

Spółeczna odpowiedzialność biznesu
Uwarunkowania, kontrowersje,
dobre i złe praktyki

Nr 42

PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

Spółeczna odpowiedzialność biznesu Uwarunkowania, kontrowersje, dobre i złe praktyki

Redaktorzy naukowi

Zdzisław Pisz

Magdalena Rojek-Nowosielska



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2009

Senacka Komisja Wydawnicza
*Zdzisław Pisz (przewodniczący),
Andrzej Bąk, Krzysztof Jajuga, Andrzej Matysiak, Waldemar Podgórski,
Mieczysław Przybyła, Aniela Styś, Stanisław Urban*

Recenzenci

Małgorzata Baron-Wiaterek, Bożena Klimczak, Janusz Sztumski

Redaktor Wydawnictwa

Dorota Pitulec

Skład i łamanie

Joanna Cybulka-Chruszcz

Projekt okładki

Beata Dębska

Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie
wymaga pisemnej zgody Wydawcy

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wrocław 2009

PL ISSN 1899-3192
ISBN 978-83-7011-955-3

Druk i oprawa: Zakład Graficzny UE we Wrocławiu. Zam. 185/2009

Spis treści

Wstęp	9
Część I. Aspekty etyczne społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw	
Zbigniew Antczak , Uwarunkowania organizacji budującej etyczne przedsiębiorstwo (systematyzacja zmiennych).....	13
Włodzimierz Kaczocha , Filozoficzno-etyczne rozwinięcie idei społecznej odpowiedzialności biznesu.....	26
Bogdan Nogalski, Janusz Śniadecki , „Dobro najwyższe” w kontekście nieetycznego zarządzania organizacją przez przedsiębiorców. Próba identyfikacji i diagnozy.....	38
Robert Karaszewski, Marta Karwacka , Społeczna odpowiedzialność w przywództwie.....	48
Część II. Instytucje i instytucjonalizacja społecznej odpowiedzialności	
Zdzisław Pisz , Odpowiedzialność społeczna w działalności edukacyjnej.....	61
Anna Łuszcz , Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw – państwo – społeczeństwo. Przykład Wielkiej Brytanii i Francji.....	72
Stanisław Kamiński , Odpowiedzialność społeczna administracji publicznej na przykładzie służb statystyki publicznej.....	83
Magdalena Rojek-Nowosielska , Modele polityki społecznej państwa a społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw.....	89
Kazimierz Banasiewicz , Rola interesariuszy prywatnych i instytucjonalnych w kształtowaniu odpowiedzialności społecznej organizacji.....	98
Dorota Teneta-Skwiercz , Rola administracji rządowej w zakresie rozwoju CSR w Polsce.....	106
Tomasz Brzozowski , O czym informują przedsiębiorstwa w swoich raportach społecznych?.....	116
Maciej Kozakiewicz , Społeczne zaangażowanie firm w świetle wyników Indeksu BI-NGO 2007. Komunikowanie dla poprawy wizerunku czy na rzecz jakości podejmowanych działań?.....	126

Część III. Społeczna odpowiedzialność biznesu i wybrane konteksty zarządzania

Ewa Gluszek , Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa jako sfera decyzji menedżerskich	139
Jolanta Jasińska , Społeczna odpowiedzialność firm a partycypacja pracownicza.....	151
Renata Nowak-Lewandowska , Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw wobec pracowników	157
Adriana Paliwoda-Matiolańska , Odpowiedzialność społeczna jako źródło przewagi konkurencyjnej.....	168

Część IV. Społeczna odpowiedzialność biznesu w praktyce i badaniach empirycznych

Przemysław Wolczek , Zarządzanie SOP na przykładzie firmy Danone Polska	187
Katarzyna Klimkiewicz , Społecznie odpowiedzialne działania przedsiębiorstw jako odpowiedź na współczesne problemy w organizacjach – przykłady dobrych praktyk w polityce personalnej.....	197
Marta Strumińska-Kutra , Władza i odpowiedzialność przedsiębiorstw w obliczu konfliktu ekologicznego. Wstępne wyniki analiz empirycznych	211
Katarzyna Gapska, Barbara Ocicka , Społeczna odpowiedzialność biznesu jako element budowania przewagi konkurencyjnej – najlepsza praktyka biznesowa Grupy Maspex Wadowice.....	225
Bogusław Bembenek , Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw Doliny Lotniczej w świetle badań empirycznych.....	236
Grzegorz Zasuwa , Wpływ inicjatyw społecznych przedsiębiorstw na reakcje konsumentów	248
Piotr Tarka, Beata Pachnowska , Kreacja systemów wartości u młodzieży w sektorze fonograficznym.....	259

Summaries

Part I Ethical aspects of corporate social responsibility

Zbigniew Antczak , The Conditioning of an Organization Creating an Ethical Company (Variable Systematization)	25
Włodzimierz Kaczocho , Philosophical and Ethical Development of the Idea of Social Responsibility of Business	37

Bogdan Nogalski, Janusz Śniadecki, "The Greatest Good" in the Context of Unethical Organizational Management by Entrepreneurs – an Attempt of Identification and Diagnosis	47
Robert Karaszewski, Marta Karwacka, Social Responsibility in Leadership	58

Part II. Institution and institutionalization of social responsibility

Zdzisław Pisz, Social Responsibility in Educational Activity	71
Anna Łuszcz, Corporate Social Responsibility – Society – Country. France and Great Britain Example	82
Stanisław Kamiński, Social Responsibility of Public Administration on the Example of Public Statistics Services	88
Magdalena Rojek-Nowosielska, Models of Social Policy of a Country and Corporate Social Responsibility	97
Kazimierz Banasiewicz, Corporate Social Responsibility and the Role of Private and Institutional Stakeholders	105
Dorota Teneta-Skwiercz, The Role of the Government Administration within the Development Scope of Corporate Social Responsibility in Poland	115
Tomasz Brzozowski, What Do Companies Inform in Their Social Reports of? 125	
Maciej Kozakiewicz, Corporate Community Involvement in Context of the Results of BI-NGO Index 2007. Communicating for Improving Image or Quality of Undertaken Actions?	135

Part III. Business social responsibility and some aspects of management

Ewa Głuszek, Corporate Social Responsibility as a Sphere of Managerial Decisions	150
Jolanta Jasińska, Corporate Social Responsibility and Employee Participation	156
Renata Nowak-Lewandowska, Corporate Social Responsibility Towards Employees	167
Adriana Paliwoda-Matiolańska, Social Responsibility as a Source of Competitive Advantage	183

Part IV. Business social responsibility in practice and empirical research

Przemysław Wolczek, Corporate Social Responsibility Management in Danone	196
---	-----

Katarzyna Klimkiewicz , Corporate Social Responsibility as Key Part of an Employer's HR Strategy – Facing Contemporary Challenges in Business Environment	210
Marta Strumińska-Kutra , Power and Responsibility of Enterprises in the Face of Ecological Conflict. Initial Results of Empirical Analyses	223
Katarzyna Gapska, Barbara Ocicka , The Role of Corporate Social Responsibility in the Creation of Competitive Advantage – Best Practice Case of Maspex Wadowice Group.....	235
Bogusław Bembenek , Corporate Social Responsibility of Aviation Valley Enterprises in the Light of Empirical Research	247
Grzegorz Zasuwa , The Influence of Corporate Social Initiatives on Consumers' Reactions.....	258
Piotr Tarka, Beata Pachnowska , Systems of Values' Creation within Youth Market in the Phonographic Industry	268

Wstęp

W dniach 29-30 maja 2008 r. odbyła się w Piechowicach kolejna konferencja naukowa poświęcona tematyce społecznej odpowiedzialności biznesu. Tym razem uczestnicy konferencji wymieniali się poglądami i prowadzili ożywioną dyskusję dotyczącą uwarunkowań, kontrowersji oraz dobrych i złych praktyk związanych ze społeczną odpowiedzialnością. W tym roku inicjatywa organizacyjna należała do Katedr Socjologii i Polityki Społecznej Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu oraz Katedry Teorii Zarządzania Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie.

Problematyka społecznej odpowiedzialności biznesu jest ważnym i trudnym zadaniem dla uczestników życia społeczno-gospodarczego. Obecnie, w dobie dużej presji na konkurencyjnym rynku (w połączeniu z narastającymi trudnościami finansowymi spowodowanymi kryzysem gospodarczym), sprostanie wymogom i potrzebom szeroko rozumianych interesariuszy jest skomplikowanym i wieloaspektowym procesem. W myśl idei społecznej odpowiedzialności biznesu przedsiębiorstwa, poza realizacją zadań wynikających z rachunku ekonomicznego i przyczyniających się do wygenerowania zysku, powinny jednocześnie nie tylko mieć na uwadze, ale i realizować prospołeczne potrzeby pochodzące od pracowników, społeczności lokalnych, odbiorców i innych interesariuszy firmy. Bardzo często jednak zdarza się, że podczas prowadzonej działalności zmierzającej do osiągnięcia wytyczonych celów podmioty gospodarujące spotykają się z trudnościami i przeszkodami uniemożliwiającymi bądź komplikującymi zrealizowanie wytyczonych założeń.

Próba niwelowania wspomnianych problemów i odpowiedzi na wiele istniejących pytań jest właśnie prezentowana publikacja. Mając świadomość wagi i stopnia trudności zadań, jakie stoją przed uczestnikami życia społeczno-gospodarczego, żywimy nadzieję, że poruszone w niniejszym opracowaniu zagadnienia społecznej odpowiedzialności przyczynią się do pełniejszego zrozumienia tej idei, a także umożliwią choćby częściowe rozwiązanie postawionych problemów natury teoretycznej i praktycznej i staną się przyczynkiem do poszukiwania odpowiedzi na nowe kwestie związane z zagadnieniami społecznej odpowiedzialności biznesu.

Niniejsze opracowanie zbiorowe obejmuje teksty autorów oparte na treści referatów przygotowanych na konferencję i wygłoszonych w czasie jej trwania. Są także efektem sugestii zgłoszonych podczas dyskusji i wniosków z niej wyciągniętych oraz uwag wskazanych w recenzjach.

Jak łatwo zauważyć, śledząc tytuły poszczególnych tekstów, konferencyjna debata toczyła się na rozległym obszarze przedmiotowym, obejmującym wiele zróżnicowanych aspektów problematyki społecznej odpowiedzialności biznesu. Redaktorzy pojęli próbę podziału całości na bardziej jednorodne wewnętrznie części,

mając nadzieję na uzyskanie większej przejrzystości całej pracy. Czy to się udało, ocenią sami czytelnicy. Mamy pełną świadomość dyskusyjności naszej propozycji i jednocześnie coraz bardziej jesteśmy przekonani o potrzebie, a nawet konieczności ściślejszego profilowania tematyki kolejnych konferencji, aby nie zgubić tych wartości, które wiążą się z różnorodnością ujęcia wynikającą ze spoglądania na główny problem z odmiennych punktów widzenia.

Zdzisław Pisz, Magdalena Rojek-Nowosielska