**Wolontariat pracowniczy – czy może nadać sens naszej pracy?**

**Czy dziś, żeby być zadowolonym z pracy, wystarczy tylko dobrze zarabiać? Instynktownie szukamy znaczenia w działaniach, które zajmują większość naszych produktywnych lat. Dlatego zadajemy pytania o sens pracy. Alicja Kotłowska, ekspertka zarządzania z Uniwersytetu SWPS i autorka książki „Twoja Praca” (2025) wyjaśnia, jak zwiększenie poczucia sensu pracy może przełożyć się na większą satysfakcję, a także lojalność i wydajność pracowników. Tylko jak ten sens zbudować? Odpowiedzią może być wolontariat pracowniczy.**

W świecie, gdzie praca pochłania dużą część naszego życia, coraz częściej zadajemy sobie pytanie: „Po co pracuję, jaki to ma sens?”. Odpowiedzi nie znajdziemy już tylko w pensji czy prestiżowym stanowisku. Prawdziwy sens pracy to coś znacznie głębszego.

**Czym jest sens pracy i dlaczego ma znaczenie?**

Sens pracy (ang. *meaning of work*) to subiektywne poczucie, że wykonywana praca **ma wartość, cel i znaczenie** – zarówno dla jednostki, jak i dla innych. Oznacza postrzeganie pracy jako **istotnej, celowej i zgodnej z osobistymi wartościami**, a nie jedynie jako źródła dochodu czy obowiązku. [[1]](#footnote-0)

– Świadomość, że nasza praca wywiera realny wpływ na innych ludzi, otoczenie, a czasem nawet świat jest równie ważna, jak zgodność z wartościami – poczuciem, że to, co robimy, pozostaje w harmonii z naszymi osobistymi przekonaniami i systemem etycznym – wyjaśnia Alicja Kotłowska, ekspertka zarządzania z Uniwersytetu SWPS.

Sens pracy pozwala utożsamiać się z wykonywanym zawodem i wzmacnia poczucie, że „to kim jestem, wynika z tego, co robię.” Ostatecznie, gdy praca ma sens, rodzi się zaangażowanie – wówczas nie tylko „odsiadujemy godziny”, ale naprawdę chcemy coś tworzyć, zmieniać i rozwijać.

– Dlaczego to wszystko jest tak ważne? Bo pracownicy, którzy dostrzegają sens swojej pracy, są znacznie bardziej zmotywowani, wykazują większą lojalność wobec organizacji i są bardziej wydajni – podkreśla ekspertka.

**Po co pracujemy? Szukanie sensu poza wypłatą**Według Raport Randstad Workmonitor 2025 niemal połowa badanych pracowników nie przyjęłaby oferty pracy w firmie, której wartości nie są zgodne z ich własnymi. Zarobki są ważne dla pracowników, ale hasło „dobra praca to tylko dobra płaca” jest obecnie mniej aktualne, szczególnie dla młodszych pokoleń. Dla większości z nas praca definiuje naszą tożsamość – to, kim jesteśmy. Dlatego też już w latach 70. XX wieku w ramach modelu cech pracy (ang. *job characteristic model*) Hackmana i Oldhama (1976)[[2]](#footnote-1) naukowcy dostrzegli, że spójność wartości jednostki i organizacji jest niezwykle ważna dla sensu pracy.

Wyobraźmy to sobie: wegetarianka przygotowująca burgery w popularnej restauracji sieciowej raczej nie znajdzie w tym zajęciu sensu – codziennie wykonując pracę, która stoi w sprzeczności z jej przekonaniami. Podobnie pracownik, który głęboko wierzy w ochronę środowiska, poczuje wewnętrzny konflikt, jeśli będzie zatrudniony w firmie przyczyniającej się do degradacji planety. Z drugiej strony, osoba silnie nastawiona na karierę i sukces finansowy prawdopodobnie nie odnajdzie spełnienia, pracując w fundacji pomagającej ofiarom przemocy – nie dlatego, że to nie jest wartościowa działalność, ale dlatego, że jej osobiste priorytety są gdzie indziej.

Każdy z nas kieruje się własnym zestawem wartości – i to właśnie one są kluczem do odnalezienia sensu w pracy. Najważniejsze jest zatem nie to, by zmieniać siebie, ale by świadomie szukać dopasowania między tym, co dla nas ważne, a tym, czym żyje nasz pracodawca.

– Gdy wartości osobiste i organizacyjne się spotykają, praca przestaje być tylko obowiązkiem, a staje się źródłem energii, motywacji i głębokiego poczucia sensu – wskazuje Alicja Kotłowska.

**Co może zrobić pracodawca, aby praca nie była „bez sensu”?**

Według teorii autodeterminacji (*Self-Determination Theory*, SDT), opracowanej przez Richarda Ryana i Edwarda Deciego[[3]](#footnote-2), poczucie sensu pracy nie wynika wyłącznie z zewnętrznych nagród, takich jak wynagrodzenie czy awanse, lecz z wewnętrznego przekonania, że to, co robimy, jest zgodne z naszymi wartościami, celami i tożsamością. Kluczowym założeniem SDT jest to, że motywacja wewnętrzna – ta najbardziej trwała, głęboka i autentyczna – rodzi się, gdy zaspokojone są trzy podstawowe potrzeby: autonomia, kompetencja i relacja.

**Autonomia** oznacza poczucie, że mamy wpływ na to, co i jak robimy. Gdy pracownik może podejmować decyzje, współtworzyć cele lub dobierać metody działania, czuje, że to on kieruje swoim wysiłkiem, a nie jest tylko wykonawcą cudzych poleceń. To właśnie ta wolność wyboru buduje poczucie sprawczości i wewnętrznej spójności, które przekładają się na głębsze przeżywanie sensu pracy.

**Kompetencja** to potrzeba bycia skutecznym – chęć ciągłego rozwijania umiejętności, zdobywania wiedzy i odnoszenia sukcesów. Pracownik, który widzi, że się rozwija, osiąga cele i rozwiązuje problemy, zyskuje nie tylko pewność siebie, ale także doświadcza satysfakcji z realnego wpływu, jaki wywiera. Ta świadomość staje się źródłem głębokiego sensu – praca przestaje być tylko zadaniem, a staje się przestrzenią samorealizacji.

**Relacja** odnosi się do potrzeby bycia częścią wspólnoty – doświadczania więzi, współpracy i wsparcia. Praca, w której czujemy się szanowani, słuchani i związani z innymi, nabiera ludzkiego wymiaru. Zaczyna mieć znaczenie nie tylko przez to, co robimy, ale także z kim i dla kogo to robimy.

Gdy te trzy potrzeby są spełnione, pracownicy nie tylko są bardziej zmotywowani, ale także głębiej doświadczają sensu pracy. Nie traktują jej wyłącznie jako obowiązku, ale jako istotną część życia, która daje im radość, cel i poczucie wartości. Z perspektywy organizacji oznacza to większe zaangażowanie, lojalność, a także odporność psychologiczną wobec stresu i wypalenia.[[4]](#footnote-3)

**Czy wolontariat w pracy może pomóc pracownikom w znalezieniu sensu?**

Wolontariat pracowniczy to działania społeczne podejmowane przez pracowników z inicjatywy lub przy wsparciu pracodawcy – w czasie pracy. Może przybierać różne formy: od udziału w akcjach charytatywnych, przez mentoring młodzieży, po *pro bono consulting* dla NGO. Najczęściej firma udostępnia czas, zasoby, wiedzę lub infrastrukturę, aby umożliwić pracownikom zaangażowanie się w działania społeczne.

Najważniejsze jest osobiste zaangażowanie. Łatwiej jest ofiarować pieniądze na cele charytatywne, a trudniej – znaleźć czas i zaangażować się. Ale osobiste zaangażowanie w sprawy naszego otoczenia to coś więcej i wolontariat pracowniczy to umożliwia.

Z perspektywy pracodawcy chodzi właśnie o zaangażowanie. Dlaczego? Bo badania pokazują, że zaangażowani społecznie pracownicy są bardziej przywiązani do firmy i częściej utożsamiają się z jej misją.

– Wolontariat może być silnym wyróżnikiem przy rekrutacji (ang. *employer branding*). Wspólne działania społeczne integrują zespoły i wzmacniają komunikację, a to poprawia wewnętrzną kulturę organizacyjną. Wolontariat to przestrzeń do rozwoju kompetencji liderskich, do zdobywania nowych doświadczeń i uczenia się przez działanie – dodaje ekspertka.

**Jak wdrożyć wolontariat w praktyce?**

Pierwszym krokiem jest diagnoza – warto dowiedzieć się, czy pracownicy są zainteresowani pomocą społeczną, jakie formy aktywności są im najbliższe, jakie mają zasoby i jakie tematy szczególnie ich poruszają. To pozwala dopasować program do ich realnych oczekiwań i możliwości. W kolejnym etapie można wybrać odpowiednią formułę działania. Może to być **wolontariat indywidualny**, w którym pracownicy samodzielnie wybierają inicjatywy i angażują się w nie poza firmą. Alternatywą jest **wolontariat grupowy** – na przykład organizowanie dni wolontariatu, w których cały zespół wspólnie działa na rzecz wybranej sprawy. Trzecią opcją jest **wolontariat kompetencyjny**, czyli dzielenie się wiedzą i doświadczeniem – poprzez mentoring, doradztwo lub prowadzenie szkoleń dla organizacji społecznych.

– Aby program działał sprawnie, potrzebne są solidne ramy organizacyjne – jasno opisane zasady, wsparcie ze strony działu HR oraz koordynator, który będzie łączył inicjatywy społeczne z rzeczywistością firmy. Równie ważna jest komunikacja – pokazanie, że firma naprawdę wspiera wolontariat, i zachęcanie do udziału poprzez inspirujące historie, relacje czy materiały promujące zaangażowanie – wyjaśnia Alicja Kotłowska.

Na koniec nie można zapomnieć o mierzeniu efektów. Warto zbierać dane zarówno ilościowe – ile godzin przeznaczono na działania, ilu beneficjentów skorzystało – jak i jakościowe: jakie były efekty społeczne i jak pracownicy oceniają swoje doświadczenia. Docenienie i nagrodzenie zaangażowania wzmacnia pozytywne emocje i buduje kulturę odpowiedzialności, która zostaje z firmą na dłużej.

**Przykłady z polskiego rynku**

Firm wprowadzających wolontariat pracowniczy w Polsce jest coraz więcej. O konkretnych praktykach w swoich otwartych publikacjach informują [m.in](http://m.in). Bank BNP Paribas, PwC czy Bank Pekao S.A.

Bank BNP Paribas od 2011 roku prowadzi program wolontariatu pracowniczego pod nazwą „Możesz na mnie polegać”. Pracownicy biorą udział w licznych inicjatywach społecznych, takich jak Szlachetna Paczka czy wolontariat kompetencyjny, m.in. edukacja finansowa w szkołach w ramach programu BAKCYL. Każdy zatrudniony w banku ma do dyspozycji 24 płatne godziny rocznie na wolontariat. Program wpisuje się również w globalną inicjatywę Grupy BNP Paribas #1MillionHours2Help.

W PwC Polska realizowany jest program „Social Impact”, w którym pracownicy angażują się w inicjatywy mające wpływ społeczny. W jego ramach powstają m.in. audiobooki dla dzieci w szpitalach, prowadzone są warsztaty dla młodzieży, a także inicjatywy pomocowe skierowane do uchodźców. Każdy pracownik PwC może przeznaczyć trzy godziny pracy miesięcznie na działania wolontariackie.

Bank Pekao S.A. również rozwija program wolontariatu pracowniczego, w którym zatrudnieni angażują się w akcje ekologiczne, takie jak sprzątanie lasów, a także organizują wydarzenia sportowe i kulturalne dla dzieci, na przykład „Bieg po uśmiech”. Dodatkowo bank wspiera uchodźców, organizując zbiórki darów i dostarczając niezbędne artykuły pierwszej potrzeby.

Warto zadbać o pozytywny wpływ na otoczenie. Na wolontariacie zyskuje wizerunek firmy, a pracownikom daje on satysfakcję, że to co robią, ma głębszy sens.

**\*\*\*\***

**Uniwersytet SWPS** to nowoczesna uczelnia oparta na trwałych wartościach. Silną pozycję zawdzięcza połączeniu wysokiej jakości dydaktyki z badaniami naukowymi prowadzonymi na najwyższym poziomie. Uczelnia kształci blisko 17 tysięcy studentek i studentów w tym ponad tysiąc z zagranicy oraz ponad 4 tys. słuchaczek i słuchaczy studiów podyplomowych na blisko 50 kierunkach studiów stacjonarnych i niestacjonarnych i ok. 200 kierunkach studiów podyplomowych. Uniwersytet oferuje programy studiów z psychologii, prawa, zarządzania, dziennikarstwa, filologii, kulturoznawstwa, nowych technologii oraz grafiki i wzornictwa, a także edukację w postaci szkoleń i krótkich kursów akademickich. Uczelnia dba o wysoką wartość akademicką naszych programów oraz ich dostosowanie do wymagań zmieniającego się rynku pracy. Kampusy Uniwersytetu SWPS znajdują się w sześciu miastach: Warszawie (siedziba), Wrocławiu, Sopocie, Poznaniu, Katowicach i w Krakowie.

Uczelnia posiada uprawnienia do nadawania stopnia doktora oraz doktora habilitowanego w siedmiu dyscyplinach: psychologia, nauki o kulturze i religii, literaturoznawstwo, nauki prawne, nauki socjologiczne, nauki o polityce i administracji, sztuki plastyczne i konserwacja dzieł sztuki. Na Uniwersytecie SWPS funkcjonuje pięć instytutów naukowych, które zajmują się organizacją i koordynacją działalności naukowej pracowników badawczych i badawczo-dydaktycznych uczelni w poszczególnych dyscyplinach: Instytut Psychologii, Instytut Nauk Humanistycznych, Instytut Nauk Społecznych, Instytut Prawa oraz Instytut Projektowania. W uczelni działa blisko 30 centrów badawczych oraz ponad 120 kół naukowych.

Uniwersytet SWPS należy do sojuszu European Reform University Alliance (ERUA). Jest to sojusz uczelni zawarty w ramach Inicjatywy Uniwersytetów Europejskich, powołanej i finansowanej przez Komisję Europejską.

1. Rosso, B. D., Dekas, K. H., & Wrzesniewski, A. (2010). *On the meaning of work: A theoretical integration and review.* Research in Organizational Behavior, 30, 91–127. https://doi.org/10.1016/j.riob.2010.09.001 [↑](#footnote-ref-0)
2. J. R. Hackman, G. R. Oldham, *Motivation through the design of work: Test of a theory*, „Organizational Behavior & Human Performance”, 1976, 16 (2), s. 250 – 279, <https://doi.org/10.1016/0030-5073(76)90016-7> [dostęp: 1.03.2024]. [↑](#footnote-ref-1)
3. Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2017). *Self-determination theory: Basic psychological needs in motivation, development, and wellness.* The Guilford Press. https://doi.org/10.1521/978.14625/28806 [↑](#footnote-ref-2)
4. Kotłowska, A. (2025). *Twoja Praca. Jak osiągnąć dobrostan i uniknąć wypalenia zawodowego*. Onepress. [↑](#footnote-ref-3)