

Joanna Tabor

Politechnika Częstochowska

ROZWÓJ TECHNOLOGICZNY A SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW

1. Wstęp

Przez pojęcie rozwoju technologicznego przedsiębiorstwa możemy rozumieć przede wszystkim jakościowe zmiany w stosowanych przez przedsiębiorstwo technologiach materialnych i niematerialnych, jakościowe zmiany w kwalifikacjach jednostkowych i organizacyjnych, ale także jakościowe zmiany w uzyskiwanych przychodach ze sprzedaży (zwiększenie udziału przychodów uzyskiwanych z technologicznie nowych lub ulepszonych produktów). Uwzględniając zróżnicowane elementy składowe technologii, takie jak: *know-how*, metody realizacji procesów, zasady naukowe, urządzenia czy też organizacja¹, można stwierdzić, że rozwój technologiczny jest zjawiskiem wieloaspektowym, najwyraźniej obserwowalnym w przypadku wprowadzania nowych generacji urządzeń technologicznych, a trudniej uchwytnym w przypadku zmian kompetencji technologicznych pracowników. Ze względu na tę wieloskładnikowość technologii, również miary rozwoju technologicznego przedsiębiorstwa mogą być zróżnicowane, przybierając charakter ilościowy bądź jakościowy lub też odnosząc się do nakładów bądź efektów. Jednocześnie należy pamiętać, że efekty zmian technologicznych w zależności od punktu widzenia i przyjętej perspektywy mogą mieć charakter pozytywny albo negatywny, tak jak same zmiany mogą stanowić wyzwanie (np. nowe umiejętności) lub zagrożenie (np. utrata miejsca pracy).

Społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR) można zdefiniować jako koncepcję, zgodnie z którą „firmy integrują społeczne i środowiskowe aspekty w swoich codziennych działaniach biznesowych oraz we współdziałaniu ze swoimi interesariuszami na zasadzie dobrowolności”². Społeczna odpowiedzialność przedsię-

¹ P. Lowe, *Zarządzanie technologią*, Wydawnictwo Śląsk, Katowice 1999, s. 31.

² Commission of the European Communities, *Green Paper for Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility*, COM (2001) 366 final, Brussels 2001, s. 6.

biorstwa oznacza, że jest ono moralnie odpowiedzialne i zobowiązane do rozliczania się przed prawem i społeczeństwem ze swej działalności, czyli odpowiedzialne jest przed: właścicielami, pracownikami, akcjonariuszami, klientami, wierzycielami, bankami, ruchami ekologicznymi, dostawcami, kooperantami oraz administracją państwową³. W związku z tym w stosunku do każdej grupy interesariuszy przedsiębiorstwo powinno podjąć określone działania w zakresie społecznej odpowiedzialności. W tabeli 1 zestawiono podstawowe grupy interesariuszy i przykładowe działania firm w zakresie CSR.

Tabela 1. Przykładowe działania firmy w zakresie CSR w stosunku do różnych grup interesariuszy

Interesariusze	Przykładowe działania
Udziałowcy i właściciele	<ul style="list-style-type: none"> – zapoznavanie udziałowców z praktykami CSR, – definiowanie misji przedsiębiorstwa tak, aby uwzględniała cele nie tylko finansowe
Pracownicy	<ul style="list-style-type: none"> – przekazywanie kompetencji i upoważnień pracownikom, – priorytyzacja kwestii zdrowia i bezpieczeństwa pracowników, – zabezpieczenie możliwości udziału pracowników we wzroście i zyskach firmy, – wspieranie możliwości pracowników w zakresie zrównoważenia pracy, rodziny i osobistego rozwoju
Klienci	<ul style="list-style-type: none"> – monitorowanie jakości, bezpieczeństwa i wpływu środowiskowego produktów i usług, – bezzwłoczne reagowanie na skargi klientów
Środowisko naturalne	<ul style="list-style-type: none"> – zobowiązanie się do ograniczania negatywnych wpływów i optymalizowania zasobów, – wykonywanie analiz pełnego cyklu życia wszystkich produktów i usług, – włączanie wartości środowiska w decyzje zakupowe
Spółeczność (łącznie z władzami)	<ul style="list-style-type: none"> – włączanie się w działalność dobroczynną odpowiadającą potrzebom społecznym, – współuczestnictwo w organizacjach, które wspierają powodzenie biznesu (promowanie inicjatyw przedsiębiorczych w regionie), – uzupełnianie działań skierowanych w zagrożone grupy społeczne, – wrażliwość na potrzeby lokalnych klientów i kulturę, – zintegrowanie działań ze standardami praw człowieka
Kontrahenci /dostawcy	<ul style="list-style-type: none"> – włączanie wartości społecznych i środowiskowych do decyzji zakupowych, – unikanie współpracy z firmami, które stosują nielegalne praktyki (np. pracę dzieci), – aktywne włączenie w zarządzanie ryzykiem łańcucha dostaw – sprawdzanie praktyk społecznej odpowiedzialności wzdłuż całego łańcucha dostaw, – szybka odpowiedź na zażalenia dostawców

Źródło: opracowanie własne na podstawie *European SMEs and social and environmental responsibility*, „Observatory of European SMEs” 2002 No. 4, s. 14.

We współczesnej gospodarce, określanej mianem gospodarki wiedzy, coraz większego znaczenia nabiera tzw. holistyczne rozumienie rozwoju, czyli potrzeba równoważenia rozwoju w sferze technologicznej z rozwojem w sferze społecznej

³ L. Zbiegień-Maciąg, *Etyka w zarządzaniu*, Wydawnictwo CiM, Warszawa 1997, s. 48-49.

organizacji, a za przejaw właśnie tego drugiego można uznać realizację zasad społecznej odpowiedzialności. W związku z tym zasadne jest prowadzenie badań relacji między rozwojem technologicznym a podejściem przedsiębiorstw do problemów społecznej odpowiedzialności.

2. Charakterystyka badanych przedsiębiorstw

Badaniami ankietowymi objęto małe i średnie przedsiębiorstwa (MŚP) produkcyjne. Uzyskano 151 kompletnie wypełnionych ankiet dotyczących lat 2003, 2004 i 2005. Większość badanej grupy stanowiły średnie przedsiębiorstwa, tj. zatrudniające od 50 do 250 pracowników (51,7%). Pozostałą część stanowiły małe przedsiębiorstwa, tj. zatrudniające od 10 do 49 pracowników. Badaniami nie objęto mikroprzedsiębiorstw. Ze względu na formę własności większość badanych firm stanowiły przedsiębiorstwa będące własnością prywatną (73,5%). Według EKD sekcji Przetwórstwo przemysłowe najwięcej przedsiębiorstw prowadziło działalność sklasyfikowaną w grupie 4 – przemysł niskiej techniki (46,9%) i w grupie 3 – przemysł średnioniskiej techniki (37,7%). Analizując strukturę towarową sprzedaży, można stwierdzić, że większość przedsiębiorstw wytwarzała i sprzedawała wyroby surowcochłonne (88,1%) oraz łatwe do imitowania (41%).

3. Innowacyjność produktowa i procesowa jako miary rozwoju technologicznego

Za miarę rozwoju technologicznego badanych przedsiębiorstw przyjęto technologiczną innowacyjność produktową oraz technologiczną innowacyjność procesową. Zgodnie z metodologią OSLO technologicznie nowy produkt to taki, którego charakterystyki technologiczne są istotnie, obiektywnie różne od charakterystyk produktów dotychczas wytwarzanych⁴. Niewielkie techniczne lub estetyczne modyfikacje nie stanowią innowacji technologicznej. Innowacją technologiczną są dopiero zmiany wpływające na osiągi, właściwości, koszty, zużycie materiałów, komponentów itp. Natomiast technologiczna innowacja procesowa to wykorzystanie technologicznie nowych metod produkcji, a także dostaw produktów. Może obejmować zmiany w wyposażeniu, organizacji produkcji lub różne kombinacje tych zmian⁵. W tabeli 2 zestawiono dane dotyczące małych i średnich przedsiębiorstw, które w latach 2003, 2004 i 2005 wprowadziły na rynek technologicznie nowe produkty oraz wdrożyły technologicznie nowe procesy produkcyjne.

⁴ OSLO MANUAL, *The Measurement of Scientific and Technological Activities – Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data*, OECD/Eurostat 1997, s. 32.

⁵ Tamże, s. 32.

Tabela 2. Małe i średnie przedsiębiorstwa produkcyjne, które w latach 2003-2005 wprowadziły na rynek nowe produkty i wdrożyły nowe procesy ($n = 151$)

Rok	Produkty technologicznie nowe				Procesy technologicznie nowe			
	Przedsiębiorstwa, które ich nie wprowadziły		Przedsiębiorstwa, które je wprowadziły		Przedsiębiorstwa, które ich nie wdrożyły		Przedsiębiorstwa, które je wdrożyły	
	Liczność	Udział (%)	Liczność	Udział (%)	Liczność	Udział (%)	Liczność	Udział (%)
2003	88	58,3	63	41,7	115	76,2	36	24,8
2004	83	55,0	68	45,0	107	70,9	44	29,1
2005	96	63,6	55	36,4	109	72,2	42	27,8

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Dane dotyczące innowacyjności produktowej i procesowej badanych przedsiębiorstw w latach 2003-2005 zostały wykorzystane do wyliczenia zmiennych grupujących TPD i TPC. Zgodnie z metodologią OSLO przyjęto, że przedsiębiorstwo innowacyjne produktowo to przedsiębiorstwo, które w okresie trzyletnim wprowadziło na rynek nowy produkt, będący nowością przynajmniej z punktu widzenia tego przedsiębiorstwa, natomiast przedsiębiorstwo innowacyjne procesowo to przedsiębiorstwo, które w okresie trzyletnim wdrożyło nowy proces produkcji, będący nowością przynajmniej z punktu widzenia tego przedsiębiorstwa. Te przedsiębiorstwa, które co najmniej w jednym z trzech badanych lat wykazały wprowadzenie technologicznie nowego produktu oraz wdrożenie technologicznie nowego procesu produkcyjnego, zaliczono odpowiednio do grupy przedsiębiorstw innowacyjnych produktowo i procesowo, a pozostałe do grupy przedsiębiorstw nieinnowacyjnych.

4. Postawy badanych przedsiębiorstw wobec społecznych zobowiązań

W ramach prowadzonych badań przedsiębiorstwa określały swoją postawę wobec społecznych zobowiązań w latach 2003-2005. Według R.W. Griffina poziom zaangażowania przedsiębiorstwa w realizację określonych działań z zakresu społecznej odpowiedzialności ukazuje, jaką postawę reprezentuje dane przedsiębiorstwo w stosunku do społecznych zobowiązań: postawę oporu, postawę społecznego obowiązku, postawę społecznej reakcji czy postawę społecznego wkładu⁶. Możliwe postawy przedsiębiorstw wobec społecznych zobowiązań zestawiono w tab. 3 (przedsiębiorstwa dokonywały wyboru między tymi czterema postawami).

⁶ R.W. Griffin, *Podstawy zarządzania organizacjami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000, s. 151-154.

Tabela 3. Postawy przedsiębiorstw wobec społecznych zobowiązań przyjęte w prowadzonych badaniach

Postawa	Charakterystyka
Opór	Przedsiębiorstwo podejmuje jak najmniej działań w celu rozwiązania problemów społecznych lub ekologicznych.
Społeczny obowiązek	Przedsiębiorstwo podejmuje wszystkie działania nakazane prawem, ale nic poza tym.
Społeczna reakcja	Przedsiębiorstwo wypełnia swoje podstawowe obowiązki prawne i etyczne, a w wybranych sytuacjach pozytywnie reaguje na społeczne prośby i podejmuje działalność filantropijną.
Społeczny wkład	Przedsiębiorstwo postrzega siebie jako obywatela społeczeństwa i aktywnie poszukuje możliwości wkładu w dobro społeczne.

Źródło: opracowanie na podstawie R.W. Griffin, wyd. cyt., s. 151-154.

W tabeli 4 zestawiono wyniki dotyczące postaw badanych przedsiębiorstw wobec społecznych zobowiązań z podziałem na przedsiębiorstwa innowacyjne i nieinnowacyjne (produktowo i procesowo) w badanych latach.

Tabela 4. Zestawienie wskazań dotyczących postaw badanych przedsiębiorstw wobec społecznych zobowiązań w latach 2003-2005 z podziałem na przedsiębiorstwa innowacyjne i nieinnowacyjne (możliwe było tylko jedno wskazanie)

		Grupująca: TIPD		Grupująca: TIPC		Razem
		0	1	0	1	
Liczność		52	99	81	70	151
% z całości		34,44	65,56	53,64	46,36	100
Postawa oporu	Liczność	6	9	10	5	15
	% z kolumny	11,54	9,09	12,32	7,14	
	% z wiersza	40,00	60,00	66,67	33,33	
	% z całości	3,97	5,96	6,62	3,31	9,93
Postawa społecznego obowiązku	Liczność	21	34	27	28	55
	% z kolumny	40,38	34,34	33,33	40,00	
	% z wiersza	38,18	61,82	49,09	50,91	
	% z całości	13,91	22,52	17,88	18,54	36,42
Postawa społecznej reakcji	Liczność	22	49	41	30	71
	% z kolumny	42,31	49,49	50,62	42,86	
	% z wiersza	30,99	69,01	57,75	42,25	
	% z całości	14,57	32,45	27,15	19,87	47,02
Postawa społecznego wkładu	Liczność	3	7	3	7	10
	% z kolumny	5,77	7,07	3,70	10,00	
	% z wiersza	30,00	70,00	30,00	70,00	
	% z całości	1,99	4,64	1,99	4,64	6,62
Grupująca TPD: przedsiębiorstwa innowacyjne produktowo – 1, nieinnowacyjne produktowo – 0.						
Grupująca TPC: przedsiębiorstwa innowacyjne procesowo – 1, nieinnowacyjne procesowo – 0.						

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych z wykorzystaniem programu STATISTICA 6.0.

W badanej grupie małych i średnich przedsiębiorstw produkcyjnych dominowała postawa społecznej reakcji (47,02% wszystkich badanych 151 firm). Postawa ta występowała najczęściej zarówno wśród firm innowacyjnych produktowo (49,49% wszystkich 99 firm innowacyjnych produktowo), jak i wśród firm innowacyjnych procesowo (42,86% wszystkich 70 firm innowacyjnych procesowo). Podobne wskazania uzyskano dla grupy firm nieinnowacyjnych. Natomiast analizując dwie skrajne postawy, można stwierdzić, że w przypadku postawy oporu większości wskazań dokonały przedsiębiorstwa nieinnowacyjne (produktowo i procesowo), a w przypadku postawy społecznego wkładu większość wskazań pochodzi od firm innowacyjnych. Jednakże uwzględniając to, że skrajne postawy zostały wskazane jedynie przez 16,55% wszystkich badanych przedsiębiorstw, można uznać, że nie ma tak istotnej statystycznie różnicy między postawami wobec społecznych zobowiązań większości przedsiębiorstw innowacyjnych i nieinnowacyjnych.

5. Podstawowe kierunki działania badanych przedsiębiorstw w ramach polityki współpracy z otoczeniem społecznym

W ramach prowadzonych badań małe i średnie przedsiębiorstwa produkcyjne określały podstawowe kierunki działań podejmowanych w ramach polityki współpracy z otoczeniem społecznym w latach 2003-2005. Badane firmy dokonywały wyboru spośród takich działań, jak:

- współpraca z lokalnymi władzami,
- współpraca z organizacjami zawodowymi,
- wspieranie rozwoju lokalnego sportu i wypoczynku,
- wspieranie rozwoju lokalnej edukacji i oświaty,
- wspieranie lokalnego zabezpieczenia medycznego,
- działania wpływające na zmniejszenie lokalnego bezrobocia,
- wspieranie rozwoju lokalnej kultury,
- działania wpływające na poprawę funkcjonowania lokalnej gospodarki,
- wspieranie lokalnej dobroczynności.

Przedsiębiorstwa mogły wskazać więcej niż jeden kierunek działania oraz uzupełnić listę o kierunki brakujące. Najwięcej przedsiębiorstw wskazało jednak tylko jeden kierunek działania (61 firm ze 151 badanych). W tabeli 5 zestawiono wyniki analizy badanej grupy przedsiębiorstw pod kątem liczby wskazanych kierunków działania.

W tabeli 6 zestawiono wyniki wskazań głównych kierunków działań podejmowanych przez badane małe i średnie przedsiębiorstwa produkcyjne w ramach polityki współpracy z otoczeniem społecznym z podziałem na przedsiębiorstwa innowacyjne i nieinnowacyjne.

Tabela 5. Charakterystyka badanej grupy małych i średnich przedsiębiorstw pod kątem liczby wskazanych kierunków działania w ramach polityki współpracy z otoczeniem społecznym

Kategoria	Liczba przedsiębiorstw	Udział (%)
Brak wskazań	16	10,60
1 kierunek działania	61	40,40
2 kierunki działania	36	23,84
3 i więcej kierunków działania	38	25,16

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Tabela 6. Kierunki działań badanych małych i średnich przedsiębiorstw produkcyjnych w ramach polityki współpracy z otoczeniem społecznym (nie dotyczy pracowników) w latach 2003-2005 (możliwe były liczne wskazania) z podziałem na firmy innowacyjne i nieinnowacyjne

		Grupująca: TIPD		Grupująca: TIPC		Razem
		0	1	0	1	
Liczność		52	99	81	70	151
	% z całości	34,44	65,56	53,64	46,36	
Wspieranie rozwoju lokalnego sportu i wycieczynku	Liczność	16	42	33	25	58
	% z kolumny	30,77	42,42	40,74	35,71	
	% z wiersza	27,59	72,41	56,90	43,10	
	% z całości	10,60	27,81	21,85	16,56	38,41
Wspieranie lokalnej dobroczynności	Liczność	20	35	30	25	55
	% z kolumny	38,46	35,35	37,04	35,71	
	% z wiersza	36,36	63,64	54,55	45,45	
	% z całości	13,25	23,18	19,87	16,56	36,42
Zaangażowanie się we współpracę z lokalnymi władzami	Liczność	16	30	25	21	46
	% z kolumny	30,77	30,30	30,86	30,00	
	% z wiersza	34,78	65,22	54,35	45,65	
	% z całości	10,60	19,87	16,56	13,91	30,46
Podejmowanie działań wpływających na zmniejszenie lokalnego bezrobocia	Liczność	9	37	25	21	46
	% z kolumny	17,31	37,37	30,86	30,00	
	% z wiersza	19,57	80,43	54,35	45,65	
	% z całości	5,96	24,50	16,56	13,91	30,46
Wspieranie rozwoju lokalnej edukacji i oświaty	Liczność	8	25	14	19	33
	% z kolumny	15,38	25,25	17,28	27,14	
	% z wiersza	24,24	75,76	42,42	57,58	
	% z całości	5,30	16,56	9,27	12,58	21,85
Wspieranie rozwoju lokalnej kultury	Liczność	8	13	8	13	21
	% z kolumny	15,38	13,13	9,88	18,57	
	% z wiersza	38,10	61,90	38,10	61,90	
	% z całości	5,30	8,61	5,30	8,61	13,91
Podejmowanie działań wpływających na poprawę funkcjonowania lokalnej gospodarki	Liczność	6	13	7	12	19
	% z kolumny	11,54	13,13	8,64	17,14	
	% z wiersza	31,58	68,42	36,84	63,16	
	% z całości	3,97	8,61	4,64	7,95	12,58
Zaangażowanie się we współpracę z organizacjami zawodowymi	Liczność	7	8	5	10	15
	% z kolumny	13,46	8,08	6,17	14,29	
	% z wiersza	46,67	53,33	33,33	66,67	
	% z całości	4,64	5,30	3,31	6,62	9,93
Wspieranie lokalnego zabezpieczenia medycznego	Liczność	2	6	1	7	8
	% z kolumny	3,85	6,06	1,23	10,00	
	% z wiersza	25,00	75,00	12,50	87,50	
	% z całości	1,32	3,97	0,66	4,64	5,30
Grupująca TPD: przedsiębiorstwa innowacyjne produktowo – 1, nieinnowacyjne produktowo – 0.						
Grupująca TPC: przedsiębiorstwa innowacyjne procesowo – 1, nieinnowacyjne procesowo – 0.						

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych z wykorzystaniem programu STATISTICA 6.0.

Z analizy dokonanych wskazań wynika, że podstawowymi kierunkami działania w ramach polityki współpracy z otoczeniem społecznym w badanej grupie małych i średnich przedsiębiorstw produkcyjnych były: wspieranie rozwoju lokalnego sportu i wypoczynku (58 firm spośród 151 wskazało ten kierunek) oraz wspieranie lokalnej dobroczynności (55 firm spośród 151). Wspieranie rozwoju lokalnego sportu i wypoczynku okazało się również kierunkiem najczęściej wskazywanym przez firmy innowacyjne produktowo (42 firmy spośród 99 innowacyjnych produktowo) oraz przez firmy innowacyjne procesowo (25 firm spośród 70 innowacyjnych procesowo). Jednocześnie firmy innowacyjne produktowo często wskazywały na podejmowanie działań związanych ze zmniejszeniem lokalnego bezrobocia (37 firm z 99) oraz na wspieranie lokalnej dobroczynności (35 firm z 99). Również firmy innowacyjne procesowo często wskazywały na wspieranie lokalnej dobroczynności jako główny kierunek działań w ramach polityki współpracy z otoczeniem społecznym (25 firm z 70). Analizując wskazania firm nieinnowacyjnych, uzyskano podobne ustalenia. Również w przypadku tych przedsiębiorstw dominują zasadniczo dwa kierunki działań: wspieranie rozwoju lokalnego sportu i wypoczynku (odpowiednio 16 i 33 wskazania) oraz wspieranie lokalnej dobroczynności (odpowiednio 20 i 30 wskazań). Uznać więc można, że nie ma istotnej statystycznie różnicy między kierunkami działań w ramach polityki współpracy z otoczeniem społecznym, obieranymi przez większość przedsiębiorstw innowacyjnych i nieinnowacyjnych.

Odnosząc natomiast wyniki do wyników badań przeprowadzonych w tym zakresie w 2002 r. w grupie 41 małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP) produkcyjnych woj. śląskiego można stwierdzić, że nastąpiła zmiana głównego kierunku działań w ramach polityki współpracy z otoczeniem społecznym. W badanej grupie przedsiębiorstw najczęściej podejmowanym działaniem w 2002 r. było zaangażowanie się przedsiębiorstwa we współpracę z lokalnymi władzami, ale i tak było to działanie podejmowane najwyżej „dosyć często”⁷.

6. Sposoby wspierania działań w ramach społecznej odpowiedzialności

W ankiecie małe i średnie przedsiębiorstwa produkcyjne określały podstawowe sposoby wspierania działań w ramach społecznej odpowiedzialności w latach 2003-2005. Badanym firmom przedstawiono następujące opcje:

- wykorzystanie możliwości logistycznych przedsiębiorstwa (np. użyczenie samochodów, maszyn, urządzeń, sprzętu itp.),
- jednorazowe darowizny w gotówce na określony, wyszczególniony cel,

⁷ J. Tabor, *Praktyki społecznej odpowiedzialności (CSR) w małych i średnich przedsiębiorstwach*, [w:] *Zarządzanie organizacjami gospodarczymi w zmieniającym się otoczeniu*, red. J. Lewandowski, Wydawnictwo Politechniki Łódzkiej, Łódź 2004, s. 339-340.

- sponsoring regularny (ciągły) – finansowanie ciągle,
- jednorazowe darowizny w postaci produktów przedsiębiorstwa,
- wykorzystanie możliwości organizacyjnych firmy (np. użyczenie pracowników).

Przedsiębiorstwa mogły wskazać więcej niż jeden sposób oraz uzupełnić listę o inne brakujące rozwiązania. Najwięcej przedsiębiorstw wskazało jednak tylko jeden sposób (74 firmy ze 151 badanych). W tabeli 7 zestawiono wyniki analizy badanej grupy przedsiębiorstw pod kątem liczby wskazanych sposobów wspierania działań.

Tabela 7. Charakterystyka badanej grupy małych i średnich przedsiębiorstw pod kątem liczby wskazanych sposobów wspierania działań w ramach społecznej odpowiedzialności

Kategoria	Liczba przedsiębiorstw	Udział (%)
Brak wskazań	22	14,57
1 sposób wspierania działań	74	49,01
2 sposoby wspierania działań	35	23,18
3 i więcej sposobów wspierania działań	20	13,24

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Tabela 8. Podstawowe sposoby realizacji działań przez badane małe i średnie przedsiębiorstwa produkcyjne, w ramach społecznej odpowiedzialności w latach 2003-2005 (możliwe były liczne wskazania), z podziałem na przedsiębiorstwa innowacyjne i nieinnowacyjne

		Grupująca: TPD		Grupująca: TPC		Razem
		0	1	0	1	
Liczebność		52	99	81	70	151
	% z całości	34,44	65,56	53,64	46,36	
Jednorazowe darowizny w gotówce na określony cel	Liczebność	24	51	40	35	75
	% z kolumny	46,15	51,52	49,38	50,00	
	% z wiersza	32,00	68,00	53,33	46,67	
	% z całości	15,89	33,77	26,49	23,18	49,67
Jednorazowe darowizny w postaci produktów przedsiębiorstwa	Liczebność	19	52	39	32	71
	% z kolumny	36,54	52,53	48,15	45,71	
	% z wiersza	26,76	73,24	54,93	45,07	
	% z całości	12,58	34,44	25,83	21,19	47,02
Wykorzystanie możliwości logistycznych przedsiębiorstwa	Liczebność	13	19	17	15	32
	% z kolumny	25,00	19,19	20,99	21,43	
	% z wiersza	40,63	59,38	53,13	46,88	
	% z całości	8,61	12,58	11,26	9,93	21,19
Wykorzystanie możliwości organizacyjnych przedsiębiorstwa	Liczebność	4	14	7	11	18
	% z kolumny	7,69	14,14	8,64	15,71	
	% z wiersza	22,22	77,78	38,89	61,11	
	% z całości	2,65	9,27	4,64	7,28	11,92
Sponsoring regularny (ciągły) – finansowanie ciągle	Liczebność	3	12	5	10	15
	% z kolumny	5,77	12,12	6,17	14,29	
	% z wiersza	20,00	80,00	33,33	66,67	
	% z całości	1,99	7,95	3,31	6,62	9,93
Grupująca TPD: przedsiębiorstwa innowacyjne produktowo – 1, nieinnowacyjne produktowo – 0.						
Grupująca TPC: przedsiębiorstwa innowacyjne procesowo – 1, nieinnowacyjne procesowo – 0.						

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych z wykorzystaniem programu STATISTICA 6.0.

W tabeli 8 zestawiono wyniki wskazań sposobów realizacji działań w ramach społecznej odpowiedzialności w latach 2003-2005 z podziałem na przedsiębiorstwa innowacyjne i nieinnowacyjne.

Z analizy dokonanych wskazań wynika, że podstawowymi sposobami realizacji działań w ramach społecznej odpowiedzialności w badanej grupie małych i średnich przedsiębiorstwach produkcyjnych były: jednorazowe darowizny w gotówce na określony cel (75 firm spośród 151) oraz jednorazowe darowizny w postaci produktów przedsiębiorstwa (71 firm spośród 151). Te dwie opcje stanowiły również najczęściej wybierane rozwiązania nie tylko przez grupę przedsiębiorstw innowacyjnych produktowo (odpowiednio 51 i 52 firmy spośród 99 firm w tej grupie) oraz innowacyjnych procesowo (odpowiednio 35 i 32 firmy spośród 70 firm w tej grupie), ale także przez firmy nieinnowacyjne. Można więc uznać, że nie ma istotnej statystycznie różnicy między sposobami realizacji działań w ramach społecznej odpowiedzialności stosowanymi przez większość małych i średnich przedsiębiorstw innowacyjnych i nieinnowacyjnych.

7. Podsumowanie i wnioski

Przeprowadzone badania i analizy umożliwiły sformułowanie następujących wniosków końcowych dotyczących wybranych aspektów społecznej odpowiedzialności w małych i średnich przedsiębiorstwach innowacyjnych i nieinnowacyjnych.

1) Nie ma istotnej statystycznie różnicy między kierunkami działań w ramach polityki współpracy z otoczeniem społecznym, obieranymi przez większość przedsiębiorstw innowacyjnych i nieinnowacyjnych. W latach 2003-2005 podstawowymi kierunkami działań w ramach polityki współpracy z otoczeniem społecznym były: wspieranie rozwoju lokalnego sportu i wypoczynku oraz wspieranie lokalnej dobroczynności.

2) Nie ma istotnej statystycznie różnicy między sposobami realizacji działań w ramach społecznej odpowiedzialności stosowanymi przez większość przedsiębiorstw innowacyjnych i nieinnowacyjnych. Podstawowymi sposobami realizacji działań w ramach społecznej odpowiedzialności w latach 2003-2005 były: jednorazowe darowizny w gotówce na określony cel oraz jednorazowe darowizny w postaci produktów przedsiębiorstwa.

Podstawowym celem referatu było znalezienie odpowiedzi na pytanie, czy rozwojowi technologicznemu małych i średnich przedsiębiorstw towarzyszą odpowiednie zmiany postaw wobec społecznej odpowiedzialności. Przyjmując za miary rozwoju technologicznego innowacyjność produktową i procesową, w świetle uzyskanych wyników można uznać, że małe i średnie przedsiębiorstwa produkcyjne, innowacyjne i nieinnowacyjne, w ramach przyjętych postaw wobec społecznej odpowiedzialności nie różnią się istotnie. W badanych grupach przedsiębiorstw, zarówno innowacyjnych, jak i nieinnowacyjnych, w analizowanych latach 2003-2005 dominowała postawa społecznej reakcji.

Literatura

- Commission of the European Communities, *Green Paper for Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility*, COM (2001) 366 final, Brussels 2001.
- European SMEs and social and environmental responsibility*, „Observatory of European SMEs” 2002 No. 4.
- Griffin R.W., *Podstawy zarządzania organizacjami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000.
- Lowe P., *Zarządzanie technologią*, Wydawnictwo Śląsk, Katowice 1999.
- OSLO MANUAL, *The Measurement of Scientific and Technological Activities – Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data*, OECD/Eurostat 1997.
- Tabor J., *Praktyki społecznej odpowiedzialności (CSR) w małych i średnich przedsiębiorstwach*, [w:] *Zarządzanie organizacjami gospodarczymi w zmieniającym się otoczeniu*, red. J. Lewandowski, Wydawnictwo Politechniki Łódzkiej, Łódź 2004.
- Zbiegień-Maciąg L., *Etyka w zarządzaniu*, Wydawnictwo CiM, Warszawa 1997.

TECHNOLOGICAL DEVELOPMENT AND SOCIAL RESPONSIBILITY OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES

Summary

The aim of this paper is to analyze whether the adequate changes of the attitudes in relation to social responsibility accompany the technological development of small and medium enterprises. The technological product and process innovativeness were accepted as the measures of the technological development. At the same time, the directions of the activities in framework of the co-operation policy with the social environment were characterized as well as the methods of the activities realization in framework of the social responsibility were specified, with distribution into innovative and non-innovative enterprises. The investigations were realized in industrial small and medium enterprises in the period January – February 2006. The poll referred to the years 2003, 2004 and 2005.