

Motivationsfaktorer hos volontärarbetare på ett svenskt sportevenemang

– En jämförelse mellan olika
demografiska variabler

Examensarbete – Kandidat
Företagsekonomi

Oscar Elfsberg
Tony Kronbäck

2018: VT2018KF08



HÖGSKOLAN I BORÅS

Förord

Vi vill rikta ett stort tack till den volontärsvariga på Volvo Ocean Race som har gett oss möjlighet att samla in vår empiri. Vi vill också tacka vår handledare Erik Lundberg som har varit ett riktigt bra stöd genom hela processen och har hjälpt oss in på rätt bana när vi har behövt vägledning och råd. Med Erik som bollplank har vi lyckats få ihop en uppsats som har varit både krävande och intressant att skriva och vi känner oss nöjda med vår slutprodukt. Vi har även haft bra hjälp med korrekturläsning och tips från våra vänner Emil, Jonas och Fredrik, tack även till dem.

Oscar Elfsberg

Tony Kronbäck

Svensk titel: Motivationsfaktorer hos volontärarbetare på ett svenskt sportevenemang - En jämförelse mellan olika demografiska variabler

Engelsk titel: Motivation to volunteer within a Swedish sporting event - A comparison between different demographic variables

Utgivningsår: 2018

Författare: Oscar Elfsberg & Tony Kronbäck

Handledare: Erik Lundberg

Abstract

The purpose of this study was to examine what motivates volunteers within a Swedish sporting event to facilitate volunteer recruitment and retention for organizations. A quantitative research was done using the Volunteer Motivation Inventory (VMI) and 122 respondents out of 360 volunteers finished the questionnaire. The respondents were categorized into the demographic groups gender, age (17-49, 50-64 and 65-74) and main occupation (working, studying or other).

VMI has ten dimension with different sources of motivation and by using this tool you can tell which of the dimensions are the most important for the respondents. The results indicate that the dimension Social Interaction was the most important overall, meaning that the volunteers volunteer for the social atmosphere and the desire to meet new people.

There were no significant differences found between males and females in any dimensions which indicates that they are motivated by similar factors. When looking at the age segments we found that the dimension Career showed the biggest differences where young people (17-49) had the highest mean and the old (65-74) had the lowest mean with the middle-aged (50-64) in between. The dimension Career also showed the biggest differences when comparing among main occupation where students were more keen to volunteer to get new experiences that could be useful in future employment. This thesis is written in Swedish.

Keywords: Volunteering, Motivation, Volunteer Motivation Inventory

Sammanfattning

Syftet med denna studie har varit att undersöka vad som motiverar volontärer som ska arbeta på ett svenskt sportevenemang för att underlätta för organisationer när det gäller rekrytering och att få återkommande volontärer. En kvantitativ studie gjordes med hjälp av Volunteer Motivation Inventory (VMI) och det var 122 respondenter av totalt 360 volontärer i organisationen som svarade på enkäten. Respondenterna delades in efter de demografiska grupperna kön, ålder (17-49, 50-64 och 65-74), och huvudsaklig sysselsättning (arbetande, studerande och övrigt).

VMI har tio olika dimensioner med olika motivationsfaktorer och genom att använda detta verktyg så kan man se vilka dimensioner som är de viktigaste för respondenterna. Resultatet visar på att dimensionen Social Interaktion var den viktigaste bland de 122 respondenterna, vilket innebär att de volontärarbetar för att de uppskattar den sociala atmosfären och för att få träffa nya vänner.

Mellan män och kvinnor fanns inte några signifikanta skillnader i någon av dimensionerna vilket tyder på att de i stora drag motiveras av samma faktorer. När man ser till ålderssegmenten så fanns de största skillnaderna i dimensionen Karriärsutveckling där unga (17-49) hade högst medelvärde och de gamla (65-74) hade lägst medelvärde med de medelålders (50-64) mitt emellan. Även när det gäller huvudsaklig sysselsättning så var Karriärsutveckling den dimension som visade på de största skillnaderna där studerande i större utsträckning såg sitt volontärarbete som ett sätt att få nya erfarenheter att ta med sig ut i arbetslivet.

Nyckelord: Volontärarbete, Motivation, Volunteer Motivation Inventory

Innehållsförteckning

1	Inledning.....	- 1 -
1.1	Bakgrund.....	- 1 -
1.2	Problemdiskussion.....	- 2 -
1.3	Syfte.....	- 3 -
1.4	Forskningsfrågor.....	- 3 -
2	Teoretisk referensram.....	- 4 -
2.1	Definitioner.....	- 4 -
2.2	Motivation.....	- 4 -
2.2.1	Utvecklingen av ett verktyg för att mäta volontärers motivation.....	- 4 -
2.2.2	Jämförelse av VMI och VFI.....	- 5 -
2.2.3	Beskrivning av dimensionerna i VMI.....	- 6 -
2.3	Tidigare forskningsresultat på sportevenemang.....	- 8 -
2.4	Hypoteser.....	- 8 -
2.5	Teoridelar denna studie utgått från.....	- 9 -
2.6	Analysmodell.....	- 10 -
3	Metod.....	- 11 -
3.1	Metodval.....	- 11 -
3.2	Urval.....	- 11 -
3.3	Enkäten.....	- 12 -
3.4	Översättning av enkäten.....	- 12 -
3.5	Pilotstudie.....	- 12 -
3.6	Åldersindelning.....	- 13 -
3.7	Dataanalys.....	- 13 -
3.8	Etiska överväganden.....	- 14 -
4	Resultat.....	- 15 -
4.1	Tabell 1 - Fördelning av respondenter.....	- 15 -
4.2	Tabell 2 - Medelvärden för samtliga respondenter.....	- 15 -
4.3	Tabell 3 - Medelvärden fördelat mellan kön.....	- 16 -
4.4	Tabell 4 - Medelvärden fördelat mellan huvudsakliga sysselsättningar.....	- 17 -
4.5	Tabell 5 - Medelvärden fördelat mellan ålderssegmenten.....	- 18 -
5	Analys.....	- 19 -
5.1	Representativitet för Volvo Ocean Race.....	- 19 -
5.2	Metodreflektion.....	- 19 -
5.3	Analys av hypoteser.....	- 20 -
5.3.1	Hypotes 1.....	- 20 -
5.3.2	Hypotes 2.....	- 20 -
5.3.3	Hypotes 3.....	- 20 -
5.3.4	Hypotes 4.....	- 21 -
5.3.5	Hypotes 5.....	- 21 -
5.3.6	Hypotes 6.....	- 21 -
5.3.7	Hypotes 7.....	- 22 -
5.4	Övriga signifikanta skillnader.....	- 22 -
5.4.1	Reaktion.....	- 22 -
5.4.2	Självkänsla.....	- 22 -
6	Diskussion.....	- 23 -
6.1	Diskussion indelat enligt dimensionerna.....	- 23 -
6.1.1	Social Interaktion.....	- 23 -
6.1.2	Förståelse.....	- 23 -
6.1.3	Värderingar.....	- 24 -
6.1.4	Skyddande.....	- 24 -
6.1.5	Självkänsla.....	- 25 -
6.1.6	Karriärsutveckling.....	- 25 -

6.1.7	Resterande dimensioner.....	- 25 -
6.1.8	Skillnader mellan kön.....	- 25 -
6.2	Rekommendationer för praktiker.....	- 26 -
6.3	Förslag till framtida forskning.....	- 26 -
7	Referenser.....	- 28 -
8	Bilagor.....	- 32 -
8.1	Bilaga 1 - Enkäten.....	- 32 -
8.2	Bilaga 2 - Scoring guide för VMI-påståendena.....	- 34 -

1 Inledning

1.1 Bakgrund

“The importance of volunteering to society is difficult to overestimate” (Burns, Reid, Toncar, Fawcett & Anderson 2006)

Många människor gillar att gå på evenemang, och även de som inte deltar upplever positiva effekter av evenemangen. Detta genom att de uppskattar att staden lever upp och evenemang ger gynnsamma samhällseffekter samt att de kan vara positiva för ekonomin (Fokus 2014). Stora idrottsevenemang lockar utländska besökare och den breda exponeringen i media som ett attraktivt evenemang ofta har ökar kännedomen om Sverige (Riksidrottsförbundet u.å.). Detta skapar förutsättningar för besökare att uppleva Sverige även i andra sammanhang (Riksidrottsförbundet u.å.). Ett stort evenemang bidrar också till att skapa identitet och stolthet i den aktuella destinationen eller regionen samt ger långsiktiga positiva effekter för hela landet (Riksidrottsförbundet u.å.).

Andelen vuxna svenskar som arbetade ideellt under 2014 låg på 53% och har legat stabilt runt 50% sedan 1992 (von Essen, Jegermalm & Svedberg 2015). En stor del av svenskarna tycker och har länge tyckt att det är värt att ge av sin tid, med andra saker i fokus än att få lön. Många evenemang är beroende av dessa volontärer. Under exempelvis EM i ridsport under sommaren 2017 deltog 1400 volontärer och Jeanette Mill som är volontärsansvarig på Got Event AB sa i samband med detta att “utan volontärer fungerar inte så här stora evenemang” (Vårt Göteborg 2017).

Det är alltså ungefär hälften av svenskarna som volontärarbetar, många som går på evenemang och även de som inte deltar upplever positiva effekter av evenemang. Stora idrottsevenemang fungerar även som en marknadsföring av Sverige internationellt, vilket ger både kortsiktiga och långsiktiga fördelar både för regionen och landet i stort. Dessa evenemang är alltså något som berör alla även om man inte är direkt inblandad i dem. Men för att Sverige ska ha möjlighet att arrangera stora sportevenemang, och därigenom få ta del av dessa positiva effekterna, så krävs det att organisationerna får tag i volontärer som både är engagerade och motiverade.

En undersökning gjord av volontärbyrå.se (2017) visade att volontärerna förutom att de hjälper och stödjer andra även säger att de mår bättre, växer som personer och känner större sammanhangskänsla. Det finns många positiva effekter av volontärarbete men olika volontärer motiveras av olika saker och det är inte alltid lätt att veta vem som motiveras av vad. Vilka motivationsfaktorer som är viktigast för att framgångsrikt locka volontärer kan dock variera och det är av stor vikt för eventorganisationer att hitta rätt faktorer för att locka rätt volontärer (Hallmann & Harms 2012). Forskning har visat att allt ifrån demografi (Han, Quarterman, Strigas, Ha & Lee 2013) till altruism och social kontakt (Wang & Wu 2014) spelar in när det kommer till olika motivationsfaktorer. Detta är något som eventorganisationer bör ta vara på och utveckla men svårigheten ligger i att veta hur man ska agera för att uppnå detta.

1.2 Problemdiskussion

Vilka problem kan då uppstå när man inte vet vad som motiverar volontärerna? Många organisationer har upplevt problem med att rekrytera volontärarbetare och att detta har haft en stor påverkan på organisationens förmåga att uppfylla sina åtaganden (Burns et al. 2006). Detta leder till att organisationerna tvingas lägga mycket tid och resurser på att rekrytera sina volontärer. Många organisationer har en stram budget att jobba med och begränsade resurser i allmänhet, vilket gör dem beroende av att ha volontärarbetare i sin organisation (Jensen 2006 se Allen 2014). Eftersom livssituationer och motivation med tiden förändras så är hög personalomsättning bland volontärerna, även något som organisationerna behöver hantera (Clary, Snyder & Ridge, 1992). För att hantera detta problem behöver volontärerna utbildas i att förstå den organisation som de arbetar för och de som är ansvariga för volontärerna behöver utbildas i hur man bäst hanterar sina volontärer (Eisner, Grimm, Maynard & Washburn, 2009).

Flera forskare på området är överens om att förståelse för vad som motiverar volontärerna skulle vara till stor hjälp för volontärsansvariga i deras jobb att rekrytera, välja ut, placera och få återkommande volontärer (Clary, Snyder & Ridge 1992; Cnaan & Goldberg-Glen 1991). Om förståelse finns för vad som motiverar volontärerna både som grupp och på individnivå, kan upplägg och arbetsuppgifter lättare anpassas för att både organisationen och volontären ska få en så positiv upplevelse som möjligt. Motivationsfaktorerna kan variera mellan exempelvis ålder (Okun & Schultz 2003), kön och sysselsättning (Wollebaek, Skirstad & Hanstad 2012) och hänsyn måste därför tas till den unika uppsättning med volontärer som finns till förfogande för att därefter anpassa volontärarbetet just för dem, återigen både som grupp och på individnivå. Organisationer försöker ofta hålla sina volontärer nöjda och motiverade genom symboliska belöningar som kan vara allt från tackbrev och priser till utbildningar och middagar men om man inte vet vad som motiverar volontärerna riskerar man att lägga tid och resurser på belöningar som inte motiverar många av volontärerna (Phillips & Phillips 2010).

Tidigare forskning pekar på att ålder är en faktor som påverkar vilka motivationsfaktorer som är viktigast, men samtidigt något som ofta förbises när det görs undersökningar bland volontärer. Okun & Schultz (2003) som utgått från Socioemotionell Selektivitetsteori (Socioemotional Selectivity Theory), föreslår vidare forskning på samband mellan ålder och vilka motivationsfaktorer som är starkast. Pauline & Pauline (2009) hittade däremot inga signifikanta skillnader kopplat till ålder bland volontärer i ett tennisevenemang, vilket tyder på osäkerhet kring detta. VanSickle, Pierce & Diacin (2015) skriver att åldersaspekten till stor del har blivit ignorerad i samband med sportevenemang och dess volontärer, samtidigt som de skriver att tidigare forskning fokuserat mycket på skillnader mellan könen.

Tidigare forskning gällande motivation hos volontärer kopplat till kön pekar också åt olika håll. Pauline & Pauline (2009) visade på att det inte fanns några skillnader mellan könen, medan VanSickle, Pierce & Diacin (2015) visade på motsatsen.

Nordiska länder (Sverige, Norge, Danmark & Finland) hamnar högt på Hofstedes (2011) femininitet-del (femininity) i hans kulturdimensionsteori (Cultural dimensions theory). Det innebär att svenskar och andra nordiska invånare lägger större fokus på relationer och livskvalitet än i andra kulturer, vilket skulle kunna vara en grund till att motivationsfaktorer skiljer sig från övriga världen jämfört med svenskar. Att behålla goda relationer är ofta viktigare än att konkurrera mot varandra. Även i kategorin "Osäkerhetsundvikande"

(Uncertainty Avoidance) skiljer sig nordbor mot andra nationaliteter, där nordbor har låga siffror, vilket indikerar att man försöker undvika stress genom att minimera osäkerheter i livet mer än i andra kulturer (Hofstede 2011). Hofstede (1983) visade också på att svenskar är mer individualistiska, vilket innebär att svenskar i större utsträckning ser sig själv snarare som en individ än som medlem av en grupp, än exempelvis norrmän och tyskar. Detta är visserligen gammal forskning, men kan också styrka att det kan finnas skillnader mellan nationaliteterna och därmed kan denna studie eventuellt visa andra resultat än de organisationer som studerats i Norge och Tyskland inom samma ämne.

Motivationsfaktorer hos volontärer har varit föremål för mycket tidigare forskning men som kan variera stort mellan olika typer av evenemang, olika geografiska platser och med olika demografiska sammansättningar av volontärerna (Hallmann & Harms 2012; Wang & Wu 2014; VanSickle, Pierce & Diacin 2015). En stor del av tidigare forskning har varit med inriktning på volontärarbete i välgörenhetsorganisationer medan nöjesevenemang, som sport- och musikevenemang, inte har fått lika stor uppmärksamhet. Forskning som rör motivationsfaktorer hos volontärer i svenska sportevenemang är i princip obefintlig. Mycket forskning har gjorts världen över på liknande evenemang men eftersom Hofstede (2011) visar på att relationer och livskvalitet är något som svenskar tycker är viktigare än andra, så finns det anledning att tro att detta påverkar anledningarna som svenskar har att volontärarbeta. I tidigare forskning gällande volontärer i sportevenemang har åldersskillnader och hur de påverkar motivationen ofta ignorerats, trots att detta är något som är av stort intresse för marknadsansvariga (VanSickle, Pierce & Diacin 2015). Inom detta område finns en möjlighet att bidra till kunskapen genom att studera hur motivationsfaktorerna skiljer sig mellan demografiska variabler som finns inom ett svenskt sportevenemang.

1.3 Syfte

Syftet med denna uppsats är att mäta, beskriva och analysera motivationsfaktorer hos volontärer i ett svenskt sportevenemang. Detta för att förstå betydelsen av de demografiska variablerna kön, ålder och huvudsaklig sysselsättning och hur det påverkar motivationen.

1.4 Forskningsfrågor

1. Vilka är de viktigaste motivationsfaktorerna för volontärer på ett svenskt sportevenemang?
2. Vilka skillnader gällande motivation finns det mellan volontärarbetande människor med utgångspunkt i deras demografiska variabler?

2 Teoretisk referensram

I denna del tas först viktiga definitioner upp som resten av uppsatsen utgår ifrån. En historiebeteckning av forskningen inom motivation hos volontärer presenteras och sedan jämförs två verktyg som använts inom området. Operationalisering av begrepp som kommer att användas för att genomföra undersökningen görs sedan. Teorin som använts leder fram till sju hypoteser som presenteras här. Detta stycke ligger till grund för analys, diskussion och slutsatser.

2.1 Definitioner

- Motivation: "De faktorer som driver en person till handling." (Gage & Thapa 2012)
- Volontärbete: "En tjänst som frivilligt utförs för en organisation utan någon ersättning." (Andrews 2003)
- "Volvo Ocean Races volontärer" beskriver i texten de människor som kommer volontärbeta på "Race Village" i Göteborg under sommaren 2018. "Race Village" är en del av Volvo Ocean Race.
- VMI (Volunteer Motivation Inventory) - Verktyg för att mäta motivationsfaktorer hos volontärer. I resten av uppsatsen används förkortningen VMI när vi syftar på Esmond & Dunlops (2004) vidareutveckling av det ursprungliga VMI som McEwin & Jacobsen-D'Arcy skapade (1992) om inte annat anges.

2.2 Motivation

Motivation är något som historiskt har intresserat forskare. Redan under 1940-talet presenterade Maslow (1943) en mänsklig motivationsteori, mer känd som Maslows behovshierarki, som bygger på fem olika nivåer i en "behovstrappa". När man når upp till en nivå försöker man uppnå nästa behov.

2.2.1 Utvecklingen av ett verktyg för att mäta volontärers motivation

Det var på 70-talet som forskning kring vad som motiverar volontärer började ta fart. Gidron (1978) använde sig av Herzbergs (1966 se Gidron 1978) tvåfaktorsteori med motivations- och hygienfaktorer och kom fram till att självförverkligande, relationer och arbetslivserfarenhet var starka motivationsfaktorer. Författaren såg även att motivationsfaktorerna skiljde mellan åldrarna där äldre värdesatte relationer mer och yngre blev mer motiverade av arbetslivserfarenhet.

Under 80-talets början delade flera forskare (Horton-Smith 1981; Frisch & Gerrard 1981; Gillespie & King 1985 se Esmond & Dunlop 2004) in motivationen i *altruistiska motiv*, viljan att hjälpa andra, och *egoistiska motiv* där man såg en egen vinning i volontärbetet. Under slutet av 80-talet ansåg Fitch (1987) och Morrow-Howell & Mui (1989) (se Esmond & Dunlop 2004) att *sociala motiv* skulle tas med som en tredje faktor som var viktig för motivationen.

Cnaan & Goldberg-Glen (1991) började under 90-talet undersöka tidigare forskning på området och kom fram till att den innehöll många begränsningar. Författarna ansåg att man tidigare hade sett till antingen två eller tre faktorer som separata och uteslutande motivationsfaktorer och på så vis gått miste om förhållandet mellan de olika motiven. Författarna kom fram till att volontärerna ofta har flera olika anledningar att volontärarbeta som kan vara både altruistiska, egoistiska och sociala på samma gång.

Under 90-talet började Clary, Snyder & Ridge (1992) ta fram vad de kallade en flerfaktormodell (multifactor model). De undersökte då grundligt vilka syften och mål som var de underliggande drivkrafterna hos volontärer. Clary, Snyder & Ridge (1992) presenterade sedan sex dimensioner som de delade in motivationen i; värderingar (values), förståelse (understanding), karriär (career), socialt (social), anseende (esteem) och skyddande (protective). Varje dimension hade fem påståenden kopplat till sig som respondenterna fick ta ställning till med en Likertskala. De hade då skapat den första versionen av Volunteer Functions Inventory (VFI) som de sen fortsatte utveckla under resten av 90-talet och som kom att bli ett väl använt verktyg för många forskare inom området. VFI är beprövat, pålitligt och har en stabil grund av empiriska tester att lita sig mot (Clary, Snyder & Ridge 1992).

Däremot har VFI fått en del kritik för att inte vara ett helt komplett verktyg från flera forskare (McEwin & Jacobsen-D'Arcy 1992; Esmond & Dunlop 2004; Hochstetler 2014). Ett annat verktyg som kom fram i sökningarna kring vad som motiverar volontärer var Volunteer Motivation Inventory (VMI). VMI togs ursprungligen fram av McEwin & Jacobsen-D'Arcy (1992) och har sedan vidareutvecklats av Esmond & Dunlop (2004). Esmond & Dunlop (2004) genomförde först tester för att undersöka förbättringsmöjligheter av den ursprungliga VMI och de tog sedan med dessa förbättringar och jämförde sin VMI mot VFI (Clary, Snyder & Ridge, 1992) för att se vilka likheter och skillnader som fanns. Till sist satte Esmond & Dunlop (2004) ihop en kombinerad version av de båda verktygen med en uppdatering av dimensionerna för att på så sätt få ett så heltäckande och väl avvägt verktyg som möjligt för att mäta motivation hos volontärer.

Okun & Barr (1998) undersökte empiriskt tre olika modeller för att mäta motivation hos volontärer: två- eller trefaktorsmodeller, en endimensionsmodell eller en flerfaktormodell. De kom fram till att det endast var flerfaktormodellen som fick stöd och som gav den mest korrekta datan. Både VFI och VMI är exempel på flerfaktormodeller.

2.2.2 Jämförelse av VMI och VFI

Esmond & Dunlop (2004) har jämfört dimensionerna i VMI och VFI och hittat både likheter och skillnader. Exempelvis visar deras undersökning på att dimensionen Karriärsutveckling (Career Development) i VMI ger liknande resultat som Karriär (Career) i VFI vilket innebär att de mäter samma typ av motivation.

Esmond & Dunlop (2004) har också hittat samband mellan VMIs dimension Självkänsla (Self-Esteem) och VFIs dimension Anseende (Esteem) som visar på att dessa dimensioner mäter samma typ av motivation.

Ett tredje samband hittade Esmond & Dunlop (2004) mellan dimensionen Personlig Utveckling (Personal Growth), i den ursprungliga VMI:n, och VFIs dimension Förståelse (Understanding) som tyder på att dimensionerna mäter samma typ av motivation. I den

uppdaterade versionen av VMI som vi utgår ifrån har Esmond & Dunlop (2004) valt att kalla denna dimension för Förståelse (Understanding).

En annan noterbar likhet är den mellan VMIs Självkänsla (Self-esteem) och VFIs Skyddande (Protective) dimensioner, där det något förvånande var liknande resultat, trots att innehållet i de två dimensionerna är olik varandra (Esmond & Dunlop 2004). Andra förvånande samband var de mellan VMIs Social Interaktion (Social Interaction) och Personlig Utveckling (Personal Growth) när de jämfördes med VFIs Anseende (Esteem) (Esmond & Dunlop 2004).

Något annat som förvånade författarna Esmond & Dunlop (2004) var att VMIs dimension Social Interaktion (Social Interaction) skiljde sig från VFIs Social (Social). Detta tyckte de först verkade märkligt men vid en närmare genomgång fann de skillnaden; i den förstnämnda handlar det om att volontärarbeta för att träffa *nya vänner*, medan den sistnämnda handlar om att volontärarbeta för att träffa sina *nuvarande vänner* (Esmond & Dunlop 2004).

Efter att ha jämfört dimensionerna i VFI och VMI (McEwin & Jacobsen-D'Arcy 1992) och sett vilka dimensioner som var lika och vilka som var olika skapade Esmond & Dunlop (2004) en uppdaterad VMI. VFI bestod av sex dimensioner, den första VMI (McEwin & Jacobsen-D'Arcy 1992) bestod av åtta dimensioner och när Esmond & Dunlop (2004) var klara med sin uppdaterade VMI bestod den av tio dimensioner. Denna VMI innehöll de delar som visat sig mest relevanta från båda de tidigare verktygen och de hade anpassat dimensionerna så att de på ett så genomgående sätt som möjligt var anpassade för att mäta samtliga anledningar att volontärarbeta (Esmond & Dunlop 2004).

2.2.3 Beskrivning av dimensionerna i VMI

Nedan följer en beskrivning av dimensionerna, vad resultaten innebär och vilka påståenden som hör till de tio dimensionerna enligt Esmond & Dunlops (2004) VMI:

Värderingar - Volontären blir motiverad då hen ges möjlighet att hjälpa andra. Höga poäng i denna dimension indikerar att volontären blir motiverad till volontärarbete genom den positiva känsla de får av att hjälpa andra. Låga poäng indikerar motsatsen. Påståendena (nummer i enkäten) som hör till Värderingar handlar om att respondenterna volontärarbetar för att de (1); Bryr sig om de mindre lyckligt lottade, (11); Bryr sig om gruppen de hjälper, (20); Har medkänsla för dem i behov av hjälp, (29); Tycker det är viktigt att hjälpa andra, (38); Tycker det är viktigt att göra något för en god sak.

Erkännande - Volontären gillar det erkännande som volontärarbetet ger hen genom att volontärens färdigheter och det som volontären bidrar med blir uppmärksammat av andra. Höga poäng indikerar en stark önskan om formellt erkännande för sitt arbete medan låga poäng indikerar motsatsen. Påståendena (nummer i enkäten) som hör till Erkännande handlar om att respondenterna volontärarbetar för att de (2); Vill bli uppskattade av organisationen, (12); Inte ser det som viktigt att bli respekterade av personal och andra volontärer, (21); Inte behöver få feedback, (30); Vill som volontärer bli behandlade på samma sätt som de anställda i organisationen, (39); Tycker att det är viktigt att få beröm för sitt arbete.

Social Interaktion - Volontären uppskattar verkligen den sociala atmosfären som volontärarbete innebär. De njuter av möjligheten att utöka sitt sociala nätverk och att få interagera med andra människor. Höga poäng indikerar en stark vilja att träffa nya människor och skaffa vänner genom volontärarbete. Låga poäng indikerar motsatsen. Påståendena (nummer i enkäten) som hör till

Social Interaktion handlar om att respondenterna volontärarbetar för att de (3); Ser fram emot de sociala tillfällena som ges, (13); Tycker att de sociala möjligheterna är viktigt, (22); Ser det som ett sätt att utöka sitt sociala nätverk, (31); Är ett sätt att skaffa nya kompisar.

Reciprocitet - Innebär att volontären gillar volontärarbete och ser det som något positivt för alla parter. Volontären har en stor förståelse för det större syfte som man bidrar till med sitt volontärarbete. Höga poäng indikerar att volontären blir motiverad av möjligheten att volontärarbetet kommer att föra med sig positiva saker längre fram i tiden. Låga poäng indikerar motsatsen. Påståendena (nummer i enkäten) som hör till Reciprocitet handlar om att respondenterna volontärarbetar för att de (4); Tror på att de som de ger till samhället för de tillbaka, (40); Tror på att om de gör bra saker för andra så kommer bra saker att hända dem.

Reaktion - Volontären väljer att volontärarbete som en reaktion på tidigare problem i livet. Höga poäng kan indikera ett behov av att "rätta till ett fel" i deras liv motiverar dem att volontärarbete. Låga poäng indikerar ett saknat behov hos volontären att bearbeta tidigare problem genom sitt volontärarbete. Påståendena (nummer i enkäten) som hör till Reaktion handlar om att respondenterna volontärarbetar för att de (5); Vill hjälpa andra på grund av att de själva tidigare har haft det tufft i livet, (14); Vill att andra ska slippa gå igenom samma saker som de själva upplevt, (23); Ofta relaterar erfarenheter från volontärarbetet till privatlivet, (32); Känner att volontärarbetet hjälper dem att handskas med problem i privatlivet.

Självkänsla - Volontären vill förbättra sin självkänsla eller hur hen värdesätter sig själv genom volontärarbete. Höga poäng indikerar att volontären motiveras av möjligheten att få en bättre självkänsla genom volontärarbete. Låg poäng indikerar motsatsen. Påståendena (nummer i enkäten) som hör till Självkänsla handlar om att respondenterna volontärarbetar för att de (6); Tycker att det är en glädjeskapande upplevelse, (15); Känner sig som goda människor, (24); Känner sig viktiga, (33); Känner att de gör nytta, (41); Känner att det håller dem sysselsatta.

Socialt - Volontären ämnar att anpassa sig efter normer och betydelsefulla personer i sin omgivning, exempelvis vänner eller familj. Höga poäng indikerar att volontären volontärarbetar för att hans vänner eller familj också gör det, och då vill volontären följa gruppens beteende. Låga poäng indikerar motsatsen. Påståendena (nummer i enkäten) som hör till Socialt indikerar att respondenterna volontärarbetar för att de (7); Har vänner som volontärarbetar, (16); Har folk i sin närhet som volontärarbetar, (25); Har människor i sin närhet som delar deras intresse för samhällsnytta, (34); Har folk i sin närhet som sätter ett högt värde på samhällsnytta, (42); Upplever det som en viktig aktivitet för de som de känner bäst (vänner eller familj).

Karriärsutveckling - Volontären är motiverad till volontärarbete då det ges möjligheten att skaffa sig erfarenheter och färdigheter inom ett område, som i framtiden skulle kunna vara fördelaktigt för hen i yrkeslivet. Höga poäng indikerar en stark vilja att skaffa erfarenheter för framtida arbeten samt för att utöka sitt nätverk. Låga poäng indikerar motsatsen. Påståendena (nummer i enkäten) som hör till Karriärsutveckling handlar om att respondenterna volontärarbetar för att de (8); Skapar viktiga arbetskontakter, (17); Inte har några planer på att hitta jobb genom volontärarbetet, (26); Känner att det kommer hjälpa dem att hitta jobb, (35); Känner att det ger dem möjlighet att utveckla sina arbetsfärdigheter.

Förståelse - Volontären är specifikt intresserad av att söka en djupare förståelse av sig själv eller av de människor man hjälper eller den organisation man volontärarbetar för. Höga poäng indikerar en stark vilja att ta med sig erfarenheter man får under volontärarbetet. Låga poäng indikerar motsatsen. Påståendena (nummer i enkäten) som hör till Förståelse handlar om att respondenterna volontärarbetar för att de (9); Vill lära sig mer om frågan som evenemanget har i fokus, (18); Känner att det ger dem nya perspektiv, (27); Får chansen att lära sig genom praktisk

erfarenhet, (36); Får chansen att lära sig hantera olika typer av människor, (43); Får möjlighet att utforska sina egna styrkor.

Skyddande - Volontären använder sig av volontärarbete för att fly negativa känslor och tankar hen har om sig själv. Höga poäng indikerar att volontären volontärarbetar för att fly vardagen och glömma negativa tankar. Låga poäng indikerar motsatsen. Påståendena (nummer i enkäten) som hör till Skyddande handlar om att respondenterna volontärarbetar för att de (10); Minskar skuld känslorna över att vara mer lyckligt lottade än andra, (19); Känner att det hjälper dem ta sig igenom egna problem, (28); Ser det som ett sätt att fly från sina egna problem, (37); Känner att det hjälper dem att glömma när de mår dåligt, (44); Känner sig mindre ensamma.

2.3 Tidigare forskningsresultat på sportevenemang

Följande forskning kommer att användas för att analysera resultaten som kommer fram gällande volontärgruppen som helhet. I texten står vilken av dimensionerna i VMI som faktorerna motsvarar inom parentes.

MacLean & Hamm (2007) visade på att volontärerna under BMO Canadian Women's Golf Championship 2005 främst var motiverade för att förbättra sina arbetsfärdigheter (Karriärsutveckling) och interagera med nya människor (Social Interaktion). Författarna menade också att volontärerna volontärarbetade för att lindra stress, fly vardagen och känna sig mindre ensam (Skyddande). Bang & Ross (2009) visade på att de viktigaste faktorerna för deras volontärer var att träffa nya människor (snarlik Social Interaktion), man bryr sig om andra människor (Värderingar) samt för att man ville göra evenemanget lyckat. Att göra evenemanget lyckat går dock inte att koppla till någon av dimensionerna i VMI.

2.4 Hypoteser

I följande avsnitt beskrivs i början av varje stycke tidigare forskning och dess resultat. Dessa lägger grunden för de hypoteser som är skrivna i slutet av varje stycke.

Carstensen, Isaacowitz & Charles (1999) skriver om Socioemotionell Selektivitetsteori (SST, Socioemotional Selectivity Theory) vilket handlar om att ju kortare tid man upplever att man har kvar i livet, vilket man oftast upplever vid högre ålder, desto mer selektiv blir man med sin tid. SST har sina rötter i hur människor agerar socialt och hur ålder påverkar beteendet (Carstensen 1992). Vid högre ålder vill man enligt SST spendera tiden med nära vänner och göra saker som upplevs meningsfulla. Äldre människor har ofta färre sociala partners, framförallt i utkanten av sin vänskapskrets (Carstensen, Isaacowitz & Charles 1999). Man prioriterar och dedikerar sig till emotionella mål, och äldre människor begränsar sig ofta till att spendera mer tid med de människor som de har givande relationer med. (Carstensen, Isaacowitz & Charles 1999). Gidron (1978) kom fram till liknande resultat: äldre volontärer sätter ett högre värde på relationer medan yngre volontärer främst volontärarbetade för att skaffa arbetserfarenhet. Wang & Wu (2014) har också visat på att Karriärsdimensionen är högre för yngre människor. Även Schlesinger & Gubler (2016), Wollebaek, Skirstad & Hanstad (2012) och VanSickle, Pierce & Diacin (2015) visade att yngre människor är mer benägna att volontärarbeta för att bygga sina karriärer. Detta leder fram till två hypoteser:

Hypotes 1: Äldre volontärer lägger större vikt än yngre på dimensionen Socialt.

Hypotes 2: Yngre volontärer lägger större vikt än äldre på dimensionen Karriärsutveckling.

Okun & Schultz (2003) skriver att i SST är sociala mål relaterade till kunskapssökande och dessa minskar med åldern. Okun & Schultz (2003) kopplar ihop dessa mål med VFIs Karriärsdimension och Förståelse-dimensionen, vilka Esmond & Dunlop (2004) menar är mycket lika kategorierna (Karriärsutveckling och Förståelse) i VMI. Att kunskapssökande minskar med åldern (Okun & Schultz 2003) styrker dels Hypotes 2, samtidigt som det leder fram till Hypotes 3: "Yngre volontärer lägger större vikt än äldre på dimensionen Förståelse."

Forskning visar att unga människor i många länder i västvärlden mår sämre och sämre (Kosidou et al. 2012). En av Kosidous medforskare, Clara Hellner-Gumpert sade även till Aftonbladet under 2014 att unga mår sämre än på länge (Sohlander Cassel 2014). Wang & Wus (2014) forskning visar på att det finns en negativ korrelation mellan ålder och Skyddande-dimensionen. Okun & Schultz (2003) visade på samma negativa korrelation. Hypotes 4: "Yngre volontärer lägger större vikt än äldre på dimensionen Skyddande".

Skillnader mellan könen i vad som motiverar volontärer i sportevenemang har i tidigare forskning fått resultat som pekar åt olika håll. Pauline & Pauline (2009) skrev att de inte fann några skillnader mellan könen under ett professionellt tennisevenemang, samtidigt som forskning gjord kring FIS Nordic World Ski Championships i Oslo visar på att det finns skillnader (Wollebaek, Skirstad & Hanstad 2012). Wollebaek, Skirstad & Hanstad (2012) visade resultat som indikerar att kvinnor volontärarbetade för att utveckla sina karriärer i en högre grad än män. Under ett annat sportevenemang, Super Bowl, visade också VanSickle, Pierce & Diacin (2015) på skillnader mellan motivationen mellan könen under evenemanget Super Bowl. Därmed verkar det finnas en viss osäkerhet kring denna fråga. Då Hofstede (2011) menar att nordiska länder är lika varandra inom sin kulturdimensionsteori har vi valt att bygga följande hypotes på de svar som forskningen i Oslo gav. Detta leder fram till Hypotes 5: "Det kommer finnas signifikanta skillnader mellan Kvinnor och Män för olika dimensioner."

Wollebaek, Skirstad & Hanstads (2012) forskning visar också på att unga människor med låga inkomster, exempelvis studenter, ser volontärbete på ett sportevenemang som ett sätt att förbättra sina arbetsfärdigheter samt sitt yrkesrelaterade kontaktnät. Även Schlesinger & Gubler (2016) skriver att studenter är mer troliga att volontärbeta för att bygga sina karriärer. Detta leder fram till Hypotes 6: "Volontärer som är studenter fäster större betydelse än andra på dimensionen Karriärsutveckling."

Tidigare forskning som har använt VMI eller VFI har i flera fall fått dimensionen "Värderingar" som den viktigaste för deras respondenter (Bang, Ross & Reio 2012; Burns et al 2006; Okun & Schultz 2003; Wong & Foo 2011; Principi, Chiatti & Lamura 2012). Även om dessa tidigare studier inriktat sig på välgörenhet och religiösa organisationer visar Hallmann & Harms (2012) i tre olika sportevenemang på att "expression of values", som har stora likheter med dimensionen Värderingar, haft stor betydelse även under de evenemangen. Detta leder fram till Hypotes 7: "Dimensionen Värderingar kommer vara den dimension som får högst medelvärde bland våra respondenter."

2.5 Teoridelar denna studie utgått från

Den enkätmodell som denna uppsats bygger på är den utvecklade versionen av VMI (Esmond & Dunlop 2004). Studien utgår även ifrån tidigare forskning i form av exempelvis VFI-

enkäter och olika teori som stödjer eller motsäger hypoteserna. Hypoteserna har testats och stärks eller förkastas i analysdelen. De tidigare VFI- och VMI-studierna som gjorts har jämförts med empirin i denna uppsats. Även de hypoteser som bygger på annan forskning än den som gäller motivationsfaktorer för volontärer har jämförts med den tidigare forskningen.

2.6 Analysmodell



Respondentgruppen delades in enligt de demografiska aspekterna kön, ålder och syssetsättning. Det finns också ett resultat för gruppen som helhet. Verktuget VMI användes där motivationen är indelad i tio dimensioner. Dimensionerna operationaliserades till ett antal påståenden som skickades ut till respondenterna.

3 Metod

I detta avsnitt beskrivs på vilka grunder metodvalet gjordes, tillvägagångssätt med urval, hur översättningen av enkäten VMI skett till svenska, hur översättningen testades i pilotstudien, hur data har analyserats, samt om det bortfall som varit.

3.1 Metodval

Gällande metodvalet menar Lantz (2014) att kvantitativa studier är lämpliga när det som efterfrågas är *vad* som motiverar en grupp (i detta fall volontärer), inte *varför* just de faktorerna motiverar. Kvantitativa studier används för att kunna se skillnader mellan olika människor som kan vara svåra att se i en kvalitativ studie (Bryman & Bell 2017). Inom kvantitativa studier skulle både strukturerade intervjuer eller en enkät (Bryman & Bell 2017) vara lämpliga för denna studie men valet föll till sist på enkät. Fördelarna med detta var att enkäter är billigare att administrera eftersom man slipper resekostnader, de är snabbare att administrera än att göra intervjuer, det blir ingen intervjuareffekt, respondenterna får ingen variation gällande formuleringen av påståendena och respondenterna kan svara på en enkät när de har tid och möjlighet vilket underlättar för dem (Bryman & Bell 2017). Nackdelar med enkäter, som att det inte kan ställas sonderande frågor, vikten av korrekt formulering och relevanta frågor (Bryman & Bell 2017) minimerades genom att pilottesta enkäten. Med enkäter ökar även risken för bortfall (Bryman & Bell 2017) men detta hanterades genom en bra kontakt med den organisation vi kontaktade, introduktionsbrev och genom påminnelser. I introduktionsbrevet skrevs också med längden på enkäten, vilket Bryman & Bell (2017) menar ökar svarsfrekvensen.

När sedan typen av enkät skulle beslutas om landade det på att göra en webbenkät eftersom Yun & Trumbo (2000) menar att det ökar svarsfrekvensen jämfört med postenkät och är att rekommendera när då resurserna är begränsade. Även Bryman & Bell (2017) menar att webbenkäter ger färre obesvarade frågor än "vanlig post" samt att de ger snabbare respons, är billigare att utföra och respondenternas geografiska position spelar ingen roll vilket underlättade datainsamlingen. Efter att ha undersökt en rad olika verktyg föll valet på att göra enkäten i Google Forms eftersom det är smidigt att jobba med, gratis och inte kräver inloggning för respondenterna vilket både blir lättare för dem och gör att det inte går att spåra vem som har svarat vad vilket gör respondenterna anonyma. Att ingen inloggning krävs innebär dock att det inte kan säkerställas att samma personer inte gör enkäten mer än en gång men anonymiteten och smidigheten för respondenterna gjorde att detta alternativ valdes. Google Forms valdes även för att det enkelt går att spara ner datan i en Excel-fil för att sedan exportera den till SPSS och därifrån kunna göra våra analyser. Resultatet ställdes sedan mot hypoteser baserade på tidigare forskning.

3.2 Urval

För att svara på syfte och frågeställning kontaktades flera olika svenska sportevenemang där det endast var Volvo Ocean Race "Race Village" i Göteborg som gav tillgång till en större mängd volontärer samt tillät utskick av en enkät till dem inom den givna tidsramen. Inom

denna organisation gjordes ingen ytterligare urval utan formuläret skickades ut till samtliga 360 volontärer som i sommar ska arbeta för denna organisation. 155 män och 205 kvinnor mottog formuläret varav 122 respondenter fullföljde enkäten vilket motsvarar 34% av volontärgruppen. Dessvärre gav organisationen inte ut information om varken deras åldrar eller huvudsakliga sysselsättningar hos volontärgruppen vilket hade underlättat senare generalisering. Den volontärsansvariga hos Volvo Ocean Race hävdar dock att de har volontärer i olika åldrar mellan 17-75.

3.3 Enkäten

Enkäten började med fyra frågor som berör vilka de svarande är; Ålder, kön, huvudsaklig sysselsättning och vilken organisation de ska volontärarbeta för. Enkätmodellen som använts i studien är den utvecklade versionen av VMI skapad av Esmond & Dunlop (2004). Den består av 10 dimensioner som tillsammans ska förklara varför volontärer väljer att volontärarbeta, i detta fall åt Volvo Ocean Race. Dimensionerna beskrivs under 2.2.3. och är indelade i 44 påståenden som respondenterna har tagit ställning till. Samtliga påståenden finns i Bilaga 1 och vilka påståenden som hänger ihop med vilka dimensioner finns i Bilaga 2.

Några exempel är ”Jag volontärarbetar för att jag bryr mig om de som är mindre lyckligt lottade än jag är”, ”Att bli uppskattad av organisationen jag jobbar för är viktigt för mig”, ”Jag volontärarbetar för att jag ser fram emot de sociala tillfällena som volontärarbete ger mig” och ”Jag volontärarbetar för att jag tror att det jag ger till samhället får jag tillbaka”. Respondenterna fick svara genom en femgradig Likertskala där 1 betyder ”Instämmer absolut inte”, 2 betyder ”Instämmer inte”, 3 betyder ”Varken eller”, 4 betyder ”Instämmer” och 5 betyder ”Instämmer helt och hållet”. Höga siffror indikerar att påståendet stämmer in på volontären. Frågorna som handlade om respondenternas demografi var obligatoriska, samtidigt som påståendena i VMI inte var obligatoriska. Detta för att inte riskera att respondenterna tvingas svara på ett påstående de inte förstår alternativt inte vill svara på.

3.4 Översättning av enkäten

Då Esmond & Dunlops (2004) utvecklade version av VMI är skriven på engelska översattes den till svenska för att underlätta för respondenterna. I första skedet översattes påståendena från engelska till svenska. Efter att översättningarna skickats till vår handledare gjordes några korrigeringar. I de fall det var svårt att hitta en lämplig översättning togs en diskussion mellan oss och vår handledare för att gemensamt komma fram till den bästa möjliga översättningen. Ett exempel på detta är hur man översätter ”the cause” (se Bilaga 1, påstående 9).

3.5 Pilotstudie

Efter att ha översatt den utvecklade versionen av VMI till svenska skickades en pilotenkät ut i huvudsakligt syfte att testa om översättningarna fungerade samt för att ta reda på hur lång tid det tog att svara på hela enkäten. Bryman & Bell (2017) skriver att man inte behöver testa frågorna som redan använts i en etablerad modell, men det gjordes ändå eftersom påståendena blivit översatta. Deltagarna i pilotstudien var mellan 23-50 år, personer vi känner som

volontärbeskrivning för diverse organisationer, men inte just för Volvo Ocean Race. Detta menar Bryman & Bell (2017) är bra då man vill testa på grupper snarlika de slutliga respondenterna, men att de inte ingår i samma grupp. Sex personer gjorde pilotenkäten och samtliga förstod översättningarna. Pilotstudien gav också svaret att enkäten tog fyra till fem minuter att besvara. Flera webbenkät-sidor menar att fem minuter är en övre gräns för hur lång en webbenkät bör vara (Formogram 2013; Kundkoll u.å.; SurveyMonkey u.å.a). Långa enkäter kan leda till ”enkättrötthet” och därmed större bortfall (Bryman & Bell 2017), vilket denna studie vill undvika.

3.6 Åldersindelning

Som VanSickle, Pierce & Diacin (2015) skriver finns det lite forskning på korrelationen mellan ålder och motivation. Däremot är tidigare forskning inte uppdelad enligt några specifika åldrar för att jämföra mot varandra, utan man har snarare gjort som Wong & Foo (2011) och skrivit om negativ korrelation mellan ålder och vissa dimensioner i VFI i sin slutsats. I exempelvis forskningen som Okun & Schultz (2003) gjorde var de begränsade av organisationen de tillfrågade och fick endast fråga om vilket åldersspann på 10 år som deras volontärer tillhör, och därmed blev åldersindelningen 20-29, 30-39 osv. Denna åldersindelning har VanSickle, Pierce & Diacin (2015) också använt. Wollabaek, Skirstad & Hanstad (2012) har använt en indelning på <25, 25-39, 40-59 och 60+.

Fung, Carstensen & Lang (2001) använde åldersspannen 18-34, 35-49, 50-64 och 65-79 då de undersökte ålder i förhållande till sina sociala kretsar. Hade exakt samma indelning valts i denna studie hade gruppen 35-49 varit liten då den hade 21 respondenter (17 % av respondenterna). Då dessa författare utgått från SST (vilket också gjorts i hypotes 1 och 3) utgick denna studie från samma åldersindelning men med de två yngre åldersgrupperna (18-34 och 35-49) ihopslagna till 17-49. Eftersom den yngsta respondenten var 17 år, och det bara fanns en 17-åring som svarade, justerades det yngre åldersspannet för att inkludera denna respondent. Principi, Chiatti & Lamura (2012) gjorde en avgränsning vid 50 års ålder när man studerade äldre volontärer, vilket även möjliggör jämförelser med deras studie. Gruppen 17-49 kallas för ”Unga”, 50-64 kallas ”Medelålders” och 65-74 kallas ”Gamla” i denna uppsats.

3.7 Dataanalys

Webbenkäten skapades med hjälp av Google Forms då det är smidigt att föra över datan till Excel och sen till SPSS. Efter att den volontärsansvariga på Volvo Ocean Race gett sitt godkännande att använda deras volontärer i studien skickades länken till formuläret på Google Forms till hen som vidarebefordrade mailet till volontärerna. Bryman & Bell (2017) menar att påminnelser höjer svarsfrekvensen. Därför skickades en påminnelse ut fyra dagar som den volontärsansvariga vidarebefordrade på nytt, vilket nästan dubblade antalet respondenter som fullföljde enkäten. I mailet som volontärerna mottog stod det att det är av stor vikt att de svarar så ärligt som möjligt på alla påståenden för att analysen skulle bli så korrekt som möjligt.

När datan exporterades från enkäten till Excel visade det sig att en respondent hade svarat på tio av 44 påståenden. Denna respondent plockades bort ur svaren då hen inte fullföljt enkäten och därmed skall räknas som bortfall (Bryman & Bell 2017). För att göra tester mellan olika demografiska grupper användes programmet SPSS. I jämförelsen mellan könen användes ett

Independent-Samples T Test. För att göra jämförelser mellan de huvudsakliga sysselsättningarna och för att göra jämförelser mellan olika åldersgrupper gjordes One-Way ANOVA tester. Wahlgren (2012) menar att One-Way ANOVA används för att testa signifikans på medelvärden.

En statistisk signifikansnivå som ligger på under 5 %, dvs “ $p < 0,05$ ” valdes, vilket innebär att man med (minst) 95 % säkerhet kan säga att resultaten i denna studie är representativa för Volvo Ocean Races volontärer (Bryman & Bell 2017). Körner & Wahlgren (2000) och Lantz (2014) rekommenderar denna signifikansnivå, även om de också föreslår att man kan använda sig av “ $p < 0,01$ ” och “ $p < 0,001$ ”. Med detta kan det konstateras att slumpen sannolikt inte är en avgörande faktor i undersökningen även om det finns en 5 % risk att det händer (Lantz 2014).

3.8 Etiska överväganden

Den volontärensvariga på Volvo Ocean Race “Race Village” i Göteborg har givit sitt tillstånd till att använda organisationens namn i denna uppsats.

När enkäten skickades ut till volontärgruppen bifogades ett introduktionsbrev som beskrev syftet med studien, hur undersökningen kommer att gå till, att respondenterna skulle förbli anonyma och att deltagande var frivilligt (Bryman & Bell 2017). Detta för att respondenterna skulle känna sig trygga med att deltagande inte skulle kunna skada dem på något sätt.

Genom att inte kräva någon inloggning för respondenterna när de ska svara på enkäten finns det ingen möjlighet för oss att se vem som har svarat vad vilket håller dem anonyma. När sedan de besvarade enkäterna analyseras är det teoretiskt möjligt att kunna lägga ihop ålder, kön och sysselsättning för att komma fram till vem eller vilka av de 360 i organisationen som detta passar in på men detta är ingen information som delas i denna uppsats eller någon annanstans. Den totala demografiska statistiken är inte heller något som kommer delas med organisationen Volvo Ocean Race utan de kommer enbart att få ta del av uppsatsen för att ytterligare värna om respondenternas anonymitet.

4 Resultat

I detta avsnitt presenteras resultatet från undersökningen. Det är indelat i fem olika delar; fördelning av respondenter, medelvärden för samtliga respondenter, medelvärden fördelat mellan kön, medelvärden fördelat mellan huvudsakliga sysselsättningar och medelvärden fördelat mellan ålderssegmenten.

4.1 Tabell 1 - Fördelning av respondenter

Fördelning av respondenterna			
		Antal	Andel
Kön	Kvinnor	72	59,02%
	Män	50	40,98%
Sysselsättning	Arbetande	71	58,20%
	Studerande	14	11,48%
	Övrigt	37	30,33%
Åldersgrupper	Ålder 17-49	49	40,16%
	Ålder 50-64	44	36,07%
	Ålder 65-74	29	23,77%

Totalt har 122 kompletta enkäter mottagits från volontärarbetare i Volvo Ocean Race vilket motsvarar 33,89% av totalt 360 volontärer i organisationen. Den totala fördelningen mellan könen i Volvo Ocean Race är 56,94% Kvinnor, 43,05% Män och 0% Annat. Volvo Ocean Race delade inte med sig av hur fördelningen av Sysselsättning och Ålder ser ut i deras volontärgrupp.

4.2 Tabell 2 - Medelvärden för samtliga respondenter

Medelvärden för samtliga respondenter	
Dimensioner	Medelvärde
Social Interaktion	3,85
Förståelse	3,7
Självkänsla	3,49
Reciprocitet	3,38
Värderingar	3,14
Erkännande	3,1
Karriärutveckling	3,05
Reaktion	2,34
Socialt	2,05
Skyddande	1,53

Tabellen visar resultaten i fallande ordning sorterat enligt den dimension med högst medelvärde (viktigast för respondenterna) längst upp och den dimension med lägst medelvärde (minst viktig för respondenterna) längst ner. I tabellen är medelvärdet avrundat till två decimaler. I tabell 2 visas resultaten från volontärgruppen från Volvo Ocean Race som helhet, utan att ta hänsyn till respondenternas demografiska skillnader.

4.3 Tabell 3 - Medelvärden fördelat mellan kön

Dimensioner	Kön	Medel	Sig
Värderingar	Kvinnor	3,08	0,434
	Män	3,23	
Erkännande	Kvinnor	3,11	0,725
	Män	3,08	
Social Interaktion	Kvinnor	3,93	0,129
	Män	3,74	
Reciprocitet	Kvinnor	3,51	0,105
	Män	3,20	
Reaktion	Kvinnor	2,38	0,439
	Män	2,28	
Självkänsla	Kvinnor	3,50	0,809
	Män	3,47	
Socialt	Kvinnor	1,99	0,297
	Män	2,15	
Karriärsutveckling	Kvinnor	3,09	0,557
	Män	3,00	
Förståelse	Kvinnor	3,75	0,382
	Män	3,64	
Skyddande	Kvinnor	1,55	0,684
	Män	1,50	

Det fanns även ett svarsalternativ på frågan om Kön som var Annat men inga av respondenterna valde detta alternativ. Mellan Män och Kvinnor finns inga signifikanta skillnader där $p < 0,05$.

4.4 Tabell 4 - Medelvärden fördelat mellan huvudsakliga sysselsättningar

Dimensioner	Sysselsättning	Medel	Sig	
Värderingar	Arbetande	3,15	Arb+Stu	0,839
	Studerande	3,31	Arb+Övr	0,887
	Övrigt	3,06	Stu+Övr	0,687
Erkännande	Arbetande	3,07	Arb+Stu	0,958
	Studerande	3,10	Arb+Övr	0,526
	Övrigt	3,15	Stu+Övr	0,898
Social Interaktion	Arbetande	3,90	Arb+Stu	0,841
	Studerande	4,02	Arb+Övr	0,330
	Övrigt	3,70	Stu+Övr	0,321
Reciprocitet	Arbetande	3,43	Arb+Stu	0,823
	Studerande	3,25	Arb+Övr	0,900
	Övrigt	3,34	Stu+Övr	0,960
Reaktion	Arbetande	2,39	Arb+Stu	0,526
	Studerande	2,63	Arb+Övr	0,153
	Övrigt	2,12	Stu+Övr	0,073
Självkänsla	Arbetande	3,31	Arb+Stu	0,104
	Studerande	3,77	Arb+Övr	0,024
	Övrigt	3,72	Stu+Övr	0,979
Socialt	Arbetande	1,97	Arb+Stu	0,881
	Studerande	2,09	Arb+Övr	0,341
	Övrigt	2,20	Stu+Övr	0,890
Karriärsutveckling	Arbetande	3,17	Arb+Stu	0,083
	Studerande	3,63	Arb+Övr	0,000
	Övrigt	2,60	Stu+Övr	0,000
Förståelse	Arbetande	3,68	Arb+Stu	0,003
	Studerande	4,33	Arb+Övr	0,482
	Övrigt	3,52	Stu+Övr	0,001
Skyddande	Arbetande	1,41	Arb+Stu	0,007
	Studerande	2,03	Arb+Övr	0,470
	Övrigt	1,57	Stu+Övr	0,086

Medelvärden är avrundade till två decimaler och signifikansen är avrundad till tre decimaler. Signifikanta skillnader (gränsvärde på $p < 0,05$) är färgmarkerade.

4.5 Tabell 5 - Medelvärden fördelat mellan ålderssegmenten

Dimensioner	Ålder	Medel	Sig	
Värderingar	17-49 (unga)	3,19	Unga + Medelålders	0,852
	50-64 (medelålders)	3,30	Unga + Gamla	0,233
	65-74 (gamla)	2,82	Medelålders + Gamla	0,099
Erkännande	17-49 (unga)	3,18	Unga + Medelålders	0,432
	50-64 (medelålders)	3,08	Unga + Gamla	0,118
	65-74 (gamla)	3,00	Medelålders + Gamla	0,657
Social Interaktion	17-49 (unga)	4,01	Unga + Medelålders	0,618
	50-64 (medelålders)	3,87	Unga + Gamla	0,023
	65-74 (gamla)	3,57	Medelålders + Gamla	0,174
Reciprocitet	17-49 (unga)	3,40	Unga + Medelålders	0,798
	50-64 (medelålders)	3,53	Unga + Gamla	0,481
	65-74 (gamla)	3,12	Medelålders + Gamla	0,213
Reaktion	17-49 (unga)	2,52	Unga + Medelålders	0,613
	50-64 (medelålders)	2,38	Unga + Gamla	0,003
	65-74 (gamla)	1,96	Medelålders + Gamla	0,041
Självkänsla	17-49 (unga)	3,62	Unga + Medelålders	0,255
	50-64 (medelålders)	3,36	Unga + Gamla	0,668
	65-74 (gamla)	3,46	Medelålders + Gamla	0,852
Socialt	17-49 (unga)	2,04	Unga + Medelålders	1,000
	50-64 (medelålders)	2,05	Unga + Gamla	0,975
	65-74 (gamla)	2,09	Medelålders + Gamla	0,976
Karriärsutveckling	17-49 (unga)	3,45	Unga + Medelålders	0,005
	50-64 (medelålders)	2,99	Unga + Gamla	0,000
	65-74 (gamla)	2,47	Medelålders + Gamla	0,005
Förståelse	17-49 (unga)	4,02	Unga + Medelålders	0,006
	50-64 (medelålders)	3,60	Unga + Gamla	0,000
	65-74 (gamla)	3,33	Medelålders + Gamla	0,212
Skyddande	17-49 (unga)	1,75	Unga + Medelålders	0,049
	50-64 (medelålders)	1,41	Unga + Gamla	0,029
	65-74 (gamla)	1,34	Medelålders + Gamla	0,888

Medelvärden är avrundade till två decimaler och signifikansen är avrundad till tre decimaler. Signifikanta skillnader (gränsvärde på $p < 0,05$) är färgmarkerade.

5 Analys

I detta avsnitt presenteras jämförelser mellan resultatet i undersökningen och tidigare forskning på volontärers motivationsfaktorer. Hur representativt resultatet är för Volvo Ocean Races volontärer presenteras och därefter sker en jämförelse mellan hypoteser och tidigare forskning för att se om hypoteserna kan bevisas eller förkastas. Slutligen presenteras också de signifikanta skillnader som hittats, trots att inga hypoteser om dessa använts.

5.1 Representativitet för Volvo Ocean Race

122 av 360 svarade på enkäten och därmed var det 238 personer som inte deltog i undersökningen. Med cirka 59% kvinnor (41% Män) som har besvarat enkäten och totalt cirka 57% kvinnor (43% Män) totalt i organisationen har respondentgruppen hög representativitet för volontärgruppen som helhet gällande kön (Bryman & Bell 2017). Gällande Sysselsättning och ålder är det mer problematiskt eftersom Volvo Ocean Race inte kunde dela med sig av åldersfördelningen i gruppen. Därmed är det svårt att se hur representativa respondenterna är för hela gruppen. Svarsfrekvensen (33,89%, Se tabell 1) är enligt Bryman & Bell (2017) låg, samtidigt som de skriver att det finns mycket forskning med en svarsprocent långt under 50%. Delar av tidigare vetenskaplig forskning på dessa områden ligger på ungefär samma nivåer; VanSickle, Pierce & Diacin (2015) hade 24% svarsfrekvens och Okun & Schultz (2003) hade 35,34%. Det går även att läsa på SurveyMonkey (u.å.b) att "för webbenkäter där det inte finns någon tidigare relation till mottagarna anses en svarsfrekvens på 20–30 % vara mycket bra" vilket stärker uppfattningen om att en tillräcklig svarsfrekvens är uppnådd. Forskarna som i ett fall tas upp i Bryman & Bell (2017) från Workplace Employment Relations Survey (WERS) menar att det är svårare att få svar på företagsekonomiska surveystudier än tidigare.

Ett fåtal av respondenterna har missat/hoppat över något enstaka påstående, vilket inte var oväntat då det inte var obligatoriskt att svara på dessa. I dessa fall räknades detta påstående bort från det totala värdet i den dimensionen det tillhör. En anledning till bortfallet kan vara att vissa e-postadresser kan vara inaktiva eller kollas sällan (Bryman & Bell 2017). Det kan också vara så att vissa volontärer inte har så stor datorvana eller ens har tillgång till internet (Bryman & Bell 2017) och därmed inte kan hantera Google Forms.

5.2 Metodreflektion

Om pilotenkäten hade skickats till någon arbetslös/pensionär, hade mer specifik information om vad respondenterna har för huvudsaklig sysselsättning kunnat samlas in. Detta misstag gjorde att enkäten bara består av de tre svarsalternativen "Studering", "Arbetande" och "Övrigt" på frågan om huvudsaklig sysselsättning.

Detta tillsammans med att Volvo Ocean Race inte delade med sig av sysselsättningen hos den totala volontärgruppen gör att generaliserbarheten gällande huvudsaklig sysselsättning inte kan göras med den omfattning som hade varit önskvärd. Även gällande åldrarna ville inte organisationen dela med sig av hur de är fördelade i den totala volontärgruppen vilket minskar

möjligheterna att generalisera. Genom att beskriva denna information görs studien replikerbar genom att ha hög transparens (Bryman & Bell 2017).

5.3 Analys av hypoteser

5.3.1 Hypotes 1

Hypotes 1: “Äldre volontärer lägger större vikt än yngre på dimensionen Socialt” kunde inte styrkas i undersökningen då signifikansen var 1.00 (mellan Unga och Medelålders), 0.975 (mellan Unga och Gamla) samt 0.976 (mellan Medelålders och Gamla) (Se tabell 5). Det fanns inte heller någon större variation i medelvärdet utan alla medelvärden är mellan 2.04 och 2.09 (Se tabell 5). Därmed motbevisas hypotesen i denna studie, som istället pekar på att ålder inte påverkar dimensionen Socialt. Detta innebär att Socioemotionell Selektivitetsteori inte är applicerbart på denna respondentgrupp, och därmed kan inte Okun & Schultzs (2003) forskning, som visade på en negativ korrelation mellan ålder och dimensionen Socialt, styrkas i denna studie.

5.3.2 Hypotes 2

Hypotes 2: “Yngre volontärer lägger större vikt än äldre på dimensionen Karriärsutveckling” kunde styrkas i undersökningen då medelvärdet för Unga var 3.45, för Medelålders var 2.99 och för Gamla 2.47 (Se tabell 5). Signifikansnivån mellan grupperna var generellt väldigt låg, mellan Unga och Gamla 0.000, mellan Unga och Medelålders 0.005 och mellan Medelålders och Gamla 0.005 (Se tabell 5). Dessa nivåer indikerar att det är mycket stor sannolikhet att det finns skillnader inom dimensionen Karriärsutveckling mellan grupperna samt att dessa kan generaliseras för alla Volvo Ocean Races volontärer. Detta styrker tidigare forskning som visat på att unga vill förbättra sina arbetslivserfarenheter genom volontärarbete, exemplifierat redan 1978 av Gidron, men också betydligt senare av Wang & Wu (2014), Schlesinger & Gubler (2016), Wollbaek, Skirstad & Hanstad (2012) och VanSickle, Pierce & Diacin (2015).

5.3.3 Hypotes 3

Hypotes 3: “Yngre volontärer lägger större vikt än äldre på dimensionen Förståelse” kunde styrkas delvis i undersökningen, då medelvärdet för Unga var 4.02, för Medelålders 3.6 och för Gamla 3.33 (Se tabell 5). Signifikansnivån mellan Unga och Gamla var 0.000 och mellan Medelålders och Gamla var 0.212 (Se tabell 5). Resultatet visar att det finns en signifikant skillnad mellan Unga och Gamla, samtidigt som man med en signifikansnivå på 5 % inte kan dra slutsatser med hög säkerhet mellan grupperna Medelålders och Gamla (Se tabell 5). Skillnaden mellan Unga och Medelålders hade en signifikansnivå på 0.006 vilket också är godtagbart enligt den bestämda signifikansnivån (Se tabell 5). Unga skiljer sig alltså signifikant mot både Medelålders och Gamla (Se tabell 5), vilket styrker Okun & Schultzs (2003) forskning på området. Studien indikerar en negativ korrelation gällande ålder och Förståelse, men det kan inte helt bevisas med den åldersindelning som använts. Denna slutsats dras eftersom skillnaden mellan Unga och de andra två grupperna är signifikanta, men att de äldre grupperna inte skiljer sig signifikant.

5.3.4 Hypotes 4

Hypotes 4: "Yngre volontärer lägger större vikt än äldre på dimensionen Skyddande" kunde styrkas i undersökningen då medelvärdet hos Unga var 1.75, hos Medelålders var 1.41 och hos Gamla var 1.34 (Se tabell 5). Signifikansnivån mellan Unga och Medelålders (0.049, Se tabell 5) samt mellan Unga och Gamla (0.029) var tydlig medan den mellan Medelålders och Gamla var 0.888 (Se tabell 5). Detta innebär att man kan se signifikanta skillnader mellan Unga och Medelålders samt mellan Unga och Gamla (Se tabell 5). Kosidou et al.s (2012) forskning om att unga mår sämre än på länge kan inte styrkas i detta fall, då siffran 1,75 får anses låg. Man kan dock konstatera att det finns negativ korrelation mellan gruppen Unga och de två äldre grupperna. Därmed verkar unga i högre grad än äldre vilja fly från negativa tankar (Esmond & Dunlop 2004). Wang & Wus (2014) samt Okun & Schultzs (2003) forskning, som också hittade negativ korrelation mellan ålder och dimensionen Skyddande, kan styrkas med denna statistik.

5.3.5 Hypotes 5

Hypotes 5: "Det kommer finnas signifikanta skillnader mellan Kvinnor och Män för olika dimensioner" kunde inte styrkas i undersökningen då det inte fanns några signifikanta skillnader mellan könen i respondentgruppen (Se tabell 3). Däremot finns det skillnader i medelvärden men de kan inte styrkas utan en högre signifikansnivå än 0.05 (Se tabell 3). Den dimension som ligger närmast att ha en signifikant skillnad är Reciprocitet (0,105) som inte ens hade varit signifikant om man höjt gränsvärdet till 10% vilket stärker konklusionen om att det inte finns någon skillnad mellan könen bland våra respondenter (Se tabell 3). Resultaten stämmer överens med Pauline & Paulines (2009) forskning vid US Open (tennis-evenemang) som inte heller hittade några skillnader. Däremot strider våra resultat mot VanSickle, Pierce & Diacins (2015) resultat från deras undersökning av volontärer på Super Bowl 2012. Resultatet strider också mot Wollebaek, Skirstad & Hanstads (2012) resultat från deras undersökning i Oslo på FIS Nordic World Ski championships.

5.3.6 Hypotes 6

Hypotes 6: "Volontärer som är studenter fäster större betydelse än andra på dimensionen Karriärsutveckling" kunde styrkas i undersökningen. Studerande (3.63), Arbetande (3.17) och Övrigt (2.6) hade signifikanta skillnader mellan sig (Se tabell 4). Studenterna har bevisligen ett betydligt högre medelvärde medan Övrigt har betydligt lägre och Arbetande ligger i stort sett mitt emellan (Se tabell 4). Signifikansnivåerna var mellan Studerande och Övrigt 0,000 samt mellan Arbetande och Övrigt 0,000. Mellan Studerande och Arbetande var signifikansen 0,083 vilket hade visat ett resultat om valt " $p < 0,1$ " valts, men nu kan inga slutsatser dras mellan dessa grupper. Resultatet i undersökningen styrks av tidigare forskning (Wollebaek, Skirstad & Hanstads 2012; Wang & Wu 2014; Schlesinger & Gubler 2016) som skriver att studenter ser på volontärbete som en möjlighet till att utveckla karriären. Detta resultat kan också visa på att gruppen Övrigt består av en stor del äldre människor som är nära pensionsålder, då ett högre medelvärde hade kunnat indikera att majoriteten i gruppen är arbetslösa.

5.3.7 Hypotes 7

Hypotes 7: "Dimensionen Värderingar kommer vara den dimension som får högst medelvärde bland våra respondenter" kunde inte styrkas i studien. Detta strider mot tidigare forskning (Bang, Ross & Reio 2012; Burns et al 2006; Okun & Schultz 2003; Wong & Foo 2011; Principi, Chiatti & Lamura 2012). Även Hallmann & Harms (2012) resultat visade på att en av de viktigaste faktorerna för deras respondentgrupp var "expression of values" vilket har stora likheter med dimensionen Värderingar. Även deras undersökning gällde sportevenemang. Dimensionen Värderingar var inte ens topp 3 av de viktigaste dimensionerna för respondentgruppen vilket ytterligare stärker detta resultat. Detta skulle kunna vara på grund av den stora individualism som finns hos svenskar (Hofstede 1983) jämfört med många andra länder.

5.4 Övriga signifikanta skillnader

5.4.1 Reaktion

Även dimensionen Reaktion skilde sig mellan åldersgrupperna. Gruppen Gamla (1,96 i genomsnitt) skilde sig signifikant mot grupperna Unga (2,52 i genomsnitt) och Medelålders (2,38) medan det inte fanns någon signifikant skillnad mellan de två sistnämnda. Denna dimension handlar enligt Esmond & Dunlop (2004) om att hen vill ta itu med sina tidigare problem samt att rätta till misstag man gjort i livet, vilket gruppen Gamla verkar mest benägen om att inte göra genom volontärarbete. Detta verkar visserligen inte speciellt viktigt för någon av grupperna, även om Unga och Medelålders har ett större behov av att göra det.

5.4.2 Självkänsla

I dimensionen Självkänsla finns en signifikant skillnad ($p=0,024$) mellan Arbetande (3,31 i genomsnitt) och Övrigt (3,72 i genomsnitt) (se Tabell 4). Det är viktigare för gruppen Övrigt (troligtvis bestående av pensionärer, arbetslösa och sjukskrivna) än Arbetande att förbättra sin självkänsla genom volontärarbete samt att kunna värdesätta sig själv högre (Esmond & Dunlop 2004). Det är också det högsta medelvärdet för gruppen Övrigt jämfört med de andra dimensionerna vilket indikerar att det faktiskt är en viktig del för gruppen och inte bara jämfört med de andra grupperna.

6 Diskussion

I detta avsnitt diskuteras de olika dimensionerna i förhållande till de demografiska grupperna som använts. Resultaten generaliseras och sammanfattas i syfte att blicka framåt med forskningen. Förslag till vidare forskning presenteras.

Forskningsfråga 1 ämnade att undersöka vilka motivationsfaktorer som var de viktigaste för volontärer på ett svenskt sportevenemang. Forskningsfråga 2 gick ut på att undersöka skillnader mellan demografiska grupper genom att jämföra skillnader mellan kön, ålder och huvudsaklig sysselsättning. Syftet med denna uppsats var att mäta, beskriva och analysera motivationsfaktorer hos volontärer i ett svenskt sportevenemang för att förstå betydelsen av de demografiska variablerna kön, ålder och huvudsaklig sysselsättning och hur det påverkar motivationen. Detta för att information som den här har stort värde för sportevenemang som lägger mycket resurser på att rekrytera och behålla volontärer. Genom denna studie kan organisationerna bakom sportevenemangen få en förståelse för vad som motiverar olika demografiska grupper för att lättare kunna tillgodose volontärernas olika behov och önskemål för ett givande och långvarigt samarbete.

6.1 Diskussion indelat enligt dimensionerna

6.1.1 Social Interaktion

Resultatet visade på att dimensionen Social Interaktion (3,85) var den viktigaste för gruppen som helhet med högst genomsnitt, vilket har stöd i Bang & Ross (2009) forskning som visade att volontärerna volontärarbetar för att träffa nya människor. Social Interaktion innebär enligt Esmond & Dunlop (2004) att volontärerna trivs i den sociala atmosfär som evenemanget skapar och de volontärarbetar för att utöka sina sociala nätverk. Det var en viktig dimension för alla volontärer även om den var av större vikt för gruppen Unga än för gruppen Gamla. En slutsats som dras av detta är att det för Volvo Ocean Race kan vara positivt att skapa möjligheter för deras volontärer i allmänhet och för de yngre volontärerna i synnerhet att få utöka sina nätverk på ett naturligt sätt både i och utanför själva evenemanget. Detta i linje med hur Phillips & Phillips (2010) skriver att det är viktigt att anpassa de symboliska belöningarna till volontärerna.

6.1.2 Förståelse

Näst högst genomsnitt hade dimensionen Förståelse (3,7). Esmond & Dunlop (2004) menar att detta tyder på att många av volontärarbetarna söker en djupare förståelse av antingen sig själva eller den organisation man volontärarbetar för samt att de söker ny kunskap. Det indikerar också att dessa volontärarbetare vill få med sig nya erfarenheter från evenemanget (Esmond & Dunlop 2004). Det var framförallt högt hos grupperna Studerande (4.33 i genomsnitt) och Unga (4.02 i genomsnitt), vilket styrks av SST (Fung, Carstensen & Lang 2001) som menar att det finns en negativ korrelation mellan ålder och kunskapssökande, vilket är snarlikt dimensionen Förståelse (Okun & Schultz 2003). Volvo Ocean Race kan alltså med fördel undersöka vilka erfarenheter som efterfrågas för att sedan försöka tillgodose

dessa, även här som Phillips & Phillips (2010) skriver om att anpassa de symboliska belöningarna.

6.1.3 Värderingar

Att dimensionen Värderingar endast fick 3,14 som medelvärde i undersökningen är intressant. Trots att mycket tidigare forskning tyder på att detta har stor vikt, både hos hjälporganisationer (Okun & Schultz 2003; Burns et al 2006; Principi, Chiatti & Lamura 2012), religiösa organisationer (Wong & Foo 2011) och i sportevenemang (Bang, Ross & Reio 2012; Schlesinger & Gubler 2016) verkar det inte stämma in på Volvo Ocean Race. I analysdelen beskrevs att detta skulle kunna hänga ihop med den individualism som Hofstede (1983) skriver att svenskar har. Å andra sidan betyder 3,14 i genomsnitt inte att dimensionen är oviktigt även om det gav lägre svar än förväntat med flera andra dimensioner som fick högre medelvärde (se Tabell 2). Inga signifikanta skillnader mellan de demografiska grupperna hittades, varken för kön, ålder eller sysselsättning. Däremot dras inte några större slutsatser av resultatet utan snarare visar detta på att vidare forskning behövs på området i svenska evenemang eftersom tidigare forskning utanför Sverige har gett ett annat resultat.

6.1.4 Skyddande

Den minst viktiga anledningen att volontärarbete för gruppen i helhet var Skyddande (1,53). Detta innebär enligt Esmond & Dunlop (2004) att volontärerna varken behöver fly från vardagen eller glömma bort negativa tankar om sig själva genom volontärarbete. Esmond & Dunlops (2004) forskning visade också att Skyddande var något som inte var en viktig dimension (2,32). Att dimensionen Skyddande fick lägst genomsnitt tolkas som att de volontärer som väljer att volontärarbete för Volvo Ocean Race är människor som generellt mår bra. Skillnaden mellan både Unga och Gamla samt mellan Studerande och Arbetande är intressant då grupperna Unga och Studerande svarat högre än grupperna Gamla och Arbetande i denna dimension (Se tabell 4 & 5). Både Unga och Studerande vill alltså i en större utsträckning fly negativa känslor genom att volontärarbete (Esmond & Dunlop 2004), även om det är i liten omfattning även för dessa grupper.

Att unga människor mår dåligt har redan konstaterats av Kosidou et al. (2012), men andelen människor av volontärerna som mår dåligt verkar liten. MacLean & Hamm (2007) visade på att volontärerna i ett golfevenemang delvis volontärarbetade för att fly vardagen och för att känna sig mindre ensamma, vilket inte stämmer överens med resultatet i denna studie. Däremot visade resultatet på den negativa korrelation som finns mellan ålder och dimensionen Skyddande som både Wang & Wu (2014) och Okun & Schultz (2003) också fick fram i sina studier. Beaktning bör dock tas i att den enda gruppen som skiljer sig signifikant från de andra två är Unga, vilket styrker den negativa korrelationen till viss del, men det kan inte i denna studie styrkas att Medelålders skiljer sig signifikant mot Gamla. Med den åldersindelning som valts kan man då se att brytpunkten ligger mellan 49 och 50 års ålder, där det finns en signifikant skillnad. I denna situation spelar åldersindelningen stor roll och det är sannolikt att man fått ett annat resultat med en annan indelning. Eftersom dimensionen Skyddande fick ett lågt medelvärde kan man tänka sig att detta, tillsammans med ytterligare forskning, skulle kunna generaliseras för andra volontärsgrupper i svenska sportevenemang.

6.1.5 Självkänsla

Gällande dimensionen Självkänsla visade resultatet något som varken reflekterats över eller ingår i hypoteserna. Gruppen Övrigt (exempelvis arbetslösa eller pensionärer) hade en signifikant skillnad mot gruppen Arbetande, vilket tyder på att människor som går sysslolösa söker efter meningsfulla sätt att fylla sin tid med och därmed öka sin självkänsla. Eftersom fördelningen av gruppen Övrigt inte går att se begränsas möjligheterna till större slutsatser om detta. Däremot visar datan i undersökningen att 62% i gruppen är över 65 år och åtminstone närmar sig pension. Detta var den dimensionen med högst medelvärde (3,72) för gruppen Övrigt vilket visar att det är en viktig motivationsfaktor för gruppen. Det kan vara fördelaktigt för volontärsansvariga att, som Esmond & Dunlop (2004) är inne på, visa dessa människor uppskattning och berätta för dem att de gör nytta och är viktiga för att evenemanget ska bli lyckat för att motivera dem genom ökad självkänsla. Inga signifikanta skillnader fanns varken mellan könen eller mellan olika åldersgrupper.

6.1.6 Karriärsutveckling

Tidigare forskning har visat att unga människor volontärarbetar för att bygga sina karriärer i större utsträckning än äldre (Gidron 1978; Wang & Wu 2014; Schlesinger & Gubler 2016; Wollebaek, Skirstad & Hanstad 2012; VanSickle, Pierce & Diacin 2015). Denna studies resultat bekräftar detta. Det kan då vara till fördel för volontärsansvariga att få med någon form av utbildning för de yngre volontärerna och studenterna för att de ska bli nöjda. För att öka volontärernas motivation kan arbetsuppgifter anpassas så de får utmanande uppgifter som lär dem något nytt. Om anledningen till att man har valt att volontärarbeta är för att få lära sig nya saker och man får en arbetsuppgift som upplevs alltför trivial finns det en risk att motivationen hos denna volontär minskar.

Signifikansnivån mellan Studerande och Arbetande var 0,083, vilket gör att inga slutsatser kan dras av detta med den signifikansnivå som varit utgångspunkt i denna studie. Med "p<0,1" hade man dock kunnat visa på att studenter i högre grad än arbetare och övriga volontärarbetar för att få in en fot på arbetsmarknaden.

6.1.7 Resterande dimensioner

Då övriga dimensioner inte haft varken högt medelvärde (se Tabell 2) eller signifikanta skillnader (med undantaget Reaktion) togs beslutet att inte diskutera dessa vidare då det inte bidrar till forskningsfrågor eller syfte.

6.1.8 Skillnader mellan kön

En del i forskningsfråga 2 fokuserade på de skillnader som kan finnas mellan könen. Undersökningen visade dock inte på några signifikanta skillnader mellan könen (Se tabell 3). Detta resultat kan generaliseras för alla Volvo Ocean Races volontärer då könsfördelningen i respondentgruppen mellan kvinnor och män speglar könsfördelningen i gruppen som helhet. Resultatet visar att den demografiska indelningen på kön inte är speciellt lämplig i just denna organisation. Eftersom tidigare forskning gällande skillnader mellan könen är från USA (VanSickle, Pierce & Diacin 2015; Pauline & Pauline 2009) och Norge (Wollebaek, Skirstad

& Hanstads 2012) har förklaringar sökts till varför resultatet blev som det blev. Eftersom författarna i USA kom fram till olika slutsatser och Wollebaek, Skirstad & Hanstads (2012) i Norge till skillnad från denna studie kom fram till att det finns skillnader mellan könen är det svårt att hitta ett mönster eller en förklaring till detta. Man hade kunnat tro att de norska volontärerna skulle visa på liknande resultat som de svenska eftersom Hofstede (2011) påtalar att nordbor liknar varandra inom flera områden men det är inget som stöds i resultatet i denna studie. Skillnaderna kan lika gärna ha en naturlig förklaring; exempelvis att evenemangen lockar olika volontärer, att olika undersökningsmetoder använts eller att det faktiskt finns skillnader mellan nationerna gällande motivationen. Vidare forskning på området hade kunnat fokusera på dessa skillnader.

6.2 Rekommendationer för praktiker

Här sammanfattas vilka slutsatser man kan dra om volontärerna på Volvo Ocean Race från denna studie för att underlätta för volontärsansvariga under sportevenemang:

- Studien visar på att när det gäller motivation bör volontärsansvariga inte fokusera på att agera på olika sätt mot män och kvinnor, eftersom de faktorer som motiverar dessa är snarlika. Istället bör man ta hänsyn till skillnader gällande ålder och sysselsättning för att göra volontärerna motiverade.
- Alla volontärer, oavsett kön, sysselsättning och ålder, värderar den sociala atmosfären de möts av och att träffa nya människor högt i sportevenemangssammanhang. Därför kan det vara av fördel för volontärsansvariga att skapa möjligheter till detta. Det skulle exempelvis kunna vara ett rotationssystem där volontärerna får byta arbetspartner/grupp efter en viss tid för att få träffa och arbeta med olika människor.
- Yngre människor volontärarbetar i stor utsträckning för att få ny kunskap om det som Volvo Ocean Race har i fokus. Volontärsansvariga i denna organisation bör därför ge möjligheten till de yngre volontärerna att lära sig mer om exempelvis båtarna, segling och tävlingsupplägg.

6.3 Förslag till framtida forskning

Framtida studier skulle kunna ha fler svarsalternativ på frågor om huvudsaklig sysselsättning, exempelvis lägga till "arbetslös", "pensionär", "sjukskrivna" och "föräldraledig" för att få mer information om volontärerna. Detta eftersom 37 st (30.33 %) svarat Övrigt varav 23 st (62%) är över 64 år gamla i den här undersökningen och dessa är därmed i närheten av svensk pensionsålder. Även yngre som svarat Övrigt har missats då dessa varken studerar eller arbetar, och därmed kan vara exempelvis arbetslösa, sjukskrivna eller föräldralediga.

Vidare studier hade också kunnat kombinera verktyget VMI med andra verktyg för att också fånga upp motivationsfaktorer som verktyget missar. Det skulle exempelvis kunna vara att man får gå på evenemanget om personen volontärarbetar eller att individen har en stor kärlek till evenemanget.

För att lättare kunna generalisera skulle det vara fördelaktigt i framtida studier att göra klart med organisationen om vilken information man får om volontärgruppen. Den information som saknades i denna studie kring åldersstrukturer och huvudsakliga sysselsättningar komplicerade generaliseringen av resultaten.

7 Referenser

Allen, K.R. (2014), *A comprehensive volunteer manual for volunteer managers of the Associated Students, at California State University, Long Beach*, California State University, Long Beach.

Andrews, M. (2003), *Deconstructing volunteerism: The differences between variables predicting student placements and volunteerism activities*, Laurentian University (Kanada).

Bang, H. & Ross, S. (2009), "Volunteer motivation and satisfaction", *Journal of Venue and Event Management*, Vol. 1 No. 1, pp. 61-77.

Bang, H., Ross, S. & Reio, T. G. Jr. (2012). "From motivation to organizational commitment of volunteers in non-profit sport organizations: The role of job satisfaction", *Journal of Management Development*, Vol. 32 Issue: 1, pp. 96-112

Bryman, A. & Bell, E. (2017). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. 3. uppl. Oxford University Press.

Burns, D.J., Reid, J.S., Toncar, M., Fawcett, J. & Anderson, C. (2006), "Motivations to volunteer: The role of altruism", *International Review on Public and Non - Profit Marketing*, vol. 3, no. 2, pp. 79-91.

Carstensen, L. (1992). Social and emotional patterns in adulthood: Support for socioemotional selectivity theory. *Psychology and Aging*. Vol. 7, Iss 3, pp. 331-338.

Carstensen, L. L., Isaacowitz, D. M., & Charles, S. T. (1999), Taking time seriously: A theory of socioemotional selectivity. *American Psychologist*, vol. 54, no. 3, pp. 165-181.

Clary, E.G., Snyder, M., & Ridge, R.D. (1992), "Volunteers' motivations: a functional strategy for the recruitment, placement, and retention of volunteers", *Nonprofit Management and Leadership*, vol. 2, no. 4, pp. 333-350.

Clary, E.G., Snyder, M., Ridge, R.D., Copeland, J., Stukas, A.A., Haugen, J. & Miene, P. (1998), "Understanding and assessing the motivations of volunteers: A functional approach", *Journal of personality and social psychology*, vol. 74, no. 6, pp. 1516-1530.

Cnaan, R.A., & Goldberg-Glen, R.S. (1991). Measuring motivations to volunteer in human services. *Journal of Applied Behavioral Science*, vol. 27, Iss. 3, pp. 269-284.

Eisner, D., Grimm, R.T., Maynard, S., & Washburn, S. (2009). The new volunteer workforce. *Stanford Social Innovation Review*, vol. 7 Iss. (1), pp. 32–37.

Energize Inc (Summer 2001). Arden Brummell, *The value of volunteering*. <https://www.energizeinc.com/art/value-volunteering> [2018-02-14]

Esmond, J. & Dunlop, P. (2004). "Developing the Volunteer Motivation Inventory to Assess the Underlying Motivational Drives of Volunteers in Western Australia". Australia: CLAN WA Inc.

Fokus (2014-05-06) *Folk tror evenemang är mer lönsamma än de är.* <https://www.fokus.se/2014/05/folk-tror-evenemang-ar-mer-lonsamma-an-de-ar/> [2018-02-14]

Formogram (2013). *12 tips för webbaserade enkäter och formulär.* <https://www.formogram.com/sv/blog/12-tips-for-webbaserade-enkater-och-formular> [2018-05-28]

Fung, H. H., Carstensen, L. L., & Lang, F. R. (2001). Age-related patterns in social networks among European Americans and African Americans: Implications for socioemotional selectivity across the life span. *INT'L. J. AGING AND HUMAN DEVELOPMENT*, Vol. 52(3) pp. 185-206

Gage, R.L. & Thapa, B. (2012), "Volunteer Motivations and Constraints Among College Students: Analysis of the Volunteer Function Inventory and Leisure Constraints Models", *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, vol. 41, no. 3, pp. 405-430.

Gidron, B. (1978). Volunteer work and its rewards. *Volunteer Administration*, vol. 11, no. 3, pp. 18-32.

Hallmann, K. & Harms, G. (2012), "Determinants of volunteer motivation and their impact on future voluntary engagement", *International Journal of Event and Festival Management*, vol. 3, no. 3, pp. 272-291.

Han, K., Quarterman, J., Strigas, E., Ha, J. & Lee, S. (2013), "Committed Sport Event Volunteers", *The ICHPER-SD Journal of Research in Health, Physical Education, Recreation, Sport & Dance*, vol. 8, no. 2, pp. 45-54.

Hochstetler, J.J. (2014), *Revising the Volunteer Functions Inventory: An Exploratory Study of Additional Functions*, Northcentral University.

Hofstede, G. (1983). *The Cultural Relativity of Organizational Practices and Theories*. Vol. 14, no. 2, pp. 75–89.

Hofstede, G. (2011). *Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context*. *Online Readings in Psychology and Culture*, vol. 2 Iss:1.

Kosidou, K., Hellner-Gumpert, C., Fredlund, P., Dalman, C., Hallqvist, J., Isacson, G. & Magnusson, C. (2012), "Immigration, Transition into Adult Life and Social Adversity in Relation to Psychological Distress and Suicide Attempts among Young Adults", *PLoS One*, vol. 7, no. 10

Kundkoll (u.å.). *Tips till din enkätundersökning.* <http://www.kundkoll.se/tips-till-din-enkatundersokning/> [2018-05-28]

Körner, S. & Wahlgren, L. (2000). *Statistisk data-analys*. Studentlitteratur, Lund.

Lantz, B. (2014). Den statistiska undersökningen - grundläggande metodik och typiska problem. Studentlitteratur AB, Lund. Uppl. 2:1

Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), pp. 370-396.

MacLean, J. & Hamm, S. (2007), "Motivation, commitment, and intentions of volunteers at a large Canadian sporting event", *Leisure/Loisir*, Vol. 31 No. 2, pp. 523-556.

McEwin, M., & Jacobsen-D'Arcy, L. (1992), "Developing a scale to understand and assess the underlying motivational drives of volunteers in Western Australia: Final report". Perth:Lotterywest & CLAN WA Inc.

Okun, M. A., Barr, A., & Herzog, A. R. (1998). Motivation to volunteer by older adults: A test of competing measurement models. *Psychology and Aging*, 13(4), pp. 608-621.

Okun, M.A. & Schultz, A. (2003), "Age and motives for volunteering: Testing hypotheses derived from socioemotional selectivity theory", *Psychology and aging*, vol. 18, no. 2, pp. 231-239.

Pauline, G. and Pauline, J. (2009), "Volunteer motivation and demographic influences at a professional tennis event", *Team Performance Management*, Vol. 15 Nos 3/4, pp. 172-184.

Phillips, L. & Phillips, M. (2010). "Functional preferences and reward Effectiveness in volunteer motivation", *Journal of Business and Retail Management Research*, vol. 04, no. 2.

Principi, A., Chiatti, C. & Lamura, G. (2012), "Motivations of older volunteers in three European countries", *International Journal of Manpower*, vol. 33, no. 6, pp. 704-722.

Riksidrottsförbundet (u.å.) *Internationella idrottsevenemang - engagerar hela Sverige*. http://www.rf.se/globalassets/riksidrottsforbundet/dokument/internationella-evenemang/nationell_strategi.pdf [2018-05-28]

Schlesinger, T. & Gubler, R. (2016). Motivational profiles of sporting event volunteers", *Sport in Society*, vol. 19, no. 10, pp. 1419-1439.

Sohlander Cassel, A. (2014). Unga mår sämre än någonsin. *Aftonbladet*, 20 augusti. <https://www.aftonbladet.se/nojesbladet/tillracklig/article19392187.ab> [2018-04-02]

SurveyMonkey (u.å.a). *10 tips to improve your online surveys*. <https://www.surveymonkey.com/curiosity/10-online-survey-tips/> [2018-05-28]

SurveyMonkey (u.å.b). *Urvalsstorlek för enkät*. <https://sv.surveymonkey.com/mp/sample-size/> [2018-05-28]

VanSickle, J.L., Pierce, D. A., & Diacin, M. (2015) "Volunteer motivations at the 2012 Super Bowl", *International Journal of Event and Festival Management*, Vol. 6 Iss: 3, pp.166-181

Volontärbyrån (2017). *Ideellt engagemang i siffror*. <https://www.volontarbyran.org/sida/ideellt-engagemang-i-siffror> [2018-02-14]

von Essen, J., Jegermalm, M., & Svedberg, L. (2015). "Folk i rörelse: medborgerligt engagemang 1992-2014", Ersta Sköndal högskola arbetsrapportserie

Vårt Göteborg (2017-03-21). *EM i ridsport söker volontärer*. http://www.vartgoteborg.se/prod/sk/vargotnu.nsf/1/kultur_o_fritid.em_i_ridsport_soker_volontarer [2018-02-13]

Wahlgren, L. (2012). SPSS - steg för steg. Studentlitteratur AB, Lund. Uppl. 3.

Wang, C. & Wu, X. (2014), "Volunteers' Motivation, Satisfaction, and Management in Large-scale Events: An Empirical Test from the 2010 Shanghai World Expo", *Voluntas*, vol. 25, no. 3, pp. 754-771.

Wollebaek, D. , Skirstad, B. and Hanstad, D. (2012), "Between two volunteer cultures: social composition and motivation among volunteers at the FIS Nordic World Ski championships", *International Review for the Sociology of Sport* , Vol. 49, No. 1, pp. 22-41.

Wong, C.M. & Foo, K.H. (2011), "Motivational Functions, Gender, Age and Religiosity Influences on Volunteerism: A Singapore Volunteer Organisation Perspective", *Journal of Tropical Psychology*, vol. 1, pp. 31-44.

Yun, G.W. & Trumbo, C.W. (2000). "Comparative response to a survey executed by post, e-mail, & web form", *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 6, no. 1.

8 Bilagor

I detta avsnitt presenteras den enkät som använts för att samla in empirisk data samt en scoring guide över hur påståendena i enkäten är kopplade till Esmond & Dunlops (2004) dimensioner.

8.1 Bilaga 1 - Enkäten

“En organisation som du har volontärarbetat för är delaktiga i ett projekt som handlar om vilka faktorer som motiverar dig som volontärarbetar. I följande undersökning finns olika anledningar och din uppgift är att bestämma hur viktiga de är för dig för att volontärarbete för just den här organisationen.”

“De fyra första frågorna handlar om vem du som svarar är, där vi vill veta ålder, kön, huvudsaklig sysselsättning samt vilken organisation du hjälper. Efter de fyra inledande frågorna kommer påståenden som handlar om varför du har valt att volontärarbete:

- Ålder (i siffror):
- Kön: 1. Man 2. Kvinna 3. Annat
- Huvudsaklig sysselsättning: 1. Studerande 2. Arbetande 3. Övrigt
- Genom vilken organisation som du har volontärarbetat eller kommer volontärarbete för har du fått denna enkät? 1. Volvo Ocean Race 2. Way out West/Luger 3. Hallifornia 4. Annat”

“Varför har du valt att volontärarbete?”

Nästa del av undersökningen innehåller påståenden som handlar om dina erfarenheter som volontär. Var vänlig klicka i det nummer du tycker är närmast din åsikt för varje påstående, på en skala från 1-5 där 1 motsvarar ”Instämmer absolut inte” upp till 5 som motsvarar ”Instämmer helt och hållet”. Det finns inga rätta eller fel svar, utan vi vill bara ha din ärliga åsikt. Var vänlig och svara på samtliga påståenden.

Den 5-gradiga skalan ser ut enligt följande:

- 1 = Instämmer absolut inte
- 2 = Instämmer inte
- 3 = Varken eller
- 4 = Instämmer
- 5 = Instämmer helt och hållet”

1. Jag volontärarbetar för att jag bryr mig om de som är mindre lyckligt lottade än jag är
2. Att bli uppskattad av organisationen jag jobbar för är viktigt för mig
3. Jag volontärarbetar för att jag ser fram emot de sociala tillfällena som volontärarbete ger mig
4. Jag volontärarbetar för att jag tror att det jag ger till samhället får jag tillbaka
5. Jag gillar att hjälpa människor eftersom jag själv har befunnit mig i tuffa situationer tidigare
6. Jag volontärarbetar eftersom det är en glädjeskapande upplevelse för mig
7. Jag volontärarbetar för att mina vänner volontärarbetar

8. Jag volontärarbetar för att det känns som att jag skapar viktiga arbetskontakter genom volontärarbetet
9. Jag volontärarbetar för att jag kan lära mig mer om frågan som evenemanget har i fokus
10. Jag volontärarbetar för att minska skuld känslorna över att vara mer lyckligt lottade än andra
11. Jag volontärarbetar för att jag genuint bryr mig om den grupp jag hjälper
12. Att bli respekterad av personal och andra volontärarbetare hos min uppdragsgivare är inte viktigt för mig
13. De sociala möjligheter som min uppdragsgivare ger mig är viktiga för mig
14. Att volontärarbete ger mig chansen att försäkra mig om att folk inte behöver gå igenom samma sak som jag har gått igenom
15. Jag volontärarbetar för att det får mig att känna mig som en god människa/bra person
16. Jag volontärarbetar för att folk nära mig volontärarbetar
17. Jag har inga planer att hitta ett jobb genom att volontärarbete
18. Jag volontärarbetar för att volontärarbete kan ge mig nya perspektiv på saker och ting
19. Jag volontärarbetar för att volontärarbete hjälper mig att ta mig igenom mina egna problem
20. Jag volontärarbetar för att jag känner medkänsla för folk i behov av hjälp
21. Jag behöver inte få någon feedback på mitt volontärarbete
22. Jag volontärarbetar för att jag känner att det är ett sätt att utöka mitt sociala nätverk
23. Jag relaterar ofta erfarenheter från mitt volontärarbete till mitt privatliv
24. Jag volontärarbetar eftersom det får mig att känna mig viktig
25. Jag volontärarbetar eftersom människor som jag känner delar ett intresse för att göra samhällsnytta
26. Jag volontärarbetar eftersom jag känner att det kommer hjälpa mig att hitta jobbmöjligheter
27. Jag volontärarbetar eftersom det ger mig möjlighet att lära genom praktisk erfarenhet
28. Jag volontärarbetar eftersom det är ett bra sätt att fly från mina egna problem
29. Jag volontärarbetar eftersom jag känner att det är viktigt att hjälpa andra
30. Jag gillar att arbeta för en organisation som behandlar sina volontärer och anställda på samma sätt
31. Jag volontärarbetar eftersom det är ett sätt för mig att skaffa nya kompisar
32. Att volontärarbete hjälper mig att handskas med vissa av mina egna problem
33. Jag volontärarbetar eftersom det då känns som att jag gör nytta

34. Jag volontärarbetar eftersom andra i min närhet sätter ett högt värde på att göra samhällsnytta
35. Jag volontärarbetar eftersom det ger mig möjlighet att utveckla mina arbetsfärdigheter
36. Jag volontärarbetar eftersom jag kan lära mig att hantera olika typer av människor
37. Jag volontärarbetar eftersom oavsett hur dåligt jag mår så hjälper volontärarbete mig att glömma det
38. Jag volontärarbetar eftersom jag kan göra något för en god sak som är viktig för mig
39. Jag känner att det är viktigt att få beröm för mitt volontärarbete
40. Jag volontärarbetar eftersom jag tror att bra saker händer mig om jag gör bra saker för andra
41. Jag volontärarbetar eftersom det håller mig sysselsatt
42. Jag volontärarbetar eftersom det är en viktig aktivitet för de som jag känner bäst
43. Jag volontärarbetar eftersom det gör att jag kan utforska mina egna styrkor
44. Jag volontärarbetar eftersom det gör att jag känner mig mindre ensam

8.2 Bilaga 2 - Scoring guide för VMI-påståendena

I denna bilaga kan man utläsa vilka påståenden som hör ihop med vilka dimensioner och hur man räknar ut medelvärde för respektive dimension.

Dimension	Nummer på frågorna					Summa	/antal besvarade frågor
Värderingar	1	11	20	29	38		/(5)
Erkännande	2	12*	21*	30	39		/(5)
Social Interaktion	3	13	22	31			/(4)
Reciprocitet	4				40		/(2)
Reaktion	5	14	23	32			/(4)
Självkänsla	6	15	24	33	41		/(5)
Socialt	7	16	25	34	42		/(5)
Karriärsutveckling	8	17*	26	35			/(4)
Förståelse	9	18	27	36	43		/(5)
Skyddande	10	19	28	37	44		/(5)

I det utvecklade VMI är olika påståenden kopplat till olika dimensioner. För att utläsa vilka påståenden som hör till vilka dimensioner har vi skapat ”Mall 1”. Det utvecklade VMI består av 44 anledningar som kan motivera till att utföra volontärarbete och respondenterna svarade på i vilken utsträckning de höll med eller inte höll med varje påstående. Detta genom att de markerade 1 till 5 på en Likertskala i enlighet med sina egna erfarenheter.

Påstående 12, 17 och 21, märkta med en asterisk (*), omkodades så att 1 blev 5, 2 blev 4, 4 blev 2 och 5 blev 1 eftersom de var negativt formulerade påståenden. Samtliga påståenden sammanställdes sedan i tio olika dimensioner som representerade olika motivationsfaktorer. Varje respondent fick ett genomsnittsvärde på varje dimension baserat på hur de svarat på de påståenden som hör till respektive dimension, enligt denna Scoring guide.

Efter detta sammanställdes samtliga svar för varje dimension och delades på antalet respondenter för att få fram vilka dimensioner som var de viktigaste för gruppen i stort. I studien undersöktes också skillnader mellan de olika demografiska aspekterna (ålder, kön och sysselsättning).



HÖGSKOLAN I BORÅS

Besöksadress: Allégatan 1 · Postadress: 501 90 Borås · Tfn: 033-435 40 00 · E-post: registrator@hb.se · Webb: www.hb.se