

Gonilna sila vztrajnih – dejavniki, ki spodbujajo zaposlene k prostovoljskim aktivnostim

Petra Maglica, Maja Dolinar

Dejavniki, ki prispevajo k vztrajanju zaposlenih pri prostovoljstvu v organizacijah, so v Sloveniji še slabo raziskani. V raziskavi sva le-te poskusili identificirati s pomočjo prilagojenega Grantovega modela prostovoljstva. V raziskavi je sodelovalo 61 zaposlenih iz različnih organizacij v Sloveniji, ki so že sodelovali v korporativnem prostovoljstvu, s povprečno starostjo 41 let. Pri obdelavi podatkov sva, zaradi majhnega vzorca, uporabili neparametrične teste. Statistično značilno povezavo sva ugotovili med kontinuirano udeležbo v korporativnem prostovoljstvu in tremi podlestvicami: smiselnostjo prostovoljske aktivnosti, podporo in prepoznavanjem s strani delodajalca ter z usklajenostjo vrednot. Omenjeni dejavniki se tako povezujejo z odločitvijo, da bodo korporativni prostovoljci vztrajali s prostovoljskim delom. Ugotovili sva, da ni pomembnih razlik med starejšimi in mlajšimi zaposlenimi v vztrajnosti pri opravljanju korporativnega prostovoljskega dela ter da ni povezave med stopnjo izobrazbe in vztrajnostjo pri opravljanju korporativnega prostovoljstva. Rezultati te raziskave so uporabni za delodajalce, ki bi radi spodbudili svoje zaposlene pri vztrajanju v korporativnem prostovoljstvu in izboljšali zadovoljstvo svojih zaposlenih. Hkrati pa upava, da bodo delodajalci videli v družbeno odgovornem ravnanju vrednost, ki lahko koristi ne le prejemnikom pomoči, temveč tudi zaposlenim in organizaciji.

Uvod

V zadnjem času je po svetu viden porast korporativnega prostovoljstva, v okviru katerega zaposleni dobijo priložnost, da vložijo svoj čas v prostovoljsko dejavnost, ki jo pripravi njihova organizacija. Veliko zaposlenih, zlasti mlajše generacije, vidijo korporativno prostovoljstvo kot pomemben del pozitivnega delovnega okolja (van Schie idr., 2019). Večkratno vključevanje zaposlenih v aktivnosti korporativnega prostovoljstva prinaša številne prednosti. Vztrajanje v korporativnem prostovoljstvu za organizacijo pomeni prihranek denarja in časa, ki bi ju sicer vložila v usposabljanje novih prostovoljcev (Grant, 2012). Pri določenih prostovoljskih aktivnostih je za doseganje sprememb potrebno večkratno vključevanje zaposlenih v korporativno prostovoljstvo. Pogosto so zaposleni glavni pobudniki korporativnega prostovoljstva, pri čemer imajo največjo vlogo ravno tisti zaposleni, ki so v njem že večkrat sodelovali (Muthuri idr., 2009). Zaposleni, ki kontinuirano sodelujejo v korporativnem prostovoljstvu, lahko svoje sodelavke in sodelavce aktivno vabijo in spodbujajo, da se vključijo v prostovoljske aktivnosti znotraj organizacije (van Schie idr., 2019). Zaposleni, ki so bili vključeni v korporativno prostovoljstvo, so se bolj identificirali s svojimi nadrejenimi in postali bolj predani organizaciji (Grant, 2012), hkrati pa so bili bolj zavzeti za svoje delo, kar se je pozitivno povezovalo z njihovo delovno uspešnostjo (Rodell, 2013). Prav tako korporativno prostovoljstvo lahko pritegne nove zaposlene, saj se bodo ti raje zaposlili v organizaciji, ki je družbeno odgovorna (Grant, 2012).

Korporativno prostovoljstvo je prisotno tudi v Sloveniji. Primeri organizacij, ki se ukvarjajo ali pa so se ukvarjale s korporativnim prostovoljstvom v Sloveniji, so Pozavarovalnica Sava d.d., Aerodrom Ljubljana, Hewlett Packard, L'Oreal Slovenija, Krka d.d. ipd. (Slovenska filantropija, b. d.). Čeprav veliko organizacij pri nas izvaja korporativno prostovoljstvo, trenutno še ni slovenske študije, ki bi to področje bolj podrobno raziskala. V svoji raziskavi sva se zato odločili usmeriti na slovenske korporativne prostovoljce, specifično pa na dejavnike, ki prispevajo k njihovem vztrajanju v korporativnem prostovoljstvu.

Hkrati je namen raziskave dobiti splošen pregled in bolje razumeti, zakaj nekateri zaposleni sodelujejo v korporativnem prostovoljstvu le enkrat ter kako jih lahko nadrejeni in organizacije spodbujajo, da vztrajajo v prostovoljskih aktivnostih. Pri pripravi in izvajanju korporativnega prostovoljstva imajo namreč organizacije večje izzive s tem, kako spodbujati svoje zaposlene,

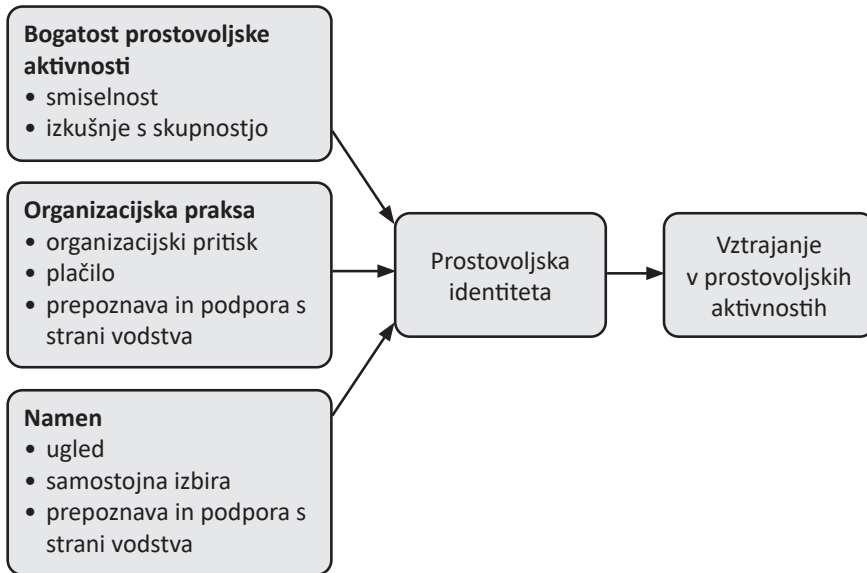
da ostanejo korporativni prostovoljci, kot pa z izzivom, kako naj jih privabijo k sodelovanju (Grant, 2012). Najina raziskava prispeva k poglobljenemu razumevanju in razvoju teorije o vztrajanju zaposlenih pri korporativnem prostovoljstvu, saj na tem področju še vedno ne obstaja teorija, ki bi uspešno opisala povezave pomembnih dejavnikov z vztrajanjem zaposlenih pri korporativnem prostovoljstvu. Le-te dejavnike pa sva preučevali v odnosu s pokazateljema kontinuiranega sodelovanja (večkratno sodelovanje in število ur) pri korporativnem prostovoljstvu v zadnjih dveh letih.

Prilagojeni Grantov model prostovoljstva

V raziskavi sva se osredotočili na dejavnike prirejenega modela prostovoljstva (slika 1) S. van Schie in sodelavcev (2019), ki ga je prvi opisal Grant (2012). Avtorji (van Schie idr., 2019) v modelu predpostavljajo obstoj dejavnikov, ki vplivajo na vztrajanje zaposlenih v korporativnem prostovoljstvu in vplivajo na razvoj prostovoljske identitete. S. van Schie in sodelavci (2019) predpostavljajo, da so tako bogatost prostovoljskih aktivnosti kot organizacijske prakse in namen prostovoljskih aktivnosti direktno povezani s kontinuiranim korporativnim prostovoljskim delom. Predpostavljajo, da to pozneje prispeva k razvoju prostovoljske identitete. Le-ta se pri zaposlenih obravnava kot glavni napovednik kontinuiranega sodelovanja v korporativnem prostovoljstvu (van Schie idr., 2019). Proces ponotranjenja prostovoljske aktivnosti je ključnega pomena za učinkovito in uspešno vztrajanje pri korporativnem prostovoljstvu (Grant, 2012).

Dejavniki v prirejenem Grantovem modelu so razdeljeni v tri lestvice: bogatost prostovoljskih aktivnosti, organizacijska praksa in namen prostovoljskih aktivnosti. Na sliki 1 je prikazan prilagojeni Grantov model prostovoljstva (van Schie idr., 2019), in sicer tako lestvice kot tudi podlestvice. Le-te predstavljajo dejavnike, ki vplivajo na vztrajanje zaposlenih v prostovoljskih aktivnostih. Bogatost prostovoljske aktivnosti so avtorji opredelili z dvema podlestvicama – smiselnost in izkušnje s skupnostjo. Organizacijska praksa ima tri podlestvice, organizacijski pritisk na zaposlenega s strani vodje, plačilo ter prepoznavna in podpora s strani vodstva. Tretji dejavnik, namen, ima prav tako tri podlestvice, ugled in samostojna izbira prostovoljske aktivnosti ter vrednote (van Schie idr., 2019).

Dejavniki, ki vplivajo na nadaljevanje korporativnega prostovoljstva, so slabo raziskani (Grant, 2012), zato bova v nadaljevanju podrobneje opisali dejavnike, ki jih nekateri avtorji navajajo kot pomembne.



Slika 1: Prilagojeni Grantov model prostovoljstva (po Van Schie, 2019).

Dejavniki, ki spodbujajo zaposlene pri vztrajanju v korporativnem prostovoljstvu

Med dejavniki, ki so pomembni za vključevanje v korporativno prostovoljstvo, so tudi demografske značilnosti, zlasti starost in izobrazba zaposlenih. Raziskave nakazujejo, da se bodo v korporativno prostovoljstvo verjetneje vključili starejši in visoko izobraženi posamezniki (de Gilder idr., 2005), kar pa ne nakazuje nujno tudi vztrajanja v korporativnem prostovoljstvu (Grant, 2012). Druge raziskave pa navajajo, da generaciji Y (Boštjančič idr., 2018) oziroma »milenijcem« (van Schie idr., 2019) predstavlja korporativno prostovoljstvo temeljno komponento pozitivnega delovnega okolja (Boštjančič idr., 2018; van Schie idr., 2019). Med pregledom raziskav nisva zasledili raziskave, ki bi med morebitne dejavnike vključila tudi demografske značilnosti in raziskala, ali obstaja povezava med starostjo in izobrazbo ter vztrajnostjo v korporativnem prostovoljstvu, zato sva se odločili preveriti to povezavo.

Izkušnje

Raziskave kažejo, da je vztrajanje zaposlenih pri korporativnem prostovoljstvu določeno z izkušnjami, ki jih zaposleni dobijo v času teh prostovoljskih aktivnosti (Grant, 2012). Booth in sodelavci (2009) so ugotovili, da je

število opravljenih ur v okviru prostovoljskih dejavnosti pomembneje povezano z vodjevo zaznavo pridobljenih veščin pri zaposlenih, manj pa z različnimi drugimi ugodnostmi, ki jih delodajalci lahko ponudijo zaposlenim za sodelovanje v korporativnem prostovoljstvu (npr. časovne ali finančne ugodnosti).

Izsledki teh študij (Omoto in Snyder, 1995, v Grant, 2012) so v skladu z rezultati raziskav na področju navadnega prostovoljstva (ki se ga ne izvaja v okviru organizacije), ki nakazujejo, da je odločitev o nadaljevanju s prostovoljskim delom povezana z izkušnjami med njegovim opravljanjem. Grant (2012) poudarja pomen socialnih izkušenj za vztrajno sodelovanje v korporativnem prostovoljstvu. Le-te je tudi vključil v svoj model kot podlestvico dejavnika »bogatosť prostovoljskih aktivnosti«. Predpostavil je, da socialne izkušnje, ki jih posameznik pridobi med opravljanjem korporativnega prostovoljskega dela, lahko prispevajo k občutku povezanosti. Slednje je ena od temeljnih potreb ljudi in prek nje lahko organizacije spodbujajo vztrajanje zaposlenih v korporativnem prostovoljstvu. Izkušnje so pomembne, vprašanje pa je, kateri dejavniki vplivajo in oblikujejo te izkušnje.

Smiselnost

Med opravljanjem korporativnega prostovoljstva pride do ponotranjanja izkušnje prostovoljstva in oblikovanja prostovoljske identitete. Smiselnost projekta za posameznika in možnost, da posameznik lahko sam izbere program korporativnega prostovoljstva, sta najpomembnejša dejavnika v procesu ponotranjanja svoje prostovoljske izkušnje. Smiselnost projekta pomeni, da zaposleni zaznava dolgoročno korist od svojega prostovoljskega dela, ki prispeva k dobrobiti drugih ali družbe (Caligiuri idr., 2013).

Ugled in vrednote

Ugled skupaj s samostojno izbiro prostovoljske aktivnosti in vrednotami spadajo v dejavnik »namen prostovoljskih aktivnosti« prirejenega Grantovega modela (van Schie idr., 2019). Zaposleni bodo verjetneje ponotranjili prostovoljsko aktivnost, cenjeno s strani družbe, saj lahko njen ugled tudi prispeva k bolj pozitivni podobi zaposlenega (Grube in Piliavin, 2000). Zato lahko pričakujemo, da bodo posamezniki, ki opravljajo ugledne prostovoljske aktivnosti, vztrajno sodelovali v korporativnem prostovoljstvu. Opravljanje prostovoljske aktivnosti, ki je usklajena z vrednotami posameznika, lahko spodbuja zaposlenega, da se večkrat udeležuje korporativnega prostovoljstva (van Schie idr., 2019).

Organizacijski pritisk ter prepoznavna in podpora s strani nadrejenih

Organizacijski pritisk ter prepoznavna in podpora s strani nadrejenih spada ta pod dejavnik »organizacijske prakse«. Podlestvica organizacijski pritisk predpostavlja, da je ponotranjanje prostovoljske aktivnosti v korporativnem prostovoljstvu odvisno od ravni pritiska, ki jo zaposleni zazna s strani delodajalca (van Schie idr., 2019). Hkrati je pritisk mogoč tudi v obliki socialne norme, kjer višja raven le-te vpliva, da se v korporativno prostovoljstvo vključi več zaposlenih (npr. zaposleni se vključi, ker je večina njegovih sodelavcev in sodelavk tudi prostovoljcev/prostovoljk) (De Gilder idr., 2005). Ta začetni porast v vztrajanju pri korporativnem prostovoljstvu, zaradi socialnih pričakovanj iz okolja, ima lahko negativne posledice. Čez čas lahko zaposleni občutijo pritisk, da morajo sodelovati, kar pa zmanjša verjetnost razvoja prostovoljske identitete (Grant, 2012; van Schie idr., 2019).

Bistveno je, da nadrejeni podprejo organizacijo korporativnega prostovoljstva, brez te podpore lahko dobijo zaposleni vtis, da je sodelovanje v korporativnem prostovoljstvu nezaželeno (Peloza in Hassay, 2006). Organizacijska prepoznavna zaposlenega lahko vodi do ponotranjenja prostovoljske aktivnosti pri korporativnem prostovoljstvu, če zaposleni sočasno zaznajo podporo in prepoznavanje tudi s strani vodje (Grant, 2012; van Schie idr., 2019). Pomembno je, da vodje podprejo svoje zaposlene pri opravljanju prostovoljnega dela, tako da jim zagotovijo avtonomijo pri določanju aktivnosti in delovanju, pri tem pa se izogibajo nadziranju njihovega dela. Podpora vodje je bila pomembna v povezavi z motivacijo zaposlenih za sodelovanje v korporativnem prostovoljstvu, ker so le-ti menili, da so vodje dajale prednost tistim zaposlenim, ki so vztrajali pri prostovoljstvu (Peloza idr., 2009).

Na podlagi vseh opisanih dejavnikov in njihovih podlestvic sva glede na razmeroma neraziskano področje in obstoječo literaturo iz tujine oblikovali naslednji hipotezi:

Hipoteza 1: Starejši in posamezniki z višjo izobrazbo verjetneje ponovno sodelujejo v korporativnem prostovoljstvu.

Hipoteza 2: Podlestvice dejavnikov bogatost prostovoljskih aktivnosti, organizacijska praksa in namen prostovoljskih aktivnosti korporativnega prostovoljstva so pozitivno povezane s pokazateljskima kontinuiranega sodelovanja (večkratno sodelovanje in število ur) pri korporativnem prostovoljstvu.

Metoda

Udeleženci

V raziskavi je sodelovalo 61 oseb, od tega je bilo 47 žensk. Sodelujoči so bili zaposleni v organizacijah v Sloveniji in so že sodelovali v korporativnem prostovoljstvu. Udeleženci so bili stari med 24 in 58 let ($M = 41$, 2 leti; $SD = 7,8$ leta), pri čemer je večina (36 oseb) imela dokončan visokošolski strokovni ali univerzitetni program, 10 udeležencev je imelo dokončano srednjo šolo ali gimnazijo, sedem oseb dokončan magisterij stroke, medtem ko so trije udeleženci imeli dokončan višješolski strokovni program in trije dokončan magisterij znanosti, dva pa sta imela dokončano poklicno šolo. Največ udeležencev je bilo zaposlenih v organizaciji, ki ima več kot 250 zaposlenih ($n = 27$), nato sledijo udeleženci iz organizacij, kjer je število zaposlenih manjše od 49 ($n = 18$), in nato iz organizacij, kjer je število zaposlenih do 249 ($n = 16$). Večina udeležencev je bila zaposlena v finančni in zavarovalniški dejavnosti ($n = 24$) ter v panogi trgovine, vzdrževanje in popravilo motornih vozil ($n = 12$). Sedem udeležencev je delalo v panogi oskrbe z električno energijo, plinom in paro. Preostali udeleženci so bili zaposleni v panogi informacijske in telekomunikacijske dejavnosti ($n = 3$), farmacije ($n = 3$), proizvodnje ($n = 3$), oskrbe z vodo, ravnanja z odpadki in odpadki ter saniranja okolja ($n = 2$). Preostale panoge je omenil ali izbral le en udeleženec: telekomunikacije, steklarska industrija, promet in skladiščenje, izobraževanje, industrija.

Pripomočki

Najin vprašalnik je prirejena verzija vprašalnika S. van Schie in sodelavcev (2019). V svoj vprašalnik sva iz izvirnega vprašalnika vključili le lestvice in vprašanja, ki so bili pomembni za najino raziskavo, vendar se nanašajo na posamezne dejavnike prilagojenega Grantovega modela (van Schie idr., 2019). Na postavke lestvic so udeleženci odgovarjali s pomočjo 5-stopenjske lestvice Likertovega tipa. V nadaljevanju bova opisali lestvice in podlestvice vprašalnika.

Vprašalnik je bil sestavljen iz treh lestvic:

- *Bogatost prostovoljskih aktivnosti* vključuje podlestvico *smiselnost*, ki vključuje štiri postavke (npr. »Projekt organizacijskega prostovoljstva daje mojemu osebnemu življenju smisel«) in podlestvico *izkušnje s*

skupnostjo, ki vključuje tri postavke (npr. »Med opravljanjem prostovoljskega dela imam priložnost za timsko delo«).

- Lestvica *namen prostovoljskih aktivnosti* vključuje podlestvico *ugled*, ki ima eno postavko (»Ugled mojega prostovoljskega projekta je v moji skupnosti, glede na ostale projekte, bistveno višji«) in podlestvico *vrednote*, ki vključuje dve postavki (npr. »Vrednote moje organizacije se ujemajo z vrednotami projekta«).
- Zadnja lestvica je *organizacijska praksa*, ki je sestavljena iz podlestitv *organizacijski pritisk* ter *prepoznava in podpora s strani vodstva*. Podlestvica *organizacijski pritisk* ima eno postavko (»Moja organizacija pričakuje, da se udeležim prostovoljskih dejavnosti, organiziranih znotraj organizacije«), podlestvica *prepoznava in podpora s strani vodstva* pa sedem postavk (npr. »Moja organizacija omogoča priložnosti za prostovoljstvo«). Zastavili sva tudi vprašanje, kolikokrat v zadnjih dveh letih so zaposleni sodelovali pri korporativnem prostovoljstvu in koliko ur so namenili prostovoljnemu delu, kar je predstavljalo pokazatelja kontinuiranega sodelovanja pri korporativnem prostovoljstvu. Zaradi situacije s covidom-19 sva se namesto na zadnje leto omejili na zadnji dve leti.

V vprašalnik sva dodali spremenjeno postavko za vrednote, ki je v originalnem vprašalniku povpraševala le po vrednotah zaposlenega in organizacije. Poleg te postavke sva vključili še postavko o usklajenosti vrednot zaposlenega in programa korporativnega prostovoljstva, saj bodo zaposleni bolj motivirani za večkratno sodelovanje v korporativnem prostovoljstvu, če lahko delajo tisto, kar je njim pomembno. Vprašanje o plači, ki je bilo del originalnega vprašalnika, sva odstranili, saj sva ocenili, da za slovenske delovne pogoje izvajanja korporativnega prostovoljstva to vprašanje ni smiselno.

Vprašalnik je bil vključen v anketo, ki se je začela s krajšimi splošnimi vprašanji o korporativnem prostovoljstvu (npr. »Ali se boste ponovno vključili v prostovoljstvo, ki ga organizira vaša organizacija?«). Sledili so vprašalniki različnih raziskovalnih skupin, nato pa so udeleženci zaključili z odgovarjanjem na demografska vprašanja (spol, starost, izobrazba, panoga, v kateri delajo, in velikost organizacije).

Postopek

Podatke sva zbirali en mesec (november in začetek decembra 2020), v tem času je na nagovor kliknilo 337 udeležencev, le 48 % (161 oseb) teh je nato kliknilo na povezavo do ankete, le 28 % (93 oseb) pa jo je v celoti izpolnilo. Povezavo do ankete je Slovenska filantropija posredovala 132

organizacijam, od katerih se jih je 107 odzvalo na naš poziv k sodelovanju v raziskavi. Naknadno smo posredovali povezavo še vsaj 13 organizacijam, in sicer neposredno kadrovnikom, ki organizirajo korporativno prostovoljstvo.

Za zbiranje podatkov sva uporabili spletni portal 1ka.si. V anketi so bili vključeni trije različni vprašalniki, namenjeni korporativnim prostovoljcem, ki so se nanašali na motivacijo, da oseba postane prostovoljec, samoznani učinek korporativnega prostovoljstva na zaposlene in vprašalnik, ki išče dejavnike, ki spodbudijo pri zaposlenih vztrajanje v prostovoljskih aktivnostih (aplicirani v tem vrstnem redu). Pogoji za sodelovanje v anketi je bil, da so udeleženci s klikom potrdili, da dovolijo uporabo svojih podatkov v študijske in znanstvenoraziskovalne namene ter da so se že udeležili prostovoljske aktivnosti, ki jo je organizirala njihova organizacija.

V končni vzorec sva vključili 61 oseb, zaradi neustreznih podatkov sva jih izločili 32 (nekateri še niso sodelovali v okviru korporativnega prostovoljstva, nekateri niso imeli veljavnih odgovorov, ena oseba ni dovolila, da uporabimo njene podatke v raziskavi, ena oseba je imela skrajne rezultate, zato sva jo med analizo izločili iz vzorca). Zaradi premajhnega vzorca je prišlo do kršenja predpostavke o normalni porazdelitvi, zaradi česar sva za testiranje hipotez uporabili neparametrične metode. Pri H1 sva določili dve skupini (mlajši in starejši udeleženci), v skupino sva udeležence razvrstili na podlagi starostne meje, ki sva jo določili z mediano ($Mdn = 41$ let). Za testiranje razlik sva uporabili neparametrični Mann-Whitneyev U -test. Pri preverjanju druge hipoteze, kjer sva predpostavili povezavo med dejavniki prilagojenega Grantovega modela (slika 1) s pokazateljema kontinuiranega sodelovanja v korporativnem prostovoljstvu, sva izračunali korelacijo z neparametričnim testom Kendallov Tau.

Rezultati

Povezanost starosti in ravni izobrazbe s pokazateljema kontinuiranega sodelovanja

Med starejšimi in mlajšimi udeleženci raziskave ni prišlo do statistično značilne razlike v večkratnem sodelovanju v korporativnem prostovoljstvu ($U = 403,5$; $p = 0,352$) kot pri opravljenih urah korporativnega prostovoljstva ($U = 372$; $p = 0,180$). Stopnja izobrazbe ni bila pomembno povezana niti z večkratnim sodelovanjem ($\tau b = -0,02$; $p = 0,83$) niti s številom ur, ki so ga udeleženci vložili v opravljanje korporativnega prostovoljskega dela

($\tau b = 0,00$; $p = 1$). Hipoteze 1 nisva potrdili, saj stopnja izobrazbe ni bila povezana s pogostostjo sodelovanja v korporativnem prostovoljstvu, starostni skupini pa se tudi nista razlikovali v pogostosti opravljanja korporativnega prostovoljstva.

Povezanost med lestvico bogatost prostovoljskih aktivnosti in pokazateljema kontinuiranega sodelovanja

Smiselnost prostovoljskih aktivnosti je bila statistično značilno pozitivno povezana z večkratnim vključevanjem v prostovoljsko delo ($\tau b = 0,39$; $p < 0,001$), vendar pa ni bila statistično značilno povezana s številom opravljenih ur korporativnega prostovoljskega dela ($\tau b = 0,19$; $p = 0,051$). Zaposleni, ki so korporativno prostovoljstvo zaznavali kot smiselno in pomembno, so verjetneje večkrat sodelovali v korporativnem prostovoljstvu v primerjavi z zaposlenimi, ki so svoje korporativno prostovoljstvo doživljali kot manj smiselno. Hkrati pa je bilo število ur korporativnega prostovoljstva neodvisno od zaznave smiselnosti prostovoljskih aktivnosti s strani zaposlenih. Izkušnje s skupnostjo niso bile statistično značilno povezane z večkratnim sodelovanjem ($\tau b = 0,18$; $p = 0,092$) in s številom ur opravljenega prostovoljskega dela ($\tau b = 0,11$; $p = 0,280$). Število ur korporativnega prostovoljskega dela in pogostost opravljanja korporativnega prostovoljskega dela so bili neodvisni od socialnih izkušenj, ki so jih zaposleni doživljali med opravljanjem korporativnega prostovoljskega dela.

Povezanost med organizacijskimi praksami in pokazateljema kontinuiranega sodelovanja

Pritisk organizacije na sodelovanje v korporativnem prostovoljstvu ni bil statistično značilno povezan z večkratnim sodelovanjem v prostovoljskem delu ($\tau b = -0,14$; $p = 0,185$) in s številom ur opravljenega prostovoljskega dela ($\tau b = -0,05$; $p = 0,607$). Število ur korporativnega prostovoljskega dela in pogostost opravljanja korporativnega prostovoljskega dela so bili neodvisni od pritiska organizacije na zaposlene, da se morajo udeležiti korporativnega prostovoljstva. Podpora in prepoznavanje s strani delodajalca sta bili statistično značilno pozitivno povezani s številom ur opravljanja prostovoljskega dela ($\tau b = 0,21$; $p = 0,03$), nista pa bila povezani z večkratnim sodelovanjem v korporativnem prostovoljstvu ($\tau b = 0,13$; $p = 0,215$). Zaposleni, ki so doživljali več podpore in prepoznavanja s strani svojih nadrejenih, so verjetneje opravili več ur korporativnega prostovoljskega dela v primerjavi z zaposlenimi, ki

so zaznavali manj podpore in prepoznavanja s strani nadrejenih. Hkrati pa je bilo večkratno sodelovanje v korporativnem prostovoljstvu neodvisno od podpore in prepoznavanja zaposlenih s strani nadrejenih.

Povezanost med namenom prostovoljskih aktivnosti in pokazateljema kontinuiranega sodelovanja

Ugled prostovoljskih aktivnosti ni bil statistično značilno povezan z večkratnim vključevanjem v prostovoljsko delo ($\tau b = 0,11$; $p = 0,337$), prav tako ni bil statistično značilno povezan z opravljenimi urami prostovoljskega dela ($\tau b = 0,74$; $p = 0,467$). Število ur korporativnega prostovoljskega dela in večkratno opravljanje korporativnega prostovoljskega dela so bili neodvisni od ugleda prostovoljskih aktivnosti.

Usklajenost vrednot posameznika in organizacije z vrednotami prostovoljskih aktivnosti je bila statistično značilno pozitivno povezana z večkratnim sodelovanjem v korporativnem prostovoljstvu ($\tau b = 0,19$; $p = 0,002$) in s številom ur korporativnega prostovoljskega dela ($\tau b = 0,34$; $p = 0,047$). Zaposleni, ki zaznavajo osebne in organizacijske vrednote kot bolj usklajene z vrednotami korporativnega prostovoljstva, so verjetneje opravili več ur prostovoljskega dela in so prav tako verjetneje večkrat sodelovali v korporativnem prostovoljstvu.

Hipoteza 2 je torej samo deloma sprejeta, saj naštetih dejavnikov bogatosti prostovoljskih aktivnosti, prakse v organizaciji in namena prostovoljskih aktivnosti niso bili statistično značilno povezani z obema pokazateljema kontinuiranega sodelovanja v korporativnem prostovoljstvu (številom ur korporativnega prostovoljskega dela in večkratnim vključevanjem v korporativno prostovoljsko delo).

Razprava

Dejavniki korporativnega prostovoljstva, ki spodbujajo nadaljevanje pri prostovoljstvu, ostajajo v Sloveniji še razmeroma neraziskani. V raziskavi naju je zanimalo, kako se izbrani dejavniki v prirejenem Grantovem modelu prostovoljstva (Grant, 2012; van Schie idr., 2019) povezujejo z vztrajanjem pri korporativnem prostovoljstvu.

Izobrazba in starost v povezavi s kontinuiranim sodelovanjem v korporativnem prostovoljstvu

Raziskave do sedaj so omenjale le, da se višje izobraženi in starejši pogosteje vključujejo v korporativno prostovoljstvo (de Gilder idr., 2005), ne pa tudi, da se oba dejavnika povežeta s kontinuiranim prostovoljstvom. Najini rezultati nakazujejo, da ni pomembne povezave, vendar pa moramo upoštevati, da vzorec udeležencev ni bil normalno porazdeljen, saj na primer med udeleženci ni bilo veliko 20-letnikov. Vendar obstaja možnost, da se razlike med starejšo in mlajšo skupino vseeno ne bi pokazale, saj avtorji navajajo, da med generacijo Y narašča pomembnost družbene odgovornosti organizacije, zaradi katere je organizacija bolj privlačna med mladimi iskalcami zaposlitve (Rodell idr., 2016).

Dejavniki, ki vplivajo na večkratno udeležbo v korporativnem prostovoljstvu

Zastavljene hipoteze so samo deloma sprejete. Polovica testiranih dejavnikov, prevzetih iz prilagojenega Grantovega modela (Grant, 2012; van Schie idr., 2019), je bila povezana z vsaj enim pokazateljem kontinuiranega sodelovanja v organizacijskih prostovoljskih aktivnostih, ugled prostovoljskih aktivnosti, organizacijski pritisk in izkušnje s skupnostjo med opravljanjem korporativnega prostovoljstva niso bili povezani z nobenim pokazateljem (večkratno sodelovanje in število opravljenih prostovoljskih ur). Glede na to, da sta bila tako ugled prostovoljskih aktivnosti kot organizacijski pritisk v uporabljenem vprašalniku predstavljena s samo eno postavko, rezultati verjetno niso dovolj zanesljivi, da bi lahko sklepali, da ta dva dejavnika nista pomembna za kontinuirano sodelovanje v korporativnem prostovoljstvu. Vendar pa so tudi S. van Schie in sodelavci (2019) dobili podobne rezultate o nepomembnosti povezave med ugledom prostovoljskih aktivnosti in organizacijskim pritiskom na vztrajanje pri udeležbi v korporativnem prostovoljstvu.

Za razliko od najinih rezultatov so S. van Schie in sodelavci (2019) ugotovili pomembno povezavo med izkušnjami s skupnostjo in večkratnim sodelovanjem v korporativnem prostovoljstvu. Prav tako sta Pajo in L. Lee (2011) ugotovila, da je možnost stika s prejemniki prostovoljske pomoči prispeval h kontinuiranemu vključevanju v korporativno prostovoljstvo. Grant (2012) predpostavlja, da značilnosti dela vplivajo na sodelovanje zaposlenih v prostovoljskih aktivnostih. Če namreč zaposleni na delu nimajo zadovoljenih določenih potreb, jih bodo lahko poskušali zadovoljiti med

opravljanjem prostovoljskega dela (Rodell, 2010; Grant, 2012). Socialne potrebe udeležencev v najini raziskavi so lahko zadovoljene že na njihovem delovnem mestu, zato jih ne poskušajo zadovoljiti s prostovoljstvom. Posledično socialna potreba zaposlenih ni pomembna pri odločanju o večkratni udeležbi v korporativnem prostovoljstvu.

Skladno z Grantovim modelom (2012) in rezultati raziskave S. van Schie in sodelavcev (2019) so zaposleni v najini raziskavi, ki so opravljali prostovoljske aktivnosti, ki so jih zaznali kot smiselne, verjetneje vztrajali v korporativnem prostovoljstvu. Na podlagi omenjenega modela bi lahko predpostavili, da je nekaterim udeležencem manjkal občutek, da s svojim rednim prostovoljskim delom prispevajo k dobrobiti drugih, zato iščejo drugačne načine za zadovoljenje teh potreb, korporativno prostovoljsko delo pa je le eden od možnih načinov. Ljudje imajo potrebo po osmišljanju lastnega življenja (Aguilera idr., 2005), tako jih lahko priložnost, da to potrebo zadovoljujejo v okviru korporativnega prostovoljskega dela, spodbuja, da se še naprej udeležujejo prostovoljskih aktivnosti.

Prav tako občutek, da imajo drugi koristi od posameznikovega prostovoljskega dela, prispeva k zadovoljevanju prosocialnih potreb posameznika (Grant, 2008), kar ga bo spodbudilo k nadaljnjemu vključevanju v korporativno prostovoljstvo (Clary idr., 1998, v Grant, 2012). Podobne rezultate sta dobila J. Grube in J. Piliavin (2000) na vzorcu prostovoljcev (ki niso vključeni v korporativno prostovoljstvo), ki so opravili več ur prostovoljskega dela, če so svoje delo doživljali kot pomembno in kot da vpliva na druge. Tudi ko je bila prostovoljska aktivnost zaznana kot smiselna s strani kolegov, so prostovoljci opravljali več ur prostovoljskega dela (Rodell, 2010). Raziskave so pokazale, da je bilo za višanje delovne zavzetosti po sodelovanju v korporativnem prostovoljstvu najbolj pomembno, da so zaposleni zaznavali, da njihovo prostovoljsko delo prispeva k dobrobiti uporabnikov (Caligiuri idr., 2013; Vecina idr., 2011).

Tako kot S. van Schie in sodelavci (2019), in skladno s pričakovanji po Grantovem modelu (2012), ugotavlja, da je prepoznavna in podpora s strani vodstva povezana z večkratnim sodelovanjem v korporativnem prostovoljstvu. Torej občutki, da organizacija ceni in spoštuje opravljeno prostovoljsko delo zaposlenih, in podpora, ki jo dobivajo zaposleni s strani delodajalca, ter priložnosti za prostovoljstvo, ki jih ponuja organizacija zaposlenim, so povezani z večjim številom opravljenih ur v okviru korporativnega prostovoljskega dela. Podpora in prepoznavanje, ki ju zaposleni dobivajo od organizacije, lahko prispevata k ponotranjenju prostovoljske identitete

(Gagné in Deci, 2005; Ryan in Deci, 2000), le-ta naj bi bila vzajemno povezana s kontinuiranim sodelovanjem v korporativnem prostovoljstvu (Grant, 2012). Predhodne raziskave so potrdile, da bodo posamezniki (prostovoljci) nadaljevali z opravljanjem prostovoljskega dela, če je njihovo delo cenjeno in priznano (Farmer in Fedor, 1999, v Booth idr., 2009). Priznanje s strani organizacije lahko spodbudi občutke ponosa pri zaposlenih, kar je lahko povezano z namero, da se zaposleni še naprej ukvarjajo s prostovoljskim delom (Pajo in Lee, 2011).

S. van Schie in sodelavci (2019) opozarjajo, da podpora in prepoznavanje s strani vodstva podpirata zunanjo motivacijo za opravljanje korporativnega prostovoljskega dela. To pomeni, da verjetno ne bo prišlo do ponotranjenja prostovoljske identitete, ki bi spodbujala nadaljnje opravljanje korporativnega prostovoljstva, ko bi podpore in prepoznavanja s strani vodij zmanjkalo (van Schie idr., 2019). Da bi se temu izognili, naj bi delodajalci podpirali svoje zaposlene pri opravljanju prostovoljskega dela s podpiranjem avtonomije, ne prek nadziranja. Treba je upoštevati tudi, da če vodja ne bi podpiral korporativnega prostovoljstva, bi si njegovi zaposleni lahko predstavljali, da je sodelovanje v korporativnem prostovoljstvu nezaželeno in bi se lahko izogibali vključevanju v prostovoljsko delo (Peloza in Hassay, 2006).

Usklajenost vrednot posameznika in organizacije z vrednotami aktivnosti korporativnega prostovoljstva je bil edini dejavnik, ki je bil povezan z obehma pokazateljema kontinuiranega prostovoljstva. Zanimivo je, da S. van Schie in sodelavci (2019) v svoji raziskavi niso ugotovili pomembne povezanosti s tem dejavnikom. Velja pa poudariti, da sta bili najini postavki nekoliko drugačni od postavk S. van Schie in sodelavcev (2019), ki so se v svojih postavkah usmerili samo na usklajenost vrednot med organizacijo in posameznikom. V raziskavi sva vprašali udeležence tudi o usklajenosti vrednot zaposlenega z vrednotami korporativnega prostovoljstva. Možno je, da razlika v rezultatih med najino raziskavo in raziskavo S. van Schie in sodelavcev izvira prav iz razlik pri teh postavkah.

Usklajenost vrednot se lahko doseže, tako da zaposleni sami izberejo, katero prostovoljsko delo bodo opravljali, saj jim to omogoča, da izberejo prostovoljsko aktivnost, ki je v skladu z njihovimi vrednotami. Tudi če organizacija izbere prostovoljsko aktivnost, ki je usklajena z organizacijskimi vrednotami, so verjetno te vrednote prav tako usklajene z vrednotami zaposlenega, saj zaposleni in organizacije pogosto delijo vrednote (van Schie idr., 2019).

Možnost izražanja lastnih vrednot, na primer skozi izbiro področja prostovoljskega dela, je pomembna za vključevanje v prostovoljsko delo (npr.

Clary idr. 1998, v van Schie idr., 2019; Vecina idr., 2012.). Prav tako lahko prispeva k vztrajnemu sodelovanju v korporativnem prostovoljstvu, saj na ta način zaposleni zadovoljujejo potrebo po samodoločenosti (Ryan in Deci, 2000) in imajo priložnost, da se ukvarjajo s tistim, kar je zanje v življenju res pomembno (Grant, 2012).

Rezultati, predstavljeni v tem poglavju, temeljijo na povezavi dejavnikov bogatosti prostovoljskih aktivnosti, organizacijske prakse in namena korporativnega prostovoljstva s pogostostjo opravljanja korporativnega prostovoljskega dela zaposlenih v zadnjih dveh letih.

Omejitve in praktična vrednost raziskave

Rezultate raziskave težko posplošiva na celotno populacijo organizacijskih prostovoljcev v Sloveniji, saj je bil vzorec precej majhen in verjetno nerepresentativen glede na število in vrsto organizacij, ki v Sloveniji svojim zaposlenim omogočajo sodelovanje v prostovoljskih dejavnostih. Rezultati bi prav tako bili bolj reprezentativni, če bi vprašanje o pogostosti opravljanja prostovoljskega dela, ki je bilo sestavljeno iz podvprašanja o urah, namenjenih prostovoljskem delu, in podvprašanja, kolikokrat so sodelovali v prostovoljskem delu, zastavili drugače. V raziskavi je bilo to eno vprašanje, zato so včasih udeleženci pri njem podali odgovor le za eno podvprašanje. V prihodnje bi lahko naredili dve ločeni vprašanji, tako da bi udeležence najprej vprašali, koliko ur so namenili prostovoljskemu delu, potem pa kot dodatno vprašanje, kolikokrat v zadnjih dveh letih so sodelovali pri korporativnem prostovoljstvu. Pri slednjem bi morali izbrati kategorijo, kolikokrat so že sodelovali pri korporativnem prostovoljstvu (npr. enkrat, dvakrat, trikrat, več kot trikrat). S sedanjo obliko vprašanja so nekateri posamezniki odgovarjali samo na del vprašanja o urah, drugi pa samo na del vprašanja o tem, kolikokrat so sodelovali, pri čemer so lahko podali zelo splošen odgovor (npr. nekajkrat). To seveda v določeni meri omejuje zaključke najine raziskave, hkrati pa omogoča naslednjim raziskavam, da oblikujejo svojo raziskavo z ozirom na te omejitve.

Najina raziskava ima sicer nekaj omejitev, vendar ima kljub temu tudi svojo uporabno in praktično vrednost, saj predstavlja pomemben doprinos k raziskovanju temeljev korporativnega prostovoljstva v Sloveniji. Dejavniki, ki vplivajo na vztrajanje v korporativnem prostovoljstvu, so še razmeroma slabo raziskani. Rezultati raziskave predstavljajo iztočnice za prihodnje raziskave, saj je na omenjenem področju še veliko odprtih vprašanj. Nekatere

od možnosti so dodatno raziskovanje dejavnikov, ki so pomembni za kontinuirano prostovoljstvo, kakšno vlogo ima pri kontinuiranem prostovoljstvu motivacija in razvoj prostovoljske identitete.

Rezultati imajo praktično vrednost, saj lahko delodajalci na podlagi te raziskave prepoznajo dejavnike, ki so povezani z odločitvijo zaposlenih za nadaljnje sodelovanje pri opravljanju korporativnega prostovoljskega dela, in tako prilagajajo izvedbo korporativnega prostovoljstva. Delodajalcem bi priporočili, da omogočajo zaposlenim možnost izbire, če želijo sodelovati v dejavnostih korporativnega prostovoljstva, in možnost aktivnega sodelovanja zaposlenih pri izbiri oblik prostovoljskega dela, v katere bi se radi vključevali (pleskanje hiše, druženje z otroki s posebnimi potrebami ipd.). Opazili sva, da je bilo le-to v najinem vzorcu zelo redko, čeprav se zelo pomembno povezuje z dejavniki vztrajanja v korporativnem prostovoljstvu. Z možnostjo samostojne izbire sodelovanja in aktivnega vključevanja zaposlenih v organizacijo korporativnega prostovoljstva bi zagotovili, da se zaposleni ukvarjajo z aktivnostmi, ki so jim pomembne in ki so usklajene z njihovimi vrednotami. Prav to se je v najini raziskavi pokazalo kot pomembno za nadaljnje vključevanje zaposlenih v korporativno prostovoljsko delo. Korporativno prostovoljstvo ne sme biti predstavljeno kot obveznost ali nekaj, kar morajo zaposleni opraviti, saj sicer zaposleni lahko to doživljajo kot pritisk, da se vanj morajo vključiti, kar lahko vpliva na nadaljnjo motivacijo za korporativno prostovoljstvo. Prav tako morajo biti delodajalci previdni pri podpiranju svojih zaposlenih pri sodelovanju v korporativnem prostovoljstvu. Naj zaposleni ne dobijo občutka, da jih nadrejeni nadzoruje in kontrolira, temveč da spodbuja njihovo avtonomijo in samostojnost. Vodstveni kadri naj pomagajo s svojimi nasveti, morebitnimi organizacijskimi izkušnjami, hkrati pa končne odločitve vedno prepustijo zaposlenim, zlasti če vidijo, da zaposleni ne potrebuje dodatnih usmeritev.

Zaključek

V raziskavi sva preučevali dejavnike spodbujanja zaposlenih za vztrajanje v prostovoljskih aktivnostih. Zaradi majhnega vzorca so izsledki najine raziskave omejeni, vendar pa vseeno predstavljajo začetno točko pri bolj poglobljenem razumevanju tega, kako lahko spodbujamo korporativne prostovoljce pri vztrajnem opravljanju njihovega prostovoljskega dela.

Stopnja izobrazbe in starost nista bili povezani s tem, kolikokrat bodo zaposleni sodelovali v korporativnem prostovoljstvu ali koliko ur korporativnega prostovoljstva bodo opravili.

Ugotovili sva, da ugled prostovoljske aktivnosti, organizacijski pritisk na zaposlene, da morajo sodelovati v korporativnem prostovoljstvu, ter pri-
ložnost za socialne izkušnje med opravljanjem prostovoljskega dela niso
bili povezani s kontinuiranim opravljanjem korporativnega prostovoljstva.
Zaposleni so poročali, da so smiselno prostovoljskih aktivnosti, podpora
in prepoznavanje s strani nadrejenih ter skladnost vrednot med zaposlenim,
organizacijo in prostovoljsko aktivnostjo povezani s kontinuiranim sodelo-
vanjem v korporativnem prostovoljstvu.

Rezultati koristijo zlasti vodstvu v organizaciji, saj odgovarjajo na vprašanje,
kako spodbujati vztrajanje zaposlenih pri prostovoljstvu. Le-to ima namreč
pomembno vlogo pri oblikovanju pozitivnega družbenega profila organiza-
cije, zlasti med mladimi iskalci zaposlitve. Korporativno prostovoljstvo lahko
predstavlja most med širšo skupnostjo in organizacijami, ki ga izvajajo. Ko-
risti korporativnega prostovoljstva so številne, tako za zaposlene kot uporab-
nike in organizacije, učinki pa so lahko dolgoročni. Upava, da bo vztrajno
korporativno prostovoljstvo postalo značilnost velikega števila slovenskih za-
poslenih, ki bodo v le-tem našli nov navdih in občutke izpolnjenosti.

Literatura

- Aguilera, R. V., Rupp, D. E., Williams, C. A. in Ganapathi, J. (2005). Putting the S
back in corporate social responsibility: A multilevel theory of social change in
organizations. *Academy of Management Review*, 32(3), 836–863.
- Booth, J. E., Park, K. W. in Glomb, T. M. (2009). Employer supported volunteering be-
nefits: Gift exchange among employers, employees and volunteer organizations.
Human Resource Management, 48(2), 227–249.
- Boštjančič, E., Antolović, S. in Erčulj, V. (2018). Corporate volunteering: Relationship
to job resources and work engagement. *Frontiers in Psychology*, 9, 1884.
- Caligiuri, P., Mencin, A. in Jiang, K. (2013). Win – win – win: The influence of com-
pany sponsored volunteerism programs on employees, NGOs, and business units.
Personnel Psychology, 66, 825–860.
- De Gilder, D., Schuyt, T. N. M. in Breedijk, M. (2005). Effects of an employee volun-
teering program on the work force: The ABN-AMRO case. *Journal of Business
Ethics*, 61, 143–152.
- Gagné, M. in Deci, E. L. (2005). Self-determination theory and work motivation. *Jo-
urnal of Organizational Behavior*, 26(4), 331–362.
- Gómez Santos, P. in Fernández Fernández, J. L. (2017). Motivations and possible de-
cisive factors in employee participation in corporate volunteering programmes.
Ramon Llull Journal of Applied Ethics, 8, 121–157.
- Grant, A. M. (2008). The significance of task significance: Job performance effects,
relational mechanisms, and boundary conditions. *Journal of Applied Psychology*,
93, 108–124.

- Grant, A. M. (2012). Giving time, time after time: Work design and sustained employee participation in corporate volunteering. *Academy of Management Review*, 37(4), 589–615.
- Grant, A. M., Campbell, E. M., Chen, G., Cottone, K., Lapedis, D. in Lee, K. (2007). Impact and the art of motivation maintenance: The effects of contact with beneficiaries on persistence behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 103, 53–67.
- Grube, J. A. in Piliavin, J. A. (2000). Role identity, organizational experiences and volunteer performance. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26(9), 1108–1119.
- Leventhal-Haski, D., Kach, A. in Pournader, M. (2016). *Revisiting corporate volunteering: The impact of intrinsic and extrinsic motivation to volunteer on employees' workplace attitudes*. Academy of Management Proceedings.
- Muthuri, J. N., Matten, D. in Moon, J. (2009). Employee volunteering and social capital: Contributions to corporate social responsibility. *British Journal of Management*, 20, 75–89.
- Pajo, K. in Lee, L. (2011). Corporate-sponsored volunteering: A work design perspective. *Journal of Business Ethics*, 99, 467–482.
- Pelozo, J. in Hassay, D. N. (2006). Intra-organizational volunteerism: Good soldiers, good deeds and good politics. *Journal of Business Ethics*, 64(4), 357–379.
- Pelozo, J., Hudson, S. in Hassay, D. (2009). The marketing of employee volunteerism. *Journal of Business Ethics*, 85(2), 371–386.
- Plewa, C., Conduit, J., Quester, P. G. in Johnson, C. (2015). The impact of corporate volunteering on CSR image: A consumer perspective. *Journal of Business Ethics*, 127(3), 643–659.
- Rodell, J. (2010). *Antecedents and consequences of employee volunteerism [neobjavljena doktorska disertacija]*. University of Florida.
- Rodell, J. (2013). Finding meaning through volunteering: Why do employees volunteer and what does it mean for their job? *Academy of Management Journal*, 56(5), 1274–1294.
- Rodell, J. B., Breitsohl, H., Schroder, M. in Keating, D. J. (2016). Employee volunteering: A review and framework for future research. *Journal of Management*, 42, 55–84.
- Ryan, R. M. in Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55, 68–78.
- Skurak, H. H., Malinen, S., Kuntz, J. C. in Näswall, K. (2019). The relevance of self-determination for CV intentions. *Voluntas*, 30, 1054–1068.
- Slovenska filantropija. (b. d.). Primeri dobre prakse. <https://www.prostovoljstvo.org/korporativno-prostovoljstvo/primeri-dobre-prakse>
- Van Schie, S., Gautier, A., Pache, A. C. in Günter, S. T. (2019). What keeps corporate volunteers engaged: Extending the volunteer work design model with self-determination theory insights. *Journal of Business Ethics*, 160(3), 693–712.
- Vecina, M. L., Chacón, F., Sueiro, M. in Barrón, A. (2011). Volunteer engagement: Does engagement predict the degree of satisfaction among new volunteers and the commitment of those who have been active longer? *Applied Psychology*, 61(1), 130–148.

THE DRIVING FORCE BEHIND THOSE WHO PERSIST – FACTORS THAT SUSTAIN CORPORATE VOLUNTEERING AMONG EMPLOYEES

So far, little research has been done to identify factors contributing to employees' continued participation in corporate volunteering in Slovenia. Therefore, this research aimed to find out how to sustain corporate volunteering among employees using an extended version of Grant's Volunteer Work Design. The corporate volunteers (N = 61) who participated in the study were active employees of different organizations in Slovenia, with an average age of 41. Non-parametric tests were used to analyse the data due to the small sample size. There was a statistically significant correlation between repeated participation in corporate volunteering and three subscales, namely meaningfulness, recognition and support, and values congruence. All three of the subscales contributed to sustained corporate volunteering. Meanwhile, there was no significant difference between older and younger participants in sustained corporate volunteering. There was also no correlation between the level of education and sustained corporate volunteering. In conclusion, this study will hopefully be of use to employers who wish to encourage their employees to engage in repeated participation in corporate volunteering, as well as improve the satisfaction of their employees. In addition, this study should encourage employers to see value in corporate social responsibility, which can benefit not only the recipients of this help but also the organization and its employees.