
SPIS TREŚCI

WSTĘP	9
Rozdział 1. CZY PRZEDSIĘBIORSTWO PONOSI SPOŁECZNĄ ODPOWIEDZIALNOŚĆ?	
UJĘCIE HISTORYCZNE	15
Wprowadzenie	15
1.1. Poszukiwanie przedmiotu badań: oznaczanie terytorium	19
1.2. Początki aktywizmu społecznego i obrona status quo: rozumienie kontekstu	28
1.3. Od oświeconego egoizmu do zrównoważonego rozwoju: budowanie podstaw	33
1.4. Rozwój koncepcji CSR: dywersyfikacja, ekspansja terytorialna i pojęciowa	41
1.5. Tworzenie ram instytucjonalnych: europejska polityka CSR	51
1.6. Przełamywanie stereotypów: społeczna odpowiedzialność biznesu w Polsce	58
Rozdział 2. PODSTAWY NOWEJ DYSCYPLINY: NA CZYM POLEGA SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ?	69
Wprowadzenie	69
2.1. Termin „społeczna odpowiedzialność biznesu”: jakiej definicji oczekujemy?	73
2.2. Społeczna nieodpowiedzialność i minima odpowiedzialności: zapomniane koncepcje	81

2.3. Udział interesariuszy: wobec kogo przedsiębiorstwo jest odpowiedzialne?	92
2.4. Jakie korzyści wynikają ze społecznej odpowiedzialności biznesu?	104
2.5. Społeczna odpowiedzialność w warunkach uogólnionej niepewności	118
Rozdział 3. CSR W SYSTEMIE ZARZĄDZANIA: STRATEGIA, PODEJŚCIE, GRANICE	133
Wprowadzenie	133
3.1. Strategia firmy i strategia społecznej odpowiedzialności	136
3.2. Zarządzać w przekonaniu, że odpowiedzialność społeczna ma znaczenie	146
3.3. Podejście aspiracyjne do społecznej odpowiedzialności w zarządzaniu	152
3.4. Podejście pozycyjne do społecznej odpowiedzialności w zarządzaniu	156
3.5. W kierunku integrującego podejścia do społecznej odpowiedzialności w zarządzaniu	162
3.6. Granice odpowiedzialności przedsiębiorstwa i sfera wpływu	170
Rozdział 4. TRZY FILARY ODPOWIEDZIALNOŚCI SPOŁECZNEJ W ZARZĄDZANIU: RELACJE, OPERACJE, INNOWACJE	183
Wprowadzenie	183
4.1. Podejmowanie społecznej odpowiedzialności: odpowiedzi idealistyczne, sceptyczne i pragmatyczne	186
4.2. Podstawowe pytania badawcze	192
4.3. Metody badawcze i sposób prowadzenia badań	194
4.4. Ramy teoretyczne prowadzonych badań	201
4.5. Model implementacji w ramach koncepcji trzech filarów	207
4.6. Model integracji w ramach koncepcji trzech filarów	216
Rozdział 5. SPOŁECZNIE ODPOWIEDZIALNE ZARZĄDZANIE W PRAKTYCE POLSKICH FIRM: WYBRANE KAZUSY	231
Wprowadzenie	231
5.1. GlaxoSmithKline	235
5.2. PKN Orlen	242
5.3. Budimex	248
5.4. Microsoft	255

5.5. Provident	261
5.6. Partnerstwo dla Zdrowia	268
5.7. Totalizator Sportowy	276
5.8. Auchan	282
5.9. PwC	288
 ZAKOŃCZENIE	 293
 SPIS TABEL I RYSUNKÓW	 299
 BIBLIOGRAFIA	 301
 Aneks: ANKIETA DO „RANKINGU ODPOWIEDZIALNYCH FIRM 2012”	 323