

Spółeczna odpowiedzialność biznesu w sektorze bankowym a realizacja koncepcji odpowiedzialnego kredytowania

Katarzyna Waksmundzka

Stacjonarne Studium Doktoranckie
Kolegium Zarządzania i Finansów
Szkoła Główna Handlowa
k.waksmundzka@gmail.com

Summary

Corporate Social Responsibility in the Banking Sector and Responsible Lending Implementation

The aim of the article is to combine corporate social responsibility (CSR) in the banking sector with the idea of responsible lending. Because CSR concerns stakeholders and borrowers, it may seem obvious that implementation of the two ideas should be parallel. Yet banks, despite the implementation of CSR, do not

act with the idea of responsible lending. By ignoring responsible lending, sometimes banks do a disservice to their borrowers. Examples of banks operating in Poland provide empirical support for this thesis.

Key words: Corporate social responsibility, responsible lending, stakeholders, bank clients, society, risk, creditworthiness, bank credit, borrower

Wstęp

Kryzys finansowy, który rozpoczął się w 2007 r. od zapaści na rynku kredytów hipotecznych o wysokim ryzyku w Stanach Zjednoczonych, a którego symbolicznym momentem był upadek jednego z największych banków

na świecie Lehman Brothers, unaocznili, jak katastrofalny wpływ na funkcjonowanie gospodarki światowej mogą mieć zbyt duży apetyt na ryzyko w działalności instytucji finansowych, brak odpowiedzialności w udzielaniu kredytów oraz nieodpowiednia i zbyt mało restrykcyjna polityka nadzorców finansowych. Kryzys i jego skutki spowodowały, że jeszcze bardziej istotna stała się idea społecznej odpowiedzialności biznesu oraz koncepcja odpowiedzialnego kredytowania, które powinny być realizowane łącznie w działalności instytucji finansowych. Szczególnie istotne jest, aby banki i inne instytucje finansowe odpowiednio łączyły te dwie koncepcje. Należałoby zająć się tym problemem z wyjątkową troską, biorąc pod uwagę fakt, że zaufanie do instytucji finansowych zmniejsza się¹.

Celem niniejszego artykułu jest powiązanie koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu w sektorze bankowym z ideą odpowiedzialnego kredytowania. Można by sądzić, że realizacja tych dwóch koncepcji powinna mieć charakter równoległy, bo przecież społeczna odpowiedzialność biznesu dotyczy wszystkich grup interesariuszy banków – także kredytobiorców. W niniejszym artykule postawiono dwa pytania badawcze – po pierwsze, czy banki komercyjne działające na terenie Polski deklarują działalność zgodną z koncepcją biznesu społecznie odpowiedzialnego. Po drugie, czy te banki, które deklarują się jako społecznie odpowiedzialne, jednocześnie wywiązują się z realizacji idei odpowiedzialnego kredytowania.

Deklaracja koncepcji CSR w sektorze bankowym

Na początku rozważań warto przypomnieć, że społeczna odpowiedzialność biznesu (*CSR – Corporate Social Responsibility*) jest rozumiana jako koncepcja, zgodnie z którą w działalności gospodarczej oraz w kontaktach – relacjach z poszczególnymi grupami interesariuszy przedsiębiorstwa do-

¹ Na ten fakt wskazują badania przeprowadzone zarówno w Polsce jak i na świecie. Wg Diagnozy Społecznej 2011 instytucje finansowe zanotowały spadek zaufania w roku 2011 w porównaniu z latami 2009 i 2007. Największy spadek zaufania wśród instytucji finansowych odnotowały właśnie banki. Wg badania zaufania i wiarygodności przeprowadzanego przez firmę Edelman – Edelman Trust Barometer zaufanie do banków w USA i Wielkiej Brytanii spadło w ciągu 2 lat odpowiednio o 46% i 30%. Badanie zostało przeprowadzone na próbie 5.075 osób w wieku od 25 do 64 lat z dwudziestu trzech krajów na pięciu kontynentach, zob. <http://www.edelman.com/trust/2011/uploads/trust%20executive%20summary.pdf>

browolnie uwzględniają interesy społeczne oraz różne aspekty związane m.in. z ochroną środowiska (Jastrzębska 2007: 105). Grupy interesariuszy w przypadku banków stanowią zarówno interesariusze wewnętrzni (pracownicy, akcjonariusze), jak i zewnętrzni (klienci, dostawcy, społeczność lokalna).

Z kolei Forum Odpowiedzialnego Biznesu, organizacja, która propaguje ideę społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw w Polsce, definiuje odpowiedzialny biznes jako (Młotek 2008):

(1) strategię zarządzania, która pozwala minimalizować ryzyko i maksymalizować szansę na powodzenie firmy w długim okresie;

(2) umiejętność prowadzenia przedsiębiorstwa w taki sposób, aby zwiększyć jego pozytywny wkład w społeczeństwo, a jednocześnie minimalizować negatywne skutki jego działania;

(3) sposób, w jaki instytucja traktuje uczestników procesu rynkowego: klientów i partnerów biznesowych, pracowników, społeczność lokalną.

Wdrożenie reguł społecznej odpowiedzialności biznesu do polityki danej firmy odbywa się na zasadzie dobrowolności. Firmy nie są zobligowane żadnymi przepisami prawa, aby angażować się w działania społecznie użyteczne.

Prowadzenie biznesu społecznie odpowiedzialnego ma szczególnie istotne znaczenie w bankach. Istnieją przynajmniej dwie przesłanki, które mogą potwierdzić taką tezę. Po pierwsze, banki są postrzegane jako instytucje zaufania publicznego, przechowują środki klientów, udzielają kredytów, pełnią rolę pośredników finansowych – bardzo ważną w gospodarce. Z racji tego, że gospodarka to system naczyń połączonych, spadek zaufania do banków odbija się nie tylko na wynikach sektora bankowego, ale także osób fizycznych oraz przedsiębiorstw. Po drugie, dlatego że jak już zostało wspomniane wcześniej, po ostatnim kryzysie finansowym zaufanie do banków spadło, a bezsprzecznie powinny one się starać to zaufanie odbudować.

E. Gostomski wskazuje następujące działania podejmowane przez banki na rzecz interesariuszy właśnie w ramach koncepcji CSR (Gostomski 2009: 41):

- akcjonariusze – zarządzanie przedsiębiorstwem bankowym przez pryzmat wartości, co umożliwi wypłacanie odpowiedniej dywidendy i prowadzi do wzrostu kursów akcji w perspektywie długookresowej;

- klienci – oferowanie produktów finansowych po umiarkowanych cenach, ułatwiających osiągnięcie sukcesów w działalności biznesowej i przyczyniających się do poprawy jakości życia;
- pracownicy banku – oferowanie atrakcyjnych miejsc pracy i umożliwienie pracownikom podnoszenia kwalifikacji oraz wspieranie rozwoju ich osobowości;
- społeczeństwo – finansowanie przedsięwzięć ekologicznych i innowacji umożliwiających poprawę jakości życia i wspieranie projektów w zakresie kultury i oświaty oraz uczestnictwo w akcjach charytatywnych.

Zatem bankowcom w dzisiejszym świecie przychodzi się zmierzyć z dylematem równoważenia interesów różnych grup interesariuszy, bowiem respektowanie takiej formy odpowiedzialności może okazać się skuteczną bronią w walce konkurencyjnej w sektorze (Korenik 2009: 11). Banki muszą zatem zadbać nie tylko o dobre samopoczucie akcjonariuszy gwarantując im coraz wyższy zwrot na kapitale. Muszą zadbać również o swoich pracowników, oferując im godziwe wynagrodzenie oraz warunki pracy, które umożliwiają rozwój. Osoby zarządzające bankiem muszą myśleć także o klientach nie tylko i wyłącznie w kategoriach uzyskiwanego za ich przyczyną zysku, ale także w kategoriach świadczenia usług społecznie użytecznych.

Na potrzeby niniejszego artykułu została przeprowadzona analiza stron internetowych pod kątem odniesień do CSR oraz opublikowanych rocznych raportów CSR. Wzięto pod uwagę 66 banków komercyjnych (w tym 21 oddziałów instytucji kredytowych) prowadzących działalność operacyjną na terenie Polski² Wyniki analizy przedstawiono w tabeli 1.

Tabela 1. CSR na stronach internetowych banków („+” oznacza, że występuje na stronie internetowej odniesienie lub raport, „-” – nie występuje odniesienie lub raport, „*” – jest dostępny raport w języku angielskim ale jest to raport grupy kapitałowej, do której należy dany bank)

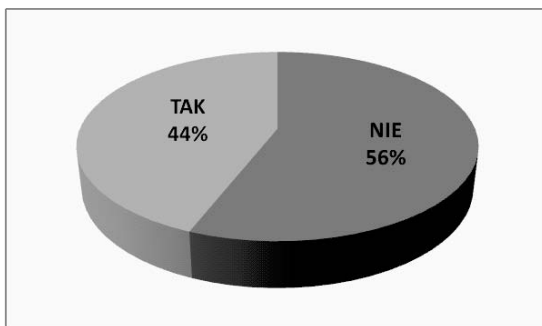
Lp.	Nazwa banku	Odniesienie do CSR	Raport CSR
1.	Alior Bank SA	+	-
2.	Bank BPH SA	+	+

² Analiza stron internetowych banków komercyjnych przeprowadzona w dniach 23–24 stycznia 2012 roku.

3. Bank Gospodarki Żywnościowej SA	+	-
4. Bank Handlowy w Warszawie SA	+	-
5. Bank Millennium SA	+	+
6. Bank Ochrony Środowiska SA	+	-
7. Bank of Tokyo-Mitsubishi UFJ Polska SA	-	-
8. Bank PEKAO SA	+	-
9. PEKAO Bank Hipoteczny SA	-	-
10. Bank Pocztowy SA	+	-
11. Bank Rozwoju Cukrownictwa SA	-	-
12. Bank Zachodni WBK SA	+	-
13. BNP Paribas Bank Polska SA	+	*
14. BPS SA	-	-
15. BRE Bank SA	+	+
16. BRE Bank Hipoteczny SA	-	-
17. Credit Agricole Bank Polska SA	-	-
18. Deutsche Bank SA	+	*
19. Deutsche Bank PBC SA	+	*
20. Dexia Komunikredit Bank Polska SA	-	-
21. DnB Nord Polska SA	+	-
22. DZ Bank Polska SA	-	-
23. Euro Bank SA	+	-
24. Fiat Bank Polska SA	-	-
25. FM Bank SA	-	-
26. Get Bank SA	-	-
27. Getin Noble Bank SA	+	-
28. HSBC Bank Polska SA	+	*
29. Idea Bank SA	-	-
30. ING Bank Śląski SA	+	-
31. Invest Bank SA	+	-
32. Kredyt Bank SA	+	-
33. Meritum Bank ICB SA	-	-
34. Nordea Bank Polska SA	-	-
35. PKO BP SA	+	-
36. Polbank EFG SA	-	-

37. Polski Bank Przedsiębiorczości SA	-	-
38. Rabobank Polska SA	+	*
39. Raiffeisen Bank Polska SA	-	-
40. RBS Bank Polska SA	+	-
41. RCI Renault Bank Polska SA	-	-
42. Santander Consumer Bank SA	+	-
43. SGB Bank SA	-	-
44. Toyota Bank Polska SA	-	-
45. Volkswagen Bank Polska SA	-	-
Nazwa oddziału instytucji kredytowej	Odniesienie do CSR	Raport CSR
46. Aareal Bank Aktiengesellschaft SA O. w Polsce	-	-
47. Banco Espirito Santo de Investimento SA O. w Polsce	brak strony www	-
48. BNP Securities Services SA O. w Polsce	brak strony www	-
49. Banif Plus SA O. w Polsce	-	-
50. Banque PSA Finance SA O. w Polsce	-	-
51. Caixa Bank SA O. w Polsce	+	*
52. Citibank Europe plc SA O. w Polsce	+	-
53. Credit Agricole Corporate and Investment Bank SA O. w Polsce	-	-
54. Credit Suisse S.A O. w Polsce	+	*
55. Danske Bank A/S SA O. w Polsce	+	*
56. Elavon Financial Services Limited Sp. z o.o. O. w Polsce	-	-
57. Ikano Bank GmbH Sp. z o.o. O. w Polsce	-	-
58. J.P. Morgan Europe Limited Sp. z o.o. O. w Polsce	Brak strony www	-
59. Jyske Bank A/S SA O. w Polsce	Brak strony www	-
60. Nordea Bank AB SA O. w Polsce	Brak strony www	-
61. Nykredit Realkredit A/S SA O. W polsce	-	-
62. Skandinaviska Enskilda Banken AB SA O. w Polsce	-	-
63. Societe Generale S.A O. w Polsce	+	-
64. Svenska Handelsbanken AB SA O. w Polsce	-	-
65. Sygma Banque Societe Anonyme S. A. O. w Polsce	-	-
66. UBS Limited Sp. z o.o. O. w Polsce	Brak strony www	-

Źródło: opracowanie własne.

Wykres 1. Udział banków, które odnoszą się na swoich stronach www do CSR

Źródło: opracowanie własne.

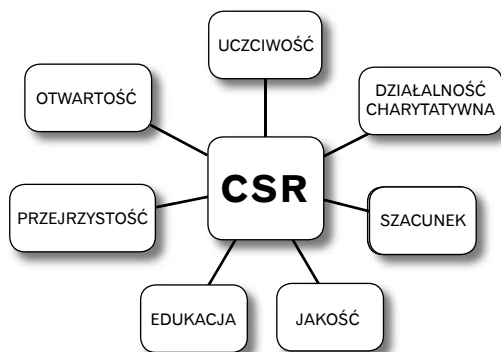
Z przeprowadzonej analizy wynika, że większość – 56 % przebadanych banków nie ma odnośników na swoich stronach internetowych do CSR – nie deklaruje działalności zgodnej z tą koncepcją (zob. wykres 1). Gdyby zastosować podział na banki komercyjne mające swoje siedziby na terenie Polski i oddziały instytucji kredytowych, porównanie to wypada niekorzystnie na rzecz oddziałów instytucji kredytowych. Na 21 oddziałów instytucji kredytowych tylko w przypadku 5 instytucji występują odniesienia do koncepcji CSR. W przypadku banków posiadających siedziby na terenie Polski w 21 przypadkach brak odniesień do CSR. 24 banki deklarują działalność zgodną z koncepcją społecznie odpowiedzialnego biznesu. Warto podkreślić, że wśród badanych jednostek tylko 3 banki: Bank BPH SA, Bank Millennium SA oraz BRE Bank SA publikują na swoich stronach internetowych własne roczne raporty CSR. Są również banki takie jak np. BNP PARIBAS SA, na stronach których znajdują się odnośniki do raportów CSR grupy kapitałowej najczęściej w języku angielskim.

Analiza ta pokazuje, że nie można uznać, iż prowadzenie biznesu społecznie odpowiedzialnego jest zjawiskiem powszechnym w środowisku bankowym. Aż 44% banków w ogóle nie deklaruje odniesienia się do tej koncepcji w swojej działalności.

Wśród banków, które deklarują się jako społecznie odpowiedzialne, można wyróżnić kilka wartości, które są wspólne dla wszystkich. Rysunek 1

przedstawia syntetyczny obraz tego, co banki postrzegają jako najważniejsze w realizacji CSR.

Rysunek 1. Determinanty społecznie odpowiedzialnego biznesu w bankach działających na terenie Polski.



Źródło: opracowanie własne.

Duży nacisk kładziony jest na wzajemną uczciwość w relacjach ze wszystkimi grupami interesariuszy. Banki deklarują, że kierują się w swojej działalności uczciwością wobec akcjonariuszy, klientów, pracowników i także oczekują uczciwości we wzajemnych relacjach. Uczciwość wobec klientów przejawia się głównie w zawieraniu z klientami rzetelnie przygotowanych umów. Wiele banków prowadzi także szeroko zakrojone akcje edukacyjne dotyczące funkcjonowania rynku finansowego czy produktów bankowych. Jako przykład może posłużyć portal „Domowe Finanse”³ prowadzony przez Bank BPH, prezentujący informacje i narzędzia, które pozwalają efektywnie zarządzać domowym budżetem. Bank realizuje także kampanię edukacyjną „Kobieta w świecie finansów”, której celem jest wspieranie kobiet w dążeniu do niezależności poprzez edukację finansową i promocję przedsiębiorczości. Z kolei jasność i otwartość ma dotyczyć zarówno relacji z akcjonariuszami, którzy powinni mieć możliwość uzyskania pełnej informacji odnośnie do zarządzania bankiem oraz relacji z pracownikami, którzy powinni wiedzieć, w jaki sposób zbudowana jest struktura organizacyjna banku, system wynagrodzeń, w tym premii oraz możliwości

³ „Budżet domowy”, www.domowefinanse.pl.

samorozwoju. Tutaj ważną rolę odgrywa także edukacja pracowników nie tylko w zakresie szkoleń branżowych, ale także np. zdrowego stylu życia.

Należy podkreślić także kwestię przejrzystości działania. Szczególnie ważna jest przejrzystość w kontekście relacji kredytowych. Wg W. Szpringera można mówić o dwóch rodzajach przejrzystości tychże relacji, które warunkują prawidłowe działanie rynku (Szpringer 2009: 59):

- przejrzystości konkurencyjnej, która umożliwia pożyczkobiorcy wybór produktu najlepszego oraz najtańszego,
- przejrzystości społecznej, która pozwala wnikać w potencjalne implikacje zadłużenia na sytuację konkretnego gospodarstwa domowego w przyszłości.

Banki zatem powinny na tyle przejrzystość przedstawiać swoją ofertę, aby klient był w stanie wybrać najlepszy i najtańszy dla niego produkt oraz zdał sobie sprawę z konsekwencji jakie wiążą się z zaciągnięciem kredytu.

Działania części banków skupiają się również na działalności charytatywnej – powstają fundacje zakładane przez banki, których celem jest działanie związane z minimalizacją skutków wykluczenia społecznego oraz wyrównywaniem szans osób zagrożonych wykluczeniem, banki promują także ideę wolontariatu wśród swoich pracowników.

Odpowiedzialne kredytowanie – co to znaczy i jakie ma znaczenie w dobie kryzysu światowych finansów?

Instytucje państwowe i te zajmujące się nadzorem nad działalnością finansową, a także same banki komercyjne zaczęły przywiązywać większą wagę do koncepcji odpowiedzialnego kredytowania po doświadczeniach trwającego kryzysu finansowego. Takie postępowanie jest oczywiście słuszne, aczkolwiek niewątpliwie rodzi się pytanie, czy nie jest o kilka bądź kilkanaście lat spóźnione.

Komisja Europejska w czerwcu 2009 roku opublikowała dokument *Public consultation on responsible lending and borrowing in the EU*, a w listopadzie tego samego roku *Summary of responses to the public consultation on responsible lending and borrowing in UE*. Wedle definicji zaczerpniętej z tych dokumentów odpowiedzialne kredytowanie oznacza, że produkty kredytowe oferowane przez banki są odpowiednio dopasowane do potrzeb klientów oraz do możliwości ich spłacenia przez klientów. Taki stan rzeczy może być

osiągnięty w sytuacji, gdy wszyscy kredytodawcy i pośrednicy finansowi działają uczciwie i profesjonalnie zarówno w okresie przed udzielaniem kredytu, w trakcie trwania umowy jak i po spłacie kredytu.

Wprowadzona wcześniej Dyrektywa Komisji Europejskiej o kredycie konsumenckim doprecyzowuje obowiązki informacyjne, którym musi zadośćuczynić bank, aby doszło do podpisania umowy kredytowej, co na pewno zabezpiecza interesy konsumentów. W Polsce w ramach wdrożenia niniejszej Dyrektywy uchwalono nowelizację Ustawy o kredycie konsumenckim z dnia 20 lipca 2001 roku⁴. Nowelizacja miała na celu zabezpieczenie konsumentów przed nadmiernym zadłużaniem się oraz wprowadziła możliwość korzystania przez zagraniczne banki i instytucje kredytowe z baz danych dotyczących historii kredytowej klientów takich jak Biuro Informacji Kredytowej działające na terenie Polski.

Wytyczne dotyczące odpowiedzialnego kredytowania zostały uwzględnione również w zasadach dobrych praktyk przedsiębiorstw zrzeszonych w Konferencji Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce z 2008 roku⁵. Dobre praktyki również odnoszą się do kwestii odpowiedzialnego kredytowania i pożyczania, odpowiedniej informacji udzielanej klientom przed udzieleniem kredytu czy pożyczki oraz niewprowadzania klientów w błąd, a także rzetelnego badania zdolności kredytowej kredytobiorcy przed udzieleniem kredytu. Instytucja finansowa powinna także dopilnować, aby klient zapoznał się ze wszystkimi warunkami umowy przed jej podpisaniem. Te rekomendacje dotyczą również banków.

Komisja Nadzoru Finansowego również wprowadziła regulacje mające na celu nie tylko zahamowanie zbyt dużego apetytu na ryzyko banków, ale również ochronę konsumentów. Te regulacje to Rekomendacja S dotycząca dobrych praktyk w zakresie zarządzania ekspozycjami kredytowymi finansującymi nieruchomości zabezpieczone hipotecznie z lat 2010–2011 oraz Rekomendacja T dotycząca dobrych praktyk w zakresie zarządzania ryzykiem detalicznych ekspozycji kredytowych z 2010 roku.

⁴ Ustawa o kredycie konsumenckim z dnia 20 lipca 2001 roku, DzU 2001 nr 100 poz. 1081.

⁵ Konferencja Przedsiębiorstw Finansowych – Związek Pracodawców powstała 27 października 1999 roku i obecnie skupia kilkadziesiąt kluczowych przedsiębiorstw z rynku Consumer Finance w Polsce (banki, doradcy i pośrednicy finansowi, przedsiębiorstwa pożyczkowe, przedsiębiorstwa zarządzania informacją gospodarczą i zarządzające wierzytelnościami oraz przedsiębiorstwa z branży ubezpieczeniowej).

Rekomendacja S, wprowadzona w 2010 roku, a znowelizowana w styczniu 2011 roku wprowadza zasady dobrych praktyk w zakresie tego, jak powinny się zachowywać banki w kontaktach z klientem, w jaki sposób powinny oceniać zdolność kredytową, aby nie naruszać zarówno interesów klientów, jak i własnych.

Rekomendacja T uchwalona przez KNF w lutym 2010, wprowadza następujące zasady:

- w strukturze banku powinny być rozdzielone funkcje związane ze sprzedażą kredytów i pozyskiwaniem klientów od tych związanych z analizą wniosków kredytowych, oceną ryzyka i podejmowaniem decyzji kredytowej,
- proces oceny ryzyka powinien obejmować nie tylko ocenę zdolności kredytowej klienta, ale także jego wiarygodności kredytowej rozumianej jako punktowe metody oceny ryzyka kredytowego,
- maksymalny poziom obciążeń wynikających z rat kredytowych nie powinien być wyższy niż 50% dochodów dla osób zarabiających średnią krajową i 65% dla osób zarabiających powyżej średniej,
- banki powinny korzystać z wewnętrznych i zewnętrznych baz danych przy ocenie zdolności i wiarygodności kredytowej klientów.

Wszystkie wspomniane powyżej uregulowania mają na celu podniesienie świadomości bankowców dotyczącej koncepcji odpowiedzialnego kredytowania. Bardzo ważne jest, aby zarządzający bankami mieli poczucie, jak bardzo istotne jest odpowiedzialne prowadzenie działalności finansowej, w tym odpowiedzialne kredytowanie.

Szpringer zwraca uwagę na bardzo ważną kwestię dotyczącą odpowiedzialnego kredytowania, a mianowicie, że udzielenie kredytu to w istocie aktywizacja działalności „na przedpolu” upadłości konsumenckiej, która powinna nie dopuszczać do nadmiernego zadłużenia konsumenta (2009: 79–80). Należy podkreślić jednak fakt, że odpowiedzialne udzielenie kredytu musi się wiązać z dobrą wolą i chęcią współpracy obu stron umowy. Według Szpringera nie można lokalizować odpowiedzialności za kredyt wyłącznie po stronie usługodawcy, należy na tyle przejrzysto działać, by w porę zapobiec nadmiernemu zadłużeniu oraz poprawnie ocenić zdolność kredytową klienta.

Z kolei Korenik podkreśla, że jednym z wymiarów odpowiedzialności banku jest też przejście przez bank częściowej odpowiedzialności za nie-

wypłacalność kredytobiorcy (2009: 97–98). Nie powinno być przecież tak, że wskutek nasilającego się apetytu na zysk bank udziela kredytów podmiotom, które z dużym prawdopodobieństwem nie będą mogły tych kredytów spłacić. Banki dysponują wyspecjalizowanymi metodami do badania zdolności kredytowej podmiotów oraz wewnętrznymi regulacjami dotyczącymi możliwego do zaakceptowania ryzyka kredytobiorcy. Mając to na uwadze, mogą przejąć przynajmniej część odpowiedzialności za niewypłacalność kredytobiorcy. Należy pamiętać jednak o tym, by nie pójść w tym przerzucaniu odpowiedzialności za daleko i nie winić tylko i wyłącznie banku, że niewłaściwie ocenił ryzyko i przyznał kredyt klientowi, który nie jest w stanie go spłacić. Z reguły znaczna część winy za niewypłacalność leży po stronie kredytobiorcy.

Również Anna Lewicka-Strzałecka zwraca uwagę na jeden z ważnych aspektów odpowiedzialności za kredyt w sferze marketingu i reklamy (2009: 8). Jest to ogólna odpowiedzialność banków i instytucji finansowych za kreowanie kultury życia na kredyt, który z jednej strony jest ludziom bardzo potrzebny, bo pozwala im realizować uzasadnione ekonomicznie potrzeby, z drugiej strony wzmaga pokusę zakupu dóbr, na które nie byłoby ich stać.

Reasumując, odpowiedzialne kredytowanie jest bardzo istotne, zarówno z punktu widzenia banków jako instytucji zaufania publicznego, które powinny przestrzegać wszelkich norm etycznych i prawnych, całej gospodarki – po to by podatnicy nie musieli ponosić kosztów niewypłacalności banków, jak i poszczególnych kredytobiorców, by otrzymywali produkty dopasowane do swoich możliwości finansowych.

CSR a odpowiedzialne kredytowanie – przykłady banków działających na terenie Polski

Z przeprowadzonych wyżej rozważań wynika, że prowadzenie przez banki biznesu społecznie odpowiedzialnego powinno iść w parze z realizacją koncepcji odpowiedzialnego kredytowania. Przecież CSR to działanie zgodne z interesem wszystkich interesariuszy banku, czyli także klientów.

Niestety przytoczone poniżej przykłady ujawniają, że nie zawsze w praktyce bankowej biznes społecznie odpowiedzialny idzie w parze z odpowiedzialnością w zakresie udzielania kredytów.

W 2008 roku Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów przeprowadził badanie dotyczące zapisów stosowanych przez banki w umowach dotyczących kredytów hipotecznych⁶. Skontrolowanych zostało 18 banków i ponad 300 wzorów umów. Stwierdzono, że banki przyznawały sobie z reguły w umowach zbyt szeroki zakres uprawnień, ujawniono nieprecyzyjne przesłanki dotyczące opłat związanych z obsługą kredytu czy też nakładanie zbyt szerokiego zakresu obowiązków na konsumentów.

W grudniu 2010 roku Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznał, że 6 klauzul znajdujących się w umowach kredytowych Banku Millennium SA to klauzule niedozwolone⁷. Bank odwołał się do Sądu Apelacyjnego, ale w październiku tego roku Sąd Apelacyjny podtrzymał decyzję sądu pierwszej instancji. Klauzule te dotyczą m.in. swobodnego kształtowania przez Bank wysokości kursu walutowego, niekoniecznie w oparciu o obiektywne kryteria. Ponadto nieprecyzyjnie określona jest sytuacja, w której bank może zażądać ustanowienia dodatkowego zabezpieczenia kredytu i zlecenia badania stanu prawnego oraz określenia wartości rynkowej nieruchomości stanowiącej przedmiot zabezpieczenia na koszt konsumenta. Takie postępowanie Banku Millennium SA wydaje się co najmniej dziwne w kontekście Raportu „Odpowiedzialny biznes 2010” opublikowanego na stronie internetowej Banku⁸, w którym to jest napisane, że „rozumienie potrzeb klientów i utrzymanie wzajemnego zaufania były celami dialogu, który Bank prowadził ze swoimi partnerami na wszystkich etapach współpracy”. Autorzy Raportu piszą również o wartościach, którymi Bank kieruje się w swoim działaniu takich jak: wzajemne zaufanie, etyka i odpowiedzialność oraz szacunek dla interesariuszy. Bank szczyci się tym, że zachowuje partnerskie relacje z klientami, ale czy partnerska relacja polega na tym, że jeden z partnerów wykorzystuje swoją przewagę, postępuje nieetycznie i narusza interesy swoich klientów?

Innym przykładem może być sprawa Eurobanku SA, który w sierpniu 2011 roku został ukarany przez UOKiK za brak precyzyjnych procedur w przypadku postępowania z klientami nieterminowo spłacającymi kre-

⁶ Kredyty hipoteczne – raporty UOKiK, 2008, http://www.uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=421.

⁷ Wygrana UOKiK w Sądzie Apelacyjnym – Bank Millennium, 2011, http://www.uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=3020.

⁸ <http://www.bankmillennium.pl/pl/o-banku/csr/Publikacje/>.

dyt. W umowie kredytu był zapis o tym, że bank może wysłać do klienta płatne wezwania do zapłaty za podejmowanie działań windykacyjnych na koszt klienta, bez jasnego wskazania jak często można je stosować⁹. Co ciekawe, w październiku 2011 roku Eurobank został ukarany przez prezesa UOKiK za wywoływanie lęku, presji psychicznej i wprowadzanie w błąd podczas procedury windykacyjnej prowadzonej przez Bank wobec klientów, którzy nie spłacali w terminie swoich zobowiązań¹⁰. Jednocześnie Eurobank od lat jest zaangażowany społecznie w propagowanie młodej przedsiębiorczości i innowacji biznesu, zdobywał w tym zakresie nagrody Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Bank prowadzi programy edukacyjne dla klientów dotyczące zwiększenia świadomości społeczeństwa na temat usług finansowych.

W listopadzie 2011 roku UOKiK wydał decyzję w sprawie Getin Noble Banku SA, który stosował obligatoryjne postanowienia umowy o kredyt konsumencki na zakup samochodu odnoszące się do zasad i terminów spłaty kredytu w załączniku do umowy, co jest zabronione, ponieważ takie informacje powinny się znaleźć w treści umowy¹¹. Jednocześnie bank realizuje politykę CSR poprzez zaangażowanie w działalność charytatywną, wspierając UNICEF oraz SOS Wioski Dziecięce.

Kolejny przykład działalności niezgodnej z przepisami – Santander Consumer Bank SA działał niezgodnie z Ustawą o kredycie konsumenckim. Bank stosował praktykę polegającą na ustaleniu łącznej kwoty wszystkich opłat, prowizji i kosztów związanych z zawarciem umowy pożyczki w wysokości przekraczającej 5% kwoty udzielonej pożyczki¹². Równolegle zarówno Santander Consumer Bank SA, jak i cała grupa Santander angażują się w działania CSR. Santander Consumer Bank wspiera dzieci z domów dziecka, a cała grupa Santander Bank wydała łącznie 126 mln euro na działania CSR. Santander podkreśla, że jego celem jest budowanie długofalowych i głębokich relacji z klientami, które mają przynieść korzyści obu stronom. W tym zakresie polityka Banku wydaje się być niespójna.

⁹ Eurobank – decyzja UOKiK, 2011, http://www.uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=2853.

¹⁰ Eurobank złamał prawo – windykacja, 2011, http://www.uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=2972.

¹¹ Decyzja nr RŁO38/2011 Prezesa UOKiK, http://www.uokik.gov.pl/decyzje_prezesa_uokik3.php.

¹² Bank, windykator, gminy – praktyki niezgodne z prawem, 2011, http://www.uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=2619&news_page=21.

Wspomniany już wcześniej Bank BPH SA stosował z kolei praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, polegające na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji poprzez brak zamieszczenia w umowie kredytu konsumenckiego informacji o warunkach zmiany rocznej stopy oprocentowania zadłużenia przeterminowanego, kosztach ponoszonych przez konsumenta w związku z niewykonaniem przez niego zobowiązań wynikających z umowy, w tym kosztach upomnień lub wezwań do zapłaty oraz kosztach postępowania sądowego i egzekucyjnego – co stanowi naruszenie Ustawy o kredycie konsumenckim¹³. Jednocześnie wcześniej został przytoczony przykład działań edukacyjnych, które prowadzi Bank BPH. Tym samym Bank na swojej stronie internetowej deklaruje, że „w swojej działalności kieruje się przepisami prawa, zasadami etyki i dobrymi zwyczajami kupieckimi oraz Zasadami Dobrej Praktyki Bankowej”¹⁴.

Jako uzupełnienie do podanych przykładów można dodać, że banki nie dbają wystarczająco o to, aby aktualizować na bieżąco dane dotyczące kredytów w Biurze Informacji Kredytowej. Często dzieje się tak, że klient w oddziale banku, w którym próbuje zaciągnąć kredyt, dowiaduje się, że w raporcie z BIK widnieje informacja jakoby posiadał zobowiązania, które w rzeczywistości dawno już spłacił. A to znacznie utrudnia potencjalnym kredytobiorcom ewentualne zaciąganie kolejnych zobowiązań w sektorze bankowym.

Biorąc pod uwagę podane przykłady, można stwierdzić, że absolutnie nie do udowodnienia jest teza, że banki deklarujące prowadzenie biznesu społecznie odpowiedzialnego dbają również o to, aby działać zgodnie z ideą odpowiedzialnego kredytowania. Niektóre postępują wręcz nieetycznie, mówiąc o wartościach, które im przyświecają, a potem łamiąc te wartości w kontaktach i relacjach z klientami.

Zakończenie

Zarówno społeczna odpowiedzialność biznesu, jak i odpowiedzialne kredytowanie to idee, które powinny być realizowane przez banki równolegle.

¹³ Decyzja Nr RKR – 9/2010 Prezesa UOKiK, http://www.uokik.gov.pl/decyzje_prezesa_uokik3.php.

¹⁴ http://www.bph.pl/pl/o_banku/etyka_biznesu.

Z powyższych rozważań wynika, że, po pierwsze, nie wszystkie banki prowadzą biznes społecznie odpowiedzialny. Po drugie, nie zawsze prowadzenie odpowiedzialnego biznesu łączy się z odpowiedzialnością banków na wszystkich polach ich działalności. Nadal występuje problem z implementacją odpowiedzialności za udzielane kredyty, która jest silnie powiązana z odpowiedzialnością etyczną banku oraz odpowiedzialnością za klienta.

Reasumując, banki powinny dążyć do równoległego realizowania tych dwóch koncepcji, bo tylko zgodna i jednolita strategia w tym zakresie będzie w przyszłości prowadzić do uzyskania przewagi konkurencyjnej na rynku oraz realizacji koncepcji CSR w pełnym zakresie.

LITERATURA

Diagnoza Społeczna 2011. Rada Monitoringu Społecznego: Warszawa.

Gostomski E. 2009. *Społeczna odpowiedzialność banków w dobie kryzysu finansowego*, w: M. Bąk, P. Kulawczuk (red.), *Społeczna odpowiedzialność instytucji finansowych*. IBnDiPP: Warszawa.

Jastrzębska E.M. 2007. *Wybrane inicjatywy w ramach koncepcji społecznie odpowiedzialnego biznesu*, w: P. Jeżowski (red.), *Ekonomiczne problemy ochrony środowiska i rozwoju zrównoważonego w XXI wieku*. Szkoła Główna Handlowa w Warszawie: Warszawa.

Korenik D. 2009. *Odpowiedzialność banku komercyjnego – próba syntezy*. Difin: Warszawa.

Lewicka-Strzałecka A. 2009. *Etyczne aspekty marketingu i reklamy kredytu konsumenckiego*, w: M. Bąk, P. Kulawczuk (red.), *Społeczna odpowiedzialność instytucji finansowych*. IBnDiPP: Warszawa.

Mtotek M. 2008. *Społeczna odpowiedzialność banków*, www.info-pr.pl.

Odpowiedzialny biznes 2010, raport CSR w Banku Millennium.

Public consultation on responsible lending and borrowing in the EU. 2009. Komisja Europejska: Bruksela.

Rekomendacja S dotycząca dobrych praktyk w zakresie zarządzania ekspozycjami kredytowymi finansującymi nieruchomości zabezpieczone hipotecznie, Uchwała nr 18/2011 Komisji Nadzoru Finansowego z dnia 25 stycznia 2011 r., DzUrz 2011 nr 3 poz. 6. Warszawa.

Rekomendacja T dotycząca dobrych praktyk w zakresie zarządzania ryzykiem detalicznych ekspozycji kredytowych 2010, Uchwała nr 52/2010 Komisji Nadzoru Finansowego z dnia 23 lutego 2010 r., DzUrz 2010 nr 2, poz. 12. Warszawa.

Summary of responses to the public consultation on responsible lending and borrowing in UE. 2009. Komisja Europejska: Bruksela.

Szpringer W. 2009. *Społeczna odpowiedzialność banków. Między ochroną konsumenta a ostrożną socjalną*. Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o: Warszawa.

Ustawa o kredycie konsumenckim z dnia 20 lipca 2001 roku, DzU 2001 nr 100 poz. 1081.

Zasady dobrych praktyk przedsiębiorstw zrzeszonych w Konferencji Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce. 2008. Warszawa.