

## Kako opredeljujemo korporativno prostovoljstvo?

*Taja Vidonja, Nika Pogorelc, Polona Kralj, Tjaša Poglej,  
Vita Čebulj, Maša Černilec*

*Obliko prostovoljstva, kjer zaposleni na pobudo delovne organizacije postanejo prostovoljci, imenujemo korporativno prostovoljstvo. Na področju opredeljevanja korporativnega prostovoljstva obstaja mnogo nejasnosti, zato smo si pred pregledom literature zastavile naslednja raziskovalna vprašanja: kakšne opredelitve korporativnega prostovoljstva prevladujejo v sodobni literaturi, kako se opredelitve razlikujejo, kako se korporativno prostovoljstvo povezuje z družbeno odgovornostjo podjetij in trajnostnim razvojem. Rezultati so pokazali, da se opredelitve korporativnega prostovoljstva v določeni meri prekrivajo, vendar med njimi obstajajo tudi razlike. Številni avtorji se strinjajo, da korporativno prostovoljstvo predstavlja način izražanja družbene odgovornosti podjetij. Po drugi strani se največja neskladja pojavljajo glede časa, v katerem se korporativno prostovoljstvo odvija, načrtovanosti in motivov za korporativno prostovoljstvo. Neenotnost opredelitev lahko predstavlja težavo pri znanstvenem raziskovanju koncepta, zato smo v nadaljevanju predlagale lastno opredelitev korporativnega prostovoljstva. Predlagamo tudi večje upoštevanje kulturnih razlik pri opredeljevanju korporativnega prostovoljstva.*

## Uvod

Medtem ko prostovoljstvo poznamo že več stoletij, je korporativno prostovoljstvo relativno nov koncept. Burke in sodelavci (1986) so v znanstvenem prispevku nanj opozorili prvi in opisali proces, v katerem se zaposleni udeležujejo prostovoljnih aktivnosti, ki jih zanje načrtuje delovna organizacija. Programe korporativnega prostovoljstva so po letu 1990 že izvajale organizacije v Združenih državah Amerike, kjer se je ta oblika prostovoljstva najprej uveljavila. Od takrat se je korporativno prostovoljstvo razširilo tudi v evropske države in postalo priljubljeno (Herzig, 2006). Število organizacij, ki so se odločile za izvajanje takšnih aktivnosti, se je v svetu močno povečalo. B. Bocalandro (2009) je navedla, da je več kot 90 % od 500 delovnih organizacij na lestvici Fortune, lestvici največjih svetovnih organizacij, vpeljalo programe korporativnega prostovoljstva. Sočasno z vpeljevanjem korporativnega prostovoljstva v prakso se je povečalo tudi število raziskav, ki temo preučujejo, in sicer predvsem na področju psihologije in menedžmenta. Pri tem večina raziskav korporativnega prostovoljstva izhaja iz Združenih držav Amerike, Kanade in Zahodne Evrope (Dreesbach-Bundy in Scheck, 2017).

V zadnjih letih se je močno spremenilo tudi naše pojmovanje odnosa med plačanim delom in prostovoljstvom. V 20. stoletju je bilo namreč nepredstavljivo, da bi zaposleni velik del svojega delovnega časa namenili udeleževanju v skupnosti. V nasprotju s tem danes plačano delo razumemo tudi z vidika razvijanja spretnosti zaposlenih in socialnega vključevanja, kar je s prostovoljnim delom v skupnosti veliko lažje združljivo (Ariza-Montes idr., 2015). V zadnjih letih beležimo tudi vse več vključevanja podjetij (predvsem iz zasebnega sektorja) v prostovoljne aktivnosti, in sicer kot posledica delovanja podjetij v sklopu koncepta družbene odgovornosti (Paço in Nave, 2013).

Korporativno prostovoljstvo je različica tradicionalnega prostovoljstva, zato si s to obliko prostovoljstva deli mnoge skupne značilnosti. S. van Schie in sodelavci (2011) so na primer zapisali pet značilnosti prostovoljstva, ki veljajo tudi za korporativno prostovoljstvo, in sicer da je organizirano, osebno, neplačano, koristno za druge deležnike in temelji na času, ki ga prispeva zaposleni. Avtorji korporativno prostovoljstvo opredeljujejo na različne načine, glede ustreznosti posameznih opredelitev pa ostaja mnogo vprašanj. Nekatero opredelitve so namreč kratke in pomanjkljive (npr. Grant, 2012), druge pa daljše in bolj razdelane (npr. Lorenz idr., 2011). J. Rodell in sodelavci (2016) so predlagali, da bi morale opredelitve korporativnega prostovoljstva vedno vsebovati naslednje vidike:

- zaposleni namenljajo svoj čas in ne le finančnih sredstev;
- prostovoljne aktivnosti so načrtovane;
- aktivnosti potekajo pod okriljem neprofitne organizacije;
- motivi za prostovoljstvo;
- koristi za prostovoljca.

Pelosa in sodelavci (2009) so v raziskavi ugotovili, da je prostovoljstvo izrazito odvisno od konteksta in ga zato ne moremo posploševati po področjih. Korporativno prostovoljstvo se od tradicionalnega osebnega prostovoljstva razlikuje tako po organiziranosti kot prevladujočih motivih za sodelovanje. Vpeto je v že obstoječe socialne in komunikacijske mreže organizacije, obenem pa pri njem prevladujejo egoistični motivi nad altruističnimi. Tudi zaradi teh razlik je smiselno odkriti skupne značilnosti opredelitev korporativnega prostovoljstva in na ta način pripomoči k jasnejši opredelitvi pojava, posledično pa tudi k lažjemu ločevanju med sorodnimi področji prostovoljstva. Zaradi navedenih razlogov smo se odločile za kvalitativni pregled literature s tega področja. Pri tem smo si za cilj zastavile, da različne opredelitve korporativnega prostovoljstva pregledamo, analiziramo in kritično ovrednotimo. Oblikovale smo naslednja raziskovalna vprašanja:

- 1) Kakšne opredelitve korporativnega prostovoljstva prevladujejo v sodobni literaturi? Kot sodobno literaturo smo v tem poglavju upoštevale opredelitve, ki so nastale po letu 2000.
- 2) Kako se opredelitve korporativnega prostovoljstva razlikujejo glede na pet vidikov, ki jih J. Rodell in sodelavci (2016) omenjajo v literaturi?
- 3) Kako se korporativno prostovoljstvo povezuje s koncepti družbene odgovornosti podjetij in trajnostnega razvoja?

Pregledale smo podatkovne zbirke DiKul, PsycINFO in Google Scholar. Pri tem smo iskale pod naslednjimi ključnimi besedami: »corporate volunteerism«, »corporate volunteering«, »corporate volunteership«, »corporate volunteer\*«, »employee volunteer\*«, »defining corporate volunteering«, »corporate volunteering definition«, »corporate philanthropy«. Uporabile smo operatorje AND in OR. Kot kriterij pri izboru prispevkov smo določile tudi leto izida, pri čemer smo upoštevale prispevke, ki so nastali po letu 2000. Po grobem pregledu smo izključile tiste zadetke, kjer nismo imele dostopa do celotnega prispevka. Drugi izključitveni kriterij je bil pomanjkanje opredelitve korporativnega prostovoljstva v uvodu. Po izključitvi del, ki niso bila v skladu z našimi kriteriji, smo prispevke podrobno pregledale in analizirale.

## Rezultati z diskusijo

V znanstveni literaturi se v opredelitvah korporativnega prostovoljstva pojavljata angleški besedi *volunteering* in *volunteerism*, ki ju v slovenščino enotno prevajamo kot prostovoljstvo. Zdi se, da se omenjena angleška izraza v literaturi vsebinsko ne razlikujeta. Nekateri avtorji uporabljajo izraz prostovoljstvo zaposlenih (angl. *employee volunteering*; npr. Muthuri idr., 2009; Rodell idr., 2016), velika večina pa izraz korporativno prostovoljstvo (angl. *corporate volunteering*; npr. Dreesbach-Bundy in Scheck, 2017; Sanchez-Hernandez in Gallardo-Vázquez, 2013). J. Rodell in sodelavci (2016) so predlagali, da naj prostovoljstvo zaposlenih pojmemo kot nadpomenko besedne zveze korporativno prostovoljstvo. Prostovoljstvo zaposlenih namreč označuje vsakršno prostovoljno dejanje, ki ga opravi zaposleni, ter vključuje korporativno in individualno prostovoljstvo. Izraz korporativno prostovoljstvo uporabljamo takrat, ko prostovoljske aktivnosti načrtuje in spodbuja organizacija, izraz osebno prostovoljstvo pa takrat, ko je zaposleni prostovoljec v svojem prostem času. Kljub temu se zdi, da na področju obstaja nekaj terminoloških nejasnosti. Nekateri avtorji namreč v znanstvenih razpravah opisujejo prostovoljstvo zaposlenih, čeprav bi bilo glede na organizacijsko vlogo pri načrtovanju aktivnosti bolj ustrezno uporabiti izraz korporativno prostovoljstvo.

## Sodobne opredelitve korporativnega prostovoljstva

Potrebe po opredelitvi korporativnega prostovoljstva se niso pojavile le v očeh posameznih raziskovalcev, ampak tudi na mednarodni ravni z namenom oblikovanja priporočil za implementacijo mednarodno zastavljenih programov. Med opredelitvami z različnih geografskih in kulturnih področij je opaziti več podobnosti kot razhajanj, zaradi česar se zdi, da je osnovno razumevanje pojava med državami v grobem poenoteno. Ne glede na to je iz podrobnejšega pregleda opredelitev razvidno, da se slednje med seboj razlikujejo po poudarkih, ki jih namenjajo različnim vidikom korporativnega prostovoljstva, najopaznejše od razlik pa podrobneje predstavljamo v drugem delu poglavja. Kljub omenjenim razlikam so avtorji v vidikih opredelitev prepoznali skupna izhodišča, ki se v opredelitvah pogosteje pojavljajo. Po podatkih Politicne agende za prostovoljstvo v Evropi (Policy Agenda for Volunteering in Europe, PAVE) je med ljudmi opaziti največjo složnost na področju štirih elementov korporativnega prostovoljstva. Ljudje so korporativno prostovoljstvo najpogosteje opredeljevali kot

koordinirano s strani podjetja in opravljano znotraj delovnega časa (oboje 60 %). Poleg tega so navajali, da gre za dejavnosti, povezane s spretnostmi pri njihovem delu (55 %), pri čemer so aktivnosti korporativnega prostovoljstva tesno povezane z družbeno odgovornostjo podjetja (50 %). V očeh ljudi so glavne značilnosti korporativnega prostovoljstva tako povezane s specifičnim delovnim okoljem, časom in spretnostmi, ki obenem služijo družbeni strategiji organizacije (Perez idr., 2014).

Prevladujoče sodobne opredelitve korporativnega prostovoljstva, skladno s predstavami ljudi, pri opisovanju tega pojava poudarjajo ključno vlogo organizacij in korporativnega okolja, znotraj katerega je prostovoljstvo vzpostavljeno (npr. van Schie idr., 2011), velikost in vrsta organizacije pa v tem kontekstu nista bistveni (Loosemore in Bridgeman, 2017; Plewa idr., 2015). V opredelitvah lahko razločimo dve glavni stopnji razdelanosti vloge, ki jo ima organizacija pri vzpostavljanju korporativnega prostovoljstva. Iz nekaterih opredelitev je razviden splošnejši pristop k opredelitvi pojava in se tako nanašajo na vsakršen trud ali ukrep delodajalca, da spodbudi in podpira prostovoljstvo (Allen, 2012; Arulrajah, 2016; Bussell in Forbes, 2008; Brockner idr., 2014; Graff, 2004; Lukka, 2000; McGarvey idr., 2019; Perez idr., 2014; Herzig, 2006; Wild, 1993, v Peterson, 2004a). Drugi bolj poudarjajo organiziranost in strukturiranost korporativnega prostovoljstva prek aktivnih podpornih programov, ki jih oblikujejo organizacije (Basil idr., 2011; Kotler in Lee, 2005, v Paço in Nave, 2013; Pelosa idr., 2009; van Schie idr., 2011). Značilnost tovrstnih programov je, da niso specifično omejeni s časom trajanja, saj so lahko kratkotrajni ali dolgotrajni (van Schie idr., 2011), njihov primarni namen pa je koordinacija in spodbuda zaposlenih (Grant, 2012; Rodell, 2013). Vključujejo lahko interno promoviranje potreb skupnosti po prostovoljcih, organiziranje skupinskih prostovoljskih projektov, prepoznavanje in nagrajevanje sodelovanja zaposlenih, zmanjševanje delovnega časa v namen prostovoljske aktivnosti in preskrbo s sredstvi za izvedbo prostovoljskih projektov (Peterson 2004a).

V opredelitvah korporativnega prostovoljstva poudarjajo, da organizacije s programi korporativnega prostovoljstva dosegajo različne cilje, marsikateri od njih pa jim omogoča izpolnitev strateških ciljev in okrepitev svojega odnosa z družbo prek izboljšanja svoje javne podobe (Allen, 2003, v Paço in Nave, 2013; Cocyota idr., 2016; Haski-Leventhal idr., 2010; Lee in Higgins, 2001; Perez idr., 2014; Procopie, 2012, v Păceșilă, 2017; van Schie idr., 2011; Quirke, 1999, v Lee in Higgins, 2001). Na ta način organizacije izkoristijo korporativno prostovoljstvo, da se približajo ljudem ter povečajo

svoj ugled in priljubljenost, s čimer nagovorijo tudi svoje neposredno tržišče (Caudron, 1993; Cycyota idr., 2016). Vendar pa korporativno prostovoljstvo ne prinaša prednosti le za organizacije. Številne opredelitve prepoznava doprinos takšnega udejstvovanja k skupnemu interesu družbe, saj organizacije svoje prostovoljce vključujejo na področja skupnosti, kjer je bila s strani širše javnosti zaznana potreba po pomoči. Iz številnih opredelitev je tako razvidno, da programi korporativnega prostovoljstva potekajo v lokalni skupnosti v dobrobit družbe (Allen, 2012; Basil idr., 2011; Benjamin, 2001; Graff, 2004; Herzig, 2006; Kotler in Lee, 2005, v Pačo in Nave, 2013; Lukka in Locke, 2003; Peloza idr., 2009, Perez idr., 2014; Peterson 2004a; Peterson, 2004b; Quirke 1999, v Lee in Higgins, 2001; Sanchez Hernandez in Gallardo Vazquez, 2013; Saratun, 2016; Wild, 1993, v Peterson 2004a).

Opredelitve v svojih opisih pogosto zajemajo tudi vprašanje aktivnega delovanja v nasprotju s pasivno vpletenostjo organizacije. Prevladujoče opredelitve poudarjajo aktivno obliko pomoči in pojmujejo pasivno pomoč v obliki denarnih nakazil fundacijam ali posameznikom kot nezadostno dejavnost organizacij, zaradi česar ne gre za vidik korporativnega prostovoljstva (Holroyd in Silver, 2001; Loosmore in Bridgeman, 2017; Lorenz idr., 2011; McGarvey idr., 2019; Pajo in Lee, 2010; Santos in Fernandez, 2017; Saratun, 2016). Nekatere opredelitve korporativnega prostovoljstva kot aktivnih prostovoljcev ne pojmujejo le trenutnih zaposlenih, temveč tudi njihove sorodnike ali upokojene nekdanje sodelavce (Graff, 2004; Kotler in Lee, 2005, v Pačo in Nave, 2013; Sanchez Hernandez in Gallardo Vasquez, 2013; Wild, 1993, v Peterson, 2004a). Redke opredelitve pa neposredno vključujejo tudi sodelovanje dobaviteljev, distributerjev, strank ali poslovnih partnerjev (Kotler in Lee, 2005, v Pačo in Nave, 2013).

Po pregledu glavnih značilnosti opredelitev korporativnega prostovoljstva lahko zaključimo, da so stičišča slednjih vezana predvsem na okolje, znotraj katerega poteka prostovoljstvo, namen in stopnjo aktivnosti organizacije. Večina opredelitev poudarja, da se korporativno prostovoljstvo izvaja v sklopu organizacij, ki s tem povečujejo svoj ugled kot tudi nagovarjajo ciljno javnost. Pri tem so njihove aktivnosti usmerjene v pomoč lokalni skupnosti na način, ki presega denarne transakcije. Vendar pa te skupne značilnosti niso dovolj, da bi podrobno razumeli raziskovani pojav, saj šele z natančnim pregledom razlik lahko oblikujemo zaključke o tem, kaj je in kaj ni korporativno prostovoljstvo.

## Razlike v opredelitvah korporativnega prostovoljstva

J. Rodell in sodelavci (2016) omenjajo pet vidikov, na podlagi katerih lahko opredelimo korporativno prostovoljstvo. Ti vidiki so namenjanje časa, načrtovana aktivnost, neprofitna organizacija, motivi za prostovoljstvo in korist prostovoljstva. Opredelitve, ki se pojavljajo v literaturi, se razlikujejo glede na to, ali zajemajo posamezen vidik in na kakšen način ga vključujejo v opredelitev.

### Čas

V opredelitvah se pojavljajo razlike v tem, ali avtorji omenijo čas, v katerem se prostovoljstvo opravlja, ali ne. Pri opredelitvah, ki ne vsebujejo vidika časa, se večkrat omenjajo spretnosti, talent, dejanja, sposobnosti, energija, znanje, trud, udeležba ali kompetence (npr. Marquis idr., 2007). Takšno opredelitev korporativnega prostovoljstva je zapisal tudi Herzig (2006), ki ga je opredelil kot aktivnosti, ki presegajo le navadno vključenost organizacije v skupnost (npr. donacije ali sponzorstva), temveč zahtevajo nove oblike vključevanja organizacije v skupnost (npr. prek vključevanja kompetenc zaposlenih v socialno okolje). S tem so se strinjali tudi J. Rodell in sodelavci (2016), ki so izpostavili, da je pomembno, da je v opredelitvi prisotna aktivnost, saj denarne transakcije niso dovolj, da lahko govorimo o prostovoljstvu. Primer takšne opredelitve je, da korporativno prostovoljstvo zajema delo zaposlenih v skupnosti z določeno vrsto podpore in/ali spodbude s strani delodajalca (Graff, 2004). Bolj obširno sta korporativno prostovoljstvo brez vidika časa opredelila Pajo in L. Lee (2011). Korporativno prostovoljstvo sta imenovala tudi prostovoljstvo zaposlenih ali z zaposlenimi podprto prostovoljstvo. Začeto je s strani delodajalca in vodeno s strani zaposlenih. Slednjim omogoča, da se z aktivno podporo in opogumljanjem delodajalcev prostovoljno vključijo v formalne ali neformalne programe.

Druge opredelitve korporativnega prostovoljstva zajemajo vidik časa, v katerem potekajo prostovoljne dejavnosti. Te navajajo, da se korporativno prostovoljstvo nanaša na formalne programe, pri katerih podjetje podpira in zagotavlja priložnosti, da zaposleni svoj čas in spretnosti naklonijo skupnosti (npr. Basil idr., 2011; Cavallaro, 2006; Pelosa idr., 2009). Večina opredelitev korporativnega prostovoljstva zajema čas kot splošen vidik, kar pomeni, da iz njih ni razvidno, ali dejavnost poteka znotraj delovnega, znotraj prostega časa ali znotraj obeh. Čas dojemajo kot dobrino, ki jo prostovoljec nameni skupnosti. P. Lukka in Locke (2003) sta na primer

korporativno prostovoljstvo opredelila kot prakso in aktivnost, s katerima podjetje spodbuja in podpira prostovoljne dejavnosti. Vidita ga kot strategijo, s katero podjetje motivira svoje partnerje in zaposlene, da del časa namenijo ciljem, ki zadevajo lokalno skupnost.

Med opredelitvami, ki poudarjajo vidik časa, se pojavljajo razlike glede na to, ali vidijo korporativno prostovoljstvo kot dejavnost, ki se opravlja med delovnim ali med prostim časom. Schöffmann (2001, v Heuberger, 2006) je zato opredelil prostovoljstvo v ožjem in širšem smislu. V ožjem smislu razume prostovoljno vključevanje zaposlenih, ki poteka v času plačanega delovnega časa, medtem ko pojmovanje v širšem smislu zajema podjetniško usmerjene dejavnosti, ko prostovoljske dejavnosti potekajo v prostem času zaposlenega, vendar so podprte s strani podjetja. Podobno delitev sta izpostavili tudi H. Bussel in D. Forbes (2002), ki sta korporativno prostovoljstvo razdelili na dve vrsti. Prostovoljstvo, podprto s strani delodajalca, organizira in podpira podjetje, vendar poteka v prostem času zaposlenega, ni plačano in ni obvezno. Druga oblika korporativnega prostovoljstva, ki sta jo avtorici opredelili, je prostovoljstvo, načrtovano s strani delodajalca. Zanj je značilno, da poteka med delovnim časom, prostovoljni projekt izbere organizacija, ki nato svoje zaposlene vodi in usmerja skozi projekt. V to skupino bi lahko uvrstili opredelitev avtorice S. van Schie in sodelavcev (2011), ki izpostavljajo, da so lahko programi korporativnega prostovoljstva dolgotrajni ali kratkotrajni. V vsakem primeru so ti programi izjemno formalizirani. Pobuda zanje pride s strani organizacije, medtem ko zaposleni nimajo veliko možnosti izbire programa, lahko pa se v prostovoljstvo poljubno vključujejo. Takšni programi se nato izvajajo znotraj delovnega časa, zaposleni za prostovoljne dejavnosti dobi plačilo, medtem ko organizacija za opravljeno prostovoljsko delo pridobi zasluge in priznanja.

Podobno razlikovanje so izpostavili tudi J. Rodell in sodelavci (2016), ki so prostovoljstvo razdelili na osebno in korporativno glede na vidik časa. Za osebno prostovoljstvo velja, da poteka med prostim časom, medtem ko korporativno prostovoljstvo poteka v času delovnih ur. Primer opredelitve korporativnega prostovoljstva, ki zajema dejavnosti med delovnim časom oziroma se uvršča v skupino prostovoljstva, načrtovanega s strani delodajalca, so oblikovali De Gilder in sodelavci (2005) ali H. Bussel in D. Forbes (2008). Korporativno prostovoljstvo razumejo kot dajanje časa, znanja in spretnosti v sklopu pomoči skupnosti oziroma med opravljanjem socialnih dejavnosti. Zajema formalno organizirano pobudo, ki poteka med delovnim časom, zaposleni pa niso deležni dodatne kompenzacije (npr. denarne).



V literaturi se pojavljajo tudi opredelitve korporativnega prostovoljstva, ki ne opredelijo, ali prostovoljske dejavnosti potekajo med delovnim ali med prostim časom zaposlenega (Graff, 2004; Pajo in Lee, 2011, v Nave in Pačo, 2013). Nekatere opredelitve neposredno izpostavijo, da lahko korporativno prostovoljstvo poteka tako v delovnem kot v prostem času zaposlenega. Ena od takšnih opredelitev je opredelitev avtorjev Lorenz idr. (2011), ki izpostavljajo, da lahko korporativno prostovoljstvo poteka znotraj delovnega ali znotraj prostega časa, v navezavi s sodelavci ali samostojno.

Po mnenju nekaterih avtorjev se torej korporativno prostovoljstvo od drugih oblik razlikuje po tem, da se izvaja v sklopu delovnega časa. Kljub temu ta razlika med osebnim in korporativnim prostovoljstvom ni splošno sprejeta, saj se nekateri avtorji v svojih opredelitvah sklicujejo tako na delovni kot na prosti čas. Prihaja do razhajanj med opredelitvami korporativnega prostovoljstva glede tega, ali je korporativno prostovoljstvo samo tisto prostovoljstvo, ki ga zaposleni opravljajo med delovnim časom, ali tudi tisto, ki ga opravljajo v prostem času. Prav tako so pogoste tudi opredelitve, ki vidika časa ne opredeljujejo podrobneje, ampak ga izpostavljajo kot dobrino, ki jo zaposleni nameni družbi.

### **Načrtovanost aktivnosti**

V opredelitvah najdemo neskladja tudi na področju načrtovanosti aktivnosti. Medtem ko nekateri avtorji v opredelitvah korporativnega prostovoljstva omenjajo, da je le-to načrtovano oz. organizirano s strani podjetja, drugi tega vidika ne omenjajo ali pa v opredelitvah prikazujejo podjetja le v vlogi spodbujevalca zaposlenih, da se vključijo v prostovoljne aktivnosti. Pogosto pa se v opredelitvah pojavita tako vloga organiziranja kot vloga spodbujanja. V nekaterih opredelitvah zasledimo tudi termin »podpiranje«, pri čemer velikokrat ni jasno razvidno, ali imajo podjetja le vlogo podpiranja zaposlenih, da se udeležujejo prostovoljnih aktivnosti, ali podjetja zaposlene pri prostovoljstvu podpirajo s svojimi načrtovanimi in organiziranimi aktivnostmi.

Danes se od podjetij pričakuje, da se vedejo družbeno odgovorno ter da izražajo skrb in zanimanje tudi za širšo družbo. Način, s katerim mnoga podjetja aplicirajo to spodbudo, je implementacija programov korporativnega prostovoljstva. Ti programi se nanašajo tako na formalne kot na neformalne prakse oz. aktivnosti (Rodell idr., 2017). Za oboje je značilno, da se odvijajo v sklopu podjetij, pri čemer se formalne aktivnosti nanašajo na koordiniranje zaposlenih pri udeleževanju v prostovoljnih aktivnostih,

neformalne pa denimo na spodbujanje zaposlenih, da svoj čas namenijo »zunanjim prostovoljnimi skupinam« (Basil idr., 2011). Udejstvovanje podjetja v prostovoljskih aktivnostih se torej razlikuje po tem, ali so aktivnosti načrtovane in koordinirane s strani podjetij ali pa podjetja zaposlene le spodbujajo k tovrstnim udejstvovanjem, pri čemer ne prevzemajo vloge načrtovalcev prostovoljskih aktivnosti.

Primer opredelitve, ki vključuje le vidik spodbujanja, bi bil: korporativno prostovoljstvo opredelimo kot prostovoljno (v smislu osebne odločitve) dejavnost zaposlenih, ki je spodbujena in podprta s strani delodajalca v okviru lokalne skupnosti (Tuffrey, 1998a, v Haski-Leventhal idr., 2010). Podobno navajajo Allen in sodelavci (2011, v Arulrajah, 2016), in sicer korporativno prostovoljstvo opredelijo kot »veliki šotor«, ki zajema širok spekter aktivnosti, ki jih podjetje sponzorira ali spodbuja in so namenjene pomoči drugim.

Nekatere opredelitve neposredno vključujejo tako vidik organiziranosti s strani podjetja kot vidik vloge spodbujevalca. P. Lukka (2000) navaja, da se lahko programi korporativnega prostovoljstva pojavijo v različnih oblikah, pri čemer je organizator lahko podjetje ali pa so vodeni s strani zaposlenih. To pomeni, da lahko podjetja, ki podpirajo oz. spodbujajo zaposlene, da se odločajo za prostovoljstvo, svojim delavcem za to namenijo del delovnega časa, delujejo kot posredniki pri iskanju prostovoljskega dela ali organizirajo skupinske aktivnosti na področju projektov v lokalni skupnosti (Benjamin, 2001). M. T. Garcia (2012) denimo v svojo opredelitev vključuje vidik načrtovane aktivnosti, in sicer navaja, da ima organizacija, ko zaposleni postane prostovoljec, vlogo načrtovanja, spodbujanja, nadzorovanja in evalviranja takšnih programov. O korporativnem prostovoljstvu v tem primeru govorimo, ko aktivnosti, ki se jih udeležuje zaposleni, med drugim podjetje, v katerem je ta posameznik zaposlen, tudi načrtuje in/ali spodbuja.

Arulrajah (2016) korporativno prostovoljstvo opredeljuje kot načrtovano in organizirano skupnostno storitev, ki jo izvajajo zaposleni, vodstvo podjetja pa jo podpira. Avtor sicer omenja podporo podjetij, vendar pa eksplicitno ne navede, ali so te storitve, ki jih podjetja podpirajo, organizirane in načrtovane s strani tistih podjetij, katerih zaposleni se vključujejo v te aktivnosti, ali se podpora nanaša bolj na denimo finančni vidik.

Zaključimo lahko, da avtorji pri opredeljevanju korporativnega prostovoljstva z vidika načrtovane aktivnosti niso enotni. Nejasnosti se pojavljajo predvsem pri nanašanju na aktivnosti, če se beseda »aktivnost« pojavlja v opredelitvah, pri čemer avtorji večinoma eksplicitno ne povedo, ali so te aktivnosti formalne ali neformalne, torej ali ima podjetje vlogo organiziranja,

spodbujanja ali morebiti obojega. Obstajajo torej opredelitve, iz katerih ni razvidno, ali organizacija aktivnosti korporativnega prostovoljstva organizira ali le spodbuja posameznike, da se sami od sebe vključujejo v aktivnosti (morda v prostem času). Če v opredelitvah avtorji ne omenjajo zvez, kot so »organizirano« ali »spodbujanje«, to še ne pomeni, da tega vidika ne upoštevajo. Avtorji lahko kljub temu kot korporativno prostovoljstvo razumejo npr. le tiste aktivnosti, ki so organizirane s strani podjetij, čeprav tega neposredno ne povedo.

### **Neprofitna organizacija**

Opredelitve korporativnega prostovoljstva se razlikujejo tudi v tem, ali avtorji v njih vključujejo neprofitne ali dobrodelne organizacije. J. Rodell (2013) izpostavlja, da korporativno prostovoljstvo poteka v kontekstu neprofitne ali dobrodelne organizacije, ki je prejemnik pomoči s strani korporativnih prostovoljcev. Na tak način je korporativno prostovoljstvo formalizirana in javna aktivnost, kar je pogoj za prejšnji vidik načrtovane pomoči.

Neprofitna organizacija je na podlagi Zakona o nevladnih organizacijah (2018) opredeljena kot organizacija, ki dobiček ali presežek dohodkov uporabi izključno v namen, da deluje v smeri lastnega delovanja in doseganja svojih ciljev ter svojega premoženja ne deli med ustanovitelje, člane ali druge osebe. Splošne dobrodelne organizacije pa so opredeljene v Zakonu o humanitarnih organizacijah (2003) kot tiste organizacije, katerih namen je reševanje in lajšanje socialnih stisk in težav, zagovornišvo socialno ogroženih, reševanje tistih posameznikov, katerih zdravje in življenje je ogroženo, ter krepitev zdravja prebivalstva.

Nekatere opredelitve korporativnega prostovoljstva ne omenjajo neprofitnih oziroma dobrodelnih organizacij. M. T. Garcia (2012) v svoji opredelitvi ne omenja povezave aktivnosti z neprofitno organizacijo in navaja le, da zaposleni postane prostovoljec, vloga organizacij pa je načrtovanje, spodbujanje, nadzorovanje in evalviranje takšnih programov.

Na drugi strani pa nekatere opredelitve korporativnega prostovoljstva zajamejo vidik neprofitne organizacije. J. Rodell in sodelavci (2016) navajajo, da govorimo o korporativnem prostovoljstvu, ko zaposleni namenjajo svoj čas, skozi inicativo podjetja, v sklopu načrtovane aktivnosti, namenjene neprofitni ali dobrodelni skupini ali organizaciji. Ta opredelitev torej zajema zaposlenega, ki se vključuje v aktivnosti, ki potekajo v sklopu neke neprofitne ali dobrodelne organizacije.

## Motivi za prostovoljstvo

Opredelitve korporativnega prostovoljstva se od opredelitev prostovoljstva pogosto ločijo prav po motivih za vključevanje v prostovoljstvo. V opredelitvah prostovoljstva so namreč močno poudarjeni altruistični in prosocialni motivi. Ena od opredelitev prostovoljstva denimo navaja, da je prostovoljstvo družbeno koristna brezplačna aktivnost posameznikov, ki s svojim delom, znanjem in izkušnjami prispevajo k izboljšanju kakovosti življenja posameznikov in družbenih skupin ter k razvoju solidarne, humane in enakopravne družbe (Zakon o prostovoljstvu, 2011). V nasprotju s tem se v opredelitvah korporativnega prostovoljstva pojavljajo razlike v tem, ali avtorji v njih omenijo motive za vključevanje v aktivnost ali ne.

Veliko opredelitev korporativnega prostovoljstva ne omenja motivov za prostovoljstvo. Eno od takšnih opredelitev je zapisala A. Bowman (2012, v Cuevas-Torres idr., 2015), ki navaja, da je prostovoljstvo zaposlenih ključna točka družbene odgovornosti podjetij, ko zaposleni opravljajo drugačne aktivnosti kot na delovnem mestu, pri tem ne ustvarjajo dobička za podjetje, temveč svoje talente uporabijo za pomoč skupnosti.

Eno od opredelitev korporativnega prostovoljstva, ki pa motiv zajema, so podali Marquis in sodelavci (2007). Ti opredelijo korporativno prostovoljstvo kot obliko družbene odgovornosti podjetij, pri kateri zaposleni namenijo svoj čas in spretnosti pri storitvi, ki jo opravljajo zaradi skrbi in sočutja. Motiva skrbi in sočutja se pojavita tudi v drugih opredelitvah (npr. Rodell, 2013). Kot motiva, zaradi katerih se oseba vključuje v prostovoljne dejavnosti, pa se v opredelitvah pojavita še solidarnost in altruizem (Moreno, 2013).

Opredelitve, ki smo jih omenile tukaj, vsebujejo motive skrbi in sočutja ali solidarnosti in altruizma. Drugi avtorji (Booth idr., 2009; Clary in Snyder, 1999, v Rodell idr., 2016) pa navajajo, da lahko za korporativno prostovoljstvo obstajajo številni razlogi: pridobivanje novih stikov, priznanje na delu, delanje vtisa na vodstvo. Nekoliko drugačne motive omenjajo še S. van Schie in sodelavci (2011), ki v svoji opredelitvi navajajo, da motiv za korporativno prostovoljstvo ni korist drugih, temveč pridobitev za delo relevantnih spretnosti, ustvarjanje dobrega vtisa ali posledica skupinskega pritiska ter da je sodelovanje v programih korporativnega prostovoljstva osebna odločitev, čeprav pogosto ni sprožena s strani zaposlenega. Tudi drugi avtorji (npr. Paço in Nave, 2013) izpostavljajo, da je korporativno prostovoljstvo vse pomembnejši dejavnik pri razvoju človeških virov, saj lahko prispeva k izboljšanju spretnosti in znanja posameznika. Prav raznolikost motivov za

vključevanje v korporativno prostovoljstvo bi lahko bilo povezana s tem, da večina avtorjev v svoje opredelitve vidika motivov ne vključuje.

### **Koristi prostovoljstva**

Mnogi avtorji koncept korporativnega prostovoljstva povezujejo s konceptom družbene odgovornosti podjetij in konceptom trajnostnega razvoja. Družbena odgovornost podjetij izhaja iz ideje, da imajo podjetja zaradi izkoriščanja naravnih virov do družbe neko odgovornost (Matten in Moon, 2008, v Dreesbach-Bundy in Scheck, 2017). Gre za vključenost podjetij v skupnost, pri čemer podjetja delujejo kot odgovorni člani lokalnih skupnosti (Marquis idr., 2007). S konceptom družbene odgovornosti podjetij se tako povezuje tudi koncept trajnostnega razvoja, ki se nanaša na tak razvoj, ki ne ogroža možnosti prihodnjih generacij ter je sestavljen iz okoljske, ekonomske in družbene dimenzije (Paço in Nave, 2013). Cilj podjetij v sklopu družbene odgovornosti je prostovoljno integrirati dimenzije trajnostnega razvoja (ekonomsko, socialno in okoljsko) v podjetniške strategije.

Carroll (1991; 1999) družbeno odgovornost podjetij razlaga s 4 elementi: ekonomska, pravna, etična in filantropska odgovornost. Avtor jih je ponazoril s piramido, v kateri naj bi bila ekonomska odgovornost temelj ostalim trem, pri čemer opozarja, da piramida ne predstavlja hierarhičnih odnosov, temveč poudarja, da naj podjetja pri svojem delovanju vključujejo vse elemente sočasno. Filantropska odgovornost se nanaša na odgovornost »vračanja« družbi. Konkretno se udejanji s prostovoljno udeležbo zaposlenih pri raznih prostovoljnih in dobredelnih projektih, katerih cilj je izboljševati kakovost življenja v skupnosti. Koncept korporativnega prostovoljstva lahko označimo kot strategijo znotraj družbene odgovornosti podjetij, pri čemer ga umeščamo v element filantropske odgovornosti. Avtorja Pajo in L. Lee (2011) navajata, da je ravno korporativno prostovoljstvo ena najhitreje rastočih aktivnosti družbene odgovornosti podjetij v Zahodni Evropi in Severni Ameriki. A. Bowman (2012, v Cuevas-Torres idr., 2015) navaja, da je prostovoljstvo zaposlenih ključna točka družbene odgovornosti podjetij, saj zaposleni opravljajo drugačne aktivnosti kot na delovnem mestu, pri tem pa ne ustvarjajo dobička za podjetje, temveč svoje talente uporabijo za pomoč skupnosti, kar lahko vpliva na večjo sprejetost podjetja s strani družbe.

Opredelitve korporativnega prostovoljstva se razlikujejo po tem, ali vključujejo vidik koristi prostovoljstva. Ker je za podjetja koristno, da delujejo na družbeno odgovoren način, posamezne opredelitve neposredno vključujejo

ta pojem. Pri tem korporativno prostovoljstvo označujejo na primer kot aktivnost, način izražanja, obliko ali značilnost družbene odgovornosti podjetij. Primeri takih opredelitev bi bili, da je korporativno prostovoljstvo izstopajoča aktivnost družbene odgovornosti podjetij, ki prikazuje proaktivno in diskretno državljanstvo (Maignan in Ferrell, 2011, v Plewa idr., 2015); način izražanja družbene odgovornosti podjetja, prek katerega podjetja prevzemajo svojo odgovornost do družbe (Lorenz idr., 2011); oblika družbene odgovornosti, ki se nanaša na aktivnosti, kjer zaposleni namenijo svoj čas in spretnosti storitvam, ki se dotikajo skrbi in sočutja (Marquis idr., 2007); značilnost družbene odgovornosti podjetij (Deshpande, 2018). Posamezne opredelitve korporativno prostovoljstvo označujejo neposredno kot sredstvo za doseganje ciljev družbene odgovornosti podjetij. Primer take opredelitve bi bil: podjetja uporabljajo programe korporativnega prostovoljstva za doseg ciljev družbene odgovornosti podjetij z željo, da bi hkrati razvili medkulturne kompetence zaposlenih. Običajno gre za kratkotrajne dejavnosti, dolge od nekaj tednov do 6 mesecev (Caligiuri idr., 2019). Korporativno prostovoljstvo lahko nenazadnje opredelimo le kot del družbene odgovornosti podjetij, kar ponazarja npr. opredelitev avtorjev Kotler in N. Lee (2005, v Paço in Nave, 2013), ki pravi, da je korporativno prostovoljstvo vsakršen trud podjetja, javnih institucij in nevladnih organizacij za stimulacijo nekdanjih ali trenutnih zaposlenih, da se vključijo v prostovoljna dela v skupnosti, in sicer kot del projektov družbene odgovornosti podjetij.

Zelo veliko opredelitev torej vsebuje podatek, kakšna je korist korporativnega prostovoljstva za organizacijo in kako se korporativno prostovoljstvo povezuje z družbeno odgovornostjo podjetij. V nasprotju s tem zelo majhno število opredelitev korporativnega prostovoljstva neposredno vključuje korist za prostovoljca. Nekateri avtorji sicer prostovoljstvo opredeljujejo kot dejanja, kjer imajo prostovoljci več stroškov kot koristi (Musick in Wilson, 2008, v Rodell idr., 2016). Takšna opredelitev korporativnega prostovoljstva pa je problematična, saj imajo zaposleni od udejstvovanja v prostovoljnih aktivnostih veliko koristi, na primer povečanje socialne mreže, izboljšanje spretnosti in nenazadnje plačilo, če prostovoljstvo poteka med delovnim časom. Tudi J. Rodell in sodelavci (2016) so zapisali, da je koristi prostovoljca iz opredelitev korporativnega prostovoljstva najbolje izključiti.

Tabela 1: Pregled ključnih ugotovitev za posamezne vidike korporativnega prostovoljstva

Čas	Vse opredelitve ne vključujejo vidika časa, tiste, ki ga, pa pri tem niso dosledne. Pojavljajo se razhajanja, ali korporativno prostovoljstvo poteka v okviru delovnega ali prostega časa zaposlenega.
Načrtovana aktivnost	Opredelitve pripisujejo različno težo stopnji načrtovanosti programov korporativnega prostovoljstva s strani podjetij. Slednja zanje skrbijo s formalno organizacijo ali pa je njihova aktivnost pri spodbudi programov bolj nejasna.
Neprofitna organizacija	Nekatere opredelitve neposredno opisujejo, da podjetja s prostovoljskimi programi pomagajo družbi prek neprofitnih organizacij, s katerimi sodelujejo, medtem ko druge prejemnikov pomoči sploh ne omenjajo.
Motivi za prostovoljstvo	Večina opredelitev tega vidika ne vsebuje. Kljub temu se pojavljajo definicije z neposredno omenjenimi motivi za prostovoljno delovanje, ki so raznoliki, npr. skrb, sočutje, altruizem, pridobitev spretnosti, skupinski pritisk.
Koristi prostovoljstva	Opredelitve, ki vključujejo koristi korporativnega prostovoljstva, slednjega najpogosteje povezujejo z družbeno odgovornostjo podjetij v podobi aktivnosti, načina izražanja, oblike, značilnosti ali dela družbene odgovornosti podjetij.

## Zaključek

Korporativno prostovoljstvo je novejši koncept, različica tradicionalnega prostovoljstva, za katerega prav tako velja, da je organizirano, osebno, neplačano, koristno za druge deležnike in temelji na času, ki ga prispeva zaposleni. Avtorji v svojih opredelitvah korporativnega prostovoljstva poudarjajo vlogo organizacij ter aktivno obliko pomoči.

Opredelitve se razlikujejo glede na to, v katerem času potekajo prostovoljne aktivnosti – med delovnim ali med prostim časom. Nekatere opredelitve časa podrobneje ne vključujejo, temveč se osredotočajo na dobrino, ki jo zaposleni nameni družbi (spretnosti, sposobnosti, talent, dejanja, energija, znanje, trud, udeležba ali kompetence). Prav tako se v opredelitvah pojavljajo neskladja glede tega, ali je korporativno prostovoljstvo organizirano in koordinirano s strani podjetja ali podjetja zaposlene samo spodbujajo k tovrstnim udejstvovanjem. Do razlikovanj v opredelitvah prihaja tudi na področju neprofitnih organizacij, in sicer glede na to, ali prostovoljne aktivnosti potekajo v sklopu le-teh.

Avtorji navajajo tudi precej raznolike motive za vključitev v korporativno prostovoljstvo: motive skrbi in sočutja ali solidarnosti, altruizem, pridobivanje novih stikov, priznanje na delu, delanje vtisa na vodstvo, ali pa le-teh sploh ne vključujejo v svoje opredelitve. Posamezne opredelitve korporativno prostovoljstvo označujejo kot sredstvo za doseganje ciljev družbene odgovornosti podjetij, izpolnitev strateških ciljev in okrepitev svojega odnosa z družbo prek izboljšanja svoje javne podobe. Spet druge koristi prostovoljstva navezujejo predvsem na posameznika, ki prostovoljno aktivnost izvaja, ali pa jih v opredelitvi ne omenjajo.

Na podlagi pregleda literature smo ugotovile, da raziskovalci pri opredeljevanju korporativnega prostovoljstva niso skladni. Podane opredelitve so kratke in pomanjkljive (npr. Grant, 2012) ali daljše in bolj razdelane (npr. Lorenz idr., 2011). Neenotnost pri opredeljevanju otežuje raziskovanje omenjenega koncepta. To nam je posledično povzročalo težave pri integraciji posameznih pojmov v skupno celoto. Hkrati pa vidimo v tej raznolikosti tudi priložnost za notranjo diferenciacijo koncepta, ki bi organizacijam omogočala večjo izbiro pri vključevanju korporativnega prostovoljstva v lastne programe.

Na podlagi pregleda različnih opredelitev predlagamo, da

*korporativno prostovoljstvo opredelimo kot formalno načrtovano dejavnost, podprto in načrtovano s strani delodajalca, ki spodbuja svoje zaposlene, da se vključijo v aktivnosti (lokalne) skupnosti, in presega le denarne donacije.*

Pregled literature je pokazal, da je lahko korporativno prostovoljstvo plačano ali neplačano (poteka med delovnim ali med prostim časom), vendar po našem mnenju ta vidik opredeljevanja korporativnega prostovoljstva ni ključen. Bolj kot to, ali prostovoljstvo poteka znotraj delovnega ali prostega časa, menimo, da je pomembno, da je korporativno prostovoljstvo načrtovano s strani podjetja. Ker gre pri korporativnem prostovoljstvu za način izražanja družbene odgovornosti podjetij, se nam zdi nekoliko manj pomembno, ali so zaposleni za te aktivnosti plačani ali ne, saj na takšno prostovoljno dejavnost gledamo bolj z vidika organizacije kot tistega posameznika, ki nudi svojo pomoč.

Pregled literature, ki smo ga izvedle, omogoča oblikovanje nekaterih zaključkov glede opredeljevanja korporativnega prostovoljstva, kljub temu pa ima svoje omejitve. Pri raziskovanju koncepta korporativnega prostovoljstva smo se na primer omejile le na tri različne baze podatkov, določenih primernih prispevkov pa posledično verjetno nismo vključile. Med raziskovanjem smo prav tako zasledile veliko laičnih opredelitev, ki jih sicer v pregled nismo



vključile, vendar bi jih bilo morda smiselno pregledati. Delovne organizacije se namreč v praksi pogosto sklicujejo prav na opredelitve korporativnega prostovoljstva, ki niso strogo znanstvene. Sprašujemo se, ali bi širše področje pregleda in upoštevanje laičnih opredelitev pripomoglo k bolj natančnemu razumevanju raziskovanega koncepta. Predlagamo, da avtorji tovrstne laične opredelitve vključijo v nadaljnje raziskave korporativnega prostovoljstva.

Še enkrat lahko omenimo, da večina raziskav o korporativnem prostovoljstvu izhaja iz Zahodne Evrope in Združenih držav Amerike, v drugih predelih sveta pa je znanstveno zanimanje za korporativno prostovoljstvo bistveno manjše. Pri tem se pojavi vprašanje, ali se korporativno prostovoljstvo v različnih kulturah kaže na drugačne načine in ali ga avtorji opredeljujejo kako drugače. Avtorji do sedaj še niso preučili, kako korporativno prostovoljstvo dojemajo ljudje v različnih kulturah, redki pa so preučevali le prostovoljstvo in njegovo povezanost s kulturnim ozadjem. Predlagamo, da se kulturne razlike v večji meri upoštevata tudi pri opredeljevanju korporativnega prostovoljstva. Prvi korak za to je raziskovanje korporativnega prostovoljstva po vsem svetu, ne le v Zahodni Evropi in Združenih državah Amerike, ter iskanje razlik in podobnosti v opredelitvah. Le na takšen način bomo lahko ugotovili, ali je kultura pomemben element, ki do neke mere vpliva na dojemanje korporativnega prostovoljstva.

Uporabnost rezultatov našega pregleda opredelitev korporativnega prostovoljstva pa je tudi omejena. Pri pregledu smo namreč izhajale iz prevladujočih kvantitativnih raziskav, ki se nanašajo predvsem na ugotavljanje pogostosti prisotnosti korporativnega prostovoljstva v določenih segmentih in kulturah družbe. Za celovitejše razumevanje omenjenega koncepta pa so potrebne tudi vzdolžne in večnivojske ter kvalitativne raziskave, ki bi preučevale npr. doživljanja prostovoljstva pri vseh vpletenih akterjih, zadovoljstvo zaposlenih z opravljanjem prostovoljstva, motive za vključitev in opravljanje prostovoljstva, prepričanja o korporativnem prostovoljstvu, prepoznavanje koristi med prostovoljci, učinkovitosti prostovoljskih akcij ipd.

Očiten porast števila podjetij, ki stopajo na pot odgovornejše komunikacije z okolico, je vsekakor spodbuden, vendar zahteva dodatno raziskovanje v smeri preverjanja, v kolikšni meri podjetja na ta način kompenzirajo škodo, ki jo sicer s svojo dejavnostjo povzročajo okolju oz. družbi. Za natančnejše razumevanje korporativnega prostovoljstva je koristna tudi vzpostavitev mreže prostovoljskih organizacij, ki bi organizacijam omogočala povezovanje pri usposabljanju in motiviranju zaposlenih za prostovoljstvo ter nabor možnosti za opravljanje prostovoljskih akcij v okolju.

## Literatura

- Allen, K. (2012). *The big tent – Corporate volunteering in the global age*. Fundación Telefónica.
- Ariza-Montes, A., Roldán-Salgueiro, J. L. in Leal-Rodríguez, A. (2015). Employee and volunteer: An unlikely cocktail? *Nonprofit Management and Leadership*, 25(3), 255–268.
- Arulrajah, A. A. (2016). The role of corporate volunteerism in a wider socioeconomic context: A review of literature. *IUP Journal of Management Research*, 15(3), 7–19.
- Basil, D., Runte, M., Basil, M. in Usher, J. (2011). Company support for employee volunteerism: Does size matter? *Journal of Business Research*, 64(1), 61–66.
- Benjamin, E. J. (2001). A look inside corporate employee volunteer programs. *Journal of Volunteer Administration*, 19(2), 16–32.
- Boccalandro, B. (2009). *Mapping success in employee volunteering: The drivers of effectiveness for employee volunteering giving programs and Fortune 500 performance*. Boston College Center for Corporate Citizenship.
- 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.
- Burke, L., Logsdon, J. M., Mitchell, W., Reiner, M. in Vogel, D. (1986). Corporate community involvement in the San Francisco Bay area. *California Management Review*, 28(3), 122–141.
- Bussell, H. in Forbes, D. (2002). Understanding the volunteer market: The what, where, who and why of volunteering. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 7(3), 244–257.
- Bussell, H. in Forbes, D. (2008). How UK universities engage with their local communities: A study of employer supported volunteering. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 13(4), 363–378.
- Caligiuri, P., Mencin, A., Jayne, B. in Traylor, A. (2019). Developing cross-cultural competencies through international corporate volunteerism. *Journal of World Business*, 54(1), 14–23.
- Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business & Society*, 38(3), 268–295.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39–48.
- Caudron, S. (1993). Volunteer efforts offer low-cost training options. *Personnel Journal*, 73(6), 38–44.
- Cavallaro, L. (2006). Corporate volunteering survey: The extent and nature of corporate volunteering programs in Australia. *Australian Journal on Volunteering*, 11(1), 65–69.
- Cuevas-Torres, M., Marín, J., Díaz, T. M. P., Blanco, S. in Torres, D. (2015). Estudio de caso: Razones para fomentar el voluntariado corporativo en tres organizaciones en Puerto Rico. *Revista Puertorriqueña de Psicología*, 26(2), 254–268.
- Cycyota, C. S., Ferrante, C. J. in Schroeder, J. M. (2016). Corporate social responsibility and employee volunteerism: What do the best companies do? *Business Horizons*, 59(3), 321–329.

- De Gilder, D., Schuyt, T. N. in Breedijk, M. (2005). Effects of an employee volunteering program on the work force: The ABN-AMRO case. *Journal of Business Ethics*, 61(2), 143–152.
- Deshpande, L. (2018). Employee volunteerism in corporate social responsibility and employee engagement in India. *Journal of Social Work Education and Practice*, 3(3), 26–30.
- Dreesbach-Bundy, S. in Scheck, B. (2017). Corporate volunteering: A bibliometric analysis from 1990 to 2015. *Business Ethics: A European Review*, 26(3), 240–256.
- García, M. T. (2012). El voluntariado corporativo: Un modelo de responsabilidad social empresarial para el desarrollo social. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 17, 287–302.
- Graff, L. (2004). *Making a business case for employer-supported volunteerism*. Volunteer Canada. <https://www.volunteerkamloops.org/wp-content/uploads/2013/07/Making-a-Business-Case-for-Employer-Supported-Volunteerism.pdf>
- 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., Meijs, L. C. in Hustinx, L. (2010). The third-party model: Enhancing volunteering through governments, corporations and educational institutes. *Journal of Social Policy*, 39(1), 139–158.
- Herzig, C. (2006). Corporate volunteering in Germany: Survey and empirical evidence. *International Journal of Business Environment*, 1(1), 51–69.
- Heuberger, A. (2006). *Corporate Volunteering: Einsatzbereiche und Potentiale im HRM* [diplomsko delo]. Wirtschaftsuniversität Wien.
- Holroyd, C. in Silver, A. (2001). *Corporate volunteering*. Volunteering Australia.
- Lee, L. in Higgins, C. (2001). Corporate volunteering. *Journal of Corporate Citizenship*, 4, 79–90.
- Liu, E. S. C., Ching, C. W. in Wu, J. (2017). Who is a volunteer? A cultural and temporal exploration of volunteerism. *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, 27(6), 530–545.
- Loosemore, M. in Bridgeman, J. (2017). Corporate volunteering in the construction industry: Motivations, costs and benefits. *Construction Management and Economics*, 35(10), 641–653.
- Lorenz, C., Gentile, G. C. in Wehner, T. (2011). How, why, and to what end? Corporate volunteering as corporate social performance. *International Journal of Business Environment*, 4(2), 183–205.
- Lukka, P. (2000). *Employee volunteering: A literature review*. Institute for Volunteering Research.
- Lukka, P. in Locke, M. (2003). *Faith and voluntary action: Community, values and resources*. Institute for Volunteering Research.
- Marquis, C., Glynn, M. A. in Davis, G. F. (2007). Community isomorphism and corporate social action. *Academy of Management Review*, 32(3), 925–945.
- McGarvey, A., Jochum V. in Chan, O. (2019). *Time well spent: Employer supported volunteering*. National Council for Voluntary Organisations
- Moreno, V. C. (2013). El voluntariado desde la empresa. *Cuadernos de la Catedra »la Caixa« de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo*, 20, 1–26.

- Muthuri, J. N., Matten, D. in Moon, J. (2009). Employee volunteering and social capital: Contributions to corporate social responsibility. *British Journal of Management*, 20(1), 75–89.
- Nave, A. C. in do Paço, A. (2013). Corporate volunteering – an analysis of volunteers' motivations and demographics. *Journal of Global Responsibility*, 4(1), 31–43.
- Păceșilă, M. (2017). Corporate volunteering: Trends, benefits and challenges. Current situation in Romania. *Theoretical and Empirical Researches in Urban Management*, 12(2), 19–29.
- Paço, A. in Nave, A. C. (2013). Corporate volunteering: A case study centred on the motivations, satisfaction and happiness of company employees. *Employee Relations*, 35(5), 547–559.
- Pajo, K. in Lee, L. (2011). Corporate-sponsored volunteering: A work design perspective. *Journal of Business Ethics*, 99(3), 467–482.
- Peloza, J., Hudson, S. in Hassay, D. N. (2009). The marketing of employee volunteerism. *Journal of Business Ethics*, 85(2), 371–386.
- Perez, M. J., Poyatos, J. A., Bosioc, D., Civico, G., Khan, K. in Loro, S. (2014). *Employee volunteering and employee volunteering in humanitarian aid in Europe*. The 2013 preparatory action for EU aid volunteers. European Commission.
- Peterson, D. K. (2004a). Benefits of participation in corporate volunteer programs: Employees perceptions. *Personnel Review*, 33, 615–627.
- Peterson, D. K. (2004b). Recruitment strategies for encouraging participation in corporate volunteer programs. *Journal of Business Ethics*, 49(4), 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. B. (2013). Finding meaning through volunteering: Why do employees volunteer and what does it mean for their jobs? *Academy of Management Journal*, 56(5), 1274–1294.
- Rodell, J. B., Booth, J. E., Lynch, J. W. in Zipay, K. P. (2017). Corporate volunteering climate: Mobilizing employee passion for societal causes and inspiring future charitable action. *Academy of Management Journal*, 60(5), 1662–1681.
- Rodell, J. B., Breitsohl, H., Schröder, M. in Keating, D. J. (2016). Employee volunteering: A review and framework for future research. *Journal of Management*, 42(1), 55–84.
- Sanchez-Hernandez, M. I. in Gallardo-Vázquez, D. (2013). Approaching corporate volunteering in Spain. *Corporate Governance*, 13(4), 397–411.
- Santos, P. G. in Fernández, J. L. F. (2017). Strategies for corporate volunteer programs. *Universia Business Review*, 55, 34–63.
- Saratun, M. (2016). Performance management to enhance employee engagement for corporate sustainability. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 8(1) 84–102.
- Van Schie, S., Guentert, S. T. in Wehner, T. (2011). No corporate volunteering without volunteers. *International Journal of Business Environment*, 4(2), 121–132.
- Zakon o humanitarnih organizacijah (ZHO) (2013). *Uradni list RS*, št. 98/03 in 61/06 – ZDru-1. <http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=ZAKO3549>
- Zakon o nevladnih organizacijah (ZNOrg) (2018). *Uradni list RS*, št. 21/18. <http://pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=ZAKO7129>

Zakon o prostovoljstvu (ZProst) (2011). *Uradni list RS*, št. 10/11, 16/11 – popr. in 82/15. <http://pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=ZAKO5532>

## **HOW DO WE DEFINE CORPORATE VOLUNTEERISM?**

*The form of volunteering when employees become volunteers at the initiative of the organizations they work for is called corporate volunteering. However, there are many ambiguities in the definition of corporate volunteering, and thus we asked ourselves before reviewing the literature the following research questions: What definitions of corporate volunteering prevail in the modern literature? How do these definitions differ? How is corporate volunteering associated with corporate social responsibility and sustainable development? The results showed that the definitions of corporate volunteering overlap to some extent, but there are also differences among them. Many authors agree that corporate volunteering is a way of expressing corporate social responsibility. On the other hand, the biggest discrepancies arise in terms of the time when corporate volunteering takes place, and the planning and motives for such activities. The inconsistencies among definitions can be a problem in scientific research into corporate volunteering, so we have proposed our own definition of this concept. We also suggest greater consideration of cultural differences in the definition of corporate volunteering.*