

Cezary Kochalski*

**RAPORTOWANIE BANKÓW KOMERCYJNYCH
SPOZA INDEKSU RESPECT W ZAKRESIE
SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU
NA RYNKU KAPITAŁOWYM**

1. WSTĘP

W ostatnich latach dużo miejsca w piśmiennictwie ekonomicznym poświęca się zagadnieniom odnoszącym się do tworzenia, maksymalizowania oraz monitorowania wartości przedsiębiorstw. Z przeglądu tego piśmiennictwa dość jednoznacznie wynika, że główny akcent dociekań naukowych jest kładziony na próby identyfikacji czynników kształtujących wartość przedsiębiorstwa. Ze względu na subiektywizm samej kategorii wartości, próby te są zawsze obciążone wysokim ryzykiem. Mając to na względzie, w opracowaniu skoncentrowano się nie tyle na tym, jak działania w obrębie społecznej odpowiedzialności banków przekładały się na budowanie ich wartości, lecz na ukazaniu sytuacji w zakresie komunikowania o tych działaniach w raportach rocznych banków spoza indeksu giełdowego RESPECT na rynku kapitałowym. Badania ograniczono tylko do jednego obszaru (rynkowego) społecznej odpowiedzialności banków i tylko do niektórych jego elementów.

2. UZASADNIENIE PODJĘCIA TEMATU

Koncepcja kreowania wartości z uwzględnieniem społecznej odpowiedzialności biznesu sprzyja niewątpliwie rozwojowi zarządzania strategicznego, przede wszystkim dlatego, że podkreśla znaczenie strategii uwzględniających problemy społeczne. Kwestią kluczową staje się dzisiaj, aby tworzenie wartości dla akcjonariusza dokonywało się przy zachowaniu równowagi w stosunku do pracowników, dostawców, klientów, inwestorów, lokalnej społeczności¹.

* Dr hab., Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu.

¹ J. D. Martin, J. W. Petty, J. S. Wallace, *Value-Based Management with Corporate Social Responsibility*, Oxford University Press, Oxford 2009, s. 5–8.

Budowanie wartości przy zrównoważonym zaspokajaniu oczekiwań wszystkich grup interesariuszy ściśle wiąże się z koncepcją społecznej odpowiedzialności biznesu, która kładąc akcent na relacje wzajemne biznesu i społeczeństwa ściśle związana jest z tzw. *stakeholders theory*.

Problematyka społecznej odpowiedzialności biznesu jest szeroko poruszana w literaturze przedmiotu od ponad 50 lat. Za prekursora koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu uchodzi H. R. Bowen, który zainspirował wielu badaczy do zgłębiania jej istoty budowania modeli². Koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu staje się coraz bardziej dostrzegana także w Polsce, czego potwierdzeniem jest coraz większa liczba przedsiębiorstw stosujących się do jej zasad. Silną grupę podmiotów odwołujących się do koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu stanowią instytucje finansowe, w szczególności banki.

Argumentem za podjęciem tematu jest złożoność oraz wielowymiarowość samej koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu, która jest konsekwencją takich zjawisk i tendencji, jak: narastająca konkurencja, wzrost oczekiwań społeczeństwa względem „bogaty” przedsiębiorstw, rozwój społeczeństwa informacyjnego oraz badań naukowych w tym względzie.

Postulat, aby oczekiwać od banków myślenia oraz działań wykraczających poza kryterium zysku, czyli zgodnych z założeniami społecznej odpowiedzialności biznesu jest szczególnie aktualny i uzasadniony dzisiaj, czyli w warunkach kryzysu. Jak się okazało, w ostatnich latach instytucje finansowe bardzo mocno koncentrowały się na zarabianiu „pieniędzy na pieniądzech” (*ang. making money from money*) i konstruowaniu nowych i bardziej złożonych produktów finansowych, zapominając jednak o konsekwencjach społecznych swoich działań. A przecież odpowiedzialność społeczna banków oznaczać powinna jednocześnie odpowiedzialność za warunki społeczne będące konsekwencją ich działalności.

O ile świadomość i znajomość źródeł kryzysu finansowego, a potem kryzysu w sferze realnej, jest już powszechna, o tyle ważną kwestią dla banków jest branie odpowiedzialności społecznej w sytuacji, gdy wyraźnie zaostrzyły się chociażby kryteria udzielania pożyczek i kredytów.

3. METODYKA BADAŃ

– Problemem badawczym, a więc pytaniem, na które starano się uzyskać odpowiedź w rezultacie przeprowadzonej analizy jest sytuacja w zakresie informowania o działaniach podejmowanych w ramach społecznej odpowiedzialności

² Na definicje i modele społecznej odpowiedzialności biznesu zwraca uwagę J. Nakonieczna, *Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw międzynarodowych*, Difin, Warszawa 2008 oraz J. Adamczyk, *Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw, Teoria i praktyka*, PWE, Warszawa 2009.

biznesu przez rozpatrywane banki komercyjne w Polsce jako uczestników rynku kapitałowego;

– Zarysowany problem badawczy stanowił podstawę do sformułowania następujących pytań badawczych: Jaka jest jakość i dostępność informacji z zakresu działań podejmowanych przez banki w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu odnoszącej się do rynku kapitałowego?; Jakie jest podejście banków do informowania o działaniach w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu odnosząc się do rynku kapitałowego?;

– Dla rozwiązania postawionego problemu badawczego oraz znalezienia odpowiedzi na sformułowane pytania szczegółowe posłużono się takimi metodami badawczymi, jak: krytyczny przegląd literatury przedmiotu, analiza jakościowa, wnioskowanie pośrednie;

– Analizą objęto raporty roczne wybranych banków komercyjnych (jako instytucji zaufania społecznego) nie wchodzących w skład indeksu RESPECT³ na dzień 31 grudnia 2011 r. Są to: Bank Ochrony Środowiska SA, BRE Bank SA, Bank Pekso SA, Bank Zachodni WBK SA, Getin Noble Bank SA, PKO Bank Polski;

– Zakres czasowy analizy obejmuje lata 2008–2010;

– W opracowaniu przyjęto, że banki wchodzące w skład indeksu RESPECT cechuje wysoki poziom odpowiedzialności biznesu;

– Ocena raportowania w zakresie społecznej odpowiedzialności rozpatrywanych banków została przeprowadzona na podstawie analizy danych i informacji umieszczonych w raportach rocznych;

– Działania w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu odnoszące do rynku kapitałowego ograniczono do następujących kwestii: ład korporacyjny⁴, kodeks etyki, produkty i usługi oferowane klientom.

4. ISTOTA SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU W KONTEKŚCIE RAPORTOWANIA NA RYNKU KAPITAŁOWYM

W literaturze przedmiotu występuje mnogość poglądów, czym jest społeczna odpowiedzialność biznesu. Współczesne rozumienie społecznej odpowie-

³ Indeks RESPECT odnosi się do spółek odpowiedzialnych społecznie notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. RESPECT to akronim następujących wyrazów: R – *responsibility* (odpowiedzialność), E – *ecology* (ekologia), S – *sustainability* (zrównoważony rozwój), P – *participation* (partycypacja), E – *environment* (środowisko), C – *community* (społeczność), T – *transparency* (transparentność).

⁴ Ład korporacyjny to katalog zasad postępowania, skierowany do organów spółek oraz większościowych i mniejszościowych akcjonariuszy.

działności biznesu jest ściśle związane z koncepcją marketingu społecznego⁵. Koncepcję społecznej odpowiedzialności biznesu utożsamiać można także z zasadami zrównoważonego rozwoju, czyli ekorozwojem.

Społeczna odpowiedzialność biznesu (banku) to dobrowolne uwzględnienie przez przedsiębiorstwo kwestii społecznych i ekologicznych w prowadzonej działalności⁶. Jeżeli przedsiębiorstwo chce być postrzegane jako odpowiedzialne społecznie, to zmuszone jest zwrócić szczególną uwagę na relacje z interesariuszami, którzy mogą wysuwać wiele, często odmiennych i sprzecznych ze sobą oczekiwań.

Od początku rozwoju koncepcji wykształciło się sporo instrumentów do zarządzania społeczną odpowiedzialnością biznesu. Są to na przykład: kodeksy etyczne, wytyczne odnoszące się do systemu certyfikacji, wskaźniki oceny publikowane przez agencje inwestycyjne, wytyczne komunikacji i raportowania.

Bycie odpowiedzialnym społecznie wymaga od przedsiębiorstwa nie tylko wyznaczania celów strategicznych nawiązujących do aspektów społecznych, lecz także informowania interesariuszy o podejmowanych działaniach w tym względzie. Tylko wtedy będzie możliwe zbudowanie długotrwałych i solidnych relacji z wszystkimi podmiotami zainteresowanymi wynikami i działalnością przedsiębiorstwa.

Rozpatrując zagadnienie w szerszej skali, należy stwierdzić, że coraz więcej przedsiębiorstw informuje swoich interesariuszy o poziomie realizacji koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu. Coraz więcej przedsiębiorstw przedstawia tzw. raporty społeczne, w których przedstawiane są społeczne, etyczne i ekologiczne aspekty funkcjonowania przedsiębiorstwa.

Kwestia raportowania społecznej odpowiedzialności biznesu przybrała na znaczeniu w Polsce w ostatnich 5 latach, kiedy zaczęto podejmować wysiłki pod kątem włączenia zagadnień związanych ze społeczną odpowiedzialnością biznesu do strategii komunikacyjnych przedsiębiorstw, o czym przedsiębiorstwa na rynku kapitałowym starają się informować w raportach rocznych.

Raportowanie w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu należy rozpatrywać jako jeden z instrumentów jej komunikowania⁷. Do instrumentów komunikowania społecznej odpowiedzialności biznesu zaliczyć można na przykład Wytyczne Global Reporting Initiative⁸.

Wytyczne Global Reporting Initiative zwracają uwagę na potrzebę przygotowywania i publikowania przez przedsiębiorstwa raportów społecznych, które powinny uwzględniać kontakty przedsiębiorstwa z interesariuszami

⁵ Pojęcie „marketing społeczny” wprowadzili P. Kotler i G. Zaltman, którzy uważali, że aspekty społeczne można wypromować (Por. M. W i e c z o r k o w s k a, *Elementy marketingu społecznego i ich zastosowanie w kampanii antynikotynowej*, „Marketing i Rynek” 2006, nr 3, s. 24.

⁶ Por. J. A d a m c z y k, *op. cit.*, s. 43.

⁷ Początki raportowania społecznej odpowiedzialności sięgają lat 70.

⁸ Global Reporting Initiative opracował Ramowe Zasady Raportowania.

przedsiębiorstwa oraz społeczne, etyczne i ekologiczne aspekty funkcjonowania przedsiębiorstwa⁹.

5. BANK JAKO INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA SPOŁECZNIE

Od banku jako instytucji zaufania społecznego coraz bardziej oczekuje się nie tylko stóp zysków zapewniających tworzenie wartości, lecz i udziału w rozwiązywaniu wielu ważnych problemów społecznych. Tylko wtedy banki mogą być uznane przez społeczeństwo za instytucje prowadzące swoją działalność w sposób odpowiedzialny.

Tak, jak w wypadku innych przedsiębiorstw, banki „odgrywają” dwojakiego rodzaju rolę. Rola pierwsza sprowadza się do zapewnienia właścicielom oczekiwanej stopy zwrotu. Rola druga ma charakter służebny dla niewłaścicieli.

W odniesieniu do banku wyróżnia się wewnętrzną i zewnętrzną odpowiedzialność społeczną. Odpowiedzialność ukierunkowana na wewnątrz odnosi się do gospodarowania zasobami, zaś na zewnątrz – do wspomnianej wcześniej służebnej roli banku¹⁰.

W wypadku odpowiedzialności wewnętrznej wyróżnia się kilka rodzajów odpowiedzialności. Są to: odpowiedzialność ekonomiczna, odpowiedzialność prawna, odpowiedzialność etyczna, odpowiedzialność ekologiczna, odpowiedzialność strategiczno-organizacyjna oraz odpowiedzialność wobec klienta¹¹. Oczekiwania zewnętrzne społeczeństwa względem banków odnoszą się do oferowanych przez banki usług i produktów.

6. ANALIZA KOMUNIKOWANIA SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU W RAPORTACH ROZAPTRYWANYCH BANKÓW

W tab. 1 przedstawiono wybrane obszary raportowania w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu w odniesieniu do rynku kapitałowego. Są to: ład korporacyjny, kodeks etyki, produkty i usługi oferowane klientom.

Ład korporacyjny odnosi się do procesu podejmowania decyzji w banku, poprawy efektywności zarządzania, zapewnienia transparentności, odpowiedzialności za podjęte decyzje i rezultaty, efektywnego zarządzania zasobami,

⁹ <http://www.raportyspoleczne.pl> GRI obejmują: zasady raportowania, wytyczne do raportowania oraz standardowe informacje, takie jak: strategia i profil, podejście do zarządzania, wskaźniki wyników.

¹⁰ Por. D. Korenik, *Odpowiedzialność banku komercyjnego. Próba syntezy*, Difin, Warszawa 2009, s. 19–22.

¹¹ *Ibidem*, s. 42.

uwzględniania pracowników w procesie decyzyjnym, udziału kobiet w kadrze zarządzającej¹².

Przestrzeganie zasad ładu korporacyjnego ma prowadzić do zwiększania odpowiedzialności przedsiębiorstw względem inwestorów. W ramach przestrzegania tych zasad transparentne stają się informacje odnoszące się do poziomu wynagrodzeń organów spółek, poziomu przygotowania zawodowego zarządzających, wyników audytów itp.

Kodeks etyczny w banku należy rozumieć jako zbiór podstawowych zasad postępowania adekwatnych dla instytucji zaufania społecznego jakim jest bank. Zasady etyczne ujmowane w kodeksach etycznych banków dotyczą wielu kwestii, jak: równe traktowanie klientów, poczucie bezpieczeństwa, prawo do gwarancji.

Oferowane produkty i usługi są związane z relacjami z klientami, w szczególności z odpowiedzialnością banku przed klientami za oferowane usługi i produkty. Dotyczą uczciwych i przejrzystych działań dla zapewnienia dostępu do informacji, zawierania umów, warunków reklamacji itp.

Sytuację w zakresie komunikowania wybranych elementów społecznej odpowiedzialności biznesu w rozpatrywanych bankach przedstawiono w tab. 1.

Tabela 1

Komunikowanie elementów społecznej odpowiedzialności biznesu w rozpatrywanych bankach

Obszar komunikowania	Bank					
	BOŚ	BRE	Pekao	BZ WBK	Getin	PKO BP
Elementy ładu korporacyjnego	x	x	x	x	x	x
Kodeks etyki			x	x		
Produkty i usługi dla klientów		x	x	x		x

Źródło: opracowano na podstawie J. Waluch, *Jakość raportowania społecznej odpowiedzialności banków w Polsce*, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Poznań 2011, s. 68.

Dane zawarte w tab. 1 pokazują, że wszystkie rozpatrywane banki zamieściły w swoich raportach rocznych informacje dotyczące przestrzegania zasad ładu korporacyjnego. Z kolei wdrożenie kodeksów etyki i przestrzeganie jego zasad zakomunikowały jedynie dwa banki, są to Pekao SA oraz BZ WBK SA. Na kwestie związane z relacjami z klientami zwracają uwagę: BRE, Pekao SA, BZ WBK SA, PKO BP.

¹² Por. T. Gasiński, G. Piekański, *Zrównoważony biznes, podręcznik dla małych i średnich przedsiębiorstw*, Det Norske Veritas, Centrum CSR.pl, Ministerstwo Gospodarki, 2009, s. 16–17.

Dane zawarte w tab. 1 skłaniają do stwierdzenia, że sytuacja w zakresie komunikowania o działaniach z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu w rozpatrywanych bankach jest dobra. Istotnym czynnikiem mającym wpływ na taką sytuację ma struktura własnościowa banków. Sektor bankowy jest finansowany głównie kapitałem zagranicznym, który jest „orędownikiem” koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu. Strukturę własnościową rozpatrywanych banków przedstawiono w tab. 2.

Tabela 2

Główni akcjonariusze rozpatrywanych banków (stan na 31.12.2011)

BOŚ	BRE	Pekao	BZ WBK	Getin	PKO BP
NFOŚ – 79,10 %	Commerzbank AG – 70 %	UniCredit S.p.A – 59,2%	Santander SA – 95,7%	GETIN – 93,8%	Skarb Państwa – 41 %

Źródło: opracowanie własne.

7. PODSUMOWANIE

Przeprowadzona analiza wykazała, że jakość i dostępność informacji z zakresu działań podejmowanych przez rozpatrywane banki w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu jest dobra. Rozpatrywane banki komunikując się z rynkiem zawsze nawiązują w raportach rocznych do zasad ładu korporacyjnego, a często podkreślają sytuację w zakresie oferowanych produktów i usług. Nieco rzadziej komunikują zasady przynależne kodeksowi etyki.

Cezary Kochalski

CAPITAL MARKET ORIENTED CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY REPORTING IN BANKS NOT INCLUDED IN „RESPECT INDEX”

The aim of the paper is to present situation in the area of capital market oriented corporate social responsibility reporting of banks not included in RESPECT index. There is a conclusion that banks always inform about corporate governance aspects in annual reports, often about offered products and services and in very few cases about ethics principles.

Key words: corporate social responsibility, value based management, banks.