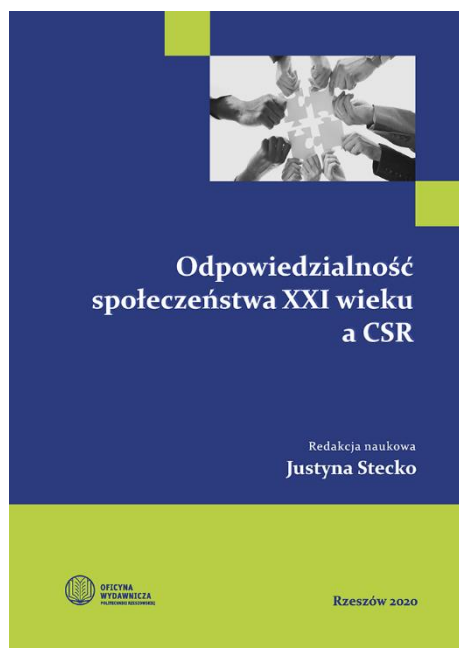


# Odpowiedzialność społeczeństwa XXI wieku a CSR

Redakcja naukowa – Justyna Stecko



monografia

słowa kluczowe: *odpowiedzialność, etyka, zaufanie, zrównoważony rozwój, CSR, CSV*

© Copyright by Oficyna Wydawnicza Politechniki Rzeszowskiej, Rzeszów 2020

ISBN 978-83-7934-370-6

110 stron

format B5

oprawa miękka

## SPIS TREŚCI

### WSTĘP

Katarzyna GÓRECKA Katarzyna JONIK  
ODPOWIEDZIALNOŚĆ W UJĘCIU INTERDYSCYPLINARNYM

Iwona SASIELA Monika ŚWIDRAK  
CZY WSPÓŁCZESNE SPOŁECZEŃSTWO TO SPOŁECZEŃSTWO ODPOWIEDZIALNE?

Anna ZAJĄC  
EWOLUCJA CSR – PRZEGLĄD DEFINICJI

Aneta OLEKSOWICZ  
INSTRUMENTY I PROGRAMY STOSOWANE W SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU

Joanna KUŚ  
CSR JAKO RADYKALNA INNOWACJA NA RZECZ ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Karolina FILIPEK Marzena KICILIŃSKA  
EUROPA 2020 – INTELIGENTNY I ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ

Kinga SZMIGIEL Natalia SKOWRON  
ZAUFANIE W WYBORACH KONSUMENCKICH

Damian SOBASZEK  
KORZYŚCI WYNIKAJĄCE Z ODPOWIEDZIALNEGO SPOŁECZNIE BIZNESU

Agata MAJCHROWSKA  
CSR 1.0 A CSR 2.0

Justyna STECKO  
ETYCZNE ASPEKTY ODPOWIEDZIALNOŚCI W KONTEKŚCIE CSV

## Ze WSTĘPU

Niniejsza publikacja jest efektem współpracy pracowników naukowych i studentów Politechniki Rzeszowskiej. Prezentowany materiał to teksty tworzone w latach 2015-2018, które w większości są wynikiem pracy sekcji Odpowiedzialny Biznes działającej przy Kole Naukowym Komunikacji Marketingowej na Wydziale Zarządzania Politechniki Rzeszowskiej. Prace zawarte w tym zbiorze to analiza istotnej roli oraz interdyscyplinarności odpowiedzialności społecznej. Podjęto także próbę przybliżenia jej wybranych aspektów.

Monografię rozpoczyna prezentacja pojęcia odpowiedzialności. Katarzyna Górecka i Katarzyna Jonik starają się pokazać wielopłaszczyznowość i wieloaspektowość tego zagadnienia. Iwona Sasiela i Monika Świdrak próbują odpowiedzieć na pytanie, czy współczesne społeczeństwo jest społeczeństwem odpowiedzialnym? Anna Zając prezentuje definicję CSR na osi czasu – omawia tradycyjne i współczesne ujęcia odpowiedzialności społecznej. Z kolei Aneta Oleksowicz przybliża programy i instrumenty stosowane w CSR. Przedsiębiorstwa, wychodząc naprzeciw wymaganiom współczesnego świata, stosują różne narzędzia CSR: od tych informujących głównie o działaniach firmy, takich jak raporty społeczne, ekoznakowanie czy znakowanie społeczne, przez działania marketingowe, takie jak marketing społeczny i marketing społecznie zaangażowany, kończąc na programach etycznych dla pracowników. Warto również pamiętać o programach ułatwiających zarządzanie w CSR oraz narzędziach stworzonych z myślą o współpracy z inwestorami i akcjonariuszami, takich jak nadzór korporacyjny czy rynek inwestycji odpowiedzialnych społecznie. Opracowania definiujące pojęcie zrównoważonego rozwoju oraz ukazujące istotę działania przedsiębiorstwa w jego obszarze prezentują Joanna Kuś i – we współautorskim rozdziale – Karolina Filipek i Marzena Kicilińska. Ciekawym ujęciem współczesnych aspektów odpowiedzialności jest zagadnienie zaufania, w naszej kulturze to ciągle trudny, a nawet niewygodny badawczo temat. Zaufanie konsumenckie odgrywa jednak istotną rolę, stanowi bowiem pewnego rodzaju spoiwo łączące sprzedawcę i nabywcę oraz pozwala na budowanie relacji między nimi. Tematem tym zajęty się Kinga Szmigiel i Natalia Skowron. Z kolei Damian Sobaszek przybliżył korzyści wynikające z odpowiedzialnego społecznie biznesu. Monografię zamyka rozdział Agaty Majchrowskiej, w którym Autorka dokonuje analizy różnic między CSR 1.0 a CSR 2.0, oraz opracowanie Justyny Stecko przybliżające najnowsze spojrzenie na CSR, czyli Corporate Shared Value (CSV). Biznes CSR 2.0/3.0 to nic innego jak położenie nacisku na efektywność i redukcję odpadów, coś, co firmy powinny robić niezależnie od zysków, zaś filarem CSV jest wspólne tworzenie wartości przez organizację i społeczeństwo.