

Az önkéntes elégedettséget befolyásoló tényezők vizsgálata

Béla-Csovcics Andrea, Kazár Klára

Szegedi Tudományegyetem

<https://doi.org/10.15170/MM.2025.59.03.02>

A TANULMÁNY CÉLJA

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 végezhető önkéntes munka, 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.

ALKALMAZOTT MÓDSZERTAN

A kutatást online kérdőíves megkérdezés keretében folytattuk le. Kérdőívünket 106 olyan magyarországi szervezethez juttattuk el, amelyek fogadnak és keresnek is önkénteseket. Összesen 201 érvényes választ sikerült összegyűjteni a megkérdezett szervezetek önkéntesei körében. Az adatokat PLS útelemzés segítségével elemeztük.

LEGFONTOSABB EREDMÉNYEK

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 önkéntesség irányába tanúsított lojalításra. Modellünk bemeneti tényezői közül a szervezeti támogatás rendelkezik a legerősebb hatással az elégedettség tekintetében. Ezek a hatások azonban nem különböznek a csak offline, valamint az offline és online módon is önkéntes munkát vállalók körében.

GYAKORLATI JAVASLATOK

Az önkéntes munkát végzők esetében a szervezeti támogatás jelentős hatással bír az önkéntes elégedettségre, ezért a szervezet által biztosított kedvező környezeti feltételek és az önkéntes koordinátorok hatékony feladatellátása is kulcsfontosságú. Ezért javasolt a szervezetek számára az önkéntesek megtartására irányuló szervezeti protokoll kialakítása és a támogató közeg megteremtése.

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

Köszönetnyilvánítás: mindazoknak a szervezeteknek és önkénteseknek, akik hozzájárultak munkánkhoz. A kutatást a Szegedi Tudományegyetem Interdiszciplináris Kutatásfejlesztési és Innovációs Kiválósági Központ (IKIKK) Humán és Társadalomtudományi Klaszterének Digitális Társadalom Kompetenciaközpontja támogatta. A szerzők a Digitalizáció a businessben és nonbusinessben kutatócsoport tagjai.

BEVEZETÉS INTRODUCTION

Az önkéntesség egy olyan tervezett viselkedés, amely a segítségnyújtás szabad akaratán alapuló módját testesíti meg. A tevékenység az önkéntes személyén kívüli személyre, csoportra vagy közösségre irányul (Wilson 2000), pénzbeli ellentételezés elvárása nélkül (Kim & Cuskelly 2017). Számos szervezet támaszkodik feladata ellátása során önkéntesekre. Az önkéntesek toborzása és megtartása azonban jelentős kihívásként táru előjük, hiszen támogató munkájukért cserébe az önkéntesek anyagi juttatásban nem részesülnek, így az önkéntesség során szerzett egyéb hasznok azok, amelyek motiválhatják. Az önkéntes munkavégzés létrejöhet az online térben vagy történhet *offline*, azaz nem az interneten keresztül, és mindkettő esetén elkülöníthetők egymástól a formális, illetve az informális módon létrejövő tevékenységek (Silva et al. 2018).

A formális keretek között zajló önkéntes munka hazánkban még fejlődési fázisban van. Egy 2018-as hazai, reprezentatív országos felmérés szerint a magyar felnőtt lakosság 27,4%-a, hozzávetőlegesen 2 209 000 személy végzett (formális és informális) önkéntes tevékenységet az adatfelvételt megelőző egy évben. Ebből az önkéntesek 91%-a informális és csupán 34%-a formális módon segített (25%-uk mindkét formában aktív volt). Az önkéntesek között magasabb volt a nők, a közép- és felsőfokú végzettségűek aránya, valamint a 18–29 és 60 év feletti korosztályokba tartozók emelkedő aktivitási rátája mutatkozik meg (Gyorgyovich et al. 2020). A KSH a nonprofit szervezetekre vonatkozó adatfelvételében az önkéntesség szűkebb értelmezését alkalmazza, amely a bejegyzett jogi státuszú szervezetek önkénteseként alapuló közlésein nyugszik. Eszerint a közelmúlt 25 évének mérési eredményei alapján a szervezeti keretek között foglalkoztatott önkéntesek száma igen változatosan (300–500 ezer fő körül) alakult, a 2021-es (1,24%-os) és a 2022-es (1,29%-os) években növekedés mutatható ki a 2020-as évhez képest (Dorner 2023; Bartal et al. 2024).

Jelen tanulmány azt vizsgálja, hogy egyes tényezők milyen mértékben befolyásolják az elégedettséget, illetve az milyen hatást fejt ki a formális önkéntesség irányába mutató lojalitásra. Kíváncsiak voltunk arra, hogy vajon megfigyelhetők-e különbségek az online és offline önkéntesség esetében az elégedettség és lojalitás viszonyában. Témaválasztásunkat indokolta, hogy a magyar szakirodalom az önkéntes elégedettséggel mélységében nem foglalkozik, illetve a külföldi kutatások az önkéntes elégedettséget elsősorban mega események kapcsán mérték. Mindezek miatt köteleztük el magunkat a téma mellett, amely a *nonbusiness*

marketing területén belül egy olyan társadalmi felelősségvállalási kérdést jár körbe, amelynek még szélesebb körben való elterjedését a technológiai fejlődés is támogatja.

SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS ÉS MODELLÉPÍTÉS LITERATURE REVIEW AND MODEL BUILDING

Fogalmak

Definitions

Tanulmányunk fogalmi keretében helyet kap a szervezeti támogatás, a szakmai fejlődés, valamint a szociális tényezők az elégedettségre ható tényezők között. Az alábbi változók kiválasztásának szempontja volt, hogy korábbi önkéntes elégedettségi vizsgálatokban az alkalmazott változók hatása kimutatható az önkéntes elégedettségre, valamint az elköteleződésre (Fairley et al. 2013; Kim et al. 2019a; Kim et al. 2019b; Lee et al. 2014; Terry et al. 2013), azonban közös modellben még nem vizsgálták őket.

Modellünkben a *szervezeti támogatás* változó, egyrészt az önkéntes munkát koordináló szervezet nyújtotta támogatást foglalja magában. A koordinátor ad visszajelzést az önkéntes számára; segíti a felmerülő akadályok megoldásában; valamint folyamatos, támogató kommunikáció valósul meg a szervezet részéről. Másrészt a szervezeti támogatás tartalmazza a szervezet által biztosított megfelelő munkakörnyezet is. A munkakultúra, a pozitív légkör és az észlelt szervezeti támogatás kritikus szerepet töltenek be abban, hogy az önkéntesek elkötelezettséget mutassanak az önkéntes tevékenységük és a szervezet iránt (McBey et al. 2017). Az önkéntesben rejlő erős motivációs lökés (az önkéntes belső indíttatása, lelkesedése) önmagában nem elégséges a hosszú távú elkötelezettség fenntartásához, a szervezet által nyújtott ideális légkör, támogató munkakörnyezet is szükséges ahhoz, hogy az önkéntesek motivációinak origójában álló személyes és szociális funkciók kielégítésére kerüljenek (Marta & Pozzi 2008). Azonban ha az önkéntesek a szervezet megbecsülését (Skoglund 2006), elismerését és magas szintű támogatását észlelik, akkor azok hatására pozitív érzéseket alakít ki az önkéntesben a szervezet iránt (Kim et al. 2014).

Jelen tanulmány a *szociális tényezők* alatt érti az önkéntes kollektívákban megjelenő közösségi érzést, azaz az önkéntesek között megmutatkozó közösségérzetet (Green & Chalip 2004), amely bizonyítottan elősegíti az önkéntesek megtartását (Luksyte et al. 2021). Emellett pedig az önkéntes-

ség során kialakuló kapcsolatokat, új barátságokat, a kellemes közeg létrejöttét. Figyelembe kell venni az alkalmazott (tehát nem önkéntes) munkatársakkal való kölcsönösen megbecsülő munkakapcsolatok kialakítását is, amelyek képesek hozzájárulni az önkéntesek elköteleződéséhez (Güntert et al. 2022). Az önkéntesség társadalmi funkciói közé tartozik a szocializáció, a közösséghez való kapcsolódás lehetőségének megteremtése, a bajtársiasság, valamint a közösségnek való visszaadás is (Asah & Blahna 2012; Fairley et al. 2013). Az önkéntesség azonos érdeklődésű, közös célokkal és értékekkel rendelkező emberek átható közösségét képesek kialakítani, ami rendkívül termékeny talajt biztosít a bizalmi és együttműködési hálózatok fejlődésére (McGehee & Santos 2005). A közösségi érzés bizonyítottan jelentős szerepet játszik abban, hogy az önkéntesek az önkéntes munkavégzést élményként éljék meg (Costa et al. 2006; Green & Chalip 2004).

A szakmai fejlődés lehetősége sok önkéntes szemében kulcstényező, hiszen az önkéntesség egy izgalmas módja annak, hogy az önkéntes új készségeket sajátítson el, szakmai tapasztalatokra tegyen szert, tapasztalatszerzését beépítse az önéletrajzába (Fairley et al. 2013). A szakmai fejlődés iránti igény különösen az egyetemista korú, fiatal felnőtt önkéntesek számára fontos (Kim et al. 2014). Az önkéntesek azoknál a szervezeteknél töltnek el több munkaórát szívesebben, amelyek biztosítanak az önkéntesek számára képzéseket, illetve nagyobb kihívást jelentő feladatokkal bízzák meg őket (Güntert et al. 2022; Skoglund 2006).

Az önkéntességgel kapcsolatos *elégedettség* központi szerepet kap a tanulmányban. Egyes tanulmányok az elégedettség és az önkéntességgel eltöltött idő kapcsolatát vizsgálták, arra a feltételezésre alapozva, mely szerint minél több időt fordít valaki az önkéntességre, annál erősebb a jövőbeli részvételre vonatkozó szándéka (Aranda et al. 2019). Az elégedettség az önkéntes munkával eltöltött szolgálat időtartamának, valamint a jövőbeli önkéntességi szándék indikátoraként is szolgálhat (Finkelstein 2008). Az elégedettséget az önkéntesség során szerzett tapasztalatok jelentős mértékben befolyásolják, mint például a szervezettől kapott támogatás, a munkakörnyezet, a működési feltételek, a munkatársak, a szervezetben zajló kommunikáció, a csoportintegráció, az autonómia és a felelősségvállalás mértéke, a társas közelség és támogatás, illetve az önkéntes részvételének hatékonysága (Faletchan et al. 2021; Galindo-Kuhn & Guzley 2002; Kim et al. 2014; Kim et al. 2019b; Toscano & Zappalà 2023). A nagyobb felelősséget vállaló önkéntesek még több energiát fektetnek munkájukba, ezáltal nagyobb elégedettséggel fognak rendelkezni a szervezettel iránt (Bang & Ross 2009). Az önkéntesek

igénye, hogy produktívan töltsék önkéntességre szánt idejüket, érezzék munkájuk hatékonyságát, ellenkező esetben elégedetlenség alakulhat ki (Kragt & Holtrop 2020). Továbbá Benevene et al. (2020) eredményei rámutatnak arra, hogy az önkéntesek tanulásának és fejlődésének lehetővé tételére irányuló vezetői intézkedések és az elégedettség között pozitív kapcsolat van.

Modellünk segítségével vizsgáljuk az önkéntes tevékenységgel való elégedettség lojalitásra gyakorolt hatását is. A vásárlói lojalitáshoz hasonlóan, az önkéntesség irányába tanúsított *lojalitás* az észlelt minőségtől függ. Az észlelt minőség az elégedettség egyik dimenziójaként definiálható, és úgy tekinthetünk rá, mint az önkéntes tevékenység során felhalmozott élmények és tapasztalatok összességére (Terry et al. 2013). Az élmények között számantarthatjuk az önkéntesség révén elsajátított ismereteket, készségeket; a kialakított új kapcsolatokat; a mentális és fizikális állapot javulását vagy a közösségi érzés átélését. Cho et al. (2020) a jutalmazást, az elismerést és az időbeosztás rugalmasságát nevezték meg ösztönző tapasztalásként, Wisner et al. (2005) a rugalmas időbeosztás és az autonómia biztosítását, míg Póto és Sipos (2022) az „elérhető feladat-paletta” kiszélesítését. Korábbi tanulmányok rávilágítottak arra, miszerint a szervezeti elkötelezettség az elégedettség eredménye (Fairley et al. 2013). Érdekes azonban, hogy Costa és társai (2006) egyes önkéntes tevékenységek kapcsán a fordított kapcsolatot tartják ésszerűbbnek: azaz ahol az elégedettség az elkötelezettség következménye. Grube és Piliavin (2000) modellje szerint a jövőbeli önkéntes aktivitás legjobb előrejelzőinek tekinthető a múltban végzett önkéntes munka rendszeressége és mennyisége, illetve az önkéntesség és a szervezet iránti elkötelezettség.

Modellépítés

Model building

Az előzőekben bemutatott összefüggések alapján feltelettük, hogy az önkéntességgel való elégedettség meghatározásában fontos szerepet játszanak a szociális tényezők, a szervezeti támogatás, valamint a szakmai fejlődés lehetősége. Az elégedettség pedig a legjobb előrejelzője a lojalitás kialakulásának. E tényezők közötti kapcsolatrendszer kutatásunkban elméleti modell (1. ábra) keretében foglaltuk össze, és az ezekre épülő hipotéziseket megfogalmaztuk:

- H1: A szociális tényezők pozitív hatást fejtenek ki az önkéntes tevékenységgel való elégedettségre.
- H2: A szervezeti támogatás pozitív hatást fejt ki az önkéntes tevékenységgel elégedettségre.
- H3: A szakmai fejlődés pozitív hatást fejt ki az önkéntes tevékenységgel elégedettségre.

H4: Az önkéntes tevékenységgel való elégedettség pozitív hatást fejt ki az önkéntesség irányában tanúsított lojalításra.

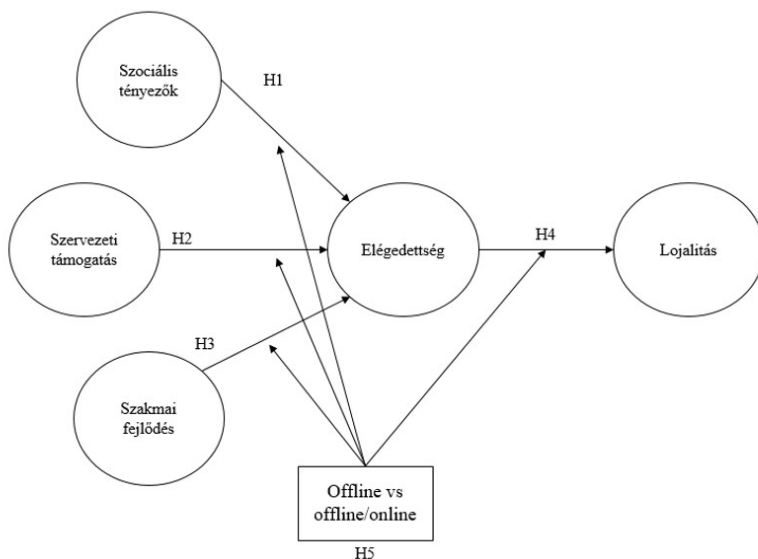
A digitális technológia térnyerésével az online önkéntesség egyre nagyobb szerepet kap. Ez a civil szerepvállalás az interneten keresztül, távolról végzett önkéntes tevékenységet jelent (Mukherjee 2011), amely nagyobb rugalmasságot biztosít, különösen azok számára, akik offline módon nem tudnának csatlakozni egy szervezet munkájához (pl. kisgyermekes édesanyák, fogyatékossággal élők). Ugyanakkor Putnam (2000) kvalitatív kutatásának egyes alanyai szerint az interneten történő interakciók valójában elszigetelik az embereket. Az önkéntesség „varázsa” csorbulhat, hiszen ez a típusú

önkéntesség „egyre kevésbé szociális”. Emellett az online önkéntesség számos típusa egyéni feladatokon alapul, és hiányzik a többi önkéntessel történő kommunikáció lehetősége (Ihm & Shumate 2022). A fentiek alapján feltételeztük, hogy az online önkéntesség sajátosságai – különösen a szociális interakciók csökkenése és az egyéni munkavégzés jellege – befolyásolhatják az önkéntesek elégedettségét, ezért az alábbi hipotézist fogalmaztunk meg:

H5: A csak offline módon önkénteskedők, valamint az online módon is önkénteskedők körében a szociális tényezők, a szervezeti támogatás és a szakmai fejlődés elégedettségre gyakorolt hatása eltérően jelenik meg.

1. ábra: Az elméleti modell

Figure 1. Theoretical model



Forrás: saját szerkesztés

MÉRÉS ÉS MÓDSZERTAN MEASUREMENT AND METHODOLOGY

Kutatási kérdésünk megválaszolásához online kérdőíves megkérdezést alkalmaztunk, amelynek során nemzetközi kutatások alapjaként szolgáló skálákra támaszkodtunk (Fairley et al. 2013; Terry et al. 2013; Kim et al. 2019a; Kim et al. 2019b). A szociális tényezők, a szakmai fejlődés és a szervezeti támogatás változók tekintetében vizsgáltuk meg az önkéntes tevékenységgel való elégedettséget. A té-

nyezők vizsgálatok az állításokat 5-pontos Likert skála segítségével értékelték a válaszadók, ahol az 1-es érték az „egyáltalán nem értek egyet”, az 5-ös érték pedig a „teljes mértékben egyetértek” voltak.

A kérdőíves megkérdezéshez olyan magyarországi szervezeteket kerestünk, amelyek fogadnak és keresnek is önkénteseket. Összesen 106 szervezetet küldtünk ki a kérdőívet, akiket megkértünk, hogy azt osszák meg az önkénteseik között, de a szervezeteknek és az önkénteseknek is lehetőségük volt a kérdőív további megosztására további önkéntesek felé hálaldda mintavételt eredményezve. 2024. 03. 22. és 2024. 04. 07. között 208 önkéntes tevé-

kenységet végző töltötte ki a kérdőívet, akik közül 7 fő csak online, 125 fő csak offline és 76 fő online és offline tevékenységet is végez. A csak online tevékenységet végzőket a relatív kis elemszám miatt kiszűrtük, így a végső elemzésbe 201 fő került be. A 201 önkéntes közül 36 férfi és 165 nő töltötte ki a kérdőívet. A 201 kitöltő között 7 fő általános iskolai, 60 fő gimnáziumi vagy szakközépiskolai és 134 fő felsőfokú iskolai végzettséggel rendelkezik. A 26 év alattiak aránya 28,9 százalék, a 26–39 éveseké 21,9 százalék, a 40–54 éveseké 25,4 százalék, az 54 év felettiek pedig a kitöltők 23,9 százalékát teszik ki. Foglalkozást tekintve a válaszadók 45,8 százaléka teljes munkaidőben dolgozik vagy egyéni vállalkozó, 22,9 százalékuk nappali tagozatos tanuló/egyetemi hallgató, 15,4 százalékuk nyugdíjas, 15,9 százalékuk pedig egyéb foglalkozási kategóriába sorolható.

A hipotézisek vizsgálatához látens változók közötti kapcsolatok vizsgálata szükséges, amely a Strukturális Egyenletek Modellje (SEM) segítségével lehetséges (Hair et al. 2017). A SEM modellcsaládon belül pedig jelen esetben a PLS-útelemzés alkalmazható (Hair et al. 2017), hiszen a modellben használt indikátorok egyike sem tekinthető normális eloszlásúnak (Shapiro–Wilk-tesztet esetén minden indikátornál $p < 0,05$). Az önkéntes tevékenység online vagy offline módjának moderáló hatását többcsoportos elemzés (Henseler-féle MGA-módszer) segítségével végeztük el (Henseler et al. 2009; Hair et al. 2017). A PLS útelemzéshez SmartPLS 3 (Ringle et al. 2015) szoftvert alkalmaztunk.

EREDMÉNYEK RESULTS

A külső modell eredményeit tekintve a konstrukció megbízhatóságát a Cronbach-Alfa mutató és a

CR mutató (összetétel megbízhatóság) segítségével vizsgáltuk meg, amelyekre vonatkozóan megállapítható, hogy a minimális értéket ($>0,6$ Hair et al. 2009) mindegyik konstrukció teljesíti. (1. függelék) A konvergencia-érvényesség ellenőrzésére a standardizált faktorsúlyokat ($>0,5$) és az AVE (átlagos kivonattolt variancia) mutatókat ($>0,5$) vettük figyelembe (Hair et al. 2017). Azonban a szociális tényezők 5 iteme, a szakmai fejlődés 1 iteme, a szervezeti támogatás 1 iteme és az elégedettség 2 iteme esetén a standardizált faktorsúlyok nem haladták meg a 0,5-ös értéket, így ezeket az indikátorokat az elemzésből kihagytuk.

A diszkriminancia érvényesség a Fornell–Larcker-kritérium és a HTMT korrelációs arányszám (heterotrait–monotrait ratio of correlation) segítségével vizsgálható (Hair et al. 2017). Az előbbi alapján mindegyik látens változó esetén az adott látens változó AVE értékének magasabbnak kell lennie, mint a látens változó és a többi látens változó közötti korrelációs négyzete; ez a kritérium teljesül mindegyik látens változónk esetén. Továbbá a HTMT korrelációs arányszám is mindegyik látens változónk esetén alacsonyabb volt a 0,9-es küszöbértéknél (Hair et al. 2017). A külső modell eredményei alapján tehát mind az öt látens változónk létezése igazolható, továbbá az adott látens változókhoz kapcsolódó indikátorok ugyanazt a jelenséget reprezentálják.

A belső modellt tekintve az első négy hipotézisünkhöz kapcsolódóan útegyütthetők szignifikanciájának tesztelése bootstrap algoritmus segítségével történt meg (Hair et al. 2017). Az eredmények alapján megállapítható, hogy mindegyik feltételezett út pozitív irányú, szignifikáns közvetlen hatásként jelenik meg a modellünkben (1. táblázat), mindezek alapján a H1, H2, H3 és H4 hipotéziseinket elfogadjuk.

1. táblázat: Az útegyütthetők szignifikanciájának tesztelése
Table 1. Testing the significance of path coefficients

Út	Útegyütthető	t-érték	p-érték
Elégedettség → Lojalitás	0,772	15,396	<0,0001
Szakmai fejlődés → Elégedettség	0,290	3,559	0,0004
Szervezeti támogatás → Elégedettség	0,386	6,124	<0,0001
Szociális tényezők → Elégedettség	0,237	3,537	0,0004

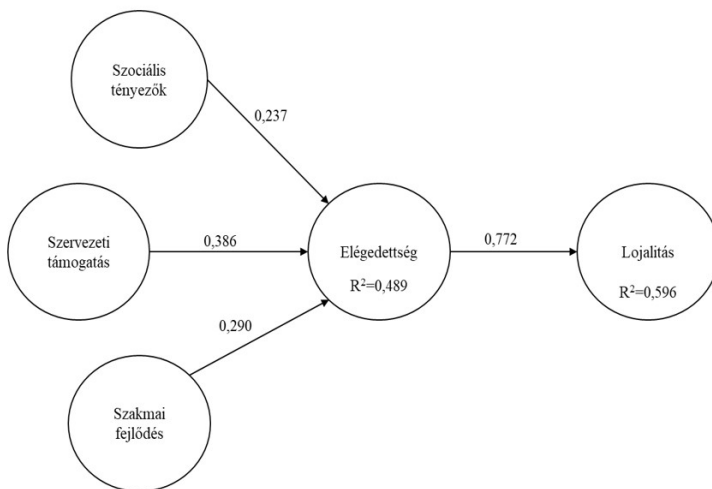
Forrás: saját szerkesztés

A közvetlen hatások tekintetében megemlíten-dő továbbá a 2. ábrán – az egyes nyíllakon – szereplő standardizált útegyütthetők (β) alapján, hogy az elégedettségre a legerősebb hatást a szervezeti támogatás fejt ki ($\beta=0,386$), amelyet szakmai fejlődés ($\beta=0,290$) és a szociális tényezők ($\beta=0,237$)

követnek. A modellben pedig a legerősebb hatást az önkéntes tevékenységgel való elégedettség lojalítás-ra gyakorolt hatása ($\beta=0,772$) jelenti.

2. ábra: A szociális tényezők, szervezeti támogatás és szakmai fejlődés hatásai az önkéntességgel való elégedettség–lojalitás modellben

Figure 2. The effects of social factors, organisational support and professional development in the volunteering satisfaction–loyalty model



Forrás: saját szerkesztés

Továbbá a 2. ábrán az ellipszisekben lévő értékek alapján a modellben megjelenő magyarázóerők közepesnek tekinthetők. A modellben azonban érdemes szót ejteni a változók közötti hatások jelentőségéről is az f^2 mutató alapján, amely egy adott exogén változó elhagyásával az endogén változó determinációs együtthatójában bekövetkező változást vizsgálja (Hair et al. 2017). Az f^2 mutatók alapján a szociális tényezők elégedettségre gyakorolt hatása ($f^2=0,085$) és a szakmai fejlődés elégedettségre gyakorolt hatása is gyengének ($f^2=0,123$) tekinthető. A szervezeti támogatás → elégedettség út esetén közepesnél erő-

sebb ($f^2=0,245$), valamint az elégedettség → lojalitás út esetén jelentős ($f^2=1,474$) hatásról beszélhetünk. Mindezek alapján a szervezeti támogatás → elégedettség → lojalitás út emelhető ki a modellből.

Az ötödik hipotézisünkhöz kapcsolódóan az önkéntes tevékenység online vagy offline módjának moderáló hatását többesportos elemzés segítségével végeztük el (Hair et al. 2017). Az összehasonlításához – a korábban már említett – 125 főt tartalmazó csak offline önkéntes tevékenységet végzőket és a 76 főt tartalmazó offline és online önkéntes tevékenységet végzőket tudtuk figyelembe venni.

2. táblázat: Az útegyúthatók különbségeinek összehasonlítása a csak offline, valamint az offline és online tevékenységet is végzők körében

Table 2. Comparison of differences in travel coefficients among those who are offline only and those who are offline and online

Út	Útegyútható (offline és online önkéntes)	Útegyútható (offline önkéntes)	Útegyúthatók különbsége (offline és online önkéntes - offline önkéntes)	p-érték
Elégedettség → Lojalitás	0,796	0,764	0,033	0,713
Szakmai fejlődés → Elégedettség	0,392	0,231	0,160	0,393
Szervezeti támogatás → Elégedettség	0,414	0,352	0,062	0,610
Szociális tényezők → Elégedettség	0,213	0,247	-0,034	0,794

Forrás: saját szerkesztés

Megjegyzés: a táblázatban kerekített értékek szerepelnek

A többszoportos elemzés eredményeként (2. táblázat) megállapítható, hogy az ütegyűthetők különbsége az offline és online módon is önkéntes munkát teljesítők, valamint a csak offline módon teljesítők körében nem szignifikáns egyik út esetén sem. Mindezek alapján a H5 hipotézist elvetjük.

KÖVETKEZTETÉS ÉS JAVASLATOK

CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS

Kvantitatív kutatásunk során az önkéntes elégedettséget befolyásoló tényezők hatásának erősségét vizsgáltuk. Az 1. ábrán szereplő modell bemeneti tényezők közül a szervezeti támogatás rendelkezik a legerősebb hatással az elégedettség tekintetében. Azaz az önkéntesek nagy jelentőséget tulajdonítanak annak, hogy kellő motivációt, támogatást és iránymutatást kapjanak a szervezettől, valamint kellemes szervezeti légkör vegye körül őket. Ezért a munkakörnyezet fizikai aspektusainak javítása – például szállás, étkezés és szállítás – számottevően növelheti az önkéntesek által érzett elégedettséget (Kim et al. 2019).

Továbbá érdemes megemlíteni, hogy a *szervezeti támogatás* → *elégedettség* → *lojalitás* út emelhető ki a modellből. Az önkéntes elköteleződés az önkéntes részéről komoly mértékű elszántság és hűség, aminek köszönhetően aktívan és visszatérő módon részt vesz önkéntes tevékenységekben, állandó önkéntese szervezeteknek. Ez alapján arra következtethetünk, hogy az önkéntesek elégedettsége kulcsfontosságú tényező az önkéntesség hosszú távon való fenntartásában, amelynek következménye lehet a szervezet erőforrásainak hatékonyabb felhasználása és a működési költségek csökkentése (Arnon et al. 2023).

Modellünk során nem vizsgáltuk az elégedettség, az elköteleződés és a szervezeti identitás kapcsolatát, holott döntő szerepet játszhat az önkéntességgel való elégedettségben az a szempont, hogy az egyén mennyire tud azonosulni a szervezet céljaival és értékeivel. A közelmúltban készült metaanalízisek rámutattak a szervezeti identifikáció és a munkahelyi elégedettség pozitív kapcsolatára (Toscano & Zappalà 2023). Erre alapozva, jövőbeli kvalitatív és kvantitatív kutatási irányként meghatározható a szervezeti identifikáció és az önkéntes szervezettel való elégedettség közötti kapcsolat vizsgálata, amely a szakirodalomban kevésbé vizsgált terület.

Kérdőíves kutatásunk célja volt a csak offline, illetve az offline és online térben önkéntes munkát végzők elégedettségét befolyásoló tényezők közötti különbségek feltárása, mivel a szakirodalomban

nem találtunk erre vonatkozó vizsgálatot. Azonban a modellben szereplő hatásokat tekintve nem figyelhetők meg eltérések. Ráadásul eredményeink arról is tanúskodnak, hogy hiába söpört át digitalizációs hullám az elmúlt években Magyarországon, az online önkéntesség kultúrája még nem alakult ki hazánkban.

Konklúzióként vonható le, hogy mivel az aktívan önkéntes tevékenységet folytatók esetében a szervezeti támogatás jelentős hatást gyakorol az önkéntes elégedettségre, ezért a szervezet által biztosított megfelelő környezet és kedvező feltételek mellett az önkéntes koordinátorok hatékony feladatellátása is kulcsfontosságú kritérium (Zhou & Kodama Muscente 2023). A szervezet küldetésének és értékeinek célravezető kommunikálása, az önkéntesek ösztönzése, támogatása és megszólítása a siker egyik kulcsa. Ezért elmondható, hogy a szervezetek számára célszerű lehet az önkéntesek toborzására, kiválasztására és megtartására irányuló szervezeti protokoll kialakítása és folyamatos fejlesztése, a támogató és inspiráló közeg megteremtése. A megtartási stratégia kialakítása azért is érdemelne kiemelt figyelmet, hiszen a megtartásra irányuló akciók hatékonyabb megvalósulása által az önkéntes tevékenységek folytonossága sincs veszélyeztetve, még a társadalmi válságok idején sem (Nowakowska et al. 2025). Sikertényező lehet továbbá a tudatos márkastratégia megalkotása is, amely hozzájárul ahhoz, hogy a szervezet vonzó képet alakítson ki magáról. Ugyanis a márkaimázs hatással van az önkéntes szándékra (Bifkovic & Malota 2024). Habár számos vizsgálat készült a menedzsment gyakorlatok önkéntesekre gyakorolt hatásáról, azonban ezek a kutatások nem kínálnak megoldást az önkéntességgel kapcsolatos problémákra (Einolf 2018). Így a menedzsment gyakorlatok javításának elégedettségre gyakorolt hatása szintén érdekes jövőbeli kutatási iránynak bizonyulhat.

Kutatásunk fő korlátja, hogy a minta nem tekinthető reprezentatívnak, így az eredmények általánosíthatósága korlátozott. Azonban a tanulmányunk az önkéntes elégedettség témájában a főbb összefüggésekre rávilágít, így modellünk egy jövőbeli kutatás alapját jelentheti.

FÜGGELÉK
APPENDIX

1. függelék: Konstrukciók és mérési tételek
Appendix 1. Constructs and measurement items

Látens változó	Item	Standardizált faktorsúly	Átlag	Szórás
Lojalitás ($\alpha=0,908$, CR=0,926, AVE=0,613)	Jó döntés volt részemről, hogy részt vettem az önkéntes tevékenységben.	0,810	4,837	0,494
	Bármikor újra önkénteskednék.	0,863	4,630	0,744
	Sok pozitívumot nyújtott számomra az önkénteskedés.	0,851	4,678	0,650
	Nyomon követem a korábbi önkéntes tevékenységeim/a szervezet alakulását.	0,619	3,952	1,254
	Ajánlanám másoknak, hogy önkénteskedjenek.	0,792	4,635	0,716
	Ha a barátaim nem tudják mivel töltsék idejüket, szívesen ajánlom nekik az önkénteskedést.	0,760	4,284	1,086
	Amennyiben egy számomra szimpatikus szervezet megkeresne, hogy önkéntes tevékenységet vállaljak náluk, szívesen csatlakoznék.	0,692	4,332	0,890
	Az önkéntes munka során szerzett pozitív tapasztalataim miatt részt vennék újabb önkéntes tevékenységben.	0,846	4,519	0,851
Szervezeti támogatás ($\alpha=0,907$, CR=0,924, AVE=0,605)	Bármikor kérhettem segítséget az önkéntes munka során a szervezőtől/koordinátortól/szervezettől.	0,717	4,587	0,710
	Megfelelő minőségű és mennyiségű információt kaptam a szervezőtől/koordinátortól/szervezettől.	0,792	4,337	0,824
	Az önkéntes munka célja világosan bemutatásra került.	0,743	4,514	0,816
	Rendszeres volt a kommunikáció az önkéntes munka során a szervező/koordinátor/szervezet részéről.	0,812	4,476	0,798
	Elégedett voltam az önkéntes munka során biztosított környezettel.	0,779	4,389	0,838
	Kedvező feltételek mellett végezhettem az önkéntes munkámat.	0,832	4,380	0,819
	Biztonságosnak éreztem a környezetet, amelyben önkénteskedtem.	0,73	4,591	0,736
	Elégedett voltam az önkéntes munka során a munkafolyamatokkal.	0,811	4,375	0,8008

Szakmai fejlődés ($\alpha=0,856$, CR=0,886, AVE=0,528)	Hasznos tapasztalatokat szereztem az önkéntes munka során.	0,755	4,639	0,688
	Lehetőségem volt kifejezni a szakmai hozzáértésemet.	0,676	3,764	1,089
	Kompetensnek érzem magam az önkéntes munka során.	0,765	4,255	0,809
	Értékes munkaerőnek éreztem magam.	0,767	4,433	0,796
	Az önkéntesség hozzájárult a szakmai fejlődése-mhez.	0,690	3,639	1,373
	Lehetőségem volt új készségeket, tudást elsajátítani az önkéntes munka során.	0,766	4,231	1,028
	Új szakmai kapcsolatokra tettem szert az önkéntesség alkalmával.	0,658	3,543	1,410
Elégedettség ($\alpha=0,828$, CR=0,885, AVE=0,659)	Elégedettséggel tölt el, hogy önkéntesnek tudhatom magam.	0,838	4,606	0,773
	Jól éreztem magam abban a munkakörben, amelyben önkéntesként dolgoztam.	0,843	4,558	0,706
	Az önkéntesség segít, hogy mentálisan egészséges maradjak.	0,787	4,274	0,910
	Az önkéntesség nélkül nem lenne olyan kerek az életem.	0,776	4,043	1,185
Szociális tényezők ($\alpha=0,711$, CR=0,820, AVE=0,534)	Köszönhetően az önkéntességnek jobban kapcsolódhatok másokhoz.	0,801	4,019	1,068
	Jó kapcsolatokat tudtam kialakítani más önkéntesekkel.	0,735	4,269	0,970
	Számomra fontos, hogy hasonló gondolkodású, értékrenddel rendelkező emberek társaságában töltssem a szabadidőmet.	0,692	4,356	0,905
	Olyan emberekkel önkénteskedtem együtt, akikben megbízhattam.	0,689	4,188	0,942

Forrás: saját szerkesztés

HIVATKOZÁSOK REFERENCES

- Aranda, M., Zappalà, S., Topa, G. (2019), "Motivations for Volunteerism, Satisfaction, and Emotional Exhaustion: The Moderating Effect of Volunteers' Age", *Sustainability*, 11(16) 4477. <https://doi.org/10.3390/su11164477>
- Arnon, L., Almog-Bar, M., Cnaan, R.A. (2023), "Volunteer Engageability: A Conceptual Framework", *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 52(6), 1633–1659. <https://doi.org/10.1177/08997640221132499>
- Asah, S.T., Blahna, D.J. (2012), "Motivational Functionalism and Urban Conservation Stewardship: Implications for Volunteer Involvement", *Conservation Letters*, 5(6), 470–477. <https://doi.org/10.1111/j.1755-263X.2012.00263.x>
- Bang H., Ross S.D. (2009), "Volunteer Motivation and Satisfaction", *Journal Venue Event Management*. 7(1), 61–77.
- Bartal, A.M., Dorner, L., Fényes H., Nagy, R., Perpék, É. (2024), „'Gúzsba kötve táncolni' – helyzetkép a hazai önkéntes alszektorról az Önkéntes Szemle (2021–2023) tanulmányai és esettanulmányai alapján”, *Önkéntes Szemle*, 4(1), 3–30. <https://doi.org/10.53585/OnkSzem.2024.1.3-30>
- Benevene, P., Buonomo, I., West, M. (2020), "The Relationship Between Leadership Behaviors and Volunteer Commitment: The Role of Volunteer Satisfaction", *Frontiers in Psychology*, 11, 602466. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.602466>
- Bifkovich, B., Malota, E. (2024), „Önkéntesség a szájreklám és a szervezetek kommunikációjának tükrében – integratív szakirodalmi szintézis és javasolt kutatási irányok”, *Vezetéstudomány*, 55(4), 63–76. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2024.04.0>
- Cho, H., Wong, Z.E., Chiu, W. (2020), "The effect of volunteer management on intention to continue volunteering: A mediating role of job satisfaction of volunteers", *SAGE Open*, 10(2). <https://doi.org/10.1177/2158244020920588>
- Costa, C., Chalip, L., Green, C., Simes, C. (2006), "Reconsidering the Role of Training in Event Volunteers' Satisfaction", *Sport Management Review*, 9(2), 165–182. [https://doi.org/10.1016/S1441-3523\(06\)70024-9](https://doi.org/10.1016/S1441-3523(06)70024-9)
- Dorner, L. (2023), „Az önkéntes munkavégzés mentális és fizikai egészségmutatókkal való összefüggései az empirikus kutatások tükrében – áttekintő tanulmány”, *Mentálhigiéné és Pszichoszomatika*, 24(3), 145–164. <https://doi.org/10.1556/0406.2023.00030>
- Einolf, C. (2018), "Evidence-based volunteer management: a review of the literature", *Voluntary Sector Review*, 9(2), 153–176. <https://doi.org/10.1332/204080518X15299334470348>
- Fairley, S., Lee, Y., Green, B.C., Kim, M.L. (2013), "Considering Cultural Influences in Volunteer Satisfaction and Commitment", *Event Management*, 17(4), 337–348. <https://doi.org/10.3727/152599513X13728763846492>
- Fauletehan, A.F., van Burg, E., Thompson, N.A., Wempe, J. (2021), "Called to volunteer and stay longer: the significance of work calling for volunteering motivation and retention", *Voluntary Sector Review*, 12(2), 235–255. <https://doi.org/10.1332/204080520X15929332587023>
- Finkelstein, M.A. (2008), "Volunteer Satisfaction and Volunteer Action: A Functional Approach". *Social Behavior and Personality: an International Journal*, 36(1), 9–18. <https://doi.org/10.2224/sbp.2008.36.1.9>
- Galindo-Kuhn, R., Guzey, R. (2002), "The Volunteer Satisfaction Index: Construct Definition, Measurement, Development, and Validation", *Journal of Social Service Research* 28(1), 45–68. http://10.1300/J079v28n01_03
- Green, B.C., Chalip, L. (2004), "Paths to Volunteer Commitment: Lessons from the Sydney Olympic Games", in: Stebbins, R. – Graham, M. (ed): *Volunteering as Leisure/Leisure as Volunteering: an International Assessment*. CABI Publishing, Wallingford, 2004, 49–67. <https://doi.org/10.1079/9780851997506.0049>
- Grube, J., Piliavin, J.A. (2000), "Role Identity, Organizational Experience and Volunteer Experience", *Personality and Social Psychology Bulletin*, 23(9), 1108–1119. <http://10.1177/01461672002611007>
- Gyorgyovich, M., Menich, D., Simon, N., Kollár, D., Szadorai, D. (2020), *Önkéntesség Magyarországon, Századvég Kiadó, Budapest, 2018.* <https://budapestcivil.hu/article/nken-tesseg-magyarorszag-2018-szazadveg.pdf> [Letöltés dátuma: 2024.07.24.]
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E. (2009), *Multivariate Data Analysis*, 7th edition, Prentice Hall, Upper Saddle River, 2009.
- Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C., Sarstedt, M. (2017), *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, 2nd edition, SAGE Publications, Thousand Oaks, 2017.
- Henseler, J., Ringle, C. M., Sinkovics, R. R. (2009), "The Use of Partial Least Squares Path Modeling in International Marketing", *Advances in International Marketing*, 20, 277–320. [https://doi.org/10.1108/S1474-7979\(2009\)0000020014](https://doi.org/10.1108/S1474-7979(2009)0000020014)

- Ihm, J., Shumate, M. (2022), "How Volunteer Commitment Differs in Online and Offline Environments", *Management Communication Quarterly*, 36(4), 583–611. <https://doi.org/10.1177/08933189211073460>.
- Kim, S., Andrew, D., Lee, C., Lee, J. (2014), "The Impact of Perceived Event Prestige on Volunteer Satisfaction and Commitment at a Major International Sporting Event", *International Journal of Sport Management*, 15(4), 438–461.
- Kim, E., Cuskelly, G. (2017), "A Systematic Quantitative Review Of Volunteer Management in Events", *Event Management*, 21(1), 83–100. <http://10.3727/152599517X14809630271195>
- Kim, M., Suk-Kyu Kim, S., Kim, M., Zhang, J.J. (2019a), "Assessing Volunteer Satisfaction at the London Olympic Games and its Impact on Future Volunteer Behaviour", *Sport in Society*, 22(11), 1864–1881. <https://doi.org/10.1080/17430437.2019.1616926>
- Kim, D., Park, C., Kim, H., Kim, J. (2019b), "Determinants and Outcomes of Volunteer Satisfaction in Mega Sports Events", *Sustainability*, 11(7), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su11071859>
- Kragt, D., Holtrop, D. (2019), "Volunteering research in Australia: A narrative review", *Australian Journal of Psychology*, 71(4), 342–360. <https://doi.org/10.1111/ajpy.12251>
- Lee, C.K., Reisinger, Y., Kima, M.J., Yoon, S.M. (2014), "The Influence of Volunteer Motivation on Satisfaction, Attitudes, and Support for a Mega-Event", *International Journal of Hospitality Management*, 40(July), 37–48. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.03.003>
- Lukšyte, A., Dunlop, P. D., Holtrop, D., Gagné, M., Kragt, D., Farid, H.M. (2021), "The challenges of volunteering during the COVID-19 pandemic", *Industrial and Organizational Psychology*, 14(1–2), 286–289. <https://doi.org/10.1017/iop.2021.62>
- Marta, E., Pozzi, M. (2008), "Young People and Volunteerism: A Model of Sustained Volunteerism During the Transition to Adulthood", *Journal of Adult Development*, 15(1), 35–46. <https://doi.org/10.1007/s10804-007-9033-4>
- McBey K., Karakowsky L., Ng P. (2017), "Can I make a difference here? The impact of perceived organizational support on volunteer commitment", *Journal of Management Development*, 36(8), 991–1007. <http://doi.org/10.1108/JMD-05-2015-0078>
- McGehee, N.G., Santos, C.A. (2005), "Social Change, Discourse and Volunteer Tourism", *Annals of Tourism Research*, 32(3), 760–779. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2004.12.002>
- Mukherjee, D. (2011), "Participation of Older Adults in Virtual Volunteering: A Qualitative Analysis", *Ageing International*, 36(2), 253–266. <https://doi.org/10.1007/s12126-010-9088-6>
- Nowakowska, I., Duda, E., Ellena, A.M., Martinelli, D.P., Szulawski, M., Pozzi, M. (2025), "Challenges for Formal Organizations Engaging Volunteers During Regular and Crisis Times According to Polish and Italian Volunteer Coordinators", *Voluntas*, 36(1), 1–31. <https://doi.org/10.1007/s11266-024-00689-w>
- Pótó, J., Sipos, N. (2022), „Mi motiválja (újra) az önkénteseinket? – Az önkéntesség motivációi, az önkéntesek kilépésének okai és visszacsatlakozásának lehetőségei”, *Civil Szemle* 19(1), 25–40.
- Putnam, R.D. (2000), *Bowling alone: The collapse and revival of American community*, Touchstone Books/Simon & Schuster, 2000. <https://doi.org/10.1145/358916.361990>
- Ringle, C.M., Wende, S., Becker, J.M. (2015), *SmartPLS 3*. SmartPLS, GmbH, Boenningstedt, 2015. <http://www.smartpls.com> [Letöltés dátuma: 2024.04.10.]
- Silva F., Proença, T., Ferreira, M.R. (2018), "Volunteers' perspective on online volunteering – a qualitative approach", *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 15(4), 531–552. <http://doi.org/10.1007/s12208-018-0212-8>
- Skoglund, A.G. (2006), "Do not forget about your volunteers: A qualitative analysis of factors influencing volunteer turnover", *Health & Social Work*, 31(1), 217–220. <https://doi.org/10.1093/hsw/31.3.217>
- Terry, B., Pracht, D., Fogarty, K., Pehlke, T., Barnett, L. J. (2013), "The Similarities Between Volunteer Behavior and Consumer Behavior: A Study of Volunteer Retention", *The Journal of Extension*, 51(6), 1–9, <https://doi.org/10.34068/joe.51.06.19>
- Toscano, F., Zappalà, S. (2024), "Volunteers' Satisfaction with the Voluntary Association: Exploring the Role of Service Climate, Organizational Identification, and Understanding Motivation", *Current Psychology: A Journal for Diverse Perspectives on Diverse Psychological Issues*, 43(17), 15471–15483. <https://doi.org/10.1007/s12144-023-05475-3>
- Wilson, J. (2000), "Volunteering. Annual Review of Sociology", 26(1), 215–240. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.26.1.215>
- Zhou, S., Kodama Muscente, K. (2023), "Meta-analysis of Volunteer Motives Using the Volunteer Functions Inventory to Predict Volunteer Satisfaction, Commitment, and Behavior", *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 52(5), 1331–1356. <https://doi.org/10.1177/08997640221129540>

Béla-Csovcsecs Andrea, egyetemi tanársegéd
csovcsecs.andrea@eco.u-szeged.hu

Kazár Klára, PhD, egyetemi adjunktus
kazar.klara@eco.u-szeged.hu

Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar

Exploring the factors that influence volunteer satisfaction

THE AIM OF THE PAPER

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 what factors contribute to the satisfaction of online and offline volunteering and to better understand the relationship between satisfaction and volunteering.

METHODOLOGY

The research was conducted through an online questionnaire survey. Our questionnaire was sent to 106 organisations in Hungary that both host and looking for volunteers. A total of 201 valid responses were collected from volunteers in the surveyed organisations. Data were analysed using PLS path analysis.

MOST IMPORTANT RESULTS

The results show that social factors, organisational support and professional development have a significant effect on satisfaction: and the latter has also on loyalty. Among the input factors of our model, organisational support has the strongest effect on satisfaction. However, these 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.

RECOMMENDATIONS

For volunteers, organisational support has a significant impact on volunteer satisfaction, and therefore the favourable environmental conditions provided by the organisation and the effective performance of volunteer coordinators are also key factors. It is therefore recommended that organisations develop organisational protocols and a supportive environment to retain volunteers.

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

Acknowledgements: to all the organisations and volunteers who have contributed to our work. The research was supported by the Digital Society Competence Centre of the Humanities and Social Sciences Cluster of the Centre of Excellence for Interdisciplinary Research, Development and Innovation of the University of Szeged. The authors are members of the 'Digitalisation in business and nonbusiness' research group.