
Spis treści

Wstęp	9
Rozdział 1. Społeczna odpowiedzialność korporacji: aspekt historyczny i teoretyczny . . .	13
1.1. Charakter prawny korporacji	13
1.2. Społeczna odpowiedzialność biznesu – rys historyczny	15
1.3. Argumenty przeciwko społecznej odpowiedzialności	18
1.4. Argumenty na rzecz społecznej odpowiedzialności	21
Rozdział 2. Podstawowe modele społecznej odpowiedzialności	28
2.1. Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa – ujęcie współczesne	28
2.2. Modele społecznej odpowiedzialności: <i>after profit</i> i <i>before profit obligation</i>	29
2.2.1. Model <i>after profit obligation</i>	29
2.2.2. Model <i>before profit obligation</i>	31
2.3. Modele determinujące społecznie odpowiedzialne zachowanie przedsiębiorstw . .	35
2.4. Rodzaje postaw i reakcji społecznych przedsiębiorstw	41
2.5. Koncepcja interesariuszy (<i>stakeholders</i>) jako podstawa interpretacji społecznej odpowiedzialności	43
2.5.1. Pojęcie i rodzaje interesariuszy	43
2.5.2. Podstawowe aspekty koncepcji interesariuszy	50
Rozdział 3. Odpowiedzialne zarządzanie korporacją: ujęcie wąskie i szerokie	53
3.1. Kontrola i nadzór nad przedsiębiorstwem (<i>Corporate Governance</i>)	53
3.2. Kontrola i nadzór korporacyjny w szerokim ujęciu	56
3.3. Rodzaje i ogólna charakterystyka wybranych systemów kontroli i nadzoru korporacyjnego	61
3.3.1. Charakterystyka modelu zewnętrznego (anglosaskiego)	62
3.3.2. Charakterystyka modelu wewnętrznego (niemieckiego)	66
Rozdział 4. Władanie przedsiębiorstwem: odpowiedzialność wobec akcjonariuszy a od- powiedzialność wobec interesariuszy	68
4.1. Nadzór właścicielski: odpowiedzialność w stosunku do akcjonariuszy	68
4.1.1. Istota nadzoru właścicielskiego	68
4.1.2. Struktura i kompetencje organów zarządzających spółką w modelu anglosaskim	71
4.1.3. Charakterystyka modelu dwupoziomowego (dualistycznego)	76
4.2. Reforma władania korporacyjnego – w kierunku odpowiedzialności wobec interesariuszy	80

Rozdział 5. Zarządzanie interesariuszami w systemie zarządzania strategicznego przedsiębiorstwem	88
5.1. Identyfikacja interesariuszy przedsiębiorstwa	89
5.2. Identyfikacja interesów i oczekiwań interesariuszy	89
5.3. Wybór strategii i działań koniecznych do jej realizacji	91
5.4. Projektowanie polityki społecznej w procesie zarządzania strategicznego korporacją	95
5.5. Proces zarządzania strategicznego	99
5.5.1. Analiza otoczenia	100
5.5.2. Formułowanie celów	103
5.5.3. Formułowanie i ocena strategii	105
5.5.4. Wprowadzenie strategii w życie	106
5.5.5. Kontrola realizacji strategii	108
Rozdział 6. Etyka w zarządzaniu przedsiębiorstwem	113
6.1. Uwarunkowania etyki osobistej	113
6.2. Przywództwo etyczne – sylwetki moralne menedżerów (kierowników)	117
6.3. Modele kierowania	119
6.4. Relacje między etyką osobistą a etyką organizacji	122
6.5. Kultura organizacyjna jako wyznacznik norm i wartości organizacyjnych	124
6.6. Wartości moralne w kulturze	128
Rozdział 7. Instytucjonalizacja etyki w zarządzaniu	131
7.1. Misja, wizja i strategia przedsiębiorstwa	132
7.2. Struktury i procedury organizacyjne	135
7.3. Polityka społeczna i programy etyczne	138
7.4. Kodeksy etyczne i standardy profesjonalne	139
7.5. Szkolenia etyczne	142
7.6. Etyczny wymiar procesu podejmowania decyzji	143
7.6.1. Podejście normatywne	144
7.6.2. Systemy etyczne jako podstawa i uzasadnienie wyborów	145
7.6.3. Testy etyczne jako podstawa decyzji etycznych	146
7.7. Skuteczne komunikowanie się – polityka otwartych drzwi	149
7.8. Nagradzanie respektujących i karanie łamiących obowiązujące standardy etyczne	150
7.9. Kontrola etyczna	151
7.9.1. Rzecznik – rady – komitety etyczne	151
7.9.2. Raporty i audyty społeczne	152
7.10. Mechanizmy zapobiegania i sprzeciwu wobec działań nieetycznych	155
7.10.1. Polityka otwartych drzwi	155
7.10.2. Prawo do informowania o przestępstwie (<i>whistle blowing</i>)	155
Rozdział 8. Prawa człowieka jako podstawa odpowiedzialności wobec pracownika	158
8.1. Prawa pracownicze jako podstawa formułowania szczegółowych norm w relacjach pracownik–pracodawca	159
8.2. Interpretacja prawa do pracy	162
8.3. Szeroka interpretacja prawa do pracy w Europejskiej Karcie Społecznej	163
8.3.1. Wolność pracy i zakaz dyskryminacji	164
8.3.2. Prawo do godziwego wynagrodzenia	166
8.3.3. Prawo do godziwych warunków pracy, bezpieczeństwa i zdrowia pracowników	170
Rozdział 9. Model kierowania ludźmi w kierunku społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa	181
9.1. Ogólna charakterystyka modelu	182

9.2. Charakterystyka obszarów zarządzania zasobami ludzkimi wyodrębnionych w modelu	183
9.2.1. Partycypacja pracowników w zarządzaniu przedsiębiorstwem	183
9.2.2. Przepływy pracowników (<i>Human Resource Flow</i>)	185
9.2.3. Strategiczne podejście do kształtowania przepływów pracowników w przedsiębiorstwie	190
9.2.4. System wynagradzania	193
9.2.5. System pracy	194
9.3. Ocena strategii zarządzania zasobami ludzkimi z punktu widzenia długookresowych kosztów i korzyści	195
9.4. Ocena zarządzania zasobami ludzkimi z punktu widzenia interesariuszy	197
9.5. Ocena strategicznego zarządzania zasobami ludzkimi przez pryzmat czynników sytuacyjnych	197
9.6. Metody integracji zarządzania zasobami ludzkimi	199
Rozdział 10. Odpowiedzialność przedsiębiorstwa za środowisko naturalne	203
10.1. Ekorozwój jako podstawa odpowiedzialności przedsiębiorstwa	203
10.2. Rola przedsiębiorstwa w realizacji idei zrównoważonego rozwoju	207
10.3. Systemy zarządzania środowiskowego	210
10.3.1. Programy Czystszej Produkcji	210
10.3.2. Program europejskiego ek zarzadzania i audytów środowiskowych – EMAS	214
10.3.3. System zarządzania środowiskowego według standardów ISO serii 14001	217
10.4. Integracja systemów zarządzania	221
Zakończenie	223
Bibliografia	232
Indeks rzeczowy	242

