

Vračam družbi in izpopolnjujem sebe – (samo)zaznani učinek prostovoljnega dela na zaposlene

Katja Pečar, Kaja Svenšek

V poglavju je predstavljena raziskava na temo samozaznanega učinka korporativnega prostovoljstva na zaposlene v različnih organizacijah v Sloveniji. Zanimalo naju je, kako prostovoljci v okviru organizacije sami zaznavajo in doživljajo prostovoljsko dejavnost. V raziskavi je sodelovalo 69 udeležencev, starih med 24 in 58 let, zaposlenih v različnih panogah in organizacijah različnih velikosti. Udeleženci so izpolnili vprašalnik, ki sva ga sestavili sami za potrebe raziskave. Ta je obsegal 12 trditev o različnih učinkih korporativnega prostovoljstva, do katerih so se morali opredeliti udeleženci. Analize podatkov so pokazale, da večina slovenskih prostovoljcev ob korporativnem prostovoljstvu doživlja zadovoljstvo, razvija nove kompetence in ima občutek, da s svojim delovanjem koristi svoji skupnosti. Ključna pomanjkljivost najine raziskave je predvsem nereprezentativnost vzorca, ki nama preprečuje posploševanje ugotovitev na širšo populacijo. Raziskava kljub temu služi kot izhodišče za nadaljnje, razširjene raziskave na temo samozaznanega učinka korporativnega prostovoljstva na zaposlene.

Uvod

Korporativno oz. organizacijsko prostovoljstvo Slovenska filantropija opredeljuje kot »prostovoljski program organizacij, ki obsegajo prostovoljsko neplačano delo zaposlenih za dobrobit širše skupnosti, ki ga z različnimi iniciativami podpira delodajalec oz. organizacija«.

Veliko literature, večinoma tuje, ki sva jo zasledili, je na temo pozitivnih in negativnih učinkov korporativnega prostovoljstva. Malo pa je govora o tem, kako zaposleni sami subjektivno zaznavajo korporativno prostovoljstvo ter o katerih pozitivnih in negativnih učinkih poročajo. Pomembno je, da se raziskuje tudi področje samoporočanja s strani zaposlenih, tako pri nas kot drugod. Vpogled v to, kako zaposleni zaznavajo korporativno prostovoljstvo, daje informacije o uspešnosti samih programov in omogoča morebiten razvoj in širjenje le-teh.

Izboljševanje javne podobe podjetja prek korporativnega prostovoljstva

Korporativno prostovoljstvo ima številne koristi za skupnost, hkrati pa imajo organizacije, ki delavcem omogočajo le-to, vzajemno korist, saj to pripomore k izboljšanju javne podobe podjetja. S prostovoljskim vključevanjem delavcev pokažejo, da so socialno vpleteni in predani skupnosti (Caudson, 1994; Finney, 1997; Hess idr., 2002; Laabs, 1993; Miller, 1997; v Peterson, 2004), to pa pomaga pri oblikovanju javne podobe organizacije. Slednje pripomore k temu, da ljudje raje delajo za take organizacije (Peterson, 2004). Plewa idr. (2015), navajajo, da s tem organizacija tudi pridobiva na izboljšani javni podobi v očeh potrošnikov oz. porabnikov, in pridobivajo prednost pred svojimi tekmeci oz. konkurenčnimi organizacijami. Programi prostovoljstva v organizacijah naj bi prav tako pripomogli k rekrutiranju visoko kvalificiranih zaposlenih (Peterson, 2004).

Pozitivni učinki korporativnega prostovoljstva na zaposlene in organizacije

Korporativno prostovoljstvo ne koristi le neprofitnim organizacijam, temveč ima vidne *pozitivne učinke* tudi pri posameznikih, ki se prostovoljstva udeležujejo. Učinki so vidni skozi vpletenost delavcev in pozitivne izide na delovnem mestu (Haski-Leventhal idr., 2019). Aktivno udeleževanje v prostovoljskih aktivnostih lahko podpira, olajša ali izboljša delovno življenje s tem, ko zaposlenim zagotavlja več virov za opravljanje njihovih delovnih nalog. Sieber (1974) je identificiral 4 pozitivne dimenzije, v katere so zajete koristi korporativnega prostovoljstva. Sem je uvrstil *pridobljeni privilegiji* (osebne nagrade, pridobljene skozi korporativno prostovoljstvo, npr. boljša samopodoba, zmožnost proaktivnega reševanja problemov na delovnem mestu), *varnost statusa* (olajša upravljanje nalog), *izboljšanje statusa*

(pridobljeni kontakti, vezi skozi korporativno prostovoljstvo, ki jih posameznik lahko uporabi tudi pri svojem delu) in *obogatitev osebnosti* (razvoj osebnosti in perspektiv, ki so uporabne pri posameznikovem delu) (Crouter, 1984; v Geroy idr., 2000). Zaposleni skozi korporativno prostovoljstvo delajo v korist drugih, pri tem pa tudi vzpostavljajo in krepijo odnose z drugimi (oblikuje in okrepi se občutek pripadnosti), povečajo samozavest, hkrati pa pridobivajo nova znanja in veščine ter tako izboljšajo možnost za razvoj kariere. Korporativno prostovoljstvo torej omogoča zaposlenim, da razvijejo pomembne veščine, ki jih sicer ne bi imeli možnosti razviti pri svojem obstoječem delu (Grant, 2012).

Zaposleni, ki jim je omogočeno prostovoljsko delo v okviru delovne organizacije, naj bi raje delali za to delovno organizacijo, saj z omogočanjem korporativnega prostovoljstva organizacije kažejo, da so del skupnosti in da si prizadevajo zanjo. Prav tako korporativno prostovoljstvo omogoča zaposlenim izboljšati spretnosti, ki se navezujejo na njihovo delo, in pomaga pri izboljšanju odnosa do dela, brez visokih stroškov za delodajalca oz. organizacijo (Peterson, 2004). Nekateri avtorji (npr. Wild, 1993) ugotavljajo, da korporativno prostovoljstvo pripomore k razvoju nekaterih drugih veščin, kot so veščine pisanja in verbalne komunikacije, časovnega upravljanja, pogajanja, timskega sodelovanja, planiranja itd. Posledično lahko to organizacijam omogoči, da namesto vlaganja denarja v treninge specifičnih veščin, organizirajo korporativno prostovoljstvo in prek tega omogočijo razvoj teh veščin, hkrati pa okrepijo odnose s skupnostjo, v kateri sodelujejo (Sekar in Dyaram, 2017). Korporativno prostovoljstvo je lahko ekonomičen odgovor na korporativne potrebe po usposabljanju kadra. Spretnosti in perspektive, ki jih zaposleni lahko pridobijo skozi korporativno prostovoljstvo, obsegajo spretnosti dela z ljudmi, povečano sposobnost dela v timu, sposobnost opredeliti bolj inovativne pristope odzivanja na težave ter večjo hvaležnost za prispevke s strani organizacije (Geroy idr., 2000). Poleg možnosti za pridobitev profesionalnih in medosebnih veščin imajo programi korporativnega prostovoljstva tudi pozitivne učinke na odnose in vedenje zaposlenih do delodajalcev, vključno s povišano motivacijo za redno delo, pripadnost in zadovoljstvo (Plewa idr., 2015). Možnost prostovoljske aktivnosti v organizaciji naj bi prispevala k večji lojalnosti organizaciji, sploh če to izvaja najvišje vodstvo (Carroll, 1990; v Peterson, 2004). Če so zaposleni s svojim delom zadovoljni in so predani (lojalni) organizaciji, bodo najverjetneje prej sodelovali pri korporativnem prostovoljstvu kot ti, ki so nezadovoljni in imajo nizko pripadnost organizaciji (Peterson, 2004). Brockner idr. (2014)

navajajo, da se poveča delavčeva afektivna predanost. To pomeni, da zaposleni čutijo predanost organizaciji zato, ker si tako želijo, ne ker čutijo, da tako mora biti. Podobno ugotavljajo Haski-Leventhal idr. (2019) v svoji raziskavi, kjer je sodelovalo 4127 zaposlenih in 10 korporacij v Avstraliji. Ti navajajo višjo stopnjo zadovoljstva pri delu in afektivno predanost delu v primerjavi z ne-prostovoljci. Prek učinka prelivanja (oz. vpliva, ki ga imajo drug na drugega na videz nepovezani dogodki) lahko prostovoljstvo pri posamezniku ustvari občutek smisla, pomena in pomembnosti na delovnem mestu ter tako posredno zviša afektivno predanost in zadovoljstvo tako z delom kot s celotno organizacijo, na ta način, da spremeni posameznikov pogled nase kot zaposlenega ter organizacijo, ki ga zaposluje. Pri delavcih, ki so prostovoljci, zadovoljevanje povezanosti in potrebe po kompetentnosti skozi korporativno prostovoljstvo pozitivno vpliva na zadovoljstvo in afektivno predanost. Brockner idr. (2014) prav tako ugotavljajo, da je sodelovanje v korporativnem prostovoljstvu pozitivno povezano z odnosi in vedenji do dela, kar se kaže v delavčevi želji po služenju interesom organizacije (npr. identifikacija z organizacijo, občutek pripadnosti). Avtorji navajajo, da sodelovanje v korporativnem prostovoljstvu ustvari potencial za doživljanje lastne integritete na delovnem mestu, kar posledično vodi k višji stopnji organizacijske predanosti. Organizacijska predanost je sestavljena iz samopodobe (potrebe po zaznavanju sebe kot dobre in kompetentne osebe), občutka identitete (želje po ohranjanju stabilnih konceptov sebe, lastne koherentnosti in enotnosti) ter občutka nadzora (želja po zaznavanju sebe kot sposobnega svobodnega izbora, mišljenja in vplivanja na pomembne odločitve). Prostovoljstvo vzbudi doživljanje samozavesti, občutek identitete in nadzora, kar pa lahko v zamenjavo pozitivno vpliva na delavčevo organizacijsko predanost (npr. delavci bolj cenijo organizacijo, ki jim omogoča psihološko nagrajujoče izkušnje lastne integritete, in ji tako povrnejo uslugo s svojo večjo predanostjo). Povečanje organizacijske predanosti pa vpliva tudi na mnoga vedenja in odnose do samega dela in delovnega mesta, npr. poveča se zadovoljstvo z delom, motivacija za delo ter izvedba delovnih nalog.

Korporativno prostovoljstvo naj bi pripomoglo k povečanju produktivnosti zaposlenih pri rednem delu ter zmanjšanju pojava absentizma in fluktuacije ter k povišanju stopnje z delom povezanih veščin in znanj (Plewa idr., 2015). Geroy in sodelavci (2000) prav tako poročajo, da prostovoljske aktivnosti zvišujejo moralo in produktivnost zaposlenih. Avtorji poročajo tudi o izboljšanju timskega dela, namreč velikokrat korporativno prostovoljstvo poteka v delovnih skupinah, zato lahko služi kot timbuilding aktivnost

(Geroy idr., 2000; Plewa idr., 2015). Sodelovanje v prostovoljskih aktivnostih pri večini prinaša povečanje kakovosti lastnega življenja oz. lastnega blagostanja (Peterson, 2004).

Zhang idr. (2020) navajajo, da korporativno prostovoljstvo delavcu omogoča, da pomaga, se povezuje z drugimi in gradi na svoji samozavesti. Pomaga mu tudi pri izoblikovanju smisla in pomembnosti. V tem smislu korporativno prostovoljstvo izpolni človekove osnovne psihološke potrebe ter vzbudi pozitivna čustvena stanja in odnos do organizacije in korporativnega prostovoljstva. Pozitivno čustveno stanje (npr. ponos, entuziazem) nadalje vpliva na vpetost v delo. Pozitivno čustveno stanje namreč generira fiziološke, intelektualne in psihološke vire, ki pa jih lahko posameznik ponovno investira v svoje delo. Posledica tega je povišana delovna zavzetost. Geroy idr. (2000) so v svoji raziskavi prav tako potrdili, da prostovoljstvo pri zaposlenih vzbudi pozitivna čustva. Zaposleni navajajo, da jim korporativno prostovoljstvo prinaša »dobro počutje«, »ponos«, »višjo samopodobo« in jim v splošnem »daje neka pozitivna čustva, ki jih v delovnem okolju niso deležni«. Haski-Leventhal idr. (2019) v svoji raziskavi na podlagi teorije samodoločenosti navajajo podobno, da naj bi zadovoljevanje psiholoških potreb skozi udeležbo v korporativnem prostovoljstvu pripomoglo k povišanemu zadovoljstvu in predanosti zaposlenih. Zadovoljevanje osnovnih psiholoških potreb (kot so avtonomija, kompetentnost in povezanost ter pripadnost) je visoko povezano z zadovoljstvom na delovnem mestu in afektivno predanostjo ter z napredovanjem na različnih dejavnih delovnega mesta (npr. oblika delovnih nalog ali napredovanje v vodstveni položaj). Glede na to, da je s korporativnim prostovoljstvom mogoče zadovoljiti tovrstne psihološke potrebe, sklepajo, da povzroči pozitivne učinke na zaposlene in poviša njihov pozitiven odnos do delovnega mesta, organizacije in sodelavcev. Korporativno prostovoljstvo omogoča posameznikom, da kombinirajo prostovoljsko delo z njihovo službo. Zaposlenim tako omogoča lažjo udeležbo v prostovoljskih aktivnostih (Haski-Leventhal idr., 2019).

Negativni učinki korporativnega prostovoljstva na zaposlene in organizacije

Korporativno prostovoljstvo ima tudi *negativne učinke*. Povzročata lahko obremenitev in vodi v doživljanje stresa, posledično pa zmanjšuje oz. porablja njegove osebne vire. Npr. mentalni napor ob zaznani preobremenjenosti vlog, pri čemer gre za to, da mora posameznik zavzemati več različnih

vlog znotraj nekega področja (npr. mora biti dober uslužbenec, dober oče, dober prijatelj ...) in zaznava, da nima zadostnih virov za vse zahteve različnih vlog. Korporativno prostovoljstvo lahko zvišuje posameznikovo zaznano preobremenjenost vlog, do katere pride zaradi količine časa, ki ga mora posvetiti korporativnemu prostovoljstvu, saj to črpa in preusmerja delavčevo energijo in preprečuje hkratno doseganje delovnih ciljev. Čas in energija sta pomembna vira, ki ju korporativno prostovoljstvo črpa, zato pri posamezniku lahko nastopi napor in negativno čustveno stanje (posameznik izgublja vire, namesto da bi jih ohranjal ali zviševal) (Zhang idr., 2020). Poleg tega zaposleni poročajo, da korporativno prostovoljstvo od njih zahteva veliko časovno zavezanost, četudi je prostovoljstvo izvedeno med delovnim časom, sploh ker obseg njihovega dela tako ni zmanjšan (zanj imajo le manj časa, ker je bilo nekaj delovnika namenjenega prostovoljstvu). Pri prostovoljstvu, ki se opravlja med delovnim časom, pa navajajo negativno čustvovanje, ki izhaja iz skrbi, da jih bodo drugi zaposleni videli kot neresne, hkrati pa se pojavlja občutek, da gre za službo in ne prostovoljstvo (Geroy idr., 2000). Brockner idr. (2014) prav tako ugotavljajo, da obstaja možnost, da sodelovanje v korporativnem prostovoljstvu zmanjša delavčevo produktivnost in vzdušje oz. moralo. Ugotavljajo, da vsaka delovna ura, ki jo delavec nameni aktivnostim, ki niso organizacijsko relevantne, lahko zmanjša ali vsaj ne pripomore k delavčevi vpletenosti v organizacijo.

Namen raziskave in zastavljena raziskovalna vprašanja

Z raziskavo bova delodajalcem približali pogled zaposlenih na korporativno prostovoljstvo. Tako lahko delodajalci oz. organizacije prilagodijo/izboljšajo programe prostovoljstva in poskušajo zmanjšati določene negativne vidike, ki jih zaposleni zaznavajo in jih morebiti ovirajo pri nadaljnjem udeleževanju v prostovoljskih aktivnostih.

Učinek korporativnega prostovoljstva, kot ga sami zaznavajo delavci, je slabše raziskano področje, ki pa ga osvetljujejo predvsem tuje študije. Ob pregledu literature nisva zasledili raziskav o samozaznanem učinku korporativnega prostovoljstva v Sloveniji. Namesto hipotez sva zato zastavili naslednja raziskovalna vprašanja:

- Ali korporativno prostovoljstvo slovenskim prostovoljcem prinaša zadovoljstvo?
- Ali slovenski prostovoljci menijo, da jim korporativno prostovoljstvo omogoča razvijati nove kompetence, ki jim koristijo na delovnem mestu?

- Ali slovenski prostovoljci menijo, da s korporativnim prostovoljstvom zares koristijo skupnosti?
- Ali slovenski prostovoljci menijo, da se zaradi možnosti opravljanja korporativnega prostovoljstva bolj identificirajo s svojo organizacijo?
- Ali slovenski prostovoljci menijo, da so zaradi možnosti opravljanja korporativnega prostovoljstva bolj produktivni na delovnem mestu?

Metoda

Udeleženci

Vzorec je zajemal 69 udeležencev (23,2 % moških in 73,9 % žensk), od tega dva nista odgovorila na demografska vprašanja. Z reševanjem celotnega vprašalnika (združena vprašanja vseh skupin) je začelo 170 udeležencev, na vprašalnik je ustrezno odgovorilo 69 udeležencev. Udeleženci raziskave so bili stari med 24 in 58 let. Dosegali so različne stopnje izobrazbe, pri čemer je bila najnižja zabeležena stopnja izobrazbe dokončana poklicna šola, najvišja pa dokončan magistririj znanosti. Največ udeležencev (53,6 %) je dosegalo stopnjo izobrazbe dokončan visokošolski ali univerzitetni program. Udeleženci so bili zaposleni v organizacijah različnih dejavnosti. Največ udeležencev je delalo v organizaciji finančne in zavarovalniške dejavnosti (39,1 %). Največ udeležencev je delalo v veliki organizaciji (več kot 250 zaposlenih), in sicer 42 %. Pri 44,9 % udeležencev je bilo prostovoljstvo ponujeno kot možnost za tiste zaposlene, ki bi jih to zanimalo. Pri 40,6 % je bilo pričakovano oz. zaželeno, vendar neobvezno. Prostovoljstvo je bilo pri 10,1 % udeležencev obvezno, 4,3 % udeležencev pa je samih predlagalo sodelovanje organizacije pri prostovoljskem delu.

Pripomočki

Uporabili sva vprašalnik, ki zajema sedem trditev, pri čemer je zadnja trditev sestavljena iz 6 podtrditev. Vprašanja so bila postavljena na podlagi predhodno prebrane literature s področja učinkov korporativnega prostovoljstva na zaposlene. Udeleženci so prejeli navodilo: »Prosimo vas, da na spodnje trditve odgovorite, kako sami zaznavate korporativno prostovoljstvo. Pri tem na 5-stopenjski lestvici označite vaše strinjanje s posamezno trditvijo (1 – sploh se ne strinjam, 2 – delno se ne strinjam, 3 – se niti strinjam, niti ne strinjam, 4 – delno se strinjam, 5 – popolnoma se strinjam).« Trditve, ki so jih udeleženci ocenjevali, so bile naslednje:

1. Zdi se mi pomembno, da imamo v organizaciji možnost opravljanja prostovoljnega dela.
2. Čutim, da s sodelovanjem v prostovoljski dejavnosti zares koristim svoji skupnosti.
3. Prostovoljska dejavnost v okviru organizacije mi je v breme.
4. Čutim, da se lahko zaradi možnosti opravljanja korporativnega prostovoljstva bolj identificiram z organizacijo.
5. Delovanje v korporativnem prostovoljstvu mi daje zagon, da sem na delovnem mestu še bolj produktiven.
6. Prostovoljska dejavnost v okviru organizacije mi je v zadovoljstvo.
7. Korporativno prostovoljstvo mi omogoča, da ...
 - razvijem nove kompetence;
 - izboljšujem kompetence, ki jih uporabljam na delovnem mestu;
 - izboljšujem kompetenco sodelovanja v timu;
 - izboljšujem kompetenco verbalne komunikacije;
 - izboljšujem kompetenco upravljanja s časom;
 - izboljšujem svoje vodstvene sposobnosti.

Postopek

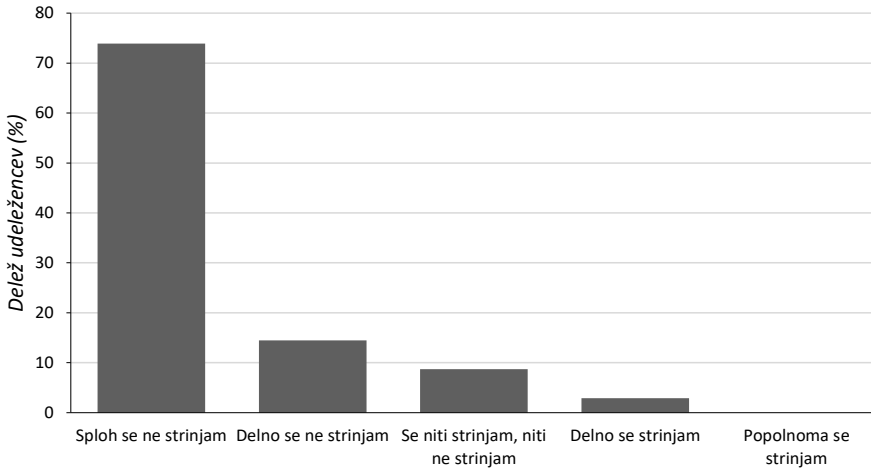
Vprašalnik smo skupaj s preostalimi skupinami, ki so raziskovale korporativno prostovoljstvo, aplicirali novembra 2020. Na naš poziv k sodelovanju se je odzvalo 107 organizacij. Naknadno smo posredovali vprašalnik še 13 organizacijam, in sicer neposredno kadrovikom, ki organizirajo korporativno prostovoljstvo.

Udeleženci so vprašalnik reševali prek spletne ankete na spletni platformi 1ka.si. Za reševanje vprašalnika so potrebovali približno 5 minut. Vprašalnik, ki so ga reševali udeleženci, je bil sestavljen iz treh vprašalnikov. Poleg teh je zajemal še splošna vprašanja, ki so se navezovala na njihovo dosedanje in prihodnje prostovoljsko delo v okviru organizacije, ter 5 demografskih vprašanj.

Podatke sva najprej uvozili iz spletne ankete na spletni platformi 1ka.si, nato sva izbrisali podatke iz drugih dveh vprašalnikov in izločili vse tiste udeležence, ki vprašalnika niso rešili v celoti, z izjemo dveh udeležencev, ki nista podala demografskih podatkov (v analizi sva ju ohranili). Izračunali sva opisne statistike za vsako postavko.

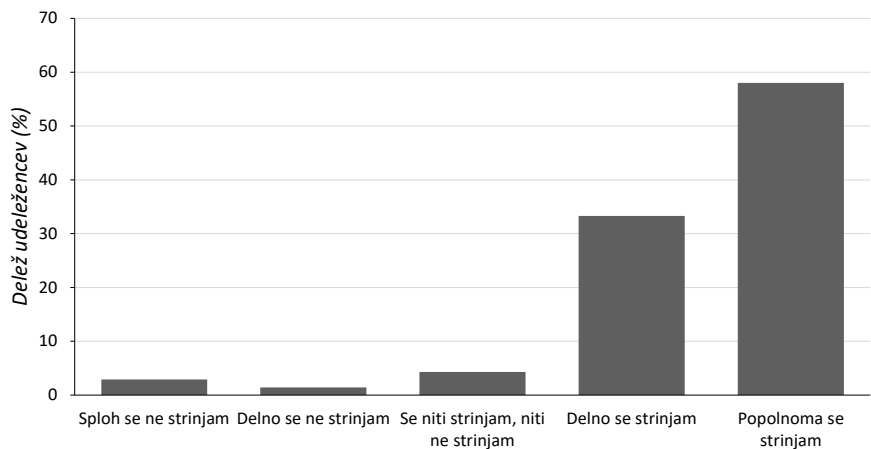
Rezultati

Na začetku raziskovanja sva se usmerili na iskanje odgovora, ali prostovoljci v delovnih organizacijah doživljajo korporativno prostovoljstvo kot breme ali pa jim je to v zadovoljstvo.



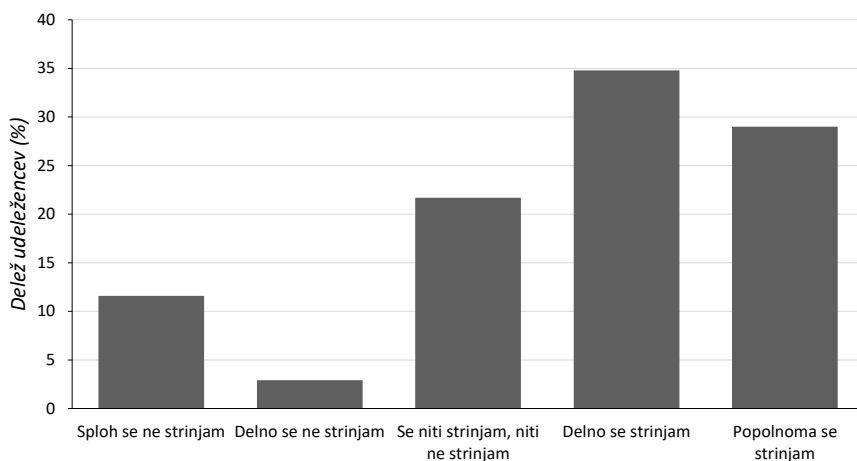
Slika 1: *Doživljanje korporativnega prostovoljstva kot breme.*

Večina (73,9 %) udeležencev navaja, da jim korporativno prostovoljstvo sploh ni v breme (slika 1). Skladno s tem se tudi večina popolnoma strinja, da jim je korporativno prostovoljstvo v zadovoljstvo (58 %) (slika 2).



Slika 2: *Doživljanje zadovoljstva ob korporativnem prostovoljstvu.*

V nadaljevanju sva udeležence spraševali, v kolikšni meri jim korporativno prostovoljstvo omogoča razvijati nove kompetence, ki jim koristijo na delovnem mestu.



Slika 3: Zaznavanje razvijanja novih kompetenc v okviru korporativnega prostovoljstva.

63,8 % udeležencev meni, da jim korporativno prostovoljstvo omogoča razvijanje novih kompetenc (34,8 % se s tem delno strinja, 29 % pa se s tem popolnoma strinja) (slika 3).

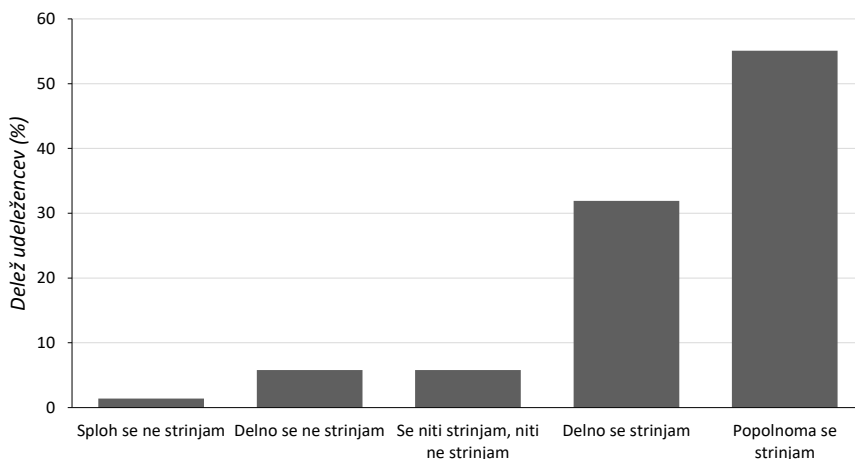
Glede razvijanja in izboljševanja obstoječih kompetenc skozi korporativno prostovoljstvo so zaznave udeležencev nekoliko bolj porazdeljene (tabela 1).

Tabela 1: Zaznavanje izboljševanja specifičnih kompetenc v okviru korporativnega prostovoljstva (delež udeležencev; %)

	Izboljšujem kompetence, ki jih uporabljam na delovnem mestu	Izboljšujem kompetenco verbalne komunikacije	Izboljšujem kompetenco sodelovanja v timu	Izboljšujem vodstvene sposobnosti	Izboljšujem kompetenco upravljanja s časom
1 – Sploh se ne strinjam	13	8,7	7,2	17,4	18,8
2 – Delno se ne strinjam	15,9	10,1	4,3	14,5	8,7
3 – Se niti strinjam, niti ne strinjam	21,7	20,3	13	21,7	23,2
4 – Delno se strinjam	31,9	31,9	33,3	29	29
5 – Popolnoma se strinjam	17,4	29	42	17,4	20,3
Skupaj	100	100	100	100	100

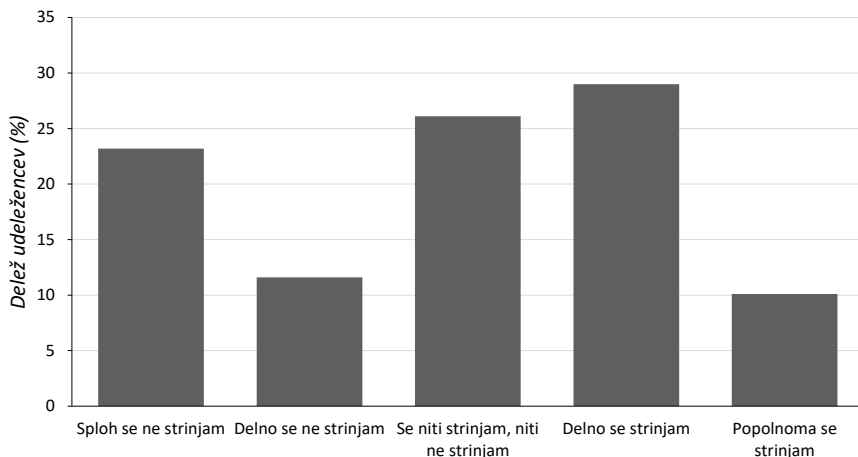
Večina udeležencev (49,3 %; od tega se s tem popolnoma strinja 17,4 %, delno pa se s tem strinja 31,9 %) se strinja, da s korporativnim prostovoljstvom izboljšujejo kompetence, ki jih uporabljajo na delovnem mestu. Večina udeležencev (60,9 %; od tega se 31,9 % delno strinja, 29 % pa popolnoma strinja) je tudi mnenja, da skozi korporativno prostovoljstvo izboljšuje kompetenco *verbalne komunikacije* in *sodelovanja v timu* (75,3 %; od tega se 42 % popolnoma strinja, 33,3 % pa se delno strinja). Nekoliko manj kot polovica udeležencev (46,4 %, od tega se jih popolnoma strinja 17,4 %, 29 % pa se delno strinja) meni, da s korporativnim prostovoljstvom izboljšuje svoje *vodstvene sposobnosti* in *kompetence upravljanja s časom* (49,3 %; 20,3 % se jih popolnoma strinja, 29 % se jih delno strinja).

Zanimalo naju je tudi, v kolikšni meri se udeleženci strinjajo z izjavo, da s korporativnim prostovoljstvom koristijo skupnosti.



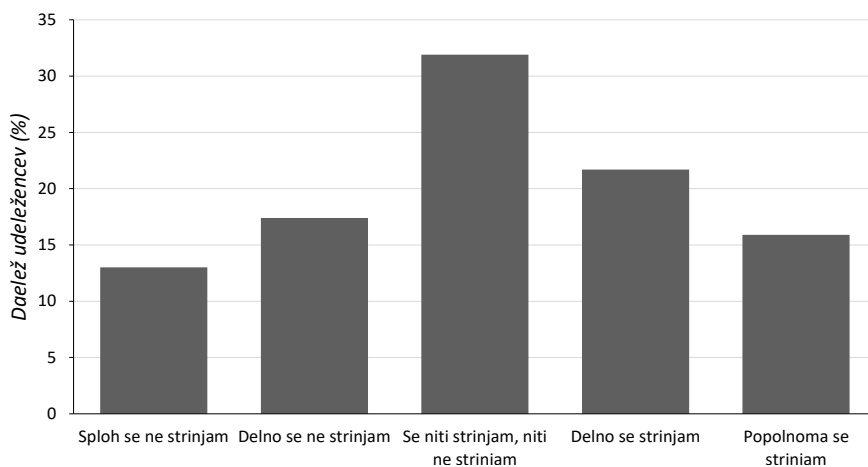
Slika 4: Zaznavanje koristi za skupnost v okviru korporativnega prostovoljstva.

Večina prostovoljcev, ki so sodelovali v najini raziskavi, se strinja z izjavo, da s sodelovanjem v prostovoljski dejavnosti koristijo skupnosti (55,1 % se jih popolnoma strinja in 31,9 % se jih delno strinja) (slika 4). V nadaljevanju sva raziskovali, v kolikšni meri udeleženci menijo, da se zaradi možnosti opravljanja korporativnega prostovoljstva bolj identificirajo s svojo organizacijo.



Slika 5: Zaznavanje višje stopnje identifikacije z organizacijo zaradi možnosti opravljanja korporativnega prostovoljstva.

Pri tem 39,1 % (10,1 % se popolnoma strinja, 29 % se delno strinja) udeležencev meni, da se lahko zaradi možnosti opravljanja korporativnega prostovoljstva bolj identificira z organizacijo. Dobra tretjina (34,8 %) se s tem ne strinja in slaba tretjina udeležencev (26,1 %) je neodločenih (slika 5). Nazadnje pa naju je zanimalo, ali prostovoljci menijo, da so zaradi možnosti opravljanja korporativnega prostovoljstva bolj produktivni na delovnem mestu.



Slika 6: Zaznavanje stopnje produktivnosti na delovnem mestu zaradi možnosti opravljanja korporativnega prostovoljstva.

Trditev je 37,6 % (15,9 % se popolnoma strinja, 21,7 % se jih delno strinja) udeležencev ocenilo na način, ki kaže, da jim korporativno prostovoljstvo daje zagon, da so na delovnem mestu še bolj produktivni. Tretjina (30,4 %) se jih s tem ne strinja in tretjina (31,9 %) jih je neodločenih (slika 6).

Razprava

V raziskavi naju je zanimalo, kako zaposleni zaznavajo učinke korporativnega prostovoljstva.

Ugotovili sva, da večini udeleženi prostovoljcev korporativno prostovoljstvo ni v breme oz. jim je v zadovoljstvo. Haski-Leventhal idr. (2019) v svoji raziskavi ugotavljajo, da lahko prostovoljstvo pri posamezniku ustvari občutek smisla, pomena in pomembnosti na delovnem mestu ter tako posredno zviša zadovoljstvo tako z delom kot s celotno organizacijo. Podobno ugotavljajo tudi Plewa idr. (2015), da imajo programi korporativnega prostovoljstva pozitivne učinke na zaposlenega, vključno s povišano motivacijo,

pripadnostjo in zadovoljstvom. Več avtorjev (npr. Geroy idr., 2000; Grant, 2012; Peterson, 2004; Sekar in Dyaram, 2017; Zhang idr., 2020) ugotavlja, da korporativno prostovoljstvo omogoča posamezniku, da razvija nove kompetence ter nadgrajuje obstoječe veščine, ki mu koristijo na delovnem mestu. Zato naju je v nadaljevanju zanimalo, ali udeleženci menijo, da jim korporativno prostovoljstvo omogoča razvijati nove kompetence, ki jim koristijo na delovnem mestu. Analiza podatkov je pokazala, da več kot polovica udeležencev meni, da jim korporativno prostovoljstvo omogoča, da razvijajo nove kompetence. Glede izboljševanja že usvojenih kompetenc, ki zaposlenemu koristijo na delovnem mestu, se skoraj polovica udeležencev strinja, da jim korporativno prostovoljstvo omogoča prav to. Največ udeležencev, in sicer tri četrtine, meni, da skozi korporativno prostovoljstvo izboljšujejo kompetenco sodelovanja v timu. Več kot polovica jih meni tudi, da izboljšujejo kompetenco verbalne komunikacije, medtem ko jih nekoliko manj kot polovica meni, da izboljšujejo svoje vodstvene sposobnosti in kompetenco upravljanja s časom. Korporativno prostovoljstvo zahteva velik del prostega ali delovnega časa. Zhang in sodelavci (2020) ugotavljajo, da količina časa, ki ga posameznik posveti korporativnemu prostovoljstvu, črpa in preusmerja delavčevo energijo ter preprečuje hkratno doseganje delovnih ciljev.

Čeprav korporativno prostovoljstvo zahteva posameznikov čas in napor, pa se mnogi prostovoljci še vedno vključujejo v prostovoljske dejavnosti prav zato, ker imajo občutek, da njihovo delo koristi širši skupnosti. Zanimalo naju je, ali enako čutijo tudi udeleženci, ki opravljajo korporativno prostovoljstvo. Ugotovili sva, da kar približno štiri petine udeležencev meni, da z opravljanjem korporativnega prostovoljstva zares koristi svoji skupnosti, v kateri deluje. Nadalje sva ugotovili, da se le tretjina udeležencev strinja z izjavo, da se zaradi možnosti opravljanja korporativnega prostovoljstva bolj identificira s svojo organizacijo, medtem ko se jih več kot tretjina s to izjavo ne strinja. V nasprotju z najini ugotovitvami Brockner idr. (2014) navajajo, da se z opravljanjem korporativnega prostovoljstva poveča delavčeva afektivna predanost. Gre za to, da zaposleni čutijo predanost organizaciji zato, ker si tako želijo, ne ker čutijo, da tako mora biti. Na moč afektivne predanosti lahko vplivajo številni dejavniki, npr. predhodno nizka identifikacija z organizacijo.

Ena od večjih omejitev raziskave je velikost vzorca. Pri zbiranju podatkov je namreč prišlo do velikega zmanjšanja udeležencev in tako je najin vprašalnik rešilo le 69 udeležencev. Tak vzorec je nereprezentativen, posledično na podlagi takšnega vzorca ugotovitev ne moremo posplošiti na populacijo. Vzorčenje je potekalo prek socialnih omrežij, katerih slabost je, da samo

vzorčenje temelji na socialnih povezavah, kar pomeni, da vzorec ne bo naključno izbran, temveč bodo vanj vključeni le tisti posamezniki, ki imajo družbeno omrežje (metoda snežne kepe).

Zaključek

Kot omenjeno v uvodu, je subjektivno zaznavanje in doživljanje korporativnega prostovoljstva s strani zaposlenih tema, ki je v strokovni literaturi premalo zastopana. Zdi se nama pomembno, da z raziskavami osvetlimo tudi to, kako prostovoljci sami doživljajo korporativno prostovoljstvo, ne le, kakšne posledice ima za prejemnike pomoči. Med raziskovanjem sva ugotovili, da korporativno prostovoljstvo večini naših udeležencev ne predstavlja bremena, le nasprotno, da jim je v zadovoljstvo. Več kot polovica tudi poroča o možnosti razvoja novih kompetenc v okviru korporativnega prostovoljstva. Glede že usvojenih kompetenc in nadaljnjega razvoja le-teh so udeleženci manj enotni. Največ jih je mnenja, da razvijajo kompetenco sodelovanja v timu in kompetenco verbalne komunikacije. Okrog polovica pa jih meni, da razvijajo še vodstvene sposobnosti in kompetenco upravljanja s časom. Velika večina jih meni, da s korporativnim prostovoljstvom tudi koristijo skupnosti. Udeleženci pričujoče raziskave ne zaznavajo lastne večje produktivnosti zaradi korporativnega prostovoljstva. Podobno tudi ne identifikacije z organizacijo.

Če delodajalec nima vpogleda v zaznave korporativnega prostovoljstva svojih delavcev, je ta raziskava uporabna prav zanje. Posledično lahko uvajajo nekatere spremembe v prostovoljske programe v korporaciji (npr. v organizacijah, kjer je to obvezno, lahko morda ponudijo možnost izbire sodelovanja; zaposlenim lahko ponudijo, da sami predlagajo prostovoljsko delo, ki bi ga opravljali; delavcem lahko ponujajo več opore in pomoči, če so v časovni stiski itd). Najina raziskava pa je lahko informativna tudi za zaposlene. Ti se zavedajo lastnih mnenj in občutij glede korporativnega prostovoljstva, vendar ne vedo, kakšen pogled imajo sodelavci in zaposleni v drugih organizacijah. Z raziskavo lahko zaposleni uvidijo, da si svoje mnenje in občutja delijo s številnimi drugimi, vključenimi v korporativne programe prostovoljstva, kar pripomore k njihovemu občutku pripadnosti in povezanosti. V prihodnosti bi bilo zanimivo raziskati povezavo med odnosom do korporativnega prostovoljstva in stopnjo obveze, ki jo ima posameznik do te dejavnosti.

Literatura

- Brockner, J., Senior, D. in Welch, W. (2014). Corporate volunteerism, the experience of self-integrity, and organizational commitment: Evidence from the field. *Social Justice Research*, 27(1), 1–23.
- Geroy, G. D., Wright, P. C. in Jacoby, L. (2000). Toward a conceptual framework of employee volunteerism: An aid for the human resource manager. *Management Decision*, 38(4), 280–287.
- 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.
- Haski-Leventhal, D., Kach, A. in Pournader, M. (2019). Employee need satisfaction and positive workplace outcomes: The role of corporate volunteering. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 48(3), 593–615.
- Peterson, D. K. (2004). Benefits of participation in corporate volunteer programs: Employees' perceptions. *Personnel Review*, 33(6), 615–627.
- 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.
- Sekar, S. in Dyaram, L. (2017). What drives employees to participate in corporate volunteering programs? *Social Responsibility Journal*, 13(4), 661–677.
- Zhang, Z., Wang, J. in Jia, M. (2020). Integrating the bright and dark sides of corporate volunteering climate: Is corporate volunteering climate a burden or boost to employees? *British Journal of Management*, <https://doi.org/10.1111/1467-8551.12418>.

GIVING BACK TO SOCIETY AND BETTERING MYSELF – SELF-PERCEIVED EFFECTS OF CORPORATE VOLUNTEERING ON EMPLOYEES

In this article we present our research on the self-perceived effects of corporate volunteering on employees in various organizations in Slovenia. We were interested in how volunteers within the organization perceive and subjectively experience volunteering. The study involved 69 participants, aged between 24 and 58, employed in different industries and companies of different sizes. We used a questionnaire with the participants, which we compiled ourselves to meet the needs of the research, with 12 statements about the different effects of corporate volunteering. Analysis of the data showed that the majority of Slovenian volunteers experience satisfaction with corporate volunteering, develop new competencies and feel that they benefit their community through their work. The key shortcoming of our research is the unrepresentativeness of the sample, which prevents us from generalizing the findings to the general population. However, given the unexplored field our research can nevertheless serve as a starting point for further, expanded research on the topic of the self-perceived effects of corporate volunteering on employees.