

Spis treści

| | |
|---|-----|
| Wstęp | 9 |
| Tomasz Brzozowski , Zrównoważony rozwój i społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw jako fundamenty nowego modelu biznesowego | 11 |
| Ewa Głuszek , Wykorzystywanie inicjatyw społecznych w budowaniu atrybutów dobrej reputacji przedsiębiorstwa | 22 |
| Ewa Jastrzębska , Społeczna odpowiedzialność liderów CSR w Polsce – wyniki badań..... | 37 |
| Stanisław Kamiński , Zawodność rynku a odpowiedzialna realizacja zadań publicznych przez przedsiębiorstwa | 49 |
| Katarzyna Klimkiewicz , Wizerunek przedsiębiorstwa społecznie odpowiedzialnego – analiza treści komunikatów..... | 57 |
| Janusz Kroik, Jan Skonieczny , Oblicza odpowiedzialności społecznej w strategii przedsiębiorstwa | 70 |
| Alicja Krzepicka, Jolanta Tarapata , Strategia CSR, czyli tworzenie wspólnej wartości..... | 84 |
| Paweł Kuźbik , Strategiczna mapa interesariuszy klubu piłkarskiego | 95 |
| Ewa Mazur-Wierzbicka , Ekologiczna odpowiedzialność przedsiębiorstw w ramach CSR – korzyści dla przedsiębiorców | 106 |
| Dominika Mirońska, Piotr Zaborek , Analiza wrażliwości polskich nabywców indywidualnych na działania z zakresu marketingu społecznego podejmowane przez wytwórców dóbr i usług konsumpcyjnych..... | 115 |
| Aleksandra Paszkiewicz , Raportowanie zintegrowane jako przejaw ewolucji sprawozdawczości finansowej | 126 |
| Adrian Pyszka , Tworzenie społecznie odpowiedzialnych innowacji (SOI) z perspektywy kosztów transakcyjnych..... | 138 |
| Marcin Ratajczak , Ekorozwój jako podstawa odpowiedzialnego biznesu (CSR) w obszarze środowiska naturalnego | 151 |
| Janusz Reichel , <i>Homoresponsabilis</i> – edukacja globalna na rzecz społecznej odpowiedzialności w szkolnictwie zawodowym..... | 160 |
| Piotr Rogala , Raporty społeczne – doświadczenia i dylematy..... | 173 |
| Agata Rudnicka , Rynek FairTrade w wybranych krajach Unii Europejskiej. | 182 |
| Ewa Stawicka , Znaczenie kodeksów etycznych w małych i średnich przedsiębiorstwach | 190 |
| Magdalena Stefańska , Podstawy teoretyczne i ewolucja pojęcia społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR)..... | 198 |

| | |
|--|-----|
| Dorota Teneta-Skwiercz , Istota i zasady funkcjonowania funduszy odpowiedzialnego inwestowania..... | 212 |
| Monika Wilewska , CSR przedsiębiorstw dużych i z sektora MSP – podobieństwa i różnice | 224 |
| Przemysław Wolczek , Raportowanie społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw w Polsce..... | 234 |
| Adam Zawadzki , Outsourcing w koncepcji społecznej odpowiedzialności organizacji..... | 249 |
| Halina Zboroń , CSR – ku nowemu paradygmatowi..... | 259 |

Summaries

| | |
|--|-----|
| Tomasz Brzozowski , Sustainable development and corporate social responsibility as the basis for new business model..... | 21 |
| Ewa Głuszek , Social initiatives in building key ingredients of star-quality corporate reputation..... | 36 |
| Ewa Jastrzębska , Social responsibility of CSR leaders in Poland – results of research | 48 |
| Stanisław Kamiński , Market failure and responsible public tasks performance by enterprises | 56 |
| Katarzyna Klimkiewicz , Image of a socially responsible firm – results of a content analysis..... | 69 |
| Janusz Kroik, Jan Skonieczny , Faces of social responsibility in corporate strategy | 83 |
| Alicja Krzepicka, Jolanta Tarapata , CSR strategy as common value creation | 94 |
| Paweł Kuźbik , Strategic stakeholder’s map of sports organizations..... | 105 |
| Ewa Mazur-Wierzbicka , Environmental responsibility in CSR – benefits for the entrepreneurs..... | 114 |
| Dominika Mirońska, Piotr Zaborek , Analysis of Polish consumers’ sensitivity to the cause related marketing activities undertaken by producers of consumer goods and services | 125 |
| Aleksandra Paszkiewicz , Integrated reporting as an aspect of financial reporting evolution | 137 |
| Adrian Pyszka , Creating Socially Responsible Innovations considering transaction costs | 150 |
| Marcin Ratajczak , Sustainability as the basis of responsible business (CSR) in the environmental area..... | 159 |
| Janusz Reichel , <i>Homoresponsabilis</i> – global education for social responsibility in vocational education..... | 172 |
| Piotr Rogala , Social responsibility reports – experiences and dilemmas..... | 181 |

| | |
|---|-----|
| Agata Rudnicka , FairTrade market in old and new EU countries | 189 |
| Ewa Stawicka , Meaning of ethical codes in small and medium enterprises ... | 197 |
| Magdalena Stefańska , Theoretical background and evolution of the definition of CSR | 211 |
| Dorota Teneta-Skwiercz , Essence and rules of SRI's performance | 223 |
| Monika Wilewska , CSR in SMEs and in large enterprises – similarities and differences..... | 233 |
| Przemysław Wolczek , Corporate Social Responsibility reporting in Poland | 248 |
| Adam Zawadzki , Outsourcing in the concept of corporate social responsibility | 258 |
| Halina Zboroń , CSR – towards the new paradigm | 270 |

Wstęp

Dyskusje wokół problematyki społecznej odpowiedzialności organizacji (SOO) nie milkną. Bez większego ryzyka można stwierdzić, że systematycznie powiększa się zbiorowość podmiotów zainteresowanych zagadnieniami, które w całości lub w części mieszczą się w zakresie przedmiotowym społecznej odpowiedzialności. Jest to obszar nie tylko dociekań naukowych, ale także coraz powszechniejszych sporów w środowisku praktyków dostrzegających dodatkowe szanse rozwoju firm w kraju i na arenie międzynarodowej. Procesy integracji i globalizacji likwidują wiele wcześniejszych barier ograniczających możliwy zakres współpracy.

Rozrastająca się w dużym tempie przestrzeń działania organizacji gospodarczych jest jednym z czynników, w następstwie którego rzeczywistość gospodarcza, wielorako zdeterminowana, jest też bardzo zróżnicowana. Łatwo można wskazać przykłady podmiotów, które naruszają przepisy obowiązującego prawa, omijając podstawowe normy techniczne i technologiczne, stwarzając bezpośrednie zagrożenie dla zdrowia i życia konsumentów, a także firmy, które w dziedzinie odpowiedzialności społecznej zanotowały znaczące, niejednokrotnie spektakularne sukcesy.

Zachodzące zmiany oraz oczekiwania czytelników spowodowały, że zakres tematyczny naszego opracowania, w stosunku do pierwszych tomów z tego cyklu, został rozszerzony i obecnie obejmuje nie tylko przedsiębiorstwa *sensu stricte*, ale też inne podmioty – organizacje, które w swoim działaniu przejawiają aspekty społecznej odpowiedzialności.

Rezultaty dotychczasowych dyskusji na tematy społecznej odpowiedzialności stały się czynnikiem uzasadniającym rozszerzenie tematyki cyklu konferencyjnego organizowanego przez zaprzyjaźnione Katedry – Teorii Zarządzania Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie oraz Socjologii i Polityki Społecznej Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu. Podtytuły Prac Naukowych w oddawanym do rąk Czytelnika tomie wskazują na koncentrację naszej uwagi wokół paradygmatów, metodologii i strategii społecznej odpowiedzialności. Staraliśmy się, nadając taki podtytuł, nakłonić naszych autorów do podjęcia próby rozszerzenia przestrzeni zagadnień łączących się wprost lub pośrednio z głównym nurtem dotychczasowych dyskusji na temat roli, znaczenia, celów i dokonań w ramach społecznej odpowiedzialności. Dodatkowo, ugruntowując rozważania wokół już zaakceptowanych wzorców działania, sposobów i metod postępowania w naukowym podejściu do społecznej odpowiedzialności organizacji, pragnęliśmy zachęcić do poszukiwania nowych obszarów zainteresowań oraz dokonywania prób systematyzacji zagadnień istniejących w tej tematyce.

W prezentowanych artykułach omawiane są kwestie natury praktycznej, ukazujące sposoby realizacji idei społecznej odpowiedzialności w konkretnych warunkach zdeterminowanych politycznie, społecznie i ekonomicznie, a także rozważania teoretyczne, poszukujące lub identyfikujące najważniejsze racje sprzyjające pomyślnemu rozwojowi tej idei. Można tu wspomnieć choćby o podjęciu dyskusji wokół marketingu społecznego, reputacji przedsiębiorstwa, kwestii środowiskowych, raportowania, budowania strategii czy tworzenia społecznie odpowiedzialnych innowacji (SOI).

Zapraszając do lektury niniejszego opracowania, pragniemy jednocześnie podziękować Recenzentom, których uwagi i sugestie pozwoliły na zaprezentowanie udoskonalonych przemyśleń autorów w postaci zamieszczonych tu artykułów oraz na spełnienie wymogów stawianych Pracom Naukowym Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu.

Zdzisław Pisz, Magdalena Rojek-Nowosielska