

**Dorota Korenik**

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

---

## KONTROWERSJE WOKÓŁ SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BANKÓW KOMERCYJNYCH

---

**Streszczenie:** Celem opracowania jest wskazanie kontrowersji wokół tematu społecznej odpowiedzialności banku komercyjnego, tj. działającego w formie spółki akcyjnej, jako podmiotu prawa prywatnego. Zakresem rozważania objęto: przesłanki budowania przez banki odpowiedzialnych relacji z otoczeniem i kontrowersje na temat interesariuszy, którym powinno służyć przede wszystkim przedsiębiorstwo bankowe. W zakończeniu sformułowano trzy drogi rozwiązania problemu społecznej odpowiedzialności w biznesie bankowym.

**Słowa kluczowe:** Strategia CSR, postawy banków, motywy wdrażania, argumenty i kontrargumenty.

### 1. Wstęp

Problem społecznej odpowiedzialności w biznesie (CSR) jest obecnie przedmiotem licznych badań i dyskusji prowadzonych w gronie teoretyków, praktyków i polityków w Polsce i na świecie. O znaczeniu odpowiedzialności społecznej debatowano już w 2000 r. na szczycie Unii Europejskiej (UE) w Lizbonie. Opracowano strategię, która miała sprawić, że gospodarka UE będzie „najbardziej konkurencyjną i dynamicznie rozwijającą się gospodarką świata zdolną do zrównoważonego gospodarczego rozwoju, kreującą nowe i lepsze miejsca pracy i integrującą społeczeństwo” [Internet 1]. Realizacji tych założeń sprzyjać powinno przede wszystkim przestrzeganie przez organizacje, niezależnie od ich wielkości i branży, zasad odpowiedzialności społecznej, polegających na osiąganiu zysków przy jednoczesnym uwzględnieniu w działaniach spółki kwestii społecznych oraz kwestii ochrony środowiska. W ramach koncepcji CSR (*Corporate Social Responsibility*) przedsiębiorstwo, poza dążeniem do maksymalizacji zysków, „dobrowolnie uwzględnia aspekty społeczne i ekologiczne w swoich działaniach handlowych oraz w kontaktach ze swoimi interesariuszami” [*Green Paper...* 2001]. Jest to koncepcja również ściśle związana z pojęciem etyki, będącej podstawą budowania wartościowych relacji międzyludzkich. Innymi słowy, oznacza to zaspokajanie potrzeb właścicieli, przy jednoczesnym uwzględnieniu oczekiwań pozostałych podstawowych grup interesariuszy: klientów, pracowników, dostawców, lokalnej społeczności, przyszłego, w terażniejszości niemającego jeszcze prawa głosu, pokolenia. Oznacza to wywieranie pozytywnego

wpływu na otoczenie, w którym działa przedsiębiorstwo (np. bank komercyjny). To wszystko może bezpośrednio przyczynić się do lepszej pozycji przedsiębiorstwa na rynku oraz do osiągnięcia długoterminowej przewagi konkurencyjnej. Tym sposobem zrealizować mogłaby się idea zrównoważonego rozwoju na poziomie mikro i poziomach wyższych (w branży, jeśli stałby się powszechnie stosowany, w kraju, jeśli stałby się powszechny w gospodarce krajowej).

Komisja Europejska wzywa do podążania głównym nurtem CSR, podkreślając konieczność rozwoju umiejętności zarządzania (przygotowania i wdrażania strategii) CSR oraz rozwijania otwartej koalicji współpracy, inspirowanie również do podejmowania badań i należytego kształcenia w tym zakresie. Ważnych wskazówek dla banków dostarcza deklaracja Collevocchio (*The Collevocchio Declaration on Financial Institutions and Sustainability*) z 2003 r. Instytucje finansowe wzywa się do poważnego potraktowania oczekiwań społeczeństwa dotyczących: podjęcia zobowiązania do kierowania się w działalności zasadami zrównoważonego rozwoju; działania bez wyrządzania jakichkolwiek szkód; ponoszenia odpowiedzialności za działania; zapewnienia przejrzystości działalności; konieczności podjęcia działań promujących i rozwijających zrównoważony rynek. Banki muszą się czuć zobowiązane do działania w interesie społeczeństwa – wspierać ochronę środowiska naturalnego, promować uniwersalne prawa człowieka oraz sprawiedliwości społecznej.

Nie oznacza to, że wątpliwości odnośnie do idei CSR w życiu biznesowym zostały rozwiane na gruncie nauki, a tym bardziej praktyki. Dopóki wątpliwości te nie zostaną rozstrzygnięte na gruncie teorii, trudno oczekiwać, że jej idea będzie wdrażana w życie przedsiębiorstw, w tym także przedsiębiorstw bankowych, albo że nie będzie wdrażana w sposób wypaczony.

Celem opracowania jest wskazanie kontrowersji wokół tematu społecznej odpowiedzialności banku komercyjnego, tj. działającego w formie spółki akcyjnej, jako podmiotu prawa prywatnego.

## **2. Przesłanki budowania przez banki odpowiedzialnych relacji z otoczeniem**

Oczywiste jest, że banki w różnym stopniu mogą albo kłaść nacisk na działania proekologiczne, albo koncentrować się na budowaniu relacji ze społecznościami lokalnymi, ponieważ zależy to od specyfiki banku (np. bank spółdzielczy, bank komercyjny – spółka akcyjna; bank lokalny/regionalny, bank globalny; bank uniwersalny, bank wyspecjalizowany; bank publiczny/państwowy, bank prywatny). Ale także oczywiste jest, że pomimo obietnicy wielu banków dotyczącej wdrażania strategii rozwoju zrównoważonego (wynikającej z podpisania deklaracji UNEP FI<sup>1</sup>), której przejawem ma być społeczna odpowiedzialność w prowadzonym biznesie banko-

---

<sup>1</sup> UNEP FI – United Nations Environment Programme Finance Initiative, to organizacja partnerstwa między UNEP a globalnym sektorem finansowym, skupiająca się na angażowaniu sektora finansowego w programy ONZ dotyczące ochrony środowiska.

wym, zaufanie publiczne do banków zostało mocno nadszarpnięte. Banki zostały obarczone przez społeczeństwo nie tylko odpowiedzialnością za spowodowanie globalnego kryzysu finansowego, ale również za jego skutki (pogorszenie sytuacji i upadłość przedsiębiorstw, likwidację miejsc pracy, załamanie wymiany międzynarodowej, odpływ kapitału zagranicznego z rynków wschodzących, utratę poczucia bezpieczeństwa czy pogłębianie różnic społecznych). Nieodpowiedzialne udzielanie kredytów czy inwestowanie doprowadziło nie tylko do kryzysu finansowego, ale również do kryzysu gospodarczego, sprzyjało wzrostowi konsumpcji towarów i usług, paliw kopalnych, eskalacji rozwoju motoryzacji, masowemu wytwarzaniu wyrobów jednorazowego użytku i kumulacji odpadów, narastaniu dysproporcji w poziomie życia, także między krajami itp. [Kulińska-Sadłocha 2010, s. 215]. Oznacza to, że banki (sektor bankowy) nie sprzyjały realizacji idei zrównoważonego rozwoju, zachowując się nieodpowiedzialnie względem środowiska naturalnego, społeczności lokalnych i przyszłych pokoleń.

Rodzi się przypuszczenie, że świadomie wdrażane w bankach rozwiązania idei zrównoważonego rozwoju są oderwane od filozofii społecznej odpowiedzialności biznesu bankowego. Banki wolą wdrożyć wygodny dla siebie model działania, polegający na angażowaniu się w projekty poprawiające nadszarpnięty wizerunek, lub też zmniejszyć ryzyko ewentualnej krytyki opinii publicznej. Dobrym przykładem są nawet banki przodujące w dziedzinie wdrażania zasad zrównoważonego rozwoju: Citigroup czy UBS AG. Wprawdzie podejmowały one wiele działań proekologicznych i prospołecznych, ale przez swą działalność inwestycyjną czy kredytową negatywnie oddziaływały na społeczeństwo – np. finansując działalność przedsiębiorstw, które w pogoni za zyskiem inwestują w biednym kraju afrykańskim, gdzie świadomość ekologiczna jest nierozwinięta, prawo ułomne, panuje korupcja, czyli występują warunki sprzyjające prowadzeniu rabunkowej eksploatacji zasobów naturalnych i ludzi [Kulińska-Sadłocha 2010, s. 222].

Obserwując poczynania współczesnych banków, trudno nie odnieść wrażenia, że sumienie i bezinteresowność zajmują znacznie dalszą pozycję wśród biznesowych priorytetów, a moralność rzadko bywa drogowskazem przy podejmowaniu decyzji. Działaniom pozornie odpowiedzialnym można również przypisać określony typ moralności, uzależniony od motywów postępowania. Jeżeli moralność równoznaczna jest ze stosowaniem norm zgodnych z ludzkim sumieniem, pewnymi wartościami, które muszą być spełnione dla osiągnięcia określonego celu, oraz umiejętnością indywidualnej oceny danej sytuacji, to można mówić o moralności pozytywnej, kształtowanej przez świadomy wybór jednostki. Jeżeli natomiast wyborami kierować będą wyłącznie normy cenione przez społeczeństwo (w kontekście nagród lub sankcji z nimi powiązanych), a co za tym idzie – chęć uniknięcia potępienia lub zdobycia uznania, to taką moralność określa się moralnością negatywną [Klimczak 2006, s. 24]. Konformizm lub oportunizm, który w tym wypadku jest głównym motywatorem, nie ma jednak nic wspólnego z postępowaniem etycznym. Panujący w społeczeństwie i gospodarce kryzys etyki został określony przez Z. Baumaną jako

„płynna nowoczesność” – stan wynikający z odrzucenia pewnych stałych norm i szukania sposobów do osiągnięcia osobistych korzyści, z pominięciem tego, co niewygodne, kosztowne, i określanym mianem wartości. Fundament, na którym wspiera się wiara w postęp, wyróżnia się dziś przede wszystkim pęknięciami, szczelinami i chronicznym brakiem spójności [Bauman 2006, s. 207]. Na takim fundamencie pracują podmioty komercyjne, także banki.

Widzialnym tego przejawem wydaje się rozumienie idei strategii CSR i sposób zarządzania nią w przedsiębiorstwach, także w przedsiębiorstwach bankowych. Wiele z nich, zamiast stworzyć osobny zespół odpowiedzialny za realizację tej strategii, często powierza to zadanie specjalistom do spraw *public relations* (PR) lub pozostawia je w gestii zarządu. Jak wynika z badań przeprowadzonych w 2008 r. przez Dom Badawczy Maison, na zlecenie Harvard Business Review Polska i firmy CSR Consulting, wśród 37% ankietowanych deklarujących wyznaczenie osób odpowiedzialnych za zarządzanie CSR w spółce tylko 6% zdecydowało się stworzyć osobny dział<sup>2</sup>. Jest to sygnał pokazujący, że powszechnie podchodzi się do zagadnienia CSR w sposób powierzchowny, zbyt mało profesjonalny, przy tym sprowadzając je zwykle do jednorazowej filantropii lub innych akcji promocyjnych. Należy podkreślić, że budowanie i wdrażanie strategii CSR nie jest działaniem z zakresu PR, choć z pewnością przyczynia się również do poprawy wizerunku spółki. Odpowiedzialne podejście do sprawy CSR wymaga zwiększenia nakładów pracy nad stworzeniem strategii nie tyle efektywnej ze względów wizerunkowych, ale przede wszystkim efektywnej, która pozwoli na uzyskanie długofalowych korzyści (jak choćby zaufanie klientów, zaangażowanie pracowników itp.). W tym celu działania kadry menedżerskiej, odpowiedzialnej za zarządzanie CSR w przedsiębiorstwie, powinny być skoncentrowane na realizacji projektów oraz kontrolowaniu ich przebiegu wyłącznie z tego zakresu.

Oprócz motywów i stopnia moralności, które towarzyszą wdrażaniu strategii CSR, pozostaje również kwestia momentu, w jakim w przedsiębiorstwie pojawia się zainteresowanie tą sferą działalności. Dość znamiennej opinii, właściwej dla stanu „płynnej nowoczesności” w gospodarce, wyraził R. Ackerman, stwierdzając, że korporacja (jaką zwykle jest współczesny bank komercyjny) powinna wyłącznie reagować na to, co dzieje się w jej otoczeniu, a nie podejmować za nie odpowiedzialność [Stoner i in. 1997, s. 116]. Fakt, że przedsiębiorstwo decyduje się przeznaczyć znaczne środki finansowe na akcje niezwiązane z jego działalnością wytwórczą, nie oznacza więc, że chce w ten sposób nawiązywać szczególną formę relacji z otoczeniem czy też czuje się odpowiedzialna za stan środowiska. W tym kontekście jest to jeden z lepszych sposobów na uniknięcie poważnych konsekwencji, wynikających z bagatelizowania ewentualnych zagrożeń, które w przyszłości mogłyby pozbawić menedżerów możliwości rozwiązywania problemów według własnego uznania. Zamiast

---

<sup>2</sup> Badanie zostało przeprowadzone na liczbie 212 respondentów z różnych branż, w tym finansowych.

ignorować daną sytuację i czekać biernie na rozwój wypadków, przedsiębiorstwo (bank) powinno dokładnie zbadać wszystkie okoliczności, rozważyć podjęcie odpowiednich działań, a następnie wdrożyć właściwe rozwiązania. Takie podejście daje możliwość kontrolowania sytuacji podmiotu i eliminowania powstających zagrożeń na bieżąco, adekwatnie do potrzeb, a co za tym idzie – bez potrzeby generowania niepotrzebnych kosztów: późniejszych pozwów sądowych, obowiązku wypłaty odszkodowań. Szybkie reagowanie ma zatem pomóc zminimalizować lub wykluczyć negatywne następstwa zaistniałych okoliczności.

Sprowadzenie odpowiedzialności społecznej do działań reaktywnych jest jednak myleniem pojęć, ponieważ postawa ta odpowiada bardziej zarządzaniu sytuacjami kryzysowymi niż chęci nawiązania dialogu z kluczowymi grupami interesariuszy. Poza tym podejście takie nie gwarantuje zaangażowania przedsiębiorstwa (banku) w budowanie bezpiecznych i efektywnych warunków pracy (życia), a z pewnością jedynie tuszuje negatywne rezultaty, które już powstały. Przeczy ono również samej idei CSR, według której podejście odpowiedzialne społecznie jest zwróceniem się w stronę otoczenia, w jakim funkcjonuje i wobec którego decyduje się podjąć dodatkowe inicjatywy [Poszewicki 2007, s. 240].

### **3. Kontrowersje wokół interesariuszy, którym powinno służyć przede wszystkim przedsiębiorstwo bankowe**

Pomimo wielu niezaprzeczalnych korzyści, jakie stosowanie strategii CSR przynosi zarówno bankom, jak i ich interesariuszom, metoda ta wciąż budzi wiele kontrowersji w kontekście podstawowej funkcji przedsiębiorstwa jako takiego, działającego w formie spółki prawa prywatnego (jaką jest także bankowa spółka akcyjna).

Twórcą jednego z najbardziej popularnych zarzutów stawianych koncepcji odpowiedzialnego biznesu jest M. Friedman. W swoich publikacjach podkreślał on, że głównym zadaniem przedsiębiorstwa jest maksymalizowanie zysku lub udziału w rynku, a grupą, której oczekiwania powinny być zaspokajane w pierwszej kolejności, są właściciele (akcjonariusze), nie zaś inni interesariusze. Z tej perspektywy menedżerowie powinni dążyć do osiągania jak najwyższego zwrotu z zainwestowanego kapitału oraz dysponować pieniędzmi właścicieli zgodnie z ich wolą. Jedynym usprawiedliwieniem dla stosowania CSR może być sytuacja, w której – mimo zaangażowania w sprawy społeczne – przedsiębiorstwo uzyskuje odpowiedni zwrot z zainwestowanego kapitału. Według Friedmana, tylko takie działanie jest jedynym „odpowiedzialnym społecznie”, ponieważ nie prowadzi do trwonienia pieniędzy właścicieli i nie odciąga menedżerów od osiągnięcia właściwego celu [Salazar, Husted 2008, s. 138]. Trudno nie przyznać częściowo racji temu pogładowi, skoro w komercyjnej sferze gospodarki wśród inwestorów na rynkach kapitałowych (i w znacznym stopniu w społeczeństwie) panuje klimat „płynnej nowoczesności”; dostęp do kapitału długoterminowego, którym jest przede wszystkim kapitał akcyjny, zależy od stopnia zaspokojenia oczekiwań akcjonariuszy wyrażonego maksymaliza-

cją dochodu właścicieli. Praca pod presją wyników finansowych obserwowanych przez właścicieli i potencjalnych nowych akcjonariuszy, raportowanych kilkakrotnie w ciągu roku, wymusza skupienie uwagi na krótkookresowej optyce w decyzjach finansowych. Tak naprawdę również ustawa *Prawo bankowe* nakazuje bankom [Ustawa *Prawo bankowe* 1997]: „W celu zapewnienia bezpieczeństwa ekonomicznego banki są obowiązane posiadać fundusze własne, dostosowane do rozmiaru prowadzonej działalności” (art. 126); niezbędne jest również prowadzenie rentownej gospodarki finansowej – „Banki prowadzą samodzielnie gospodarkę finansową na podstawie planu finansowego w sposób zapewniający pokrycie z uzyskanych przychodów kosztów działalności oraz zobowiązań” (art. 129.1). Może to skłaniać niektórych do wniosku, że pierwszoplanowym celem musi być maksymalizacja dochodów (bogactwa) właścicieli, a dodatkowe koszty niezwiązane wprost z działalnością operacyjną banku mogą wpędzić bank w kłopoty z zapewnieniem pokrycia kosztów z przychodów w stosunkowo krótkich okresach (rocznych i krótszych). W podejściu tym pominięty zostaje jednak fakt, że odpowiedzialność biznesu nie jest celem samym w sobie, a raczej zasadą działania, o której banki powinny pamiętać w dążeniu do ekonomicznego celu, tj. maksymalizowania zysków czy – jak to współcześnie się określa – maksymalizowania bogactwa właścicieli. Należy odróżnić pojęcie celu od sposobu realizacji, których łączenie prowokuje analogiczne dyskusje na temat prawdziwego sensu istnienia przedsiębiorstwa bankowego. Według zwolenników społecznej odpowiedzialności w biznesie trudno oddzielać od siebie pojęcie działania od obowiązku ponoszenia odpowiedzialności za jego skutki tylko dlatego, że może to rzekomo przeszkadzać w dążeniu do celu przedsiębiorstwa. Działania „nieszkodzące” otoczeniu i wychodzące naprzeciw jego potrzebom nie powinny zagrozić ani egzystencji tych przedsiębiorstw (bankowych), ani ich pozycji rynkowej. Niemniej jednak takie ujęcie problemu przez zwolenników CSR może nie być wystarczającym argumentem dla banków, które chciałyby stać się odpowiedzialne społecznie, ale muszą zmagać się z rzeczywistością „płynnej nowoczesności” w sektorze finansowym oraz wśród inwestorów kapitałowych. Możliwe, że bez wsparcia sfery regulacyjno-prawnej działania banków nie uda się stworzyć lepszych okoliczności, tj. wymuszających bardziej rozsądną politykę kształtowania struktury aktywów i pasywów, nie na koszt podatników (społeczeństwa), oraz ściślejsze związanie aktywów bankowych z realną gospodarką (powstrzymanie zjawiska „finansowania finansów”).

Kolejnym zarzutem M. Friedmana, odnoszącym się do łączenia biznesu z odpowiedzialnością społeczną, jest argument, że przedsiębiorstwa komercyjne są organizacjami *stricte* ekonomicznymi, budującymi również gospodarkę kraju. Stanowisko to poparł teorią „niewidzialnej ręki rynku” A. Smitha, która egoistyczną działalność podmiotów gospodarczych przekształca w efekcie we wzrost dobrobytu całego społeczeństwa. Narzucanie zaś przedsiębiorstwom dodatkowych obowiązków moralnych stanowi zagrożenie dla prawidłowego funkcjonowania całej gospodarki i w rezultacie może przynosić więcej szkód niż realnych korzyści [Rybak 2004, s. 19]. W pewnym sensie trzeba by zgodzić się z takim ujęciem w odniesieniu do sektora

bankowego. Od banków oczekuje się, by były instytucjami zaufania publicznego i społeczeństwo postrzega je jako instytucje moralnie obowiązane do wspierania gospodarki, pełniące przypisane im funkcje z zakresu pośrednictwa finansowego. Uznając kluczową rolę banków w rynkowym mechanizmie przepływu siły nabywczej w gospodarce, nadano im przywileje publiczne i obciążono społeczeństwo (podatników) kosztami utrzymania sprawnego działania sektora bankowego (sieć instytucji bezpieczeństwa finansowego banków, ratowanie banków przed bankructwem). Tymczasem pomimo oczekiwania publiki co do wypełniania przez banki obowiązków moralnych w teorii i na gruncie praktyki udowodnione jest występowanie zjawiska hazardu moralnego banków, a ostatni kryzys finansowy trzeba postrzegać jako przejaw obrócenia się ochrony publicznej danej bankom przeciwko społeczeństwu (ciężar ratowania banków i zaufania publicznego do systemu bankowego spadł na społeczeństwo, a i sami klienci banków ponieśli szkody w postaci utrudnień w dostępie do kredytów, wzrostu stóp procentowych od kredytu itd.).

Powyzszemu argumentowi Friedmanowskiemu przeczy jednak niewystępowanie zjawiska doskonałej konkurencji we współczesnej, znanej nam, gospodarce (nie działa tzw. bankowość wolna), który jest warunkiem niezbędnym, aby mechanizm „niewidzialnej ręki” mógł zadziałać. Poza tym pojęcie wzrostu gospodarczego nie uwzględnia takich kwestii, jak ochrona środowiska, pomijając ją najczęściej lub zostawiając w gestii organizacji pozarządowych. Nie jest też prawdą, jakoby mechanizm ekonomiczny potrafił sam rozwiązać wszystkie dylematy powiązane z gospodarką danego kraju, takie jak bezrobocie, inflacja (w warunkach występowania monopolu państwowego na pieniądź) czy zanieczyszczenie środowiska.

Przeciwnicy koncepcji CSR upatrują w niej także nadmiernych kosztów, jakie przedsiębiorstwo musi ponieść przy wprowadzeniu tej strategii w życie, co z kolei może postawić je w gorszej pozycji konkurencyjnej. Środki te mogłyby bowiem zostać wydane na inne potrzeby, takie jak rozwój technologiczny, a zamiast tego inwestowane są w osiąganie celów społecznych, których korzystne efekty dla przedsiębiorstwa trudno jest zmierzyć [Filek 2006, s. 10]. Zwolennicy podnoszą jednak, że chcąc uzyskać jakiegokolwiek korzyści, przedsiębiorstwo bankowe musi wcześniej podjąć stosowne inwestycje. Dopiero po odroczonym czasie można oczekiwać wzrostu zainteresowania klientów, ich lojalności, a następnie wzrostu sprzedaży. Dodatkowym atutem tego działania jest niewątpliwa poprawa wizerunku banku na tle konkurentów i polepszenie jego pozycji rynkowej w dłuższym okresie. Ale też faktem jest istnienie dla praktyków gospodarczych, w tym zajmujących się bankowością, trudności z ustaleniem kosztów i wyceną korzyści z kontraktów nieformalnych, związanych z przyjmowaniem przez bank obowiązków moralnych wynikających z uwzględniania kwestii społecznych i środowiskowych. Chodzi o nierozwiązany problem wyceny kontraktów nieformalnych w świetle teorii kontraktualnej występującej w teorii finansów korporacji (przedsiębiorstwa). W świetle tej teorii przedsiębiorstwo (bank) jest wiązką kontraktów formalnych (*explicite*) i nieformalnych (*implicite*) zawieranych między interesariuszami [Alchian, Demsetz 1972; Jensen,

Meckling 1976; kontrakty nieformalne: Baker, Gibbons, Murphy 2002]. Jeśli weźmie się pod uwagę tylko kontrakty formalne, to wartość przedsiębiorstwa bankowego da się wymiernie ustalić [Mizerka 2010, s. 112]. Sytuacja zmienia się, gdy zostaną uwzględnione kontrakty nieformalne, jak np. uwzględnianie kwestii społecznych czy pośredniego pozytywnego wpływu działalności banku na stan środowiska naturalnego. Występowanie kontraktów nieformalnych oznacza, że przedsiębiorstwo bankowe jest taką kombinacją tworzących ją aktywów, iż wartość tej kombinacji jest większa (ewentualnie mniejsza) niż suma wartości poszczególnych aktywów traktowanych oddzielnie. Różnica między wartością banku jako całości a sumą poszczególnych aktywów na ten bank się składających może być określana jako wartość kapitału organizacyjnego. Przez pryzmat kontraktów nieformalnych dostrzega się pozostałych interesariuszy. Kontrakty nieformalne pozwalają chronić ich interesy, ale jak dotychczas problemem badawczym nadal jest wycena w wymiarze finansowym kontraktów nieformalnych [Mizerka 2010, s. 112].

Innym argumentem podnoszonym przeciwko społecznej odpowiedzialności biznesu jest to, że menedżer powinien działać tylko i wyłącznie dla dobra właściciela, skoro jest pracownikiem wynajętym przez właściciela dla zarządzania spółką. Mając na uwadze nierozstrzygnięty problem wyliczenia kosztów kontraktów nieformalnych, należy stwierdzić, że pragmatycznym rozwiązaniem dla menedżerów jest preferowanie interesu właścicieli. Da się to wytłumaczyć teorią, w świetle której istnieje konflikt agencji między właścicielami a wierzycielami finansowymi (głównie deponentami). Tak jak to przedstawia J. Mizerka [Mizerka 2010, s. 113], przyjmując założenie o asymetrii informacji stawiającej wierzycieli w roli niedoinformowanych, można przypuszczać, że zarząd działający w imieniu właścicieli może preferować dług jako źródło finansowania nowego projektu nad emisję nowych akcji. Finansowanie długiem w szczególności dotyczy będzie projektów ryzykownych. J. Mizerka twierdzi, że decydenci działający w imieniu właścicieli, mając do wyboru różne projekty o zróżnicowanym poziomie ryzyka, licząc się z ograniczeniami budżetowymi, mogą wybrać projekty bardziej ryzykowne do realizacji. Powodem może być postrzeganie kapitału własnego banku jako opcji wystawionej na wartość banku jako całości, gdzie wartość długu odgrywa rolę ceny wykonania. Wartość projektu rośnie w miarę wzrostu ryzyka, które traktowane jest jako szansa uzyskania bardzo dużych korzyści – jest to szansa tym bardziej nie do odrzucenia, że wierzyciele finansowi (deponenci) są przecież zabezpieczeni w ramach publicznego systemu gwarantowania ich wiarygodności bankowych. Warto zatem zrealizować projekt ryzykowny, gdyż w przypadku sukcesu właściciele będą mieli duży udział w korzyściach, podczas gdy wierzyciele zadowolą się wynagrodzeniem określonym w umowie w postaci odsetek od depozytu (lokaty bankowej). W wypadku niepowodzenia, w sytuacji gdy głównym źródłem finansowania projektu jest dług, konsekwencje tego niepowodzenia spadną głównie na wierzycieli (względnie system gwarantowania depozytów czy budżet państwa).



Trzeba przy tym dodać, że przeciwnicy CSR uważają, że przedsiębiorstwo/korporacja nie ma sumienia i nie można przypisywać mu moralności. Argument ten można wzmocnić, jeśli przyjrzeć się, czym jest współczesne przedsiębiorstwo (korporacja) bankowa. Korporacja jako taka (więc korporacja bankowa także) jest instytucją – jedyną w swoim rodzaju strukturą i układem imperatywów, które rządzą działaniami ludzi w jej obrębie [Bakan 2004, rozdz. 1], a wszystkie korporacje łączy ten sam instytucjonalny porządek i cel [Drucker 1946]. Jest prawnie powołaną „osobą” (bytem, który traktuje się jako analogiczny do osoby ludzkiej, istotę wolną i niezależną) [Horwitz 1987, s. 51]. Korporacja jest „osobą” mającą własną tożsamość, odrębną od istot ludzkich, które są jej właścicielami i zarządcami, oraz uprawnioną, tak samo jak żywa osoba, do prowadzenia działalności we własnym imieniu, nabywania majątku, zatrudniania pracowników, płacenia podatków oraz dochodzenia przed sądem swoich praw i obrony swojego postępowania. Korporacyjna osoba prawna zajęła, przynajmniej przed obliczem prawa, miejsce rzeczywistych osób będących właścicielami korporacji [Bakan 2004, rozdz. 1]. Takie osoby są przeważnie właścicielami banków komercyjnych (należących do układów określanych jako holdingi, koncerny, grupy), co jest typowe w naszym kontynentalno-europejskim systemie. Zarządzający, będąc zatrudnionymi i wynagradzaniymi przez właścicielskie podmioty korporacyjne, mają być lojalni wobec swych akcjonariuszy, a więc głównie przed bezosobowymi (w sensie: sztucznymi; niebędącymi żywymi istotami, niemającymi przymiotów osoby ludzkiej) spółkami prawnymi, bezdusznymi tworamiprawno-ekonomicznymi, niemającymi wiele wspólnego z moralnością – przymiotem istot ludzkich. Zwolennicy CSR wskazują jednak, że w kwestii moralności firmy pominięto aspekt jakości życia w społeczeństwie, które dąży do zaspokojenia indywidualnych korzyści (maksymalizacja zysku), nie dbając ani o środowisko naturalne, ani o społeczności lokalne, na które z pewnością wywiera wpływ. Samo przedsiębiorstwo, przedsiębiorstwo bankowe, jest bowiem grupą ludzi mających sumienie i pozostających w ścisłych relacjach ze społeczeństwem [Żemigala 2007, s. 52]. Dbanie o potrzeby interesariuszy, niezwiązane z pomnażaniem kapitału banku, jest zatem w sposób pośredni działaniem na korzyść samych właścicieli i zatrudnionych w nim pracowników. Działanie CSR wzmacnia u zatrudnionych poczucie odpowiedzialności za działalność banku i zwiększa ich stopień zaangażowania w realizację misji i celów banku. Dla właścicieli natomiast tworzy odpowiednie warunki do prowadzenia biznesu w środowisku, które będzie mu sprzyjać. Pomimo takiej argumentacji, dla zarządzających i całej kadry pracowniczej dylemat dychotomicznej moralności (moralność prywatna i moralność pracownika zatrudnionego dla osiągnięcia celu ekonomicznego korporacji bankowej, ocenianego i wynagradzane go za wkład w tworzenie wyniku finansowego) nadal pozostaje. Rodzi się sugestia, że w poszukiwaniu rozwiązania upowszechnienia się zasady społecznej odpowiedzialności biznesu, w tym opracowaniu biznesu bankowego, trzeba by odwołać się do tzw. teorii nadania i ją wykorzystać.

#### 4. Konkluzje i wnioski

Mimo wielu argumentów podważających koncepcję społecznej odpowiedzialności biznesu, także biznesu bankowego, trudno ją sprowadzić do działania generującego wyłącznie zbędne koszty, a jej zasadności upatrywać jedynie w wyniku finansowym przedsiębiorstwa (bankowego) bądź korzystnie zmienionym wizerunku. Banki, choć stanowią niezależne podmioty gospodarcze, nie działają w próżni i nie są zarządzane przez osoby nieposiadające sumienia. Chcąc działać w sposób jak najbardziej efektywny i przynoszący jak największe zyski, wykorzystują w swej działalności wszelkie walory płynące z otoczenia – kapitał ludzki, zasoby środowiska naturalnego lub możliwość współpracy ze środowiskami lokalnymi. Coraz bardziej cenią również wysokie umiejętności interpersonalne wśród swoich pracowników, tj. umiejętność szybkiego uczenia się, nawiązywania relacji i współpracy z innymi, umiejętność osiągnięcia kompromisów. Dzisiejsi liderzy biznesu bankowego (i w ogóle w innych branżach także) głoszą, że ich firmy troszczą się o coś więcej niż zyski i straty, że czują się odpowiedzialni wobec ogółu społeczeństwa, a nie tylko wobec swoich akcjonariuszy. Społeczna odpowiedzialność korporacji bankowej jest ich nową „religią”, samokrytyczną korektą wcześniejszych wizji korporacji, przesyconych chciwością. Dziwny może wydawać się w tej sytuacji fakt, że wiele instytucji bankowych (tak jak i innych podmiotów gospodarczych) broni się jednocześnie przed podjęciem wysiłku budowania autentycznych relacji i współpracy z interesariuszami w sposób szczególnie odpowiedzialny, uosabiając takie działanie z marnotrawieniem czasu, środków i energii, nie dostrzegając przy tym korzyści, jakie ta koncepcja niesie ze sobą w długiej perspektywie czasu, oraz zbieżności z propagowanym systemem pracy. Tym bardziej więc nie powinny one pozostawać obojętne nie tylko na wpływ, jaki wywierają na otoczenie – który w przypadku banków jest bardzo silny (przekonanie, że sektor bankowy jest siłą napędową gospodarki, „lokomotywą” wzrostu gospodarczego) – ale także na potrzeby interesariuszy, którzy odgrywają kluczową rolę w sukcesie ich działalności.

Nie jest to jednak takie dziwne – nawet pomimo zmiany w wizerunku kreowanym przez banki – bowiem sama korporacja (bankowa czy jakakolwiek inna) się nie zmieniała. Pozostaje ona prawnie powołaną „osobą”, z natury waloryzującą interes własny, a pozbawiającą wartości oceny moralne. Skoro tak, to sensownym rozwiązaniem sprzyjającym ukierunkowaniu banków na rozwój zrównoważony i przeobrażeniu się ich w podmioty bardziej niż dotychczas uwzględniające i respektujące kwestie społeczne i środowiskowe jest przypomnienie sobie zapomnianej „teorii nadania”, zrewidowanie słuszności koncepcji uprzywilejowania banków skutkującego zapewnieniem przez społeczeństwo szczególnego „parasola ochronnego” i ewentualne ściślejsze uzależnienie dostępu banków do ochrony publicznej od ich wkładu w rozwój zrównoważony – w ład ekonomiczny, społeczny, środowiska naturalnego.

W myśl „teorii nadania” korporacje są instrumentami polityki władz i to w ich gestii leży tworzenie korporacji i umożliwianie im działalności. Korporacja (banko-

wa) nie jest bowiem niezależną „osobą”, której prawa, potrzeby i pragnienia organy nadzoru muszą respektować. Jest ona stworzonym przez państwo narzędziem polityki społeczno-gospodarczej. Jako instytucja ma ona tylko jeden cel: służyć interesowi publicznemu (i to bynajmniej nie w jakimś określonym rozumieniu, które utożsamia interes publiczny z interesem świata biznesu). Banki komercyjne są przykładem bardzo sprawnej maszyny do tworzenia bogactwa właścicieli, bez względu na szkody dla osób postronnych, która wymknęła się spod skutecznej kontroli społeczeństwa. Niewątpliwie rozwiązanie tego trudnego problemu musi ostatecznie wypracować społeczeństwo, a nie pojedyncza osoba – mimo to warto zakończyć kilkoma ogólnymi myślami na temat możliwych dróg związania banków komercyjnych z interesem publicznym.

Jedną z dróg jest zwiększenie ładu korporacyjnego: zmiany w sposobie sprawowania właścicielskiego nadzoru nad korporacjami [Gabrusewicz 2010]. Potrzebne jest wzmocnienie odpowiedzialności członków zarządów i rad nadzorczych przed inwestorami, ale to nie wystarczy, by istotnie zwiększyć możliwość rozliczania korporacji bankowej przez społeczeństwo. Skrajną drogą jest delegalizacja instytucji korporacji, ale ta jest obecnie utopijna wobec władzy, jaką korporacje dysponują w życiu politycznym i gospodarczym.

Inną drogą jest przebudowa instytucji bankowej w taką, która zmuszona jest w większym niż dotychczas stopniu respektować kwestie przyczyniania się do polepszenia ładu ekonomicznego, społecznego i ładu środowiska naturalnego. To właśnie robią, jak twierdzą, zwolennicy społecznej odpowiedzialności biznesu i etycznego zarządzania. Jednak, mimo zwykle dobrych intencji, są oni ograniczeni w swych poczynaniach przez prawny mandat korporacji, zobowiązujący banki komercyjne do kierowania się interesem własnym. Banki musiałyby zostać tak ukonstytuowane, by troszczyły się nie tylko o siebie i swoich akcjonariuszy, ale aby też służyły szerszym sferom społeczeństwa i przed nimi odpowiadały. Polepszenie ładu korporacyjnego leży w interesie akcjonariuszy, jak również służy zwiększeniu wiarygodności banku, ale rozwiązania w tym zakresie nie wystarczą. W gruncie rzeczy potrzebna jest zmiana fundamentalna: ogólna zmiana stosunków gospodarczych respektująca ideę rozwoju zrównoważonego. Rozwój zrównoważony jest bowiem wielowymiarowy i wdrożenie jego strategii wymaga przewartościowania i integracji różnych płaszczyzn ludzkiego myślenia i działania (takich jak: troska o środowisko naturalne i racjonalną gospodarkę zasobami naturalnymi; wzrost gospodarczy i sprawiedliwy podział korzyści z niego wynikających; rozwój społeczny) i również płaszczyzn: technicznej, moralnej, prawnej i politycznej; przy czym za fundament wszystkich pozostałych uznaje płaszczyznę moralną obejmującą kwestie odpowiedzialności człowieka za podejmowane działania [Pawłowski 2006]. Zadaniem na najbliższy czas jest znalezienie sposobów poddania komercyjnej instytucji bankowej kontroli:

- podporządkowania jej ograniczeniom, jakich wymaga demokracja (potrzebna jest nowa koncepcja i nowe prawne uzasadnienie państwowego nadzoru jako podstawowego środka demokratycznej kontroli nad korporacjami bankowymi,

stanowiącego gwarancję, że będą one respektować interesy obywateli, społeczności, środowiska; niezbędne jest podniesienie skuteczności nadzoru poprzez ustanowienie grzywnien na tyle wysokich, aby odwodziły one korporacje od nieetycznego inwestowania lub finansowania klientów gospodarczych popełniających przestępstwa gospodarcze, a także praktykowania przerzucania ryzyka w ramach „finansowania finansów” zamiast zarządzania nim; istotne jest też podniesienie osobistej odpowiedzialności osób z wyższych szczebli kierownictwa za nielegalne działania banku i nadmierne ryzykowanie powierzonymi środkami przez deponentów),

- ochrony obywateli przed jej niebezpiecznymi skłonnościami (praktykowania moralnego hazardu, licząc na ewentualne uratowanie banku przez stronę trzecią – gwarancyjną instytucję publiczną czy środki budżetu państwa – w razie urzeczywistnienia się skutków błędnych decyzji i działań banku).

## Literatura

- Alchian A., Demsetz H., *Production, information costs and economic organization*, „American Economic Review” 1972 no 62.
- Bakan J., *The Corporation. The Pathological Pursuit of Profit and Power*, 2004
- Baker G., Gibbons R., Murphy K.J., *Relational contracts and theory of the firm*, „Quarterly Journal of Economics” 2002, vol. 117, Issue 1.
- Bauman Z., *Płynna nowoczesność*, Wydawnictwo Literackie, Kraków 2006.
- Drucker P., *Concept of the Corporation*, John Day, New York 1946.
- Filek J., *Spoleczna odpowiedzialność biznesu. Tylko moda czy nowy model prowadzenia działalności gospodarczej*, Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Warszawa 2006.
- Gabrusewicz T., *Rachunkowość odpowiedzialności społecznej w kształtowaniu zasad nadzoru korporacyjnego*, C.H. Beck, Warszawa 2010.
- Green Paper. Promoting European Framework for Corporate Social Responsibility*, Commission of the European Communities, Brussels, 18.07.2001.
- Horwitz M.J., *Santa Clara Revisited: The Development of Corporate Theory*, [w:] *Corporations and Society: Power and Responsibility*, red. W. Samuels, A. Miller, Greenwood Press, New York 1987.
- Jensen M.C., Meckling W., *Theory of the firm: managerial behavior, agency costs and capital structure*, „Journal of Financial Economics” 1976 no 3.
- Klimczak B., *Etyka gospodarcza*, AE, Wrocław 2006.
- Kulińska-Sadłocha E., *Koncepcja zrównoważonego rozwoju w działalności banków*, [w:] *Ku nowemu paradygmatowi nauk o finansach*, Zeszyty Naukowe nr 144, UE, Poznań 2010.
- Mizerka J., *Ku nowemu paradygmatowi w finansach korporacji*, [w:] *Ku nowemu paradygmatowi nauk o finansach*, Zeszyty Naukowe 144, UE, Poznań 2010.
- Pawłowski A., *Wielowymiarowość rozwoju zrównoważonego*, „Problemy Ekorozwoju”, *Studia Filozoficzno-Socjologiczne*, 2006 nr 1.
- Poszewicki A., *Kontrowersje wokół społecznej odpowiedzialności biznesu*, [w:] *Wpływ społecznej odpowiedzialności biznesu i etyki za zarządzanie przedsiębiorstwem*, red. P. Kulawczuk, A. Poszewicki, Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2007.
- Rybak M., *Etyka menadżera – społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa*, WN PWN, Warszawa 2004.

- Salazar J., Husted W., *Principals and Agents – Further Thoughts on the Friedmanite Critique of Corporate Social Responsibility*, [w:] *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, eds. A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, Oxford University Press, 2008.
- Stoner J.A.F., Freeman R.E., Gilbert D.R., *Kierowanie*, PWE, Warszawa 1997.
- Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. *Prawo bankowe*, DzU 1997 nr 140, poz. 939.
- Żemigala M., *Spoleczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa*, Wolters Kluwer Polska Sp. Z o.o., Kraków 2007.

### Źródło internetowe

- [1] [www.ec.europa.eu](http://www.ec.europa.eu).

## CONTROVERSY AROUND THE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF COMMERCIAL BANKS

**Summary:** The aim of the paper is an indication of the controversy around the subject of social responsibility of a commercial bank, acting as a limited company, as an entity of private law. The scope of discussion includes: the conditions for banks to build responsible relationships with the environment and the controversy about the stakeholders, whom the bank should primarily serve. In the conclusion three ways of solution of the problem of social responsibility in business banking are formulated.