

Spis treści

Wprowadzenie	9
Część I. Działania odpowiedzialne społecznie w perspektywie teoretycznej	13
1. Idea społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR)	15
1.1. Rys historyczny i zakres pojęcia	15
1.2. Rozwój idei działań społecznie odpowiedzialnych w Polsce	18
1.3. Istota idei społecznej odpowiedzialności biznesu	20
2. Charakterystyka czynności prospołecznych (poziom jednostki)	31
2.1. Istota czynności prospołecznych	31
2.2. Podejmowanie działań prospołecznych w zróżnicowanych koncepcjach psychologiczno-socjologicznych	40
2.3. Motywy, cele i inne czynniki warunkujące podejmowanie przez człowieka działań społecznie odpowiedzialnych	53
3. Czynniki sprzyjające i współwystępujące przy podejmowaniu działań odpowiedzialnych społecznie (poziom organizacji)	56
3.1. Styl autentycznego przywództwa	56
3.2. Orientacja organizacji na rozwój i uczenie się jako element kultury organizacyjnej	59
3.3. Zaufanie w organizacji jako baza działań odpowiedzialnych społecznie	62
4. Korzyści z wdrażania idei społecznej odpowiedzialności biznesu	76
4.1. Poziomy analizy korzyści wdrażania CSR	76
4.2. Pomiar i ocena społecznej odpowiedzialności biznesu	88
4.2.1. Pojęcie pomiaru i oceny społecznej odpowiedzialności	88
4.2.2. Poziomy analizy społecznej odpowiedzialności	90
4.3. Z badań nad problematyką „pomiaru” społecznej odpowiedzialności biznesu	91
4.4. Pomiar społecznej odpowiedzialności biznesu w zakresie zarządzania zasobami ludzkimi	93

5. Człowiek w organizacji jako źródło działań odpowiedzialnych społecznie (podejście integrujące)	96
5.1. Dynamika koncepcji człowieka w nauce o organizacji i zarządzaniu	96
5.2. Znaczenie psychologicznych czynników w funkcjonowaniu organizacji jako systemu społecznego	100
5.3. Rola przywódcy w psychodynamicznych koncepcjach organizacji	102
5.4. Koncepcja pozytywnego potencjału organizacji jako szansa rozwoju człowieka w organizacji	104
5.5. Propozycja nowego spojrzenia na człowieka w organizacji. Wizja „organizacji” podejmującej działania odpowiedzialne społecznie	106
5.6. Wpływ osoby kierownika jako decydenta działań społecznie odpowiedzialnych	111
5.7. Wartości kadry kierowniczej jako zasób organizacji sprzyjający podejmowaniu działań odpowiedzialnych społecznie	115
5.7.1. Rola wartości ekonomicznych	117
5.7.2. Rola zachowań etosowych jako przejawów wartości wobec pracy	119
 Część II. Działania odpowiedzialne społecznie w perspektywie empirycznej – założenia metodologiczne i wyniki badań własnych	 123
6. Społeczna odpowiedzialność biznesu w obszarze zatrudnienia	125
6.1. Model czynników sprzyjających bądź współwystępujących przy podejmowaniu działań odpowiedzialnych społecznie i uzyskane korzyści (aspekty psychospołeczne)	125
6.2. CSR w polskich i francuskich średnich przedsiębiorstwach – relacje w obszarze zatrudnienia	127
6.3. Działania odpowiedzialne społecznie w średnich przedsiębiorstwach i ich postrzeganie przez studentów i absolwentów wybranych uczelni	144
6.4. CSR a poziom autentycznego przywództwa i dobrostan pracowników w polskich i francuskich przedsiębiorstwach	156
7. Korzyści z realizacji CSR w obszarze zatrudnienia	166
7.1. Ocena skuteczności działań społecznie odpowiedzialnych w obszarze zatrudnienia, w polskich przedsiębiorstwach	166
7.1.1. Kwestionariusz do badania stylów radzenia sobie ze stresem (CISS)	174
7.1.2. Kwestionariusz Nadziei na Sukces (KNS)	176
7.1.3. Kwestionariusz GHQ-12	183
7.1.4. Wyniki badań	193
7.2. Charakterystyka zweryfikowanego modelu – czynników sprzyjających bądź współwystępujących przy podejmowaniu działań społecznie odpowiedzialnych i uzyskanych korzyści (aspekty psychospołeczne)	212

Podsumowanie	215
Bibliografia	219
Załączniki	235