Magdalena Bsoul

Wolontariat pracowniczy jako przejaw działań z zakresu społecznie odpowiedzialnego biznesu (CSR)

Rynek - Społeczeństwo - Kultura nr 3 (11), 10-15

2014

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

MUZEUM HISTORII POLSKI

Wolontariat pracowniczy jako przejaw działań z zakresu społecznie odpowiedzialnego biznesu (CSR)

The Employee Volunteering Work as CSR

Magdalena Bsoul, *Politechnika Częstochowska*

STRESZCZENIE

Wolontariusze pracują we wszystkich dziedzinach życia społecznego, a ich prospołeczne zachowania wymagają nie tylko bezinteresownego poświęcenia własnych sił dla dobra drugiego człowieka, ale także determinacji, wrażliwości i umiejętności i współdziałania z innymi ludźmi. Coraz częściej mamy do czynienia z wolontariatem pracowniczym, który traktowany jest jako jedno z najważniejszych narzędzi realizacji projektów CSR wpływające na organizację, poprzez kształtowanie wartości, etosu czy misji w działaniach prospołecznych. Wolontariat pracowniczy jest też sposobem na budowanie i kształtowanie postaw prospołecznych. Otwiera także zarówno przed firmą, jak i pracownikami nowe możliwości.

ABSTRACT

Volunteers are present in every field of social life. Their prosocial behaviour requires not only a selfless devotion of one's effort for the sake of the others, but also the determination, sensitivity and the ability of cooperation with other people. The volunteering work is seen at workplace more often. It is perceived as one of the most important tools of realization of CSR projects that influences the organization through creating values, ethos and a mission via prosocial behaviour. The volunteering at workplace is also a way of building and shaping of prosocial attitudes. It opens new possibilities for both the employer and the employees.

Wstęp

W Polsce istnieje długoletnia tradycja pracy społecznej, tradycja angażowania się w problemy innych. Współcześnie przez wolontariat rozumie się „bezpłatne, dobrowolne, świadome działanie na rzecz innych, wykraczające poza więzi rodzinno – koleżeńsko – przyjacielskie" (Kubiak 2002: 38). Wolontariusze pracują we wszystkich dziedzinach życia społecznego, a ich prospołeczne zachowania wymagają nie tylko bezinteresownego poświęcenia własnych sił dla dobra drugiego człowieka, ale także wrażliwości, determinacji, zaangażowania oraz umiejętności współdziałania z innymi ludźmi. Można powiedzieć zatem, że wolontariat należy do najżywotniejszych przejawów solidarności ludzi we współczesnym świecie. Przedmiotem moich rozważań w niniejszym artykule jest wolontariat jako przejaw działań z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu. CSR jest współcześnie jedną z podstawowych działalności organizacji w Polsce. Działalność firm, które podejmują konkretne działania powinny być odpowiednio zaplanowane, a strategie, misje i wartości mają pozytywnie wpływać nie tylko na wzrost zaufania pracowników, ale także na pozytywny wizerunek na zewnątrz. Realizacja projektów CSR poza tym, że pozytywnie wpływa na organizację poprzez kształtowanie jej pozytywnego wizerunku na zewnątrz, pozwala również na realizowanie ważnych społecznie projektów przy wykorzystaniu potencjału pracowniczego, jakim jest na przykład wolontariat pracowniczy. Bez wątpienia jest to jedno z narzędzi motywacji pozafinansowej i podnoszenia godnościowego aspektu pracy. Ten nowy trend zdobywa coraz większą popularność – zwłaszcza, że rok 2011 był ogłoszony Międzynarodowym Rokiem Wolontariatu.

Wolontariat – forma aktywności społecznej

Historia wolontariatu na świecie sięga 1920 roku, kiedy to szwajcarski pacyfista Pierr Cèrèsole zorganizował w miasteczku Esne we Francji międzynarodowy *work camp* dla wolontariuszy. Uważał on, że wspólną pracą ludzi przybyłych z różnych krajów będzie można promować pokój i rozwiązywać różne problemy drogą dialogu. Zjazd ten dał początek programom opartym wyłącznie na dobrowolnym uczestnictwie, realizowanym w atmosferze przyjaźni, oferującym możliwość poznawania nowych kultur i obyczajów narodów. Te międzynarodowe spotkania odbywały się co roku, a ich uczestnicy pracując wspólnie tworzyli ponadnarodowe więzi i przyjaźnie. W latach 1920-1945 powstawały w Europie liczne organizacje wolontariatu, ale z reguły miały one charakter religijny. Niektóre z nich istnieją po dzień

dzisiejszy, a przykładem mogą być: Międzynarodowa Służba Cywilna, Akcja Młodzieży na Rzecz Pokoju czy Międzynarodowa Unia na Rzecz Pojednania. Natomiast po drugiej wojnie światowej pojawia się zapotrzebowanie na inicjatywy społeczne i na działalność realizowaną poprzez spontaniczne działania obywateli. W odpowiedzi na potrzeby społeczeństw i państw zniszczonych w wyniku wojny powstawały programy odbudowy, co z kolei powodowało wzrost zainteresowania wolontariatem (Cyran-Mądzik 2009).

Zaczęły powstawać organizacje pozarządowe, takie jak stowarzyszenia, fundacje, grupy samopomocowe, których członkowie mogli realizować swoje ambicje i marzenia w różnych obszarach życia społecznego. Zauważmy, że sektor organizacji pozarządowych przyczynia się w znacznej mierze do powstawania społeczeństwa obywatelskiego. Organizacje pozarządowe świadczą usługi najczęściej w obszarze pomocy społecznej, kultury, edukacji, praw człowieka, oświaty. Jednym z takich ruchów jest wolontariat, którego zadaniem jest dobrowolna, nieodpłatna, świadoma praca na rzecz innych, wykraczająca poza więzi rodzinne, koleżeńskie czy sąsiedzkie.

Służba wolontariacka jest elementem każdej cywilizacji i społeczeństwa. Wolontariat (łac. *voluntas – dobra wola, dobrowolność*), w tradycyjnym znaczeniu rozumiany jako praktyka bez wynagrodzenia dla nauczenia zawodu. Współcześnie termin ten stosowany jest na określenie bezpłatnej, dobrowolnej i świadomej pracy stałej lub okazjonalnej na rzecz innych.

W historii naszego kraju istnieje długoletnia tradycja pracy społecznej, tradycja pomagania sobie wzajemnie, udzielania pomocy nie radzącym sobie ze swoimi problemami. Aktywność obywatelska stała się szczególnie widoczna po roku 1989 – kiedy to nastąpił rozkwit ruchów stowarzyszeniowych w Polsce. Od tego czasu, ludzie w sposób jawny i zgodny z obowiązującym prawem, mogą realizować w różnej formie szereg działań obywatelskich. W roku 1993 rozpoczęło swoją działalność Centrum Wolontariatu. Natomiast w Ustawie z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie określone zostały zasady współpracy z ochotnikami. Działalność pożytku publicznego jest to działalność społecznie użyteczna, która prowadzona jest przez organizacje pozarządowe w sferze zadań publicznych. Organizacjami tymi są osoby prawne lub jednostki nieposiadające osobowości prawnej, utworzone na podstawie ustaw, niebędące jednostkami sektora finansów publicznych oraz kościelne osoby prawne i stowarzyszenia samorządu terytorialnego (Dz. U. nr 96, poz. 873).

W Polsce w ostatnich latach powstają liczne nowe grupy wolontariatu potrafiące poświęcać swój czas i zdolności sprawie ludzi potrzebujących, oferując im różnego rodzaju wsparcie, a także okazując troskę o dobro wspólne. Postawy prezentowane przez wolontariuszy opierają się na bezinteresownej woli służenia innym ludziom, nie są motywowane chęcią znalezienia pracy i zarobku. Zaangażowanie wolontariusza jest dobrowolne, a zatem wynika z jego dobrej woli, a nie z jakiś wiążących norm.

Wolontariat zakłada również pewną ciągłość i systematyczność w działaniach podejmowanych bezpośrednio na rzecz najbardziej potrzebujących. Aktywność ta jest najczęściej profesjonalnie zorganizowana w ramach określonych grup, chociaż można również mówić o wolontariacie indywidualnym. Idea wolontariatu zakłada współdziałanie środowisk pozarządowych ze wszystkimi tymi, dla których większość tych działań jest niezrozumiała.

Wśród ruchów pozarządowych można wyróżnić dwa rodzaje organizacji, które zajmują się wolontariatem. Pierwsze z nich, to stowarzyszenia pomagające wolontariuszom (działające dla wolontariuszy). Drugie, to organizacje zatrudniające wolontariuszy. Do tej pierwszej grupy należą centra wolontariatu, które zajmują się informowaniem wolontariuszy o możliwościach ich zatrudnienia, pomagają w rozwiązywaniu problemów, zbierają informacje na temat sytuacji wolontariatu w danym kraju oraz badają jego stan prawny. Stowarzyszenia i fundacje zatrudniające wolontariuszy, przy ich pomocy realizują cele swoich organizacji. Wolontariusze pomagają nie tylko podczas festynów i zbiórek pieniędzy, ale również duża ich część zajmuje się realizowaniem zadań programowych organizacji, promocją, informacją, szukaniem funduszy na realizowanie różnych zamierzeń. Wiele osób pomaga poprzez wykonywanie swojego zawodu, wykorzystując posiadane umiejętności i zainteresowania (Wiśniewska 2001). Wolontariusz może świadczyć pracę na rzecz organizacji międzynarodowych w Polsce, jak i za granicą.

Zdaniem Ewy Dołęgowkiej-Wojnowskiej prospołeczne zachowania wolontariuszy są inspirowane przede wszystkim motywacją altruistyczną, zadaniową, ideologiczną, egoistyczną oraz afiliacyjną. Natomiast Sławomir Gawroński uważa, że wolontariat kształtuje wartości, wśród których wymienia: obywatelski sens odpowiedzialności i uczestnictwa w życiu społecznym, postawienie w centrum zainteresowań człowieka, zwrócenie uwagi na najsłabszych i najbardziej cierpiących, bezinteresowność w działaniach solidarnościowych, szacunek dla innych, dzielenie własnego istnienia z istnieniem innych, swój sens służby. W oparciu o wymienione wartości wolontariusz realizuje postawione zadania.

Do najważniejszych z nich należą (Gawroński 1999):

- domaganie się od państwa praw dla najsłabszych oraz stymulowanie instytucji publicznych;
- wytyczanie nowych zakresów interwencji i wzorców pozytywnych dla działalności struktur publicznych;
- dostrzeganie na własnym terenie trudnych sytuacji i niesienie bezpośredniej pomocy potrzebującym;
- odbudowa pozytywnej postawy obywatelskiej i moralnej naszego społeczeństwa;
- integrowanie służb publicznych szczególnie w tych sektorach, w których interwencja państwa jest niewystarczająca.

Wolontariat wymaga nie tylko bezinteresownego poświęcenia własnych sił potrzebującym, ale przede wszystkim determinacji, umiejętności łączenia współczucia ze sprawnością działania oraz wrażliwości. Wpływa on na zmianę stosunków pomiędzy obywatelem a państwem, bowiem poprzez zbiorowe działanie i zaangażowanie obywatel może odegrać istotną rolę we wnoszeniu pozytywnego wkładu w życie społeczności, w której funkcjonuje.

Wolontariat sprzyja również tworzeniu wysokiego poziomu kapitału społecznego. Jakość wolontariatu zależy przede wszystkim od jakości ludzi, którzy go współtworzą, a zwłaszcza od ich umiejętności pozytywnego współdziałania z innymi. Kapitał społeczny może przejawiać się w postaci np. pomysłów, projektów, czy koncepcji. Dzięki istnieniu kapitału społecznego wolontariusze, z własnej inicjatywy, nie tylko wspierają organizację, ale także potrafią zachęcić do wsparcia inne osoby, które do tej pory nie miały z nią kontaktu. Z siły kapitału społecznego, którego pokłady znajdują się w wolontariuszach doskonale zdają sobie sprawę władze państwa. Ci „aktywni obywatele", którzy przeznaczają swój czas, energię i środki dla udzielenia pomocy innym są często wykorzystywani przez państwo, które uzależnione jest od ich pracy wskutek braku funduszy np. na opiekę społeczną. Przykładem może być Wielka Brytania, gdzie rząd na system opieki społecznej przeznaczył minimum funduszy, świadomie wykorzystując pracę wolontariuszy. Władze Wielkiej Brytanii przyznają, że posiadanie wolontariuszy jest wygodą dla państwa (Cyran-Mądzik 2009).

Wolontariat stanowi także istotny czynnik zmniejszania nierówności społecznych i gospodarczych. Kształtując aktywne postawy prospołeczne zwiększa kapitał społeczny społeczeństwa, a poprzez dostarczanie osobowych wzorców aktywnych postaw życiowych propaguje także takie cechy jak zaradność i samodzielność.

CSR – społeczna odpowiedzialność biznesu

CSR – jest obecnie jedną z kluczowych działalności firm w Polsce. Jest elementem funkcjonującym ponad strukturami, w pełnej integracji ze strategią stosujących tę filozofię przedsiębiorstw. Dotyczy zarówno aspektów finansowych, technicznych, jak i problematyki czynnika ludzkiego w organizacji, zwłaszcza w kontekście ich niemierzalnych charakterystyk, takich jak przywództwo, kultura, komunikacja czy też relacje z pracownikami.

Nie ma też jednej definicji odpowiedzialnego biznesu. Ale można przytoczyć niektóre, często spotykane określenia, które są komplementarne wobec siebie. Większość z nich odchodzi od tradycyjnego określania zadań stojących przed firmą, sprowadzających się wyłącznie do wypracowywania za wszelką cenę – i w każdy sposób, zgodny z przepisami prawa – zysku, czy też zwiększania wartości firmy. To podstawowe zadanie nie jest oczywiście pomijane, ale wskazuje się na różne elementy towarzyszące temu działaniu, które są konieczne dla funkcjonowania i rozwoju firmy na konkurencyjnym rynku. Dzięki temu zwraca się uwagę na sposób postępowania w procesie osiągania zysku i efekty tego postępowania, a jednocześnie poszerza się samo pojęcie zysku, które nabiera wymiaru społecznego.

Ta społeczna funkcja organizacji nie jest zjawiskiem zupełnie nowym, lecz obecnie jest na nowo odkrywanym. CSR rozumiana jest jako świadomość wpływu decyzji organizacyjnych na otoczenie zarówno wewnętrzne, jak i zewnętrzne organizacji oraz skutki tychże decyzji w płaszczyźnie społecznej. „W koncepcji tej niektóre działania biznesowe mogą być postrzegane, jako opłacalne w kontekście doraźnych zysków, natomiast nieefektywne, a często także szkodzące organizacji, w kontekście długofalowych rozwiązań strategicznych. W dużym uproszczeniu można przyjąć, iż jest to zastosowanie zasady „fair play" w warunkach praktyk biznesowych. Dla niektórych organizacji działania w ramach CSR, stanowią tarczę osłaniającą przed krytyką słabych wyników i niemożności realizacji wytyczonych celów, jednak rozliczne badania wskazują, że społeczna funkcja organizacji posiada swój ekonomiczno-finansowy wymiar" (Gorczycka, Słocińska 2007: 166).

Istotą społecznej odpowiedzialności biznesu jest dobrowolne – a zatem niewynikające jedynie z nakazów prawa – uwzględnianie społecznych, etycznych i ekologicznych aspektów działalności przedsiębiorstwa. W CSR nie chodzi zatem tylko o wspieranie dowolnych akcji społecznych, ale o działania ściśle związane z główną sferą operacji biznesowych. Innymi słowy, w CSR chodzi o długofalową strategię zarządzania, zorientowaną na osiągnięcie równowagi między

efektywnością firmy a interesem społecznym.

Społeczna odpowiedzialność biznesu w takim razie to koncepcja, według której przedsiębiorstwa na etapie budowania strategii dobrowolnie uwzględniają interesy społeczne i ochronę środowiska, a także relacje z różnymi grupami interesariuszy.

Należy również pamiętać, że każda firma to szczególny typ społeczności, mająca swój mikroświat, którego największym bogactwem są zdolności, zapał i zaangażowanie funkcjonujących w nim pracowników. Dlatego też eksperci podkreślają, że wszelkie działania z zakresu CSR powinny w pierwszej kolejności obejmować pracowników firmy.

Społeczna odpowiedzialność biznesu ma zarówno swoich zwolenników, jak i przeciwników. Zwolennicy tej filozofii zarządzania uważają, że:

- działalność gospodarcza działających na rynku firm powoduje liczne problemy (np. zanieczyszczenie środowiska, wyczerpywanie zasobów naturalnych), w rozwiązywaniu których powinna uczestniczyć także sama firma;
- przedsiębiorstwa posiadają osobowość prawną, są więc swoistego rodzaju obywatelami, którzy powinni dbać o swoje otoczenie;
- dzięki odpowiedzialności społecznej, firmy mogą poprawić swoją reputację, a tym samym zwiększyć zyski.

Tymczasem przeciwnicy CSR są zdania, że firma powinna:

- skupić się wyłącznie na kreowaniu zysków;
- może zaistnieć konflikt interesów, decyzja podjęta przez menedżera może być subiektywna;
- organizacje nie mają doświadczenia w kierowaniu programami społecznymi.

Według danych przedstawionych przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu, korzyści jakie daje realizowanie przez firmy strategii CSR mają charakter długofalowy, a eksperci zajmujący się tym zagadnieniem wskazują na:

- wzrost zainteresowania inwestorów;
- zwiększenie lojalności zarówno konsumentów, jak i interesariuszy;
- zdecydowaną poprawę relacji ze społeczeństwem;
- poprawę relacji z władzami lokalnymi;
- wzrost konkurencyjności;
- podnoszenie poziomu kultury organizacyjnej firmy.

Podstawowymi czynnikami, które powodują, że firmy decydują się na prowadzenie działań CSR są: budowanie marki, wizerunku firmy (76%), tworzenie lepszych relacji ze społecznością lokalną (74%), długofalowa opłacalność (56%) i zwiększenie wartości firmy (42%). Mniej istotnymi czynnikami są: wymogi korporacyjne (34%), nacisk ze strony opinii publicznej (25%) i oczekiwania konsumentów (20%). Jedynie 8% badanych wskazało na taki czynnik jak oczekiwania ze strony inwestorów czy też pracowników (Grzybek 2011: 18-19).

Realizacja projektów społecznej odpowiedzialności biznesu „wpływa korzystnie na organizację poprzez kształtowanie pozytywnego wizerunku firmy nie tylko na zewnątrz, ale także wśród zatrudnionych pracowników. To, jak pracownicy postrzegają firmę, zależy między innymi od tego, w jaki sposób dana organizacja realizuje projekty, w których zaangażowanie pracownicze jest doceniane i stymulowane" (Żołądkowski 2011: 30).

Wolontariat pracowniczy jako przejaw działań z zakresu CSR

Zarówno wspólna praca, jak i dobra atmosfera, partnerstwo, dążenie do wytyczonego celu sprzyjają przekazywaniu i wymianie wiedzy dając jednocześnie pewność, że organizacja uczy się i jest otwarta na zmianę, zwłaszcza tą społeczną. Ludzie, którzy działają w takich strukturach prezentują wyższy poziom zaangażowania i wykazują wyższą jakość pracy dla dobra organizacji, jak i dla samych siebie. Dlatego też uwzględniając cele organizacji w perspektywie długoterminowej należy zadbać o to, aby kapitał społeczny był na coraz wyższym poziomie. Bardzo istotne jest m.in.: zachęcanie członków organizacji do aktywności na zewnątrz, ponieważ sprzyja to budowaniu kontaktów w środowisku lokalnym, podniesieniu poziomu nauczania poprzez rozwijanie takich cech, jak kreatywność i innowacyjność, okazaniu zaufania oraz wiary w ich pomysłowość i samodzielność, ustaleniu celu, jako priorytetu i realizowaniu go w zespole np. wolontariuszy.

Coraz częściej mamy do czynienia z wolontariatem pracowniczym, który traktowany jest jako jedno z najważniejszych narzędzi realizacji projektów CSR wpływające na organizację poprzez kształtowanie wartości, etosu czy misji w działaniach prospołecznych. Wolontariat pracowniczy jest też sposobem na budowanie i kształtowanie postaw prospołecznych. Otwiera także zarówno przed firmą, jak i pracownikami nowe możliwości. Dla firmy jest to dobry sposób na dobroczynność – poza wsparciem finansowym, czy rzeczowym zostaje również udostępniony czas i umiejętności pracowników danej firmy. Aktywność wolontariuszy, która podejmowana jest w ramach wolontariatu realizowanego przy wsparciu przedsiębiorcy a jednocześnie pracodawcy, kierowana jest przede wszystkim do społeczności lokalnych i przekłada się na wymierne zyski dla potrzebujących. Podstawowym celem takiego wolontariatu jest bowiem budowanie lokalnego partnerstwa mię-

dzy środowiskiem przedsiębiorców a organizacjami pozarządowymi oraz instytucjami publicznymi i społecznymi. Współpraca taka ma za zadanie włączyć przedsiębiorców w życie danej społeczności lokalnej, i w miarę możliwości, zaspakajać jej określone potrzeby. Angażowanie pracowników w wolontariat pozwala również tak angażującej się firmie osiągnąć korzyści dla prowadzonej działalności gospodarczej.

Można założyć, że wolontariat pracowniczy jest skutecznym sposobem kreowania pozytywnego wizerunku przedsiębiorcy, jako uczestnika życia społecznego, który aktywnie działa na rzecz innych podmiotów. Sprzyja to również tworzeniu pozytywnej opinii o firmie, wzmacnianiu zaufania wśród klientów i partnerów biznesowych, jak również wobec swoich pracowników. Pozytywny wizerunek podnosi jakość marki przedsiębiorcy.

Wolontariat pracowniczy pomaga zmienić perspektywę postrzegania firmy nie tylko przez otoczenie zewnętrzne i społeczności lokalne, ale także przez samych pracowników, ponieważ wzmacnia ich więzi emocjonalne zarówno z firmą, jak też z innymi współpracownikami. Pomaga również stworzyć zaangażowany, zmotywowany i zdeterminowany do realizacji wspólnych celów zespół pracowniczy. Jest też sposobem na kształtowanie dobrych relacji w zespole, rozwijanie kreatywności, zdobywanie umiejętności interpersonalnych i zdolności organizacyjnych. Zdrowe relacje w zespole pracowników wpływają, nie tylko na dobrą atmosferę w pracy, ale i na jej wydajność.

Należy pamiętać, że działania związane z wolontariatem powinny odpowiadać na potrzeby pracowników, natomiast rolą firmy jest zachęcenie, inspiracja i wspieranie działalności pracowników w zakresie wolontariatu.

Warto również zwrócić uwagę na fakt, że wolontariat daje pracownikom przestrzeń na realizację własnych pomysłów, rozwój osobisty, dowartościowanie się, możliwość odkrywania nowych kompetencji, pozazawodową samorealizację, ale także jest szansą na poznanie nowych ludzi.

Działalność z zakresu wolontariatu może przyjmować różne formy. Najczęściej przyjętą formułą wolontariatu pracowniczego są konkursy grantowe dla pracowników – wolontariuszy, które często stanowią podstawę wszystkich działań wspieranych przez firmę. Ciekawym rozwiązaniem jest również przyznawanie wsparcia finansowego bezpośrednio organizacjom i instytucjom wspieranym wolontariatem pracowników. W niektórych firmach istnieje mechanizm przekazywania organizacjom społecznym darowizny w wysokości proporcjonalnej do liczby wypracowanych na ich rzecz godzin pracy wolontariackiej (tzw. *matching time*). Firmy praktykują również przekazywanie darowizn rzeczowych np. puli swoich produktów, rekomendowanym przez pracowników – wolontariuszy instytucjom i organizacjom.

Wolontariat pracowniczy to zatem ciekawa forma współpracy organizacji pozarządowych z biznesem, która, co najważniejsze, przynosi korzyści obu stronom:

Spośród korzyści dla biznesu można wymienić przede wszystkim**:**

- aktywne włączenie pracowników w działania społeczne podejmowane przez firmę;
- stworzenie pracownikom możliwości zaangażowania społecznego;
- wzmocnienie poczucia więzi pracownika z firmą;
- możliwość wykorzystania przez pracowników swojej wiedzy i kompetencji na rzecz organizacji pozarządowych (w przypadku usług *pro bono*);
- możliwość sprawdzenia się pracownika w nowych sytuacjach, nabycia nowej wiedzy i umiejętności, które mogą się przydać także w jego codziennej pracy, np. umiejętność zarządzania zespołem/projektem;
- integracja pracowników podczas realizacji projektów społecznych.

Natomiast do korzyści dla organizacji pozarządowych zaliczyć należy:

- pozyskanie wolontariuszy do realizacji projektów;
- możliwość pozyskania także dodatkowych funduszy na realizację projektów;
- dostęp do profesjonalnej wiedzy wolontariuszy (w przypadku usług *pro bono*);
- dostęp do profesjonalnych/biznesowych wzorców zarządzania.

Podsumowanie

Realizacja projektów CSR poza tym, że pozytywnie wpływa na organizację poprzez kształtowanie jej pozytywnego wizerunku na zewnątrz, pozwala również na realizowanie ważnych społecznie projektów przy wykorzystaniu zaangażowania pracowniczego. Bez wątpienia jest to jedno z narzędzi motywacji pozafinansowej i podnoszenia godnościowego aspektu pracy. Istotną rolę pełnią tu również liderzy i menadżerowie, którzy powinni wspierać zaangażowanie pracownicze, działalność charytatywną swoich pracowników i osobiście brać udział w prowadzonych przez nich akcjach w myśl zasady, że przykład idzie z góry.

Zdaniem Izabeli Dyakowskiej, specjalistki od HR, „odpowiedzialne programy wolontariatu pozwalają budować kulturę organizacyjną w praktyce i kształtować postawy prospołeczne" (Klimek-Michno 2012: 62). Zwraca również uwagę, że szefowie powinni pamiętać, aby wolontariat nie był podstawowym czynnikiem awansu czy oceny pra-

cowniczej. „Jestem przekonana, że wspierając motywację wewnętrzną ludzi do pomagania możemy razem, w perspektywie dłuższego czasu, znacznie więcej i lepiej zrobić dla siebie nawzajem, dla potrzebujących. Warto pomagać odpowiedzialnie swoim społecznie zaangażowanym pracownikom, dla wspólnego dobra" (Klimek-Michno 2012: 62) – twierdzi Dyakowska.

Natomiast zdaniem Darii Bukalskiej – specjalisty ds. komunikacji z firmy Tchibo – firma „zapraszająca do programu wolontariatu swoich pracowników musi być przede wszystkim wiarygodna i konsekwentna we wdrażaniu CSR we wszystkich obszarach. Nie można wdrażać programu wolontariatu, jeśli społeczna odpowiedzialność biznesu nie jest wpisana w strategię firmy. Pracownicy szybko zauważą taki brak konsekwencji" (*Wolontariat pracowniczy...* 2011).

Bibliografia

1. Cyran-Mądzik A., (2009) *Wolontariat w Wielkiej Brytanii* [w:] Matyjas B., red., Wolontariat jako działanie prospołeczne w obszarze pomocy społecznej i pracy socjalnej, Kielce: Wydawnictwo Wszechnica Świętokrzyska.
2. Gawroński S., (1999) *Ochotnicy miłości bliźniego. Przewodnik po wolontariacie*, Warszawa: Wydawnictwo Więź.
3. Gorczycka E., Słocińska A., (2007) *Społeczna funkcja organizacji jako element nowoczesnego zarządzania* [w:] Sobolak L., red., Innowacyjne aspekty strategii przedsiębiorstwa globalnego w zintegrowanej Europie, Częstochowa: Wydawnictwo Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej.
4. Grzybek M., (2011) *Lider(ka) CSR*, „Personel i Zarządzanie", nr 2, Warszawa: Infor SA.
5. Klimek-Michno K., (2012) *Więcej dajesz, więcej masz*, „Personel i Zarządzanie", nr 1, Warszawa: Infor SA.
6. Kubiak I., (2002) *Nowe spojrzenie na stare problemy* [w:] Maciuła M., red., Barwy wolontariatu, „Roczniak", Warszawa: Biuro Obsługi Ruchu Inicjatyw Społecznych Boris.
7. Majchrzak K., (2009) *Znaczenie zasad społecznej odpowiedzialności biznesu w procesie kreowania wizerunku firmy* [w:] Pabian A., red., Marketing społeczny oraz perspektywy jego rozwoju na świecie, Częstochowa: Wydawnictwo Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej.
8. Wiśniewska B., (2001) *Wolontariat międzynarodowy w Polsce i na świecie,* „Wolontariat", nr 8.
9. *Wolontariat pracowniczy – przewodnik dla biznesu*, (2011) http://wolontariatpracowniczy.org.pl/var/resources/publications/wolontariat_pracowniczy-przewodnik_dla_biznesu_2011.pdf [27.02.2014].
10. Żołądkowski P., (2011) *Nieodwracalny trend*, „Personel i Zarządzanie", nr 4, s. 30.

REKLAMA

WYDAJ SWOJĄ KSIĄŻKĘ!

Podziel się swoim dorobkiem intelektualnym ze światem
– możesz wydać swoje artykuły, pracę magisterską, doktorską, habilitacyjną!