

Anna M. OLSZEWSKA
Politechnika Białostocka
Wydział Zarządzania

ZARZĄDZANIE JAKOŚCIĄ A ZASADA ODPOWIEDZIALNOŚCI ZA ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ PRZEDSIĘBIORSTWA – WYNIKI BADANIA PRZEDSIĘBIORSTW PODLASIA

Streszczenie. W artykule starano się określić, czy występuje związek pomiędzy zasadą odpowiedzialności za zrównoważony rozwój przedsiębiorstwa zawartą w modelu doskonałości EFQM a określonymi miernikami stopnia wdrożenia koncepcji zarządzania jakością. W celu weryfikacji tego zagadnienia przeprowadzono badanie ankietowe wśród przedsiębiorstw zlokalizowanych na Podlasiu. W pracy opisano zarówno przebieg procesu badawczego, jak i wyniki przeprowadzonej analizy statystycznej zgromadzonych danych.

Słowa kluczowe: zarządzanie jakością, odpowiedzialność za zrównoważony rozwój przedsiębiorstwa, analiza statystyczna.

QUALITY MANAGEMENT AND THE PRINCIPLE OF RESPONSIBILITY FOR THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE ORGANIZATION – RESULTS OF BUSINESS SURVEYS IN PODLASIE DISTRICT

Summary. In the paper, the author tries to find out is there a correlation between selected elements of the principle of responsibility for the sustainable development of the organization contained in the model of excellence EFQM and specific measures of the degree of implementation of the concept of quality management. In this context, there were presented steps of conducted research. The research was organized in Podlaskie voivodeship on a group of selected companies. Research results have been statistically analyzed.

Keywords: quality management, the principle of responsibility for the sustainable development of the organization, statistical analysis.

1. Wprowadzenie

Jakość jest jednym z kluczowych czynników tworzących wizerunek organizacji. Jednak coraz częściej, oprócz obrazu wytwórcy dostarczającego niemalże doskonałe produkty czy oferującego usługi spełniające stawiane im oczekiwania, przedsiębiorstwa chcą być postrzegane także przez pryzmat rozwoju otoczenia, w którym funkcjonują. Aby to osiągnąć, dążą do poprawy swojego wizerunku, kreując swój obraz jako uczciwego pracodawcy czy zaufanego partnera biznesowego, ale także uczestnicząc w różnorodnych działaniach filantropijnych czy tych podejmowanych na rzecz ochrony środowiska. Wymienione dwa aspekty – działalność prospołeczna i prośrodowiskowa – określają tzw. społeczną odpowiedzialność biznesu (CSR – ang. Corporate Social Responsibility), stanowiącą oprócz aktywności ekonomicznej podstawę implementacji polityki zrównoważonego rozwoju [6, s. 219]. W niniejszym opracowaniu starano się określić, czy organizacja dbająca o jakość jest również jednostką odpowiedzialną społecznie i ekologicznie, czy są to dwa czynniki, które współwystępując razem, tworzą pozytywny wizerunek przedsiębiorstwa w oczach lokalnej społeczności.

Uwzględniając porządkowy charakter danych zebranych podczas badania ankietowego, do ich analizy wykorzystano metody dla nich przeznaczone: test zgodności chi-kwadrat i analizę korespondencji. Pierwszym krokiem w zastosowanej metodyce postępowania było przeprowadzenie – po szczegółowej analizie częstości wskazań – testu zgodności, który pozwolił zredukować zmienne. Redukcja została przeprowadzona w taki sposób, aby do dalszej analizy zostały przeniesione jedynie te zmienne, które są współzależne z badanymi wskazaniami dotyczącymi działań prospołecznych i prośrodowiskowych. Podczas wnioskowania przyjęto jako poziom istotności wartość graniczną 0,05. W kolejnym kroku przeprowadzono klasyczną analizę korespondencji, podejmując decyzje odnośnie do jej przyjęcia na podstawie poziomu inercji. Analiza korespondencji to metoda badająca współwystępowanie zmiennych, dająca możliwość przedstawienia ich graficznego odwzorowania w postaci mapy percepcji [1, s. 57]. Ze względu na ograniczenia redakcyjne w niniejszym artykule przedstawiono jedynie finalne mapy percepcji dla jej wielowymiarowej odmiany.

2. Wyniki badania przedsiębiorstw Podlasia pod kątem oceny stopnia zaangażowania w realizację zasady odpowiedzialności za zrównoważony rozwój

W 2013 roku przeprowadzono wśród podlaskich przedsiębiorstw badanie ankietowe, w którym znalazły się, oprócz pytań dotyczących wdrożenia wybranych aspektów zarządzania jakością, także zagadnienia odnoszące się do wskazanych wcześniej wybranych elementów społecznej odpowiedzialności biznesu.

Wyniki dotyczące aspektu jakościowego były opisywane w innych publikacjach autorki [1; 3], dlatego w niniejszym opracowaniu skupiono się na aspekcie społecznym i środowiskowym.

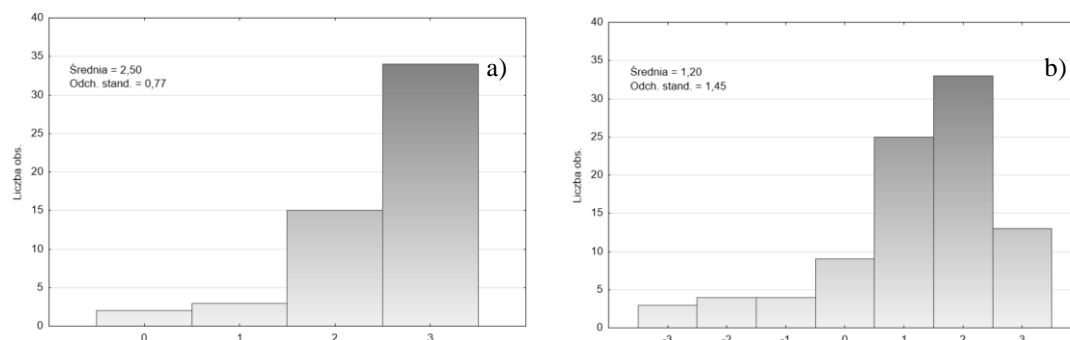
Badaniu poddano 165 przedsiębiorstw zlokalizowanych na Podlasiu. Były to w większości przedsiębiorstwa usługowe (58% respondentów). Pozostałą część stanowiły organizacje produkcyjne (30%) i produkcyjno-usługowe (12%). Przeważająca część badanych jednostek była finansowana ze środków krajowych (69%). Z kapitałem zagranicznym w badaniu znalazło się jedynie 16% przedsiębiorstw, a pozostały udział to przedsiębiorstwa publiczne (11%) i spółdzielnie krajowe (4%). Z kolei analizując wielkość organizacji, należy zaznaczyć, że wzajemnie zbliżony był odsetek zarówno małych jednostek (zatrudniających mniej niż 10 osób było 30%), jak i średnich (o liczbie pracowników od 10 do 49 było 27%) czy dużych (29% firm mających od 50 do 249 pracowników). W badaniu wzięły udział również przedsiębiorstwa bardzo duże, zatrudniające więcej niż 250 pracowników (14%). Większość badanych organizacji były to firmy działające lokalnie (41%), niewiele niższy był udział przedsiębiorstw krajowych (30%), jak też międzynarodowych, globalnych czy wielonarodowych (łącznie 29%).

Opisywane badanie poruszało wiele zagadnień dotyczących zarządzania jakością i aspektów, które mogą być z nim powiązane, jak innowacyjność czy społeczna odpowiedzialność biznesu. W odniesieniu do ostatniego elementu jedno z pytań ankiety dotyczyło uczestnictwa organizacji w różnego rodzaju aktywnościach filantropijnych. Spośród ankietowanych jedynie 35% przedsiębiorstw wskazało, że prowadzi taką działalność. Dominowały tu takie akcje, jak sponsoring imprez lokalnych czy sportowych, wsparcie dla organizacji pozarządowych czy szkół lub domów dziecka, uczestnictwo w kampaniach społecznych, działania prozdrowotne czy szkoleniowe.

W zależności od udzielonej odpowiedzi do odnośnie do wspomnianego powyżej uczestnictwa w działalności prospołecznej badani byli proszeni o zaznaczenie na skali siedmiostopniowej bipolarnej, na ile zgadzają się ze sformułowaniem, że takie postępowanie wpływa pozytywnie na wizerunek organizacji (dla tych z ankietowanych, którzy wskazali, że ich firma bierze udział w akcjach prospołecznych) lub może wpłynąć pozytywnie, jeżeli takie działania byłyby prowadzone (dla respondentów, którzy nie uczestniczą w akcjach prospołecznych). Udzielone odpowiedzi zostały zakodowane w taki sposób, że wartość -3 była przypisana dla wskazania „zdecydowanie nie”, 3 zaś dla opinii „zdecydowanie tak”. Zestawienie udzielonych odpowiedzi wraz z wyznaczonymi dla nich podstawowymi miarami statystycznymi przedstawiono na rys. 1.

Analizując zestawienie wskazań, wyraźnie można zauważyć, że dla przedsiębiorstw biorących udział w akcjach prospołecznych zarówno średnia odpowiedzi jest wysoka (wyniosła aż 2,5), jak i ich układ wskazuje na postrzeganie tego aspektu działalności jako bardzo pozytywnego. Wśród organizacji niebiorących udziału w tego typu działalności średnia jest już znacznie niższa (wyniosła 1,2), przy czym wskazania tej grupy respondentów

wykazują znacznie wyższe zróżnicowanie, co świadczy o wysokiej niejednorodności opinii odnośnie do analizowanego zagadnienia. Znacznie niższy jest tu również odsetek wskazań skrajnie pozytywnych, chociaż te odpowiedzi są wciąż dominujące. Należy również zauważyć, że wystąpiły odpowiedzi skrajnie negatywne, chociaż było ich stosunkowo niewiele.

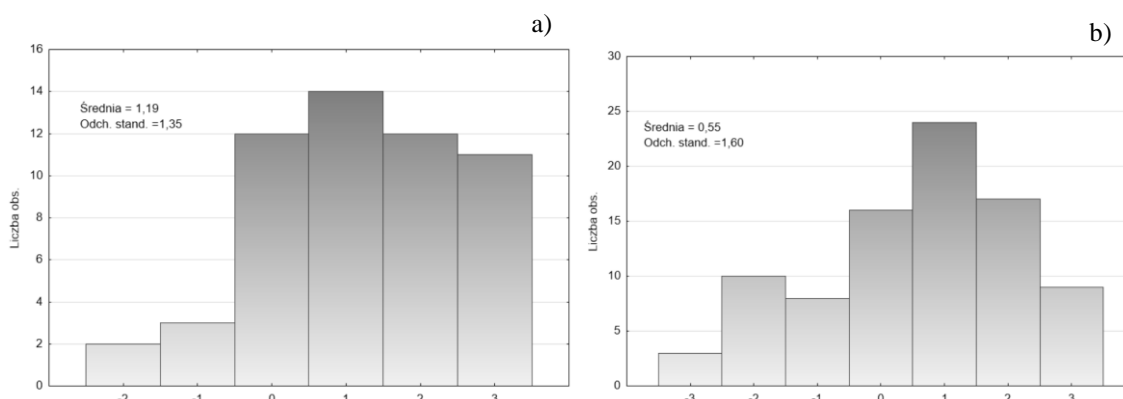


Rys. 1. Rozkłady wskazań odpowiedzi na pytania: a) „Czy udział w akcjach prospołecznych może poprawić wizerunek przedsiębiorstwa?”, b) „Czy udział w akcjach prospołecznych mógłby poprawić wizerunek przedsiębiorstwa?”

Fig. 1. Schedules indications answer the following questions: a) "Do you participate in pro-social actions can improve the image of the company?", b) "Is participation in pro-social actions, it could improve the image of the company?"

Źródło: Opracowanie własne.

Kolejne pytanie również dotyczyło działalności prospołecznej, ale odnosiło się do opinii, czy takie działania mogą przynieść organizacji wzrost zysków. Zestawienie wskazań, wraz z wyznaczonymi dla nich podstawowymi miarami statystycznymi, przedstawiono na rys. 2.



Rys. 2. Rozkłady wskazań odpowiedzi na pytania: a) „Czy udział w akcjach prospołecznych może przyczynić się do wzrostu zysków przedsiębiorstwa?”, b) „Czy udział w akcjach prospołecznych mógłby przyczynić się do wzrostu zysków przedsiębiorstwa?”

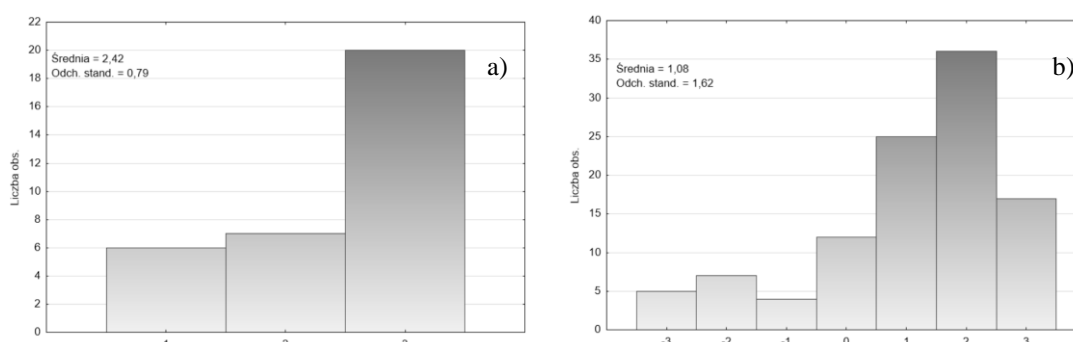
Fig. 2. Schedules indications answer the following questions: a) "Do you participate in pro-social actions can contribute to the growth of company profits?", b) "Is participation in pro-social actions, could contribute to earnings growth company?"

Źródło: Opracowanie własne.

W odniesieniu do opisywanego zagadnienia od razu zauważalny jest nieco inny układ odpowiedzi, i to w odniesieniu do tych udzielanych przez respondentów, którzy prowadzą

i nie prowadzą działalności prospołecznej. Mianowicie obie grupy badanych średnio wskazały znacznie niższe noty (w przypadku prowadzących działalność prospołeczną średnia osiągnęła wartość 1,19, a dla tych nieprowadzących – jedynie 0,55), przy jednocześnie znacznym ich zróżnicowaniu (o czym świadczą wysokie wartości odchylenia standardowego). Należy zaznaczyć, że mimo większej liczby wskazań negatywnych wciąż dominowały odpowiedzi pozytywne.

Kolejne z badanych zagadnień wpisujące się w nurt społecznej odpowiedzialności biznesu obejmowało działalność prośrodowiskową organizacji. Spośród ankietowanych jedynie 21% jednostek wskazało, że takie działania prowadzą. Dominowały tu aktywności dotyczące stosowania przyjaznych środowisku technologii, segregacji śmieci, działalność promocyjna na rzecz środowiska naturalnego. Kolejne dwa pytania związane z opisywanym zagadnieniem dotyczyły kreowania wizerunku organizacji w wyniku prowadzenia działań wynikających z dbałości o środowisko naturalne. Zestawienie odpowiedzi, wraz z wyznaczonymi na ich podstawie statystykami, przedstawiono na rys. 3.



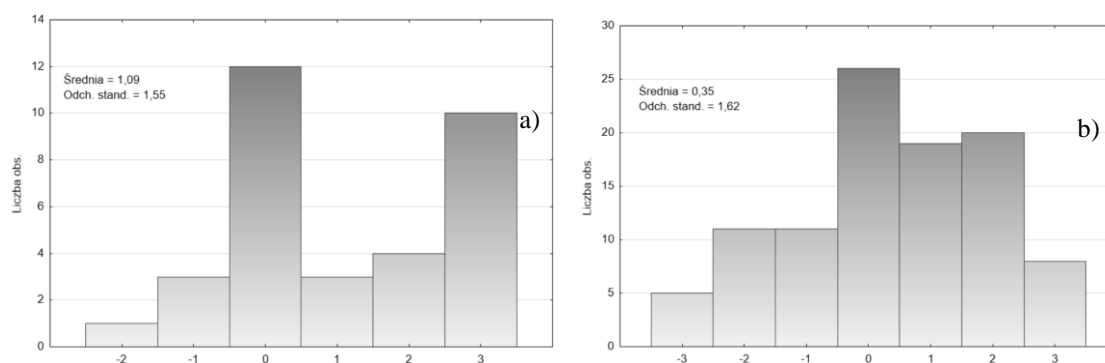
Rys. 3. Rozkłady wskazań odpowiedzi na pytania: a) „Czy udział w akcjach prośrodowiskowych może poprawić wizerunek przedsiębiorstwa?”, b) „Czy udział w akcjach prośrodowiskowych mogłoby poprawić wizerunek przedsiębiorstwa?”

Fig. 3. Schedules indications answer the following questions: a) "Do you participate in pro-environmental actions can improve the image of the company?", b) "Do you participate in pro-environmental actions could improve the image of the company?"

Źródło: Opracowanie własne.

W przypadku organizacji prowadzących działania prośrodowiskowe dominowały odpowiedzi skrajnie pozytywne. Można również zauważyć, że ich średnia była wysoka (wynosiła 2,42), przy jednocześnie dość niskiej zmienności (odchylenie standardowe osiągnęło wartość 0,79). Wskazania firm niezainteresowanych działaniami prośrodowiskowymi były zarówno mniej zgodne, jak i znacznie niższe (średnia to 1,08, a odchylenie standardowe – 1,62). Jednak tu również należy podkreślić, że dominowały wskazania pozytywne.

Ostatnie z branych pod uwagę zagadnień związanych z działalnością na rzecz ochrony środowiska naturalnego dotyczyło oceny wpływu tego aspektu na powiększenie zysku firmy. Zestawienie wskazań i podstawowych miar statystyki opisowej przedstawiono na rys. 4.



Rys. 4. Rozkłady wskazań odpowiedzi na pytania: a) „Czy udział w akcjach prośrodowiskowych może przyczynić się do wzrostu zysków przedsiębiorstwa?”, b) „Czy udział w akcjach prośrodowiskowych mogłyby przyczynić się do wzrostu zysków przedsiębiorstwa?”

Fig. 4. Schedules indications answer the following questions: a) "Do you participate in pro-environmental actions can contribute to the growth of company profits?", b) "Do you participate in pro-environmental actions, could contribute to earnings growth company?"

Źródło: Opracowanie własne.

Analizując wykresy i wartości statystyk, można zauważyć, że w odniesieniu do opisywanego zagadnienia odpowiedzi są zdecydowanie najniższe. W przypadku obu badanych grup firm (prowadzących lub nie działalność, której celem jest przeciwdziałanie degradacji środowiska naturalnego) dominują odpowiedzi neutralne, chociaż większość wskazań nadal jest pozytywna. Przedstawione zestawienia implikują, że organizacje, które stosują opisane powyżej aspekty społecznej odpowiedzialności biznesu, zauważają ich korzystny wpływ na swój wizerunek, jak też są raczej skłonne uznać, że takie działania mogą przynosić wzrost zysków. Zadziwiające jest, że firmy, które takich działań nie prowadzą, mimo wszystko wskazują, że mogłyby one wpłynąć pozytywnie na funkcjonowanie przedsiębiorstwa. Wynika to zapewne ze społecznej akceptacji takich zachowań, chociaż działalność biznesowa przeważnie temu nie towarzyszy.

3. Zestawienie wybranych elementów zarządzania jakością z elementami zasady odpowiedzialności za zrównoważony rozwój przedsiębiorstwa

Poza analizą wskazań wybranych aspektów społecznej odpowiedzialności biznesu, zgodnie z postawionym celem niniejszego opracowania, zbadano zależności występujące pomiędzy nimi a elementami określającymi poziom zarządzania jakością. Wyniki przeprowadzonego testu niezależności wskazań dotyczących prowadzenia lub nie działalności prospołecznej ze zmiennymi definiującymi poziom jakości badanej organizacji przedstawiono w tabeli 1. Niniejsze zestawienie uzupełniono analizą zależności pomiędzy badanym aspektem a podstawowymi własnościami definiującymi organizację, takimi jak wielkość przedsiębiorstwa, zasięg i układ terytorialny, charakter własności oraz forma prowadzonej działalności.

Tabela 1

Wartości statystyki chi-kwadrat i poziomy istotności testu zgodności pomiędzy podanymi zmiennymi a wskazaniem dotyczącym prowadzonych akcji prospołecznych

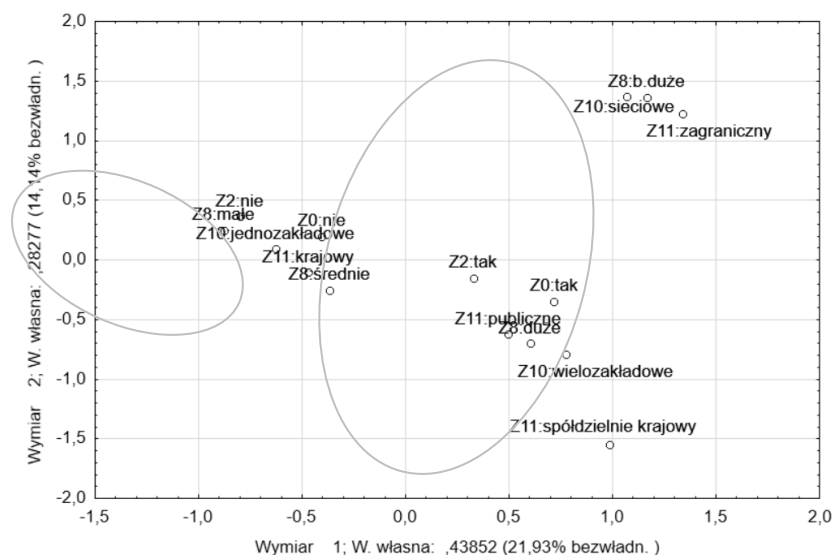
Symbol zmiennej	Nazwa zmiennej	Statystyka chi-kwadrat	Poziom istotności
Z1	Liczba stosowanych technik (brak, kilka, wiele)	5,681	0,058
Z2	Prowadzenie szkoleń (tak, nie)	5,603	0,018
Z3	Koła jakości (tak, nie)	3,098	0,079
Z4	Stosowanie koncepcji projakościowej (tak, nie)	1,871	0,171
Z5	Kontrola jakościowa (tak, nie)	1,423	0,233
Z6	Posiadanie certyfikatów (tak, nie, organizacja stara się wprowadzić)	4,354	0,113
Z7	Wprowadzony system zarządzania jakością (tak, nie, organizacja stara się wprowadzić)	2,722	0,256
Z8	Wielkość przedsiębiorstwa (małe, średnie, duże, b. duże)	13,285	0,004
Z9	Zasięg działalności (lokalne, krajowe, międzynarodowe)	3,068	0,216
Z10	Układ terytorialny (jednozakładowe, wielozakładowe, sieciowe)	12,490	0,002
Z11	Charakter własności (kapitał krajowy, zagraniczny, publiczne, spółdzielnie krajowe)	10,121	0,018
Z12	Rodzaj przedsiębiorstwa (produkcyjne, usługowe, produkcyjno-usługowe)	0,135	0,935

Źródło: Opracowanie własne.

Analizując wyniki testu niezależności chi-kwadrat, można zauważyć, że w odniesieniu do większości zmiennych określających rozwój koncepcji jakościowych w organizacji związek z działalnością prospołeczną nie występuje. Jedynym wyjątkiem jest prowadzenie szkoleń wśród pracowników. Zupełnie inaczej przedstawia się sytuacja w odniesieniu do podstawowych informacji o przedsiębiorstwie. Można tu zauważyć występowanie zmiennej prospołecznej z wielkością przedsiębiorstwa, układem terytorialnym i charakterem własności.

Jeśli chodzi o otrzymany zestaw zależnych zmiennych, wykonano klasyczną analizę korespondencji. Jednak ze względu na wymogi redakcyjne w niniejszej publikacji poglądowo przedstawiono jedynie wykres wielowymiarowej analizy korespondencji dla badanych zmiennych, chociaż jej wyniki nie wskazują na zadowalające dopasowanie (dwuwymiarowa mapa percepcji wyjaśnia jedynie ok. 36% bezwładności – rys. 5). Należy podkreślić, że przeprowadzona klasyczna analiza korespondencji dla poszczególnych par zmiennych wskazywała na bardzo wysoką wartość inercji (osiągającą poziom 100%).

Analizując rys. 5, można zauważyć, że organizacje prowadzące działalność prospołeczną często wskazywały na organizację szkoleń pracowników, które są również jednym z elementów CSR [Karaszewski, s. 399]. Były to zazwyczaj duże przedsiębiorstwa wielozakładowe lub sieciowe, finansowane ze źródeł publicznych lub operujące kapitałem zagranicznym. Kolejnym brany pod uwagę zagadnieniem była działalność prośrodowiskowa, którą zestawiono z tym samym zbiorem zmiennych. Wyniki przeprowadzonych testów niezależności chi-kwadrat przedstawiono w tabeli 2.



Rys. 5. Mapa percepcji wielowymiarowej analizy korespondencji dotycząca badanego zestawu zmiennych i zmiennej prospołecznej

Fig. 5. Map perception of multiple correspondence analysis on the test set of variables and variable pro-social

Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 2

Wartości statystyki chi-kwadrat i poziomy istotności testu zgodności pomiędzy podanymi zmiennymi a wskazaniem dotyczącym prowadzonych akcji prośrodowiskowych

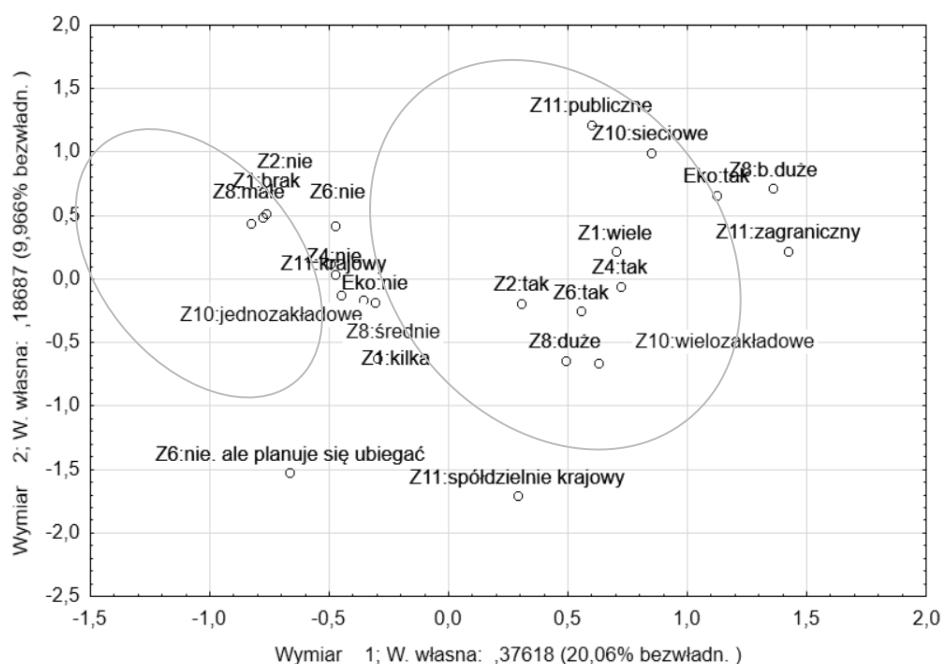
Symbol zmiennej	Nazwa zmiennej	Statystyka chi-kwadrat	Poziom istotności
Z1	Liczba stosowanych technik (brak, kilka, wiele)	14,510	0,001
Z2	Prowadzenie szkoleń (tak, nie)	4,256	0,039
Z3	Koła jakości (tak, nie)	0,768	0,381
Z4	Stosowanie koncepcji projakościowej (tak, nie)	4,394	0,036
Z5	Kontrola jakościowa (tak, nie)	0,195	0,659
Z6	Posiadanie certyfikatów (tak, nie, organizacja stara się wprowadzić)	7,466	0,024
Z7	Wprowadzony system zarządzania jakością (tak, nie, organizacja stara się wprowadzić)	3,094	0,213
Z8	Wielkość przedsiębiorstwa (małe, średnie, duże, b. duże)	17,093	0,001
Z9	Zasięg działalności (lokalne, krajowe, międzynarodowe)	2,563	0,278
Z10	Układ terytorialny (jednozakładowe, wielozakładowe, sieciowe)	11,454	0,003
Z11	Charakter własności (kapitał krajowy, zagraniczny, publiczne, spółdzielnie krajowe)	30,149	0,000
Z12	Rodzaj przedsiębiorstwa (produkcyjne, usługowe, produkcyjno-usługowe)	2,111	0,348

Źródło: Opracowanie własne.

Widoczne jest uzyskanie w odniesieniu do zmiennej prośrodowiskowej podobnego zestawu zmiennych, jak w przypadku działań prospołecznych, poszerzonego o dodatkowe, wśród których znalazły się: liczba stosowanych technik jakościowych, wprowadzenie koncepcji jakościowej czy posiadanie certyfikatu.

Na rys. 6 przedstawiono mapę percepcji dla wielowymiarowej analizy korespondencji. Tu także otrzymano nie w pełni zadowalający poziom bezwładności, jednak ze względu na ograniczenia redakcyjne nie umieszczono poszczególnych wyników klasycznej analizy

korespondencji pomiędzy wymienionymi zmiennymi. W ich przypadku poziom wyjaśnianej bezwładności oscylował ok. 100%.



Rys. 6. Mapa percepcji wielowymiarowej analizy korespondencji dotycząca badanego zestawu zmiennych i zmiennej środowiskowej

Fig. 6. Map perception of multiple correspondence analysis on the test set of variables and variable proenvironmental

Źródło: Opracowanie własne.

Z rys. 6 można odczytać, że dbałość o środowisko naturalne jest zauważalna w odniesieniu do bardzo dużych lub dużych przedsiębiorstw sieciowych lub wielozakładowych, finansowanych ze źródeł zagranicznych lub ze środków publicznych. Są to również organizacje wdrażające wiele technik doskonalących, przeprowadzające szkolenia bądź korzystające z nich, mające certyfikaty i wdrażające koncepcje jakościowe. Jednak podane zmienne odnoszące się do zarządzania jakością były również silnie skorelowane ze zmiennymi takimi jak wielkość przedsiębiorstwa czy forma własności. Zatem zdiagnozowana zależność może być jedynie pozorna.

4. Wnioski

Przedstawione powyżej wyniki wskazują, że nie występuje wyraźna zależność pomiędzy prowadzeniem lub nie akcją prospołecznych a zarządzaniem jakością. To, czy przedsiębiorstwa aktywnie uczestniczą w życiu lokalnego społeczeństwa, nie jest zdeterminowane poziomem dojrzałości jakościowej organizacji, a jedynie jej specyfiką. Zależne jest to raczej od polityki firmy niż od przeświadczenia kadry o przydatności takich

realizacji. Podobnie wygląda sytuacja w odniesieniu do działań prośrodowiskowych. Chociaż można zauważyć, że znacznie więcej aspektów związanych z doskonaleniem organizacji pod względem jakości wykazuje związek z analizowanymi działaniami. Jednak może to być rezultat zależności badanych zmiennych od wielkości czy formy finansowania przedsiębiorstw niż rzeczywistego wpływu. Potwierdza to spostrzeżenie K. Szczepańskiej, że wymagania norm ISO, będące jednym z elementów skorelowanych z jakością, nie są wystarczające do spełnienia wszystkich wymagań zrównoważonego rozwoju, w tym społecznej odpowiedzialności biznesu [5, s. 197].

Bibliografia

1. Gatnar E., Walesiak M. (red.), Analiza danych jakościowych i symbolicznych z wykorzystaniem programu R, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2011.
2. Gudanowska A.E., Olszewska A.M., Techniki projakościowe wykorzystywane w podlaskich przedsiębiorstwach – wyniki badania wybranych jednostek, Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej, s. Organizacja i Zarządzanie, z. 73, Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice 2014.
3. Karaszewski R., Skrzypek K., Zarządzanie jakością, Wydawnictwo – Dom Organizatora, Toruń 2013.
4. Olszewska A.M., Przydatność wybranych narzędzi i metod doskonalenia jakości w ocenie podlaskich przedsiębiorców, Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej, s. Organizacja i Zarządzanie, z. 73, Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice 2014.
5. Szczepańska K., Zarządzanie jakością. W dążeniu do doskonałości, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2011.
6. Urbaniak M., Kierunki doskonalenia systemów zarządzania jakością, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2010.

Abstract

Organization is not an object suspended in vacuum, but a system, closely linked with the environment, in which it interacts. It gets out of there the resources necessary for implementation of the manufacturing processes, but also dynamically affects those surroundings. On the other hand, companies which want to stay on the market, must concentrate on quality of their products and services. In this context, it is interesting to determine whether there is a relationship between corporate social responsibility and selected elements of quality management. To expand discussed issue, there was organized research in Podlasie district. Research results have been subjected to statistical analysis. The purpose of presented analysis was the indication of whether there is a correlation between selected elements of corporate social responsibility and specific measures of the degree of implementation of the concept of quality management.