

POLITECHNIKA CZĘSTOCHOWSKA

Katarzyna Olejniczak-Szuster

**Przedsiębiorca społecznie odpowiedzialny –
motywy i strategię działania
w dobie pandemii COVID-19**

Monografia



Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej

Częstochowa 2021

Recenzent

Prof. dr hab. Elżbieta Skrzypek

Redakcja

Joanna Jasińska

Redakcja techniczna

Dorota Boratyńska

Projekt okładki

Dorota Boratyńska

ISBN 978-83-7193-837-5

e-ISBN 978-83-7193-838-2

© Copyright by Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej
Częstochowa 2021

Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej, 42-202 Częstochowa, al. Armii Krajowej 36 B
redakcja tel. 34 325 04 80, dystrybucja tel. 34 325 03 93
e-mail: wydawnictwo@pcz.pl, www.wydawnictwo.pcz.pl

[Kup książkę](#)

Wprowadzenie

Warunki, w jakich przyszło funkcjonować współczesnym przedsiębiorcom, nie są łatwe. Ogromna zmienność otoczenia, globalizacja, rosnący postęp technologiczny czy obecnie trwająca pandemia związana z COVID-19 przyczyniły się do zmiany sposobów zarządzania przedsiębiorstwem.

W tych niepewnych i dość trudnych czasach przedsiębiorcy opracowują nowe, pionierskie modele biznesowe. Modele oparte na prospołecznym kanonie, w postaci zwiększonej odpowiedzialności za działania wobec szerokiego grona interesariuszy, w szczególności pracowników, klientów i lokalnej społeczności. Taka postawa ze strony współczesnych przedsiębiorców związana jest z realizacją założeń społecznej odpowiedzialności (zwanej dalej CSR – *Corporate Social Responsibility*), będącej relacją między przedsiębiorstwem a otoczeniem. Jak podkreślają K. McGrath i S.J. Whitty (2018), prospołeczna postawa przedsiębiorcy w postaci działań CSR odnosi się do różnych jego aktywności, które można charakteryzować przez pryzmat wielu zmiennych – cech, działań, motywów czy realizowanych strategii. Należy pamiętać, iż głównym zadaniem przedsiębiorcy jest tworzenie sukcesu danego przedsiębiorstwa, a co za tym idzie zapewnienia mu trwałej egzystencji na rynku. Biorąc pod uwagę zmiany, jakie zachodzą w otoczeniu, przedsiębiorca kieruje się przede wszystkim motywem osiągnięcia zysku.

Prospołeczny – odpowiedzialnie społeczny model biznesowy opiera się na założeniu, iż przedsiębiorcy oprócz dążenia do maksymalizacji zysku dobrowolnie realizują społeczne i ekologiczne zobowiązania, często niezwiązane z ich podstawową działalnością (Karthikeyan, Sujeetha 2019, s. 992). Oznacza to, iż w ramach podejmowanych działań w zakresie CSR przedsiębiorca doskonali swój system zarządzania (Chang, Yeh 2017, s. 38), dążąc do zapewnienia płynnej synergii między potrzebami biznesu a potrzebami społeczeństwa i środowiska naturalnego (Singh i in. 2019). Takie podejście związane jest z „potrójną linią”, w którym to podejściu działania przedsiębiorcy dążą do osiągnięcia równowagi trzech imperatywów: ekonomicznego, środowiskowego oraz społecznego. W tym rozumieniu istotne jest, aby rozróżnić CSR, który może być strategiczną koncepcją zarządzania biznesem, od działalności charytatywnej, sponsoringu lub filantropii. Dla właściwego obrazu prospołecznej aktywności przedsiębiorcy kluczowe staje się stwierdzenie, iż działania CSR to sposób, w jaki tworzy się zyski, a nie to, czy i jak się nimi dzieli. Idąc za tą maksymą, można powiedzieć, że odpowiedzialność społeczna przedsiębiorcy

to strategia działania oparta na wielowymiarowych relacjach społeczno-gospodarczych (Kroik, Bachorski-Rudnicki 2011, s. 4).

Biorąc pod uwagę obecną niestabilność, CSR staje się kluczową zmienną podczas weryfikacji prowadzonej działalności. Wynika to z faktu, iż CSR stał się narzędziem mającym za zadanie wzmocnienie procedur, wzorców i zachowań przedsiębiorców zainteresowanych długoterminowym sukcesem przedsiębiorstwa.

Może mieć to szczególne znaczenie w okresie pandemii COVID-19. Trudności finansowe spowodowane wybuchem pandemii mogą znacząco wpłynąć na działania, których podstawą będzie dążenie do zysków. Zatem aktywność z zakresu CSR może być ostatnią rzeczą, o której współcześni przedsiębiorcy będą myśleć.

Zasadniczym celem monografii jest próba określenia działań przedsiębiorców, w tym motywów i strategii CSR w okresie kryzysu wywołanego pandemią COVID-19. Założono, iż mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa w pierwszej kolejności dążą do swojego rozwoju, względnie utrzymania się na rynku, pomijając z reguły kwestie CSR. Warto zauważyć, iż w dobie pandemii COVID-19 zaostrzyło się wiele problemów społecznych, dając duże możliwości aktywnego zaangażowania się przedsiębiorców w ich rozwiązanie.

Wobec powyższego podstawowym celem przeprowadzonego badania było określenie wpływu pandemii COVID-19 na prowadzone i planowane działania społecznie odpowiedzialne wśród przedsiębiorców (mikro, małych i średnich przedsiębiorstw, w tym osób samozatrudnionych).

Założono, że osiągnięcie powyższego celu możliwe będzie poprzez analizę następujących obszarów badawczych:

- określenie wpływu pandemii COVID-19, związanej z rozprzestrzenianiem koronawirusa SARS-CoV-2, na działalność przedsiębiorcy;
- analiza działań CSR, realizowanych przez przedsiębiorców, przed i w trakcie pandemii COVID-19;
- analiza i ocena postaw społecznie odpowiedzialnych wśród przedsiębiorców;
- określenie modeli CSR realizowanych przez przedsiębiorców;
- analiza przyszłych kierunków działań CSR realizowanych przez przedsiębiorców.

Dokonując uzasadnienia wyboru celu badawczego, a następnie przygotowując się do przeprowadzenia badań, przyjęto następujące hipotezy badawcze:

- H1 – *Rozpowszechnianie choroby COVID-19 doprowadziło do zmiany sposobu, w jaki przedsiębiorcy realizują działania CSR.*
- H2 – *Wraz ze wzrostem wielkości przedsiębiorstwa wzrasta znaczenie działań CSR.*
- H3 – *Zauważa się, iż mali i średni przedsiębiorcy w większym stopniu angażują się w działania społecznie odpowiedzialne niż samozatrudniający się przedsiębiorcy, a także mikroprzedsiębiorcy.*

Tłem pracy badawczej jest podbudowa teoretyczna z zakresu społecznej odpowiedzialności, a także przedsiębiorczości, ze szczególnym uwzględnieniem osoby

przedsiębiorcy. Główna linia badawcza opiera się na literaturze polskiej i zagranicznej dotyczącej omawianej problematyki, jak również na analizach i raportach opublikowanych przez czołowe instytucje badawcze w Polsce i za granicą.

Realizacja założonych celów oraz przyjęte hipotezy zdeterminowały układ niniejszej publikacji, w której wyszczególniono wstęp, pięć rozdziałów oraz podsumowanie.

Punktem wyjścia rozdziału pierwszego, zatytułowanego *Przedsiębiorca i jego rola w gospodarce*, jest założenie, iż podstawą działań przedsiębiorcy jest gospodarowanie z uwzględnieniem kwestii odpowiedzialności. W rozdziale tym dokonano analizy pojęcia przedsiębiorcy w ustawodawstwie polskim, a także zaprezentowano cechy sprzyjające i utrudniające działania przedsiębiorcze. Ważnym elementem rozdziału pierwszego jest przedstawienie oraz charakterystyka przedsiębiorcy wrażliwego społecznie.

Tłem rozważań rozdziału drugiego – *Rozwój prospołecznej działalności współczesnego przedsiębiorcy* – jest prezentacja koncepcji społecznej odpowiedzialności. W rozdziale przedstawiono powstanie i ewolucję społecznej odpowiedzialności, w tym także zmiany toku myślowego dotyczące działań odpowiedzialnych społecznie. Tę część książki kończy podrozdział, w którym wskazano najważniejsze postulaty odpowiedzialności w XXI wieku.

W rozdziale trzecim, noszącym tytuł *Kształtowanie działań CSR przez współczesnego przedsiębiorcę*, zaprezentowano znaczenie samego pojęcia „odpowiedzialności społecznej”, ukazując wieloaspektowy charakter CSR. W rozdziale tym dokonano charakterystyki teorii CSR, modeli charakteryzujących jej istotę, a także strategii CSR, w tym motywów podejmowania prospołecznych działań przez przedsiębiorcę.

Osnowę rozdziału czwartego, zatytułowanego *Prospołeczna działalność przedsiębiorcy w dobie pandemii COVID-19*, stanowią rozważania odnoszące się do działań przedsiębiorcy w czasie obecnie trwającego kryzysu. W tej części prezentowanej monografii przedstawiono podwaliny kryzysu związanego z pandemią choroby COVID-19. Oprócz charakterystyki samej pandemii, jej przyczyn, skutków odniesiono się do przedsiębiorczych działań w dobie pandemii COVID-19. Rozdział ten kończą refleksje dotyczące znaczenia aktywności społecznie odpowiedzialnej przedsiębiorców.

Punktem wyjścia rozdziału piątego – ostatniego – jest empiryczna analiza *Wpływu pandemii COVID-19 na prospołeczną działalność przedsiębiorcy*. W rozdziale tym dokonano opisu założeń badawczych, a także dokonano prezentacji i analizy badań własnych, w aspekcie wpływu pandemii COVID-19 na działalność przedsiębiorcy oraz prospołecznej działalności przedsiębiorcy w analizowanym okresie. Rozdział ten kończy synteza wyników badań, odnosząca się do weryfikacji hipotez, jak i przedstawienia modelu przedsiębiorcy społecznie odpowiedzialnego.

Zakończenie stanowi podsumowanie rezultatów prowadzonych badań na gruncie teoretyczno-badawczym w aspekcie wpływu pandemii COVID-19 na prospołeczną aktywność przedsiębiorcy.

W pracy, zwłaszcza w jej części teoretycznej, wykorzystano materiały źródłowe, polsko- i obcojęzyczne pozycje piśmiennicze oraz elektroniczne – książki i artykuły naukowe. Monografię przygotowano także na kanwie studiów dokumentów krajowych i europejskich dotyczących podjętej tematyki.

Przedstawione w monografii zagadnienia odnoszące się do działań przedsiębiorcy społecznie odpowiedzialnego ukazują prospołeczne postawy przedsiębiorców w dobie pandemii COVID-19.