

WPROWADZENIE

Współczesne przedsiębiorstwa, jeśli chcą godnie egzystować i rozwijać się w warunkach rosnącej konkurencji i postępującej globalizacji, muszą tworzyć wyróżniające je zdolności (*distinctive competencies*) oparte na nowoczesnych technologiach i nowoczesnych metodach, technikach i koncepcjach zarządzania, a więc postawić na wiedzę i nowatorskie rozwiązania. Trzeba jednak zauważyć, że współczesne przedsiębiorstwa i współczesny biznes mają obowiązek nie tylko dostarczać społeczeństwu towarów, produktów i usług, ale także działać w interesie społeczeństwa, którego są częścią. Korzystne bowiem relacje z odbiorcami, klientami, właścicielami i pracownikami służą osiągnięciu celów firmy i budują jej kapitał społeczny.

Współczesne przedsiębiorstwo jest osadzone w społeczności lokalnej i środowisku naturalnym, dlatego musi brać pod uwagę interes publiczny i przejmować niektóre zadania społeczne.

Zgodnie z formułą określoną przez Komisję Europejską w Zielonej Księdze przedsiębiorstwo powinno stawać się organizacją społecznie odpowiedzialną (*corporate social responsibility*), a to oznacza dobrowolne branie pod uwagę względów społecznych i środowiskowych w szeroko rozumianej działalności produkcyjnej, usługowej i handlowej współczesnego przedsiębiorstwa. Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa oznacza również troskę o skuteczność działań, o dobro publiczne, o to, by stać się integralną częścią społeczeństwa.

Prezentowane w publikacji zagadnienia pogrupowane zostały w trzy części tematyczne według następującej sekwencji:

1. Istota i uwarunkowania społecznej odpowiedzialności biznesu i przedsiębiorstwa;
2. Zespoły pracownicze i pracownik- różne konteksty odpowiedzialności;
3. Wybrane koncepcje (problemy) pomiaru efektywności funkcjonowania organizacji i przedsiębiorstw.

Niniejsza publikacja stanowi rezultat współpracy dwu Ośrodków Naukowych: Katedry Zarządzania Uniwersytetu Łódzkiego i Katedry Metod Organizacji i Zarządzania Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie.

Celem publikacji jest określenie współczesnych tendencji (kierunków) w zastosowaniu i wykorzystaniu metod i technik zarządzania dla prowadzenia działalności gospodarczej oraz- co wydaje się szczególnie ważne- podkreślenie uwarunkowań i głębokie osadzenie przedsiębiorstwa we współcześnie postrzeganych i rozumianych realiach społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa.

Autorzy wyrażają nadzieję, że podjęta w publikacji tematyka badawcza spotka się z życzliwym zainteresowaniem środowiska naukowego i biznesowego

oraz sprzyjać będzie nie tylko naukowo- dydaktycznemu, ale i praktycznemu zastosowaniu i wykorzystaniu zawartych w niej myśli, poglądów, stanowisk i koncepcji mających wpływ na współczesny charakter funkcjonowania przedsiębiorstw.

Prof. dr hab. Bogusław Kaczmarek
Dr Beata Glinkowska