

EYOF 2017 - Önkéntesek bevonása egy európai szintű sportrendezvénybe

Dr. Eisingerné dr. Balassa Boglárka, *PhD*, egyetemi adjunktus, Széchenyi István Egyetem, eisingerne@sze.hu

Az Európai Ifjúsági Olimpia 2017-ben Győrben kerül megrendezésre. A rendezvény sikerességét meghatározza a bevonható önkéntesek száma, motiválása, aktivitása. Hogyan lehet a résztvevő önkénteseket szaktudásukat és nyelvtudásukat is figyelembe véve a megfelelő időben a megfelelő helyre juttatni, biztosítva ezzel a Győr városának nemzetközi imázs építését? Jelen kutatásban az önkéntes tevékenység kerül fókuszba, melyet az elméleti áttekintést követően, a potenciális önkéntes munkát vállalók körében végzett empirikus kutatás bemutatásával vizsgálunk. Az önkéntesség definiálására nincs egységes meghatározás, számos aspektusból elemezhető, és tipizálható, ezért a feltárt definíciók ismertetését követően a szerzők meghatározzák azokat az ismérveket, melyeket a tanulmányban is a fogalom alapjául vesznek. Az önkéntesség hazai megítéléséről alkotott kép felvázolása mellett, összegezzük a nemzetközi trendeket, valamint az Európai Unió önkéntességéről alkotott véleményét is. A tanulmány második felében a kutatásunk kerül bemutatásra, mind a szakértői mélyinterjúk, mind a kérdőíves felmérés és ezek eredményei, melyek átfogó képet nyújtanak a hazai önkéntesség megítéléséről, valamint a kvantitatív kutatásba bevont fiatalok motivációjáról. Végül bemutatásra kerülnek azok a marketinglehetőségek, melyek az önkéntesek motiválásában segítik a szervezőket.

Kulcsszavak: önkéntesség, motiváció, empirikus kutatás

EYOF-2017 - Volunteers involvement in aN European sports event

In Győr the European Junior Olympics will be organised in 2017. The success of the program depends on the number, motivation and activity of the volunteers. The following question arises: How can be volunteers delivered to the right place at the right time considering their expertise and language skills ensuring the international image of Győr? The study focuses on the action of volunteering which will be demonstrated by the overview of relevant literature and by the empirical research which was carried out in the group of potential volunteer youths. There is no agreement on how to define the notion "volunteering", it can be analyzed and categorized from many different aspects thus the writers will specify those attributes which are the basis of the notion used in this paper. Besides introducing the position of Hungarian volunteering, the study will describe also some international trends. In the second part of the study, the primary research will be expounded that contains the results of both, the qualitative and quantitative pieces of research. At least those marketing opportunities are introduced which help for the organisers to motivate the volunteers.

Key words: volunteering, motivation, empirical research

Bevezetés

Az önkéntességgel az Európai Unió szintjén kiemelten foglalkoznak, különös tekintettel a fiatalokra. Számos olyan programot indítottak és indítanak jelenleg is, melyek részben vagy teljes mértékben érintik ezt a területet (European Youth Forum, 2004).

Jelen tanulmányban az önkéntesség fontosságát alapfeltételnek tekintjük, és arra keressük a választ, hogy a potenciális önkéntes jelölteket mi motiválja az önkéntes munkavégzés esetében, milyen típusú munkákat vállalnak szívesen, és milyen az önkéntesség megítélése hazánkban.

A kutatás alapját a 2017-ben, Győr városában megrendezésre kerülő Európai Ifjúsági Olimpiai Játékokhoz kapcsolódó önkéntes tevékenység felmérése jelenti, melynek vizsgálatára a Győr Megyei Jogú Város Önkormányzata kérte fel a kutatócsoportot. Egy nemzetközi szintű sportrendezvény esetében kulcsfontosságú az önkéntesek szerepvállalása, melynek előkészületeit már évekkorábban el kell kezdeni. Ezen írás a kutatás kivonatának tekinthető, ám nagyon lényeges és megfontolandó adatokat és eredményeket tartalmaz, melyek nem csupán az EYOF-hoz kapcsolódóan veendő figyelembe, hanem más rendezvényekhez kötődően is, és a győri kötődésű fiatalok önkéntességhez fűződő viszonyát is feltérképezi.

A cikk a két célcsoportra vonatkozó négy szakértői mélyinterjút mutatja be. Valamennyi megkérdezett a győri Széchenyi István Egyetemmel oktatói és/vagy munkatársi kapcsolatban álló személy, akik nem csak véleményalkotók a témában, hanem akik aktívan kapcsolódnak az önkéntességhez.

Az önkéntesség elméleti háttere

Az egyik megközelítés szerint a karitatív munka beletartozik az önkéntesség fogalomkörébe, más álláspont szerint azonban az önkéntesség nem más, mint ingyenes munkavégzés. Vannak olyan elgondolások, ahol a (tárgyi) adományozás beletartozik az önkéntességbe (Hetsi és Veres 2013).

A társadalmi tőke⁴⁴ egyik legfontosabb ereje az önkéntesség (Czike és Kuti 2006). A társadalmi tőkének számos meghatározó eleme van, ezek közül hármat emelnénk ki. Az első Fukuyama szerint a kultúra (Fukuyama, 1997). Ennek alapján az azonos kultúrából érkezők egyforma hajlandóságot mutatnak az együttműködésre. Például a kínai társadalomban a családi kötelek miatt, mások megsegítése sokkal természetesebb, mint az amerikaiaknak.

Putnam (2000) ettől eltérően, nemes egyszerűséggel az emberi sokszínűséget tartja meghatározónak, vannak, akik társadalmilag érzékenyebbek, míg másokra ez nem jellemző.

„Az önkéntes munka, az önkéntesség megjelenése egy adott társadalomban a történelmi helyzetek, a politika, a vallás és a kultúra függvénye.” (Czike, Bartal 2004).

A számos felvázolt önkéntes definíció és megközelítés közül jelen tanulmányban egy olyan meghatározást követünk, mely három fő attribútumot emel ki, melyek a következők:

- az önkéntes tevékenységet nem elsődlegesen ellenszolgáltatásért végzik,
- valamennyi tevékenység önkéntesen végzett,
- a tevékenység nem az önkéntes saját hasznára irányul, hanem más személy, személyek vagy a társadalom egésze felé,
- szervezett keretek között kell folynia (Wilson, 2000:216).

A harmadik megállapítás kiegészítendő azzal, hogy korábbi felmérések kimutatták, hogy bár az elsődleges célszemélye vagy célcsoportja az önkéntes munkának nem maga az önkéntes, mégis az elvégzett munka számára is hasznot jelent. Ez a haszon nem pénzügyi haszonként

⁴⁴ A társadalmi tőke, mint a társadalomban fellelhető nem anyagi erőforrás (Közösségi Adattár).

realizálódik, hanem például pszichológiai haszonként, miszerint boldogsággal tölti el az egyént, hogy másokon segíthet (Sallam-Safizal–Osman, 2015).

További fontos megjegyzésünk, hogy kutatásunkban csak a formális önkéntesség szerepel, vagyis a szervezett keretek között zajló önkéntes munkavégzés.

Az önkéntes munka helyzete Európában

Az „önkéntességet nemcsak társadalmi értéként, hanem hatékony és fenntartható fejlődési stratégiaként kell szemlélnie Európának” – fogalmazott Marian Harkin ír európai parlamenti képviselő asszony (Molnár, 2011:31). Napjaink globális világában nem csak nemzeti szinten vizsgálódhatunk, hanem fontos elemezni például az Európai Unió álláspontját e kérdéskörben. Az Európai Unióban nemzetközi önkéntesmunka-programok pedig az 1970-es évek óta léteznek (Schröer, R. 2005). Számos program és projekt kiemelten foglalkozott az utóbbi programozási ciklusban is az önkéntesség témájával, többek között a „Europe for citizens (2007-2013)” – azaz Európa a polgárokért program, a „Youth in Action (2007-2013)”, vagy a „Programme for Life-long Learning (LLP)” – vagyis az élethosszig tartó tanulás programja (Angermann, Sittermann 2010).

A 2012-ben Londonban megrendezésre került Olimpiai Játékokhoz kapcsolódó felmérés eredményeiben (Alexander 2015). faktoranalízis segítségével 7 látens változót határoztak meg, melyek az önkéntesek motivációt mutatják be: érték funkció, megértés funkció, szociális funkció, karrier funkció, védelmező funkció, erősítési funkció és az Olimpiai motivációs faktor. Az alkalmazott skálaértékek (1: erősen jellemző, 5: egyáltalán nem jellemző) alapján kialakult sorrend szerint az említésre méltó funkciók a következők maradtak: érték funkció (1,38), Olimpiai motivációs faktor (1,65), megértés funkció (2,48) valamint a karrier funkció (2,96).

Az önkéntesség és a marketing kapcsolódási pontjai

Az önkéntes munka a belső emberi tulajdonságok fejlődését is támogatja. (Kozma 2004, Educatio) Az ilyen jellegű tevékenység az empátiát, társadalmi problémák iránti érzékenységet, valamint a toleranciát, és a szolidaritásra való hajlandóság kifejlődését erősíti.

Az önkéntes programszervezés lépcsői (Bényei, Czike 2003):

- toborzás,
- kiválasztás, felvétel,
- képzés,
- ellenőrzés,
- elismerés,
- elbocsátás.

A toborzást megelőzően még szükséges egy nulladik, megelőző lépcsőfok is. Az önkénteseket fogadni kívánó szervezetnek meg kell határozni, hogy számára milyen a jó önkéntes. A számukra ideális tulajdonságokat és nélkülözhetetlen képzettségeket meg kell állapítani. Arról is döntést kell hozni, hogy mikor, miért és hol van szükség önkéntesek bevonására (Nagy, 2008).

Toborzás

A sikeres toborzáshoz a marketinget kell segítségül hívni, nem hatékony pusztán a társadalom (bizonyos rétegeire) várakozni. A piac szegmentációhoz, a célpiacok meghatározásához és a megfelelő kommunikációhoz ismerni kell az önkéntes tevékenységre hajló személyek motivációit és jellemzőit. Továbbá nem elhanyagolható szempont, hogy mely területeken

végeznek szívesen önkéntes munkát a megkérdezettek. Megfelelő kommunikáció nélkül a munkára alkalmas és azt szívesen végzők csak egy része fog megjelenni a kívánt területen (Hetesi, Veres, 2013).

2011-ben a Debreceni Egyetem hallgatói körében végeztek egy nagyszabású kutatást, melynek keretében az önkéntesség témaköre is kivizsgálásra került (Fényes, Kiss 2011). A kutatás megállapította, hogy hat fő területre osztható az önkéntes munkavégzés:

- egészségügy,
- szociális szolgáltatások,
- oktatás és kultúra,
- sport és szabadidő,
- esélyegyenlőség, jogvédelem, egyenlő bánásmód értékei mentén,
- környezetvédelem.

Kiválasztás, felvétel

Annak érdekében, hogy a megfelelő önkéntes kerüljön a megfelelő pozícióba meg kell ismerni a jelentkezőket. A hatékonyság növelése érdekében a megfelelő személyek toborzásán túl, az önkéntesek motiválhatók, ezáltal jobb munkára ösztönözhetőek. Minden önkéntest más motivál arra, hogy idejét, energiáját és tudását a társadalom hasznára fordítsa, azonban motivációjuk szerint három hipotetikus csoport megkülönböztetése lehetséges: a régi, az új és a vegyes önkéntesség. (Czike, Bartal 2004) A régi és az új típusú önkéntesség fő motivációs elemeit hasonlítja össze az 1. számú táblázat:

1. táblázat: a régi és az új típusú önkéntesség összehasonlítása

A régi típusú önkéntesség fő motivációs elemei	Az új típusú önkéntesség fő motivációs elemei
szolidaritás	tapasztalatszerzés
szegényeken való segítség szándék	kihívás, szakmai fejlődés
vallási indíttatás	szabadidő hasznos eltöltés
közösséghez tartozás	új barátok szerzése, kapcsolatok kiépítése

Forrás: Kozma, 2004.

A modern önkéntesek elsősorban a középiskolások és egyetemisták közül kerülnek ki, akiket már nem a jótékonykodás szelleme hajtja, hanem kreatív és gyakorlatias munka lehetősége, és a tudásvágy. Ez a mentalitás ennek ellenére nem zárja ki, hogy közben másokon is segíthessenek, csak a mozgatórugók eltérőek. A saját és más embertársak sorsáért, életéért vállalt felelősség, mások megsegítésére való hajlandóság kialakulása ebben az életszakaszban sajátítható el igazán. (Kozma, 2004.) A fiatal felnőtt korban tapasztalt pszichikai jóérzés, amely embertársaik megsegítéséből fakad, erős hatással van arra, hogy a jövőben milyen mértékben lesznek aktív tagjai a társadalomnak.

A 21. században a szaktudás, a nyelvtudás felbecsülhetetlen kincs lett. Egyre többen tanulnak tovább, de az elméleti tudás megszerzése mellett szükséges a gyakorlati tudás elsajátítása is pl. egy állás elnyeréséhez és megtartásához és a különböző vállalati kultúrák megismerése (Konczosné, 2013). A pályakezdők nagy része szembesül azzal a ténnyel, hogy a tudáson és rátermettségen túl a személyes kapcsolatok megléte elengedhetetlen a mai világban. A társadalmi háléhoz fűződő szálak kiépíthetők az önkéntes munka végzése során is. A mai világban a fiatalok számára már elérhetővé válik, hogy ne csak saját hazájukban próbálják ki magukat önkéntesként, hanem külföldön is (Dolnicar-Randle, 2007).

Képzés

Az önkéntes tevékenység megkezdése előtt szükséges a felkészítés az adott munkára. (Bényei, Czike 2003) Az elvégezendő feladattól függően változik a képzés ideje és formája. A szilveszteri ünneplés utáni köztértakarítás egészen másfajta eligazítást kíván, mint egy véradó napon a nővérek tájékoztatása. Az önkéntesek vezetője, koordinátora felelős azért, hogy minden önkéntes a munka ellátáshoz szükséges eligazítást, képzést megkapja. Fontos kiemelni azt a tényt is, hogy a korábban már önkéntes munkával rendelkezők tapasztalat átadása egy újabb kihívást jelent a szakemberek és a résztvevők felé (Sólyom, 2013).

Ellenőrzés

Az önkéntes munka rendszeressége és minősége nem számon kérhető az önkénteseken, hiszen saját szabadidejüket és tudásokat áldozzák az ügy érdekében. Ez egy tévhit. Természetesen az önkéntesek ellenőrzésére, és indokolt esetben a számonkérésére is szükség van (Bényei, Czike, 2003). Az önkéntes által elvállalt feladat teljesítésért felelősséggel tartozik, és azt legjobb tudása szerint köteles ellátni. Gondoljunk bele milyen fennakadásokat és károkat okozna, ha egy önkéntes nem végezné el a rá kiszabott feladatot. Pl. az önkéntesekből álló, telefonos lelki segély szolgálat egyik embere úgy döntene, hogy ma nem megy be a központba, vagy nem fogadja a hívásokat. Ennél csak az lenne rosszabb, ha bemenne, de szándékosan rosszul végezné a feladatát, udvariatlan és elutasító lenne a segítséget kérő személyekkel.

Elismerés

Az önkéntesek saját indítatásból fakadóan feláldozzák szabadidejüket, hogy önös érdekükön felül más hasznára legyenek. Az anyagi ellenszolgáltatás nélkül végzett tevékenység nem azt jelenti, hogy az a befektetett energia kompenzáció nélkül marad. Kompenzáció hiányában az önkéntes nem végez huzamosabb ideig önkéntes munkát egy adott területen, vagy cél érdekében. (Nagy, 2008) Az ellenszolgáltatás soha nem kézzel fogható, de lehet például egy esély arra, hogy az adott személy kifejezve önmagát, hangot adjon véleményének egy adott társadalmi vagy gazdasági problémára. Az elismerés egyik fajtája a köszönetnyilvánítás. Ezt tehetjük formális vagy informális módon. Ajánlólevél kiállításra is lehetőség van, ami további jól végzett munkára ösztönözheti az önkénteseket. Az önkéntesek napján szokás kisebb rendezvényt, összejövetelt tartani az önkéntesek számára, és ajándékkal vagy köszönőlappal meglepni őket.

Elbocsátás

Előfordul, hogy egy önkéntes nem válik be az adott munkára, és más munkák elvégzésére sem javasolt. A toborzás, kiválasztás, felvétel és képzés mind arra hivatottak, hogy ne kelljen szembesülni az elbocsátás kényelmetlen feladatával, de néha az ellenőrzés közben kiderül, hogy ez a lépés elkerülhetetlen. Ilyenkor úgy kell eljárni, hogy az adott személy, kedvét ne veszítse el, az önkéntes munka iránt, csak szembesüljön azzal, hogy azt a feladatot nem neki szánták, mert meghaladja képességeit vagy készségeit (Bényei, Czike 2003). A másik lehetőség, hogy a személlyel szemben semmilyen kifogás nem merül fel, csak a feladat lezárul, és a továbbiakban már nincs szükség arra a tevékenységre, amit korábban végzett. Ebben az esetben egy másik munkára történő kiválasztás folyamatába érdemes bevonni.

A tapasztalatok szerzése és a szubjektív életminőség

Az élet különböző területein szerzett tapasztalatok - beleértve az önkéntességből származó előnyöket – meghatározó szerepe játszanak az étellel való elégedettség kérdéskörében. Az életminőség definiálására egymástól eltérő értelmezések jelentek meg. Az életminőség értelmezésében különböző nézeteket találunk arra vonatkozóan, hogy milyen tényezők járulnak hozzá az életminőséghez, és mi tekinthető az életminőség eredményének. Egyes szerzők úgy vélik, hogy minden az életminőség része, de ez a kutatási eredmények alapján nem egyértelmű. A szubjektív életminőség Diener megfogalmazása alapján az, ahogyan az emberek értékelik saját életüket, és magában foglalja az étellel való elégedettséget, a boldogságot, a kellemes érzéseket, továbbá a kellemetlen hangulatok és érzelmek relatív hiányát. Veenhoven a szubjektív életminőség szinonimájának tekinti a boldogságot, valamint az étellel való elégedettséget. A szakirodalomban az életminőség meghatározására három fő definíció típust különíthetünk el. Az első a globális definíció, amely általában magában foglalja az elégedettséget-elégedetlenséget vagy a sikert-sikertelenséget, és keveset szól az életminőség lehetséges összetevőiről. A másik a komponens definíció, amely az életminőséget összetevőire bontja vagy azonosítja azokat a kulcsjellemzőket, amelyeket fontosnak ítél az életminőség értékelésében. Ezen kívül a fókuszált definíciók az életminőségnek csak egy vagy néhány dimenziójára koncentrálnak. Általában a legtöbb szerző definiálás nélkül használja az életminőség terminust, majd az operacionalizálás és a mérés után következtethetünk az életminőség fogalmi meghatározására. (Ercsey 2013)

Az empirikus kutatás ismertetése

2012-es saját kutatásunk fényében a helyiek erősen lokálpatrióták, ezért az ő véleményük különösen mérvadó. A továbbiakban ennek a kutatásnak a részeredményeit idézzük fel, konkrétan azokat, amelyek az olimpiai fesztiválra vonatkozó eredmények.

A győriek szegmentálására különböző attitűdállításokat helyeztünk a kérdőívbe, melyeken klaszterelemzést futtattunk le. Az elemzés alapján 5 különböző csoportot sikerült elkülönítenünk, amelyek eltérő motivációkkal és helyi aktivitással rendelkeznek (2. táblázat).

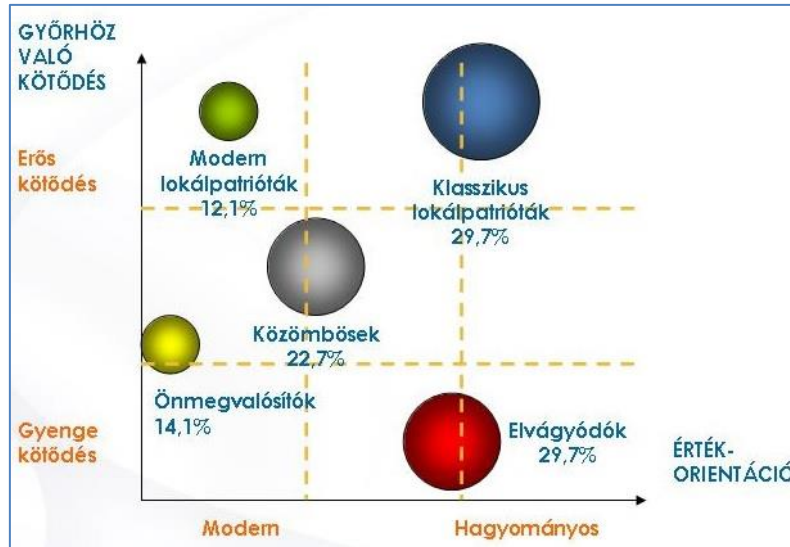
2. táblázat: a kialakított klaszterek

Klaszterek	Közömbösek	Modern lokálpatrióták	Klasszikus lokálpatrióták	Elvágódók	Önmegevalósítók
Jellemzőjük	- többnyire közepesen értékelték mindent - lefoglalják őket a megélhetési gondok - nem túl aktívak	- legerősebb a ragaszkodásuk Győrhöz - környezet-tudatosak, jövőorientáltak - identitásukat városuk is meghatározza	- részt vesznek a rendezvényekben - jól ismerik a várost - ragaszkodnak Győrhöz - elégedettek városukkal	- fiatalok vagy fiatalosak, modernek - bírálják a városvezetést - nem igazán ragaszkodnak Győrhöz	- modernek - elégedettek saját életükkel - életükben nem tölt be fontos szerepet a város
Szegmens aránya	22,7 %	12,1 %	29,7 %	21,4 %	14,1 %

Forrás: Saját szerkesztés (2014)

Láthatjuk, hogy a győriek több mint 40%-a lokálpatrióta, ők kétszer annyian vannak, mint az elvagyódók. Viszonylag magas azonban a közömbösek és önmegvalósítók aránya is, akiknek közös tulajdonsága, hogy többnyire saját életük, munkájuk foglalja le őket, kevésbé érdeklődnek a város élete iránt (1. ábra)

3. ábra: A klaszterek ábrázolása



Forrás: Saját szerkesztés (2014) (<http://www.eco.u-szeged.hu/download.php?docID=39989>),

Kommunikációs csatornák szegmensenként

Kutatási adatbázisunk alapján jelenleg is módunkban áll megvizsgálni a szegmensenkénti tájékoztató forrásokat, annak ellenére, hogy élethetőségi felmérésünkben erre nem térünk ki. A 3. táblázatban látható, hogy a legaktívabban használt helyi kommunikációs csatornák az újság és az internet. A táblázatban szegmensenként bekereteztük a legerőteljesebb tájékoztató forrást, amely segítheti a célcsoport specifikus reklámozását. Az egyes cellák százalékos formátumban mutatják, hogy a klasztertagok milyen arányban tájékoznak az adott csatornán keresztül. A közömbösek csoportjában például 38,1%-ban jellemző a helyi rádió, mint hírforrás követése. Érdekes módon a hagyományos papíralapú üzenethordozók alacsony információátadást tesznek lehetővé, így szórólapokra és plakátokra csak megfontoltan érdemes költeni. Láthatjuk, hogy szájreklámból (WOM) inkább a kevésbé aktív szegmensek tájékoznak, rájuk általánosságban is igaz, hogy a nem hagyományos, ingerküszöböt átlépő megoldások vezethetnek célra. A modern és klasszikus lokálpatrióták elérése ennél egyszerűbbnek tűnik, hiszen viszonylag rendszeresen figyelik a különböző helyi kommunikációs csatornákat. Ahogy azt a tanulmány felvezetésében is említettük, jelen kutatásunk keretében a 2017-ben, Győr városában megrendezésre kerülő Európai Ifjúsági Olimpiai Játékok (későbbiekben EYOF) rendezvényhez kapcsolódó önkéntes munkavégzést mértük fel és elemeztük. Jelen cikk a kvalitatív, szakértői mélyinterjúkat tartalmazó felmérést mutatja be.

3. táblázat: Helyi tájékozódási csatornák aktivitása szegmensenként

Kommunikációs csatornák	Tájékozódás forrása lakossági szegmensenként				
	Közömbösek	Modern lokálpatrióták	Klasszikus lokálpatrióták	Elvágódók	Önmegvalósítók
Helyi újság	66,7%	71,6%	73,3%	66,4%	66,7%
Szórólap, prospektus	31%	43,3%	38,8%	26,9%	30,8%
Plakát	26,2%	25,4%	35,8%	31,1%	32,1%
Helyi TV	22,2%	32,8%	23%	17,6%	15,4%
Internet	71,4%	53,7%	72,7%	71,4%	69,2%
Helyi Rádió	38,1%	29,9%	35,2%	26,1%	24,4%
Ismerősök (szájreklám)	49,2%	29,9%	41,8%	42,9%	50%

Forrás: Saját szerkesztés (2014)

A szakértői mélyinterjúk és eredményeik

A kvantitatív kutatás megkezdése előtt, a szakértői mélyinterjúk keretében végeztünk egy kvalitatív felmérést. Az interjúkat olyan egyénekkal készítettük, akik valamilyen formában kötődnek az önkéntes tevékenységhez, arról szakértői véleményt tudnak adni. Szerepelt köztük az önkéntesség témájával foglalkozó kutató, önkénteseket és önkéntességet biztosító intézmények regisztrációs honlapját elkészítő szakember, önkéntesekkel kapcsolatos projekt vezetője és önkéntességre alapuló tantárgy kidolgozója. A mélyinterjúkat a megkérdezettekkel külön-külön készítettük el, előre egyeztetett időpontban és előre elkészített interjúvázlat segítségével.

A kvalitatív kutatás megkezdése előtt a következő kutatási kérdéseket tettük fel, és ezek megválaszolását tűztük ki célul:

K1: Milyen fejlesztési lehetőségeket azonosítanak a szakértők az önkéntes munkavégzés népszerűsítésével kapcsolatban?

K2: Kiket lehetne bevonni a 2017-ben megrendezendő EYOF szervezésébe és lebonyolításába (célcsoport-elemzés a szakértők szemével), továbbá mindezt hogyan tartják megvalósíthatónak?

Mind a négy interjúalany a győri Széchenyi István Egyetemhez kötődik oktatóként, válaszaikat összesítve, a következtetéseket levonva, fókuszálva a hasonlóságokra, a vélemények ütköztetésére analizáljuk az általuk elmondott információkat.

A tapasztalat azt mutatta, hogy számos esetben megfigyelhetőek olyan területek, amelyek hiányzó részként jelennek meg az önkéntes munkavégzés-típusok között, valamint olyan időszakok, amikor kevesebb az önkéntes. A marketingből vett hasonlaltal élve azt mondhatjuk, hogy a kereslet és a kínálat számos esetben nem találkozik egymással. Olykor lennének önkéntes munkát vállalni akaró egyének, de nem értesülnek arról, hogy hol és milyen munkavégzéshez kapcsolódóan lenne rájuk szükség. Máskor a keresleti oldalon áll fenn hiány – vagyis szükség lenne munkásokra, de nem lelnek rájuk. Ezt küszöböli ki a kifejlesztett program, amely az interneten, honlap formájában került kifejlesztésre, és amely lehetőséget teremt arra, hogy mindkét fél megtalálja azt, akit és amit szeretne.

A meginterjúvoltak egy olyan adatbázis létrehozását javasolták, amely szintén az önkénteseket keresők és a potenciális önkénteseket kapcsolja össze. Kiemelték, hogy e felület esetében ne csak helyi szintre korlátozódjon a két oldal bevonása, hanem megyei szintű legyen.

Ez az adatbázis lehetőséget adna arra, hogy az önkéntes munkát vállalók valamennyi személyes adatát, továbbá képességét, tudását, korábbi feladatkörét összegezze, ezáltal bármikor kikereshetővé váljanak az adatbázisból, és így a megfelelő tudással és háttérismerettel rendelkező egyén végezhetné az adott tevékenységet. Példaként említette az interjúalany, ha az EYOF-on egy görögül beszélő fiatalra lenne szükség, akkor tudják hol és kit kell keresni.

Valamennyi interjúalany egyetértett abban, hogy a 2017-es Európai Ifjúsági Olimpián a középfokú és a felsőfokú oktatásban tanuló diákok egyaránt részt vehetnek önkéntesként, mindkét korcsoportból szükség lehet hallgatókra.

Megoldandó feladatnak vélték az önkéntesek megfelelő képzését, tájékoztatását. Erre a jövőben egy képzési terv elkészítését javasolták az egyes feladatköröknek megfelelően.

Következtetések és javaslatok

Kutatásunkat azzal a céllal indítottuk el, hogy az Európai Ifjúsági Olimpiai Fesztivál önkéntes munkaterületeinek megszervezéséhez nyújtsunk segítséget. Első körben a szakirodalom segítségével meghatároztuk, mi is az önkéntesség, ezután bemutattuk, a marketing minként kapcsolódik hozzá.

A szakirodalom vizsgálata után már a saját primer kutatásunkat is elő tudtuk készíteni, majd egy kvantitatív kutatást végeztünk el. Az interjúkat olyan egyénekkal készítettük, akik valamilyen formában kötődnek az önkéntes tevékenységhez, arról szakértői véleményt tudnak adni. Valamennyi interjúalany egyetértett abban, hogy a 2017-es Európai Ifjúsági Olimpián a középfokú és a felsőfokú oktatásban tanuló diákok egyaránt részt vehetnek önkéntesként, mindkét korcsoportból szükség lehet hallgatókra. Ezért a jövőben egy kvantitatív kutatás keretében felmérésre kerülnek a fent nevezett célcsoportok, melyet a nyugdíjasok megkérdezésével is kiegészítünk.

A szakértői mélyinterjúk során elhangzott adatbázis összeállítása mindenképpen célszerű lenne az olimpia megrendezése előtt, hiszen ez által könnyen kezelhetővé válnának azok, akik mint lehetséges önkéntes szóba jöhetnének, sőt ha regisztrálnánk őket, akkor „könnyen kikereshetőek” lennének az adatbázisból, és a megfelelő munkakörre lehetne őket beosztani.

Fontos, hogy a korábbi rendezvények jó gyakorlatai „best practice”-ként szolgáljanak győri rendezvény számára, melyet tanulmányutak szervezésével, külföldi szakértők megkérdezésével tovább mélyíthetünk.

A kutatás jelenleg is folyik. Az önkéntes megkérdezések kibővültek az általános iskolások 7-8, valamint a középiskolások 1-2 évfolyamával. Ezeknek a fiataloknak a rendezvény idején még kötelező önkéntes szolgálatot kell teljesíteniük, így potenciális önkéntes célcsoportnak számítanak. Továbbá fontosnak tartjuk a nyugdíjasok bevonását a programba, közöttük sok az aktív, idegen nyelveket beszélő és rendszeresen önkéntes munkát végző egyén.

Irodalomjegyzék

- Alexander, A., Kim, S-B., Kim, D-Y. (2015): Segmenting Volunteers by Motivation in the 2012 London Olympic Games. *Tourism Management*, Issue 47. pp. 1-10.
- Angermann A., Sittemann B. (2010): Volunteering in the European Union - An Overview. Working paper no. 2 of the Observatory for Sociopolitical Developments in Europe. http://www.sociopolitical-observatory.eu/uploads/tx_aebgppublications/Working_Papier_no_2_Observatory_Volunteering_in_the_EU_Overview.pdf (Letöltés dátuma: 2015. június 1.)
- Bényei A., Czike K. (2003): Önkéntes munka. Zalaegerszeg: Landorhegy Alapítvány Nonprofit Szolgáltató Központ

- Czike K., Bartal A. (2004): Nonprofit szervezetek és önkéntesek – új szervezeti típusok és az önkéntes tevékenységet végzők motivációi, Piliscsaba, Pázmány Péter Katolikus Egyetem, zárótanulmány, 4-7. oldal
- Czike K., Kuti É. (2006): Önkéntesség, Jótékonyág, társadalmi integráció, Budapest, Nonprofit Kutatócsoport és Önkéntes Központi Alapítvány, 13-32. oldal
- Dolnicar S., Randle M. (2007): „What Motivates Which Volunteers? Psychographic Heterogeneity Among Volunteers in Australia” In: *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*. 2007, 18(2), 135–155. o
- Ercsey I. (2013): A szubjektív életminőség és a kulturális fogyasztás vizsgálata marketing nézőpontból, *Tér Gazdaság Ember, Széchenyi István Egyetem, Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar tudományos folyóirata*, ISSN 2064-1176. 2013. szeptember, I. évfolyam, 2. szám. 117-145. oldal
- European Youth Forum, Policy Paper on Volunteering (adopted by the General Assembly, 11–13 November 2004 – Madrid, Spain). Brüsszel, YFJ, 2004, 2. és 6. o. http://www.youthforum.org/fr/system/files/yfj_public/strategic_priorities/en/0416-04.pdf [Letöltve: 2010.01.18.].
- Fényes H, Kiss G. (2011): 2011 - Az Önkéntesség Európai Éve. Az önkéntesség társadalmi jelensége és jelentősége. (A kutatás letölthető innen: http://www.bmoc.hu/sites/default/files/szakirodalom/2011-az_onkentesség_europai_eve.pdf (Letöltés dátuma: 2015. június 1.)
- Fukuyama F. (1997): *Bizalom*. Budapest, Európa Könyvkiadó
- Hetesi E., Veres Z (2013): *Nonbusiness marketing*, Budapest, Akadémiai Kiadó Zrt., 215-231. oldal
- Konczosné Sz. M. (2013): Reciprocal effects between regions and organizations: A study of European regional cultures and corporate, *Tér-Gazdaság-Ember* 1:(3) pp. 42-53.
- Kozma, T.(2004-tél): *Educatio*, Felsőoktatási Kutatóintézet, 13. évfolyam 4. szám, oldal 625-627 oldal
- Molnár K. (2011): Vállalati önkéntesség Magyarországon 2011. *Civil Szemle*. VIII., 29., 31-48. oldal
- Nagy Á. (2008): *Ifjúságügy, Ifjúsági szakma, ifjúsági munka*, Budapest, Új Mandátum Kiadó, 265-267, 366-370 oldal
- Putnam R. D. (2000): *Bowling Alone - The Collapse and Revival of American Community*. New York, Simon and Schuster
- Sallam A., Safizal M., Osman A. (2015): The key drivers of volunteering intention among undergraduate Malaysian students (*International Journal of Economics, Commerce and Management*, Vol. III)
- Schröer R. (2005): „Voluntary Service at European and International Level” in *Association of Voluntary Service Organisations (szerk.): Youth Civic Service in Europe. Policies and Programmes: France, Germany, Italy, the Czech Republic, Poland and at European level*. Pisa: Plus-Pisa university press, 2005, 319. o.
- Sólyom A. (2014): *Múlt, jelen, jövő avagy a tacit tudás-transzfer vállalati dimenziói*, Pécs; Győr: Idresearch Kft. - Publikon Kiadó, 2014. 137 p.
- Wilson J. (2000): Volunteering. *Annual Review of Sociology*, 26., 215–240. oldal