

**Kazimierz Banasiewicz**

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

---

## WOŁONTARIAT KORPORACYJNY JAKO JEDEN Z PRZEJAWÓW SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTWA

---

**Streszczenie:** Celem artykułu jest wskazanie na wolontariat korporacyjny jako jeden z przejawów działań podejmowanych przez organizacje w celu realizacji zasad społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa. Autor wskazuje miejsce wolontariatu w kompleksie zagadnień związanych ze społeczną odpowiedzialnością przedsiębiorstwa, posługując się przykładami opisanymi w raporcie *Odpowiedzialny biznes w Polsce 2009. Dobre praktyki*. Konkluzję artykułu stanowi wskazanie na wolontariat korporacyjny jako nie w pełni wykorzystywany zasób mieszczący się w ramach społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw.

**Słowa kluczowe:** wolontariat, wolontariat korporacyjny, społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa, zarządzanie zasobami ludzkimi.

### 1. Wstęp

Wolontariat korporacyjny, określane czasem jako wolontariat pracowniczy, jest zjawiskiem stosunkowo nowym w rodzimej, polskiej przedsiębiorczości. Zastanawiające jest, że ten typ wolontariatu jest gorąco dyskutowany, propagowany i realizowany w takich krajach, jak Niemcy czy Francja, a szczególnie w Stanach Zjednoczonych czy w Australii<sup>1</sup>, a w Polsce temat wolontariatu korporacyjnego/pracowniczego wciąż czeka na swoje kompleksowe opracowanie (pierwsze badanie wolontariatu pracowniczego odbyło się w Polsce w 2008 r.).

Przedkładany artykuł ma na celu wskazanie na wolontariat korporacyjny/pracowniczy jako na jedną z oznak społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa. W toku wywodu zostaną także wskazane cechy wolontariatu korporacyjnego/pracowniczego, które stanowią immanentne atrybuty społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw.

---

<sup>1</sup> Zob. D. Quirk, *Corporate Volunteering. The Potential and the Way Forward*, The Wellington Volunteer Centre, Wellington 1998.

Wstępem do rozważań nad wolontariatem korporacyjnym/pracowniczym powinno być określenie, co rozumiemy przez wolontariat w ogóle, a wolontariat korporacyjny/pracowniczy w szczególności.

W polskim systemie prawnym funkcjonuje Ustawa o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie z dnia 24 kwietnia 2003 r., gdzie zdefiniowano wolontariusza jako „osobę fizyczną, która ochotniczo i bez wynagrodzenia wykonuje świadczenia na zasadach określonych w ustawie”<sup>2</sup>. W rozdziale drugim wskazanej ustawy uregulowane zostały zasady świadczenia na rzecz „korzystających”, którzy z kolei mają stosowne obowiązki, takie jak: zapewnienie środków ochrony indywidualnej, pokrywanie kosztów podróży służbowych i diet, zapewnienie ubezpieczenia od następstw nieszczęśliwych wypadków, gdy wolontariusz wykonuje świadczenia przez okres nie dłuższy niż 30 dni<sup>3</sup>. Nie to jest jednak najistotniejsze: zgodnie z ustawą wolontariuszem nie może być osoba, która po prostu chce pomóc, lecz osoba ta powinna „posiadać kwalifikacje i spełniać wymagania odpowiednie do rodzaju i zakresu wykonywanych świadczeń”<sup>4</sup>. Może właśnie dlatego niewiele wiemy o wolontariacie osób indywidualnych, poza tym, że ze świadczeń przez nich udzielanych w 2008 r. korzystało ogółem 17,9% fundacji, stowarzyszeń i innych organizacji społecznych<sup>5</sup>, nie biorąc pod uwagę tak szczególnych dla wolontariuszy miejsc, jak domy dziecka czy szpitale.

## 2. Wolontariat korporacyjny/pracowniczy *versus* czyn społeczny

Doszukując się genetycznego uwarunkowania wolontariatu korporacyjnego/pracowniczego autor natrafił na artykuł w jednej z gazet lokalnych, gdzie opublikowano krótki tekst pod znamienym tytułem: *Wracają czyny społeczne. I nie ma się czego wstydzić*<sup>6</sup>. Artykuł w wielkim skrócie opisuje działania podejmowane przez społeczność lokalną na rzecz samej siebie – co raczej nie stanowi dla dalszego wywodu zbyt ważnego elementu rozważań. Istotniejszy jest jednak krok dalszy: autor natrafił na pewną Uchwałę Rady Ministrów z 1984 r., w której podano definicję czynu społecznego: „dobrowolna działalność ludności, polegająca na świadczeniu własnych środków finansowych, materiałowych i robocizny w celu realizacji określonych zadań w obiektach i na terenach stanowiących własność społeczną,

---

<sup>2</sup> Ustawa z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie, DzU 2003 nr 96, poz. 873, art. 2, ust. 3.

<sup>3</sup> Zob. tamże, rozdz. 2.

<sup>4</sup> Tamże, art. 43.

<sup>5</sup> Zob. *Wstępna informacja nt. wyników Badania stowarzyszeń, fundacji i organizacji społecznych (SOF-1) zrealizowanego w 2009 r.*, Departament Badań Społecznych GUS, [http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/PUBL\\_os\\_wstepna\\_informacja\\_nt\\_wyn2008.pdf](http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/PUBL_os_wstepna_informacja_nt_wyn2008.pdf), s. 12.

<sup>6</sup> Zob. M. Junik, *Wracają czyny społeczne. I nie ma się czego wstydzić*, [http://www.gazetawroc.lawska.pl/stronaglowna/56367,wracaja-czyny-spoeczne-i-nie-ma-sie-czego-wstydzic.id,t.html#material\\_2](http://www.gazetawroc.lawska.pl/stronaglowna/56367,wracaja-czyny-spoeczne-i-nie-ma-sie-czego-wstydzic.id,t.html#material_2).

służących zaspokajaniu potrzeb społecznych”<sup>7</sup>. Jak widać, definicja ta jest dość szeroka, lecz istotna jest rola pracodawcy w realizacji czynów społecznych: otóż wedle wspomnianej uchwały, do świadczeń ludności w ramach czynów społecznych zaliczano m.in. środki przekazane przez zakłady pracy, pochodzące z zysku przeznaczonego dla załogi, a czyny społeczne podejmowane były m.in. przez zakłady pracy z inicjatywy własnej, ale także z inicjatywy „terenowych rad Patriotycznego Ruchu Odrodzenia Narodowego oraz terenowych organów administracji państwowej”<sup>8</sup>. Zdaniem autora głęboko zakorzeniona w świadomości społecznej niechęć do czynów społecznych, a szczególnie do inicjatorów tychże, z lat stanu wojennego, powoduje, iż polskie przedsiębiorstwa nie wpisują zbyt często wolontariatu korporacyjnego/pracowniczego w swoją strategię rozwoju, kulturę organizacyjną czy kontakty z otoczeniem (PR). Obserwujemy jednak coraz częstsze zjawisko wolontariatu korporacyjnego/pracowniczego w organizacjach ponadnarodowych działających na terenie Polski, dających przykład interesujących inicjatyw o charakterze głęboko nacechowanym dobroczynnością, mieszczącą się w zakresie działań wolontarystycznych. Jak pisze I. Dyakowska z Centrum Wolontariatu, „polski biznes powoli dojrzewa do tego, żeby zaangażować się społecznie, i to nie tylko przy okazji jednorazowych akcji”<sup>9</sup>.

Kłopoty terminologiczne związane z wolontariatem zaczynają się od historycznego kontekstu, w którym wolontariat występował raczej jako określenie ochotników bądź praktykantów zdobywających doświadczenie dla swojej dalszej pracy zawodowej<sup>10</sup>. W okresie powojennym wspomniane czyny społeczne stanowiły surogat wolontariatu z jednej strony, a działalność charytatywną związków wyznaniowych zastępował wolontariat z drugiej strony. Literatura przedmiotu w języku polskim wyraźnie odnosi się do terminu „wolontariat”, podobnie jak literatura anglo- czy niemieckojęzyczna, choć niemiecki termin *Ehrenamt* tłumaczony jest także jako wolontariat, częściej jednak oznacza służbę publiczną. W języku francuskim odpowiednikiem polskiego wolontariatu jest termin *bénévolat* zawierający w swoim znaczeniu ewidentne wskazanie na dobroczynność. Te subtelnosci językowe nabierają znaczenia, gdy rozważamy wolontariat zinstytucjonalizowany, różny od wolontariatu indywidualnego i różny wewnątrz siebie samego – dlatego autor używał dotąd zamiennie terminu „wolontariat korporacyjny” i „wolontariat pracowniczy”, choć wolontariat pracowniczy wydaje się pojęciem węższym niż wolontariat korporacyjny.

---

<sup>7</sup> Uchwała nr 60 Rady Ministrów z dnia 13 kwietnia 1984 r. w sprawie czynów społecznych oraz pomocy Państwa w ich organizowaniu i realizacji, rozdz. 1, § 1, ust. 1, „Monitor Polski” 1984 nr 11, poz. 75.

<sup>8</sup> Tamże, § 2, ust. 1.

<sup>9</sup> I. Dyakowska, *Słowo wstępne*, [w:] *I ogólnopolskie badania wolontariatu pracowniczego – raport*, [http://www.wolontariatpracowniczy.pl/var/resources/files/File/BADANIA\\_www.pdf](http://www.wolontariatpracowniczy.pl/var/resources/files/File/BADANIA_www.pdf).

<sup>10</sup> Por. M. Ochman, P. Jordan, *Wolontariusze – źródłem siły organizacji*, <http://www.wolontariat.org.pl/repository/Publikacje/Teksty/wolZrodloSily.pdf>.

W opublikowanym w 2004 r. badaniu wolontariatu korporacyjnego na terenie Niemiec autor badań, podkreślając wskazany wyżej problem większego zaangażowania się firm ponadnarodowych niż rodzimych w wolontariat korporacyjny, pisze: „Terminologia używana w opisywaniu wolontariatu korporacyjnego wydaje się czasami niejasna. W wąskim znaczeniu wolontariat korporacyjny jest tu zdefiniowany jako pożytkowanie zasobów firmy w ten sposób, że istnieje możliwość zwolnienia się pracowników w trakcie pracy w celu możliwości uczestnictwa w pracach społecznych i podobnych zadaniach. Ten rodzaj aktywności należy odróżnić od wykorzystania tych zasobów firmy, które mają na celu wspierać zaangażowanie obywatelskie pracowników, jednak nie w formie czasu wolnego od pracy ale w formie kosztów nieosobowych, funduszy, bądź innych zasobów firmy”<sup>11</sup>. Cienka linia demarkacyjna pomiędzy wolontariatem korporacyjnym a pracowniczym przeprowadzona jest zatem w sposób dość jasny: o wolontariacie pracowniczym mówimy wówczas, gdy firma, przychylając się do działań prospołecznych swoich pracowników, udziela im dnia wolnego od pracy, ponosząc, co prawda, koszty alternatywne braku w danym momencie określonych zasobów ludzkich, ale nie ponosi kosztów wynikających ze zużycia zasobów rzeczowych czy finansowych, nie mówiąc o logistyce związanej z organizowaniem przedsięwzięć o charakterze wolontarystycznym. Wolontariat korporacyjny to – w przeciwieństwie do pasywnej postawy charakteryzującej firmę, w której zaistniał wolontariat pracowniczy – aktywna działalność organizacji, z użyciem wszystkich koniecznych zasobów.

Podobne rozróżnienie zawarte jest *implicite* w definicji wolontariatu pracowniczego, rozpropagowanej przez witrynę [www.wolontariatpracowniczy.pl](http://www.wolontariatpracowniczy.pl): angażowanie się pracowników firm w działalność wolontarystyczną na rzecz organizacji społecznych. „Firma wspiera pracownika w tych działaniach – w zależności od swej kultury organizacyjnej: deleguje pracownika do pracy jako wolontariusza w czasie pracy, wspiera jego działania finansowo, przekazuje pomoc rzeczową, wsparcie logistyczne”<sup>12</sup>. Rozróżnienia pomiędzy wolontariatem pracowniczym a korporacyjnym autor upatruje w typie aktywności firmy: pasywne delegowanie pracownika i aktywne wpieranie pracownika jest tu źródłem różnicy. Niemniej jednak, odrębność obu typów wolontariatu zinstytucjonalizowanego nie jest na tyle istotna dla niniejszej pracy, żeby wywodzić z niej dalsze konsekwencje, zatem na użytek dalszych rozważań autor pozostaje przy terminie *wolontariat korporacyjny*.

---

<sup>11</sup> Ch. Herzig, *Corporate Volunteering in Germany. Survey and Empirical Evidence*, Centre for Sustainability Management, Lüneburg 2004, s. 5-6.

<sup>12</sup> I. Oleniuch, *Korzyści z wolontariatu pracowniczego w dobie wzrostu konkurencyjności i niepewności otoczenia*, [w:] M. Kunasz (red.), *Problemy gospodarowania w dobie globalizacji – materiały konferencyjne*, Katedra Mikroekonomii Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2006, s. 59.

### 3. Zrzeszanie się i wspólne działanie a wolontariat

W *Diagnozie społecznej 2009. Warunki i jakość życia Polaków* w pkt. 6.2.1 zauważono, że najprostszą miarą stanu społeczeństwa obywatelskiego jest stopień zrzeszenia się, który w Polsce wynosi 13%. „Skłonność do stowarzyszania się, gdy przynależność do organizacji stała się po zmianie systemu w pełni dobrowolna, gwałtownie spadła z 30,5% w 1989 r. (*World Value Survey*) do 13% (w 2007 r. 15%). Lokujemy się pod tym względem (...) na końcu grupy krajów objętych badaniem *European Social Survey*”<sup>13</sup>. Warto zauważyć, że na czele państw, których obywatele zrzeszają się najchętniej, znajdują się kraje skandynawskie.

Podsumowanie wyników badań dotyczących doświadczeń i kompetencji obywatelskich Polaków w *Diagnozie społecznej* jest dość gorzką konstatacją rodzimego braku wzajemnego zaufania, a przede wszystkim braku doświadczeń, wynikających z krętych dróg historii Polski. „Na szczęście” nie tylko Polacy mają problem z doświadczeniem zrzeszania się, co jest warunkiem *sine qua non* wolontariatu korporacyjnego: podobnie jest wszędzie tam, gdzie mamy do czynienia ze śródziemnomorskim typem wolontariatu. O wyróżnienie czterech typów wolontariatu pokuśiła się E. Archambault w pracy poświęconej wolontariatowi we Francji i w Europie<sup>14</sup>. Według autorki mamy do czynienia z następującymi typami wolontariatu: nadreńskim, anglosaskim („liberalnym”), skandynawskim i środkowoeuropejskim.

Wolontariat nadreński jest realizowany przez tradycyjne, ugruntowane historycznie organizacje, niezwykle profesjonalne i zinstytucjonalizowane, zorganizowane wokół określonej ideologii, najczęściej wokół religii. Zorientowany jest przede wszystkim na działalność kulturalną i edukacyjną.

Wolontariat anglosaski („liberalny”) jest zorganizowany na gruncie tradycji indywidualistycznej, prywatnych inicjatywach dobroczynnych. W USA jest zorientowany na współpracę z administracją stanową, w Europie – na współpracę z samorządami. Ukierunkowany jest najczęściej na opiekę zdrowotną, rozwój lokalny, problemy związane z bezdomnością.

Wolontariat skandynawski opiera się na niestałych organizacjach, zawiązywanych w celu zrealizowania konkretnych działań. Najczęstszymi kierunkami działań są: obrona praw człowieka, obrona pokoju i pomoc krajom trzeciego świata.

Wolontariat środkowoeuropejski jest najslabiej rozwiniętym typem wolontariatu, ze względu na ciągłe walki o prymat toczone przez kościół i państwo oraz z powodu pojawiających się w XX w. dyktatur. Ma charakter dualistyczny: z jednej strony są instytucje kościelne zajmujące się przede wszystkim opieką zdrowotną i edukacją, z drugiej – profesjonalne organizacje zajmujące się ruchem robotniczym, prawami człowieka.

<sup>13</sup> J. Czapiński, *Kapitał społeczny*, [w:] J. Czapiński, T. Panek (red.), *Diagnoza społeczna 2009. Warunki i jakość życia Polaków*, Rada Monitoringu Społecznego, Warszawa 2009, s. 272.

<sup>14</sup> E. Archambault, *Le bénévolat en France et en Europe*, „Pensée plurielle” 2005/1, n° 9, s. 11-34.

Wolontariat polski zawiera się niewątpliwie w typie środkowoeuropejskim, ze względu zarówno na historię, jak i na dzień dzisiejszy: ruchy społeczne w Polsce zorientowane są nadal wokół związków wyznaniowych bądź związków zawodowych, gdzie na dokładkę jedne i drugie instytucje wzajemnie się przenikają.

Wskazany artykuł niesie jeszcze jedną, niezwykle ciekawą informację: dziedziny działalności wolontarystycznej, wyróżnione według schematu: Stany Zjednoczone, Europa Zachodnia, Europa Centralna i Wschodnia. Dane użyte w artykule E. Archambault pochodzą z 1995 r.; w tab. 1 podano wybrane obszary działalności z dodaniem polskich danych za 2008 r.

**Tabela 1.** Dziedziny działalności wolontarystycznej  
(w % ukazana jest najczęstsza aktywność wolontariuszy)

Dziedzina działalności wolontarystycznej	Stany Zjednoczone (1995 r.)	Europa Zachodnia (1995 r.)	Europa Środkowa i Wschodnia (1995 r.)	Polska (2008 r.)
Sport, turystyka, rekreacja, hobby, kultura i sztuka	11,8	37,4	34,3	49,3
Pomoc społeczna i usługi socjalne	36,7	25,6	28,3	24,0
Edukacja i wychowanie	13,4	6,1	5,4	7,6
Ochrona środowiska	2,7	3,6	7,7	4,2
Ochrona zdrowia	13,6	6,5	5,3	4,1

Źródło: E. Archambault, wyd. cyt.; *Wstępna informacja...*

Zdając sobie sprawę z niedoskonałości metodologicznej uszeregowania powyższych danych, należy zauważyć znamienne różnice co najmniej w dwóch przypadkach istotnych różnic pomiędzy wszystkimi krajami europejskimi a Stanami Zjednoczonymi: znacznie większą aktywność w dziedzinie ochrony zdrowia wolontariuszy w Stanach Zjednoczonych i niższą, w porównaniu z Europą, w dziedzinie szeroko rozumianej kultury i rekreacji. Jak się wydaje, wynika to z różnych systemów społecznych, szczególnie z rozpowszechnionych w Europie systemów zabezpieczenia społecznego. Modele: Bismarcka (częstszy w Europie kontynentalnej) i Beveridge'a (przede wszystkim w Wielkiej Brytanii) dają poczucie bezpieczeństwa zdrowotnego, za które odpowiada państwo bądź instytucja ubezpieczenia zdrowotnego, edukacja zaś jest tradycyjnie w gestii państwa. Biorąc pod uwagę specyfikę tej części Europy, na którą składają się słoneczne plaże Francji, Hiszpanii, Włoch czy Grecji, nietrudno będzie zrozumieć, że rekreacja ma dla Europejczyków wartość większą niż dla ukształtowanych w twardych warunkach gospodarki rynkowej Amerykanów; koncepcja społecznej gospodarki rynkowej ma zatem, mówiąc nie całkiem żartobliwie, swoje zupełnie dobre strony...

Wskazane obszary polskiej działalności wolontarystycznej mają wyraz z wolontariacie korporacyjnym: większość wskazywanych przez firmy działań pracowników-wolontariuszy to dziedzina pomocy społecznej/usług socjalnych bądź rekreacji.

## 4. Wolontariat korporacyjny w praktyce

Na przełomie lat 2009 i 2010 ukazało się wydanie specjalne „Harvard Business Review Polska”, poświęcone „Zarządzaniu 2.0”, czyli nowym trendom w rzeczywistości gospodarczej, pobudzonym m.in. przez kryzys. W tym właśnie wydaniu czytamy: „Już przed kryzysem widać było, że w relacjach między biznesem a społeczeństwem obywatelskim pojawiały się napięcia. Od początku recesji zaufanie gwałtownie topnieje. Badanie Trust Barometer agencji Edelman ujawniło, że w grudniu 2008 roku 62% dorosłych osób z 20 krajów darzyło firmy mniejszym zaufaniem niż rok wcześniej. (...) W odbudowie wiarygodności pomoże przedsiębiorstwom rozszerzenie listy głównych interesariuszy o pracowników, klientów dostawców, społeczności, media, związki zawodowe, instytucje rządowe i społeczeństwo obywatelskie”<sup>15</sup>. Zgodnie z tym cytatem, powinna być mnogość działań kreujących wizerunek firmy realizowanych w ramach wolontariatu korporacyjnego. Poniżej autor stara się prześledzić losy wskazanych w raporcie *Odpowiedzialny Biznes w Polsce. Dobre praktyki* trzech programów wolontariatu korporacyjnego, wybranych z powodu swojej atrakcyjności z niewielu wskazanych tam w ogóle, posługując się w tym celu najpowszechniejszym medium – Internetem.

Surfując po łączach, można natknąć się na ciekawą myśl Tomasza z Akwinu dotyczącą woli, a właściwie dobrowolności, stanowiącej osnowę wolontariatu: zauważył on, że to, co dobrowolne, musi być zgodne ze skłonnością woli i to dwojako: skłonność woli do działania i skłonność woli do doznawania<sup>16</sup>. Podobnie pisał A. Smith: „Bez względu na przypuszczenia, jakim samolubem może się człowiek stać, są jednak wyraźne zasady w jego naturze, dzięki którym los innych jest dla niego ważny i dzięki czemu szczęście innych jest mu niezbędne, mimo że to nie dostarcza mu nic więcej poza obserwowaniem radości innych”<sup>17</sup>. Dobrowolność wolontariatu i obserwowanie radości innych zdaje się łączyć projekt Kampanii Piwowskiej *Ekipa nie tylko od święta*.

**Przykład 1.** Kampania Piwowska jest częścią jednego z największych na świecie producentów piwa – SABMiller plc, zatem jest firmą ponadnarodową wprowadzającą do polskich browarów, stanowiących jej członki, spójną kulturę organizacyjną, wypracowaną poza granicami Polski. Być może ze względu na rozległość organizacji najciekawszym (zdaniem autora) ze wskazanych w raporcie przykładem jest projekt *Ekipa nie tylko od święta*.

Cztery razy w roku Rada Programowa *Ekipy nie tylko od święta* dokonuje wyboru projektów zgłaszanych przez pracowników Kampanii Piwowskiej; projekty

<sup>15</sup> „Harvard Business Review Polska”, grudzień 2009-styczeń 2010, s. 59.

<sup>16</sup> „Voluntarium – dicitur quo Est secyndum inclinationem voluntatis. Et hoc dupliciter: scilicet ad agendum et patiendum”, Tomasz z Akwinu, *Summa Theologiae*.

<sup>17</sup> Za: *Odpowiedzialny Biznes w Polsce. Dobre praktyki*, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Warszawa 2009, s. 26.

te nie mogą stanowić prostego przekazania środków – rzeczowych bądź finansowych – lecz w swoim założeniu mają być działaniem, w które zaangażowani są pracownicy bezpośrednio. W projekcie tym zadziwiają różnorodność podejmowanych działań i ich mikroskala w zestawieniu z ilością:

- półkolonie i wyjazd sportowy dla dzieci niepełnosprawnych w Skrzetuszowie,
- wybudowanie placu zabaw dla dzieci upośledzonych w Białymstoku,
- remont domu dziecka w Supraślu,
- pomoc dzieciom niewidomym i słabo widzącym w Owińskach,
- urządzanie kąpek do nauki dzieciom z Zespołu Szkół Specjalnych w Lesznie,
- remont pokoi dla niepełnosprawnych pensjonariuszy Domu Opieki w Bielsku-Białej,
- poprawa warunków bytowych zwierząt w schronisku.

Wskazane przykłady odnoszą się bezpośrednio do lokalnych społeczności, nie mają wydźwięku skoordynowanej, jednorazowej akcji marketingowej: tematyka pomocy lokalnym społecznościom bywa wszak wykorzystywana w sposób komercyjny choćby przez sieci supermarketów, a sprowadza się praktycznie do trywialnych zbiórek zeszytów bądź odprowadzania nieznaczących kwot na działalność lokalnych szkół itp.

Na koniec opisu tego projektu kilka „twardych” informacji: od września 2009 r. w trzech kolejnych edycjach *Ekipy nie tylko od święta* wzięło udział 196 wolontariuszy, zrealizowano 26 projektów, firma przeznaczyła na nie prawie 260 tysięcy złotych (i 1250 godzin pracy swoich pracowników); efektem była pomoc 2974 osobom.

**Przykład 2.** Drugim programem wolontariatu pracowniczego, który zwraca uwagę w raporcie *Odpowiedzialny Biznes w Polsce. Dobre Praktyki*, jest program *TAK od serca*, realizowany przez zespół wolontariuszy Kredyt Banku i Warty. W tym przypadku wypada wysoko ocenić profesjonalizm organizacji wolontariatu pracowniczego: w jasny sposób firma informuje swoich pracowników na stronie internetowej o tym, co pracownicy mogą zaoferować w ramach programu oraz o tym, co oferuje pracownikom bank. Szczególną uwagę zwraca łączenie wyjazdów szkoleniowo-integracyjnych z akcjami wolontariackimi: w ewidentny sposób nawiązuje się przy takich okazjach więź wspólnotowa, której nie sposób wykreować w najlepszym nawet kurorcie.

Pominąwszy to, że bank zapewnia ubezpieczenia OC i NNW oraz jeden dodatkowy dzień wolny w roku (jak się wydaje, nie przy każdym projekcie jeden dzień wystarczy), godne uwagi jest logistyczne opracowanie idei wolontariatu: Kredyt Bank i Warta w swoich makroregionach operacyjnych mają lokalnych koordynatorów wolontariatu, co spaja różne projekty, lecz czyni je mniej żywiołowymi niż te realizowane przez Kompanię Piwowarską. Należy także żałować, że błędząc po Internecie, trudno jest natknąć się na skonkretyzowane działania Kredyt Banku i Warty: poza ogólnymi informacjami można znaleźć opis wizyty wolontariuszy w Domu Dziecka w Krasnem, gdzie prezes zarządu Kredyt Banku kierował ekipą ko-



piącą rów pod fundament ogrodzenia boiska sportowego, a dyrektor Biura Public Relations z koleżankami brała udział w malowaniu ławek i organizowaniu gier i zabaw dla dzieci. Trudno w tym przypadku nie odnieść wrażenia, że zdarzenie było obliczone raczej na swoisty medialny *event* niż ciągłą działalność.

Dopiero zbiorczy opis znaleziony w witrynie [www.wolontariatpracowniczy.pl](http://www.wolontariatpracowniczy.pl) pokazuje rozmach działalności programu *TAK od serca*. Były to:

- opieka nad dziećmi z Wielofunkcyjnej Placówki Opiekuńczo-Wychowawczej „Dwójka” w Białymstoku,
- sadzenie drzew na terenie nadleśnictwa Chojnów niedaleko Warszawy,
- przygotowanie warsztatów dla dzieci oraz przeprowadzenie prac remontowych w Specjalnym Ośrodku Szkolno-Wychowawczym w Żardenikach,
- organizacja wyjazdu dzieci z Łódzkiego Hospicjum na SAFARI w okolicie łódzkich Poddębic,
- organizacja imprezy dla dzieci podczas otwarcia integracyjnego placu zabaw w Katowicach,
- zorganizowanie wsparcia finansowego i materialnego dla pracownicy banku, która straciła w pożarze domu dorobek życia,
- zbiórka odzieży i obuwia dla bezdomnych i rodzin wielodzietnych w Szczecinie.

W ciągu 2,5 roku zrealizowano 41 projektów, które uzyskały wsparcie Kredyt Banku i Warty w wysokości 179 700 złotych<sup>18</sup>.

**Przykład 3.** Toyota to marka dobrze znana nie tylko fanom motoryzacji; program nazwany *PoMOC z Toyoty* to przykład raczej wolontariatu pracowniczego wedle wcześniej przeprowadzonego podziału: firma jest raczej biernym darczyńcą, a w tym przypadku w miejsce dni wolnych oferuje co kwartał 7500 zł na projekty zgłaszane i oceniane przez wolontariuszy pracujących w firmie.

Szczególnym rozgłosem w lokalnych (wałbrzyskich) mediach cieszyła się akcja związana z wydaniem kalendarza, w którego tworzenie, oprócz pracowników, byli zaangażowani wychowankowie Domu Małego Dziecka w Wałbrzychu. Choć efekt akcji to zaledwie 2500 złotych na koncie beneficjenta, to wspólna kreacja wydaje się działaniem znacznie bliższym wolontariatowi niż remont ławek czy kopanie rowów pod fundamenty... Poza „akcją kalendarzową” wolontariusze programu *PoMOC z Toyoty* trwalej wiążą się z pensjonariuszami Domu Małego Dziecka: oprócz pracowników w pracach na terenie placówki udział biorą ich rodziny.

Po wskazaniu tych trzech przykładów warto zadać pytanie o motywację, która towarzyszy wolontariuszom trzech skrajnie różnych firm realizujących jednak stonkowo zbieżne cele, choć z różnym wsparciem swoich pracodawców. Jak się okazuje, wolontariat korporacyjny nie jest dla pracowników trampoliną do uzyskania uznania, lecz jest przez nich traktowany jako sprawa mająca znaczenie osobiste; pozostałymi, głównymi powodami uczestnictwa w projektach wolontarystycz-

---

<sup>18</sup> Zob.: [http://www.wolontariatpracowniczy.pl/index.php?a=page/cstudy\\_71](http://www.wolontariatpracowniczy.pl/index.php?a=page/cstudy_71).

nych są: świadomość braku środków w organizacjach społecznych, świadomość, że wolontariat korporacyjny jest ważny dla firmy, oraz bezpośredni kontakt przedstawicieli organizacji dobroczynnych z pracownikiem<sup>19</sup>.

Ciekawie, choć może mało dostojnie brzmi zdanie psychologa na temat akcji wolontariatu korporacyjnego: „Gdy firma robi dla dzieci bał albo odmaluje korytarz na oddziale nowotworowym w szpitalu czy posadzi kilkadziesiąt drzewek w ramach akcji ekologicznej, wówczas łapie oddech. Nie siedzi tylko w tym jednym, swoim światku, który jest nerwowy, ale zaczyna widzieć świat szerzej. (...) Znalazienie się w nietypowej sytuacji, np. pracownik i kierownik ramię w ramię malujący ścianę, zbliża”<sup>20</sup>.

Inaczej na wolontariat korporacyjny patrzy się przez pryzmat wydawnictw epatujących zdjęciami afrykańskich dzieci, do których pomocną dłoń wyciągają młodzi lekarze z Europy czy USA z zaznaczeniem, że wydawnictwa takie sponsorowane są przez firmy farmaceutyczne i pokazują, jak firmy te realizują idee międzynarodowego wolontariatu korporacyjnego<sup>21</sup>. Jest to raczej reakcja na coraz bardziej negatywne postrzeganie korporacji ponadnarodowych, które niejako we własnej obronie tworzą programy i inicjatywy prospołeczne, mające wzmocnić pozycję marki, poprawić wizerunek firmy, a w efekcie... obniżyć koszty operacyjne firmy. Przyczyny podejmowania takich działań nie wynikają bynajmniej z chęci niesienia pomocy czy integracji zespołu, ale z sytuacji, w jakiej znalazły się w dobie globalizacji korporacje ponadnarodowe, co trafnie ujęła A. Zaorska, zauważając z metodologiczną zasadą *sine ira et studio*: „Wydaje się, iż w krótkim okresie motywacje ilościowe (np. wzrost sprzedaży, obniżka kosztów, poprawa efektywności) mogą być w centrum uwagi, długofalowo jednak istotniejsze staje się umacnianie lojalności istniejących i zdobywanie zaufania nowych klientów, utalentowanych pracowników oraz dużych inwestorów”<sup>22</sup>. Wolontariat korporacyjny zatem może być zarówno orężem do drobnych potyczek o lepszy moment konkretnego człowieka, jak batalią o utrzymanie się wzrostowych tendencji sprzedaży korporacji ponadnarodowych, dla których konkretny człowiek jest nie identyfikowany w zbiorze klientów.

---

<sup>19</sup> Zob.: <http://www.wolontariatpracowniczy.pl/index.php?a=newses/show/badania/356#>

<sup>20</sup> Zob.: <http://twojbiznes.infor.pl/index.php/dzialy/firma-i-pracownicy/artukul-1303397.html>.

<sup>21</sup> Zob. np.: G. Hills, A. Mahmud, *Volunteering for Impact*, FSG Social Impact Advisors 2007, Sponsored by Pfizer.

<sup>22</sup> A. Zaorska, *Korporacje transnarodowe. Przemiany, oddziaływania, wyzwania*, PWE, Warszawa 2007, s. 328.

## 5. Podsumowanie

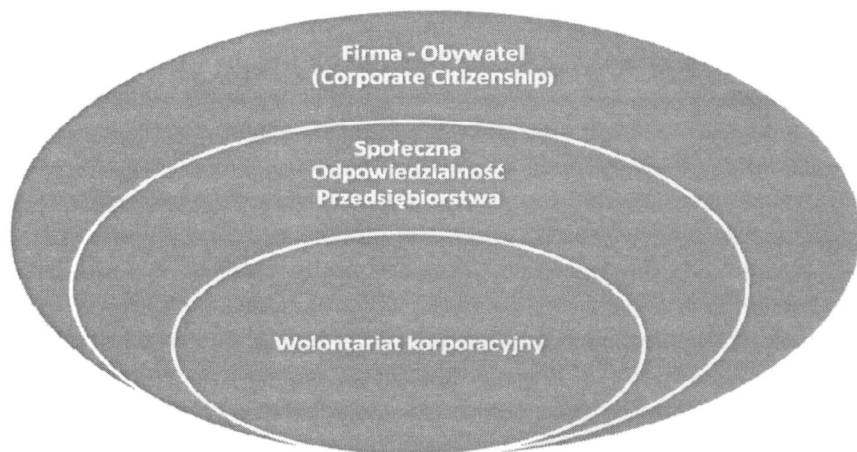
„Wolontariat korporacyjny – wysokie c odpowiedzialności przedsiębiorstw”<sup>23</sup> to artykuł, w którym autorzy identyfikują motywy podjęcia problematyki odpowiedzialności społecznej przedsiębiorstw oraz korzyści, które z tego wynikają. Jak powszechnie wiadomo, nie każda solistka operowa może wyśpiewać arię Królowej Nocy z *Zaczarowanego fletu* Mozarta. Nie każda firma z kolei jest zainteresowana wolontariatem korporacyjnym, co nie znaczy, że takich firm nie ma. Jak zauważają autorzy artykułu z akcentem na *wysokie c*, „w kręgach naukowych umacnia się przekonanie, że społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw zwraca się finansowo, w czystej gotówce: są dowody na stabilne, pozytywne związki między środkami wydatkowanymi na zaimplementowanie społecznej (i w niewielkim wymiarze również ekologicznej) odpowiedzialności przedsiębiorstwa. Można wykazać, że zyski przedsiębiorstw tej samej branży, które wprowadzają zasady społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, różnią się w sposób pozytywny od niepraktykujących tejże odpowiedzialności konkurentów. (...) Pozytywny związek pomiędzy stosowaniem społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw a działalnością gospodarczą pokazują następujące efekty:

- polepszona reputacja przedsiębiorstwa,
- udoskonalona umiejętność podnoszenia wydajności,
- zalety rekrutacji nowych pracowników,
- zredukowane ryzyko działania,
- gotowość klientów do płacenia za odpowiednio przygotowany produkt (koszty odpowiedzialności społecznej)”<sup>24</sup>.

Jak wskazano, wolontariat korporacyjny może przybierać różne formy i służyć różnym celom: budowanie wizerunku firmy i tworzenie nowego typu więzi w organizacji to jedna strona medalu, druga to obłudne kreowanie marki w oparciu o emocje odbiorcy zmanipulowanych informacji. O zaletach wolontariatu korporacyjnego powiedziano już dużo w cytowanych tu publikacjach, należy jednak zauważyć, że wolontariat korporacyjny, w wersji rzeczywiście dobrowolnej działalności pracowników-wolontariuszy, wpisuje się świetnie w pojęcie zdobywające sobie coraz więcej zwolenników: *Corporate Citizenship*. Kształtuje się w ten sposób schemat, w którym najogólniejszym pojęciem jest Firma-Obywatel (*Corporate Citizenship*), zawierając w sobie zasady społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, wewnątrz których z kolei znajduje się wolontariat korporacyjny; schemat ten pokazuje rys. 1.

---

<sup>23</sup> T. Wehner, C. Lorenz, G.-C. Gentile, *Corporate Volunteering – Das hohe C der unternehmerischen Verantwortung*, [w:] *Potenziale und Herausforderungen*, „Zeitschrift für Führung und Organisation” 2008, Jg. 77.



Rys. 1. Miejsce wolontariatu korporacyjnego w rzeczywistości gospodarczej

Źródło: opracowanie własne.

Warto zauważyć, że idea Firmy-Obywatela nie jest trwałym tworem, lecz podlega ciągłej transformacji i jej ogląd jest różny, zależny od historii kraju z jednej, a firmy z drugiej strony<sup>25</sup>. Szczególnie istotny wpływ na różny stan „obywatelskiej postawy firmy” mają względy religijne i opinie moralne, dzielące się na judeo-chrześcijańskie, buddyjsko-katolickie i islamskie. Wartości kulturowe i przedsiębiorcze to drugi z czynników różnicujących stan *Corporate Citizenship*, ukształtowanych historycznie przez przyjęcie zasad leseferyzmu bądź wspólnotowej gospodarki. Trzecim czynnikiem jest struktura rynku i ekonomia: w zupełnie inny sposób Firma-Obywatel obserwowana jest w krajach, gdzie przedsiębiorstwa mają swoje korzenie w przedsięwzięciach rodzinnych, inaczej w tradycyjnie nakazowych gospodarkach (Chiny) bądź kierowanych bezpośrednim rozkazem władcy (Zjednoczone Emiraty Arabskie)<sup>26</sup>.

Zdaniem autora szerokie pojęcie Firmy-Obywatela bez społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, a szczególnie bez wolontariatu korporacyjnego, nie ma racji bytu: każdą organizację, w tym przedsiębiorstwa, tworzą ludzie; od ich pro bądź antyspołecznego nastawienia, postawy obywatelskiej bądź skrajnego wyobcowania zależy powodzenie firmy funkcjonującej w społeczeństwie. Firma zaś może się ze społeczeństwa wycofać bądź starać się weń wpisać: to drugie, co autor starał się dowiedzieć, sprawdza się lepiej w rzeczywistości zarówno gospodarczej, jak i społecznej.

<sup>24</sup> Tamże.

<sup>25</sup> Zob.: *Corporate Citizenship around the World*, Global Education Research Network, Boston College, [www.cccdeutschland.org/de/system/files/GERN\\_for\\_web.pdf](http://www.cccdeutschland.org/de/system/files/GERN_for_web.pdf) (pobrano 18.05.2010).

<sup>26</sup> Tamże, s. 119.

Podsumowując: cel postawiony przez autora, czyli wskazanie na wolontariat korporacyjny jako jeden z przejawów społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa, został osiągnięty – wolontariat korporacyjny w całości zawiera się w zbiorze zasad i reguł stanowiących o społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa, tym samym będąc jej przejawem. Niemniej jednak wolontariat korporacyjny nie jest jedynie oznaką, jest elementem społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa, zatem wniosek jest dalej idący, niż zakładał cel pracy: każde przedsiębiorstwo, w którym pojawia się wolontariat korporacyjny, jest przedsiębiorstwem odpowiedzialnym społecznie, nie każde jednak przedsiębiorstwo odpowiedzialne społecznie pobudza i wspiera działalność wolontariatu korporacyjnego. Pozostaje na koniec zadać pytanie o poziom społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa wszędzie tam, gdzie nie praktykuje się wolontariatu korporacyjnego: poddany analizie, poziom ten może być bardzo różny, wzbogacony bądź nie wolontariatem korporacyjnym. Wolontariat korporacyjny jest zatem nie tylko przejawem, ale także tunelem, wzmacniaczem poziomu społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw.

## Literatura

- Archambault E., *Le bénévolat en France et en Europe*, „Pensée plurielle” 2005/1, n° 9.
- Corporate Citizenship around the World*, Global Education Research Network, Boston College, [www.cccdeutschland.org/de/system/files/GERN\\_for\\_web.pdf](http://www.cccdeutschland.org/de/system/files/GERN_for_web.pdf).
- Czapiński J., *Kapitał społeczny*, [w:] J. Czapiński, T. Panek (red.), *Diagnoza społeczna 2009. Warunki i jakość życia Polaków*, Rada Monitoringu Społecznego, Warszawa 2009.
- Dyakowska I., *Słowo wstępne*, [w:] *I ogólnopolskie badania wolontariatu pracowniczego – raport*, [http://www.wolontariatpracowniczy.pl/var/resources/files/File/BADANIA\\_www.pdf](http://www.wolontariatpracowniczy.pl/var/resources/files/File/BADANIA_www.pdf).
- „Harvard Business Review Polska”, grudzień 2009 – styczeń 2010.
- Herzig Christian, *Corporate Volunteering in Germany. Survey and Empirical Evidence*, Centre for Sustainability Management, Lüneburg 2004.
- Hills G., Mahmud A., *Volunteering for Impact*, FSG Social Impact Advisors 2007, Sponsored by Pfizer.
- Junik M., *Wracają czyny społeczne. I nie ma się czego wstydzic*, [http://www.gazetawroclawska.pl/tronaglowna/6367,wracaja-czyny-spoeczne-i-nie-ma-sie-czego-wstydzic,id.t.html#material\\_2](http://www.gazetawroclawska.pl/tronaglowna/6367,wracaja-czyny-spoeczne-i-nie-ma-sie-czego-wstydzic,id.t.html#material_2).
- Ochman M., Jordan P., *Wolontariusze – źródłem siły organizacji*, <http://www.wolontariat.org.pl/repository/Publikacje/Teksty/wolZrodloSily.pdf>.
- Odpowiedzialny Biznes w Polsce. Dobre praktyki*, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Warszawa 2009.
- Oleniuch I., *Korzyści z wolontariatu pracowniczego w dobie wzrostu konkurencyjności i niepewności otoczenia*, [w:] M. Kunasz (red.), *Problemy gospodarowania w dobie globalizacji – materiały konferencyjne*, Katedra Mikroekonomii Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2006.
- Quirk D., *Corporate Volunteering. The Potential and the Way Forward*, The Wellington Volunteer Centre, Wellington 1998.
- Uchwała nr 60 Rady Ministrów z dnia 13 kwietnia 1984 r. w sprawie czynów społecznych oraz pomocy Państwa w ich organizowaniu i realizacji, „Monitor Polski” 1984 nr 11, poz. 75.

Ustawa z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie, DzU 2003 nr 96, poz. 873.

Wehner T., Lorenz C., Gentile G.-C., *Corporate Volunteering – Das hohe C der unternehmerischen Verantwortung*, [w:] *Potenziale und Herausforderungen*, „Zeitschrift für Führung und Organisation” 2008, Jg. 77, s. 352-359.

Wstępna informacja nt. wyników Badania stowarzyszeń, fundacji i organizacji społecznych (SOF-1) zrealizowanego w 2009 r., Departament Badań Społecznych GUS, [http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/PUBL\\_os\\_wstepna\\_informacja\\_nt\\_wyn2008.pdf](http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/PUBL_os_wstepna_informacja_nt_wyn2008.pdf).

Zaorska A., *Korporacje transnarodowe. Przemiany, oddziaływanie, wyzwania*, PWE, Warszawa 2007.

#### **Źródła internetowe**

<http://twojbiznes.infor.pl/index.php/dzialy/firma-i-pracownicy/arttykul-1303397.html>.

[http://www.wolontariatpracowniczy.pl/index.php?a=page/cstudy\\_71](http://www.wolontariatpracowniczy.pl/index.php?a=page/cstudy_71).

<http://www.wolontariatpracowniczy.pl/index.php?a=newses/show/badania/356#>.

## **CORPORATE VOLUNTEERING AS ONE OF ACTIVITIES OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**

**Summary:** The purpose of the article is to show that Corporate Volunteering is one of the activities taken up by organizations in order to implement the rules of Corporate Social Responsibility. The author points out the place of volunteering in the spectrum of issues connected with Corporate Social Responsibility, using the examples described in the report *Responsible Business in Poland 2009. Good Practices*. The author focuses on mentioning both high expectations from volunteering in the creation of the enterprise's image and the positive effects of volunteering in the field of human resources (the employee's motivation). The conclusion of the article is showing corporate volunteering as not completely exploited resources of Corporate Social Responsibility.