

Anna Spoz

Katolicki Uniwersytet Lubelski

INNOWACJE W BANKOWOŚCI DLA FIRM

Wprowadzenie

Nieodłącznym elementem współczesnej gospodarki jest system finansowy. Obecnie bowiem bez rozwiniętych rynków finansowych realna sfera gospodarki nie mogłaby sprawnie funkcjonować. Wielość, różnorodność i złożoność transakcji zachodzących między podmiotami funkcjonującymi na rynku wymusza dostosowanie do nich procesów i instrumentów finansowych. Innowacje finansowe stają się zatem nieodłącznym elementem współczesnego systemu finansowego, co potwierdza fakt ich dynamicznego rozwoju w ostatnich dziesięcioleciach.

Innowacje finansowe są coraz częściej postrzegane jako kluczowe czynniki sukcesu współczesnych podmiotów gospodarczych. Z punktu widzenia przedsiębiorstw stopień zadowolenia klientów uzależniony jest od szybkości i efektywności zawieranych transakcji gospodarczych. Dlatego firmy są żywo zainteresowane sposobami przyspieszenia i uwiarygodnienia dokonywanych operacji finansowych, wykorzystaniem instrumentów umożliwiających im pozyskanie kapitału na planowane inwestycje oraz zmniejszeniem ryzyka utraty płynności finansowej wynikającej z braku płatności od kontrahentów. Z punktu widzenia instytucji finansowych, ich atrakcyjność dla klienta wrasta wraz z ilością i jakością oferowanych produktów bankowych oraz kompleksowością i sprawnością obsługi klientów, dlatego tworzenie i wprowadzanie innowacji jest obecnie jednym z głównych sposobów budowania przewagi konkurencyjnej tych podmiotów na rynku¹.

Celem publikacji jest przedstawienie innowacji bankowych jako jednego z rodzajów innowacji finansowych, omówienie głównych kierunków zmian dokonywanych w bankowości dla przedsiębiorstw oraz przedstawienie wybranych produktów nowoczesnej bankowości dla firm.

¹ Z. Zawadzka: *Zmiany w bankowości światowej*. W: *Bankowość. Podręcznik akademicki*. Red. W.L. Jaworski, Z. Zawadzka. Poltext, Warszawa 2005, s. 67-77.

1. Innowacje bankowe – istota i znaczenie we współczesnej gospodarce

Zgodnie z definicją książkową, słowo „innovacja” oznacza rzecz nowo wprowadzoną (będącą nowością na rynku) lub proces wprowadzenia czegoś nowego do użytkowania, nowatorstwo².

Za prekursora teorii innowacji w ekonomii uważa się J. Schumpetera, który rozumiał je jako pierwsze zastosowanie nowych idei w praktyce, a wprowadzane innowacje mogły dotyczyć każdego z obszarów przedsiębiorstwa³. Początkowo innowacje miały przede wszystkim charakter technologiczny i były naturalną konsekwencją postępującego rozwoju technicznego.

Od początku innowacjom technologicznym towarzyszył rozwój innowacji finansowych. Innowacje finansowe umożliwiały bowiem sfinansowanie tych projektów technologicznych, dla których, ze względu na ich nowatorstwo, tradycyjne formy finansowania były niedostępne. Jednocześnie wzrastająca liczba dokonywanych transakcji w sferze realnej wymusza na systemie i rynkach finansowych konieczność dostosowania się do zachodzących zmian⁴.

Innowacje finansowe obejmują rozległą i różnorodną grupę zjawisk, procesów i instrumentów finansowych. W literaturze przedmiotu innowacje finansowe prezentowane są w wąskim i szerokim ujęciu. W wąskim znaczeniu innowacje finansowe utożsamiane są ze zmiany zachodzącymi w technikach i instrumentach finansowych. W ujęciu tym innowacyjność oceniana jest przez pryzmat podmiotu stosującego daną technikę lub instrument finansowy. W praktyce oznacza to zatem, że innowacją finansową dla danego podmiotu może być instrument lub technika już dobrze znana na rynku finansowym. W szerokim ujęciu innowacje finansowe oznaczają wszystkie zmiany zachodzące w konstrukcji i w działaniu poszczególnych elementów systemu finansowego oraz w regulacjach dotyczących ich funkcjonowania, które powodują zmiany strategii finansowych podmiotów gospodarczych⁵.

Innowacje bankowe to innowacje finansowe wdrażane w obszarze bankowości. Z. Krzyżkiewicz zdefiniował je jako „[...] działania organizacyjne i techniczne, polegające na wprowadzaniu nowych produktów bankowych, zmian or-

² *Słownik języka polskiego*. PWN, Warszawa 2006, s. 1218.

³ J. Schumpeter: *Teoria rozwoju gospodarczego*. PWN, Warszawa 1960, s. 104.

⁴ J. Błach: *Innowacje finansowe i ich znaczenie we współczesnym systemie finansowym – identyfikacja i systematyzacja problem*. „e-Finanse” 2011, vol. 7, nr 3, s. 18, za: S. Michalopoulos, L. Leaven, R. Levine: *Financial Innovation and Endogenous Growth*. National Bureau of Economic Research, Working Paper 15356, Cambridge, September, s. 1-33.

⁵ Idem: *Koszty zastosowania innowacji finansowych w działalności przedsiębiorstw – identyfikacja problemu*. „Annales”. VOL XLVI, 4. UMCS, Lublin 2012, s. 24.

ganizacyjnych oraz nowoczesnej techniki i technologii”⁶. W praktyce polegać będą one na wprowadzaniu przez banki do swoich ofert handlowych nowych produktów i usług oraz wykorzystania nowoczesnych technologii do świadczenia usług już funkcjonujących na rynku.

Przyjmując klasyfikację innowacji stosowaną przez OECD M. Marcinkowska wyróżniła cztery rodzaje innowacji bankowych:

1. Produktowe – polegające na ponownym zdefiniowaniu produktu lub usługi bankowej już istniejącego na rynku, wprowadzeniu zupełnie nowego produktu bankowego, stworzenie nowego pakietu usług lub zmodyfikowanie już istniejącego (poprzez jego zmianę lub rozszerzenie).

2. Procesowe – polegające na wprowadzeniu nowych rozwiązań w zakresie obsługi (np. nowe strategie dystrybucji, nowe formuły sklepów), zastosowanie nowych interfejsów klient-użytkownik (np. bankowość internetowa, mobilna usługi sms-owe, *chat-roomy*), korzystanie z nowych technik dostarczania usług (np. bankowość zdalna, centralizacja systemów zapleczych, rozdzielenie funkcji związanych ze sprzedażą od funkcji zapleczych – *front office/back office*), wprowadzania nowych rozwiązań technicznych (np. systemy zaplecze – przetwarzania danych, systemy informacji o klientach).

3. Marketingowe – polegające na wprowadzaniu istotnych zmian w kluczowych obszarach marketingu-mix, a więc w produkcie (np. wprowadzenie nowego wizerunku karty płatniczej, karty płatnicze w formie breloka lub naklejki), w dystrybucji (np. stworzenie nowych kanałów dystrybucji, lub wykorzystywanie ze wspólnych kanałów dystrybucji z partnerem strategicznym), w zakresie promocji (np. wprowadzanie nowego znaku towarowego lub marki banku, tworzenie nowego wizerunku banku na zewnątrz, wykorzystanie nowych rozwiązań w zakresie promocji sprzedaży), lub w zakresie cen (np. wprowadzanie nowych kryteriów ustalania cen, np. uzależnienie opłat bankowych od segmentu klienta).

4. Organizacyjnych – dostosowanie struktur organizacji bankowych i sposobu ich działania do nowo przyjętych rozwiązań w zakresie produktów i w sposobach prezentacji i dostarczania ich do klientów⁷.

M. Marcinkowska zwraca uwagę na fakt, że ze względu na specyfikę operacji finansowych i zasad funkcjonowania banków innowacje bankowe bardzo rzadko przyjmują „czystą” formę jednego z wyżej omówionych typów innowacji bankowych. Najczęściej występują w postaci łączonej wykazując elementy in-

⁶ Z. Krzyżkiewicz: *Innowacje bankowe*. Wyższa Szkoła Ubezpieczeń i Bankowości, Warszawa 1996, s. 9.

⁷ M. Marcinkowska: *Innowacje finansowe w bankach*. „Acta Universitatis Lodziensis”, Folia Oeconomica 266, Łódź 2012, s. 78-85.

nowacji produktowych i procesowych, produktowo-marketingowo-procesowych czy marketingowo-organizacyjnych⁸.

Podobne spojrzenie prezentuje W. Grzegorzczak twierdząc, że innowacyjność produktów bankowych może przejawiać się w cechach produktu i jego dodatkowych funkcjach, jak również w procedurach i technikach świadczenia usług oraz standaryzacji czasu realizacji poszczególnych operacji bankowych⁹.

2. Innowacyjne produkty bankowe dla firm – wybrane problemy

Wielość i różnorodność operacji finansowych dokonywanych każdego dnia przez sektor przedsiębiorstw sprawia, że jest to on dla banków szczególnie interesujący.

Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom konsumentów banki starają się zaproponować swoim klientom kompleksową i zindywidualizowaną ofertę. Filarem takiej propozycji powinno być doradztwo obejmujące swym zakresem doradztwo: produktowe, finansowe i inwestycyjne¹⁰. W tym celu banki ze swoich struktur wyodrębniają zespoły specjalistów zajmujące się obsługą firm sektora MŚP i klientów korporacyjnych. Dla instytucji finansowych świadczenie takiej usługi to szansa na pozyskanie i utrzymanie klienta biznesowego. Pracownicy banku monitorują potrzeby klientów i starają się w sposób optymalny zaspokoić ich potrzeby. Na bieżąco informują firmy o nowo wprowadzanych produktach bankowych nakłaniając ich do skorzystania z oferty. Z kolei dla przedsiębiorstw, zwłaszcza małych, których właściciele bardzo często nie dysponują wystarczającą wiedzą z zakresu zarządzania finansami jest to szansa na znalezienie korzystnych form finansowania działalności gospodarczej oraz opłacalnych form lokowania wypracowanego kapitału.

Na świecie, zwłaszcza w takich krajach jak Niemcy czy Japonia, występuje zjawisko bankowości relacyjnej. Ongena i Smith definiują bankowość relacyjną jako związek (relację) pomiędzy bankiem a przedsiębiorstwem, który jest nie jest anonimową transakcją finansową¹¹. Bank utrzymując bliskie kontakty z firmą pozyskuje wiarygodne informacje na temat jej kondycji ekonomiczno-

⁸ Ibid., s. 85.

⁹ M. Grzegorzczak: *Marketing bankowy*. Biblioteka Menedżera i Bankowca, Warszawa 1999, s. 57-60.

¹⁰ D. Korenik: *Konkurencyjność i konkurencja banków polskich od lat dziewięćdziesiątych XX wieku. (Rynek klientów indywidualnych i gospodarczych)*. Wrocław 2002, s. 283-291.

¹¹ S. Ongena, D.C. Smith: *Bank Relationships: A Survey*. W: P. Haker, S.A. Zenios: *The Performance of Financial Institutions*. Cambridge University Press, London.

-finansowej i realizowanej strategii. Zna również historię jej rachunku bankowego i podejmowanych inwestycji. Posiadając takie informacje, instytucje finansowe w znaczącym stopniu minimalizują ryzyko prowadzonej działalności. Dla firm z kolei taka współpraca to szansa na łatwiejsze i szybsze pozyskiwanie kapitału. W przypadku dużych trudności finansowych to również możliwość pozyskania środków w sytuacji, gdy inny bank nie udzieliłby pożyczki.

Podsumowując, o bankowości relacyjnej można mówić, gdy spełnione są następujące warunki:

- banki są w stosunkach umownych z firmą,
- w trakcie trwania relacji z firmą banki gromadzą szersze i wiarygodniejsze informacje o kondycji firmy niż dostępne ze źródeł publicznych
- zgromadzone informacje mają charakter poufny.

Najbardziej znanymi i najczęściej wykorzystywanymi produktami bankowymi w finansowaniu działalności operacyjnej firm są: rachunek i kredyt. Te dość „stare” instrumenty finansowe przechodziły wiele zmian. Obecnie w ofertach banków w można wyróżnić następujące rodzaje rachunków: bieżący, pomocniczy, lokat terminowych, oszczędnościowo-rozliczeniowy, konsolidowany, przejściowy, kredytowy oraz powierniczy i zastrzeżony (*escrow*)¹².

Stosunkowo nowym produktem i coraz częściej wykorzystywanym na rynku jest rachunek *escrow*. Na podstawie umowy zawartej pomiędzy przedsiębiorstwem a bankiem, ten ostatni rozlicza transakcje realizowane przez firmę, po uprzednim zweryfikowaniu, czy wszystkie warunki transakcji zostały spełnione. Rachunek ten pozwala ograniczyć ryzyko transakcyjne z dwóch stron oraz umożliwia kontrolę wydatkowania powierzonych środków, przyczyniając się do zwiększania wiarygodności partnera handlowego, który jest zleceniodawcą kontraktu.

Rachunek skonsolidowany umożliwia natomiast koncentrowanie środków finansowych przedsiębiorstw o rozbudowanej strukturze organizacyjnej, usprawniając tym samym system zarządzania posiadanym kapitałem. W ramach tego rachunku następuje automatyczny transfer z rachunków jednostek powiązanych lub na te rachunki, w sposób określony przez przedsiębiorstwo (tj. w ustalonych wysokościach sald na rachunku powiązanym, w przyjętych częstotliwościach dokonywanych konsolidacji, w przyjętej walucie przy założeniu, że w wybranej grupie skonsolidowanej rachunki prowadzone są w jednej, wybranej walucie).

Kredyt bankowy to drugi najczęściej wykorzystywany produkt bankowy. Oferty handlowe banków zachęcają przedsiębiorstwa do skorzystania z następu-

¹² *Bankowość*. Red. M. Zalewska. Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2013, s. 107.

jących jego form: kredytu w rachunku bieżącym, kredytu odnawialnego, kredytu obrotowego, kredytu odnawialnego na wykup faktur oraz kredytu płatniczego.

Kredyt odnawialny na wykup faktur polecany jest firmom, które chcą zamienić swoje należności handlowe na środki pieniężne przed terminem ich zapadalności. W ramach podpisanej umowy z bankiem, bank wykonuje dyspozycję płatniczą obciążając rachunek przedsiębiorstwa kredytem, który jest sukcesywnie spłacany ze środków pochodzących z faktur. Każda wpłata pomniejsza saldo debetowe i powoduje odnowienie niewykorzystanej kwoty kredytu do wysokości określonej w podpisanej umowie kredytowej.

Innowacje bankowe nie polegają jedynie na modyfikowaniu istniejących produktów lub wprowadzaniu nowych rozwiązań, ale także na zmianie sposobu świadczenia usług bankowych. W tym miejscu należy wspomnieć o dynamicznie rozwijającym się obszarze bankowości elektronicznej. Bankowość elektroniczna to „[...] forma dostarczania i świadczenia usług bankowych przez zdalne kanały dostępu wspierane przez technologie informacyjne i komunikacyjne bez osobistego kontaktu z pracownikami banku”¹³.

W ramach bankowości elektronicznej klienci mogą korzystać z¹⁴:

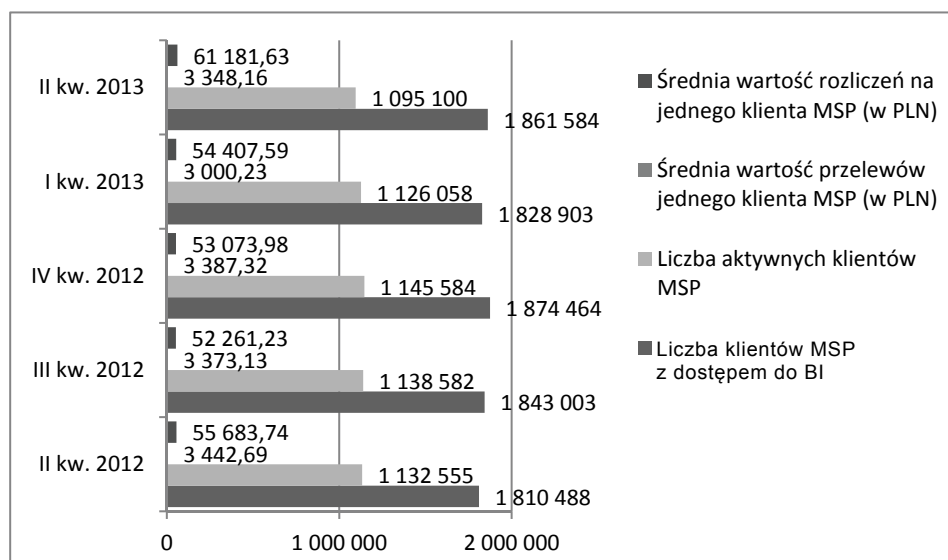
- bankowości internetowej – będącej kombinacją technologicznych i organizacyjnych innowacji, która umożliwia klientom komunikację z bankiem przez Internet,
- bankowości korporacyjnej – będącej formą bankowości modemowej tzw. offline, która polega na bezpośredniej komunikacji klienta z bankiem za pomocą modemu i przy wykorzystaniu specjalnego oprogramowania po stronie korzystającego; usługa ta umożliwia wykonywanie tradycyjnych usług bankowych w nowoczesnych sposób, dzięki korzystaniu z usługi bankowości korporacyjnej klient ma możliwość: otrzymania informacji o dotychczasowych operacjach i saldach na rachunku, przeglądania historii operacji na rachunku, dokonywania blokady środków na koncie i wykonywania zleceń bankowych¹⁵,
- bankowości terminalowej (zwanej także samoobsługową) – umożliwiającej klientowi dostęp do środków na rachunku poprzez takie urządzenia jak: bankomat, terminale POS czy karty płatnicze,
- bankowości telefonicznej – dającej klientowi dostęp do prowadzonych przez bank rachunków i dokonywanych na nich operacji bankowych za pomocą telefonu stacjonarnego lub mobilnego.

¹³ A. Nosowski: *Geneza bankowości elektronicznej*. W: *Bankowość elektroniczna*. Red. A. Gosporowicz. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2005, s. 25.

¹⁴ B. Świecka: *Bankowość elektroniczna*. CeDeWu.pl, Warszawa 2012, s. 9.

¹⁵ *Ibid.*, s. 23.

Obecnie bankowość elektroniczna bardzo szybko się rozwija. Z danych opublikowanych w raporcie „Bankowość internetowa i płatności bezgotówkowe w II kwartale 2013 r.” przygotowanego przez Związek Banków w Polsce wynika, że liczba firm należących do sektora MŚP z dostępem do bankowości elektronicznej z roku na rok wzrasta. Rośnie również średnia wartość przelewów wykonywanych przez firmy MŚP.

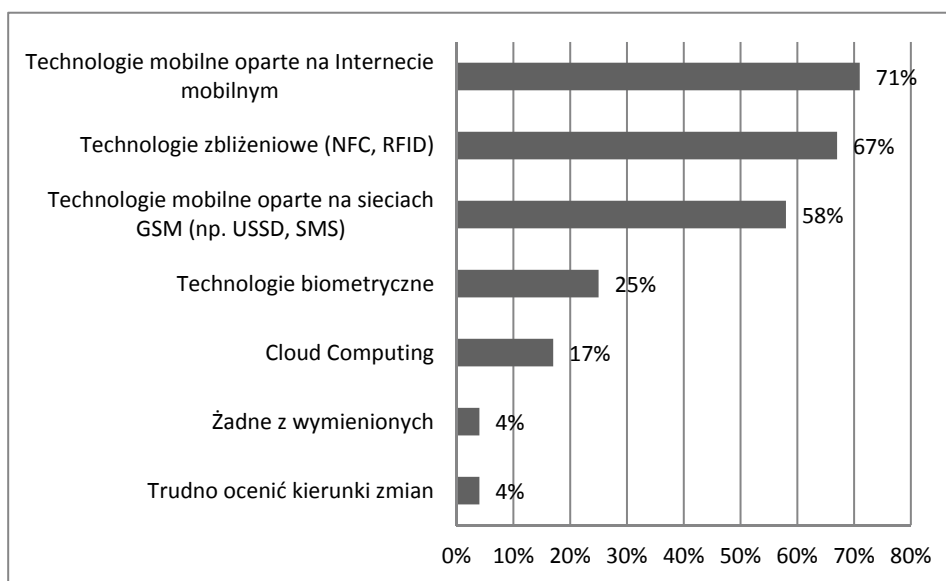


Rys. 1. Informacje o wykorzystaniu bankowości internetowej (BI) przez firmy z sektora MŚP

Źródło: Raport Bankowość internetowa i płatności bezgotówkowe II kwartał 2013 r. Związek Banków Polskich, 2013, s. 8.

Zdając sobie sprawę ze znaczenia we współczesnym świecie bankowości elektronicznej i dokonywanych dzięki niej operacji finansowych, banki pytane o technologie, które będą wdrażały na szeroką skalę w ciągu najbliższych 3 lat (tj. do 2013 r.) w znakomitej większości wskazały na technologie mobilne oparte na Internecie (71%), technologie zbliżeniowe (67%) oraz technologie mobilne oparte na sieciach GSM (58%)¹⁶.

¹⁶ Dane na podstawie badania „Analiza czynników determinujących rozwój elektronicznych płatności detalicznych w Polsce” opublikowanych w książce M. Polasik, K. Przenajkowska: *Integracja europejska i innowacje na rynku usług płatniczych*. Warszawski Instytut Bankowości, Warszawa 2013, s. 46.



Rys. 2. Technologie, które będą na szeroką skalę wdrażane przez banki na rynku polskim w ciągu 3 najbliższych lat (do 2013 r. włącznie)

Źródło: M. Polasik, K. Przenajkowska: *Integracja europejska i innowacje na rynku usług płatniczych*. Warszawski Instytut Bankowości, Warszawa 2013, s. 46.

Rozwój technologii mobilnych jest bardzo kosztowny. Dlatego sześć banków: Alior, Millenium, WZ WBK, BRE, ING Bank Śląski, PKO BP zakłada spółkę *joint venture*, której celem jest budowa wspólnej infrastruktury dla płatności mobilnych¹⁷.

Dbając o finanse swoich klientów banki oferują przedsiębiorstwom możliwość skorzystania z usługi faktoringu. Faktoring jest formą krótkoterminowego finansowania faktora (przedsiębiorstwa) poprzez nabycie przez faktora (bank) jego wierzytelności. W Polsce faktoring nabiera coraz większego znaczenia, co potwierdzają dane opublikowane przez Polski Związek Faktorów, z których wynika, że w po trzech kwartałach 2013 r. rynek ten zanotował wzrost o 14,8%.

Nowoczesne usługi bankowe umożliwiają przedsiębiorstwom zarządzanie gotówką dzięki analizie środków finansowych zgromadzonych na poszczególnych rachunkach bankowych danego klienta (cash management). Jest to możliwe dzięki wykorzystaniu:

- *cash pooling* – polega na przenoszeniu wolnych środków finansowych na jeden rachunek, celem skumulowania posiadanych zasobów finansowych, a w konsekwencji uzyskania korzystniejszego oprocentowania,

¹⁷ K. Maciejewski: *Banki wspólnie zadbają o rynek mobilnych płatności w Polsce*. <https://www.obserwatortfinansowy.pl/badania-i-raporty/banki-wspolnie-zadbaja-o-rynek-mobilnych-platnosci-w-polsce/>

- *cash netting* – polega na przenoszeniu środków pieniężnych z rachunku bankowego o nadwyżce finansowej, na rachunek o saldzie ujemnym lub niższym niż saldo dyspozycyjne ustalone dla tego klienta¹⁸.

Banki wspierają również działalność inwestycyjną przedsiębiorstw. W tym obszarze proponują swoim klientom m.in. takie produkty, jak kredyt inwestycyjny, kredyt inwestycyjny na finansowanie wierzytelności leasingowej, specjalistyczne kredyty inwestycyjne, kredyty na finansowanie nieruchomości komercyjnej. Warunki poszczególnych umów kredytowych dostosowywane są do sytuacji i możliwości finansowej przedsiębiorstw.

Podsumowanie

Globalizacja, rozwój gospodarczy i technologiczny, rosnąca ilość dokonywanych transakcji i operacji finansowych sprawia, że innowacje bankowe stają się stałym elementem współczesnego systemu finansowego. Nowatorstwo produktu lub usługi bankowej może przejawiać się we wprowadzeniu nowych rozwiązań, zmodyfikowaniu lub dodaniu nowych cech do już istniejącego produktu oraz zmianie sposobu świadczenia usługi. Do innowacji bankowych dla firm zaliczyć można chociażby: bankowość relacyjną, rachunek *escrow*, rachunek skonsolidowany, kredyt odnawialny na wykup faktur, *factoring*. Jednak najdynamiczniej rozwijającym się obszarem bankowości jest bankowość elektroniczna.

Katalog innowacji bankowych jest bardzo szeroki i niewyczerpany. Będą się one systematycznie pojawiały wraz z rozwojem rynków finansowych i wrażliwymi potrzebami i oczekiwaniami klientów. Z oczywistych względów autorka nie wyczerpała tematu, poruszyła jedynie wybrane zagadnienia.

Bibliografia

- Bankowa obsługa firm. Rachunki, rozliczenia pieniężne, kredyty inwestycyjne.* Red. R. Szewczyk. Kraków 2002.
- Bankowość.* Red. M. Zalewska. Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2013.
- Błach J.: *Innowacje finansowe i ich znaczenie we współczesnym systemie finansowym – identyfikacja i systematyzacja problemu.* „e-Finanse” 2011, vol. 7, nr 3. Rzeszów.
- Błach J.: *Koszty zastosowania innowacji finansowych w działalności przedsiębiorstw – identyfikacja problemu.* „Annales”, VOL XLVI, 4. Wydawnictwo UMCS, Lublin 2012.
- Grzegorzczak M.: *Marketing bankowy.* Biblioteka Menedżera i Bankowca, Warszawa 1999.

¹⁸ J. Grzywacz: *Współpraca przedsiębiorstwa z bankiem.* Difin, Warszawa 2006, s. 110-111.

- Grzywacz J.: *Współpraca przedsiębiorstwa z bankiem*. Difin, Warszawa 2006.
- Korenik D.: *Konkurencyjność i konkurencja banków polskich od lat dziewięćdziesiątych XX wieku. (Rynek klientów indywidualnych i gospodarczych)*. Wrocław 2002.
- Krzyżkiewicz Z.: *Innowacje bankowe*. Wyższa Szkoła Ubezpieczeń i Bankowości, Warszawa 1996.
- Michalopoulos S., Leaven L., Levine R.: *Financial Innovation and Endogenous Growth*. National Bureau of Economic Research, Working Papers 15356, Cambridge, September.
- Maciejewski K.: *Banki wspólnie zadbają o rynek mobilnych płatności w Polsce*. <https://www.obserwatorfinansowy.pl/badania-i-raporty/banki-wspolnie-zadbaja-o-rynek-mobilnych-platnosci-w-polsce/> (08.11.2013).
- Marcinkowska M.: *Innowacje finansowe w bankach*. „Acta Universitatis Lodzianis”, Folia Oeconomica 266, Łódź 2012.
- Nosowski A.: *Geneza bankowości elektronicznej*. W: *Bankowość elektroniczna*. Red. A. Gospodarowicz. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2005.
- Ongena S., Smith D.C.: *Bank Relationships: A Survey*. W: Haker P., Zenios S.A.: *The Performance of Financial Institutions*. Cambridge University Press, London.
- Raport Bankowość internetowa i płatności bezgotówkowe II kwartał 2013 r.* Związek Banków Polskich, 2013.
- Schumpeter J.: *Teoria rozwoju gospodarczego*. PWN, Warszawa 1960.
- Słownik języka polskiego*. PWN, Warszawa 2006.
- Świecka B.: *Bankowość elektroniczna*. CeDeWu.pl, Warszawa 2012.
- Zawadzka Z.: *Zmiany w bankowości światowej*. W: *Bankowość. Podręcznik akademicki*. Red. W.L. Jaworski, Z. Zawadzka. Poltext, Warszawa 2005.

INNOVATIONS WITHIN BANKING FOR ENTERPRISES

Summary

Banking innovations are financial innovations made in the field of banking. The purpose of this article is to present the main directions of changes in banking for enterprises and to introduce selected innovative banking products.