

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Urša Svetelj

**Vpliv organizacijske identifikacije na motivacijo za  
prostovoljno delo**

**Diplomsko delo**

Ljubljana, 2013

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Urša Svetelj

Mentorica: izr. prof. dr. Urša Golob Podnar

# **Vpliv organizacijske identifikacije na motivacijo za prostovoljno delo**

**Diplomsko delo**

Ljubljana, 2013

Hvala Joštu za naju.

Hvala FDV za svobodo.

Hvala ŠS PRSS za znanje.

Hvala TEDxLjubljana za idejo.

Hvala Urši Golob za strokovnost.

Hvala Diplomantkam za motivacijo.

## **Vpliv organizacijske identifikacije na motivacijo za prostovoljno delo**

Organizacijska identifikacija nima velikega pomena le za podjetja, temveč tudi za neprofitne organizacije. Opredelitev organizacijske identifikacije in prepoznavanje njene dvodimenzionalnosti, ki jo deli na skupinsko in korporacijsko identifikacijo, nas je vodila do pozitivnih posledic organizacijske identifikacije za zaposlene oziroma v našem primeru prostovoljce, organizatorje TEDx dogodkov. V teoretično-raziskovalnem modelu smo se osredotočili na odnos organizacijske identifikacije do motivacije in zavzetosti pri prostovoljnem delu, ki smo ga preučili s pomočjo kvantitativne raziskave, v katero je bilo vključenih 269 TEDx organizatorjev. Rezultati kažejo na velik vpliv korporacijske identifikacije na motivacijo za prostovoljno delo, hkrati pa ugotavljamo, da skupinska identifikacija vpliva na motivacijo za prostovoljno delo nima. Ugotovili smo tudi pozitivno povezanost med organizacijsko identifikacijo in zavzetostjo pri delu ter šibko pozitivno povezanost med motivacijo za delo in zavzetostjo pri delu. Z vidika TEDx skupnosti so zanimivi tudi rezultati, ki kažejo na izjemno visoko korporacijsko in skupinsko identifikacijo kot tudi izjemno visoko motivacijo za delo in zavzetost pri delu. Raziskava prispeva k trenutno majhnemu številu obstoječih raziskav organizacijske identifikacije med neprofitnimi organizacijami in kaže na pomembnost raziskovanja tega področja tudi izven profitnega sektorja, hkrati pa utrjuje teoretsko delitev organizacijske identifikacije na skupinsko in korporacijsko identifikacijo.

**Ključne besede:** organizacijska identifikacija, skupinska identifikacija, korporacijska identifikacija, motivacija za delo, zavzetost za delo, prostovoljstvo.

## **Influence of organizational identification on motivation for volunteer work**

Organizational identification is of great importance not only for companies but also for non-profit organizations. Defining organizational identification and acknowledging its two dimensions – group and corporate identification – we focused on the positive effects of organizational identification on employees or, in our case, volunteers, the organizers of TEDx events. In our theoretical research model we focused on the relation between organizational identification, work motivation and work effort among volunteers. We conducted a quantitative study including 269 TEDx organizers. Results indicate high effect of corporate identification on volunteer work motivation and no effect of group identification on volunteer work motivation. The results also show a positive correlation among organizational identification and work effort and a weak, yet positive correlation among work motivation and work effort. For TEDx community, bare results are also very interesting, showing extremely high group and corporate identification and extremely high work motivation and work effort as well. The study contributes to the current low number of studies of organizational identification among non-profit organizations. It also indicates importance of future research of this field outside the profit sector and confirms theoretical division of organizational identification into group and corporate identification.

**Keywords:** organizational identification, group identification, corporate identification, work motivation, work effort, volunteering.

## Kazalo vsebine

1	Uvod.....	7
2	Pomen organizacijske identifikacije in njenega proučevanja.....	10
2.1	Vloga in pomen organizacijske identifikacije .....	10
2.2	Opredelitev organizacijske identifikacije .....	12
2.3	Večdimenzionalnost organizacijske identifikacije .....	13
2.4	Skupinska identifikacija .....	14
2.5	Korporacijska identifikacija .....	16
3	Posledice organizacijske identifikacije .....	18
3.1	Motivacija za delo .....	19
3.1.1	Notranja motivacija za delo .....	20
3.1.2	Identifikacija in motivacija za delo .....	20
3.2	Zavzetost pri delu .....	21
3.3	Teoretično-raziskovalni model.....	23
4	Empirični del .....	24
4.1	Merski instrumenti spremenljivk .....	24
4.1.1	Merjenje korporacijske identifikacije .....	24
4.1.2	Merjenje skupinske identifikacije .....	25
4.1.3	Merjenje motivacije za delo .....	25
4.1.4	Merjenje zavzetosti pri delu.....	26
4.1.5	Merjenje demografskih spremenljivk.....	26
4.2	Zbiranje podatkov .....	26
4.3	Opis vzorca .....	27
5	Analiza rezultatov .....	28
5.1	Faktorska analiza .....	28
5.3	Zanesljivost merskega instrumenta .....	29
5.4	Opisne statistike.....	31
5.5	Korelacijska in regresijska analiza.....	31
5.5.1	Regresijski modeli .....	32
5.6	Ugotovitve .....	36
5.7	Omejitve in nadaljnje raziskovanje .....	39

6 Zaključek .....	42
7 Literatura .....	44
Priloge .....	49
Priloga A: Rezultati glede na spremenljivke – povzetek .....	49
Priloga B: Anketni vprašalnik (angleščina) .....	56
Priloga C: Demografske spremenljivke .....	59
Priloga Č: Spremenljivke, korporacijska identifikacija.....	69
Priloga D: Spremenljivke, skupinska identifikacija.....	75
Priloga E: Spremenljivke, motivacija za delo.....	81
Priloga F: Spremenljivke, zavzetost pri delu.....	87
Priloga G: Faktorska analiza, % pojasnjene variance .....	92

## **Kazalo slik**

Slika 2.1: Oblike organizacijske identifikacije in njenih možnih posledic za podjetje	14
Slika 3.2: Model odnosa med organizacijsko identifikacijo in motivacijo za delo .....	23
Slika 5.3: Regresijski model 1.....	33
Slika 5.4: Regresijski model 2.....	34
Slika 5.5: Regresijski model 3.....	36

## **Kazalo tabel**

Tabela 5.1: Faktorska analiza – organizacijska identifikacija.....	28
Tabela 5.2: Zanesljivost merskega instrumenta – korporacijska identifikacija .....	29
Tabela 5.3: Zanesljivost merskega instrumenta – skupinska identifikacija .....	29
Tabela 5.4: Zanesljivost merskega instrumenta – motivacija za delo .....	30
Tabela 5.5: Zanesljivost merskega instrumenta – zavzetost pri delu.....	30
Tabela 5.6: Zanesljivost merskega instrumenta – organizacijska identifikacija .....	30
Tabela 5.7: Opisne statistike – povzetek .....	31
Tabela 5.8: Korelacije med faktorji .....	32
Tabela 5.9: Regresijski modeli – povzetek .....	33

# 1 Uvod

Organizacijska identifikacija je koncept, o katerem se govori predvsem v okviru podjetij, ki se že dolgo zavedajo pomembnosti identifikacije zaposlenih, in ima koristi tako za zaposlene kot tudi za podjetje. Literatura kaže, da se s pojmom nekoliko manj ukvarjajo v neprofitnem sektorju, kjer pa je za uspeh organizacije in doseganje njenih ciljev organizacijska identifikacija prostovoljcev prav tako pomembna, če ne morda celo bolj kot v profitnem sektorju.

Primarni namen diplomskega dela je ugotoviti, kakšna je povezava med organizacijsko identifikacijo in motivacijo za prostovoljno delo. Z ugotovitvami lahko neprofitnim organizacijam, ki imajo pogosto probleme z motivacijo in zavzetostjo prostovoljcev, sporočimo, kakšen je pomen organizacijske identifikacije za rezultate njihovega dela, saj so motivirani prostovoljci pomemben dejavnik uspeha neprofitnih organizacij.

Sekundarni namen diplomskega dela pa so sami rezultati glede stopnje organizacijske identifikacije in motivacije za delo med TEDx organizatorji. Glede na to, da je to ena izmed prvih raziskav, ki se nanaša prav na TEDx organizatorje kot na skupino, pričakujemo, da bodo rezultati prinesli zanimiva spoznanja, ki jih nameravamo predstaviti širši TEDx skupnosti.

Diplomsko delo je sestavljeno iz dveh sklopov, teoretičnega in empiričnega. V teoretičnem delu opredelimo osnovne koncepte: organizacijsko identifikacijo, skupinsko identifikacijo, korporacijsko identifikacijo, motivacijo za delo in zavzetost pri delu. Na koncu teoretičnega dela opredelimo tudi povezave med osnovnimi koncepti in na podlagi literature zapišemo šest hipotez. Nato v empiričnem delu s pomočjo rezultatov kvalitativne raziskave preverjamo svoje rezultate.

Teoretični del diplomske naloge torej sestavljata dva dela. Prvi je posvečen organizacijski identifikaciji, kjer govorimo o vlogi in pomenu organizacijske identifikacije in odgovarjamo na vprašanje, zakaj je le-ta pomembna za zaposlene in

podjetja. Pojem definiramo v skladu s Podnarjevim pojmovanjem, ki pravi, da gre pri organizacijski identifikaciji za zaznavanje enosti z organizacijo. Večdimenzionalnost organizacijske identifikacije namreč priznavajo številni avtorji v literaturi, zato smo se za upoštevanje dveh dimenzij odločili tudi mi. Korporacijska identifikacija, ki smo jo definirali s pomočjo Podnarja in prispevki Ashforta in Maela, se nanaša na identifikacijo s podjetjem kot psevdo osebo, skupinska identifikacija, pri kateri smo uporabili pojmovanje Henrija, pa se nanaša na identifikacijo s podjetjem kot skupino ljudi. S pomočjo dognanj Ashforta, Maela, Van Knippenberga in Van Schija ugotavljamo tudi odnos med skupinsko in korporacijsko identifikacijo. Drugi del je posvečen posledicam organizacijske identifikacije, kjer se nato osredotočimo na dve, ki sta za naše raziskovalno vprašanje najbolj ključni, saj se nanašata na zaposlene oziroma prostovoljce: motivacijo za delo in zavzetost pri delu. Pri motivaciji za delo se osredotočimo predvsem na notranjo motivacijo, ki je v okviru neprofitnih organizacij ključnega pomena. Opredelimo osnovne pojme in s pomočjo preteklih raziskav ugotavljamo povezave med identifikacijo in motivacijo za delo. Nato opredelimo še zavzetost pri delu, kjer avtorji govorijo predvsem o intenzivnosti, nato pa prav tako preverjamo povezave z identifikacijo, zanima pa nas tudi sam odnos med zavzetostjo pri delu in motivacijo za delo.

Raziskovalna vprašanja, ki smo si jih zastavili, so torej naslednja:

- Kakšen je odnos med organizacijsko identifikacijo in motivacijo za delo?
- Kakšen je odnos med organizacijsko identifikacijo in zavzetostjo pri delu?
- Ali obstajajo razlike med skupinsko in korporacijsko identifikacijo in njuno povezavo z motivacijo za delo?
- Kakšen je odnos med motivacijo za delo in zavzetostjo pri delu?

Teoretični del smo torej sklenili z opredelitvijo hipotez, nato pa smo se posvetili empiričnemu delu. V njem smo se ukvarjali z metodologijo in postavljenimi hipotezami, ki smo jih preverili s pomočjo kvantitativne raziskave. Opredelili smo merske instrumente spremenljivk, opisali postopek zbiranja podatkov in vzorec, ki je znašal 269 enot. Opravili smo faktorsko analizo, iz raziskave izločili določene spremenljivke in preverili zanesljivost merskega instrumenta. S pomočjo multivariatne



regresijske analize smo med faktorji ugotavljali korelacije in ustvarili tri regresijske modele, ki so nam podali odgovore na zastavljene hipoteze.

## **2 Pomen organizacijske identifikacije in njenega proučevanja**

Številna proučevanja organizacijske identifikacije nakazujejo velik pomen organizacijske identifikacije za organizacije. Vedno večje zavedanje o pomembnosti odnosa med posamezniki in organizacijami je pripeljalo do proučevanja organizacijske identifikacije, ki lahko pripelje do uspeha organizacije ali po besedah nekaterih avtorjev predstavlja celo konkurenčno prednost. Proučevanje organizacijske identifikacije je smiselno z analitičnega vidika, ki organizaciji pomaga ugotoviti, kje se nahaja. Šele nato lahko organizacija uvede spremembe na podlagi rezultatov, ki vodijo k večji organizacijski identifikaciji zaposlenih. Pozitivni učinki organizacijske identifikacije so za zaposlene predvsem psihološki, kar pa se za podjetje kaže tudi v ekonomskem smislu. Sklepamo, da podobne pozitivne učinke organizacijske identifikacije lahko prenesemo tudi na prostovoljce v neprofitnih organizacijah, ki jih lahko primerjamo z zaposlenimi v podjetjih, pozitivni učinki za neprofitne organizacije pa se kažejo predvsem v uspešnem sledenju viziji in ciljem organizacije.

### ***2.1 Vloga in pomen organizacijske identifikacije***

Organizacijska identifikacija je v literaturi precej raziskovan koncept, kateremu se tako za podjetje kot za zaposlene pripisuje številne pozitivne učinke. Različni avtorji tako ugotavljajo, da organizacijska identifikacija pozitivno vpliva na odnos zaposlenih do podjetja in na njihovo zadovoljstvo, na ekonomsko uspešnost podjetja, učinkovito komunikacijo, motivacijo in zavezanost.

Haslam in Ellemers (v Ashforth 2008, 334) ugotavljata, da je identifikacija pomembna, ker gre za proces, v katerem ljudje definirajo sami sebe, posredujejo to definicijo drugim in jo uporabijo za usmerjanje svojih življenj. Podnar (172, 2011) kot osnovni namen organizacijske identifikacije opredeli dolgoročno pripadnost podjetju v najširšem smislu. Organizacijam pomaga ohraniti nadzor nad svojimi člani in je prvovrsten motivator. Ta nadzor in motiv prihajata s strani zaposlenih samih, ki so s

svojim delom zadovoljni in so svoji organizaciji predani zaradi lastne identifikacije z organizacijo.

Eisenbeiss in Otten (2008, 2132), George in Jones v Eisenbeiss in Otten (2008, 2133), Haslam v Cole in Bruch (2006, 588) izpostavljajo ekonomske prednosti organizacijske identifikacije, na katero gledajo kot na konkurenčno prednost podjetja. Prav zato se jim zdijo psihološki dejavniki, kot sta identifikacija in motivacija, za uspeh podjetja zelo pomembni, hkrati pa ugotavljajo, da brez organizacijske identifikacije učinkovita komunikacija, smiselno načrtovanje in vodenje niso mogoči.

Posledice visoke organizacijske identifikacije pa niso le ekonomske, ampak prinašajo številne pozitivne učinke tudi zaposlenim. Edwards (2005, 2132) pravi, da organizacijska identifikacija lahko razloži in predvidi odnose in vedenje na delovnem mestu. Organizacijska identifikacija naj bi povečala možnost, da bodo zaposleni ostali v podjetju, sodelovali z ostalimi člani, sprejemali odločitve v interesu organizacije in naredili več za uspeh organizacije. Podobno ugotavljajo tudi drugi avtorji; zaposleni z višjo organizacijsko identifikacijo čutijo večjo zavezanost in zadovoljstvo s podjetjem.

Martin in Epitropaki (2011, 248–250), Van Knippenberg in Sleebos (2006, 572) ugotavljajo, da visoka organizacijska identifikacija prinaša tudi ponotranjenje organizacijskih vrednot in prepričanj. Van Knippenberg in Sleebos pravita celo, da organizacijske norme, vrednote, interesi postanejo del zaposlenih. Kolektivni interesi postanejo njihovi interesi, zato so bolj notranje motivirani, da prispevajo k uresničevanju teh interesov. Dutton, Dukerich in Harquail (v Jones 2010, 859) pravijo, da zaposleni z močno organizacijsko identifikacijo občutijo (ne)uspeh organizacije kot svoj lasten (ne)uspeh. Martin in Epitropaki (2011, 248–250) hkrati ugotavljata, da ljudje z nizko organizacijsko identifikacijo organizaciji niso zavezani, so nizko motivirani in pri svojem delu močno sledijo pogodbi.

Smiselno se je vprašati, kateri so torej dejavniki, ki vplivajo na to, da ima nekdo višjo oziroma nižjo organizacijsko identifikacijo. Dutton (v Van Dick 2004, 194) opiše pogoje, pod katerimi bo hitreje prišlo do identifikacije z organizacijo. Večja, kot je razumljena privlačnost organizacijske identifikacije, večja, kot je podobnost med

atributi, s katerimi se identificira zaposleni, in atributi, ki so del podobe organizacije, močnejša bo identifikacija. Bolj kot se identiteta organizacije razlikuje od drugih primerljivih organizacij, lažje se bodo zaposleni identificirali z njo. Bolj kot podoba organizacije pozitivno vpliva na samozavest zaposlenih, bolj se bodo zaposleni identificirali z organizacijo.

Pozitivne posledice organizacijske identifikacije je dobro povzel Van Dick (2004, 175), ki ugotavlja, da so za organizacije/podjetja pozitivne posledice organizacijske identifikacije boljši rezultati ter manj odsotnosti in nihanja zaposlenih. Za posameznika pa se višja identifikacija kaže v večjem zadovoljstvu z delom, večji motivaciji in boljšem fizičnem in čustvenem stanju.

## **2.2 Opredelitev organizacijske identifikacije**

V literaturi prihaja pri opredelitvah organizacijske identifikacije do zmede in nekonsistentnosti zaradi različnih dimenzij, ki sestavljajo organizacijsko identifikacijo in jih avtorji razumejo na različne načine ter imenujejo z različnimi termini. Konstrukt organizacijske identifikacije se namreč prekriva s konstrukti organizacijske zavezanosti, organizacijske pripadnosti, zavezanosti delovnemu mestu, najpogosteje pa se zamenjuje z organizacijsko zavezanostjo<sup>1</sup>.

Podnar (175, 2011) pravi, da je poistovetenje ali identifikacija posameznika elementaren človeški mehanizem, ki je tesno povezan z duševnim in s socialnim razvojem posameznika. Identifikacijo opredeli kot proces posameznikovega občutenja enosti z entiteto v odnosu, ki temelji na podobnosti, ki jo posameznik zaznava med sabo in entiteto. Ashforth in Mael (v Ashforth in drugi 2008, 329) identifikacijo definirata kot zaznavanje enosti in pripadnosti. Dutton (v Ashforth in drugi 2008, 329) pravi, da je identifikacija, ko posameznikovo samozaznavanje

---

<sup>1</sup> Mowday in ostali (v Ashfort in drugi 2008, 333) opredelijo organizacijsko zavezanost kot moč posameznikove identifikacije z organizacijo in vključenost v določeno organizacijo. Razlika med organizacijsko identifikacijo in organizacijsko zavezanostjo je torej v tem, da zavezanost predstavlja pozitiven odnos do organizacije, posameznik in organizacija sta ločeni entiteti. Organizacijska identifikacija predstavlja enost posameznika z organizacijo, ki implicira posameznikovo samopodobo. Pratt (v Ashforth in drugi 2008, 333) pravi, da se organizacijska zavezanost pogosto povezuje z vprašanjem »Kako zadovoljen sem s svojo organizacijo?«, organizacijska identifikacija pa se sprašuje »Kako vidim sebe v odnosu do svoje organizacije?«.

vsebuje enake attribute kot tiste, zaznane v organizacijski identiteti. Po Ashfortu (2008, 332) je organizacijska identifikacija več kot to, da se nekdo zaznava kot član organizacije, gre za to, da organizacijo vključi v svojo samopodobo. Za lažje razumevanje bomo v nadaljevanju uporabljali Podnarjevo definicijo organizacijske identifikacije (2011, 175):

*Organizacijska identifikacija je posameznikovo zaznavanje enosti z organizacijo in občutenje organizacijskega uspeha ali neuspeha kot lastnega. Gre za kognitivno povezanost med posameznikom in organizacijo, kjer posameznik sam sebe vidi tesno psihološko povezanega z usodo organizacije. Pojasnjuje odnos med posameznikom in organizacijo v smislu samopodobe posameznika in je povezana z vprašanjem, kako samega sebe zaznavam do moje organizacije.*

### **2.3 Večdimenzionalnost organizacijske identifikacije**

Podnar in drugi (2010) ugotavljajo, da organizacijska identifikacija ni enodimenzionalni konstrukt, temveč organizacijsko identifikacijo sestavlja tako identifikacija z organizacijo kot s skupino posameznikov in tudi organizacija kot socialna entiteta. V literaturi zato pogosto prihaja do zmede, saj nekateri avtorji termin organizacija uporabljajo kot skupino posameznikov, drugi pa kot socialno entiteto. Številni avtorji dvojnost v identifikaciji potrjujejo (Ashforth in Mael 1989; Van Knippenberg in Van Schie 2000; Ashforth in Johnson 2001; Balmer v Podnar in drugi 2011, 1400), zato bomo tudi v tem diplomskem delu identifikacijo obravnavali kot dvodimenzionalen konstrukt.

Podnar (2011, 166–167) torej pravi, da je v prvem primeru primarni objekt identifikacije zaposlenih skupinska identiteta, v drugem primeru pa korporacijska identiteta.<sup>2</sup> Upoštevati moramo, da obe realnosti podjetja, tako podjetje kot skupnost ljudi ali socialno entiteto, posameznik zaznava sočasno. V vsakdanjih aktivnostih je v prvem planu organizacija kot skupnost ljudi. Pri urejanju osebnih zadev, povezanih z odnosom, ki ga ima posameznik s podjetjem in njegovim predstavljanjem javnosti, pa stopa v prvi plan korporacijska identifikacija. Potrebno je izpostaviti, da se termina ne izključujeta, saj se lahko identificiramo na obeh ravneh hkrati. Z upravljaljskega vidika

---

<sup>2</sup> Avtorji v originalnih besedilih uporabljajo tako pojma korporativna identiteta oziroma identifikacija in korporacijska identiteta oziroma identifikacija. Za lažje razumevanje besedila v celotnem delu uporabljamo pojem korporacijska identifikacija.

moramo razmisliti, katero izmed obeh oblik želimo imeti v organizaciji močnejše izraženo, obe pa morata biti nujno prisotni; vodstvo mora skrb namenjati obema oblikama. Podnar omenja tudi izsledke svoje pretekle raziskave, ki kažejo, da predvsem korporacijska identifikacija ključno vpliva na doseganje takšnih odzivov pri posamezniku, ki so ugodni za organizacijo in njene cilje.

Slika 2.1: Oblike organizacijske identifikacije in njenih možnih posledic za podjetje

		skupinska identifikacija	
		VISOKA	NIZKA
korporacijska identifikacija	VISOKA	uspešnost podjetja na osnovi korporacijske skupnosti	uspešnost podjetja na osnovi individualizacije zaposlenih
	NIZKA	nizka produktivnost zaposlenih	težave, razpad podjetja

Vir: Podnar (2011, 168).

## 2.4 Skupinska identifikacija

Skupinska identifikacija predstavlja pomemben del organizacijske identifikacije, številni avtorji pa trdijo, da je njen vpliv celo močnejši od vpliva korporacijske identifikacije. Bolj kot nekdo na sebe gleda kot na del skupine, bolj se identificira s skupino, bolj je njegovo vedenje usmerjeno s strani skupine. Družbena identifikacija tako vpliva na posameznikovo vedenje in odnose.

Mael in Tetrick (v Podnar in drugi 2011, 1404) skupinsko identifikacijo opredelita kot posameznikovo percepcijo, da z zaposlenimi deli določene karakteristike oziroma ima občutek enosti s podjetjem kot skupino. Balmer (2008, 883) skupinsko identiteto imenuje tudi kolektivna identiteta. Pravi, da skupinska identifikacija pomaga

posamezniku definirati samega sebe in vpliva na posameznikova vedenja in kognicije.

Pri opredelitvi skupinske identifikacije smo upoštevali tudi teorijo Henrija, ki (v Podnar in drugi 2010, 1405) razlikuje tri podkategorije skupinske identifikacije: čustveno, vedenjsko in kognitivno. Čustvena dimenzija se nanaša na čustveno navezanost na skupino, vedenjska dimenzija se nanaša na skupne cilje in vedenjsko soodvisnost, kognitivna dimenzija pa predstavlja razumevanje, da je nekdo del skupine. Henry in drugi (2008, 577) ugotavljajo, da vsaka dimenzija predstavlja skupinsko identifikacijo, zato moramo pri merjenju vključiti vsako izmed dimenzij, kar smo upoštevali tudi v diplomskem delu.

Raziskave s perspektive družbene identitete poudarjajo potrebo po razlikovanju med različnimi ravni identifikacije v organizaciji. Van Dick (2004, 182) ter Van Knippenberg in Van Schie (2000, 140) pri skupinski identifikaciji prepoznava več nivojev identifikacije. Posameznik se lahko identificira s svojim poklicem, z delom znotraj organizacije (delovna skupina, oddelek) ali z organizacijo kot celoto. V nadaljevanju se bomo za namen diplomskega dela osredotočili predvsem na nižji nivo identifikacije, torej na skupinsko identifikacijo znotraj (delovne) skupine in ne na skupinsko identifikacijo v smislu identifikacije s celotno skupino v organizaciji.

Ashfort in Mael (v Bartel 2001, 382) ter Van Knippenberg in Van Schie (v Eisenbeiss in Otten 2008, 2133) ugotavljajo, katera identifikacija bi bila lahko pomembnejša in vplivnejša. Z raziskavami so odkrili, da je identifikacija na ravni skupin pogosto močnejša (t. i. skupinska identifikacija) kot v interakcijah člana z organizacijo (t. i. korporacijska identifikacija). Identifikacija z organizacijo običajno postane pomembna samo v primeru, da člani opravljajo dejavnosti, ki vključujejo delo s skupinami zunaj organizacije. Van Knippenberg in Van Schie sta natančneje ugotovila, da je najmočnejša prav identifikacija z delovno skupino in da ta najbolje napoveduje organizacijsko vedenje. Razlog naj bi bil v tem, da so delovne skupine že v osnovi manjše in ljudje se lažje identificirajo z manjšo skupino, s katero imajo tudi več skupnega, kot pa z organizacijo kot celoto. Van Knippenberg in van Schie (2000, 140) sta v svoji raziskavi torej ugotovila, da je identifikacija s skupino znotraj organizacije močnejša kot identifikacija s samo organizacijo. Identifikacija s skupino

je prav tako močnejše povezana z zadovoljstvom z delom, vpletenostjo in motivacijo za delo.

## **2.5 Korporacijska identifikacija**

Korporacijska identifikacija organizacijo vidi kot širšo družbeno kategorijo, unikatno entiteto z lastnimi značilnostmi. Gre za identifikacijo, ki je abstraktnjša in se pojavi neodvisno od medosebnih interakcij. (Alvesson, Ashforth in Mael v Podnar in drugi 2010, 1402)

Dutton (v Podnar in drugi 2010, 1405) korporacijsko identifikacijo vidi kot dimenzijo organizacijske identifikacije, ki se nanaša na posameznikov občutek enosti s podjetjem kot socialno entiteto. Podnar (2011, 175) ugotavlja, da gre pri korporacijski identifikaciji za identifikacijo s podjetjem, ki v odnosu do posameznika deluje kot delujoča enota; neke vrste psevdo oseba, s katero je zaposleni v določenem soodvisnem psihološkem odnosu. Ker pri korporacijski identifikaciji podjetje nastopa in se dojema kot psevdo oseba, tovrstna identifikacija vsebuje nekatere elemente identifikacije, ki jo imenujemo klasična, s to razliko, da gre med posameznikom in podjetjem kot osebo za neko obliko parasocialnega odnosa, saj podjetje kot oseba brez svojih članov ni zmožno obstoja niti interakcije. (Podnar 2004, 111)

Nekateri avtorji ločujejo višji in nižji red identifikacije. Ashforth in Mael (v Podnar 2011, 167) trdita, da je korporacijska identifikacija uvrščena v višji red identifikacije. Ashforth in Johnson (v Podnar 2010, 1403) pravita, da so identifikacije višjega reda z organizacijo kot celoto (torej korporacijska identifikacija) za zaposlene in upravo pomembnejše kot skupinska identifikacija, saj zaposleni tako bolj sledijo organizacijskim kot skupinskim ciljem.

Balmer (v Podnar in drugi 2010, 1402) poudarja, da korporacijske identifikacije ne smemo zamenjevati s korporacijsko kulturo, pri kateri se člani organizacije identificirajo s tem, kar imajo z ostalimi člani skupnega. Korporacijska identifikacija se namreč povezuje bolj s korporacijsko znamko in korporacijsko identiteto.



Korporacijska identifikacija naj bi bila zelo pomembna tudi z upravljalškega vidika, saj je za vodstvo pomemben vir za doseganje ciljev, kot je ponotranjenje vrednot korporacijske znamke s strani zaposlenih. (Ulrich in drugi, 2007)

### **3 Posledice organizacijske identifikacije**

Številne posledice organizacijske identifikacije smo opisali že v poglavju o vlogi in pomenu organizacijske identifikacije, kjer smo ugotovili, da so posledice pozitivne tako za podjetja kot za posameznike. V tem poglavju se bomo osredotočili predvsem na pozitivne posledice organizacijske identifikacije za posameznike, torej v našem primeru prostovoljce v neprofitnih organizacijah. Že Laverie in McDonald (2007, 286) namreč ugotavljata, da je predanost prostovoljcev močno povezana z identifikacijo prostovoljca z organizacijo, ki ji prostovoljci darujejo svoj čas in energijo. Prav zato se mora organizacija truditi, da razvije čim močnejšo identifikacijsko vez s prostovoljci. Močnejša kot bo identifikacija, ki jo organizacije razvijajo, večji bo razvoj in učinkovitost neprofitnega sektorja.

Različni avtorji v Ashforth in drugi 2008, 336–337; Cheney, Dutton, Ashfort, Mael in drugi v Podnar 2011, 172; so opredelili različne pozitivne učinke, ki jih zaposlenim prinaša organizacijska identifikacija. Le-ta vpliva na pripadnost zaposlenih, skupinsko povezanost in sodelovanje, pozitivno ocenjevanje skupine, ponotranjenje, privrženost vrednotam, normam, homogenost v stališčih in vedenju skupine. Močan je vpliv na motivacijo in trud zaposlenih, ki se z organizacijo vse bolj identificirajo: organizacijo ocenjujejo pozitivno, jo branijo, se zanjo žrtvujejo in sprejemajo odločitve v korist organizacije. S svojim delom so zadovoljni, naloge opravljajo dobro, so notranje motivirani, učinkoviti, sprejemajo svojo vlogo znotraj organizacije, imajo manjše število konfliktov in intenzivnejšo interakcijo z zaposlenimi.

Ne glede na to, da literatura o organizacijski identifikaciji v glavnem govori v kontekstu zaposlenih v podjetjih, lahko sklepamo, da so pozitivni učinki podobni v kontekstu prostovoljcev v neprofitnih organizacijah. V nadaljevanju se bomo osredotočili predvsem na naslednji posledici organizacijske identifikacije: motivacijo za delo in zavzetost pri delu.

### **3.1 Motivacija za delo**

Kot že omenjeno, je pomembna posledica organizacijske identifikacije tudi motivacija za delo, pri kateri se bomo osredotočili na notranjo motivacijo, nato pa si bomo ogledali njen odnos z identifikacijo.

Pinder (v Latham in Pinder 2005, 486) opredeli motivacijo za delo kot skupek energijskih sil, ki izvirajo iz posameznika in sprožajo z delom povezano vedenje in določajo obliko, smer, intenzivnost in trajanje. Locke in Latham (v Moynihan in Pandey 2007, 804) motivacijo za delo opredelita kot koncept motivacije, ki se nanaša na notranje in zunanje dejavnike, ki sprožajo aktivnost.

Kadar govorimo o motivaciji za delo, moramo opozoriti tudi na problem merjenja motivacije. Kanfer in Ackerman (v De Cooman in ostali 2011, 298) pravita, da motivacije za delo ni mogoče meriti direktno, temveč se zanašamo na tiste manifestacije motivacije za delo, ki jih lahko vidimo. To so na primer delovne vrednote, tip motivacije in drugi koncepti, ki so ključni za organizacije, ker vplivajo na posameznikovo vedenje. Prav zato se tudi sami nismo odločili za neposredno raziskovanje splošnih motivov za prostovoljno delo, saj tudi Rochester (2012, 121) izraža skrb glede tega, kaj prostovoljci odgovarjajo glede motivacije. Sprašuje se namreč, ali prostovoljci izražajo to, kar mislijo, ali to, kar mislijo, da želi spraševalec slišati. Vpraša se tudi, če prostovoljci sploh vejo, kaj je njihova motivacija.

Potrebno je pojasniti, zakaj se bomo osredotočili le na notranjo motivacijo in ne tudi na zunanjo motivacijo. Motivacija za delo je v kontekstu neprofitnih organizacij drugačnega pomena, saj morajo organizacije prostovoljce motivirati nekoliko drugače, kot podjetja motivirajo zaposlene. Že Leete (v De Cooman in ostali 2011, 300) tako ugotavlja, da se še posebej v neprofitnih organizacijah zanašajo predvsem na notranjo motivacijo. Tako sklepamo, da je tudi v našem primeru smiselno preučevati zgolj notranjo motivacijo.

### **3.1.1 Notranja motivacija za delo**

Devaro in Brookshire (v De Cooman in ostali 2011, 300) ugotavljata, da ljudi v neprofitnih organizacijah motivira predvsem vizija organizacije, ki ustreza njihovemu vrednotnemu sistemu. Še več študij potrjuje, da so zaposleni v neprofitnih organizacijah bolj notranje in manj zunanje motivirani.

Moch (1979, 2–20) v svoji raziskavi ugotavlja, da se notranje motivirani zaposleni nagradujejo z uspešno opravljenim delom, saj ob tem občutijo osebno zadovoljstvo. Notranja motivacija je tako povezana s končnim rezultatom. Notranja motivacija naj bi bila odvisna tudi od določenih lastnosti dela, kot so raznolikost, avtonomija, identiteta, povratna informacija, pomen. Njegove ugotovitve več kot 30 let kasneje potrjujeta tudi Gagne in Deci (v Dysvik in Kuvaas 2012, 3), ki demonstrirata, da so notranje motivirani zaposleni veliko bolj vpleteni v svoje delo, kažejo večjo zavzetost in doseganje ciljev kot tisti, ki so manj notranje motivirani. Notranje motivirani zaposleni delajo na nalogah, v katerih uživajo in je že samo sodelovanje nagrada.

Raziskava Mocha (1979, 2–20) ugotavlja tudi to, da je vpletenost v omrežja delovnih odnosov pozitivno povezana z notranjo motivacijo, kar se sklada z njegovo hipotezo, da družbena integracija lahko vodi do notranje motivacije. Raziskava dokazuje tudi to, da so zaposleni, ki so izolirani iz službenih omrežij, manj identificirani. To pomeni, da integracija vpliva na identifikacijo.

### **3.1.2 Identifikacija in motivacija za delo**

Že Van Knippenberg (2000) ugotavlja, da je število študij glede odnosa identifikacije z motivacijo za delo relativno majhno. Kljub temu pa lahko iz obstoječih raziskav (Dutton v Van Knippenberg 2000, 360; Van Knippenberg in Van Schie v Van Knippenberg 2000, 363; James in Greenberg v Van Knippenberg 2000, 364) povzamemo enotno sporočilo: identifikacija pozitivno vpliva na motivacijo za delo.

Van Knippenberg (2000, 357) torej ugotavlja, da je identifikacija pozitivno povezana z motivacijo za delo. Identifikacija člane skupine motivira, da delajo v interesu skupine,

kar lahko vpliva na končni rezultat. Dutton (v Van Knippenberg 2000, 360) podobno ugotavlja, da je identifikacija povezana z motivacijo za doseganje ciljev in dela za skupni interes. Pravi, da enost s skupino ali organizacijo sproži pri posamezniku to, da skupinske cilje in interese vidi kot lastne. Tudi rezultati študije Jamesa in Greenberga (v Van Knippenberg 2000, 364) predpostavljajo, da se identifikacija kaže v povečani motivaciji za delo in delovnih rezultatih, in sicer pod pogojema, da je družbena identiteta pomembna in da dobri rezultati služijo interesu skupine. Študija Van Knippenberga in Van Schija (v Van Knippenberg 2000, 363) dodatno ugotavlja, da je identifikacija z delovno skupino povezana z motivacijo za delo, identifikacija z delovno skupino (skupinska identifikacija) in identifikacija z organizacijo (korporacijska identifikacija) pa sta povezani z vpletenostjo v delo.

Na podlagi zgoraj zapisanih ugotovitev iz literature in zastavljenih raziskovalnih vprašanj smo zapisali naslednje hipoteze:

**H1: Večja, kot je skupinska identifikacija, večja je motivacija za prostovoljno delo.**

**H2: Večja, kot je korporacijska identifikacija, večja je motivacija za prostovoljno delo.**

**H3: Na motivacijo za prostovoljno delo bolj kot korporacijska identifikacija vpliva skupinska identifikacija.**

### ***3.2 Zavzetost pri delu***

Tudi zavzetost pri delu je ena od posledic organizacijske identifikacije, na katero morajo biti upravljavci neprofitnih organizacij prav tako zelo pozorni, saj lahko močno vpliva na končne rezultate dela v smislu učinkovitosti. Bidee (2012, 33) ugotavlja, da številne študije dokazujejo pozitivno povezanost med zavzetostjo in vedenjem, povezanim z delom, predvsem zmogljivost in zadovoljstvo. Tako se zdi spodbujanje zavzetosti strateška in ključna naloga današnjih vodij neprofitnih organizacij.

Kadar govorimo o zavzetosti pri delu, glede na definicije različnih avtorjev pravzaprav govorimo o intenzivnosti. DeCooman (2013, 4) ter Campbell in Pritchard (v Brown in Leigh 1996, 361) zavzetost pri delu definirajo kot vedenjsko manifestacijo motivacije za delo, ki se nanaša na intenzivnost, vztrajanje (trajanje) in smer (relevantnost) zavzetosti. Green in Locke (v Ollo-Lopez in ostali 2010, 220) zavzetost pri delu opredelita kot fizični in kognitivni vložek zaposlenega. Green dimenzije zavzetosti deli na prostovoljne, fizično neprostovoljne in kognitivno neprostovoljne, razlikuje pa tudi med intenzivnostjo in trajanjem zavzetosti. Brown in Leigh pravita, da posvečen čas in delovna intenzivnost predstavljata esenco trdnega dela. Bolj kot se posamezniki identificirajo s svojim delom, večjo količino svojega časa in energije bodo posvetili delu. (Kahn v Brown in Leigh 1996, 361)

Avtorji so raziskovali tudi korelacije med zavzetostjo pri delu in motivacijo za delo. Dysvik in Kuvaas (2012, 12) ugotavljata, da se visoka notranja motivacija kaže v visoki zavzetosti pri delu, pri čemer so pomembni jasni cilji. Več avtorjev (v De Cooman in drugi 2013, 2) trdi, da so ljudje, ki izkusijo večji strateški vpliv svojega dela, bolj zavzeti za svoje delo in doseganje ciljev, prav tako pa so bolj vključeni in zadovoljni. Gagne in Deci (v De Cooman in drugi 2013, 3) ugotavljata, da so avtonomno motivirani<sup>3</sup> zaposleni bolj zavezani svojim organizacijam. Avtonomna motivacija tako predstavlja dobro osnovo za močno zavezanost.

Campbell (v De Cooman in ostali 2011, 301) ugotavlja, da koncept zavzetosti pri delu sodi med dejansko motivacijo in rezultate. Vključuje vedenjsko energijo, ki motivacijo predstavlja kognitivno in jo prevede v dosežen rezultat. Zavzetost pri delu vpliva na rezultat v smislu, da posameznik vloži trud, da doseže boljše rezultate. Podobno ugotavlja tudi Parsons (v Brown in Leigh 1996, 362), ki implicira, da je zavzetost mediator med motivacijo in delovnimi rezultati.

Van Leeuwen in Van Knippenberg (v Van Knippenberg 2000, 365) sta raziskovala povezanost med identifikacijo in zavzetostjo pri delu. Ugotovila sta, da identifikacija motivira člane skupine, da povečajo zavzetost. Rezultat je bil v študiji višji pri udeležencih, ki so se bolj identificirali z delovno skupino. Rezultati kažejo tudi to, da

---

<sup>3</sup> Avtonomna motivacija vključuje notranjo in dobro ponotranjeno zunanjo motivacijo. (Bidee 2012)

je identifikacija pozitivno povezana z rezultati, tudi če to pomeni trdo delo v imenu skupine, medtem ko se nekateri člani skupine za rezultat ne trudijo.

Na podlagi ugotovitev preteklih raziskav, zgoraj napisanega in zastavljenih raziskovalnih vprašanj predpostavljamo:

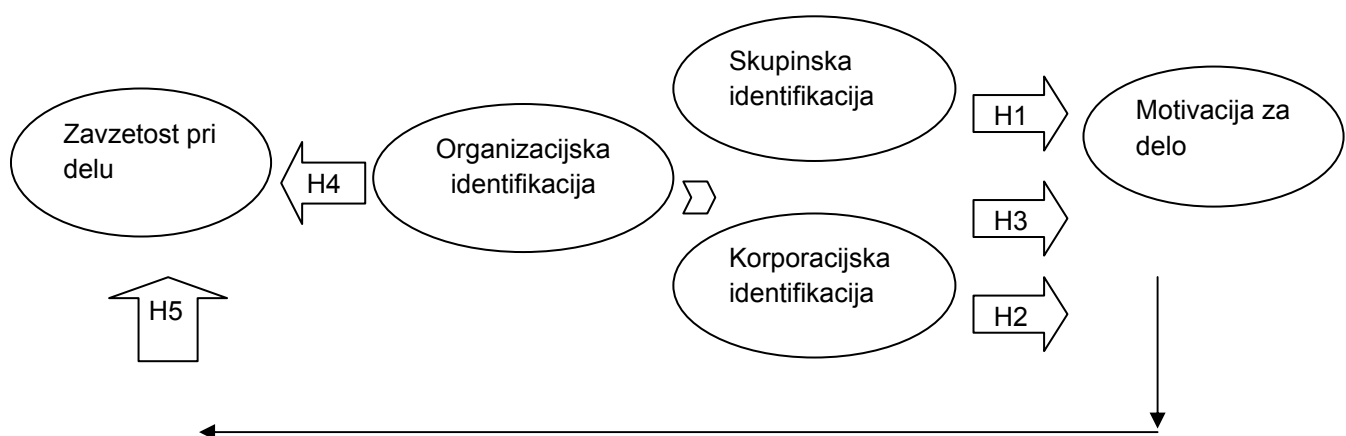
**H4: Večja, kot je organizacijska identifikacija, večja je zavzetost pri prostovoljnem delu.**

**H5: Večja, kot je motivacija za prostovoljno delo, večja je zavzetost pri prostovoljnem delu.**

### 3.3 Teoretično-raziskovalni model

V skladu s teoretičnimi predpostavkami in opredeljenimi hipotezami smo oblikovali teoretično raziskovalni model povezav med proučevanimi koncepti, model odnosa med organizacijsko identifikacijo in motivacijo za delo.

Slika 3.2: Model odnosa med organizacijsko identifikacijo in motivacijo za delo



## 4 Empirični del

### 4.1 Merski instrumenti spremenljivk

Empirični del diplomskega dela je vseboval testiranje štirih spremenljivk, in sicer korporacijske identifikacije, skupinske identifikacije, motivacije za delo in zavzetosti pri delu. Spremenljivke smo merili z različnimi merskimi instrumenti, ki so podrobneje opisani v nadaljevanju. Ob tem moramo opozoriti, da so bili izbrani merski instrumenti v preteklosti uporabljeni za merjenje omenjenih spremenljivk na primeru podjetij, in ne na primeru neprofitnih organizacij, saj ustreznih modelov za merjenje omenjenih spremenljivk, ki bi se osredotočali prav na neprofitne organizacije, nismo zasledili.

#### 4.1.1 Merjenje korporacijske identifikacije

Za merjenje korporacijske identifikacije smo izbrali model, ki so ga v letu 2011 v svoji raziskavi o dvojnosti organizacijske identifikacije uporabili Golobova, Jančič in Podnar. Namesto izraza podjetje smo v anketi uporabili izraz organizacija, poleg tega pa smo 5-stopenjsko Likertovo lestvico zamenjali za 7-stopenjsko, saj smo na ta način ohranili enotno stopnjo Likertove lestvice v celotni raziskavi.

1. Čutim, da je organizacija, za katero delam, del mene.
2. Lahko rečem, da so problemi organizacije tudi moji problemi.
3. Podoba organizacije me predstavlja v dobri luči.
4. Vsem rad/a povem, da je to moja organizacija.
5. Vrednote organizacije so zelo podobne mojim vrednotam.
6. Čutim, da je prihodnost organizacije tudi moja prihodnost.
7. Z lahkoto se identificiram z organizacijo, za katero delam.
8. Ponosno nosim logotip organizacije na majici.
9. Kadar kdo slabo govori o organizaciji, za katero delam, občutim jezo.
10. Ponosen/ponosna sem, da delam za to organizacijo.



#### **4.1.2 Merjenje skupinske identifikacije**

Za merjenje skupinske identifikacije smo izbrali model, ki so ga v letu 1999 oblikovali Henry, Arrow in Carini. Za model smo se odločili, saj tudi avtorji govorijo o skupinski identifikaciji na nižjem nivoju, torej na nivoju skupine, in ne na nivoju celotne organizacije. Iz prvotnega modela smo odstranili 2 trditvi, torej smo namesto prvotnih 12 uporabili 10 trditev, obdržali pa smo 7-stopenjsko Likertovo lestvico.

1. Raje bi bil/a član/ica drugačne ekipe.
2. V tej ekipi se članom ni potrebno zanašati drug na drugega.
3. Na ekipo gledam kot na del sebe.
4. Člani te ekipe se med seboj dobro razumejo.
5. Vsi člani ekipe morajo nekaj prispevati za doseg ciljev.
6. Sebe vidim podobno kot druge člane ekipe.
7. Uživam v interakciji z drugimi člani ekipe.
8. Ekipa doseže stvari, ki jih posamezen član ne bi mogel.
9. Ne maram precejšnjega dela članov moje ekipe.
10. V tej ekipi članom med seboj ni potrebno sodelovati za doseg ciljev.

#### **4.1.3 Merjenje motivacije za delo**

Za merjenje motivacije za delo smo ustvarili kombinacijo dveh modelov: WEIMS, ki so ga leta 2009 zasnovali Tremblay, Blanchard, Taylor, Pelletier in Villeneuve, in MAWS, ki so ga leta 2010 zasnovali Gagne, Forest, Gilbert, Aube, Morin in Malorni. Pri obeh modelih smo ohranili le trditve, vezane na avtonomno motivacijo, ohranili pa smo tudi 7-stopenjsko Likertovo lestvico. Trditve se nanašajo na razloge, zaradi katerih so anketirani vpleteni v organizacijo TEDx dogodkov.

1. Za trenutke užitka, ki mi jih to delo prinese.
2. Ker to delo ustreza mojim osebnim vrednotam.
3. Ker je to delo pomemben del mojega življenja.
4. Ker se ob delu zabavam.

5. Ker s tem delom dosegam svoje življenjske cilje.
6. Ker je delo del načina, na katerega živim svoje življenje.
7. Ker je delo postalo pomemben del tega, karsem jaz.
8. Ker delo izpolnjuje moje karijerne načrte.
9. Ker v tem delu uživam.

#### **4.1.4 Merjenje zavzetosti pri delu**

Za merjenje zavzetosti pri delu smo uporabili De Coomanovo lestvico (2009); ohranili smo vseh 10 trditev in 7-stopenjsko Likertovo lestvico.

1. Ne odneham, kadar gre kaj narobe.
2. Ne glede na problem se potrudim, da svoje delo opravim dobro.
3. Potrudim se, da naredim najboljše.
4. Pri izvedbi nalog, ki so mi dodeljene, sem zaupanja vreden/vredna.
5. Pri izvedbi nalog, ki so mi dodeljene, sem zaupanja vreden/vredna.
6. Nase gledam kot na osebo, ki trdo dela.
7. Pri svojem delu dam vse od sebe.
8. V naloge, ki jih opravim, vložim veliko energije.
9. Med opravljanjem svojih nalog se zmeraj enako potrudim.

#### **4.1.5 Merjenje demografskih spremenljivk**

Dodali smo tudi tri demografske spremenljivke, ki so se za našo raziskavo zdele smiselne. Anketirance smo spraševali o imenu njihove lokalne TEDx organizacije, o njihovi vlogi v skupini in o trajanju njihove vpletenosti v lokalno TEDx organizacijo.

## **4.2 Zbiranje podatkov**

Zastavljene hipoteze smo preverjali s primarnimi podatki, ki smo jih pridobili s pomočjo kvantitativne analize. Podatke smo pridobili s pomočjo spletne ankete (glej prilogo B), ki smo jo izdelali s pomočjo programa 1KA, pri čemer smo se odločili za neverjetnostno priložnostno vzorčenje. Anketa je bila dostopna na spletni povezavi <https://www.1ka.si/a/28946> med 19. junijem in 14. avgustom 2013, reševanje le-te pa je v povprečju potekalo 5 minut. Naša ciljna populacija so bili organizatorji TEDx dogodkov, torej tisti, ki kot prostovoljci v svojem prostem času po vsem svetu v svojih

lokalnih skupnostih organizirajo dogodke z namenom širjenja dobrih idej. Spletno anketo smo preko elektronske pošte poslali približno 60 različnim lokalnim TEDx skupinam po vsem svetu, približno 160 lokalnih skupin TEDx organizatorjev pa smo o anketi obvestili preko Facebooka. Prejemnike elektronske pošte oziroma sporočila na Facebooku smo nagovorili, da naj anketo posredujejo med člane svoje lokalne TEDx ekipe.

### **4.3 Opis vzorca**

V vzorec je vključenih 269 enot, pri čimer lahko naštejemo 142 različnih lokalnih TEDx organizacij. Največji delež v vzorcu predstavljajo člani lokalnih TEDx organizacij TEDxLjubljana (12) in TEDxPraga (10). Anketirani so bili v lokalne TEDx organizacije vključeni različno dolgo, največ manj kot pol leta (29 %), nato 6–12 mesecev (28 %), več kot 2 leti (25 %) in 1–2 leti (19 %). Zanimala nas je tudi njihova vloga v lokalni TEDx organizaciji: 41 % vprašanih se je opredelilo za člane ožje ekipe, 28 % za nosilce licence, 26 % za člane širše ekipe, 6 % pa je kot odgovor navedlo možnost drugo.

## 5 Analiza rezultatov

Analizo rezultatov smo opravili z multivariatno analizo. V prvem koraku smo opravili faktorsko analizo in preverili zanesljivost merskih instrumentov za posamezne faktorje. Nato smo si ogledali opisne statistike in korelacije med faktorji, analizo pa smo zaključili s tremi regresijskimi modeli, ki so bistveno prispevali k temu, da smo potrdili oziroma zavrgli zastavljene hipoteze.

### 5.1 Faktorska analiza

Na podlagi faktorske analize z metodo glavnih osi smo ugotovili, da organizacijsko identifikacijo delimo na dva faktorja, torej na skupinsko in korporacijsko identifikacijo. Zaradi visokih vrednosti koeficientov asimetričnosti, ki smo jih pridobili s pomočjo opisne statistike, smo iz nekaterih faktorjev izločili določene spremenljivke (glej prilogo H). Še posebej pa nas je zanimal faktor organizacijske identifikacije in razporeditev spremenljivk med faktorja skupinska in korporacijska identifikacija. Na podlagi rezultatov faktorske analize smo iz nadaljnje analize, kjer smo preverjali zanesljivost merskih instrumentov, dodatno izločili še dve spremenljivki, ki teoretsko sodita k skupinski identifikaciji, faktorska analiza pa ju je dodelila k korporacijski identifikaciji. Delitev na zgoraj omenjena faktorja potrjuje, da teoretska delitev organizacijske identifikacije na skupinsko in korporacijsko deluje tudi v praksi. Faktorja pojasnita 46 % variance (glej prilogo G).

Tabela 5.1: Faktorska analiza – organizacijska identifikacija

Spremenljivke	Faktorske uteži	
	Faktor 1	Faktor 2
	Korporacijska identifikacija	Skupinska identifikacija
Čutim, da je organizacija, za katero delam, del mene.	,731	,035
Lahko rečem, da so problemi organizacije tudi moji problemi.	,700	,049
Vsem rad/a povem, da je to moja organizacija.	,518	-,026
Vrednote organizacije so zelo podobne mojim vrednotam.	,640	,126

Čutim, da je prihodnost organizacije tudi moja prihodnost.	,758	-,203
Z lahkoto se identificiram z organizacijo, za katero delam.	,744	,003
Ponosno nosim logotip organizacije na majici.	,494	,111
Kadar kdo slabo govori o organizaciji, za katero delam, občutim jezo.	,424	-,087
Na ekipo gledam kot na del sebe.	,631	,131
Člani te ekipe se med seboj dobro razumejo.	,151	,543
Sebe vidim podobno kot druge člane ekipe.	,285	,174
R_SI V tej ekipi se članom ni potrebno zanašati drug na drugega.	-,082	,559
R_SI Ne maram precejšnjega dela članov moje ekipe.	-,034	,719
R_SI V tej ekipi članom med seboj ni potrebno sodelovati, da dosežejo zadane cilje.	-,005	,525
R_SI_Raje bi bil/a član/ica drugačne ekipe.	,107	,570
Odstotek pojasnjene variance	32,4 %	13,8 %

### 5.3 Zanesljivost merskega instrumenta

Zanesljivost merskega instrumenta smo merili s koeficientom Cronbach alfa. Vsi faktorji so se izkazali za zanesljive merske instrumente.

Tabela 5.2: Zanesljivost merskega instrumenta – korporacijska identifikacija

#### Statistika zanesljivosti

Cronbachov Alfa	Število enot
,821	8

Za merjenje zanesljivosti vprašalnika, vezanega na korporacijsko identifikacijo, smo uporabili Cronbachov koeficient alfa. Glede na to, da je rezultat 0,821, lahko potrdimo, da je merski instrument korporacijske identifikacije zanesljiv.

Tabela 5.3: Zanesljivost merskega instrumenta – skupinska identifikacija

#### Statistika zanesljivosti

Cronbachov Alfa	Število enot
,708	5

Za merjenje zanesljivosti vprašalnika, vezanega na skupinsko identifikacijo, smo uporabili Cronbachov koeficient alfa. Glede na to, da je rezultat 0,708, lahko potrdimo, da je merski instrument skupinske identifikacije zanesljiv (čeprav se zavedamo, da bi bilo bolje, če bi bil rezultat višji od 0,8).

Tabela 5.4: Zanesljivost merskega instrumenta – motivacija za delo

**Statistika zanesljivosti**

Cronbachov Alfa	Število enot
,890	9

Za merjenje zanesljivosti vprašalnika, vezanega na motivacijo za delo, smo uporabili Cronbachov koeficient alfa. Glede na to, da je rezultat 0,890, lahko potrdimo, da je merski instrument motivacije za delo zelo zanesljiv.

Tabela 5.5: Zanesljivost merskega instrumenta – zavzetost pri delu

**Statistika zanesljivosti**

Cronbachov Alfa	Število enot
,845	4

Za merjenje zanesljivosti vprašalnika, vezanega na zavzetost pri delu, smo uporabili Cronbachov koeficient alfa. Glede na to, da je rezultat 0,845, lahko potrdimo, da je merski instrument zavzetosti pri delu zanesljiv.

Tabela 5.6: Zanesljivost merskega instrumenta – organizacijska identifikacija

**Statistika zanesljivosti**

Cronbachov Alfa	Število enot
,801	13

Za merjenje zanesljivosti vprašalnika, vezanega na organizacijsko identifikacijo, smo uporabili Cronbachov koeficient alfa. Glede na to, da je rezultat 0,801, lahko potrdimo, da je merski instrument zavzetosti pri delu zanesljiv.

## 5.4 Opisne statistike

Tabela 5.7: Opisne statistike – povzetek

	Število enot	Najmanjša vrednost	Največja vrednost	Srednja vrednost	Standardni odklon
Korporacijska identifikacija	243	1,25	7,00	5,6852	,86044
Motivacija za delo	227	2,11	7,00	5,2883	,97558
Zavzetost pri delu	224	1,25	7,00	6,0000	,89123
Skupinska identifikacija	233	1,00	7,00	5,6352	,91235
Organizacijska identifikacija	230	1,62	7,00	5,6615	,70847
Veljavno št. enot	218				

Srednje vrednosti faktorjev so v našem primeru zelo visoke, saj se v vseh primerih nagibajo k največji vrednosti. Visoke vrednosti kažejo na zelo visoko skupinsko in korporacijsko identifikacijo in posledično visoko organizacijsko identifikacijo. Prav tako sta zelo visoki motivacija za delo in zavzetost pri delu. Vse srednje vrednosti so približno enake (5,2–6,0) in med njimi ne prihaja do večjih odstopanj, enako velja za standardni odklon, kjer so si vrednosti prav tako zelo podobne. Najvišjo srednjo vrednost kaže zavzetost pri delu, najnižjo pa motivacija za delo. Če primerjamo korporacijsko in skupinsko identifikacijo, ugotovimo, da je korporacijska malenkostno višja.

## 5.5 Korelacijska in regresijska analiza

S pomočjo korelacij med spremenljivkami in s pomočjo multiple regresijske analize smo preverjali zastavljene hipoteze, narisali pa smo tudi tri regresijske modele.

Tabela 5.8: Korelacije med faktorji

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Korporacijska identifikacija (1)					
Motivacija za delo (2)	0,628*				
Zavzetost pri delu (3)	0,370*	0,376*			
Skupinska identifikacija (4)	0,262*	0,200*	0,257*		
Organizacijska identifikacija (5)	0,877*	0,570*	0,406*	0,693*	

\*Povezanost je statistično značilna pri stopnji 0,01.

Povezanost med samimi merskimi koncepti smo preverili s Pearsonovim koeficientom korelacije. V skladu z našo temeljno predpostavko smo ugotovili, da obstajajo pozitivne povezanosti med vsemi opredeljenimi koncepti. Najmočnejšo pozitivno povezanost smo odkrili med korporacijsko identifikacijo in motivacijo za delo (0,628), kar sicer ni v skladu z našo hipotezo, kjer smo predpostavili, da bo imela na motivacijo za delo več vpliva skupinska identifikacija, pri kateri smo opazili le zelo šibko pozitivno povezanost (0,262). V povezavi z zavzetostjo pri delu smo tako, kot smo predpostavljali, ugotovili, da obstaja srednje močna pozitivna povezanost z organizacijsko identifikacijo (0,406) in srednje močna pozitivna povezanost z motivacijo za delo (0,376).

### 5.5.1 Regresijski modeli



Tabela 5.9: Regresijski modeli – povzetek

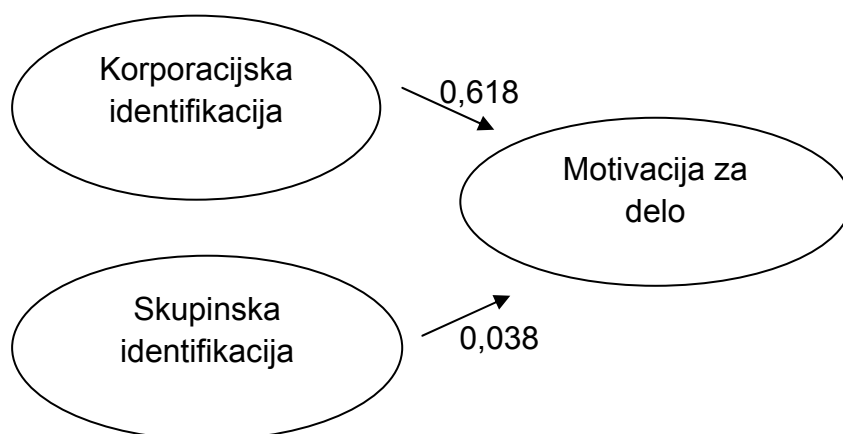
Model 1			Model 2			Model 3		
Spremenljivke	Beta	t	Spremenljivke	Beta	t	Spremenljivke	Beta	t
Korporacijska identifikacija	0,618*	11,358	Organizacijska identifikacija	0,287*	3,868	Korporacijska identifikacija	0,196*	2,449
Skupinska identifikacija	0,038**	0,649	Motivacija za delo	0,203*	2,738	Skupinska identifikacija	0,160*	2,499
						Motivacija za delo	0,212*	2,694
F = 72,045 R <sup>2</sup> = 0,396			F = 25,170 R <sup>2</sup> = 0,190			F = 16,747 R <sup>2</sup> = 0,190		

\*Povezanost je statistično značilna pri stopnji 0,01.

\*\*Povezanost ni statistično značilna (0,489).

Z regresijskimi modeli smo preverjali odnos med odvisnimi in neodvisnimi spremenljivkami. Vrednosti regresijskih koeficientov Beta so pozitivne in kažejo na pozitivne povezanosti med spremenljivkami, ki so različno močne. Vse vrednosti so statistično značilne (manjše od 0,01), razen v primeru skupinske identifikacije.

Slika 5.3: Regresijski model 1



Regresijski model 1 nam prikazuje moč povezanosti med neodvisno spremenljivko – motivacija za delo – in odvisnima spremenljivkama – skupinska identifikacija in korporacijska identifikacija. Determinacijski koeficient (R-kvadrat) nam pove, koliko

variance odvisne spremenljivke pojasnimo z vključenima neodvisnima spremenljivkama: v našem primeru pojasnjujeta spremenljivki 39,6 % variance.

H1: Večja, kot je skupinska identifikacija, večja je motivacija za prostovoljno delo.

Prvo hipotezo moramo zavreči, ker nismo ugotovili pozitivne povezanosti med skupinsko identifikacijo in motivacijo za prostovoljno delo, saj regresijski koeficient Beta znaša le 0,38. Torej ne moremo trditi, da je ob večji skupinski identifikaciji večja tudi motivacija za prostovoljno delo, poleg tega pa vrednost ni statistično značilna, torej spremenljivka skupinska identifikacija v tem modelu ne prispeva k pojasnjevanju motivacije za prostovoljno delo.

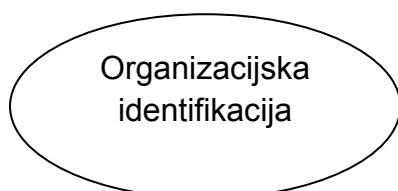
H2: Večja, kot je korporacijska identifikacija, večja je motivacija za prostovoljno delo.

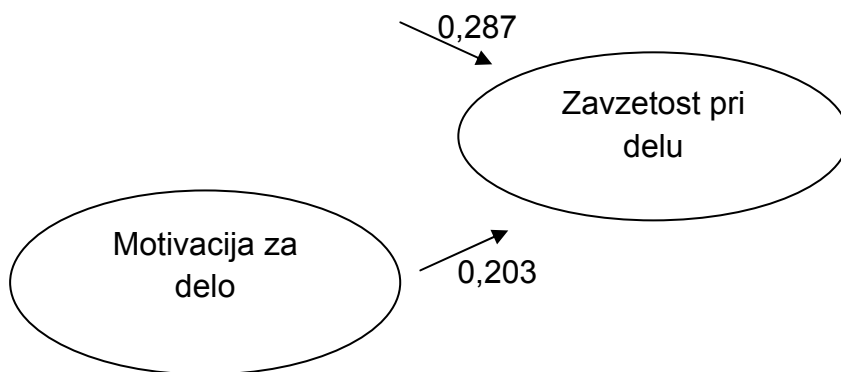
Drugo hipotezo lahko potrdimo na podlagi rezultata regresijskega koeficienta Beta 0,618, ki kaže na zelo močno povezanost med faktorjema, torej večja, kot je korporacijska identifikacija, večja je tudi motivacija za prostovoljno delo. Pozitivna povezanost je bila glede na predhodne teoretske ugotovitve pričakovana, kljub temu pa nismo pričakovali tako močne povezanosti. Vrednost je statistično značilna, saj je povezanost statistično značilna pri stopnji 0,01.

H3: Na motivacijo za prostovoljno delo bolj kot korporacijska identifikacija vpliva skupinska identifikacija.

Tudi tretjo hipotezo moramo glede na rezultate regresije zavreči, saj je prišlo do ravno obratnih ugotovitev: na motivacijo za prostovoljno delo bolj kot skupinska identifikacija vpliva korporacijska identifikacija. Ta ugotovitev se sicer ne sklada s preteklimi raziskavami, ki jih navajamo v teoretičnem delu, vendar smo z dodatnim raziskovanjem našli tudi nekaj raziskav, ki pojasnjujejo odnos med skupinsko identifikacijo in motivacijo za delo, kar bomo pojasnili v nadaljevanju.

Slika 5.4: Regresijski model 2





Regresijski model 2 nam prikazuje moč povezanosti med neodvisno spremenljivko – zavzetost pri delu – in odvisnima spremenljivkama – organizacijska identifikacija in motivacija za delo. Neodvisni spremenljivki pojasnita 19 % variance odvisne spremenljivke.

H4: Večja, kot je organizacijska identifikacija, večja je zavzetost pri prostovoljnem delu.

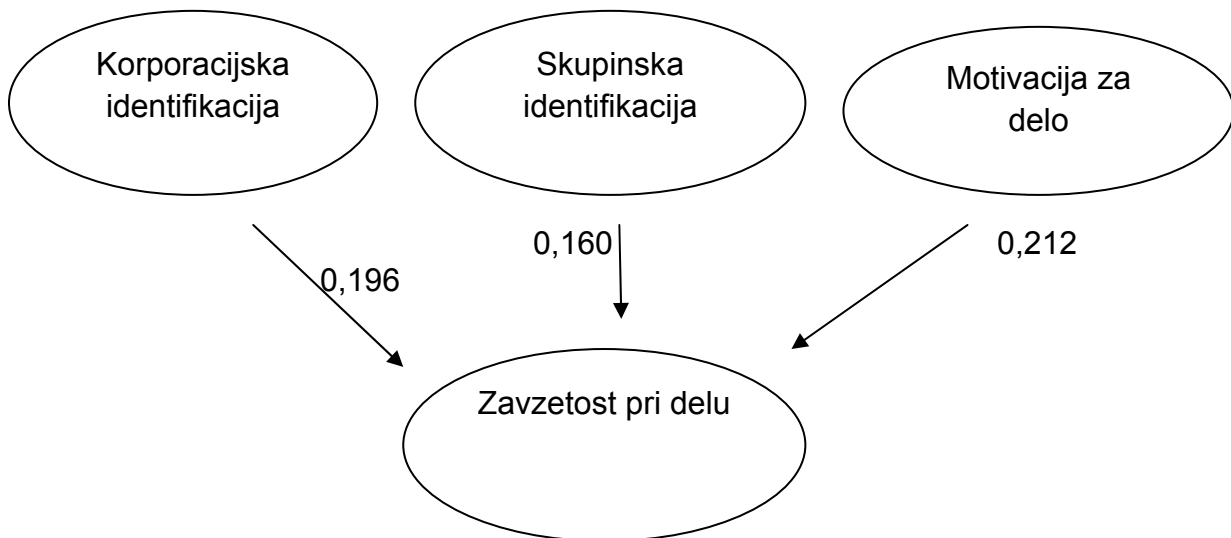
Drugi regresijski model nam torej ponuja odgovor na četrto hipotezo, kjer predvidevamo pozitiven vpliv organizacijske identifikacije na zavzetost pri delu. Standardiziran regresijski koeficient beta z vrednostjo 0,287 kaže na šibko do srednje močno pozitivno povezanost, torej večja, kot je organizacijska identifikacija, večja je zavzetost pri delu. Vrednost je statistično značilna, saj je povezanost statistično značilna pri stopnji 0,01.

H5: Večja, kot je motivacija za prostovoljno delo, večja je zavzetost pri prostovoljnem delu.

Drugi regresijski model nam ponuja odgovor na peto hipotezo, kjer predvidevamo pozitiven vpliv motivacija za delo na zavzetost pri delu. Standardiziran regresijski

koeficient beta z vrednostjo 0,203 kaže na šibko povezanost med faktorjema. Na podlagi tega lahko sicer rečemo, da večja, kot je organizacijska identifikacija, večja je zavzetost pri delu, torej lahko potrdimo tudi peto hipotezo. Vrednost je statistično značilna, saj je povezanost statistično značilna pri stopnji 0,01.

Slika 5.5: Regresijski model 3



Tretji regresijski model smo ustvarili za namene dodatnega preverjanja rezultatov, da bi videli, kateri izmed identifikacijskih fokusov ima večjo povezavo z zavzetostjo pri delu. Regresijski model 3 nam prikazuje moč povezanosti med neodvisno spremenljivko – zavzetost pri delu – in odvisnimi spremenljivkami – skupinska identifikacija, korporacijska identifikacija in motivacija za delo. Pove nam, da se vsi trije faktorji glede na neodvisno spremenljivko zavzetost pri delu razporedijo približno enako, saj se vrednosti regresijskega koeficienta Beta nahajajo med 0,160 in 0,212. Model nam pokaže, da ima korporacijska identifikacija na zavzetost pri delu nekoliko večji vpliv kot skupinska identifikacija, vendar pri vplivu ni bistvene razlike. Vse vrednosti so statistično značilne (0,01), sicer pa nam kažejo šibko pozitivno povezanost.

## 5.6 Ugotovitve

S faktorsko analizo smo v prvem koraku potrdili teoretično delitev organizacijske identifikacije na skupinsko in korporacijsko identifikacijo. Glede na koeficiente asimetričnosti, ki so kazali zelo visoke vrednosti, smo na podlagi rezultatov deskriptivne analize iz faktorja skupinska identifikacija izločili 5 indikatorjev, iz faktorja

korporacijska identifikacija 2 indikatorja, iz faktorja zavzetost za delo 5 indikatorjev, število indikatorjev pri motivaciji za delo pa je ostalo enako. Na podlagi preostalih vključenih indikatorjev smo preverili zanesljivost merskih instrumentov. Ugotovili smo, da so naši merski instrumenti zanesljivi, saj vrednost Cronbach alfa pri vseh sestavljenih spremenljivkah znaša več kot 0,8, razen v primeru skupinske identifikacije, kjer je Cronbach alfa 0,7, kar pa je za našo raziskavo še vedno sprejemljivo. Vrednosti prav vseh sestavljenih spremenljivk se nahajajo med 5,2 in 6, kar pomeni, da so se anketirani z večino postavljenih trditev strinjali, torej lahko govorimo o zelo visoki skupinski identifikaciji, korporacijski identifikaciji, organizacijski identifikaciji, motivaciji za delo in zavzetosti za delo. Čeprav lahko zaradi priložnostnega vzorca tak rezultat deloma pripišemo tudi dejstvu, da so na vprašanja odgovarjali respondenti, ki so nadpovprečno povezani s TEDx, pa so ti rezultati lahko vseeno zanimivi, saj je področje identifikacije v prostovoljnih in neprofitnih organizacijah manj raziskano kot v profitnih. Rezultati torej nakazujejo, da je identifikacija v tovrstnih tipih organizacij celo bolj izstopajoča. Poleg tega rezultati prispevajo k sekundarnemu namenu naše raziskave, torej ugotoviti, kakšna je stopnja organizacijske identifikacije in ostalih raziskovanih konceptov med TEDx organizatorji.

Ker so nas glede na postavljene hipoteze in primarni namen diplomskega dela zanimale predvsem povezave med spremenljivkami, smo opravili multiplo regresijsko analizo. Z regresijsko analizo smo tako dobili vpogled v korelacije med spremenljivkami, s pomočjo katerih smo lahko preverili hipoteze. Rezultate smo si najprej ogledali z vidika korelacij, torej Pearsonovega koeficienta. Poudariti je potrebno, da korelacije zgolj nakazujejo na to, ali bodo zastavljene hipoteze potrjene ali ne. Dokončne odgovore na to vprašanje smo namreč preverili z regresijskimi modeli in regresijskim koeficientom Beta. Gledano z vidika Pearsonovega koeficienta lahko potrdimo štiri izmed petih hipotez, pri čimer so vse vrednosti statistično značilne. Prvo hipotezo glede na rezultat povezanosti 0,200 med skupinsko identifikacijo in motivacijo za delo lahko potrdimo, saj gre za šibko povezanost. Potrdimo lahko tudi drugo hipotezo, kjer Pearsonov koeficient kaže zelo močno povezanost (0,628) med korporacijsko identifikacijo in motivacijo za delo. Iz tega sledi, da tretjo hipotezo zavračamo, saj je vpliv na motivacijo za delo ravno obraten kot predvideno – korporacijska identifikacija ima zelo močen vpliv, vpliv skupinske

identifikacije na motivacijo za delo pa je šibkejši. S četrto hipotezo smo raziskovali povezanost med organizacijsko identifikacijo in zavzetostjo za delo, ki jo lahko glede na srednje močno povezanost (0,406) potrdimo. Potrdimo lahko tudi peto hipotezo, kjer ugotavljamo šibko do srednje močno povezanost med motivacijo za delo in zavzetostjo pri delu (0,370). Bolj kot same korelacije pa so nas zanimali rezultati, do katerih smo prišli s pomočjo treh regresijskih modelov, ki so za našo raziskavo ključnega pomena.

Prvi regresijski model smo vezali na prve tri hipoteze, saj smo ugotavljali vpliv skupinske in korporacijske identifikacije na motivacijo za delo. Glede na pretekle raziskave, (Dutton v Van Knippenberg 2000, 360; Van Knippenberg in Van Schie v Van Knippenberg 2000, 363; James in Greenberg v Van Knippenberg 2000, 364) ki ugotavljajo pozitiven vpliv skupinske in korporacijske identifikacije na motivacijo za delo, smo predpostavili pozitivno povezanost obeh dimenzij organizacijske identifikacije z motivacijo za delo. Prve hipoteze, da večja, kot je skupinska identifikacija, večja je tudi motivacija za delo, ne moremo potrditi, saj regresijski koeficient Beta znaša komaj 0,038, poleg tega pa ni statistično značilen, kar pomeni, da povezanosti med tema dvema spremenljivkama ni. Hkrati lahko potrdimo drugo hipotezo, ki pravi, da večja, kot je korporacijska identifikacija, večja je motivacija za delo. Regresijski koeficient Beta namreč znaša kar 0,618 in je statistično značilen, torej gre za zelo močno povezanost. Posledično moramo zavrniti tretjo hipotezo, kjer smo na podlagi ugotovitev preteklih raziskav (Ashfort in Mael v Bartel 2001, 382; Van Knippenberg in Van Schie v Eisenbeiss in Otten 2008, 2133; Van Knippenberg in Van Schie 2000, 140) predpostavljali, da ima na motivacijo za delo večji vpliv kot korporacijska identifikacija skupinska identifikacija. Sprašujemo se seveda, zakaj je prišlo do tako nepričakovanih rezultatov pri skupinski in korporacijski identifikaciji. Na podlagi dodatnega pregleda literatura smo našli nekaj raziskav, ki podpirajo naše rezultate in nasprotujejo ugotovitvam raziskav, na podlagi katerih smo postavili prvo in tretjo hipotezo. Že Van Knippenberg (2000) je ugotovil, da je število študij glede odnosa identifikacije z motivacijo za delo relativno majhno. Nekatere raziskave ugotavljajo, da identifikacija s skupino nima pomembnega vpliva na motivacijo za delo. Gockel in drugi (2008, 1320) v svoji študiji ugotavljajo, da identifikacija s skupino v njihovem primeru ni imela splošnega učinka na motivacijo, hkrati pa poudarjajo, da s tem ne trdijo, da skupinska identifikacija ni relevantna za

pridobivanje motivacije. Tudi Fishbach in drugi (2011, 531) trdijo, da identifikacija sicer vpliva na vir motivacije, v študijah pa hkrati ugotavljajo, da identifikacija nima ključnega vpliva na motivacijo in zavzetost. Sprašujejo se tudi, če je vpliv identifikacije na motivacijo odvisen tudi od stopnje identifikacije. Lahko torej rečemo, da je odnos med identifikacijo in motivacijo za delo področje, ki potrebuje dodatno raziskovanje, še posebej pa pogrešamo študije, ki bi se osredotočale na obe dimenziji organizacijske identifikacije.

V skladu z dosedanjimi ugotovitvami Van Leeuwna in Van Knippenberga (v Van Knippenberg 2000, 365) smo potrdili četrto hipotezo, da večja, kot je organizacijska identifikacija, večja je tudi zavzetost pri prostovoljnem delu. Poudariti moramo, da regresijski koeficient Beta znaša le 0,287, torej gre za šibko do srednje močno povezanost. Šibko povezanost ugotavljamo tudi med motivacijo za prostovoljno delo in zavzetostjo za prostovoljno delo (regresijski koeficient Beta znaša 0,203). Na podlagi tega rezultata potrjujemo tudi peto hipotezo, pozitivno povezanost med tema dvema konceptoma pa sta opisovala že Dysvik in Kuvaas (2012, 12). Vse torej kaže na to, da organizacijska identifikacija bolj vpliva na motivacijo za delo kot na zavzetost pri delu. Na zavzetost pri delu torej poleg organizacijske identifikacije in motivacije za delo vplivajo še nekateri drugi dejavniki, ki jih želimo izpostaviti. Dysvik in Kuvaas (2012, 12) govorita o pomembnosti jasnih ciljev, več avtorjev v De Cooman in drugi (2013, 2) pa ugotavlja, da do večje zavzetosti vodi večji strateški vpliv dela, ki ga zaposleni občutijo. Ollo-Lopez in ostali (2010, 229) ugotavljajo, da do večje zavzetosti pri delu vodijo tudi novejše delovne prakse, t. j. stopnja avtonomije, timsko delo, komunikacija med zaposlenimi in nadrejenimi. Brown in Leigh (1996, 364) ugotavljata, da na zavzetost pri delu močno vpliva vključenost v delo<sup>4</sup>, zavzetost pri delu pa deluje kot mediator med vključenostjo v delo in rezultati. Tretji regresijski model nam manjši vpliv organizacijske identifikacije za zavzetost pri delu le še potrdi, saj vidimo, da se vplivi skupinske identifikacije, korporacijske identifikacije in motivacije za delo na zavzetost pri delu med seboj le malo razlikujejo oziroma ima večji vpliv celo motivacija za delo.

## **5.7 Omejitve in nadaljnje raziskovanje**

---

<sup>4</sup> V izvornem besedilu je izraz vključenost v delo zapisan kot »job involvement«.

Naša raziskava ima tudi določene omejitve. Najbolj izstopajoča je zagotovo nereprezentativnost vzorca, ki ga ne moremo statistično značilno posplošiti na celotno populacijo TEDx organizatorjev. Kontaktirani organizatorji so bili izbrani priložnostno, prav tako pa se že v sami raziskavi razlikuje število izpolnjenih anket med lokalnimi TEDx organizacijami, kar pomeni, da so nekatere bolj, druge manj zastopane, velika večina pa v raziskavi ni sodelovala. Priložnostno izbrani TEDx organizatorji so problematični tudi z vidika, da so se na reševanje ankete najverjetneje odzvali tisti, ki so že tako precej vpleteni v TEDx, kar je posledično lahko vplivalo na visoke srednje vrednosti spremenljivk. Vzorec 269 enot je sicer srednje velik, vendar glede na veliko populacijo TEDx organizatorjev (uradni podatki o celotnem številu ne obstajajo) zagotovo premajhen in zato neustrezen za posploševanje. Slab odziv na anketo lahko pripišemo tudi času izvajanja ankete – poleti se namreč zgodi najmanj TEDx dogodkov, torej so tudi organizatorji v tem času najmanj aktivni in dosegljivi. Težave smo imeli tudi z visokimi vrednostmi koeficientov asimetričnosti, zaradi katerih smo morali veliko število spremenljivk odstraniti iz nadaljnje raziskave. V tem primeru bi bilo zagotovo bolje narediti analizo z modeli strukturnih enačb, vendar to žal presega zmožnosti naše raziskave. Naslednja omejitev je jezik raziskave; izvajana je bila v angleškem jeziku, torej je bil to za večino anketirancev nematerni jezik, kar lahko poveča možnost napačnega razumevanja določenih vprašanj. O TEDx organizatorjih kot skupini oseb je bila do sedaj po naših podatkih izvedena le ena raziskava (Scheele 2013), zato se lahko vprašamo, ali TEDx organizatorje sploh lahko obravnavamo kot skupino ljudi, saj se že med lokalnimi TEDx organizacijami pojavljajo velike razlike v načinu delovanja in demografskih značilnostih. Hkrati pa so TEDx organizatorji prav zaradi neraziskanosti skupine za nadaljnje raziskovanje zelo zanimivi.

Poleg očitnega predloga, da se v prihodnje izvede reprezentativna raziskava s primerno velikim vzorcem, naj omenimo še nekaj drugih področij raziskovanja, ki so nas v tem procesu pričeli zanimati. V sklopu organizacijske identifikacije bi bilo izjemno zanimivo raziskati razlike med identifikacijo z lokalno TEDx organizacijo (ker smo raziskovali mi), TEDx kot organizacijo na splošno in TED kot organizacijo na splošno. Poleg merjenja motivacije za delo v smislu šibke ali močne motivacije bi bilo zanimivo raziskati tudi same razloge za motivacijo, torej, zakaj tako velika skupina ljudi po vsem svetu organizira TEDx dogodke, kaj jih poleg organizacijske



identifikacije motivira. Glede na visoke srednje vrednosti vseh faktorjev bi bila zanimiva tudi primerjava rezultatov skupinske in korporacijske identifikacije med različnimi organizacijami, kjer bi rezultate organizacijske identifikacije lahko primerjali s samo uspešnostjo, zanimiva pa bi bila tudi primerjava rezultatov med neprofitnimi organizacijami in podjetji.

## 6 Zaključek

Organizacijska identifikacija prostovoljcev je pomemben dejavnik uspeha tako v podjetjih kot tudi v neprofitnih organizacijah. Prav zato se zdi smiselno proučevati tudi pozitivne posledice, ki jih organizacijska identifikacija prinaša. Z raziskavo smo dokazali pozitivno povezanost med organizacijsko identifikacijo in njenima posledicama, motivacijo za delo in zavzetostjo pri delu. Sklenemo lahko, da raziskava, ki smo jo opravili med 269 organizatorji TEDx dogodkov, prinaša zanimive rezultate za skupnost TEDx, predvsem pa na rezultate želimo gledati tudi širše, v smislu neprofitnih organizacij na splošno.

Primarni namen naše raziskave je bil ugotoviti odnos med organizacijsko identifikacijo in motivacijo za delo. Rezultati nam povejo, da vpliva organizacijske identifikacije na motivacijo za delo ne moremo raziskovati, če ne upoštevamo njene dvodimenzionalnosti. Raziskava torej prispeva k uveljavljanju teorije, ki organizacijsko identifikacijo deli na korporacijsko in skupinsko, saj smo s potrjevanjem obstoja obeh dejavnikov pripomogli k relevantnosti razlikovanja pojmov.

Korporacijska identifikacija, torej posameznikov občutek enosti s podjetjem oziroma organizacijo kot socialno entiteto, ima na motivacijo za delo izrazit vpliv, med tem ko skupinska identifikacija, torej posameznikov občutek enosti s podjetjem oziroma organizacijo kot skupino, vpliva na motivacijo za delo nima. Če si rezultate dovolimo posplošiti na ostale neprofitne organizacije, lahko rečemo, da je gradnja organizacijske identifikacije prostovoljcev, še posebej gradnja korporacijske identifikacije, izjemnega pomena za tovrstne organizacije, katerih pomemben dejavnik uspeha so motivirani prostovoljci.

Sekundarni namen raziskave je bil ugotoviti stopnjo organizacijske identifikacije in ostalih raziskovanih konceptov med TEDx organizatorji. Lahko rečemo, da TEDx organizatorji z zelo visoko skupinsko in korporacijsko identifikacijo ter zelo visoko motivacijo in zavzetostjo za prostovoljno delo predstavljajo vzpodbudo TEDx skupnosti za prihodnje delovanje, hkrati pa rezultati predstavljajo zanimiva nova odkritja o homogenosti globalne skupnosti, ki je do sedaj še precej neraziskana.

Rezultati kot že omenjeno nakazujejo tudi na to, da je identifikacija v neprofitnih organizacijah morda celo bolj izstopajoča, kot v profitnih organizacijah. To kaže na pomembnost raziskovanja organizacijske identifikacije kot dvodimenzionalnega koncepta v neprofitnem sektorju, kjer je zaznati občutno pomanjkanje obstoječih raziskav, še posebej pa takih, ki bi dejansko razlikovale med skupinsko in korporacijsko identifikacijo.

## 7 Literatura

Ashforth, Blake E. in Fred Mael. 1989. Social Identity Theory and the Organization. *Academy of Management review* 14 (1): 20–39.

Ashforth, Blake E., Spencer H. Harrison in Kevin G. Corley. 2008. Identification in Organizations: An Examination of Four Fundamental Questions. *Journal of Management* 34 (3): 325–374.

Balmer, John M.T. 2008. Insights from Corporate Identity, Organisational Identity, Social Identity, Visual Identity, Corporate Brand Identity and Corporate Image. *European Journal of Marketing* 42 (9/10): 879–906.

Bartel, Caroline A. 2001. Social Comparisons in Boundary-Spanning Work: Effects on Community Outreach on Member's Organizational Identity and Identification. *Administrative Science Quarterly* 46 (3): 379–413.

Bidee, J., T. Vantilborgh, R. Pepermans, G. Huybrechts, J. Willems, M. Jegers in J. Hofmans. 2012. Autonomous Motivation Stimulates Volunteers' Work Effort: A Self-Determination Theory Approach to Volunteerism. *Voluntas: International Journal of Voluntary & Nonprofit Organizations* 24 (1): 32–47.

Brown, Steven P. in Thomas W. Leigh. 1996. A New Look at Psychological Climate and Its Relationship to Job Involvement, Effort and Performance. *Journal of Applied Psychology* 81 (4): 358–368.

Cole, Michael S. in Heike Bruch. 2006. Organizational Identity Strength, Identification and Commitment and their Relationships to Turnover Intention: Does Organizational Hierarchy Matter? *Journal of Organizational Behaviour* 27 (5): 585–605.

De Cooman, Rein, Sara De Gieter, Roland Pepermans, Marc Jegers in Frederik Van Acker. 2009. Development and Validation of the Work Effort Scale. *European Journal of Psychological Assessment* 25 (4): 266–273.

De Cooman, Rein, Sara de Gieter, Roland Pepermans in Marc Jegers. 2011. A Cross Comparison of Motivation-Related Concepts in For-Profit and Not-For-Profit Service Organizations. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly* 40 (2): 296–317.

De Cooman, Rein, Dave Stynen, Anja Van den Broeck, Luc Sels in Hans de Witte. 2013. How Job Characteristics Relate to Need Satisfaction and Autonomous Motivation: Implications for Work Effort. *Journal of Applied Psychology* 43 (6): 1–11.

Dysvik, Anders in Bard Kuvaas. 2012. Intrinsic and Extrinsic Motivation as Predictors of Work Effort: The Moderating Role of Achievement Goals. *British Journal of Social Psychology* 1–19. Dostopno prek: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.2044-8309.2011.02090.x/abstract> (2. september 2013).

Edwards, Martin R. 2005. Organizational Identification: A Conceptual and Operational Review. *International Journal of Management Reviews* 7 (4): 207–230.

Eisenbeiss, Kerstin K. in Sabine Otten. 2008. When Do Employees Identify? An Analysis of Cross-Sectional and Longitudinal Predictors of Training Group and Organizational Identification. *Journal of Applied Psychology* 38 (8): 2132–2151.

Fishbach, Ayelet, Marlone D. Henderson, Minjung Koo. 2011. Pursuing Goals with Others: Group Identification and Motivation Resulting from Things Done versus Things Left Undone. *Journal of Experimental Psychology General* 140 (3): 520–534.

Gagne, Marylene, Jacques Forest, Marie-Helene Gilbert, Caroline Aube, Estelle Morin in Angela Malorni. 2010. The Motivation at Work Scale: Validation Evidence in Two Languages. *Educational and Psychological Measurement* 70 (4): 628–646.

Gockel, Christine, Norbert L. Kerr, Dong-Heon Seok, David W. Harris. 2008. Indispensability and Group Identification as Sources of Task Motivation. *Journal of Experimental Social Psychology* 44 (5): 1316–1321.

Henry, Kelly Bouas, Holly Arrow in Barbara Carini. 1999. A Tripartite Model of Group Identification. *Small Group Research* 30 (5): 558–581.

Jones, David A. 2010. Does Serving the Community also Serve the Company? Using Organizational Identification and Social Exchange Theories to Understand Employee Responses to a Volunteerism Programme. *Journal of Occupational and Organizational Psychology* 83 (4): 857–878.

Latham, Gary P. in Craig C. Pinder. 2005. Work Motivation Theory and Research at the Dawn of the Twenty-First Century. *Annual Review of Psychology* 56 (1): 485–516.

Laverie, Debra A. in Robert E. McDonald. 2007. Volunteer Dedication: Understanding the Role of Identity Importance on Participation Frequency. *Journal of Macromarketing* 27 (3): 274–288.

Martin, Robert in Olga Epitropaki. 2001. Role of Organizational Identification on Implicit Leadership Theories (IELTs), Transformational Leadership and Work Attitudes. *Group Processes & Intergroup Relations* 4 (3): 247–262.

Moch, Michael K. 1980. Job Involvement, Internal Motivation, and Employees Integration into Networks of Work Relationships. *Organizational Behavior & Human Performance* 25 (1): 15–31.

Moynihan, Donald P. in Sanjay K. Pandey. 2007. Finding Workable Levers Over Work Motivation: Comparing Job Satisfaction, Job Involvement and Organizational Commitment. *Administration & Society* 39 (7): 803–832.

Olló-López, Andrea, Alberto Bayo-Moriones in Martín Larrazá-Kintana. 2010. The Relationship between New Work Practices and Employee Effort. *Journal of Industrial Relations* 52 (2): 219–235.

Podnar, Klement, Urša Golob in Zlatko Jančič. 2010. Identification with an Organization as a Dual Construct. *European Journal of Marketing* 45 (9/10): 1399–1415.

Podnar, Klement. 2011. *Korporativno komuniciranje*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Rochester, Collin, Angela Ellis Paine in Steven Howlett. 2012. *Volunteering and Society in the 21st Century*. Hampshire: Palgrave MacMillan.

Scheele, Jan. 2013. *How does the Type of Motivation Influence the Engagement of the Team Members within the Organization of a TEDx-event?* Diplomsko delo. Maastricht university: neobjavljeno gradivo.

Tremblay, Maxime A., Celine M. Blanchard, Sara Taylor, Luc G. Pelletier in Martin Villeneuve. 2009. Work Extrinsic and Intrinsic Motivation Scale: Its Value for Organizational Psychology Research. *Canadian Journal of Behavioural Science* 41 (4): 213–226.

Ullrich, Johannes, Jan Wieseke, Oliver Christ, Martin Schulze in Rolf van Dick. 2007. The Identity-Matching Principle: Corporate and Organizational Identification in a Franchising System. *British Journal of Management* 18 (1): 29–44.

Van Dick, Rolf. 2004. My Job is My Castle: Identification in Organizational Contexts. *International Review of Industrial and Organizational Psychology* 19 (1): 171–203.

Van Knippenberg, Daan in Els C.M. Van Schie. 2000. Foci and Correlates of Organizational Identification. *Journal of Occupational and Organizational Psychology* 73 (2): 137–147.

Van Knippenberg, Daan. 2000. Work Motivation and Performance: A Social Identity Perspective. *Applied Psychology: An International Review* 49 (3): 357–371.

Van Knippenberg, Daan in Ed Sleebos. 2006. Organizational Identification Versus Organizational Commitment: Self-definition, Social Exchange and Job Attitudes. *Journal of organizational behaviour* 27 (5): 571–584.

Vora, Davina in Tatiana Kostova. 2007. A model of Dual Organizational Identification in the Context of Multinational Enterprise. *Journal of Organizational Behaviour* 28 (3): 327–350



# Priloge

## Priloga A: Rezultati glede na spremenljivke – povzetek

### Statistics

	Ime lokalne TEDx organizacije	Kako dolgo ste vpleteni v lokalno TEDx organizacijo?	Kakšna je vaša vloga v vaši lokalni TEDx organizaciji?	Other: (text)	Čutim, da je organizacija, za katero delam, del mene.
N	Valid Missing	269 0	269 0	269 0	246 23
Mean		2,40	2,10		5,94
Std. Error of Mean		,070	,053		,079
Median		2,00	2,00		6,00
Mode		1	2		7
Std. Deviation		1,144	,869		1,238
Variance		1,308	,755		1,531
Range		3	3		6
Minimum		1	1		1
Maximum		4	4		7
Sum		645	565		1462

### Statistics

	Lahko rečem, da so problemi organizacije tudi moji problemi.	Podoba organizacije me predstavlja v dobri luči.	Vsem rad/a povem, da je to moja organizacija.	Vrednote organizacije so zelo podobne mojim vrednotam.
N	Valid Missing	246 23	246 23	246 23

Mean	5,61	6,09	5,67	5,91
Std. Error of Mean	,081	,068	,098	,070
Median	6,00	6,00	6,00	6,00
Mode	6	6	7	6
Std. Deviation	1,273	1,063	1,540	1,098
Variance	1,619	1,130	2,370	1,205
Range	6	6	6	6
Minimum	1	1	1	1
Maximum	7	7	7	7
Sum	1379	1499	1394	1441

#### Statistics

		Čutim, da je prihodnost organizacije tudi moja prihodnost.	Z lahkoto se identificiram z organizacijo, za katero delam.	Ponosno nosim logotip organizacije na majici.	Kadar kdo slabo govori o organizaciji, za katero delam, občutim jezo.
N	Valid	245	245	245	245
	Missing	24	24	24	24
Mean		4,89	5,84	6,11	5,40
Std. Error of Mean		,095	,067	,078	,096
Median		5,00	6,00	7,00	6,00
Mode		6	6	7	7
Std. Deviation		1,490	1,043	1,216	1,508
Variance		2,221	1,088	1,479	2,274
Range		6	6	6	6
Minimum		1	1	1	1

Maximum	7	7	7	7
Sum	1198	1430	1498	1323

**Statistics**

		Ponosni/ponosna sem, da delam za to organizacijo.	Raje bi bil/a član/ica drugačne ekipe.	V tej ekipi se članom ni potrebno zanašati drug na drugega.	Na ekipo gledam kot na del sebe.
N	Valid	244	234	235	234
	Missing	25	35	34	35
Mean		6,52	2,35	2,66	5,12
Std. Error of Mean		,055	,087	,092	,088
Median		7,00	2,00	2,00	5,00
Mode		7	2	2	6
Std. Deviation		,858	1,326	1,413	1,340
Variance		,736	1,758	1,996	1,797
Range		6	6	6	6
Minimum		1	1	1	1
Maximum		7	7	7	7
Sum		1592	551	624	1198

**Statistics**

		Člani te ekipe se med seboj dobro razumejo.	Vsi člani ekipe morajo nekaj prispevati za doseganje ciljev.	Sebe vidim podobno kot druge člane ekipe,	Uživam v interakciji z drugimi člani ekipe.
N	Valid	234	235	235	235
	Missing	35	34	34	34
Mean		5,61	6,21	4,94	6,10
Std. Error of Mean		,073	,067	,088	,062

Median	6,00	6,00	5,00	6,00
Mode	6	7	6	6
Std. Deviation	1,119	1,031	1,352	,955
Variance	1,252	1,063	1,829	,913
Range	6	6	6	6
Minimum	1	1	1	1
Maximum	7	7	7	7
Sum	1313	1459	1160	1434

#### Statistics

	Ekipa doseže stvari, ki jih posamezen član ne bi mogel.	Ne maram precejšnjega dela članov moje ekipe.	V tej ekipi članom med seboj ni potrebno sodelovati za dosego ciljev.	Za trenutke užitka, ki mi jih to delo prinese.
N Valid	235	235	235	229
Missing	34	34	34	40
Mean	6,17	1,97	2,22	5,55
Std. Error of Mean	,073	,076	,090	,082
Median	6,00	2,00	2,00	6,00
Mode	7	1	2	7
Std. Deviation	1,118	1,162	1,380	1,240
Variance	1,250	1,349	1,906	1,538
Range	6	6	6	6
Minimum	1	1	1	1
Maximum	7	7	7	7
Sum	1449	462	521	1271

**Statistics**

		Ker to delo ustreza mojim osebnim vrednotam.	Ker je to delo pomemben del mojega življenja.	Ker se ob delu zabavam.	Ker s tem delom dosegam svoje življenjske cilje.
N	Valid	229	228	228	229
	Missing	40	41	41	40
Mean		5,74	5,10	5,64	5,21
Std. Error of Mean		,069	,083	,071	,095
Median		6,00	5,00	6,00	5,00
Mode		6	5	6	5
Std. Deviation		1,038	1,259	1,071	1,439
Variance		1,078	1,585	1,146	2,070
Range		4	6	5	6
Minimum		3	1	2	1
Maximum		7	7	7	7
Sum		1315	1162	1287	1193

**Statistics**

		Ker je delo del načina, na katerega živim svoje življenje.	Ker je delo postalo pomemben del tega, kdor sem jaz.	Ker delo izpolnjuje moje karijerne načrte.	Ker v tem delu uživam.
N	Valid	229	229	229	229
	Missing	40	40	40	40
Mean		5,28	4,75	4,41	5,87
Std. Error of Mean		,093	,104	,112	,078
Median		5,00	5,00	4,00	6,00
Mode		6	5	4	7

Std. Deviation	1,407	1,572	1,688	1,174
Variance	1,981	2,471	2,848	1,377
Range	6	6	6	5
Minimum	1	1	1	2
Maximum	7	7	7	7
Sum	1208	1087	1010	1344

### Statistics

	Ne odneham, kadar gre kaj narobe.	Ne glede na problem se potrudim, da svoje delo opravi dobro.	Potrudim se, da naredim najboljše.	Pri izvedbi nalog, ki so mi dodeljene, sem zaupanja vreden/vredna.	
N	Valid	226	226	225	226
	Missing	43	43	44	43
Mean	6,10	6,25	6,27	6,20	
Std. Error of Mean	,065	,060	,058	,060	
Median	6,00	6,00	6,00	6,00	
Mode	6	7	7	7	
Std. Deviation	,975	,905	,871	,904	
Variance	,950	,818	,759	,818	
Range	6	6	6	5	
Minimum	1	1	1	2	
Maximum	7	7	7	7	
Sum	1378	1412	1410	1401	

### Statistics

		Močno se potrudim, da dosežem cilje organizacije.	Nase gledam kot na osebo, ki trdo dela.	Pri svojem delu dam vse od sebe.	V naloge, ki jih opravim, vložim veliko energije.
N	Valid	225	226	225	225
	Missing	44	43	44	44
Mean		6,36	5,97	6,13	6,16
Std. Error of Mean		,054	,075	,064	,060
Median		7,00	6,00	6,00	6,00
Mode		7	7	6	6
Std. Deviation		,812	1,121	,954	,895
Variance		,659	1,257	,911	,802
Range		5	6	6	6
Minimum		2	1	1	1
Maximum		7	7	7	7
Sum		1430	1349	1380	1385

#### Statistics

		Med opravljanjem svojih nalog se zmeraj enako potrudim.	V tej ekipi se članom ni potrebno zanašati drug na drugega.	Ne maram precejšnjega dela članov moje ekipe.	V tej ekipi članom med seboj ni potrebno sodelovati, da dosežejo zadane cilje.
N	Valid	225	235	235	235
	Missing	44	34	34	34
Mean		5,72	5,34	6,03	5,78
Std. Error of Mean		,086	,092	,076	,090
Median		6,00	6,00	6,00	6,00
Mode		6	6	7	6

Std. Deviation	1,288	1,413	1,162	1,380
Variance	1,660	1,996	1,349	1,906
Range	6	6	6	6
Minimum	1	1	1	1
Maximum	7	7	7	7
Sum	1286	1256	1418	1359

## Priloga B: Anketni vprašalnik (angleščina)

**Q1 - Name of your local TEDx organization:**

**Q2 - How long have you been involved in your local TEDx organization?**

- 0–6 months
- 6–12 months
- 1–2 years
- More than 2 years

**Q3 - What is your role in your local TEDx organization?**

- Licensee
- Core team member
- Team member
- Other:

**Q4 - Please mark to what degree do you agree or disagree with the following statements. All questions regard your local TEDx organization.**

	Strongly disagree	Disagree	Somewhat disagree	Neutral	Somewhat agree	Agree	Strongly agree
I feel that the organization I work for is part of me.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I can say that the organization's problems are also my own problems.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
The organization's image presents me in a good light.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



	Strongly disagree	Disagree	Somewhat disagree	Neutral	Somewhat agree	Agree	Strongly agree
I like to tell everyone that this is my organization.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
The organization's values are very similar to my own values.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I feel that organization's future is also my own.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I can easily identify with the organization I work for.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I proudly wear my organization's logo on my t-shirt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I feel angry when someone talks badly about the organization which I work for.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I am proud to work in this organization.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Q5 - Please mark to what degree do you agree or disagree with the following statements. All questions regard your team in your local TEDx organization.**

	Strongly disagree	Disagree	Somewhat disagree	Neutral	Somewhat agree	Agree	Strongly agree
I would prefer to be in a different team.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
In this team, members don't have to rely on one another.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I think of this team as a part of who I am.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Members of this team like one another.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
All members need to contribute to achieve the team's goals.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I see myself quite similar to other members of the team.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I enjoy interacting with the members of this team.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
The team accomplishes things that no single member could achieve.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I don't like many of other people in this team.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
In this team,	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Strongly disagree    Disagree    Somewhat disagree    Neutral    Somewhat agree    Agree    Strongly agree

members do not need to cooperate to complete team tasks.

**Q6 - Using the scale below, please indicate for each of the following statements to what degree they presently correspond to one of the reasons for which you are involved in your local TEDx organization.**

	Not at all	Very little	A little	Moderately	Strongly	Very strongly	Exactly
For the moments of pleasure that this work brings me.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Because this work fits my personal values.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Because this work is a part of my life.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Because I have fun doing my work.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Because this work allows me to reach my life goals.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Because it is part of the way in which I have chosen to live my life.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Because it has become a fundamental part of who I am.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Because this work fulfills my career plans.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Because I enjoy this work very much.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Q7 - Please mark to what degree do you agree or disagree with the following statements. All questions regard your local TEDx organization.**

	Strongly disagree	Disagree	Somewhat disagree	Neutral	Somewhat agree	Agree	Strongly agree
I do not give up quickly when something does not work well.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I really do my best to get my work done, regardless or potential difficulties.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I do my best to do what is expected of me.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I am trustworthy in the	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Strongly disagree	Disagree	Somewhat disagree	Neutral	Somewhat agree	Agree	Strongly agree
execution of the tasks that are assigned to me.							
I really do my best to achieve the objectives of the organization.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I think of myself as a hard worker.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I really do my best at my work.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I put a lot of energy into the tasks that I commence.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I always exert equally hard during the execution of my work.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### **Priloga C: Demografske spremenljivke**

Ime lokalne TEDx organizacije

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	,4	,4	,4
Ahmed Hiyba	1	,4	,4	,7
ali amer taha	1	,4	,4	1,1
Anil Saini	1	,4	,4	1,5
Brussels	1	,4	,4	1,9
Deajeon	1	,4	,4	2,2
Valid el mahalla el kubra - egypt	1	,4	,4	2,6
fdv	1	,4	,4	3,0
FDV	1	,4	,4	3,3
FDV Ljubljana	1	,4	,4	3,7
HNU	1	,4	,4	4,1
Hobart	1	,4	,4	4,5

ljubljana	1	,4	,4	4,8
Ljubljana	4	1,5	1,5	6,3
Louanjli Fatima Azzahra TEDxUHI	1	,4	,4	6,7
Steve Hill	1	,4	,4	7,1
Tae-Gyun Lim	1	,4	,4	7,4
ted x fdv	1	,4	,4	7,8
tedlj	1	,4	,4	8,2
tedx	1	,4	,4	8,6
TEDx Athens	1	,4	,4	8,9
Tedx Baghdad	1	,4	,4	9,3
TEDx GEM	2	,7	,7	10,0
TEDx HNU	1	,4	,4	10,4
TEDx Joven@Puravida	1	,4	,4	10,8
TEDx KiroriMalCollege	2	,7	,7	11,5
TEDx Menofiau	1	,4	,4	11,9
TEDx O`Porto	1	,4	,4	12,3
TEDx O\`Porto	1	,4	,4	12,6
TEDx PNEC	1	,4	,4	13,0
TEDx Prague	1	,4	,4	13,4
TEDx PUC-Rio	1	,4	,4	13,8
TEDx SPSU	1	,4	,4	14,1

**Ime lokalne TEDx organizacije**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	-----------------------

Valid	TEDxAkure, TEDxKids@Akure, TEDxFUTACHange	1	,4	,4	14,5
	TEDxAlMahallaAlKubra	2	,7	,7	15,2
	Tedxamman	1	,4	,4	15,6
	TEDxArendal	1	,4	,4	16,0
	TEDxArroyoDeLaEncomienda	1	,4	,4	16,4
	TEDxAthens	2	,7	,7	17,1
	TEDxAUBG	3	1,1	1,1	18,2
	TEDXAUBG	1	,4	,4	18,6
	TedxBaghdad	2	,7	,7	19,3
	TEDxBaghdad	3	1,1	1,1	20,4
	TEDxBaltimore	1	,4	,4	20,8
	TEDxBerlin	1	,4	,4	21,2
	TEDxBG	1	,4	,4	21,6
	TEDxBrussels	2	,7	,7	22,3
	TEDxCairo	2	,7	,7	23,0
	tedxcapetown	1	,4	,4	23,4
	TEDxCapeTown	6	2,2	2,2	25,7
	TEDxCBNU	1	,4	,4	26,0
	TEDxCelje	5	1,9	1,9	27,9
	TEDxCharlottesville	1	,4	,4	28,3
	TEDxClaremontColleges	1	,4	,4	28,6
	TEDxDhaka	1	,4	,4	29,0
	TEDxEGER	1	,4	,4	29,4
	TEDxEMWS	1	,4	,4	29,7

TEDxENCGK	1	,4	,4	30,1
TEDxENSA Khouribga	1	,4	,4	30,5
TEDxESCP	1	,4	,4	30,9
TEDxESITH	3	1,1	1,1	32,0
TEDxFDV	7	2,6	2,6	34,6
TEDxGEM	1	,4	,4	34,9
TEDxGroningen	1	,4	,4	35,3
tedxHelwanu	1	,4	,4	35,7
TEDxHelwanU	3	1,1	1,1	36,8

**Ime lokalne TEDx organizacije**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TEDxHendrixCollege	1	,4	,4	37,2
tedxhnu	1	,4	,4	37,5
TEDxHNU	7	2,6	2,6	40,1
Tedxhoankiem	1	,4	,4	40,5
TEDxHoankiem	1	,4	,4	40,9
TEDxHobart	1	,4	,4	41,3
TEDxHuntsville	1	,4	,4	41,6
TEDxIIMRaipur	1	,4	,4	42,0
TEDxIIMShillong	1	,4	,4	42,4
TEDxIIUI	1	,4	,4	42,8
TEDxINSA	1	,4	,4	43,1
TEDxISM	1	,4	,4	43,5

TEDxJacksonville	2	,7	,7	44,2
TEDxJCUS	1	,4	,4	44,6
TEDxJoven@PuraVida	1	,4	,4	45,0
TEDxJoven@PuraVida	1	,4	,4	45,4
TEDxJovenPuraVida	1	,4	,4	45,7
TEDxKSU	1	,4	,4	46,1
TEDxKyiv	1	,4	,4	46,5
TEDxKyoto	1	,4	,4	46,8
TEDxLAU	1	,4	,4	47,2
TEDxLausanne	2	,7	,7	48,0
TEDxLincoln	1	,4	,4	48,3
TEDxLincoln (Nebraska USA)	1	,4	,4	48,7
tedxlj	1	,4	,4	49,1
TEDxLJ	1	,4	,4	49,4
TEDxLjubljana	11	4,1	4,1	53,5
TEDxLPK	1	,4	,4	53,9
TEDxMadrid	1	,4	,4	54,3
TEDxMakassar	1	,4	,4	54,6
TEDxMendoza	1	,4	,4	55,0
TEDxMexicoCity	1	,4	,4	55,4
TEDxMinia	1	,4	,4	55,8
tedxmmu	1	,4	,4	56,1

Ime lokalne TEDx organizacije

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TEDxNashville	1	,4	,4	56,5
TEDxNBU, TEDxMladostWomen	1	,4	,4	56,9
tedxnccu	1	,4	,4	57,2
TEDxNCCU	2	,7	,7	58,0
TEDxNCU	1	,4	,4	58,4
TEDxNorthernSydneyInstitute	1	,4	,4	58,7
TEDxNovaGorica	1	,4	,4	59,1
TEDxNTNU	1	,4	,4	59,5
TEDxNUST	1	,4	,4	59,9
TEDxO\`Porto	2	,7	,7	60,6
TEDxOPorto	1	,4	,4	61,0
TEDxOslo	1	,4	,4	61,3
TEDxOxford	5	1,9	1,9	63,2
TEDxPeachtree	1	,4	,4	63,6
TEDxPNEC	1	,4	,4	63,9
TEDxPragie	1	,4	,4	64,3
TEDxPrague	10	3,7	3,7	68,0
TEDxPSU	1	,4	,4	68,4
TEDxPUCRio	1	,4	,4	68,8
TEDxReset	1	,4	,4	69,1
TEDxRio, TEDxRio+20 and TEDxYouth@Rio	1	,4	,4	69,5
TEDxRushU	1	,4	,4	69,9



TEDxRVA	1	,4	,4	70,3
TEDxSanaa	4	1,5	1,5	71,7
TEDxSanAntonio	1	,4	,4	72,1
TEDxSanDiego	1	,4	,4	72,5
TEDxSFU	1	,4	,4	72,9
TEDxSingapore	1	,4	,4	73,2
TEDxSingaporeManagementUniversity	1	,4	,4	73,6
TEDxSMU	1	,4	,4	74,0
TEDxSWUST	1	,4	,4	74,3
TEDxTanta	3	1,1	1,1	75,5

**Ime lokalne TEDx organizacije**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TEDxtedx	1	,4	,4	75,8
TEDxTemucoTeachers	1	,4	,4	76,2
TedxThessaloniki	1	,4	,4	76,6
TEDxThessaloniki	3	1,1	1,1	77,7
tedxtiznit	1	,4	,4	78,1
TEDxTiznit	1	,4	,4	78,4
TEDxTrgSvobode	1	,4	,4	78,8
TEDxTUHH	6	2,2	2,2	81,0
TEDxUConn Club	1	,4	,4	81,4
TEDxUDD	1	,4	,4	81,8
TEDxUFPR	1	,4	,4	82,2

TEDxUFV	1	,4	,4	82,5
tedxuh1	1	,4	,4	82,9
TEDxUHasselt	1	,4	,4	83,3
TEDxUMontana and TEDxWhitefish	1	,4	,4	83,6
TEDxUNC	3	1,1	1,1	84,8
TEDxUNDIP	1	,4	,4	85,1
TEDxUNISEL	1	,4	,4	85,5
tedxuniversityofljubljana	1	,4	,4	85,9
TEDxUniversityofLjubljana	3	1,1	1,1	87,0
TEDxUniversityofzagreb	1	,4	,4	87,4
TEDxUniversityofZagreb	5	1,9	1,9	89,2
TEDxUniversityofZagreb, eSTUDENT	1	,4	,4	89,6
TEDxUofT	1	,4	,4	90,0
TEDxUppsalaUniversity	2	,7	,7	90,7
TEDxUTA	1	,4	,4	91,1
TEDxUTFSM	1	,4	,4	91,4
TEDxUTSC	1	,4	,4	91,8
TEDxUWLaCrosse	1	,4	,4	92,2
TEDxVailWomen, TEDxHomer, TEDxYouth@Homer	1	,4	,4	92,6
TEDxValledelYacampis	1	,4	,4	92,9

Ime lokalne TEDx organizacije

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TEDxVaraždin	1	,4	,4	93,3
TEDxVaugirardRoad	1	,4	,4	93,7
TEDxVillanovaU	1	,4	,4	94,1
TEDxVilnius	5	1,9	1,9	95,9
TEDxWarsaw	1	,4	,4	96,3
TEDxWroclaw	1	,4	,4	96,7
TEDxYouth@Alexandria	1	,4	,4	97,0
tedxyouth@budapest	1	,4	,4	97,4
TEDxYouth@Lincoln	1	,4	,4	97,8
TEDxZapopan	1	,4	,4	98,1
TedxZurich	1	,4	,4	98,5
TEDxZurich	2	,7	,7	99,3
UH1	1	,4	,4	99,6
vilnius	1	,4	,4	100,0
Total	269	100,0	100,0	

**Kako dolgo ste vpleteni v lokalno TEDx organizacijo?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0–6 mesecev	77	28,6	28,6	28,6
6–12 mesecev	74	27,5	27,5	56,1
1–2 leti	52	19,3	19,3	75,5
Več kot dve leti	66	24,5	24,5	100,0

Total	269	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------

**Kakšna je vaša vloga v vaši lokalni TEDx organizaciji?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Nosilec licence	74	27,5	27,5	27,5
Član ožje ekipe	109	40,5	40,5	68,0
Valid Član širše ekipe	71	26,4	26,4	94,4
Ostalo	15	5,6	5,6	100,0
Total	269	100,0	100,0	

**Other: (text)**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
-1: Unanswered question	254	94,4	94,4	94,4
alumnus	1	,4	,4	94,8
Chairman of Marketing, also on the Board of Directors	1	,4	,4	95,2
Valid Co-organizer	1	,4	,4	95,5
Founder	1	,4	,4	95,9
HRM	1	,4	,4	96,3
Media Team	1	,4	,4	96,7
nothing :P	1	,4	,4	97,0

PR	1	,4	,4	97,4
Project Manager	1	,4	,4	97,8
secrétaire général	1	,4	,4	98,1
Supportive team member	1	,4	,4	98,5
Team Leader	1	,4	,4	98,9
translator	1	,4	,4	99,3
volunteer	2	,7	,7	100,0
Total	269	100,0	100,0	

### ***Priloga Č: Spremenljivke, korporacijska identifikacija***

Čutim, da je organizacija, za katero delam, del mene.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Popolnoma se ne strinjam	4	1,5	1,6	1,6
Se delno ne strinjam	7	2,6	2,8	4,5
Niti niti	21	7,8	8,5	13,0
Valid Se delno strinjam	30	11,2	12,2	25,2
Se strinjam	85	31,6	34,6	59,8
Popolnoma se strinjam	99	36,8	40,2	100,0
Total	246	91,4	100,0	
Drop-out	22	8,2		
Missing Unanswered question	1	,4		
Total	23	8,6		
Total	269	100,0		

Lahko rečem, da so problemi organizacije tudi moji problemi.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Popolnoma se ne strinjam	3	1,1	1,2	1,2
Se ne strinjam	2	,7	,8	2,0
Se delno ne strinjam	15	5,6	6,1	8,1
Niti niti	21	7,8	8,5	16,7
Se delno strinjam	48	17,8	19,5	36,2
Se strinjam	96	35,7	39,0	75,2
Popolnoma se strinjam	61	22,7	24,8	100,0
Total	246	91,4	100,0	
Missing				
Drop-out	22	8,2		
Unanswered question	1	,4		
Total	23	8,6		
Total	269	100,0		

Podoba organizacije me predstavlja v dobri luči.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Popolnoma se ne strinjam	2	,7	,8	,8
Se ne strinjam	3	1,1	1,2	2,0
Niti niti	16	5,9	6,5	8,5
Se delno strinjam	20	7,4	8,1	16,7
Se strinjam	108	40,1	43,9	60,6
Popolnoma se strinjam	97	36,1	39,4	100,0
Total	246	91,4	100,0	

	Drop-out	22	8,2		
Missing	Unanswered question	1	,4		
	Total	23	8,6		
Total		269	100,0		

**Vsem rad/a povem, da je to moja organizacija.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Popolnoma se ne strinjam	8	3,0	3,3	3,3
	Se ne strinjam	10	3,7	4,1	7,3
	Se delno ne strinjam	6	2,2	2,4	9,8
	Niti niti	15	5,6	6,1	15,9
	Se delno strinjam	44	16,4	17,9	33,7
	Se strinjam	73	27,1	29,7	63,4
	Popolnoma se strinjam	90	33,5	36,6	100,0
	Total	246	91,4	100,0	
Missing	Drop-out	22	8,2		
	Unanswered question	1	,4		
	Total	23	8,6		
Total		269	100,0		

**Vrednote organizacije so zelo podobne mojim vrednotam.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Popolnoma se ne strinjam	1	,4	,4	,4
	Se ne strinjam	2	,7	,8	1,2

	Se delno ne strinjam	5	1,9	2,0	3,3
	Niti niti	15	5,6	6,1	9,4
	Se delno strinjam	49	18,2	20,1	29,5
	Se strinjam	88	32,7	36,1	65,6
	Popolnoma se strinjam	84	31,2	34,4	100,0
	Total	244	90,7	100,0	
	Drop-out	22	8,2		
Missing	Unanswered question	3	1,1		
	Total	25	9,3		
Total		269	100,0		

**Čutim, da je prihodnost organizacije tudi moja prihodnost.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Popolnoma se ne strinjam	4	1,5	1,6	1,6
	Se ne strinjam	14	5,2	5,7	7,3
	Se delno ne strinjam	25	9,3	10,2	17,6
	Niti niti	51	19,0	20,8	38,4
Valid	Se delno strinjam	55	20,4	22,4	60,8
	Se strinjam	60	22,3	24,5	85,3
	Popolnoma se strinjam	36	13,4	14,7	100,0
	Total	245	91,1	100,0	
	Drop-out	22	8,2		
Missing	Unanswered question	2	,7		
	Total	24	8,9		



Total	269	100,0		
-------	-----	-------	--	--

**Z lahkoto se identificiram z organizacijo, za katero delam.**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	1	,4	,4	,4
	6	2,2	2,4	2,9
	20	7,4	8,2	11,0
Valid	45	16,7	18,4	29,4
	105	39,0	42,9	72,2
	68	25,3	27,8	100,0
Total	245	91,1	100,0	
	22	8,2		
Missing	2	,7		
Total	24	8,9		
Total	269	100,0		

**Ponosno nosim logotip organizacije na majici.**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	2	,7	,8	,8
	2	,7	,8	1,6
	6	2,2	2,4	4,1
Valid	22	8,2	9,0	13,1
	16	5,9	6,5	19,6
	73	27,1	29,8	49,4

	Popolnoma se strinjam	124	46,1	50,6	100,0
	Total	245	91,1	100,0	
	Drop-out	22	8,2		
Missing	Unanswered question	2	,7		
	Total	24	8,9		
Total		269	100,0		

**Kadar kdo slabo govori o organizaciji, za katero delam, občutim jezo.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Popolnoma se ne strinjam	2	,7	,8	,8
	Se ne strinjam	10	3,7	4,1	4,9
	Se delno ne strinjam	16	5,9	6,5	11,4
Valid	Niti niti	42	15,6	17,1	28,6
	Se delno strinjam	43	16,0	17,6	46,1
	Se strinjam	54	20,1	22,0	68,2
	Popolnoma se strinjam	78	29,0	31,8	100,0
	Total	245	91,1	100,0	
	Drop-out	22	8,2		
Missing	Unanswered question	2	,7		
	Total	24	8,9		
Total		269	100,0		

**Ponosen/ponosna sem, da delam za to organizacijo.**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

	Popolnoma se ne strinjam	2	,7	,8	,8
	Niti niti	5	1,9	2,0	2,9
	Se delno strinjam	14	5,2	5,7	8,6
Valid	Se strinjam	61	22,7	25,0	33,6
	Popolnoma se strinjam	162	60,2	66,4	100,0
	Total	244	90,7	100,0	
	Drop-out	22	8,2		
Missing	Unanswered question	3	1,1		
	Total	25	9,3		
Total		269	100,0		

### ***Priloga D: Spremenljivke, skupinska identifikacija***

**Raje bi bil/a član/ica drugačne ekipe.**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Popolnoma se ne strinjam	62	23,0	26,5
	Se ne strinjam	100	37,2	69,2
	Se delno ne strinjam	28	10,4	81,2
Valid	Niti niti	26	9,7	92,3
	Se delno strinjam	10	3,7	96,6
	Se strinjam	5	1,9	98,7
	Popolnoma se strinjam	3	1,1	100,0
	Total	234	87,0	100,0
Missing	Drop-out	33	12,3	
	Unanswered question	2	,7	

Total	35	13,0		
Total	269	100,0		

**V tej ekipi se članom ni potrebno zanašati drug na drugega.**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Popolnoma se ne strinjam	48	17,8	20,4	20,4
	Se ne strinjam	86	32,0	36,6	57,0
	Se delno ne strinjam	41	15,2	17,4	74,5
	Niti niti	33	12,3	14,0	88,5
	Se delno strinjam	16	5,9	6,8	95,3
	Se strinjam	8	3,0	3,4	98,7
	Popolnoma se strinjam	3	1,1	1,3	100,0
	Total	235	87,4	100,0	
Missing	Drop-out	33	12,3		
	Unanswered question	1	,4		
	Total	34	12,6		
Total	269	100,0			

**Na ekipo gledam kot na del sebe.**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Popolnoma se ne strinjam	4	1,5	1,7	1,7
	Se ne strinjam	10	3,7	4,3	6,0
	Se delno ne strinjam	14	5,2	6,0	12,0

	Niti niti	29	10,8	12,4	24,4
	Se delno strinjam	72	26,8	30,8	55,1
	Se strinjam	79	29,4	33,8	88,9
	Popolnoma se strinjam	26	9,7	11,1	100,0
	Total	234	87,0	100,0	
	Drop-out	33	12,3		
Missing	Unanswered question	2	,7		
	Total	35	13,0		
Total		269	100,0		

**Člani te ekipe se med seboj dobro razumejo.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Popolnoma se ne strinjam	3	1,1	1,3	1,3
	Se ne strinjam	1	,4	,4	1,7
	Se delno ne strinjam	6	2,2	2,6	4,3
Valid	Niti niti	27	10,0	11,5	15,8
	Se delno strinjam	37	13,8	15,8	31,6
	Se strinjam	123	45,7	52,6	84,2
	Popolnoma se strinjam	37	13,8	15,8	100,0
	Total	234	87,0	100,0	
	Drop-out	33	12,3		
Missing	Unanswered question	2	,7		
	Total	35	13,0		
Total		269	100,0		

Vsi člani ekipe morajo nekaj prispevati za doseg ciljev.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Popolnoma se ne strinjam	2	,7	,9	,9
Se ne strinjam	1	,4	,4	1,3
Se delno ne strinjam	5	1,9	2,1	3,4
Niti niti	3	1,1	1,3	4,7
Se delno strinjam	26	9,7	11,1	15,7
Se strinjam	88	32,7	37,4	53,2
Popolnoma se strinjam	110	40,9	46,8	100,0
Total	235	87,4	100,0	
Drop-out	33	12,3		
Missing				
Unanswered question	1	,4		
Total	34	12,6		
Total	269	100,0		

Sebe vidim podobno kot druge člane ekipe.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Popolnoma se ne strinjam	2	,7	,9	,9
Se ne strinjam	12	4,5	5,1	6,0
Se delno ne strinjam	26	9,7	11,1	17,0
Niti niti	32	11,9	13,6	30,6
Se delno strinjam	70	26,0	29,8	60,4
Se strinjam	73	27,1	31,1	91,5
Popolnoma se strinjam	20	7,4	8,5	100,0

	Total	235	87,4	100,0
	Drop-out	33	12,3	
Missing	Unanswered question	1	,4	
	Total	34	12,6	
Total		269	100,0	

**Uživam v interakciji z drugimi člani ekipe.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Popolnoma se ne strinjam	2	,7	,9	,9
	Se delno ne strinjam	1	,4	,4	1,3
	Niti niti	10	3,7	4,3	5,5
Valid	Se delno strinjam	30	11,2	12,8	18,3
	Se strinjam	105	39,0	44,7	63,0
	Popolnoma se strinjam	87	32,3	37,0	100,0
	Total	235	87,4	100,0	
	Drop-out	33	12,3		
Missing	Unanswered question	1	,4		
	Total	34	12,6		
Total		269	100,0		

**Ekipe doseže stvari, ki jih posamezen član ne bi mogel.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Popolnoma se ne strinjam	2	,7	,9	,9
	Se ne strinjam	2	,7	,9	1,7

	Se delno ne strinjam	4	1,5	1,7	3,4
	Niti niti	11	4,1	4,7	8,1
	Se delno strinjam	23	8,6	9,8	17,9
	Se strinjam	79	29,4	33,6	51,5
	Popolnoma se strinjam	114	42,4	48,5	100,0
	Total	235	87,4	100,0	
	Drop-out	33	12,3		
Missing	Unanswered question	1	,4		
	Total	34	12,6		
Total		269	100,0		

**Ne maram precejšnjega dela članov moje ekipe.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Popolnoma se ne strinjam	96	35,7	40,9	40,9
	Se ne strinjam	92	34,2	39,1	80,0
	Se delno ne strinjam	22	8,2	9,4	89,4
	Niti niti	16	5,9	6,8	96,2
Valid	Se delno strinjam	4	1,5	1,7	97,9
	Se strinjam	3	1,1	1,3	99,1
	Popolnoma se strinjam	2	,7	,9	100,0
	Total	235	87,4	100,0	
	Drop-out	33	12,3		
Missing	Unanswered question	1	,4		
	Total	34	12,6		



Total	269	100,0	
-------	-----	-------	--

V tej ekipi članom med seboj ni potrebno sodelovati za dosego ciljev.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Popolnoma se ne strinjam	83	30,9	35,3
	Se ne strinjam	86	32,0	36,6
	Se delno ne strinjam	31	11,5	13,2
	Niti niti	16	5,9	6,8
	Se delno strinjam	10	3,7	4,3
	Se strinjam	4	1,5	1,7
	Popolnoma se strinjam	5	1,9	2,1
Total	235	87,4	100,0	
Missing	Drop-out	33	12,3	
	Unanswered question	1	,4	
Total	34	12,6		
Total	269	100,0		

### ***Priloga E: Spremenljivke, motivacija za delo***

Za trenutke užitka, ki mi jih to delo prinese.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sploh ne	1	,4	,4
	Ne	2	,7	1,3
	Nekoliko	9	3,3	3,9

	Niti niti	33	12,3	14,4	19,7
	Močno	62	23,0	27,1	46,7
	Zelo močno	57	21,2	24,9	71,6
	Popolnoma	65	24,2	28,4	100,0
	Total	229	85,1	100,0	
	Drop-out	38	14,1		
Missing	Unanswered question	2	,7		
	Total	40	14,9		
Total		269	100,0		

**Ker to delo ustreza mojim osebnim vrednotam.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Nekoliko	5	1,9	2,2	2,2
	Niti niti	21	7,8	9,2	11,4
	Močno	67	24,9	29,3	40,6
Valid	Zelo močno	71	26,4	31,0	71,6
	Popolnoma	65	24,2	28,4	100,0
	Total	229	85,1	100,0	
	Drop-out	38	14,1		
Missing	Unanswered question	2	,7		
	Total	40	14,9		
Total		269	100,0		

**Ker je to delo pomemben del mojega življenja.**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Splošno	1	,4	,4
	Ne	4	1,5	2,2
	Nekoliko	15	5,6	8,8
	Niti niti	55	20,4	32,9
	Močno	66	24,5	61,8
	Zelo močno	51	19,0	84,2
	Popolnoma	36	13,4	100,0
	Total	228	84,8	100,0
Missing	Drop-out	38	14,1	
	Unanswered question	3	1,1	
	Total	41	15,2	
Total		269	100,0	

**Ker se ob delu zabavam.**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ne	1	,4	,4
	Nekoliko	6	2,2	3,1
	Niti niti	23	8,6	13,2
	Močno	70	26,0	43,9
	Zelo močno	71	26,4	75,0
	Popolnoma	57	21,2	100,0
	Total	228	84,8	100,0
Missing	Drop-out	38	14,1	

	Unanswered question	3	1,1	
	Total	41	15,2	
Total		269	100,0	

**Ker s tem delom dosegam svoje življenjske cilje.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sploh ne	3	1,1	1,3	1,3
	Ne	10	3,7	4,4	5,7
	Nekoliko	15	5,6	6,6	12,2
	Niti niti	34	12,6	14,8	27,1
	Močno	61	22,7	26,6	53,7
	Zelo močno	58	21,6	25,3	79,0
	Popolnoma	48	17,8	21,0	100,0
	Total	229	85,1	100,0	
Missing	Drop-out	38	14,1		
	Unanswered question	2	,7		
	Total	40	14,9		
Total		269	100,0		

**Ker je delo del načina, na katerega živim svoje življenje.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sploh ne	4	1,5	1,7	1,7
	Ne	7	2,6	3,1	4,8
	Nekoliko	14	5,2	6,1	10,9

	Niti niti	32	11,9	14,0	24,9
	Močno	59	21,9	25,8	50,7
	Zelo močno	66	24,5	28,8	79,5
	Popolnoma	47	17,5	20,5	100,0
	Total	229	85,1	100,0	
	Drop-out	38	14,1		
Missing	Unanswered question	2	,7		
	Total	40	14,9		
Total		269	100,0		

**Ker je delo postalo pomemben del tega, kar sem jaz.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Sploh ne	10	3,7	4,4	4,4
	Ne	12	4,5	5,2	9,6
	Nekoliko	21	7,8	9,2	18,8
Valid	Niti niti	50	18,6	21,8	40,6
	Močno	59	21,9	25,8	66,4
	Zelo močno	44	16,4	19,2	85,6
	Popolnoma	33	12,3	14,4	100,0
	Total	229	85,1	100,0	
	Drop-out	38	14,1		
Missing	Unanswered question	2	,7		
	Total	40	14,9		
Total		269	100,0		

**Ker delo izpolnjuje moje karijerne načrte.**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Sploh ne	16	5,9	7,0	7,0
Ne	18	6,7	7,9	14,8
Nekoliko	26	9,7	11,4	26,2
Niti niti	57	21,2	24,9	51,1
Močno	49	18,2	21,4	72,5
Zelo močno	34	12,6	14,8	87,3
Popolnoma	29	10,8	12,7	100,0
Total	229	85,1	100,0	
Missing				
Drop-out	38	14,1		
Unanswered question	2	,7		
Total	40	14,9		
Total	269	100,0		

**Ker v tem delu uživam.**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Ne	5	1,9	2,2	2,2
Nekoliko	3	1,1	1,3	3,5
Niti niti	15	5,6	6,6	10,0
Močno	61	22,7	26,6	36,7
Zelo močno	55	20,4	24,0	60,7
Popolnoma	90	33,5	39,3	100,0
Total	229	85,1	100,0	

	Drop-out	38	14,1	
Missing	Unanswered question	2	,7	
	Total	40	14,9	
Total		269	100,0	

## **Priloga F: Spremenljivke, zavzetost pri delu**

**Ne odneham, kadar gre kaj narobe.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Popolnoma se ne strinjam	1	,4	,4	,4
	Se ne strinjam	3	1,1	1,3	1,8
	Niti niti	8	3,0	3,5	5,3
Valid	Se delno strinjam	28	10,4	12,4	17,7
	Se strinjam	103	38,3	45,6	63,3
	Popolnoma se strinjam	83	30,9	36,7	100,0
	Total	226	84,0	100,0	
	Drop-out	41	15,2		
Missing	Unanswered question	2	,7		
	Total	43	16,0		
Total		269	100,0		

**Ne glede na problem se potrudim, da svoje delo opravi dobro.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Popolnoma se ne strinjam	1	,4	,4	,4

	Se ne strinjam	1	,4	,4	,9
	Niti niti	9	3,3	4,0	4,9
	Se delno strinjam	19	7,1	8,4	13,3
	Se strinjam	94	34,9	41,6	54,9
	Popolnoma se strinjam	102	37,9	45,1	100,0
	Total	226	84,0	100,0	
	Drop-out	41	15,2		
Missing	Unanswered question	2	,7		
	Total	43	16,0		
Total		269	100,0		

**Potrudim se, da naredim najboljše.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Popolnoma se ne strinjam	1	,4	,4	,4
	Se ne strinjam	1	,4	,4	,9
	Niti niti	5	1,9	2,2	3,1
Valid	Se delno strinjam	23	8,6	10,2	13,3
	Se strinjam	93	34,6	41,3	54,7
	Popolnoma se strinjam	102	37,9	45,3	100,0
	Total	225	83,6	100,0	
	Drop-out	41	15,2		
Missing	Unanswered question	3	1,1		
	Total	44	16,4		
Total		269	100,0		



Pri izvedbi nalog, ki so mi dodeljene, sem zaupanja vreden/vredna.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Se ne strinjam	1	,4	,4	,4
	Se delno ne strinjam	1	,4	,4	,9
	Niti niti	12	4,5	5,3	6,2
Valid	Se delno strinjam	22	8,2	9,7	15,9
	Se strinjam	92	34,2	40,7	56,6
	Popolnoma se strinjam	98	36,4	43,4	100,0
	Total	226	84,0	100,0	
	Drop-out	41	15,2		
Missing	Unanswered question	2	,7		
	Total	43	16,0		
Total		269	100,0		

Močno se potrudim, da dosežem cilje organizacije.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Se ne strinjam	1	,4	,4	,4
	Niti niti	8	3,0	3,6	4,0
	Se delno strinjam	14	5,2	6,2	10,2
Valid	Se strinjam	88	32,7	39,1	49,3
	Popolnoma se strinjam	114	42,4	50,7	100,0
	Total	225	83,6	100,0	
	Drop-out	41	15,2		
Missing	Unanswered question	3	1,1		

Total	44	16,4	
Total	269	100,0	

**Nase gledam kot na osebo, ki trdo dela.**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Popolnoma se ne strinjam	1	,4	,4	,4
Se ne strinjam	1	,4	,4	,9
Se delno ne strinjam	5	1,9	2,2	3,1
Niti niti	20	7,4	8,8	11,9
Se delno strinjam	30	11,2	13,3	25,2
Se strinjam	82	30,5	36,3	61,5
Popolnoma se strinjam	87	32,3	38,5	100,0
Total	226	84,0	100,0	
Missing				
Drop-out	41	15,2		
Unanswered question	2	,7		
Total	43	16,0		
Total	269	100,0		

**Pri svojem delu dam vse od sebe.**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Popolnoma se ne strinjam	1	,4	,4	,4
Se delno ne strinjam	3	1,1	1,3	1,8
Niti niti	9	3,3	4,0	5,8

	Se delno strinjam	29	10,8	12,9	18,7
	Se strinjam	92	34,2	40,9	59,6
	Popolnoma se strinjam	91	33,8	40,4	100,0
	Total	225	83,6	100,0	
	Drop-out	41	15,2		
Missing	Unanswered question	3	1,1		
	Total	44	16,4		
Total		269	100,0		

**V naloge, ki jih opravi, vložim veliko energije.**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Popolnoma se ne strinjam	1	,4	,4
	Niti niti	12	4,5	5,8
	Se delno strinjam	24	8,9	16,4
Valid	Se strinjam	100	37,2	60,9
	Popolnoma se strinjam	88	32,7	100,0
	Total	225	83,6	100,0
	Drop-out	41	15,2	
Missing	Unanswered question	3	1,1	
	Total	44	16,4	
Total		269	100,0	

**Med opravljanjem svojih nalog se zmeraj enako potrudim.**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

	Popolnoma se ne strinjam	3	1,1	1,3	1,3
	Se ne strinjam	3	1,1	1,3	2,7
	Se delno ne strinjam	8	3,0	3,6	6,2
Valid	Niti niti	24	8,9	10,7	16,9
	Se delno strinjam	32	11,9	14,2	31,1
	Se strinjam	88	32,7	39,1	70,2
	Popolnoma se strinjam	67	24,9	29,8	100,0
	Total	225	83,6	100,0	
	Drop-out	41	15,2		
Missing	Unanswered question	3	1,1		
	Total	44	16,4		
Total		269	100,0		

### ***Priloga G: Faktorska analiza, % pojasnjene variance***

**Total Variance Explained**

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4,860	32,397	32,397	4,860	32,397	32,397
2	2,066	13,775	46,173	2,066	13,775	46,173
3	1,083	7,220	53,393			
4	,992	6,610	60,003			
5	,852	5,681	65,685			
6	,763	5,085	70,769			
7	,705	4,699	75,468			
8	,655	4,367	79,835			
9	,576	3,841	83,676			
10	,532	3,548	87,224			
11	,475	3,167	90,391			
12	,418	2,788	93,179			
13	,376	2,510	95,689			
14	,349	2,327	98,016			
15	,298	1,984	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

## Priloga H: Opisne statistike, koeficienti asimetričnosti

Tabela H.1: Opisne statistike, korporacijska identifikacija

Descriptive Statistics							
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error
Čutim, da je organizacija, za katero delam, del mene.	246	1	7	5,94	1,238	2,955	,309
Lahko rečem, da so problemi organizacije tudi moji problemi.	246	1	7	5,61	1,273	1,363	,309
Podoba organizacije me predstavlja v dobri luči.	246	1	7	6,09	1,063	5,447	,309
Vsem rad/a povem, da je to moja organizacija.	246	1	7	5,67	1,540	1,665	,309
Vrednote organizacije so zelo podobne mojim vrednotam.	244	1	7	5,91	1,098	2,052	,310
Čutim, da je prihodnost organizacije tudi moja prihodnost.	245	1	7	4,89	1,490	-,443	,310
Z lahkoto se identificiram z organizacijo, za katero delam.	245	1	7	5,84	1,043	1,612	,310
Ponosno nosim logotip organizacije na majici.	245	1	7	6,11	1,216	2,815	,310
Kadar kdo slabo govori o organizaciji, za katero delam, občutim jezo.	245	1	7	5,40	1,508	-,358	,310
Ponosen/ponosna sem, da delam za to organizacijo.	244	1	7	6,52	,858	13,740	,310
Valid N (listwise)	242						

Tabela H.2: Opisna statistika, skupinska identifikacija

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Kurtosis

	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error
Na ekipo gledam kot na del sebe.	234	1	7	5,12	1,340	,780	,317
Člani te ekipe se med seboj dobro razumejo.	234	1	7	5,61	1,119	2,957	,317
Vsi člani ekipe morajo nekaj prispevati za dosego ciljev.	235	1	7	6,21	1,031	6,603	,316
Sebe vidim podobno kot druge člane ekipe,	235	1	7	4,94	1,352	-,132	,316
Uživam v interakciji z drugimi člani ekipe.	235	1	7	6,10	,955	6,142	,316
R_SI V tej ekipi se članom ni potrebno zanašati drug na drugega.	235	1	7	5,34	1,413	,305	,316
R_SI Ne maram precejšnjega dela članov moje ekipe.	235	1	7	6,03	1,162	3,706	,316
R_SI V tej ekipi članom med seboj ni potrebno sodelovati, da dosežejo zadane cilje.	235	1	7	5,78	1,380	2,263	,316
R_SI_Raje bi bil/a članica drugačne ekipe	234	1	7	5,41	1,578	-,491	,317
Ekipa doseže stvari, ki jih posamezen član ne bi mogel.	235	1	7	6,17	1,118	4,728	,316
Valid N (listwise)	232						

Tabela H.3: Opisna statistika, motivacija za delo

Descriptive Statistics							
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error
Za trenutke užitka, ki mi jih to delo prinese.	229	1	7	5,55	1,240	,030	,320
Ker to delo ustreza mojim osebnim vrednotam.	229	3	7	5,74	1,038	-,484	,320
Ker je to delo pomemben del mojega življenja.	228	1	7	5,10	1,259	-,295	,321
Ker se ob delu zabavam.	228	2	7	5,64	1,071	-,136	,321

Ker s tem delom dosegam svoje življenjske cilje.	229	1	7	5,21	1,439	,060	,320
Ker je delo del načina, na katerega živim svoje življenje.	229	1	7	5,28	1,407	,443	,320
Ker je delo postalo pomemben del tega, kar sem jaz.	229	1	7	4,75	1,572	-,219	,320
Ker delo izpolnjuje moje karijerne načrte.	229	1	7	4,41	1,688	-,596	,320
Ker v tem delu uživam.	229	2	7	5,87	1,174	,968	,320
Valid N (listwise)	227						

Tabela H.4: Opisna statistika, zavzetost pri delu

Descriptive Statistics							
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error
Ne odneham, kadar gre kaj narobe.	226	1	7	6,10	,975	5,908	,322
Ne glede na problem se potrudim, da svoje delo opravim dobro.	226	1	7	6,25	,905	6,453	,322
Potrudim se, da naredim najboljše.	225	1	7	6,27	,871	7,484	,323
Pri izvedbi nalog, ki so mi dodeljene, sem zaupanja vreden/vredna.	226	2	7	6,20	,904	2,296	,322
Močno se potrudim, da dosežem cilje organizacije.	225	2	7	6,36	,812	4,087	,323
Nase gledam kot na osebo, ki trdo dela.	226	1	7	5,97	1,121	1,790	,322
Pri svojem delu dam vse od sebe.	225	1	7	6,13	,954	3,976	,323
V naloge, ki jih opravim, vložim veliko energije.	225	1	7	6,16	,895	4,475	,323
Med opravljanjem svojih nalog se zmeraj enako potrudim.	225	1	7	5,72	1,288	1,769	,323
Valid N (listwise)	221						

## Priloga I: Regresijska analiza

Tabela I.1: Regresijska analiza, prvi regresijski model

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,079	,415		2,598	,010
KI	,701	,062	,618	11,358	,000
SID	,041	,058	,038	,694	,489

a. Dependent Variable: MD

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	83,830	2	41,915	72,045	,000 <sup>b</sup>
	Residual	127,994	220	,582		
	Total	211,824	222			

a. Dependent Variable: MD

b. Predictors: (Constant), SID, KI

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,629 <sup>a</sup>	,396	,390	,76275	,396	72,045	2	220	,000

a. Predictors: (Constant), SID, KI

Tabela I.3: Regresijska analiza, drugi regresijski model

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,004	,442		6,791	,000
OID	,359	,093	,287	3,868	,000
MD	,184	,067	,203	2,738	,007

a. Dependent Variable: ZD



**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32,242	2	16,121	25,170	,000 <sup>b</sup>
	Residual	137,702	215	,640		
	Total	169,944	217			

a. Dependent Variable: ZD

b. Predictors: (Constant), MD, OID

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,436 <sup>a</sup>	,190	,182	,80030

a. Predictors: (Constant), MD, OID

Tabela I.2: Regresijska analiza, tretji regresijski model

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,981	,449		6,646	,000
	KI	,201	,082	,196	2,449	,015
	SID	,155	,062	,160	2,499	,013
	MD	,192	,071	,212	2,694	,008

a. Dependent Variable: ZD

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32,311	3	10,770	16,747	,000 <sup>b</sup>
	Residual	137,632	214	,643		
	Total	169,944	217			

a. Dependent Variable: ZD

b. Predictors: (Constant), MD, SID, KI

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics
-------	---	----------	-------------------	----------------------------	-------------------

	Square	Square	the	R Square	F	df1	df2	Sig. F
1	,436 <sup>a</sup>	,190	Estimate	Change	Change			Change
		,179	,80196	,190	16,747	3	214	,000

a. Predictors: (Constant), MD, SID, KI

## Priloga J: Korelacije med faktorji

### Correlations

		KI	MD	ZD	SID	OID
KI	Pearson Correlation	1	,628**	,370**	,262**	,877**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	243	224	221	230	230
MD	Pearson Correlation	,628**	1	,376**	,200**	,570**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,003	,000
	N	224	227	222	226	223
ZD	Pearson Correlation	,370**	,376**	1	,257**	,406**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	221	222	224	223	220
SID	Pearson Correlation	,262**	,200**	,257**	1	,693**
	Sig. (2-tailed)	,000	,003	,000		,000
	N	230	226	223	233	230
OID	Pearson Correlation	,877**	,570**	,406**	,693**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	230	223	220	230	230

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).