

# Spis treści

|                                                                                                 |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Wprowadzenie</b> .....                                                                       | 9  |
| <b>Rozdział 1. Przedsiębiorstwo jako obiekt społecznej odpowiedzialności</b> ..                 | 13 |
| 1.1. Przesłanki orientacji społecznej przedsiębiorstw .....                                     | 13 |
| 1.2. Aspekty społeczne w teorii przedsiębiorstwa .....                                          | 19 |
| 1.3. Przedsiębiorstwo jako organizacja społeczna .....                                          | 25 |
| 1.4. Cele społeczne w strukturze celów przedsiębiorstwa .....                                   | 29 |
| 1.5. Otoczenie społeczne przedsiębiorstw .....                                                  | 35 |
| <b>Rozdział 2. Geneza i rozwój koncepcji społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw</b> ..... | 39 |
| 2.1. Ewolucja poglądów dotyczących społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw .....           | 39 |
| 2.2. Podmioty społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw .....                                | 46 |
| 2.3. Obszary społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw .....                                 | 53 |
| 2.4. Społeczna odpowiedzialność w koncepcjach pokrewnych .....                                  | 64 |
| 2.4.1. Zrównoważony rozwój a społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw .....                   | 64 |
| 2.4.2. <i>Corporate governance</i> w społecznej odpowiedzialności ....                          | 67 |
| 2.5. Społeczna odpowiedzialność jako przejaw kultury organizacyjnej ..                          | 71 |
| <b>Rozdział 3. Zarządzanie relacjami społecznymi przedsiębiorstwa</b> .....                     | 76 |
| 3.1. Identyfikacja relacji społecznych przedsiębiorstwa .....                                   | 76 |
| 3.2. Typologia relacji przedsiębiorstwa z interesariuszami .....                                | 84 |

|                                                                                                        |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 3.3. Analiza relacji przedsiębiorstwa z interesariuszami . . . . .                                     | 89         |
| 3.3.1. Etap 1 — tworzenie mapy relacji interesariuszy . . . . .                                        | 89         |
| 3.3.2. Etap 2 — odwzorowanie porozumień interesariuszy . . . . .                                       | 89         |
| 3.3.3. Etap 3 — identyfikacja oczekiwań interesariuszy . . . . .                                       | 90         |
| 3.3.4. Etap 4 — ustalenie rodzaju władzy interesariuszy . . . . .                                      | 92         |
| 3.3.5. Etap 5 — konstruowanie macierzy priorytetów . . . . .                                           | 94         |
| 3.3.6. Etap 6 — monitorowanie interesariuszy . . . . .                                                 | 95         |
| 3.4. Zarządzanie relacjami w tworzeniu kapitału społecznego przedsiębiorstwa . . . . .                 | 96         |
| <b>Rozdział 4. Strategie społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw . . .</b>                        | <b>104</b> |
| 4.1. Analiza otoczenia w procesie wyznaczania strategii społecznej odpowiedzialności . . . . .         | 104        |
| 4.2. Strategie przedsiębiorstw wobec społecznej odpowiedzialności . . .                                | 110        |
| 4.3. Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa źródłem przewagi konkurencyjnej . . . . .             | 116        |
| 4.4. Formułowanie i implementacja strategii społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa . . . . .    | 122        |
| 4.5. Efektywność społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw . . . . .                                | 132        |
| 4.5.1. Tworzenie wartości dla interesariuszy według kryterium efektywności przedsiębiorstw . . . . .   | 132        |
| 4.5.2. Społeczna odpowiedzialność w ekonomice przedsiębiorstwa .                                       | 136        |
| 4.5.3. Raportowanie społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa .                                    | 139        |
| <b>Rozdział 5. Działalność społeczna przedsiębiorstw . . . . .</b>                                     | <b>143</b> |
| 5.1. Zakres i formy działalności społecznej przedsiębiorstwa . . . . .                                 | 143        |
| 5.2. Sponsoring w działalności społecznej przedsiębiorstw . . . . .                                    | 149        |
| 5.3. Inne formy aktywności społecznej przedsiębiorstw . . . . .                                        | 157        |
| 5.4. Wartość społecznego zaangażowania przedsiębiorstw . . . . .                                       | 163        |
| <b>Rozdział 6. Systemy normalizacji i oceny społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw . . . . .</b> | <b>170</b> |
| 6.1. Działania normalizacyjne w zakresie społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw . . . . .        | 170        |
| 6.1.1. Inicjatywy normalizacyjne . . . . .                                                             | 170        |
| 6.1.2. Audyt społeczny i etyczny według standardu AA1000 . . . . .                                     | 177        |
| 6.1.3. SA 8000 — standard społecznej odpowiedzialności w zarządzaniu zasobami ludzkimi . . . . .       | 181        |
| 6.1.4. Poradnik społecznej odpowiedzialności według ISO 26000 . .                                      | 184        |

|                                                                                                             |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 6.2. Ocena społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw .....                                               | 188 |
| 6.2.1. <i>Global Reporting Initiative</i> w raportowaniu społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw ..... | 188 |
| 6.2.2. <i>Dow Jones Sustainability Indexes</i> w ocenie zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstw .....        | 196 |
| 6.2.3. Dobre praktyki <i>corporate governance</i> w społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw .....      | 202 |
| <b>Zakończenie</b> .....                                                                                    | 208 |
| <b>Literatura</b> .....                                                                                     | 211 |