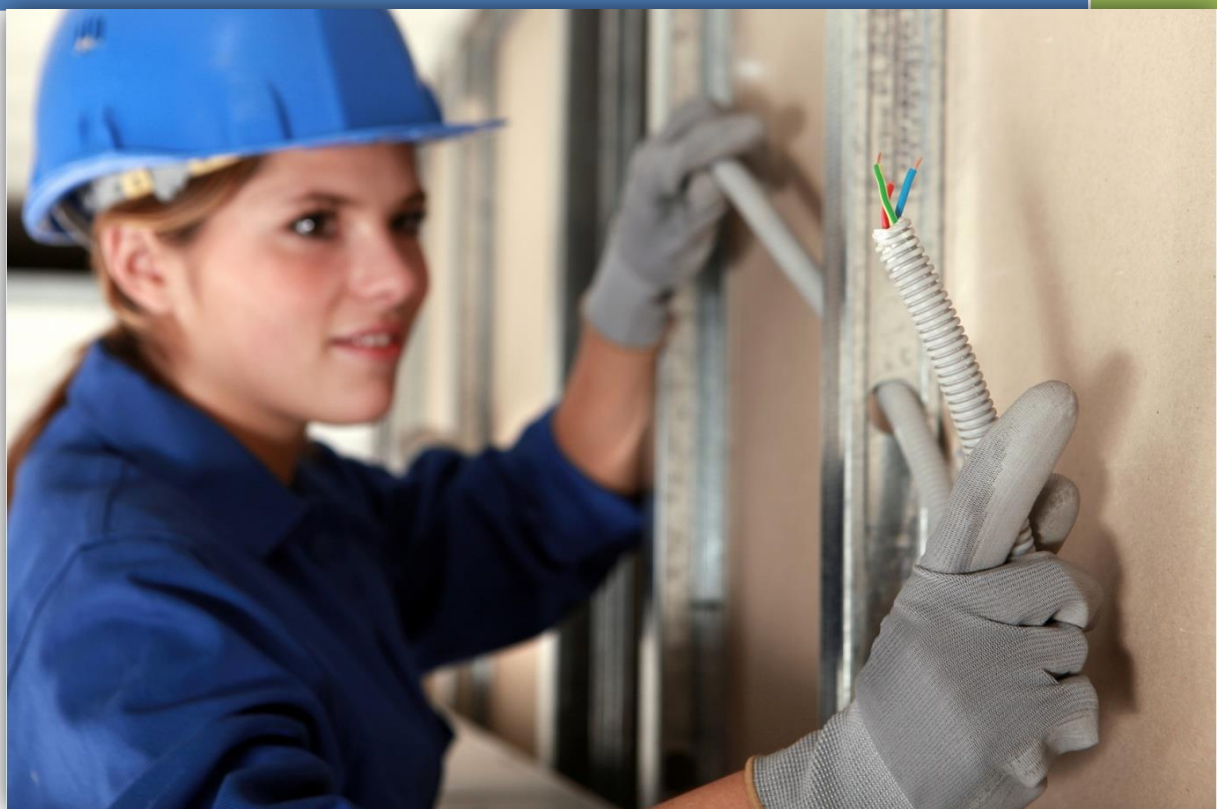




PODRĘCZNIK NAUKI UZUPEŁNIAJĄCEJ DLA EKSPERTÓW OD SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU (CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY) (CSR) DLA MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW



Parlament Hanzeatycki e.V.

(stowarzyszenie zarejestrowane)

Projekt „CSR for SMEs” jest współfinansowany przez UE z programu uczenia się przez całe życie

Niniejszy podręcznik sporządziła:

Elina Priedulena, Parlament Hanzeatycki
Blankeneser Landstraße 7
22587 Hamburg, Germany
Tel: + 49 40 822 447 0
Fax: + 49 40 822 447 22
www.hanse-parlament.eu

we współpracy z:

Prof. Dr. Uwe Schaumann, Berufsakademie Hamburg (Hamburska Akademia Zawodowa)
Prof. Dr. Björn Hekman, Berufsakademie Hamburg (Hamburska Akademia Zawodowa)
Prof. Dr. Joachim von Kiedrowski, Berufsakademie Hamburg (Hamburska Akademia Zawodowa)
Dr. Radosław Pastusiak, Uniwersytet Łódzki
Dr. Izabela Kołodziejczyk-Olczak, Uniwersytet Łódzki
Agnieszka Miśkiewicz, Izba Rzemieślnicza w Łodzi

Dr. Jürgen Hogeforster, Parlament Hanzeatycki

Partnerzy projektu „CSR for SMEs“:

Parlament Hanzeatycki (Partner Wiodący)
Berufsakademie Hamburg (Hamburska Akademia Zawodowa)
Izba Rzemieślnicza w Łodzi
Uniwersytet w Lund
Izba Rzemieślnicza i Przedsiębiorczości w Białymstoku
Norwegian Federation of Craft Enterprises
Hungarian Association of Craftsmen Corporations

Kurs CSR został przeprowadzony w praktyce:

w Niemczech przez Berufsakademie Hamburg (Hamburską Akademię Zawodową)
w Polsce przez Izbę Rzemieślniczą w Łodzi



LUND UNIVERSITY



Konsultacje i transfer rezultatów miały miejsce u wszystkich 50 członków Parlamentu Hanzeatyckiego z 11 krajów nadbałtyckich i 15 członków Baltic Sea Academy z 9 krajów nadbałtyckich:

w listopadzie 2011 r. w Warszawie
w listopadzie 2012 r. w Brukseli
w czerwcu 2013 r. w Hamburgu

Spis treści

1. Wprowadzenie.....	3
1.1. Co oznacza CSR?	3
1.2. Dlaczego CSR jest ważny dla małych i średnich przedsiębiorstw (MiŚP)?	4
1.3. Dlaczego Projekt „CSR dla MiŚP“?	5
1.4. CSR w UE.....	6
2. Kurs CSR w ramach projektu	7
2.1. Struktura i treści	7
2.2. Opisy modułów	12
2.2.1. Moduły – I część kursu.....	12
2.2.2. Moduły – część II kursu	17
2.2.3. Moduły – część III kursu	21
2.3. Slajdy seminaryjne.....	22
2.4. Podręcznik dla uczestników	23
2.5. Najlepsze przykłady z praktyki	23
3. Ewaluacja.....	26
3.1. Przedmiot ewaluacji	26
3.2. Koncepcja ewaluacji i metody	26
4. Rezultaty ewaluacji w Polsce i w Niemczech	29
4.1. Analiza kwestionariuszy	29
4.1.1. Skład uczestników	29
4.1.2. Analiza pytań „Ocena tematu CSR” (część I).....	30
4.1.3. Analiza pytań do własnej pracy badawczej (część II).....	30
4.1.4. Analiza pytań „Ocena seminarium” (część III).....	31
4.1.5. Odpowiedzi na pytania „Podobało / nie podobało mi się...”	32
4.2. Wywiady częściowo ustrukturyzowane w Niemczech i w Polsce.....	32
4.2.1. Pytania do części I.....	33
4.2.2. Pytania do części II.....	34
4.2.3. Pytania do części III i do całego kursu	35
4.3. Analiza wywiadów.....	36
4.4. Certyfikat i egzaminy.....	41
5. Egzamin końcowy i uznawanie na arenie międzynarodowej.....	42
5.1. Zalecenia	42
5.2. Przepisy ustawowe dla egzaminów z zakresu kształcenia zawodowego.....	44
5.3. Certyfikat.....	47
6. Inne wskazówki	49
7. Załączniki	50
7.1. Załącznik 1: slajdy z prezentacji - zajęcia prezentacyjne część I.....	50
7.2. Załącznik 2: podręcznik dla uczestników.....	50
7.3. Załącznik 3: kwestionariusze – część I, część II, część III.....	50

1. Wprowadzenie

1.1. Co oznacza CSR?

CSR – Corporate Social Responsibility jest rozumiane i stosowane jako „odpowiedzialne kierowanie przedsiębiorstwem”. Zgodnie z definicją Komisji Europejskiej CSR jest „konceptą dobrowolnego, wykraczającego poza minimalne wymogi prawne, uwzględniania przez przedsiębiorstwa problematyki społecznej i środowiskowej w swojej działalności komercyjnej i stosunkach z zainteresowanymi stronami (interesariuszami)”¹. Inaczej mówiąc CSR jest ekonomiczną, społeczną i ekologiczną odpowiedzialnością we wszystkich obszarach działalności przedsiębiorstwa - niezależnie czy jest to bezpośrednie otoczenie społeczne, pracownicy, klienci lub kontakty handlowe. Zgodnie z tym CSR jest kompleksową koncepcją przedsiębiorstwa integrującą wszystkie wymiary dotyczące długotrwałości, które z jednej strony są strategicznie zaplanowane i stosowane, a z drugiej strony mają implikować pewną długotrwałość, jak też i regularność.

Odpowiedzialne kierowanie przedsiębiorstwem jest skonkretyzowane w czterech głównych obszarach działania²:

<i>Rynek</i>	<i>Środowisko nat.</i>	<i>Miejsce pracy</i>	<i>Sfera społeczna</i>
- jakość produktu - informacje o produktach - ochrona konsumentów - dostawcy i zakup - sprawiedliwe relacje z partnerami handlowymi -	- ochrona klimatu - zużywanie zasobów - oszczędzanie energii i energie odnawialne - wpływ środowiska na daną lokalizację - świadomość pracowników dot. środowiska naturalnego - ...	- połączenie życia rodzinnego i zawodowego - dalsze kształcenie & zdobywanie kwalifikacji - równość szans & różnorodność - bezpieczeństwo pracy - udział pracowników - ...	- wsparcie finansowe ze strony przedsiębiorstw - sponsoring - udzielanie zleceń organizacjom społecznym - fundacje - społeczne zaangażowanie i kierowanie pracownikami - ...
ekonomia	ekologia	kwestie społeczne	

Niniejsze obszary działań odzwierciedlają zasady CSR: obowiązek składania sprawozdań, transparentę, postępowanie w zgodzie z etyką, respektowanie interesów grup roszczeniowych, respektowanie państwowości prawnej, respektowanie międzynarodowych

¹ Komisja Europejska 2011, strona 4: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:DE:PDF>

² Felix Dresewski (2007): Responsible Corporate Management. Corporate Social Responsibility (CSR) in medium sized companies. UPJ: Berlin, w: Corporate Social Responsibility (CSR) in small and medium sized business: http://csr.schnittsteller.de/uploads/media/UPJ_Multiplikatorenpapier_CSR_ENG.pdf

standardów zachowania, respektowanie praw człowieka jako bazę i założenie do rozliczenia się z odpowiedzialnością społeczną³.

1.2. Dlaczego CSR jest ważny dla małych i średnich przedsiębiorstw (MiŚP)?

CSR jest ważną częścią składową przedsiębiorstwa zorientowanego na przyszłość i pod tym pojęciem rozumie się przyszłościowy model mądrych, innowacyjnych i odnoszących sukcesy MiŚP. „Znaczenie tematu CSR będzie wykazywało w przyszłości tendencję rosnącą, ponieważ dla klientów i konsumentów coraz ważniejsze będzie, aby wiedzieć: skąd pochodzi produkt, z jakim obciążeniem środowiska naturalnego połączone jest wytwarzanie produktu, w jakich warunkach pracy powstał ten produkt? Świadomość i wrażliwość pod kątem żywotności, środowiska naturalnego i sprawiedliwych warunków pracy, w których przedsiębiorstwo prowadzi działalność gospodarczą istnieją już w mniejszym lub większym stopniu w wielu krajach regionu nadbałtyckiego i będą coraz silniejsze” - podkreśla wykładowca CSR z Hamburga.

Duże przedsiębiorstwa implementują CSR już od dłuższego czasu i czerpią z tego bardzo duże korzyści. Dla MiŚP niektóre aspekty koncepcji CSR nie są obce, a poszczególne z nich już od jakiegoś czasu prowadzą działalność w oparciu o zasady CSR, jednak wciąż nie można mówić o implementacji CSR w MiŚP na szeroką skalę. A mniejsze firmy, takie jak rzemiosło, mają w stosunku do dużych przedsiębiorstw decydującą przewagę: MiŚP mogą w najbardziej elastyczny sposób reagować na zmiany warunków rynkowych i na żądania swoich klientów i pracowników.

CSR zakłada współpracę zainteresowanych stron z wewnątrz i z zewnątrz i umożliwia przedsiębiorstwom lepsze nastawianie się na oczekiwania społeczeństwa i na podlegające szybkim zmianom warunki prowadzenia działalności, jak i wykorzystanie tego. Tym samym można skorzystać z CSR przy zdobywaniu nowych rynków. Otwierają się też nowe możliwości wzrostu⁴.

MiŚP mogą czerpać duże zyski z CSR. Przykładem kilku z nich są:

- oszczędność kosztów poprzez skuteczne korzystanie z zasobów i skuteczność energetyczną,
- poprawa zarządzania, wzmocnienie zasobów ludzkich i zdolności produkcyjnych w zakresie innowacji,
- wzrost motywacji i zadowolenia wśród pracowników,
- poprawa reputacji przedsiębiorstwa i *brandingu*,

³ Zasady odpowiedzialności społecznej zgodnie z ISO 26000; ISO 26000 wielojęzyczna księga użytkownika dla MiŚP: <http://www.normapme.eu/de/page/537/iso-26000-normapme-benutzerhandbuch-fur-europaische-kmu-erhaltlich>

⁴ Por. KOM/2011/0681.

- wzrost powodzenia u klientów, którzy przykładają dużą wartość do produktów i usług powstających w sprawiedliwy i trwały sposób,
- poprawa relacji z klientami i zdobycie nowych rynków,
- nowe możliwości biznesowe w obrębie etycznego i „zielonego” obszaru produktowego,
- wzrost konkurencyjności przedsiębiorstw.

Również w czasie trwania przeprowadzonego w ramach projektu kursu CSR firmy szybko doszły do wniosku, że CSR w ujęciu długoterminowym i przy strategicznym zastosowaniu może przynieść wymierne korzyści ekonomiczne dla przedsiębiorstwa, że jest stosowany nie tylko z altruizmu, lecz również przy założeniu określonych celów ekonomicznych, takich jak wzrost obrotów i zysku. Jednakże CSR jest uzasadniony i dopuszczalny, o ile za zakomunikowanym zaangażowaniem stoi rzeczywista długotrwałość.

1.3. Dlaczego Projekt „CSR dla MiŚP“?

W MiŚP istnieje bardzo duże zapotrzebowanie na rozliczenie się z szeroko rozumianą odpowiedzialnością społeczną, jak również na stosowne wykształcenie właścicieli i kadry kierowniczej. Pojedyncze elementy odpowiedzialności społecznej są już poruszane na różnych przedsięwzięciach dokształcających, ale w szerokim zakresie praktykuje się je w dużych przedsiębiorstwach. Brak jest jednakże obszernego programu nauki uzupełniającej i konsultacji właściwych dla małych i średnich przedsiębiorstw (MiŚP).

Dlatego też cele projektu obejmują opracowanie obszernej koncepcji nauki uzupełniającej i programu konsultacyjnego o CSR, właściwych dla MiŚP, które:

1) obejmują **modułową koncepcję kursów** z programami nauczania, która przekaże uczestnikom konieczne kluczowe kompetencje.

Partnerzy z Norwegii i ze Szwecji podzielą się na tym etapie swoimi bogatymi doświadczeniami z zakończonego powodzeniem wykorzystania CSR w MiŚP. Szkoły wyższe i uniwersytety zaoferują swoje możliwości dokształcenia i opracują koncepcje pedagogiczne. Izby przemysłowo-handlowe/rzemieślnicze i ich ośrodki nauki uzupełniającej jako centralne instytucje wsparcia MiŚP są ważnymi partnerami projektu pod kątem wypróbowania w praktyce, implementacji i trwałego wykorzystania opracowanych programów. Równocześnie wnoszą w prace projektowe uwarunkowania krajowe i regionalne, jak również potrzeby właściwe dla MiŚP.

Opracowana koncepcja kursu została przetestowana w praktyce przez dwóch partnerów z Niemiec (Berufsakademie Hamburg - Hamburgska Akademia Zawodowa) i z Polski (Izba Rzemieślnicza w Łodzi), a po odpowiedniej modyfikacji koncepcje zostały zaimplementowane przez 50 izb przemysłowo-handlowych/rzemieślniczych, które na całym

terenie nadbałtyckim reprezentują ponad 450.000 MiŚP, jak i przez 15 szkół wyższych z 9 państw nadbałtyckich. Wyszkolono trenerów-szkoleniowców i przy dużym oddziaływaniu osiągnięto trwałą realizację dla MiŚP.

2) implikują **podręcznik dla przyszłych zastosowań kursu CSR**, jak również

3) **regulamin nauki uzupełniającej**. Dla Niemiec opracowano **oficjalny regulamin nauki uzupełniającej**, zawierający oceny kompetencji na bazie ECVET, tak aby stworzyć przejrzystość i zapewnić międzynarodowe uznawanie i transfer kompetencji. W Niemczech kurs kończy się **oficjalnym egzaminem w izbie przemysłowo-handlowej/rzemieślniczej**.

Kolejne cele projektu dotyczą:

4) **szkoleń** (Train-the-Trainer) dla pracowników, wykładowców i konsultantów partnerów projektowych, jak również innych partnerów transferu.

W ten sposób wspiera się z dobrymi wynikami społeczną odpowiedzialność MiŚP obszaru nadbałtyckiego, wzmacnia równocześnie siłę innowacyjności i konkurencyjność, jak również poprawia szanse dla przedsiębiorców i pracowników na rynkach wykształcenia i na rynkach pracy.

W celu skutecznego transferu i implementacji opracowanego kursu i w celu zapewnienia trwałych rezultatów przeprowadzone zostały

1) **faza testowa** kursu i

2) obszerne **ewaluacje** całego kursu.

1.4. CSR w UE

Komisja Europejska odgrywa rolę pioniera we wspieraniu CSR w MiŚP i ko-finansuje w ujęciu ogółouropejskim liczne projekty w ramach Programu Leonardo da Vinci lub w ramach programu ESF „Odpowiedzialność społeczna w klasie średniej” (plan działania CSR). W samym tylko okresie 2006-2008 UE współfinansowała łącznie 14 projektów, np. „CSR a konkurencyjność MiŚP – europejskie MiŚP’ dobre przykłady”, „CSR i innowacje w MŚP, Integracja CSR w edukacji” lub projekty odnoszące się do krajowych klastrów, jak „CSR w Estonii, na Łotwie i na Litwie: pomiar, rozpowszechnianie, świadomość”.

Oprócz finansowania projektów Komisja Europejska (KE) opracowuje w odniesieniu do CSR strategię unijną, przy czym 25.10.2011 komisja uchwaliła nową strategię unijną (2011-14) odpowiedzialności społecznej przedsiębiorstw (CSR). Nowa strategia zawiera plan działania na okres 2011-2014 obejmujący osiem obszarów: wrażliwość i wymiana wzorcowych metod, wsparcie kompleksowych inicjatyw interesariuszy, współpraca z państwami członkowskimi, informacje dla konsumentów i przejrzystość, badania, oświata, małe i średnie przedsiębiorstwa, jak również międzynarodowy wymiar CSR.

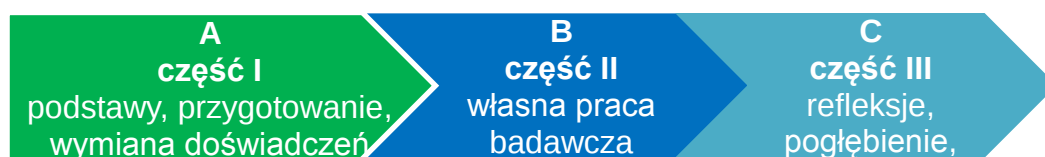
Istnieją też dalsze, uznawane na arenie międzynarodowej zasady i wytyczne CSR mogące służyć za punkt orientacyjny dla przedsiębiorstw. Należy tutaj wspomnieć o niedawno zaktualizowanej myśli przewodniej OECD dla wielonarodowych przedsiębiorstw, która obejmuje dziesięć zasad „Global Compact” Narodów Zjednoczonych (norma ISO 26000). Tę myśl przewodnią OECD traktować należy jako kodeks postępowania stosownie do ustalonych norm i standardów odpowiedzialności społecznej w przedsiębiorstwach. Ten uznawany na arenie międzynarodowej zasadniczy zasób zasad i wytycznych uznawany jest za strukturę CSR, która rozwija się i w krótkim czasie podniesie swoje globalne znaczenie.⁵

2. Kurs CSR w ramach projektu

2.1. Struktura i treści

Zalecana liczba uczestników: 12-18 osób (właściciele + kadra zarządzająca z MiSP, pracownicy, młoda kadra)

Struktura kursu opiera się na bazujących czasowo na sobie częściach obejmujących program dokształcania:



I część programu dokształcania - przynajmniej 15 godzin, np.

- w piątki od godziny 14:00 do 19:00 przekazywanie wiedzy + najlepsze przykłady
- w uzupełnieniu od godziny 19:00 do 21:00 wymiana doświadczeń połączona z bufetem
- w soboty od godziny 9:00 do 13:00 przekazywanie wiedzy + najlepsze przykłady
- w uzupełnieniu od godziny 13:00 do 15:00 wymiana doświadczeń (połączona z bufetem)

Program można alternatywnie rozdzielić na większą ilość wieczorów, np. od godziny 18:00 do 21:00. Okres realizacji można wybrać w elastyczny sposób i powinien być dostosowany do warunków właściwych dla danego kraju.

⁵ Więcej o normach ISO 26000 na: <http://www.normapme.eu/en/page/527/iso-26000-normapme-user-guide-for-european-sm>

Ta 1 część służy następującym celom:

- ✓ przekazywanie wiedzy i najlepsze przykłady
- ✓ sporządzenie programu dla własnej pracy badawczej (część 2)

Moduły pierwszej części programu doksztalcania:

- Moduł A: Podstawy, definicje i znaczenie
- Moduł B: Obszar działania CSR - rynek
- Moduł C: Obszar działania CSR - środowisko naturalne
- Moduł D: Obszar działania CSR - miejsce pracy
- Moduł E: Obszar działania CSR - sfera społeczna

II część programu doksztalcania „Własna praca badawcza“ 120 – 180 godzin w czasie przynajmniej 3 – 4 miesięcy

Własna praca badawcza odbywa się w zakładzie pracy i służy wyćwiczeniu się w sposobach postępowania, jak również realizacji konkretnego projektu CSR w przedsiębiorstwie.

- Moduł F: I warsztaty projektowe

Najpóźniej po 2 tygodniach złożone zostają temat i krótkie streszczenie pierwszej pisemnej pracy, które będą oceniane przez wykładowców (część 1). Praca pisemna powinna obejmować - na pewnym przykładzie - zmiany, do których aspiruje przedsiębiorstwo (cele, działania, osiągnięte sukcesy, itp.) i zawierać projekt, jak ten proces ma przebiegać dalej w przedsiębiorstwie po 3 części programu doksztalcania.

- Moduł G: II warsztaty projektowe

Drugą pracę pisemną należy sporządzić i omówić w zakładzie pracy: opracowanie ideału przedsiębiorstwa opartego na wartościach

Uczestnicy otrzymują od wykładowców (część 1) przynajmniej trzykrotnie przynajmniej dwugodzinne indywidualne szkolenie, a mianowicie:

- + 1 x w celu uzgodnienia tematu pracy pisemnej,
- + 1 x mniej więcej w połowie własnej pracy badawczej (np. omówienie projektu wzorca),
- + 1 x po złożeniu obu prac pisemnych w celu ich analizy/oceny.

Uczestnicy powinni mieć możliwość spotkania się z innymi uczestnikami w celu wymiany doświadczeń, np. w trakcie regularnych spotkań wieczorowych co 14 dni.

Nacisk całego programu doksztalcania położony jest na II część kursu, w której zostaną zebrane własne praktyczne doświadczenia z przedsiębiorstwa i opracowane pomysły projektowe, które ewentualnie zostaną zaimplementowane już podczas nauki uzupełniającej. W tej fazie uczestnicy konsultują się z wykładowcami w formie coachingu indywidualnego lub grupowego.

Stosownie do możliwości własna praca badawcza powinna być podparta informacjami i materiałami do nauki z właściwej strony internetowej. Za pomocą tej platformy istniałaby nawet możliwość zorganizowania również wymiany doświadczeń pomiędzy uczestnikami.

III część programu doskonalenia - przynajmniej 15 godzin, np.

- w piątki od godziny 14:00 do 19:00 przekazywanie wiedzy + najlepsze przykłady
- w uzupełnieniu od godziny 19:00 do 21:00 wymiana doświadczeń połączona z bufetem
- w soboty od godziny 9:00 do 13:00 przekazywanie wiedzy + najlepsze przykłady
- w uzupełnieniu od godziny 13:00 do 14:00 wymiana doświadczeń (połączona z bufetem)
- w uzupełnieniu od godziny 14:00 do 17:00 wspólne refleksje, wymiana doświadczeń z innymi przedstawicielami przedsiębiorstwa (właścicielami, zarządzającymi itp.), jak i programy do kontynuacji dzieła w przedsiębiorstwie

Program można alternatywnie rozdzielić na większą ilość wieczorów, np. od godziny 18:00 do 21:00.

Trzecia część służy następującym celom:

- ✓ dalsze przekazywanie wiedzy i najlepsze przykłady
- ✓ refleksje na temat wyćwiczonych sposobów postępowania
- ✓ sporządzenie programu odnośnie kontynuacji dzieła

Moduły trzeciej części programu doskonalenia:

Trzecia część powinna w pierwszym rzędzie służyć refleksjom i wymianie doświadczeń. W związku z tym uczestnicy powinni pogłębić specyficzną wiedzę stosownie do ich własnego zapotrzebowania, zadbać o utrwalenie wprowadzonych działań i również wzmocnić w przyszłości świadomość dotyczącą CSR. Z tego powodu dla tej części można tylko w ograniczonym stopniu wcześniej ustalić i opisać treści dla poszczególnych modułów.

Możliwe są przykładowo następujące moduły i główne aspekty:

- **Moduł H: modele i instrumenty**

Odpowiedzialność społeczna w przedsiębiorstwie na podstawie trzech filarów długotrwałości:

- (1.) ekonomia / „Profit“
- (2.) sprawy społeczne / „People“
- (3.) środowisko naturalne / „Planet“

Instrumenty strategiczne, komunikacja z CSR

Przykłady praktyczne z CSR

- Moduł I: fazy realizacji

Krok 1 Ewaluacja obecnej sytuacji w przedsiębiorstwie

Krok 2 Stwierdzenie, co już jest w przedsiębiorstwie w odniesieniu do CSR, aby móc na tej podstawie rozpocząć budowę

Krok 3 Identyfikacja, co jest konieczne, aby zaimplementować działania CSR

Krok 4 Znaleźnienie wskaźników w celu wprowadzenia tego w życie

Krok 5 Sporządzenie planu, jak można zaimplementować zaplanowane aktywności

Krok 6 Sprawdzenie, jakie rezultaty zostały osiągnięte i stosowne dopasowanie zaplanowanych działań

- Moduł J: refleksje

sprawozdania i doświadczenia uczestników

refleksje uczestników z warsztatów projektowych

plany odnośnie kontynuacji

- Moduł K: dalsze pogłębianie tematu stosownie do zapotrzebowania

pogłębianie poszczególnych modułów stosownie do zapotrzebowania uczestników

- Moduł L: warsztaty CSR

Warsztaty z kolejnymi osobami z przedsiębiorstwa: praktyka spotyka się z nauką: nowe opracowania; plany w przedsiębiorstwach, wymiana doświadczeń, przykłady z praktyki, itp.

Egzamin na zakończenie⁶

- Cały program dokształcania składa się ze wszystkich 3 części i obejmuje przynajmniej od 200 do 275 godzin zajęć i jest oceniony łącznie na 10 punktów kredytowych.
- Kurs można skończyć w Niemczech oficjalnym egzaminem z nauki uzupełniającej (egzamin w izbie przemysłowo-handlowej/rzemieślniczej)
- W niektórych krajach egzamin na zakończenie może odbywać się według wzoru niemieckiego, a uczestnicy otrzymają na tej podstawie certyfikat kwalifikacyjny.

Zestawienie kursów zawiera opracowana w ramach projektu ulotka, która została z powodzeniem wykorzystana w projekcie do przekazywania informacji i do pozyskiwania uczestników. Ulotkę opracowano w języku niemieckim i polskim, ponieważ koncepcja nauki uzupełniającej była testowana w obu tych krajach. Jako przykład dołączono poniżej polską wersję ulotki.

⁶ Patrz obszerne przedstawienie w rozdziale 5.

1 część zajęć dydaktycznych

Dwudniowe seminarium/szkolenie wprowadzające

Cel
Przekazywanie wiedzy, przykłady dobrych praktyk, wymiana doświadczeń

Główne tematy szkolenia

Rynek

Orientacja na klienta i usługi w regionie, jakość i bezpieczeństwo produktów i usług, marketing i dystrybucja oparte na CSR, uczciwa kalkulacja cen i współpraca z innymi, itp.

Środowisko

Znaczenie ochrony środowiska, oszczędzanie energii i zasobów celem długiego gospodarowania, możliwości wykorzystania energii odnawialnych, przetwórstwo odpadów (recycling) itp.

Miejsce pracy

Wsparcie dla pracowników, zarządzanie zdrowiem, kształtowanie stanowisk pracy, odpowiednie oferty kształcenia i dokształcania, działania przeciwko mobbingowi, możliwość łączenia życia zawodowego z rodzinnym, itp.

Sprawy publiczne

Zapotrzebowanie na wsparcie dla organizacji pożytku publicznego, możliwości marketingu celowego do popierania i wspierania spraw publicznych, itp.



2 część zajęć dydaktycznych

Studia własne

Cel

Celem II części zajęć jest sporządzenie wzoru/konceptcji własnego przedsiębiorstwa opartego na wartościach wynikających z CSR.

Główne tematy szkolenia

Przyswajanie wiedzy stosownie do indywidualnego zapotrzebowania, praca własna wspierana konsultacjami ze strony trenera, wykorzystanie nabytych znajomości CSR w tworzeniu koncepcji przedsiębiorstwa opartego na wartościach.

Studia własne wspierane są informacjami i materiałami dydaktycznymi we właściwej prezentacji internetowej, jak również konsultacjami stosownie do indywidualnego zapotrzebowania. Poza tym organizowana jest wymiana doświadczeń między uczestnikami.



3 część zajęć dydaktycznych

Dwudniowe seminarium/szkolenie podsumowujące

Cel

Przekazywanie wiedzy stosownie do zapotrzebowania uczestników; oparcie na przykładach dobrych praktyk; przemyślenia nad wypracowanymi sposobami postępowania i wymiana doświadczeń przydatnych do zastosowania w przedsiębiorstwie, ocena przygotowanych prac/konceptcji.

Główne tematy szkolenia

Modele i instrumenty strategiczne do realizacji CSR w przedsiębiorstwie, przemyślenia, planowanie kontynuacji, pogłębianie innych tematów stosownie do zapotrzebowania.

CSR – odpowiedzialna gospodarka i praca!



Razem z CSR dojdziesz do sukcesu!

- Wizerunek przedsiębiorstw stosujących CSR wyróżnia się wśród innych, a ich gospodarka przynosi w udokumentowany sposób więcej sukcesów.
- CSR to użyteczne narzędzie, pomagające w budowaniu strategii odpowiedzialnego przedsiębiorstwa względem społeczeństwa, pracowników, rynku oraz środowiska naturalnego.
- Zdaniem Komisji Europejskiej, „strategia społecznej odpowiedzialności biznesu prowadzi do trwałego sukcesu przedsiębiorstwa dzięki prowadzeniu dialogu z otoczeniem, uwzględnianiu ochrony środowiska i budowy kapitału społecznego”.
- Kurs kończy się uzyskaniem certyfikatu potwierdzającego nabycie umiejętności praktycznego wykorzystania wiedzy z zakresu CSR.
- Dla zainteresowanych uczestników kursu zostanie zaproponowany pobyt w zagranicznym przedsiębiorstwie stosującym z powodzeniem CSR, po uzyskaniu dodatkowych środków z UE.
- Kurs współfinansowany jest ze środków UE, udział w kursie jest bezpłatny! Uczestnicy ponoszą jedynie koszty dojazdu.



Weź udział i zarejestruj się



Izba Rzemieślnicza w Łodzi
ul. Moniuszki 8
90-111 Łódź

Izba Rzemieślnicza w Łodzi jest społeczno-zawodową organizacją samorządu gospodarczego rzemiosła i związkem pracodawców. Aktualnie w Izbie zrzeszonych jest 28 cechów rzemiosła oraz 1 spółdzielnia rzemieślnicza. Izba jest najstarszym ośrodkiem egzaminacyjnym w województwie łódzkim – działającym od 1930 roku, który potwierdza kwalifikacje zawodowe egzaminem czeładniczym lub mistrzowskim uzyskane w procesie kształcenia w formach szkolnych jak i pozaszkolnych. Obecnie egzaminy przeprowadzane są w ponad 34 zawodach.

→ Osoba kontaktowa w instytucji
Agnieszka Miskiewicz
tel +48 42 632 55 81
email amiskiewicz@irlodz.home.pl

Lokalizacja kursu
Izba Rzemieślnicza w Łodzi
ul. Moniuszki 8
90-111 Łódź
tel +48 42 632 55 81
fax +48 42 632 37 76

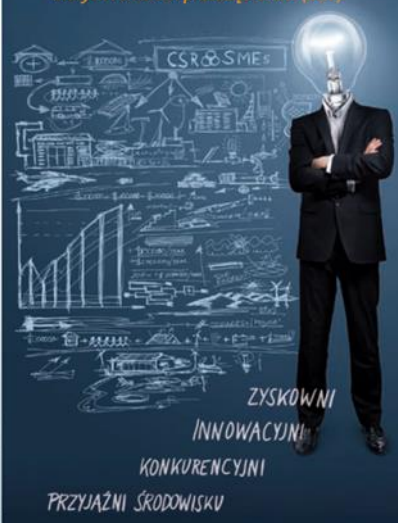
Więcej informacji
znajdą Państwo na:
www.izbarzem.eu



Spółeczna Odpowiedzialność Biznesu!

Sukces dzięki odpowiedzialności!

Oparte na praktyce szkolenia dla właścicieli i (początkujących) kadr kierowniczych małych i średnich przedsiębiorstw (MSP)



2.2. Opisy modułów

Moduły dla I, II i III części kursu obmyślił i opracował Prof. Dr. Uwe Schaumann z Berufsakademie Hamburg (Hamburskiej Akademii Zawodowej).

2.2.1. Moduły – I część kursu⁷

Moduł		skrót/kod
Podstawy, definicje i znaczenie CSR dla przedsiębiorstw		
wykładowca/trener/nauczyciel	czas trwania (min.)	
b.d.	45 - 90	
metody nauczania	język	
prezentacja, dyskusja, wykład	właściwy dla danego kraju	
	warunki uczestnictwa	
	pracodawca, właściciele/zarządzający i pracownicy odpowiedzialni za CSR z MiŚP	
informacje ogólne		
Poniższe cele i treści modułu przedstawiają możliwy zakres, który osoba odpowiedzialna za seminarium ma dostosować w zależności od regionu, grupy docelowej i zainteresowań i nakierować mając na względzie podstawę programową modułu. Tym samym możliwe są ograniczenia, rozszerzenia i położenie nacisku na konkretne punkty.		
cele zajęć i/lub kursu „Odpowiedzialność społeczna przedsiębiorstw (Corporate Social Responsibility / CSR) jest koncepcją dobrowolnego, wykraczającego poza minimalne wymogi prawne, uwzględniania przez przedsiębiorstwa problematyki społecznej i środowiskowej w swojej działalności komercyjnej i stosunkach z zainteresowanymi stronami (definicja UE). W wielu małych i średnich przedsiębiorstwach również w przeszłości dokonywano już działań, które miały i cały czas mają bezpośrednie lub pośrednie odniesienie do CSR, tak jak zdefiniowano to powyżej. Często jednakże możliwości, wzgl. potencjały, które może zaoferować perspektywa CSR dla działań komercyjnych są nieznane lub mało znane. W tym pierwszym module należy przekazać, co w dniu dzisiejszym rozumiane jest pod pojęciem CSR w polityce, gospodarce i przede wszystkim w praktyce gospodarczej i jakie potencjały może zaoferować CSR. Należy tutaj również podkreślić szczególne znaczenie, jakie społeczna odpowiedzialność biznesu uzyskała (odzyskała) dla przedsiębiorstw. Celem lepszego zrozumienia wzrostu znaczenia CSR należy również omówić zasadniczo właściwe znaczenie CSR dla danego kraju i - jeżeli jest to możliwe - dla danego regionu. Uczestnicy powinni... - poznać pojęcie CSR i związane z nim wyobrażenia polityki o gospodarce, - poznać i mocniej ugruntować w przedsiębiorstwach europejskie, krajowe i regionalne postanowienia i działania na gruncie CSR, - rozpoznawać znaczenie CSR w działalności komercyjnej dnia codziennego, - poznać pierwsze, w idealnym przypadku właściwe dla danych regionów przykłady CSR z praktyki, z położeniem różnego nacisku na obszary działania (rynek, środowisko, miejsce pracy, sfera społeczna).		

⁷ Fakty i liczby, przykłady, studia przypadków itp.:

www.cs-training.eu

<http://www.csr-training.eu/csr-training/aktionsfelder-von-csr/>

http://sozialpolitik.com/webcom/show_article.php/ c-58/ nr-47/i.html

<http://www.mg.gov.pl/Gospodarka/Zrownowazonyrozwoj/Aktualnosci/zrownowazonybiznes.html>

http://ec.europa.eu/youreurope/business/doing-business-responsibly/taking-sustainability-further/poland/index_en.html

<http://www.reportingcsr.org/>

[poland-p-213.html](http://www.reportingcsr.org/poland-p-213.html)

Moduł		skrót/kod
Obszar działania "Rynek"		
wykładowca/trener/nauczyciel	czas trwania (min.)	
b.d.	90 - 135	
metody nauczania	język	
prezentacja, dyskusja, wykład	właściwy dla danego kraju	
	warunki uczestnictwa	
	pracodawca, właściciele/zarządzający i pracownicy odpowiedzialni za CSR z MiŚP	
informacje ogólne		
Poniższe cele i treści modułu przedstawiają możliwy zakres, który osoba odpowiedzialna za seminarium ma dostosować w zależności od regionu, grupy docelowej i zainteresowań i nakierować mając na względzie podstawę programową modułu. Tym samym możliwe są ograniczenia, rozszerzenia i położenie nacisku na konkretne punkty.		
cele zajęć i/lub kursu		
Przedsiębiorstwa identyfikują i zaspokajają na rynkach potrzeby i wymagania swoich odbiorców i zleceńodawców w sposób opłacalny finansowo. Według logiki rynkowej narastający popyt uczestników rynku na społeczne, ekologiczne lub również zdrowotne kryteria produktów i usług - w przypadku prowadzenia przedsiębiorstwa w sposób dostosowany do potrzeb rynkowych - jest ekonomicznym impulsem dla Corporate Social Responsibility (CSR). W tym module uczestnicy powinni poznać i zastanowić się nad istotnymi obszarami działania i kształtowania przedsiębiorstwa w dziedzinie „rynkowej”, jak również określić własne obszary zasadniczych kwestii. Jako tematy zasadniczych kwestii mogą przykładowo wchodzić w rachubę: - zorientowanie na klienta i na usługi w regionie, - jakość i bezpieczeństwo produktów i usług (spełnianie więcej niż tylko minimalnych wymagań prawnych), - ochrona konsumentów i informacje o produktach, - sprawiedliwe kształtowanie cen i współpraca z osobami trzecimi (np. dostawcami i zakładami kooperującymi), przykładowo dzięki przejrzystości i jasności całego łańcucha dostaw opierającego się na określonych standardach, wykorzystanie uznawanych znaków jakości, certyfikatów ekologicznych itp. w celu zbudowania zaufania u klienta), - marketing i dystrybucja oparte na CSR. W oparciu o te możliwe tematy zawierające podstawowe zagadnienia, uczestnicy powinni dokładnie określić istotne dla ich przedsiębiorstwa własne obszary działania na polu CSR w obrębie „rynkowej” dziedziny działania i wskazać na zasadnicze potencjały w zakresie racjonalizacji i na konkretne możliwości implementacyjne dzięki silniejszemu uwzględnieniu CSR w ich przedsiębiorstwie.		

Moduł		skrót/kod
Obszar działania „Środowisko naturalne“		
wykładowca/trener/nauczyciel	czas trwania (min.)	
b.d.	90 - 135	
metody nauczania	język	
prezentacja, dyskusja, wykład	właściwy dla danego kraju	
	warunki uczestnictwa	
	pracodawca, właściciele/zarządzający i pracownicy odpowiedzialni za CSR z MiŚP	
informacje ogólne		
Poniższe cele i treści modułu przedstawiają możliwy zakres, który osoba odpowiedzialna za seminarium ma dostosować w zależności od regionu, grupy docelowej i zainteresowań i nakierować mając na względzie podstawę programową modułu. Tym samym możliwe są ograniczenia, rozszerzenia i położenie nacisku na konkretne punkty.		
cele zajęć i/lub kursu		
Racjonalne wykorzystanie energii i innych zasobów, jak również minimalizowanie ryzyk środowiskowych to ważne parametry, które powinny być respektowane w dzisiejszych czasach przez przedsiębiorstwa prowadzące długotrwałą działalność na rynku. W tym obszarze działania i kształtowania uczestnicy powinni... - poznać ważną rolę ochrony środowiska, oszczędzania energii i rozsądnego obchodzenia się z zasobami w celu zapewnienia długotrwałości działań gospodarczych, - zidentyfikować/wysondować/zastanowić się nad możliwościami wdrożenia we własnym zakładzie pracy: ochrony środowiska, oszczędzania energii i rozsądnego obchodzenia się z zasobami, - poznać możliwości zastosowania energii odnawialnych, jak też sprawdzać i oceniać je pod względami ekonomicznymi, - dokładnie określić/odkryć przykłady lepszego (powtórnego) wykorzystywania odpadów (recykling) we własnym przedsiębiorstwie, - zaplanować minimalizację negatywnego oddziaływania na środowisko naturalne w miejscu zlokalizowania własnego przedsiębiorstwa, - sprawdzić ewentualnie istniejący system zarządzania jakością pod kątem: jego przydatności w ochronie środowiska, oszczędzania energii i rozsądnego obchodzenia się z zasobami i zaplanować system zarządzania jakością koncentrujący się na środowisku naturalnym.		

Moduł		skrót/kod
Obszar działania „Miejsce pracy“		
wykładowca/trener/nauczyciel	czas trwania (min.)	
b.d.	90 - 135	
metody nauczania	język	
prezentacja, dyskusja, wykład	właściwy dla danego kraju	
	warunki uczestnictwa	
	pracodawca, właściciele/zarządzający i pracownicy odpowiedzialni za CSR z MiŚP	
informacje ogólne		
Poniższe cele i treści modułu przedstawiają możliwy zakres, który osoba odpowiedzialna za seminarium ma dostosować w zależności od regionu, grupy docelowej i zainteresowań i nakierować mając na względzie podstawę programową modułu. Tym samym możliwe są ograniczenia, rozszerzenia i położenie nacisku na konkretne punkty.		
cele zajęć i/lub kursu		
Zainteresowani, zmotywowani i świadomi odpowiedzialności pracownicy posiadający duży stopień identyfikacji z przeszłymi społecznymi, ekologicznymi i ekonomicznymi wartościami i celami przedsiębiorstwa, tworzą standardy konkurencyjności i sukcesu. CSR w miejscu pracy jest nadzwyczaj różnorodny i może dotyczyć przykładowo istotnych tematów personalnych, jak - przekazywanie wartości przedsiębiorstwa i kodeksów etycznego postępowania, - przejrzystość w określaniu wynagrodzeń i sprawiedliwe wynagradzanie, - wspieranie pracowników stosownymi ofertami edukacyjnymi i ofertami nauki uzupełniającej, - stworzenie/rozszerzenie opieki medycznej i działań chroniących przed niebezpieczeństwami, - wspieranie udziału pracowników w gremiach zakładowych i / lub prawa do współdecydowania w zakładzie pracy, - wspieranie równości szans, - unikanie/zmniejszanie dyskryminacji, - możliwość połączenia życia zawodowego i rodzinnego, - wspieranie work-life-balance, - działania anty-mobbingowe. i podobnych kwestii. W ramach tego obszaru działania uczestnicy - zważając na przedstawione tematy - powinni... - rozpoznawać istotne znaczenie wydajnych i gotowych do wydajności pracowników przy osiągnięciu celów przedsiębiorstwa, - poznać znaczenie kierowania pracownikami jako istotnego elementu w kształtowaniu współistnienia w zakładzie pracy, - poznać funkcję wzorca kadry kierowniczej w codziennym dniu zakładu pracy i zwrócić uwagę na korzyści, - znać możliwości wspierania pracowników w czasie ich związania z zakładem pracy, - rozpoznawać konieczność likwidowania demotywacji i czynników hamująco wpływających u pracowników na wydajność, - rozpoznawać możliwości określania różnych potrzeb pracowników i troszczenia się o poprawę, - inne...		

Moduł		skrót/kod
Obszar działania „Sfera społeczna“		
wykładowca/trener/nauczyciel	czas trwania (min.)	
b.d.	60 - 90	
metody nauczania	język	
prezentacja, dyskusja, wykład	właściwy dla danego kraju	
	warunki uczestnictwa	
	pracodawca, właściciele/zarządzający i pracownicy odpowiedzialni za CSR z MiSP	
informacje ogólne		
Poniższe cele i treści modułu przedstawiają możliwy zakres, który osoba odpowiedzialna za seminarium ma dostosować w zależności od regionu, grupy docelowej i zainteresowań i nakierować mając na względzie podstawę programową modułu. Tym samym możliwe są ograniczenia, rozszerzenia i położenie nacisku na konkretne punkty.		
cele zajęć i/lub kursu		
Małe i średnie przedsiębiorstwa nie działają na abstrakcyjnych lub anonimowych rynkach, lecz są związane z regionem, miastem, gminą. W każdorazowym miejscu zlokalizowania przedsiębiorstwa ze swoimi wszystkimi społecznymi warunkami ramowymi i cechami szczególnymi firmy ponoszą społeczną, ekonomiczną i ekologiczną odpowiedzialność w rozumieniu członków społeczności korporacyjnej (corporate citizen). W centrum znajduje się uczestniczenie w tej sferze społecznej - w różnych formach materialnych i niematerialnych - i przyczynianie się przedsiębiorstwa do rozwiązywania konkretnych problemów, wzgl. do radzenia sobie z istniejącymi wyzwaniami. Przedsiębiorstwa są tutaj zaangażowane również w strategiczne partnerstwa z zainteresowanymi stronami działającymi lokalnie i/lub ponadregionalnie. W tym obszarze działania należy przekazywać następujące cele nauczania: Uczestnicy powinni... - identyfikować potencjalnych i ponadregionalnych interesariuszy jako możliwych partnerów kooperacyjnych, - poznawać szanse i ryzyka wsparcia finansowego i sponsoringu, - poznawać zapotrzebowanie na wsparcie ze strony organizacji pożytku publicznego w regionie (np. w formie ekonomicznego know-how, środków rzeczowych, zaangażowania społecznego pracowników, itp.), - poznawać możliwości celowego marketingu (causa relaxed marketing) do wspierania sfery społecznej, - sprawdzić własne przedsiębiorstwo pod kątem możliwości i wspierania sfery społecznej i przedstawiać potencjalne przyczynki, przedsięwzięcia i działania, - inne ...		

2.2.2. Moduły – część II kursu

Doprowadzenie i ukształtowanie przejścia z fazy 1 do 2

W ramach doksztalcania się w zakresie „Corporate Social Responsibility dla MiŚP” centralnie wytyczony cel pod kątem treści ma w pierwszej części za zadanie

- w zasadniczy sposób poinformować uczestników o tematyce CSR,
- pokazać CSR w różnych obszarach działania, jak również
- dokładnie określić szczególne znaczenie programu strategicznego CSR.

Z metodycznego punktu widzenia szczególny nacisk położony jest na przekazywanie treści, które są odpowiednie do działań i problemów. Wyraża się to w szczególności w tym, że zrozumienie teoretyczne i istniejące analizy dotyczące opracowania, planowania, implementacji i kontroli, jak również dokumentacji CSR zostaną połączone w odpowiednich miejscach seminarium z nabytymi w praktyce doświadczeniami uczestników.

U podstaw tego leży wyobrażenie i założenie, że doświadczeni pracownicy i przedsiębiorcy z MiŚP dysponują już przynajmniej podstawową wiedzą w odniesieniu do CSR, nawet gdyby nie była ona sformułowana pod tym pojęciem i gdyby nie dyskutowano na ten temat. Małe i średnie przedsiębiorstwa dysponują właśnie częściowo swoimi własnymi doświadczeniami w stosowaniu środków i działań, które można określić mianem CSR.

Jednakże w pierwszej części doksztalcania się w zakresie CSR potwierdzone zostało również założenie, że istniejąca wiedza i zdobyte doświadczenie z działaniami w zakresie CSR w MiŚP rozpatrywano w ramach ekonomicznych perspektyw programu strategicznego CSR w bardzo małym stopniu lub częściowo wcale go nie rozpatrywano. Oznacza to w istocie, że istniejąca w przedsiębiorstwie aktywność w zakresie CSR nie jest respektowana w żaden szczególny sposób, tak aby móc dążyć do celów strategicznych, które w ujęciu średnio i długoterminowym przynoszą również (!) korzyści ekonomiczne. Patrząc na różne obszary działania CSR korzyści te mogą przejawiać się przykładowo w tym, żeby poprzez aktywności na polu CSR w obszarze „workforce” osiągnąć wzrost zainteresowania przedsiębiorstwem ze strony przyszłych kandydatów do pracy i pracowników lub planowym i świadomym rozpowszechnianiem „dobrych uczynków przedsiębiorstwa” mających na wspieranie, wzgl. wzmacnianie sfery społecznej na arenie regionalnej spowodować przykładowo zdobycie nowych grup klientów.

Struktura drugiej części doksztalcania

Z uwagi na przedstawione założenia, struktura drugiej części doksztalcania w przypadku uczestników seminarium charakteryzuje się z tego powodu następującymi cechami:

Główne cele treningu:

- wspieranie zdolności uczestników przy uporządkowaniu ich istniejącej wiedzy, wzgl. doświadczeń, jakie mieli z CSR w obszernym związku ekonomiczno-gospodarczym,
- wspieranie zdolności uczestników przy identyfikacji, planowaniu, implementacji własnych potencjałów pod kątem CSR w przedsiębiorstwie i przy ustalaniu, jak również kontrolowaniu korzyści ekonomiczno-gospodarczych,

Główne nastawienie metodyczne:

- połączenie częściowo istniejącej wiedzy i częściowo zdobytych doświadczeń uczestników seminarium w zakresie CSR i kontynuacja celów nauczania,
- przedstawienie najlepszych przykładów praktycznych w celu pokazania możliwej praktyki i konstruktywno-krytycznego przedstawienia sprawy, wzgl. refleksji w temacie rozwoju własnych systematycznych aktywności w zakresie CSR,
- przedstawienie przewodnika do opracowania, zaplanowania, implementacji i kontroli, jak również do dokumentowania własnych aktywności w zakresie CSR.

Głównym zadaniem trenera na zakończenie pierwszej części jest tym samym systematyczne przygotowanie uczestników poprzez kontynuowanie wymienionych wyżej celów nauczania i nastawienie metodyczne na wymagającą drugą część doksztalcania. W tym celu uczestnikom przedstawione i udostępnione zostaną odpowiednie przewodniki i materiały (pasywna forma wsparcia).

Aktywne wsparcie trenerskie dla MiŚP zainteresowanych CSR w formie otwartego procesu

Charakterystyczną cechą drugiej części doksztalcania jest duży udział wymagającej zastanowienia się własnej pracy badawczej, która musi być wykonywana przez uczestników w okresie około 2-3 miesięcy. Ten rodzaj wsparcia można opisać jako kombinację działań konsultingowych i częściowo coachingowych w otwartym procesie.

Działania konsultingowe w procesie wsparcia

W ramach doksztalcania, trener jako (fachowy) konsultant już w początkowej fazie opracowywania pomysłów i działań w zakresie CSR dla uczestników obejmuje również rolę eksperta, który działa rozstrzygająco, wzgl. bada czy ma miejsce zasadnicze gospodarczo-ekonomiczne nakierowanie pomysłów i działań w zakresie CSR⁸. Wspiera tym samym analizę i przemyślenia odnośnie systematycznej kontynuacji działań w zakresie CSR przez

⁸ Por. odnośnie pojęcia konsultacji przykładowo

<http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/beratung.html> (dostęp: 02 kwietnia 2013).

początkujących ekspertów CSR. Po przedstawieniu i poddaniu analizie gospodarczo-ekonomicznej i po zastanowieniu się nad praktycznymi przykładami można było w czasie sprawdzania koncepcji coraz częściej stwierdzić, że u uczestników nie brakuje „dobrych pomysłów w zakresie CSR” w odniesieniu do jednego lub większej liczby obszarów działania CSR.

Włączenie w przemyślany proces ekonomiczno-gospodarczy było jednak początkowo dość trudne dla większości uczestników. W szczególności pytanie, jak mogłaby wyglądać łatwa do zrozumienia kontrola aktywności w zakresie CSR (konieczna w rozumieniu controllingu dla CSR), nie było dla kilku uczestników wcale nieznającym wyzwaniem. W czasie seminarium można było wielokrotnie spotkać się z poglądem, że CSR jest często celem samym w sobie bez korzyści ekonomiczno-gospodarczych. Dostosowanie lub rozszerzenie tej zasadniczej postawy w odniesieniu do aspektu korzyści ekonomiczno-gospodarczych jest istotnym elementem wsparcia własnych aktywności uczestników podczas całego doksztalcania.

Działania coachingowe w procesie wsparcia

W uzupełnieniu tych części konsultingowych trener występuje również z głównymi działaniami coachingowymi będącymi wsparciem dla własnej pracy badawczej w drugiej części doksztalcania. Zasadniczym celem jest tutaj dalszy rozwój uczestnika poprzez indywidualne wspieranie jego procesów nauczania i zdobywania wiedzy na drodze do stania się ekspertem w zakresie CSR⁹.

Tutaj widoczne są jednak granice wsparcia, które w ramach doksztalcania można uzyskać od trenera. Jeżeli jest on również w stanie, aby w dużym stopniu wprowadzić w życie (specjalistyczne) doradztwo, które jest nakierowane na wynik i na określone rozwiązanie, tak aby uczestnicy mogli trwale kontynuować wybrane przez siebie pomysły CSR na bazie kryteriów ekonomiczno-gospodarczych i uwzględniać przy tym kompleksowe czynniki ekonomiczno-gospodarcze, które mają wpływ na analizowane przedsiębiorstwo, to taka forma wsparcia nakierowanego na aspekty ekonomiczno-gospodarcze, a przy tym równocześnie częściowego, nie umożliwia ostatecznie obszernej i całościowej obserwacji osoby przyszłego eksperta w zakresie CSR, tak jak to powinno działać się przynajmniej stosownie do założeń profesjonalnych procesów coachingowych.

⁹ Por. odnośnie pojęcia coachingu w szczególności: <http://www.dbvc.de/der-verband/ueber-uns/definition-coaching.html> (dostęp: 02 kwietnia 13).

Operacyjne wsparcie uczestników przez szkolącego trenera

Poniżej przedstawionych zostanie kilka istotnych warunków i ograniczeń wsparcia operacyjnego, które zaplanowano w ramach opracowanej koncepcji doskonalenia w zakresie CSR i którego przeważnie również udzielono.

Mającą znaczenie w drugiej części szkolenia istotę rozwijania własnych długotrwałych pomysłów i aktywności w zakresie CSR przez uczestników seminarium tworzy samodzielne zajmowanie się możliwościami i granicami kontynuowania pomysłów i aktywności w zakresie CSR we własnym przedsiębiorstwie. Udzielone tutaj wsparcie ze strony szkolących trenerów (kombinacja aktywności konsultingowych i coachingowych) obejmowało w szczególności:

- dostępność i możliwość wykorzystania pomocy trenerów w ustalonych porach i w ustalonym czasie, jak również
- pojedyncze przypadki wsparcia uczestników seminarium w kontroli zasadniczych możliwości wykonania, wzgl. realizacji opracowanych pomysłów i aktywności w zakresie CSR.

W tym celu uczestnicy otrzymają odpowiednie możliwości skorzystania z pomocy w formie mailowej, telefonicznej i/lub osobistego kontaktu w wybranych porach w obrębie faz samodzielnej pracy badawczej. Poza tym w przypadku korzystania z pomocy trenerów uczestnicy, którzy poszukują pomocy są proszeni, aby już odpowiednio wcześniej zająć się swoją częścią w formie różnych informacji i faktów dotyczących całej struktury pomysłów i aktywności w zakresie CSR.

Na podstawie odpowiednio dostarczonych, wzgl. w szczególności na podstawie brakujących informacji i faktów dotyczących opracowywania, zaplanowania, implementacji i kontroli, jak również dokumentacji indywidualnych pomysłów i aktywności w zakresie CSR, trener ma możliwość, aby wykryć już istotne punkty mające znaczenie w procesie wsparcia i udostępnić stosowne usługi konsultingowe o nastawieniu gospodarczo-ekonomicznym.

W przeprowadzonym seminarium doskonalącym usługi wsparcia ograniczały się z reguły do informacji i wskazówek odnośnie przydatności opracowywanych pomysłów w zakresie CSR, również z rzutem oka na perspektywę długotrwałej kontynuacji i kontroli w przedsiębiorstwie. Poza tym stwierdzono również, że 2-3 miesięczny okres był dla niektórych uczestników z różnych powodów zbyt krótki, aby kompletnie opracować, zaplanować, zaimplementować i skontrolować, jak również udokumentować pomysły w zakresie CSR. Ci uczestnicy uporali się przeważnie z opracowaniem i zaplanowaniem pomysłów CSR, a implementacja w odniesieniu do zakładu pracy została przygotowana w stopniu zaawansowanym, ale nie dokonano jej jeszcze. Powodami niekompletnego przeprowadzenia całego procesu CSR były:

- zbyt słabe oparcie w najwyższych strukturach kierowniczych,
- zbyt słabe/brakujące okresy wolnego czasu na ukształtowanie całego projektu CSR,
- zbyt obszerne aktywności rozwojowe i projektowe w zakresie CSR na początku implementacji,
- zbyt obszerne ustalenie zaangażowania większej ilości osób, wzgl. większych jednostek w przedsiębiorstwie,
- inne

Pominąwszy pierwszy powód, który odsyła do pracy nad przekonaniem odpowiednich osób w odniesieniu do konieczności realizacji daleko idącego projektu CSR, która to praca musi być jeszcze wykonana w dużym zakresie, uczestnicy widzieli raczej inne powody będącymi zwyczajnymi czasowymi trudnościami, a w mniejszym stopniu zasadniczymi kryteriami wykluczającymi przeprowadzenie projektu CSR.

Dzięki kombinacji początkowego budowania obszernej - nakierowanej na działania - wiedzy w zakresie CSR z pierwszej części doksztalania ze wsparciem własnej pracy badawczej podczas opracowania, zaplanowania, implementacji i kontroli, jak również dokumentacji indywidualnego projektu CSR udało się łącznie osiągnąć duży wymiar know-how i doświadczenia dzięki doksztalceniu się do roli (przyszłego) eksperta w zakresie CSR dla małych i średnich przedsiębiorstw.

2.2.3. Moduły – część III kursu

W trzeciej części doksztalania, w ramach budowy i rozbudowy kompetencji uczestników kontynuowane będą przede wszystkim następujące cele treningowe:

Cele treningowe:

- stworzenie i wzmocnienie zdolności do ekonomiczno-gospodarczego analizowania i oceniania podstawowych zasad i struktur opracowania, planowania, implementacji i kontroli, jak również dokumentacji indywidualnego projektu CSR,
- kontrolowanie codziennej zakładowej przydatności pomysłów projektowych CSR opracowanych w drugiej części,
- podkreślenie ekonomiczno-gospodarczych aspektów i korzyści, jakie niesie projekt CSR,
- konstruktywne obchodzenie się z przeszkodami i oporem przy kontynuowaniu projektu CSR we własnym przedsiębiorstwie,
- przeniesienie pozyskanych przekonań i zdobytego doświadczenia na dalsze obszary działania w zakresie CSR w przedsiębiorstwie,
- wskazanie możliwości optymalizacji w celu poprawienia aktualnych i przyszłych działań CSR i/lub projektów z zakresu CSR.

Uwagi dydaktyczno-metodyczne

W ramach przeprowadzonego doskonalenia bardzo ważna i wartościowa pod kątem kontynuowania celów treningowych jest bezpośrednia i pełna zaufania wymiana pozyskanych przekonań i zdobytego doświadczenia innych uczestników. Wiedza na temat innych aktywności i projektów z zakresu CSR pomaga w szczególności większości uczestników w konstruktywno-krytycznym analizowaniu i ocenianiu zarówno aktywności z zakresu CSR innych, jak również własnych aktywności z zakresu CSR.

Również tutaj ważne jest, aby trenerzy przy przedstawianiu poszczególnych przykładów z projektami w zakresie CSR stworzyli pełną zaufania atmosferę, i żeby uczestnicy zwracali uwagę na konieczność analizowania przykładów również (!) pod kątem aspektu gospodarczo-ekonomicznego, wskazującego na korzyści, wzgl. aby wspierali taki pogląd.

Możliwości pokazane dzięki ufnej wymianie poglądów, ale również wytyczone granice można następnie wykorzystać poza tym do kontynuowania projektów CSR we własnym przedsiębiorstwie.

W tej części doskonalenia szczególna uwaga trenerów zwrócona jest na to, jakie udane, ale również mniej udane przykłady poszczególnych faz opracowania, planowania, implementacji i kontroli, jak również dokumentacji różnych projektów CSR uczestników mogą być pokazane i mogą być materiałem do dyskusji. W wyniku takiej wymiany poglądów znacznie poszerzony zostaje horyzont wiedzy. Można również powiedzieć, że poszerzeniu uległ zakres możliwości po stronie uczestników, ponieważ podczas badania różnych projektów w zakresie CSR inni uczestnicy zaproponowali im albo rozwiązania szczegółowych problemów, albo też zaprzestanie zajmowania się nimi.

Wymiana poglądów między uczestnikami dotycząca ich poszczególnych projektów CSR służy tym samym jako podstawa referencyjna pod dalszą rozbudowę stanu wiedzy, tak aby móc systematycznie uporządkować wszelkie aktywności w strukturze projektu CSR, którą narzucają poszczególne fazy (od opracowania aż do dokumentacji). Z tego powodu doświadczenie i przykłady z dydaktyczno-metodycznego punktu widzenia służą przede wszystkim jako środek do celu, tak aby podczas opracowywania każdego kontynuowanego projektu CSR trwale rozpoznać nadrzędną zależność i móc ją również wykorzystywać w przyszłości.

2.3 Slajdy seminaryjne

Jako przykład dokumentacji stosowanej przez wykładowców podczas zajęć prezentacyjnych (część I) dołączono w załączniku 1 slajdy z prezentacji Berufsakademie Hamburg (Akademii Zawodowej w Hamburgu).

2.4. Podręcznik dla uczestników

Berufsakademie Hamburg (Hamburska Akademia Zawodowa) opracowała dla uczestników kursu podręcznik, który oprócz coachingu służył uczestnikom jako pomoc przy pokonywaniu problemów podczas własnej pracy badawczej. W poszczególnych rozdziałach podręcznik oferuje - w formie haseł i pytań - wsparcie w realizacji przedstawionych w kursie zadań szkoleniowych. W ostatnim rozdziale znajduje się układ strukturalny, który służyć ma jako podstawa do dokumentacji własnego projektu CSR. Podręcznik dołączony jest w załączniku 2.

2.5. Najlepsze przykłady z praktyki

Następujące najlepsze przykłady z praktyki pochodzą z koncepcji projektowych CSR przedsiębiorstw z kursów przeprowadzonych w ramach projektu w Niemczech i w Polsce.

Przykład 1:

Zakład

Zakład malarski działający od 2007 roku w Othmarschen (dzielnicy Hamburga) i zajmujący się pracami malarskimi / technikami szpachlowania najwyższej jakości. Zakład zatrudnia dwie pracownice.

Zakład malarski z przekonaniem - „Sukces dzięki zielonej odpowiedzialności!”

Chociaż przedsiębiorstwo jest bardzo małe, to już od samego początku mocno się angażowało społecznie mając świadomość nacechowaną przez odpowiedzialność społeczną. Można tutaj wymienić liczne działania, jak wsparcie pieniężne dla organizacji pomagającej dzieciom w potrzebie, oferty praktyk uczniowskich, częściowo elastyczny czas pracy pracownic (studia/dzieci), związek na gruncie oświatowym z hamburską diakonią, ale też to, że nawiązane zostały sprawiedliwe relacje partnerskie z kontrahentami.

W ramach kursu zakład poznał nowe aspekty długotrwałego prowadzenia przedsiębiorstwa w obszarze „środowiskowym”. Motywacja, aby mocniej zaangażować się w obszar „środowiskowy” i pracować z nastawieniem na przyszłość, jest bardzo duża dzięki osobistym przekonaniom i panującym trendom ekologicznym. Dla przedsiębiorstwa istotne jest również to, aby poprzez ochronę środowiska redukować własne koszty, wzmacniać wizerunek lub zdobywać i utrzymywać nowych klientów.

Długotrwała strategia

- zmiana palety produktów na ekologiczne
- unikanie odpadów/recykling
- nabycie pojazdu transportowego z napędem hybrydowym
- zmiana dostawcy prądu na dostawcę prądu ekologicznego

zmiana ciśnienia na obojętne dla klimatu

- integracja korespondencji online
- cyfrowe zabezpieczanie danych
- implementacja CSR na stronie internetowej
- certyfikacja

Sporządzony został 9-miesięczny plan, w I fazie sporządzono analizę stanu rzeczywistego, koncepcję stanu, jaki powinien być, dokonano też częściowej realizacji. Faza II implikuje wykonanie działań, a faza III służy kontroli i optymalizacji. Wykonywanie działań wspierane jest dodatkowo regularnymi „Dniami CSR” w przedsiębiorstwie i jasnym podziałem zadań („każdy współdziała”). Opracowany został stały harmonogram i plan zadań, włączono w nie wszystkich pracowników.

Najważniejsze, z czego zakład skorzystał w czasie kursu:

„Oprócz ogólnych informacji na temat CSR nauczyłam się, że dla implementacji strategii CSR ważne jest, jak i z czym się obchodzić, jak postępować strategicznie, jakie komponenty stosować, jaką myślą przewodnią się kierować; uważam, że jest to dodatkowy czynnik motywujący.” (pracownica z zakładu)

Przykład 2:

Zakład pracy

Średniej wielkości przedsiębiorstwo rzemieślnicze z Hamburga z branży techniki grzewczej, sanitarnej, słonecznej i klimatyzacyjnej, które zostało założone w 1906 roku i zatrudnia dzisiaj 27 pracowników (1/4 biuro, 3/4 monterzy). Do grona klientów zakładu zaliczają się klienci prywatni, przemysłowi i prowadzący działalność gospodarczą.

„Pracownik jest naszym nadrzędnym priorytetem!”

Największe znaczenie dla tego zakładu ma realizacja działań w zakresie CSR w obszarze „Miejsca pracy”, i to z różnych powodów: duży brak specjalistów (ostatnie angaże w 2010 roku; 2 wypowiedzenia w roku 2012, chociaż portfel zleceń wyraźnie wzrósł), brak uczniów uczących się zawodu (młodego narybku) i poczucia wspólnoty wśród pracowników. Bazując na tym stanie ustalone zostały następujące cele działań w zakresie CSR:

- 1) zatrudnienie nowych pracowników,
- 2) obniżenie częstości zachorowań,
- 3) poprawienie klimatu w przedsiębiorstwie, jak też
- 4) zmotywowanie pracowników.

Aby osiągnąć te cele, wprowadzone zostały następujące działania:

1. 2 razy w tygodniu koszt owoców z owocami regionalnymi,
2. rozszerzenie oferty napojów - udostępnienie soków, lemoniady, itp.
3. odzież robocza dostosowana do potrzeb monterów,
4. udział w biegu charytatywnym - opłata zgłoszeniowa jest wsparciem na szczytny cel, zaproszenia dla niebiegających i ich rodzin, wyżywienie po stronie przedsiębiorstwa.

Działania zostały wprowadzone w przedsiębiorstwie podczas fazy własnej pracy badawczej, a w tej dość krótkiej fazie realizacji osiągnięte zostały niebywałe sukcesy. Wprowadzone działania, poprawiające klimat w pracy i silnie podnoszące motywację do pracy zostały bardzo pozytywnie ocenione przez pracowników. Poza tym zatrudniono trzech nowych pracowników.

Przykład 3:

koncepty projektowe z Polski

- Właściciel salonu fryzjerskiego skoncentrował się w ramach CSR w jego własnym przedsiębiorstwie na obszarze działania „Miejsce pracy”, a swoje zainteresowanie poświęcił następującym aspektom:
 - ⇒ relacja między pracodawcą a pracownikami, mająca oddziaływanie na finanse salonu fryzjerskiego i na wynagrodzenia pracowników,
 - ⇒ relacja mistrz (nauczyciel) - uczeń, mająca wpływ na zdolność ucznia do nauki i na obroty salonu fryzjerskiego,
 - ⇒ pracownicy jako siła motywująca i integrująca lub jako siła demotywująca i niszcząca i relacje między pracownikami/uczniami a firmą,
 - ⇒ wpływ tworzonej przez pracodawcę atmosfery w pracy na rezultaty pracy i nauki,
 - ⇒ autorytet pracodawcy w przedsiębiorstwie,
 - ⇒ możliwości wpływu przedsiębiorstwa na środowisko naturalne i na wspólnotę.
- Właściciel zakładu naprawczego samochodów z Łodzi wprowadził zmiany w zakresie CSR w zarządzaniu przedsiębiorstwem i w prowadzeniu biznesu.
- Pracownica przedsiębiorstwa budowlanego, która zaprezentowała je jako małą uniwersalną spółdzielnię budowlaną, ukierunkowała swoją uwagę na kwestie pracownicze w jej przedsiębiorstwie. Spółdzielnia reprezentuje grupę małych przedsiębiorstw zatrudniających do 5 pracowników. Po konsultacji z wykładowcą CSR wypracowana została następująca strategia: ograniczenie ryzyka dla

pracowników przedsiębiorstwa i wprowadzenie w tym zakresie jednolitego sposobu postępowania we wszystkich przedsiębiorstwach spółdzielni.

Takie działanie zakłada najpierw ścisłą kooperację z przedsiębiorcami. Korzyść istniałaby w możliwości wynegocjowania lepszych cen produktów ubezpieczeniowych.

- Cukierniczka zaprezentowała swoje przedsiębiorstwo jako małą firmę, która z powodzeniem wyspecjalizowała się na lokalnym rynku. Właścicielka firmy przedstawiła koncepcję projektową wprowadzenia nowego rozwiązania technologicznego, za którego pomocą można byłoby produkować zdrowsze wyroby. Stosowany byłby w niej do pieczenia nowy tłuszcz określonej marki - „Kruszwica”. Dzięki temu produkty powinny mieć mniej kalorii i w niewielkim stopniu zmienićby się ich smak, jednakże związane byłoby to z podniesieniem cen o około 20%.

3. Ewaluacja

3.1. Przedmiot ewaluacji

Przedmiotem ewaluacji jest z jednej strony

- 1) sam kurs z I, II i III częścią nauki uzupełniającą, a z drugiej strony
- 2) warunki ramowe organizacji kursu: organizacja, ocena wykładowców, materiały, itp.

Dokonano tak obszernej ewaluacji, aby sprawdzić kurs, wykryć ewentualne niedociągnięcia lub wypracować nowe zagadnienia.

3.2. Koncepcja ewaluacji i metody

Poniższa koncepcja stanowi bazę ewaluacji kursu.

Stosowane formy ewaluacji:

- ewaluacja procesowa (twórcza, towarzysząca (konceptji), powinna mieć wpływ na bieżący proces i ewentualnie generować zmiany),
- ewaluacja wynikowa (sumatywna, ważność celów leżących u podstaw, ostateczna ocena skuteczności i korzyści.

1 część doksztalcania

forma ewaluacji	cel/e ewaluacji	instrument/y ewaluacji
ewaluacja pro-cesowa	1. sprecyzowanie postaw pod kątem oczekiwań, wyobrażeń, itp. uczestników odnośnie zysku, korzyści, strat, założeń operacyjnych / warunków ramowych itp. dla CSR w ich	częściowo ustrukturyzowany kwestionariusz dla wszystkich uczestników, 3, maksymalnie 5 wywiadów z uczestnikami (maksymalnie 10

	przedsiębiorstwie (ocena „CO”) 2. sprecyzowanie postaw pod kątem oczekiwań itp. odnośnie seminarium i wykładowców itp. (ocena „JAK”)	minut), ankieta wśród wykładowców, krótka opinia osoby dokonującej ewaluacji
--	--	---

2 część doksztalcania

forma ewaluacji	cel/e ewaluacji	instrument/y ewaluacji
ewaluacja procesowa	1. sprecyzowanie korzyści pierwszej fazy projektowej pod kątem przeprowadzenia 2 fazy projektowej (samodzielna praca badawcza, własny projekt CSR; przykładowo czy otrzymano wystarczającą zachętę dla własnego projektu CSR, czy była wystarczająca ilość informacji i wsparcia do „samodzielnej pracy badawczej” i do realizacji CSR we własnej zakładowej codzienności). 2. Sprecyzowanie pomagających, ale przede wszystkim również przeszkadzających warunków ramowych itp. dnia codziennego pod kątem realizacji CSR w zakładzie. 3. Skonkretyzowanie/podanie odnoszących się do uczestników, konkretnych indywidualnych kroków do realizacji, wzg. strategii prowadzących do rozwiązania.	3, maksymalnie 5 wywiadów z uczestnikami (maksymalnie 10 minut),

3 część doksztalcania

forma ewaluacji	cel/e ewaluacji	instrument/y ewaluacji
ewaluacja wynikowa	1. porównanie wcześniejszych celów, postaw odnośnie oczekiwań, motywów, wyobrażeń itp. z aktualnymi celami, 2. ocena korzyści całego projektu (faz projektowych,	częściowo ustrukturyzowany kwestionariusz dla wszystkich uczestników (ankieta zamykająca), 3, maksymalnie 5 wywiadów z uczestnikami (maksymalnie 10 minut),

	treści seminariów, itp.) dla własnej „kwalifikacji CSR”, 3. ocena korzyści całego projektu pod kątem implementacji CSR we własnym zakładzie pracy.	ankieta wśród wykładowców, krótka opinia osoby dokonującej ewaluacji
--	---	---

We wszystkich trzech częściach kształcenia zastosowana zostanie mieszanka metod z jakościowych i ilościowych empirycznych badań społecznych: wywiady częściowo ustrukturyzowane, opinia i częściowo ustrukturyzowany kwestionariusz, tak aby naświetlić możliwie wiele aspektów postępowania i przedmiotu.

Zastosowane zostały instrumenty pomiarowe jakościowych badań społecznych, ponieważ pozwalają one na otwartość postępowania i elastyczne zastosowanie metod. Jest to szczególnie ważne, jeżeli przedmiot podlegający badaniu jest nowy, tak jak opracowywany kurs. Rezultaty jakościowych instrumentów pomiarowych, jak częściowo ustrukturyzowanego kwestionariusza pozwalają dzięki ich (częściowej) standaryzacji na porównanie informacji, a tym samym na wypowiedzi opisowe i ilościowe. Częściowo ustrukturyzowany kwestionariusz zawiera zamknięte pytania z narzuconymi możliwościami odpowiedzi na skali pomiarowej, jak też pytania otwarte, wzgl. półotwarte z indywidualnymi odpowiedziami w formie tekstowej. Ankietowani mogą umieszczać odpowiedzi na pytania zamknięte na 6-punktowej skali, przy czym świadomie zrezygnowano z kategorii środkowej, aby w odpowiedziach uniknąć „tendencji do przeciętności”.

Oryginalnie w kwestionariuszu:

zgadza się					nie zgadza się
+++	++	+	-	--	---

Kategorie pomiędzy dużą akceptacją a dużym odrzuceniem można opisać w następujący sposób¹⁰:

zgadza się zupełnie i całkowicie	zgadza się	raczej się zgadza	raczej się nie zgadza	nie zgadza się	w ogóle się nie zgadza
+++	++	+	-	--	---

¹⁰ Kategorie te można również oprzeć na niemieckim systemie ocen szkolnych. Najlepsza ocena 1 = zgadza się zupełnie i całkowicie, natomiast najgorsza ocena 6 = w ogóle się nie zgadza.

W porównaniu do wywiadu ustrukturyzowanego wywiady częściowo ustrukturyzowane narzucają strukturę tylko z grubsza, natomiast kolejność i ukształtowanie pytań są elastyczne, a możliwości odpowiedzi rozmówców są nieograniczone. Dzięki takiemu postępowaniu uzyskuje się dużą wagę treści i dogłębną zawartość informacyjną.

Opinia powstaje poprzez zaprotokołowanie zdarzeń z kursu. Obejmuje pytania, punkty dyskusyjne, itp., aby z kwestionariuszy i wywiadów uchwycić i podsumować nowe wzgl. dodatkowe informacje i wskazówki do informacji.

4. Rezultaty ewaluacji w Polsce i w Niemczech

4.1. Analiza kwestionariuszy¹¹

4.1.1. Skład uczestników

W Niemczech w kursie wzięło 20, a w Polsce 12 osób. W obu krajach w kursie wzięło udział więcej uczestników płci męskiej: 8 mężczyzn i 4 kobiety w Polsce i 13 mężczyzn i 7 kobiet w Niemczech. Opierając się na ich pozycji zawodowej w przedsiębiorstwie i na reprezentowanych branżach gospodarki osiągnięta została duża jednorodność uczestników. Uczestnicy reprezentują najróżniejsze branże gospodarki: od tradycyjnego zakładu rzemieślniczego jak zakład malarski, kominarski, sanitarno-grzewczo-wentylacyjny lub piekarski aż po przedsiębiorstwa w obszarze informatycznym i technologicznym i firmy konsultingowe. Na kursie w Polsce reprezentowani byli dodatkowo przedsiębiorcy będące równocześnie dyrektorami cechów z tej samej branży.

Poza tym w kursie brali udział równocześnie zarządzający/właściciele i uczniowie uczący się u nich zawodu, wzgl. pracownicy¹² przedsiębiorstwa. Sprzyjało to wspólnej pracy, wspólnej wymianie poglądów między sobą i pozytywnym efektem uczenia się od siebie. Dalszą korzyścią równoczesnego uczestnictwa właściciela/zarządzającego i uczącego się zawodu/pracownika przedsiębiorstwa jest dogłębne zaszczepienie pomysłów CSR w przedsiębiorstwie.

Chociaż typowe małe i średnie przedsiębiorstwo w Niemczech jest mikro-zakładem z mniej niż 10 pracownikami¹³, to 76% uczestników pochodziło z małych zakładów (10-50 pracowników): więcej niż połowa (53%) uczestników z zakładów mających do 50 stałych pracowników i 23% uczestników z przedsiębiorstw mających do 20 zatrudnionych na stałe

¹¹ Kwestionariusze dołączone są w załączniku 3.

¹² Berufsakademie Hamburg (Hamburska Akademia Zawodowa) oferuje uznawane państwowo i akredytowane, zorientowane na użytkownika dwutorowe studia licencjackie (nauka zawodu i studia) kończące się tytułem „Bachelor of Arts”, tzn. oprócz studiów przekazywany jest praktyczny know-how i zbierane są pierwsze doświadczenia zawodowe w przedsiębiorstwie.

¹³ Z danych Federalnego Urzędu Statystycznego za rok 2009:

<https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesamtwirtschaftUmwelt/UnternehmenHandwerk/KleineMittlereUnternehmenMittelstand/Tabellen/Insqgesamt.html;jsessionid=AE0A8065F9434AC3FAD1A0235EFC0ECF.cae2?nn=50670>

pracowników. Tylko 18% uczestników pochodziło z mikroprzedsiębiorstw z mniej niż 10 pracownikami¹⁴.

Większość przedsiębiorstw w Polsce to mikroprzedsiębiorstwa: 8 z 12 przedsiębiorstw zatrudnia u siebie mniej niż dziesięciu pracowników (a 5 z nich nawet mniej niż pięciu).

Podsumowanie: korzyść z uwagi na dużą jednorodność uczestników odpowiednio do ich pozycji zawodowej w przedsiębiorstwie, jak również odpowiednio do reprezentowanych branż gospodarki wspomaga intensywną wymianę poglądów, doświadczeń i pomysłów. Poza tym w kursie udział wzięli uczestnicy z MiŚP różnych wielkości. Wskazuje to na duże zainteresowanie, zapotrzebowanie i aktualność tematu CSR we wszystkich MiŚP.

4.1.2. Analiza pytań „Ocena tematu CSR” (część I)

Wszyscy uczestnicy w Niemczech, jak też w Polsce oceniają temat „CSR” jako „bardzo ważny”, „ważny” i „raczej ważny” dla ich własnego zakładu pracy. Skutkiem tego jest to, że poszczególne aspekty CSR są już w mniejszym lub większym stopniu znane w większości przedsiębiorstw. Mimo tego można stwierdzić, że świadome porozumienie się w kwestiach CSR we własnym przedsiębiorstwie nie było do chwili obecnej możliwe.

Kurs zmotywował uczestników, aby dalej zajmowali się tematem CSR. Istniejące już wiadomości na temat CSR i zainteresowanie znajdują się na bardzo wysokim poziomie. Dla wszystkich uczestników ważne jest, aby podczas kursu intensywnie zaznajomić się z czterema obszarami działania w zakresie CSR - miejscem pracy, rynkiem, środowiskiem naturalnym i sferą społeczną; różnice procentowe pomiędzy poszczególnymi obszarami CSR były tylko nieznaczne.

Podsumowanie: wynik ten odzwierciedla ważność i aktualność tematu CSR w MiŚP i ujawnia wysokie zapotrzebowanie na działania w tym obszarze.

4.1.3. Analiza pytań do własnej pracy badawczej (część II)

Ankietowani w Niemczech i w Polsce podkreślili, że po I części kursu są dobrze przygotowani na część II - własną pracę badawczą, tak aby móc bardzo dobrze wykorzystać w praktyce wiedzę uzyskaną w części I podczas własnej pracy badawczej. Uczestnicy z Niemiec i z Polski ocenili możliwość skorzystania z konsultacji, wzgl. wsparcia wykładowców podczas własnej pracy badawczej jako niezwykle konieczną i bardzo cenną. Uczestnicy wykorzystywali ją na różne sposoby i z różną intensywnością. Ponadto określona część uczestników z obu krajów podkreśliła w tym miejscu, że potrzebowała konsultacji, wzgl.

¹⁴ Podziału przedsiębiorstw na kategorie: przedsiębiorstwa średnie, małe i mikroprzedsiębiorstwa dokonano stosownie do definicji UE:

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/sme_definition/sme_user_guide_de.pdf

wsparcia, ale z różnych powodów (przeważnie czasowych i organizacyjnych) nie mogła go wykorzystać.

Ponad 90% przedsiębiorstw opracowało w obu lokalizacjach kursu koncepcję CSR podczas fazy własnej pracy badawczej, a części z nich udało się ją w dużej mierze zrealizować. Wyzwaniem z fazy początkowej było przekonanie struktur kierowniczych przedsiębiorstwa pod kątem wprowadzenia CSR i jego korzyści dla zakładu pracy, co opóźniło w czasie realizację aktywności w zakresie CSR. Trzema najczęściej wymienianymi argumentami przeciw CSR były: 1) koszty, 2) początkowo niewielka lub widoczna dopiero po dłuższym czasie korzyść z aktywności w zakresie CSR i 3) nakłady czasowe. Gotowość kolegów i pracowników do uczestniczenia w działaniach w zakresie CSR była natomiast duża. Kolejnym pozytywnym efektem było to, że aktywności podczas fazy własnej pracy badawczej doprowadziły łącznie do zwiększenia dyskusji na temat CSR w przedsiębiorstwie. Większość przedsiębiorstw uznała zakres czasowy własnej pracy badawczej jako stosowny, przy czym pojedyncze przedsiębiorstwa z Hamburga oceniły tę fazę, której trwanie ustalono tutaj w zbyt krótkim czasie, bo na dwa miesiące, jako jednoznacznie zbyt krótką.

4.1.4. Analiza pytań „Ocena seminarium“ (część III)

Trzecia część kursu, jak również cały kurs (część I, II, III) zostały ocenione pod kątem treści, jak również w ujęciu organizacyjnym wyłącznie pozytywnie.

Kurs zmotywował uczestników w Polsce, jak również w Niemczech, aby również w przyszłości kontynuować temat CSR dla własnego zakładu pracy.

Materiały, informacje i przykłady z praktyki były dla przedsiębiorstw interesujące i pouczające. W Polsce uczestnicy życzyli sobie w pierwszej części kursu więcej sprawdzonych metod i najlepszych przykładów z praktyki CSR, aby poznać temat CSR na praktycznych przykładach. W związku z tym na zakończenie części kursu zaproszony został pochodzący z regionu referent w zakresie CSR. Nakreślił on kolejne aspekty CSR i możliwości dla uczestników, które również dodatkowo ich zmotywowały do kontynuowania CSR.

Bardzo wysoko zarówno przez wykładowców, jak również przez innych uczestników ocenione zostały prezentacje pomysłów projektowych i opinie uzupełniające, ponieważ dawało to każdemu potwierdzenie i sprawdzenie własnej koncepcji CSR, pokazywało nowe drogi do realizacji, wykorzystywano też nowe pomysły z wykładów innych osób. Poza tym należy podkreślić wysoką ocenę wykładowców w Niemczech i w Polsce.

4.1.5. Odpowiedzi na pytania „Podobało / nie podobało mi się...”

Następujące rzeczy nie podobały mi się...	Następujące rzeczy podobały mi się...
wielkość pomieszczenia	bliskość działań praktycznych
mówiono częściowo bardzo szybko	wymiana wiedzy z innymi przedsiębiorstwami o aktywnościach w obszarze CSR
miejsca siedzące plecami do prowadzącego	włączenie szefa i uczniów - bezpośrednie poznanie tematu, a nie z drugiej ręki
brak odniesienia aktywności w zakresie CSR na rynku międzynarodowym	zastosowanie we własnym zakładzie pracy
w fazie I pokazano zbyt mało indywidualnych założeń	wymiana pomysłów
trudności w praktycznym przełożeniu teoretycznej koncepcji CSR (braki wiedzy, wielkość przedsiębiorstwa)	seminarium w terenie (w innym mieście) - dobra atmosfera do pracy
sporządzanie własnej pracy końcowej z koncepcją CSR - powód braku uczestniczenia w Polsce	przegląd różnych branż
pokazano zbyt mało indywidualnych założeń (po I części kursu)	kurs daje dodatkowe wsparcie w codziennej pracy, a to, czego nauczyliśmy się, będzie bardzo pomocne w przyszłych decyzjach
zbyt mało przykładów o CSR z mikroprzedsiębiorstw i małych przedsiębiorstw	bardzo dobra jest możliwość bezpośredniego realizowania czegoś z kadrą kierowniczą
czasowe problemy z pogodzeniem kursu, konsultacji z wykładowcą z dniem codziennym w przedsiębiorstwie	dzięki „zadaniom domowym” pozostaje się w grze, gdyż istnieje konieczność wprowadzenia CSR do firmowej codzienności
	kwalifikowane odczucia odnośnie pomysłów projektowych i innych zachęt ze strony innych przedsiębiorstw i wykładowcy

4.2. Wywiady częściowo ustrukturyzowane w Niemczech i w Polsce

W celu ewaluacji kursu zastosowano w Polsce i w Niemczech wywiady częściowo ustrukturyzowane z uczestnikami i wykładowcami. Będąc uzupełnieniem kwestionariuszy, miały one pokazać silne i słabe strony kursu. Aby rezultaty były porównywalne, w czasie przeprowadzania wywiadów zadawane były takie same pytania.

4.2.1 Pytania do części I

Główne pytania do wywiadów z uczestnikami

1. Własne stanowisko w przedsiębiorstwie (jak długo są Państwo zatrudnieni w przedsiębiorstwie),
2. Wielkość zakładu pracy i branża,
3. W jaki sposób zwrócili Państwo uwagę na seminarium?
4. Czy informacje zapowiadające seminarium były wystarczające? Co było szczególnie dobre, czego ewentualnie brakowało?
5. Jakie były powody Państwa decyzji o uczestniczeniu w seminarium?
6. Co myślą Państwo o możliwości zastosowania CSR w zakładzie pracy? W jakim obszarze działania?
7. Czy Państwa oczekiwania zostały dotychczas spełnione, czy też niespełnione?
8. Jak oceniają Państwo przebieg seminarium? Zbyt krótkie? Zbyt długie? Czy była wystarczająca ilość czasu na dyskusję i wymianę doświadczeń?
9. Co się Państwu szczególnie najbardziej podobało?
10. Co możemy zrobić lepiej?
11. Czy są Państwo zadowoleni z warunków ramowych seminarium (pomieszczenia seminaryjne, przerwy, materiały, atmosfera w pracy, itp.)?

Główne pytania do wywiadów z wykładowcą

1. Jak ocenia Pan seminarium? Co było pozytywne? Co było negatywne?
2. Co zmieniłby Pan pod kątem treści i metodyki?
3. Czy było ciężko przekazywać temat CSR? Czy zakres materiału jest zbyt duży, zbyt mały? Czy były trudności z poszczególnymi modułami, wzgl. z wyjaśnieniem poszczególnych modułów?
4. Jak ocenia Pan istniejącą już wcześniej wiedzę uczestników o CSR?
5. Czy zauważył Pan zapotrzebowanie na dodatkowe, nowe tematy (moduły tematyczne)?
6. Czy były jakieś moduły, które wzbudziły szczególne zainteresowanie? Jakie?
7. Czy jest Pan zadowolony z warunków ramowych seminarium (zakres czasowy, przerwy, atmosfera w pracy, motywacja uczestników, pomieszczenia seminaryjne)?
8. Jak ocenia Pan przygotowanie i organizację seminarium? Zadowolająco? Na co należy zwrócić uwagę w przyszłości i co należy zrobić lepiej?
9. Jak ocenia Pan podział kursu na 3 części? Jak na to reagują uczestnicy? Czy uczestnicy mieli problemy z drugą częścią i ze sporządzeniem własnej pracy? Czy

były pytania w związku z tym lub jakieś specjalne zapotrzebowanie na wyjaśnienia?
Jeżeli tak, z jakim wynikiem?

4.2.2. Pytania do części II

Główne pytania do wywiadów z uczestnikami

1. Własne stanowisko w przedsiębiorstwie; wielkość zakładu pracy, branża, itp.,
2. Czy po pierwszej części warsztatów czuli się Państwo dobrze przygotowani do swojej własnej pracy badawczej w przedsiębiorstwie?
3. Jaki jest Państwa pomysł na projekt CSR? W jakim obszarze działania osadzili Państwo swoją pracę projektową? Dlaczego?
4. Czy byli Państwo w stanie zrealizować ją? Jaki jest stan sprawy? Jak wygląda Państwa dalsze postępowanie?
5. Czy były trudności ze wprowadzeniem (i realizacją) pomysłu projektowego w zakładzie pracy?
6. W jaki sposób zaangażowani w tę pracę zostali pracownicy/koledzy z pracy? Czy spotkali się Państwo ze zrozumieniem i czy była współpraca ze strony pracowników/kolegów z pracy?
7. Czy po kursie planowane są dalsze działania w zakresie CSR? Jakież?
8. Jak oceniają Państwo zakres czasowy dla własnego projektu badawczego? Zbyt krótki? Zbyt długi? Czy była wystarczająca ilość czasu na wypracowanie pomysłu projektowego?
9. Czy w tej fazie korzystali Państwo z konsultacji z wykładowcą? Co można byłoby zrobić lepiej?
10. Czy korzystali państwo ze strony internetowej o CSR? W jakim celu?

Główne pytania do wywiadów z wykładowcą

1. Jak było zorganizowane wsparcie dla uczestników podczas II fazy projektowej?
2. W jakim zakresie korzystano z konsultacji? W jakim obszarze istniało zapotrzebowanie na konsultację?
3. Czy coaching indywidualny jest prawidłową formą konsultacji w tej fazie projektowej lub czy zauważone zostało zapotrzebowanie na inne formy coachingu, np. na coaching grupowy?
4. Jaka jest Pana opinia o uczestnikach podczas II fazy projektowej? Czy były trudności, coś szczególnego podczas własnej pracy badawczej w zakładach pracy?
5. Czy pod kątem czasowym ta faza była zbyt długa, zbyt krótka na wprowadzenie/realizację pomysłów projektowych?

6. Jak ocenia Pan II fazę projektu w ramach tego kursu o CSR?

4.2.3. Pytania do części III i do całego kursu

Główne pytania do wywiadów z uczestnikami

1. Co się Państwu najbardziej podobało/nie podobało?
2. Co zabiorą Państwo ze sobą z całego kursu (w odniesieniu do tematyki CSR)?
3. Czy mogą/chcą Państwo kontynuować realizację CSR również w swoim zakładzie pracy? Gdzie w swoim przedsiębiorstwie stwierdzili Państwo kolejne zapotrzebowanie na działanie? W jakim obszarze?
4. Jak oceniają Państwo przebieg części III? Zbyt krótka? Zbyt długa? Czy była wystarczająca ilość czasu na dyskusję i wymianę doświadczeń?
5. Czy są Państwo zadowoleni z organizacji (wielkość pomieszczeń, przerwy na kawę, przerwy obiadowe, wykładowcy)? Co było dobre, a co nie?
6. Jak oceniają Państwo wykładowcę/wykładowców? Retorykę? Przekazywanie wiedzy? Wyjaśnienia na pytania?
7. Jak oceniają Państwo podział kursu na trzy części? Co uważają Państwo tutaj za dobre, a co za niezbyt dobre?
8. Jak oceniają Państwo korzyść z całego projektu (treści seminaryjne, fazy projektowe, itp.) dla swoich własnych „kwalifikacji w zakresie CSR” i implementacji CSR w swoim zakładzie pracy?
9. Czy patrząc wstecz na wszystkie 3 części kursu Państwa oczekiwania zostały spełnione czy też nie spełnione? Jak brzmi Państwa łączne podsumowanie?
10. Czy wzięliby Państwo udział w seminarium po raz kolejny? Czy poleciliby Państwo uczestniczenie innym osobom? Jeżeli tak, to komu?
11. Co moglibyśmy zrobić lepiej?

Główne pytania do wywiadów z wykładowcą

1. Jaka jest Pana ocena części III? Co uważał Pan za pozytywne, a co za negatywne?
2. Jak zorganizowano część III pod kątem metodycznym/w odniesieniu do treści?
3. Co zmieniłby Pan? Pod kątem treści? Metodyki?
4. Jak ocenia Pan realizację pomysłów projektowych?
5. Czy zakres materiału był zbyt duży, zbyt mały? Czy były trudności z poszczególnymi zakresami tematycznymi?
6. Czy zauważył Pan zapotrzebowanie na dodatkowe, nowe tematy (moduły tematyczne)?

7. Jaka jest Pańska ocena całego kursu? Jako ocenia Pan korzyści z całego projektu (treści seminaryjne, fazy projektowe, itp.) dla „kwalifikacji w zakresie CSR” uczestników i implementacji działań w zakresie CSR w zakładach pracy?
8. Czy jest Pan zadowolony z warunków ramowych seminarium (zakres czasowy, przerwy, atmosfera w pracy, motywacja uczestników, pomieszczenia seminaryjne)?
9. Jak ocenia Pan przygotowanie i organizację seminarium? Zadowolająco? Na co należy zwrócić uwagę w przyszłości i co należy zrobić lepiej?
10. Jak ocenia Pan podział kursu na 3 części?
11. Jak ocenia Pan realizację pomysłów CSR w zakładach pracy po seminarium?

4.3. Analiza wywiadów

Poniżej przedstawiona została w podsumowujący sposób analiza poszczególnych pytań, które - w uzupełnieniu odpowiedzi z kwestionariuszy - dają dodatkową wiedzę pod kątem przetransferowania kursu.

1. W jaki sposób zwrócili Państwo uwagę na seminarium?

W Polsce, jak również w Niemczech przedsięwzięto liczne, ukoronowane sukcesem działania w celu pozyskania uczestników: zaproszenia telefoniczne, mailowe lub drogą pocztową; informacje poprzez rozdawanie ulotek, na stronie internetowej, w newsletterze, poprzez informowanie uczestników innych imprez. Bardzo dobrze ocenione zostało osobiste poruszenie tematu uczestniczenia w kursie.

Uczestnicy z Polski i z Niemiec ocenili uzyskane na samym początku informacje jako wystarczające i obszerne.

2. Jakie były powody Państwa decyzji o uczestniczeniu w seminarium?

Motywy były różne. Do najczęściej wymienianych należały:

- aktualność tematu lub „słyszałem już kiedyś coś o tym, z tego powodu chciałbym wiedzieć, co to dokładnie jest”,
- temat „CSR” sam w sobie, wzgl. określone aspekty koncepcji CSR,
- realizacja praktyczna,
- wymiana wiedzy z innymi przedsiębiorstwami.

„W tym seminarium były wskazówki praktyczne, no i właśnie wymiana wiedzy z innymi przedsiębiorstwami. To jest wiedza i doświadczenie, które można zabrać ze sobą, co prowadzi do tego, że łatwiej jest realizować pewne rzeczy w zakładzie pracy, które chciało się już zrobić od dawna”. (przedsiębiorca z Hamburga)
„Brałem udział w podobnym szkoleniu i byłem ciekawy jak wygląda praktyczna strona tego szkolenia”. (przedsiębiorca z Łodzi)

3. Jak dużo wiedzieli Państwo o CSR przed seminarium?

Co Państwo już w tym zakresie zrobili?

Jakie doświadczenia w zakresie CSR zebrali Państwo wcześniej?

Określone aspekty koncepcji CSR nie były obce dla MiŚP w Niemczech, jak również w Polsce, jednak nie nazywały one swoich dotychczasowych aktywności mianem „CSR”. Nieodzwonne jest „przełożenie” tego określenia w celu zrozumienia i świadomego zajęcia się CSR.

„Od samego początku byliśmy (Berufsakademie Hanmburg) tego (istniejącej już wiedzy uczestników o CSR) świadomi i było to oczywiste, ale było to dla nas też ważne, aby podkreślić, że to co przedsiębiorstwa robiły dotychczas w zakresie CSR, można było robić bardziej efektywnie i skuteczniej, czyli zajmować się tym z perspektywy ekonomicznej i poznawać strategiczny CSR. Myślę że był to nowy element dla uczestników, że coś takiego można jeszcze bardziej konsekwentnie zaplanować i zrealizować. Mam nadzieję, że przedstawiony przez nas model był pomocny dla uczestników, że się im to podobało, a z drugiej strony, że mogą czerpać korzyści z tego, że otrzymali impuls i pomysły od innych uczestników, którzy opowiadali o tym, co zrobili. Być może jedna lub druga osoba wpadły na pomysł, który mogą wykorzystać i udoskonalić dla siebie.” (wykładowca z Hamburga)

Stwierdzono poza tym, że wprawdzie w Niemczech, jak również w Polsce istnieje świadomość określonych aspektów CSR, realizowane są określone działania, w szczególności w obszarze „spraw społecznych” i „spraw publicznych”, jednakże przedsiębiorstwom wciąż brakuje strategicznego CSR, który daje również korzyści ekonomiczne w ujęciu średnio- lub długoterminowym.

I tak przedsiębiorstwa wymienili pojedyncze działania, które wykonały do tej pory, jak np. sponsorowanie drużyny futbolowej, uczestnictwo w dobroczynnym maratonie, itp. Jednakże te działania są częściowo zdarzeniami jednorazowymi lub nieregularnymi, których się potem zaprzestaje z powodu „nieopłacalności”.

„Wiele przedsiębiorstw podkreśla często swoją odpowiedzialność społeczną przy okazji działań charytatywnych. CSR nie może z pewnością odwoływać się tylko do tego lub nawet być z tym zrównywany. Działania dobroczynne są wprawdzie nadzwyczaj ważne pod kątem odpowiedzialności społecznej przedsiębiorstw, jednakże jeżeli będą one z nimi jednostronnie kojarzone, to CSR będzie wciąż odbierany jako aktywność pro-społeczna, a nie jako społeczne i zorientowane na grupę docelową zaangażowanie w związku ze skutkami działalności gospodarczej firmy. Zaangażowanie społeczne może się zmieniać i może się wyrażać w formie aktywności dobroczynnych, marketingu społecznego, odpowiedzialności społecznej, Corporate Citizenship i firmy społecznej.” (wykładowca z Łodzi)

4. Co się Państwu szczególnie podobało w kursie?

Podsumowując, w Niemczech podkreślono w szczególności dwa aspekty:

1. własna praca badawcza w przedsiębiorstwie - praktyczna realizacja CSR we własnym zakładzie pracy,
2. wymiana doświadczeń: „w ten sposób dochodzi do nas to, co robią inni, otrzymujemy opinie lub słowa krytyki ze strony innych lub jesteśmy wspierani w dalszym postępowaniu”.

W Polsce bardzo wysoko oceniona została również wymiana doświadczeń między sobą, co podawano przeważnie jako odpowiedź.

5. Jak oceniają Państwo podział kursu na 3 części? Jaka jest Państwa łączna ocena kursu?

„Bardzo dobrym podziałem było to, że pierwszego popołudnia wypracowano pewne podstawy i to było przygotowaniem na drugi dzień. Nie byłoby tak dobrze, gdyby zrobiono to jednego dnia, od rana do wieczora. Dzięki temu treści z pierwszego dnia były pewnym przygotowaniem, nawiązaniem do drugiego dnia seminarium. Było to bardzo dokładne i bardzo dobre. Bardzo mi się to podobało.” (przedsiębiorca z Hamburga)

Zarówno wykładowcy, jak również uczestnicy bardzo wysoko ocenili cały kurs pod kątem treści, organizacyjnym i pod kątem układu. Bardzo pozytywnie oceniony został w Polsce i w Niemczech podział kursu, a w szczególności części praktycznej. Uczestnicy w Polsce mieli jednakże trudności z wykonaniem pracy projektowej: „w tym podziale powinno się w pierwszym rzędzie zwracać uwagę na możliwości uczestników odnośnie pracy projektowej.

Wynika to z indywidualnych założeń i zdolności. Nie wszyscy są w stanie szybko pisać, tak więc podczas sporządzania formalnych dokumentów odczuwają wewnętrzny opór. Powinno się im wtedy pomagać poprzez spotkania, konsultacje lub wspólną pracę nad ostateczną wersją projektu.”

Poza tym przedsiębiorstwa w Niemczech i w Polsce miały początkowe problemy z opracowaniem indywidualnego rozwiązania dla swojego własnego przedsiębiorstwa: w jakim obszarze w przedsiębiorstwie powinien być wprowadzany CSR? Jak to znaleźć? Co chciałbym spowodować programem CSR w przedsiębiorstwie?

Z tego powodu „opłacałoby się zaplanować więcej czasu na indywidualne konsultacje przy opracowywaniu indywidualnych pomysłów projektowych i realizacji CSR”. Coaching podczas części praktycznej był bardzo intensywnie wykorzystywany w Polsce. Wykładowca odwiedzał poszczególne przedsiębiorstwa, aby wspólnie pracować przy wypracowaniu i realizacji pomysłów projektowych i wprowadzeniu CSR w przedsiębiorstwie.

Uczestnicy stanęli poza tym przed wyzwaniem (w przypadku gdy uczestnik nie był równocześnie zarządzającym firmy), aby przekonać strukturę kierowniczą do wprowadzenia CSR w przedsiębiorstwie. Było to trudne szczególnie wtedy, jeżeli implementacja działań CSR była początkowo połączona z wydatkami. Ten krok oceniony został nawet jako najtrudniejszy w całym procesie:

„Najtrudniejsze we wprowadzaniu CSR w naszym przedsiębiorstwie było przekonanie starszego członka zarządu. To jest również powód tego, dlaczego nie robiliśmy wcześniej nic w odniesieniu do CSR... Argumentem przeciwko CSR jest naturalnie zawsze strona finansowa, ponieważ gdy chce się coś zmienić, to zawsze nasuwa się pytanie, ile to będzie kosztowało, a nie co to może dać przedsiębiorstwu. Poza tym starszemu pokoleniu udawało się długo przeżyć bez CSR, dlatego też niektórzy pytają, dlaczego teraz CSR jest ważny i co to ma dać? Kiedyś tego nie było, to dlaczego potrzebujemy to teraz?” (pracownik z zakładu pracy z Hamburga)

6. Jaki obszar CSR uważają Państwo za ważny w swoim przedsiębiorstwie?

Przedsiębiorcy upatrują w CSR bardzo ważną drogę, aby uporać się z obecnymi, jak również przyszłymi wyzwaniami. Ten aspekt doszedł wyraźnie do głosu, gdy chodziło o wypracowanie pomysłów projektowych w drugiej, praktycznej części seminarium. Wiele przedsiębiorstw dokonywało wyboru na bazie pytań: gdzie istnieje aktualne zapotrzebowanie? Z jakimi problemami w przedsiębiorstwie należy się uporać w chwili obecnej lub w przyszłości?

W perspektywie braku wyspecjalizowanej kadry, w Niemczech szczególnie zainteresowaniem cieszyły się tematy przywiązania i rekrutacji pracowników z obszaru działania „Miejsce pracy”.

„Obszar „Miejsce pracy” i kwestia, jak traktować swoich pracowników są dla nas bardzo ważne. Muszę ich chronić i o nich dbać, ponieważ to w zasadzie podstawa. Pracownicy są największym kapitałem, który posiadamy my - przedsiębiorcy, dlatego ważne jest aby współpracować w grupie, trafiać do pracowników, aby między nami panowała dobra atmosfera, aby ich codzienna praca była możliwie przyjemna i aby w razie potrzeby zredukować obciążenie spowodowane pracą”. (przedsiębiorca z Hamburga)

Kolejnym ważnym obszarem działania było „Środowisko naturalne”. W centrum zainteresowania w Polsce znajdowało się zaangażowanie społeczne we wspólnocie lokalnej, ponieważ

„Wywieranie wpływu na rozwój wspólnoty lokalnej przez pryzmat lokalnych struktur społecznych jest bardzo efektywne i mobilizujące społecznie, co pozytywnie oddziałuje na każdorazową wspólnotę. Powodem małego zaangażowania są również nieduże zasoby finansowe przedsiębiorstw... MiŚP można oferować różne programy, przede wszystkim programy pomocowe w przypadku wykluczenia społecznego młodych ludzi z domów dziecka lub dla młodzieży z małych miasteczek stojących przed decyzjami mającymi wpływ na ich dalszą drogę życiową” powiedział wykładowca z Łodzi.

W związku z tym intensywnie dyskutowano o Human Ressource Management, odpowiedzialnym zachowaniu konsumenckim i o ochronie środowiska naturalnego.

7. Czy mają Państwo propozycje, co możemy poprawić w seminarium?

Czym powinniśmy zająć się szczególnie następnym razem?

Co się Państwu rzuciło w oczy? Co było niezbyt dobre?

- W Niemczech było duże zapotrzebowanie na dyskusję na temat *komunikacji w zakresie CSR* i pod kątem pytań ze slajdów seminaryjnych (slajd 24): co Państwo powinni osiągnąć jako efekt zewnętrzny? Z jakimi aktywnościami w zakresie CSR chcieliby być Państwo kojarzeni? Do kogo skierowane jest Państwa posłannictwo w zakresie CSR? Kto powinien komunikować o Państwa aktywnościach w zakresie CSR? Poza tym pojawiło się pytanie, jakie formy komunikacji są efektywne, a równocześnie niedrogie? Tymczasem wymieniano tutaj przestarzały środek komunikacji wzgl. pojawiania się na arenie publicznej za pośrednictwem gazety lub

katalogu branżowego (drogo i często mały obszar dystrybucji). Jest to temat, którym należałoby się zająć bardziej obszernie w przyszłości.

- Początkowymi problemami zarówno w Polsce, jak również w Niemczech było najpierw znalezienie tematu i opracowanie indywidualnych rozwiązań. W tej fazie bardzo ważne były sugestie innych uczestników, impulsy i wkład wykładowcy w części I kursu i dalsze wsparcie w części II. Przykładowo wykładowca w Polsce odwiedzał podczas samodzielnej pracy badawczej wiele przedsiębiorstw i wspólnie z nimi opracowywał strategię. W Niemczech wykładowca był również do dyspozycji, dodatkowo opracowano podręcznik ze wspomagającymi kwestiami, tak aby pokierować uczestnikami podczas własnej pracy badawczej.
- Wprowadzenie i realizację CSR w przedsiębiorstwie utrudniają bez wątpienia ograniczone zasoby ekonomiczne i społeczne w wielu MiŚP, nie jest to jednakże niemożliwe. Praca społeczna i wspólnota lokalna są zresztą związane z rzemiosłem, jednakże nie można zrównywać CSR z dobroczynnością, ponieważ CSR oznacza zarówno innowacje na różnych polach CSR w przedsiębiorstwie i poza nim: innowacje procesowe, organizacyjne lub produktowe - aby wymienić tylko kilka z nich. Ważne jest, aby przekazać, że w przypadku planowania, wprowadzania i realizacji działań CSR w zakładzie pracy nie powinno chodzić o jednorazowe i krótkotrwałe działania w zakresie CSR, lecz muszą być one stosowane strategicznie i długoterminowo, tak aby móc czerpać z nich korzyści w szerszym horyzoncie czasowym.

4.4. Certyfikat i egzaminy

Uczestnicy kursu w Niemczech preferowali zdanie egzaminu z tego uzupełniającego doksztalcania, co mogłoby być podstawą dalszego budowania ich życiorysu zawodowego. Natomiast wszyscy uczestnicy w Polsce prosili o wydanie certyfikatu, ale zdawanie egzaminu, tak aby otrzymać oficjalnie uznawany dyplom ukończenia uzupełniającego doksztalcania zawodowego, wchodziło w rachubę tylko dla połowy z nich.

5. Egzamin końcowy i uznawanie na arenie międzynarodowej¹⁵

5.1. Zalecenia

Zaleca się, aby zakończyć kurs "Społecznej odpowiedzialności biznesu dla MiSP" („Corporate Social Responsibility for SMEs”) uznawanym egzaminem. Do tego celu został opracowany specjalny przepis prawa, więcej informacji w rozdziale 5.2.

Niemniej jednak, takie uznawane egzaminy z nauki uzupełniającej nie istnieją we wszystkich krajach lub mogą być wdrażane jedynie przez właściwe odpowiedzialne ministerstwa. W takich przypadkach zalecany jest wewnętrzny egzamin końcowy na podstawie czytelnych przepisów egzaminacyjnych. Egzamin tego typu powinien obejmować zastosowanie umiejętności nabytych w trakcie kursów, a nie ograniczać się tylko odpytania wiedzy. Może to nastąpić poprzez takie mechanizmy jak przygotowanie zadań z zakresu CSR dla własnej firmy i przedstawienie ustnej prezentacji przed gremium wykładowców i ekspertów. W oparciu o udział i zaangażowanie w kurs i egzamin końcowy, uczestnicy powinni otrzymać kwalifikowany certyfikat, który zostanie im wręczony na spotkaniu kończącym kurs.

Podczas egzaminu zaleca się dokonanie oceny w formie przyznawania punktów zaliczeniowych. Ocena może być oparta na następujących punktach zaliczeniowych: według zasady "25 godzin szkoleniowych = 1 punkt zaliczeniowy" podczas całego kursu będzie można uzyskać maksymalnie 10 punktów zaliczeniowych. Natomiast ocena z każdego kursu nie stanowi wyłącznie podsumowania liczby godzin szkolenia, lecz zależy od nakładu pracy. Partnerzy projektu proponują następującą maksymalną liczbę punktów zaliczeniowych dla poszczególnych komponentów kursu:

Tabela 1: Ocena za pomocą punktów

Główne moduły	Punkty zaliczeniowe
Część I seminarium "Wiedza"	3.6
Część II seminarium "Własna praca badawcza i praca nad CSR"	3.8
Część III seminarium "Refleksje, pogłębianie widzy, perspektywy "	2.6
Suma	10.0

Części I i III seminarium są podzielone na dalsze moduły, w których można otrzymać następującą liczbę punktów zaliczeniowych:

¹⁵ Obszerne sprawozdanie znajduje się na: [Corporate Social Responsibility for SMEs](#) - klasyfikacja przekazywanych kompetencji w ramach kwalifikacji nadbałtyckich i ocena modułów w zakresie dokształcania w formie punktów kredytowych (credit points), Hamburg 2013.

Tabela 2: Ocena Modułów Głównych, część I seminarium "Wiedza"

Poszczególne moduły	Punkty
A) Podstawy, definicje i znaczenie CSR dla przedsiębiorstw	0.7
B) Obszar działania: Rynek	0.7
C) Obszar działania: Środowisko naturalne	0.6
D) Obszar działania: Miejsce pracy	1.0
E) Obszar działania: Sfera społeczna	0.6
Suma:	3.6

Tabela 3: Ocena Modułów Głównych, Część III seminarium "Refleksje, pogłębianie widzy, perspektywy "

Poszczególne moduły	Punkty
A) Analiza i ocena działań CSR przeprowadzonych w części II	0.5
B) Identyfikacja ekonomicznych zasad działań CSR	0.9
C) Klasyfikacja / integracja działań z zakresu CSR w łańcuchu tworzenia wartości	0.5
D) Etapy realizacji działań z zakresu CSR we własnej firmie	0.7
Suma:	2.6

Kraje bałtyckie uznają wzajemnie ważność kursu, jeśli spełnione są następujące warunki:

- a) zostanie zdany egzamin końcowy,
- b) ocena kursu została przeprowadzona w 10 punktowej skali zaliczeniowej, przy czym do zaliczenia wymagane jest co najmniej 8 punktów (20% margines tolerancji).
- c) nabyto umiejętności we wszystkich trzech podstawowych modułach.

Dla każdego kandydata może być również złożony wniosek i wydawany europejski certyfikat szkoleniowy "Europass", o ile kandydat uprzednio nie uzyskał takiego certyfikatu. W dokumencie tym będą opisane wszystkie zdobyte kwalifikacje i kompetencje, jak również treść i wyniki kursu o "Społecznej odpowiedzialności w biznesie dla MiŚP".

5.2. Przepisy ustawowe dla egzaminów z zakresu doskonalenia zawodowego

Właściwe regulacje zawodowe dla egzaminów z doskonalenia zawodowego - eksperci w zakresie CSR - dla małych i średnich przedsiębiorstw (Izba Rzemieśnicza) od 1 stycznia 2013 r.

Na podstawie uchwał komisji doskonalenia zawodowego z dnia 6 listopada 2012 roku i zgromadzenia plenarnego z 11 listopada 2012 roku Izba Rzemieśnicza w Hamburgu jako jednostka właściwa wydała stosownie do §§ 42 a, 44 ust. 4, 91 ust. 1 nr 4a, 106 ust. 1 nr 10 regulaminu rzemieślniczego w wersji obwieszczonej 24 września 1998 (Federalny Dziennik Ustaw I str. 3074; 2006 I str. 2095), ostatnio zmienionego artykułem 33 ustawy z dnia 20 grudnia 2011 (Federalny Dziennik Ustaw I str. 13412854), następujące szczególne przepisy prawne dla egzaminu z zakresu doskonalenia zawodowego na eksperta w zakresie Corporate Social Responsibility dla małych i średnich przedsiębiorstw (Izby Rzemieśniczej).

§ 1 Cel egzaminu i opis zakończenia

(1) Dzięki egzaminowi na „eksperta w zakresie Corporate Social Responsibility dla małych i średnich przedsiębiorstw” trzeba stwierdzić, czy egzaminowany posiada konieczną wiedzę, zdolności i doświadczenie ekonomiczne, które predysponują go do wypełniania zadań ekonomicznych w nacechowanych rzemieślniczo obszarach działań, w celu budowy i rozbudowy odpowiedzialności społecznej w małych i średnich przedsiębiorstwach. W szczególności należą do tego następujące działania:

- analiza uwarunkowań zakładowych pod kątem ich aktualnego i przyszłego potencjału w zakresie CSR,
- składanie ekonomicznie uzasadnionych propozycji w celu utrwalenia działań w zakresie CSR,
- posuwanie naprzód realizacji zadań w zakresie CSR w zakładzie pracy,
- badanie przydatności zakładu pracy do działań w zakresie CSR,
- opracowywanie propozycji optymalizacyjnych w celu usprawnienia działań CSR.

(2) Zdany z powodzeniem egzamin uprawnia do uzyskania tytułu „specjalisty w zakresie Corporate Social Responsibility / specjalistki w zakresie Corporate Social Responsibility ” dla małych i średnich przedsiębiorstw (Izby Rzemieśniczej)”.

§ 2 Założenia dopuszczania

(1) Do egzaminu należy dopuścić tego, kto udokumentuje zdany z powodzeniem egzamin czeladniczy, wzgl. egzamin końcowy z nauki uznawanego zawodu, jak też ugruntowaną wiedzę i doświadczenie ekonomiczne.

(2) Odmienne od ust. 1 do egzaminu należy dopuścić również tego, kto poprzez okazanie świadectw lub w inny sposób uwiarygodni nabycie wiedzy, zdolności i doświadczenia usprawiedliwiających dopuszczenie do egzaminu.

(3) Przy dopuszczaniu do egzaminu należy uwzględnić zagraniczne dokumenty edukacyjne i okresy pracy zawodowej za granicą.

§ 3 Struktura i treść egzaminu

(1) Egzamin obejmuje obszerną pracę projektową, związaną z nią prezentację i nawiązującą do niej rozmowę specjalistyczną.

(2) Egzaminowany ma udokumentować, że jest w stanie zaplanować, wykonać i przeprowadzić ewaluację projektu w zakresie CSR, który jest związany z zakładem pracy. Należy do tego:

- pokazanie obszarów działania w zakresie CSR w MiŚP,
- zaplanowanie aktywności w zakresie CSR w zakładzie pracy,
- przedstawienie plusów i minusów przy realizacji aktywności w zakresie CSR w zakładzie pracy,
- zaszczepienie aktywności w zakresie CSR w zakładzie pracy w charakterze projektu,
- działania w celu sprawdzenia przydatności aktywności z zakresu CSR w zakładzie pracy,
- opracowanie danych liczbowych.

§ 4 Przeprowadzenie i czas trwania egzaminu

(1) Egzamin zostanie przeprowadzony w formie pracy projektowej i prezentacji w połączeniu z rozmową o specjalizacji. Temat pracy projektowej zostanie narzucony przez komisję egzaminacyjną. Można uwzględnić propozycje uczestnika/uczestniczki egzaminu. Zakres pracy powinien być ograniczony przez komisję egzaminacyjną. Pracę projektową należy sporządzić w formie pisemnej. Czas na opracowanie wynosi 30 dni kalendarzowych.

(2) W prezentacji związanej z rozmową o specjalizacji powinny być przedstawione i uzasadnione rezultaty pracy projektowej. Opierając się na prezentacji, z treści zawartych w §3 ustęp 2 powinno się zbadać w tym miejscu również aspekty pogłębiające lub rozszerzające temat.

(3) Prezentacja i rozmowa o specjalizacji nie powinny trwać łącznie dłużej niż 45 minut, prezentacja nie powinna być zasadniczo dłuższa niż 15 minut.

(4) Prezentację i rozmowę o specjalizacji należy przeprowadzić tylko wtedy, gdy praca projektowa została oceniona przynajmniej na ocenę dostateczną.

§ 5 Regulacja odnośnie wagi poszczególnych kryteriów i zaliczenia

(1) Pracę projektową i prezentację w połączeniu ze specjalistyczną rozmową należy ocenić osobno, przy czym prezentacja i rozmowa specjalistyczna mają być podsumowane jedną oceną egzaminacyjną.

(2) Części egzaminu mają następującą wagę:

praca projektowa: 50%

średnia arytmetyczna z prezentacji i rozmowy specjalistycznej: 50%.

(3) Egzamin jest zdany, jeżeli z pracy projektowej, prezentacji i rozmowy specjalistycznej uzyskano każdorazowo przynajmniej oceny dostateczne.

(4) Egzamin jest zdany, jeżeli osiągnięcia w klasyfikacji łącznej ocenione zostały w stopniu przynajmniej dostatecznym.

(5) Ze zdania egzaminu należy wystawić świadectwo, z którego wynikają oceny każdej części egzaminu i łączna ocena z egzaminu.

§ 6 Zaliczanie innych osiągnięć egzaminacyjnych

(1) Izba Rzemieśnicza może na wniosek egzaminowanego zwolnić go ze zdawania poszczególnych części egzaminu, jeżeli z pozytywnym skutkiem zdał on inny porównywalny egzamin przed właściwą instytucją, przed publicznym lub uznawanym przez państwo instytutem kształcenia lub przez państwową komisją egzaminacyjną i gdy zgłoszenie na egzamin z nauki uzupełniającej stosownie do niniejszego przepisu prawnego odbędzie się w ciągu pięciu lat od obwieszczenia o złożeniu innego egzaminu. Niedopuszczalne jest całkowite zwolnienie ze wszystkich części egzaminacyjnych.

(2) Komisja egzaminacyjna ds. nauki uzupełniającej decyduje na wniosek egzaminowanego również o zwolnieniu na podstawie zdanych egzaminów zagranicznych.

§ 7 Powtórka egzaminu

(1) Egzamin, który nie został zdany, może być powtarzany dwukrotnie.

§ 8 Zastosowanie innych przepisów

O ile niniejsze przepisy prawne nie zawierają żadnych odmiennych regulacji, to do organizacji egzaminów z nauki uzupełniającej należy stosować regulamin egzaminacyjny Izby Rzemieśniczej w Hamburgu w każdorazowo obowiązującej wersji.

§ 9 Wejście w życie

Te specjalne przepisy prawne wchodzi w życie w dniu po ich opublikowaniu w dzienniku informacyjnym Izby Rzemieśniczej w Hamburgu.

Hamburg, 13 grudnia 2012 r.

Izba Rzemieślnicza w Hamburgu

Prezes Główny Dyrektor Naczelny

Josef Katzer Frank Glücklich

Publikacji w dzienniku informacyjnym Izby Rzemieślniczej w Hamburgu dokonano 1 lutego 2013 r.

5.3. Certyfikat

Przykład certyfikatu z kursu w Polsce.



Hanse-Parlament



IZBA RZEMIEŚLNICZA
W ŁODZI

CERTYFIKAT

pan/pani

>nazwisko<

wziął/wzięła z powodzeniem udział w kursie doształcającym na temat

Corporate Social Responsibility dla ekspertów w Małych i Średnich Przedsiębiorstwach

Kurs odbył się w okresie 31.05.2012 - 19.10.2012 w Łodzi (Polska) i składał się z trzech części kształcenia uzupełniającego, w których alternatywnie przekazano, zajęto się w rozszerzonym stopniu i przyswojono sobie następujące treści:

I część kursu: 31.05.2012 – 01.06.2012 (minimum 12 godzin)

- moduł A: podstawy, definicje i znaczenie
- moduł B: CSR pole działania: rynek
- moduł C: CSR pole działania: środowisko
- moduł D: CSR pole działania: miejsce pracy
- moduł E: CSR pole działania: sprawy publiczne

II część kursu: 01.06.2012 – 18.10.2012 (120-180 godzin)

- moduł F: własne studia/praktyka
- moduł G: wprawianie się w sposobach postępowania z CSR w zakładzie

III część kursu: 18.10.2012 – 19.10.2012 (minimum 15 godzin)

- moduł H: modele i instrumenty
- moduł I: kroki w realizacji
- moduł J: refleksje
- moduł K: dalsze rozszerzenia z ukierunkowaniem zawodowym
- moduł L: warsztaty CSR z innymi osobami z przedsiębiorstwa: praktyka spotyka się z nauką, udoskonalenia; plany w przedsiębiorstwach

Łódź, 19 października 2012 roku

nazwisko, stanowisko w instytucji + podpis , pieczęć



uczenie się
przez całe
życie

6. Inne wskazówki

1. Zawiadomienie i reklama kursu

Sprawdziło się, że dużym plusem jest anonsovanie kursu różnymi metodami, tak aby poinformować i pozyskać dla kursu potencjalnych uczestników: informacjami na stronie internetowej, rozprowadzaniem ulotek, zaproszeniami pocztowymi, mailowymi, telefonicznie lub w formie informacji podczas innych imprez. Dzięki opinii ze strony organizatorów i uczestników obu kursów w Polsce i w Niemczech najbardziej efektywną drogą pozyskiwania uczestników było indywidualne docieranie do przedsiębiorstw w formie telefonicznej lub podczas innych imprez.

2. Wymagania w stosunku do wykładowców

Wykładowcy powinni być ekspertami w zakresie CSR, wzgl. posiadać ugruntowaną wiedzę w tym obszarze. Powinni mieć również dobrą wprawę w przekazywaniu kompetencji poprzez stosowanie różnorodnych metod dydaktycznych.

3. Wielkość i skład grup uczestników

Zalecana wielkość grupy to 12 a 20 uczestników. Mniejsze grupy sprzyjają bardziej intensywnemu zajmowaniu się tematem na zajęciach, wymianie doświadczeń między sobą, obszernym zajmowaniu się pytaniami poszczególnych osób, jak również bardziej rozległym opiniom ze strony wykładowcy i innych uczestników podczas prezentacji końcowej pomysłu projektowego z zakresu CSR.

Uczestnicy czerpali bardzo duże korzyści z wzięcia udziału w kursie przez zarządzającego firmą i dalszego pracownika przedsiębiorstwa. Umożliwia to wspólną naukę i wymianę doświadczeń w obrębie przedsiębiorstwa, jak również głębsze zaszczepienie koncepcji CSR w przedsiębiorstwie. O ile umożliwia to struktura przedsiębiorstwa, to zalecane jest uczestnictwo właściciela/zarządzającego firmą i pracownika.

4. Najlepsze przykłady z praktyki

W obu kursach testowych stwierdzono, że bardzo ciężko jest zrobić krok od teoretycznej koncepcji CSR do praktycznego opracowania własnej koncepcji CSR w przedsiębiorstwach. W tym przypadku bardzo pomocne mogą być najlepsze przykłady z praktyki przedsiębiorstw (wymiana doświadczeń w części I), które realizowały u siebie CSR, tak aby pokazać przedsiębiorstwom różnorodne obszary CSR w praktyce.

5. Wymogi lokalowe

Odpowiednia wielkość pomieszczenia, dobra akustyka i pełne wyposażenie techniczne pomieszczeń szkoleniowych są zewnętrznymi warunkami udanej realizacji zajęć prezentacyjnych.

W Polsce uczestnicy ocenili bardzo pozytywnie, że zajęcia prezentacyjne (część I i II) odbyły się poza Łodzią z możliwościami noclegu. Było to korzystne dla przyjeżdżających z daleka,

poza tym - jak stwierdził pewien przedsiębiorca z Łodzi „można się było wyłączyć od problemów dnia codziennego i lepiej skoncentrować się na treści seminarium”.

6. Formy realizacji

Kurs jest zbudowany w ten sposób, żeby możliwe były formy realizacji alternatywnej:

- a) w godzinach wieczornych i w weekendy,
- b) w pełnym zakresie czasowym.

W fazie testowej seminarium było oferowane w formie „lunch-to-lunch”, tzn. zajęcia prezentacyjne (część I i II kursu) przeprowadzane były od popołudnia do wieczora i następnego dnia od rana do późnego popołudnia. Te ramy czasowe kursu zostały ocenione w Niemczech i w Polsce jako odpowiednie. To, czy seminarium odbywa się w tygodniu lub w weekend, zależy od właściwych krajowych warunków i popytu na miejscu.

Druga część kursu - własna praca badawcza, to najbardziej obszerna część z zadaniami kursowymi, na co powinno się zaplanować wystarczającą ilość czasu, przynajmniej 3-4 miesiące.

Z uwagi na stwierdzone trudności uczestników w praktycznym opracowywaniu koncepcji CSR po przekazaniu wiedzy teoretycznej w części I, wymagany jest intensywny, indywidualny coaching, w szczególności na początku własnej pracy badawczej. W części III kursu odbywały się krótkie prezentacje uczestników na temat ich własnych pomysłów CSR w przedsiębiorstwie. Duże znaczenie ma feedback ze strony wykładowcy i innych uczestników odnośnie dalszego postępowania, stąd też konieczne jest zaplanowanie na to dostatecznej ilości czasu. Jeżeli nie wszyscy uczestnicy mają tę możliwość lub jeżeli mają przeszkody we wzięciu udziału, to powinna być zaoferowana możliwość opiniowania w osobistej rozmowie.

Stwierdzone zostały poza tym trudności w sporządzaniu koncepcji projektowych wskutek brakujących zdolności obsługi komputera. W razie potrzeby powinny być oferowane oddzielne szkolenia w tym zakresie.

7. Ewaluacja

Obszerna ewaluacja kursów, jak podczas tych obu kursów testowych jest w dalszej części realizacji zbyteczna, jednakże konieczne należy zasugerować krótki feedback ze strony uczestników w formie pisemnej lub ustnej, tak aby wychwycić silne i słabe strony zrealizowanego działania i dalej udoskonalać kurs.

7. Załączniki

7.1. Załącznik 1: slajdy z prezentacji - zajęcia prezentacyjne część I

7.2. Załącznik 2: podręcznik dla uczestników

7.3. Załącznik 3: kwestionariusze – część I, część II, część III