

ROZDZIAŁ III

Koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu i jej wpływ na rozwój kapitału ludzkiego w regionie

Wstęp

Konkurencyjność gospodarek miast, regionów, krajów buduje wiele czynników. Obecnie wśród nich mocno podkreśla się znaczenie zasobów niematerialnych, w tym kapitału ludzkiego, który jest bazą rozwoju oraz impulsem do kreowania i absorpcji innowacji. Człowiek, jego zasoby wiedzy i informacji stały się kluczowym zasobem strategicznym przedsiębiorstwa, a także miast i regionów. W tworzeniu odpowiednich warunków do wzmacniania zasobów kapitału ludzkiego biorą udział władze centralne, regionalne i lokalne, instytucje i organizacje publiczne i prywatne. Istotnymi podmiotami należącymi do systemu, który koncentruje się na zaopatrywaniu społeczeństwa w wiedzę, są przedsiębiorstwa. Z jednej strony, ich działania skierowane są na budowę kapitału ludzkiego w firmie, poprzez oferowanie szkoleń, kursów dla pracowników. Z drugiej strony, przedsiębiorstwa działając w ramach koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu, realizują zadania przyczyniające się do wzmacniania kapitału ludzkiego na zewnątrz firmy, tj. w otoczeniu lokalnym. Oferują między innymi praktyki, staże w firmie, czy organizują szkolenia edukacyjne. Naturalne jest, że zamierzenia najwyższego kierownictwa skierowane są głównie na edukację własnej kadry, bowiem to od niej zależy sukces firmy. Wszelkie inicjatywy na rzecz mieszkańców są zazwyczaj sporadyczne, są bowiem dobrowolne i wynikają z etyki przedsiębiorstwa oraz poczucia odpowiedzialności za otoczenie.

Celem pracy jest identyfikacja warunków oraz narzędzi realizacji koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR), które przyczyniają się do budowy kapitału ludzkiego w środowisku lokalnym poza firmą. W tym zakresie, w 2012 roku zrealizowano badania na terenie województwa łódzkiego w formie wywia-

* Adiunkt, Katedra Gospodarki Regionalnej i Środowiska, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Uniwersytet Łódzki. E-mail: bwrosiak@uni.lodz.pl

dów bezpośrednich, w celowo wybranych przedsiębiorstwach. Kryterium dobru próby badawczej była wiedza o zaangażowaniu firmy w realizację koncepcji CSR. Badania miały charakter analiz studiów przypadku, celowo zatem w pracy nie dokonywano prób uogólniania wniosków na całą populację.

1. Koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR)

Idea Społecznej Odpowiedzialności Biznesu (*Corporate Social Responsibility*) sięga końca XIX w. Pierwsza doktryna CSR została przedstawiona przez Andrew Carnegie w 1889 r. w książce pt. *Ewangelia bogactwa (The gospel of health)*. We współczesnej gospodarce koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu nabiera coraz większej popularności i znaczenia wśród przedsiębiorstw i wszystkich interesariuszy firmy. Działanie zgodne z koncepcją CSR jest dobrowolne, co oznacza, że nie istnieją odgórne przepisy prawne zobowiązujące przedsiębiorstwa do uwzględniania interesów różnych podmiotów w swojej działalności.

O teorii interesariuszy mówi się od 1984 r., kiedy to została ona zaprezentowana przez R. E. Freemana w opracowaniu pt. *Strategic Management. A Stakeholder Approach*. Do dziś jest fundamentalnym elementem nauk o zarządzaniu¹. Interesariuszami (*stakeholders*) określa się grupę lub jednostkę, które są związane z przedsiębiorstwem i mają wpływ na jego funkcjonowanie oraz są pod wpływem działalności firmy. Do wewnętrznych interesariuszy zalicza się menedżerów i pracowników, a do zewnętrznych: klientów, dostawców, konkurentów, władze samorządowe i rządowe, społeczności lokalne, organizacje pozarządowe, media oraz środowisko naturalne (tzw. milczący interesariusz)². Przykładowo, pracownicy oczekują od przedsiębiorstwa zatrudnienia i odpowiedniego poziomu wynagrodzeń. Wysokiej jakości produktów, usług oraz odpowiedniej ich ceny wymagają klienci firmy. Społeczność lokalna postuluje natomiast prowadzenie takich działań przez podmioty gospodarcze, aby nie szkodziły one interesom społecznym oraz aby wśród nich znalazły się świadczenia na rzecz społeczeństwa³. Przedsiębiorstwo poprzez własne działania na rzecz społeczności lokalnej zakorzenia się na danym terytorium, co wzmacnia budowę trwałych więzi z otoczeniem. W konsekwencji wytworzone relacje mogą wpływać na

¹ A. Paliwoda-Matiolańska, *Odpowiedzialność społeczna w procesie zarządzania przedsiębiorstwem*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2009, s. 52.

² E. Jastrzębska, *Etyka biznesu a społeczna odpowiedzialność biznesu*, Kwartalnik Kolegium Ekonomiczno-Społecznego, Studia i Prace, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2010, s. 188–189.

³ U. Gołaszewska-Kaczan, *Zaangażowanie społeczne przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok 2009, s. 37.

niepodejmowanie decyzji o delokalizacji firmy. Sprzyja to prawidłowemu rozwojowi społeczno-gospodarczemu danego obszaru w przyszłości. Zdarza się, że firmy realizują działania prospołeczne, bowiem to właśnie grupy społeczne, jednostki, organizacje pozarządowe kierują do nich prośbę, np. o wsparcie finansowe⁴. Wśród działań, jakie mogą być świadczone przez biznes na rzecz mieszkańców wymienia się⁵:

- pomoc finansową, przykładowo w formie darowizny bądź grantu przez firmę bądź jej pracowników (tzw. *pay roll*);
- pomoc rzeczową w postaci przekazania bądź wypożyczenia produktów firmy, aparatury, czy lokalu;
- bezpłatne świadczenie usług, np. prawnych;
- wolontariat pracowniczy;
- inwestycje społeczne, najczęściej długoterminowe oraz realizowane przy współpracy z władzą lokalną, np. budowa infrastruktury sportowej.

W literaturze można spotkać całą paletę definicji CSR tworzonych na potrzeby badawcze naukowców. Wszystkie mają jednak swój wspólny mianownik. CSR to etyczna, moralna odpowiedzialność przedsiębiorstwa, która nie jest nastawiona na zysk. Odpowiedzialne działania firmy kierowane są do różnych interesariuszy, w tym do społeczeństwa⁶.

Unia Europejska popiera ideę CSR. W dokumencie *Green Paper* przygotowanym przez Komisję Europejską CSR definiowany jest jako koncepcja, w której „organizacje prowadząc działalność, dobrowolnie uwzględniają ochronę środowiska, interesy społeczeństwa, a także relacje z interesariuszami”⁷. W odnowionej strategii UE na lata 2011–2014, dotyczącej społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, została zaproponowana nowa definicja CSR jako „odpowiedzialność przedsiębiorstwa za ich wpływ na społeczeństwo”⁸.

Model społecznej odpowiedzialności został zaproponowany przez A. B. Carroll (Tabela 1). W swojej koncepcji określił, że przedsiębiorstwo jest odpowiedzialne w czterech obszarach: ekonomicznym, prawnym, etycznym, filantropijnym. Pierwszy obszar odpowiedzialności uznał za najważniejszy bowiem tylko firma, która przynosi zyski funkcjonuje prawidłowo oraz może działać odpo-

⁴Na podstawie przeprowadzonych wywiadów Autorki z wybranymi dużymi firmami, zlokalizowanymi w województwie łódzkim w lutym 2012 r.

⁵U. Gołaczewska-Kaczan, *Zaangażowanie społeczne przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok 2009, s. 104-108.

⁶J. Nakonieczna, *Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw międzynarodowych*, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2008, s. 19-23.

⁷Green Paper, *Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility*, Brussels 2001, p. 6.

⁸Komunikat Komisji Parlamentu Europejskiego, Rady Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów. *Odnowiona strategia UE na lata 2011-2014 dotycząca społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, Komisja Europejska, Bruksela 2011, s. 7.

wiedzialnie w pozostałych obszarach. Stwierdził, że niezbędne jest także, aby firma działała zgodnie z prawem. Odpowiedzialność etyczną podmiotu postrzega jako działania sprawiedliwe i nienaruszające interesów innych. Odpowiedzialność filantropijna może być natomiast dobrze realizowana, jeśli pozostałe trzy warunki zostają spełnione. Polega ona na działaniach skierowanych do społeczeństwa. Może to być na przykład działalność charytatywna, czy finansowanie działań eliminujących problemy społeczne⁹.

Tabela 1. Model społecznej odpowiedzialności biznesu wg A. B. Carrola

Rodzaj odpowiedzialności	Społeczne oczekiwania	Przykłady
Ekonomiczna	Wymagana przez społeczeństwo	Maksymalizacja zysków i minimalizacja kosztów Podejmowanie dobrych decyzji strategicznych
Prawna	Wymagana przez społeczeństwo	Ochrona środowiska naturalnego Ochrona praw konsumenta Przestrzeganie prawa antykorupcyjnego Dotrzymywanie zobowiązań kontraktowych
Etyczna	Oczekiwana przez społeczeństwo	Unikanie niepożądanych zachowań Działanie zgodne z duchem prawa Przestrzeganie prawa jest standardem minimum Zapewnienie etycznego przywództwa
Filantropijna	Pożądana przez społeczeństwo	Programy wspierające społeczeństwo Świadczenia wolontariatu Zaangażowanie na rzecz społeczności lokalnej

Źródło: P. Hąbek, P. Szewczyk, *Społeczna odpowiedzialność a zarządzanie jakością* [za:] A. B. Carroll, *Business and Ociepy: Ethics and Stakeholder Management*, College Division South-Western Publishing Co, Cincinnati, Ohio 1993, s. 35.

Wśród poglądów na temat społecznej odpowiedzialności biznesu można wymienić te, które ją popierają i te, które są jej przeciwnikami. Do pierwszej grupy argumentów należy zaliczyć fakt, że przedsiębiorstwa są źródłem konfliktów, problemów dlatego powinny czynnie uczestniczyć w ich rozwiązywaniu. Tym bardziej, kiedy firmę określa się mianem *corporate citizenship*. W tym aspekcie uznaje się ją jako korporacyjnego obywatela i uczestnika życia społecznego. Ponadto przedsiębiorstwo jest systemem, które powinno służyć otoczeniu. Poprzez to spojrzenie firma zobowiązana jest do włączenia się w życie społeczeństwa, bowiem jest jej aktorem i jej działania skierowane są także na rzecz eliminacji problemów społecznych oraz rozwoju społeczno-gospodarczego¹⁰. Kolejnym argu-

⁹ J. Adamczyk, *Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2009, s. 40–41.

¹⁰ A. Wiktorowska-Świąćka, *Corporate citizenship jako koncepcja włączenia działań społecznie odpowiedzialnych do strategii przedsiębiorstwa* [w:] *Społeczna odpowiedzialność biznesu*.

mentem popierającym prospołeczne działania jest to, iż właśnie przedsiębiorstwa posiadają odpowiednie środki finansowe, rzeczowe, kadrowe, które pozwalają na skuteczne rozwiązywanie lokalnych problemów. Ponadto są partnerami w gospodarce podobnie jak rząd i społeczeństwo. Wśród powodów, które stoją przeciwko odpowiedzialności społecznej wymienia się fakt, że podmioty gospodarcze nie mają odpowiedniego doświadczenia, wiedzy i kompetencji w zarządzaniu programami społecznymi. Często również nie znają prawdziwych potrzeb i lokalnych problemów. Realizacja projektów społecznych stawia przedsiębiorstwo w pozytywnym świetle jednakże równolegle daje mu dużą władzę i wpływ na otoczenie. Ostatni argument mówi, że celem biznesu jest przede wszystkim maksymalizacja zysków, a nie działania skierowane na jego otoczenie¹¹. Należy jednak zauważyć, że przedsiębiorstwo społecznie odpowiedzialne osiąga zyski poprzez generowanie określonych korzyści, wśród których wymienić można m.in.¹²:

- kształtowanie pozytywnego wizerunku firmy zarówno w oczach pracowników, jak i interesariuszy zewnętrznych;
- budowanie konkurencyjności i przewagi konkurencyjnej na rynku;
- zdobywanie zaufania obecnych i potencjalnych klientów do marki;
- pozyskanie pozytywnej opinii i przychylności społeczności lokalnej;
- wzrost zainteresowania inwestorów, którzy często uznają, iż wiarygodność przedsiębiorstwa wiąże się z zaufaniem społeczeństwa do firmy.

W ramach CSR przedsiębiorstwa dążą do wzrostu przejrzystości działań poprzez systematyczne raportowanie. Sprawozdania omawiające relacje przedsiębiorstwa i jego interesariuszy mają różne, swoiste nazwy. Jednakże we wszystkich można znaleźć ogólne opisy działań prospołecznych. Firmy udostępniają raporty na swoich stronach internetowych i nie tylko, np. www.csrwire.com/reports; www.raportyspoleczne.pl.

2. Społeczna odpowiedzialność biznesu w Polsce

Społeczna odpowiedzialność biznesu nabiera coraz większego znaczenia w Polsce. Jej popularność jest zdecydowanie większa w dużych, niż małych i średnich przedsiębiorstwach. Należy pamiętać, że w strukturze gospodarki

Perspektywy i kierunki rozwoju, R. Karaszewski, M. Karwacka, A. Paluszek (red.), Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2011, s. 95-120.

¹¹ R. W. Griffin, *Podstawy zarządzania organizacjami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004, s. 121.

¹² M. Kociszewski, J. Szwaacka-Mokrzycka, *Społeczna odpowiedzialność biznesu*, Przemysł Spożywczy, styczeń 2011, tom 65.

dominują MŚP, dlatego też działania mające na celu upowszechnianie tej idei, należy skierować także do tych firm.

W Polsce wyróżnia się kilka faz rozwoju CSR¹³. Pierwszy etap obejmuje lata 1997–2000. Uznaje się go za okres braku zainteresowania koncepcją. W latach 2000–2002 pojawiają się sprzeczności do działań społecznie odpowiedzialnych, nawet ze strony dużych przedsiębiorstw. Kolejne lata, a mianowicie 2002–2004 cechują się wzrostem zainteresowania koncepcją, a także zmianą podejścia na takie, iż CSR powinien stać się filarem zarządzania każdej firmy. W piątym etapie przypadającym na 2004–2005 r. podmioty gospodarcze zaczęły realizować pojedyncze projekty w tym obszarze, natomiast w 2005–2007 r. zaczęto wiązać CSR z innymi strategiami, tworzonymi i realizowanymi w firmach. Wyniki badań z 2010 r.¹⁴ pokazują, iż wiedza kierownictwa największych firm w Polsce na temat działań społecznie odpowiedzialnych rośnie. Oznacza to, że firmy coraz częściej postrzegają się do odpowiedzialności za otoczenie, na które mają intensywny wpływ, tj. na społeczeństwo lokalne, środowisko naturalne. Badania wskazują, że poziom działań prospołecznych jest nadal niewielki i określany mianem „rachkujący”, bowiem większość z nich to działania wyłącznie charytatywne. Najmniej popularny jest wolontariat pracowniczy oraz inwestycje na rzecz społeczności. Wyłącznie 40% największych firm w kraju angażuje się w działania społecznie odpowiedzialne, 33% nie potrafi jednoznacznie stwierdzić, czy takie realizuje natomiast 25% nie działa wcale w myśl omawianej koncepcji. Wnioskuje się, że w Polsce nadal identyfikuje się niski poziom świadomości przedstawicieli firm w tym zakresie, pomimo wzrostu wiedzy na temat CSR w ostatnich latach.

W Polsce istnieje wiele podmiotów promujących społeczną odpowiedzialność. Wśród nich można wymienić instytucje rządowe i samorządowe (tj. Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej, Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Ministerstwo Gospodarki, Ministerstwo Środowiska), instytucje akademickie (Centrum Etyki Biznesu CEBI, szkoły biznesowe), organizacje pozarządowe (Stowarzyszenie Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Akademia Filantropii, Stowarzyszenie Centrum Wolontariatu), organizacje międzynarodowe (Bank Światowy), media (Gazeta Prawna, Parkiet, Forbes) oraz sektor przedsiębiorstw (PKPP Lewiatan, Krajowa Izba Gospodarcza)¹⁵. Ciekawym przykładem jest indeks spółek odpowiedzialnych tzw. RESPECT Index. Ma on na celu promować koncepcję CSR wśród różnych spółek zarówno działających na giełdzie papierów wartościowych, jak i pozostałych. Firma posiadająca taki indeks od-

¹³ Na podstawie: *Raport - Społeczna Odpowiedzialność Biznesu w Polsce*, Warszawa 2007.

¹⁴ *Menedżerowie/Menedżerki 500. Lider/Liderka CSR, CSR w Polsce*, Wydawnictwo Good-Brand&Company Polska, Warszawa 2010.

¹⁵ *Społeczna Odpowiedzialność Biznesu w Polsce*, Warszawa 2007.

znacza się dużą atrakcyjnością inwestycyjną¹⁶. Na warszawskiej giełdzie obecnie są 23 spółki, które mogą wykazać się indeksem¹⁷.

Podsumowując, popularność CSR w Polsce wzrasta, jednakże nie jest jeszcze na odpowiednio wysokim poziomie. Niezbędne okazują się więc wszelkie inicjatywy promujące koncepcję wśród różnorodnych podmiotów, w tym kampanie i konferencje o tej tematyce.

3. Przykłady działań skierowanych na budowę kapitału ludzkiego w ramach CSR w Polsce

Koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu z roku na rok cieszy się większym zainteresowaniem w Polsce. Coraz więcej firm uwzględnia CSR w swoich strategiach i dąży do wzrostu przejrzystości działań publikując raporty w tym zakresie. Nadal jednak ich liczba jest niewielka. Spośród 100 firm z czołówki *Rankingu 500* Rzeczypospolitej z 2010 r. wynika, że połowa na swoich stronach internetowych podaje informacje na temat CSR i zrównoważonego rozwoju, a jedynie 12 firm sporządza raporty społecznej odpowiedzialności biznesu¹⁸. Spośród różnorodnych działań jakie realizują firmy w obszarze omawianej koncepcji, część z nich koncentruje się na społeczeństwie, w tym na budowie kapitału ludzkiego. Na podstawie ogólnodostępnych raportów społecznej odpowiedzialności biznesu, bibliotek i rejestrów raportów oraz bazy dobrych praktyk, wyodrębnione zostały przykłady działań¹⁹.

Z przeprowadzonych analiz wynika, iż zbiór działań skierowanych na wzrost wiedzy, umiejętności i przedsiębiorczości mieszkańców, można podzielić na dwie grupy²⁰. Pierwsza z nich obejmuje *działania pośrednie*, tj. takie, które są impulsem do budowy kapitału ludzkiego. Zalicza się do niej: promocję przedmiotów ścisłych, wyposażenie szkół i innych placówek w sprzęt komputerowy i dostęp do Internetu oraz udostępnianie tym podmiotom innowacyjnych narzę-

¹⁶ Respect Index, *Spółki giełdowe odpowiedzialne społecznie*, Raport Deloitte, 2009 r.

¹⁷ www.odpowiedzialni.gpw.pl; Należy zwrócić uwagę, że koncepcja społecznej odpowiedzialności jest popularna w sektorze prywatnym, jednakże w myśl jej zasad mogą funkcjonować także pomioty z sektora publicznego. Na zlecenie Ministra Pracy i Polityki Społecznej przeprowadzono badania na temat społecznej odpowiedzialności w urzędach wojewódzkich. Opublikowany w 2011 r. raport wskazał, że na 16 odpowiedziało 12 województw. (Źródło: *Praktyki społecznej odpowiedzialności w urzędach wojewódzkich*, Raport 31.05.2011 r.).

¹⁸ *Raportowanie CSR w Polsce 2010*, CSRinfo, www.csrinfo.com.pl.

¹⁹ Raport, *Społeczna Odpowiedzialność Biznesu w Polsce*, Warszawa 2007,2008,2009,2010; Baza dobrych praktyk, odpowiedzialnybiznes.pl.

²⁰ Wśród działań można wyróżnić te skierowane na np. edukację zdrowotną, edukację ekologiczną, edukację dla bezpieczeństwa, edukację zawodową. Na potrzeby badań analizę przeprowadzono w obszarze edukacji zawodowej.

dzi edukacyjnych. Natomiast w skład drugiej grupy wchodzi *działania bezpośrednie*, które wyraźnie kreują ten zasób, tj. szkolenia, warsztaty, zajęcia, wykłady dydaktyczne; działania edukacyjno-praktyczne, budowa edukacyjnych stron internetowych, organizacja staży i praktyk zawodowych, udzielanie stypendiów, realizacja konkursów na najlepszą pracę dyplomową oraz działania skierowane na rozwój przedsiębiorczości.

Wśród przykładów *działań pośrednich* należy wskazać projekt firmy WSK PZL-Rzeszów S.A. W 2009 r. zrealizowała ona program promocji przedmiotów i nauk ścisłych w Rzeszowie, który powstał w partnerstwie z m.in. Politechniką Rzeszowską. W ramach niego utworzona została Politechnika Dziecięca skierowana do uczniów szkół podstawowych. Obecnie uruchomiony został 6 semestr zajęć dla trzech grup, z której każda liczy około 150 dzieci. W gimnazjach przeprowadzone zostały zajęcia z fizyki natomiast na uczelniach technicznych wykłady o tematyce lotnictwa²¹. Podobnie firma PKN ORLEN, w ramach autorskiego projektu *Lekcja Chemii* skierowanego do uczniów gimnazjów, zorganizowała w 2011 r., zajęcia pokazowe o tematyce chemicznej w 500 szkołach, w których wzięło udział, aż 22 tys. uczniów. Głównym celem spotkań była popularyzacja nauki wśród młodych ludzi, a także wzrost wiedzy na ten temat²².

Przykładowo, wyposażaniem szkół i innych placówek w sprzęt komputerowy i dostęp do Internetu zajmuje się Microsoft Corporation²³. W 2008 r. podmiot zrealizował *Spółeczny Program Umiejętności Technologicznych*. Pozwolił on na uzyskanie odpowiednich kwalifikacji na rynku pracy przez osoby, które nie miały możliwości nabyć wiedzy i umiejętności w zakresie obsługi i wykorzystania komputera i Internetu. Firma dostarczyła infrastrukturę informatyczną osobom wykluczonym i młodzieży szkolnej. W ramach programu utworzono punkty dostępu do Internetu. W ramach programu zrealizowano projekt Ikonk@, gdzie na terenie województwa podlaskiego utworzono w 118 bibliotekach gminnych bezpłatne punkty dostępu do Internetu. Utworzono także Centrum Edukacji i Aktywizacji dla Osób Niepełnosprawnych, m.in. świadczące bezpłatne kursy informatyczne dla osób niepełnosprawnych w Warszawie, pracownie komputerowe oraz Społeczne Pracownie Edukacyjne na Lubelszczyźnie oraz Podlasiu, w które pozwalały na nabywanie przez młodzież wiedzy informatycznej²⁴. PKN ORLEN sfinansował w 2007 r. remont biblioteki im. Zielińskich w Płocku. Poprawił on komfort i warunki korzystania z biblioteki przez uczniów, studentów

²¹ pd.prz.edu.pl, Raport *Odpowiedzialny Biznes w Polsce 2010*, s. 71.

²² www.lekcjachemii.pl; baza dobrych praktyk odpowiedzialnybiznes.pl.

²³ Firma Microsoft Corporation koncentruje się w swoich działaniach prospołecznych głównie na eliminacji wykluczenia informacyjnego.

²⁴ W. Pańskow, B. Rok, M. Strumińska-Kutra, J. Woźniczko, *Oblicza społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR, Warszawa 2010, s. 135, www.proto.pl/prezentacje_new/info?itemId=54605

i mieszkańców miasta, przez co wiedza stała się bardziej dostępna dla wszystkich zainteresowanych²⁵. Inną firmą działającą w tym obszarze jest Arcelor Mittal Poland, która wspiera rozwój edukacji społeczeństwa, poprzez inwestycje w pracownie językowe i multimedialne w szkołach podstawowych i ogólnokształcących. Doskonałe wyposażenie placówek pozwala na wykorzystywanie w trakcie zajęć dydaktycznych innowacyjnych form nauczania. W 2008 r. firma otworzyła trzy, a w 2010 r. dwie pracownie w Dąbrowie Górniczej i Świętochłowicach²⁶. Firma L'oreal Polska zrealizowała w 2009 r. projekt pt. *Łatwiejszy dostęp do wiedzy*, który skierowany był do dzieci rodzin potrzebujących z Warszawy i Pruszkowa. W ramach zaplanowanych działań wyremontowano i utworzono pracownie komputerowe w trzech siedzibach Towarzystwa Przyjaciół Dzieci. Ponadto zostały sfinansowane zajęcia z języka angielskiego i informatyki dla ok. 100 dzieci²⁷. Firma ASTOR natomiast, w swojej działalności prospołecznej, wyposaża uczelnie wyższe w nowoczesne oprogramowanie i sprzęt. Wykorzystywanie takich narzędzi przez studentów pozwala na nabywanie kompetencji podczas zajęć laboratoryjnych. Wśród jednostek wyposażonych przez firmę znajdują się m.in. Politechnika Łódzka, Politechnika Krakowska, Politechnika Śląska²⁸.

Istotnym działaniem z punktu widzenia kreacji kapitału ludzkiego jest udostępnianie przez przedsiębiorstwa innowacyjnych narzędzi edukacyjnych. IBM Polska w ramach programu *Reading Companion* bezpłatnie udostępnił podmiotom edukacyjnym, prowadzącym zajęcia z języka angielskiego non-profit (szkoły, organizacje pozarządowe), możliwość korzystania z nowoczesnego narzędzia edukacyjnego. Wzbogaca ono tradycyjne formy nauczania języka obcego, co uatrakcyjnia zajęcia i ułatwia zdobywanie wiedzy. Program skierowany jest do osób, które rozpoczynają naukę języka angielskiego. Realizowany jest w 20 różnych krajach²⁹. Firma METRO GROUP natomiast, w ramach projektu *Metro Edukacja* współpracując ze szkołami przygotowała nowoczesny program kształcenia, w ramach którego uczniowie nabywają wiedzę z dziedziny handlu. Uczestnicy biorą udział w praktykach, odbywających się w marketach od 2006 r., w zakresie marketingu, nowoczesnych technik sprzedaży, zarządzania asortymentem³⁰.

Wśród przykładów *działań bezpośrednich* skierowanych na realizację szkoleń, warsztatów, zajęć i wykładów dydaktycznych należy wskazać działalność

²⁵Odpowiedzialny biznes, Orlen dla Płocka, www.ornlen.pl/PL/OdpowiedzialnyBiznes/OtoczenieSpoleczne/Strony/OrlenDlaPlocka.aspx

²⁶www.arcelormittal.com/poland/odpowiedzialnosc-biznesu/inwestujemy-w-spolecznosci-lokalne/edukacja.html

²⁷Raport *Odpowiedzialny Biznes w Polsce 2009*, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, s. 48.

²⁸www.edukacja.astor.com.pl/uczelnie-i-szkoly.html

²⁹www.readingcompanion.org, www-05.ibm.com/pl/responsibility/

³⁰www.metrogroup.pl/internet/site/metrogroup/node/33713/Lpl/index.html

firmy Microsoft oraz Wydawnictwa Szkolnego i Pedagogicznego. Od 2011 r. do maja 2012 r. obydwa podmioty realizują wspólnie projekt *Szkoła Nowych Technologii* w 12 miastach Polski (Poznań, Łódź, Szczecin, Bydgoszcz, Gdańsk, Olsztyn, Białystok, Katowice, Wrocław, Lublin, Kraków, Warszawa). Program skierowany jest do dyrektorów, nauczycieli oraz uczniów szkół ponadgimnazjalnych. Dyrektorzy biorą udział w konferencjach oraz w wykładach i prezentacjach, dotyczących nowych technologii w edukacji. W trakcie warsztatów i szkoleń, nauczyciele poznają nowoczesne narzędzia przydatne w prowadzeniu zajęć. Uczniowie biorą udział w szkoleniach, zapoznają się z najnowszymi technologiami, tj. Windows Phone, HTML5, Kinect, Windows Live³¹. UPC Polska, od 2006 r., realizuje program *Akademia e-Seniora* z obszaru edukacji komputerowej i internetowej. Odbiorcami szkoleń są osoby w wieku 50+. Firma współpracuje m.in. z uniwersytetami III wieku. Program ma na celu walkę z wykluczeniem technologicznym osób starszych, przyczyniając się tym samym do rozwoju społeczeństwa informacyjnego. Uczestnicy szkoleń nabywają wiedzy niezbędnej dla rozwoju zawodowego³².

Przykładem firmy, która współpracuje ze szkolnictwem wyższym jest PKN ORLEN S.A. Od wielu lat współdziała z Politechniką Warszawską, w tym z filią w Płocku. Przykładowo w 2012 r., w ramach cyklu spotkań *Dzień wiedzy z Orlenem*, przeprowadzono wykłady dla studentów o różnych tematach badawczych. Samsung Electronics Polska, wraz z Centrum Nauki Kopernik, zrealizował w 2010 r. projekt edukacyjny *Akademia Techniki*, mający na celu przekazanie wiedzy technicznej uczniom gimnazjum. W 92 szkołach zrealizowano 340 zajęć, w których wzięło udział 10200 uczniów³³. Citi Bank Handlowy realizuje program *Moje Finanse*, który skierowany jest do nauczycieli i uczniów szkół ponadgimnazjalnych. Przeprowadzane moduły tematyczne mają na celu rozwój przedsiębiorczości i wzrost wiedzy w zakresie podejmowania właściwych decyzji finansowych. W latach 2010/2011 w programie wzięło udział 153 300 uczniów. Od 2006 r. program objął 830000 uczniów i 10200 nauczycieli³⁴. Firma Blue Media, w 2010 r., w programie *Kierunek: kariera* wraz z Centrum Integracji w Gdyni zorganizowała warsztaty, mające na celu wzbogacić w wiedzę i umiejętności z zakresu autoprezentacji, osoby poszukujące pracy na rynku. Osoba, która najlepiej wypadła w warsztatach została przyjęta na płatne praktyki³⁵. Firma Accenture, od 2009 r. realizuje program *Kobiety Akcent*, którego odbiorcami są wyłącznie studentki. W jego ramach realizowane są szkolenia

³¹ www.microsoft.com/poland/edukacja/szkoly/szkolanowychtechnologii/Default.aspx

³² www.upc.pl/akademia-e-seniora/#strona_glowna

³³ www.akademiatechnikisamsung.3e.pl/, baza dobrych praktyk <http://odpowiedzialnybiznes.pl>

³⁴ www.citibank.pl/poland/kronenberg/polish/6154.htm

³⁵ www.gdynia.pl/drukuj/6998_64082.html, bluemediapl.press_room/aktualnosci/po_warsztatach_platny_staz/, baza dobrych praktyk <http://odpowiedzialnybiznes.pl>

w zakresie konsultingu i umiejętności personalnych, które mają wyposażyć kobiety w dodatkowe kompetencje ułatwiające pracę zawodową³⁶. Firma ORLEN dbając o pracowników, którzy kończą pracę w firmie, realizuje programy osłonowe. Są nimi: *Spadochron*, w ramach którego uczestnicy nabywają wiedzy w zakresie aktywnych technik poszukiwania pracy; *Przedsiębiorczość*, gdzie dowiadują się jak uruchomić i prowadzić własny biznes oraz *Szkolenia fakultatywne*, gdzie ich tematyka wskazywana jest przez pracownika³⁷.

Wśród działań w obszarze edukacji, realizowanych przez firmy w ramach CSR, bardzo często pojawia się edukacja finansowa³⁸. Przykładem firmy, która realizuje projekty z w tym zakresie jest Provident Polska. Akademia Rodziny Finansów to program realizowany od 2007 r. i powstały jako odpowiedź na niski poziom finansowy Polaków. Bezpłatne warsztaty mają na celu rozwój kompetencji w zakresie zarządzania domowymi wydatkami. Wnioskuje się, że zajęcia mają poszerzyć wiedzę z zakresu finansów, a także nauczyć uczestników oszczędzania i inwestycji. We wszystkich edycjach wzięło udział do tej pory około 3100 osób, które uczestniczyły w 82 warsztatach³⁹. Kolejnym przykładem jest kampania edukacyjna *Kobieta w świecie finansów* Banku BPH. W ramach projektu utworzono stronę internetową finansekobiet.pl, która ma na celu promować edukację finansową i wspierać rozwój przedsiębiorczości. Na stronie znajdują się szkolenia np. *Zarządzanie małą firmą*, *Negocjacje*, a także praktyczne narzędzia z obszaru finansów. Firma współpracuje także ze szkołami wyższymi realizując szkolenia. Przykładowo w 2011 r. na Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie zrealizowano jednodniowy kurs pt. *Twoja osobowość biznesowa – jak ją rozpoznać i rozwijać*⁴⁰.

Działaniami edukacyjno – praktycznymi zajmuje się Poznańska Spółdzielnia Spożywców w Poznaniu. Opiekuje się spółdzielniami uczniowskimi w trzech szkołach specjalnych. Uczniowie prowadzą szkolne sklepiki, które pozwalają nabywać wiedzę i kompetencje w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej, gospodarności oraz pracy w grupie⁴¹. Edukacyjną stronę internetową stworzyła firma PKN ORLEN S.A. Portal poczujchemie.pl jest to interaktywne narzędzie do nauki chemii. Zawiera laboratorium, filmy edukacyjne, ciekawostki, testy i quizy. Celem portalu jest rozpowszechnianie i wzrost wiedzy wśród młodzieży na temat chemii, a także tworzenie pozytywnego i przyjaznego wizerun-

³⁶ kobiocy-akcent.pl

³⁷ *Zawsze, gdy nas potrzebujesz. Raport odpowiedzialnego biznesu* ORLEN 2008, s. 49.

³⁸ Wiele przedsięwzięć edukacyjnych skierowanych do społeczeństwa obejmuje również tematykę bezpieczeństwa, edukację ekologiczną i zdrowotną, przykładowo podejmowane przez takie firmy jak np. PZU S.A., Bank BGŻ, Server Polska.

³⁹ www.arf.edu.pl

⁴⁰ finansekobiet.org.pl

⁴¹ www.spolem.poznan.pl/go.live.php/PL-H26/dzialalnosc-kulturalnooswiatowa-i-spoleczo-wychowawcza.html

ku nauki poprzez wykorzystanie nowoczesnych technologii i form jej przekazu⁴². PKN ORLEN S.A. to również firma, oferująca bezpłatne praktyki grupowe⁴³, studenckie i dyplomowe, które mają na celu wykorzystanie w praktyce wiedzy teoretycznej, nabytej w trakcie procesu kształcenia. Jest to często pierwszy krok w karierze młodych ludzi, który pozwala nabyć podstawowe doświadczenie zawodowe. Firma oferuje także staże skierowane do absolwentów szkół średnich i wyższych, którzy zarejestrowani są w urzędzie pracy jako osoby bezrobotne. Podobnie, w ramach programu *Bezpieczny start (PricewaterhouseCoopers)* zostały zrealizowane płatne staże dla młodych podopiecznych Fundacji Robinsona Crusoe. Umożliwiły one pierwszy kontakt z praktyką tych osób, zwiększając ich doświadczenie i kompetencje oraz atrakcyjność na rynku pracy⁴⁴. Instytut Monitorowania Mediów co roku realizuje program *Praktykuj za granicą*. Jest to konkurs, którego uczestnikami są studenci, zainteresowani *public relations* i komunikacją społeczną. W ramach konkursu studenci mają za zadanie przygotować odpowiedni projekt. Przykładowo, w 2012 r. ma on koncentrować się na stworzeniu strategii komunikacji. Najlepsi studenci mają możliwość odbycia stażu w Londynie i Brukseli, w biurach znanych agencji PR⁴⁵.

PKN ORLEN już od wielu lat realizuje również program stypendialny *Przybliżamy do celu* skierowany do uczniów szkół na terenie Płocka, a także mieszkańców Płocka uczących się na terenie innych miejscowości oraz stypendia przeznaczone dla uczniów powiatu płockiego⁴⁶. Bank BGŻ natomiast realizuje program *Klasa BGŻ*, który ma na celu wyrównywanie szans edukacyjnych uczniów, należących do najbiedniejszych środowisk małych miast i wsi, a uzyskujących najlepsze wyniki w nauce. W ramach programu, przez trzy lata finansowana jest dla najlepszych nauka w dobrych liceach ogólnokształcących. Od 2003 roku do dziś program pomógł aż 700 uczniom⁴⁷. Firma Bayer, w ramach globalnego projektu *Making Science Make Sense*, realizowanego w Polsce od 2010 r., ma na celu wspierać młodych naukowców (z dziedziny biologii, chemii i inżynierii materiałowej). Utworzona komisja spośród wielu kandydatów podmiotów naukowo-badawczych wybiera trzech najlepszych, którzy otrzymują stypendia w wysokości 10 tys. euro⁴⁸.

Od 1998 Firma ASTOR przeprowadza konkurs na najlepszą pracę dyplomową na temat swoich produktów, skierowany głównie do uczelni technicznych. Autorzy najlepszych prac są odpowiednio wynagradzani finansowo. Pro-

⁴² www.poczujchemię.pl

⁴³ Wspólnie organizowane ze szkołami i uczelniami.

⁴⁴ www.fundacjarobinson.org.pl

⁴⁵ www.institut.com.pl/praktykuj2012

⁴⁶ www.orlendarserca.pl/index.php?page=program_stypendialny

⁴⁷ www.fundacja.bgz.pl/klasa_bgz/

⁴⁸ www.bayer.com.pl/content/72/Making+Science+Make+Sense

jekt zachęca młodych ludzi do pisania innowacyjnych prac, co sprzyja rozwojowi wiedzy⁴⁹.

Wśród firm, które koncertują się na rozwoju przedsiębiorczości, należy wymienić British American Tobacco Polska. W ramach ich programu *Akademia Augustowska* utworzony został Lokalny Punkt Konsultacyjny w Augustowie 2008–2012. Jego celem jest wspieranie mikro, małych i średnich firm a także osób zainteresowanych otwarciem przedsiębiorstwa. W ramach funkcjonowania punktu udostępniana była wiedza m.in. z obszaru finansów, absorpcji innowacji, zarządzania oraz metod pozyskiwania źródeł finansowania działalności⁵⁰.

4. Wzmacnianie kapitału ludzkiego w regionie łódzkim w ramach koncepcji CSR – przykłady działań

Działania podejmowane przez firmy w ramach społecznej koncepcji biznesu, realizowane są na terenie całej Polski, w tym także na obszarze regionu łódzkiego⁵¹. W ramach badań własnych zrealizowano wywiady bezpośrednie w dwóch firmach: Indesit Company Polska oraz Dalkia Łódź S.A. Dotyczyły one przede wszystkim zrealizowanych na terenie województwa działań, istotnych z punktu widzenia wzmacniania kapitału ludzkiego w otoczeniu przedsiębiorstw. Zidentyfikowano również wybrane, dobre przykłady inicjatyw, podejmowanych wspólnie przez szkolnictwo wyższe i przedsiębiorstwa, w ramach tzw. Rad Biznesu. Ponadto pozyskano informacje od Łódzkiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej S.A., która intensywnie działa na rzecz budowy kapitału ludzkiego w regionie. Poddano również analizie wybrane działania realizowane przez Urząd Miasta Łodzi w partnerstwie prywatnym, w ramach popularnej wśród społeczności lokalnej inicjatywy Młodzi w Łodzi.

Firma Indesit Company Polska⁵² realizuje przy współpracy z fundacją Jaś i Małgosia projekt *Jonatan*. Ma on swoje korzenie w realizowanym od 14 lat programie utworzonym we Włoszech przez Indesit Company Spa. Celem podjęcia inicjatywy przez największego zagranicznego pracodawcę regionu łódzkiego, było mocniejsze zaangażowanie się w rozwiązywanie społecznych proble-

⁴⁹ edukacja.astor.com.pl

⁵⁰ www.pk.frp.pl

⁵¹ Np. IBM w 2009 r. zrealizował w województwie łódzkim projekt pt. *Kidsmart*. Projekt ma ponad 10 lat i objął ponad 30 krajów. W Polsce realizowany jest od 2002 r. Nowoczesny sprzęt komputerowy, dostosowany do potrzeb dzieci, przekazywany jest do najbardziej potrzebujących przedszkoli i szkół. Trafił do 45 podmiotów w regionie łódzkim. Aplikacje, z których korzystają zarówno dzieci z zaburzeniami rozwoju, jak i bez niepełnosprawności, dotyczą przyrody, kultury, historii i geografii. Pozwalają one na rozwój wiedzy oraz logicznego myślenia, percepcji i komunikacji. Źródło: www.si.lodzkie.pl/kidsmart.html.

⁵² Na podstawie udzielonych informacji przez Indesit Company Polska, luty 2012 r.

mów województwa. Projekt skierowany jest do pełnoletnich osób, które pochodzą z trudnych środowisk, tj. poprawczaków, domów dziecka, trudnej młodzieży z placówek szkolnych. Osoby zakwalifikowane do edycji przez 5–6 tygodni uczestniczą w zajęciach zawodowych i merytorycznych. Cykl praktyk trwa przez 8 godzin, pięć razy w tygodniu. Druga część zajęć obejmuje zajęcia motywacyjne i sportowe z odpowiednio doświadczonymi specjalistami. Pod koniec kursu osoby zainteresowane otrzymują propozycję podjęcia na stałe pracy w Indesicie. W przypadku odmowy uzyskują cenny na rynku pracy certyfikat ukończenia kursu zawodowego. Do tej pory zrealizowano 4 edycje projektu. Wzięło w nich udział 36 osób, z czego 26 ukończyło kurs, a aż 16 osób zostało zatrudnionych w firmie. W wyniku działań młodzi, zagubieni społecznie i zawodowo ludzie uzyskują odpowiednie kwalifikacje zawodowe oraz mogą prawidłowo funkcjonować w społeczeństwie. Nowym partnerem projektu została w 2011 r. Łódzka Specjalna Strefa Ekonomiczna. Obecnie inicjatywa, wraz z Ministrem Sprawiedliwości oraz łódzką strefą, jest rozpowszechniana wśród instytucji społecznych i przedsiębiorstw w całym kraju. Indesit ma na celu utworzyć *Koalicję dla Jonatana* angażując również włoskie firmy. W 2012 r. łódzka firma ma na celu zrealizować kolejne edycje projektu w Radomsku, gdzie zlokalizowane są jej dwa zakłady pracy.

Przedsiębiorstwo Dalkia Łódź S.A.⁵³ jest realizatorem wielu projektów, skierowanych na budowę kapitału ludzkiego w społeczeństwie łódzkim, a także w firmie. Pierwszym typem działań jest promocja kształcenia w zawodach energetycznych w Zespole Szkół Ponadgimnazjalnych nr 9 w Łodzi. W ramach objętego patronatu (wraz z Engorem i PGE), jednostce edukacyjnej udzielane jest wsparcie finansowe w zakresie: realizacji remontów i wyposażenia sal dydaktycznych; organizacji warsztatów zawodowych; udzielania stypendiów. Dodatkowo konsultowane są z firmą programy nauczania w szkole. W latach 2009–2012 realizowany w partnerstwie ze szkołą oraz firmą Engorem projekt pt. *Przyszłość zawodowa z energią*. W ramach zaplanowanych działań wydłużone zostaną, z 4h na 6h tygodniowo, zajęcia praktyczne oraz zorganizowane zajęcia z języków obcych i warsztaty psychospołeczne. Dodatkowo uczniowie będą mogli nabyć umiejętności w obsłudze programu autoCad, wózków i suwnic, urządzeń elektroenergetycznych i spawania. Również zakupione zostaną dodatkowe stanowiska edukacyjne i utworzona Biblioteka Energetyka. Organizowane będą również wycieczki edukacyjne do podmiotów zajmujących się energetyką oraz wizyty studyjne dla nauczycieli w firmach energetycznych. Dalkia współpracuje również z Integracyjną Szkołą Podstawową nr 67 w Łodzi, która otrzymała międzynarodowy certyfikat *Zielona Flaga*, za udział w programie Szkoły dla Ekorozwoju. Wyróżnienie otrzymują te podmioty, które z sukcesem wdroży-

⁵³ Informacje otrzymane od firmy Dalkia Łódź S.A., marzec 2012 r.

ły projekt o tematyce edukacji ekologicznej. Przedsiębiorstwo dba o studentów Politechniki Łódzkiej. Dla wybranych 50 osób organizuje co roku wakacyjne praktyki. W 2009 r. firma wyposażyła w sprzęt komputerowy pracownię informatyczną w Liceum Politechniki Łódzkiej. Bardzo istotnym prospołecznym działaniem jest oferowanie dla osób bezrobotnych, przy współpracy z urzędami pracy, staży w firmie. W latach 2008–2011 z możliwości podniesienia swoich kwalifikacji skorzystało łącznie 16 osób w województwie łódzkim. Przedsiębiorstwo jest partnerem inicjatywy *Młodzi w Łodzi*. Finansuje stypendia dla najlepszych studentów (2 i 4 stypendia kolejno w roku 2011/2012; 2012/2013), akademiki dla studentów (2 osoby w roku 2011/2012), organizuje szkolenia z zakresu aktywnych form poszukiwania pracy (10 osób w 2011 r.) oraz płatne praktyki wakacyjne (planowane 5 osób w 2012 r.). Ponadto firma realizuje już trzecią edycję *Akademii Talentów Dalkii*. Inicjatywa ma na celu pomoc młodym sportowcom, poprzez wsparcie stypendialne oraz organizację szkoleń z języka francuskiego, doradztwa zawodowego i marketingu sportowego. Dalkia Łódź prowadzi portal *biocity.pl*, na którym między innymi widnieją w firmie do pobrania materiały edukacyjne o tematyce ekologicznej. Mogą być one wykorzystane w szkołach w trakcie zajęć dydaktycznych. Stronę internetową należy zakwalifikować do stron o treściach edukujących społeczeństwo, w zakresie ochrony środowiska. Przedsiębiorstwo jest także partnerem *Teatru Czytanego*, który działa przy Teatrze Powszechnym. Skierowany jest do osób niewidzących lub słabo widzących. Wystawiane w teatrze sztuki pozwalają poszerzać wiedzę z zakresu kultury.

Jedną z form inwestycji w kapitał ludzki w Łódzkiem jest współpraca przedsiębiorstw i Wydziału Ekonomiczno-Socjologicznego oraz Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Łódzkiego w ramach *Rad Biznesu*⁵⁴. Główną misją tych podmiotów jest tworzenie powiązań, relacji, współpracy pomiędzy światem nauki i edukacji, a praktyką gospodarczą. W ramach realizowanych działań przedsiębiorstw, które wpisują się w koncepcję społecznej odpowiedzialności biznesu, należy wymienić organizację wykładów dla studentów Wydziału Ekonomiczno-Socjologicznego, których cykl nosi nazwę *Bliżej praktyki*⁵⁵. Na Wydziale Eko-

⁵⁴ www.eksoc.uni.lodz.pl, www.uni.lodz.pl, wz.uni.lodz.pl

⁵⁵ Wśród przeprowadzonych wykładów można wymienić: wykład dyrektora oddziału Comarch S.A. w Łodzi pt. *Praca w korporacji IT na przykładzie firmy Comarch* (2011 r.) omawiającej problematykę z zakresu pracy w międzynarodowych przedsiębiorstwach IT; wykład właściciela salonów jubilerskich A&A pt. *Jak zarobiłem pierwszy milion dolarów* mający na celu przybliżyć podstawy sukcesu w biznesie oraz wiedzę z zakresu budowy firmy od podstaw (2011); wykład Dyrektora ds. Rozwiązań Finansowo-Księgowych Infosys BPO Europie pt. *Planowanie kariery zawodowej w międzynarodowej korporacji* obejmujące treści z zakresu pracy w korporacji międzynarodowej oraz perspektyw rozwojowych i kariery (2011); Wykład Dyrektora Zarządzającego Cybercom Poland Sp. z o.o. pt. *Czy technologia IT zapewnia przewagę konkurencyjną* omawiający aspekty budowania przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa przy pomocy stosowania innowacji z obszaru technologii informatycznych (2011).

nomiczno-Socjologicznym Firma Philips Polska Sp. z o.o., jako partner Rady Biznesu zorganizowała, dni pt. *Philips Day*. Podczas spotkań przeprowadzone zostały wykłady oraz warsztaty, które w 2010 r. pogłębiły wiedzę studentów z dziedziny zakupów w korporacji i nowych trendów w zakupach. W 2011 r. pod podobną nazwą zostało zorganizowane wydarzenie pt. *Infosys Day*. Przeprowadzone wykłady i warsztaty dotyczyły różnych obszarów działalności przedsiębiorstwa Infosys BPO Poland. Również w 2011 r. zrealizowany został przez firmę McKinsey&Company dzień spotkań, pt. *McKinsey Day*. Wzbogacił on słuchaczy o niezbędną wiedzę, jaką należy dysponować w przypadku ubiegania się o pracę, tj. umiejętności przygotowywania Curriculum Vitae. Na wydziale przeprowadzone zostały także dni z mBankiem, w trakcie których studenci otrzymali przydatne informacje z zakresu technologii PayPass i trendów w bankowości internetowej. W marcu 2012 r. firma ACCA Poland zorganizowała konkurs skierowany do studentów uczelni wyższych, kierunku Finanse i rachunkowość. Laureaci, którzy wykazą się doskonałą wiedzą na temat przedsiębiorstwa, wezmą udział w warsztatach z dziedziny finansów i rachunkowości. Partnerzy Rady Biznesu⁵⁶, działającej na Wydziale Ekonomiczno-Socjologicznym, organizują staże w swoich firmach, dla najlepszych studentów wyłonionych na Gali Absolwenta. Umożliwienie zdobycia cennej praktyki w światowych firmach pozwala młodym absolwentom na dobry start w karierze zawodowej.

Na Wydziale Zarządzania zorganizowane zostały w 2011 r. dni z Infosys, pt. *Dziś student jutro manager*, w trakcie których studenci mogli skorzystać z konsultacji ze specjalistami na temat pisania życiorysu. Interesującą okazała się możliwość wzięcia udziału w próbnych rozmowach kwalifikacyjnych. Zrealizowane warsztaty pt. *Controlling w praktyce* i *Zastosowanie Business Balanced Score Card* pozwoliły na nabycie i pogłębienie tego obszaru wiedzy. Przy Radzie Biznesu, na Wydziale Zarządzania realizowane są seminaria o różnej tematyce, np. *Polski rynek PR – etyka i etykieta w zawodzie PR-owca* (2011), *Rola gwiazd w strategiach komunikacji marketingowej firm* (2010), *Polski rynek PR – etyka i etykieta w zawodzie PR-owca* (2011) oraz szkolenie *Media relations*, przeprowadzone przez prezesa firmy Telma Group Communications. W tę formę działań prospołecznych zaangażowała się również firma PKF oraz spółka MakoLab, które w 2011 były organizatorami spotkania, pt. *Seminarium New Connect – bilans zysków i strat*.

Różnorodne inicjatywy przedsiębiorstw, wpisujące się w koncepcję CSR, skierowane są do studentów kierunków technicznych, w tym Politechniki Łódzkiej⁵⁷. Przykładowo realizowane są konkursy o zasięgu krajowym, na najlepszą pracę doktorską, dyplomową magisterską, licencjacką lub inżynierską, których

⁵⁶ Firma Dom Jubilerski A&A, mBank, MBL Poland Sp. z o.o., Klub Sportowy Widzew Łódź, Infosys BPO Poland, Toya, Gazeta.pl, Kastor S.A., Comarch S.A.

⁵⁷ www.p.lodz.pl

celem jest promowanie i wspieranie utalentowanych absolwentów. Organizatorami są m.in.: firma Ciech SA, Centrum Badawcze ABB w Krakowie, ENEA S.A, czy Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych (2012), które dla zwycięzcy konkursu proponuje również odbycie stażu w firmie. Firma Eurobusiness-Haller organizuje konkurs pt. *Młody wynalazca 2012*, którego celem jest promocja kreatywności wśród młodzieży i wyróżnienie oraz promocja wynalazku młodych osób. Magazyn Elle z MNiSW organizuje od 2009 r. konkurs pt. *Dziewczyny Przyszłości. Śladami Marii Skłodowskiej-Curie*. Inicjatywa skierowana jest do studentek kierunków ścisłych, przyrodniczych, technicznych i medycznych realizujących samodzielnie badania naukowe. Laureaci otrzymują stypendia naukowe oraz możliwość uczestnictwa w zagranicznych konferencjach⁵⁸. Ponadto firma BSH Sprzęt Gospodarstwa Domowego Sp. z o.o., współpracuje z Politechniką Łódzką, oferując praktyki zawodowe dla studentów m.in. w celu zatrzymania najlepszych praktykantów w Łodzi⁵⁹.

W województwie łódzkim prężnie działa Łódzka Specjalna Strefa Ekonomiczna, która podejmuje różnorodne działania skierowane na budowę kapitału ludzkiego w regionie. W 2011 r. ŁSSE⁶⁰ była parterem dwóch inicjatyw w ramach *Młodzi w Łodzi*, tj. staże wakacyjne 2011 *Praktykuj w Łodzi* oraz konkurs *FreeDom dla studenta*, którego laureaci wygrali opłacone mieszkania bądź pokoje, w których mogli zamieszkać studiując w Łodzi. ŁSSE jest również partnerem studiów *PR Professional* realizowanych przez Społeczną Wyższą Szkołę Przedsiębiorczości i Zarządzania oraz agencją *public relations* 3PR Consulting. Podpisała także list intencyjny, dotyczący współpracy z Politechniką Łódzką polegającej na utworzeniu przez strefę funduszu stypendialnego na rzecz uczelni, który ma wesprzeć finansowo uzdolnionych studentów. ŁSSE podpisała w marcu 2012 r. list intencyjny z marszałkiem województwa, o współpracy inwestorów ze strefy z placówkami edukacyjnymi samorządu województwa. Ma ona zaowocować dostosowaniem oferty edukacyjnej do wymogów rynku pracy i sprzyjać wymianie informacji na temat potrzeb łódzkich pracodawców, w zakresie kwalifikacji potencjalnych pracowników. Oferta kształcenia, dopasowana do rynku pracy, pozwoli na zaspokojenie potrzeb istniejących i nowych przedsiębiorstw oraz będzie sprzyjać pozostaniu młodych ludzi w regionie łódzkim. Przez partnerów ŁSSE realizowane są szkolenia i seminaria. Tematyka spotkań jest różnorodna. Dla przykładu, w pierwszym kwartale 2012 r. firma Deloitte zrealizowała spotkanie pt. *Korekty cen na koniec roku*, PwC Polska – pt. *Dla czego warto rozmawiać o cle?* W 2011 r. British Center jako partner ŁSSE zaoferował pracownikom strefy i ich rodzinom rabat na wszystkie kursy językowe

⁵⁸ http://elle.burdamedia.pl/konkurs_stypendium.php

⁵⁹ Na podstawie informacji otrzymanych od firmy Bosh, luty 2012 r.

⁶⁰ Na podstawie otrzymanych informacji od Łódzkiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej oraz www.sse.lodz.pl

realizowane przez firmę. Atrakcyjne ceny umożliwiły edukację języków obcym, których znajomość jest konieczna dla pracodawców.

Istotnym z punktu widzenia wzmocnienia kapitału ludzkiego w województwie łódzkim jest program *Młodzi w Łodzi*⁶¹, realizowany przez Biuro Rozwoju Przedsiębiorczości i Miejsc Pracy Urzędu Miasta Łodzi, które współpracuje z uczelniami wyższymi oraz łódzkimi przedsiębiorstwami. Głównym celem programu jest wspólna praca, która ma zachęcić młode osoby, absolwentów szkół wyższych do pozostania w Łodzi i podjęcie zatrudnienia na lokalnym rynku pracy. Studenci Uniwersytetu Łódzkiego i Politechniki Łódzkiej mogą pretendować o stypendium od łódzkich firm, o zwrot kosztów za opłatę miejsca w domu studenckim, po spełnieniu określonych kryteriów np. średnia ocen z dwóch ostatnich semestrów powyżej 4.0. W ramach inicjatywy realizowane są różnorodne działania. Zalicza się do nich prowadzenie *portalu staży i praktyk*, który pozwala absolwentom na znalezienie miejsca odbycia stażu oraz pracodawcom na przyjęcie najlepszych studentów do pracy. Portal jest ważnym miejscem wymiany informacji pomiędzy studentami a potencjalnymi pracodawcami. W ramach programu realizowane są również płatne staże wakacyjne w Łodzi, organizowane przez partnerów programu. Kolejnym instrumentem jest realizacja bezpłatnych szkoleń pt. *Twoja kariera w twoich rękach*. Cykl warsztatów i wykładów poszerzający wiedzę i umiejętności ich uczestników i budujący kapitał ludzki na rynku pracy. Łącznie odbyło się 80 szkoleń, w których wzięło udział ok. 1700 studentów łódzkich szkół wyższych. Łódzcy pracodawcy finansują lektoriaty z języka angielskiego dla studentów i absolwentów. W latach 2011/2012 takie działania podjęły firmy ERICPOL, COCA-COLA HBC POLSKA a także JTI.

Podsumowanie

W ostatnich latach koncepcja CSR nabiera w Polsce coraz większego znaczenia, jednakże wciąż intensywność inicjatyw, podejmowanych przez firmy na rzecz społeczeństwa jest niewielka. Wśród nich wymienia się te, które skierowane są na edukację społeczeństwa i nabywanie kompetencji, niezbędnych na rynku pracy. Wiele inicjatyw skierowanych do społeczeństwa polega na popularyzacji takich przedmiotów, jak fizyka i chemia, a tym samym łamaniu stereotypów związanych z naukami ścisłymi, które uznawane są jako nieciekawe i trudne. Wyposażanie uczniów w podstawową wiedzę z tych obszarów, np. poprzez warsztaty, czy przyjazne edukacyjne strony internetowe, ma na celu zachęcić do studiowania w przyszłości kierunków technicznych, na których to głównie kreu-

⁶¹ Portal internetowy Urzędu Miasta Łodzi: mlodziwlodzi.pl

je się ważne dla rozwoju innowacje. Wysoko wykwalifikowana kadra techniczna jest cennym zasobem w gospodarce opartej na wiedzy. Szczególnie ważne w budowie kapitału ludzkiego okazuje się tworzenie przez firmy przyjaznego otoczenia, sprzyjającego pozyskiwaniu wiedzy oraz możliwość korzystania z nowoczesnego sprzętu informatycznego. Wszelkie remonty pracowni dydaktycznych, wyposażanie w sprzęt komputerowy i dostęp do Internetu różnorodnych placówek pozwala na nabywanie umiejętności przez osoby zainteresowane. Odpowiednie warunki pozwalają na lepszy dostęp do wiedzy oraz nabywanie zdolności w zakresie obsługi komputera, które obecnie na rynku pracy są uznawane jako podstawowe. Bezpośrednimi działaniami, które wyposażają dzieci, młodzież, studentów i nauczycieli w bogatą wiedzę, są szkolenia, warsztaty, zajęcia i wykłady dydaktyczne organizowane przez przedsiębiorstwa. W zależności od tematyki spotkań, osoby uczestniczące w inicjatywach nabierają cennych umiejętności, które są impulsem do dalszej nauki, motorem do rozwoju, a także decydują o atrakcyjności na rynku pracy. Otwierane coraz częściej przez podmioty komercyjne, edukacyjne portale internetowe, wyzwala u osób korzystających ze stron swoiste zainteresowanie nauką. Dają możliwość bezpłatnej edukacji, co może wpłynąć na życiowe decyzje, co do kierunku nabierania w przyszłości kwalifikacji. Niektóre przedsiębiorstwa udostępniają placówkom innowacyjne narzędzia edukacyjne, dzięki którym, np. nauka języka angielskiego staje się prostsza. Nowoczesne instrumenty pozwalają na lepszy dostęp do wiedzy, ułatwiają proces nauczania tworząc go atrakcyjniejszym i bardziej przyjaznym. Realizacja konkursów, w których nagrodą jest odbycie stażu w krajowych bądź zagranicznych placówkach, daje najlepszym studentom możliwość nabycia specyficznej wiedzy, doświadczenia i kompetencji w danej branży. Proponowane przez firmy praktyki i staże dla studentów pozwalają młodym ludziom na dobry start w karierze. Zdarza się, że znajdują one stałe zatrudnienie w firmie, dla której pracowały. Jest to jedna z ważniejszych form umożliwiająca bezpośrednio nabywanie doświadczenia i kreująca cenny na arenie międzynarodowej kapitał ludzki. Wiele osób, ze względu na brak odpowiednich środków finansowych, nie może pozwolić sobie na podnoszenie kwalifikacji. Udzielane przez podmioty gospodarcze stypendia, pozwalają na edukację i możliwość podjęcia w przyszłości pracy. Istnieje również możliwość kształcenia się bezpłatnie przez uczniów pochodzących z biednych rodzin, co pozwala im na rozwój zawodowy. Wiele rodzin nie stać na edukację swoich dzieci. Firmy, które umożliwiają bezpłatną naukę, przyczyniają się do wyrównywania szans na rynku pracy, a także eliminowania lokalnych problemów społecznych⁶². Wsparcie rozwoju przedsiębiorczości przez podmioty komercyjne pozwala na krzewienie postaw ukierunkowanych na otwarcie biznesu. Wszelkie jednostki, które szerzą wiedzę

⁶² www.bgz.pl/o_banku/dzialalnosc_charytatywna/klasa_bgz.html

na ten temat przyczyniają się do wzrostu wiedzy zainteresowanych. Nowe firmy napędzają rozwój gospodarki, dają zatrudnienie, rozwijają kapitał ludzki, kreują nowe rozwiązania, a w przyszłości ich działalność może objąć rynek zagraniczny.

Podjęwane przez firmy działania skierowane są często do najbliższego otoczenia, w którym funkcjonują. Działające na terenie województwa łódzkiego firmy realizują zadania skierowane do społeczeństwa tego regionu. Wiele łódzkich firm⁶³ podejmuje współpracę z uczelniami wyższymi, która przede wszystkim polega na realizacji szkoleń, warsztatów, seminariów o bogatej praktycznej tematyce. Zajęcia przeprowadzane są przez praktyków, posiadających specyficzną i cenną wiedzę o przedsiębiorstwie. Ta bezpośrednia forma przekazywania wiedzy jest bardzo popularna i uznaje się, że jest istotna w budowie kapitału ludzkiego. Specyficznym działaniem na terenie województwa łódzkiego okazuje się inicjatywa realizowana przez firmę Indesit, która koncentruje się na wzmacnianiu kapitału ludzkiego wśród młodych ludzi z trudnych środowisk. Przedsiębiorstwo pozwala na pozyskanie wiedzy i doświadczenia, rozwój i edukację, które często okazują się w tych grupach społecznych za trudne do osiągnięcia. Korzystnym i swoistym dla regionu okazuje się działanie Dalki Łódź, skierowane na organizację praktyk i staży, ale wśród osób bezrobotnych. Pozwala to na zmniejszenie stopy bezrobocia w województwie łódzkim. Popularną w województwie łódzkim inicjatywą jest *Młodzi w Łodzi*, która zrzesza wielu cennych pracodawców. Podjęwane wspólnie działania wpływają na kreację omawianego zasobu niematerialnego w regionie. Również działająca Łódzka Specjalna Strefa Ekonomiczna, w której działają duże firmy, realizuje wiele inicjatyw społecznych w tym obszarze. Na terenie regionu podejmowana jest również współpraca przedsiębiorstw ze szkołami, uczelniami wyższymi i urzędami pracy, której efektem jest wzrost kwalifikacji społeczności lokalnej.

Wnioskuje się, że w województwie łódzkim widoczna jest intensywna działalność przedsiębiorstw wpisująca się w koncepcję CSR, która przyczynia się do wzmacniania kapitału ludzkiego. Realizowane działania są różnorodne i skierowane do różnych odbiorców – osób i podmiotów. Sprzyja to poprawie kompetencji mieszkańców i wzrostowi wiedzy w regionie. Systematyczne działania firm i coraz większa chęć angażowania się przedsiębiorstw w życie społeczne, w efekcie może przyczynić się do wysokiej jakości kapitału ludzkiego w województwie łódzkim. Z punktu widzenia budowy analizowanego zasobu, działania przedsiębiorstw uznaje się za niezbędne i stanowiące w pewien sposób uzupełnienie zadań realizowanych przez sektor publiczny. Różnorodne inicjatywy wy-

⁶³ Najczęściej raporty CSR powstają na najwyższym szczeblu w organizacji także w przypadku firm międzynarodowych, co uniemożliwia bezpośrednią identyfikację działań według województw ze względu na ich często ogólną treść. Z przeprowadzonych wywiadów telefonicznych, z wybranymi dużymi firmami regionu łódzkiego w lutym 2012 r. wynika, że zdarza się, iż raporty CSR są dopiero w trakcie tworzenia.

pełniają istniejące w sferze społeczno-gospodarczej luki, co sprzyja aktywizacji społeczeństwa, budowie kapitału ludzkiego i przyczynia się do rozwoju regionu. Podmioty komercyjne posiadają kapitał finansowy oraz zdolności organizacyjne, co jest niezbędne w przypadku realizowanych zadań. Firmy jako podmioty, które istotnie wpływają na rozwój społeczno-gospodarczy powinny systematycznie angażować się w rozwiązywanie problemów społeczności lokalnych, działając w myśl koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu. Mogą podejmować inicjatywy indywidualnie, bądź współpracować z organizacjami pozarządowymi, czy władzami samorządowymi, które najlepiej znają lokalną społeczność i jej problemy. Wnioskuje się, że działania firm, w obszarze kapitału ludzkiego, nie ograniczają się coraz częściej wyłącznie do organizacji praktyk, staży i udzielania stypendiów. Przedsiębiorstwa coraz częściej angażują się w inicjatywy, które mają na celu rozwiązywać problemy u źródła. Z punktu widzenia wzmacniania kapitału ludzkiego bardzo ważne jest podejmowanie działań prewencyjnych w zakresie marginalizacji i wykluczenia społeczeństwa w sferze edukacji.

Należy pamiętać, że wzmacnianie kapitału ludzkiego przez przedsiębiorstwa odbywa się nie przede wszystkim wewnątrz firmy. Często korporacje transnarodowe, silnie koncentrują swoje działania na edukacji własnych pracowników. To właśnie ich specyficzna wiedza i kompetencje tworzą trwałą przewagę konkurencyjną na rynku, która decyduje o sukcesie we współzawodnictwie.

Bibliografia

- Adamczyk J., *Spoleczna odpowiedzialność przedsiębiorstw*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2009.
- Gołaszewska-Kaczan U., *Zaangażowanie społeczne przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok 2009.
- Green Paper, *Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility*, Brussels 2001.
- Griffin R. W., *Podstawy zarządzania organizacjami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004.
- Hąbek P., Szewczyk P., *Spoleczna odpowiedzialność a zarządzanie jakością* [za:] Carroll A. B., *Business and Ociepy: Ethics and Stakeholder Management*, College Division South-Western Publishing Co, Cincinnati, Ohio 1993.
- Jastrzębska E., *Etyka biznesu a społeczna odpowiedzialność biznesu*, Kwartalnik Kolegium Ekonomiczno-Społecznego, Studia i Prace, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2010.
- Kociszewski M., Szwacka-Mokrzycka J., *Spoleczna odpowiedzialność biznesu*, Przemysł Spożywczy, styczeń 2011.
- Komunikat Komisji Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów. Odnowiona strategia UE na lata 2011–

2014 dotycząca społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, Komisja Europejska, Bruksela 2011.

Menedżerowie/Menedżerki 500. Lider/Liderka CSR, CSR w Polsce, Wydawnictwo GoodBrand&Company.

Nakonieczna J., *Společna odpowiedzialność przedsiębiorstw międzynarodowych*, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2008.

Odpowiedzialny biznes, Orlen dla Płocka, www.ornlen.pl/PL/OdpowiedzialnyBiznes/OtoczenieSpoleczne/Strony/OrlenDlaPlocka.aspx

Paliwoda-Matiolańska A., *Odpowiedzialność społeczna w procesie zarządzania przedsiębiorstwem*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2009.

Pańskow W., Rok B., Strumińska-Kutra M., Woźniczko J., *Oblicza społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw*, Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR, Warszawa 2010.

Praktyki społecznej odpowiedzialności w urzędach wojewódzkich, Raport 31.05.2011 r.

Raport, Społeczna Odpowiedzialność Biznesu w Polsce, Warszawa 2007, 2008, 2009, 2010.

Raportowanie CSR w Polsce 2010, CSRinfo, www.csrinfo.com.pl

Respect IndeX, *Spółki giełdowe odpowiedzialne społecznie*, Raport Deloitte, 2009 r.

Wiktorowska-Święcka A., *Corporate citizenship jako koncepcja włączenia działań społecznie odpowiedzialnych do strategii przedsiębiorstwa* [w:] *Společna odpowiedzialność biznesu. Perspektywy i kierunki rozwoju*, R. Karaszewski, M. Karwacka, A. Paluszek (red.), Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2011.

Zawsze, gdy nas potrzebujesz. Raport odpowiedzialnego biznesu ORLEN 2008.