

# PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

# RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

Nr 378

## Zrównoważony rozwój organizacji – aspekty społeczne

Redaktorzy naukowi

Tadeusz Borys

Tomasz Brzozowski

Sabina Zaremba-Warnke



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu  
Wrocław 2015

Redakcja Wydawnicza: Aleksandra Śliwka

Redakcja techniczna: Barbara Łopusiewicz

Korekta: Justyna Mroczkowska

Łamanie: Beata Mazur

Projekt okładki: Beata Dębska

Publikacja jest dostępna w Internecie na stronach:

[www.ibuk.pl](http://www.ibuk.pl), [www.ebscohost.com](http://www.ebscohost.com),

w Dolnośląskiej Bibliotece Cyfrowej [www.dbc.wroc.pl](http://www.dbc.wroc.pl),

The Central and Eastern European Online Library [www.ceeol.com](http://www.ceeol.com),

a także w adnotowanej bibliografii zagadnień ekonomicznych BazEkon

[http://kangur.uek.krakow.pl/bazy\\_ae/bazekon/nowy/index.php](http://kangur.uek.krakow.pl/bazy_ae/bazekon/nowy/index.php)

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania znajdują się

na stronie internetowej Wydawnictwa

[www.wydawnictwo.ue.wroc.pl](http://www.wydawnictwo.ue.wroc.pl)

Publikacja dofinansowana ze środków Wojewódzkiego Funduszu Ochrony Środowiska  
i Gospodarki Wodnej we Wrocławiu



**Wojewódzki Fundusz Ochrony Środowiska  
i Gospodarki Wodnej  
we Wrocławiu**

Poglądy autorów i treści zawarte w publikacji

nie zawsze odzwierciedlają stanowisko WFOŚiGW we Wrocławiu

Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie

wymaga pisemnej zgody Wydawcy

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Wrocław 2015

**ISSN 1899-3192**

**ISBN 978-83-7695-423-3**

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Druk i oprawa:

EXPOL, P. Rybiński, J. Dąbek, sp.j.

ul. Brzeska 4, 87-800 Włocławek

## Spis treści

Wstęp .....	9
-------------	---

---

### Część 1. Społeczna odpowiedzialność i zrównoważony rozwój a jakość życia

---

<b>Jerzy Łańcucki:</b> Poprawa jakości życia jako imperatyw zrównoważonego rozwoju .....	13
<b>Justyna Maciąg:</b> Zastosowanie koncepcji społecznej odpowiedzialności w tworzeniu sieciowego produktu turystycznego w regionie.....	30
<b>Urszula Markowska-Przybyła:</b> Odpowiedzialność sprzedawców jako wskaźnik kapitału społecznego regionów Polski.....	44
<b>Piotr Rogala:</b> Subiektywna jakość życia a cechy demograficzne badanej społeczności .....	59
<b>Marian Woźniak:</b> Jakość życia społeczeństwa jako główny cel rozwoju obszarów wiejskich woj. podkarpackiego .....	68

---

### Część 2. Społeczna odpowiedzialność w przedsiębiorstwie

---

<b>Marek Bugdol:</b> Problem zaufania w koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu .....	79
<b>Beata Domańska-Szaruga:</b> Wybrane aspekty wykluczenia kredytowego w świetle założeń zrównoważonego rozwoju.....	91
<b>Joanna Ejdys, Aleksandra Gulc:</b> Koncepcja społecznej odpowiedzialności narzędziem poprawy innowacyjności przedsiębiorstw sektora MŚP .....	103
<b>Justyna Górna:</b> Społecznie odpowiedzialna organizacja w nadzorowaniu niezgodności na przykładzie przedsiębiorstw przetwórstwa mięsnego.....	116
<b>Katarzyna Hys:</b> Ocena zadań wewnętrznych realizowanych w ramach koncepcji CSR – wyniki badań naukowych .....	133
<b>Magdalena Kaźmierczak:</b> CSR a budowanie kapitału społecznego organizacji	146
<b>Agata Lulewicz-Sas:</b> Pomiar i ocena społecznie odpowiedzialnej działalności przedsiębiorstw – wyniki badań.....	158
<b>Adam Płachciak:</b> Znaczenie społecznej odpowiedzialności biznesu we wdrażaniu rozwoju zrównoważonego .....	168
<b>Barbara Pytko:</b> Model zintegrowanej odpowiedzialności organizacji w warunkach zrównoważonego jej rozwoju .....	178

<b>Adam Skrzypek:</b> CSR jako element strategii organizacji.....	191
<b>Elżbieta Skrzypek:</b> Społeczna odpowiedzialność – standardy i raportowanie	206
<b>Wiesław Urban:</b> Społeczna odpowiedzialność biznesu wspierana przez system ISO 9001 .....	218
<b>Maria Urbaniec:</b> Raportowanie CSR jako narzędzie doskonalenia działalności biznesowej.....	228
<b>Katarzyna Wróblewska:</b> RESPECT Index jako bodziec do społecznie odpowiedzialnego inwestowania w Polsce.....	243

---

### **Część 3. Społeczna odpowiedzialność w organizacjach *non-profit***

---

<b>Liliana Hawrysz:</b> Rola organizacji sektora publicznego w kształtowaniu społecznej odpowiedzialności .....	255
<b>Barbara Kryk, Anetta Zielińska:</b> Dobre praktyki w kontekście odpowiedzialności za realizację polityki równościowej i pobudzania aktywności biznesowej kobiet .....	264
<b>Elżbieta Krodkiewska-Skoczylas, Grażyna Żarlicka:</b> Społeczna odpowiedzialność nie tylko biznesu.....	277
<b>Krystyna Lisiecka:</b> Społeczna odpowiedzialność w relacjach z interesariuszami w systemie ochrony zdrowia .....	296
<b>Agnieszka Piasecka:</b> Społeczna odpowiedzialność uczelni w kontekście wewnętrznego zapewnienia jakości.....	309
<b>Janusz Reichel:</b> Doskonalenie partnerstwa organizacji pozarządowych i biznesu. Wstępne wyniki badań .....	320
<b>Agata Rudnicka:</b> Budowanie relacji z dostawcami w organizacjach trzeciego sektora.....	332
<b>Tadeusz Wawak:</b> Zrównoważony rozwój uniwersytetów w warunkach permanentnej reformy szkolnictwa wyższego.....	340

### **Summaries**

---

#### **Part 1. Social responsibility and sustainable development vs. quality of life**

---

<b>Jerzy Łańcucki:</b> Quality of life improvement as an imperative of sustainable development.....	29
<b>Justyna Maciąg:</b> The implementation of the CSR in the creation of a tourist network product in a region.....	43
<b>Urszula Markowska-Przybyła:</b> The responsibility of sellers as an index of social capital of Polish regions .....	58

<b>Piotr Rogala:</b> Subjective quality of life and demographic qualities of the sample community.....	67
<b>Marian Woźniak:</b> Quality of life as the main purpose of rural society development in the Podkarpackie Voivodeship.....	75

---

## Part 2. Social responsibility in an enterprise

---

<b>Marek Bugdol:</b> The problem of trust in the concept of Corporate Social Responsibility.....	90
<b>Beata Domańska-Szaruga:</b> Selected problems of loan exclusion in the context of assumptions for sustainable development.....	102
<b>Joanna Ejdys, Aleksandra Gulc:</b> The concept of Corporate Social Responsibility as a tool for improving SMEs innovativeness.....	115
<b>Justyna Górna:</b> The organization of social responsibility in the supervision of nonconforming products on the example of meat company.....	132
<b>Katarzyna Hys:</b> Evaluation of internal tasks carried out in the framework of the CSR concept – results of scientific research.....	145
<b>Magdalena Kaźmierczak:</b> CSR and building of social capital for organization.....	157
<b>Agata Lulewicz-Sas:</b> Measurement and evaluation of socially responsible business activities – research results.....	167
<b>Adam Płachciak:</b> The role of Corporate Social Responsibility for the implementation of sustainable development.....	177
<b>Barbara Pytko:</b> An integrated model of social responsibility of an organization in its sustainable development.....	190
<b>Adam Skrzypek:</b> CSR as a part of organizational strategy.....	205
<b>Elżbieta Skrzypek:</b> Corporate Social Responsibility – standards and reporting.....	217
<b>Wiesław Urban:</b> Corporate Social Responsibility supported by ISO 9001 system.....	227
<b>Maria Urbaniec:</b> CSR reporting as a business improvement tool.....	242
<b>Katarzyna Wróblewska:</b> RESPECT Index as an incentive to socially responsible investing in Poland.....	251

---

## Part 3. Social responsibility in non-profit organizations

---

<b>Liliana Hawrysz:</b> The role of public sector's organisation in the creation of social responsibility.....	263
<b>Barbara Kryk, Anetta Zielińska:</b> The good practices in the context of responsibility for realization of equality policy and for stimulation of women's business activities.....	276

---

<b>Elżbieta Krodkiewska-Skoczylas, Grażyna Żarlicka:</b> Social responsibility not only in business .....	295
<b>Krystyna Lisiecka:</b> Social responsibility in relations with stakeholders in the health care system.....	308
<b>Agnieszka Piasecka:</b> Social responsibility of universities in the context of the internal quality assurance .....	319
<b>Janusz Reichel:</b> Improving of partnerships between NGOs and enterprises. Initial research results .....	331
<b>Agata Rudnicka:</b> Building the relationships with suppliers in social economy and nongovernmental organisations .....	339
<b>Tadeusz Wawak:</b> Sustainable development of universities in terms of permanent higher education reform.....	357

**Liliana Hawrysz**

Politechnika Opolska

e-mail: liliana.hawrysz@po.opole.pl

---

## **ROLA ORGANIZACJI SEKTORA PUBLICZNEGO W KSZTAŁTOWANIU SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI<sup>1</sup>**

---

**Streszczenie:** Celem artykułu jest zaprezentowanie roli organizacji sektora publicznego w kształtowaniu społecznej odpowiedzialności. Rekomendacje w zakresie społecznej odpowiedzialności w Polsce przygotowane zostały w połowie 2011 roku. W ramach tych rekomendacji wyróżniono trzy priorytetowe obszary. Szczegółowym analizom empirycznym poddano wybrane kryteria jednego z tych obszarów. W artykule wykorzystano wyniki badań zrealizowanych w 220 organizacjach sektora publicznego (102 polskich i 118 europejskich). Podstawą gromadzenia informacji w ramach prowadzonych badań był kwestionariusz ankiety. Na podstawie analiz stwierdzono, że podjęte zostały działania zmierzające do zwiększania odpowiedzialności administracji, jednak ich poziom w porównaniu z podmiotami zagranicznymi jest niski.

**Słowa kluczowe:** społeczna odpowiedzialność, rola organizacji sektora publicznego, sektor publiczny.

DOI: 10.15611/pn.2015.378.20

### **1. Wstęp**

Znaczenie społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw i instytucji publicznych rośnie z roku na rok. Podmioty te dostrzegają istotę społecznej odpowiedzialności oraz korzyści wynikające z faktu społecznego zaangażowania i chcą budować wzajemne zaufanie i transparentne relacje ze środowiskiem wewnętrznym i zewnętrznym. Dzieje się tak, ponieważ relacje te przyczyniają się do ich postrzegania jako odpowiedzialnych partnerów. A pozytywny wizerunek w oczach interesariuszy, szczególnie instytucji publicznych, może prowadzić między innymi np. do stworzenia odpowiedniego klimatu dla inwestowania, rozwijania działalności lub po prostu zamieszkania na danym terenie, ale również, a może przede wszystkim, stworzenia

---

<sup>1</sup> Projekt został sfinansowany ze środków Narodowego Centrum Nauki przyznanych na podstawie decyzji numer DEC-2011/01/B/HS4/04796.

przekonania, że środki przeznaczone na administrację wydatkowane są efektywnie, przy zapewnieniu maksymalizacji korzyści po stronie społeczeństwa.

Na dynamikę rozwoju koncepcji społecznej odpowiedzialności w istotny sposób wpływają inicjatywy realizowane na szczeblu międzynarodowym, tj. ONZ, OECD czy UE, wskazujące na obszary wymagające zaangażowania, celem dostosowania modelu społeczno-gospodarczego do globalnych wyzwań zrównoważonego rozwoju [Hys, Hawrysz 2012; Hys, Hawrysz 2013].

Według normy ISO 26000, opublikowanej przez Międzynarodową Organizację Standaryzacyjną (International Standardization Organization, ISO), w listopadzie 2010 r. społeczna odpowiedzialność to zobowiązanie organizacji do uwzględniania społecznych, etycznych i ekologicznych aspektów w działalności gospodarczej oraz w kontaktach z interesariuszami [ISO 26000 Guidance on social responsibility, 2010]. Oznacza to zachowanie zarówno transparentne, jak i etyczne, przyczyniające się do zrównoważonego rozwoju, zgodne z obowiązującym prawem i spójne z międzynarodowymi normami [Ministry of Foreign Affairs of the Netherlands 2013].

Z analizy literatury przedmiotu wynika, że wyróżnić można trzy zasadnicze sposoby opisywania społecznej odpowiedzialności – jako ramowej wytycznej obejmującej normy dla uczestników rynku, mobilizacji wysiłków na rzecz wspierania rozwoju oraz jako trendu w zarządzaniu organizacjami [Sahlin-Andersson 2006; Mohin 2012].

## 2. Rola społecznej odpowiedzialności w wybranych krajach

Problematykę tę od wielu lat dostrzegają również rządy poszczególnych państw, które angażują się w promocję i wdrażanie założeń koncepcji społecznej odpowiedzialności. Analiza instytucjonalnych modeli promocji społecznej odpowiedzialności w wybranych krajach, wykonana przez CSRinfo na zlecenie Ministerstwa Gospodarki w 2010 r., identyfikuje cztery instytucjonalne modele promocji społecznej odpowiedzialności [*Analiza instytucjonalnych modeli promocji CSR...* 2011]:

1. **Model obserwatora**, charakteryzujący się brakiem lidera odpowiedzialnego za problematykę społecznej odpowiedzialności w administracji państwowej. W modelu tym ciężar promocji koncepcji społecznej odpowiedzialności spoczywa na partnerach społeczno-gospodarczych, dodatkowo brak jest dostatecznej koordynacji podejmowanych działań.

2. **Model patrona**, w którym można zidentyfikować organy administracji rządowej podejmujące inicjatywy na rzecz promocji koncepcji społecznej odpowiedzialności, ale brak jest lidera koordynującego podejmowane działania. Dodatkowo powoływane są ciała doradcze lub instytucje promujące społeczną odpowiedzialność.

3. **Model promotora**, w którym zapewniona jest koordynacja działań rządu w zakresie promocji koncepcji społecznej odpowiedzialności przez instytucję pełniącą funkcję lidera, co określone jest w polityce, dokumencie strategicznym lub planie działań rządu. Ponadto publikowane są wytyczne, standardy i inne formy pozaregulacyjnego wsparcia rozwoju społecznej odpowiedzialności.



4. **Model partnera**, który cechuje obecność głównej instytucji administracji rządowej, koordynującej działania pozostałych resortów, a także ciał doradczych czy centrów promocji społecznej odpowiedzialności. Działania rządowe tworzą jednocześnie ramy dla oddolnych inicjatyw zaangażowanych partnerów społeczno-gospodarczych, co prowadzi do zwiększania spójności działań oraz osiągnięcia efektu synergii. W niniejszym badaniu Polska została zaklasyfikowana do modelu patrona, jednakże powołanie zespołu do spraw społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, a także stopniowe włączanie założeń społecznej odpowiedzialności do opracowywanych dokumentów strategicznych rządu pozwalają na osiąganie bardziej zaawansowanych modeli rozwoju. Priorytetem rządu w promowaniu i wdrażaniu społecznej odpowiedzialności na szczeblu krajowym jest partnerska współpraca na rzecz przezwycięzania społecznych barier rozwojowych oraz poszukiwania nowych źródeł przewag konkurencyjnych zapewniających stabilne podstawy wzrostu umożliwiające realizację aspiracji rozwojowych obecnego i przyszłych pokoleń.

Z dokumentów przygotowanych przez Ministry of Foreign Affairs of the Netherlands oraz World Bank wynika nieco inny model promocji społecznej odpowiedzial-

**Tabela 1.** Modele promocji społecznej odpowiedzialności

	Patron		Promotor			Partner				
	Włochy	Hiszpania	Francja	Niemcy	Szwecja	Wielka Brytania	Dania	Holandia	Belgia	Kanada
Wykorzystywane instrumenty społeczne										
Edukacja	+		+	+	+	+	+	+	+	+
Wsparcie inicjatyw			+	+	+	+	+	+	+	+
Kampanie informacyjne			+	+	+	+	+	+	+	+
Nagrody i konkursy	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Benchmarki								+		
Źródła informacji	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Projekty			+	+	+	+	+	+	+	+
Partnerstwa	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Wykorzystywane instrumenty ekonomiczne										
Zachęty podatkowe			+	+	+	+	+	+	+	+
Dofinansowanie	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Wykorzystywane instrumenty regulacyjne										
Regulacja		+	+	+	+					
Kodeksy postępowania, soft-law	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Certyfikacja, standardy	+		+	+	+	+	+	+	+	+

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [Analiza instytucjonalnych modeli promocji CSR... 2011; Hąbek, Wolniak 2013; Wolniak, Hąbek 2013].

ności, choć jego zasadniczy trzon pozostaje ten sam. Składa się więc również z czterech elementów, ale nie występuje w nim obserwator, a zamiast niego pojawia się postawa forsująca, polegająca na narzucaniu implementacji społecznej odpowiedzialności, na przykład przez odpowiednie ustawodawstwo, regulacje, wytyczne, kontrole, kary prawne albo fiskalne itp. [Ministry of Foreign Affairs of the Netherlands 2013; Ward 2004; Fox, Ward, Forward 2002]. W tabeli 1 zestawiono działania podejmowane przez poszczególne państwa w ramach realizacji przez nie poszczególnych ról promocji społecznej odpowiedzialności przy wykorzystaniu instrumentów społecznych, ekonomicznych i regulacyjnych. Zestawienie to pokazuje istotną różnicę pomiędzy modelem promotora i partnera, polegającą na wyeliminowaniu regulacji z partnerstwa.

W literaturze przedmiotu szczegółowo opisano i zdiagnozowano instytucjonalne modele promocji społecznej odpowiedzialności. Najkorzystniej przedstawiono patronat i partnerstwo, natomiast charakterystyka popierania i forsowania była niejednoznaczna lub negatywna [Ward 2004]. Z raportu przygotowanego przez CSRinfo na zlecenie Ministerstwa Gospodarki wynika jednak, że niektóre rządy oprócz wyznaczania polityk społecznej odpowiedzialności, które wpływają na rynek i aktorów społecznych, stawiają sobie cele odnośnie do własnej działalności. W niemieckim planie jednym z działań rządu jest zakorzenienie koncepcji społecznej odpowiedzialności w instytucjach publicznych. Z kolei w Holandii jednym z zadań rządu jest właśnie dawanie przykładu odpowiedzialnymi praktykami (*government as a role model*). W większości krajów rządy ustanowiły cele dotyczące zrównoważonych/zielonych zamówień publicznych (Francja, Wielka Brytania, Belgia) [*Analiza instytucjonalnych modeli promocji CSR w wybranych krajach...* 2011; Hawrysz 2013].

## 2.1. Społeczna odpowiedzialność w Polsce

Jak już wcześniej wspomniano, rola, jaką wyjściowo bierze na siebie państwo polskie, to rola patrona, połączona ze stopniowym włączaniem założeń społecznej odpowiedzialności do opracowywanych dokumentów strategicznych. W szczególności w zakresie: zwiększania odpowiedzialności administracji państwowej, włączania partnerów społeczno-gospodarczych w debatę o sprawach publicznych, podnoszenia świadomości oraz zwiększania odpowiedzialności uczestników rynku w zakresie szans i korzyści ze stosowania strategii oraz instrumentów społecznej odpowiedzialności, wzmacniania powiązań kooperacyjnych oraz budowania międzysektorowych partnerstw na rzecz społecznej odpowiedzialności. Z analizy *Rekomendacji w zakresie wdrażania społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw w Polsce*, które powstały w 2011 r., oraz planów zespołu ds. CSR na rok 2012 oraz 2013 wynikają trzy priorytety działania: stworzenie zintegrowanego systemu promocji społecznej odpowiedzialności w Polsce, zwiększanie odpowiedzialności administracji oraz podniesienie świadomości i zwiększanie odpowiedzialności uczestników rynku. Z punktu widzenia tematu niniejszego opracowania skoncentrowano się na jednym z nich –

zwiększaniu odpowiedzialności administracji. Według założeń ma ono być realizowane poprzez:

- wdrażanie zasad i standardów społecznej odpowiedzialności w administracji publicznej, w tym uwzględnianie w systemach zarządzania organizacją założeń normy ISO 26000 oraz wytycznych dotyczących raportowania (*Global Reporting Initiative, GRI*),
- szersze uwzględnianie kryteriów środowiskowych i społecznych w procedurach przetargowych zamówień publicznych,
- zwiększanie świadomości oraz wymiana dobrych praktyk wśród zamawiających, wykonawców oraz instytucji kontrolnych,
- podnoszenie świadomości pracowników administracji publicznej w zakresie społecznej odpowiedzialności oraz wyzwań zrównoważonego rozwoju,
- wprowadzenie standardów społecznej odpowiedzialności, w tym zarządzania ryzykiem środowiskowym, społecznym i z zakresu zarządzania (*Environment Social Governance, ESG*) do polityki wyłonionych po uprzedniej analizie przedsiębiorstw państwowych oraz spółek Skarbu Państwa,
- wprowadzenie pytań dotyczących społecznej odpowiedzialności i zrównoważonego rozwoju na egzaminach do rad nadzorczych spółek Skarbu Państwa,
- wzmacnianie dialogu i współpracy administracji państwowej na rzecz promocji założeń koncepcji społecznej odpowiedzialności,
- uwzględnienie założeń koncepcji CSR w działaniach ukierunkowanych na promocję Polski oraz polskich przedsiębiorstw na rynku międzynarodowym [*Rekomendacje w zakresie wdrażania założeń koncepcji Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw w Polsce 2011*].

Cztery pierwsze założenia poddane były szczegółowej analizie empirycznej.

### 3. Wyniki badań

W ramach badań realizowanych w latach 2012-2013 przeanalizowano 220 organizacji sektora publicznego (102 polskich i 118 europejskich) pod kątem czterech pierwszych założeń *Rekomendacji...* w zakresie zwiększania odpowiedzialności administracji. W niniejszym artykule przedstawione są jedynie wybrane fragmenty badań zrealizowanych w celu diagnozy stanu zaawansowania podmiotów sektora publicznego w kształtowaniu społecznej odpowiedzialności z perspektywy horyzontalnej i wertykalnej. Podstawą gromadzenia informacji w ramach prowadzonych badań był kwestionariusz ankiety skierowany do pełnomocników celowo wybranych organizacji sektora publicznego zlokalizowanych przede wszystkim w Europie. Zestawienie odpowiedzi udzielonych przez pełnomocników podmiotów zlokalizowanych w Polsce miało pokazać, czy rozpoczęła się już implementacja założeń rekomendacji, odpowiedzi pełnomocników podmiotów zagranicznych stanowić miały benchmark. Na potrzeby badań przyjęto następujące hipotezy badawcze:

Hipoteza 1. W administracji publicznej rozpoczęto wdrażanie zasad i standardów społecznej odpowiedzialności oraz wytycznych dotyczących raportowania.

Hipoteza 2. Kryteria środowiskowe i społeczne są włączane w procedury przetargowe zamówień publicznych.

Hipoteza 3. Podjęto działania zwiększające świadomość oraz wymianę dobrych praktyk wśród zamawiających, wykonawców oraz instytucji kontrolnych.

Hipoteza 4. Podjęto działania w celu podnoszenia świadomości pracowników administracji publicznej w zakresie społecznej odpowiedzialności oraz wyzwań zrównoważonego rozwoju.

Analizę związków między zmiennymi przeprowadzono za pomocą testu niezależności chi-kwadrat wraz z miarami siły związku (współczynnikiem kontyngencji C, V Cramera). Założono poziom istotności  $\alpha = 0,05$ . Za istotne statystycznie uznawano wyniki, gdy wyliczone prawdopodobieństwo testowe  $p$  spełniało nierówność  $p < 0,05$ .

Uzyskane wyniki zaprezentowano w tab. 2.

**Tabela 2.** Wyniki analiz

	Polska	Zagranica	$\chi^2$	df	p	C	V
1	2	3	4	5	6	7	8
Hipoteza 1	W administracji publicznej rozpoczęto wdrażanie zasad i standardów społecznej odpowiedzialności oraz wytycznych dotyczących raportowania						
organizacja ma ustalone priorytety i cele w zakresie społecznej odpowiedzialności	9,2%	54,24%	44,60	2	0,0000	0,43	0,47
organizacja wdrożyła zalecenia ONZ, UE i OECD dotyczące społecznej odpowiedzialności	5,75%	32,2%	22,03	2	0,00002	0,312	0,33
organizacja wdrożyła standardy ISO 9001, ISO 14001, EMAS lub inne podobne standardy	36,78%	49,15%	9,12	2	0,01046	0,21	0,21
organizacja wdrożyła normę raportowania społecznego	1,15%	5,08%	20,07	2	0,00004	0,30	0,31
Hipoteza 2	Kryteria środowiskowe i społeczne są włączane w procedury przetargowe zamówień publicznych						
organizacja kieruje się kryterium zgodności działania z zasadami społecznej odpowiedzialności przy wyborze dostawców, podwykonawców i partnerów	18,39%	39,83%	11,09	2	0,0391	0,23	0,23
Hipoteza 3	Podjęto działania zwiększające świadomość oraz wymianę dobrych praktyk wśród zamawiających, wykonawców oraz instytucji kontrolnych						

1	2	3	4	5	6	7	8
organizacja prowadzi działania w celu podnoszenia świadomości klientów na temat społecznej odpowiedzialności	8,05%	34,75%	25,03	2	0,0000	0,33	0,35
organizacja regularnie monitoruje zgodność postępowania dostawców oraz partnerów z zasadami społecznej odpowiedzialności	9,2%	33,9%	17,12	2	0,00019	0,28	0,30
Hipoteza 4	Podjęto działania w celu podnoszenia świadomości pracowników administracji publicznej w zakresie społecznej odpowiedzialności oraz wyzwania zrównoważonego rozwoju						
organizacja podnosi świadomość pracowników w zakresie społecznej odpowiedzialności	27,59%	44,07%	6,48	2	0,0648	0,07	0,18

Źródło: opracowanie własne.

Na podstawie uzyskanych analiz można stwierdzić, że w organizacjach sektora publicznego w Polsce rozpoczęły się działania zmierzające do wdrażania zasad i standardów społecznej odpowiedzialności, ale poziom ich zaawansowania jest raczej niski, szczególnie w porównaniu z organizacjami sektora publicznego zlokalizowanymi poza granicami kraju. Niemniej jednak tak postawioną hipotezę należy zweryfikować pozytywnie.

18,39% organizacji sektora publicznego zlokalizowanych w Polsce uwzględnia w procedurach przetargowych zamówień publicznych kryteria środowiskowe i społeczne, przy czym organizacji tych jest o ponad połowę mniej niż zagranicznych. Hipoteza 2 również została zweryfikowana pozytywnie.

8,05% organizacji polskich podjęło działania w celu podnoszenia świadomości klientów na temat społecznej odpowiedzialności, natomiast 9,02% regularnie monitoruje zgodność postępowania dostawców oraz partnerów z zasadami społecznej odpowiedzialności. Jest to trzykrotnie mniejsza aktywność niż w podmiotach zagranicznych. Hipoteza 3 również została zweryfikowana pozytywnie.

27,59% polskich organizacji podjęło działania zmierzające do podniesienia świadomości pracowników w zakresie społecznej odpowiedzialności. Hipoteza 4 została zweryfikowana pozytywnie.

#### 4. Zakończenie

23 maja 2011 roku przygotowane zostały rekomendacje w zakresie społecznej odpowiedzialności w Polsce. W ramach tych rekomendacji wyróżniono trzy priorytetowe obszary. Szczegółowym analizom poddano wybrane kryteria jednego z tych obszarów. Z uwagi na krótki czas pomiędzy przygotowaniem rekomendacji a realizacją

badania sformułowano hipotezy, które miały potwierdzić rozpoczęcie aktywności w każdym z wybranych obszarów lub mu zaprzeczyć. Na podstawie analiz stwierdzono, że podjęte zostały działania zmierzające do zwiększania odpowiedzialności administracji, jednak ich poziom w porównaniu z podmiotami zagranicznymi jest niski, szczególnie co do posiadania ustalonych priorytetów i celów w zakresie społecznej odpowiedzialności. Rola, jaką wzięło na siebie państwo polskie w budowaniu społecznej odpowiedzialności, miała wiązać się przede wszystkim ze zwiększaniem odpowiedzialności administracji państwowej oraz włączaniem partnerów społeczno-gospodarczych w debatę o sprawach publicznych. Ale również z podniesieniem świadomości, zwiększeniem odpowiedzialności uczestników rynku w zakresie szans i korzyści ze stosowania strategii oraz instrumentów społecznej odpowiedzialności, a także wzmacnianiem powiązań kooperacyjnych oraz budowaniem międzysektorowych partnerstw na rzecz społecznej odpowiedzialności. Nie wszystkie te działania zostały podjęte. Nawet jeśli poczyniono próby ich podjęcia, stan ich zaawansowania nie jest duży.

## Literatura

- Analiza instytucjonalnych modeli promocji CSR w wybranych krajach*, analiza przygotowana przez CSRinfo na zlecenie Ministerstwa Gospodarki, 2011.
- CSR. Społeczna Odpowiedzialność biznesu w Polsce*, Krajowy Program Reform, Europa 2020, Ministerstwo Gospodarki.
- Fox T., Ward H., Forward B., 2002, *Public sector roles in strengthening corporate social responsibility: a baseline study*, Corporate Responsibility for Environment and Development Program International Institute for Environment and Development (IIED), World Bank.
- Hawrysz L., 2013, *Patronage vs. implementation of the Corporate Social Responsibility (CSR) concept in the public sector*, ARSA – Proceedings in ARSA – Advanced Research in Scientific Areas, vol. 1, issue 1, s. 184-187.
- Hąbek P., Wolniak R., 2013, *European Union regulatory requirements relating to sustainability reporting. The case of Sweden*, Scientific Journals, Maritime University of Szczecin, 2013, vol. 34(106), s. 40-47.
- Hys K., Hawrysz L., 2012, *Corporate Social Responsibility reporting*, China-USA Business Review, no. 11, s. 1515-1524.
- Hys K., Hawrysz L., 2013, *CSR in Poland as a important foundations of modern societies*, Management Study, no. 1, s. 27-33.
- Hys K., Hawrysz L., 2013, *CSR versus PR analysis of leading variables*, Polityki Europejskie, Finanse i Marketing, ZNPO, FiM, SGGW, no. 9(58), s. 209-219.
- ISO 26000, Guidance on social responsibility, 2010.
- Ministry of Foreign Affairs of the Netherlands, 2013, *Corporate Social Responsibility: the role of public policy*, Policy and Operations Evaluation Department (IOB) Study, no. 377, s. 11.
- Mohin T., 2012, *The Top 10 trends in CSR for 2012*, Forbes Leadership Forum, downloaded on 12-11-2013 from the World Wide Web: <http://www.forbes.com/sites/forbesleadershipforum/2012/01/18/the-top-10-trends-in-csr-for-2012/>.
- Rekomendacje w zakresie wdrażania założeń koncepcji Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw w Polsce, Ministerstwo Gospodarki, Warszawa, 23 maja 2011.

- Sahlin-Andersson K., 2006, *Corporate Social Responsibility: a trend and a movement, but of what and for what?* Corporate Governance, vol. 6, no. 5, s. 595-608.
- Ward H., 2004, *Public sector roles in strengthening corporate social responsibility: taking stock*, Corporate Social Responsibility Practice of the World Bank Group, World Bank, s. 5.
- Wolniak R., Hąbek P., 2013, *CSR Reporting in France and the Netherlands. The case of Sweden*, Scientific Journals, Maritime University of Szczecin, vol. 34(106), s. 91-96.

## THE ROLE OF PUBLIC SECTOR'S ORGANISATION IN THE CREATION OF SOCIAL RESPONSIBILITY

**Summary:** The aim of the article is to present the role of public sector's organisation in Corporate Social Responsibility both, from horizontal and vertical perspective; therefore, from the point of view of these organisations' impact on the social-economic reality as well as from the point of view of a participant of this reality. Recommendations within social responsibility in Poland were prepared in the middle of the year 2011. Three priority areas were distinguished within these recommendations. Selected criteria of one of these areas were subjected to detailed analyses. In the article there were used findings realized in 220 organizations of the public sector (102 Polish and 118 European). The questionnaire to plenipotentiaries of intentionally chosen organizations of the public sector was a base of the collection of information within the framework of the research. On the grounds of these analyses, it is stated that activities aimed at increasing administration's responsibility have been undertaken, however, their level is low in comparison with foreign entities. Public sector organisations in Poland fully realise neither the role of a patron, nor the one of a benchmark in social responsibility.

**Keywords:** social responsibility, the role of public sector.