

PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

Nr 340

Nowe kierunki w zarządzaniu przedsiębiorstwem – wiodące orientacje

Redaktorzy naukowci

Jan Lichtarski, Stanisław Nowosielski,
Grażyna Osbert-Pociecha,
Edyta Tabaszewska-Zajbert



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2014

Redaktor Wydawnictwa: Elżbieta Kozuchowska, Barbara Majewska

Redaktor techniczny: Barbara Łopusiewicz

Korektor: Barbara Cibis

Łamanie: Beata Mazur

Projekt okładki: Beata Dębska

Publikacja jest dostępna w Internecie na stronach:

www.ibuk.pl, www.ebscohost.com,

w Dolnośląskiej Bibliotece Cyfrowej www.dbc.wroc.pl,

The Central and Eastern European Online Library www.ceeol.com,

a także w adnotowanej bibliografii zagadnień ekonomicznych BazEkon

http://kangur.uek.krakow.pl/bazy_ae/bazekon/nowy/index.php

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania znajdują się
na stronie internetowej Wydawnictwa

www.wydawnictwo.ue.wroc.pl

Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie
wymaga pisemnej zgody Wydawcy

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wrocław 2014

ISSN 1899-3192

ISBN 978-83-7695-453-0

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Druk i oprawa:

EXPOL, P. Rybiński, J. Dąbek, sp.j.

ul. Brzeska 4, 87-800 Włocławek

Spis treści

Wstęp	13
-------------	----

Część 1. Teoretyczno-metodologiczne problemy rozwoju orientacji w zarządzaniu (redaktor naukowy Jan Lichtarski)

Agnieszka Bieńkowska, Anna Zgrzywa-Ziemak: Współwystępowanie koncepcji i metod zarządzania w świetle badań empirycznych	17
Katarzyna Bratnicka: Twórczość organizacyjna: zdefiniowanie i operacjonalizacja nowego konstruktów	27
Wojciech Czakon: Metodologiczny rygor w badaniach nauk o zarządzaniu .	37
Janusz Czekaj, Marek Ćwiklicki: Możliwe i rekomendowane sposoby grupowania i porządkowania współczesnych metod i koncepcji zarządzania	46
Magdalena Hopej-Kamińska, Anna Zgrzywa-Ziemak, Marian Hopej, Robert Kamiński: Czynniki kształtujące prostotę struktury organizacyjnej.....	58
Anna Kwiotkowska: Jakościowa analiza porównawcza jako koncepcja metodologiczna w naukach o zarządzaniu	65
Jan Lichtarski: Koncepcyjno-instrumentalny dorobek nauk o zarządzaniu oraz jego skuteczność w radzeniu sobie z typowymi sprzecznościami i dylematami w praktyce zarządzania.....	78
Janusz Marek Lichtarski: Synoptyczny i inkrementalny rozwój współczesnych orientacji w przedsiębiorstwie	91
Krystyna Lisiecka, Ewa Czyż-Gwiazda: Projakościowa orientacja organizacji w Polsce i Serbii – empiryczna analiza porównawcza.....	99
Katarzyna Piórkowska: Treści kognitywne i metodologiczne psychologii społecznej i poznawczej w kontekście nauk o zarządzaniu.....	112
Maja Prudzienica: Partnerstwo międzysektorowe w Polsce i Wielkiej Brytanii – istota, charakterystyka i uwarunkowania.....	121
Agnieszka Sokolowska: Teoretyczno-metodologiczne dylematy związane ze społeczną odpowiedzialnością przedsiębiorstwa.....	130
Ewa Izabela Stańczyk-Hugiet: Perspektywa ewolucyjna w zarządzaniu strategicznym. Refleksja z badań	141
Łukasz Sułkowski: Paradygmaty i nurty badawcze w metodologii nauk o zarządzaniu – próba syntezy w oparciu o światową literaturę przedmiotu	154
Piotr Szymański: Ewolucja koncepcji zarządzania wartością przedsiębiorstwa – przegląd literatury.....	167

Michał Trocki: Zmiany instytucjonalne w naukach zarządzania w warunkach globalizacji.....	181
Przemysław Zbierowski, Mariusz Bratnicki: Orientacja pozytywna jako nowy kierunek w zarządzaniu przedsiębiorstwem	189
Kazimierz Zimniewicz: Nauka o zarządzaniu wobec potrzeb praktyki	199

Część 2. Orientacja procesowa (redaktor naukowy Stanisław Nowosielski)

Nicoletta Baskiewicz: Koncepcja japońskiego zarządzania a założenia zarządzania przedsiębiorstwem zorientowanym procesowo	209
Renata Brajer-Marczak: Aspekty kulturowe w przedsiębiorstwie zorientowanym na procesy	218
Tomasz Brzozowski: Orientacja na procesy w modelu zrównoważonej produkcji	230
Szymon Cyfert: System granic architektury procesów organizacji – determinanty kształtowania i dysfunkcje w definiowaniu	243
Ewa Czyż-Gwiazda: Orientacja procesowa organizacji – aspekt teoretyczno-empiryczny	251
Bartłomiej J. Gabryś: Terapeuta czy kontroler, czyli dominujący dyskurs w organizacji i przykład jego analizy	266
Piotr Grajewski: Przesłanki podejścia procesowego do projektowania i zarządzania organizacją.....	275
Grzegorz Jokieli: Identyfikacja procesów w łańcuchach dostaw.....	283
Anna Marciszewska: Zarządzanie portfelem projektów w organizacjach <i>non-profit</i>	293
Stanisław Nowosielski: Ciągłe doskonalenie procesów w organizacji. Możliwości i ograniczenia	303
Przemysław Polak: Wpływ notacji BPMN na podejście procesowe w zarządzaniu.....	318
Maciej Urbaniak: Perspektywy doskonalenia systemów zarządzania jakością	326
Jędrzej Wasiak-Poniatowski: Procesy wdrażania usług świadczonych elektronicznie w urzędach gmin.....	338
Jędrzej Wiczorkowski: Ewolucja metod i notacji modelowania procesów biznesowych	345
Aleksandra Zaleśna: Zwiększanie świadomości procesowej wyzwaniem dla pracowników organizacji.....	355

Część 3. Orientacja na zmiany (redaktor naukowy Grażyna Osbert-Pociecha)

Adela Barabasz: Ambiwalencja w warunkach zmiany organizacyjnej. Spojrzenie psychoanalityczne	369
Dominika Bąk-Grabowska: Niestandardowe formy zatrudnienia w teorii nauki o zarządzaniu – rekomendacje dla prowadzenia badań empirycznych.....	380
Wojciech B. Cieśliński, Jakub Mierzyński: Model strategicznej odnowy procesów biznesowych przedsiębiorstw sektora motoryzacyjnego	390
Jerzy Lech Czarnota: Analiza i ocena ryzyka menedżerskiego na podstawie wybranych przypadków	400
Remigiusz Gawlik: Zastosowanie metody analitycznego procesu sieciowego do wspierania racjonalnych wyborów młodych Europejczyków	415
Grażyna Gruszczyńska-Malec, Monika Rutkowska, Milena Gojny: Motywacja pracowników w wieku 50+ w świetle wyników badań empirycznych.....	427
Andrzej Kaleta: Strategie małych, średnich i dużych przedsiębiorstw w Polsce	438
Kazimierz Krzakiewicz: Zmiany w organizacji i strukturalna inercja	450
Monika Kwiecińska: Koncepcja społecznego zaangażowania przedsiębiorstw CCI (<i>Corporate Community Involvement</i>) – teoretyczne i praktyczne podstawy zmiany w postrzeganiu roli przedsiębiorstwa w otoczeniu	461
Dagmara Lewicka: Wprowadzanie systemu ciągłych usprawnień jako zmiany w przedsiębiorstwie – analiza najistotniejszych barier i źródeł oporu ..	474
Mirosław Moroz: Istota elastyczności przedsiębiorstwa w opinii kadry kierowniczej przedsiębiorstw internetowych	487
Jerzy Niemczyk, Rafał Trzaska: Zarządzanie w sieciach międzyorganizacyjnych z perspektywy ról i funkcji menedżera	496
Przemysław Niewiadomski, Bogdan Nogalski: Kryteria konkurencyjności wyrobów w elastycznej organizacji – perspektywa wytwórcy	509
Grażyna Osbert-Pociecha: Zmiany optymalizujące złożoność – jako uwarunkowanie gospodarowania energią organizacji	525
Piotr Rogala: Ciągłe doskonalenie jakości według norm ISO serii 9000	536
Ryszard Rutka, Małgorzata Czerska: Czynniki wpływające na poziom i strukturę kosztów zmian w organizacji	546
Jan Skalik: Ewolucja zarządzania zmianami w przedsiębiorstwie	557
Danuta Szpilko: Wykorzystanie badań foresight w procesie budowania strategii rozwoju przedsiębiorstw turystycznych	567
Dorota Teneta-Skwiercz: Analiza i ocena ruchu Sprawiedliwego Handlu – wątpliwości związane z jego dalszym upowszechnianiem	582

Małgorzata Trenkner: Menedżer jako lider zmiany na przykładzie implementacji systemów zarządzania jakością.....	595
Czesław Zajac: Procesy integracyjne w warunkach przejęć i fuzji przedsiębiorstw – aspekty organizacyjne i społeczne.....	607
Agnieszka Zakrzewska-Bielawska: Ewolucja struktur organizacyjnych – w drodze do elastyczności i innowacyjności.....	615

Część 4. Orientacja na wiedzę i kapitał intelektualny (redaktor naukowy Edyta Tabaszewska-Zajbert)

Anna Cierniak-Emerych: Partycypacja pracownicza w procesie transferu wiedzy w przedsiębiorstwie.....	627
Wojciech Dyduch, Katarzyna Bratnicka: Twórczość strategiczna jako podstawa budowania kapitału intelektualnego organizacji.....	637
Joanna Ejdys, Łukasz Nazarko: Foresight gospodarczy – instrumentem orientacji na przyszłość.....	651
Aldona Glińska-Noweś: Rola kapitału społecznego organizacji w kształtowaniu jej kapitału intelektualnego.....	665
Katarzyna Grzesik: Kapitał społeczny w funkcjonowaniu współczesnych przedsiębiorstw.....	675
Katarzyna Huk: Rozwój utalentowanych pracowników w ramach programów zarządzania talentami w świetle badań.....	688
Bogusław Kaczmarek: Wyzwania dla współczesnych przedsiębiorstw i menedżerów – zarys problematyki.....	701
Jarosław Karpacz: Orientacja organizacji na uczenie się a zmiana rutyn.....	712
Grzegorz Kobyłko: Informacyjne i poznawcze uwarunkowania równowagi organizacyjnej.....	726
Justyna Michniak: Narzędzia kształtowania zachowań etycznych pracowników we współczesnych organizacjach.....	736
Mieczysław Morawski: Zarządzanie wiedzą, kapitałem intelektualnym, talentami – wzajemne relacje.....	747
Katarzyna Piwowar-Sulej: Wzrost wiedzy o zarządzaniu ludźmi jako składowej wiedzy projektowej.....	759
Agnieszka Połomska-Jesionowska: Międzyorganizacyjne uczenie się z perspektywy współdziałania gospodarczego małych przedsiębiorstw.....	770
Włodzimierz Rudny: Mobilność zasobów wiedzy a kreowanie wartości.....	781
Agnieszka Sopińska: Wiedza i kapitał intelektualny w nowych typach organizacji – w organizacjach sieciowych.....	788
Edyta Tabaszewska-Zajbert: <i>Teaching organization</i> a inne modele organizacji opartej na wiedzy – człowiek i wartości.....	799

Summaries

Part 1. Theoretical and methodological problems of orientation development in management

Agnieszka Bieńkowska, Anna Zgrzywa-Ziemak: The coexistence of management conceptions and methods in view of empirical research.....	26
Katarzyna Bratnicka: Organizational creativity: defining and operationalizing of a new construct.....	34
Wojciech Czakon: Methodological rigor in management research	45
Janusz Czekaj, Marek Ćwiklicki: Possible and recommended ways of grouping and arranging contemporary management concepts and methods	57
Magdalena Hopej-Kamińska, Anna Zgrzywa-Ziemak, Marian Hopej, Robert Kamiński: Factors influencing the simplicity of organizational structure	64
Anna Kwiotkowska: Qualitative Comparative Analysis as a methodological concept in management research	77
Jan Lichtarski: Conceptual and instrumental achievements of management science and its effectiveness in solving typical contradictions and dilemmas in management practice.....	90
Janusz Marek Lichtarski: Synoptic and incremental development of contemporary management orientations in an enterprise.....	98
Krystyna Lisiecka, Ewa Czyż-Gwiazda: Pro-quality orientation in organizations from Poland and Serbia – empirical comparative analysis	111
Katarzyna Piórkowska: Cognitive and methodological content in the context of management science.....	120
Maja Prudzienica: Cross-sector partnership in Poland and the UK – the essence, characteristics and determinants.....	129
Agnieszka Sokółowska: Theoretical and methodological dilemmas related to the social responsibility of enterprise	140
Ewa Izabela Stańczyk-Hugiet: Variation and selection. Reflections from the research.....	153
Łukasz Sułkowski: Paradigms and research currents in methodology of management – trial of synthesis on the basis of world literature	166
Piotr Szymański: Value-based management evolution – literature review.....	180
Michał Trocki: Institutional changes in management sciences in the context of globalization	188
Przemysław Zbierowski, Mariusz Bratnicki: Enterprise's strategic orientations as an important direction of future research in strategic management	198
Kazimierz Zimniewicz: Science of management versus the needs of practice	205

Part 2. Process orientation

Nicoletta Baskiewicz: Japanese management concept vs. assumptions from process-oriented business management.....	217
Renata Brajer-Marczak: Cultural aspects in a process oriented company	229
Tomasz Brzowski: Processes orientation in a model of diverse production	242
Szymon Cyfert: Systems of organization processes architecture boundaries: determinants of shaping and dysfunctions in defining	250
Ewa Czyż-Gwiazda: Theoretical and empirical aspect of business process orientation	265
Bartłomiej J. Gabryś: Therapist or controller: dominating discourse in organization and its analysis	274
Piotr Grajewski: Presumptions of the process-oriented approach to design and management of the organization	282
Grzegorz Jokieli: Identification of processes in the supply chain.....	292
Anna Marciszewska: Project portfolio management in non-profit organizations.....	302
Stanisław Nowosielski: Continuous process improvement in an organization. Possibilities and limitations	317
Przemysław Polak: BPMN influence on the process approach in management	325
Maciej Urbaniak: Prospects for improvement of quality management systems	337
Jędrzej Wasiaś-Poniatowski: The processes of implementation of electronic services in municipal offices.....	344
Jędrzej Wiczorkowski: The evolution of business process modeling methods and notations	354
Aleksandra Zaleśna: Process consciousness raising – a challenge for organization's employees.....	365

Part 3. Change orientation

Adela Barabasz: Ambivalence towards organizational change. Psychoanalytic perspective	379
Dominika Bąk-Grabowska: Nonstandard forms of employment in the theory of management science – recommendations for empirical research	389
Wojciech B. Cieśliński, Jakub Mierzyński: Model of strategic renewal of business processes of automotive industry	399
Jerzy Lech Czarnota: Analysis and assessment of managerial risk based on selected examples	414

Remigiusz Gawlik: Supporting rational choices of young Europeans with the use of Analytic Network Process method.....	426
Grażyna Gruszczyńska-Malec, Monika Rutkowska, Milena Gojny: 50+ workers' motivation to work – empirical evidences.....	437
Andrzej Kaleta: Strategies of small, medium and large enterprises in Poland..	449
Kazimierz Krzakiewicz: Organisational change and structural inertia	460
Monika Kwiecińska: Corporate Community Involvement – theoretical and practical basis for changes in the perception of the role of companies in environment.....	473
Dagmara Lewicka: Implementation of system of continuous improvement as a change in a company – analysis of the most important barriers and sources of resistance	486
Mirosław Moroz: Essence of the enterprise flexibility in the opinion of management of internet businesses	495
Jerzy Niemczyk, Rafał Trzaska: Management in inter-organizational networks – manager's roles and functions perspective	508
Przemysław Niewiadomski, Bogdan Nogalski: Competition criteria of products at a flexible organization – manufacturer's perspective	523
Grażyna Osbert-Pociecha: Changes limiting the complexity – as conditioning of organizational energy management.....	535
Piotr Rogala: Continual improvement of quality according to the ISO 9000 series standards	545
Ryszard Rutka, Małgorzata Czerska: Factors determining the level and structure of costs of changes in an organization.....	556
Jan Skalik: Evolution of management of changes in an enterprise.....	566
Danuta Szpilko: The use of foresight research in the process of building tourism enterprises development strategy.....	581
Dorota Teneta-Skwiercz: The Fair Trade analysis and assessment – doubts connected with its further dissemination	594
Małgorzata Trenkner: Manager as a leader of change in the implementation of quality management systems.....	606
Czesław Zajęc: Integration processes in the conditions of acquisitions and mergers of enterprises – social and organizational aspects	614
Agnieszka Zakrzewska-Bielawska: The evolution of organizational structures – on the way to flexibility and innovativeness.....	624

Part 4. Knowledge and intellectual capital orientation

Anna Cierniak-Emerych: Employee participation in the process of knowledge transfer in a company.....	636
Wojciech Dyduch, Katarzyna Bratnicka: Strategic creativity as a basis for developing organizational intellectual capital and enhancing performance	650

Joanna Ejdys, Łukasz Nazarko: Economic foresight as an instrument of a future-oriented strategy	664
Aldona Glińska-Neweś: The role of social capital in shaping the organisation's intellectual capital	674
Katarzyna Grzesik: Social capital in the functioning of contemporary enterprises	687
Katarzyna Huk: The development of talent in the talent management programs in the light of research	700
Bogusław Kaczmarek: Challenges for contemporary businesses and managers – basic problems and outline of issues	711
Jarosław Karpacz: Organizational learning orientation versus change of routines	725
Grzegorz Kobyłko: Information and cognitive conditionality of organizational balance	735
Justyna Michniak: Ethical behaviour building tools in modern organisations.....	746
Mieczysław Morawski: The relationship between knowledge management, intellectual capital management and talent management	758
Katarzyna Piwovar-Sulej: Increase of human resources management knowledge as a component of project knowledge	769
Agnieszka Połomska-Jesionowska: Inter-organizational learning from the prospect of economic cooperation of small businesses	780
Włodzimierz Rudny: Knowledge assets mobility and value creation.....	787
Agnieszka Sopińska: Knowledge and intellectual capital in a new type of organisations: network organisations	798
Edyta Tabaszewska-Zajbert: Teaching Organization and other types of knowledge-based organization – human and values	810

Agnieszka Sokołowska

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

TEORETYCZNO-METODOLOGICZNE DYLEMATY ZWIĄZANE ZE SPOŁECZNĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ PRZEDSIĘBIORSTWA

Streszczenie: W teoretycznym artykule skoncentrowano się na teoretyczno-metodologicznych dylematach dotyczących społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa. Zaprezentowano w nim problemy różnorodności w rozumieniu pojęcia oraz dychotomicznego dyskursu wokół zasadności teoretycznego i praktycznego zajmowania się społeczną odpowiedzialnością. Ponadto zwrócono uwagę na metodologiczne dylematy związane z formułowaniem i realizacją założeń badawczych.

Słowa kluczowe: społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa, teoretyczno-metodologiczne dylematy.

DOI: 10.15611/pn.2014.340.12

1. Wstęp

Koncepcja społecznej odpowiedzialności znajduje pokaźne grono zwolenników, prezentujących poglądy, że stabilność i trwałość przedsiębiorstwa jako otwartego systemu społecznego zależy od skutecznej i wyważonej reakcji na potrzeby wielu grup interesu. Przedsiębiorstwo jest podmiotem wymaganej odpowiedzialności w obszarach ekonomicznym, prawnym, etycznym i odpowiedzialności dobrowolnej – w filantropijnym. Przeciwnicy koncepcji hołdują prymatowi zysku w działalności przedsiębiorstwa i nie widzą w nim miejsca na działania takie jak choćby kształtowanie morale pracowników czy ujawnianie dobroczynnych postaw, a podmiotowość odpowiedzialności i jej immanentny składnik w postaci sumienia wyklucza odpowiedzialność przedsiębiorstwa w znaczeniu instytucjonalnym. Ścieranie się przeciwstawnych stanowisk owocuje trudnościami w ugruntowaniu się teorii związanej z problematyką społecznej odpowiedzialności. Pojawia się wiele dylematów teoretycznych, metodologicznych i praktycznych¹. Wobec tego można *założyć, że różni-*

¹ W opracowaniu podjęto rozważania o dylematach teoretycznych i metodologicznych, pomijając te o charakterze praktycznym, które autorka zamierza zawrzeć w następnych publikacjach.

cowane podejścia do interpretacji społecznej odpowiedzialności oraz wspomniany dyskurs wokół zasadności podejmowania problematyki w zarządzaniu przedsiębiorstwem rodzą dylematy, których implikacje ujawniają się także w metodologicznych aspektach.

Celem artykułu jest zainicjowanie dyskusji nad dylematami/problemami o charakterze teoretyczno-metodologicznym związanymi z problematyką społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa². Treść opracowania wypełnia syntetyczny opis kontrowersji wokół społecznej odpowiedzialności dotyczących zarówno jej warstwy ideowej, a przede wszystkim formułowania głównych założeń, jak i metodycznej, a wraz z nią problemów z ustaleniem przedmiotu, podmiotu i zakresu badań.

2. Teoretyczne dylematy

2.1. Różnorodność w interpretacji pojęcia

Społeczna odpowiedzialność jest pojęciem bardzo pojemnym, które konstytuuje rodzaj nie tylko ekonomiczny, ale także filozoficzny, prawny, socjologiczny, psychologiczny, a nawet teologiczny. Ta różnorodność i interdyscyplinarność perspektyw sprawia, że nie ma zgody co do jej rozumienia. Ogólnie, teoretyczne zainteresowania społeczną odpowiedzialnością można podzielić na cztery kategorie, a wynikające z nich definicje wyrażają zróżnicowane (często przeciwstawne) podejścia ich twórców do problematyki społecznej odpowiedzialności. Pierwsza z nich, grupująca klasyczne definicje społecznej odpowiedzialności, w których badacze koncentrują się na kwestiach etycznych-filozoficznych, określana jest jako CSR1 (doktryna społecznej odpowiedzialności). Definicje z tej grupy akcentują najczęściej słuszność idei społecznej odpowiedzialności [Alford, Naughton 2002, s. 27–47; Des Jaridins, McCall 1985, s. 44; Donaldson, Preston 1995, s. 65–91; Evan, Freeman 1988, s. 75–93; Freeman 1984; Freeman 1994, s. 409–429; Freeman, Phillips 2002, s. 331–349; Kaku 1997, s. 55–62; Kaku 2003, s. 117; Kung 1999, s. 386; Mele 2002; Phillips 2003, s. 479–502; Stoner, Freeman, Gilbert 1997, s. 114; Zbiegień-Maciąg 1991, s. 48–49]. Kolejną grupę stanowią badania nad społeczną reakcją przedsiębiorstwa (i związanymi z nią działaniami) w kontekście relacji ze społeczeństwem oraz pozostałymi grupami interesu i nosi miano CSR2 (koncepcja społecznego reagowania – *social responsiveness*). Trzecią stanowi analiza społecznej odpowie-

² Społeczna odpowiedzialność w niniejszym opracowaniu traktowana jest w szerokim, zintegrowanym ujęciu jako ekonomiczne, prawne, etyczne oraz filantropijne zobowiązanie przedsiębiorstwa względem wewnętrznych i zewnętrznych grup społecznych (i jednostek), ponadto może być ona przedmiotem celowego, racjonalnego i zinstytucjonalizowanego działania, które może stać się źródłem przewagi konkurencyjnej. Problematyka społecznej odpowiedzialności traktowana jest jako koncepcja, na którą składają się: wymiar ideowy, oparty na zestawie założeń ją konstytuujących (nazywany często ideą lub doktryną społecznej odpowiedzialności), i narzędziowy, związany z reakcją na realne problemy społeczne w postaci celowych i zinstytucjonalizowanych działań.

działności koncentrująca się na normatywnym ujęciu poprzez położenie nacisku na stworzenie odpowiednich wzorów i mechanizmów ułatwiających przedsiębiorstwom postępowanie w sposób społecznie odpowiedzialny (CSR3 – koncepcja społecznego wkładu, *corporate social performance*) [Ackerman 1973, s. 88–98; Carroll 1999, s. 268–295; Jones 1980, s. 59–67; Sethi 1975, s. 58–64; Vogel 1986, s. 142–152; Wartick, Mahon 1994, s. 293–311]. Czwarta grupa osadzana jest w normatywnym nurcie zaleceń (CSR4) [Garriga, Mele 2004, s. 52]. Podział na grupy definicji, w ramach których można wyróżnić zarówno definicje tradycyjne o podstawie filozoficznej (zasada dobroczynności i włodarstwa) i ekonomicznej (prymat zysku *versus* zasady etyczne i skłonność do filantropii), jak i nowoczesne, podkreślające potrzebę reakcji przedsiębiorstwa na problemy społeczne oraz rekomendacje w tym zakresie, jest sprawą umowną, tym bardziej że wielu autorów w toku rozwoju swych naukowych poszukiwań posiada w swoim dorobku definicje z każdej grupy. Analizując wybrane definicje w oparciu o cztery główne kategorie³, można zidentyfikować kluczowe dylematy w obszarze interpretacji pojęcia, należą do nich m.in. (por. [Sokołowska 2013, s. 39]):

- istnieje niedosyt zintegrowanych definicji, skupiających w sobie podejście tradycyjne i nowoczesne oraz interdyscyplinarną perspektywę (w ramach omawianego obszaru);
- brak pewnej dyscypliny w formułowaniu definicji sprawia, że istnieje swoisty eklektyzm, za sprawą którego łączone są różne wątki, nie zawsze pokrewne z omawianą problematyką;
- obserwowany progres w formułowaniu definicji oraz niebezpieczne mnożenie się pobocznych wątków może zatrzeć istotę problematyki i tym samym osłabić precyzję w formułowaniu problemów badawczych oraz praktycznych;
- nieliczni autorzy podejmują próbę systematyzowania i syntetyzowania terminologii z zakresu społecznej odpowiedzialności;
- definicyjny dorobek nie rozstrzyga jednoznacznie o zaliczeniu problematyki społecznej odpowiedzialności do teorii, podejścia, filozofii, koncepcji, metody, techniki zarządzania itd.;
- społeczna odpowiedzialność odnosi się zarówno do podmiotów gospodarczych, jak i niegospodarczych;
- definicje dotyczą w przytłaczającej części społecznej odpowiedzialności w znaczeniu *Corporate Social Responsibility*;
- w definicjach i rozważaniach istnieje niedosyt refleksji nad podmiotem/obiektem społecznej odpowiedzialności, a używane powszechnie określenie „biznes” zamazuje ów podmiot;

³ Ze względu na ograniczony zakres opracowania zrezygnowano ze szczegółowej prezentacji definicji na rzecz syntetycznego wniosku. Wspomnianego przeglądu autorka dokonała w książce: A. Sokołowska, *Spółeczna odpowiedzialność małego przedsiębiorstwa. Identyfikacja – ocena – kierunki doskonalenia* [Sokołowska 2013, s. 30–39].

- podmiot w społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa nie jest jednoznaczny i przyjmuje wymiar zarówno personalny (właściciele, menedżerowie, pracownicy – jako realizatorzy i inni interesariusze jako adresaci), jak i instytucjonalny (przedsiębiorstwo);
- praktyczna realizacja społecznej odpowiedzialności w krajach nieanglojęzycznych (np. w Polsce) wymaga doprecyzowania kwestii jej korporacyjności (*corporate*) i odniesienia jej do odmiennego rozumienia korporacji i dalej specyficznych cech przedsiębiorstw niekorporacyjnych (małych i średnich) i innych organizacji (jeżeli przyjąć powszechny charakter problematyki, niezawężający obiektów tylko do organizacji profitowych).

Należy podkreślić, że zainteresowanie społeczną odpowiedzialnością wychodzi poza akademicką dyskusję i obserwowane jest wśród wielu organizacji społecznych i instytucji publicznych. Publikacje o takiej proveniencji mają zazwyczaj charakter poradnikowy, publicystyczny lub popularnonaukowy i także one kształtują sposób interpretacji zagadnienia. Przewaga tzw. opracowań nienaukowych, ich łatwa dostępność oraz obserwowana dowolność i skrótowość w przedstawianiu złożonej problematyki społecznej odpowiedzialności również mają wpływ na bałagan terminologiczny i sytuację, w której szczytna, ale i realna idea społecznej odpowiedzialności pojmowana jest w niewłaściwy sposób, tworząc podstawy właściwie tylko do ustawicznej i – można mieć wrażenie – niekończącej się dyskusji zwolenników i przeciwników, bez osiągnięcia wyższego stadium rozwoju, w którym weryfikowane są założenia i tworzone jest instrumentarium.

2.2. Dyskusja o zasadności rozważań o społecznej odpowiedzialności

Główny kierunek wielowarstwowej dyskusji dotyczącej problematyki społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa rozpościera się między nurtem konserwatywnym reprezentowanym przez liberalną i neoliberalną orientację a nurtem reformacyjnym uosobionym głównie w humanistach, behawiorystach i etykach. Ten pierwszy odpowiada kojarzeniu społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa – w węższym ujęciu – jako incydentalnej działalności charytatywnej lub sponsoringowej, często podjętej tylko dla celów marketingowych, albo z próbą niezaplanowanego, nieoptymalnego „rozdawnictwa” względem wybranych grup interesu. Przedstawiciele nurtu reformacyjnego natomiast proponują rozpatrywanie społecznej odpowiedzialności z szerszej perspektywy jako celowego i ciągłego procesu oddziaływania na ekonomiczny, prawny, etyczny, filantropijny (lub – w zależności od podziału obszarów społecznej odpowiedzialności – na ekonomiczny, etyczny, prawny, społeczny, ekologiczny) obszar działalności przedsiębiorstwa względem rozpoznanych grup interesów, w ramach określonego kontekstu sytuacyjnego. Główni przeciwnicy społecznej odpowiedzialności prezentują radykalnie odrzucające stanowi-

sko. Są nimi amerykańscy libertarianie (m.in. M. Friedman⁴, D. Friedman, J.M. Buchanan, R. Nozick). Przedstawiciele tej wersji filozofii neoliberalnej przyjmują założenie, że człowiek jest właścicielem samego siebie i jako autonomiczny byt nie jest odpowiedzialny za los innych. Jest to skrajnie indywidualistyczne stanowisko antropologiczne, wyraźnie sprzeczne z, przykładowo, antropologią etyki chrześcijańskiej, kształtującą filozoficzne podstawy koncepcji. Podobne stanowisko co krytyka neoliberalna prezentuje krytyka postmodernistyczna, której przedstawiciele uważają, że przenoszenie odpowiedzialności z jednostki na struktury, w których ta jednostka funkcjonuje, zmniejsza lub wręcz znosi odpowiedzialność. Natomiast argumentacja nielicznych behawiorystów przeciwko społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa dotyczy moralnego wymiaru odpowiedzialności. Uważają oni, że działanie człowieka w ramach organizacji determinuje go w sposób wykluczający odpowiedzialność moralną. Stanowiska przeciwników zasadzają się na kilku podstawowych, zaprezentowanych poniżej prawidłowościach:

- liberalne podejście zakłada tylko ekonomiczny aspekt działalności przedsiębiorstw, nie dostrzegając innych sfer działalności;
- ekonomiści o orientacji liberalnej uważają, że w wolnej gospodarce rynkowej jedyną odpowiedzialnością przedsiębiorstwa jest odpowiedzialność za użytkowanie zasobów i zaangażowanie ich w sposób mający na celu powiększanie zysków, zgodnie z regułami otwartej i wolnej gospodarki, tj. bez nadużyć i oszustw;
- wgląd przeciwników społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw w społeczną odpowiedzialność przedsiębiorstw jest dość powierzchowny i minimalistyczny. Można ulec wrażeniu, że wiele poglądów nie jest efektem dogłębnej analizy problematyki;
- przeciwnicy widzą społeczną odpowiedzialność bardziej jako sposób na rozwiązywanie problemów społeczeństwa jako całości niż wielowymiarową koncepcję dotyczącą wielu obszarów działalności przedsiębiorstwa;
- oponenty nie dostrzegają długookresowych korzyści społecznych wynikających z realizacji społecznej odpowiedzialności, takich jak: równowaga społeczna, polepszenie wizerunku, tworzenie kapitału intelektualnego i społecznego itd.;
- stwierdzenie przeciwników, że zaangażowanie społeczne przedsiębiorstwa daje mu zbyt dużą władzę, sugeruje zbyt wąskie spojrzenie na omawiany problem;
- M. Friedman rozpatrywał problematykę społecznej odpowiedzialności w węższym ujęciu, głównie z perspektywy dobroczynności. Nie traktował jej kompleksowo, a wyrywkowo, wręcz ogólnikowo. Ponadto nie wyjaśnił wszystkich swoich argumentów przeciw społecznej odpowiedzialności biznesu. Przykładowo, podważając istnienie wolnego społeczeństwa jako efektu zaangażowania

⁴ M. Friedman był przedstawicielem orientacji liberalnej w ekonomii, jego syn D. Friedman był jednym z czołowych przedstawicieli libertarianizmu. Radykalną krytykę społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa przedstawił M. Friedman w artykule pt. *The social responsibility of business is to increase its profits* [Friedman 1970, s. 32–33]. Jego zdaniem, podstawowym celem każdego przedsiębiorstwa jest dążenie do maksymalizacji zysków, a nie do świadczenia dobroczynności.

społecznego przedsiębiorstw, pominął znane fakty, że społeczne cele o charakterze lokalnym, wspierane przede wszystkim przez biznes, są nie tylko wyznaczone przez władzę polityczną, ale zostają wybrane przez władze samorządowe lub organizacje pożytku publicznego;

- przeciwnicy nie przypisują przedsiębiorstwu odpowiedzialności m.in. z powodu nierealności ustalenia zależności pomiędzy decyzjami poszczególnych osób a wynikającymi z nich działaniami i ich skutkami itd.

Aprobata dla koncepcji społecznej odpowiedzialności wynika z pierwotnych, teologicznych zasad dobroczynności i powierniczości, teorii społecznego przyzwolenia, mającej swoje źródło w sformułowanym przez K. Davisa społecznym kontrakcie przedsiębiorstwa oraz innych, głównie filozoficznych⁵ i ekonomicznych nurtach⁶. Zwolennicy koncepcji twierdzą, iż każde przedsiębiorstwo jest systemem społecznym, który stworzyli konkretni ludzie – przedsiębiorcy, menedżerowie. Chcąc nie chcąc są oni uwikłani w określony kontekst wartości etycznych, religijnych, kulturowych i zawsze będą formułować i osiągać, obok podstawowego celu przedsiębiorstwa w postaci zysku czy wielkości produkcji, jakieś cele aksjologiczne. Patrzenie na działalność przedsiębiorstwa tylko przez pryzmat korzyści finansowych znacznie zawęży obszar wartościowania działań składających się na aktywność gospodarczą. Każde przedsiębiorstwo ma obowiązek deklarowania i wprowadzania w życie podstawowych wartości, które wspierają ekonomiczny wymiar jego funkcjonowania. Wartości ujęte są w celach przedsiębiorstwa, a jednym z nich – zdaniem zwolenników koncepcji społecznej odpowiedzialności – jest służenie społeczeństwu, które wyraża się w stwierdzeniu, iż w przypadku sprzeczności pomiędzy egoistycznym interesem własnym przedsiębiorstwa a interesem społecznym menedżerowie są zobowiązani brać pod uwagę także interes społeczny, gdyż przedsiębiorstwo jest nie tylko organizacją gospodarczą, ale przede wszystkim społeczną. Argumenty zwolenników społecznej odpowiedzialności podkreślają zasadność jej rozpatrywania, według nich:

- kształtuje się nowa rzeczywistość społeczno-gospodarcza, wymagająca nowego modelu gospodarowania opartego na wartościach;
- wolność gospodarowania wymaga odpowiedzialności przedsiębiorstw;
- rynek nie jest wystarczającym regulatorem życia społeczno-gospodarczego, dlatego potrzebuje narzędzi pozarynkowych;
- przedsiębiorstwa realizujące w praktyce założenia społecznej odpowiedzialności na ogół mają większą pewność osiągnięcia zysków w długim okresie;
- radykalna zmiana oczekiwań społecznych w ostatnich latach zmieniła obraz przedsiębiorstw z perspektywy opinii publicznej. Przedsiębiorstwa powinny dążyć do równoważenia celów ekonomicznych i społecznych;

⁵ Mowa tu m.in. o utylityzmie, kantyzmie, doktrynie prawa naturalnego, personalizmie chrześcijańskim.

⁶ Chodzi m.in. o teorie menedżerskie, behawioralne, interesariuszy, systemowe, równowagi organizacyjnej, zrównoważonego rozwoju, kapitału społecznego.

- opinia publiczna wpływa na kształtowanie publicznego wizerunku przedsiębiorstwa, które działając etycznie i „empatycznie” z punktu widzenia interesów różnych podmiotów, może zyskać uznanie pracowników, klientów, dostawców itd.;
- przedsiębiorstwo (zwłaszcza duże) może mieć w społeczeństwie dużą władzę, która wiąże się z jeszcze większą odpowiedzialnością;
- społeczna odpowiedzialność może być istotnym czynnikiem kształtującym kulturę organizacyjną i na odwrót: kultura organizacyjna utrwalająca wartości etyczne związane ze społeczną odpowiedzialnością ma istotny wpływ na morale pracowników. Społeczna odpowiedzialność i kultura organizacyjna są względem siebie komplementarne;
- przedsiębiorstwa powinny być społecznie odpowiedzialne, ponieważ społecznie odpowiedzialne działania są słuszne same w sobie.

Powyższe rozważania dowodzą, że problematyka społecznej odpowiedzialności wywołuje kontrowersje. Jednakże kompleksowa i wnikliwa analiza spraw społecznych związanych z przedsiębiorstwem może zbliżać oba stanowiska. Tym bardziej że podział na przeciwników i zwolenników społecznej odpowiedzialności nie może być kategoryczny, istnieją bowiem także postawy pośrednie. W argumentacji liberalnej znajdują się głosy aprobaty dla zasad społecznej odpowiedzialności, ale i nurt humanistyczno-etyczny wskazuje na ułomności koncepcji. Słynne już słowa P.A Samuelsona, że „przedsiębiorstwa nie tylko mogą angażować się w społeczną odpowiedzialność, ale byłoby o wiele lepiej, gdyby spróbowały podjąć się takiej działalności” [Samuleson 1971, s. 42], wskazują na potrzebę przejścia z fazy deklaracji do czynów w tym zakresie.

3. Metodologiczne dylematy

Problematyka społecznej odpowiedzialności wpisuje się w nurt badań społecznych, tym samym podlega zasadom prowadzenia badań głównie jakościowych. Trudności w realizacji procesu badawczego mogą pojawić się praktycznie na wszystkich jego etapach. Wydaje się jednak, że największe dylematy dotyczą ustalenia przedmiotu, podmiotu i wynikającego z nich zakresu badań. Rygor naukowy nakazuje rozpocząć każdy wysiłek badawczy od zdefiniowania przedmiotu zainteresowania, czyli jego statusu ontologicznego. Zwłaszcza w obszarach, które wydają się nie do końca dookreślone. A właśnie do nich można zaliczyć społeczną odpowiedzialność jako kategorię o nie w pełni ugruntowanym aparacie pojęciowym oraz wzrostowym charakterze, głównie jeśli idzie o stosowanie jej w praktyce. Społeczna odpowiedzialność nie istnieje jako skończony byt fizyczny, ale jest ideą/koncepcją, której przejawy można odnaleźć (lub nie odnaleźć) w realnym świecie, w rzeczywistych warunkach funkcjonowania przedsiębiorstw. Różnorodna interpretacja omawianej kategorii każe precyzyjnie określić sposób jej rozumienia. Przy założeniach, że:

- istnieje pewien zbiór rzeczywistych zjawisk, procesów i działań, które noszą miano społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa;

- istnieje teoria (czy raczej próba tworzenia teorii), która wyjaśnia te zjawiska, procesy i działania, opisuje ich charakterystyczne cechy, przebieg oraz prawa, które nimi rządzą. Teoria ta może mieć zarówno opisowy, jaki normatywny charakter;
- kontinuum przedmiotu badań w przypadku społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa zarysowuje się od idei/koncepcji jako swoistego tworu idealnego, poprzez teorie opisowe i wyjaśniające świat realny, poprzez jej realne przejawy i działania (celowe oddziaływanie na ten obszar), aż po teorie normatywne pokazujące postulowany świat idealny (które zbliżają się do społecznej odpowiedzialności w ujęciu idealnym, trudnym do osiągnięcia w świecie rzeczywistym);
- w zależności od statusu ontologicznego przedmiot badania może być całkowicie odmienny: od czegoś, co fizycznie nie istnieje (co istnieje jako pożądaný stan), aż po realne zjawiska. W zależności od tego, na którym z nich będzie skupiona uwaga badacza, tak też będą kształtowały się metody badań i wykorzystywane narzędzia badawcze. Inaczej bowiem bada się realne procesy, a inaczej teorie czy ideowe założenia [Sokołowska 2013, s. 385];
- istotne jest przyjęcie optyki rozpatrywania społecznej odpowiedzialności, albo w kategorii czynu, czyli sprawstwa – w ujęciu dynamicznym, procesu, sekwencji określonych działań, albo w kategorii stanu, czyli efektu – poziom, który jest w stanie osiągnąć osoba lub organizacja;
- ważną kwestią jest organiczne rozpatrywanie przedmiotu badań, mogą go stanowić realnie występujące poszczególne elementy koncepcji społecznej odpowiedzialności, np.: obszary i podmioty społecznej odpowiedzialności, działania przedsiębiorstwa względem adresatów społecznej odpowiedzialności, wdrażanie założeń koncepcji, przebieg procesu zarządzania, czynniki warunkujące wdrożenie i realizację koncepcji itd. Badacz musi zdecydować, czy ta analiza będzie dotyczyć zagadnienia „w głąb”, czy „na szerokość”.

Określenie przedmiotu badań wiąże się z podmiotem/obiektem badań. Tu sprawa zaczyna się komplikować już od fundamentalnych założeń koncepcji związanej z ustaleniem podmiotu odpowiedzialności jako treści podmiotu społecznej odpowiedzialności. Jeśli przyjąć, że podmiotem odpowiedzialności jest człowiek, który poprzez swoje działania jest w stanie nadać owej odpowiedzialności wymiar instytucjonalny, to nie wystarczy tylko badać efekty społecznie odpowiedzialnych lub nieodpowiedzialnych działań przedsiębiorstwa, czy szerzej organizacji, ale należy pochylić się także nad motywami i postawą właścicieli, menedżerów, pracowników wobec społecznej odpowiedzialności i zakresem ich odpowiedzialności w różnych wymiarach działalności. W kontekście powyższych rozważań wyczuwalne i rozpowszechnione rozmycie podmiotu badań, gdy w nazwie koncepcji pojawia się „biznes”, skłania do bardziej refleksyjnego stosunku sympatyków społecznej odpowiedzialności do świadomego ustalania „przestrzeni” realizacji procesu badawczego. Wydaje się słuszne zastąpienie biznesu konkretnym podmiotem w postaci organizacji (przedsiębiorstwa, instytucji, fundacji itd.) i dalej jej typu, wielkości, przedmiotu

działalności. W tym miejscu należy rozważyć problem powszechności koncepcji i jej przeniesienia z organizacji profitowych na nieprofitowe. Ponadto powielanie tendencji do „rozproszkowania” podmiotu i brak świadomości szkodliwości takiego działania, i dalsze konsekwencje w ograniczonej dokładności w prezentowaniu zagadnień związanych ze społeczną odpowiedzialnością, osłabiają pozycję koncepcji zarówno na gruncie teorii, jak i praktyki. Taki stan rzeczy ma wpływ na niepełny, zamazany i często niewłaściwy obraz społecznej odpowiedzialności jako idei z gatunku „pobożnych życzeń” i populistycznych (zwłaszcza w obliczu kryzysowej sytuacji w gospodarce światowej), idealistycznych haseł, nieujawniających się lub niemożliwych do zrealizowania w rzeczywistości. Podmiot badań i jego specyficzne cechy wyznaczają specyfikę przedmiotu badań. Rozpoznanie szczególnych właściwości podmiotu społecznej odpowiedzialności może pozwolić na wyodrębnienie unikatowych zjawisk, cech, elementów koncepcji typowych tylko dla tej konkretnej grupy podmiotów. Kolejnym dylematem może być decyzja o objęciu analizą całości działalności podmiotu (człowieka i/lub organizacji) czy tylko wybranych jej składników. Dlatego ocena podmiotu bez kontekstu sytuacyjnego wydaje się bezużyteczna czy może (mniej kategorycznie) niepełna. Argumentację dla precyzyjnego wyznaczenia podmiotu i przedmiotu oraz świadomość związanych z tym dylematów wzmacnia dodatkowo fakt, że z przedmiotu i podmiotu badań wyprowadzany jest cały proces badawczy związany z projektowaniem badań i procedury badawczej, ustaleniem problemu badawczego i wynikających z niego celów i założeń, wyborem metod i tworzeniem narzędzi badawczych, poprawną realizacją badań, wnioskowaniem i na tej podstawie formułowaniem normatywnych zaleceń. Każdy z wymienionych elementów wypełniają dylematy, które wymagają rozpoznania.

4. Zakończenie

Koncepcja społecznej odpowiedzialności z całym bogactwem immanentnych cech, takich jak wszechstronność, źródło w nurtach filozoficznych, możliwość wcielenia w życie etycznych założeń oraz przeciwdziałania kryzysom nie tylko w sferze wartości, ale i w sferze działalności operacyjnej przedsiębiorstwa, warta jest docenienia i działania w stronę doskonalenia jej stosowanego wymiaru. Jednakże konfrontacyjny dyskurs, a także interdyscyplinarność i kontrowersyjność problematyki społecznej odpowiedzialności, jej wzrostowy charakter (a raczej odświeżenie tematu) i swoista „moda” (doraźność) na zajmowanie się nią skutkują „zamieszaniami” w interpretacji pojęcia, problemami terminologicznymi, trudnościami z ugruntowaniem założeń, pobieżnym i wyrywkowym traktowaniem, lukami i rozbieżnościami w tworzonej instrumentarium itd. Dlatego obserwowana „chwiejność” koncepcji może osłabiać precyzję w formułowaniu problemów badawczych oraz praktycznych. Podsumowując rozważania zawarte w niniejszym artykule, należy jeszcze raz podkreślić istotność świadomego identyfikowania dylematów teoretycznych i metodologicznych społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa. Ograniczoność opra-

cowania nie pozwoliła na szczegółowe i bardziej dogłębne opisanie wspomnianych dylematów, jednak prezentacja wybranych problemów jest – jak się wydaje – dobrym zaczątkiem do kontynuowania dyskusji na ten temat.

Literatura

- Ackerman R.W., *How companies respond to social demands*, „Harvard University Review” 1973, vol. 51, no. 4.
- Alford H., Naughton M., *Beyond the shareholders model of the firm: working toward the common of a business*, [w:] *Rethinking the Purpose of Business. Interdisciplinary Essays from the Social Catholic Tradition*, eds. S.A. Cortright, M. Naughton, Notre Dame University Press, Notre Dame 2002.
- Carroll A.B., *Corporate Social Responsibility – evolution of a definitional construct*, „Business & Society” 1999.
- Des Jaridins. J.R., McCall J.J., *Contemporary Issues in Business Ethics*, Reston Publishing Company, Belmont 1985.
- Donaldson T., Preston L.E., *The stakeholder theory of the corporation: concepts, evidence and implications*, „Academy of Management Review” 1995, vol. 20, no. 1.
- Evan W.M., Freeman E.E., *A stakeholder theory of modern corporation: Kantian capitalism*, [w:] *Ethical Theory and Business*, eds. T. Beauchamp, N. Bowie, Prentice Hall, Englewood Cliffs 1988.
- Frederick W.C., *The Growing concern over business responsibility*, „California Management Review”, Summer 1960, no. 2.
- Freeman R.E., *Strategic Management. A Stakeholder Approach*, Pitman, Boston 1984.
- Freeman R.E., *The politics of stakeholder theory: some future directions*, „Business Ethics Quarterly” 1994, vol. 4, no. 4.
- Freeman R.E., Phillips R.A., *Stakeholder theory: libertarian defence*, „Business Ethics Quarterly” 2002, vol. 12, no. 3.
- Friedman M., *The social responsibility of business is to increase its profits*, „New York Times Magazine”, September 13, 1970.
- Garriga E., Mele D., *Corporate Social Responsibility theories: mapping the territory*, „Journal of Business Ethics” 2004.
- Jones T.M., *Corporate Social Responsibility revisited, redefined*, „California Management Review”, Spring 1980.
- Kaku, R., *The path of kyosei*, „Harvard Business Review” 1997, vol. 75, no. 2.
- Kaku R., *Ścieżka kyosei*, [w:] *Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw*, red. M.E. Porter, M.R. Kramer, „Harvard Business Review” (polish edition), wrzesień 2003.
- Kung H., *Pokój na świecie – światowe religie – światowy etos*, [w:] *Idea etyczności globalnej*, red. J. Sekuła, Wydawnictwo Seculum, Siedlce 1999.
- Mele D., *Not only Stakeholders Interests. The Firm Oriented towards the Common Good*, University of Notre Dame Press, Notre Dame 2002.
- Phillips R.A., *Stakeholder legitimacy*, „Business Ethics Quarterly” 2003, vol. 13, no. 1.
- Samuelson P.A., *Love that corporation*, „Mountain Bel Magazine”, Spring 1971.
- Sethi S.P., *Dimension of Corporate Social Responsibility: an analytical framework*, „California Management Review”, Spring 1975.
- Sokołowska A., *Społeczna odpowiedzialność małego przedsiębiorstwa. Identyfikacja – ocena – kierunki doskonalenia*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2013.
- Stoner J.A.F., Freeman R.E., Gilbert Jr. D.R., *Kierowanie*, PWE, Warszawa 1997.

- Vogel D., *The study of social issues in management: a critical appraisal*, „California Management Review” 1986, vol. 28, no. 2.
- Wartick S., Mahon S., *Towards a substantive definition of the corporate issue construct: a review and synthesis of literature*, „Business and Society” 1994, vol. 33, no. 3.
- Zbiegień-Maciąg L., *Etyka w zarządzaniu*, PWN, Warszawa 1991.

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL DILEMMAS RELATED TO THE SOCIAL RESPONSIBILITY OF ENTERPRISE

Summary: The theoretical article focused on the theoretical and methodological dilemmas related to enterprise’s social responsibility. This paper demonstrated a diverse interpretation and dichotomic discourse issues of theoretical and practical consideration of social responsibility validity. In addition, the methodological dilemmas referred to formulation and implementation of research assumptions were presented.

Keywords: social responsibility of enterprise, theoretical and methodological dilemmas.