

**PRACE NAUKOWE**

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

**RESEARCH PAPERS**

of Wrocław University of Economics

**311**

# **Rola instytucji i rynku finansowego w świetle celów oraz zasad zrównoważonego rozwoju**



Redaktorzy naukowi

**Grażyna Borys**

**Alicja Janusz**



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu  
Wrocław 2013

Redaktor Wydawnictwa: Aleksandra Śliwka  
Redaktor techniczny: Barbara Łopusiewicz  
Korektor: Barbara Cibis  
Łamanie: Małgorzata Czupryńska  
Projekt okładki: Beata Dębska

Publikacja jest dostępna w Internecie na stronach:  
[www.ibuk.pl](http://www.ibuk.pl), [www.ebscohost.com](http://www.ebscohost.com),  
The Central and Eastern European Online Library [www.ceeol.com](http://www.ceeol.com),  
a także w adnotowanej bibliografii zagadnień ekonomicznych BazEkon  
[http://kangur.uek.krakow.pl/bazy\\_ae/bazekon/nowy/index.php](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](http://www.wydawnictwo.ue.wroc.pl)

Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie  
wymaga pisemnej zgody Wydawcy

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu  
Wrocław 2013

**ISSN 1899-3192**  
**ISBN 978-83-7695-311-3**

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Druk: Drukarnia TOTEM

## Spis treści

<b>Wstęp</b> .....	9
<b>Joanna Błach:</b> Raportowanie CSR jako element relacji inwestorskich przedsiębiorstwa .....	11
<b>Michał Buszko:</b> Efektywność inwestowania na rynku kapitałowym w spółki odpowiedzialne społecznie .....	20
<b>Marlena Ciechan-Kujawa:</b> Użyteczność raportów CSR w ocenie stopnia zaangażowania przedsiębiorstw w odpowiedzialność społeczną.....	32
<b>Iwona Dorota Czechowska:</b> Ograniczenia w dostępie do usług bankowych klientów 60+ w perspektywie zrównoważonych finansów .....	45
<b>Beata Domańska-Szaruga, Anna Maria Rak:</b> <i>Shadow banking</i> na rynku usług finansowych .....	54
<b>Danuta Dziawgo:</b> Etyka a dystrybucja produktów finansowych.....	63
<b>Leszek Dziawgo:</b> Rynek ekologicznych funduszy inwestycyjnych w obszarze G-A-S-L.....	74
<b>Justyna Fijałkowska:</b> Zakres ujawnień w raportach społecznej odpowiedzialności i zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstw .....	85
<b>Joanna Fila:</b> Mikrofinanse a wykluczenie finansowe i społeczne – polityka i instrumenty .....	95
<b>Robert Huterski:</b> Neutralność pieniądza a koncepcja zrównoważonego rozwoju .....	107
<b>Adam Kosiuk:</b> Rachunkowość odpowiedzialności społecznej spółek giełdowych indeksu RESPECT .....	116
<b>Dorota Krupa:</b> Fundusze SRI we Francji .....	125
<b>Dorota Korenik:</b> Zasady i formy społecznie odpowiedzialnej bankowości ...	134
<b>Katarzyna Kozak:</b> Miejsce <i>shadow banking</i> w sektorze bankowym .....	144
<b>Gabriela Łukasik:</b> Rola relacji inwestorskich w prawidłowym rozwoju współczesnych przedsiębiorstw.....	153
<b>Magdalena Urbańska-Maluha:</b> Rynkowe mechanizmy w ochronie klimatu w Unii Europejskiej i w Polsce.....	162
<b>Tomasz Piotr Murawski:</b> Społecznie odpowiedzialne indeksy giełdowe a światowy trend rynków finansowych w wymiarze ESG .....	171
<b>Aleksandra Paszkiewicz:</b> RESPECT Index GPW w Warszawie jako giełdowy indeks społecznej odpowiedzialności biznesu.....	182
<b>Jarosław Pawłowski:</b> Indeksy meteorologiczne a pogodowe instrumenty pochodne.....	192

<b>Arleta Szadziewska:</b> Raportowanie społecznej odpowiedzialności przez przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego w Polsce.....	201
<b>Piotr Zasepa:</b> Analiza efektywności inwestycji w akcje spółek społecznie odpowiedzialnych na przykładzie indeksu RESPECT .....	212
<b>Agnieszka Żołądkiewicz:</b> Biogazownie rolnicze jako szansa dla polskiej wsi	221
<b>Jan Żuralski:</b> Społeczna odpowiedzialność EBC i FED w obliczu wyzwań XXI wieku .....	231

## Summaries

<b>Joanna Blach:</b> CSR reporting as a component of enterprise investor relations .....	19
<b>Michał Buszko:</b> Effectiveness of investing on capital market into socially responsible corporations .....	31
<b>Marlena Ciechan-Kujawa:</b> Usefulness of the CSR reports to the assessment of the involvement of companies in corporate social responsibility .....	44
<b>Iwona Dorota Czechowska:</b> Limitations on the access to banking services of clients 60+ in the perspective of sustainable finance.....	53
<b>Beata Domańska-Szaruga, Anna Maria Rak:</b> Shadow banking on financial services market .....	62
<b>Danuta Dziawgo:</b> Ethics and financial products distribution .....	73
<b>Leszek Dziawgo:</b> Ecological investment funds market in G-A-S-L zone .....	84
<b>Justyna Fijałkowska:</b> Corporate Social Responsibility and sustainable development report – dilemmas of disclosure.....	94
<b>Joanna Fila:</b> Microfinance and social and financial exclusion – policy and instruments.....	106
<b>Robert Huterski:</b> Neutrality of money and the concept of sustainable development .....	115
<b>Adam Kosiuk:</b> Accounting of social responsibility of quoted companies of RESPECT Index .....	124
<b>Dorota Krupa:</b> SRI funds in France.....	133
<b>Dorota Korenik:</b> Rules and forms for socially responsible banking.....	143
<b>Katarzyna Kozak:</b> Shadow banking system in the bank sector.....	152
<b>Gabriela Łukasik:</b> The role of investor relations in the proper development of modern enterprises .....	161
<b>Magdalena Urbańska-Malucha:</b> Market mechanisms in climate protection in the European Union and Poland .....	170
<b>Tomasz Piotr Murawski:</b> Socially responsible stock indexes as a realization of world tendency of financial market in ESG dimension.....	181
<b>Aleksandra Paszkiewicz:</b> RESPECT Index as a CSR Index of the Warsaw Stock Exchange .....	191

---

<b>Jarosław Pawłowski:</b> Weather indexes and weather derivatives .....	200
<b>Arleta Szadziwska:</b> Corporate Social Responsibility reporting by food companies in Poland .....	211
<b>Piotr Zasępa:</b> Analysis of the effectiveness of investment in an index of socially responsible companies on the example of RESPECT Index .....	220
<b>Agnieszka Żołądkiewicz:</b> Farm biogas plants as a chance for Polish village.	230
<b>Jan Żuralski:</b> Social responsibility of ECB and FED in the face of challenges of the XXI century .....	240

**Danuta Dziawgo**

Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu

---

## ETYKA A DYSTRYBUCJA PRODUKTÓW FINANSOWYCH

---

**Streszczenie:** W artykule podjęto zagadnienie etyki na rynku finansowym, przy czym rozważania skoncentrowano na dystrybucji produktów na rynku usług finansowych. Celem niniejszego opracowania jest analiza, czy generowanie zysku przez instytucje rynku finansowego nie odbywa się kosztem klienta detalicznego – finalnego odbiorcy produktów i usług finansowych. Zaprezentowane przykłady działalności instytucji finansowych z rynku polskiego, amerykańskiego i brytyjskiego powodują wrażenie, że w praktyce instytucje rynku finansowego realizują cel maksymalizacji bieżącego zysku kosztem klienta i podatnika, natomiast kwestie etyki prowadzonego biznesu pozostają w sferze deklaracji.

**Słowa kluczowe:** etyka, banki, dystrybucja produktów finansowych.

### 1. Wstęp

Kryzys sektora finansowego datowany jest na rok 2007. Wówczas to w Stanach Zjednoczonych wystąpił problem tzw. toksycznych aktywów, które zachwiały podstawami działalności bankowej. W rezultacie obniżyły się sumy bilansowe banków, obniżeniu uległy współczynniki wypłacalności, spadła wycena rynkowa instrumentów finansowych, a także wartość rynkowa banków. Jednak kryzys sektora finansowego był sygnalizowany już w roku 2001, w czasie tzw. kryzysu jakości sprawozdań finansowych. Wówczas to wiele spółek giełdowych, w tym instytucji rynku finansowego, skorygowało wstecz swoje wyniki finansowe – *in minus*. Jednak kolejny kryzys nie tylko nastąpił w relatywnie krótkim czasie, ale i spowodował jeszcze większe turbulencje.

Naturalne stało się więc postawienie pytania, co spowodowało tak duże straty podmiotów finansowych i dlaczego menedżerowie nie zarządzali właściwie ryzykiem. Na ten temat powstało już wiele opracowań naukowych. Natomiast celem niniejszego opracowania jest analiza, czy generowanie zysku przez instytucje rynku finansowego nie odbywa się kosztem klienta detalicznego – finalnego odbiorcy produktów i usług finansowych. Ze względu na fakt, że w procesie plasowania produktów na rynku usług finansowych niewątpliwie kluczowa jest dystrybucja, wraz

z odpowiednią reklamą, dlatego też właśnie na tych zagadnieniach skoncentrowano prowadzone rozważania.

Wydaje się bowiem, że z punktu widzenia kontynuowania działalności przez podmiot niebezpieczne może być, jeżeli doraźne cele operacyjne związane z maksymalizacją generowanego zysku, zwiększaniem wolumenu sprzedaży czy zwiększaniem udziału w rynku zdominują kulturę danej korporacji. Jeżeli bowiem etyczne zachowanie schodzi na dalszy plan w podejmowanych przez instytucje finansowe działaniach, konstrukcjach produktów, reklamach, to oznacza to nie tylko brak możliwości realizowania w praktyce koncepcji zrównoważonego rozwoju, ale i – w późniejszej konsekwencji – brak bezpieczeństwa całego rynku finansowego w wymiarze globalnym. Kryzys z 2007 roku może być tego preludium. Dotychczas etyczny wymiar jego uczestników był postrzegany jako jeden z filarów nie tylko sprawnego funkcjonowania rynku finansowego, ale i filarów nowoczesnej cywilizacji. Być może było to jednak myślenie życzeniowe, oparte na wierze w samouzdrawiający mechanizm wolnego rynku.

Dla sprawnego funkcjonowania rynku ważne wydaje się, aby klienci mieli zaufanie do instytucji, którym powierzają swoje środki, które realizują składane przez nich zlecenia, które obracają powierzonymi środkami. Dotyczy to również pośredników finansowych. Tymczasem niestety można wskazać wiele przykładów, że mechanizm ten nie funkcjonuje w praktyce. Co więcej, z rynku nie są usuwane te podmioty, które nie spełniają standardów wzajemnego zaufania w relacji instytucja finansowa/pośrednik – klient, ponieważ wciąż nie są odpowiednio piętrowane na rynku zachowania nieetyczne i nagradzane zachowania etyczne.

Nawiązując do powyższego, można w tym miejscu przytoczyć badania opinii publicznej przeprowadzone w 2013 w Polsce, z których wynika, że jedynie (bądź aż) 45% Polaków uważa, że kierownictwo ich firmy prowadzi działalność w sposób uczciwy i etyczny [*Polacy...*].

## 2. Kanon Dobrych Praktyk Rynku Finansowego

Działania instytucji finansowych opierają się w głównej mierze na kontaktach międzyludzkich, które z kolei są nierozłącznie związane z zasadami wzajemnego zaufania.

Dlatego też na rynku finansowym powstało wiele inicjatyw promujących zachowania odpowiedzialnego biznesu, odpowiedzialnego inwestowania, zasady etyczne, ekologiczne, zrównoważonego rozwoju. Wśród nich można zwrócić uwagę na inicjatywę opracowania uniwersalnego kanonu, którego zasady wydają się fundamentalne dla utrzymania funkcjonowania i dalszego rozwoju rynku finansowego.

Kanon ten został zarekomendowany przez Komisję Nadzoru Finansowego w 2007 roku wraz z preambułą, że rynek finansowy stanowi wspólne dobro wszystkich jego uczestników. Wśród sformułowanych 16 zasad w kontekście celu niniejszego opracowania należy przywołać wybrane z nich [Kanon ...]<sup>1</sup>:

<sup>1</sup> Zachowano oryginalną numerację.

### 1. Uczciwość

Podmiot finansowy działa uczciwie i rozważnie, z poszanowaniem słusznego interesu klientów i dobra rynku finansowego oraz nie nadużywa swojej dominującej pozycji wynikającej z przewagi zasobów, w tym kwalifikacji lub kompetencji osób działających w jego imieniu.

### 3. Godność i zaufanie

Podmiot finansowy postępuje w sposób budzący zaufanie oraz zapewniający poszanowanie godności klientów i kontrahentów, dbając o przejrzystość swoich działań.

### 9. Informacje dla klientów

Podmiot finansowy zapewnia klientowi jasną i rzetelną informację o oferowanych produktach i usługach oraz o związanych z nimi kosztach, ryzyku i możliwych do osiągnięcia korzyściach, ułatwiając klientowi dokonanie właściwego wyboru.

### 11. Rzetelna reklama

Podmiot finansowy, prowadząc działalność reklamową, kieruje się zasadami uczciwej konkurencji oraz dba o to, by przekazywane informacje były rzetelne i nie wprowadzały w błąd, w szczególności w zakresie ryzyka związanego z możliwymi do osiągnięcia korzyściami.

Poniżej przytoczone przykłady wskazują jednak, że tego rodzaju apele nie okazały się niestety skuteczne i wiara w samoregulacyjną zdolność podmiotów finansowych okazała się płonna. O skali problemu świadczy również liczba kar nałożonych na instytucje finansowe przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK) oraz Komisję Nadzoru Finansowego, a także działania podejmowane przez rzeczników praw konsumenta i ubezpieczonych. Najczęstszą praktyką jest przy tym wprowadzanie klientów w błąd przez:

- nieujawnienie pełnych informacji o produkcie lub usłudze,
- wykorzystywanie braku specjalistycznej wiedzy u tzw. przeciętnych klientów,
- prowadzenie kampanii reklamowych zawierających specjalnie stworzone chwyt marketingowe.

## **3. Analiza wybranych produktów oferowanych na polskim rynku finansowym**

### **3.1. Przykłady kar nałożonych przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów**

Poniżej zaprezentowano pokrótce uzasadnienia kilku kar spośród wielu nałożonych przez Prezesa UOKiK.

„Zapisz się za darmo”. Oferta była promowana w 2012 r. m.in. w telewizji, Internecie, radiu, prasie, w formie SMS, e-maili oraz ulotek za pomocą hasła: „Zapisz się za darmo do końca sierpnia i za darmo przelewaj pieniądze w oddziale. 0 zł za przelewy w oddziale”. Jednak w praktyce nowi członkowie – posiadacze rachun-



ków mogli dokonywać darmowych przelewów jedynie w okresie obowiązywania promocji, a więc do 31 sierpnia 2012 r. Przelewy dokonywane poza tym okresem obciążone już były opłatą. Prezes UOKiK zarzucił SKOK im. F. Stefczyka w Gdyni wprowadzenie klientów w błąd oraz nałożył karę w wysokości ponad 1,3 mln zł.

Getin Noble Bank został ukarany karą prawie 2 mln zł za pobieranie niezgodnych z prawem opłat od użytkowników swoich kart kredytowych. Były one pobierane z powodu opóźnień w spłacie zadłużenia i zawierały opłaty za: monit telefoniczny, SMS-owy, papierowy, wezwanie do zapłaty, wizytę terenową. Jednak opłata była naliczana już pierwszego dnia zalegania ze spłatą i to niezależnie od tego, czy bank podjął już jakieś czynności przypominające o danej należności czy jeszcze nie. Klienci banku płacili zatem za czynności, których bank jeszcze nie podjął, i w konsekwencji za coś, czego mogli w ogóle nie otrzymać, jeżeli zaległości w spłacie wyniosły jedynie kilka dni. Jednocześnie wartość tych wszystkich działań nie mogła przekroczyć w jednym miesiącu kwoty 400 zł.

Inna kara, w wysokości blisko 0,8 mln zł, została nałożona na ten bank za reklamę wprowadzającą w błąd – „Lokata 8% na 5 miesięcy plus e-konto w prezencie. Dodatkowe warunki oferty w oddziałach”. W końcowej części reklamy klient zwracał się do swojego psa słowami: „Widzisz Fąfel. Opłaca się.” Tymczasem z konstrukcji umowy o lokatę terminową wynikało, że w przypadku braku utrzymania na tym rachunku, w okresie od dnia założenia lokaty do dnia przypadającego 14 dni kalendarzowych przed upływem pierwszego umownego okresu lokaty, średniego salda w wysokości minimum 1 tys. zł bank uprawniony jest do pobrania prowizji w wysokości 1% wartości kwoty lokaty. Tak więc wbrew treści przekazu reklamowego klient zawierał dwie umowy (o lokatę terminową oraz oprowadzenie rachunku oszczędnościowo-rozliczeniowego), a uzyskanie wyższego oprocentowania na lokacie terminowej determinowane było wypełnieniem określonych zobowiązań wynikających z zawarcia umowy o oprowadzenie rachunku.

Z kolei kara w wysokości blisko 2 mln zł została nałożona na Raiffeisen Bank Polska za klauzule umieszczane w kredytach hipotecznych. Między innymi w przypadku zaległości spłat trzech rat kredytu klient zostawał obciążony kosztami ponownej wyceny nieruchomości. Ponadto w umowach zawierano klauzulę, że kredytobiorca musi informować bank o wszelkich okolicznościach mających wpływ na jego sytuację finansową. Dzięki temu potencjalnie bank mógł w każdej chwili stwierdzić, że został przez klienta niedoinformowany i żądać za to kar umownych.

### 3.2. Przykłady produktów o wysokich opłatach

Przykładem produktów o wysokich opłatach są produkty ubezpieczeniowo-inwestycyjne. Jednym z nich jest Polisa AXA na życie – indywidualne ubezpieczenie na życie z ubezpieczeniowymi funduszami kapitałowymi „Złoty środek”. Minimalną wysokość miesięcznej składki określono tu na 120 zł, przy minimalnej sumie ubezpieczenia 10 000 zł. Odpowiada to – z punktu widzenia klienta – blisko 7 latom

wpłać według wartości nominalnej (z pominięciem wartości pieniądza w czasie). Wysokość opłat ustalono na niewątpliwie wysokim poziomie. W pierwszym roku pobierana jest opłata wstępna – dla osób, które nie ukończyły 50. roku życia wynosi 70-90% wartości wpłaconych składek (w zależności od wartości zadeklarowanych wpłat), w drugim roku wynosi ona 25%, a następnie 5% rocznie. Ponadto firma pobiera miesięcznie 12,06 zł opłaty administracyjnej (tj. 10% przy składce 120 zł), opłatę za zarządzanie funduszami (rocznie od 0 do 0,85% w przypadku funduszu akcji), a także opłatę za ryzyko ubezpieczeniowe (uzależnione od wieku ubezpieczonego, od 0,78 zł miesięcznie w przypadku osoby 18-letniej do 76,56 zł dla osoby w wieku 78 lat). Występuje również opłata likwidacyjna, która wynosi 2% od wartości każdej wypłaty po pierwszych dwóch latach, a w ciągu pierwszych 2 lat opłata ta wynosi 100% wartości wypłacanej kwoty.

Nie jest to przypadek jednostkowy, ale raczej standardowy. Produkt AVIVA Nowa Perspektywa będący połączeniem ubezpieczenia na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym również charakteryzują wysokie opłaty, szczególnie przez pierwsze dwa lata po zawarciu umowy. Celem jest zachęcenie klientów do długoterminowego oszczędzania. Jeżeli mężczyzna w wieku 24 lat zadeklarowałby miesięczną składkę w wysokości 200 zł, to wysokość ponoszonych przez niego opłat w pierwszych dwóch latach wyniosłaby ponad 170 zł [ $9,5 \text{ zł} + 2,5\% \times 200 \text{ zł} + 80\% \times 200 \text{ zł}$ ].

Multiportfel Złoty Wiek towarzystwa Skandia również cechuje wysoka miesięczna opłata administracyjna (powyżej 10 zł), wysoka opłata za zarządzanie (do 3,2% wartości portfela), a także wysokie opłaty likwidacyjne w przypadku rezygnacji z produktu w ciągu pierwszych 2 lat. W takim przypadku jest to aż 99% wartości, a w kolejnych latach opłata ta obniża się z 70 do 20%.

Z pewnością należy również wspomnieć o tzw. formule bilansowania. Została ona zaproponowana m.in. przez mBank jako dodatek do umowy o kredyt hipoteczny w ramach mPlanu – tzw. mechanizm bilansujący. Idea tego mechanizmu jest prosta – pieniądze zgromadzone na koncie wskazanym jako bilansujące pomniejszają kwotę kredytu, od której liczone są odsetki. W rezultacie klient płaci niższe odsetki. Bank zaprezentował potencjalne korzyści osiąmane przez klienta na przykładzie. Przy założeniu, że kwota kredytu wynosi 100 000 zł, oprocentowanie 6,2% przez 20 lat w równych ratach i jednocześnie klient będzie utrzymywał 20 000 zł na koncie bilansującym, to suma odsetek zmniejszy się z blisko 75 tys. do blisko 60 tys. zł (oszczędność 15 tys. zł), a efektywne oprocentowanie kredytu spadnie do 4,95%.

Przy kalkulacji tego przykładu nie uwzględniono jednak opłat związanych z korzystaniem z tej usługi. Tymczasem wynoszą one: prowizja 2% kwoty kredytu za aktywację usługi oraz 99 zł miesięcznie za aktywną usługę mechanizmu bilansującego. Oznaczałoby to, że (dla powyższego przykładu) koszty ponoszone przez klienta wyniosą blisko 26 tys. zł. Czyli hipotetyczny klient netto zapłaci więcej o blisko 11 tys. zł, niż gdyby z mechanizmu bilansującego nie korzystał.

Należy przy tym zauważyć, że kiedy na koncie bilansującym nie będzie środków, to klient zapłaci wysokie miesięczne opłaty za usługę, nie realizując przy tym żadnych korzyści, co dodatkowo podwyższy efektywny koszt takiego kredytu.

#### 4. Klimat międzynarodowy

Z pewnością na wrażliwym informacyjnie rynku finansowym atmosfera wzajemnego zaufania jest ważna. Pewnym odzwierciedleniem nastrojów występujących na rynku finansowym w zakresie zaufania może być tzw. barometr zaufania, opracowywany przez firmę Edelman. Wyniki 13. edycji tego badania opublikowano na początku 2013 roku<sup>2</sup>. W tabeli 1 zaprezentowano odpowiedzi na niektóre z zadanych pytań. Zwraca uwagę relatywnie niski poziom zaufania do informacji generowanych przez środowisko naukowe – większą wiarygodność ma grupa określona jako „pasjonaci i aktywiści”. Jedynie w czasie kryzysu zaufanie do opinii naukowców jest wyższe niż pasjonatów. Interesujące są ponadto bardzo dobre wyniki uzyskane w grupie „pracownicy firm”.

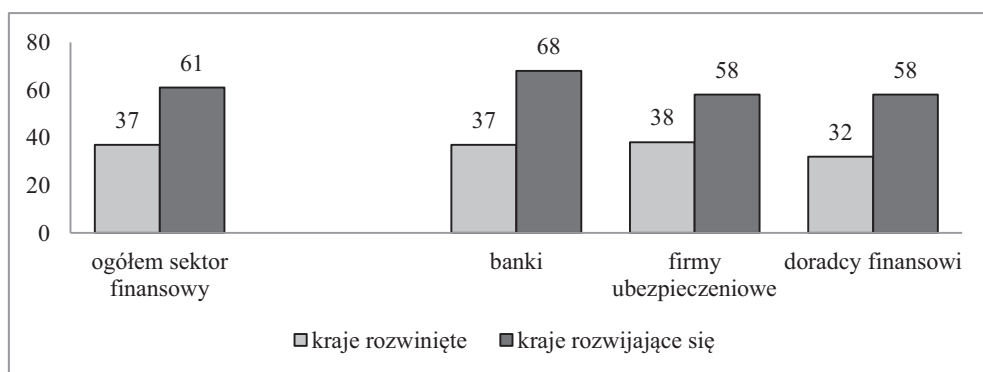
**Tabela 1.** Wyniki odpowiedzi na pytanie: „Komu najbardziej ufasz, jeżeli chodzi o dostarczanie wiarygodnych i szczerych informacji w następujących sprawach?”

Wyszczególnienie	Prezesa firm	Pracownicy firm	Pasjonaci i aktywiści	Naukowcy	Media, rzecznicy prasowi
Obsługa swoich klientów przez firmy i ustalanie priorytetu pomiędzy zaspokajaniem potrzeb klientów a zyskiem	19%	30%	44%	16%	15%
Sytuacja firmy w czasie kryzysu	30%	35%	18%	22%	23%
Wykorzystanie przez firmy swoich zasobów i podejmowanie działań na rzecz ochrony środowiska	21%	26%	34%	27%	13%
Wspomaganie przez firmy programów, które pozytywnie wpływają na społeczność lokalną	22%	27%	35%	20%	23%
Praktyki biznesowe firmy, zarówno pozytywne, jak i negatywne	23%	36%	29%	21%	15%

Źródło: Edelman Trust Barometer, 2013 Annual Global Study, <http://www.edelman.com/insights/intellectual-property/trust-2013/> [15.05.2013].

<sup>2</sup> W badaniu uczestniczyło ponad 31 tys. respondentów z 26 państw. W przypadku tzw. opinii publicznej w każdym z badanych państw ankietowano 1000 respondentów. W przypadku próby ekspertów (informed publics) liczyła ona 500 osób ze Stanów Zjednoczonych i Chin oraz 200 osób z innych państw.

Wyniki zaufania uzyskane przez biznes ogółem oraz sektor finansowy nie różnią się istotnie, chociaż należy zaznaczyć, że uzyskany wynik nie jest wysoki. Poziom zaufania do sektora finansowego wyniósł 46% w relacji do 50% dla biznesu. Występują jednak istotne różnice w poziomie zaufania pomiędzy tzw. krajami rozwiniętymi i rozwijającymi się – nawet do 31 p.p. w przypadku sektora bankowego (rys. 1). Wyniki te zdają się twierdząco odpowiadać na wątpliwość sformułowaną przez Leszka Dziawgo: czy nowoczesny bank rzeczywiście musi spełniać wysokie oczekiwania społeczne, czy kapitał zaufania społecznego wciąż jest niezbędny we współczesnej bankowości? [Dziawgo 2009, s. 107-111].



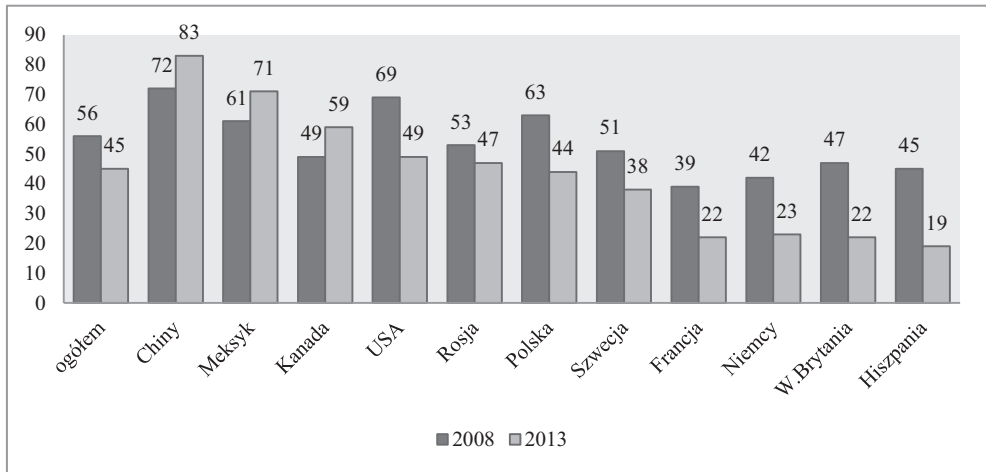
**Rys. 1.** Poziom zaufania do sektora finansowego w 2013 roku (%)

Źródło: Edelman Trust Barometer, 2013 Annual Global Study, <http://www.edelman.com/> [15.05.2013].

Można też w tym miejscu przytoczyć wyniki badań rynku polskiego przeprowadzone w 2009 roku na reprezentatywnej grupie Polaków przez Millward Brown SMG/KRC. Na pytanie: „Czy banki zasługują na status spółki zaufania publicznego?”, twierdząco odpowiedziało zaledwie 23% badanych, natomiast aż 41% negatywnie. Z kolei na pytanie: „Czy uważasz, że spółki giełdowe w Polsce zasługują na status spółki zaufania publicznego”, uzyskano wyniki jeszcze gorsze – zaledwie 9% respondentów udzieliło odpowiedzi pozytywnej, natomiast przeciwnego zdania było 25%. Z badań tych również wyłonił się więc mało optymistyczny obraz [Dziawgo, Dziawgo 2010].

Pozostając przy badaniach rynku międzynarodowego przeprowadzonych przez firmę Edelman, należy również wskazać na duże zmiany, które zaszły w ciągu ostatnich pięciu lat w poziomie zaufania do sektora bankowego w poszczególnych państwach. Jak zaprezentowano graficznie na rys. 2, najczęściej w tym czasie zyskały Chiny – poziom barometru zaufania do sektora bankowego wzrósł o 11 p.p., a także Meksyk i Kanada – o 10 p.p. Wyraźny spadek zaufania dotyczy natomiast rynku amerykańskiego – aż o 20 p.p., przy czym najniższy poziom zaufania zanotowano tam w 2011 roku – jedynie 25%.

Globalnie zaufanie do sektora bankowego spadło o 11 p.p., natomiast w Polsce o 19 p.p. Największy spadek wystąpił w przypadku Hiszpanii: aż o 26 p.p. w ciągu ostatnich pięciu lat. Należy też zauważyć, że w przypadku 2/3 rynków badanych przez firmę Edelman zaufanie do sektora bankowego nie przekracza poziomu 50%.



**Rys. 2.** Poziom zaufania do banków w wybranych krajach (2008 i 2013; %)

Źródło: próba tzw. informed publics z 18 państw, Edelman Trust Barometer, 2013 Annual Global Study, <http://www.edelman.com/> [15.05.2013].

Niepokojący jest również niski poziom zaufania do tzw. liderów biznesu. W to, że podejmują oni etyczne i moralne decyzje, wierzy zaledwie 19% ankietowanych przez firmę Edelman. Podobny wynik dotyczy tego, że komunikują oni prawdziwe informacje, bez względu na to, jak bardzo są one niepopularne (18%).

W zasadzie uzyskane wyniki nie powinny dziwić, ponieważ media w sposób ciągle donoszą o wielu nieprawidłowościach występujących w sektorze bankowym bądź działaniach etycznie wątpliwych (np. wysokie premie dla osób zarządzających najwyższego szczebla nawet w przypadku złego zarządzania). Jako przykład można przytoczyć trzy nagłośnione w światowych mediach sprawy z 2013 roku.

Na początku 2013 roku media donosiły o kolejnej rekordowej karze za manipulacje stopą LIBOR i w efekcie kosztem udzielonych kredytów. Do grona ukaranych banków, tj. Barclays (0,5 mld USD) oraz Royal Bank of Scotland (0,6 mld USD), dołączył bank UBS (ponad 1 mld USD).

Bankowi HSBC postawiono w Stanach Zjednoczonych zarzuty o pranie brudnych pieniędzy meksykańskich karteli narkotykowych, prowadzenie interesów z firmami powiązanymi z terroryzmem i omijanie amerykańskich sankcji finansowych wobec Libii, Kuby, Iranu i Birmy. W celu uniknięcia oficjalnego oskarżenia przed sądem w grudniu 2012 roku bank zawarł ugodę pozasądową, w której zobowiązał

się zapłacić karę finansową w wysokości 1,9 mld USD (tj. około 10% zysku banku za 2011 r.).

Kolejnym przykładem jest zapowiedź Loyds Banku, największego dystrybutora tzw. ubezpieczenia spłaty zadłużenia (PPI – *Payment Protection Insurance*), że wycofuje się ze sprzedaży tego ubezpieczenia oraz zwróci klientom – osobom poszkodowanym w związku z zakupem tego produktu – koszty zapłaconego ubezpieczenia. Rezerwy związane przez bank na ten cel wyniosły 3,2 mld GBP. Koszt tego ubezpieczenia standardowo wynosił 20-25% kwoty kredytu. Szacuje się, że na rynku jest aktywnych 12 milionów umów PPI.

Problem braku zaufania jest jednak znacznie szerszym problemem niż jedynie zaufanie do instytucji finansowych czy osób zarządzających firmami, ale także dotyczy on tzw. organów regulacyjnych. Z opublikowanych w marcu 2013 r. badań Pew Research Center (badanie prowadzone w dniach 9-13 stycznia 2013 r.) wynika, że 73% amerykańskich respondentów uważa, iż rząd nie podejmuje właściwych działań albo podejmuje je rzadko. Tylko 26% badanych uważa, że władza postępuje właściwie [www.people-pres...].

W efekcie rodzi to różnego rodzaju oddolne inicjatywy. Jako przykład można podać, że z ruchu Occupy the Wall Street wyodrębnił się ruch Occupy the SEC. W lutym 2013 r. ruch ten pozwał Komisję Nadzoru Finansowego Stanów Zjednoczonych (wraz z bankiem centralnym oraz ministerstwem skarbu) za niedotrzymanie na czas obowiązku wprowadzenia do regulacji prawnych tzw. reguły Volckera. W uzasadnieniu podano, że SEC nie realizuje interesu Amerykanów, a chroni interesy kolegów z Wall Street [McMorrow 2013].

Na mocy ustawy Dodd-Franka tzw. reguła Volckera powinna bowiem obowiązywać od 21 lipca 2012 roku. Na mocy tego przepisu bankom zabroniono handlu (dla własnych celów) pieniędzmi klientów, objętych gwarancjami rządowymi. Celem tego zakazu było zahamowanie dynamicznego wzrostu transakcji hedgingowych i spekulacji prowadzonych przez banki. Sprzeciw wobec reguły Volckera zgłosiły jednak m.in. Goldman Sachs i Bank of America ML. Przepisy ustalone przez kongres pozostały więc na papierze, bez przepisów wykonawczych [Forbes].

W rezultacie przeciętny obywatel na podstawie doświadczeń własnych, wzmocnionych doniesieniami prasowymi o różnych aferach i skandalach finansowych, nabywa przeświadczenia, że wszystkie działania podejmowane przez instytucje rynku finansowego, na czele z bankami, powinien zakwalifikować jako nieprofesjonalną obsługę klienta – w rozumieniu braku udzielania wyczerpującej informacji na temat specyfiki danego produktu. Z pewnością uogólnienie takie jest jednak krzywdzące dla sektora finansowego i jego pracowników.

W tym kontekście najnowsze wydarzenia dotyczące swoistej nacjonalizacji oszczędności zgromadzonych na Cyprze również nie przyczyniają się budowania atmosfery wzajemnego zaufania, w tym przypadku rozszerzonej do swoistego trójkąta braku zaufania pomiędzy klientem, bankiem i władzą. Decyzje podjęte na Cy-

prze można bowiem rozpatrywać jako zamach na zdeponowaną w bankach własność prywatną, która to przecież stanowi podstawę gospodarki rynkowej.

## 5. Zakończenie

Zaprezentowane przykłady działalności instytucji rynku finansowego z rynku polskiego, amerykańskiego i brytyjskiego sprawiają wrażenie, że w praktyce podmioty finansowe realizują cel maksymalizacji bieżącego zysku kosztem klienta i podatnika, natomiast kwestie etyki prowadzonego biznesu pozostają w sferze deklaracji.

Warto w tym miejscu wspomnieć o powstaniu, a następnie rozwoju ruchu określonego jako inwestowanie społecznie odpowiedzialne (SRI – *Socially Responsible Investment*), który daje pewną nadzieję na uwzględnianie rzetelności i odpowiedzialności – a więc wartości społecznych – w transakcjach finansowych. Kreując bowiem nowy model gospodarowania zrównoważonego, nie powinno się lekceważyć mechanizmów rynkowych [Dziawgo 2010, s. 10], ale należy je wykorzystywać do przyspieszenia osiągnięcia zakładanych rezultatów.

Podsumowując powyższe rozważania, należy zadać pytanie, czy rzeczywiście podmioty finansowe stoją przed dylematem przyjęcia priorytetu jako alternatywy w relacji: maksymalizacja zysku vs. działalność uczciwa/transparentna? Czy nie jest to może fałszywy dylemat? Czy rzetelne poinformowanie klienta o produkcie musi skutkować obniżeniem zysku? Czy budowa trwałych relacji z klientem oparta na zaufaniu rzeczywiście stoi w sprzeczności ze wzrostem sprzedaży? Jak długo może być realizowany cel krótkookresowy, który w efekcie ogranicza bazę lojalnych klientów?

## Literatura

- Dziawgo L., *Bank jako „instytucja BRAKU zaufania publicznego”*, [w:] *Globalny kryzys finansowy i jego konsekwencje w opiniach ekonomistów polskich*, red. J. Szambelańczyk, Związek Banków Polskich, Warszawa 2009.
- Dziawgo L., Dziawgo D., *CSRI IR – nietłwte antidotum na toksyczną bankowość*, „Bezpieczny Bank” 2010, nr 1.
- Dziawgo L., *Zielony rynek finansowy. Ekologiczna ewolucja rynku finansowego*, PWE, Warszawa 2010.
- Edelman Trust Barometer, 2013 Annual Global Study, <http://www.edelman.com/insights/intellectual-property/trust-2013/> [15.05.2013].
- Kanon Dobrych Praktyk Rynku Finansowego, [www.knf.gov.pl/](http://www.knf.gov.pl/) [19.04.2013].
- McMorrow P., *Occupy the SEC takes on their own turf*, <http://www.bostonglobe.com/opinion/2013/03/05/> [15.05.2013].
- Polacy nisko oceniają uczciwość swoich pracodawców*, [www.bankier.pl/z28.02.2013](http://www.bankier.pl/z28.02.2013) [15.05.2013].
- [www.edelman.com/insights/intellectual-property/trust-2013/](http://www.edelman.com/insights/intellectual-property/trust-2013/) [15.05.2013].
- [www.forbes.com/sites/halahtouryalai/2012/03/21/volcker-rule-refugees/](http://www.forbes.com/sites/halahtouryalai/2012/03/21/volcker-rule-refugees/) [20.11.2013].
- [www.mbank.com.pl/](http://www.mbank.com.pl/).

[www.people-press.org/question-search/?qid=1827405&pid=51&ccid=50#top](http://www.people-press.org/question-search/?qid=1827405&pid=51&ccid=50#top) [20.11.2013].

[www.pewresearch.org/](http://www.pewresearch.org/).

[www.uokik.gov.pl/](http://www.uokik.gov.pl/)[15.05.2013].

## ETHICS AND FINANCIAL PRODUCTS DISTRIBUTION

**Summary:** The article deals with ethics on the financial market and it concentrates on products distribution on financial service market. The aim of the elaboration is to analyze if generating profits by financial institution is not on the cost of an individual client who is the buyer of final financial products and services. The presented examples of activities of financial institutions from Polish, American and British markets lead to the impression that in practice financial institutions implement a goal to maximize current profit externalized cost on clients and taxpayers. However, ethics in their business remains in declaration sphere.

**Keywords:** ethics, banks, financial products distribution.