

**Danuta Dziawgo, Leszek Dziawgo**

Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu

---

## SPÓŁCZNA EWOLUCJA RYNKU FINANSOWEGO. CSR I IR – WYBRANE ASPEKTY

---

**Streszczenie:** Dynamiczne przemiany społeczno-kulturowe zmuszają instytucje rynku finansowego do podjęcia działań mających na celu pozyskanie społecznej akceptacji dla własnej działalności. Umiejętność dostosowania się do społecznych wymagań będzie niemal warunkowała dalsze funkcjonowanie biznesu. Celem artykułu jest wskazanie na jedno z kluczowych wyzwań, jakim jest funkcjonowanie instytucji rynku finansowego wobec rosnących wymagań społecznych, oraz zwrócenie uwagi na rozwiązania systemowe przydatne dla efektywnego wsparcia społecznej ewolucji rynku finansowego. Za takie uznano koncepcje: CSR (*Corporate Social Responsibility*) oraz IR (*Investor Relations*). Wykorzystano następujące metody badawcze: krytyczna analiza literatury przedmiotu, studium przypadku, metoda opisowa, metoda porównawcza. W artykule wskazano na praktyczne oraz krytyczne aspekty tematu, co pozwoliło na identyfikację ograniczeń w stosowaniu obu rozwiązań oraz na sformułowanie wniosków.

**Słowa kluczowe:** społeczna odpowiedzialność biznesu, relacje inwestorskie, rynek finansowy.

DOI: 10.15611/nof.2014.1.03

### 1. Wstęp

Wyzwaniem dla współczesnego rynku finansowego są społeczne uwarunkowania prowadzenia biznesu. Dynamiczne przemiany społeczno-kulturowe zmuszają instytucje rynku finansowego do podjęcia działań mających na celu pozyskanie społecznej akceptacji dla własnej działalności. Umiejętność dostosowania się do społecznych wymagań będzie niemal warunkowała dalsze funkcjonowanie biznesu finansowego.

Już od kilkunastu lat obserwujemy proces społecznej ewolucji instytucji rynku finansowego. Oceniając generalnie pozytywnie zaangażowanie tychże instytucji w społeczną odpowiedzialność biznesu, należy też zwrócić uwagę na uwagi krytyczne. Wątpliwości zgłaszane są m.in. wobec wiarygodności, skuteczności czy też trwałości tego procesu. Jakość przemian prospołecznych budzi uzasadnione zainteresowanie zarówno teoretyków, jak i praktyków rynku finansowego.

Poszukując rozwiązań systemowych dla efektywnego wsparcia społecznej ewolucji rynku finansowego, należy wskazać na dwie koncepcje, które mają kluczowe znaczenie. Są nimi:

- CSR (*Corporate Social Responsibility* – społeczna odpowiedzialność biznesu) oraz
- IR (*Investor Relations* – relacje inwestorskie).

Jedna z nich dotyczy społecznych podstaw koncepcji prowadzenia działalności gospodarczej. Natomiast druga – komunikacji biznesowej i nadzoru właścicielskiego, także z uwzględnieniem szerokich rzesz inwestorów [Dziawgo, Dziawgo 2010].

Aby rozwiązać ewentualne wątpliwości co do znaczenia CSR i IR we współczesnym procesie gospodarowania, można też wykorzystać podejście o charakterze bardziej ekonomicznym i oprzeć się na pojęciu kategorii zasobów przedsiębiorstwa. Coraz powszechniej, zarówno w teorii, jak i w praktyce, zdobywa uznanie pogląd, iż „kapitał społeczny” jest już obecnie jednym z kluczowych zasobów nowoczesnego przedsiębiorstwa (obok np. kapitału finansowego, kapitału ludzkiego). Jeżeli tak, to efektywna implementacja zasad CSR i IR jest niezbędna dla podnoszenia wartości przedsiębiorstwa na rynku poprzez kreowanie właśnie kapitału społecznego.

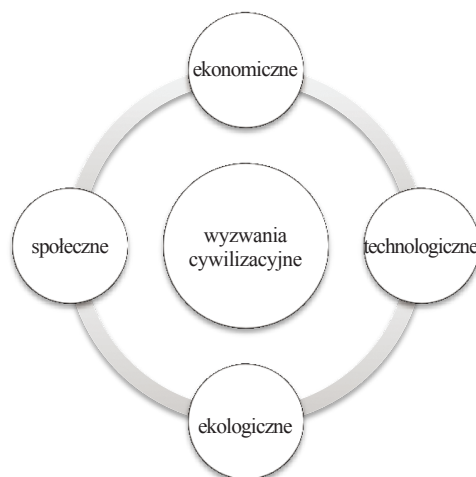
Celem artykułu jest wskazanie na jedno z kluczowych wyzwań, jakim jest funkcjonowanie instytucji rynku finansowego wobec rosnących wymagań społecznych. Koncepcje CSR i IR należy uznać za szczególnie przydatne w budowaniu wartości przedsiębiorstwa na współczesnym rynku finansowym. Nie można przy tym pominąć istotnych kwestii spornych dotyczących obu koncepcji. Wątki krytyczne nie są podejmowane w artykule w celu zdezawuowania nowoczesnych koncepcji wspierających biznes we współczesnym świecie, ale w celu ich udoskonalenia i podniesienia walorów aplikacyjnych.

W celu przygotowania artykułu wykorzystano następujące metody badawcze: krytyczną analizę literatury przedmiotu, studium przypadku, metodę opisową, metodę porównawczą. Ograniczona objętość publikacji nie pozwala jednak na szerokie zaprezentowanie procesu badawczego, dlatego też zaprezentowany materiał ma charakter podsumowania jednego z etapów badań.

## 2. Współczesne wyzwania cywilizacyjne

Instytucje rynku finansowego muszą zmierzyć się z wyzwaniami współczesności. Niestety, nie są to wyzwania tylko o charakterze ekonomicznym. Są to również wyzwania technologiczne, społeczne czy też ekologiczne (rys. 1). Ponadto wszystkie te wyzwania przenikają się wzajemnie, co wymaga spójnego podejścia w celu sprostanania im w przyszłości, aby stabilnie i efektywnie prowadzić nowoczesny biznes finansowy w dynamicznie zmieniającym się świecie [Dziawgo, Dziawgo 2014]. Można twierdzić, iż wyzwania ekonomiczne i technologiczne stanowią naturalny obszar ekspansji biznesu. Natomiast za wyzwania, które mogą sprawić szczególny problem, należy uznać wyzwania społeczne i ekologiczne. Wiele wskazuje na to, iż organizacje biznesowe dopiero zaczynają na poważnie postrzegać społeczno-ekologiczne uwarunkowania prowadzenia działalności gospodarczej, także na rynku finansowym.

Dotyczy to także polskich realiów. Wyzwania społeczne stają się coraz poważniejszym przedmiotem zainteresowania teorii [Flejterski 2007] i praktyki<sup>1</sup> finansów. Fakt ten pozwala mieć nadzieję, iż wysiłki teoretyków i praktyków finansów uwzględniające dorobek innych nauk istotnie wspomogą społeczne przekształcenia rynku finansowego w naszym kraju.



**Rys. 1.** Wybrane współczesne wyzwania cywilizacyjne w biznesie

Źródło: opracowanie własne.

Pozostając przy kwestiach społecznych, należy zauważyć, iż osiągnięty stan rozwoju społecznego jest niewątpliwie sukcesem cywilizacyjnym. Wprawdzie można zgłosić w tym zakresie wiele zastrzeżeń, jednak jest faktem, iż nigdy wcześniej kwestie społeczne nie miały tak istotnego znaczenia w bieżącym i strategicznym funkcjonowaniu przedsiębiorstw. Przecież współczesne przedsiębiorstwo, także finansowe, funkcjonuje w społeczeństwie, w którym występuje coraz bardziej wyedukowany i świadomy swoich praw oraz pozycji obywatel, klient, kontrahent, inwestor, pracownik [Dziawgo 2009]. Zatem prowadzenie działalności gospodarczej w określonej przestrzeni społecznej wymaga coraz szerszego uwzględniania i poszanowania czynników społecznych. Nie zawsze jest to motywowane jedynie społeczną dojrzałością przedsiębiorstwa. Z pewnością przepisy prawa oraz rosnąca presja społeczna sprzyjają prospołecznym przekształceniom biznesu.

Sprostaniu rosnącym wymogom społecznym sprzyja implementacja koncepcji CSR i IR w praktyce gospodarczej. Jednak wdrażanie zasad zarówno CSR, jak i IR nie jest procesem pozbawionym ryzyka.

<sup>1</sup> O działaniu na rzecz dobra wspólnego przekonująco pisze [Pietraszkiewicz 2009].

### 3. CSR

CSR jest z pewnością pojęciem bardzo szerokim, a w pewnym stopniu również niejednoznacznym. Istnieje wiele definicji społecznej odpowiedzialności biznesu, a liczne spośród nich są autentycznie wartościowe i pozwalają na wielowymiarowe ujęcie tematu. W dużym uproszczeniu można określić CSR jako prowadzenie działalności gospodarczej w poczuciu odpowiedzialności za los przedsiębiorstwa, akcjonariusza, klienta, pracownika, obywatela, społeczeństwa, środowiska naturalnego lub szerzej – wszystkich interesariuszy<sup>2</sup>, w stopniu przekraczającym zobowiązania prawne. Są też opinie, iż nawet rzetelne przestrzeganie przepisów prawa czyni biznes bardziej społecznym. Akceptując takie ujęcie, można wskazać na dwa bieguny manewru społecznego w przedsiębiorstwie. W zakresie absolutnego minimum są to zatem przepisy prawa. Natomiast w zakresie maksimum jest to spełnianie wymogów społecznych w stopniu wyższym, niż nakazuje prawo, a to stwarza biznesowi bardzo szerokie możliwości pozytywnego wykorzystania aspektów społecznych przy zachowaniu zasad rachunku ekonomicznego.

Także instytucje finansowe poszukują społecznego wsparcia w prowadzonej działalności. Jest to jeden z tych rodzajów biznesu, który od dawna znajduje się w centrum zainteresowania społeczeństwa. Identyfikowane i nagłaśniane były, są i będą przypadki nieetycznego zachowania pracowników lub instytucji. Kryzys finansowy w znacznym stopniu spotęgował tę krytykę i podważył społeczne zaufanie do instytucji finansowych. Liczne negatywne przykłady pewnych incydentów, a nawet systematycznych działań zasłużyły do kreowania negatywnego wizerunku instytucji finansowej.

Wydaje się, iż konsekwentne i autentyczne wdrażanie zasad CSR w biznesie finansowym powinno sprzyjać umacnianiu pozycji firmy. Ostatnie lata przyniosły poważną intensyfikację działań instytucji finansowych na rzecz społecznej odpowiedzialności biznesu. Można wskazać na liderów w zakresie społecznej ewolucji rynku finansowego. Najważniejsze instytucje finansowe uczyniły rzeczywiście wiele, aby zmieniać swój wizerunek w społeczeństwie. Szeroko wykorzystują też działania relacyjne w zakresie IR w celu prezentacji podjętych inicjatyw społecznych.

### 4. IR<sup>3</sup>

Przede wszystkim należy stwierdzić, iż skuteczna komunikacja z otoczeniem instytucji finansowej jest uznawana za jeden z kluczowych czynników sukcesu na współczesnym rynku finansowym. Jest to logiczna konsekwencja wzrostu znaczenia

---

<sup>2</sup> Kolejność wymienionych interesariuszy może być uznana za dyskusyjną, jednak w jakiejś kolejności wymienić ich należy.

<sup>3</sup> IR jako mniej znane zagadnienie zostanie zaprezentowane szerzej niż CSR. Więcej w: [Dziawgo 2011].

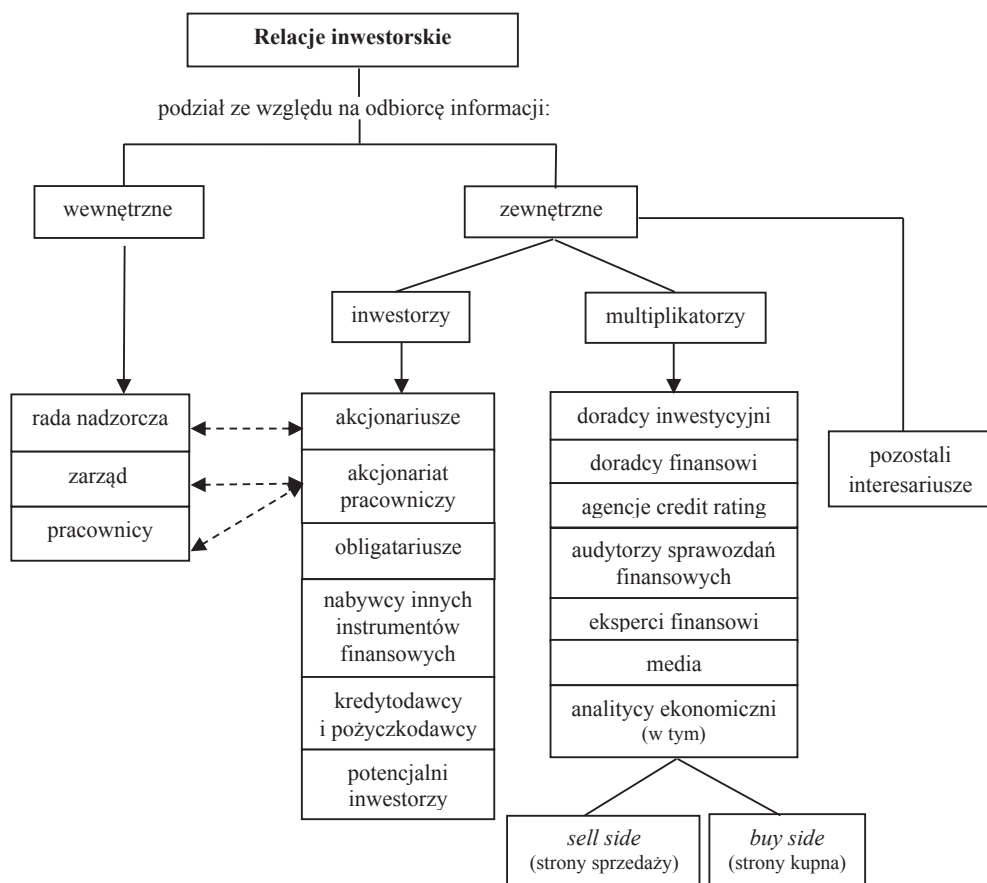
zarówno samego rynku kapitałowego, jak i procesów społecznych. W ramach tej komunikacji działania relacyjne skupione są na dwóch obszarach: *public relations* (PR) oraz *investor relations*. PR ma na celu komunikację z szeroko rozumianym otoczeniem danej instytucji, kreowaniem i utrzymaniem pożądanego wizerunku. Wprawdzie jest to komunikacja profesjonalna, ale dotycząca kwestii ogólnych, skierowana do różnych grup odbiorców, o różnym stopniu percepcji, nie zawsze do określonego adresata. Wymaga to stosowania prostego, potocznego języka, zrozumiałego dla przeciętnej odbiorcy. Z kolei relacje inwestorskie, zgodnie z nazwą, skierowane są do specjalnej grupy odbiorców o wysokim poziomie profesjonalnego przygotowania w zakresie finansowo-ekonomicznym. Relacje inwestorskie można zdefiniować jako komunikację o charakterze finansowo-ekonomicznym ze społecznością finansową (*financial community*), w szczególności z obecnym i potencjalnym inwestorem, w zakresie co najmniej przewidzianym przepisami prawa, w celu utrzymania statusu spółki publicznej [Dziawgo, Dziawgo 2014].

W społeczności finansowej szczególną rolę odgrywają akcjonariusze, czyli współwłaściciele spółki. Ponadto odrębną grupę stanowią nabywcy dłużnych instrumentów finansowych, a także potencjalni inwestorzy, zainteresowani firmą jako obiektem inwestycyjnym. Nie można także pominąć grupy analityków, którzy chociaż sami nie inwestują, to poprzez publikowanie analiz i rekomendacji wywierają wpływ na decyzje podejmowane przez inwestorów, podobnie jak wpływowe media finansowe. Jeszcze inną grupę stanowią maklerzy i doradcy finansowi współpracujący z inwestorami. Należy jeszcze wyodrębnić grupę inwestorów użyczających na pewien czas swojego wolnego kapitału – są to kredytodawcy, pożyczkodawcy, leasingodawcy, kontrahenci udzielający kredytu kupieckiego. Wszystkie te podmioty zwracają uwagę na bieżącą i przyszłą sytuację finansową danego podmiotu gospodarczego (rys. 2).

Coraz ważniejszym przedmiotem komunikacji IR staje się temat społecznego zaangażowania instytucji finansowych. Odpowiednie informacje zamieszczane są w raportach rocznych. Ponadto pojawił się osobny rodzaj publikacji – raporty na temat społecznej odpowiedzialności biznesu. Wprowadzane są też tzw. raporty zintegrowane łączące tematykę finansową i CSR. Wyzwaniem dla służb IR jest przekonanie profesjonalnych odbiorców informacji o autentyczności i efektywności społecznego zaangażowania spółki publicznej.

## 5. Aspekty krytyczne CSR i IR

Ważną kwestią dotyczącą aktywności spółki zarówno w obszarze CSR, jak i IR są aspekty krytyczne. Zgłaszane są liczne wątpliwości o zróżnicowanym znaczeniu. Konieczne jest, aby poświęcić im należytą uwagę w celu doskonalenia obu koncepcji.

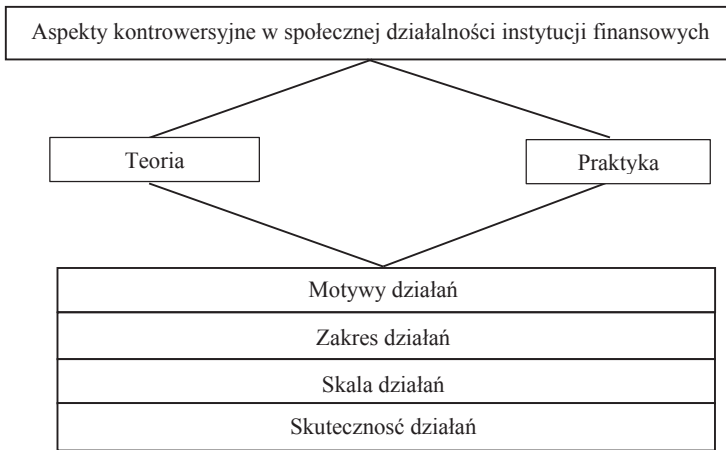


**Rys. 2.** Klasyfikacja relacji inwestorskich ze względu na odbiorcę informacji

Źródło: [Dziawgo, Dziawgo 2014].

Przede wszystkim kwestionowana bywa sama idea CSR, ponieważ biznes powinien być skoncentrowany na kwestiach ekonomiczno-finansowych. Ponadto jeżeli społeczna odpowiedzialność biznesu ma uwzględniać interes akcjonariusza, klienta, pracownika, obywatela, społeczeństwa, środowiska naturalnego lub – szerzej – wszystkich interesariuszy, to jak znaleźć optymalne *equilibrium* relacji instytucji finansowej wobec tak zróżnicowanych grup interesariuszy, o często przecież przeciwstawnych interesach? Należy stwierdzić, iż CSR wzbudza liczne kontrowersje, które maskowane są swoistą „poprawnością polityczną”.

Uwagi krytyczne na temat społecznego zaangażowania instytucji finansowej dotyczą szeregu kwestii teoretycznych i praktycznych – zob. rys. 3.



**Rys. 3.** Kontrowersje wobec aspektów ekologicznych w działalności bankowej

Źródło: [Dziawgo 2010].

Przy tym za kluczową kwestię należy uznać motyw podejmowania działań społecznych w instytucji finansowej. Trzeba bowiem założyć, iż autentyczność i wiarygodność zaangażowania społecznego wpływa na zakres, skalę oraz efektywność działań na rzecz społeczeństwa, a także na trwałość procesu społecznej ewolucji rynku finansowego, który będzie odporny na zakłócenia o charakterze wewnętrznym i zewnętrznym.

Należy też zauważyć, iż zgłaszane liczne uwagi krytyczne mogą mieć znaczenie dla podniesienia jakości procesu społecznej ewolucji rynku finansowego. Zmuszają bowiem instytucje finansowe do dokładania należytej staranności w działalności na rzecz społeczeństwa.

Ponadto, podsumowując wątki krytyczne dotyczące inicjatyw społecznych podejmowanych na rynku finansowym, można stwierdzić, iż nierzadko są to rzeczywiście niewielkie inicjatywy społeczne, okazjonalne i powierzchowne o niskiej skuteczności, które są następnie przesadnie eksponowane w ramach marketingu, *public relations* lub *investor relations*.

Z kolei relacje inwestorskie to problem złożony, na który składają się:

- jakość informacji,
- asymetria komunikacji  
oraz
- skuteczność komunikacji.

Jakość informacji jest także pojęciem złożonym. Dotyczy bowiem wiarygodności informacji, odpowiedniego jej zakresu, jak również terminu jej przekazania. Z kolei asymetria informacji oznacza, iż we wzajemnej komunikacji spółki zbyt mało miejsca poświęcają aktywności samych inwestorów i pozostałych użytkowników IR. Nie jest to zatem pełne wykorzystanie potencjału relacji inwestorskich.



Natomiast skuteczność komunikacji to także odpowiedni kanał komunikacji, ale przede wszystkim uzyskany efekt. We wszystkich wskazanych obszarach mogą występować nieprawidłowości zarówno przypadkowe, jak i zamierzone. Sumą wszystkich wątków krytycznych bywa zarzut, iż IR służą dezinformacji. Niejednokrotnie zarzuty dotyczą kwestii komunikacji na temat właśnie CSR.

## 6. Aktywność społeczna instytucji finansowych w praktyce

Niezależnie od wielu wątpliwości instytucje finansowe od kilkunastu lat zwiększają zaangażowanie na rzecz społeczeństwa. Analiza działań w tymże okresie pozwala już na ocenę działań społecznych. Z pewnością jest ich więcej, stają się coraz bardziej systematyczne i zintegrowane z całą działalnością instytucji finansowej. Oferowane są specjalistyczne programy oraz wspierane są wybrane organizacje. Co więcej, instytucje finansowe oferują produkty i rozwiązania finansowe uwzględniające kwestie społeczne. Na rynku finansowym należy wskazać chociażby na konkretne produkty depozytowe, kredytowe oraz inwestycyjne (fundusze inwestycyjne, *asset management*, doradztwo). Wśród szczególnie popularnych ofert należy wskazać na etyczne i ekologiczne fundusze inwestycyjne [OekoInvest]. Z kolei w ofercie *private banking* i *wealth management* traktowanych jako kompleksowe rozwiązania finansowe odnaleźć można liczne produkty powiązane z kwestiami społecznymi.

Ponadto na rynku kapitałowym znane są szeroko giełdowe indeksy społecznej odpowiedzialności biznesu (np. kluczowe: *Dow Jones Sustainability Index*, FTSE-4Good).

Można też wskazać na pewne współzawodnictwo pomiędzy liderami w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu – na przykład konkurs „Sustainable Bank of the Year” organizowany przez „Financial Times” i International Financial Corporation [santander.com].

Jak wspomniano, można już wskazać na instytucje finansowe, które stają się liderami społecznej ewolucji biznesu finansowego. Można do nich zaliczyć Deutsche Bank, UBS, Banco Santander, Commerzbank, ING, UniCredit, Raiffeisen, HSBC, BNP Paribas, SEB, Pictet, Sarasin i wiele innych. Jednak wiele innych instytucji finansowych nie podejmuje działań społecznych w odpowiednim stopniu. Niestety, stale wyczuwalny jest nieoficjalny dylemat dotyczący zasadności implementacji CSR na rynku finansowym: naiwność czy konieczność?

Wskazując na konkretne przypadki podejmowania działań społecznych na rynku finansowym, trzeba pamiętać, aby dostrzec także polski rynek finansowy. Można już opisać dość liczne i konsekwentne przykłady działań instytucji finansowych na rzecz społeczeństwa. Szczegółowe informacje zawarte są w przekazach IR. Należy też wskazać na giełdowy indeks RESPECT wprowadzony w roku 2009. Obejmuje on obecnie 23 spółki notowane na GPW, w tym 7 spółek finansowych [gpw.pl].



Podsumowując praktyczną aktywność społeczną instytucji finansowych na podstawie analizy specjalistycznych opracowań [Krosinsky, Robins 2008; Rotthaus 2009; Deml 2011; Ulshoefer, Bonnet 2009; Devinney Auger, Eckhardt 2010; Gabriel 2007] oraz raportów (także w ramach IR), można działaniom społecznym wystawić umiarkowanie pozytywną ocenę, pomimo pewnych zastrzeżeń. Z pewnością stwierdzić można wzrost społecznej aktywności, a w pewnym stopniu także jej jakościowy rozwój. Zauważalny jest jednak pewien dysonans pomiędzy potencjałem ekonomicznym instytucji finansowej a poziomem jej społecznego zaangażowania.

## 7. Zakończenie

Mając na uwadze dotychczasowe osiągnięcia instytucji rynku finansowego w zakresie działań społecznych oraz zgłaszane uwagi krytyczne, należy umiarkowanie pozytywnie podsumować aktywność społeczną instytucji finansowych.

Po pierwsze, krytykując koncepcję CSR, można jednak wziąć pod uwagę przypuszczenie, iż sama obecność idei społecznej odpowiedzialności biznesu oznacza brak przyzwolenia na wyzysk społeczeństwa.

Po drugie, proces społecznej ewolucji sektora finansowego został rozpoczęty. Postępuje mentalna zmiana postrzegania procesu gospodarowania ze względu na uwarunkowania społeczne.

Po trzecie, zauważalne jest nasilenie działań społecznych i ujmowanie ich w spójny, zintegrowany system zarządzania. Rośnie skala społecznego zaangażowania w relacji do posiadanego przez instytucję potencjału ekonomicznego. Podejmowane są inicjatywy w wielu nowych i zróżnicowanych zakresach.

Po czwarte, uzyskano już konkretne efekty społeczne [Dziawgo, Dziawgo 2014].

Także w przypadku IR można wskazać na pewne pozytywne.

Po pierwsze, doskonalone są umiejętności komunikacji z otoczeniem w ramach *investor relations* w temacie zaangażowania społecznego. Społeczność finansowa uzyskuje informacje o rosnącej jakości i użyteczności.

Po drugie, coraz więcej miejsca w komunikacji poświęcane jest kwestiom CSR.

Ponadto, należy podkreślić, iż przemiany społeczne rynku finansowego powinny być postrzegane w kategoriach długiego procesu, który zaledwie się rozpoczął. Bardzo często nie jest to w ogóle uwzględniane, a koncentracja uwagi dotyczy jedynie dotychczasowych działań i efektów. Nie przypadkiem w niniejszym opracowaniu stosowane jest pojęcie „ewolucja społeczna”. W kolejnych latach można oczekiwać coraz wyższego poziomu integracji pomiędzy instytucjami finansowymi a społeczeństwem. Jednak nie jest to pewne. Nielatwy proces wdrażania zasad CSR oraz rzetelnej komunikacji IR należy kontynuować. Z całą pewnością zasady CSR oraz IR można wykorzystywać w kreowaniu trwale konkurencyjnej pozycji nowoczesnej instytucji finansowej funkcjonującej we współczesnym społeczeństwie.

Podsumowując, można wyrazić umiarkowany optymizm, iż jakość procesu społecznej ewolucji rynku finansowego będzie podnoszona.

## Literatura

- Deml M., *Gruenes Geld. Das Handbuch fuer ethisch-oekologische Geldanlagen 2012/2013*, Hamp Verlag, Stuttgart 2011.
- Devinney T.M., Auger P., Eckhardt G.M., *The Myth of the Ethical Consumer*, Cambridge University Press, 2010.
- Dziawgo D., *Relacje inwestorskie. Ewolucja – funkcjonowanie – wyzwania*, PWN, Warszawa 2011.
- Dziawgo D., Dziawgo L., *Bankowość wobec kluczowych wyzwań ekonomiczno-cywilizacyjnych. Ochrona środowiska naturalnego w działalności bankowej*, Związek Banków Polskich, Warszawa 2014.
- Dziawgo L., *Bank jako „instytucja BRAKU zaufania publicznego”*, [w:] J. Szambelańczyk (red.), *Globalny kryzys finansowy i jego konsekwencje w opiniach ekonomistów polskich*, ZBP, Warszawa 2009.
- Dziawgo L., *Zielony rynek finansowy. Ekologiczna ewolucja rynku finansowego*, PWE, Warszawa 2010.
- Dziawgo L., Dziawgo D., *CSR i IR – nietłumaczone antidotum na toksyczną bankowość*, „Bezpieczny Bank” 2010, nr 1, s. 98-113.
- Flejterski S., *Metodologia finansów*, PWN, Warszawa 2007.
- Gabriel K., *Nachhaltigkeit am Finanzmarkt*, oekom, Muenchen 2007.
- Krosinsky C., Robins N., *Sustainable Investing*, Earthscan, London 2008.
- OekoInvest nr 116, 265, 362, 516, 540 (1996-2014).
- Pietraszkiewicz K., *Posłowie*, [w:] J. Szambelańczyk (red.), *Globalny kryzys finansowy i jego konsekwencje w opiniach ekonomistów polskich*, ZBP, Warszawa 2009.
- Rotthaus S., *Erfolgreichinvestieren in gruene Geldanlagen*, Campus Verlag, Frankfurt-New York 2009.
- Ulshoefer G., Bonnet G., *Corporate Social Responsibility auf dem Finanzmarkt*, VS Verlag fuer Sozialwissenschaften, Wiesbaden 2009.
- [www.bancosantander.es](http://www.bancosantander.es).
- [www.bnpparibas.com](http://www.bnpparibas.com).
- [www.commerzbank.de](http://www.commerzbank.de).
- [www.deutschebank.db](http://www.deutschebank.db).
- [www.eurosif.org](http://www.eurosif.org).
- [www.gpw.pl](http://www.gpw.pl).
- [www.hcbs.com](http://www.hcbs.com).
- [www.ing.com](http://www.ing.com).
- [www.jsafrasarasin.ch](http://www.jsafrasarasin.ch).
- [www.pictet.com](http://www.pictet.com).
- [www.rzb.at](http://www.rzb.at).
- [www.santander.com](http://www.santander.com).
- [www.sarasin.ch](http://www.sarasin.ch).
- [www.seb.se](http://www.seb.se).
- [www.unicreditgroup.eu](http://www.unicreditgroup.eu).

## **SOCIAL EVOLUTION OF FINANCIAL MARKET. CSR & IR – SELECTED ASPECTS**

**Summary:** Dynamic social and cultural changes force financial institutions to take action to gain social acceptance for their activity. The ability to adapt to society's needs will be the crucial condition to continuing business. The aim of the article is to point out one of the key challenges that is the functioning of financial market institutions under increasing social requirements and to indicate systematic solutions which can effectively support the social evolution of the financial market. The concepts of Corporate Social Responsibility and Investor Relations can be viewed as such. In the paper critical analysis of the literature, comparison, induction and case study methods were used. Also, in the article some practical and critical aspects were indicated, which allowed restrictions in the use of CSR and IR in practice to be identified and conclusions to be formulated.

**Keywords:** Corporate Social Responsibility, investor relations, financial market.