

Tomasz Piotr Murawski

Spółeczna odpowiedzialność biznesu jako kierunek rozwoju rynku finansowego

Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Sectio H, Oeconomia 46/4,
621-631

2012

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach
dozwolonego użytku.

TOMASZ PIOTR MURAWSKI

*Spoleczna odpowiedzialność biznesu jako kierunek
rozwoju rynku finansowego – ujęcie współczesne*

Corporate Social Responsibility as a way of developing financial market – the present conception

Słowa kluczowe: społeczna odpowiedzialność biznesu, rynek finansowy

Key words: Corporate Social Responsibility, financial market

Wstęp

Idea społecznej odpowiedzialności biznesu (*Corporate Social Responsibility* – CSR) stanowi w ostatnim czasie ważny temat rzeczywistości gospodarczej. Pojęcie to zostało spopularyzowane w świadomości zwykłych obywateli oraz przestrzeni biznesowej i od kilkunastu lat jest przedmiotem zainteresowania szerokiego grona menedżerów, a także właścicieli przedsiębiorstw. Ma to szczególne znaczenie w erze spadku zaufania do świata finansów po ostatnim kryzysie. Rynek finansowy dostosowuje się do współczesnych warunków funkcjonowania społeczeństwa. W dzisiejszej gospodarce coraz większego znaczenia nabierają aspekty etyczne, ekologiczne oraz społeczne. Klienci, społeczności lokalne, a także władze publiczne oraz organizacje pozarządowe oczekują od instytucji działających na rynkach finansowych aktywnego zaangażowania w sfery proetyczną, prośrodowiskową, prospołeczną i prokulturalną. Proces adaptacji społecznej odpowiedzialności biznesu do rynku finansowego jest widoczny w różnych obszarach działalności i odnosi się do wszystkich jego uczestników. W artykule autor przybliży ewolucję pojęcia CSR i poda jej najnowsze definicje funkcjonujące w przestrzeni gospodarczej. Celem artykułu jest zwrócenie uwagi na

proces rozwijania się rynku finansowego w duchu społecznej odpowiedzialności biznesu.

1. Geneza idei społecznej odpowiedzialności biznesu

Początki idei społecznej odpowiedzialności biznesu w literaturze należy łączyć z Andrew Carnegie'em, magnatem stalowym, który był twórcą imperium US Steel Company. W wydanej w 1889 r. w Stanach Zjednoczonych pracy *Ewangelia bogactwa* nakreślił pierwszy wariant koncepcji CSR. Została ona sprowadzona do dwóch zasad, którymi kierował się Carnegie: dobroczynności (*charity*) oraz powiernictwa (*stewardship*)¹. Aktualnie sfera gospodarcza i, co za tym idzie, rynek finansowy przychylnie są raczej tej drugiej regule. Zasada powierniczości opiera się na specyficznej formie działalności, w której aktywa zwykłych obywateli zostają powierzone biznesmenom, aby nimi zarządzali. Model ten funkcjonuje za przyzwoleniem społecznym. Działanie na zasadzie zaufania społecznego ma za sobą pociągnąć korzystanie z dóbr przez właścicieli w taki sposób, aby w perspektywie długoterminowej zyskiwali zarządzający oraz społeczność². Przełom wieków XIX i XX przyniósł w Stanach Zjednoczonych początek zmian społecznych, które były sprzężone z postrzeganiem roli inwestorów, pracowników oraz przedsiębiorców w gospodarce. Naturalnym elementem procesu rozwoju gospodarczego stała się intensyfikacja znaczenia idei CSR. Podejście to znalazło odzwierciedlenie w teoriach ekonomicznych, m.in. w teorii interesariuszy. Warto podkreślić jest znaczenie społecznej odpowiedzialności biznesu w charakterze zobowiązania do współlistnienia wymiaru ekonomicznego, finansowego i obywatelskiego oraz dokładania wszelkich starań do rozwoju otoczenia w zakresie ekologicznym, kulturalnym i etycznym.

2. Społeczna odpowiedzialność biznesu – ewolucja pojęcia

2.1. Podejście historyczne

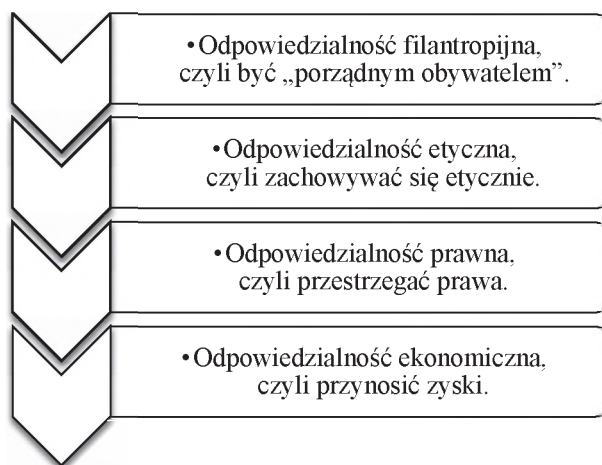
Pierwsze próby stworzenia koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu dotyczyły wskazania źródła odpowiedzialności, co wiązało się ze szczególnym ujęciem tematu w kontekście wrażliwości przedsiębiorstw na problemy społeczne, a także polegały na tworzeniu przez te podmioty gospodarcze własnych reguł moralnych³. Po wielu próbach zdefiniowania CSR przegładową teorię, która skupia w sobie sze-

¹ M. Rybak, *Etyka menedżera – społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa*, PWN, Warszawa 2004, s. 15.

² Por. J. Nakonieczna, *Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw międzynarodowych*, Difin, Warszawa 2008, s. 18.

³ E. Grzegorzewska-Ramocka, *Koncepcja społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw w marketingu społecznym*, Politechnika Świętokrzyska, Kielce 2005, s. 17.

roki zakres wcześniejszych analiz, przedstawił Archie B. Carroll. Zaprezentował on definicję społecznej odpowiedzialności, która zawierała wieloaspektowy charakter tego pojęcia⁴. Jej wizualizację przedstawia rysunek 1.



Rysunek 1. Model społecznej odpowiedzialności według Carrolla

Źródło: opracowanie własne na podstawie A.B. Carroll, *Business and Society. Ethics and Stakeholders Management*, Southwestern Publishing Co., Cincinnati, Ohio 1993, s. 35.

Carroll omówił w swojej teorii powiązania, jakie tworzą się między rodzajami odpowiedzialności a różnymi oczekiwaniami społeczeństwa. Zgodnie z założeniami Carrolla należy zauważyć, że podstawę modelu odpowiedzialności stanowi odpowiedzialność ekonomiczna. Oznacza to, iż przedsiębiorstwo funkcjonujące na rynku ma za zadanie przynosić zysk, aby zachować ciągłość funkcjonowania i pozycję na rynku. Społeczeństwo wymaga od podmiotów gospodarczych bycia aktywnymi aktorami życia ekonomicznego. Kolejnym poziomem jest odpowiedzialność prawna. Dążenie do działania w granicach obowiązujących norm i reguł prawnych stanowi jeden z kanonów prowadzenia działalności gospodarczej, szczególnie uwidacznia się tutaj działalność instytucji finansowych. Oczekiwania społeczne są zbieżne i dotyczą konieczności postępowania zgodnie z literą prawa. Na kolejnym szczeblu znajduje się odpowiedzialność etyczna – konieczne jest robienie tego, co godziwe, sprawiedliwe. Najwyższym stopniem odpowiedzialności jest odpowiedzialność dobrowolna, inaczej zwana filantropijną, której w przeciwieństwie do etycznego działania społeczeństwo nie oczekuje wprost. Pozostawione jest to do rozważenia i dokonania dobrowolnego wyboru przez daną organizację, a oznacza taki poziom zaangażowania, który wykracza poza ekonomiczne, zgodne z prawem i etyczne działanie,

⁴ A.B. Carroll, *Business and Society. Ethics and Stakeholders Management*, Southwestern Publishing Co., Cincinnati, Ohio 1993, s. 35.

a uwzględnia dobrowolne zaangażowanie się przedsiębiorstwa na rzecz społeczeństwa i środowiska.

Kolejnym etapem w prezentacji zagadnienia społecznej odpowiedzialności biznesu było wystosowanie listu otwartego przez grupę europejskich przedsiębiorców (Manifest of Enterprises) w 1995 r. Komisja Europejska już rok po ogłoszeniu tych postulatów stworzyła dokument systematyzujący ideę CSR na szczeblu europejskim. Powstała tzw. zielona księga (*Green Paper for Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility*), której podstawowym elementem stanowiącym o przełomowym znaczeniu było zaprezentowanie definicji CSR. Według Komisji Europejskiej społeczna odpowiedzialność biznesu to koncepcja dobrowolnego uwzględniania przez organizację aspektów społecznych i ekologicznych podczas prowadzenia działań handlowych i w kontaktach z interesariuszami⁵. Dokument ten przybliża ideę CSR w dwu wymiarach: wewnętrznym i zewnętrznym, które determinują działalność operacyjną.

Duże znaczenie tematyki społecznej odpowiedzialności biznesu oraz zaangażowanie w tę kwestię spowodowało ogłoszenie przez UE innego dokumentu, będącego wynikiem konsultacji i polemik na temat zielonej księgi. *White Paper: Communication on CSR* stanowi charakterystykę instrumentów i kanałów komunikacji, dzięki którym należy popularyzować strategię rozwoju społecznej odpowiedzialności biznesu. W białej księdze zostały scharakteryzowane przedsięwzięcia Unii Europejskiej służące rozwojowi tego nowego zagadnienia. Obszary działań propagujących CSR zawarte w unijnym dokumencie można podzielić na cztery obszary⁶:

- edukacja, wymiana doświadczeń i dobrych praktyk,
- włączenie CSR do wszystkich polityk Unii Europejskiej,
- uruchomienie Europejskiego Forum Interesariuszy,
- rozwój instrumentów społecznej odpowiedzialności biznesu.

Powyższe formy prezentowania koncepcji CSR na długi czas stały się obowiązujące w rzeczywistości gospodarczej.

2.2. Aktualizacja definicji

Powołując się na konieczność realizacji programu promocji społecznej odpowiedzialności biznesu, Komisja Europejska w 2011 r. wydała odnowioną strategię dotyczącą CSR, która jednocześnie stanowiła efekt prac związanych z funkcjonowaniem unijnego programu „Europa 2020”. Ponadto kryzys gospodarczy, który negatywnie wpłynął na poziom zaufania, w biznesie uwidocznił, jak bardzo potrzebne

⁵ *Green Paper for Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility*, COM (2001) 366 final, Bruksela 2001, s. 6.

⁶ *White Paper: Communication from the Commission concerning Corporate Social Responsibility: A business contribution to Sustainable Development*, COM (2002) 347 final, Bruksela 2002.

jest poruszanie kwestii społecznej odpowiedzialności. W *Odnowionej strategii UE* wskazano na fakt, że obywatele zaczęli przywiązywać wagę do etycznych aspektów działalności firm i jednocześnie chcą mieć możliwość wchodzenia w relacje oparte na wzajemnym zaufaniu o charakterze długoterminowym⁷.

Przełomowe w tym dokumencie jest zrewidowanie poglądu na temat społecznej odpowiedzialności biznesu i zdefiniowanie na nowo CSR, która została określona jako „odpowiedzialność przedsiębiorstw za ich wpływ na społeczeństwo”⁸. Komisja Europejska uzupełniła tę definicję: „Aby w pełni wypełnić te zobowiązania, przedsiębiorstwa powinny dysponować mechanizmem integracji kwestii społecznych, środowiskowych, etycznych i tych związanych z prawami człowieka, jak i problemów konsumentów ze swoją działalnością oraz podstawową strategią, w ścisłej współpracy z zainteresowanymi stronami, w celu:

- maksymalizacji tworzenia wspólnych wartości dla ich właścicieli/udziałowców i innych zainteresowanych stron i społeczeństwa jako całości;
- rozpoznawania, zapobiegania i łagodzenia ich możliwych negatywnych skutków”⁹.

Jednocześnie zalecono promowanie długookresowego uwzględniania różnych czynników, aby sprawić, że postrzeganie CSR wpłynie na poprawę jakości i produktywności w gospodarce. Komisja Europejska uznała także, że do poprawy dobrobytu społeczno niezbędnymi są dwa czynniki: nowoczesne rozumienie społecznej odpowiedzialności wraz z innowacyjnymi produktami oraz stworzenie nowego modelu biznesowego. W tym samym miejscu znajduje się zdanie, że aby osiągnąć ten cel, niezbędne jest zaangażowanie w realizację programu CSR w pełnym jego zakresie. Działania te zostały zebrane w plan obejmujący lata 2011–2014. Adresatami tego dokumentu są przede wszystkim państwa członkowskie UE, przedsiębiorstwa (ze szczególnym naciskiem na sektor małych i średnich przedsiębiorstw), organizacje pozarządowe, grupy, dla których wdrożenie strategii i osiągnięcie miana lidera społecznej odpowiedzialności jest wartością samą w sobie, oraz Komisja Europejska¹⁰.

Warto podkreślić fakt wyraźnego zaznaczenia w komunikacie rozpoczęcia prac legislacyjnych mających na celu wprowadzenie obowiązku raportowania w zakresie CSR. W dokumencie nie znalazło się wprost podanie możliwych skutków wprowadzenia takiej regulacji na obszarze UE, jednak został jasno naświetlony temat zwiększenia poziomu świadomości środowiskowej oraz poszerzenia wiedzy z zakresu społecznej odpowiedzialności i zrównoważonego rozwoju. Ponadto w tekście stwierdzono, że ma on stanowić też jeden z elementów w procesie edukacji i zbierania wiedzy

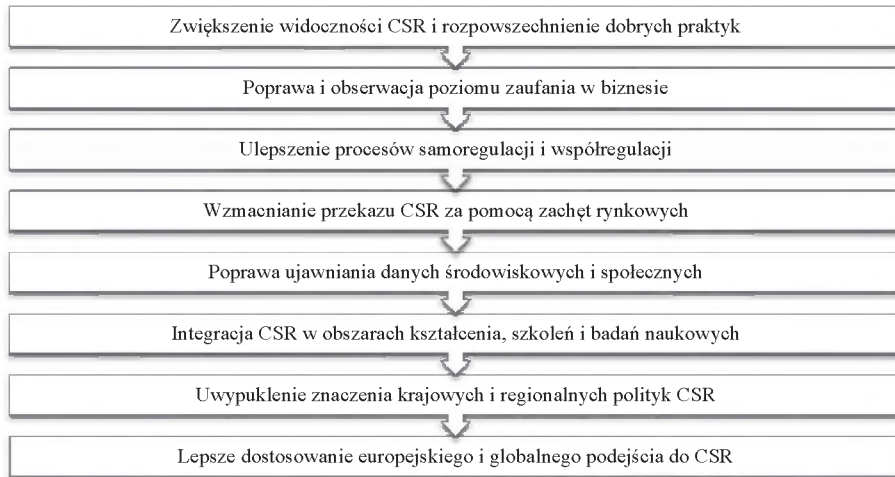
⁷ Por. *Odnowiona strategia UE na lata 2011–2014 dotycząca społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, COM (2011) 681 final, Bruksela 2011.

⁸ *Ibidem*, s. 7.

⁹ *Ibidem*, s. 7.

¹⁰ *Ibidem*, s. 10.

w organizacji¹¹. Szczegółowy plan działań opublikowany przez Komisję Europejską dotyczy aktywności w ośmiu obszarach, które zostały zaprezentowane na rysunku 2.



Rysunek 2. Program działań na rzecz CSR na podstawie strategii Komisji Europejskiej na lata 2011–2014

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Odnowiona strategia UE na lata 2011–2014 dotycząca społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, COM (2011) 681 final, Bruksela 2011.

Powyższe obszary składają się na ramowy plan działań, który Komisja Europejska stworzyła w ramach odnowionej strategii dotyczącej społecznej odpowiedzialności biznesu. Całość działań jest skoncentrowana na zaangażowaniu wszystkich grup interesu – poczynając od Komisji, przez przedsiębiorców, państwa członkowskie, a na obywatelach kończąc. Integralność zagadnień wyraża się w nowej definicji CSR, jako „odpowiedzialności [...] za [...] wpływ na społeczeństwo”¹².

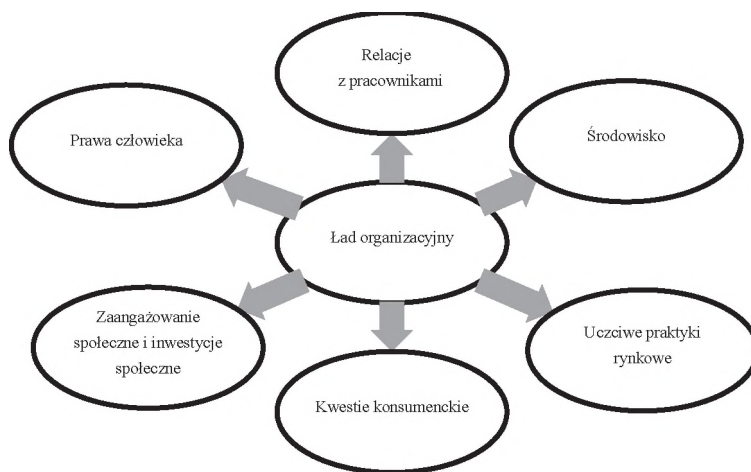
Drugie podejście do CSR, które obecnie dominuje w gospodarce, to norma ISO 26000, która funkcjonuje od listopada 2010 r. Jest ona skierowana do szerokiego odbiorcy, co odzwierciedla się poprzez zastosowanie pojęcia odpowiedzialności społecznej (*Social Responsibility*) pozbawionego przedrostka *Corporate*. Zabieg ten przyczynił się do możliwości stosowania wytycznych przez wszystkie organizacje, nie tylko o charakterze biznesowym. ISO 26000 definiuje społeczną odpowiedzialność jako „odpowiedzialność organizacji za wpływ jej decyzji i działań (produkty, serwis, procesy) na społeczeństwo i środowisko, poprzez przejrzyste i etyczne zachowanie, które:

¹¹ Tezy te postawiono na podstawie analizy rynku szwedzkiego, gdzie tego typu regulacje zostały wprowadzone.

¹² *Odnowiona strategia UE na lata 2011–2014 dotycząca społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, COM (2011) 681 final, Bruksela 2011, s. 7.

- przyczynia się do zrównoważonego rozwoju, włączając zdrowie i dobrobyt społeczeństwa,
- uwzględnia oczekiwania interesariuszy (osób lub grup, które są zainteresowane decyzjami lub działaniami organizacji),
- jest zgodne z mającym zastosowanie prawem i spójne z międzynarodowymi normami zachowania,
- jest wprowadzone w całej organizacji i praktykowane w jej działaniach w obrębie jej strefy wpływów⁷¹³.

Należy wspomnieć, że norma ta, w odróżnieniu od większości norm Międzynarodowej Organizacji Normalizacyjnej, nie jest techniczna i nie została przewidziana do stosowania w zakresie certyfikacji. ISO 26000 zawiera tylko wytyczne dotyczące metod praktycznej implementacji tych zasad do codziennej praktyki organizacji. Godne podkreślenia jest to, że wartością dodaną tej normy, w odniesieniu do funkcjonujących krajowych i międzynarodowych standardów w zakresie CSR, jest osiągnięty konsensus na szczeblu międzynarodowym w kwestii definiowania CSR oraz wskazanie organizacjom, na jakich kwestiach w tej płaszczyźnie powinny się skupiać. Kluczowe obszary odpowiedzialności społecznej zostały zaprezentowane na rysunku 3.



Rysunek 3. Kluczowe obszary społecznej odpowiedzialności według ISO 26000

Źródło: opracowanie własne na podstawie *International Standard ISO 26000. Guidance on social responsibility*, First Edition 2010-11-01, International Organization for Standardization.

Do zalet standardu ISO 26000 należy zaliczyć szerokie zdefiniowanie społecznej odpowiedzialności wraz z wytycznymi służącymi prawidłowemu jej wdrożeniu. W ra-

¹³ *International Standard ISO 26000. Guidance on Social Responsibility*, First Edition 2010-11-01, International Organization for Standardization.

mach dokumentu zawarte jest odwołanie do szeregu aktów prawnych o charakterze globalnym oraz aneks, który zawiera listę inicjatyw międzynarodowych.

3. Społeczna odpowiedzialność biznesu jako droga rozwoju rynku finansowego

Uniwersalność zasad CSR oraz wymierne korzyści ich implementacji do codziennej działalności spowodowały wzrost zainteresowania sektora finansowego tą koncepcją. Już od kilkunastu lat widoczne jest zaangażowanie czołowych instytucji w działania na rzecz pomocy potrzebującym, współpracy z lokalnymi organizacjami czy ochrony środowiska. Należy tu przytoczyć przykład działalności Fundacji BRE Banku, która aktywnie wspiera Program Stypendiów Pomostowych, przeprowadza projekty badawcze poświęcone innowacyjności polskich przedsiębiorstw czy też organizuje seminaria naukowe BRE-CASE. Innym przykładem zastosowania społecznej odpowiedzialności do działalności instytucji finansowej jest Citi Handlowy, który swoją misję w tym aspekcie realizuje poprzez Fundację Kronenberga. Aktualnie główne aktywności przejawiają się w dwu wymiarach: prowadzeniu edukacji finansowej oraz rozwijaniu wolontariatu wśród pracowników banku. Program Wolontariatu Pracowniczego pozwala zaangażować w oddolne inicjatywy pracowników oraz lokalne społeczności. Większość instytucji finansowych wprowadziła do swojej oferty produkty, które wpisują się swoim charakterem w kryteria CSR¹⁴. Portfolia wielu banków wzbogaciły się o ofertę depozytową, w której część zysku banku przeznaczana jest na konkretny cel związany z ochroną środowiska, a także powstała cała grupa preferencyjnych produktów kredytowych, które mogą być przeznaczone wyłącznie na inwestycje proekologiczne. Przykładem jest BOŚ SA, który od początku istnienia uczynił wspieranie ekologii jednym z głównych filarów działalności. Realizując swoją misję („Rzetelny bank – w trosce o Ciebie i Nasze środowisko”), oprócz usług standardowych proponuje m.im. ekolokaty, z których część odpisów jest przeznaczana na ochronę zagrożonych gatunków (w ofercie były m.in. lokaty ze żbikiem, z łosiem, sokołem, kozicą, wilkiem, susłem, rybolowem, jeżem, morświnem czy rysiem). Bank może się także poszczycić szeroką gamą kredytów proekologicznych ze środków własnych, kredytów dopłatowych z NFOŚiGW, WFOŚiGW, kredytów inwestycyjnych ze środków Banku KfW (Kreditanstalt für Wiederaufbau) oraz z linii NIB (Nordic Investment Bank). Wspierane są w ten sposób inwestycje na odnawialne źródła energii, termomodernizację, zakup i montaż kolektorów słonecznych czy unieszkodliwianie wyrobów zawierających azbest. Związek Banków Polskich spostrzegł, że działalność na poziomie CSR prowadzi zarówno duże, jak i średnie oraz małe banki. Taka

¹⁴ Szerzej T. Murawski, *Bankowość odpowiedzialna, czyli czy banki działają w myśl zasad Corporate Social Responsibility*, [w:] *Finanse 2009 – Teoria i praktyka. Bankowość*, „Zeszyty Naukowe”, nr 548, „Ekonomiczne Problemy Usług”, nr 38, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2009, s. 336–342.

forma aktywności jest niezbędna, aby dzięki swoistej wrażliwości społecznej sektor bankowy w Polsce podążał w tym samym kierunku jak w pozostałej części Europy¹⁵.

Nie sposób nie wspomnieć o działalności wielu towarzystw inwestycyjnych, które inwestują na rynku globalnym powierzone im aktywa zgodnie z zasadami społecznie odpowiedzialnego inwestowania (SRI – *Socially Responsible Investment*). Od kilku lat są prowadzone badania nad wielkością tego specyficznego rynku. Na każdym kontynencie istnieją organizacje, które monitorują rynek odpowiedzialnych inwestycji. Warto zwrócić uwagę na dynamikę rynku SRI. Dane na koniec 2007 r. wskazywały, że ogólny stan aktywów na tym rynku wynosił blisko 5 bilionów EUR, a na koniec 2009 r. już prawie 8 bilionów EUR¹⁶. Jednym z wyznaczników przemian zachodzących na rynku finansowym są również indeksy giełdowe. W dzisiejszych czasach każda duża giełda ma na swoim parkiecie indeks spółek odpowiedzialnych (FTSE4Good, Dow Jones Sustainability Index, RESPECT Index). Metodologia wyboru firm do tych indeksów jest różna. Większość opiera się na zasadzie poszanowania środowiska, czego wynikiem jest duża liczba „zielonych” indeksów. Zaangażowanie instytucji finansowych w działania CSR jest bardzo zróżnicowane. Organizacje mogą spełniać się na wielu płaszczyznach, zarówno w wymiarze finansowym, jak i działaniach pozafinansowych. Podstawowe kryterium stanowi pewność, że będą wywierać pozytywny wpływ na środowisko¹⁷.

Coraz częściej wygłaszana jest teza o ekologicznej ewolucji rynku finansowego¹⁸. Warto przy tym dodać, że rozwój następuje nie tylko w aspekcie środowiskowym, lecz w szeroko pojmowanym ujęciu społecznie odpowiedzialnym. Na współczesnym rynku finansowym nikogo już nie dziwi uwzględnianie zasad CSR w kreowaniu produktów bądź usług finansowych oraz aktywności poza sferą działalności operacyjnej banków czy towarzystw inwestycyjnych. Społecznie odpowiedzialny rynek finansowy to model, który z dużym prawdopodobieństwem będzie funkcjonował w przyszłości.

Zakończenie

Społeczna odpowiedzialność instytucji finansowych jest jednym z najważniejszych zagadnień we współczesnej gospodarce światowej. Budowa zaufania pomiędzy rynkiem finansowym a społeczeństwem to kluczowy warunek zrównoważonego rozwoju gospodarki. W dzisiejszej gospodarce ogromny potencjał tkwi w integracji sfery finansowej oraz aspektów etycznych, ekologicznych oraz społecznych. Obecne pojmowanie idei CSR ewoluje i jest weryfikowane przez takie instytucje jak Komisja

¹⁵ D. Skrobisz, *Społecznie odpowiedzialne?*, „Bank” 2007, nr 6 (117), s. 10–12.

¹⁶ *European SRI Study 2010. Revised edition*, EUROSIF, Paris 2010, s. 59 oraz *European SRI Study 2008*, EUROSIF, Paris 2008, s. 52.

¹⁷ Szerzej T. Murawski, *Zielone inwestycje*, „Gazeta Bankowa” 2008, nr 46, s. 30–31.

¹⁸ Szerzej L. Dziawgo, *Zielony rynek finansowy. Ekologiczna ewolucja rynku finansowego*, PWE, Warszawa 2011.

Europejska. Autentyczność i świadomość stosowania zasad społecznie odpowiedzialnych przez współczesne przedsiębiorstwa, także finansowe, pozwala na realne budowanie przewag konkurencyjnych¹⁹. Dzięki tym przemianom, kształtującym rynki od kilku lat, współczesny klient ma możliwość korzystania z usług i produktów firm, które mogą się poszczycić mianem liderów społecznej odpowiedzialności biznesu.

Bibliografia

1. Carroll A.B., *Business and Society. Ethics and Stakeholders Management*, Southwestern Publishing Co., Cincinnati, Ohio 1993.
2. Dziawgo L., *Zielony rynek finansowy. Ekologiczna ewolucja rynku finansowego*, PWE, Warszawa 2011.
3. *European SRI Study 2008*, EUROSIF, Paris 2008.
4. *European SRI Study 2010. Revised edition*, EUROSIF, Paris 2010.
5. *Green Paper for Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility*, COM (2001) 366 final, Bruksela 2001.
6. Grzegorzewska-Ramocka E., *Koncepcja społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw w marketingu strategicznym*, Politechnika Świętokrzyska, Kielce 2005.
7. *International Standard ISO 26000. Guidance on social responsibility*, First Edition 2010-11-01. International Organization for Standardization.
8. Murawski T., *Bankowość odpowiedzialna, czyli czy banki działają w myśl zasad Corporate Social Responsibility*, [w:] *Finanse 2009 – teoria i praktyka. Bankowość*, „Zeszyty Naukowe”, nr 548, „Ekonomiczne Problemy Usług”, nr 38, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2009.
9. Murawski T., *Spoleczna odpowiedzialność biznesu – wyzwania i dylematy rozwoju w bankowości*, [w:] *Annales UMCS, sectio H: Oeconomia*, vol. 15/2, Lublin 2011.
10. Murawski T., *Zielone inwestycje*, „Gazeta Bankowa” 2008, nr 46.
11. Nakonieczna J., *Spoleczna odpowiedzialność przedsiębiorstw międzynarodowych*, Difin, Warszawa 2008.
12. *Odnowiona strategia UE na lata 2011–2014 dotycząca społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, COM (2011) 681 final, Bruksela 2011.
13. Rybak M., *Etyka menedżera – społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa*, PWN, Warszawa 2004.
14. Skrobisz D., *Spolecznie odpowiedzialne?*, „Bank” 2007, nr 6 (117).
15. *White Paper: Communication from the Commission concerning Corporate Social Responsibility: A business contribution to Sustainable Development*, COM (2002) 347 final, Bruksela 2002.

Corporate Social Responsibility as a way of developing financial market – the present conception

The aim of this article is to pay attention to the process of developing financial market in the spirit of Corporate Social Responsibility (CSR). In the article the author has presented an origin of CSR's idea, evolution of definition and the newest descriptions, which are functioning in the economic space.

¹⁹ T. Murawski, *Spoleczna odpowiedzialność biznesu – wyzwania i dylematy rozwoju w bankowości*, [w:] *Annales UMCS, sectio H: Oeconomia*, vol. 15/2, Lublin 2011, s. 163–171.

The author reminded that recently a thesis about an ecological financial market evolution has appeared. The author adds that this evolution is taking place not only in the ecological area, but in all social responsibility areas. Social responsibility in the financial market is a new model, which, with a large probability, will be functioning in the future.