

Anna KOCHMAŃSKA
Politechnika Śląska
Wydział Organizacji i Zarządzania
Katedra Stosowanych Nauk Społecznych

Janusz KARWOT
Przedsiębiorstwo Wodociągów i Kanalizacji Sp. z o.o. w Rybniku

DZIAŁALNOŚĆ INNOWACYJNA A WDRAŻANIE DO PRZEDSIĘBIORSTWA ETYCZNYCH ZAŁOŻEŃ ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Streszczenie. W artykule przedstawiono wyniki badań dotyczące opinii kadry kierowniczej przedsiębiorstwa z branży usługowej na temat wpływu innowacyjnej działalności z zakresu CSR na skuteczne wdrażanie do organizacji etycznych założeń zrównoważonego rozwoju. Podstawę analizy stanowiły kwestionariusze wywiadu.

Słowa kluczowe: innowacje, społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw, zrównoważony rozwój, odpowiedzialność, świadomość ekologiczna, biznes ekologiczny

RELATIONSHIP BETWEEN AN INNOVATIVE ACTIVITY AND IMPLEMENTATION INTO AN ORGANIZATION THE ETHICAL ASPECTS OF THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Summary. The article contains an analysis of the results of a research concerning the opinion of management staff in the enterprise of service industry on the influence an innovative activity in the area of Corporate Social Responsibility on effective implementation into organization the ethical aspects of sustainable development. The tool research was the interview questionnaire.

Keywords: innovations, corporate social responsibility, sustainable development, responsibility, environmental awareness, ecological business

1. Wprowadzenie

Współczesne przedsiębiorstwa, świadome konieczności ustawicznego dostosowywania się do zmieniających się warunków otoczenia, prowadzą na coraz większą skalę działalność innowacyjną. Może ona być definiowana jako „całokształt działań organizacji ukierunkowanych na opracowanie i wdrożenie potrzebnych i korzystnych innowacji”¹. Na wieloaspektowość działalności innowacyjnej zwraca również uwagę T. Kalinowski – pojęcie to rozumiane jest przez autora jako „czynności o charakterze naukowym (badawczym), technicznym, organizacyjnym, finansowym(komercyjnym), których celem jest opracowanie i wdrażanie innowacji”².

W literaturze przedmiotu można znaleźć bardzo szeroką interpretację pojęcia innowacji.

Termin ten można określić jako „wynik twórczej działalności ukierunkowanej na wprowadzenie zmiany w systemie funkcjonowania organizacji, dotyczącej produktów, procesów lub zarządzania, która spełnia jej potrzeby i przynosi korzyści w postaci rozwoju, zysku lub prestiżu”³.

Według A. Pomykalskiego „są one rezultatem procesów technicznych, społecznych, ekonomicznych, prawnych, kulturowych oraz organizacyjnych, które można kształtować”⁴. J. Baruk z kolei określa je „jako celową i korzystną zmianę w dotychczasowym stanie, zaproponowaną przez człowieka”⁵.

Warto podkreślić, że w przedsiębiorstwach kładzie się nacisk nie tylko na wprowadzenie innowacji technologicznych, których głównym celem jest stworzenie bądź usprawnienie konkretnego procesu technologicznego czy też produktu, lecz również, co jest bardzo istotne, innowacji społecznych, opierających się na współpracy z otoczeniem. Do takiego rozumienia pojęcia innowacji przychyła się również P. Drucker, który twierdzi, że „należy dokonywać innowacji w rzeczywistym tego słowa znaczeniu, tworzyć nowy potencjał wytwarzania majątku, tak techniczny, jak i społeczny”⁶.

Aby to zrealizować, niezbędne jest ustawiczne wspieranie pracowników przez naczelne kierownictwo, które powinno zadbać o to, aby zarówno kreatywność, jak i innowacyjność

¹ Łunarski J. (red.): Zarządzanie innowacjami: podstawy zarządzania innowacjami. Politechnika Rzeszowska, Rzeszów 2007, s. 145.

² Kalinowski T.B.: Innowacyjność przedsiębiorstw a systemy zarządzania jakością. Wolters Kluwer Business, Warszawa 2010, s. 15.

³ Łunarski J. (red): Zarządzanie innowacjami: system zarządzania innowacjami. Oficyna Wydawnicza Politechniki Rzeszowskiej, Rzeszów 2007, s. 158.

⁴ Pomykalski A.: Zarządzanie innowacjami. PWN, Łódź 2001, s. 18.

⁵ Definicja innowacji J. Baruka, [w:]: Bućko J. (red.): Innowacje, kształcenie, zarządzanie (wybrane zagadnienia). Instytut Technologii Eksploatacji, Radom 2006, s. 143.

⁶ Drucker P.F.: Zarządzanie w czasach burzliwych. Akademia Ekonomiczna, Kraków 1995, s. 65.

były postrzegane jako podstawowe normy kulturowe, wpisujące się tym samym w stały element strategii przedsiębiorstwa⁷.

Można więc założyć, że najbardziej pożądanym typem klimatu organizacyjnego staje się klimat o charakterze innowacyjnym, którego domeną jest brak obawy kadry kierowniczej przed podejmowaniem niekonwencjonalnych, nowatorskich działań. Ma to niewątpliwie wpływ na funkcjonowanie przedsiębiorstwa w postaci umiejętności dopasowania się do ciągle zmieniającego się otoczenia. Podstawą kształtowania ścieżki kariery zawodowej są przede wszystkim kwalifikacje, wiedza, talent, kompetencje, a także umiejętności. Dominującą wartością poszukiwaną u pracowników jest ich kreatywność⁸.

Propagowanie w organizacji innowacyjnych działań wykazujących dbałość o otoczenie staje się coraz bardziej popularne. Analizując politykę wielu firm, można dostrzec ustawiczny nacisk na rozwój koncepcji społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, „której zasadniczym celem jest nie tylko tworzenie zasad i warunków równowagi, ale przede wszystkim rzeczywiste harmonizowanie w działaniu nadrzędnych celów przedsiębiorstwa z interesami środowiska (zarówno wewnętrznego jak i zewnętrznego), w którym one są realizowane”⁹.

L. Zbiegień-Maciąg twierdzi z kolei, że termin ten oznacza „moralną odpowiedzialność firmy do rozliczania się przed prawem i społeczeństwem ze swej działalności. Odpowiedzialna jest przed: właścicielami, pracownikami, akcjonariuszami, klientami, wierzycielami, bankami, ruchami ekologicznymi, dostawcami, kooperantami, administracją państwową”¹⁰.

Według J.M. Szaban społeczna odpowiedzialność biznesu „to koncepcja, według której firmy integrują w swych działaniach biznesowych troskę o sprawy społeczne i środowiskowe, czyniąc to ze swoimi interesariuszami, na zasadzie dobrowolności”¹¹.

Autorka ponadto wyodrębnia jej podział na odpowiedzialność¹²:

1. ekonomiczną (leżącą u podstaw omawianej koncepcji, która opiera się między innymi na produkcji dóbr w cenach, które zarówno będą pozwalały na funkcjonowanie i rozwój firmy, jak i będą do przyjęcia przez społeczeństwo),
2. prawną (określającą, jakie normy są właściwe w społeczeństwie),

⁷ Janasz K., Wiśniewska J. (red.): *Innowacyjność organizacji w strategii inteligentnego i zrównoważonego rozwoju*. Difin, Warszawa 2012, s. 100.

⁸ Bratnicki M., Kryś R., Stachowicz J.: *Kultura organizacyjna przedsiębiorstw. Studium procesu zmian zarządzania*. PAN, Zakład Nauk Zarządzania, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław 1988, s. 95.

⁹ Nogalski B., Ronkowski R.: *Współczesne przedsiębiorstwo, problemy funkcjonowania i zatrudniania*. Dom Organizatora, Toruń 2007, s. 144-145.

¹⁰ Zbiegień-Maciąg L.: *Etyka w zarządzaniu*. CiM, Warszawa 1997, s. 48-49.

¹¹ Szaban J.M.: *Zachowania organizacyjne. Aspekt międzykulturowy*. Adam i Marszałek, Toruń 2012, s. 151.

¹² *Ibidem*, s. 152-153.

3. etyczną (stanowiącą swoiste zobowiązanie, aby zachowywać się odpowiednio),
4. z wyboru (dzielenie się zasobami ze społecznościami lokalnymi przez wspieranie inicjatyw lokalnych).

Reasumując powyższe definicje, można bez wątplenia przyjąć, że koncepcja ta stanowi dopełnienie koncepcji zrównoważonego rozwoju, która opiera się na zasadach wzajemnej współzależności i kooperacji człowieka oraz otoczenia.

Jak podkreśla A. Kuzior, „człowiek nie jest istotą izolowaną, żyje i rozwija się w środowisku społecznym i przyrodniczym, zaspokajanie jego potrzeb i jakość życia zależne są od jakości środowiska, w którym żyje. Zatem zabezpieczenie praw człowieka do życia i twórczego rozwoju w zdrowym środowisku jest związane z koniecznością ochrony tego środowiska i nakłada na człowieka konkretne obowiązki i odpowiedzialność”¹³.

Celem niniejszego artykułu będzie zatem analiza innowacyjnych działań z dziedziny CSR w przedsiębiorstwie z branży usługowej, które mogą prowadzić do zmiany mentalności samych pracowników i wykształcenia w nich poczucia odpowiedzialności (np. za środowisko naturalne przez rozwijanie świadomości ekologicznej) czy też solidarności, więzi z otoczeniem. Wartości te stanowią etyczne filary zrównoważonego rozwoju¹⁴.

2. Charakterystyka przeprowadzonych badań

2.1. Narzędzie badawcze oraz opis badanej populacji

Badania przeprowadzono w Przedsiębiorstwie Wodociągów i Kanalizacji Sp. z o.o. w Rybniku na przełomie września i października 2014 roku. Narzędzie badawcze stanowił kwestionariusz wywiadu.

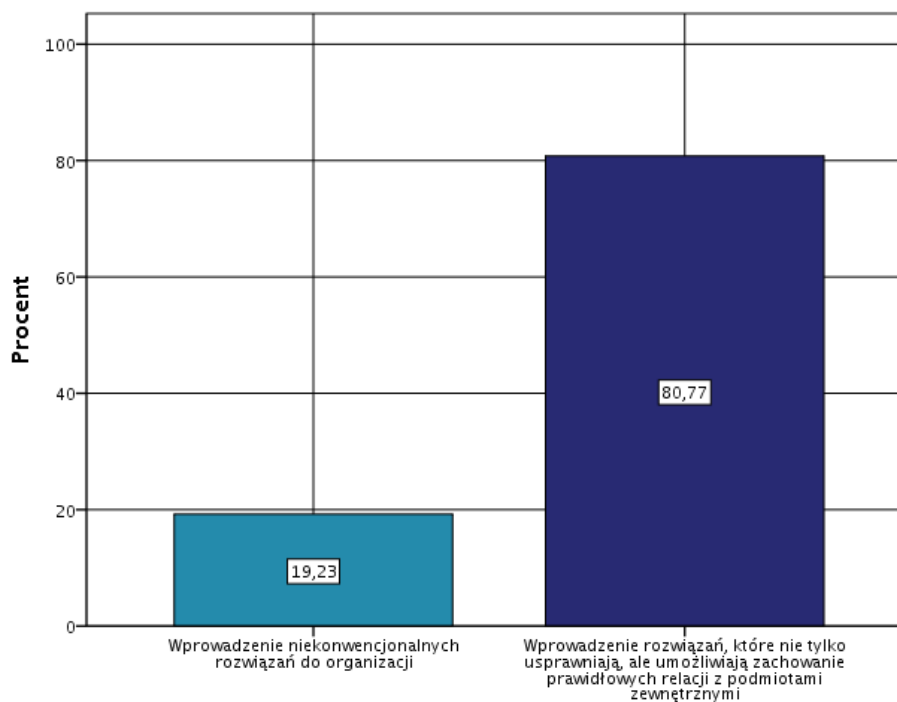
W badaniu wzięło udział 26 respondentów (w tym 8 kobiet i 18 mężczyzn). Najwięcej badanych (bo aż 50%) znajdowało się w przedziale wiekowym 35-44, na drugim miejscu uplasowali się respondenci w przedziale wiekowym 45-54 (niemal 20%). Respondenci z przedziału wiekowego 25-34 oraz 55+ stanowili 15,38% badanej populacji. Analizując respondentów pod względem stażu pracy, można stwierdzić, że największą grupę stanowili badani pracujący dłużej niż 15 lat (50%). Na kolejnych miejscach znaleźli się odpowiednio pracownicy ze stażem od 6 do 10 lat (26,92%), od 11 do 15 lat (15,38%) i od 0-5 lat (niemal 8% respondentów).

¹³ Kuzior A., Kiepas A., Leks-Bujak E.: Zrównoważony rozwój. Mstudio s.c., Zabrze 2011, s. 27.

¹⁴ A. Kuzior poza wymienionymi wartościami do etycznych postulatów zawartych w koncepcji zrównoważonego rozwoju zalicza również: godność, wolność, równość, tolerancję, sprawiedliwość.

3. Analiza wyników badań

3.1. Analiza kwestionariusza wywiadu z kadrami kierowniczą



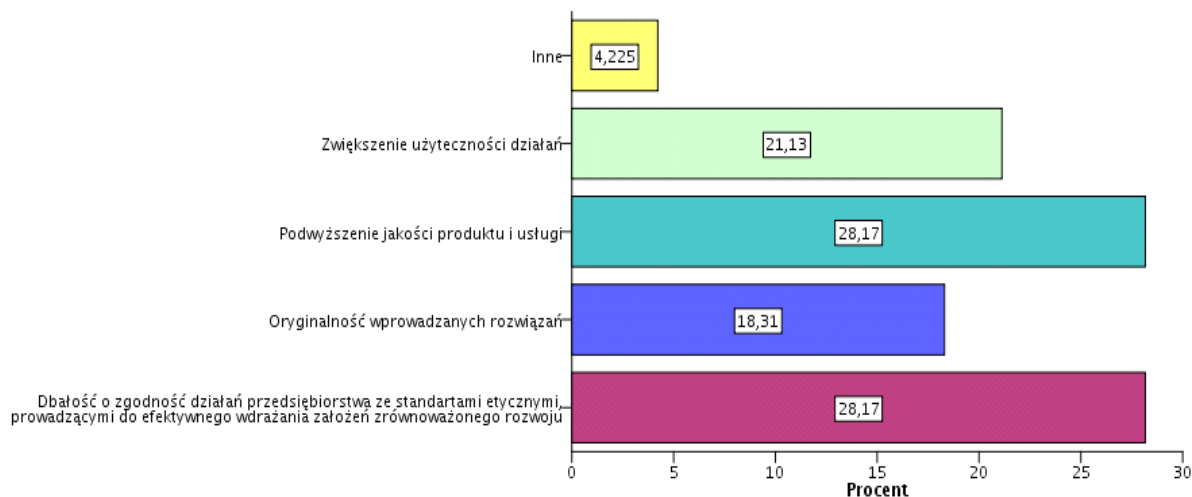
Rys. 1. Zdefiniowanie terminu „innowacje” przez respondentów
Fig. 1. Defining the term of „innovations” by respondents

Pierwsza kwestia poruszona w badaniu dotyczyła próby zdefiniowania pojęcia innowacji przez respondentów. Jak pokazuje rysunek 1, zdecydowana większość z nich (niemal 81%, w tym 42,31% kadry kierowniczej ze stażem pracy ponad 15 lat) skłania się ku jego szerszej interpretacji i poprzez innowacje rozumie wprowadzenie rozwiązań, które nie tylko usprawnią funkcjonowanie organizacji, lecz także umożliwią zachowanie prawidłowych relacji z podmiotami zewnętrznymi i będą prowadzić do umocnienia pozycji firmy na rynku, pomagając skutecznie wdrażać założenia zrównoważonego rozwoju.

Tylko 19,23% respondentów postrzega innowacje w sposób wąskotorowy, utożsamiając je z wprowadzaniem niekonwencjonalnych rozwiązań do organizacji, które ułatwią jej funkcjonowanie.

Można z tego wywnioskować, że respondenci są świadomi, jak wszechstronną rolę odgrywają innowacje we wszystkich obszarach funkcjonowania przedsiębiorstwa. Co więcej, fakt, że dominującą odpowiedź zaznaczył tak wysoki odsetek kadry z najdłuższym stażem pracy, może świadczyć o tym, iż firma, wprowadzając je, opiera się na długoterminowej

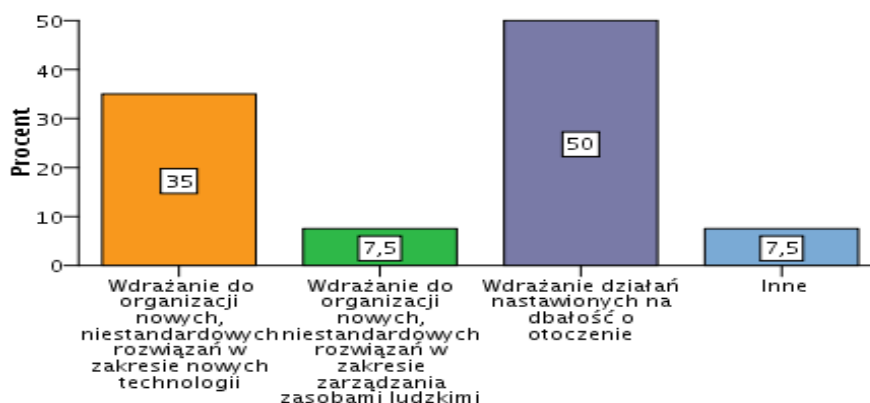
strategii, dążąc tym samym nie tylko do czerpania korzyści dla siebie (np. w postaci zysku i uzyskania przewagi konkurencyjnej), lecz także wykazuje dbałość o otoczenie.



Rys. 2. Wymiary (kryteria) innowacyjności

Fig. 2. Dimensions (criteria) of innovations

Kolejna kwestia dotyczyła głównych wymiarów (kryteriów) innowacyjności. Gdy analizuje się udzielone odpowiedzi, widać, że działanie innowacyjne powinno wiązać się przede wszystkim z podwyższeniem jakości produktu i usługi oraz być zgodne ze standardami etycznymi, co pozwoli na efektywne wdrażanie do organizacji założeń zrównoważonego rozwoju (taką opcję wskazało 28,17% respondentów). Na dalszych miejscach znalazły się zwiększenie użyteczności działań (21,13%) oraz oryginalność wprowadzonych rozwiązań (18,31%).



Rys. 3. Innowacje wprowadzane w przedsiębiorstwie ciągu ostatniego roku

Fig. 3. Innovations which were introduced into an organization last year

Respondentów zapytano również o innowacje, które były wprowadzane w firmie w ciągu ostatniego roku. Jak pokazuje rysunek 3, połowa wskazań dotyczyła wdrażania działań nastawionych na dbałość o otoczenie. Jest to niewątpliwy dowód na to, że kadra kierownicza, oprócz wspomnianego już klimatu innowacyjnego, kreuje tak zwany otwarty typ kultury organizacyjnej¹⁵, w której priorytetem jest współpraca z otoczeniem oparta na zasadach *fair play*, równości szans, tolerancji, cierpliwości, braku dyskryminacji przy jednoczesnym dużym zaangażowaniu pracowników podczas podejmowania nowych inicjatyw¹⁶.

Również eksperci podkreślają, że „turbulentne otoczenie, w którym funkcjonują współczesne przedsiębiorstwa, niewątpliwie nie sprzyja budowaniu silnej, zamkniętej kultury organizacyjnej, a wręcz neguje jednorodność, powoduje niepewność a także zwiększa wewnętrzną złożoność systemu organizacyjnego, pozwalając jednostkom oraz małym grupom na indywidualne i odpowiednie do sytuacji poszukiwanie rozwiązań. Kultura organizacyjna współczesnego przedsiębiorstwa powinna być zatem heterogeniczna, co warunkuje jej elastyczność, łatwą adaptację do wymagań szybko zmieniającego się otoczenia, a nawet wyprzedzanie zmian w otoczeniu. Złożoność relacji organizacji z otoczeniem niewątpliwie prowadzi do heterogenizacji kultury organizacyjnej”¹⁷.

Na drugim miejscu z kolei (35% odpowiedzi) znalazło się wdrażanie do organizacji nowych, niestandardowych rozwiązań w ramach nowych technologii. Przedsiębiorstwo Wodociągów i Kanalizacji Sp. z o.o. w Rybniku pozyskuje w tym celu środki (np. unijne) i realizuje projekty, również we współpracy z Politechniką Śląską¹⁸.

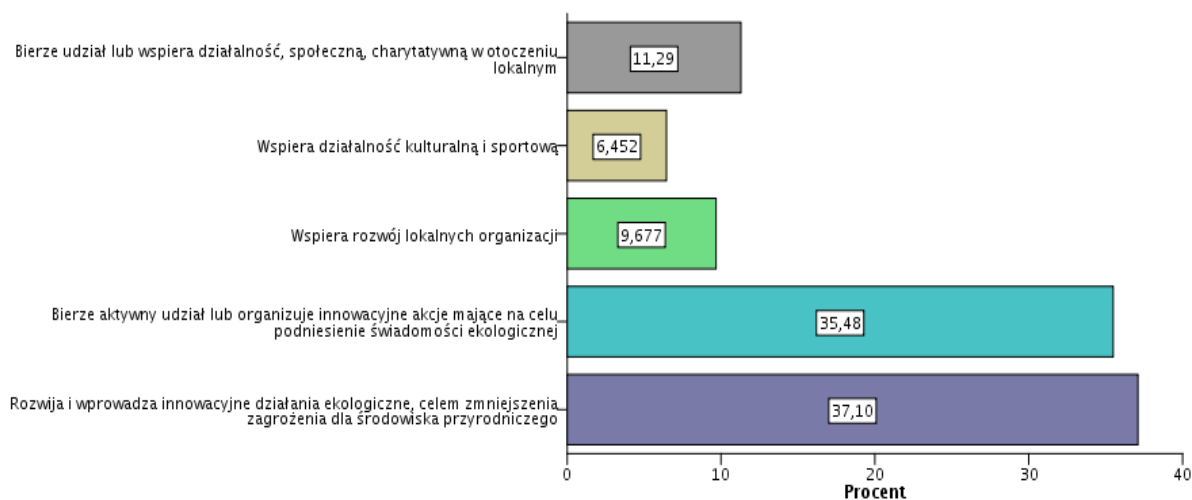
Na uwagę zwraca jednak relatywnie niski, dla porównania, wskaźnik odpowiedzi dotyczący wdrażania do organizacji nowych, niestandardowych rozwiązań w dziedzinie zarządzania zasobami ludzkimi (tylko 7,5% respondentów wskazało tę opcję). Być może należałoby w związku z tym podjąć określone działania, aby w tak istotnym obszarze również wprowadzić znaczące zmiany, które będą korzystne dla pracowników i pozwolą na ich zwiększenie utożsamienia z firmą.

¹⁵ Otwarty typ kultury organizacyjnej wyodrębnia między innymi K. Popper.

¹⁶ Elementy tak zwanej kultury otwartej wymienia Kamiński R. w pozycji: Ocena możliwości zastosowania w polskich przedsiębiorstwach koncepcji zarządzania *lean management i business process reengineering*. Prace Naukowe Instytutu Organizacji i Zarządzania Politechniki Wrocławskiej, Wrocław 1998, s. 193.

¹⁷ Pierzchawka S.: Kultura elastycznej organizacji, [w:] Leśniewski M.A., Morawska S.: Zasoby ludzkie w organizacji. Wydawnictwa Fachowe CeDeWu.pl, Warszawa 2012, s. 127.

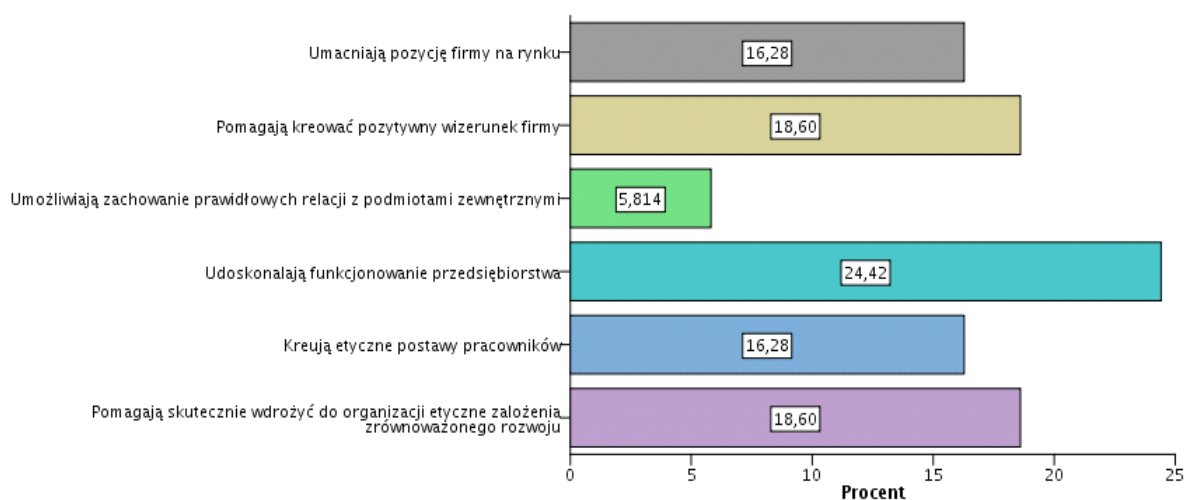
¹⁸ Źródło: www.pwik-rybnik.pl/oczyszczalnia.htm.



Rys. 4. Działania z zakresu CSR podejmowane przez przedsiębiorstwo
Fig. 4. Activities in the area of CSR which are undertaken by the company

Jak widać na rysunku 4, firma realizuje na wielką skalę politykę społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, kładąc duży nacisk na ochronę środowiska naturalnego. Znajduje to odzwierciedlenie zarówno we wprowadzeniu i rozwijaniu innowacyjnych działań ekologicznych (37,10% odpowiedzi), jak i w braniu aktywnego udziału lub organizowaniu innowacyjnych akcji, które mają na celu podniesienie świadomości ekologicznej (35,48%).

Na dalszych miejscach znalazło się wsparcie: działalności społecznej, charytatywnej w otoczeniu lokalnym (11,29%), rozwoju lokalnych organizacji (9,67%) oraz działalności kulturalnej i sportowej (6,45%).



Rys. 5. Wpływ na funkcjonowanie przedsiębiorstwa innowacyjnych działań wykazujących dbałość o otoczenie

Fig. 5. The impact on functioning the company the innovative activities related to the taking care of environment

Respondenci dostrzegają wiele profitów z prowadzenia innowacyjnej polityki, która kładzie nacisk na dbałość o otoczenie. Oprócz korzystnego wpływu na całokształt funkcjonowania przedsiębiorstwa (24,42%) działania takie pomagają skutecznie wdrażać do organizacji etyczne założenia zrównoważonego rozwoju (18,6% odpowiedzi) (np. w postaci wykształcenia u zatrudnionych wspomnianego już poczucia odpowiedzialności za środowisko naturalne przez rozwijanie świadomości ekologicznej, czy też solidarności, więzi z otoczeniem), co w rezultacie prowadzi do kreowania etycznych postaw pracowników (16,28%). Kadra kierownicza zwraca również uwagę na pomoc w kreowaniu pozytywnego wizerunku firmy (18,6%), umacnianie pozycji na rynku (16,28%) oraz umożliwienie zachowania prawidłowych relacji z podmiotami zewnętrznymi (5,81%).

4. Podsumowanie

Środowisko, w którym egzystuje współczesny człowiek, jest narażone na wiele zagrożeń. Aby im skutecznie przeciwdziałać, większość współczesnych przedsiębiorstw promuje biznes ekologiczny, aktywnie realizując tym samym koncepcję społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw. Stanowi ona bardzo istotny element strategii zrównoważonego rozwoju, który pozwala na wprowadzanie do organizacji jej etycznych postulatów.

Wykształcenie u pracowników silnego poczucia więzi z otoczeniem oraz świadomości ekologicznej daje nadzieję na to, że stan środowiska naturalnego rzeczywiście się poprawi, co przełoży się na zdecydowanie lepszą jakość naszego życia.

Bibliografia

1. Bratnicki M., Kryś R., Stachowicz J.: Kultura organizacyjna przedsiębiorstw. Studium procesu zmian zarządzania. PAN, Zakład Nauk Zarządzania, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław 1988.
2. Bućko J. (red.): Innowacje, kształcenie, zarządzanie (wybrane zagadnienia). Instytut Technologii Eksploatacji, Radom 2006.
3. Drucker P.F.: Zarządzanie w czasach burzliwych. Akademia Ekonomiczna, Kraków 1995.
4. Janasz K., Wiśniewska J. (red.): Innowacyjność organizacji w strategii inteligentnego i zrównoważonego rozwoju. Difin, Warszawa 2012.
5. Kalinowski T.B.: Innowacyjność przedsiębiorstw a systemy zarządzania jakością. Wolters Kluwer Business, Warszawa 2010.

6. Kamiński R.: Ocena możliwości zastosowania w polskich przedsiębiorstwach koncepcji zarządzania *lean management* i *business process reengineering*. Prace Naukowe Instytutu Organizacji i Zarządzania. Politechnika Wrocławska, Wrocław 1998.
7. Kuzior A., Kiepas A., Leks-Bujak E.: Zrównoważony rozwój. Mstudio s.c., Zabrze 2011.
8. Leśniewski M.A., Morawska S.: Zasoby ludzkie w organizacji. Wydawnictwa Fachowe CeDeWu.pl, Warszawa 2012,
9. Łunarski J. (red.): Zarządzanie innowacjami: podstawy zarządzania innowacjami. Politechnika Rzeszowska, Rzeszów 2007.
10. Łunarski J. (red): Zarządzanie innowacjami: system zarządzania innowacjami. Politechnika Rzeszowska, Rzeszów 2007.
11. Nogalski B., Ronkowski R.: Współczesne przedsiębiorstwo, problemy funkcjonowania i zatrudniania. Dom Organizatora, Toruń 2007.
12. Pomykański A.: Zarządzanie innowacjami. PWN, Łódź 2001.
13. Szaban J.M.: Zachowania organizacyjne. Aspekt międzykulturowy. Adam Marszałek, Toruń 2012
14. Zbiegień-Maciąg L.: Etyka w zarządzaniu. CiM, Warszawa 1997.
15. www.pwik-rybnik.pl/oczyszczalnia.html.
16. www.businessdictionary.com/definition/corporate-social-responsibility.html.

Abstract

The environment we exist is exposed to many risks. In order to overcome them many modern enterprises promote ecological business basing on the idea of CSR (in the other words “a company’s sense of responsibility towards the community and environment (both ecological and social) in which it operates”¹⁹). It is worth to underline that “companies express this relationship through pollution reduction process or by contributing educational and social programs for example”²⁰.

This conception is a very important part of sustainable development, which allows to implement into an organization its ethical assumptions. If workers have a real strong sense of connectedness with environment and ecological awareness the society will be in better condition which influence quality of our life.

¹⁹ www.businessdictionary.com/definition/corporate-social-responsibility.html

²⁰ Ibidem.