



**Studia i Materiały. Miscellanea Oeconomicae**  
Rok 21, Nr 3/2017, tom I  
Wydział Prawa, Administracji i Zarządzania  
Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach

**Pomiar jakości życia w układach regionalnych i krajowych.  
Dylematy i wyzwania**

**Katarzyna Kiliańska<sup>1</sup>**

## **DZIAŁALNOŚĆ SPOŁECZNIE ODPOWIEDZIALNYCH PRZEDSIĘBIORSTW JAKO CZYNNIK WSPIERAJĄCY POPRAWĘ JAKOŚCI ŻYCIA SPOŁECZEŃSTWA**

**Streszczenie:** Zdefiniowanie jakości życia do dziś nastęrcza wiele trudności. Pojęcie to było i jest różnie interpretowane przez naukowców. Jakość życia odnosi się do faktu zaspokojenia potrzeb ludzi. Na podstawie krytycznego przeglądu literatury postawiona została główna teza przyjęta w artykule: działalność społecznie odpowiedzialnych przedsiębiorstw przekłada się na jakość życia społeczeństwa. Artykuł ma na celu wyjaśnienie w jaki sposób społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw przyczynia się do poprawy jakości życia społeczeństwa. W artykule przedstawiono konkretne działania powodujące podniesienie jakości życia społeczeństwa.

**Słowa kluczowe:** społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw, jakość życia, społeczeństwo

### **Wstęp**

Zagadnienie społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw jest przedmiotem zainteresowania zarówno teoretyków, jak i praktyków. Dla jednych jest podstawą rozważań naukowych, dla drugich szansą na zwrócenie uwagi interesariuszy, czy poprawę pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstw. Koncepcją tą interesuje się również szeroko rozumiane społeczeństwo, upatrując w niej szans na poprawę jakości swego życia oraz zaangażowania przedsiębiorstw w rozwiązywanie problemów społecznych.

Celem artykułu jest zwrócenie uwagi na fakt, iż realizacja założeń społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw ma realny wpływ na jakość życia społeczeństwa. Autorka stawia następujące pytania poznawcze: jakie warunki muszą zostać spełnione, by społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw powodowała podniesienie jakości życia społeczeństwa? Czy każde działanie w ramach koncepcji społecznej

---

<sup>1</sup> Mgr Katarzyna Kiliańska, Politechnika Świętokrzyska w Kielcach.

odpowiedzialności przedsiębiorstw wpływa pozytywnie na jakość życia społeczeństwa? Czy wpływ tych działań jest bezpośredni? W celu odpowiedzi na powyższe pytania przeprowadzono analizę literatury przedmiotu. W artykule wskazano także przykładowe działania mieszczące się w ramach koncepcji społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, które pośrednio lub bezpośrednio wpływają na poprawę jakości życia społeczeństwa.

### **Jakość życia – podstawy teoretyczne**

Na przestrzeni lat problematyka związana z jakością życia wzbudza coraz większe zainteresowanie przedstawicieli różnych dziedzin nauki, przez co przenika do nauk ekonomicznych, medycznych, teologicznych, o zarządzaniu, fizyki, statystyki i innych. Wymusza to traktowanie tego terminu jako interdyscyplinarnego. Przegląd literatury pozwala potwierdzić, że jakość życia jest pojęciem wielowymiarowym (filozoficzny, medyczny, społeczny, kulturowy, ekonomiczny) i rozumianym odmiennie w zależności od kontekstu w którym jest rozpatrywane. Można również zauważyć, że ambicją przedstawicieli niemal każdej dziedziny nauki jest stworzenie własnej definicji jakości życia. Jedną z definicji głosi, iż jakość życia to poczucie satysfakcji jednostek lub grup społecznych, wynikające ze świadomości zaspokojenia własnych potrzeb oraz postrzegania możliwości osiągnięcia pełni rozwoju jednostkowego i społecznego<sup>2</sup>. Do jednych z najbardziej uniwersalnych definicji jakości życia można zaliczyć tę, którą prezentuje Światowa Organizacja Zdrowia (WHO)<sup>3</sup>, zgodnie z którą jakość życia to postrzeganie przez jednostkę własnej sytuacji życiowej w kontekście uwarunkowań kulturowych i systemu wartości, w których żyje oraz w powiązaniu z jej celami, oczekiwaniami, standardami oraz zainteresowaniami.

Jakość życia jest celem nadrzędnym wszelkich indywidualnych działań w skali zbiorowej każdej społeczności lokalnej, regionalnej, czy globalnej. Fundamentalne znaczenie jakości życia przejawia się w strategiach rozwoju budowanej na różnych poziomach, ukierunkowanych na jakość życia mieszkańców określonego obszaru. Żeby dokładniej przedstawić czym jest jakość życia, poniżej zostaną przedstawione jej modele.

Jeden z modeli jakości życia zaprezentował B. Lindstrom, który wyróżnił cztery sfery ludzkiej egzystencji<sup>4</sup>:

- globalną – nawiązującą do ekologicznych, społecznych i politycznych źródeł np. prawa człowieka, kultura, polityka dobrobytu,
- zewnętrzną – odnoszącą się do wątków społecznych i ekonomicznych, obejmującą pracę, dochody i mieszkanie,
- międzyludzką – czerpiącą swe źródła ze stosunków z innymi i wsparciu, zawierającą rodzinę, przyjaciół i szerokie społeczne wsparcie,

<sup>2</sup> A. Michalak, K. Krawczyk, R. Bocian, J. Okraszewski, *Jakość życia*. „Ginekologia Praktyczna” 2009, nr 2, s. 33-37.

<sup>3</sup> J. Lewko, E. Krajewska- Kułak, *Wielowymiarowa ocena jakości życia chorych na cukrzycę*, Polski Merkuriusz Lekarski 2010 nr 28, s. 486-489.

<sup>4</sup> A. Lewicka, A. Bujnowska, *Jakość życia a niepełnosprawność*, UMCS, Lublin 2006, s. 149-158.

– osobistą – to fizyczne, umysłowe i duchowe aspekty rozwoju jednostki.

Do określenia jakości życia najczęściej wykorzystuje się ocenę subiektywnej jakości życia, którą należy rozumieć jako zbiór ocen faktów jakościowych (stopnia zadowolenia z różnych form zaspokajania potrzeb człowieka) charakteryzujących różne aspekty życia człowieka jak<sup>5</sup>: ogólna ocena życia fizycznego; ocena zadowolenia z poszczególnych dziedzin i aspektów życia fizycznego, ogólna ocena dobrobytu; ogólna ocena dobrostanu psychicznego; ogólna ocena dobrostanu duchowego; ocena postaw i zachowań społecznych, w tym tzw. kapitału społecznego; ocena swojej sytuacji na rynku pracy i kariery zawodowej. Zatem subiektywną jakość życia można rozumieć jako ocenę poziomu zadowolenia z poszczególnych sfer życia człowieka, a rozpatrywać w odniesieniu do jednostki, jak również do społeczeństwa. Każdy subiektywnie określa poziom jakości własnego życia, a ocena ta jest uzależniona w dużej mierze od doświadczenia danego człowieka<sup>6</sup>. Zestawienie różnego rodzaju wyników badania stanowi cenne źródło informacji na temat tego jak Polacy postrzegają własną jakość życia, z których jej elementów są zadowoleni, a z których nie<sup>7</sup>. Dla przedsiębiorstw społecznie odpowiedzialnych wyniki takich badań mogą stanowić inspirację do podjęcia działań w zakresie poprawy jakości życia społeczeństwa przez oddziaływanie na konkretny jej element.

### **Koncepcja społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw**

U podstaw koncepcji społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw (SOP)<sup>8</sup> leży przekonanie, iż podmioty gospodarcze nie są samowystarczalne, a wręcz przeciwnie – do istnienia potrzebują nawiązywania różnego rodzaju relacji z innymi podmiotami jak klientami, dostawcami, sojusznikami strategicznymi, konkurentami, czy chociażby podmiotami powołanymi do tego, by regulować ich działalność. Przedsiębiorstwa nie mogą odciąć się od tych relacji, ponieważ to od ich jakości zależy, czy osiągną sukces rynkowy, czy porażkę. Co więcej, społeczna akceptacja przedmiotu działalności przedsiębiorstw oraz sposobu ich działania w dużej mierze determinuje ich istnienie. Kiedy akceptacji społecznej zabraknie, zabraknie również klientów, którzy są niezbędni do tego, by przedsiębiorstwa mogły sprzedać oferowane produkty i wygenerować zysk pozwalający na dalszą działalność i rozwój. Wszystko to wymusza na przedsiębiorstwach konieczność współistnienia i kooperowania z szerokim gronem interesariuszy, dbania o to, by relacje występujące między nimi były pozytywne, a z drugiej strony pozwala na wspólne rozwiązywanie pojawiających się problemów, które ich dotyczą.

Na gruncie różnych nauk prowadzone są ożywione dyskusje na temat tego, którą definicję uznać za najpełniej oddającą istotę SOP. Dotychczas niestety nie

---

<sup>5</sup> J. Czapiński, T. Panek, *Diagnoza społeczna. Warunki i jakość życia Polaków*, Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania, Warszawa 2007, s. 13.

<sup>6</sup> M. Petelewicz, T. Drabowicz, *Jakość życia – globalnie i lokalnie. Pomiar i wizualizacja*, UŁ, Łódź 2016, s. 12.

<sup>7</sup> Zob. Główny Urząd Statystyczny, *Jakość życia w Polsce w 2015 r. Wyniki Badania Spójności Społecznej*, Warszawa 2017, s. 196.

<sup>8</sup> Angielski odpowiednik pojęcia to Corporate Social Responsibility (CSR).

określono takiej, która odzwierciedlałaby wszystkie aspekty tej koncepcji. Według B. Kos SOP jest procesem, w ramach którego przedsiębiorstwa zarządzają swoimi relacjami z różnorodnymi grupami społecznymi, które mogą mieć faktyczny wpływ na sukces w działalności gospodarczej<sup>9</sup>. Jednak aby działania podejmowane wobec konkretnych interesariuszy niosły ze sobą korzyści powinny być oparte na dialogu, najlepiej w ujęciu strategicznym. Inna definicja głosi, że SOP to odpowiedzialność przedsiębiorstwa za wpływ jego decyzji i działań (produkty, serwis, procesy) na społeczeństwo i środowisko, przez przejrzyste i etyczne zachowanie, które: przyczynia się do zrównoważonego rozwoju, zdrowia i dobrobytu społeczeństwa; bierze pod uwagę oczekiwania interesariuszy; jest zgodne z obowiązującym prawem i spójne z międzynarodowymi normami zachowania; jest zintegrowane z działaniami przedsiębiorstwa i praktykowane w relacjach, które dotyczą działań przedsiębiorstwa podejmowanych w obrębie jego sfery oddziaływań<sup>10</sup>. Światowa Rada Biznesu na Rzecz Zrównoważonego Rozwoju (WBCSD) definiuje natomiast SOP jako ciągle zobowiązanie biznesu do etycznego zachowania oraz przyczyniania się do zrównoważonego rozwoju gospodarczego przez poprawę jakości życia pracowników i ich rodzin, jak również lokalnej społeczności i społeczeństwa jako całości<sup>11</sup>. Realizacja SOP jest wyrazem podejmowania działań mających na celu budowanie pozytywnych relacji z interesariuszami, wspieranie ich w rozwiązywaniu różnego rodzaju problemów. Podkreślenia wymaga fakt, iż SOP nie jest koncepcją, którą przedsiębiorstwa wdrażają w oparciu o zapisy prawne jak ustawy, czy rozporządzenia. Nie istnieją jak dotąd żadne regulacje, które wymagają i egzekwują od przedsiębiorstw podejmowania działań wpisujących się w koncepcję SOP. Jednak podstawą każdego działania wpisującego się w koncepcję SOP musi być jego zgodność z przepisami prawa, co obrazuje m.in. piramida obowiązków przedsiębiorstwa społecznie odpowiedzialnego opracowana przez A. B. Carroll'a<sup>12</sup>.

W literaturze przedmiotu duży nacisk kładzie się na procesowe ujęcie SOP. Naukowcy zajmujący się tematyką SOP podkreślają, iż społeczna odpowiedzialność to nie jednorazowe działanie, a przemyślany zespół działań. Najlepiej, jeśli działania w ramach omawianej koncepcji są podejmowane na podstawie stworzonej wcześniej strategii. Wówczas mają one większą szansę na przyniesienie obustronnych korzyści: zarówno dla podmiotu realizującego konkretne inicjatywy społecznie odpowiedzialne, jak i dla interesariuszy, do których inicjatywa jest skierowana. Obecnie stosunkowo niewielki odsetek przedsiębiorstw podejmuje trud bycia podmiotem społecznie odpowiedzialnym, jednak na przestrzeni lat obserwować można

---

<sup>9</sup> B. Kos, *Przesłanki społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, [w:] *Społeczna odpowiedzialność – aspekty teoretyczne i praktyczne*, G. Polok (red.), UE, Katowice 2011, s. 76.

<sup>10</sup> *Broszura informacyjna Odkrywając ISO 26000*, [http://www.pkn.pl/sites/default/files/discovering\\_iso\\_26000.pdf](http://www.pkn.pl/sites/default/files/discovering_iso_26000.pdf), (21.03.2017).

<sup>11</sup> M. Popowska, *CSR a zarządzanie wiekiem w przedsiębiorstwie*, [w:] *Przedsiębiorstwo we współczesnej gospodarce – teoria i praktyka*, J. Wasilczuk (red.), Politechnika Gdańska 2012, s. 29.

<sup>12</sup> P. Dziekański, S. Wodyński, K. Kiliańska., *Idea biznesu społecznie odpowiedzialnego a rozwój regionu*, [w:] *Wybrane aspekty konkurencyjności samorządu terytorialnego*, P. Dziekański (red.), Stowarzyszenie Nauka Edukacja Rozwój, Ostrowiec Świętokrzyski 2011, s. 458.

wzrost zainteresowania tą tematyką. Można przypuszczać, że w przyszłości coraz większa liczba przedsiębiorstw będzie angażować swoje zasoby w realizację koncepcji społecznej odpowiedzialności, ponieważ z jednej strony rosną oczekiwania interesariuszy w tym zakresie, a z drugiej strony niesie to ze sobą wiele wymiernych korzyści dla przedsiębiorstwa. Do najważniejszych z nich zaliczyć można z pewnością: kształtowanie się kultury organizacyjnej w której fundamentem jest zaufanie, wzbudzanie większego zaufania i lojalności wśród klientów i inwestorów, wzrost zainteresowania produktami przedsiębiorstwa społecznie odpowiedzialnego oraz kreowanie pozytywnego wizerunku przedsiębiorstwa. Ponadto angażowanie się przedsiębiorstwa w życie społeczności lokalnej, podejmowanie długofalowych inwestycji społecznych ułatwia sprawne i bezkonfliktowe funkcjonowanie w otoczeniu, ułatwia pozyskanie przychylności/akceptacji społecznej, co nie pozostaje bez znaczenia w budowaniu stabilnej pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa.

Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw jest zagadnieniem nieustannie zmieniającym się i obejmującym wiele różnorodnych inicjatyw. Wobec tego działania wpisujące się z koncepcją SOP są tak różnorodne, jak heterogeniczne są potrzeby interesariuszy. Co więcej, biorąc pod uwagę jednego, konkretnego interesariusza można zauważyć, że jego potrzeby i oczekiwania ulegają modyfikacjom w czasie. Fakt ten dodatkowo utrudnia sklasyfikowanie wszystkich działań w ramach SOP i sprawia, że katalog działań nigdy nie jest pełny i kompletny. Niemniej jednak można wskazać działania, które z pewnością wpisują się w SOP (pamiętając o założeniu, że są podejmowane bez naruszania przepisów obowiązującego prawa). Do zasad jakimi kierują się przedsiębiorstwa podejmując działania w ramach SOP zaliczyć należy przede wszystkim: uczciwość i przejrzystość działań, ułatwienie dostępu do informacji nt. działalności przedsiębiorstwa, które interesują szeroko rozumiane otoczenie, współpracę z podmiotami trzeciego sektora, wolontariat pracowniczy, godne traktowanie i wynagradzanie pracowników, sponsorowanie imprez kulturalnych, podejmowanie działań na rzecz minimalizowania negatywnego wpływu działalności przedsiębiorstwa na środowisko naturalne, a także angażowanie się w rozwiązywanie problemów społecznych oraz poprawę jakości życia społeczeństwa (w dalszej części opracowania szczególna uwaga zostanie poświęcona ostatnim dwóm ostatnim zagadnieniom, zostaną również przedstawione przykładowe działania w ramach koncepcji w odniesieniu do społeczeństwa).

Konkludując można stwierdzić, iż społecznie odpowiedzialne przedsiębiorstwa oddziałując na otoczenie w wymiarze społecznym, ekologicznym oraz etycznym w swojej codziennej działalności powinny uwzględniać potrzeby interesariuszy i dążyć do ich zaspokojenia w celu poprawy jakości życia społeczeństwa, poprawy stanu środowiska naturalnego, czy rozwiązywania problemów pozostałych interesariuszy. Działania odpowiedzialne społecznie powinny być swego rodzaju wypadkową potrzeb interesariuszy oraz korzyści jakie może dzięki ich podjęciu osiągnąć przedsiębiorstwo.

### **Spoleczeństwo jako interesariusz społecznie odpowiedzialnego przedsiębiorstwa**

Od przedsiębiorstw zawsze oczekiwano tego, iż będzie brało odpowiedzialność za to jak traktuje podmioty, z którymi współpracują lub konkurują. Oczywiście kilkadziesiąt lat temu odpowiedzialność ta dotyczyła przede wszystkim interesariuszy wewnętrznych, czyli pracowników i ograniczała się do przestrzegania przepisów kodeksu pracy. Pracownicza grupa interesariuszy miała największy wpływ na to jak działa przedsiębiorstwo, wobec czego jej oczekiwania były w pierwszej kolejności brane pod uwagę przez osoby zarządzające danym podmiotem gospodarczym. Z czasem zaczęto oczekiwać od przedsiębiorstw brania odpowiedzialności również za społeczeństwo, środowisko naturalne, a także za skutki oddziaływania na innych interesariuszy (np. dostawców, media). Można zauważyć, iż wraz ze zwiększającymi się oczekiwaniami interesariuszy, rośnie liczba dobrowolnie podejmowanych przez przedsiębiorstwa działań wychodzących poza zapisy ustawowe, mających na celu ograniczenie negatywnego wpływu na poszczególnych interesariuszy. Działania te bardzo często ukierunkowane są na poprawę jakości życia społeczeństwa.

Spoleczeństwo należy rozumieć jako zbiór jednostek charakteryzującymi się indywidualnymi cechami, pomiędzy którymi występują zależności i interakcje mające na celu zaspokojenie potrzeb jednostek oraz realizacji celów grupowych. Społeczność obejmuje określoną przestrzeń geograficzną<sup>13</sup>. Z przytoczonej definicji wynikają pewne implikacje dla realizacji koncepcji SOP. Otóż społeczeństwo jest jednym z najbardziej wewnętrznie niejednorodnych interesariuszy, bowiem składa się na nie wiele elementów, a dokładniej ról społecznych, struktury społecznej i ludzi różniących się takimi cechami jak: płeć, wiek, zainteresowania, szeroko rozumiane potrzeby, sytuacja finansowa, sytuacja zawodowa, czy chociażby stopień sprawności fizycznej i intelektualnej. Co więcej, społeczeństwo można rozpatrywać w różnych wymiarach. Można wyróżnić społeczność lokalną, zamieszkującą niewielki obszar np. osiedle lub wieś; regionalną, zamieszkującą w określonej jednostce terytorialnej jak gmina, czy województwo; społeczność globalną obejmującą wszystkich ludzi mających różne, ale i wspólne cele i interesy.

Nie ulega wątpliwości to, że społeczeństwo jest jednym z tych interesariuszy, z którym liczyć musi się każde przedsiębiorstwo bez względu na profil działalności, czy branżę. Każde przedsiębiorstwo działa w określonym otoczeniu, którego elementem są społeczności. Z uwagi na mnogość podejść do określania zasięgu geograficznego społeczności, najczęściej przedsiębiorstwa odpowiedzialne społecznie skupiają swą uwagę na społecznościach rozpatrywanych jako lokalne. Wynika to z tego, iż najłatwiej rozpoznać potrzeby najbliższego przedsiębiorstwu społeczeństwa by następnie starać się je zaspokoić. Po drugie, przedsiębiorstwa najszybciej mogą czerpać korzyści z tego, że przyczyniły się do poprawy jakości życia społeczności lokalnej, u której kształtuje się pozytywny wizerunek tego przedsiębiorstwa. Dążenie do poprawy jakości życia jest jedną z najważniejszych potrzeb społeczeń-

---

<sup>13</sup> B. Mikołajewska, *Zjawisko wspólnoty (wybór tekstów)*, The Lintons Video Press, New Haven 1999, s. 15-21.

stwa. W kategorii jakości życia mieści się wiele elementów, co pozwala przedsiębiorstwom na podejmowanie różnorodnych inicjatyw ukierunkowanych na poprawę wybranych z nich, by w konsekwencji spowodować podniesienie ogólnego poziomu jakości życia społeczeństwa.

Działania w ramach koncepcji społecznej odpowiedzialności polegają na wsłuchaniu się w potrzeby interesariuszy, reagowaniu na nie przez podejmowanie konkretnych działań mających na celu zaspokojenie tych potrzeb. Można więc wysnuć wniosek, że każda aktywność podmiotów gospodarczych w ramach SOP dąży do poprawy jakości życia tych interesariuszy, do których adresowana jest dana inicjatywa. Oczywiście siła tego wpływu nie jest jednakowa dla wszystkich działań i trudno jednoznacznie ją określić w taki sposób, by była uniwersalna i adekwatna dla wszystkich podejmowanych przez przedsiębiorstwa inicjatyw. Niemniej jednak można stwierdzić, że każda inicjatywa społecznie odpowiedzialna ma mniejsze lub większe odzwierciedlenie w podniesieniu poziomu jakości życia społeczeństwa. Wiele przedsiębiorstw w ramach społecznej odpowiedzialności podejmuje działania wpływające na poprawę jakości życia społeczności ujmowanej jako całość lub wybranych grup społecznych. Do działań wpływających na poprawę jakości życia całego społeczeństwa można zaliczyć wprowadzenie ułatwień dla osób niepełnosprawnych w dostępie do korzystania przez nie z oferty produktowej oraz usługowej danego przedsiębiorstwa. Przykładem działań podnoszących jakość życia wybranej grupy społecznej są między innymi inicjatywy mające na celu ułatwienie zdobycia zatrudnienia osobom starszym, budowanie placów zabaw dla dzieci, czy pomoc w odrabianiu prac domowych wychowankom domów dziecka<sup>14</sup>.

Z pewnością można stwierdzić, że koncepcja społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw jest jednym z czynników wpływających na podniesienie jakości życia społeczeństwa. Działania, w których przedsiębiorstwa dobrowolnie nawiązują współpracę z interesariuszami, uwzględniają ich oczekiwania przyczyniają się do rozwoju społecznego i gospodarczego. Jednak czy w każdych warunkach realizacja założeń koncepcji SOP przyczynia się do poprawy jakości życia grupy docelowej podejmowanych przez przedsiębiorstwa działań? Aby widoczne były pozytywne konsekwencje aktywności przedsiębiorstw w obszarze społecznej odpowiedzialności, konieczne jest spełnienie kilku warunków. Po pierwsze, realizacja celu jakim jest podniesienie jakości życia społeczeństwa wymaga od przedsiębiorstw tego, by chciały zaangażować się w spełnianie różnorodnych oczekiwań społeczeństwa. Wymaga to od przedsiębiorstw czasu na nawiązanie ze społeczeństwem relacji oraz poświęcenia części własnych zasobów na zaspokojenie potrzeb tego interesariusza. Po drugie, poprawa jakości życia społeczeństwa jest możliwa tylko wtedy, kiedy przedsiębiorstwo prawidłowo zidentyfikuje potrzeby społeczeństwa. Wobec tego działania w ramach SOP muszą być ukierunkowane na zaspokojenie konkretnych i faktycznie odczuwanych przez społeczeństwo potrzeb. Po trzecie, poprawa jakości życia społeczeństwa jest możliwa wówczas, gdy chce ono skorzystać z udogodnień

---

<sup>14</sup> Szeroki zbiór działań w ramach SOP zawierają raporty „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki” publikowane przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu.

oferowanych przez przedsiębiorstwo. Nawet jeśli podmioty gospodarcze stworzą szeroki wachlarz udogodnień, możliwości pomocy w rozwiązywaniu problemów społecznych z których nikt nie będzie chciał skorzystać, działania te nie wywrą żadnego wpływu na poziom jakości życia społeczności. Inicjatywa i chęć nawiązania relacji musi wychodzić od obu stron, by działania w ramach SOP były skuteczne. Dlatego też uważa się, iż podstawą SOP jest dialog między przedsiębiorstwem, a otoczeniem, który wymaga zaangażowania obu stron.

### **Działania społecznie odpowiedzialnych przedsiębiorstw mające wpływ na poziom jakości życia społeczeństwa**

W tej części opracowania szczególna uwaga zostanie zwrócona na to jak SOP przekłada się na poprawę jakości życia społeczeństwa. Jak zostało wspomniane wcześniej, działania w ramach SOP, mające odzwierciedlenie w poprawie jakości życia społeczeństwa są tak różnorodne, że nie sposób wskazać ich wszystkich. Dlatego poniżej zostaną wskazane obszary, w których przedsiębiorstwa mogą upatrywać możliwości praktykowania odpowiedzialności społecznej przy jednoczesnej poprawie jakości życia społeczeństwa.

Przedsiębiorstwa przede wszystkim powinny w swojej codziennej działalności uwzględniać prawa członków społeczności do podejmowania decyzji ich dotyczących, akceptować cechy charakterystyczne społeczności jak kultura, religia, zwyczaje, tradycja i historia. Przedsiębiorstwa w ramach SOP mogą rozwijać nowoczesne technologie, które pomogą rozwiązać problemy społeczne, a także eliminować negatywny wpływ procesów pracy, produktów i usług na społeczeństwo<sup>15</sup>. Przedsiębiorstwa mogą również podejmować się inwestycji społecznych dotyczących tworzenia bogactwa i dochodu społeczeństwa przez wspieranie lokalnych inicjatyw społecznych, szerzenie i ułatwianie dostępu do edukacji i programów rozwijania kompetencji, promowanie i ochrony kultury i sztuki oraz dostarczanie i/lub upowszechnianie usług zdrowotnych dla społeczności. Działania dzięki którym przedsiębiorstwa mogą wnieść wkład w poprawę jakości życia społeczeństwa obejmują również tworzenie miejsc pracy przez rozszerzanie i dywersyfikację działalności gospodarczej, instytucjonalne wzmocnienie społeczności przez pobudzenie powstawania relacji między społeczeństwem, a instytucjami funkcjonującymi w ich otoczeniu<sup>16</sup>. Przedsiębiorstwa dążąc do poprawy jakości życia społeczeństwa mogą wykazać się postawą obywatelską i dbać o otoczenie swoich siedzib, angażując się w działania na rzecz rozwoju infrastruktury, czy zapobiegając zagrożeniom dla zdrowia i bezpieczeństwa<sup>17</sup> przez dbanie o najbliższe otoczenie siedzib w tak prosty sposób jak chociażby odśnieżanie zimą miejsc z których korzystają pracownicy,

---

<sup>15</sup> G. Bartkowiak, *Spoleczna odpowiedzialność biznesu w aspekcie teoretycznym i empirycznym*, Difin, Warszawa 2011, s. 77.

<sup>16</sup> J. Przywojska, *Samorządowa polityka społeczna. Wyzwania i działania*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2015, s. 11.

<sup>17</sup> M. Panek-Owsiańska, *Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej*, Wiadomości PKN 2012, s. 10.



klienci i przechodnie, czy zapewnienie dostępu do niewymaganych prawem usług medycznych pracownikom i społeczeństwu. Przejawem SOP są również wszelkiego rodzaju kampanie społeczne podkreślające ważny temat lub problem np. bezpieczeństwo poruszania się na drodze, konieczność uprawiania aktywności fizycznej i zbalansowanego odżywiania się, czy profilaktycznego badania stanu swojego zdrowia. Co więcej te podmioty, które mają dobrą kondycję finansową mogą przeznaczać określony procent generowanych zysków na realizację działań charytatywno-filantropijnych skierowanych na rozwiązywanie konkretnych problemów społecznych przy wykorzystaniu zaawansowanych narzędzi i poprzez wyspecjalizowany personel<sup>18</sup>. Jeżeli przedsiębiorstwo odpowiedzialne społecznie nie dysponuje niezbędnymi narzędziami i/lub personelem, może rozważyć przeznaczenie określonych środków finansowych na wsparcie organizacji pozarządowych powołanych do wspierania rozwiązywania problemów z jakimi boryka się dane społeczeństwo. Podmioty gospodarcze w ramach SOP nie muszą samodzielnie podejmować się rozwiązania problemów społecznych – mogą tylko (a może aż?) nagłośnić problem, zwiększyć tym samym świadomość społeczeństwa i mobilizować do podjęcia działań mających na celu minimalizowanie negatywnego wpływu tych problemów na jakość życia jednostek w społeczeństwie.

Wyrazem zaangażowania przedsiębiorstw w proces podnoszenia poziomu jakości życia społeczeństwa jest również wdrażanie w praktykę koncepcji marketingu odpowiedzialnego społecznie, kierującego się zasadami dotyczącymi przekazywania społeczeństwu rzetelnych i kompleksowych informacji o oferowanych produktach i usługach; powstrzymania się od emitowania wulgarnych lub szokujących przekazów marketingowych; dbałości o środowisko przyrodnicze<sup>19</sup>.

Ważną kwestią jest to, że niektóre z działań wpisujących się w idee SOP oddziałują na jakość życia społeczeństwa w sposób bezpośredni, a inne pośrednio powodują jej poprawę. Przykładem bezpośredniego oddziaływania może być prowadzenie przez pracowników przedsiębiorstwa programów edukacyjnych dla młodzieży, czy realizacja konkretnych przedsięwzięć w ramach wolontariatu pracowniczego. Koncepcja SOP polega między innymi na mobilizowaniu, wspieraniu wybranych grup społecznych, by te zmieniły swoje zachowania, postawę wobec otaczającego ich świata i oddziaływały na zachowanie innych grup społecznych. Mamy wówczas do czynienia z pośrednim oddziaływaniem SOP na jakość życia społeczeństwa. Przykładem oddziaływania pośredniego może być sytuacja, w której przedsiębiorstwo nawiązuje współpracę z instytucjami pozarządowymi zajmującymi się pomocą w rozwiązywaniu problemów społecznych, finansowo wspiera takie instytucje, czy ponosi nakłady finansowe związane z inwestowaniem w niewymagane prawnie filtry na kominach w zakładach produkcyjnych poprawiając tym samym jakość powietrza i stan środowiska.

---

<sup>18</sup> Zob. <http://odpowiedzialnybiznes.pl/artykuly/filantropia-a-csr/>, (21.02.2017).

<sup>19</sup> K. Kiliańska, *Odpowiedzialny marketing jako element zaangażowania przedsiębiorstw w koncepcję społecznej odpowiedzialności*, [w:] *Ekonomiczne wyzwania rozwoju społeczno-gospodarczego kraju i przedsiębiorstw*, M. Kotowska-Jelonek, J. Kot (red.), Wydawnictwo Politechniki Świętokrzyskiej, Kielce 2016, s. 383-386.

Podsumowując można zauważyć, iż odpowiedzialne społecznie podmioty gospodarcze mają wpływ na każdą sferę opisanego w pierwszej części opracowania modelu jakości życia zaproponowanego przez B. Lindstrom'a. Na sferę globalną wywierają wpływ takie działania przedsiębiorstw, które mają na celu poprawę stanu środowiska naturalnego, czy chociażby respektowanie praw człowieka w wyższym stopniu aniżeli nakazuje prawo. Na sferę zewnętrzną przedsiębiorstw mogą oddziaływać przez oferowanie uczciwego wynagrodzenia za wykonywaną pracę, zapewnianie bezpiecznych i higienicznych warunków pracy. W zakresie sfery międzyludzkiej jakość życia społeczeństwa można podnosić dzięki mobilizowaniu społeczeństwa do wspólnego podejmowania działań, dbaniu o to, by interesariusze wewnętrzni (zaliczani również do społeczności funkcjonującej w otoczeniu przedsiębiorstwa) – pracownicy – mogli zachować równowagę między życiem zawodowym, a prywatnym, czy mogli partycypować w zarządzaniu przedsiębiorstwem. Ostatnią, „osobistą” sferę przedsiębiorstwa mogą kształtować przez budowanie odpowiedniej kultury organizacyjnej, w której pracownicy dobrze się czują, identyfikują się z wyznawanymi w przedsiębiorstwie wartościami, a pozostała część społeczeństwa je docenia i popiera. Osobistą jakość życia można podnosić inwestując część z wygenerowanych przez przedsiębiorstwo zysków w umożliwienie społeczeństwu korzystania z ofert szkoleniowych i edukacyjnych.

### **Zakończenie**

Podmioty gospodarcze realizujące założenia koncepcji SOP podejmując decyzje biznesowe w oparciu o normy prawne, standardy etyczne oraz zidentyfikowane potrzeby poszczególnych interesariuszy – w tym społeczeństwa – budują pozytywne relacje z szeroko rozumianym otoczeniem. Lepsze poznanie potrzeb przez przedsiębiorstwa społecznie odpowiedzialne w odniesieniu do społeczeństwa staje się kluczową rolą w zakresie podnoszenia jakości życia tego interesariusza. Pozwala bowiem na podejmowanie przez podmioty gospodarcze sprawniejszych oraz skuteczniejszych działań w celu zaspokojenia potrzeb i oczekiwań. W długim horyzoncie czasowym przełożyć się to może na poprawę jakości życia interesariuszy.

Spółeczeństwo jest niezwykle ważnym interesariuszem i zdaje sobie z tego sprawę coraz więcej przedsiębiorstw. Wyrazem tego jest fakt, iż przedsiębiorstwa nie tylko przestrzegają prawa i wywiązują się z narzuconych im odgórnie obowiązków wobec społeczeństwa, ale robią coś więcej, angażują się w liczne i różnorodne inicjatywy mające przyczynić się do poprawy jakości jego życia. Przedsiębiorstwa realizując założenia koncepcji SOP, obok celów ekonomicznych dążą również do osiągnięcia celów społecznych i ekologicznych, kształtując tym samym jakość życia społeczeństwa. Działania mieszczące się w zakresie SOP w sposób bezpośredni lub pośredni i z różną siłą przyczyniają się do poprawy warunków bytowych, wsparcia potrzebujących tego grup społecznych, a w konsekwencji przekładają na wzrost poziomu dobrobytu społeczeństwa.

Możliwości podejmowania działań w ramach SOP wpływających pozytywnie na jakość życia społeczeństwa są bardzo duże. Przemawia za tym różnorodność inicjatyw wpisujących się w koncepcję SOP. Przedsiębiorstwa mają do wyboru całą gamę

działań, z których należy wyłonić te najbardziej odpowiadające posiadanym przez podmiot gospodarczy zasobom i narzędziom. Po drugie samo pojęcie jakości życia społeczeństwa jest bardzo szerokie, obejmuje wiele komponentów na które przedsiębiorstwa mogą starać się oddziaływać. Poprawa jednego z elementów składowych przekłada się na podniesienie poziomu ogólnej jakości życia.

Globalne wyzwania i dynamicznie zmieniające się oczekiwania ze strony społeczeństwa, powodują, że SOP staje się niejako koniecznością w dążeniu do zapewnienia godnych warunków życia społeczeństwa<sup>20</sup>. Społeczne oczekiwania wobec przedsiębiorstw są niejako siłą sprawczą tego, że przedsiębiorstwa angażują się w działania społecznie odpowiedzialne, a z drugiej strony przedsiębiorstwo upatruje szansy na odniesienie sukcesu rynkowego dzięki zaspokajaniu potrzeb zgłaszanych przez społeczeństwo. Społeczna akceptacja tego, w jaki sposób działa przedsiębiorstwo i jaki ma wpływ na interesariuszy determinuje w dużej mierze to, czy podmiot przetrwa na rynku. Z uwagi na to, iż oczekiwania wobec przedsiębiorstw w zakresie podejmowania działań ukierunkowana na poprawę jakości życia społeczeństwa nieustannie rosną, można przypuszczać, że działalność społecznie odpowiedzialna będzie coraz częściej podejmowana przez przedsiębiorstwa.

## Bibliografia

- Bartkowiak G., *Społeczna odpowiedzialność biznesu w aspekcie teoretycznym i empirycznym*, Difin, Warszawa 2011.
- Broszura informacyjna *Odkrywając ISO 26000*, [http://www.pkn.pl/sites/default/files/discovering\\_iso\\_26000.pdf](http://www.pkn.pl/sites/default/files/discovering_iso_26000.pdf), (21.03.2017).
- Czapiński J., Panek T., *Diagnoza społeczna. Warunki i jakość życia Polaków*, Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania, Warszawa 2007.
- Dziekański P., Wodyński S., Kiliańska K., *Idea biznesu społecznie odpowiedzialnego a rozwój regionu*, [w:] *Wybrane aspekty konkurencyjności samorządu terytorialnego*, Dziekański P. (red.), Stowarzyszenie Nauka Edukacja Rozwój, Ostrowiec Świętokrzyski 2011.
- Główny Urząd Statystyczny, *Jakość życia w Polsce w 2015 r. Wyniki Badania Spójności Społecznej*, Warszawa 2017.
- <http://odpowiedzialnybiznes.pl/artykuly/filantropia-a-csr/>, (21.02.2017).
- Kiliańska K., *Odpowiedzialny marketing jako element zaangażowania przedsiębiorstw w koncepcję społecznej odpowiedzialności*, [w:] *Ekonomiczne wyzwania rozwoju społeczno-gospodarczego kraju i przedsiębiorstw*, Kotowska-Jelonek M., Kot J. (red.), Wydawnictwo Politechniki Świętokrzyskiej, Kielce 2016.
- Kos B., *Przestanki społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw* [w:] *Społeczna odpowiedzialność – aspekty teoretyczne i praktyczne*, Polok G. (red.), UE, Katowice 2011.
- Labocha E., *Społeczna odpowiedzialność biznesu - moda, czy konieczność* [online], [http://www.sob.edu.pl/wp-content/downloads/sob\\_moda\\_czy\\_koniecznosc.pdf](http://www.sob.edu.pl/wp-content/downloads/sob_moda_czy_koniecznosc.pdf), (21.03.2017).
- Lewicka A., Bujnowska A., *Jakość życia a niepełnosprawność*, UMCS, Lublin 2006.
- Lewko J., Krajewska-Kułał E., *Wielowymiarowa ocena jakości życia chorych na cukrzycę*, *Polski Merkuriusz Lekarski* 2010 nr 28.

---

<sup>20</sup> E. Labocha, *Społeczna odpowiedzialność biznesu - moda, czy konieczność* [online], [http://www.sob.edu.pl/wp-content/downloads/sob\\_moda\\_czy\\_koniecznosc.pdf](http://www.sob.edu.pl/wp-content/downloads/sob_moda_czy_koniecznosc.pdf), (21.03.2017).

- Michalak A., Krawczyk K., Bocian R., Okraszewski J., *Jakość życia*, „Ginekologia Praktyczna” 2009, nr 2.
- Mikołajewska B., *Zjawisko wspólnoty (wybór tekstów)*, The Lintons Video Press, New Haven 1999.
- Panek-Owsiańska M., *Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej*, Wiadomości PKN 2012.
- Petelewicz M., Drabowicz T., *Jakość życia – globalnie i lokalnie. Pomiar i wizualizacja*, UŁ, Łódź 2016.
- Popowska M., *CSR a zarządzanie wiekiem w przedsiębiorstwie*, [w:] *Przedsiębiorstwo we współczesnej gospodarce – teoria i praktyka*, Wasilczuk J. (red.), Politechnika Gdańska 2012.
- Przywojska J., *Samorządowa polityka społeczna. Wyzwania i działania*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2015.

### **Abstract**

#### **The activity of socially responsible enterprises as a factor supporting the improvement of the quality of life of the society**

It has been difficult to define the term “quality of life”. The notion has been and still is construed differently by scientists. The quality of life refers to satisfying one’s needs. Critical review of literature has been based on the main thesis adopted in the article: corporate social responsibility translates into the quality of life in society. This article explains what quality of life is and how Corporate Social Responsibility contributes to its improvement. The article presents concrete activities improving the quality of society life.

**Keywords:** Corporate Social Responsibility, quality of life, society