
Spis treści

Wstęp	9
Rozdział 1. Zrównoważone zarządzanie przedsiębiorstwem	25
1.1. Teoria chaosu w zarządzaniu przedsiębiorstwem	26
1.2. Teoria równowagi i zrównoważenia w zarządzaniu przedsiębiorstwem	29
1.3. Zrównoważone zarządzanie – krytyczna ocena	56
Rozdział 2. Koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu w zarządzaniu przedsiębiorstwem	59
2.1. Społeczna odpowiedzialność biznesu – istota pojęcia w naukach o zarządzaniu	61
2.2. Społeczna odpowiedzialność biznesu a koncepcja interesariuszy	71
2.3. Społeczna odpowiedzialność biznesu na tle koncepcji zarządzania strategicznego	86
2.4. Społeczna odpowiedzialność biznesu a zarządzanie wartością przedsiębiorstwa	93
2.4.1. Społeczna odpowiedzialność biznesu a budowa wartości przedsiębiorstwa	99
2.4.2. Społeczna odpowiedzialność biznesu a budowa wartości dla akcjonariuszy	100
2.5. Społeczna odpowiedzialność biznesu a zarządzanie wynikami przedsiębiorstwa	105
2.6. Społeczna odpowiedzialność biznesu a zarządzanie ekologiczne przedsiębiorstwem	113
2.6.1. Społeczna odpowiedzialność biznesu a zrównoważony rozwój i zrównoważony wzrost	113
2.6.2. Społeczna odpowiedzialność biznesu a kryteria ekologiczne w zarządzaniu przedsiębiorstwem	122
2.6.3. Ekologiczny wymiar rynku kapitałowego a zarządzanie wartością przedsiębiorstwa	137
2.6.4. Ekologiczna społeczna odpowiedzialność biznesu w zarządzaniu wartością przedsiębiorstwa	141
2.7. Społeczna odpowiedzialność biznesu a zasady ładu korporacyjnego	146
2.8. Społeczna odpowiedzialność biznesu a uwarunkowania sektorowe, międzykulturowe i regionalne	153
2.9. Nieodpowiedzialność społeczna przedsiębiorstwa	156
2.10. Społeczna odpowiedzialność biznesu – krytyczna ocena	159

Rozdział 3. Koncepcja zarządzania wartością przedsiębiorstwa	165
3.1. Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa – istota pojęcia w naukach o zarządzaniu	166
3.2. Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa na tle koncepcji zarządzania strategicznego	173
3.3. Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa a teoria interesariuszy	179
3.3.1. Wartość interesariuszy w zarządzaniu wartością przedsiębiorstwa	182
3.3.2. Procesy migracyjne interesariuszy i ich dynamika a zarządzanie wartością przedsiębiorstwa	196
3.4. Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa a ciągłość biznesu	197
3.5. Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa a zarządzanie wynikami przedsiębiorstwa	200
3.6. Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa a zarządzanie ryzykiem	205
3.7. Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa a kapitał intelektualny i społeczny	209
3.8. Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa – krytyczna ocena	216
Rozdział 4. Modele biznesu w zarządzaniu przedsiębiorstwem	220
4.1. Modele biznesu – istota pojęcia w naukach o zarządzaniu	221
4.2. Modele zrównoważonego biznesu w zarządzaniu przedsiębiorstwem	232
4.2.1. Modele zrównoważonego biznesu w zarządzaniu wartością przedsiębiorstwa i w zarządzaniu społeczną odpowiedzialnością biznesu	248
4.2.2. Wymiary modeli zrównoważonego biznesu w zarządzaniu przedsiębiorstwem	258
4.2.3. Projektowanie modeli zrównoważonego biznesu	259
4.2.4. Modele biznesu i modele zrównoważonego biznesu – krytyczna ocena	264
Rozdział 5. Modele zrównoważonego biznesu w budowie wartości przedsiębiorstw odpowiedzialnych społecznie w świetle badań empirycznych	268
5.1. Cel, zakres i przedmiot badań	268
5.1.1. Cel główny badań	269
5.1.2. Cele poznawcze	270
5.1.3. Cele metodologiczne	270
5.1.4. Cele użytkowe	271
5.1.5. Zakres badań	271
5.1.6. Przedmiot badań	271
5.2. Hipotezy badawcze	271
5.2.1. Hipoteza główna	272
5.2.2. Hipotezy pomocnicze	272
5.3. Metoda badawcza i charakterystyka prób badawczych	273
5.3.1. Metoda badawcza	276
5.3.2. Metodyka tworzenia ankiet badawczych oraz rzetelność pomiarowa	297
5.3.3. Dobór próby badawczej	300
5.3.4. Charakterystyka próby badawczej	303
5.4. Badania spełnienia koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu oraz zarządzania wartością przedsiębiorstwa – empiryczna identyfikacja związków	318

5.5. Badania zrównoważonego potencjału przedsiębiorstwa	350
5.6. Badania spełnienia potrzeb różnych grup interesariuszy	356
5.7. Badania zdolności przedsiębiorstw do budowy długoterminowej wartości przedsiębiorstwa	382
5.8. Podsumowanie przeprowadzonych badań	394

Rozdział 6. Modele zrównoważonego biznesu w budowie wartości przedsiębiorstw odpowiedzialnych społecznie – podsumowanie wyników badań	400
--	------------

6.1. Konstrukcja graficzna modelu zrównoważonego biznesu, jego nowa definicja i interpretacja w świetle wyników przeprowadzonych badań	400
6.2. Zalecenia strategiczne dla przedsiębiorców i menedżerów w kontekście stosowania modeli zrównoważonego biznesu	403

Zakończenie	411
-------------	-----

Bibliografia	417
--------------	-----