymania klientów?

Ze względu na złożony charakter przedstawianego zagadnienia analizie postawiono poddać dane pochodzące z raportów podmiotów konsultingowych o globalnym zakresie działalności. W ten sposób zminimalizowano wpływ specyfiki wybranych rynków lokalnych oraz regionalnych w obszarze działalności *FinTech* na wyniki prowadzonych analiz.

Celem niniejszej publikacji jest ustalenie znaczenia pozytywnych doświadczeń klientów przedsiębiorstw *FinTech* w budowaniu przewagi konkurencyjnej takich podmiotów nad bankami.

1. ZAUFANIE SPOŁECZNE A ZAUFANIE PUBLICZNE

Badacze z różnorodnych dziedzin od lat podejmują się próby określenia istoty zaufania, przy czym należy zauważyć, że dla wielu podejść elementem wspólnym jest koncentracja na jednostce lub społeczności⁵. Tym samym z jednej strony badacze skupiają się na ładunku emocjonalnym, jaki zazwyczaj towarzyszy interakcji, w konsekwencji charakteryzując zaufanie jako: „całkowite zawierzenie komuś,

⁴ Citi Group, *Digital disruption, how FinTech is forcing banking to a tipping point*, 2016, s. 4.

⁵ M. Świeszczak, *Zaufanie do sektora bankowego*, [w:] D.I. Czechowska (red.), *Etyka biznesu w perspektywie procesów finansowych. Relacje instytucji z gospodarstwami domowymi*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2016, s. 116–121.

wiarę w kogoś, ufność”⁶. Z drugiej zaś strony podkreśla się rolę procesu budowania normatywnych relacji interpersonalnych, przekładających się na sposób przeprowadzania transakcji wymiany⁷.

Ze względu na niezwykle złożony oraz wieloaspektowy status analizowanego terminu, determinujący zróżnicowany sposób jego definiowania, na potrzeby dalszych rozważań przyjęto, że zaufanie to: „ogólne oczekiwanie jednostki, że słowo, obietnica, ustne lub pisemne przyrzeczenie innej jednostki lub grupy jest wiarygodne”⁸. Co istotne, charakterystyka ta wskazuje na bliżej nieokreślonego adresata, którym w tym ujęciu może być zarówno osoba fizyczna jak i prawna. Tym samym z jednej strony można mówić o zaufaniu interpersonalnym, którego osobisty charakter nawiązuje do konkretnych ludzi, z którymi budowane są rozmaite relacje, z drugiej zaś społecznym, nieco bardziej abstrakcyjnym, odnoszącym się do obiektów publicznych (np. struktur, organizacji, państwa)⁹.

Zaufanie społeczne może być rozpatrywane na dwóch płaszczyznach – poziomej oraz pionowej. Pierwsza z kategorii adresowana jest do osób fizycznych, a jej genezy należy upatrywać w odczuciach o charakterze moralnym. Płaszczyzna pionowa natomiast odnosi się do oczekiwań racjonalnych wobec struktur instytucjonalnych i stanowi abstrakcyjną formę zaufania¹⁰.

Zaufanie wobec instytucji (szerzej organizacji) stanowi coraz bardziej popularny obszar badawczy. Jak wskazuje literatura przedmiotu¹¹, jest ono szczególnie formą zaufania społecznego i określa się je mianem „zaufania publicznego”, przy czym należy zauważyć, że podlega zmianom w czasie. Co szczególnie interesujące (zwłaszcza w kontekście instytucji finansowych), zaufanie pokładane w organizacjach może być pochodną zaufania wobec reprezentujących ją pracowników. Oznacza to, że relacje na poziomie mikro, tj. pomiędzy osobami zatrudnionymi w podmiotach gospodarczych oraz klientami tychże jednostek, mogą wpływać na poziom zaufania do poszczególnych przedsiębiorstw, a w niektórych sytuacjach do skupiającego je sektora. W ten sposób obserwowany może być mechanizm, w ramach którego pracownik darzony zaufaniem przez kontrahentów, zmieniając pracodawcę „zabiera ze sobą” np. klientów¹².

⁶ E. Sobol (red.), *Nowy słownik języka polskiego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002.

⁷ M.B. Katz, *Essay Review: Family Structure in Nineteenth Century Lancashire*. By Michael Anderson, „Journal of Social History” 1973, vol. 7, no. 1, s. 86–92.

⁸ J.B. Rotter, *Interpersonal trust, trustworthiness and gullibility*, „American Psychologist” 1980, nr 35(1), s. 1–7.

⁹ P. Sztompka, *Zaufanie. Fundament społeczeństwa*, Wyd. ZNAK, Kraków 2007, s. 103–104.

¹⁰ D. Walczak-Duraj, *Socjologia dla ekonomistów*, PWE, Warszawa 2010, s. 82–83.

¹¹ P. Sztompka, *Zaufanie...*, *op. cit.*, s. 134–147.

¹² M. Marcinkowska, *Kapitał relacyjny banku*. Tom I. *Kształtowanie relacji banku z otoczeniem*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2013, s. 88–89.

Miara zaufania do organizacji jest różna w zależności od społeczeństwa, dlatego też instytucje budując zaufanie szerokiego kręgu interesariuszy powinny skoncentrować się na tych determinantach, które poszczególne grupy interesów uważają za istotne¹³. Tym samym może się ono opierać: „na empatii, współuczestnictwie, na wartościach, motywach i strukturach, a także na tożsamości oraz zaangażowaniu”¹⁴.

Zaufanie do organizacji może mieć wymiar¹⁵:

- ❖ osobowościowy – u jego podstaw leży poszanowanie identycznego systemu wartości i norm przez członków organizacji,
- ❖ kalkulacyjny – zaufanie w tym przypadku staje się wynikiem kalkulacji korzyści i kosztów dokonywanej przez jednostkę,
- ❖ instytucjonalny – oparty na stopniu przejrzystości otoczenia,
- ❖ percepcyjny – źródłem jest sposób postrzegania się partnerów relacji zaufania,
- ❖ kumulacyjny – znaczenie ma wiedza posiadana przez strony relacji.

Niezależnie od analizowanego wymiaru zaufania należy zwrócić uwagę na bariery, które utrudniają organizacji jego zdobycie. Wyróżnia się tu m.in.¹⁶:

- ❖ niekonsekwentne standardy – skutkujące podejmowaniem różnych decyzji i dokonywaniem niejednakowych wyborów w podobnych sytuacjach,
- ❖ niekonsekwentna komunikacja – przejawiająca się często wykluczającymi się komunikatami płynącymi z organizacji,
- ❖ nieodpowiednia życzliwość – związana z nieadekwatną reakcją organizacji (lub jej brakiem) na nieodpowiednie zachowania pracowników,
- ❖ fałszywe sygnały zwrotne – brak transparentności, a niekiedy nawet uczciwości w procesie komunikacji z interesariuszami,
- ❖ brak umiejętności zaufania innym – skutkujące centralizacją kompetencji i obowiązków,
- ❖ konsekwentne generowanie słabych wyników – ograniczone zaufanie (a niekiedy jego brak) wynika z permanentnych problemów z osiągnięciem wcześniej zamierzonych celów.

Kluczowymi determinantami zaufania społecznego do instytucji są ich wiarygodność i reputacja, aczkolwiek w literaturze przedmiotu akcentuje się również znaczenie istnienia systemów gwarancji i zabezpieczeń. Mogą one mieć następujący charakter¹⁷:

¹³ W.M. Grudzewski i in., *Sustainability w biznesie, czyli przedsiębiorstwo przyszłości. Zmiany paradygmatów i koncepcji zarządzania*, Poltext, Warszawa 2010, s. 81.

¹⁴ M. Marcinkowska, *Kapitał...*, *op. cit.*, s. 89.

¹⁵ W.M. Grudzewski, I. Hejduk, *Zaufanie w kreowaniu strategii przedsiębiorstwa*, „Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie” 2007, nr 2(3), s. 11–16.

¹⁶ R. Galford, A.S. Drapeau, *The enemies of trust*, „Harvard Business Review”, February 2003, s. 88–95.

¹⁷ M. Marcinkowska, *Kapitał...*, *op. cit.*, s. 86–87.

- ❖ umowny – opierający się na umieszczeniu w umowach zapisów i klauzul informujących o konsekwencjach niedotrzymania warunków zawieranej umowy,
- ❖ prawny – związany z przepisami prawnymi regulującymi prawa i obowiązki stron relacji umownych,
- ❖ etyczny – wynikający z faktu uregulowania oczekiwań m.in. w stosunku do pracowników i samej organizacji, mających wymiar kodeksów etycznych i kodeksów postępowania,
- ❖ instytucjonalny – otoczenie instytucji (zarówno państwowe, jak i prywatne) może stać na straży wiarygodności określonych organizacji.

Niezwykle ciekawym aspektem związanym z zaufaniem społecznym jest transformacja zaufania do osób reprezentujących określone podmioty (związana z wymiarem etycznym) w zaufanie do przedsiębiorstw je zatrudniających. Ma to swoje odzwierciedlenie zwłaszcza w przypadku sektora bankowego, którego pracownicy powinni wykonywać swoje obowiązki w sposób określony przez kodeksy etyczne zarówno na poziomie całego sektora, jak i wybranych przedsiębiorstw bankowych. W ten sposób każdy bankier staje się jednocześnie reprezentantem bankierów jako grupy zawodowej, a także banków jako organizacji (zaufanie publiczne).

2. BANKI JAKO INSTYTUCJE ZAUFANIA PUBLICZNEGO

Sektor bankowy w ostatnich latach stał się newralgicznym komponentem gospodarek wielu państw. Globalny kryzys finansowy, którego symboliczny początek datuje się na 15 września 2008 roku, kiedy to upadł amerykański bank inwestycyjny Lehman Brothers¹⁸, nadwyrężył zaufanie do sektora finansowego, a zwłaszcza do banków, osiągających dotychczas rekordowe zyski. Problemy sektora bankowego stały się bodźcem prowokującym dyskusję dotyczącą stabilności przedsiębiorstw bankowych, a co za tym idzie bezpieczeństwa środków deponowanych w nich przez klientów¹⁹. Coraz bardziej ograniczone zaufanie do banków w sytuacji wystąpienia kryzysu zwraca uwagę wielu badaczy, praktyków, a także nabywców produktów i usług bankowych na istotę specyfiki instytucji zaufania publicznego oraz jej znaczenie w dynamicznie zmieniającej się rzeczywistości gospodarczej.

Odpłatne dysponowanie aktywami klientów (w szczególności depozytami) w celach zarobkowych obciążonych ryzykiem, a tym samym funkcje realizowane przez banki w ramach społecznego podziału pracy „stanowią o normatywnym przydawa-

¹⁸ T. Ciro, *The Global Financial Crisis: Triggers, Responses and Aftermath*, Routledge, New York 2016, s. 62.

¹⁹ A. Demirgüç-Kunt, E. Kane, L. Laeven, *Deposit Insurance Database*, International Monetary Fund, WP 14/118, 2014, s. 14.

niu tym organizacjom cech instytucji zaufania publicznego”²⁰. Rozszerzając rozważania, systemowi bankowemu przypisuje się cechy przymiotu dobra publicznego, dzięki któremu społeczeństwo (jako klienci sektora bankowego) czerpie korzyści większe niż akcjonariusze banków (w postaci dywidend)²¹.

Znaczenie banków akcentowane jest m.in. przez pełnioną przez nie rolę pośredników na rynku finansowym – instytucje te z punktu widzenia wielu gospodarek krajowych stanowią największą platformę kojarzącą osoby fizyczne i prawne posiadające nadwyżki finansowe z jednostkami zgłaszającymi niedobór środków pieniężnych. Kwestia bezpieczeństwa jest szczególnie istotna w przypadku klientów utrzymujących określone aktywa w bankach, tym samym oprócz kontekstu *stricte* finansowego niezwykle istotny jest wymiar symboliczny takich interakcji. Nabywcy produktów i usług oferowanych przez sektor bankowy coraz częściej zwracają uwagę na wiarygodność przedsiębiorstw bankowych²², a nie na samą ofertę, która w wielu przypadkach ma charakter wystandaryzowany, bez wyraźnych różnic w parametrach poszczególnych rozwiązań. Tym samym dla wielu klientów kluczowe jest bezpieczeństwo deponowanych środków, co w praktyce w wielu przypadkach oznacza, że analizowane poczucie stanowi kryterium wyboru banku²³.

Przedsiębiorstwa bankowe odgrywają szczególną rolę dla kształtowania, a także zachowania ładu społeczno-gospodarczego, co jest związane m.in. z powszechnym, często niczym nieograniczonym, dostępem nabywców określonych produktów bankowych do oferty sektora bankowego. Tym samym rozwiązania proponowane przez banki bardzo często utożsamiane są z usługami publicznymi, a co za tym idzie reprezentanci sektora bankowego pełnią funkcję „publicznych depozytariuszy” (m.in. ze względu na rozmiar zdeponowanych aktywów oraz ich pochodzenie)²⁴. Zarządzanie przez przedsiębiorstwa bankowe środkami powierzonymi przez klientów pozwala wskazanej grupie interesariuszy oceniać wiarygodność, a także zaufanie do poszczególnych podmiotów²⁵.

Bezpieczeństwo deponowanych środków jest uzależnione w dużym stopniu od stabilności działania poszczególnych banków, a w szerszej perspektywie całego sektora bankowego. Uwzględniając rosnące znaczenie analizowanych przedsiębiorstw dla ładu społeczno-gospodarczego, a także publiczny charakter oferowanych przez

²⁰ M. Marcinkowska, *Kapitał...*, *op. cit.*, s. 91.

²¹ J. Szambelańczyk, *Kapitał społeczny jako warunek stabilności systemu bankowego*, [w:] J. Szambelańczyk (red.), *Globalny kryzys finansowy i jego konsekwencje w opiniach ekonomistów polskich*, ZBP, Warszawa 2009, s. 97–106.

²² N. Gennaioli, A. Shleifer, R. Vishny, *Money doctors*, „Journal of Finance” 2015, vol. 70(1), s. 91–114.

²³ G. Huberman, *Familiarity breeds investment*, „Review of Financial Studies” 2001, vol. 14(3), s. 659–680.

²⁴ L. Góral, *Nadzór bankowy*, PWE, Warszawa 1998, s. 169.

²⁵ B. Pietrzak, Z. Polański (red.), *System finansowy w Polsce*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1998, s. 39.

nie usług, należy wskazać na potrzebę tworzenia sieci bezpieczeństwa finansowego, której sprzyjają m.in. następujące działania²⁶:

- ❖ wydawanie koncesji i zezwoleń,
- ❖ nadzór ostrożnościowy,
- ❖ wycofywanie licencji,
- ❖ gwarantowanie depozytów,
- ❖ pełnienie funkcji pożyczkodawcy ostatniej instancji,
- ❖ ingerencja władz monetarnych.

Wspomniane działania wpływają na sposób funkcjonowania całego systemu bankowego, a możliwość ich sprawnego procedowania sprzyja bezpieczeństwu instytucji do niego należących. Należy pamiętać, że pomimo tego, iż banki są przedsiębiorstwami zainteresowanymi maksymalizacją zysków, muszą brać pod uwagę nie tylko interesy własne, ale także społeczeństwa, co sprzyja tworzeniu atmosfery współpracy opartej na dwustronnym zaufaniu. Dla przykładu klienci (deponenci) ufając instytucjom bankowym wierzą, że odzyskają zdeponowane środki (powiększone o odpowiednie odsetki wynikające z oprocentowania), natomiast banki zakładają, iż odzyskają kapitał udostępniony kredytobiorcom w formie kredytów i pożyczek. Podobnie sytuacja wygląda w przypadku charakteryzowania relacji przedsiębiorstw bankowych z pozostałymi grupami interesariuszy, co jeszcze bardziej podkreśla znaczenie zaufania społecznego w procesie budowania ich długoterminowych relacji z otoczeniem.

Zaufanie, zwłaszcza w przypadku podmiotów należących do sektora bankowego, musi być kreowane w sposób autentyczny dla wszystkich jednostek i podmiotów będących stroną relacji. Tym samym należy uwzględnić wzajemne powiązanie zarówno zaufania wewnętrznego (obserwowanego na poziomie interakcji pomiędzy np. pracownikami i kierownictwem, bankiem jako organizacją i zatrudnionym personelem, przełożonymi i pracownikami, itd.), jak i zewnętrznego (budowanego pomiędzy otoczeniem przedsiębiorstwa bankowego i pracownikami, kierownictwem, a także organizacją), a co za tym idzie kreować współpracę z obiema grupami w sposób, który nie ograniczy roli żadnej ze stron. Jednocześnie należy zwrócić uwagę na fakt, że długoterminowe zaufanie zewnętrzne do instytucji zaufania publicznego, jaką jest bank, nie będzie możliwe bez stworzenia fundamentu w postaci zaufania wewnętrznego.²⁷

²⁶ A. Santomero, *Deposit Insurance: Do We Need It and Why*, The Wharton School, University of Pennsylvania 1997, s. 11–12.

²⁷ W.M. Grudzewski, I. Hejduk, *Zaufanie...*, *op. cit.*, s. 11–16.

3. ZAUFANIE SPOŁECZNE DO BANKÓW ORAZ SEKTORA *FINTECH*

Sektor *FinTech*, którego reprezentanci wykorzystują innowacyjne technologie w procesie świadczenia usług finansowych, coraz częściej stanowi alternatywę dla sektora finansowego, w tym dla banków. Elementy przewagi konkurencyjnej, do których należą m.in. uproszczone procedury²⁸, relatywnie niskie prowizje i opłaty²⁹, a także nowoczesne rozwiązania technologiczne wykorzystywane w kompleksowej obsłudze klientów³⁰, determinują dynamiczny rozwój analizowanych przedsiębiorstw na całym świecie.

Rosnąca popularność podmiotów *FinTech*³¹ stymuluje podejmowanie licznych badań³², których celem jest m.in. przybliżenie specyfiki analizowanego sektora oraz wskazanie możliwości jego rozwoju. Należy przy tym wskazać, że zakres wielu prowadzonych badań jest ograniczony terytorialnie, co oznacza, iż obserwacji poddane są przedsiębiorstwa *FinTech* prowadzące swoją działalność w wybranych krajach lub regionach. Dlatego w dalszej części skoncentrowano się na analizie wybranych wyników raportu *World FinTech Report 2017*, opracowanego przez Capgemini oraz LinkedIn we współpracy z Efma. Ma on kompleksowy charakter, na uwagę zasługuje również jego metodologia – badaniem zostało objętych ponad 8000 respondentów (osób korzystających z produktów i usług finansowych) z 15 państw.

Jednym z bardziej istotnych aspektów stanowiących przedmiot analizy była popularność sektora *FinTech* wśród nabywców oferty dystrybuowanej przez sektor finansowy, mierzona udziałem klientów współpracujących z instytucjami zarówno tradycyjnymi (zdefiniowanymi jako podmioty finansowe działające od co najmniej pięciu lat i charakteryzujące się dużą i ugruntowaną bazą klientów), jak i nietradycyjnymi (podmioty należące do sektora *FinTech*) w populacji ogółem (rysunek 1).

Jak wynika z badania przeprowadzonego przez Capgemini oraz LinkedIn we współpracy z Efma, prawie co czwarty klient tradycyjnych przedsiębiorstw sektora finansowego z obszaru bankowości skorzystał również z oferty podmiotów *FinTech* w 2016 roku (podobny wynik odnotowano w przypadku zarządzania inwestycja-

²⁸ B. Nicoletti, *The Future of FinTech: Integrating Finance and Technology in Financial Services*, Palgrave Macmillan, Rome 2017, s. 300.

²⁹ L. Haldimann, C. Walter, T. Brenzikofer, *FinTech*, Swiss made software, Basel 2016, s. 44.

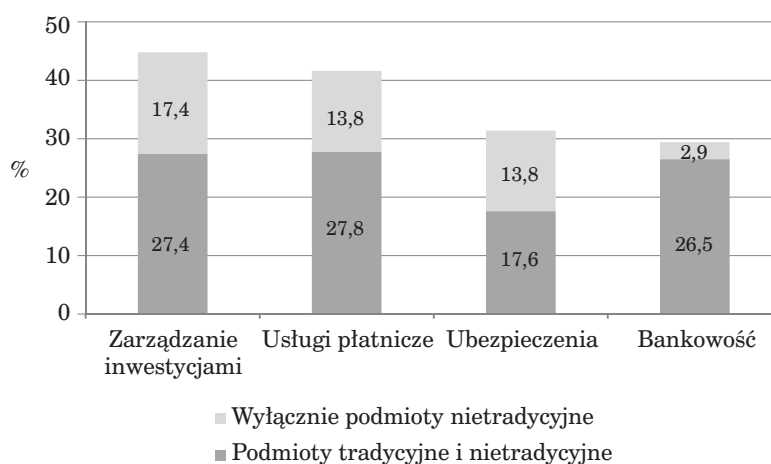
³⁰ P. Sironi, *FinTech Innovation: From Robo-Advisors to Goal Based Investing and Gamification*, John Wiley & Sons, Chichester 2016, s. 33.

³¹ K. Bheemaiah, *The Blockchain Alternative: Rethinking Macroeconomic Policy and Economic Theory*, Apress, New York 2017, s. 46.

³² Por. np. G. Burtch, A. Ghose, S. Wattal, *An empirical examination of the antecedents and consequences of contribution patterns in crowd-funded markets*, „Information Systems Research” 2013, vol. 24 (3), s. 499–519; G. Burtch, A. Ghose, S. Wattal, *Cultural differences and geography as determinants of online prosocial lending*, „MIS Quarterly” 2014, vol. 38 (3), s. 773–794; C. Foster, R. Heeks, *Innovation and scaling of ICT for the bottom-of-the-pyramid*, „Journal of Information Technology”, 2013, vol. 28 (4), s. 296–315.

mi oraz usług płatniczych). Co ciekawe, nabywcy usług i produktów finansowych z obszarów innych niż bankowość są znacznie częściej skłonni do skorzystania wyłącznie z rozwiązań proponowanych przez podmioty *FinTech* – w 2016 roku w przypadku przedsiębiorstw bankowych jedynie 2,9% respondentów podjęło współpracę wyłącznie z analizowanymi jednostkami zamiast banków³³.

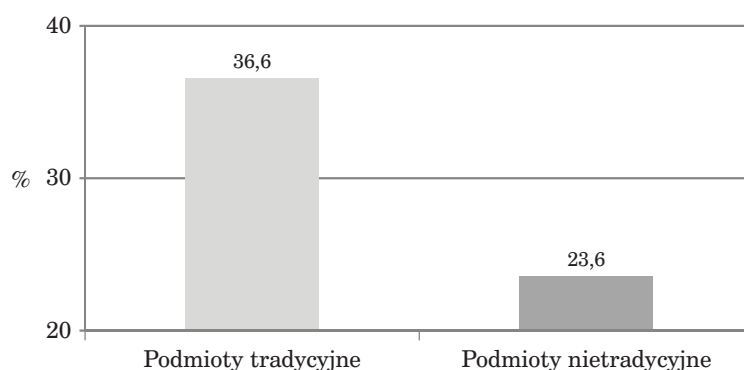
Rysunek 1. Klienci korzystający z usług co najmniej jednego nietradycyjnego przedsiębiorstwa świadczącego usługi finansowe w 2016 roku w podziale na obszary rynku finansowego (w %)



Źródło: *World FinTech Report 2017*, Capgemini & LinkedIn & Efma, s. 13.

Jedną z determinant istotnie różnicujących korzystanie z usług firm tradycyjnych i nietradycyjnych przez klientów sektora finansowego jest zaufanie do obu grup podmiotów, co obrazuje rysunek 2.

Rysunek 2. Zaufanie klientów do tradycyjnych i nietradycyjnych przedsiębiorstw sektora finansowego (w %)

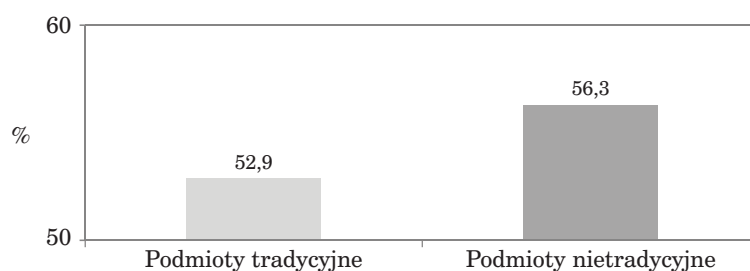


Źródło: *World FinTech...*, op. cit., s. 15.

³³ *World FinTech Report 2017*, Capgemini & LinkedIn & Efma, s. 13.

Występujące różnice w zaufaniu do poszczególnych grup podmiotów zacierają się w przypadku klientów mających pozytywne doświadczenia wynikające z dotychczasowej współpracy z analizowanymi przedsiębiorstwami (rysunek 3).

Rysunek 3. Zaufanie klientów z pozytywnym doświadczeniem do tradycyjnych i nietradycyjnych przedsiębiorstw sektora finansowego (w %)



Źródło: *World FinTech...*, op. cit., s. 15.

Zaufanie do podmiotów *FinTech* jest wyraźnie mniejsze niż w przypadku przedsiębiorstw tradycyjnych (por. rysunek 2), ale na uwagę zasługuje znaczenie pozytywnych doświadczeń wynikających ze współpracy z obiema grupami podmiotów. Zadowoleni z dotychczasowej historii relacji nabywcy produktów i usług oferowanych przez jednostki nietradycyjne cechują się nieco większym zaufaniem (o 3,3 pp.) od klientów tradycyjnych instytucji sektora finansowego³⁴. Zaobserwowane w badaniu różnice wskazują, że na wzrost zaufania do podmiotów *FinTech* w istotny sposób wpływają dotychczasowe pozytywne doświadczenia ze współpracy z nimi, co stanowi element ryzyka dla banków – osoby fizyczne i prawne, które skorzystają z oferty przedsiębiorstw nietradycyjnych, mogą przestać korzystać z oferty sektora bankowego. Jest to tym bardziej istotne, że ponad 26% nabywców produktów i usług bankowych współpracowało w 2016 roku z sektorem *FinTech*.

Kolejnym raportem, którego wyniki niosą niezwykle interesujące wnioski, jest *World Retail Banking Report 2016*, opracowany przez Capgemini oraz Efma. Analizą objęto bankowość detaliczną oraz sektor *FinTech*, natomiast w badaniu uczestniczyło 16 000 nabywców produktów i usług finansowych oraz 140 osób zajmujących kierownicze stanowiska różnego szczebla z 32 państw³⁵.

Jak wskazują analizy zawarte we wspomnianym raporcie, pozycja konkurencyjna banków w stosunku do podmiotów *FinTech* jest wyraźnie lepsza, a jednym z powodów jest zaufanie klientów do sektora bankowego. Zdaniem 70,3% kierowników różnego szczebla zatrudnionych w bankowości czynnik ten jest najistotniejszym elementem wpływającym na relacje pomiędzy przedsiębiorstwami bankowymi oraz jednostkami wykorzystującymi innowacyjne technologie w procesie świadczenia

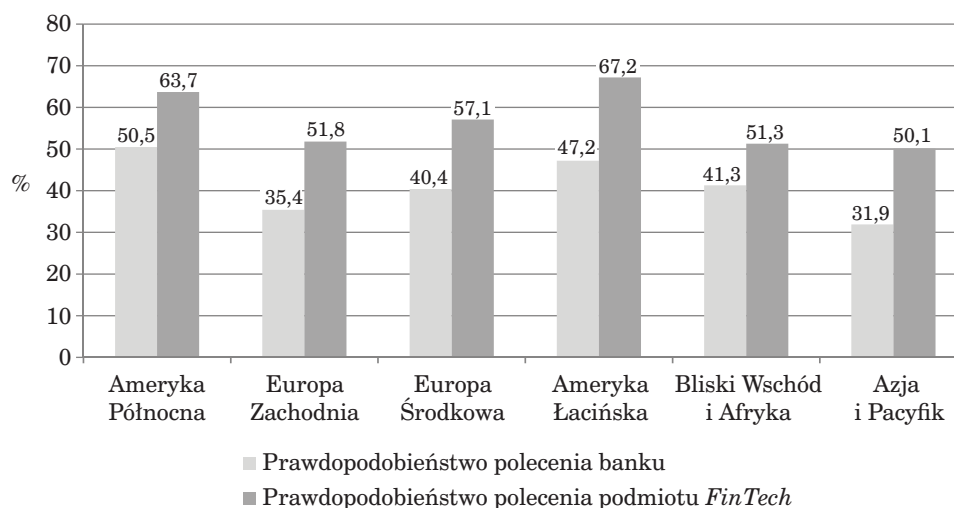
³⁴ *World FinTech...*, op. cit., s. 15.

³⁵ *World Retail Banking Report 2016*, Capgemini & Efma, 2016, s. 5.

usług finansowych. Osoby te jednocześnie wskazują, że w porównaniu do sektora *FinTech*, zaufanie klientów do banków stanowi ich najsilniejszą stronę, swoisty atut determinujący ich pozycję konkurencyjną³⁶.

Badanie przeprowadzone przez Capgemini oraz Efma wskazuje również na ryzyko dla sektora bankowego wynikające z dynamicznego rozwoju przedsiębiorstw wykorzystujących innowacyjne technologie w procesie świadczenia usług finansowych. Jak wskazują badania, prawdopodobieństwo polecenia przez obecnych klientów podmiotu należącego do sektora *FinTech* jest wyższe niż w przypadku banków stanowiących podstawowe instytucje bankowe, z których usług osoby te korzystają (banków pierwszego wyboru), co w podziale na regiony obrazuje rysunek 4.

Rysunek 4. Prawdopodobieństwo polecenia przez klientów współpracy z bankami pierwszego wyboru oraz podmiotami *FinTech* w podziale na regiony w 2016 roku (w %)



Źródło: *World Retail Banking Report 2016*, Capgemini & Efma, 2016, s. 23.

Jak pokazuje raport *World Retail Banking Report 2016*, we wszystkich regionach objętych analizą prawdopodobieństwo polecenia przez klientów współpracy z podmiotami *FinTech* jest wyraźnie wyższe niż w przypadku nabywców produktów i usług bankowych korzystających z oferty sektora bankowego. Sytuacja ta stanowi element ryzyka, który podobnie jak we wcześniej analizowanym badaniu podkreśla znaczenie najbliższych lat w kontekście rozwoju zarówno bankowości, jak i przedsiębiorstw wykorzystujących innowacyjne technologie w procesie świadczenia usług finansowych.

Dynamicznie zmieniające się otoczenie sektora finansowego wpływa na zaufanie społeczne do banków i podmiotów *FinTech*. Jak wskazują przytoczone wyniki badań,

³⁶ *Ibidem*, s. 19–20.

popularność przedsiębiorstw implementujących innowacje technologiczne w procesie świadczenia usług finansowych rośnie, wzrasta również zaufanie do nich, zwłaszcza wśród osób, które miały wcześniejsze pozytywne doświadczenia wynikające ze współpracy z nimi. Można więc odnieść wrażenie, że pozycja konkurencyjna banków jako instytucji podlegających nadzorowi sprawowanemu przez Komisję Nadzoru Finansowego, a co za tym idzie bardzo precyzyjnie określonym regulacjom dotyczącym sposobu ich działania, jest coraz bardziej skomplikowana.

Należy pamiętać, że podmioty należące do sektora *FinTech* nie są objęte systemami gwarancji i zabezpieczeń, w związku z czym niedoceniany, a niekiedy pomijany, argument o bezpieczeństwie środków może stać się główną determinantą, która w najbliższych latach wpłynie na sposób postrzegania obu analizowanych grup podmiotów. Brak rozwiązań prawnych w zakresie ochrony kapitału (aktywów) klientów przedsiębiorstw *FinTech* może okazać się istotnym elementem przewagi konkurencyjnej banków.

Abstrahując od oczywistej potrzeby korzystania z usług szeroko rozumianych instytucji finansowych przez społeczeństwo, niezwykle istotne jest to, czy zaufanie do podmiotów należących do sektora finansowego jest niezbędne. Argumentem w dyskusji może być fakt, że pomimo upadłości wybranych banków w okresach kryzysu (przykładem mogą być globalny kryzys zapoczątkowany w 2008 roku i negatywne zjawiska na amerykańskim rynku bankowym) i coraz częściej przypisywanego im statusu instytucji braku zaufania społecznego³⁷, klienci wciąż korzystają z ich oferty produktowej. Jednocześnie należy zadać sobie pytanie, czy nabywcy produktów i usług finansowych mają jakąś alternatywę? Coraz częściej mają – za sprawą podmiotów *FinTech* wybrane operacje i transakcje dotychczas przeprowadzane za pośrednictwem sektora bankowego przejmowane są przez przedsiębiorstwa implementujące innowacje technologiczne w swojej bieżącej działalności w obszarze finansów (np. tradycyjne przelewy zastępowane są przez systemy płatności w czasie rzeczywistym).

Warto jednak zastanowić się nad konsekwencjami nadejścia kolejnych kryzysów (sektora bankowego lub szerzej finansowego) w przyszłości. W przypadku upadłości kolejnego banku, nawet jeśli skala prowadzonej przez niego działalności będzie istotna z punktu widzenia np. udziału w rynku, zastosowane zostaną już znane i wypróbowane mechanizmy, które pozwoliły ograniczyć negatywne efekty zawirowań na rynkach finansowych w przeszłości. Znacznie bardziej skomplikowana sytuacja cechuje sektor *FinTech* – podmioty do niego należące w większości przypadków nie podlegają takim samym regulacjom jak banki (często nie podlegają żadnym dodatkowym przepisom prawnym), a jednocześnie prowadzą działalność,

³⁷ L. Dziawgo, *Bank jako „instytucja BRAKU zaufania społecznego”*, [w:] J. Szambelańczyk (red.), *Globalny kryzys finansowy i jego konsekwencje w opiniach ekonomistów polskich*, ZBP, Warszawa 2009, s. 107–112.

w ramach której oferują produkty i usługi stanowiące niejednokrotnie substytut dla oferty bankowej. W sytuacji kryzysowej może się okazać, że ryzyko nadużyć, a także trudne do oszacowania koszty społeczne, bardzo mocno zmieniają dotychczasową architekturę świata finansów, natomiast analizowane zaufanie społeczne znów stanie się silną stroną sektora bankowego.

PODSUMOWANIE

Zaufanie jest niezwykle złożonym konstruktem, determinowanym wieloma czynnikami, które mogą, w zależności m.in. od dynamicznie zmieniającego się otoczenia i okoliczności, wpływać na wszelkie próby pomiaru zjawiska. Idealnym przykładem wpływu określonych zdarzeń na analizowane zagadnienie jest ostatni globalny kryzys finansowy, którego konsekwencje wpłynęły na obniżenie poziomu zaufania publicznego, jako szczególnego rodzaju zaufania społecznego do banków, czego efekty wciąż można obserwować.

Relatywnie wysokie zaufanie do sektora bankowego stanowi element bieżącej przewagi konkurencyjnej sektora bankowego nad przedsiębiorstwami wykorzystującymi innowacyjne technologie w procesie świadczenia usług finansowych. Należy przy tym pamiętać, że to banki stanowią komponent ugruntowanej struktury systemu bankowego na rynku finansowym. Będąc przedsiębiorstwami zainteresowanymi maksymalizacją zysków, a jednocześnie instytucjami zaufania publicznego, są one często postrzegane jako te, których działalność, nawet jeśli obarczona wysokim ryzykiem wynikającym np. z pojawiających się kryzysów na rynkach finansowych, jest gwarantowana przez wiele instytucji, a upraszczając rozważania, zdeponowane środki są bezpieczne.

Taki sposób myślenia stanowi pewną barierę dla sektora *FinTech*, który choć charakteryzuje się dynamicznym rozwojem, nie ma statusu instytucji zaufania publicznego. Elementy przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw wykorzystujących innowacyjne technologie w procesie świadczenia usług finansowych, do których zaliczyć można m.in. relatywnie niskie opłaty i prowizje oraz spersonalizowaną ofertę i, co za tym idzie, niejednokrotnie większą wygodę w dostępie do określonych elementów oferty, dla wielu osób nie stanowią bodźca do zerwania relacji budowanych z bankami i podjęcia współpracy z podmiotami dystrybuującymi nowoczesne rozwiązania technologiczne. Kluczową rolę odgrywa zaufanie społeczne – o ile w przypadku sektora bankowego na etapie rozpoczynania walki o klientów ma on przewagę, o tyle pozytywne doświadczenia nawet niewielkiej populacji klientów sektora *FinTech* bardzo szybko przekładają się na dynamicznie rosnący udział jego reprezentantów w transakcjach i operacjach dokonywanych na rynku finansowym.

W świetle przeprowadzonych rozważań należy stwierdzić, że większa skłonność klientów do polecenia współpracy z podmiotami należącymi do sektora *FinTech*

niż bankami może stanowić akcelerator rozwoju organizacji implementujących nowoczesne rozwiązania technologiczne w obszarze świadczenia usług finansowych. Co istotne, pozytywne doświadczenia nabywców oferty jednostek *FinTech* stają się, zwłaszcza w krótkim horyzoncie czasu, elementem przewagi konkurencyjnej nad przedsiębiorstwami bankowymi, a tym samym dla części klientów mają większe znaczenie niż status instytucji zaufania publicznego w przypadku jednostek należących do sektora bankowego. Biorąc to pod uwagę, najbliższe lata stanowią swoisty test dla banków jako instytucji zaufania publicznego oraz ich klientów, którzy stawać będą przed wyborem: bank czy *FinTech*, porównując znaczenie wiarygodności sektora bankowego z pozytywnymi doświadczeniami wynikającymi ze współpracy z przedsiębiorstwami wykorzystującymi innowacyjne technologie w procesie świadczenia usług finansowych. Podsumowując prowadzone rozważania, można zaryzykować stwierdzenie, że obecnie zaufanie do sektora bankowego nie jest gwarantem utrzymania klientów, a dynamiczny rozwój sektora *FinTech*, w oparciu m.in. o efekt nowości na rynku finansowym, a także wygodę oraz oszczędność czasu i pieniędzy dla nabywców oferty, wzmacnia pozycję konkurencyjną podmiotów do niego należących.

Streszczenie

Celem artykułu jest charakterystyka zaufania społecznego do sektora bankowego oraz analiza jego znaczenia w obliczu rosnącego udziału w rynku usług finansowych sektora *FinTech*.

W obliczu dynamicznego rozwoju nowoczesnych technologii zaufanie społeczne stanowi niezwykle istotny element przewagi konkurencyjnej banków nad przedsiębiorstwami wykorzystującymi innowacje technologiczne w procesie świadczenia usług finansowych. Jednak rosnące znaczenie pozytywnych doświadczeń klientów współpracujących z podmiotami *FinTech* i nabywającymi od nich usługi stanowi nowe wyzwanie dla dystrybucji usług przez tradycyjne instytucje finansowe.

Słowa kluczowe: banki, zaufanie, *FinTech*

Abstract

The aim of this publication is to present the characteristics of social trust to the banking sector and to analyze its importance in the face of the growing market share of financial services of *FinTech*.

In the light of the dynamic development of technologies public trust is a critical element of competitive advantage of banks over companies benefiting from

innovations in the process of providing financial services. However, the growing importance of positive experiences of clients who cooperate with *FinTech* and buy services from them, poses a new challenge for traditional financial institutions to distribute services.

Key words: banks, trust, *FinTech*

Bibliografia

- Akkizidis I., Stagers M., *Marketplace Lending, Financial Analysis, and the Future of Credit: Integration, Profitability, and Risk Management*, John Wiley & Sons, Chichester 2016.
- Bheemaiah K., *The Blockchain Alternative: Rethinking Macroeconomic Policy and Economic Theory*, Apress, New York 2017.
- Burtch G., Ghose A., Wattal S., *An empirical examination of the antecedents and consequences of contribution patterns in crowd-funded markets*, „Information Systems Research” 2013, vol. 24 (3).
- Burtch G., Ghose A., Wattal S., *Cultural differences and geography as determinants of online prosocial lending*, „MIS Quarterly” 2014, vol. 38 (3).
- Ciro T., *The Global Financial Crisis: Triggers, Responses and Aftermath*, Routledge, New York 2016.
- Citi Group, *Digital disruption, how FinTech is forcing banking to a tipping point*, 2016.
- Demirgüç-Kunt A., Kane E., Laeven L., *Deposit Insurance Database*, International Monetary Fund, WP 14/118, 2014.
- Dziawgo L., *Bank jako „instytucja BRAKU zaufania społecznego”*, [w:] J. Szambelańczyk (red.), *Globalny kryzys finansowy i jego konsekwencje w opiniach ekonomistów polskich*, ZBP, Warszawa 2009.
- Foster C., Heeks R., *Innovation and scaling of ICT for the bottom-of-the-pyramid*, „Journal of Information Technology” 2013, vol. 28 (4).
- Galford R., Drapeau A.S., *The enemies of trust*, „Harvard Business Review”, February 2003.
- Gennaioli N., Shleifer A., Vishny R., *Money doctors*, „Journal of Finance” 2015, vol. 70(1).
- Góral L., *Nadzór bankowy*, PWE, Warszawa 1998.
- Grudzewski W.M. i in., *Sustainability w biznesie, czyli przedsiębiorstwo przyszłości. Zmiany paradygmatów i koncepcji zarządzania*, Poltext, Warszawa 2010.
- Grudzewski W.M., Hejduk I., *Zaufanie w kreowaniu strategii przedsiębiorstwa*, „Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie” 2007, nr 2(3).
- Haldimann L., Walter C., Brenzikofer T., *FinTech, Swiss made software*, Basel 2016.
- Huberman G., *Familiarity breeds investment*, „Review of Financial Studies” 2001, vol. 14(3).

- Katz M. B., *Essay Review: Family Structure in Nineteenth Century Lancashire*. By Michael Anderson, „Journal of Social History” 1973, vol. 7, no. 1.
- Leong C., Tan B., Xiao X., Ter Chian Tan F., Sun Y., *Nurturing a FinTech ecosystem: The case of a youth microloan startup in China*, „International Journal of Information Management” 2017, vol. 37.
- Marcinkowska M., *Kapitał relacyjny banku. Tom I. Kształtowanie relacji banku z otoczeniem*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2013.
- Mitra J., *The Business of Innovation*, SAGE, London 2017.
- Nicoletti B., *The Future of FinTech: Integrating Finance and Technology in Financial Services*, Palgrave Macmillan, Rome 2017.
- Pietrzak B., Polański Z. (red.), *System finansowy w Polsce*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1998.
- Rotter J. B., *Interpersonal trust, trustworthiness and gullibility*, „American Psychologist” 1980, nr 35(1).
- Santomero A., *Deposit Insurance: Do We Need It and Why*, The Wharton School, University of Pennsylvania 1997.
- Sironi P., *FinTech Innovation: From Robo-Advisors to Goal Based Investing and Gamification*, John Wiley & Sons, Chichester 2016.
- Sobol E. (red.), *Nowy słownik języka polskiego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002.
- Szambelańczyk J., *Kapitał społeczny jako warunek stabilności systemu bankowego*, [w:] J. Szambelańczyk (red.), *Globalny kryzys finansowy i jego konsekwencje w opiniach ekonomistów polskich*, ZBP, Warszawa 2009.
- Sztompka P., *Zaufanie. Fundament społeczeństwa*, Wyd. ZNAK, Kraków 2007.
- Świeszczak M., *Zaufanie do sektora bankowego*, [w:] D.I. Czechowska (red.), *Etyka biznesu w perspektywie procesów finansowych. Relacje instytucji gospodarskimi domowymi*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2016.
- Walczak-Duraj D., *Socjologia dla ekonomistów*, PWE, Warszawa 2010.
- World FinTech Report 2017*, Capgemini & LinkedIn & Efma, 2016.
- World Retail Banking Report 2016*, Capgemini & Efma, 2016.