

ABSTRAKT
mgr Dominika Nieć
„Aktywność społeczna organizacji a jej wizerunek na lokalnym rynku pracy
na przykładzie Kopalni Wapienia „Czatkowice” sp.z o.o.”

Tytuł rozprawy doktorskiej: Aktywność społeczna organizacji a jej wizerunek na lokalnym rynku pracy na przykładzie Kopalni Wapienia „Czatkowice” sp. z o.o.

W rozprawie doktorskiej podjęto problematykę zagadnienia aktywności społecznej organizacji. Brak w literaturze przedmiotu pełnej definicji aktywności społecznej organizacji (ASO) sprawił konieczność podjęcia „zapożyczeń” z koncepcji wspomagających stworzenie pełnej definicji zagadnienia ASO, tj. z koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu, dualnego rynku pracy, koncepcji interesariuszy, koncepcji zrównoważonego rozwoju, idei Green HR. Wyłaniająca się nowa koncepcja aktywności społecznej organizacji stanowi podwaliny dla działalności społecznej firmy, tworząc tym samym warunki dla działań celowych, dedykowanych zidentyfikowanym na lokalnym rynku pracy interesariuszom organizacji.

Głównym celem dysertacji było wskazanie relacji pomiędzy aktywnością społeczną organizacji a jej wizerunkiem na lokalnym rynku pracy Kopalni Wapienia „Czatkowice” sp. z o.o. oraz zależności jakie występują pomiędzy trzema podmiotami aktywności społecznej organizacji na przykładzie badanej organizacji, tj. Działu Personalnego, Działu ds. Społecznej Odpowiedzialności Biznesu oraz związków zawodowych.

Problem poruszany w rozprawie doktorskiej jest złożony (wielowymiarowy), co spowodowało, że był rozpatrywany na wielu płaszczyznach. Wykorzystano zatem zarówno metody badań ilościowych, jak i metody badań jakościowych, co zapewniło wyższą jakość wyników prowadzonych badań, ograniczenie błędu pomiaru oraz praktyczne wykorzystanie wyników. Dla pozyskania danych empirycznych do analizy wykorzystaniem metod statystycznych autorka wykorzystwała powszechnie znane narzędzia wykorzystywane przy tego typu badaniach, tj. kwestionariusza ankiety oraz indywidualnych pytań pogłębionych. Dobór respondentów do obydwu badań był celowy.

Badanie ilościowe zrealizowano w formie papierowej. Kwestionariusz ankiet składał się z pięciu sekcji (Współpraca z oświatą, Aktywność sportowa, Lokalne tradycje, Wolontariat, Wizerunek). Każda sekcja kwestionariusza ankiety składała się z dwóch rodzajów pytań: pierwsze dotyczyły znajomości działań organizacji (Czy poniższe działania realizowane przez Kopalnię Wapienia „Czatkowice” sp. z o.o. są Pani/Panu znane?), drugie dotyczyły opinii respondentów, które oceniano przy użyciu 5-stopniowej skali Likerta.

Badaniu poddani zostali: Pracownicy Kopalni Wapienia „Czatkowice” sp. z o.o. (interesariusze wewnętrzni). Interesariusze zewnętrzni organizacji, tj. emerytowani pracownicy Spółki oraz przedstawiciele instytucji z obszaru gminy Krzeszowice.

Badanie jakościowe zostało przeprowadzone wśród przedstawicieli instytucji działających w Kopalni Wapienia „Czatkowice” sp. z o.o., wśród których wymienić można przedstawicieli obszarów: HR, CSR, związków zawodowych oraz Stowarzyszenia Inżynierów i Techników Górnictwa (SITG). Badanie jakościowe składało się z 17 pytań i przeprowadzone zostało poprzez indywidualne pytania pogłębione w formie wywiadu typu questionnaire.

Dysertacja składa się z wstępu, pięciu rozdziałów oraz zakończenia, obejmującego najistotniejsze konkluzje autorki oraz rezultaty celów postawionych na wstępie niniejszej pracy. Rozdział pierwszy poświęcony został zagadnieniom teoretycznym problematyki aktywności społecznej organizacji. W rozdziale drugim przybliżona jest tematyka zagadnienia zarządzaniem wizerunkiem organizacji na rynku pracy. Rozdział trzeci obejmuje szczegółową charakterystykę zagadnienia, jakim jest aktywność społeczna organizacji oraz funkcji i zadań podmiotów aktywności społecznej organizacji. Rozdział czwarty zawiera metodykę badań własnych. W rozdziale piątym scharakteryzowano badaną próbę, dokonano analizy rzetelności oraz zaprezentowano wyniki badań empirycznych. Ostatnia część pracy zawiera wskazanie działań ASO w badanej organizacji oraz wnioski i zalecenia będące efektem badań empirycznych, badań literaturowych i obserwacji własnych autorki.

Na podstawie uzyskanych wyników własnych wykazano, że z wstępnych analiz dotyczących ocen poszczególnych aspektów, respondenci najlepiej oceniali działania podejmowane w ramach wizerunku organizacji.

Zweryfikowany za pomocą badań model badawczy wpływu aktywności społecznej organizacji na jej wizerunek na lokalnym rynku pracy przedstawia wpływ elementów ASO (mecenatu, sponsoringu, wolontariatu) na jej interesariuszy (wewnętrznych i zewnętrznych), poprzez realizację działań w ramach dwóch wskaźników, tj. współpracy organizacji z oświatą i lokalnych tradycji. Nie stwierdzono w sposób bezpośredni istotnej statystycznie relacji między aktywnością sportową a wizerunkiem Kopalni oraz relacji pomiędzy wolontariatem a wizerunkiem Kopalni. Tworzy to zdaniem autorki przestrzeń do podjęcia dalszych badań identyfikujących wskaźniki ASO mogące wpływać na wizerunek organizacji.

Jednocześnie stwierdzono istotny statystycznie wpływ zmiennej – współpracy z oświatą na wizerunek Kopalni oraz wpływ lokalnych tradycji na wizerunek Kopalni. Nasuwają się również wnioski dotyczące większej uwagi organizacji w usprawnienie komunikacji w kopalni. Kluczowym może być stworzenie strategii i udostępnienie odpowiednich narzędzi komunikacyjnych dla transparentnego przekazu informacji wszystkim zainteresowanym interesariuszom firmy.

Zagadnienie aktywności społecznej organizacji wydaje się perspektywiczne zarówno dla teorii, jak i praktyki. Kontynuacja prac nad zagadnieniem ASO może przyczynić się do identyfikacji nowych kompetencji dla podmiotów odpowiedzialnych w organizacji za dialog społeczny z interesariuszami. Jest to ważny aspekt zwłaszcza wdrażania w firmach różnego rodzaju aktywności z zakresu zrównoważonego rozwoju, będących elementarnymi kwestiami, zwłaszcza dla nowego pokolenia pracowników. Tym samym zagadnienie aktywności społecznej organizacji może stanowić kryterium wyboru miejsca pracy przez jej potencjalnych kandydatów.

Słowa kluczowe: aktywność społeczna, społeczna odpowiedzialność biznesu, dualny rynek pracy, koncepcja interesariuszy, idea Green HR, wizerunek, lokalny rynek pracy, dział personalny, związki zawodowe.