

LESZEK DZIAWGO

POSTRZEGANIE SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU NA RYNKU FINANSOWYM – WYNIKI BADAŃ¹

Wprowadzenie

Społeczna odpowiedzialność biznesu jest jedną z najbardziej inspirujących idei współczesnego biznesu. Jest to jednocześnie poważne wyzwanie. Dotyczy to także rynku finansowego, na którym również można wskazać na liczne przejawy społecznego zaangażowania instytucji finansowych oraz spółek giełdowych. Jednak z ideą CSR i jej praktycznym zastosowaniem związane są nie tylko nadzieje, ale i pewne wątpliwości.

Z uwagi, iż idea i implementacja CSR dotyczą kwestii społecznych, wydaje się zasadne, aby zapaść się także z oceną tematu przez opinię społeczną oraz inwestorów indywidualnych.

W niniejszym opracowaniu zaprezentowano wyniki badań na próbie reprezentatywnej społeczeństwa polskiego oraz na próbie indywidualnych inwestorów giełdowych. Na zlecenie i według projektu autora badania zostały przeprowadzone przez Millward-Brown SMG/KRC.

Społeczna odpowiedzialność biznesu na rynku finansowym

Na rynku finansowym już od kilku lat rośnie zaangażowanie instytucji finansowych oraz spółek giełdowych w społeczną odpowiedzialność biznesu. CSR staje się również jednym z kryteriów inwestycyjnych, a inwestowanie społecznie odpowiedzialne (SRI – Socially Responsible Investment) cieszy się coraz większą popularnością. Wartość inwestycji określanych jako SRI wyniosła w ujęciu globalnym – według szacunków – ok. 5 bln EUR na koniec 2007 roku i ponad 7 bln EUR na koniec 2009 roku².

Na rynku kapitałowym stosowane są coraz powszechniej indeksy społecznej odpowiedzialności biznesu, takie jak Dow Jones Sustainability index, FTSE4Good, Nasdaq Clean Index, S&P Global thematic Index – Clean Energy i Water. Rozwój rynku CSR/SRI znajduje potwierdzenie w specjalistycznych ofertach wiodących instytucji finansowych: Deutsche Bank, ING, HSBC, Raiffeisen, UBS, Credit Suisse, SEB, BNP Paribas, Allianz i wielu in-

¹ Praca naukowa finansowana ze środków na naukę w latach 2007–2010 jako projekt badawczy.

² *European SRI Study 2010*, Revised edition, Eurosif, Paris 2010.

nych. Oferują one liczne produkty i usługi finansowe powiązane z nowym, obiecującym rynkiem inwestowania społecznie odpowiedzialnego: tytuły uczestnictwa w etycznych funduszach inwestycyjnych, certyfikaty, doradztwo finansowe i wiele innych.

Ponadto można też wskazać na szereg inicjatyw międzynarodowych, mających na celu wsparcie przedsięwzięć z zakresu CSR i SRI – United Nations Environment Programme Finance Initiative (UNEP FI), Principles for Responsible Investment (PRI) czy też Equator Principles Financial Initiative (EPFI)³.

Polski rynek finansowy również staje się przykładem aktywności w zakresie CSR i SRI. Wprawdzie przez wiele lat za najlepszy przykład wskazywany był BOŚ, to jednak w ostatnim okresie zaczęły pojawiać się coraz liczniejsze oferty innych instytucji finansowych (BRE, BZ WBK, Raiffeisen, DWS, Allianz, SKOK). Jeszcze innym znaczącym przykładem jest wprowadzenie na GPW indeksu RESPECT. Postęp jest na tyle zauważalny, iż Polska po raz pierwszy została wskazana w najnowszym raporcie Eurosif na temat rynku SRI⁴.

Kwestie sporne

Społeczna odpowiedzialność biznesu i ochrona środowiska, choć coraz powszechniejsze w codziennej aktywności gospodarczej, są źródłem wielu kontrowersji, poczynając od nieśmiałyłch wątpliwości, a kończąc na zdecydowanej krytyce⁵. Niejednokrotnie są to wątpliwości uzasadnione. Należy przypomnieć niektóre z nich. Dotyczą one m.in. tematu (rysunek 1):

- idei społecznej odpowiedzialności biznesu (teoria),

oraz

- implementacji założeń tej idei w praktyce biznesowej (praktyka).

Natomiast w obu powyższych zakresach: teoretycznym i praktycznym:

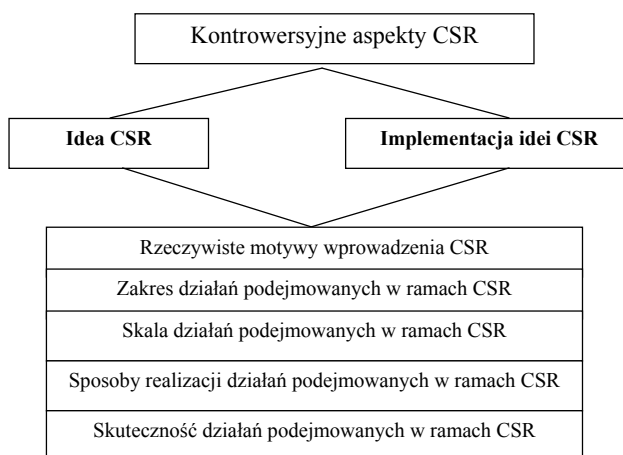
- rzeczywistych motywów wprowadzania zasad CSR,
- zakresu działań opartych na idei społecznej odpowiedzialności biznesu,
- skali tych działań,
- sposobów ich realizacji,
- skuteczności tychże działań.

Z kolei osobno należy jeszcze rozważyć praktyczne funkcjonowanie CSR w okresach kryzysów gospodarczo-finansowych, co uwioczniał aktualny kryzys finansowy. Kryzys ten zmusił bowiem instytucje finansowe do przewartościowania priorytetów działalności.

³ Szerzej: L. Dziawgo: *Zielony rynek finansowy. Ekologiczna ewolucja rynku finansowego*, PWE, Warszawa 2010.

⁴ *European SRI Study...*

⁵ Kwestie sporne szerzej opisano w L. Dziawgo: *op.cit.*



Rys. 1. Kontrowersyjne aspekty CSR

Źródło: opracowanie własne.

Charakterystyka próby i metodologia badań

Mając na uwadze fakty dotyczące aktywności w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu, także na polskim rynku finansowym, uznano za zasadne, aby poznać opinię społeczeństwa oraz indywidualnych inwestorów giełdowych, dotyczącą zaangażowania podmiotów gospodarczych na rzecz CSR. Badania przeprowadzono dzieląc je na trzy części: odpowiedzialność społeczna w biznesie, ochrona środowiska na rynku finansowym oraz zaufanie do instytucji finansowych.

Badania ankietowe na reprezentatywnej próbie polskiego społeczeństwa według koncepcji i na zlecenie autora wykonała agencja badania opinii społecznej MillwardBrown SMG/KRC. Badanie dotyczące społecznej odpowiedzialności biznesu przeprowadzono na próbie 1003 respondentów w dniach 2–8.10.2009 roku. Błąd statystyczny pomiaru wynosi $\pm 3,1\%$, przy wiarygodności oszacowania 95%. Na wykresach grupę tę w skrócie określono jako „reprezentatywna”.

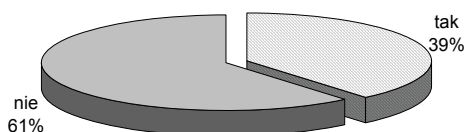
Wybrane odpowiedzi udzielone przez grupę reprezentatywną skonfrontowano z odpowiedziami udzielonymi przez respondentów z grupy inwestorów indywidualnych. Przeprowadzono bowiem również badanie telefoniczne na próbie celowej indywidualnych inwestorów, według koncepcji i na zlecenie autora, za pośrednictwem agencji MillwardBrown SMG/KRC. Badanie także dotyczyło społecznej odpowiedzialności biznesu i zostało przeprowadzone na próbie 224 osób inwestujących na giełdzie w okresie wrzesień–październik

2009 roku metodą CATI⁶. Na wykresach grupę tę w skrócie określono jako „inwestorzy giełdowi”.

Respondentom zadano zarówno pytania o charakterze zamkniętym, jak i otwartym o zróżnicowanym stopniu trudności. Z uwagi na narzucone ograniczenia objętości publikacji, w niniejszym opracowaniu zaprezentowano jedynie wybrane pytania i odpowiedzi.

Wyniki badań⁷

Pierwsze pytanie dotyczyło znajomości pojęcia społecznej odpowiedzialności biznesu. Na wykresie zaprezentowano uzyskane wyniki (rys. 2). Nie są one satysfakcjonujące w próbie reprezentatywnej. Aż 61% respondentów nie słyszało o CSR. Po tylu latach promocji idei CSR oraz wdrażania jej zasad w gospodarce nie można takiego wyniku uznać za zadowalający. Natomiast mocnym pozytywnym akcentem jest fakt, iż w grupie dyrektorów i kierowników 63% respondentów potwierdziło, iż słyszało o CSR, a w grupie przedsiębiorców 62% pytanym.



Rys. 2. Rozkład odpowiedzi na pytanie: *Czy słyszał Pan(i) o społecznej odpowiedzialności biznesu?* – próba reprezentatywna

Źródło: badanie własne.

Kolejne pytanie dotyczyło zakresu spraw społecznych, w jakie firmy mogłyby lub powinny się angażować. Pytanie miało charakter otwarty. W tabeli 1 na podstawie wypowiedzi ankietowanych przedstawiono wyodrębnione obszary tematyczne. Najczęściej wskazywano jako przykład społecznego zaangażowania biznesu pomoc: ubogim, chorym i dzieciom. W dalszej kolejności znalazły się akcje charytatywne i co interesujące: tworzenie miejsc pracy jako przejaw zaangażowania społecznego (bardzo biznesowe ujęcie tematu przy zauważalnym odsetku wskazań). Na piątym miejscu w obu próbach wskazano na ochronę środowiska, uważając to za odpowiedni przykład zaangażowania biznesu w sprawy społeczne. Taki wynik należy uznać za satysfakcjonujący z uwagi na uzyskaną rangę problemu (piąty w kolejności), a za mniej zadowalający z uwagi na częstotliwość wskazań – 3,7% próba reprezentatywna i 4% próba inwestorów. Należy również zauważyć, iż udzielaniu pomocy biednym, chorym i dzieciom zasłużenie przyznano wyższy priorytet.

⁶ CATI – Computer Aided Telephone Interview – wywiady telefoniczne wspomagane komputerowo.

⁷ Prezentowane badania szerzej zostały przedstawione w L. Dziawgo: *op.cit.*

Tabela 1

Wybrane odpowiedzi na pytanie:
*W jakie sprawy społeczne, Pana(i) zdaniem, mogłyby lub powinny zaangażować się firmy?**

Próba reprezentatywna (1003)		Próba inwestorów giełdowych (224)	
Odpowiedź	%	Odpowiedź	%
Pomoc biednym, potrzebującym, chorym, bezdomnym	20,9	Pomoc ubogim i chorym	11,6
Pomoc dzieciom, dożywianie, zakup podręczników, stypendia, kolonie	17,1	Pomoc dzieciom	9,8
Akcje charytatywne	4,9	Akcje charytatywne	12,5
Walka z bezrobociem, pomoc w znalezieniu pracy	4,0	Tworzenie miejsc pracy	5,4
Ochrona środowiska, budowa oczyszczalni	3,7	Ochrona środowiska	4,0
Dofinansowanie szkół, kształcanie dzieci i młodzieży	2,8	Praca z młodzieżą, wspieranie talentów	3,6
Wspieranie domów dziecka	2,3	Wspieranie domów dziecka	2,2
Rozwój sportu, kluby sportowe	1,9	Sport, budowa boisk	3,1
Opieka medyczna, pomoc szpitalom	1,4	–	
Sponsoring	1,3	Sponsoring	1,3
Wsparcie niepełnosprawnych	1,0	Wsparcie niepełnosprawnych	1,8
Wspieranie społeczności lokalnych	1,0	Wspieranie społeczności lokalnych	4,5
Finansowanie kultury	0,4	Wspomaganie oświaty, kultury, promowanie wiedzy o historii	8,0
Sprawy socjalne rodzin pracowników	0,4	Sprawy pracowników	2,2
We wszystkie	0,8	We wszystkie	0,4
Żadne	0,5	Żadne	3,6
Wybrane pojedyncze wypowiedzi			
Płace powinny być godziwe, aby nie trzeba było pomagać (3 odpowiedzi)		Odpowiedni poziom wynagrodzeń	
Nie powinny się angażować, bo to prowadzi do podejrzeń o korupcję (2 odpowiedzi)		Etyka w biznesie	
Nie powinny się angażować, robią sobie tylko reklamę (2 odpowiedzi)		Firmy powinny się zająć zarabianiem pieniędzy	
Każda firma dba o swoje finanse; jeżeli się angażuje, to po to, by mieć efekt finansowy		Dbanie o minimalną świadomość ekonomiczną Polaków	
Pomoc regionom nawiedzonym przez klęski żywiołowe (2 wskazania)		Sprawy społeczne realizowane za państwo tam, gdzie ono tego nie robi	
Firmy się angażują, tylko państwo się nie angażuje			
Więcej państwo powinno robić			

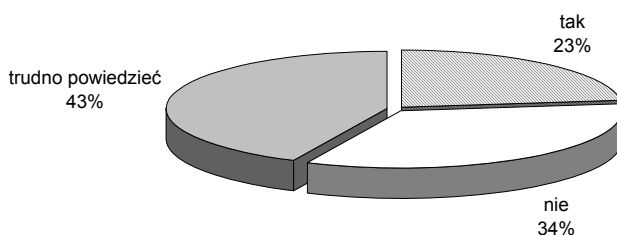
* Starano się zachować oryginalne sformułowania odpowiedzi.

Źródło: badania własne.

Podobnie pozytywnie ocenić można tworzenie miejsc pracy. Wydaje się, iż takie pozycjonowanie działań społecznych jest prawidłowe.

Natomiast w drugiej części tabeli zaprezentowano wybrane wypowiedzi, które wprawdzie mają charakter jednostkowy, ale zwracają uwagę swoją oryginalnością.

W następnym pytaniu poruszono kwestię autentyczności społecznego zaangażowania biznesu. Kwestia ta od zawsze wzbudza uzasadnione kontrowersje. Na rysunku 3 przedstawiono uzyskane wyniki. Zauważyć można, iż respondenci z grupy reprezentatywnej są bardzo nieufni. Tylko 23% pytanym uważa społeczne zaangażowanie biznesu za autentyczne – natomiast 34% jest przeciwnego zdania i aż 43% nie ma w tej sprawie zdania. To kolejny przykład porażki idei CSR w społeczeństwie. Społeczna odpowiedzialność biznesu raczej nie wzbudza zaufania w polskim społeczeństwie.



Rys. 3. Rozkład odpowiedzi na pytanie: *Czy Pana(i) zdaniem zaangażowanie firm w sprawy społeczne jest autentyczne?* – próba reprezentatywna

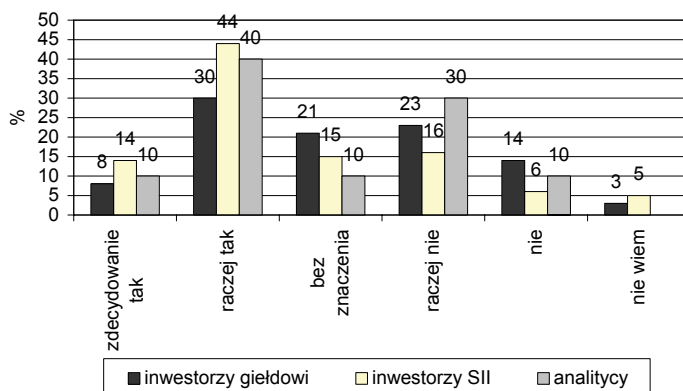
Źródło: badanie własne.

Uzyskane wyniki uzupełniono o wyniki badań D. Dziawgo, w których zadano wprawdzie te same pytania, jednak innym grupom respondentów. Uzyskane wyniki zaprezentowano na wykresach (rys. 4 i 5).

Na rysunku 4 przedstawiono odpowiedzi respondentów, z trzech grup badawczych, na pytanie: czy przestrzeganie przez spółkę zasad CSR wpływa na podejmowane decyzje inwestycyjne ankietowanych? Pierwsza grupa inwestorów giełdowych w 38% odpowiadała wskazując „zdecydowanie tak” i „raczej tak”. Inwestorzy z grupy SII w większym stopniu odpowiadają twierdząco – 58% wskazań. Natomiast respondenci z grupy analityków giełdowych – 50%. Jest to obiecujący wynik, aczkolwiek należy mieć także na uwadze udzielaone odpowiedzi „bez znaczenia” oraz „raczej nie” i „nie” w każdej z grup, odpowiednio: 21, 15, 10 oraz 37, 22 i 40%. Jest to pewien sygnał ostrzegawczy.

W następnym pytaniu poruszono problem zasadności przygotowywania publikacji określanych jako raporty CSR. Zwraca uwagę relatywnie duży rozrzut odpowiedzi: dużo wskazań na „dobry pomysł” i jeszcze więcej na „nie mam zdania”. Jednak odpowiedzi typu „brak zdania” w tej kwestii przeważają, co w poszczególnych grupach respondentów wynosi odpowiednio: 46, 52 i 70%. Opinia negatywna odpowiednio: 8, 6, 20%. Natomiast

zasadność opracowywania raportów CSR pozytywnie ocenia w poszczególnych grupach 46, 38 oraz 10% pytaných. Uzyskane wyniki skłaniają do pogłębionej refleksji. Wyniki przedstawiono na rysunku 5.

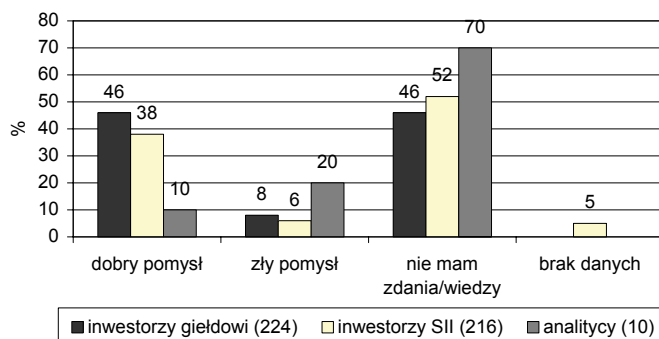


Próby badawcze:

inwestorzy giełdowi [N = 224]; inwestorzy SII [N = 216] – badanie przeprowadzono za pośrednictwem Stowarzyszenia Inwestorów Indywidualnych. Próbę 154 inwestorów giełdowych rozszerzono o grupę 62 respondentów – inwestorów biorących udział w konferencji Wall Street, zorganizowanej przez SII w czerwcu 2009 r.; analitycy giełdowi [N = 10] – badanie przeprowadzono w styczniu 2010 r. na próbie analityków giełdowych sell-side.

Rys. 4. Rozkład odpowiedzi na pytanie: *Czy przestrzeganie przez spółkę zasad odpowiedzialnego biznesu wpływa na podejmowane przez Pana(ią) decyzje inwestycyjne?*

Źródło: badanie własne oraz D. Dziawgo, *Relacje inwestorskie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2011.



Rys. 5. Rozkład odpowiedzi na pytanie: *Czy uważa Pan(i), że spółki powinny opracowywać osobne raporty dotyczące społecznej odpowiedzialności biznesu?*

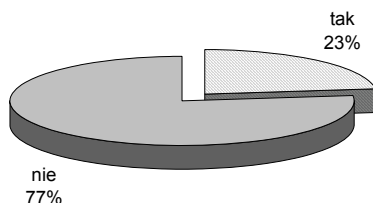
Źródło: badanie własne oraz D. Dziawgo: *Relacje inwestorskie...*

Ochrona środowiska naturalnego

Społeczna odpowiedzialność biznesu zawiera integralny, a przy tym istotny, komponent ekologiczny. Ochrona środowiska naturalnego jest jednym z tych aspektów CSR, który cieszy się dużą sympatią społeczną i z tego też powodu może być wykorzystywany do rozbudzania zainteresowania społeczną odpowiedzialnością biznesu w społeczeństwie i w gospodarce.

Mając to na uwadze, w badaniach zadano również pytania na temat zaangażowania sektora finansowego w ochronę środowiska.

Jedno z pytań dotyczyło znajomości konkretnej instytucji finansowej zaangażowanej w ochronę środowiska naturalnego. Na rysunku 6 zilustrowano wyniki. W próbie reprezentatywnej niestety aż 77% nie jest w stanie wskazać żadnej konkretnej instytucji finansowej. Tak więc nawet społecznie popularny temat ochrony środowiska nie jest skutecznie wykorzystywany przez sektor finansowy. Być może podejmowane przez instytucje finansowe inicjatywy ekologiczne znane są tylko wąskiemu gronu organizatorów, specjalistów, a tylko w niewielkim zakresie społeczeństwu. Z instytucji finansowych najczęściej wskazywany był Bank Ochrony Środowiska – ponad 7% wskazań. Pozostałe instytucje finansowe były wskazywane przez respondentów incydentalnie, jako takie, które kojarzone są z ochroną środowiska naturalnego (wskazania konkretnych instytucji na poziomie poniżej 0,5%).



Rys. 6. Rozkład odpowiedzi na pytanie: *Czy znane są Panu(i) banki, instytucje finansowe lub spółki giełdowe zaangażowane w ochronę środowiska naturalnego?*

Źródło: badanie własne.

Z pewnością nie jest to wynik satysfakcjonujący. Wydawałoby się, iż temat ekologicznych inicjatyw podejmowanych przez sektor finansowy będzie lepiej znany w społeczeństwie, chociażby z powodu wieloletniego funkcjonowania Banku Ochrony Środowiska oraz zaangażowania wielu innych instytucji finansowych w ochronę środowiska.

Podsumowanie

Przechodząc do konkluzji, należy przypomnieć, iż wyniki badań należy zawsze traktować z odpowiednią ostrożnością badawczą, doceniając przy tym ich wartość badawczą.

Prezentowane wyniki badań skłaniają do pogłębionej refleksji na temat społecznej odpowiedzialności biznesu na polskim rynku finansowym. Wprawdzie wpływ koncepcji CSR jest już widoczny, to jednak nie można potwierdzić, aby była to koncepcja powszechnie znana i stosowana. Dotyczy to nawet popularnego tematu ochrony środowiska, który jest przecież integralną i jednocześnie istotną częścią koncepcji CSR.

Uzyskany rezultat nie może być uznany jako spełniający oczekiwania. Po tylu latach propagowania idei CSR i jej wdrażania w praktyce gospodarczej – wyniki są daleko niesatysfakcjonujące. Przyczyn takiego stanu rzeczy może być kilka i to właśnie powinno być przedmiotem dalszych badań, jeżeli zakładamy, iż koncepcja ta ma istotne znaczenie dla podniesienia jakości procesów gospodarowania we współczesnej gospodarce i społeczeństwie.

Literatura

Dziawgo D.: *Relacje inwestorskie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2011.

Dziawgo L.: *Zielony rynek finansowy. Ekologiczna ewolucja rynku finansowego*, PWE, Warszawa 2010.

European SRI Study 2010, Revised edition, Eurosif, Paris 2010.

prof. dr hab. Leszek Dziawgo
Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu

Streszczenie

Jednym z istotnych współczesnych wyzwań dla przedsiębiorstwa jest społeczna odpowiedzialność biznesu. Dotyczy to także instytucji finansowych oraz spółek giełdowych. Z ideą CSR i jej praktycznym zastosowaniem na rynku finansowym związane są nie tylko nadzieje, ale i wątpliwości. Dla naukowej analizy problemu przydatne jest również poznanie opinii społeczeństwa i inwestorów na temat społecznie odpowiedzialnego zaangażowania podmiotów rynku finansowego. W tym celu przeprowadzono badania na próbach reprezentatywnej społeczności polskiego oraz na próbie inwestorów giełdowych. Badania na zlecenie autora zostały zrealizowane przez MillwardBrown SMG/KRC.

**PERCEPTION OF SOCIALLY RESPONSIBLE INVESTMENT ON FINANCIAL MARKET
– SURVEY RESULTS****Summary**

One of the most important challenges for contemporary business is CSR. It refers also to financial institutions and public companies. However, the idea of CSR and its implementation is not only inspiring but also doubtful. For scientific analysis of the problem it is valuable to recognize the public- and investors opinion concerning CSR activity on financial market. The surveys on representative samples of Polish society and individual investors were created by the Author and provided by MillwardBrown SMG/KRC.