

ETYCZNY DORADCA, CZYLI JAKI?

Marika Świeszczak*, Krzysztof Świeszczak**

Streszczenie:

Problem etyki jest szczególnie istotny dla banków – na zasadach moralnych opierają swoje działanie, relacje z klientami, a także inne obszary funkcjonowania, jak choćby politykę wypłat dywidend, misję instytucji, obowiązki pracowników itp. Powstaje zatem pytanie, czy banki mogą sobie pozwolić na odstępianie od tych reguł dla uzyskania korzyści (choćby jednorazowych)? Doradca, jako pierwsze ogniwo, jest szczególnie istotny w kontekście budowania polityki etycznej i wdrażania wartości etycznych. Sposób postrzegania pracowników wpływa na wizerunek banku i jego reputację, dlatego też tak niezbędne jest, aby konsumenci odbierali ich jako działających zgodnie z zasadami etyki.

Celem artykułu jest prezentacja pracy doradcy bankowego z perspektywy zasad etycznych, a także przedstawienie wyników badania pilotażowego dotyczącego rozumienia pojęcia etyczny i doradca etyczny oraz skojarzeń z terminem bank.

Słowa kluczowe: banki, etyka, doradca.

JEL Class: G21, M14.

WPROWADZENIE

Współczesna gospodarka charakteryzuje się dużą niepewnością, podwyższonym ryzykiem i kryzysem zaufania do instytucji finansowych. Dla banków są to czasy trudne, w których każdy klient decyduje o przetrwaniu. Konieczne jest

* Dr, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Uniwersytet Łódzki.

** Dr, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Uniwersytet Łódzki.

jednak postawienie sobie pytania: gdzie leży granica pomiędzy efektywnością a etyką? Wydarzenia ostatnich lat pokazują, że nie każdy podmiot działa w najlepszym interesie klienta, a część z nich niemoralnie wykorzystuje zaufanie społeczeństwa.

Problem etyki jest szczególnie istotny dla banków – na zasadach moralnych opierają swoje działanie, relacje z klientami, a także inne obszary funkcjonowania, jak choćby politykę wypłat dywidend, misję instytucji, obowiązki pracowników itp. Powstaje zatem pytanie, czy banki mogą sobie pozwolić na odstępianie od tych reguł dla uzyskania korzyści (choćby jednorazowych)?

Rozważania te są szczególnie istotne, gdyż rzutują na to, jak banki są odbierane przez konsumentów i inne podmioty. Doradca, jako pierwsze ogniwo, jest szczególnie istotny w kontekście budowania polityki etycznej i wdrażania wartości etycznych. Sposób postrzegania pracowników wpływa na wizerunek banku i jego reputację, dlatego też tak niezbędne jest, aby konsumenci odbierali ich jako działających zgodnie z zasadami etyki.

Działalność gospodarcza jest nierozzerwalnie związana z pojawianiem się dylematów etycznych, jednakże wraz z rozwojem rynków finansowych i ich globalizacją można mówić o intensyfikacji ich występowania. Bardzo często trudno jest odróżnić sytuację etyczną od nieetycznej, w tym wypadku to właśnie osoba doradcy bankowego ma być tym podmiotem, który postąpi w sposób jednoznacznie etyczny.

Celem artykułu jest prezentacja pracy doradcy bankowego z perspektywy zasad etycznych, a także przedstawienie wyników badania pilotażowego dotyczącego rozumienia pojęcia etyczny i doradca etyczny oraz skojarzeń z terminem bank.

1. ETYKA W BANKOWOŚCI

Etykę biznesu można definiować jako „rozważania nad sposobami i kierunkami działania w ramach życia gospodarczego, które dadzą lub nie obronić się z moralnego punktu widzenia” [Nowak 2006: 3–5]. Innymi słowy są to zasady, zgodnie z którymi powinna być prowadzona działalność gospodarcza, aby zapobiegać oszustwom, szkodnictwu i zaniedbaniom. Także w kontekście bankowości etyka polega na zastosowaniu pewnych bardzo ogólnych reguł etycznych do określonych i niejednokrotnie niepowtarzalnych sytuacji i konfliktów [Solomon 2009: 401–402].

Inna definicja traktuje etykę jako „filozoficzne studium moralnej wartości ludzkiego postępowania i zasad, które nim rządzą” [Grimshaw 2001: 43], zaś postawy etyczne jako „powszechnie przyjęte i akceptowalne standardy postępowania przedstawicieli wybranych zawodów oraz podmiotów gospodarczych” [Wheelen i Hunger 2002: 43]. Bardzo ogólna definicja etyki uwzględnia pry-

zmat „możliwości identyfikacji dobra i zła” [Rezaee 2007: 440] oraz „prowadzonej działalności i problemów z nią związanych” [Sims 2003: 13]. W literaturze można spotkać także stanowisko, zgodnie z którym „etyka stanowi całokształt zasad i kodeksów postępowania przedsiębiorców” [Gopalsamy 2006: 107]. Ogromne znaczenie odgrywa w tym podejściu specyfika relacji pomiędzy podmiotami gospodarczymi oraz ich interesariuszami, którzy oczekują, iż współpraca będzie kreowana w oparciu o normy i wartości etyczne [Ricardo 2011: 386].

Etyka w bankowości koncentruje się wokół trzech obszarów [Gasparski (red.) 2004: 23–24; Szpringer 2005: 119]:

- zasad etycznych transakcji dokonywanych na rynkach finansowych,
- reguł budowania relacji z klientami,
- dylematów osobistych osób zaangażowanych w dwa poprzednie obszary.

Rozważania nad etyką wpisują się w nurt społecznej odpowiedzialności biznesu. Odpowiedzialność należy rozumieć jako uznanie i przyjęcie zobowiązań za skutki strategii, decyzji, działań, produktów i związanej z nimi aktywności, a także transparentność w tym obszarze. Generalnie za podmiot odpowiedzialny uważa się taki, który [Marcinkowska 2013: 28]:

- włącza interesariuszy w swoją działalność,
- identyfikuje kwestie kluczowe dla przedsiębiorstwa,
- identyfikuje kwestie kluczowe dla interesariuszy,
- odpowiada na problemy różnych grup interesów, jeśli wpływają na jego wyniki finansowe.

Co istotne, same obowiązki mogą w poszczególnych podmiotach wyglądać nieco odmiennie, ponadto mogą być inne dla każdej z grup interesów. Pomimo tych różnic w literaturze wyróżniono cztery podstawowe rodzaje odpowiedzialności banku [Caroll 1979: 497–505; Caroll 1991: 39–48; Decker i Sale 2009: 135–156]:

- odpowiedzialność ekonomiczną – uznawaną za najistotniejszy obowiązek banku, związaną z takim prowadzeniem działalności (sprzedaży produktów i usług finansowych), które zapewniłoby mu realizację określonych celów ekonomicznych (zaspokojenie potrzeb klientów i generowanie zysku),
- odpowiedzialność prawną – wynikającą z założenia o działaniu podmiotu zgodnie z zasadami prawa,
- odpowiedzialność etyczną – dotyczącą tego, że samo wypełnianie przepisów prawa jest niewystarczające, stąd też obowiązki wobec banku dotyczą także norm i wartości etycznych, panujących w danym społeczeństwie,
- odpowiedzialność dyskrecjonalną (wolicjonalną) – są to obowiązki narzucane sobie przez bank jako pewna wartość dodana do standardowych obowiązków, mająca tworzyć obraz podmiotu społecznie odpowiedzialnego.

Pojawia się zatem pytanie, gdzie w działalności banków jest miejsce na działalność etyczną. Współcześnie zaistniała potrzeba zmian reguł dotycząca-

sowej gry – instytucje finansowe przestają konkurować cenami produktów bankowych, najnowsze strategie opierają się na jakości, a dokładniej na etycznych zasadach – uczciwości, rzetelności, profesjonalizmie, sumienności i prawości [Strzelecki 2005: 24–25]. Etyka jest obszarem szczególnie ważnym w bankowości, gdyż są one postrzegane jako instytucje zaufania publicznego, a więc te cechy mają dla nich pierwszorzędne znaczenie. W literaturze określono zasady etyczne w bankowości [Bożović 2007: 176]:

- zasadę wzajemnego zaufania – opiera się na zaufaniu w relacjach doradca – klient, będącym podstawą transakcji zawieranych osobiście, za pośrednictwem telefonu, Internetu itd., ale również przy wykonywaniu innych czynności,

- zasadę obopólnych korzyści – dotyczy poczucia uzyskania korzyści z transakcji przez oboje partnerów (żadna ze stron nie może czuć się pokrzywdzona czy oszukana),

- zasadę dobrych intencji – zakłada ona, że u podłoża każdej transakcji leży etyka i moralność,

- zasadę kompromisu i tolerancji w biznesie – dotyczy osiągnięcia porozumienia w negocjacjach oraz szanowania sprzecznych interesów uczestników poszczególnych transakcji lub relacji,

- zasadę etycznego doskonalenia zachowań przedsiębiorstw – opiera się na gotowości do akceptacji popełnionych wcześniej błędów oraz dążeniu do poprawy swoich zachowań,

- zasadę demonopolizacji własnej pozycji na rynku – dotyczy ustanowienia równych zasad dla wszystkich podmiotów oraz poszanowania uczciwej konkurencji rynkowej.

Zasadę sprzeczności pomiędzy własnymi korzyściami – opiera się na przedkładaniu korzyści wspólnych nad korzyści indywidualne.

2. WARTOŚCI ETYCZNE W PRACY DORADCY BANKOWEGO

U podstaw działalności banków znajduje się szacunek oraz tolerancja [*Earning public trust...*, 2006: 3], niezbędne przy zawieraniu transakcji, a zwłaszcza kształtowaniu relacji interpersonalnych. Generalnie powinny być one budowane w oparciu o wzajemne poszanowanie, godność oraz przeciwdziałanie dyskryminacji [Icke i in. 2011: 296]. Obowiązkiem banków jest poszanowanie interesariuszy, gdyż to właśnie ono wpływa na ich wizerunek i zaufanie.

Doradcy bankowi powinni wypełniać swoje obowiązki zgodnie z zasadami uczciwości [*Wells Fargo Team...*, 2012: 3], innymi słowy działać w taki sposób, żeby ich czyny były jasne, czytelne oraz transparentne w opinii interesariuszy [*Code of Ethics...*, 2011: 6]. Uczciwość jest także tą wartością, która powinna charakteryzować cały proces współpracy instytucji finansowych z innymi pod-

miotami. Z tą wartością związana jest także inna – odpowiedzialność pracowników za ich decyzje. Oznacza to, że każdy pracownik ponosi konsekwencji swych czynów, a zatem w sytuacji dylematów etycznych ważne jest, aby doradcy kierowali się zasadami etycznymi, a nie interesem własnym czy klienta, jeśli jest to niezgodne z etyką biznesu [*There is...*, 2012: 3, dostęp: 07.02.2016].

Kolejną wartością niezbędną w pracy doradcy bankowego jest wiarygodność [*Code of ethics*, 2009: 8], ze względu na fakt, że banki muszą przekazywać czytelne i jasne komunikaty oraz informacje dla klientów, bez względu na to, czego one dotyczą. Co istotne, relacje ze wszystkimi interesariuszami muszą się opierać na zaufaniu i szacunku, w związku z czym kluczową wartością mają być rzetelność i kompetencje pracowników [Icke i in. 2011: 296].

W pracy bankowców niezwykle istotne jest unikanie sytuacji mających znamiona konfliktu interesów. Jest to szczególnie ważne także w czasie prowadzenia negocjacji i tworzenia relacji z klientami, tak aby zaspokajać ich potrzeby i budować zaufanie. Kształtowanie długoterminowych relacji z interesariuszami wymaga uczciwego i rzetelnego zachowania pracowników banków, co jest jednoznaczne z przeprowadzaniem transakcji dla krótkoterminowego zysku czy też innych korzyści [*Kanon Dobrych Praktyk...*, 2008: 2, dostęp: 07.02.2016].

Kolejnymi cechami doradców banków są sumienność oraz staranność. Wartości te powinny być widoczne w wypełnianiu swoich obowiązków z najwyższą rzetelnością, najlepszą wiedzą i wolą, przy całkowitym wykorzystaniu swoich umiejętności i kwalifikacji. Należy też wskazać, że działania pracowników muszą być prowadzone w celu uzyskania korzyści nie tylko przez klientów, ale również bank (w nawiązaniu do wspomnianej wcześniej zasady obopólnych korzyści) [*Zasady Dobrej Praktyki...*, 2010: 5, dostęp: 07.02.2016].

W wielu kodeksach etycznych wskazuje się również na tzw. wartość dodaną banku, którą jest umiejętność pracy w zespole. Wynika to z faktu, że wyniki finansowe podmiotu zależą nie od pojedynczego pracownika, lecz całego zespołu, stąd też tak ważna jest umiejętność współpracy [*Code of Ethics*, 2013: i, dostęp: 07.02.2016].

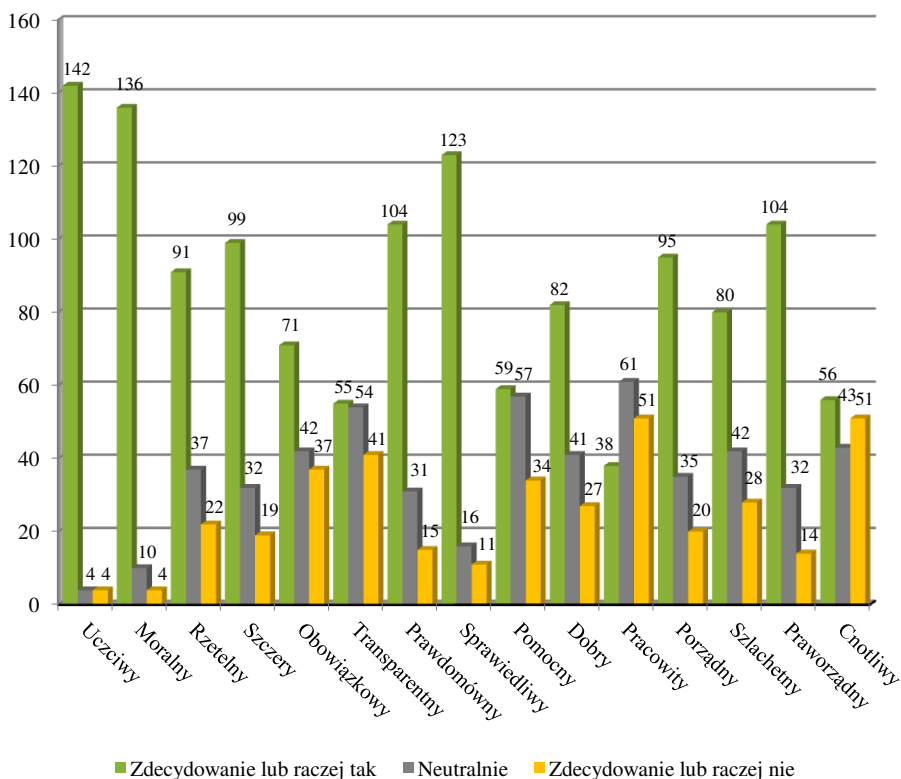
Wymienione wartości mają charakter uniwersalny. Oznacza to, że powinny być stosowane przez każdą instytucję związaną z produktami i usługami finansowymi.

3. CECHY ETYCZNEGO DORADCY BANKOWEGO

Dla dogłębnego zapoznania się ze specyfiką etycznego doradcy bankowego przeprowadzono badanie CAWI na grupie 150 osób (dobór celowy, pilotaż badania), w ramach którego respondenci musieli wybrać cechy, które kojarzą im się z pojęciem etyczny, podmiotem etycznym, doradcą etycznym oraz bankiem.

Badaniu zostało poddanych 118 kobiet i 32 mężczyzn, w tym 113 w wieku do 25 lat, zaś 37 w przedziale wiekowym 25–40. 143 respondentów miało wykształcenie ekonomiczne, a 7 o innym profilu.

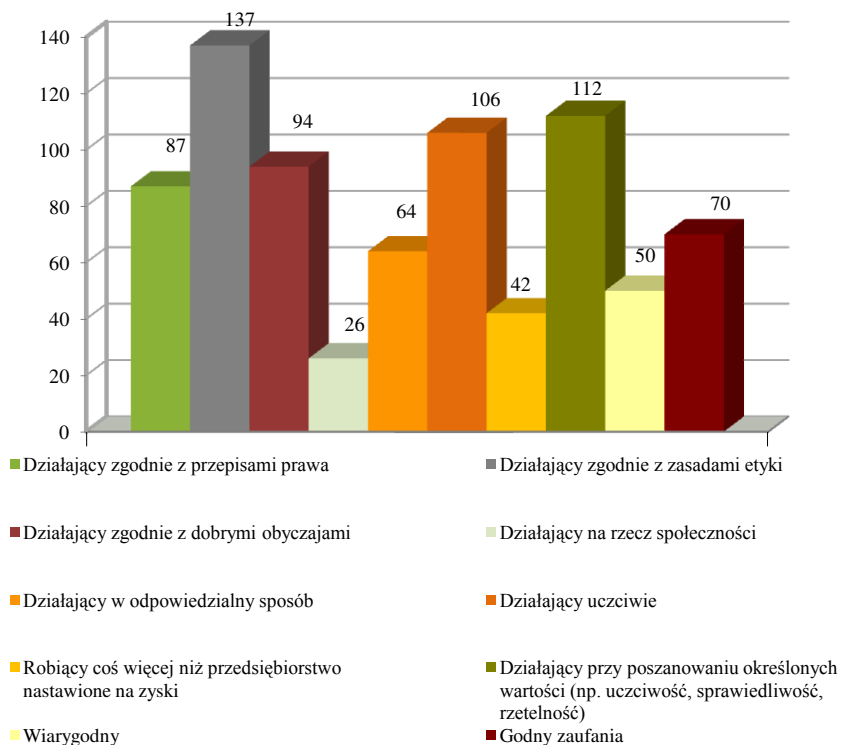
142 respondentów uważa, że pojęcie etyczny jest utożsamiane z terminem uczciwy, 136 z moralny, 123 ze sprawiedliwy, 104 z prawdomówny i praworządny. Z kolei 51 osób uznało, że termin ten zdecydowanie lub raczej nie kojarzy się z cnotliwy i pracowity, a 41 z transparentny (rys. 1).



Rysunek 1. Odpowiedzi respondentów na pytanie, co oznacza dla nich pojęcie etyczny

Źródło: opracowanie własne.

Według 137 respondentów uważa, że podmiot etyczny to taki, który działa zgodnie z zasadami etyki, 112 osób za działający przy poszanowaniu określonych wartości (np. uczciwość, sprawiedliwość, rzetelność), 106 za działający uczciwie, 94 za działający zgodnie z dobrymi obyczajami, a 87 za działający zgodnie z prawem (rys. 2).



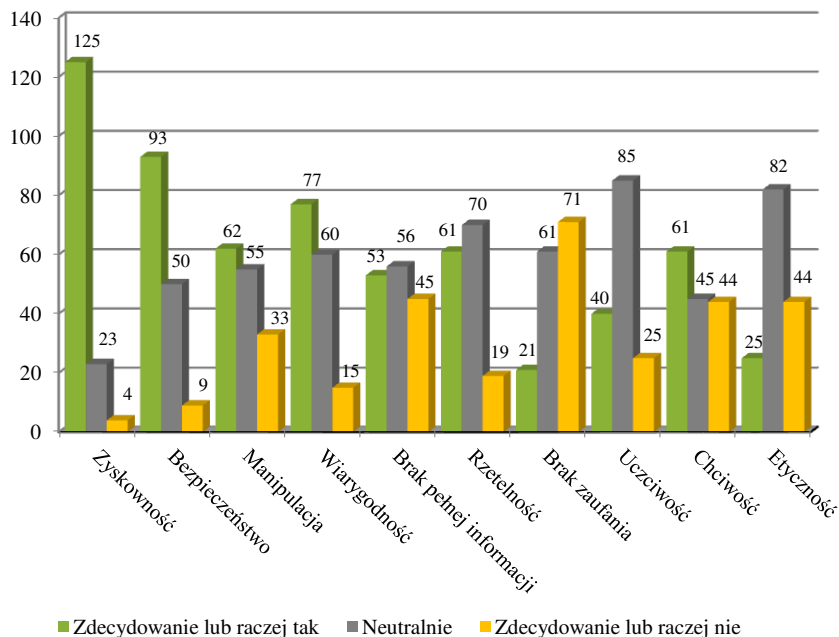
Rysunek 2. Odpowiedzi respondentów na pytanie, co oznacza dla nich podmiot etyczny

Źródło: opracowanie własne.

Według 125 respondentów pojęcie bank kojarzy się z terminem zyskowość, według 93 z bezpieczeństwem, a według 77 z wiarygodnością. Z kolei 71 badanych uważa, że instytucje finansowe nie powinny być utożsamiane z zaufaniem. Co istotne, tylko 44 respondentów uznało, że bank kojarzy im się z terminem etyczny (zob. rys. 3).

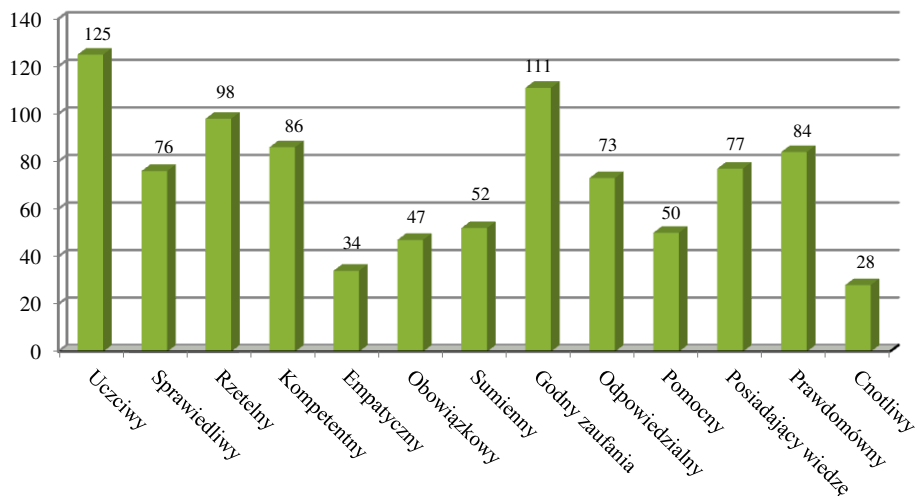
125 respondentów pojęcie doradca etyczny kojarzy z cechą uczciwy, 111 z godny zaufania, 98 z rzetelny, 86 z kompetentny, a 84 z prawdopodobny (zob. rys. 4).

Jak wynika z przeprowadzonego badania, respondenci wybrali tylko nie-liczne z cech charakterystycznych dla podmiotu i doradcy etycznego. Samo pojęcie bank również w niewielkim zakresie kojarzy się z terminem etyczny. Otrzymane wyniki pokazują, że świadomość społeczeństwa w zakresie działalności etycznej jest stosunkowo niska, zaś funkcjonowanie banku jest raczej kojarzone z jego komercyjną stroną, a nie społeczną odpowiedzialnością biznesu.



Rysunek 3. Odpowiedzi respondentów na pytanie, z jakimi wartościami kojarzy się pojęcie bank

Źródło: opracowanie własne.



Rysunek 4. Odpowiedzi respondentów na pytanie, z jakimi wartościami kojarzy się pojęcie etyczny doradca

Źródło: opracowanie własne.

PODSUMOWANIE

Działalność bankowa jest nierozzerwalnie związana z etyką, która jest komponentem społecznej odpowiedzialności biznesu, czyli koncepcji przewodniej dla instytucji zaufania publicznego, jakimi są banki. Działanie wyłącznie w granicach ustalonych przez przepisy prawa nie jest już wystarczające, konieczne jest również przestrzeganie zasad etycznych i dobrych obyczajów. Należy przy tym wskazać, że etyka jest tą wartością, która powinna być widoczna w każdym aspekcie działania banku. Co istotne, doradca bankowy jako pierwsze ogniwo relacji z klientami, pełni szczególną rolę w kształtowaniu wizerunku banku jako etycznego, dlatego też powinien on charakteryzować się określonymi cechami, takimi jak uczciwość, rzetelność, sumienność, staranność, kompetencje, wiedza, wiarygodność i umiejętność pracy w zespole.

Przeprowadzone badanie pokazało, że w rozumieniu respondentów etyczny jest tożsamy z uczciwy, moralny i sprawiedliwy. Co ciekawe, pojęcie bank nie jest kojarzone z tą charakterystyką, a raczej jest postrzegane przez pryzmat komercyjnego aspektu działania (nastawienie na zyski), nie zaś koncepcją społecznej odpowiedzialności biznesu. Respondenci ustalili także, jaki powinien być doradca etyczny – przede wszystkim musi on być uczciwy, godny zaufania i rzetelny. Jak wynika z przeprowadzonego badania, respondenci wybrali tylko nieliczne z cech charakterystycznych dla podmiotu i doradcy etycznego.

BIBLIOGRAFIA

- Božović J., 2007, *Business Ethics in Banking*, „Economics and Organization”, vol. 4, no. 2.
- Caroll A. B., 1991, *The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders*, „Business Horizons”, vol. 34, no. 4.
- Caroll A. B., 1979, *A Three-dimensional Conceptual Model of Corporate Performance*, „Academy of Management Review”, vol. 4, no. 4.
- Code of Ethics*, 2013, Bank of America, <http://phx.corporate-ir.net/External.File?item=UGFYZW50SUQ9MTg0MjA4fENoaWxkSUQ9LTF8VHlwZT0z&t=1>.
- Code of Ethics and Business Conduct*, 2011, USBANK, HR1109I.
- Code of Ethics*, 2009, MKB Bank.
- Decker S., Sale C., 2009, *An Analysis of Corporate Social Responsibility, Trust and Reputation in the Banking Profession*, [w:] S. O. Idowu, W. L. Filho, *Professionals' Perspectives of Corporate Social Responsibility*, Springer, Heidelberg.
- Earning Public Trust. The Code of Ethics of the Inter-American Development Bank*, 2006, IADB.
- Gasparski W. (red.), 2004, *Uczciwość w świecie finansów*, Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Zarządzania im. L. Koźmińskiego, Warszawa.
- Gopalsamy N., 2006, *A Guide To Corporate Governance*, New Age International, New Delhi.
- Grimshaw B., 2001, *Ethical Issues and Agendas*, „Facilities”, vol. 19.
- Icke B. T., Caliskan E. N., Ayturk Y., Icke M. A., 2011, *An Empirical Research of Ethical Banking in Turkey*, „Journal of Modern Accounting and Auditing”, vol. 7, no. 3.

- Kanon Dobrych Praktyk Rynku Finansowego*, Komisja Nadzoru Finansowego, 2008, http://www.knf.gov.pl/Images/Kanon_DPRF_tcm75-22555.pdf.
- Marcinkowska M., 2013, *Kapitał relacyjny banku. Kształtowanie relacji banku z otoczeniem*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Nowak M., 2006, *Etyka w biznesie, czyli jak wyglądają oszustwa biznesowe*, Wydawnictwo Publikacji Elektronicznych Escape Magazine, Toruń.
- Rezaee Z., 2007, *Corporate Governance Post-Sarbanes-Oxley: Regulations, Requirements, and Integrated Processes*, John Wiley & Sons, Hoboken.
- Ricardo A. C., 2011, *Business Environment*, Pearson Education India, New Delhi.
- Sims R. R., 2003, *Ethics and Corporate Social Responsibility: Why Giants Fall*, Greenwood Publishing Group, London.
- Solomon R. C., 2009, *Etyka biznesu*, [w:] P. Singer, *Przewodnik po etyce*, Wyd. Książka i Wiedza, Warszawa.
- Strzelecki A., 2005, *Moda na etykę. Współczesna refleksja etyczna w biznesie i fenomen jej popularności*, „Studia i Materiały”, nr 1.
- Szpringer W., 2005, *Kredyt konsumencki i upadłość konsumencka na rynku usług finansowych UE*, ABC Dom Wydawniczy, Warszawa.
- There Is No Right Way to Do the Wrong Thing. Code of Ethics*, 2012, Nedbank Group, <http://www.nedbankgroup.co.za/pdfs/CodeofEthics.pdf>.
- Wells Fargo Team Member Code of Ethics and Business Conduct*, 2012, Wells Fargo Bank.
- Wheelen T. L., Hunger J. D., 2002, *Strategic Management and Business Policy*, Prentice Hall, New Jersey.
- Zasady Dobrej Praktyki Bankowej*, 2010, Załącznik nr 1 do Uchwały Nr 11 XXI Walnego Zgromadzenia Związku Banków Polskich 22.04.2010 r., Związek Banków Polskich, http://www.dzbank.pl/_files/Zasady_Dobrej_Praktyki_Bankowej.pdf.

ETHICS ADVISER, MEANS WHO?

The problem of ethics is particularly important for banks, because on moral principles they base their activity, customer relations and other functional areas, such as the policy of dividend payments, the mission of the institution, responsibilities of employees, etc. The question is whether the banks cannot afford to waive of these rules for the benefit (even disposable)? Advisor is the first link and therefore he is particularly important in the context of building ethics policy and implementation of ethical values. The perception of employees affects the image of the bank and its reputation, which is why it is so essential that consumers regard them as operating in accordance with the rules of ethics.

The aim of the article is to present the work of bank advisor from the perspective of ethical principles and to present the results of a pilot study about the understanding of the concept of ethics and ethical advisor as well as associations with the term bank.

Key words: banks, ethics, advisor.