

**Janusz Reichel**

Uniwersytet Łódzki

---

## **BADANIE SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI ORGANIZACJI – CO BADAĆ I JAK?**

---

**Streszczenie:** Wysiłek badawczy powinien rozpocząć się od wyjaśnienia ontologicznego statusu przedmiotu badania. Każde badanie powinno się zacząć od ontologicznych kwestii: czy przedmiot zainteresowania istnieje, w jaki sposób istnieje? Dopiero potem można przejść do epistemologii i zastanawiać się, jak możemy ten przedmiot zainteresowania poznać i opisać. Artykuł prezentuje kilka możliwych ujęć statusu ontologicznego społecznej odpowiedzialności organizacji oraz właściwe dla tych ujęć sposoby badania, zarysowując możliwe do zastosowania metody i narzędzia badawcze. Ponadto na użytek artykułu poddano jakościowej analizie treści artykułu z jednego z opracowań poświęconych CSR w celu sprawdzenia, jak często stosowany jest opisany rygor podejścia naukowego.

**Słowa kluczowe:** społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw, badania, metody badawcze, status ontologiczny przedmiotu badań.

### **1. Wstęp**

Refleksja naukowa lub badanie, a później prezentacja ich wyników powinny rozpoczynać się od wyjaśnienia ontologicznego statusu przedmiotu refleksji lub przedmiotu badania. Nie oznacza to, że zawsze należy zaczynać od „zera”. Można przecież przyjąć perspektywę już znaną, np. zaproponowaną wcześniej przez innego badacza, ale – tak czy tak – należy to uczynić. Dzięki temu będzie jasne zarówno dla samego naukowca, jak i dla czytelnika jego pracy, co dokładnie jest dyskutowane, i będzie można zrobić następny krok, czyli przejść do epistemologii, zastanawiając się, jak przedmiot zainteresowania można poznać. Oczywiście znów, zamiast wymyślać wszystko od nowa, można przyjąć istniejącą już perspektywę poznawczą. Wówczas stanie się oczywiste, jakich metod i technik badawczych użyć, aby móc ów przedmiot zbadać, a następnie opisać.

Można także przy prezentacji wyników refleksji czy wyników badań nie wspominać o przyjętych założeniach ontologicznych i poznawczych, ale tylko wówczas, gdy tekst naukowy sam „ujawnia” nam te założenia poprzez sposób i

treść opisu. W innym przypadku sam autor, a także czytelnik lub adwersarz skazani są na nieporozumienia mogące powstać zwłaszcza przy okazji dyskusji i argumentacji, gdy argumenty dyskutantów „pochodzą” z różnych porządków ontologicznych.

Artykuł prezentuje kilka możliwych ujęć statusu ontologicznego społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw (ang. *Corporate Social Responsibility* – CSR) oraz właściwe dla tych ujęć sposoby badania, zarysowując jedynie możliwe podejścia metodologiczne oraz możliwe do wykorzystania metody i narzędzia badawcze. Szczegółowym celem artykułu jest jakościowa analiza treści artykułów poświęconych społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, zamieszczonych w wybranym do analizy tomie, pod kątem sprawdzenia, w jakim zakresie zachowują one rygor naukowy definiowania przedmiotu refleksji lub badań.

Podjęta problematyka jest też o tyle ważna, że, jak zwraca uwagę K. Banasiewicz, „badania na temat społecznej odpowiedzialności biznesu są przeprowadzane przez osoby, które wierzą, że CSR pozytywnie wpływa na rozwój zarówno przedsiębiorstw jak i całego społeczeństwa”<sup>1</sup>. Taka sytuacja powinna prowadzić do olbrzymiej ostrożności w prowadzonych badaniach, tak aby ich wyniki nie były skazane wiarą czy też jej brakiem w przedmiot badania. Analityczny wysiłek podjęty przez każdego badacza w celu dokładnego poznania i określenie przez niego faktycznego przedmiotu swojego zainteresowania badawczego zaowocuje precyzją i obiektywnością procesu badawczego.

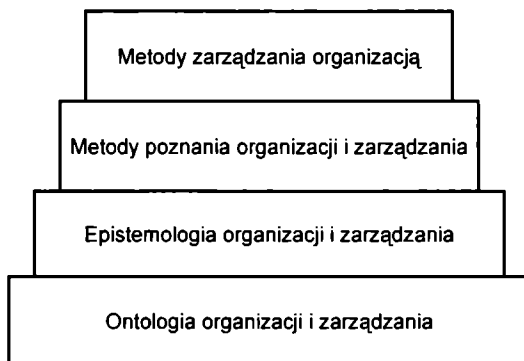
## 2. Przedmiot badania

Pytanie o metody badania społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw (czy szerzej: społecznej odpowiedzialności organizacji) milcząco przyjmuje już pewne założenia, np. co do tego, że wymieniony przedmiot badania istnieje. Wbrew pozorom nie jest to błaha kwestia. Wyjaśnienie ontologicznego statusu społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw jest sprawą podstawową, gdyż inaczej bez tego tak naprawdę nie wiemy, o czym rozmawiamy i co właściwie mamy badać oraz jakich metod i technik badawczych mamy użyć.

Nie jest to odosobniony przykład w naukach, w tym w naukach o zarządzaniu, że badacze i teoretycy zapominają o tym, że każde badanie, a nawet teoretyczna refleksja powinny zacząć się od kwestii ontologicznych: czy przedmiot zainteresowania istnieje, w jaki sposób istnieje? Dopiero potem można przejść do epistemologii i zastanawiać się, jak możemy ten przedmiot zainteresowania poznać i opisać (rys. 1). Brak takiej refleksji wywołuje czasem spore zamieszanie w teorii, np. w teorii zarządzania.

---

<sup>1</sup> K. Banasiewicz, *Rola interesariuszy prywatnych i instytucjonalnych w kształtowaniu społecznej odpowiedzialności organizacji*, [w:] Z. Pisz, M. Rojek-Nowosielska (red.), *Społeczna odpowiedzialność biznesu. Uwarunkowania, kontrowersje, dobre i złe praktyki*, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego nr 42, UE, Wrocław 2009, s. 99.



**Rys. 1.** Ontologia jako podstawa piramidy nauki o organizacji i zarządzaniu

Źródło: Ł. Sułkowski, *Epistemologia w naukach o zarządzaniu*, PWE, Warszawa 2005, s. 14.

Sam przedmiot nauki o zarządzaniu, czyli zarządzanie, jest definiowany najczęściej przez pryzmat funkcji, jakie osoba zarządzająca (menedżer) pełni w organizacji. Ujęcie funkcjonalne w teorii zarządzania, stosunkowo poręczne „w obróbce”, wymienia przy tym takie funkcje (różne w zależności od autora), jak np.: planowanie, organizowanie, przewodzenie i kontrolowanie<sup>2</sup>. Tymczasem badania koncentrujące się na faktycznych działaniach podejmowanych w swojej pracy przez menedżerów odkrywają całkiem odmienny od tego funkcjonalnego ładu świat<sup>3</sup>.

Poniższe przypadki opisują kilka możliwości uchwycenia statusu ontologicznego CSR.

### Przypadek 1

CSR nie istnieje jako skończony byt fizyczny, a **jest jedynie idea** (tworem idealnym, który nie istnieje w realnym świecie, jest jedynie np. właśnie ideałem); idea, której ślady realizacji odnajdujemy w rzeczywistych warunkach. Istnieją zatem odnoszące się do CSR dwie różne kategorie bytów: istnieje sama idea oraz istnieją pewne działania będące jej przejawem, próbą realizacji.

Badanie CSR będzie wówczas albo badaniem tej idei, badaniem „opowieści”, jakie na jej temat snują same przedsiębiorstwa, „publiczność”, teoretycy i sami „twórcy” tej idei (jeśli uznamy, że tacy istnieją), będzie badaniem znaczeń, badaniem relacji w stosunku do innych idei itp.

<sup>2</sup> Zob. np.: J.A.F. Stoner, R.E. Freeman, D.R. Gilbert, *Kierowanie*, PWE, Warszawa 1998, s. 24-27; R.W. Griffin, *Podstawy zarządzania organizacjami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004, s. 8-12; H. Steinmann, G. Schreyögg, *Zarządzanie. Podstawy kierowania przedsiębiorstwem. Koncepcje, funkcje, przykłady*, Oficyna Wydawnicza Politechniki Wrocławskiej, Wrocław 1998, s. 18-23.

<sup>3</sup> Zob. np.: H. Steinmann, G. Schreyögg, wyd. cyt., s. 23-29.

W tym samym przypadku badanie CSR może obejmować badanie istniejących w rzeczywistości przejawów i realizacji tej idei w świecie rzeczywistych działań jednostek i organizacji. Będzie to zatem badanie tych działań, ich związku z ideą, stopnia jej wypełnienia (np. bliskości do ideału) itd.

**Przykład z literatury.** Przykładem z literatury, który odnosi się do CSR jako idei, może być artykuł W. Kaczochoy z analizowanego tomu<sup>4</sup>. Wyraźnie informuje o tym tytuł artykułu (*Filozoficzno-etyczne rozwinięcie idei społecznej odpowiedzialności biznesu*). Jednak w samym artykule brak jednoznacznego określenia, czym faktycznie autor się zajmuje – mimo to jest on dość spójny. Artykuł wspomina o tych, którzy ideę tę formułowali. W artykule jest też mowa o uzasadnieniach, sugestiach i sposobach realizacji idei. Autor wspomina o tradycyjnym rozumieniu „idei społecznej odpowiedzialności jako dobrowolnych obowiązków etycznych” wynikających m.in. z zasady powierniczości (s. 33), ale wykląda także inne „rozumienia” tej idei, różnie interpretujące CSR. Niestety brak wyraźnego określenia przedmiotu refleksji powoduje, iż autor zamiennie używa czasem słowa „koncepcja” (s. 26) i tu już mamy pewną niejasność, o czym faktycznie mówimy. Chyba że tymczasowo, na użytek artykułu, zrównamy w znaczeniu słowa *koncepcja* i *idea*, rozumiejąc, iż w tym przypadku słowo *koncepcja* zostało użyte w znaczeniu *idei*, co jest o tyle uprawnione, że w innych miejscach w artykule nie ma znaku, jakoby autor zamierzał dyskutować koncepcje teoretyczne dotyczące CSR. W artykule dyskutowane są ponadto inne idee, np. takie jak obywatelstwo (s. 33).

## Przypadek 2

Istnieje pewien zbiór rzeczywistych działań, procesów i zjawisk, które ze względu na wygodę, swoistą „poręczność” podejścia, nazwano mianem CSR i CSR jako taka **jest po prostu zbiorem pewnych realnych działań, procesów, zjawisk**, dla których znaleziono na tyle wspólny mianownik (cechę/-y charakterystyczną/-e), że obdarzono je wspólną nazwą.

Na ten przypadek wskazuje często już sam język, jakim się posługujemy w odniesieniu do CSR – mówimy bowiem o społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa czy organizacji, a zatem o czymś, co jest właściwe i specyficzne właśnie dla konkretnej organizacji i w tej organizacji się rozwija. W takim przypadku badanie CSR będzie badaniem tych rzeczywistych działań, procesów i zjawisk należących do zbioru CSR, w szczególności z punktu widzenia cech charakterystycznych dla tej grupy działań, procesów i zjawisk, i będzie dzięki temu przyczyniało się do tworzenia opisowej, a następnie też normatywnej teorii CSR. Dzięki wysił-

---

<sup>4</sup> W. Kaczochoa, *Filozoficzno-etyczne rozwinięcie idei społecznej odpowiedzialności biznesu*, [w:] Z. Pisz, M. Rojek-Nowosielska (red.), *Spoleczna odpowiedzialność biznesu. Uwarunkowania, kontrowersje, dobre i złe praktyki*, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego nr 42, UE, Wrocław 2009, s. 26-37.

kowi badawczemu powstanie teoria CSR, czyli kolejny byt, który może nas zainteresować (przypadek 3).

### Przykład z literatury

Przykładem traktowania CSR jako pewnego zbioru działań realizowanych w praktyce jest książka, której autorami są L.J. Brooks oraz P. Dunn<sup>5</sup>. Nic zatem dziwnego, że cała publikacja ma bardzo narzędziowy charakter. Książka nie prezentuje definicji CSR. Natomiast stwierdza, że zarówno CSR, jak i *corporate citizenship* odnoszą się do „stopnia, w jakim organizacje biorą pod uwagę interesy interesariuszy i podejmują działania, które uwzględniają te interesy” (s. 469, tłumaczenie własne). Zarówno CSR, jak i *corporate citizenship* są nazwane „labels” – etykietami. Są zatem wyłącznie nazwą na określony zestaw działań praktycznych. Jest mowa o „elementach” CSR, wdrażaniu ich, mierzeniu, a następnie raportowaniu. Poprzez raportowanie w zakresie społecznej odpowiedzialności „opowiada się historię przedsiębiorstwa” (*telling the company's story through CSR reporting*) (s. 7). Wszystkie elementy CSR są natomiast ważną częścią planowania strategicznego i osiągania celów strategicznych (s. 7). Nie ma dyskusji na temat koncepcji czy teorii, brak odniesienia do takich pojęć i ich znaczenia, jak np. odpowiedzialność (*responsibility*). Natomiast jest mowa o CSR „frameworks”, tworzonych przez konsultantów (s. 470), które pomagają organizować całość działań CSR – w tym znaczeniu wymienia się m.in. Global Reporting Initiative (s. 469-470).

### Przypadek 3

Istnieje pewien zbiór rzeczywistych działań, procesów i zjawisk, które ze względu na wygodę, swoistą „poręczność” podejścia, nazwano mianem CSR i **istnieje teoria CSR czy próba teorii CSR**, która wyjaśnia te działania, procesy i zjawiska, opisuje ich cechy charakterystyczne, przebieg oraz prawa, które nimi rządzą. Teoria ta może mieć charakter zarówno opisowy, jak i normatywny, może starać się szukać najlepszych sposobów osiągania typowych dla tych działań, procesów i zjawisk celów. Oczywiście tutaj też koło może się zamykać: teoria może wytworzyć normatywny ideał, a nawet różne ideały, które należeć będą już do pierwszej z omawianych powyżej możliwości istnienia CSR. Natomiast sama ta teoria będzie mogła zostać poddana badaniu w ramach metanauki.

### Przykład z literatury

Przykładem podręcznikowym (dosłownie i w przenośni) traktowania społecznej odpowiedzialności jako teorii, która wyjaśnia prowadzone działania w zakresie realizacji idei czy koncepcji społecznej odpowiedzialności, jest znany podręcznik poświęcony etyce biznesu. Jego autorzy A. Crane i D. Matten<sup>6</sup> wspominają, że

<sup>5</sup> L.J. Brooks, P. Dunn, *Business & Professional Ethics for Directors, Executives & Accountants*, South-Western Cengage Learning, Mason, OH, 2010.

<sup>6</sup> A. Crane, D. Matten, *Business Ethics*, Oxford University Press, New York 2007.

*conceptual framework* CSR sięga połowy poprzedniego stulecia (s. 45) i w odniesieniu do CSR posługują się pojęciem teorii, sugerując tym samym, że jest ich więcej niż jedna („theories of CSR” – s. 48). Dyskutowana jest np. kwestia odniesienia odpowiedzialności również do przedsiębiorstwa (np. s. 47). Prezentowany jest model Carrolla (s. 49-50). Modele są wykorzystywane przez praktyków i teoretyków zarządzania. Definiuje się je jako opisy, które dzielą złożony proces zarządzania na części i określają podstawowe związki między tymi częściami<sup>7</sup>. Za Carrollem również przytoczona jest definicja CSR, w której społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa jest przedstawiona jako zestaw różnych (ekonomicznych, prawnych, etycznych i filantropijnych) oczekiwań nałożonych na organizację przez społeczeństwo w konkretnym czasie (s. 49). Część „wykonawczą” CSR autorzy nazywają – za Carrollem, Woodem i Frederickiem – *Corporate Social Responsiveness* (s. 53). Ale mimo to także dostrzegają, że istnieją **teorie** *Corporate Social Responsiveness* (używają tego określenia wobec *Corporate Social Responsiveness*, np. na s. 55).

Patrząc tylko na te 3 wskazane wyżej możliwości, można zarysować pewne kontinuum przedmiotu badania w przypadku CSR. Od **idei** (tworu idealnego), przez jej realne przejawy, **zespół działań, procesów i zjawisk**, które zostały nazwane mianem CSR (ponieważ np. posiadały cechy wyróżniające je spośród innych działań, procesów i zjawisk), przez **teorie** opisowe i wyjaśniające świat realny, aż po teorie normatywne pokazujące postulowany stan idealny, co zbliża je tym samym do CSR jako tworu idealnego, który w swojej doskonałej formie nie istnieje w świecie rzeczywistym (rys. 2).

Rysunek 2 prezentuje pewne zależności pomiędzy różnymi sposobami istnienia CSR: ideał CSR kształtuje rzeczywistość, rzeczywistość jest opisywana przez teorię, a jej normatywne przedstawienie tworzy idealny obraz CSR, który zwrótnie oddziałuje na rzeczywistość, itd.

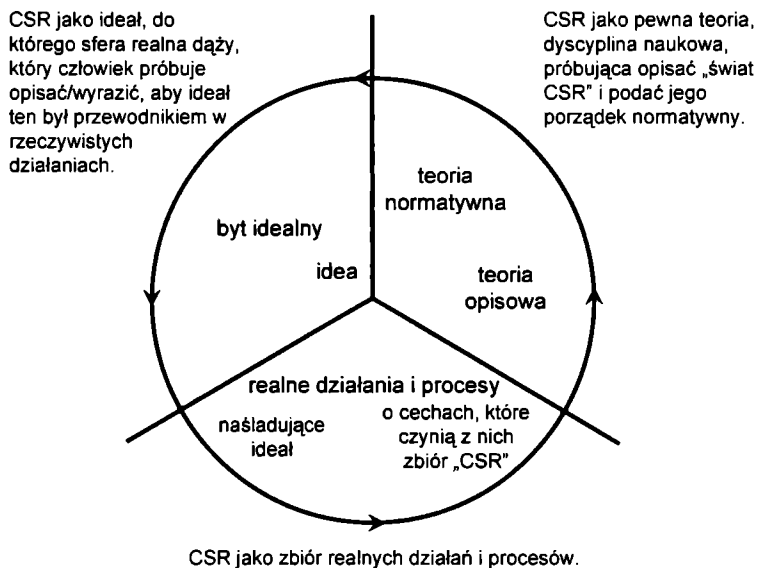
Możemy zatem rozważać CSR jako pewne idee czy ich splot. Mogą to być np. idee: odpowiedzialności, społecznej odpowiedzialności, obywatelstwa, etyczności, powierniczości itp.

Możemy patrzeć na CSR jako na zbiór praktyk stosowanych przez przedsiębiorstwa. Wśród nich można wymienić przykładowo: praktyki zarządzania relacjami z interesariuszami, programy społeczne, wolontariat pracowniczy, marketing zaangażowany społecznie, politykę *whistleblowing*, wdrażanie standardów zarządzania społeczną odpowiedzialnością, politykę personalną, kodeksy etyczne i kodeksy postępowania, politykę antydyskryminacyjną, audyty społeczne itp.

Możemy także zajmować się teorią CSR i wówczas zainteresować się takimi „obiektami”, jak np. teoria interesariuszy czy modele Carrolla, Wood albo Warticka i Cochraha itp<sup>8</sup>.

<sup>7</sup> J.A.F. Stoner i in., wyd. cyt., s. 28.

<sup>8</sup> Zob. np.: M. Rybak, *Etyka menedżera – społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004, s. 29-41.



Rys. 2. Różne możliwe statusy ontologiczne CSR i ich wzajemne zależności

Źródło: opracowanie własne.

W zależności od statusu ontologicznego CSR możemy mieć zatem całkowicie odmienny przedmiot badania: od czegoś, co fizycznie nie istnieje (istnieje najwyżej jako pewien ideał, myśl, teoria, nauka), aż po realne procesy i zjawiska. W zależności od tego, na który z tych bytów zwrócimy naszą uwagę, tak też będą kształtowały się narzędzia badawcze i przyjmowane metody badań. Inaczej bowiem będziemy badać realne procesy i zjawiska, a inaczej teorie i koncepcje czy wyobrażenia idealne.

#### 4. Metody badawcze

Spróbujmy zatem w sposób bardzo ogólny naszkicować propozycje podejść metodologicznych i metod badawczych właściwych dla poszczególnych przypadków ontologicznych wymienionych powyżej.

W przypadku 1 CSR nie istnieje jako skończony byt fizyczny, a jest jedynie ideą (bytem idealnym). Ślady realizacji tego ideału odnajdujemy w rzeczywistych warunkach. Przedmiotami badania mogą wówczas być z jednej strony sama idea i jej „życie”, a z drugiej – wszystko to, co w rzeczywistości będzie naśladowało ten ideał. Badanie idei odbywać się będzie zapewne w odniesieniu do znaczeń, jakie ona ze sobą niesie. Przydatny w tym zakresie będzie aparat naukowy wykształcony przez wieki rozwoju refleksji filozoficznej, przez m.in. semiotykę, a także przez metodologię. Jedną z niezbędnych metod w tym zakresie będzie z pewnością **jakoś-**

**ciowa i ilościowa analiza treści** dokumentów i przekazów na temat badanej idei. Do tej refleksji należy dodać badanie tego, w jakim zakresie idea ta jest realizowana przez rzeczywiste działania, procesy i zjawiska. W tym przypadku, gdy zaczynamy je badać już bez związku z określającą je ideą, przechodzimy faktycznie do omawianego poniżej przypadku drugiego.

W przypadku 2 istnieje pewien zbiór rzeczywistych działań, procesów i zjawisk, które nazwano mianem CSR i **CSR jest po prostu zbiorem pewnych realnych działań, procesów i zjawisk** o wspólnych cechach kwalifikujących je do zbioru CSR. Badanie rzeczywistych działań, procesów i zjawisk należących do zbioru CSR polega na zastosowaniu metod zwykle stosowanych do badania rzeczywistości: **od obserwacji i innych metod jakościowych po często bardzo precyzyjne metody ilościowe prowadzące do pomiarów**. Dzięki badaniu rzeczywistych działań, procesów i zjawisk może tworzyć się teoria CSR, czyli być scharakteryzowany w opisanym poniżej przypadku trzecim.

W przypadku 3 istnieje zbiór rzeczywistych działań, procesów i zjawisk, które nazwano mianem CSR i **istnieje teoria CSR czy próba takiej teorii** wyjaśniająca te działania, procesy i zjawiska, ich cechy charakterystyczne, przebieg, prawa, które nimi rządzą, itp. Badanie teorii i ich rozwoju odbywa się w ramach filozofii nauki, metanauki czy metodologii.

We wszystkich wspomnianych przypadkach należy pamiętać, że zwykle jedna wybrana metoda daje dość ogólny i wycinkowy obraz rzeczywistości i do uzyskania dokładniejszego obrazu niezbędna może się okazać triangulacja metodologiczna, czyli „użycie różnych metod, np. ilościowych i jakościowych, lub różnych niezależnych źródeł danych”<sup>9</sup>. K. Konecki przytacza cztery typy triangulacji:

- triangulację danych (dane z różnorodnych źródeł),
- triangulację badacza (wielu obserwatorów i ewaluatorów),
- triangulację teoretyczną (wiele „perspektyw teoretycznych do zinterpretowania pojedynczego zestawu danych”)
- triangulację metodologiczną (wiele „metod do zbadania pojedynczego problemu”)<sup>10</sup>.

## 5. Przykładowa analiza tekstów na temat społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw

W celu oceny częstości, z jaką polscy autorzy w swoich pracach rozpoczynają od analizy statusu ontologicznego przedmiotu swoich rozważań lub badań, przeanalizowano treść 23 artykułów zgromadzonych w wydawnictwie z 2009 r. zatytułowanym *Spoleczna odpowiedzialność biznesu. Uwarunkowania, kontrowersje, dobre i złe praktyki*, będącym pokłosiem konferencji, która odbyła się rok wcześniej pod tym sa-

---

<sup>9</sup> K. Konecki, *Studia z metodologii badań jakościowych. Teoria ugruntowana*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000, s. 86.

<sup>10</sup> K. Konecki, wyd. cyt., s. 86.



mym tytułem<sup>11</sup>. Z analizy tej wynikają następujące wnioski. W całej pracy znajduje się **tylko jeden (!) artykuł**, w którym precyzyjnie zdefiniowano, co jest przedmiotem badania i jaka metoda badawcza jest najlepsza do badania tego typu obiektu (bytu).

Jedyny artykuł w zbiorze, który zajmuje się najpierw kwestią ontologiczną, żeby dopiero potem przejść do epistemologii i metod badawczych, to artykuł, którego autorką jest Marta Strumińska-Kutra z Akademii Leona Koźmińskiego w Warszawie<sup>12</sup>. Autorka uważa, iż kluczem do formułowania poprawnych teorii i badań jest odpowiednia definicja badanego fenomenu. Brak „zgody co do definicji zjawiska” powoduje problemy w ugruntowaniu koncepcji i w orientacji badań empirycznych<sup>13</sup>. Zaproponowane przez autorkę ujęcie jest bardzo interesujące i jedno z niewielu (w omawianej publikacji jedyne) bardzo przemyślanych i konsekwentnych. W przypisie 4 na s. 212 autorka pisze: „normatywny charakter koncepcji CSR przyczynił się do problemów z jej jednoznacznym zdefiniowaniem. Jak zwracają uwagę badacze tej problematyki – w zależności od kontekstu kulturowego inaczej rozumie się obowiązki biznesu w stosunku do społeczeństwa, co więcej – inaczej rozumie się pojęcie biznesu w ogóle”. Proponuje ona traktować CSR jako instytucję, której kształt będzie różnie wypełniany przez społeczeństwa o różnych kontekstach społeczno-kulturowych. CSR to zatem „projekt instytucjonalny, zawierający normy i reguły zachowań istotne dla danego obszaru życia społecznego (gospodarki)”. Zakres badań przenosi się wówczas na badanie samej koncepcji CSR i na to, jak ona sama jest kształtowana przez uwarunkowania społeczno-instytucjonalne.

W ramach takiej perspektywy możliwe są przykładowe podejścia badające:

- zróżnicowanie koncepcji CSR w zależności od kontekstu instytucjonalnego (np. różne reżimy *corporate governance* w różnych krajach),
- różnicujące oddziaływanie kolektywnych aktorów społecznych w danym kontekście (np. siła działań NGOs w danym kraju czy regionie, normy i wartości kadry zarządzającej itp.),
- działania podejmowane przez przedsiębiorstwa pod etykietą społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw (np. zróżnicowanie procesów komunikowania o działaniach CSR za pomocą raportów społecznych czy stron internetowych)<sup>14</sup>.

Z tego m.in. wynika, że istotne elementy analizy to z jednej strony normy i wartości kształtujące zachowania aktorów społecznych, a z drugiej same te działa-

---

<sup>11</sup> Z. Pisz, M. Rojek-Nowosielska (red.), *Spoleczna odpowiedzialność biznesu. Uwarunkowania, kontrowersje, dobre i złe praktyki*, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego nr 42, UE, Wrocław 2009.

<sup>12</sup> M. Strumińska-Kutra, *Władza i odpowiedzialność przedsiębiorstw w obliczu konfliktu ekologicznego. Wstępne wyniki analiz empirycznych*, [w:] Z. Pisz, M. Rojek-Nowosielska (red.), *Spoleczna odpowiedzialność biznesu. Uwarunkowania, kontrowersje, dobre i złe praktyki*, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego nr 42, UE, Wrocław 2009, s. 211-224.

<sup>13</sup> Tamże, s. 211.

<sup>14</sup> Tamże, s. 212-213.

nia podejmowane przez nich. Warto dodać, że zdaniem autorki kontekst kształtuje instytucję CSR w sposób procesualny<sup>15</sup>.

Następnie w omawianym artykule autorka po opisie obiektu (bytu), który będzie analizowany, przedstawia bardzo dobry opis wyboru studium przypadku jako metody i uzasadnienie zastosowania triangulacji metodologicznej<sup>16</sup>.

W pozostałych artykułach omawianego zbioru, mimo braku takiego wysiłku definicyjnego, czasem ich autorom udało się utrzymać spójność i w całym artykule odnoszono się do jednolicie rozumianego obiektu (bytu). Niestety, w wielu innych artykułach nie było jasne, czy opisywana jest idea CSR, koncepcja CSR, czy realne działania przedsiębiorstw, czy innych organizacji, czy w ogóle jeszcze coś innego.

## 6. Podsumowanie

Rygor naukowy nakazuje rozpoczynać każdy wysiłek badawczy od zdefiniowania przedmiotu zainteresowania, czyli od określenia jego statusu ontologicznego. Zwłaszcza w obszarach, które wydają się nie do końca dookreślone, gdzie nie ma jedynej i jednoznacznej definicji danego pojęcia, procesu czy zjawiska, należy dokładnie opisać, o czym w danej sytuacji jest mowa, co konkretnie opisujemy i co konkretnie jest badane. Nie chodzi wyłącznie o podanie definicji. Nie wystarczy podać np. definicji mówiącej, że społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa to np. zarządzanie relacjami z interesariuszami czy dobrowolne zobowiązania przedsiębiorstw. Takie postawienie sprawy przenosi tylko ciężar definiowania na owe relacje lub zobowiązania. Chodzi bowiem o definicję statusu ontologicznego przedmiotu badania, czyli zdecydowanie, o jakim aspekcie istnienia danego obiektu w danym opracowaniu będziemy się wypowiadać.

Status ontologiczny przedmiotu badań jest kluczowy dla przyszłego określenia sposobu badania, wybrania metod, które najlepiej będą się nadawały do poznania przedmiotu naszego zainteresowania.

Przeprowadzona na użytek niniejszego artykułu analiza treści artykułów wybranego tomu tekstów poświęconych społecznej odpowiedzialności pokazała, iż tylko 1 spośród 23 artykułów opisywany rygor naukowy zachował. Oznacza to, że należy wzmocnić wysiłki na rzecz rzetelnego podejścia do pracy naukowej. Mogą to zrobić zarówno sami naukowcy, jak i np. organizatorzy konferencji i wydawcy publikacji, opisując dokładnie, jakie wymogi powinny spełniać nadsyłane na konferencje czy do publikacji teksty. Nic dziwnego, że w tym zakresie najwyżej cenione wydawnictwa w swoich wytycznych dla autorów wypowiedzi naukowych szczegółowo opisują wymagania dotyczące dokładnego opisu przedmiotu i celu badania, zastosowanego podejścia i metod, otrzymanych rezultatów i wniosków oraz oryginal-

---

<sup>15</sup> Tamże, s. 214.

<sup>16</sup> Tamże, s. 214 i n.

nalności i wartości zaprezentowanego materiału. I to nie tylko w odniesieniu do prezentacji wyników badań, lecz także w odniesieniu do refleksji teoretycznej.

## Literatura

- Banasiewicz K., *Rola interesariuszy prywatnych i instytucjonalnych w kształtowaniu społecznej odpowiedzialności organizacji*, [w:] Z. Pisz, M. Rojek-Nowosielska (red.), *Społeczna odpowiedzialność biznesu. Uwarunkowania, kontrowersje, dobre i złe praktyki*, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego nr 42, UE, Wrocław 2009.
- Brooks L.J., Dunn P., *Business & Professional Ethics for Directors, Executives & Accountants*, South-Western Cengage Learning, Mason, OH, 2010.
- Crane A., Matten D., *Business Ethics*. Oxford University Press, New York 2007.
- Griffin R.W., *Podstawy zarządzania organizacjami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004.
- Kaczocha W., *Filozoficzno-etyczne rozwinięcie idei społecznej odpowiedzialności biznesu*, [w:] Z. Pisz, M. Rojek-Nowosielska (red.), *Społeczna odpowiedzialność biznesu. Uwarunkowania, kontrowersje, dobre i złe praktyki*, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego nr 42, UE, Wrocław 2009.
- Konecki K., *Studia z metodologii badań jakościowych. Teoria ugruntowana*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000.
- Nowa encyklopedia powszechna PWN*, PWN, Warszawa 1998, T. 2, 4, 5.
- Pisz Z., Rojek-Nowosielska M. (red.), *Społeczna odpowiedzialność biznesu. Uwarunkowania, kontrowersje, dobre i złe praktyki*, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego nr 42, UE, Wrocław 2009.
- Rybak M., *Etyka menedżera – społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004.
- Steinmann H., Schreyögg G., *Zarządzanie. Podstawy kierowania przedsiębiorstwem. Koncepcje, funkcje, przykłady*, Oficyna Wydawnicza Politechniki Wrocławskiej, Wrocław 1998.
- Stoner J.A.F., Freeman R.E., Gilbert D.R., *Kierowanie*, PWE, Warszawa 1998.
- Strumińska-Kutra M., *Władza i odpowiedzialność przedsiębiorstw w obliczu konfliktu ekologicznego. Wstępne wyniki analiz empirycznych*, [w:] Z. Pisz, M. Rojek-Nowosielska (red.), *Społeczna odpowiedzialność biznesu. Uwarunkowania, kontrowersje, dobre i złe praktyki*, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego nr 42, UE, Wrocław 2009.
- Sułkowski Ł., *Epistemologia w naukach o zarządzaniu*, PWE, Warszawa 2005.

## RESEARCH ON CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY – WHAT AND HOW TO STUDY?

**Summary:** Research effort should always begin with an explanation of the ontological status of an object that we are interested in. Each research should start from the ontological questions: whether the object of our interest really exists, and how it exists? Then a researcher can go next step to the epistemology which can help to determine the best research methods and tools. The article presents several possibilities of the ontological status of social responsibility of an organization and outlines methods and research tools that are possible to apply. In addition, the purpose of the article is to perform a qualitative content analysis of articles from one of the studies devoted to CSR in order to check how often their authors follow the described rigour of scientific approach.