

SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ W FINANSACH



W wolnorynkowej gospodarce to klienci i ich wybory mają decydujący głos

Rynek finansowy wciąż się rozwija. Instytucje co chwila uzupełniają i modyfikują oferty, tworząc nowe produkty. Zmienia się także sposób korzystania z usług finansowych. Świat pieniądza staje się w coraz większej mierze wirtualny. W obliczu tej ewolucji można zadać sobie pytanie, kto lub co odgrywa w niej kluczową rolę. Czy to instytucje kształtują zmiany i jednocześnie narzucają pewne zachowania społeczeństwu, czy to jednak klienci, wraz ze swoimi potrzebami i wymogami, stymulują rynki finansowe do zmiany. Okazuje się, że odpowiedź nie jest jednoznaczna.

Tomasz Głodowski

dyrektor marketingu i sprzedaży
bezpośredniej Inbank Polska

szczególnie widoczny w kontekście kanału online, który w wielu branżach, także w finansach, szybko zyskuje na znaczeniu.

Klucz w działalności

Obecnie na co dzień z sieci korzysta 26 milionów Polaków i właśnie ich codzienne doświadczenia, wyniesione z różnych sfer wirtualnego świata, stają się kluczowe dla działania instytucji finansowych. Rośnie siła konsumentów online, którzy stale stymulują instytucje do działania, wpływając na kształt oferty.

Popularyzacja e-commerce wpływa na potrzeby i oczekiwania klientów. Kredyt czy pożyczkę chcemy załatwić tak samo, jak zakupy w sieci, czyli szybko i sprawnie, za pomocą kilku kliknięć. Klienci nie chcą już wizyt w bankach, rozmów z doradcami, masy formalności i długiego czasu oczekiwania na decyzję. Potwierdzają to bada-

nia Kantar TNS, zrealizowane na zlecenie Inbank, gdzie wśród największych trudności w uzyskaniu kredytu wymieniane zostały właśnie te elementy.

Cyfrowy konsument

Obecnie mamy do czynienia z konsumentem cyfrowym, który przynosi najlepsze jego zdaniem praktyki, znane z social media czy handlu internetowego, na inne sfery życia. Podobnie jak na Facebooku czy w sklepie online, także w kontakcie z branżami usługowymi, w tym finansowymi, oczekuje szybkiej obsługi, wygody i natychmiastowego wsparcia. Instytucje finansowe, chcąc być atrakcyjnymi, muszą kształtować swoją ofertę w oparciu o takie właśnie filary: dostępność online z dowolnego miejsca, szybkość i wygoda oraz egalitaryzm w podejściu do klienta. Takie potrzeby zidentyfikował Inbank, wywodzący się z innowacyjnej Estonii bank działający wyłącznie w kanale online i na nich oparł swój model biznesowy. Nie bez znaczenia w kontekście dostosowywania się do oczekiwań klientów, jest wkroczenie w rynek usług finansowych pokolenia Y, a więc osób, dla których kanał online jest bardzo ważnym aspektem codziennego życia i naturalnym środowiskiem, który dominuje w wielu sferach.

Po stronie samych instytucji finansowych

Z drugiej jednak strony wiele źródeł i motywatorów do zmian leży po stronie samych instytucji finansowych. Przede wszystkim, obserwując całokształt zachowań konsumentów i szybki rozwój kanałów cyfrowych, instytucje finansowe wykazują samoświadomość konieczności innowacji. Banki i inne instytucje dostrzegają, że nie inwestując w nowoczesne rozwiązania, nie wdrażając nowych funkcjonalności i nie dostarczając tego czego oczekuje współczesny klient, będą mieć problem z utrzymaniem jego zainteresowania, a tym bardziej ze zdobyciem nowego. Właśnie ta świadomość napędza zmiany na lepsze. Prowadzi do modyfikacji archaicznych procedur, ulepszenia procesów, dostarczania klientom lepszych produktów. Dodatkowo, rozwój w kanale online w dużej mierze wiąże się z obniżeniem kosztów, co jest niezaprzeczną korzyścią dla klientów.

Niewątpliwym wpływem na stałą ewolucję rynku finansowego ma też silna konkurencja na rynku. Banki, chcąc pozyskać klientów, muszą elastycznie dostosowywać ofertę do jego potrzeb i wymagań. Sięgając po terminologię marketingową, powinny zgodnie z ideą real-time marketingu, natychmiastowo reagować na zmiany postaw i oczekiwań konsumentów.

Mnogość instytucji działających na rynku wymusza na nich innowacyjne podejście.

Dynamiczny rozwój fintechów

Nie bez znaczenia w tym kontekście jest również dynamiczny rozwój fintechów, czyli firm z pogranicza najnowocześniejszych technologii oraz sektora finansowego. To one stoją za wieloma nowinkami, które usprawniają obsługę produktów finansowych. Przykładem powszechnie znanym, choć niekoniecznie utożsamianym z pojęciem fintech, jest PayPal czy operator płatności natychmiastowych, Blue Media. Na rynku funkcjonuje coraz więcej start-up'ów, które identyfikując najbardziej skostniałe narzędzia i procedury, pracują nad ich usprawnieniem. Tworzą one bezcenny know-how, który może zrewolucjonizować działalność instytucji finansowych w wielu obszarach. Jego wdrożenie pozwoliłoby na znaczące usprawnienie procesów bankowych i tworzenie ciekawej, a przede wszystkim dostosowanej do wymagań współczesnego cyfrowego konsumenta oferty, a tym samym na zyskanie przewagi konkurencyjnej. Kluczowe jest jednak dostrzeżenie przez instytucje tego potencjału i nawiązanie ściślejszej współpracy. Pozwoli to na tworzenie nowatorskich rozwiązań, które na zawsze zmienią krajobraz rynku.

BIZNES RAPORT

GAZETA FINANSOWA

28 kwietnia – 11 maja 2017 r.

EDUKACJA EKONOMICZNA
– warto współpracować

Edukacja ekonomiczna, ale również problematyka gospodarki elektronicznej, są niezwykle ważne na każdym etapie życia. Nasze potrzeby zmieniają się w zależności od wieku, więc wymagają szerokiej wiedzy oraz różnorodnych umiejętności. Przy czym skuteczne budowanie działań edukacyjnych wymaga współdziałania wielu instytucji.



Urszula Szulc

dyrektor projektu BAKCYL,
koordynator projektu sektorowego
Bankowcy dla Edukacji

Najbliższe lata to okres poważnych wyzwań w gospodarce i finansach publicznych. Ważnym elementem przyszłego rozwoju jest wzrost świadomości i wiedzy ekonomicznej Polaków. O tym, że w tej dziedzinie jako społeczeństwo mamy braki, dowodzą zarówno przykłady z życia nagleśniane przez media, jak i badania.

W sferze deklaracji

Przywołując wyniki badania Fundacji Kronenberga i Fundacji Think! z września 2016 r. „Postawy Polaków wobec finansów”, można stwierdzić, że co prawda na przestrzeni lat widać pewne pozytywne zmiany, ale często pozostają one w sferze bardziej deklaracji niż działań. Dla przykładu 70 proc. ankietowanych uważa, że warto oszczędzać, jednak tylko 13 proc. robi to regularnie. Wciąż

wyjątkowo dużo Polaków (17 proc.) trzyma pieniądze w przysłowiowej „skarpecie”. Z produktów finansowych najpopularniejsze są konto oszczędnościowe i lokata terminowa – te sposoby przechowywania pieniędzy wybrało odpowiednio 16 proc. i 14 proc. ankietowanych. Niewiele Polaków korzysta z funduszy inwestycyjnych (robi to tylko 5 proc.), a jeszcze mniej inwestuje w obligacje (1 proc.) lub gra na giełdzie (1 proc.). O emeryturze w kontekście finansowym myśli tylko 11 proc. Polaków.

Działania na rzecz edukacji finansowej

Zmiana nastawienia i bardziej świadome korzystanie z nowoczesnych rozwiązań finansowych mogłyby nastąpić dzięki zwiększonej edukacji. Sektor finansowy w całej Europie mocno angażuje się w działania na rzecz edukacji finansowej. Tradycją marcową jest European Money Week, projekt organizowany co roku przez Europejską Federację Bankową wraz ze swoimi członkami – krajowymi asocjacjami bankowymi. Jego celem jest popularyzacja świadomego korzystania z usług finansowych i edukacji ekonomicznej społeczeństwa. W 2016 roku w 32 krajach Europy działania edukacyjne

tych podmiotów objęły aż 10 tys. różnorodnych aktywności, w których wzięło udział 350 tys. osób w wieku 8-18 lat. W Polsce koordynatorem działań, podejmowanych w ramach European Money Week, jest Związek Banków Polskich.

Kluczowe wyzwania

Podczas tegorocznych obchodów European Money Week odbył się m.in. Kongres Edukacji Finansowej, zorganizowany przez cztery fundacje od lat zajmujące się edukacją finansową: Warszawski Instytut Bankowości, Fundację GPW, Fundację im. Lesława A. Pagi oraz Fundację Think!. O kluczowych wyzwaniach w zakresie edukacji finansowej dyskutowało ponad 300 przedstawicieli reprezentujących ok. 150 instytucji i podmiotów z obszaru finansów, edukacji i szkoleń. Konkluzją z Kongresu jest potrzeba współpracy różnych instytucji i podmiotów w celu bardziej efektywnego wykorzystania istniejących zasobów edukacyjnych oraz wiedzy. W tygodniu European Money Week 2017 odbywały się też spotkania i lekcje z młodzieżą w ramach projektu Bankowcy dla Edukacji Finansowej Młodzieży BAKCYL, który jest przykładem społecznie odpowiedzialnego współdziałania sektora bankowego na rzecz podniesienia poziomu wiedzy finansowej młodego pokolenia Polaków. Opiera się na zaangażowaniu wielu instytucji i ich pracowników w roli wolontariuszy. Aktualnie projekt tworzy blisko 50 instytucji, w tym 40 banków. W ramach projektu BAKCYL w szkołach są reali-

zowane dla uczniów lekcje z zakresu zarządzania finansami przez przygotowanych do swej roli wolontariuszy – na co dzień pracowników banków. W pierwszym kwartale 2017 odbyło się 525 lekcji w 198 klasach ze 157 szkół. Od początku trwania projektu, tj. od 2013 roku odbyło się już blisko 2250 lekcji dla ponad 52,5 tys. uczestników. Uczestnicząc w cyklu czterech lekcji BAKCYLA („Twoje pieniądze”, „Pożyczaj z głową”, „Mądre inwestowanie”, „Finanse na całe życie”) uczniowie otrzymują solidny pakiet uniwersalnej wiedzy na temat zarządzania własnymi finansami. Tak wyposażeni na starcie w dorosłość mają podstawy, aby świadomie planować swoje finanse przez całe życie. Warto podkreślić, że lekcje spotykają się z bardzo dobrą oceną zarówno samych uczniów, jak i nauczycieli. Kluczową częścią programu BAKCYL są bankowcy – wolontariusze. Ich wie-

dza, pasja oraz zaangażowanie są autentyczne i dlatego przekonujące dla młodzieży. Młodzież po spotkaniu z wolontariuszem, pełnym pozytywnej energii, faktycznie „połyka bakcyła”. W przyszłości zaprocentuje to większym zaufaniem w relacjach klient – bank.

Adresowane do młodzieży

Projekt BAKCYL to adresowana do młodzieży część dużego sektorowego projektu „Bankowcy dla Edukacji”, w którym realizowane są priorytetowe cele strategiczne: upowszechnianie wiedzy ekonomicznej obywateli oraz podejmowanie działań na rzecz eliminacji zjawiska wykluczenia finansowego różnych grup społecznych. Za projekt sektorowy „Bankowcy dla Edukacji” odpowiada Fundacja Warszawski Instytut Bankowości w porozumieniu ze Związkiem Banków Polskich oraz Centrum Prawa Bankowego i Informacji. W ciągu najbliższych 3 lat zamierzamy dotrzeć z ideą programu do ponad 26 000 instytucji edukacyjnych i firm oraz ponad 3 mln uczniów, studentów i pracowników sektora. Przeprowadzimy ponad 9 tys. lekcji i wykładów dla ponad 240 tys. uczniów, studentów i słuchaczy Uniwersytetów Trzeciego Wieku. Zamierzamy zorganizować lub uczestniczyć w ponad 850 konferencjach, seminariach lub strefach edukacyjnych związanych z tematyką Projektu, w których udział weźmie ponad 90 tys. uczestników. Zrealizowanie założonej skali projektu jest możliwe właśnie dzięki współpracy wielu podmiotów.



Na przestrzeni lat widać pozytywne zmiany, ale często pozostają one w sferze bardziej deklaracji niż działań. Dla przykładu 70 proc. ankietowanych uważa, że warto oszczędzać, jednak tylko 13 proc. robi to regularnie.

Jak nauczyć młodych zarządzać „hajsem”?

Duże potrzeby i ograniczone zasoby gotówki to standardowe bolączki młodych ludzi. Ważne, by umieli sobie z nimi mądrze radzić. Ukształtowanie dobrych nawyków związanych z zarządzaniem pieniędzmi na tym etapie życia z pewnością zaprocentuje w przyszłości – z takiego założenia wyszedł Provident i postawił na edukację finansową młodych. Edukację na miarę obecnych czasów, bo przez bloga.

Blog Coztymhajsem.pl działa od września ubiegłego roku. Prowadzi go trójka młodych blogerów: Aleksandra Trachim, która po ukończeniu studiów w Norwegii wróciła na Śląsk w poszukiwaniu pracy, Alicja Nowicka, studentka kulturoznawstwa z Gdańska, fotografka i artystyczna dusza oraz Tomasz Uniszewski, warszawiak pracujący w agencji reklamowej i realizujący ciekawe pasje, które stanowią istotną pozycję w jego budżecie. Pomysłodawcą bloga jest firma Provident, która od 20 lat działa na rynku pożyczkowym w Polsce.

Badania pokazują, że młodzi ludzie niewiele wiedzą o finansach, ale nie trafiają do nich nudne wykłady i przemądrzali dorośli, którzy nie znają ich problemów. Podeszliśmy więc do tematu z zupełnie innej strony – wyjaśnia Małgorzata Domaszewicz, kierownik ds. CSR w Providencie. – Pomyśleliśmy, że projekt edukacyjny skierowany do młodych ma szansę spełnić swoje zadanie tylko wtedy, gdy przemówią do nich inni młodzi ludzie, którzy nie będą ich pouczać, tylko dzielić się swoimi codziennymi spostrzeżeniami i doświadczeniami.

Plan był dobry i prosty. Pozostało tylko zrekrutować właściwych ludzi – młodych-zdolnych, którzy będą potrafili zainspirować innych do mądrego zarządzania swoim „hajsem”. W tym celu Provident nawiązał współpracę z trójką doświadczonych blogerów – Jakubem Prószyńskim (autorem bloga pijarukoksu.pl), Tomaszem Lachem (zajadam.pl) oraz Patrykiem Siedlińskim (ohmydeer.pl) – to oni mieli za zadanie wyłonić przyszłych autorów coztymhajsem.pl. W lipcu ruszył casting na blogerów. Zainteresowanie było ogromne – ponad 350 zgłoszeń. Wybór nie był więc łatwy, ale trójka jurorów wytypowała swoich kandydatów. I tak Alexa, Alicja i Tomek od września zostali blogerami coztymhajsem.pl, na którym dzielą się z czytelnikami swoimi codziennymi przygotowaniami z pieniędzmi. Do tej pory

pisali już m.in. o tym, kto powinien płacić na randkach, z jakimi kosztami trzeba się liczyć, gdy zostaniemy zaproszeni na ślub i wesele, czy jak się bawić i korzystać z kultury za niewielkie pieniądze.

Provident nie ingeruje w tematykę wpisów, ale zapewnia blogerom wsparcie merytoryczne – opiekę doświadczonego redaktora, szkolenia, a także promocję bloga. Na zlecenie Providenta Instytut Millward Brown przeprowadził duże, przekrojowe badania na temat młodego pokolenia, dzięki czemu blogerzy zyskali możliwość szerszego spojrzenia na problemy swoich rówieśników. Inwestycja w młodych blogerów procentuje – grono czytelników coztymhajsem.pl rośnie, a wraz z nim grupa młodych ludzi, którzy potrafią bardziej świadomie kierować swoimi finansami.



Badania pokazują, że młodzi ludzie niewiele wiedzą o finansach, ale nie trafiają do nich nudne wykłady i przemądrzali dorośli, którzy nie znają ich problemów. Pomyśleliśmy, że projekt edukacyjny skierowany do młodych ma szansę spełnić swoje zadanie tylko wtedy, gdy przemówią do nich inni młodzi ludzie,

NAJWAŻNIEJSZE DZIAŁANIA CSR W BRANŻY FINANSOWEJ 2016 ROKU

Kolejny już raz oddajemy w Państwa ręce zestawienie najciekawszych inicjatyw CSR podjętych przez instytucje finansowe. To rynek, który ewoluuje. Jeszcze kilka lat temu inicjatywy podejmowane przez instytucje, a mające na celu podkreślenie ich społecznego zaangażowania, koncentrowały się głównie na wolontariacie pracowniczym i organizowaniu przedsięwzięć o charakterze sportowym. Dziś wachlarz jest coraz szerszy, o czym

możecie się Państwo przekonać, analizując prezentowaną na naszych łamach listę najciekawszych inicjatyw CSR. Zgłoszone przez instytucje finansowe przedsięwzięcia zostały przeanalizowane przez redakcję i spośród kilkudziesięciu propozycji wybraliśmy te, które w naszej ocenie są najciekawsze, najbardziej innowatorskie i wnoszą powiew świeżości do aktywności odpowiedzialnych społecznie. Zachęcam do lektury.

Nazwa instytucji	Nazwa programu/ akcji z 2016 roku	Opis działania
Bank BGŻ BNP Paribas	Odpowiedzialne finansowanie gospodarki	Proces monitorowania transakcji oraz finansowania firm pod kątem aspektów społecznych, ekonomicznych i środowiskowych oznacza, że transakcje w takich sektorach jak np. energetyczny, węglowy, obronny, leśny, energii atomowej czy rolniczy, na każdym etapie są szczegółowo analizowane przez zespół ekspertów pod kątem zgodności z zasadami zrównoważonego rozwoju. Wszyscy nasi klienci, obecni i potencjalni, działający w ww. sektorach są informowani o politykach CSR oraz otrzymują niezbędne wsparcie w celu zrozumienia procesu takiej analizy.
Bank Ochrony Środowiska	#Pszzdobywajabank	Bank Ochrony Środowiska to pierwszy bank w Polsce, do którego klienci mogą wejść ze swoim czworonogiem. Od grudnia 2016 r. spacer z psem można połączyć z wizytą w oddziale BOŚ, bez narażania swego pupila na stres towarzyszący czworonogom, które oczekują na powrót swojego właściciela samotnie na chodniku. BOŚ otwarty jest także na inne zwierzęki – z kotami też zapraszamy. Akcja ma cel społeczny, wpisuje się w przyjazną środowisku, proekologiczną misję banku, spotkała się z szerokim poparciem przyjaciół zwierząt, właścicieli psów, kotów.
Crédit Agricole Bank Polska	Program „Dzielmy się wiedzą”	Program „Dzielmy się wiedzą” to wewnętrzne szkolenia oraz warsztaty specjalistyczne dla pracowników banku prowadzone na zasadzie wolontariatu przez innych pracowników-ekspertów w następujących dziedzinach: administracja, agro, Business Change Management, bezpieczeństwo, Consumer Finance, finanse, IT, marketing, ryzyko, sprzedaż. Celem projektu jest wymiana wiedzy specjalistycznej między pracownikami, wiedzy na temat funkcjonowania poszczególnych jednostek w banku i szerzenie idei „organizacji uczącej się”. Efektem jest usprawnienie współpracy między departamentami, co wpływa bezpośrednio na jakość obsługi klienta wewnętrznego i zewnętrznego oraz zwiększenie poziomu identyfikacji pracowników z organizacją.
ING Bank Śląski	Wolontariat pracowniczy	Wolontariat pracowniczy – wspólnie z Fundacją ING Dzieciom, Bank realizuje program wolontariatu pracowniczego – Wolontariat ING. W zakresie programu odbywają się: projekty na rzecz społeczności lokalnych – w ramach konkursu Dobry Pomysł pracownicy zrealizowali 50 akcji w szpitalach, szkołach, przedszkolach i świetlicach środowiskowych w całej Polsce; projekty finansowane są przez Fundację ING Dzieciom; projekty doraźne na rzecz wybranego partnera społecznego – w ramach 10 akcji grupowych pracownicy podejmowali działania m.in. w świetlicach środowiskowych i ośrodkach terapeutycznych; kiermasze charytatywne – pracownicy zorganizowali 4 kiermasze świąteczne oraz 1 kiermasz pod nazwą „Pomoc koleżeńska”. Łącznie we wszystkich powyższych akcjach, w ramach programu Wolontariat ING, udział wzięło ok. 1440 pracowników banku.
KDPW	Kongres Rynku Kapitałowego	Kongres Rynku Kapitałowego – roczne spotkanie teoretyków i praktyków rynku kapitałowego, organizowane przez Krajowy Depozyt Papierów Wartościowych, KDPW_CCP oraz Uniwersytet Warszawski. Głównym założeniem Kongresu jest upowszechnianie wśród kadry naukowej i środowiska akademickiego specjalistycznej wiedzy o polskim rynku kapitałowym i perspektywach jego rozwoju oraz współpraca na linii środowisko naukowe – biznes. Kongres organizowany jest od 5 lat. Z wydarzenia krajowego stał się spotkaniem międzynarodowym, w którym po raz pierwszy w 2016 roku wzięli udział także przedstawiciele zagranicznych uczelni ekonomicznych. Z roku na rok rośnie liczba uczestników wydarzenia: w 2016 r. Kongres zgromadził ok. 350 uczestników. Kongresowi Rynku Kapitałowego towarzyszy konkurs na referat naukowy o tematyce związanej z rynkiem finansowym dla pracowników naukowych polskich i zagranicznych uczelni.
KRUK	Dzień bez Długów	Kampania „Dzień bez Długów” została zainicjowana przez KRUK S.A. w 2008 r. Jej celem jest podniesienie świadomości społeczeństwa w zakresie zarządzania finansami osobistymi i odpowiedzialnego zaciągania zobowiązań finansowych. Z okazji „Dnia bez Długów” w 2016 roku, wspólnie ze SKEF, KRUK zainaugurował projekt „Żyj finansowo! czyli jak zarządzać finansami w życiu osobistym”. W ramach projektu odbyły się m.in. lekcje nt. planowania domowego budżetu i nieprzemyslanego zadłużania się. W zajęciach wzięło udział 700 uczniów, którzy zdobyli wiedzę niezbędną przy podejmowaniu świadomych i dojrzałych decyzji konsumenckich. KRUK wydał też raport „Postawy finansowe Europejczyków”, opracowany na podstawie badania przeprowadzonego na rynku polskim, czeskim, słowackim, rumuńskim, niemieckim, hiszpańskim i włoskim.
Open Life TU Życie	Open Life TU Życie S.A. dla dzieci na Święta	W 2016 r. miała miejsce czwarta z rzędu Świąteczna Akcja Charytatywna na rzecz dzieci z Domu Dziecka nr 2 im. Janusza Korczaka w Warszawie, wspólna inicjatywa pracowników Open Life i zaprzyjaźnionej placówki. Oprócz pierwszorzędного celu zapewnienia wsparcia materialnego dla placówki, Akcje te mają za zadanie budować świadomość społeczności lokalnej, zachęcać do otworzenia się na potrzeby innych oraz mobilizować pracowników do wspólnej działalności charytatywnej. Przygotowanie Akcji leżało całkowicie w gestii wolontariuszy Open Life, a całkowity dochód z niej został przeznaczony na działania statutowe Stowarzyszenia Domu Dziecka nr 2.
PKO BP	#Cyberstrażnik	Celem akcji #Cyberstrażnik była edukacja niefrasobliwych internautów, zamieszczających w sieci poufne dane, np. zdjęcia dowodów osobistych, mandatów, czy kart płatniczych. Aby ustrzec ich przed działaniami oszustów Bank przekazywał im wiedzę z zakresu internetowego BHP. Projekt polegał na monitoringu Internetu w poszukiwaniu treści zawierających dane osobowe. Po znalezieniu takich plików czy dokumentów, Bank kontaktował się z ich właścicielami, informował o sytuacji i przestrzegał przed możliwymi konsekwencjami, a także instruował, jak należy się bezpiecznie poruszać w sieci odsyłając do materiałów edukacyjnych na ten temat, publikowanych na portalu bankomania.pkobp.pl. Bank prowadził projekt #Cyberstrażnik w okresie wzmożonej aktywności internautów – w wakacje. Jego edukacyjny przekaz dotarł do ok. 2 mln użytkowników Internetu. W lipcu i sierpniu Bank zmonitorował ponad 7 tysięcy różnego rodzaju treści w tym również graficznych. Około 350 zidentyfikował, jako potencjalnie niebezpieczne związane z publikacją danych osobowych lub kradzieżą dokumentów. Ogółem, w ramach projektu #Cyberstrażnik, podjął blisko 100 skutecznych interwencji. Za każdym razem, bezpośrednio kontaktując się z autorem wpisu, indywidualnie doradzając mu co powinien zrobić w danej sytuacji i kiedy najbezpieczniej będzie usunąć zdjęcie dokumentów i zastrzec je.
Provident Polska	Kultura dzielenia się wiedzą	Projekt Kultura dzielenia się wiedzą to wykłady i szkolenia prowadzone przez pracowników Providenta – ekspertów w swojej dziedzinie. Dla studentów udział w warsztatach to możliwość poznania „od podszewki” różnych biznesowych zagadnień m.in. jak się tworzy strategię firmy, na co zwrócić uwagę organizując kampanię marketingową, ale także jak dobrze przygotować się do rozmowy rekrutacyjnej. Jest to także doskonała okazja do zderzenia realiów akademickich ze światem biznesu. W ramach cyklu spotkań eksperci – praktycy z Providenta prowadzą wykłady z następujących dziedzin: marketingu, szkoleń, komunikacji wewnętrznej, public relations, zarządzania ludźmi, społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR). Mówią o własnych doświadczeniach zawodowych, dokonują autoprezentacji. Pokazują studentom, jak osiągnąć sukces.
SGB-Bank	Konkurs Spółdzielnia Pomysłów	Od 2014 roku przy Spółdzielczej Grupie Bankowej działa portal Społecznik 2.0 – www.spoecznic20.pl którego głównym celem jest promocja postawy społecznikowskiej i zachęcenie jak największej liczby osób do podejmowania działań na rzecz poprawy swojej okolicy. Każdy, kto dostrzeże w swoim lokalnym środowisku obszary wymagające zmian i ma pomysł, co zrobić, by przekształcić swoje najbliższe otoczenie na lepsze i bardziej przyjazne danej społeczności, może wziąć udział w konkursie Spółdzielnia Pomysłów. Największą zaletą, wyróżniającą ten konkurs od innych o podobnej tematyce, jest to, że mogą wziąć w nim udział także osoby fizyczne, za którymi nie stoi żadne stowarzyszenie, fundacja itp. W każdej edycji wygrywają trzy projekty, z terenu całego kraju, które otrzymują do 10 000 zł brutto na zrealizowanie zgłoszonego pomysłu.

Wyzwania stojące przed branżą

Definiując pojęcia w obszarze CSR Instytucji Finansowych, należy zwrócić uwagę na rolę uczestników tego rynku w zakresie Społecznej Odpowiedzialności Biznesu i w jakim stopniu przekłada się ona na stabilność gospodarstw domowych, jako jednego z kluczowych ogniw gospodarki.



Marta Zięba-Szklarska

ekspert European Federation of Financial Professionals – EFPF POLSKA

Konsument – osoba, która nabywa produkty i usługi finansowe (emerytalne, oszczędnościowe, inwestycyjne, bankowe, ubezpieczeniowe i inne) na własny użytek, czyli osoba jako ogniw występujące na końcu łańcucha ekonomicznego.

Instytucje Finansowe – podmioty oferujące usługi i produkty w obszarach takich jak emerytury, oszczędności, inwestycje, produkty bankowe, ubezpieczenia i inne.

Pośrednik Finansowy (sprzedawca, agent) – kontaktujący się z Klientami i zajmujący się dystrybucją produktów i usług. Osoby te nie doradzają, sprzedają na podstawie wytycznych doradców finansowych (osoby fizyczne lub internetowe platformy doradcze) oraz wspierają Klienta w negocjacjach z instytucjami finansowymi w zakresie warunków umowy.

Doradca Finansowy – wykwalifikowany i doświadczony doradca finansowy posiadający pełny obraz sytuacji finansowej Klienta (przygotowuje plan finansowy), który dostarcza rozwiązania i rekomendacje w obszarach finansów osobistych (inwestycje, nieruchomości, emerytury, podatki i sukcesja spadkowa, ubezpieczenia, produkty bankowe i inne).

Planowanie Finansów Osobistych – złożony proces, na który składa się planowanie, organizowanie, automatyzowanie i kontrolowanie zasobów materialnych i niematerialnych, będących w dyspozycji gospodarstwa domowego, polegające na podejmowaniu przez gospodarstwo domowe działań pozwalających na utrzymanie bieżącej i długoterminowej płynności oraz na efektywne osiągnięcie celów finansowych i osobistych w gospodarstwie domowym.

W obliczu wyzwań

Branżę finansową czekają kolejne lata wyzwań. Rozpoczynają się one od zwiększenia regulacji na rynku (konieczność ich wdrożenia i dostosowania organizacji do nowych wymogów), konieczności skoncentrowania się na Klientach (adekwatność produktów do potrzeb, edukacja i podwyższanie kwalifikacji pracow-

ników instytucji finansowych, którzy będą potrafili odpowiednio pomóc Klientom), przy utrzymaniu swojej konkurencyjności na rynku (brutalnym prawem każdego biznesu jest zysk). Zatem, czy w takich realiach zmieniającego się rynku produktów i usług, sektor finansowy poradzi sobie i zniweluje aktualne sprzeczności występujące w komunikatach i działaniach prowadzonych na rynku?

Zapobiegać kryzysom

W całym cyklu nadchodzących zmian, ważną rolę do spełnienia w tym względzie mają wszyscy uczestnicy rynku, w tym także korporacje ponadnarodowe, czy organizacje biznesowe. Włączenie się w ruch społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) chroni rynek przed pokusą stosowania reguł „prawa dżungli” („Biznes, etyka i odpowiedzialność”, W. Gasparski, PWN). Działania CSR nie powinny ograniczać się jedynie do złożenia raportu (wymaganego aktualnie przepisami prawa), który opisuje działania społecznie odpowiedzialne ale nie przedstawia działań skierowanych właśnie na bezpieczeństwo finansów osobistych.

Analizując sytuacje w sektorze finansowym zwróćmy uwagę, że wydarzenia kryzysowe uwidaczniają nie w pełni realizację przez ten sektor swoich funkcji. Celem regulacji usług finansowych jest zapewnienie bezpieczeństwa operacji przeprowa-

dzanych w systemie finansowym, zapobieganie kryzysom finansowym, budowanie zaufania do uczestników rynku, tworzenie stabilności finansowej i ochrona konsumentów.

Nie bagatelizujmy zmian demograficznych

Doświadczamy aktualnie zdecydowanego przeregulowania w tej branży, ale przynajmniej przez jakiś czas jest to niezbędne, aby podjąć próbę odzyskania równowagi („Model Doradztwa w obszarze finansów osobistych w Polsce na tle doświadczeń międzynarodowych” K. Waliszewski, UEP).

Zmiany demograficzne, o których coraz częściej słyszymy, wciąż pozostają poza uwagę instytucji finansowych (w obszarze CSR i finansów osobistych), ale są wykorzystywane jako argument w reklamach do zwiększania sprzedaży. Można spodziewać się, że jeżeli Biznes Społecznie Odpowiedzialne nie zajmą się problemem zmian demograficznych w najbliższych dekadach, to będzie on powodował problemy społeczne i ekonomiczne, m.in. zapaść systemów emerytalnych, a tym samym problem w całej branży finansowej. Branża finansowa jest szczególnie wrażliwa na kwestie etyczne, ze względu na znaczącą rolę, jaką odgrywa w niej zaufanie. Dzisiaj instytucje finansowe, wspólnie z mediami, tworzą popyt na produkty i usługi finansowe, wykorzystu-

jąc potrzebę zaspokajania potrzeb. Rynkiem tym sterują również prowizje, wykorzystujące kolejną ważną ludzką potrzebę bogactwa. W takiej sytuacji trudno jest, aby nie pojawił się konflikt interesów (COI – Conflict of Interests).

Problemy etyczne

W sektorze finansowym podłożem większości problemów etycznych jest nierówność w poziomie wiedzy, kompetencji, zasobów czasowych i finansowych oraz technicznych, jakimi dysponuje klient i jego partner finansowy (instytucja finansowa). W związku z tym, jedną z ważnych zmian do przeprowadzenia w tym sektorze będzie utrzymanie konkurencyjności na rynku, poprzez odpowiednią komunikację między uczestnikami rynku, odpowiadającą rzetelnie i uczciwie na pytanie „Jak?”, dla następujących kwestii:

- konstrukcja produktów i usług finansowych oraz zasad wynagrodzenia (prowizje dla sprzedawców, wynagrodzenia dla Doradców Finansowych),
 - adekwatność produktów i usług finansowych oraz ich dobór do potrzeb konsumentów,
 - edukacja (pracowników instytucji finansowych i konsumentów).
- Bezwzględnie będzie to polityka zrównoważonego rozwoju, która będzie zwiększać konkurencyjność instytucji finansowej na rynku. Jest to jednak działanie długofalowe, które przegrywa z szybkim zyskiem.

Za poziom etyczności odpowiadamy wszyscy

Dotychczasowe doświadczenia oraz cechy współczesnej kultury wskazują na to, że w kształtowaniu pozytywnych zmian na rynku finansowym, zwłaszcza w obszarze instytucji bankowych, mają i powinny mieć udział obie strony, ponieważ odpowiedzialność za poziom etyczności współczesnego globalnego społeczeństwa gospodarującego ponoszą wszyscy jego uczestnicy.

Barbara Pogonowska

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu,
Katedra Socjologii i Filozofii

Rola klientów w tych przemianach wyraża się w podejmowaniu działań nie tyle stymulujących, co nawet wymuszających modyfikowanie praktyk podmiotów finansowych i wiąże się z narastaniem przeświadczenia o potrzebie uwzględniania przez rynki finansowe idei społecznie odpowiedzialnego biznesu, i w konsekwencji kształtuje postawę niezgody na wykorzystywanie i nieszanowanie konsumentów odnośnych usług. To również pamięć o źródłach kryzysu rozpoczętego w roku 2008: ryzykowne instrumenty inżynierii finansowej, wprowadzani w błąd bądź niedostatecznie poinformowani kredytobiorcy, skala oszustw i nadużyć (agresywna księgowość, piramidy finansowe itd.), pozbawione eko-

nomicznej i moralnej legitymizacji skandalicznie wysokie dochody osiągnięte przez menedżerów niezależnie od sytuacji finansowej przedsiębiorstwa itp.

Nowoczesne technologie nie bez znaczenia

Warto podkreślić, że wzrostowi skali wymagań i oczekiwań społecznych wobec rynku finansowego sprzyja rozwój technologii informatycznych. To właśnie dzięki funkcjonowaniu Internetu i mediów społecznościowych możliwe było zorganizowanie akcji typu Dzień Zamykania Kont (listopad 2012 r.) ogłoszony przez klientkę Bank of America w proteście wobec decyzji o podwyższeniu opłat za karty debetowe. Protest ten doprowadził do masowych przejść klientów Bank of America i transferu ich oszczędności do lokalnych banków spółdzielczych i kas kredytowych, postrzeganych jako instytucje, które dbają o dobro

klientów. Lokalnym przykładem tego typu działań był ogłoszony również w mediach społecznościowych apel o rezygnowanie z usług NeoBanku (sierpień 2013 r.), instytucji uwikłanej w praktyki tzw. czyszczenia kamienic. Niezależnie od skali i skuteczności tego typu oddolnych akcji (tzw. grassroots movements) podejmowanych – jak twierdzi Z. Bauman – w czasach globalizacji, w których zanika wiara w instytucje państwa narodowego, można stwierdzić, iż konsumencki bojkot oraz obawa podmiotów przed utratą dobrego wizerunku są wprawdzie niewystarczającym, ale z pewnością niezbędnym czynnikiem wywoływania i utrwalania proetycznych zmian na rynkach finansowych.

Zgodnie z oczekiwaniami

Założenie, iż procesy globalizacji doprowadziły do osłabienia, czy wręcz zaniku możliwości państw narodowych oraz ich instytucji w zakresie regulacji prawnych i moralnych, stanowi również podstawę idei o globalnej odpowiedzialności społecznej podmiotów także tych, które funkcjonują na rynkach finansowych. Ma to być zobowiązanie do funkcjonowania tych, jakże finansowo i politycznie silnych, instytucji

nie tylko w sposób prawy, sprawiedliwy, uczciwy i taki, który nie powoduje bądź minimalizuje krzywdy i szkody czynione interesariuszom. Chodzi również o udział czy wkład w tworzeniu globalnych zasobów – finansowych i ludzkich oraz przyczynianie się do trwałej poprawy jakości życia społeczności światowej. Odpowiedź na pytanie, czy faktycznie rynki finansowe pełnią tego typu rolę, nie może być siłą rzeczy rozstrzygnięte, natomiast niewątpliwie jest zgodne z oczekiwaniami społecznymi. W opinii A.B. Carolla oczekiwania te wiążą się nie tylko z przestrzeganiem zasad typu United Global Compact czy Global Reporting Initiative Reporting, lecz również uczciwym wywiązywaniem się z obowiązku płacenia podatków (odejście od tzw. optymalizacji podatkowej i ucieczki do rajów podatkowych), a nawet z przekonaniem, że prywatny sektor biznesu, w tym korporacje wraz z organizacjami społeczeństwa obywatelskiego odgrywają aktywną rolę w obronie i regulowaniu instytucji demokratycznych oraz kontrolowaniu transakcji rynkowych (political CSR). Byłby to zatem postulat zintensyfikowania istniejących już samore-

gulacji danego środowiska rynków finansowych, a przede wszystkim odejścia od idei klasycznego CSR, która promuje nadrzędność praw własności, wiarę w samoregulujące się rynki i to, że indywidualne korzyści automatycznie przekładają się na dobro ogółu. W świecie społeczeństwa ryzyka (w rozumieniu koncepcji U. Becka) i globalnych ryzyk, którym nie można zapobiegać na poziomie państw narodowych, rynki finansowe, działające zgodnie z polityczną wizją CSR, mogą mieć wkład w procesy umacniania praw człowieka i ochrony środowiska naturalnego, a zatem wpływać pozytywnie na przekształcenia w społeczeństwie. W konkluzji odpowiedzi na pytanie o uwarunkowania społecznej ewolucji rynków finansowych, można stwierdzić, iż obie strony, tj. klienci oraz podmioty finansowe mogą – na zasadzie idei społecznych powiązań (connectedness) i współdziałania (complicity) – decydować o postaci tej ewolucji, ale podkreślmy: wszelkie postulaty dotyczące pogłębienia wymiaru koncepcji CSR są kierowane przede wszystkim do menedżerów, którzy powinny owe postulaty uwzględnić w strategii działania korporacji finansowych.