

Nr 5 (1205)

PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

Spółeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw

Redaktorzy naukowci

Zdzisław Pisz

Magdalena Rojek-Nowosielska



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2008

Komitet Redakcyjny

*Andrzej Matysiak (przewodniczący),
Tadeusz Borys, Jan Lichtarski, Adam Nowicki, Zdzisław Pisz, Waldemar Podgórski,
Wanda Ronka-Chmielowiec, Jan Skalik, Stanisław Urban*

Recenzenci

Małgorzata Baron-Wiaterek, Małgorzata Gableta, Adam Karol Szalkowski, Janusz Sztumski

Redaktor Wydawnictwa

Agnieszka Flasińska

Redaktor techniczny

Barbara Łopusiewicz

Korekta

Zespół

Projekt okładki

Beata Dębska

**Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie
wymaga pisemnej zgody Wydawcy**

**© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wrocław 2008**

PL ISSN 1899-3192

Druk i oprawa: Zakład Graficzny UE we Wrocławiu. Zam. 272/2008

Spis treści

Wstęp	11
-------------	----

1. Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw – kwestie teoretyczne

Kazimierz Banasiewicz: Ponadlokalne i ponadregionalne przejawy odpowiedzialności społecznej przedsiębiorstwa	17
Małgorzata Gałązka-Sobotka: Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa w procesie kształtowania trwałej przewagi konkurencyjnej	28
Iwona Kuraszko: Model komunikacji dwukierunkowej symetrycznej w kontekście teorii interesariuszy	40
Agnieszka Łukasiewicz: Kodeks dobrych praktyk spółdzielczych kas oszczędnościowo-kredytowych jako element realizacji zasad odpowiedzialności społecznej	48
Piotr Płoszajski, Justyna Szumniak, Przemysław Pohrybieniuk: Firma jako odpowiedzialny obywatel. Koncepcja podstawy globalnej piramidy ekonomicznej w praktyce	58
Magdalena Rojek-Nowosielska: System i modele społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw	68
Bolesław Rok: Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw w kontekście strategii osiągania obopólnej korzyści	76
Julita Sokołowska: Wykorzystanie zasady podwójnego skutku do analizy społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw. Rozważania społeczno-moralne	86
Michał Spychalski: Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw w świetle międzynarodowej konkurencyjności gospodarki	95

2. Wybrane aspekty społecznej odpowiedzialności w kontekście polityki społecznej

Stanisław Kamiński: Przedsiębiorstwa a organizacje pozarządowe – relacje międzysektorowe	103
Lidia Kaliszczak, Liliana Mierzwińska, Beata Ujda-Dyńska: Postawy właścicieli małych przedsiębiorstw wobec problemu bezrobocia oraz ich rola w procesie tworzenia nowych miejsc pracy (na przykładzie subregionu tarnobrzesckiego)	110

Adam Kubów: Sytuacja osób niepełnosprawnych na rynku pracy	121
Paweł Nawara: Odpowiedzialność społeczna przedsiębiorstwa w polskim systemie ochrony zdrowia: autonomia i paternalizm	133
Bogdan Nogalski, Janusz Śniadecki: Etyczne aspekty zarządzania przedsiębiorstwem w regionach strukturalnego bezrobocia	142
Aleksandra Stanek: Warunki sprawnego współdziałania przedsiębiorstw z organizacjami społecznymi	155

3. Podmiotowe i przedmiotowe obszary społecznej odpowiedzialności

Tomasz Brzozowski: Ochrona środowiska jako jeden z filarów społecznej odpowiedzialności biznesu	167
Krzysztof Ćwik, Łukasz Jurek: Transfer wizerunku a działania społecznie odpowiedzialne	176
Anna Gembalska-Kwiecień: Społeczne uwarunkowania odpowiedzialności pracodawców i pracowników za bezpieczeństwo pracy	185
Ewa Głuszek: CSR jako narzędzie budowania wizerunku firmy	193
Łucja Kaprańska: Sponsoring – dowód odpowiedzialności społecznej czy sposób na kreowanie wizerunku	204
Andrzej Kubasik: Ekologiczna odpowiedzialność przedsiębiorstw – przesłanki i uwarunkowania	213
Paweł Kuźbik: Organizacja piłkarska jako miejsce realizowania koncepcji społecznej odpowiedzialności na przykładzie BOT GKS Bełchatów SA	223
Marzena Mamak-Zdanecka: Społeczna odpowiedzialność biznesu a teraźniejszość i przyszłość przedsiębiorstw (na przykładzie wybranych przedsiębiorstw Małopolski)	233
Joanna Mróz: Przejawy społecznych zaangażowań wybranych przedsiębiorstw działających w Polsce	244
Piotr Skrzypek: Społeczne wartości w misjach przedsiębiorstw – analiza porównawcza firm w Polsce i Stanach Zjednoczonych	252
Wanda Takuska-Mróz: Etyczny aspekt roli społeczno-zawodowej współczesnego pracownika a społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa	261
Dorota Teneta-Skwiercz: Firma Tom's of Maine jako bezprecedensowy przykład przedsiębiorstwa społecznie odpowiedzialnego	268
Anna Witek-Crabb: Partycypacja w zarządzaniu strategicznym jako wyraz społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa	276
Henryk Wnorowski: Ład korporacyjny a odpowiedzialność przedsiębiorstwa wobec interesariuszy	285
Grzegorz Zasuwa: Co oznacza obywatelstwo przedsiębiorstw?	295
Lidia Zbiegień-Maciąg, Katarzyna Klimkiewicz: Zaangażowanie społeczne pracowników w odpowiedzialnej firmie	304

4. Społeczna odpowiedzialność małych i średnich przedsiębiorstw

Anna Adamik: Partnerska współpraca ze środowiskiem biznesowym jako wyznacznik konkurencyjności MŚP	315
Maria Gagacka: Społeczna odpowiedzialność małych firm w świetle badań empirycznych	327
Piotr Rogala: Implementacja koncepcji społecznej odpowiedzialności w małych i średnich przedsiębiorstwach	343
Izabela Ścibiorska: Społeczna odpowiedzialność małych i średnich przedsiębiorstw wobec pracowników	350
Joanna Tabor: Rozwój technologiczny a społeczna odpowiedzialność małych i średnich przedsiębiorstw	361
Joanna Woźniczka: Upowszechnianie koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu wśród małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce	371

Summaries

1. Corporate social responsibility – theoretical aspects

Kazimierz Banasiewicz: Over-local and over-regional signs of corporate social responsibility	27
Małgorzata Gałązka-Sobotka: The Corporate Social Responsibility (CSR) as a source of competitive superiority of an enterprise	39
Iwona Kuraszko: Two-way symmetrical communication model and stakeholder theory	47
Agnieszka Łukasiewicz: Code of Good Practices of Co-operative Savings and Credit Unions as a part of CSR principles realization	56
Piotr Płoszajski, Justyna Szumniak, Przemysław Pohrybieniuk: Company as a responsible citizen. World economic pyramid concept in practice	67
Magdalena Rojek-Nowosielska: System and models of corporate social responsibility	75
Bolesław Rok: Corporate social responsibility in the win-win strategy context	85
Julita Sokołowska: Social and moral considerations on adapting the Principle of the Double Effect to Corporate Social Responsibility context ...	94
Michał Spsychalski: Corporate social responsibility in relation to international competitiveness of economy	100

2. Some aspects of social responsibility in according to social policy

Stanisław Kamiński: Enterprises and non-governmental organisations – relations between sectors	109
Lidia Kaliszczak, Liliana Mierzwińska, Beata Ujda-Dyńska: Attitudes of small enterprises owners towards problem of unemployment and their role in process of creating new jobs based on the example of Tarnobrzeg subregion	120
Adam Kubów: Situation of the disabled on the labour market	132
Paweł Nawara: Corporate social responsibility in Polish health-care system: autonomy and paternalism	141
Bogdan Nogalski, Janusz Śniadecki: Ethical aspects of organisation management by entrepreneurs in regions of structural unemployment	154
Aleksandra Stanek: Conditions of efficient co-operation between private and non-profit sector	164

3. Areas of social responsibility

Tomasz Brzozowski: Environmental protection as a component of corporate social responsibility	175
Krzysztof Ćwik, Łukasz Jurek: Image transfer and social responsible actions	184
Anna Gembalska-Kwiecień: Employer and employee social responsibility for working conditions	191
Ewa Głuszek: CSR as a tool of corporate image creating	203
Łucja Kaprańska: Sponsorship – the way of creation of image or social responsible activity?	212
Andrzej Kubasik: Ecological responsibility of enterprises: premises and conditions	222
Paweł Kuźbik: Sport organization as a place of Corporate Social Responsibility realization (on the example of BOT GKS Bełchatów SA)	232
Marzena Mamak-Zdanecka: Social responsibility of the business and the present time and future of enterprises (on the example of chosen enterprises of Małopolska)	243
Joanna Mróz: Social initiatives undertaken by some Polish companies	251
Piotr Skrzypek: Social values in corporate mission statements – comparison of Polish and United States companies	260
Wanda Takuska-Mróz: Ethical aspect of modern employee's role versus corporate social responsibility	267
Dorota Teneta-Skwiercz: Tom Maine's company as an example of corporate socially responsible	275
Anna Witek-Crabb: Strategic management participants in socially responsible businesses	284

Henryk Wnorowski: Corporate governance versus corporate responsibility towards stakeholders	294
Grzegorz Zasuwa: What does corporate citizenship mean?	303
Lidia Zbiegień-Maciąg, Katarzyna Klimkiewicz: Social engagement of employees in a responsible company	311

4. Corporate social responsibility in small and medium enterprise

Anna Adamik: Partnership cooperation with business environment as a determinant of SME competitiveness	326
Maria Gagacka: CSR of small organizations based on the empirical research	342
Piotr Rogala: The application of the concept of social responsibility in small and medium-sized companies	349
Izabela Ścibiorska: Corporate social responsibility of small and medium-sized businesses in relation to employees	360
Joanna Tabor: Technological development and social responsibility of small and medium-sized enterprises	371
Joanna Woźniczka: Mainstreaming CSR among SMEs in Poland	379

Wstęp

Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw (SOP) jest kategorią występującą coraz częściej w dyskusjach i sporach dotyczących nowych rozwiązań ekonomicznych i społecznych, jakie są wprowadzane do praktyki w ramach trwającego już od kilkunastu lat w naszym kraju procesu transformacji systemowej. Czy przed 1989 r. przedsiębiorstwa funkcjonujące w polskiej gospodarce były społecznie nieodpowiedzialne? Trudno jest odpowiedzieć jednoznacznie na to bądź co bądź fundamentalne pytanie. Podmioty gospodarcze w warunkach gospodarki socjalistycznej były postrzegane jako podstawowe podmioty polityki społecznej państwa. Były one, z mocy obowiązujących rozwiązań instytucjonalnych, zobowiązane do realizacji licznych zadań pozaprodukcyjnych na rzecz własnych załóg, a także bliższego i dalszego otoczenia. Między innymi realizowano pryncypialną zasadę pełnego zatrudnienia, uwalniającą społeczeństwo od zagrożenia bezrobociem. W ramach planów inwestycyjnych rozwiązywano również wiele problemów infrastrukturalnych, rekompensujących uciążliwości związane z lokalizacją obiektów gospodarczych. Zatrudnieni mogli korzystać także ze zbiorowego funduszu spożycia, który miał gwarantować zachowanie założonego poziomu egalitaryzacji społecznej. Podmiotowość pracowników w gospodarce uspołecznionej miała być zagwarantowana m.in. przez konstytucyjną współwłasność majątku produkcyjnego. O podmiotowości miało świadczyć także podkreślanie w oficjalnych wypowiedziach oraz w programach partyjnych i rządowych zasad humanizmu. Ich znaczenie w codziennej praktyce gospodarki socjalistycznej starano się dodatkowo akcentować przez wprowadzenie do życia politycznego, ekonomicznego i społecznego pojęcia humanizmu socjalistycznego. Oprócz oficjalnych programów i „świętecznych” haseł była także rzeczywistość codzienna, praktyka nie mająca wiele wspólnego z ideałami sygnalizowanymi w programach. Owa codzienność była głównym powodem niezadowolenia, napięć i konfliktów, których następstwem jest proces transformacji systemowej. Jego hasłami programowymi, niemal symbolami stały się:

- demokratyzacja w polityce,
- prywatyzacja i mechanizmy rynkowe w gospodarce,
- aktywność społeczna, społeczeństwo obywatelskie.

W warunkach gospodarki socjalistycznej onnipotentne państwo było odpowiedzialne za gospodarowanie wszystkimi czynnikami produkcji. W nowych warunkach, wobec rozwijającej się samorządności terytorialnej oraz coraz większego udziału własności prywatnej, odpowiedzialność za gospodarowanie czynnikami produkcji powinna być udziałem administracji samorządowej i podmiotów gospo-

darczych. Państwo, tworząc rozwiązania instytucjonalne, buduje ramy porządku gospodarczego i społecznego, w których mogą być podejmowane działania zmierzające do racjonalnego wykorzystania zasobów, jakie posiada nasz kraj. Posługując się językiem programowania, można stwierdzić, że zbiór rozwiązań dopuszczalnych w tej dziedzinie jest wyznaczony przez obowiązujące prawo, natomiast rozwiązania ekstremalne (optymalizujące efekty ekonomiczne oraz umożliwiające zaspokajanie oczekiwań i aspiracji przez wszystkie podmioty włączone bezpośrednio lub pośrednio w funkcjonowanie firmy), są wyzwaniem mającymi cechy wspólne dla wielu firm, ale także indywidualne, podyktowane specyfiką wynikającą z formy własności, rodzaju działalności statutowej, kultury organizacyjnej, właściwości bliższego i dalszego otoczenia firmy.

Odpowiedzialność społeczna może być postrzegana jako w dużej mierze zindywidualizowany program działania pozwalającego na racjonalne wykorzystanie możliwości określonych przez dostępne czynniki działalności firmy w celu budowy i umacniania jej pozycji konkurencyjnej na rynku produkowanych dóbr i usług. Odpowiedzialność ta nie powinna być postrzegana jedynie przez pryzmat zadań zarządów firm czy ich właścicieli. Jest to zadanie dla całej społeczności firmy w zakresie odpowiednim do wykonywanych zadań i posiadanych kompetencji. Działania odpowiedzialne społecznie tworzą bowiem klimat sprzyjający wzrostowi wzajemnego zaufania wszystkich podmiotów uczestniczących w życiu gospodarczym i jednocześnie przyczyniają się do powiększenia kapitału społecznego firm, społeczności lokalnych, a także społeczeństwa całego kraju. Odpowiedzialność społeczna stwarza szansę rywalizacji konstruktywnej, a nie destruktywnej, powinna poszukiwać szans tkwiących w rezerwach, a nie szukać rezerw w ograniczaniu szans innym użytkownikom życia gospodarczego oraz społecznego. Odpowiedzialność społeczna w Polsce, która odradza się w procesie transformacji, w nowych (niekoniecznie łatwych) warunkach, jest wielkim wyzwaniem dla wszystkich podmiotów życia gospodarczego i społecznego. Można ją utożsamiać z rosnącymi zadaniami obejmującymi samoorganizację, dyscyplinę i postrzeganie świata nie w kategoriach „ja”, lecz „my”. Wymaga całościowego spojrzenia na wszystkie problemy istniejące obecnie oraz zmusza do przewidywania potencjalnych trudności w przyszłości. W odpowiedzialności społecznej biznesu upatruje się bowiem szansy na zrównoważony rozwój gospodarki, przy założeniu ciągłej współpracy podmiotów gospodarczych, przy wsparciu organizacji pozarządowych oraz przy zrównoważonej roli państwa, które poprzez swoje regulacje i wymogi z jednej strony stworzy ramy funkcjonowania społecznej odpowiedzialności, z drugiej zaś – poprzez „dojrzałą” obserwację pozwoli na ewolucję istniejącego systemu w kierunku gwarantującym istnienie i rozwój wszystkim uczestnikom życia społecznego oraz racjonalne i odpowiedzialne korzystanie z istniejących (choć ograniczonych) zasobów zarówno środowiska przyrodniczego, jak i potencjału ludzkiego.

Tak rozumiana koncepcja społecznej odpowiedzialności stała się osnową inicjatywy stworzenia platformy wymiany poglądów i spostrzeżeń koncentrujących się wokół kwestii dalszego, odpowiedzialnego rozwoju przedsiębiorczości, samorządności oraz inicjatyw rządowych. Wydarzeniem poprzedzającym tę publikację była zorganizowana w maju 2007 r. ogólnopolska konferencja naukowa. Zamierzeniem organizatorów jest wprowadzenie cykliczności w organizowanych spotkaniach konferencyjnych, a także w wydawanych materiałach, będących owocem nie tylko własnych przemyśleń autorów, ale także dyskusji prowadzonych podczas konferencyjnych spotkań.

Pierwsze opracowanie ma charakter wprowadzający do zagadnień społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw. Zawiera obszerny przegląd problemów dotyczących tej tematyki. W niniejszym opracowaniu ogół problemów związanych z odpowiedzialnością społeczną podzielono na bardziej jednorodne wewnętrznie rozdziały dotyczące:

- kwestii teoretycznych społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw,
- wybranych aspektów społecznej odpowiedzialności w kontekście polityki społecznej,
- podmiotowego i przedmiotowego ujęcia obszarów społecznej odpowiedzialności,
- zagadnień SOP w małych i średnich przedsiębiorstwach.

Mamy nadzieję, że rosnące zainteresowanie problematyką SOP i jej znaczeniem dla realizacji zadań związanych ze strategią zrównoważonego rozwoju przyczyni się do zwiększenia aktywności badawczej w omawianym obszarze przedmiotowym i do zacieśnienia współpracy nowych środowisk akademickich, biznesowych i samorządowych.

Przekazując czytelnikom pierwszy tom z planowanego cyklu opracowań poświęconych tematyce społecznej odpowiedzialności, wyrażamy nadzieję, że jego treść będzie inspiracją do dalszej aktywności badawczej i popularyzatorskiej. Biorąc odpowiedzialność za wszystkie niedoskonałości tego opracowania, pragniemy w szczególności sposób podziękować Recenzentom, których uwagi zamieszczone w przygotowanych opiniach pozwoliły Autorom udoskonalić teksty referatów i zredagować opracowanie w obecnej postaci.

Zdzisław Pisz, Magdalena Rojek-Nowosielska