

## Spis treści

<b>Wstęp</b> .....	5
<b>Rozdział 1. Koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) i jej rozwój</b> .....	9
<b>Rozdział 2. Podejście zarządcze do CSR</b> .....	17
2.1 CSR jako element strategii przedsiębiorstwa.....	17
2.2. Teoria interesariuszy a strategia przedsiębiorstwa.....	21
<b>Rozdział 3. CSR z perspektywy ekonomicznej</b> .....	31
3.1. Piramida Carrolla.....	31
3.2. Opłacalność CSR.....	36
<b>Rozdział 4. Przegląd badań</b> .....	45
<b>Rozdział 5. Założenia i metoda badań własnych</b> .....	59
5.1. Charakterystyka badania i próby badawczej.....	59
5.2. Realizacja badania i zakres pytań dotyczących działań CSR.....	61
5.3. Hipotezy badawcze.....	63
5.4. Metoda badań.....	65
<b>Rozdział 6. Cele i opłacalność działań CSR w opinii zarządzających tym obszarem w polskich przedsiębiorstwach</b> .....	67
6.1. Cele działań CSR z perspektywy strategii przedsiębiorstwa.....	67
6.2. Cele działań CSR z perspektywy piramidy Carrolla.....	74
6.3. Ocena opłacalności działań CSR.....	80
6.3.1. Ukierunkowanie działań CSR z perspektywy grup interesariuszy.....	81
6.3.2. Opłacalność działań CSR z perspektywy grup interesariuszy.....	90
<b>Rozdział 7. Ograniczenia uzyskanych wyników oraz dalsze kierunki badań</b> .....	103
<b>Zakończenie</b> .....	113
<b>Bibliografia</b> .....	115
Streszczenia.....	133
Spis tabel.....	137
Spis rysunków i wykresów.....	137