

PRACE NAUKOWE
Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
RESEARCH PAPERS
of Wrocław University of Economics

245

Ekonomia



pod redakcją
Jerzego Sokołowskiego
Magdaleny Rękas
Grażyny Węgrzyn



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2012

Recenzenci: Tomasz Bernat, Waclaw Jarmolowicz, Elzbieta Kryńska,
Andrzej Miszczuk, Marzanna Poniatowicz, Stanislaw Swadzba,
Grazyna Wolska, Urszula Zagora-Jonszta

Redakcja wydawnicza: Barbara Majewska, Dorota Pitulec

Redakcja techniczna: Barbara Lopusiewicz

Korekta: Barbara Cibis

Łamanie: Małgorzata Czupryńska

Projekt okładki: Beata Dębska

Publikacja jest dostępna na stronie www.ibuk.pl

Streszczenia opublikowanych artykułów są dostępne w międzynarodowej bazie danych
The Central European Journal of Social Sciences and Humanities <http://cejsh.icm.edu.pl>
oraz w The Central and Eastern European Online Library www.ceeol.com,
a także w adnotowanej bibliografii zagadnień ekonomicznych BazEkon http://kangur.uek.krakow.pl/bazy_ae/bazekon/nowy/index.php

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania znajdują się
na stronie internetowej Wydawnictwa
www.wydawnictwo.ue.wroc.pl

Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie
wymaga pisemnej zgody Wydawcy

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wrocław 2012

ISSN 1899-3192

ISBN 978-83-7695-205-5

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Druk: Drukarnia TOTEM

Spis treści

Wstęp	11
Kamil Augustyn, Kazimierz W. Krupa: Ocena stanu kapitału intelektualnego przedsiębiorstw Podkarpacia na podstawie wyników badań empirycznych.....	13
Jan Borowiec: Wahania cykliczne a zmiany realnego efektywnego kursu walutowego w strefie euro.....	23
Katarzyna Czech: Ewolucja realizacji zrównoważonego rozwoju w Polsce	34
Karolina Drela: Utrata pracy w XXI wieku.....	44
Malgorzata Gajda-Kantorowska: Kontrowersje wokół metod pomiaru stabilności wzrostu gospodarczego.....	55
Malgorzata Gasz: Działania stabilizujące gospodarkę Unii Europejskiej w warunkach kryzysu finansów publicznych.....	65
Łukasz Goczek: Porównanie skuteczności polityki fiskalnej i monetarnej na panelowej próbie wektorowo-autoregresyjnej.....	77
Alina Gorczyńska, Danuta Szwajca: Dekoniunktura gospodarcza a restrukturyzacja naprawcza przedsiębiorstwa.....	88
Beata Guziejewska: Kredyty zagrożone i rezerwy celowe na tle ogólnej sytuacji w sektorze bankowym w latach 2008-2010.....	98
Anna Horodecka: Rola prądów filozoficznych w kształtowaniu metodologii nauk ekonomicznych.....	110
Robert Huterski: Wybrane aspekty quasi-fiskalnej działalności Systemu Rezerwy Federalnej Stanów Zjednoczonych.....	120
Marcin Idzik: Zastosowanie gradacyjnego modelu w analizie zaufania do banków i innych instytucji finansowych w Polsce.....	129
Michał Jurek: Koncepcje monetarne D.H. Robertsona i ich wykorzystanie do analizy ilościowej i dochodowej teorii pieniądza.....	139
Tomasz Kacprzak: Bezpieczeństwo pracy a bezpieczeństwo zatrudnienia w Polsce w kontekście <i>flexicurity</i>	148
Marcin Kalinowski: Krytyka korporatywizmu z perspektywy nowej ekonomii politycznej.....	160
Dariusz Kielczewski: Koncepcja ekonomii zrównoważonego rozwoju.....	170
Ilona Kijek, Marta Pszczółkowska: Taksonomiczne ujęcie sytuacji makroekonomicznej państw Unii Europejskiej w latach 2001, 2005 I 2009.....	179
Aldona Klimkiewicz: Konsekwencje podwyższenia wieku emerytalnego kobiet dla rynku pracy.....	191

Ryszard Kowalski: Liberalne państwo dobrobytu wobec najsłabszych grup społecznych.....	201
Sylwester Kozak: Rola banków w dystrybucji produktów ubezpieczeniowych w Polsce w latach 2002-2010.....	210
Sylwester Kozak: Zmiany w strukturze kredytów dla sektora niefinansowego w Polsce w latach 2001-2010	222
Jakub Kraciuk: Wpływ światowego kryzysu finansowego z 2008 roku na gospodarkę Niemiec	233
Mirosław Krajewski: Kapitał ludzki w procesie zarządzania wartością przedsiębiorstwa	243
Barbara Kryk: Szanse i zagrożenia zatrudnienia nosicieli wirusa HIV w opinii studentów.....	253
Iwa Kuchciak: Crowdsourcing w kreowaniu wartości przedsiębiorstwa bankowego.....	263
Robert Kurek: Asymetria informacji na rynku ubezpieczeniowym	272
Katarzyna Kuźniar-Żyłka: Media jako uczestnik procesu informacyjnego w warunkach gospodarki opartej na wiedzy.....	283
Joanna Latuszek: Globalizacja a nierówności między państwami.....	293
Renata Lisowska, Dorota Starzyńska: Działalność innowacyjna polskich przedsiębiorstw przemysłowych na przykładzie województwa łódzkiego	303
Józef Łobocki: Sektor finansowy a kapitał społeczny.....	314
Łukasz Menart: Kluczowe obszary działań menedżera klastra.....	324
Aneta Mikula: Poziom ubóstwa i deprywacji materialnej dzieci w krajach Unii Europejskiej	336
Michał Moszyński: Idee ładu gospodarczego w procesie transformacji systemowej byłej NRD – oczekiwania a rzeczywistość.....	347
Arnold Pabian: Zrównoważona produkcja w gospodarce przyszłości. Perspektywy i bariery rozwoju	357
Wiesław Pasewicz, Artur Wilczyński, Michał Świtlyk: Efektywność państwowych wyższych szkół zawodowych w latach 2004-2010	367
Iwona Pawlas: Społeczno-ekonomiczny rozwój krajów Unii Europejskiej w świetle badań taksonomicznych.....	377
Renata Pęciak: Działania Jeana-Baptiste’a Saya na rzecz instytucjonalizacji nauki ekonomii	386
Elżbieta Pohulak-Żołędowska: Innowacyjność w dobie postindustrialnej....	396
Adriana Politałaj: Efektywność centrów integracji społecznej w zakresie przeciwdziałania długotrwałemu bezrobociu	407
Magdalena Rękas: Ulgi prorodzinne jako element polityki rodzinnej w wybranych krajach Unii Europejskiej	418
Wioleta Samitowska: Ekonomia społeczna wobec wyzwań rynku pracy	432
Anna Skórska: Zmiany sytuacji na polskim rynku pracy jako konsekwencja kryzysu gospodarczo-finansowego.....	443

Grzegorz Sobiecki: Pieniądz doskonały.....	453
Małgorzata Solarz: Wady i zalety mikropożyczek jako narzędzia inkluzji finansowej sprzyjającego wzrostowi dobrobytu	463
Robert Stanisławski: Potrzeby w zakresie rozwoju innowacyjnego małych i średnich przedsiębiorstw nieinnowacyjnych (w świetle badań własnych)	474
Bogusław Stankiewicz: Makroekonomiczny model turystyki medycznej w Polsce – podstawowe uwarunkowania badań	486
Dariusz Eligiusz Staszczak: Znaczenie globalnego kryzysu finansowo-gospodarczego dla zmian światowego systemu ekonomiczno-politycznego.	497
Feliks Marek Stawarczyk: Kryzys na przykładzie Argentyny a ekonomiczne problemy Grecji	507
Stanisław Swadźba: System gospodarczy Polski i Republiki Czeskiej. Analiza porównawcza.....	517
Maciej Szczepankiewicz: Badanie potencjału innowacyjnego studentów	527
Maciej Szumlański: Wzrost kapitału ludzkiego w Unii Europejskiej	537
Sylwia Talar: Crowdsourcing jako efektywna forma współpracy.....	548
Jacek Tomkiewicz: Strefa euro wobec kryzysu finansowego	558
Magdalena Tusińska: Czy wzrost gospodarek krajów Unii Europejskiej jest inteligentny?	568
Monika Utzig: Zadłużenie gospodarstw domowych w monetarnych instytucjach finansowych.....	579
Monika Walicka: Podatkowe uwarunkowania konkurencyjności małych przedsiębiorstw	590
Grzegorz Wałęga: Społeczno-ekonomiczne determinanty zadłużenia gospodarstw domowych w Polsce.....	600
Grażyna Węgrzyn: Uwarunkowania ekonomiczne innowacji w sektorze usług.....	611
Anna Wildowicz-Giegiel: Uwarunkowania kreacji kapitału intelektualnego w polskich przedsiębiorstwach	622
Sylwia Wiśniewska: Budowa współpracy nauki z gospodarką wyzwaniem dla polityki innowacyjnej państwa	633
Renata Wojciechowska: Problem metody badawczej w ekonomii	643
Jarosław Wojciechowski: Wpływ zaburzenia preferencji czasowej na wysokość bezrobocia równowagi na przykładzie Polski	652
Alfreda Zachorowska, Agnieszka Tylec: Efektywność kosztowa aktywnych programów rynku pracy w województwie śląskim w latach 2005-2010 ...	663
Urszula Zagóra-Jonszta: Sektor bankowy w drugiej Rzeczypospolitej	674
Małgorzata Zielenkiewicz: Stopień regulacji publicznej a poziom życia	685
Mariusz Zieliński: Polityka fiskalna a kryzys gospodarczy w wybranych krajach Unii Europejskiej	695

Summaries

Kamil Augustyn, Kazimierz W. Krupa: Assessment of intellectual capital level in enterprises of Podkarpackie Voivodeship based on empirical research results.....	22
Jan Borowiec: Cyclical fluctuations and changes in real effective exchange rate in the euro zone	33
Katarzyna Czech: Evolution of the implementation of sustainable development in Poland	42
Karolina Drela: Job loss in the 21st century	54
Malgorzata Gajda-Kantorowska: Controversy over the methods of measurement of economic growth sustainability	64
Malgorzata Gasz: Performance management stabilizing European Union in an economic public finance crisis.....	76
Lukasz Goczek: Comparison of the effectiveness of fiscal and monetary policy in a panel vector autoregressive model.....	87
Alina Gorczyńska, Danuta Sz wajca: Economic downturns and repair restructuring of a company	97
Beata Guziejewska: Non-performing loans and dedicated reserves against the general state of banking sector in Poland in 2008-2010.....	109
Anna Horodecka: The influence of philosophical schools on the methodology of economics.....	119
Robert Huterski: Selected aspects of quasi-fiscal activities of the Federal Reserve System of the United States.....	128
Marcin Idzik: The use of a gradation model in the analysis of trust in banks and other financial institutions in Poland.....	138
Michał Jurek: Monetary concepts of D.H. Robertson and their use for the analysis of the quantity and income theory of money	147
Tomasz Kacprzak: Job security and employment security in Poland within the context of flexicurity.....	159
Marcin Kalinowski: The criticism of corporatism from the new political economy perspective	169
Dariusz Kielczewski: Conception of the economics of sustainable development	178
Ilona Kijek, Marta Pszczółkowska: A taxonomic view of the European Union states macroeconomic situation in 2001, 2005 and 2009	190
Aldona Klimkiewicz: Consequences of the increase of women's retirement age for the labour market.....	200
Ryszard Kowalski: Liberal welfare state and the most vulnerable social groups	209
Sylwester Kozak: The role of banks in the insurance products distribution in Poland between 2002 and 2010	221

Sylwester Kozak: Changes in the structure of loans to the nonfinancial sector in Poland in 2001-2010.....	232
Jakub Kraciuk: The influence of the world financial crisis of 2008 on the economy of Germany	242
Mirosław Krajewski: Human capital in the process of management of the company's value	252
Barbara Kryk: Chances and threats of employment for carriers of HIV in students' opinion.....	262
Iwa Kuchciak: Crowdsourcing in the creation of banking company value	271
Robert Kurek: Information asymmetry on the insurance market.....	282
Katarzyna Kuźniar-Żyłka: Media as a participant of information process in terms of the knowledge-based economy.....	292
Joanna Latuszek: Globalization and inequality between states	302
Renata Lisowska, Dorota Starzyńska: Innovation activity of Polish manufacturing enterprises based on the example of Łódź Voivodeship.....	313
Józef Łobocki: Financial sector and social capital	323
Łukasz Menart: Key areas for cluster manager's activities.....	335
Aneta Mikula: Level of poverty and material deprivation of children in the European Union countries	346
Michał Moszyński: Ideas of economic order in the process of economic transformation of the former GDR – expectations and reality	356
Arnold Pabian: Sustainable production in the economy of future, perspectives and barriers of development	366
Wiesław Pasewicz, Artur Wilczyński, Michał Świtłyk: Efficiency analysis of state higher vocational schools in 2004-2010	376
Iwona Pawlas: Socio-economic development of European Union economies in the light of taxonomic analysis.....	385
Renata Pęciak: Jean-Baptiste Say's actions for institutionalisation of economics.....	395
Elżbieta Pohulak-Żołędowska: Innovation in post-industrial era.....	406
Adriana Politaj: Effectiveness of centres of social integration in scope of counteraction of long-term unemployment	417
Magdalena Rękas: Family taxation as an instrument of family policies in selected EU countries	431
Wioleta Samitowska: Social economy towards labour market challenges.....	442
Anna Skórska: The changes on Polish labour market as a result of the economic and financial crisis	452
Grzegorz Sobiecki: The perfect currency	462
Małgorzata Solarz: Advantages and disadvantages of micro-loans as the tool of financial inclusion enhancing wealth growth.....	473
Robert Stanisławski: The needs of SMS sector (no-innovative enterprises) for the innovative development (in the lights of own research)	485

Bogusław Stankiewicz: Macroeconomic model of medical tourism in Poland – basic conditions of research.....	496
Dariusz Eligiusz Staszczak: Importance of the global financial-economic crisis for the world economic-political system changes	506
Feliks Marek Stawarczyk: Crisis on the example of Argentina and the economic problems in Greece	516
Stanisław Swadźba: Economic system of Poland and the Czech Republic. Comparative analysis.....	526
Maciej Szczepankiewicz: Research of student's innovative potential.....	536
Maciej Szumlański: Human capital growth in the European Union.....	547
Sylvia Talar: Crowdsourcing as an effective model of cooperation.....	557
Jacek Tomkiewicz: Euro-zone and the financial crisis	567
Magdalena Tusińska: Is economic growth of the European Union countries smart?.....	578
Monika Utzig: Liabilities of households in monetary financial institutions ...	589
Monika Walicka: Tax impact on competitiveness of small enterprises.....	599
Grzegorz Wałęga: Socio-economic determinants of household debt in Poland	610
Grażyna Węgrzyn: Economic determinants of innovation in the service sector	621
Anna Wildowicz-Giegiel: Conditions of intellectual capital creation in Polish enterprises	632
Sylvia Wiśniewska: Building cooperation between science and business as a challenge for innovation policy of state.....	642
Renata Wojciechowska: Problem of research method in economy.....	651
Jarosław Wojciechowski: Impact of time preferences disturbance on the level of balance unemployment, based on the example of Poland.....	662
Alfreda Zachorowska, Agnieszka Tylec: Cost efficiency of active labour market programmes in Silesian Voivodeship in 2005-2010	673
Urszula Zagóra-Jonszta: Banking sector in the Second Republic of Poland	684
Małgorzata Zielenkiewicz: The degree of public regulation and the standard of living.....	694
Mariusz Zieliński: Fiscal policy and economic crisis in selected European Union countries.....	704

Iwa Kuchciak

Uniwersytet Łódzki

CROWDSOURCING W KREOWANIU WARTOŚCI PRZEDSIĘBIORSTWA BANKOWEGO

Streszczenie: Wraz ze wzrostem znaczenia mediów społecznych zwiększyło się zainteresowanie banków sposobami wykorzystania zdolności twórczych i produkcyjnych użytkowników Internetu. Poza obecnością na portalach społecznościowych doceniona została koncepcja crowdsourcingu. Jest ona rozumiana jako działanie instytucji zmierzające do outsourcowania funkcji pełnionych wcześniej przez pracowników do bliżej niezdefiniowanej i zazwyczaj licznej grupy osób w formie otwartego zaproszenia. Celem niniejszego opracowania jest przedstawienie crowdsourcingu jako idei czerpania pomysłów ze społeczności na temat oczekiwań wobec już istniejących bądź będących w fazie koncepcyjnej produktów, która może zostać zaadaptowana przez sektor bankowy.

Słowa kluczowe: wartość przedsiębiorstwa, crowdsourcing, social media.

1. Wstęp

Koncepcja zarządzania wartością przedsiębiorstwa wpisała się w ostatnich latach w nurt dyskusji dotyczących podstawowego celu funkcjonowania organizacji. Stawiając za nadrzędny cel istnienia przedsiębiorstwa tworzenie wartości dla jego właścicieli, realizacja tej koncepcji sprzyja wzrostowi wydajności oraz zdobywaniu przewagi konkurencyjnej.

W sektorze bankowym jedną z dróg budowania wartości jest wprowadzanie i rozwijanie produktów innowacyjnych ograniczających liczbę osób zupełnie nieubankowionych lub ubankowionych marginalnie. Sposobem na podniesienie innowacyjności jest zarządzanie zasobami materialnymi umożliwiające wyposażenie przedsiębiorstwa w technologie informacyjne, poniesienie nakładów na badania i rozwój oraz pozyskanie specjalistycznej wiedzy. Wszystkie te determinanty można sprowadzić do umiejętności generowania nowych pomysłów, obserwacji i analizy zmieniających się tendencji rynkowych oraz preferencji konsumentów przez wykorzystywanie internetowych platform crowdsourcingowych bazujących na kreatywności społeczeństwa.

Celem opracowania jest usystematyzowanie koncepcji crowdsourcingu oraz wskazanie roli, jaką odgrywa w procesie opracowania oryginalnych produktów

i koncepcji oraz rozwiązywania problemów biznesowych wpływających na wzrost wartości organizacji. Zwrócona zostanie uwaga na możliwe zastosowania tej formy czerpania pomysłów oraz scharakteryzowane zostaną możliwości aplikacyjne w odniesieniu do sektora bankowego.

2. Powstanie i rozwój koncepcji crowdsourcingu

Początki crowdsourcingu według różnych źródeł datowane są na XVIII i XIX wiek. Jako pierwsze inicjatywy pozyskiwania pomysłów od społeczności wskazuje się np. zbieranie definicji do pierwszej edycji *The Oxford English Dictionary*, ogłoszenie przez rząd brytyjski w 1715 r. konkursu dotyczącego znalezienia rozwiązania co do nawigacji w żegludze morskiej¹ lub też inicjatywę *Great Peace March* z 1986 r.²

Pomimo tak odległych początków inicjatyw angażowania społeczności oficjalna definicja crowdsourcingu opublikowana została dopiero w 2006 r. na łamach magazynu „Wired”. Zgodnie z nią ujęto crowdsourcing jako nowy model biznesowy ułatwiający pozyskiwanie kreatywnych rozwiązań od osób indywidualnych za pośrednictwem sieci internetowej realizowany przez otwarte zapytanie³. Kluczowym aspektem crowdsourcingu jest fakt, iż jest to proces pozyskiwania i ewaluowania pomysłów pochodzących ze społeczeństwa, którego przewaga determinowana jest możliwością wypracowania lepszych wyników w ramach pracy grupowej⁴.

Następne definicje crowdsourcingu nawiązywały do innych cech charakterystycznych tego procesu. Traktowały one crowdsourcing jako proces organizacji badań, w ramach którego organizacje zlecają wykonanie pewnej części prac społeczności internetowej w zamian za wynagrodzenie⁵, lub jako nową metodę badawczą służącą rozwiązywaniu problemów w organizacjach bazujących na interakcjach między grupą naukowców i poszczególnymi jednostkami wchodzącymi w jej skład⁶.

Niektóre z opracowań definiują proces crowdsourcingu przez zakres realizowanych w jego ramach zadań obejmujący⁷:

¹ D. Sobel, *Longitude: The True Story of a Lone Genius Who Solved the Greatest Scientific Problem of His Time*, Walker&Company, 2005, s. 5-15.

² T. Atlee, *Co-intelligence, Collective Intelligence, and Conscious Evolution*, [w:] *Collective Intelligence: Creating a Prosperous World at Peace*, red. M. Tovey, VA: Earth Intelligence Network, Oakton 2008, s. 41.

³ S. Howe, *The rise of crowdsourcing*, „Wired” 2006, nr 14(6), s. 1-5.

⁴ J. Surowaniecki, *The Wisdom of Crowds: Why the Many Are Smarter than the Few and How Collective Wisdom Shapes Business, Economies, Societies and Nations*, Little Brown, New York 2004, s. 5-7.

⁵ P. Whitla, *Crowdsourcing and its application in marketing activities*, „Contemporary Management Research”, vol. 5, no 1, March 2009, s. 16.

⁶ G. Melin, *Pragmatism and self-organization. Research collaboration on the individual level*, „Research Policy” 2009, nr 29 (1), s. 33-38.

⁷ D.C. Brabham, *Crowdsourcing: A Model for Leveraging Online Communities* [w:] *The Routledge Handbook of Participatory Culture*, red. A. Delwiche, J. Henderson, 2012, dostęp: http://dbrabham.files.wordpress.com/2011/03/brabham_handbook_crowdsourcing.pdf, 06.03.2012 r., s. 6.

- odkrywanie i zarządzanie,
- wyszukiwanie za pomocą ogłoszenia,
- testowanie i ewaluowanie rozwiązań produkcyjnych,
- dystrybucję zadań do wykonania wśród użytkowników.

Kolejne podkreślają ciągłość realizowanych zadań, począwszy od kreowania, przez ewoluowanie i organizowanie⁸. Inne z kolei rozpatrują crowdsourcing z punktu widzenia natury procesu opierającej się na zintegrowanym lub wybiórczym podejściu do rozwiązywania problemów oraz typów zadań dzielących się na rutynowe, kompleksowe i kreatywne⁹.

Popularnym podejściem do crowdsourcingu jest jego podział na cztery bloki konstrukcyjne: co, kto, dlaczego i jak¹⁰. Rozpatrując z kolei perspektywę zaangażowania klientów w proces crowdsourcingu, można wskazać na zróżnicowanie pod względem poziomu ich zaangażowania w proces innowacji, poziomu współpracy między organizacją a klientami oraz pomiędzy jednostkami, a także poziomu swobody, jaką mają klienci przy realizacji zadań¹¹.

Tak różnorodne podejścia do koncepcji crowdsourcingu znalazły swoje odzwierciedlenie w wykorzystywanym nazewnictwie. W literaturze przedmiotu można znaleźć takie określenia na zaangażowanie społeczności internetowych w rozwiązywanie zleconego przez organizację zadania, jak otwarta innowacyjność (*open innovation*)¹², mądrość tłumów, zbiorowa inteligencja czy też masowa innowacyjność¹³.

Dynamiczny rozwój koncepcji crowdsourcingu związany był z powstaniem serwisów internetowych nazywanych Web 2.0, w których osoby korzystające z serwisu nie przeglądają sieci jedynie w sposób pasywny, ale mają możliwość generowania treści zamieszczanych w Internecie¹⁴. Do najbardziej znanych serwisów Web 2.0 zalicza się YouTube, MySpace, Blogger.com, Del.icio.us, Facebook, Flickr, GarageBand, Habbo-Hotel, LinkedIn, Spoke, Studylounge, Wikipedia and Xing. Dzięki

⁸ J.R. Corney, C. Torres-Sanchez, A.P. Jagadeesan, W.C. Regli, *Outsourcing labour to the cloud*, „International Journal of Innovation and Sustainable Development” 2009, nr 4 (4), s. 294-312.

⁹ E. Schenk, C. Guittard, *Towards a characterization of crowdsourcing practices*, „Journal of Innovation Economics” 2011, nr 7 (1), s. 93.

¹⁰ T.W. Malone, R. Laubacher, C.N. Dellarocas, *The collective intelligence genome*, „MIT Sloan Management Review”, Spring, 2010, nr 51 (3), s. 21-31.

¹¹ F.T. Piller, *Open Innovation with Customers: Crowdsourcing and Co-Creation at Threadless*, October 5, 2010, dostęp: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1688018>, s. 2-3.

¹² H. Chesbrough, *Open Innovation: A New Paradigm for Understanding Industrial Innovation*, [w:] *Open Innovation: Researching a New Paradigm*, red. H. Chesbrough, W. Vanhaverbeke, J. West, Oxford University Press, Oxford 2006, s. 10-11.

¹³ T.W. Malone, *What Is Collective Intelligence and What Will We Do about It?*, [w:] *Collective Intelligence: Creating a Prosperous World at Peace*, red. M. Tovey, VA: Earth Intelligence Network, Oakton 2008, s. 36-43.

¹⁴ Pojęcie Web 2.0 stworzył Tim O'Reilly w 2004 r. jako nazwę konferencji developerów. Obecnie termin Web 2.0 traktowany jest jako jedna z form komunikacji w Internecie. *Be a driver, not a passenger. Implications of Web 2.0 for financial institutions*, July 31, 2007, s. 2.

popularności tych serwisów Web 2.0 postrzegane jest jako nowe społeczne i biznesowe środowisko funkcjonowania organizacji¹⁵.

3. Obszary zastosowania crowdsourcingu

Crowdsourcing najczęściej postrzegany bywa przez przedsiębiorstwo jako narzędzie wykorzystywane w marketingu i promocji, w procesie poszukiwania innowacyjnych rozwiązań lub jako metoda badawcza¹⁶. Niektóre z organizacji decydują się na bezpośrednie zastosowanie koncepcji crowdsourcingu przez zamieszczenie zadania do wykonania na własnej stronie internetowej, podczas gdy inne korzystają w tym celu z obcych witryn internetowych lub z pomocy pośredników oferujących pomoc w uzyskaniu rozwiązania dzięki wykorzystaniu społeczności internetowej, jaką dysponują¹⁷. Najbardziej znanymi platformami pośredniczącymi są Amazon's 'Mechanical Turk (www.mturk.com), InnoCentive (www.innocentive.com), InnovationXchange (<http://www.ixc.com.au/default>), CrowdFlower (www.crowdfLOWER.com) oraz CloudCrowd (www.cloudcrowd.com), które zlecają pojedyncze zadania nazywane human intelligence tasks' (HIT's) członkom społeczności.

Powszechnie crowdsourcing wykorzystywany jest w promocji i marketingu. Wiele organizacji zleca opracowanie akcji marketingowych i reklam społecznościom internetowym. Należą do nich np. JetBlue, Sony, Chrysler. Słynnymi akcjami jest Chevy Tahoe organizowana przez Chevrolet Inc. oraz Crash the Super Bowl przez Doritos Inc.

Drugim obszarem zastosowania crowdsourcingu jest rozwijanie i ulepszanie istniejących produktów oraz rangowanie nowych pomysłów¹⁸. Takie działania podejmowane są chociażby przez B2B, iStockphoto, Lego, Apple, Starbucks, Dell, Asus oraz Google. Najbardziej znanymi przykładami takich inicjatyw są platforma Threadless.com, która umożliwia zamieszczanie projektów koszulek na stronie internetowej i głosowanie na prezentowane modele (www.threadless.com), a także platforma iStockphoto.com (www.istockphoto.com).

Traktowanie crowdsourcingu jako metody badawczej sprowadza się do jego wykorzystania w pozyskaniu odpowiedzi od znacznej liczby konsumentów w określo-

¹⁵ Szerzej: Y. Benkler, *The Wealth of Networks. How Social Production Transforms Markets and Freedom*, Yale University Press, 2006.

¹⁶ T. Bücheler, J.H. Sieg, R.M. Fuchslin, R. Pfeifer, *Crowdsourcing, Open Innovation and Collective Intelligence in the Scientific Method: A Research Agenda and Operational Framework*, [w:] *Artificial Life XII*, red. H. Fellermann, M. Dörr, M.M. Hanczyc, L. Ladegaard Laursen, S. Maurer, D. Merkle, P.A. Monnard, K. Stoy, S. Rasmussen, Proceedings of the Twelfth International Conference on the Synthesis and Simulation of Living Systems, MIT Press, Cambridge, Mass 2010, s. 679-686.

¹⁷ D. Tapscott, A. Williams, *Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything*, Portfolio, New York 2006, s. 97-98.

¹⁸ M. Leimeister, M. Huber, U. Bretschneider, H. Krcmar, *Leveraging crowdsourcing: activation-supporting components for IT-based ideas competition*, „Journal of Management Information Systems” 2009, nr 26 (1), s. 197-220.

nym czasie i przy ograniczonych nakładach finansowych. W większości przypadków sprowadza się do zamieszczenia różnorodnych form ankiet na stronie internetowej i zaofiarowania niewielkiej kwoty za wypełnienie kwestionariusza.

4. Możliwości aplikacyjne crowdsourcingu w sektorze bankowym

Globalny kryzys finansowy z 2008 r. zmienił warunki konkurowania w sektorze bankowym. Przywrócenie rentowności wymagało zwiększenia efektywności funkcjonowania przez poszukiwanie nowych źródeł przychodów i poprawę sprawności działania prowadzącą do ograniczenia kosztów. Zdecydowanie zwiększyła się rola innowacyjności jako źródła zróżnicowania i budowania przewagi konkurencyjnej. W ten trend bardzo dobrze wpisuje się koncepcja crowdsourcingu.

Szacuje się, iż w 2010 r. średnio 30% mieszkańców Europy korzystało z bankowości internetowej, a prognozy przewidują wzrost tej liczby do 2020 r. do 60%. Wynik ten jest zróżnicowany w zależności od części Europy; największy udział osób korzystających z bankowości elektronicznej odnotowany został w krajach skandynawskich (62-77%), na drugim miejscu znaleźli się mieszkańcy Niemiec, Francji i Wielkiej Brytanii, stanowiąc od 35 do 54%, na dalszym miejscu uplasowali się obywatele południowej i wschodniej Europy z wynikiem ok. 32%. Dla porównania wskaźnik ten dla Polski wyniósł jedynie 21%, podczas gdy dla USA 41%¹⁹.

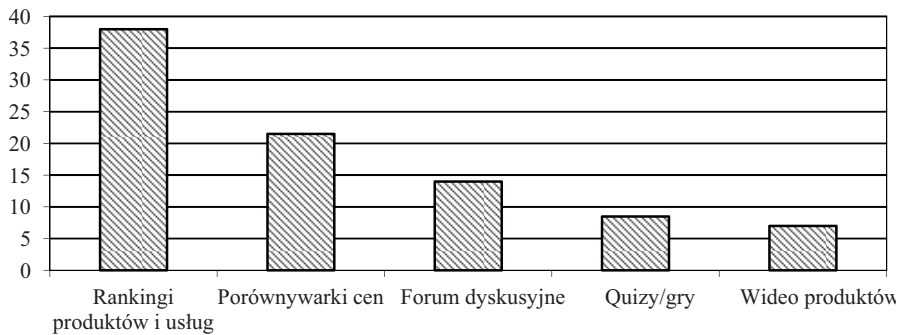
Zgodnie z innym opracowaniem Internet odgrywa najważniejszą rolę w poszukiwaniu tematów finansowych. Ponad 60% użytkowników Internetu odwiedza witryny internetowe, poszukując tematów finansowych²⁰. Zwykle korzystają bezpośrednio ze stron internetowych banków (30%), popularną formą wyszukiwania jest również serwis Google (20%), mniejszą popularnością cieszą się zaś strony z wiadomościami finansowymi (16%). Powinno to stanowić wskazówkę dla banków co do umiejscowienia najważniejszych informacji dla klientów banku, w tym platformy crowdsourcingowej.

Platformy crowdsourcingowe, które dedykowane są polskim klientom banków, wydają się bazować na tej wiedzy, gdyż istniejące serwisy zawsze nawiązują do nazwy banku. Pierwszą z platform był serwis społecznościowy BZ WBK SA o nazwie Bank Pomysłów (<http://bankpomyslow.bzwbk.pl/>). Jako kolejne pojawiały się platformy mBanku – Porozmawiajmy (<http://www.mbank.pl/porozmawiajmy/>) oraz Alior Sync (<https://www.sync.pl/>) będący zapowiedzią nowego banku internetowego. Do końca 2012 r. BRE Bank SA zapowiedział uruchomienie nowej platformy mBanku.

Można wskazać również na badania dotyczące zawartości platform internetowych banków. Sugerowane przez użytkowników treści wskazane zostały na rys. 1.

¹⁹ T. Meyer, *Online banking and research: The state of play in 2010*. Retrieved June 11, 2011, „Deutsche Bank Research”, November 2010, s. 1-2.

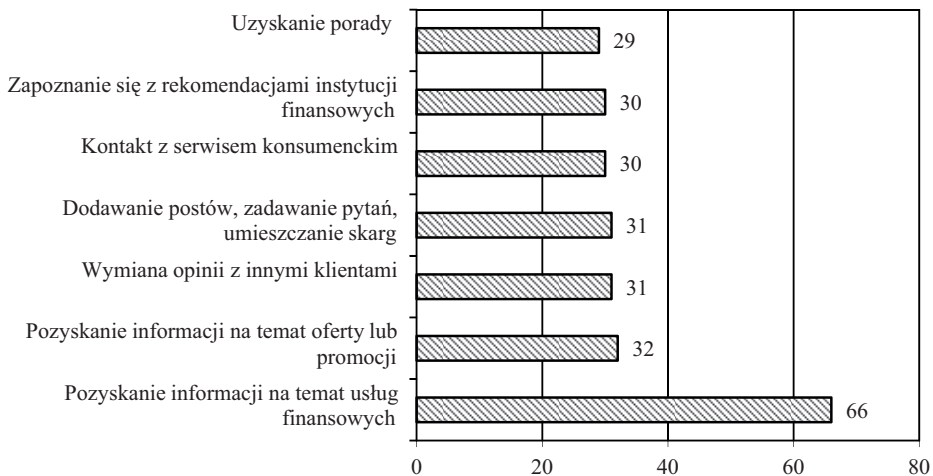
²⁰ Wartości te dotyczą mieszkańców Niemiec. *Majority of bank customers In Germany do research online. Findings of a clickstream analysis*, Deutsche Bank Research, October 14, 2010, s. 1.



Rys. 1. Oczekiwana przez użytkowników Internetu zawartość i funkcjonalność internetowych stron bankowych

Źródło: M. Sakal, P. Matkowić, P. Tumbas, *Web 2.0 Technologies in Internal and External Communications in the Banking Sector*, Club of Economics in Miskolc' TMP 2011, vol. 7, nr 2, s. 90.

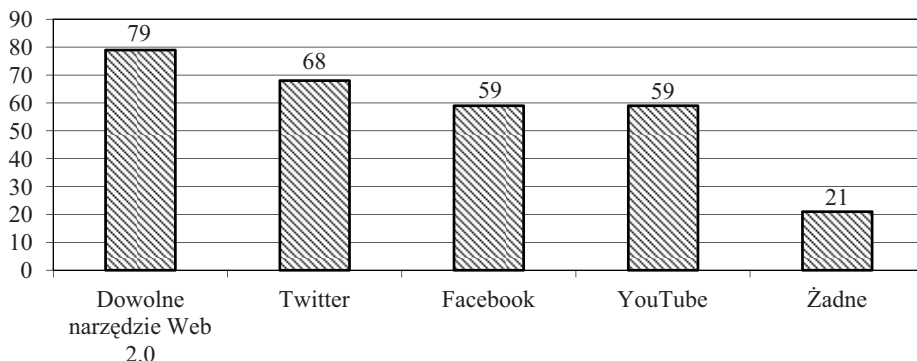
Oczekiwane przez użytkowników treści pokrywają się w większości z zawartością platform crowdsourcingowych dedykowanych polskim klientom banków. Część rozwiązań jest zaadaptowana na potrzeby crowdsourcingu. We wszystkich serwisach publikowane są rankingi pomysłów na nowe rozwiązania, a czasem także rankingi już istniejących produktów i usług. Bardzo często platformy wyposażone są w funkcję forum dyskusyjnego, poza tym zazwyczaj treści wzbogacane są prezentacjami nowości produktowych. Jest to zgodne z aktywnościami najczęściej podejmowanymi przez użytkowników Internetu, którzy zdecydowali się na internetowy kontakt z bankiem (rys. 2).



Rys. 2. Przyczyny nawiązania kontaktu internetowego z instytucją finansową

Źródło: *Financial Institutions and Social Media*, Fiserv Consumer Insights, November 2010, s. 6.

Biorąc pod uwagę oczekiwania użytkowników, platformy crowdsourcingowe poza publikowaniem zadań do wykonania i oferowaniem miejsca na zgłaszanie pomysłów co do ulepszenia lub wykreowania produktów bankowych powinny zawierać zróżnicowane treści. Ze względu na planowany wzrost liczby osób korzystających z bankowości internetowej oraz popularność tematyki finansowej instytucje finansowe doceniają coraz częściej portale społecznościowe jako wspomagające źródło budowania relacji z klientami. Odpowiednie zestawienie przedstawia rys. 3.



Rys. 3. Udział instytucji finansowych korzystających z różnych form Web 2.0 (w %)

Źródło: T. Meyer, *Online banking and research: The state of play in 2010*. Retrieved June 11, 2011, „Deutsche Bank Research”, November 2010, s. 4.

Instytucje finansowe chętnie korzystają z Web 2.0, uwzględniając problem prywatności oraz standardy regulacyjne, jakim podlegają. Szczególną popularnością cieszą się popularne serwisy społecznościowe, bez obecności w których bankom coraz trudniej jest dotrzeć do potencjalnych klientów.

5. Podsumowanie

Kluczową rolę w procesie poszukiwania innowacyjnych rozwiązań odgrywa wiedza. Podstawowym źródłem jej pozyskiwania powinny być informacje zdobyte w wyniku istnienia aktywnych i dynamicznych relacji z obecnymi lub potencjalnymi klientami.

Obserwowany rozwój społeczeństwa internetowego wspomaga proces wykorzystywania nowoczesnych narzędzi rozwojowo-badawczych w postaci platform internetowych w celu budowania przewagi konkurencyjnej i kreowania wartości organizacji. Rosnące zainteresowanie crowdsourcingiem i zwiększająca się liczba organizacji korzystających z tej formy pozyskiwania i ewaluowania pomysłów zainicjowały proces wdrażania idei we wszystkich sektorach gospodarki, w tym także w sektorze bankowym.

Banki dostrzegły możliwe korzyści, jakie płyną z korzystania z technologii Web 2.0. Wykorzystują ją w celu odróżnienia się od konkurentów, zdobycia jak największego rynku. Posługują się crowdsourcingiem jako narzędziem do gromadzenia cennych informacji pochodzących od obecnych oraz potencjalnych klientów, jak również do przewidywania ich zachowań. O popularności crowdsourcingu i świadomości konieczności korzystania z niego świadczą przewidywania, iż do końca 2012 r. aż 75% instytucji finansowych będzie korzystało z różnych aplikacji Web 2.0.

Literatura

- Atlee T., *Co-intelligence, Collective Intelligence, and Conscious Evolution*, [w:] *Collective Intelligence: Creating a Prosperous World at Peace*, red. M. Tovey, VA: Earth Intelligence Network, Oakton 2008.
- Be a driver, not a passenger. Implications of Web 2.0 for financial institutions*, July 31, 2007.
- Benkler Y., *The Wealth of Networks. How Social Production Transforms Markets and Freedom*, Yale University Press, 2006.
- Brabham D.C., *Crowdsourcing: A Model for Leveraging Online Communities* [w:] *The Routledge Handbook of Participatory Culture*, red. A. Delwiche & J. Henderson, 2012, dostęp: http://dbrabham.files.wordpress.com/2011/03/brabham_handbook_crowdsourcing.pdf, 06.03.2012 r.
- Bücheler T., Sieg J.H., Fuchslin R.M., Pfeifer R., *Crowdsourcing, Open Innovation and Collective Intelligence in the Scientific Method: A Research Agenda and Operational Framework*, [w:] *Artificial Life XII*, red. H. Fellermann, M. Dörr, M.M. Hanczyc, L. Ladegaard Laursen, S. Maurer, D. Merkle, P.-A. Monnard, K. Stoy, S. Rasmussen, Proceedings of the Twelfth International Conference on the Synthesis and Simulation of Living Systems, MIT Press, Cambridge, Mass 2010.
- Chesbrough H., *Open Innovation: A New Paradigm for Understanding Industrial Innovation*, [w:] *Open Innovation: Researching a New Paradigm*, red. H. Chesbrough, W. Vanhaverbeke, J. West, Oxford University Press, Oxford 2006.
- Corney J.R., Torres-Sanchez C., Jagadeesan A.P., Regli W.C., *Outsourcing labour to the cloud*, „International Journal of Innovation and Sustainable Development” 2009, nr 4 (4).
- Financial Institutions and Social Media*, Fiserv Consumer Insights, November 2010.
- Howe S., *The rise of crowdsourcing*, „Wired” 2006, nr 14(6).
- Leimeister M., Huber M., Bretschneider U., Krcmar H., *Leveraging crowdsourcing: activation-supporting components for IT-based ideas competition*, „Journal of Management Information Systems” 2009, nr 26 (1).
- Majority of bank customers in Germany do research online. Findings of a clickstream analysis*, Deutsche Bank Research, October 14, 2010.
- Malone T.W., *What Is Collective Intelligence and What Will We Do about It?*, [w:] *Collective Intelligence: Creating a Prosperous World at Peace*, red. M. Tovey, VA: Earth Intelligence Network, Oakton 2008.
- Malone T.W., Laubacher R., Dellarocas C.N., *The collective intelligence genome*, „MIT Sloan Management Review”, Spring, 2010, nr 51 (3).
- Melin G., *Pragmatism and self-organization. Research collaboration on the individual level*, „Research Policy” 2009, nr 29 (1).
- Meyer T., *Online banking and research: The state of play in 2010*. Retrieved June 11, 2011, „Deutsche Bank Research”, November 2010.
- Piller F.T., *Open Innovation with Customers: Crowdsourcing and Co-Creation at Threadless*, October 5, 2010, dostęp: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1688018>.

- Sakal M., Matkowić P., Tumbas P., *Web 2.0 Technologies in Internal and External Communications in the Banking Sector*, Club of Economics in Miskolc' TMP 2011, vol. 7, nr 2.
- Schenk E., Guittard C., *Towards a characterization of crowdsourcing practices*, „Journal of Innovation Economics” 2011, nr 7 (1).
- Sobel D., *Longitude: The True Story of a Lone Genius Who Solved the Greatest Scientific Problem of His Time*, Walker&Company, 2005.
- Surowaniecki J., *The Wisdom of Crowds: Why the Many Are Smarter than the Few and How Collective Wisdom Shapes Business, Economies, Societies and Nations*, Little Brown, New York 2004.
- Tapscott D., Williams A., *Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything*, Portfolio, New York 2006.
- Whitla P., *Crowdsourcing and its application in marketing activities*, „Contemporary Management Research” vol. 5, no 1, March 2009.

CROWDSOURCING IN THE CREATION OF BANKING COMPANY VALUE

Summary: Together with the increasing role of mass-media there is a growing interest of banks in how best to take advantage of the creative and productive capabilities of Internet users. Banks appreciate not only their presence on social media platforms but they also focus on using crowdsourcing. Crowdsourcing is the activity of a company or institution aimed at outsourcing the function once performed by employees to an undefined and generally large network of people in the form of an open call. The purpose of this paper is to present crowdsourcing as an effective tool of drawing upon ideas from the Internet community of their expectations of banking services and products that can be implemented in the banking sector.

Keywords: value of the company, crowdsourcing, social media.