

Az online és az offline önkéntes elégedettséget és lojalitást befolyásoló tényezők vizsgálata

Exploring the factors that influence online and offline volunteer satisfaction and loyalty

BÉLA-CSOVCSICS ANDREA

Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar, csovcsics.andrea@eco.u-szeged.hu

KAZÁR KLÁRA

PhD, Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar, kazar.klara@eco.u-szeged.hu

Absztrakt

Az önkéntesek kulcsszereplői a közösségek formálásának, a társadalmi egység megerősítésének, a globális problémák megoldásának és a pozitív változások előmozdításának. Az internet térhódításával pedig már nem kizárólag offline végezhetnek önkéntes munkát, hanem az online térben is. Jelen tanulmány célja, hogy tisztázza, milyen tényezők járulnak hozzá az online és offline önkéntes tevékenységet folytatók elégedettségéhez, valamint hogy jobban megértsük az elégedettség és az önkéntes tevékenység közötti kapcsolatot. A kutatást online kérdőíves megkérdezés keretében folytattuk le, ahol 201 érvényes választ sikerült összegyűjteni. Az adatokat PLS útelemzés segítségével elemeztük, az eredmények azt mutatják, hogy a szociális tényezők, a szervezeti támogatás és a szakmai fejlődés is szignifikáns hatást fejt ki az önkéntes tevékenységgel való elégedettségre, az utóbbi pedig az önkénteskedés irányába tanúsított lojalitásra. Ezek a hatások azonban nem különböznek a csak offline valamint az offline és online módon is önkénteskedők körében.

Kulcsszavak: online és offline önkéntesség, elégedettség, lojalitás, PLS útelemzés

Köszönetnyilvánítás mindazoknak a szervezeteknek, akik kérdőívünket eljuttatták önkénteseik számára, valamint mindazoknak az önkénteseknek, akik hozzájárultak munkánkhoz.

Abstract

Volunteers are key actors in shaping communities, strengthening social cohesion, solving global problems and promoting positive change. And with the rise of the internet, they can now volunteer not only offline but also online. The aim of this study is to clarify which factors contribute to the satisfaction of online and offline volunteering and to better understand the relationship between satisfaction and volunteering. The research was carried out by an online questionnaire resulted in 201 valid responses. Data were analyzed with the help of PLS path analysis and the results show that social factors, organizational support and professional development has also significant effect on satisfaction; and the latter has also on loyalty. However, those effects are not different between those who are volunteering only on offline way and between those who are volunteering on offline and online way also.

Keywords: online and offline volunteering, satisfaction, loyalty, PLS path analysis

Az absztrakt hivatkozása:

Béla-Csovcsics Andrea, Kazár Klára (2024), Az online és az offline önkéntes elégedettséget és lojalitást befolyásoló tényezők vizsgálata. In: Szűcs K. - Putzer P. (szerk.), A (marketing) világ megkettőződése. Egyesület a Marketing Oktatásért és Kutatásért XXX. Nemzetközi Konferenciájának Absztrakt- és Tanulmánykötete. Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Pécs. 12. o. ISBN: 978-963-626-318-8, <https://doi.org/10.62561/EMOK-2024>