

Az egyéni önkéntesség motivációinak feltárása és azok marketing vonatkozása

Dr. Hetesi Erzsébet – Csovcics Andrea

Tanulmányunkban az egyéni motivációkat elemezzük, valamint azok marketing következményeit vizsgáljuk. Az önkéntesség elméleti hátterének bemutatása után ismertetünk néhány empirikus kutatási eredményt az önkéntesség motivációira vonatkozóan. A kvalitatív és kvantitatív módszerek alkalmazásával kapott eredmények egyaránt azt mutatják, hogy az egyéni motivációk életkor és nem alapján jól szegmentálhatók. Ezen a motivációk alapján jól szegmentált önkéntes piacon a célcsoportok kiválasztása egyszerűbb, ezáltal a marketingstratégiák kidolgozása is könnyebben kivitelezhető. A későbbiekben egy olyan modellt kívánunk felvázolni, ahol célunk annak vizsgálata, hogy hazánkban az önkéntesek indítékai milyen dimenziók mentén írhatók le, és milyen tendenciák fedezhetők fel azok alakulásában.

Kulcsszavak: önkéntesség, egyéni motivációk, marketing stratégiák

1. Bevezetés

A vállalatok egyre szélesebb körében kezd elterjedni a nonbusiness tevékenységek napi szintén történő gyakorlása. Már nemcsak más országokban megfigyelhető tendencia ez, hanem hazánkban is folyamatosan növekvő népszerűségnek örvendenek ezek a gyakorlatok. Egyre bővülő palettája van kialakulóban a szektorsemleges vagy interszektoralis nonbusiness tevékenységeknek, amelynek körébe tartozik az ügymarketing (CRM); a PPP, azaz public-private partnership; a társadalmi felelősségvállalás (CSR); a társadalmi célú marketing; illetve az önkéntesség, adományozás, szponzorálás kategóriája is (Dinya et al. 2004).

2. Elméleti háttér - nonbusiness modell

Az önkéntességhez, adományozáshoz hasonló tevékenységek már a korábbi társadalmakban is jelen voltak, bár ekkora a marketing elnevezés még nem volt használatos (Robbins 2006). Magának a tenni akarásnak, az önkéntességnek, a segítségnyújtásnak a motívuma már a korai kereszténység idején megjelent az emberiség mindennapjaiban. A keresztény szervezetek által folytatott ápoló, gondozó és segítő tevékenységek a formális segítségnyújtás csíráit jelentették, amelyek számottevő változást átélve segélyező szervezetek kialakulásához vezettek (Zentai 2006). A karitatív jellegű csoportosulások eleinte a leginkább rászoruló, legszegényebbek számára nyújtottak segítő kezet, majd a fejlett piacgazdaságok korát elérve teremtődött meg az a gazdasági keret és társadalmi feltételrendszer, amely lehetővé tette a nonprofit szervezetek egyre több területen való felbukkanását. Az adományozás és az önkéntesség gyökerei nagyon régre nyúlnak vissza és a társadalom színterein megjelenő problémák felkarolásának legősibb módjának tekinthetőek. Természetesen nemzetenként és társadalmi berendezkedésenként eltérő annak a súlya, hogy az öntevékeny megmozdulások mekkora teret kaphatnak. Azokban az országokban juthat érvényre a nagymértékű civil tevékenység végzése, ahol az állami hatalom partnerként tekint a polgárokra és engedélyezi, támogatja az általuk kezdeményezett, segítő szándékú törekvéseket. A demokratikus polgári államok biztosítják azokat a kritériumokat, amelyekben a társadalmi csoportosulások aktivitása kiteljesedhet, hiszen az állami vezetés, mint pártfogó van jelen a kapcsolatban, ezáltal pedig a társadalmi feladatok magasabb színvonalú teljesítése valósul meg. A jobb minőségű munkavégzést is részben magyarázza az, hogy bizonyos társadalmi teendők ellátása

hatékonyabban megoldható civilek közreműködése által, mint állami koordinálás keretében vagy az erőteljes verseny által átítatott piaci szféra feltételei között (Varga–Horváth 2009). A nonbusiness tevékenységek megjelenése három tényező segítségével magyarázható:

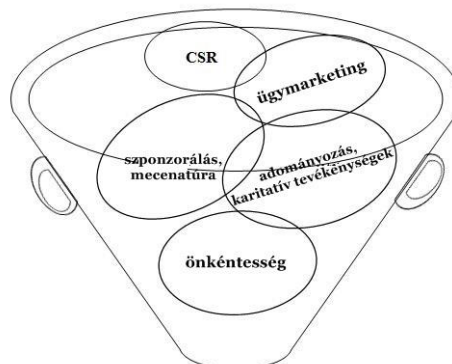
- az önkéntes segítségnyújtás mások életének, életkörülményeinek javítására irányul
- a piaci hiány, azaz bizonyos szükségletek kielégítését a piac magánvállalkozói nem hajtják végre a közjó érdekében
- a közszolgáltatási hiány, azaz a forprofit szféra által ki nem elégített szükségleteket az állami szervek sem képesek kielégíteni vagy nem akarják megtenni azt.

A fent említett hiányosságok felfedésére és korrigálására szolgálnak non-business szektor megközelítései azok elemeinek vizsgálata (Steinberg 2006).

3. A nonprofit tevékenységek “kosara”

A nonbusiness marketingként említett marketing gyakorlatok esetében a rövid távú profittermelés nem szerepel a szervezeti célok között, ez igaz függetlenül attól, hogy mely területen alkalmazzák az adott gyakorlatot. A nonprofit irányultságú tevékenységek felsorakoztatásával készült az alábbi modell (1. ábra), amelyben a szereplő elemek olyan tevékenységek, amelyek által a szervezet tehát nem törekszik rövid távú profit realizálására. A modell tartalmazza azokat a korábban is ismert nonbusiness tevékenységeket, amelyek szektoriális és marketing vonatkozásban egyértelműen nem azonosíthatók be, azonban rendkívüli hatással bírnak és a jelenlegi nonprofit szervezetek által is művelt tevékenységnek számítanak. A nonbusiness tevékenységek változása az idők folyamán az alábbi módon alakult: a korábbi tevékenységek által kitűzött cél, egyének vagy csoportok önzetlen segítése volt, például adományozás vagy önkéntes munka végzése keretében, a későbbiek során üzleti szempontok kapcsolódtak ezekhez a tevékenységhez, így a korábbi non-business tevékenységekhez lépésről-lépésre társultak üzleti érdekek. A szponzoráció vagy például az ügymarketing is egy ilyen kétoldalú megközelítés eredményeként fogalmazható meg. Napjainkban az üzleti érdekek szem előtt tartása ismét háttérbe szorult és egyértelműen a társadalom, valamint az emberiség állapotának, jövőjének javítása vette át a központi szerepet (Dinya et. al. 2004). Napjaink tendenciájaként figyelhető meg, hogy az egyszerű non-business tevékenységek sorra a globális felelősségvállalás kihívásaival is találkoznak. A vállalatok nem kizárólag business orientált tevékenységek folytatására koncentrálnak, hanem tevékenységi körükben a nonbusiness megmozdulások is jelentős szerepet és figyelmet kapnak. Az azonban, hogy számukra mit is jelent a nonbusiness tevékenység, illetve mit tekintenek CSR-nek, egyelőre még nem kellően definiált sem a szakirodalomban, sem a vállalati gyakorlatban.

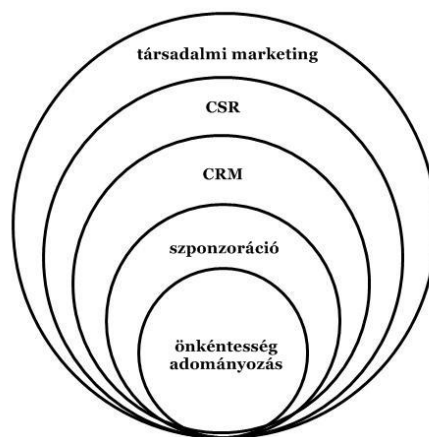
1. ábra Vállalatok non-business tevékenységeinek kosara



Forrás: saját szerkesztés

A 2. sz. ábra az egyes tevékenységek közötti kapcsolatokat jelzi, amely szerint feltételezhető, hogy a nonbusiness tevékenységek egy fejlődési folyamat eredményeként önállósodtak. Megközelíthető az újonnan megjelent nonbusiness aktivitások felbukkanása úgy is, hogy nem a kezdeti tevékenységek szűntek meg és alakultak ki addig még nem ismertek, hanem azok szerves összefonódása figyelhető meg a nonbusiness tevékenységek szintézisében. A hagymamodell kiindulási pontja az önkéntesség és az adományozás, amelyekkel kapcsolatosan még nem merültek fel marketing megfontolások, nem úgy, mint a kétoldalú üzleti kapcsolatként definiált szponzorálásnál, amelynek esetében az üzleti érdekek már sokkal jobban előtérbe helyeződtek. Ma már az önkéntesség és adományozási tevékenységek is megkövetelik a jól átgondolt marketing eszköztár használatát, ugyanúgy, ahogyan az elmúlt években előre nyomuló társadalmi marketing, társadalmi felelősségvállalás, ügymarketing esetében is.

2. ábra A business tevékenységek fejlődése



Forrás: saját szerkesztés

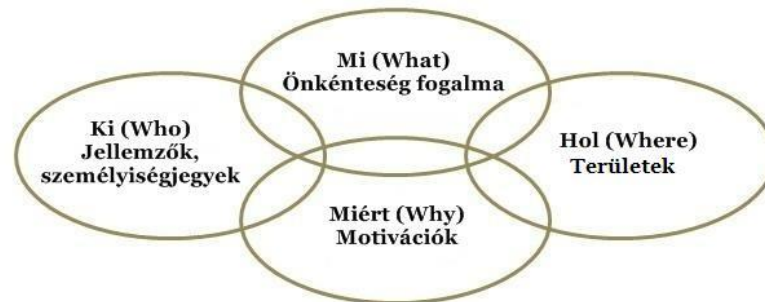
4. Az önkéntesség

Az önkéntesség rendkívül gyors terjedésének oka egyrészt a nonprofit szektor előtérbe kerülése, a társadalomban fellelhető feszültségek és ellentétek kiéleződése, illetve az emberek szociális érzékenységének erősebbé válása. Ezek az újonnan kialakuló jelenségek pedig egyúttal az új önkéntességi formák megjelenését és az önkénteseket cselekvésre bíró motivációk átalakulását is jelentik. Habár a szolidaritás az az emberi tényező, amely az önkénteseket leginkább sarkallja önzetlenségen alapuló munkavégzésre, de napjainkra számos más faktor is szerepet játszhat. Az önkéntes személyek, illetve szervezetek esetében teljesen eltérő mozgatóerők válnak kulcsfontosságúvá, ezért érdemes szétválasztani és külön vizsgálni a kétféle szituációt. Szintén egyre gyakoribb tendenciaként figyelhető meg az önkéntesekért folyó élesedő verseny is, ezért a toborzás és kiválasztás is jóval több időt és figyelmet igényel a koordináló személyek részéről. Megállapítható, hogy a marketing technikák és módszerek is sokkal fontosabb szerepet játszanak a nonbusiness szektor esetében, mint azt korábban tapasztalhattuk (Bussell–Forbes 2002). Maga az önkéntesség vizsgálata is számos aspektusból lehetséges. Jelen tanulmányban elsősorban a Miért? kérdésre keressük a választ és az önkéntesek motivációi alapján történő szegmentálási lehetőségeket mutatjuk be.

Érdemes áttekinteni azokat az aspektusokat és tényezőket, amelyeket nem szabad figyelmen kívül hagyni, ha az önkéntesség vizsgálatát kívánjuk elvégezni marketing szempontból. Bussell és Forbes (2002) modelljének alapját az önkéntesség négy szignifikáns dimenziója adja, amelyet az „Önkéntesség négy W-modelljeként” („Four W-s of Volunteering”) is említenek (3. ábra). A modell, amely az önkéntesek piacának megértésére

törekszik, az alábbi dimenziókat foglalja magában: az önkéntesség fogalmának meghatározása (What), az önkéntesség előfordulásának helyei és területei (Where), az önkéntesek személyének megadása, azaz milyen személyiségi jegyekkel rendelkeznek az önkéntes munkát végzők (Who), végül pedig az önkénteseket vezérlő motivációrendszerek megadása, azaz annak a kérdésnek a megválaszolása, hogy az önkéntesség háttérében milyen okok húzódnak meg (Why).

3. ábra Az önkéntesség piacának megértésére szolgáló modell



Forrás: Bussell–Forbes (2002, 5. o.)

4.1. Mi? – Az önkéntesség meghatározása

A tanulmány során arra az önkéntes munkavégzésre kerül a hangsúly, amely bár hazánkban egyelőre még nem foglalja el a neki járó helyet, mégis rengeteg előnnyel kecsegtet az önkéntes munkát végző és befogadó fél számára egyaránt. Magának az önkéntességnek számos definíciója és értelmezése ismert, mégis a legelfogadottabbnak az bizonyul, ha a jelenséggel kapcsolatban született meghatározások fő jellemzői kerülnek kiemelésre. E szerint önkéntességről abban az esetben beszélünk, amikor is a tevékenység végzése önkéntes alapon és szabad akarat alapján történik, ellenszolgáltatás nyújtása nem követi az önkéntes tevékenységet, illetve a társadalom – akár egyetlen tagjának – hasznára irányul (Nádudvari 2011). Az, hogy közhasznú jelzővel illethetünk-e egy szervezetet vagy egy egyéni megmozdulást, az is meghatározza, hogy a szóban forgó társadalom az adott körülmények között mit tart közérdeknek. Azaz nem elegendő csupán az egyetemes emberi értékeknek való megfelelés, hanem az adott társadalom által elfogadott értékrend, cselekvési minták szem előtt tartása is elengedhetetlen (Pecze 2003). Az önkéntesség már egyre több területen megjelenik, mint például a társadalmi életben, a gazdaságban, a kultúrában, sőt a politikában is.

4.2. Hol? – Milyen területeken folyik az önkéntes munkavégzés

Számos szerző említi a témával kapcsolatosan Smith (1994) meglátását, aki nagyon fontosnak tekintette annak vizsgálatát, hogy az önkéntesek milyen területeken bukkannak fel, mutatnak aktivitást. Smith és Wymer (1997) is az önkéntes munkák körülményeinek és feltételeinek meghatározásával foglalkozott. A szerző, 1058 főn végzett kutatása alapján hat releváns csoportot különített el, ahol önkéntes munkavégzés folyhat: művészet és kultúra, vallás, fiatalok személyiségének és képességeinek fejlesztése, oktatás és egészség, az emberek szolgálatában tett egyéb tevékenységek. Az említett amerikai tanulmányhoz hasonlóan különített el szegmenseket Wilson és Pimm (1996) is, akik meglátásaikat az Egyesült Királyságban készített tanulmányukra alapozták. Az előbb említetteken felül kiemelésre került még a politika és a sport területén végezhető önkéntesség, az önszolgálat is.

4.3. Ki? – Az önkéntesek jellemzői

Az önkéntes munkát vállalók eltérő életkörülmények közül, illetve eltérő korcsoportból kerülnek ki és láthatjuk, hogy megannyi, a háttérben meghúzódó motiváció mozgatja a fiatalabb, illetve az idősebb generáció tagjait is. Bussell és Forbes (2002) kutatásai szerint azoknál a fiataloknál, akiknek felmenői is szerepet vállaltak közösségi feladatok ellátásával, illetve társadalmi problémák orvoslásában, sokkal gyakrabban válnak maguk is önkéntesekké. Látható, hogy a családi háttér jelentős hatást képes gyakorolni az egyénre. Szintén pozitívan befolyásolja azoknak a személyeknek a jövőbeni önkéntes aktivitását, akik gyermekkorban már bevonásra kerültek egy-egy önkéntes projektbe.

4.4. Miért? – Motivációkutatások áttekintése

Az 1970-es évekre vezethetők vissza azok az önkéntesek tábort vizsgáló kutatások, amelyek egyrészt szociodemográfiai jellemzőkkel próbálják leírni és csoportokra bontani az önkéntes munkában résztvevőket, másrészt motivációikat hivatottak feltérképezni. Esmond és Dunlop (2004) ezt a témát feldolgozó, nemzetközi kutatásokat bemutató tanulmányában rendszerezik az önkéntesek motivációrendszeréhez kapcsolódó elméleteket. Osztályozó munkájuk eredményeként megkülönböztethetjük a két-vagy háromszektoros, illetve az egy- és többdimenziós elméleteket (Dunlop–Esmond 2004). A szerzők nemcsak rendszerezték az addig ismert modelleket, de egyben megalapozták a jelenlegi és még kialakulóban, fejlődésben lévő motivációkutatások elméleti részét is.

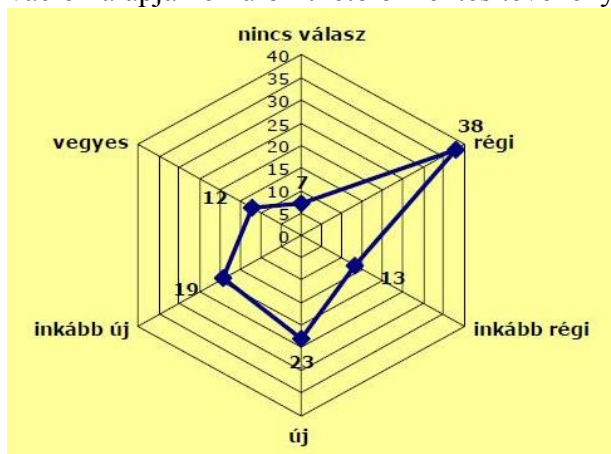
Egyes szerzők az önkéntes munkavégzés motivációi alapján két csoportot különítenek el: az altruisztikus és az egoisztikus értékek mentén létrejövő motivációs halmazokat. Míg az altruista-idealista értékeket szem előtt tartó csoport képviselői inkább az idősebb generációk tagjai, addig az egoisztikus, vagy ahogyan más szerzők emlegetik, a gyakorlati-pragmatista indítékok alapján leírható motivációegyüttes a fiatalokra jellemző. Ez utóbbi esetén a kézzel fogható jutalmak mellett a szakmai fejlődés, a kihívásoknak való megfelelés és a tapasztalatszerzés számítanak motiváló tényezőknél. Gyakran egy-egy önkéntes programban való részvétellel igyekeznek a fiatalok ellensúlyozni a gyakorlat hiányát, amely a munkáltatóknál toborzáskor egyre fontosabb és pozitívabb szempontnak számít. Szintén az önzetlen munkavégzés mellett dönthetnek azok, akik saját kompetenciáik fejlesztésére törekednek, hiszen a különböző szervezett programokban való részvétel segítheti a szociális érzék, a stressztűrő képesség vagy akár a kommunikációs- és problémamegoldó készség javítását is. A kéttényezős modell másik komponense az altruista-idealista értékek mentén létrejövő motivációs csoport. A másokon való segíteni akarás, a segítség miatt kialakuló jó érzés, a hit és a vallás inkább idősebb személyek önkéntes munkavégzését generálják (Fényes–Kiss 2011, Hetesi–Veres 2013). Látható tehát, hogy nemcsak morális többletet képes adni az egyén számára az önkéntes munka.

Más megnevezéssel, de hasonló elvekre alapozva különítette el Hustinx és Lummertyn (2003) a kollektív, illetve a reflexív motivációs törekvések csoportját. Előbbi esetében erős az altruista attitűd és a közösségi célok megvalósítása kerül előtérbe, tehát az egyének saját személyes motivációkat alárendelik a közjónak. A reflexív motiváció ennek ellentettjeként az öncentrikusságon alapul, amely elsősorban a saját elhatározásait követő fiatalokat jellemzi (Kiss–Fényes 2011). Ez a modell élesebben határolja el egymástól a két említett kategóriát.

A magyarországi helyzetről képet kaphatunk Czike és Bartal (2004) által írt tanulmányon keresztül, amelyben összesen nyolc motivációs faktor került tesztelésre. A tényezők közé tartozik a tapasztalatszerzés; a vallás és hit fontossága; a kihívás, szakmai fejlődés lehetősége; az erkölcsi kötelesség; a szabadidő hasznos eltöltésének lehetősége; új barátok, ismerősök szerzése és kapcsolatok kiépítése; közösséghez való tartozás, illetve a

szegényeken és rászorulókon való segítség lehetősége (Czike–Bartal 2004). A felsorolt ösztönzők további csoportosítására is sor került, amelynek eredménye három hipotetikus csoport differenciálása lett. A kutatók megkülönböztették a motivációhalmazok alapján a régi típusú, azaz hagyományos önkéntességet, valamint az új típusú, más néven modern önkéntességet. Ezek a kategóriák Fényes–Kiss (2011), Hetesi–Veres (2013) szerzők által alkalmazott altruista-idealista, illetve gyakorlati-pragmatista osztályozás elvét követik. Harmadik típusként megemlíthető a vegyes típusú önkéntesség is, amely esetében a régi (szegényeken való segítség, vallás és hit fontossága, erkölcsi kötelesség, közösséghez való tartozás) és az új (tapasztalatszerzés, kihívás, szakmai fejlődési lehetősége, szabadidő hasznos eltöltése, új barátok és ismerősök szerzése, kapcsolatok kiépítése) típusú önkéntességet jellemző tényezők és kapcsolódó motivációk hasonló súllyal jelen vannak az egyén esetében. Czike és Bartal empirikus vizsgálatai során kapott eredmények alapján látható, hogy a régi típusú önkéntességet reprezentálók aránya magasabb (45,5 százalék), hiszen a modern önkéntességet előnyben részesítők 37,5 százalékban képviseltetik magukat. A vegyes típusú önkéntesség aránya 17 százalék volt ebben a kutatásban. A következő ábrán (4. ábra) is azonos tendencia figyelhető meg, nevezetesen a tradicionális jellegű önkéntesség magasabb aránya. Az ábrán az eltérő motivációk alapján elkülöníthető önkéntes tevékenységek típusai kerültek megjelenítésre, amely egy 112 főt vizsgáló kutatás eredményét tükrözi (Czike–Bartal 2004).

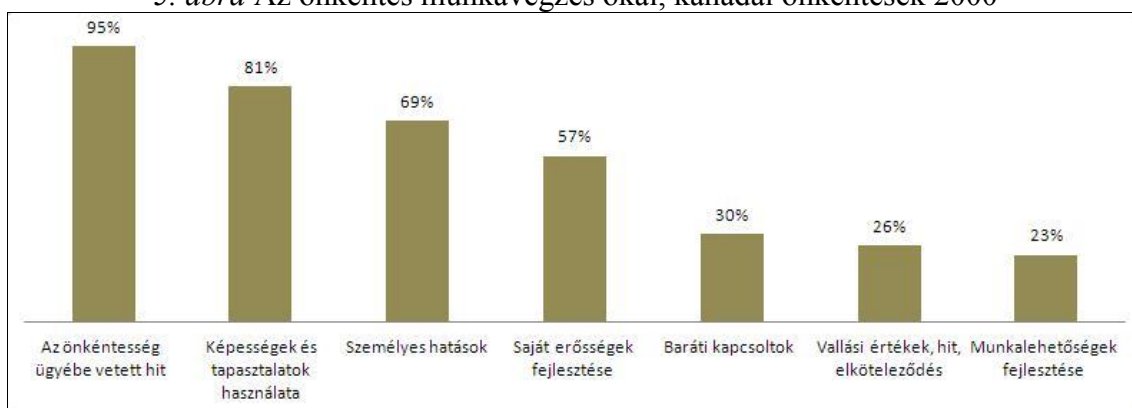
4. ábra Motivációk alapján elkülöníthető önkéntes tevékenységek típusai



Forrás: Czike–Bartal (2004, 28. o.)

A National Survey of Giving, Volunteering and Participating (NSGVP) 2000-ben, kanadaiak körében készített egyik kutatása alapján is látható, hogy az emberek számos különböző indok által vezérelve fognak bele önkéntes munkavégzésbe. A tanulmány eredményei szintén a korábban már ismertetett eredményeket támasztja alá, miszerint a legtöbb ember, a mások iránti gondoskodás miatt önkénteskednek, ahogyan ezt az ábra is mutatja (5. ábra). Vallásuk elvárja, hogy viszonyozzák azt a kedvességet, törődést és segítséget, amelyet mások nyújthatnak számukra. A háttérben álló ezen motiváció előfordulásának gyakorisága az életkor előre haladtával nő. Mindössze a válaszadók 19 százalékát vezérlik altruisztikus motivációk, azonban az idősebb korosztály képviselői között sokkal nagyobb (50%) volt ez az előfordulási arány. Elmondható az is, hogy a fiatalabb generáció tagjai önkénteskedésük ösztönzőjeként a személyes kompetenciák, valamint egyéb munkához szükséges képességeik fejlesztésének és erősítésének lehetőségét határozták meg. A kutatásban résztvevők 15 és 24 év közöttiek 71 százaléka motivált az úgynevezett egoisztikus tényezők által. Természetesen számos önkéntes esetében figyelhető meg a vegyes motivációrendszer is (McClintock 2004).

5. ábra Az önkéntes munkavégzés okai, kanadai önkéntesek 2000

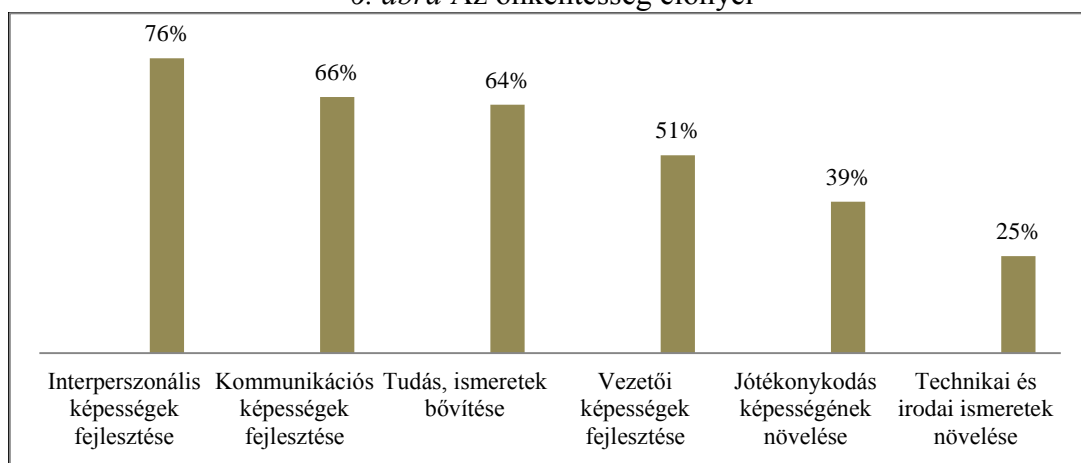


Forrás: McClintock (2004, 7. o.)

Az önkéntesség régi típusa elsősorban adományozáson és jótékonykodáson alapszik, példaként hozhatjuk pl. Magyarországon a Vöröskeresztet, amely mint nemzetközi mozgalom 1863-ban jött létre. Az új típusú önkéntesség során nem kizárólag vagy egyáltalán nem az emberi értékeken alapuló jótékonykodás eszméje kerül középpontba, hanem az a kihívásokkal teli, kreativitást igénylő munka, illetve a tudásvágy, amely szintén módfelett ösztönzi, elsősorban a fiatal korosztály tagjait (Czike–Bartal 2004). Számukra kitűnő lehetőséget jelenthetnek a különböző formális nemzetközi önkéntes programok, mint például az EVS (European Volunteering Service) rövid, közép és hosszú távú programjai.

Empirikus adatok bizonyítják, hogy valóban számos területen fejleszthető az egyén az önkéntes munkák által. Az imént is említett NSGVP adatai szerint a kanadai önkéntesek kb. háromnegyede (76%) interperszonális készségeinek fejlődését érezte az önkéntes programban való részvétel után (6. ábra). Szerintük a munka hozzájárul ahhoz, hogy embertársaikat jobban megértsék, nehéz szituációkkal könnyebben küzdjenek meg, valamint képesek lettek motiválni másokat is. A válaszadó önkéntesek 66 százaléka kommunikációs készségének fejlődését vette észre és ez a javulás nem kizárólag a szóbeli, hanem az írásbeli kommunikációra, találkozók, megbeszélések, való részvételekre is igaz. Szintén az önkéntesség előnyét támasztja alá, hogy a válaszadók 64 százaléka érezte, hogy növelhette általános tudását, ismeretkörét, például a környezettel, politikával, egészségüggyel vagy a nők helyzetével kapcsolatban (Greenberg 2000).

6. ábra Az önkéntesség előnyei



Forrás: Greenberg (2000)

A kéttényezős elméletet egészítette ki és értelmezte kicsit másként Fitch (1987), majd Morrow és Howell (1989) is, akik egy harmadik tényező megjelenítésével megalkották a háromtényezős modellt. Így az önkéntes munkát végzők ösztönzőit, az altruista, a társadalmi, valamint az anyagi motivációs tényezők szerint csoportosították (Esmond–Dunlop 2004). Ezeknek a kezdeti modelleknek a hátránya abban rejlik, hogy empirikus módon többszörösen nem bizonyítottak, így alkalmazásukkal kapcsolatban kétségek merülhetnek fel.

Az eddig használt elméletek árnyoldalait próbálták leküzdeni a téma kutatói, emiatt egyre több empirikus kutatás készült. Az empirikus eredmények növekvő számának és a megfelelő elméleti megalapozottságnak köszönhetően születtek meg a többdimenziós motivációs modellek, amelyek a jelenlegi kutatások alapjait is képzik. Több dimenzió bevonásával vizsgálták az önkéntesek motivációrendszerét Clary és szerzőtársai is. Összesen harminc változó mérésével és a vizsgálat során alkalmazott skála hat eltérő funkcionális motivációcsoportba osztásával, megalkották a VFI-t (Volunteer Functions Inventory). Az önkéntes munkavégzés mellett voksoló személyek motivációinak vizsgálatakor alkalmazott VFI arra a központi kérdésre próbál választ adni, hogy mennyire fontos, mennyiben járul hozzá mind a harminc lehetséges ok ahhoz, hogy valaki önkéntes munkát végezzen. Ötfokú Likert-skála segítségével értékelhetők a szerzők által elkülönített kategóriák: a védekező jellegű motivációk, az értékek, a karrier, a szociális motivációk, az értelem, megértés, valamint az egyén önfejlesztése. Elmondható tehát, hogy az önkéntes munkák magukban hordozhatják az egyén védelmének lehetőségét az élet bármely területén előforduló nehézségekkel szemben. Kifejezhető az önkéntes altruista és humanitárius értékei, hozzáállása, illetve hozzájárulhat a szakmai élet, a karrier fejlesztéséhez. Mindezek mellett a társadalmi kötelek javításának, erősítésének és fejlesztésének lehetőségét is magában hordozza, valamint a személyes készséget fejlesztését és az egyén önbizalmának növelését is előidézheti (Clary et al. 1998).

Módszertanilag ezt a megközelítést alkalmazza, és ezzel az alkalmazott módszer megfelelőségét kívánja alátámasztani Clary és Snyder (2002), Penner (2002), illetve Stukas, Snyder és Clary (2002) is. A szerzők olyan hallgatók körében végezték felmérésüket, akik úgynevezett kötelező önkéntes programban való részvétellel végezheték el tanulmányaikat. Eredményként arra jutottak, hogy a fokozott külső ellenőrzés és koordinálás, illetve a kényszer érzésének hatására, a más szituációban és feltételek mellett kialakult, egyébként pozitív irányú kapcsolat a korábbi önkéntes tevékenység végzése és a jövőbeli szándék között, szinte teljesen eltűnt (Stukas et al. 2002). Jelentős mértékű kontroll kísérte a résztvevőket, amely az önkéntesség jellegének egyik fő kritériumát sérti. Maga az önkéntes program jelenthetett szakmai fejlődési lehetőséget az egyének számára, azonban a másikon való segíteni akarás, az önzetlen jótett végrehajtásának ténye részben elvesztette varázsát. A kutatás eredményei alapján elmondható, hogy más feltételek mellett az önkéntes munkavégzés mögött álló motivációk megváltozhatnak.

Hasonló elven, de kevesebb változót felhasználva vizsgáldott Webb, Green és Brashear (2000), akiknek nevéhez köthető az AHO (Attitudes toward Helping Others) skála definiálása. A szintén ötfokú Likert-skálán alapuló felmérés a mások megsegítése iránt mutatott szándék meglétét globálisan próbálja értékelni. A HAS, azaz Helping Attituded Scale húsz változó mérésével ad képet a válaszadók érzéseiről, meggyőződéseiről és magatartásbeli megnyilvánulásairól az önkéntességgel kapcsolatban (Nickell 1998). Szintén motivációvizsgálatok során került alkalmazásra a Bales-féle önkéntesség mértékét mérő skála is.

5. Primer kutatás

Az önkéntesség motivációinak vizsgálatára kvalitatív feltáró jellegű kutatást végeztünk,

melynek során 4 mélyinterjút készítettünk.

A mélyinterjú alanyai olyan személyek voltak, akik valamilyen jellegű kapcsolatot mutattak vagy mutatnak az önkéntes munkavégzéssel. Az egyik válaszadónak még nincs személyes tapasztalata az ilyen jellegű munka ellátásával kapcsolatban, míg a másik három megkérdezett – bár jelenleg nem – korábban segítő munkája révén a társadalom egyes tagjait támogatta. Elmondható, hogy az önkéntes munka területén már aktív megkérdezettek rövid távon, alkalmanként kóstoltak bele a formális önkéntességbe. A tapasztalattal még nem rendelkező személy is jelentős érdeklődést mutat az önkéntesség irányában, emiatt már meg is tette az első lépéseket, regisztrálta magát önkéntesként, elbeszélgetésen és toborzáson vett részt.

Teljes mértékben megoszlik a válaszadók között az önkéntes munkavégzés területének jellege, ugyanis gyerekekkel, hajléktalanokkal, betegekkel, idősokkal és állatokkal kapcsolatos tevékenységek felsorolása mellett a környezet megóvásáért és tisztán tartásáért végzett szemétszedés is említésre került. Érdekes volt megfigyelni, hogy a válaszadók nyilatkozata szerint az általuk választott önkéntes tevékenység nem, esetleg részben kapcsolódik munkájukhoz, tanulmányaikhoz, illetve szabadidős elfoglaltságaikhoz. Válaszadóink nemüket tekintve nők voltak, akik a húszas éveik közepén lévő korosztályt, illetve a diplomás réteget képviselték. Ezekkel a jellemzőkkel bíró személyek körében próbáltuk feltárni, illetve a már ismeretes szekunder kutatási eredményekkel összevetni az önkéntes munkát végzők motivációit. Az önkéntes munka mellett való elköteleződés miéртje – pusztán 4 ember esetében is – igen sokszínűnek bizonyult. A háttérben meghúzódó mozgatórugóként került említésre a segítségnyújtás szépsége, a szabadidő hasznos eltöltésének lehetősége, annak az érzésnek az átélése, miszerint az önkéntes a társadalom számára értéket ad. Az egyik válaszadó egy személyes kérést, szívességet teljesítve állt be az önkéntesek sorába, míg a másik megkérdezett tanulmányi munkája minél objektívebb és megalapozottabb megközelítésének garantálását is ilyen motivációs tényezőként említette. Az empátia érzésének előretörése is többször szóba került. Önmaguktól a válaszadók valóban számos eltérő motivációt említettek, amely önkéntes munkavégzésre sarkallja őket, azonban érdekes megfigyelni, hogy amikor az általunk megadott tényezők sorrendbe tételét kértük, kivétel nélkül minden megkérdezett a szegényeken, rászorulókon való segítséget említette:

„Szerettem volna a fennmaradó szabadidőmben mások segítségére lenni. A segítségnyújtás készítetett az önkéntesség vállalására.”

Szintén előkelő helyen végzett minden, a kutatásban résztvevő személy esetében, az erkölcsi kötelesség, mint ösztönző tényező. Fontos kiemelni, hogy az önkéntes munka nyújtotta esetleges kihívás, szakmai fejlődés lehetősége nem az a faktor, amely elsődlegesen cselekvésre készíti az egyént. A korábban részletezett motivációs elméletekkel ez némiképp ellentmond, hiszen a vizsgálat alanyai 26 és 27 évesek voltak, akik életkoruk alapján általában a pragmatista csoportot erősítették. Kérdéseink között szerepelt az is, hogy történt-e változás az önkéntesek motivációját illetően, újabb és újabb önkéntes munkavégzés hatására. Megkérdezettjeink egyike sem végez jelenleg ilyen típusú tevékenységet, azonban nyilatkoztak arról, hogy milyen új motivációk jelenhetnek meg esetükben.

„Sokszor gondolok arra, hogy mekkora élmény lehet egy idegen országban rászoruló embereken segíteni.”

Három válaszadó nyilatkozott úgy, hogy az önkéntesség mellett való elköteleződését másik fél nem befolyásolta, tehát teljes mértékben önálló döntés volt, a negyedik megkérdezett hasonló érdeklődéssel rendelkező ismerősének köszönhette empatikus énjének kibontakozását. Elhangzott az a megállapítás, miszerint a család rendkívül fontos befolyással

bírhát, azaz azok a gyermekek, akiknek szülei is előszeretettel vesznek részt önkéntes segítségnyújtásban, ezáltal pozitív példa áll előttük, nagyobb számban válnak maguk is önkéntesekké.

„Édesanyám sokszor végzett önkéntes munkát, elsősorban gyerekekhez kapcsolódót. Nagyon jó volt látni rajta az olyankor érzett örömet, így nem volt kérdés, hogy én is hasonlóan cselekedjek.”

A kutatásban szereplő személyek egyetértettek azzal, hogy az önkéntes munka az egyén és a társadalom számára is valamilyen pozitív többlettel szolgál. Az egyén számára sokkal bizakodóbb világszemléletet, lelki jóérzést és pozitív energiát ad.

„Megtanulok feltétel nélkül adni, amikor másoknak segíthetek. Őszinte mosolyt csinálni hátrányos helyzetű, önbizalomhiánnyal küszködő emberek arcára nagyon hálás feladat.”

„Megtanít másokra is odafigyelni, önzetlenül élni és az igazi emberi értékeket figyelembe venni.”

A társadalom szempontjából nagyon fontos a közösségformáló erő, a negatív előítéletek, sztereotípiák elfojtása. Az önzetlen együttműködés, összefogás egy jó ügy érdekében sokkal több eredményre vezet, mint a kötelességből végzett munka, a sikerélménynek pedig motiváló ereje van. Mindezek mellett a közösségben fellelhető feszültségek feloldásának egyik eszköze, amelyeknek hatására jobb és egészségesebb társadalom, tisztább környezet vagy szélesebb körű kulturális ismeretterjedés alakulhat ki. Az önkéntes munka által felelősségteljesebbé váló személyek példát statuálva érhetik el, hogy hivatástudatokkal mások is egyetértsenek és hasonlóan aktív életet éljenek - hangzottak el a kutatásban résztvevőktől. Kíváncsiak voltunk arra is, hogy vajon a megkérdezettek látják-e bármilyen hátrányát az önkéntességnek. Az egyik válaszadó szerint a legtöbb önkéntes munka ellátását nem kötik feltételekhez, azaz az önkéntesek toborzása és kiválasztása nem alapszik formális elvárásokon, szabályzáson. Ezzel azonban a válaszadó nem az önkéntes munkavégzés személyre ható negatívumát emelte ki, hanem a még fejlődésben lévő önkénteseket koordináló szervezetek hatékonyságát. Ezt a véleményt leszámítva kizárólag pozitív visszajelzéseket kaptunk az önkéntességgel kapcsolatban.

„Nem volt semmilyen hátránya, minden percét élveztem és bármikor megismételném.”

Kutatásunk során szerettük volna feltérképezni azt is, hogy vajon mely hazai, illetve külföldi önkéntes szervezetek, esetleg megmozdulások ismertek. A válaszadók által említett feleletekből az alábbi lista állítható össze: UNICEF, WWF, PETA, Magyar Vöröskereszt, Magyar Máltai Szeretetszolgálat, Demokratikus Ifjúságért Alapítvány, Magyar Természetvédők Szövetsége, Talentum, Véregylet, Greenpeace, EVS, politikai pártok önkéntesei. Megmozdulásként pedig a környezetet szeméttől megtisztító Te Szedd! akció került felsorolásra. A mélyinterjúk segítségével kapott eredmények egy része megegyezik a szakirodalomban leírtakkal, de egy-egy ponton ellentmondás tapasztalható. Ezért is érdemes a kutatást jóval szélesebb körre kiterjeszteni, amely jövőbeli céljaink közt szerepel.

6. Összegzés

Az önkénteseket mozgató motivációkkal foglalkozó elméletek és vizsgálatok száma egészen az 1970-es évektől kezdve gyarapodik. Újabb és újabb kutatások elvégzése tette nyilvánvalóvá, hogy számtalan tényező tartozik az önkéntesek motivációrendszerébe, amelyek különböző szociáldemográfiai jellemzők mentén csoportosíthatók. A motivációkutatások kezdetén jóformán csak a mások érdekének szem előtt tartásával, a

társadalom tagjainak segítségével kapcsolatos jellemzőkkel, majd később a materiális jutalmakhoz való hozzájutás és egyéb közvetett gazdasági előnyök megszerzésével is foglalkoztak. Manapság az is az önkéntesség rendkívüli előnyeként említhető, hogy számos formális (külföldre irányuló) önkéntes programnak köszönhetően sajátítható el egy idegen nyelv vagy ismerhető meg egy addig ismeretlen kultúra. A kellemes, baráti légkörben eltöltött idő, a személyes kapcsolatok kiépítése, az egyén másokkal szembeni szorongásának csökkentése és leküzdése mind-mind olyan tényezők, amelyek egyre dominánsabbá válnak, ha a háttérben meghúzódó ösztönzőket vizsgáljuk. Az imént említett társadalmi motivációhalmazon kívül az önkéntesek saját kompetenciáik fejlesztésének, álmaik és önmaguk megvalósításának lehetőségét is egyre inkább szem előtt tartják. A felsorolás még nagyon sok tényezővel kiegészíthető lenne, köszönhetően annak, hogy az önkéntes programok választéka egyre bővül, a foglalkoztató oldal is szélesebb körben kínál lehetőségeket az önkéntesek számára, valamint a társadalmi értékek prioritásában megmutatkozó változások is lényeges szerepet játszanak. Egyetérthetünk abban, hogy az önkéntes tevékenységet végzőket mozgató motivációk rendkívül sokszínűek és változatosak, azonban a hétköznapi életben nem teszünk különbséget önkéntes és önkéntes között e tényezők alapján, hiszen az egyének mindegyike a társadalom érdekének szolgálatában állva, annak fejlesztéséhez és támogatásához járul hozzá önkéntes munkája elvégzésével. A háttérben álló motivációk feltérképezése mellett érdekes kérdést vethet fel az is, hogy vajon az önkéntesek valóban etikusabbak, erkölcsösebbek, valamint tisztességesebbek-e és ehhez az önkéntes munka végzése mennyiben, milyen mértékben járul hozzá.

Napjainkban minden ember és vállalat számára a társadalom iránti felelősségvállalás, a közös érdekek képviselése szinte kötelezőnek tekinthető, valamint elmondható, hogy az emberek kötelességüknek és egyben igényüknek is érzik, hogy saját kezükbe vegyék problémáik megoldását és sorsuk irányítását, ezzel befolyást gyakorolva a társadalmi folyamatok kimenetelére.

Irodalomjegyzék

- Bussell, H. – Forbes, D. (2002): Understanding the volunteer market: The what, where, who and why of volunteering. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 7, 3, pp. 244–257.
- Clary, E. G. – Snyder, M. (2002): The motivations to volunteer: Theoretical and practical considerations. *Psychological Science*, 8, pp. 156–159.
- Clary, E. G. – Snyder, M. – Ridge, R. D. – Copeland, J. – Stukas, A. A. – Haugen, J. – Meine, P. (1998): Understanding and assessing the motivations of volunteers: A functional approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, pp. 1516–1530.
- Czike K. – Bartal A. M. (2004): *Nonprofit szervezetek és önkéntesek – új szervezeti típusok és az önkéntes tevékenységet végzők motivációi*. Zárótanulmány, Pázmány Péter Katolikus Egyetem, Piliscsaba.
- Dinya L. – Farkas F. – Hetesi E. – Veres Z. (2004): *Nonbusiness marketing és menedzsment*. KJK Kerszöv, Budapest.
- Esmond, J. – Dunlop, P. (2004): *Developing the Volunteers Motivation Inventory to Assess the Underlying Motivational Drives of Volunteers in Western Australia*. <http://volunteer.ca/content/clan-wa-inc-developing-volunteer-motivation-inventory-assess-underlying-motivational-drives>. letöltve: 2013. 12 12.
- Fényes H. – Kiss G. (2011): 2011 – az Önkéntesség Európai Éve. Az önkéntesség társadalmi jelensége és jelentősége. *Debreceni Szemle*, 19, 4, 360–368. o.
- Fitch, R. T. (1987): Characteristics and Motivations of College Students Volunteering for Community Service. *Journal of College Student Personnel*, 28, pp. 424–431.

- Greenberg, L. (2000): *The Benefits of Volunteering*. http://www.imaginecanada.ca/files/www/en/giving/factsheets/benefits_of_volunteering.pdf letöltve: 2014. 01 04.
- Hetesi E. – Veres Z. (2013): *Nonbusiness marketing*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Hustinx, L. – Lammertyn, F. (2004): The Cultural Bases of Volunteering: Understanding and Predicting Attitudinal Differences Between Flemish Red Cross Volunteers. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 33, 4, pp. 548–584.
- Magyar Adományozói Fórum (2011): *Vállalati önkéntesség (TOP200)*. <http://www.donorsforum.hu/hu/kutatasok/vallalati-oenkentesseg-magyarorszagon> letöltve: 2014. 01 04.
- McClintock, N. (2004): *Understanding Canadian Volunteers*. Canadian Centre for Philanthropy. http://www.imaginecanada.ca/files/www/en/giving/reports/understanding_volunteers.pdf letöltve: 2013. 12 10.
- Nádudvari Z. (2011): Az önkéntesek munkavégzésének mérési, elemzési háttere. *Statistikai Szemle*, 89, 5, 582–589. o.
- Nickell, G. (1998): *The Helping Attitudes Scale*. Paper presented at 106th Annual Convention of the American Psychological Association at San Francisco, August.
- Pecze J. (2003): A nonprofit szféra szerepe a gazdaságban. *Önadózó*, 7, pp. 11–16.
- Penner, L. A. (2002): Dispositional and organizational influences on sustained volunteerism: An interactionist perspective. *Journal of Social Issues*, 58, pp. 447–467.
- Robbins, K. C. (2006): The Nonprofit Sector in Historical Perspective: Traditions of Philanthropy in the West. In Powell, W. W. – Steinberg, R. (eds.): *The Nonprofit Sector – A Research Handbook*. Yale University Press, New Haven, pp. 13–31.
- Salamon, L. M. (1987): Partners in Public Service: The Scope and Theory of Government-Nonprofit Relations. In Powell, W. W. (ed.) *The Nonprofit Sector: A Research Handbook*. Yale University Press, New Haven, pp. 99–117.
- Smith, D. H. (1994): Determinants of voluntary association participation and volunteering: A literature review. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 23, 3, pp. 243–263.
- Steinberg, R. (2006): Economic Theories of Nonprofit Organizations. In Powell, W. W.– Steinberg, R. (eds.) *The Nonprofit Sector – A Research Handbook*. Yale University Press, New Haven. pp. 117–139.
- Stukas, A. A. – Snyder, M. – Clary, E. G. (2002): The effects of „Mandatory Volunteerism“ on intentions to volunteer. *Psychological Science*, 10, 1, pp. 59–64.
- Varga P. – Horváth L. (2009): A civil szervezetek szerepének erősödése az utóbbi két évtizedben Magyarországon. *Bolyai Szemle*, 3, pp. 63–78.
- Webb, D. J. – Green, C. L. – Brashear, T. G. (2000): Development and validation of scales to measure attitudes influencing monetary donations to charitable organizations. *Journal of the Academy of Marketing*. 28, pp. 299–309.
- Wilson, A. – Pimm, G. (1996): The tyranny of the volunteer: the care and feeding of voluntary workforces. *Management Decision*, 34, 4, pp. 24–40.
- Wymer, W. W. (1997): Segmenting volunteers using values, self-esteem, empathy and facilitation as determinant variables. *Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 5, 2, pp. 3–28.
- Zentai L. (2006): Önkéntes segítség Magyarországon ma és holnap. *Polgári Szemle*, 2, 5, http://www.polgariszemle.hu/?view=v_article&ID=105, letöltve: 2013. 01 10.