

Mgr inż. Joanna Grzegorzcyk

Strategie społecznej odpowiedzialności biznesu w sytuacji kryzysowej na przykładzie wybranych przedsiębiorstw

STRESZCZENIE

W dobie globalizacji i narastających oczekiwań interesariuszy przedsiębiorstwa coraz częściej uwzględniają w swoich działaniach aspekty społeczne i środowiskowe, co podkreśla rosnące znaczenie społecznej odpowiedzialności biznesu (*Corporate Social Responsibility – CSR*) stanowiącej przedmiot niniejszej rozprawy.

Głównym celem rozprawy było zbadanie zależności pomiędzy realizacją strategii CSR a zdolnością dużych przedsiębiorstw z województwa wielkopolskiego do reagowania na sytuację kryzysową związaną z pandemią COVID-19. Dodatkowo, w pracy wyróżniono cel aplikacyjny, obejmujący opracowanie rekomendacji dotyczących wdrażania systemowych i dojrzałych działań CSR w dużych przedsiębiorstwach.

Praca ma charakter teoretyczno-empiryczny. W części teoretycznej dokonano analizy literatury przedmiotu z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu, zarządzania strategicznego oraz zarządzania kryzysowego, identyfikując luki badawcze dotyczące roli CSR podczas pandemii COVID-19. Część empiryczna opierała się na mieszanym schemacie badawczym, wykorzystującym sekwencyjną strategię eksploracyjną. Pierwszy etap badań empirycznych obejmował indywidualne wywiady pogłębione z ekspertami w dziedzinie CSR. W drugiej fazie badań własnych zrealizowano badanie ankietowe CATI na próbie $n=117$ dużych przedsiębiorstw z województwa wielkopolskiego. Wybór regionu uzasadniono wysokim poziomem przedsiębiorczości i zróżnicowaną strukturą sektorową.

Wyniki badań pozwoliły pozytywnie zweryfikować hipotezę główną, zakładającą pozytywny wpływ społecznej odpowiedzialności biznesu na przetrwanie przez badane jednostki sytuacji kryzysowej związanej z pandemią COVID-19. W toku prac poddano też analizie statystycznej siedem hipotez szczegółowych, spośród których pięć zostało potwierdzonych empirycznie. Uzyskane rezultaty sugerują, że społeczna odpowiedzialność biznesu odgrywa ważną rolę na różnych etapach zarządzania kryzysowego, wzmacniając zdolność adaptacyjną i szanse na przetrwanie kryzysu. Jednocześnie stwierdzono, że w większości badanych przedsiębiorstw poziom wdrożenia koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu odbiegał od dojrzałej strategicznej formy CSR, prezentowanej jako pożądany sposób zaangażowania zarówno w literaturze przedmiotu, jak i w deklaracjach ekspertów. W związku z tym, ostatnim etapem prac nad niniejszą rozprawą było przygotowanie zestawu rekomendacji dla badanych przedsiębiorstw, które pozwolą wdrożyć społeczną odpowiedzialność biznesu na poziomie strategicznym.