

Grażyna Borys

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

MIERNIKI SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI SEKTORA BANKOWEGO – STUDIA PRZYPADKÓW

Streszczenie: Przedmiotem opracowania jest analiza studiów przypadków rankingów i ratingów banków społecznie odpowiedzialnych. Analiza ta koncentruje się na miernikach CRS. Od prawidłowego doboru tych mierników zależy bowiem skuteczność wykorzystywania rankingów i ratingów jako narzędzi oceny zakresu wdrożenia idei CRS w praktyce bankowej, empirycznej weryfikacji zależności między wynikami działalności w zakresie CRS a wynikami finansowymi banków oraz powodzenie giełdowych indeksów społecznej odpowiedzialności oraz skuteczności audytów prawnej odpowiedzialności banków w zakresie CRS.

Słowa kluczowe: bank, społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw, ranking, rating.

1. Wstęp

Jedną z najbardziej inspirujących idei, jakie poruszyły współczesny biznes, jest niewątpliwie idea społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw (CSR – *Corporate Social Responsibility*). Wielu autorów genezę tej idei wiąże z ukazaniem się w 1899 r. Ewangelii Bogactwa (*The Gospel of Wealth*) autorstwa szkocko-amerykańskiego przedsiębiorcy i filantropa A. Carnegiego. Carnegie dał podwaliny społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw w postaci dwóch paternalistycznych zasad: miłosierdzia i powierniczości (włodarstwa). Stawiały one właścicieli przedsiębiorstw (przedsiębiorców) w roli zbliżonej do roli rodziców względem podobnych do dzieci pracowników i klientów, którym brakuje umiejętności działania w najlepiej pojętym interesie własnym. Zasada miłosierdzia wymaga od szczęśliwych, zamożnych przedsiębiorców wspomagania tych mniej szczęśliwych, ubogich (bezrobotnych, niepełnosprawnych, chorych i starszych) datkami finansowymi i rzeczowymi. Zasada powierniczości, wywodząca się z Pisma Świętego, żąda od zamożnych przedsiębiorców, aby uważali siebie za włodarzy, opiekunów swojego majątku. Według Carnegiego, reszta społeczeństwa powierzyła bogatym ich majątek, wobec czego mogą go tylko używać dla celów uznanych przez społeczeństwo za uprawnione. Rolą przedsiębiorców jest pomnażanie majątku społeczeństwa przez zwiększenie majątku własnego w wyniku rozsądnego inwestowania zasobów pozostających w ich władaniu [Frederick 1987, s. 142].

W 1907 r. A. Marshall wystąpił z koncepcją „rycerskości gospodarczej”. Sformułował zestaw norm, na wzór średniowiecznych kodeksów rycerskich, które spełniałyby funkcję swoistego kodeksu postępowania przedsiębiorców. Uważał, że przedsiębiorcy – „rycerze gospodarki” powinni mieć ducha publicznego (*public spirit*), oznaczającego swoistą lojalność przedsiębiorcy wobec społeczeństwa, która miała być odpowiednikiem lojalności rycerza wobec księcia czy kraju, za: [Dzionek-Kozłowska 2007, s. 314].

Swoistym przełomem w rozwoju idei CSR było sformułowanie w 1974 r. przez K. Davisa tzw. żelaznego prawa dotyczącego równoważenia odpowiedzialności z władzą (*Davis's Iron Law of Responsibility*). Opiera się ono na założeniu ścisłej zależności odpowiedzialności menedżerów od posiadanej przez nich władzy danej przez społeczeństwo: „istnieje żelazne prawo odpowiedzialności stwierdzające, iż ci, którzy w długim okresie nie korzystają ze swojej władzy w sposób uznany przez społeczeństwo za odpowiedzialny, z czasem prawdopodobnie ją utracą” [Davis 1974, s. 631]. To, co wyróżnia podejście tego autora, to potraktowanie CSR jako odpowiedzialności ponoszonej przez instytucję – przedsiębiorstwo, której interesy są reprezentowane przez jednostkę/jednostki – zarząd, a nie jako sumę obowiązków, jakie osoby zarządzające powinny mieć wobec społeczeństwa. Przedsiębiorstwa powinny operować jako systemy otwarte, które pobierają zasoby i które przekazują otoczeniu efekty swojej działalności. Zasadność funkcjonowania organizacji biznesowych powinna być rozważana nie tylko w kategoriach technicznych czy ekonomicznych, ale również w wymiarze efektów społecznych [Crane i in. 2008, s. 52].

Należy zauważyć, że żelazne prawo Davisa zostało sformułowane w okresie, w którym wielkie spółki akcyjne przestały być zwykłym sposobem prowadzenia działalności gospodarczej, a stały się instytucjami publicznymi, gdy nastąpiła w nich zmiana właściciela z indywidualnego przedsiębiorcy na masowego udziałowca spółki publicznej. Jak zauważa Gabrusewicz, „gospodarka oparta na dużych spółkach publicznych wyznacza nową rolę przedsiębiorstwu, które w tym systemie funkcjonuje: staje się ono instytucją publiczną służącą swoim właścicielom, którym, w gruncie rzeczy, na imię miliony, za sprawą czego prywatna firma staje się, paradoksalnie, instytucją społeczną” [Gabrusewicz 2010, s. 12].

Kolejną postacią, która odegrała istotną rolę w conceptualizacji idei społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, był J. Elkington, który w 1994 r. przedstawił filozofię *Triple Bottom Line* – TBL czy 3BL (*Planet, People, Profit* lub *People, Planet, Prosperity*), korespondującą z koncepcją zrównoważonego rozwoju. W koncepcji TBL podkreśla się fakt tworzenia wartości przedsiębiorstwa również przez działania z pozoru pozakonomiczne – działania w sferze społecznej oraz w sferze ochrony środowiska [Visser i in. 2007, s. 466].

Równoległe z rozwojem idei CSR, która znalazła najszersze teoretyczne wsparcie na gruncie behawioralnej teorii przedsiębiorstwa, rozwinęły się badania empiryczne i statystyczno-ekonometryczne nad jej wdrożeniem do praktyki gospodarczej, w tym w praktyce gospodarczej podmiotów sektora bankowego. Celem tych badań jest, z jednej strony, analiza tendencji w zakresie ukierunkowania się zarządów przedsiębiorstw na odpowiedzialne – w sensie prawnym i pozaprawnym – pro-

wadzenie biznesu, a z drugiej na weryfikację zależności pomiędzy wynikami działalności społecznie odpowiedzialnej i finansowej przedsiębiorstw. W obu tych przypadkach w badaniach wykorzystuje się rankingi i ratingi dla oceny CSR. Przedmiotem niniejszego opracowania jest metodologia budowy rankingów i ratingów CSR, która w istotny sposób decyduje o wiarygodności uzyskiwanych wyników z prowadzonych badań. Ze względu na ograniczone ramy publikacji koncentruję swoją uwagę na miernikach CSR wykorzystywanych w procedurach rankingowych i ratingowych w dwóch wybranych studiach przypadków. Studia przypadków ograniczyłam do sektora bankowego z przyczyn podanych w treści opracowania. Celem artykułu jest identyfikacja problemów natury praktycznej towarzyszących budowie wiarygodnych rankingów i ratingów społecznie odpowiedzialnych banków. W osiągnięciu tego celu posłużono się metodą krytycznej analizy literatury przedmiotu i metodą studium przypadków z tego powodu, że polskie banki nie upubliczniają w sposób systematyczny i przekrojowy wiarygodnych informacji o swoich dokonaniach w obszarze CSR. Stąd demonstracja wybranych rankingów i ratingów przeprowadzonych w krajach o bardziej rozwiniętych systemach bankowych i większym uwrażliwieniu zarządów banków na ideę CRS z teoretycznego i praktycznego punktu widzenia wydaje się uzasadniona.

2. Studium rankingu banków społecznie odpowiedzialnych

Oceny społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw w systemie rankingów zostały zapoczątkowane pod koniec XX wieku przez amerykański magazyn gospodarczy „Fortune”, który rozpoczął prowadzenie badań ankietowych reputacji korporacyjnej. Początkowo posłużyły one do budowy rankingów, a następnie ratingów CSR. *Accountability Rating* obejmuje zaszeregowanie instytucji globalnych pod względem ich odpowiedzialności społecznej na podstawie listy Fortune Global 100 – stu największych firm globalnych. W Unii Europejskiej i w Polsce oceny te prowadzone są od 2007 r. w systemie tzw. Good Company Ranking, który powstał z inicjatywy niemieckiego magazynu gospodarczego „Manager Magazin” pod patronatem m.in. *Global Compact/UNDP*¹. Corocznie ocenie podlega realizacja CSR w czterech obszarach: społeczeństwo, pracownicy, środowisko, gospodarka. Zestawienie 120 najbardziej odpowiedzialnych firm w Europie publikuje „Manager Magazin”, a zestawienie 70 najbardziej odpowiedzialnych firm w Polsce „Dziennik Gazeta Prawna”. Przy budowie obu rankingów wykorzystuje się informacje zbierane drogą ankietową, które następnie poddawane są analizie eksperckiej. Nie została natomiast upubliczniona cała metodologia rankingów (znany jest jedynie zestaw pytań ankietowych) i nie została ona branżowo (w tym bankowo) zorientowana. Zadaniem tych rankingów jest dynamiczna ocena zakresu implementacji idei CSR przez liderów

¹ *Global Compact* (GC) – jest to inicjatywa zaprezentowana 31 stycznia 1999 r. przez Sekretarza Generalnego ONZ Kofiego Annana podczas Światowego Forum Ekonomicznego w Davos. Składa się z dziesięciu fundamentalnych zasad dotyczących praw człowieka, standardów pracy oraz ochrony środowiska naturalnego. Nawiązują one do zapisów wynikających z konwencji Międzynarodowej Organizacji Pracy, Deklaracji Praw Człowieka, jak również uzgodnień Szczytu Ziemi z Rio de Janeiro.

podmiotów sektora gospodarczego, jego poszczególnych sektorów przemysłu i branż. Oczywiście, umieszczenie na wysokiej pozycji rankingowej jest dla firm miarą prestiżu, a dla wszystkich firm objętych zestawieniem szansą na zdobycie potwierdzenia skuteczności działania w obszarze CSR.

Liderami w zakresie wypracowywania metodologii oceny społecznej odpowiedzialności banków w systemie rankingów, czyli uporządkowania hierarchicznego, są Holendrzy: praktyk bankowy M. Jeucken i akademik B. Scholtens. Jej innowacyjność polega m.in. na zastosowaniu innej metody gromadzenia informacji. Dla nich podstawowym źródłem gromadzenia tych informacji stał się Internet i upublicznione raporty społeczne/zrównoważonego rozwoju. Zmiana metody gromadzenia informacji jest istotna w tym sensie, że pozwala „odkryć” mierniki CSR preferowane przez menedżerów banków. W rankingach/ratingach magazynów gospodarczych zestaw tych mierników jest formułowany przez współpracujące z nimi agencje ratingowe oraz przedstawiciele inicjatyw organizacji międzynarodowych, niepowiązanych bezpośrednio z biznesem (w tym biznesem bankowym). Zatem mierniki te pozwalają na strukturyzację idei CSR w postulowanych obszarach funkcjonowania banków. Wykorzystanie zasobów Internetu i raportów społecznych/zrównoważonego rozwoju umożliwi strukturyzację idei CRS w obszarach uznanych przez menedżerów za „przyczyniające się” do wzrostu efektywności banków, ale jednocześnie nie tłumaczy obserwowanej tendencji standaryzacji raportów społecznych/zrównoważonego rozwoju w skali europejskiej czy wręcz globalnej.

Jeucken przeprowadził dla roku 2000 ranking 34 banków międzynarodowych z 15 krajów położonych w trzech regionach geograficznych: Europa (24 banki), Ameryka Północna (6 banków) i rejon Pacyfiku (Australia i Japonia – 4 banki). Przy wyborze grupy badawczej zastosował trzy kryteria: sumy bilansowej banku, wielkości ogólnej próby badawczej i wielkości próby badawczej z jednego kraju. Ostatecznie badaniami objął banki międzynarodowe, których suma bilansowa wynosiła co najmniej 100 mld euro; w próbie znalazły się 34 banki; z jednego kraju pochodziły co najwyżej 3 [Jeucken 2001, s. 477]. Dla celów porównawczej analizy dynamicznej badanie dla 2005 r. zostało przeprowadzone przez Scholtensa w zasadzie na tej samej grupie banków², przy wykorzystaniu bardzo zbliżonej metodologii [Scholtens 2009, s. 159].

Podejście obu autorów do CSR ogranicza się jedynie do środowiskowego i społecznego ukierunkowaniu działalności badanych banków, pomija zaś aspekty nadzoru korporacyjnego i uzyskiwanych efektów ekonomiczno-finansowych, co jest niezgodne z filozofią TPL. Uzasadnione to zostało faktem, że wszystkie banki były spółkami giełdowymi, więc z natury rzeczy musiały spełniać wynikające stąd standardy w obu pominiętych obszarach. W metodologii oceny zaawansowania praktyki społecznej odpowiedzialności banków zostały wykorzystane cztery grupy mierników dotyczące:

² Liczba banków została zmniejszona do 32 ze względu na fuzje i restrukturyzację banków objętych próbą, które dokonały się między 2000 i 2005 r.

- 1) przyjęcia kodeksów etycznych, raportowania działań na rzecz zrównoważonego rozwoju i wdrożenia systemów zarządzania środowiskiem;
- 2) przebiegu procesu zarządzania środowiskiem;
- 3) odpowiedzialnych produktów finansowych;
- 4) działań społecznych.

Szczegółowy wykaz mierników objętych wyszczególnionymi grupami wraz z ich operacjonalizacją i źródłami pozyskania prezentuje tab. 1.

Tabela 1. Mierniki społecznej odpowiedzialności banków

| Grupa mierników | Mierniki | Operacjonalizacja | Źródło pozyskania |
|---------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Kodeksy, raportowanie, systemy zarządzania środowiskiem | 1. Raportowanie społeczne 2. ICC Business Charter Sustainable Development* 3. UNEP FI** 4. Equator Principles*** 5. Global Compact 6. Who Cares Wins**** 7. Certyfikowany system zarządzania środowiskiem 8. Certyfikowany system zarządzania środowiskiem | Tak/nie Przyjęcie (tak/nie) Przyjęcie (tak/nie) Przyjęcie (tak/nie) Przyjęcie (tak/nie) Uczestnictwo (tak/nie) EMAS ISO 14001 | Internet Internet, ICC, raporty zrównoważenia www.unefi.org www.equatorprinciples.com www.unglobalcompact.org Rekomendacja Who Cares Wins Internet i raporty zrównoważenia j.w. |
| Zarządzanie środowiskowe | 9. Polityka środowiskowa 10. Zarządzanie łańcuchem dostaw 11. Skwantyfikowane cele zarządzania środowiskiem 12. Transparentność dokonań środowiskowych 13. Zarządzanie ryzykiem środowiskowym w polityce kredytowej 14. Wykluczenie specyficznych sektorów 15. Zalecenia BŚ w zarządzaniu ryzykiem środowiskowym 16. Zalecenia OECD w zarządzaniu ryzykiem środowiskowym | Polityka środowiskowa (tak/nie) Polityka zrównoważenia (tak/nie) Tak/nie Jakościowa Tak/nie Tak/nie Przyjęcie (tak/nie) Przyjęcie (tak/nie) | Internet i raporty zrównoważenia j.w. j.w. j.w. j.w. j.w. j.w. |
| Odpowiedzialne produkty finansowe | 17. Społecznie odpowiedzialne inwestowanie 18. Społecznie odpowiedzialne oszczędzanie 19. Zrównoważone finansowanie 20. Mikrokredyty 21. Doradztwo środowiskowe 22. Produkty klimatyczne 23. Inne produkty zrównoważone | Tak/nie Tak/nie Tak/nie Tak/nie Tak/nie Tak/nie Tak/nie | Internet i raporty zrównoważenia j.w. j.w. j.w. j.w. j.w. j.w. |

Tabela 1, cd.

| 1 | 2 | 3 | 4 |
|---------------------|-------------------------------|------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|
| Działania społeczne | 24. Sponsoring | Sponsoring organizacji pozarządowych i aktywności społecznej (tak/nie) | Internet i raporty zrównoważenia |
| | 25. Zaangażowanie społeczne | Dotacje i wolontariat (tak/nie) | j.w. |
| | 26. Szkolenia i edukacja | Tak/nie | j.w. |
| | 27. Elastyczność i możliwości | Tak/nie | j.w. |
| | 28. Dialog z pracownikami | Tak/nie | j.w. |
| | 29. Etyka biznesu | Procedury postępowania (tak/nie) | j.w. |

*ICC Business Charter Sustainable Development – to instrument opracowany przez Międzynarodową Izbę Handlową w 1990 r. w postaci karty na rzecz zrównoważonego rozwoju, stanowiącej swiste ramy odniesienia dla działań przedsiębiorstw integrujących problematykę ochrony środowiska i działań socjalnych z systemem zarządzania przedsiębiorstwem.

** UNEP FI – program globalnego partnerstwa między Programem Ochrony Środowiska Narodów Zjednoczonych i sektorem finansowym. Jego misją jest identyfikacja i promocja najlepszych praktyk zrównoważonego rozwoju na wszystkich poziomach operacyjnych działalności instytucji finansowych.

*** Equator Principles jest zestawem norm dotyczących identyfikacji, pomiaru i oceny ryzyka społecznego i ekologicznego związanego z finansowaniem projektów inwestycyjnych, wypracowanych w 2003 r. przez grupę globalnych banków prywatnych na czele z Citigroup. Normy te są na bieżąco korygowane i uzupełniane.

**** Who Cares Wins – to rekomendacje wypracowane przez grupę instytucji finansowych z inicjatywy rządu szwajcarskiego i skierowane do sektora finansowego, mające na celu lepszą integrację działań środowiskowych, społecznych i nadzorczych w analizach, zarządzaniu aktywami i pośrednictwie w obrocie papierami wartościowymi.

Źródło: opracowanie własne na podstawie [Scholtens 2009, s. 165-166].

Z przyjęcia kodeksów etycznych, publikowania raportów społecznych/zrównoważonego rozwoju oraz wdrożenia systemów zarządzania środowiskiem można wnioskować o tym, czy bank zobowiązał się do realizacji społecznie odpowiedzialnych działań. To, czy i w jaki sposób bank dba o środowisko, może zostać odzwierciedlone w polityce środowiskowej, w tym, w jaki sposób obchodzi się on z ryzykiem środowiskowym czy kładzie nacisk na kwantyfikację celów środowiskowych. Podaż „zielonych” lub społecznie odpowiedzialnych produktów (społecznie odpowiedzialne inwestowanie, produkty finansowe, których celem jest redukcja zużycia energii, zmniejszenie emisji gazów cieplarnianych, mikrokredyty dla ubogich i zagrożonych wykluczeniem finansowym) to kolejny sposób, w jaki bank może sygnalizować swoje ukierunkowanie na CSR. Czwarta grupa obejmuje wewnętrzne (wobec pracowników) i zewnętrzne (wobec społeczności lokalnych) działania prospołeczne.

Zaprezentowana metodologia oceny społecznej odpowiedzialności banków w systemie rankingów ma dwie wady. Po pierwsze, cyfrowy wynik osiągnięć w zakresie społecznej odpowiedzialności (wynoszący 0 lub 1) nie pozwala na uchwycenie zakresu i intensywności dokonań banku. Na przykład wystarczy, by bank zaoferował kredyt dla jednego społecznie odpowiedzialnego przedsięwzięcia inwestycyjnego, aby uzyskać ocenę na poziomie 1. Po drugie, pozyskiwane w procedurze budowy

rankingu informacje mogą być bardziej lub mniej wiarygodne ze względu na różny stopień obiektywizmu i samooceny zespołów opracowujących raporty społeczne/zrównoważonego rozwoju i strony internetowe banków, które w sposób systematyczny nie są poddawane audytowi. Niemniej jednak w porównaniu z metodą ankietową stopień jej przydatności dla oceny zakresu wdrożenia idei CSR w sektorze bankowym jest znacznie wyższy.

3. Studium ratingu banków społecznie odpowiedzialnych

Rating można określić jako metodologię bądź proces oceny przedsiębiorstwa/produktu/podmiotu sektora publicznego lub wynik przeprowadzonego badania, odbywającego się zgodnie z pewną przyjętą przez daną agencję ratingową/zespół badawczy procedurą, ujednocioną według określonych kryteriów dla wszystkich obiektów poddanych badaniu. Ocena ma z reguły, choć nie w każdym przypadku, formę symbolu literowego, często uzupełnionego cyfrą lub/i znakami „+/-”. Zwykle etapem wstępnym do przeprowadzenia ratingu jest ranking.

Do podstawowych funkcji ratingów zalicza się:

- funkcję racjonalizatorską, polegającą na zapewnieniu pomocy w zwiększaniu efektywności procesów decyzyjnych przez usprawnienie procesów informacyjnych i racjonalizację sytuacji decyzyjnych dla profesjonalnych i nieprofesjonalnych odbiorców ratingu przez redukcję zmiennych decyzyjnych;
- funkcję porządkującą, sprowadzającą się do usuwania szumów informacyjnych na rynku przez eliminację informacji zbędnych oraz wykrywanie informacji błędnych i nieprawdziwych;
- funkcję informacyjną, wyrażającą się w dostarczaniu decydom wiarygodnych informacji o przedmiotach ich decyzji oraz możliwie pełnych i wyczerpujących informacji, przy zachowaniu jednocześnie wysokiego stopnia ich przejrzystości;
- funkcję „wyrównywania szans”, polegającą na umożliwieniu podejmowania decyzji odbiorcom zarówno instytucjonalnym (profesjonalnym), jak i indywidualnym (nieprofesjonalnym) przez publikowanie wyników analizy ratingowej w powszechnie dostępnych periodykach i czasopismach oraz Internecie [D. Dziawgo 2010, s. 69].

Podobnie jak w przypadku rankingów procedura przeprowadzania ratingów nie jest z reguły ujawniana przez przeprowadzające go instytucje ratingowe.

W środowisku naukowym zainteresowanie ratingiem społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw wynika z postrzegania go jako narzędzia empirycznej weryfikacji zależności między wynikami działalności w zakresie CSR a wynikami finansowymi spółek oraz konstrukcji indeksów giełdowych społecznej odpowiedzialności spółek i przeprowadzania i prezentowania wyników audytu prawnej społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw. Empiryczna weryfikacja zależności między wynikami działalności w zakresie CSR a wynikami finansowymi spółek ma fundamentalne znaczenie dla zmiany paradygmatu podstaw funkcjonowania współczesnych spółek. Prowadzona jest ona od ponad dwudziestu lat. Badaniem tego problemu zajmowali się m.in. Freedman i Stagliano (1991), Griffin i Mahon (1997), Waddock

i Graves (1997), Preston i O'Bannon (1997), Stanwick i Stanwick (1998) Roman wraz z Hayiborem i Angle (1999), Carroll (2000), Rowley i Berman (2000), McWilliams i Siegel (2001), Schnietz i Epstein (2005), Luo i Bhattacharya (2006), He i in. (2007). Badania te nie przyniosły jak dotąd jednoznacznych wyników, co skłoniło m.in. Waddocka i Gravesa [1997, s. 318] oraz Prestona i O'Bannona [1977, s. 219] do sformułowania „hipotezy oportunistycznego menedżerskiego”. Sugerują oni, że gdy wyniki finansowe przedsiębiorstw są dobre, menedżerowie mają tendencję do redukcji kosztów i wydatków związanych z implementacją idei CSR, gdyż mogą w ten sposób zwiększać zyski krótkoterminowe, a tym samym podwyższać swoją osobistą rekompensatę za ich wysoki poziom. Gdy wyniki finansowe są słabe, menedżerowie będą starali się odwrócić od nich uwagę, dokonując wydatków na cele ukazujące ich w dobrym świetle, społecznie popularne czy społecznie popierane. Carroll źródłem porażki upatruje w tym, że do tej pory nie została opracowana powszechnie akceptowana, wszechstronna i kompleksowa miara oceny CSR, i sugeruje wręcz, że do czasu, gdy ona się nie pojawi, nie należy prowadzić badań empirycznych nad charakteryzowanymi zależnościami [Carroll 2000, s. 470]. Griffin kontrargumentuje, że taka miara nie istnieje, gdyż oznaczałoby to, że „czas, kultura, rodzaj działalności (przemysł) oraz zmienne uzależnione od kontekstu nie istnieją” [Griffin 2000, s. 480]. Rowley i Berman sugerują, że badania powinny być prowadzone, ale należy je ukierunkować na wybrany sektor gospodarczy/branżę, a nawet wybraną linię biznesową [Rowley, Berman 2000, s. 4001]. Atrybuty społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, przynależne danej branży czy linii biznesowej, mają unikatowy i wyjątkowy charakter, ponieważ wiążą się z inaczej zdefiniowanymi interesariuszami działającymi z różną siłą w różnych obszarach.

Rating jako narzędzie konstrukcji indeksów giełdowych jest szeroko wykorzystywany w światowej praktyce rynków finansowych. Jako najważniejsze giełdowe indeksy społecznej odpowiedzialności można wskazać Dow Jones Sustainability Index – DJSI i Financial Time Stock Exchange 4 Good – FTSE4Good [D. Dziawgo 2010, s. 92]. Bez rozwijania tej problematyki można zauważyć, że rozwój giełdowych indeksów CSR może świadczyć o poszerzaniu się świadomości społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw wśród inwestorów.

Relatywnie nowym zjawiskiem jest wykorzystywanie ratingu w przeprowadzaniu audytu prawnej społecznej odpowiedzialności banków i, co istotniejsze, upublicznianie jego wyników. Zostało ono zapoczątkowane w USA w związku z badaniem respektowania przez banki komercyjne regulacji wprowadzonych *The Community Reinvestment Act* (CRA) z 1977 r., których celem było wdrożenie CSR w kontekście specyficznego interesariusza, jakim jest społeczność lokalna i w kontekście pojedynczej linii biznesowej – kredytowania potrzeb lokalnej społeczności, w tym zwłaszcza potrzeb mieszkaniowych. Powyższa ustawa nałożyła na organy nadzoru bankowego obowiązek przeprowadzenia ratingu banków, pozwalającego na zakwalifikowanie ich do jednej z czterech klas: 1) o zgodności działań będących przedmiotem regulacji na poziomie doskonałym, 2) o zgodności satysfakcjonującej, 3) o zgodności wyma-

gającej poprawek oraz 4) o znacznym braku zgodności. Wymaga się od banków, by upubliczniały informacje na temat zgodności działań z CRA oraz aby prowadziły rejestr zawierający wszelkie uwagi i komentarze przedstawicieli lokalnej społeczności w tym obszarze. Wyniki ratingu mają znaczenie dla organów nadzorczych w momencie wyrażania zgody na rozszerzenie działalności w drodze otwierania nowych oddziałów, tworzenia nowych holdingów bądź przystępowania do fuzji.

Przyjmując założenie Rowleya i Bermána o procesowej (tj. ograniczonej do konkretnej linii biznesowej) indywidualizacji atrybutów CSR, Simpson i Kohers przeprowadzili weryfikację dwóch hipotez:

H_0 : Zależność pomiędzy wynikami działalności społecznie odpowiedzialnej i finansowej w komercyjnym sektorze bankowym jest albo negatywna, albo równa 0.

H_1 : Zależność powyższa w komercyjnym sektorze bankowym jest zależnością pozytywną [Simpson, Kohers 2002, s. 97].

Badaniami objęli oni 385 banków amerykańskich z regulacjami *The Community Reinvestment Act*, w tym 284 banki charakteryzujące się doskonałą zgodnością działań z regulacjami i 101 banków o zgodności wymagającej poprawek. Zaproponowany przez nich rating opiera się na zastosowaniu dwunastu grup mierników, a mianowicie:

1. Komunikowanie się z przedstawicielami społeczności w celu określenia potrzeb kredytowych.

2. Zakres zaangażowania zarządu banku w działania wynikające z przywołanej ustawy.

3. Wysiłki marketingowe w celu zapewnienia społeczności lokalnej właściwej i wyczerpującej informacji na temat rodzajów oferowanych kredytów.

4. Zakres pożyczek i kredytów udzielonych danej społeczności.

5. Zakres partycypacji banków w rządowych programach kredytowych.

6. Geograficzny rozkład składanych wniosków kredytowych, ich akceptacji i odmów.

7. Rejestr otwieranych i zamykanych oddziałów banków oraz zakres oferowanych w nich usług.

8. Praktyki stosowane w celu zniechęcania do składania wniosków kredytowych.

9. Dyskryminujące i inne nielegalne praktyki.

10. Uczestnictwo w projektach i programach na rzecz rozwoju lokalnych społeczności.

11. Zdolności instytucjonalne do sprostania potrzebom kredytowym społeczności.

12. Inne istotne i adekwatne czynniki, które mogłyby mieć wpływ na zakres, w jakim dana instytucja pomaga w pokryciu potrzeb kredytowych lokalnej społeczności.

Indykatory te wynikają nie tylko z regulacji CRA, ale także z regulacji całego pakietu prawodawstwa dotyczącego dyskryminacji i wykluczeń z korzystania z usług finansowych, w tym z: *the Fair Housing Act*, *Equal Credit Opportunity Act* i *Home Mortgage Disclosure Act*. Każda z grup indykatorów zawiera bardziej szczegółowe wskaźniki, np. w grupie pierwszej znajduje się wskaźnik obrazujący częstotliwość spotkań pracowników banków z przedstawicielami lokalnych społeczności,

małych firm, liderów społecznych, organizacji *non-profit*. Generalnie pozwoliły one na pozytywną weryfikację hipotezy H₁.

Wydaje się, że zaprezentowane podejście do mierników CSR ma istotne znaczenie dla rozwoju badań nad społeczną odpowiedzialnością banków z następujących powodów:

- obiektywizuje indykatory CSR oraz umożliwia precyzyjne rozróżnienie między tzw. dobrowolnym a obligatoryjnym działaniem banków w omawianym obszarze,
- otwiera pole do dyskusji nad podziałem ponoszonych kosztów działań w zakresie CRS przez prywatne banki między sektor prywatny a publiczny,
- uspołecznia operacjonalizację sformułowania – zakłada: „Bank jest instytucją zaufania publicznego” czy, jak proponuje Dziawgo: „Bank jest instytucją braku zaufania społecznego” [Szambelańczyk 2009, s. 118].

Powielenie tego podejścia jest możliwe, przy założeniu, że będzie się odbywać w skali krajowej bądź w skali np. UE, w której poszerza się obszar ujednoczonego prawa bankowego, oraz w odniesieniu do linii biznesowych objętych regulacjami odnoszącymi się do CSR.

4. Podsumowanie

Idea społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw w niewielkim stopniu znajduje zrozumienie w polskim sektorze bankowym. Świadczy o tym to, że słabo jest on reprezentowany w RESPECT Indeksie, wprowadzonym na GPW w Warszawie w listopadzie 2009 r. W skład tego indeksu wchodzi zaledwie trzy banki. Również w polskiej edycji Good Company Ranking 2010 znaleźć można jedynie dziesięć banków, z których tylko jeden – Bank Zachodni WBK, poprawił swoją pozycję w stosunku do roku ubiegłego i zajmuje 6 miejsce. Pozostałe banki zajmują dalekie pozycje rankingowe. Zmiana tego stanu rzeczy wymaga większego ugruntowania idei CSR w teorii bankowości. Wprawdzie na polskim rynku wydawniczym ukazały się interesujące opracowania M. Iwanicz-Drozdowskiej [2008], D. Korenik [2009] i L. Dziawgo [2010], ale pierwsza pozycja koncentruje się jedynie na prawnych aspektach bezpieczeństwa usług bankowych, choć z pozycji różnych interesariuszy [Iwanicz-Drozdowska 2008], druga pozycja, o charakterze głównie teoretycznym, napisana została przez pryzmat funkcji ekonomicznych i społecznych pełnionych przez banki [Korenik 2009], a trzecia przez pryzmat „zielonych produktów bankowych” [Dziawgo 2010]. Brakuje natomiast opracowań o tematyce związanej ze strukturyzacją, a następnie operacjonalizacją idei społecznej odpowiedzialności banków komercyjnych w przekroju całej jego działalności operacyjnej. Przygotowanie takich opracowań jest niezwykle trudnym, choć nie niemożliwym zadaniem, w związku z brakiem kompleksowych, wiarygodnych i systematycznie upublicznianych informacji o działalności banków w obszarze CSR oraz z barierami związanymi z kulturowymi i instytucjonalnymi uwarunkowaniami funkcjonowania banków w różnych systemach gospodarczych.

Literatura

- Davis K., *The Meaning and Scope of Social Responsibility*, [w:] *Contemporary Management*, McGuire J.W. (ed.), New York 1974.
- Dzionek-Kozłowska J., *System ekonomiczno-społeczny Alfreda Marshalla*, WN PWN, Warszawa 2007.
- Dziawgo D., *Credit rating na międzynarodowym rynku finansowym*, PWE, Warszawa 2010.
- Dziawgo L., *Zielony rynek finansowy. Ekologiczna ewolucja rynku finansowego*, PWE, Warszawa 2010.
- Caroll A.B., *A commentary and an overview of key questions on corporate social performance measurement*, „Business and Society” 2000 no 39.
- Crane A., McWilliams A., Matten D., Moon J., Siegel D.S., *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, Oxford University Press, USA 2008.
- Frederick W.C., *Corporate Social Responsibility and Business Ethics*, [w:] P. Sethie, C.M. Falbe, *Business and Society*, Mass 1987.
- Gabrusewicz T., *Rachunkowość odpowiedzialności społecznej w kształtowaniu zasad nadzoru korporacyjnego*, C.H. Beck, Warszawa 2010.
- Griffin J.J., *Corporate social performance: research directions for the 21st century*, „Business and Society” 2000 no 39.
- Iwanicz-Drozdowska M., *Bezpieczeństwo rynku usług finansowych. Perspektywa Unii Europejskiej*, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2008.
- Jeucken M.H.A., *Duurzaam Bankieren door Internationale Topbanken In de Praktijk*, „Maandschrift Economie” 2001 no 65.
- Korenik D., *Odpowiedzialność banku komercyjnego. Próba syntezy*, Difin, Warszawa 2009.
- Preston L.E., O'Bannon D.P., *The corporate social-financial performance: correlation or misspecification*, „Business and Society” 1997 no 36.
- Rowley T., Berman S., *A brand new brand of corporate social performance*, „Business and Society” 2000 no 39.
- Scholtens B., *Corporate social responsibility in the international banking industry*, „Journal of Business Ethics” 2009 no 86.
- Simpson W.G., Kohers T.H., *The link between corporate social and financial performance: evidence from the banking industry*, „Journal of Business Ethics” 2002 no 35.
- Szambelańczyk J. (red.), *Globalny kryzys finansowy i jego konsekwencje w opiniach ekonomistów polskich*, Związek Banków Polskich, Warszawa 2009.
- Waddock S.A., Graves S.B., *The evolution of the corporate social performance model*, „Strategic Management Journal” 1997 no 18.
- Visser W., Matten D., Pohl M., Tolhurst N., *The A to Z of Corporate Social Responsibility, A Complete Reference Guide to Concepts, Codes and Organizations*, John Wiley&Sonn, Ltd. USA 2007.

BANKING SECTOR INDICATORS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY – CASE STUDIES

Summary: The researched problem is a case study analysis of corporate responsible banks ranking and rating. The analysis concentrates on corporate social responsibility indicators which, if selected correctly, exert influence on rankings and ratings as tools for the implementation of CSR idea in banking practice, in empirical verification of relations between CSR activity results and financial results of banks, as well as successful application of CSR stock exchange indices and also the effectiveness of compliance audits conducted in banks in relation to CSR.