

4-4-2019

A FINA világbajnokság (2017) önkénteseinek szerepe Budapest sportturizmusában

Viktória Szenyéri

Gábor Michalkó

Anestis Fotiadis

Follow this and additional works at: <https://zuscholars.zu.ac.ae/works>



Part of the [Computer Sciences Commons](#), and the [Social and Behavioral Sciences Commons](#)

Recommended Citation

Szenyéri, Viktória; Michalkó, Gábor; and Fotiadis, Anestis, "A FINA világbajnokság (2017) önkénteseinek szerepe Budapest sportturizmusában" (2019). *All Works*. 95.
<https://zuscholars.zu.ac.ae/works/95>

This Article is brought to you for free and open access by ZU Scholars. It has been accepted for inclusion in All Works by an authorized administrator of ZU Scholars. For more information, please contact Yrjo.Lappalainen@zu.ac.ae, nikesh.narayanan@zu.ac.ae.

A FINA VILÁGBAJNOKSÁG (2017) ÖNKÉNTESÉINEK SZEREPE BUDAPEST SPORTTURIZMUSÁBAN

SZENYÉRI VIKTÓRIA – MICHALKÓ GÁBOR – ANESTIS FOTIADIS

THE ROLE OF THE 2017 FINA CHAMPIONSHIPS’
VOLUNTEERS IN THE SPORT TOURISM OF BUDAPEST

Abstract

Volunteers are indispensable in the organization of international mega sport events. Their activity is really important not only during these world-level meetings, but also after the competition has ended, as they play an important role in furthering the life of the events and in maintaining interest in the host location. Although the practice of volunteering in Hungary is still in its infancy, its social status and popularity are developing dynamically. The 2017 FINA Championships in Budapest is considered to be a milestone in the evolution of Hungarian volunteer work. The volunteers took part in a variety of roles in order to facilitate the biggest international event in “water sports”. During the two-week-long competition, more than 3500 volunteers from more than 560 towns and cities provided their help enthusiastically to ensure that everything was perfect both for the athletes and the tourists. After the conclusion of the championships we conducted an online questionnaire and more than 400 volunteers filled the online form. As part of this research we were looking to answer how and in what capacity the volunteers played a role in tourism in the Hungarian capital. Our results showed that during the championships volunteers not only acted as tourists themselves, but also contributed significantly to world-of-mouth marketing, and were both the users of the different services being provided, and producers of an image of Budapest. In March of 2018 we conducted a second investigation and asked the volunteers once again to measure and compare the changes in their attitude about volunteer work.

Keywords: sport tourism, volunteerism, championships, Budapest, FINA

Bevezetés

„A víz összeköt” – így hangzott a 2017-es budapesti FINA világbajnokság hivatalos szlogenje, amely egyrészt a 35 országból akkreditált mintegy 3400 sportoló, sportvezető (köztük az edzői, bírói stábok) összetartozását, másrészt a sportrajongókból, az eseményeket passzívan követőkből és az érdektelenekből álló társadalmi közeg laza szimbiózisát, harmadrészt a beavatottak és a kívülállók közötti kapcsolatot biztosító önkéntesek szerepvállalását fejezte ki. A 2017. július 14. és július 30. között lezajlott eseménysorozat Magyarország első „vizes” világbajnoksága, egyszersmind az ország eddig legnagyobb presztízsű nemzetközi sportrendezvénye is volt. A sport az 1873-ban Pest, Buda és Óbuda egyesítésével létrehozott magyar főváros, Budapest turizmusában mindig is fontos szerepet játszott. A szervezett keretek közötti sportolás már a kiegyezés után kezdetét vette, népszerűsége pedig – a történelmi korok sajátosságaitól függetlenül – azóta is töretlen (SZABÓ L. 2012). 1895-ben hívták életre a Magyar Olimpiai Bizottságot, ezt követően folyamatosak voltak a különböző világversenyeken és olimpiákon elért sikereink, Magyarország számára egyenes út vezetett ahhoz, hogy a világ legnagyobb sport-nemzetei közé emelkedjen.

Az úszás és a vízilabda – az olimpiai játékokat tekintve – a magyar sport sikerágazatainak számítanak. Az úszást az olimpiai sportágak rangsorában az éremtáblázaton csak

a vívás előzi meg, a magyar vívók 37, az úszók 28 olimpiai aranyérmet szereztek a játékok 2016-ig íródó történetében. 1904-ben, 1952-ben, 1988-ban, 1992-ben, 1996-ban és 2016-ban is az úszás hozta a legtöbb olimpiai pontot érő eredményt. Az úszás az egyedüli sportág, amelyben ugyanazon olimpián (1992 Barcelona) öt aranyérmet is tudtunk szerezni. A „vizes” sportok családjában a vízilabda is népszerűségnek örvend, mivel egyrészt látványos labdajátékon alapuló csapatsport, másrészt jelentős sikereink fűződnek hozzá. Magyarország 1924-től indult a vízilabdában, s minden olimpián legalább az első hat között végeztünk, azaz pontszerzők lettünk. A vízilabda első sikerkorszaka 1928–1936 között volt, amikor az ezüstérmet két aranyérem követte. Ezután 1948–1980 között minden olimpián dobogós volt a magyar férficsapat, 1952-ben, 1956-ban, 1964-ben és 1976-ban olimpiai bajnoki címet szereztünk, majd 2000–2008 között – párját ritkító módon – egymás után háromszor is győztesek lettünk (HENCSEI P. et al. 2017).

A FINA 1973 óta szervez világbajnokságot, jelenlegi programjában hat sportággal: úszás, vízilabda, nyíltvízi úszás, szinkronúszás, műugrás és óriás toronyugrás. A „vizes” sportok közös eseménye kezdetben még kis költségvetésű, csekély érdeklődésű program volt, mára pedig a nyári olimpiák és a FIFA futball-világbajnokság után a harmadik legnépszerűbb és a legnagyobb szabású sportrendezvény a világon. Magyarország 2014-ben elnyerte a FINA 2021-ben sorra kerülő 19. világbajnokságának lebonyolítását, azonban a mexikói Guadalajara visszalépését követően Budapest átvállalta a 2017. évi esemény megrendezését. Hazánk, azon belül kitüntetetten Budapest, igen jelentős tapasztalatokkal rendelkezik nemzetközi sportrendezvények, világ- és Európa-bajnokságok lebonyolításában: 2016 augusztusáig 109 nemzetközi sportesemény házigazdája volt. Budapest korábban öt alkalommal rendezett úszó Európa-bajnokságokat, a legelső 1926-ban, legutóbb 2010-ben.

A sporttörténeti hagyományok és a számtalan korábbi sikeres rendezés ellenére a 2017. évi budapesti FINA világbajnokság több szempontból is kockázatos vállalkozásnak számított. Leginkább a felkészülési időkeret jelentős lerövidülése veszélyeztette a versenyek lebonyolításának sikerességét. A magyar kormány az erőforrásokat nem kímélve támogatta a rendezvény helyszíneinek elkészülését. A világbajnokság központi helyszíne, a Duna Aréna rekordidő alatt készült el; a kisebb-nagyobb hiányosságok, csúszások ellenére – ahogyan a hasonló megarendezvények, olimpiák esetében lenni szokott – az utolsó pillanatban minden a helyére került. A FINA illetékeseinek véleménye (*Nemzeti Sport*) és az eseménnyel kapcsolatos eddigi vizsgálatok (*Magyar Turisztikai Ügynökség*) igazolták, hogy a világbajnokság sikeres volt.

Az esemény zavartalan és nemzetközi elismerést hozó lebonyolítását hazai és nemzetközi önkéntesek a legkülönbözőbb területeken segítették. Arról azonban kevés információval rendelkezünk, hogy az önkéntesek a közvetlen munkafeladataik ellátásán túlmenően milyen módon és milyen mértékben járultak hozzá Budapest sportturizmusának fejlődéséhez. A velük kapcsolatos korábbi vizsgálatokból (FÉNYES H. – KISS G. 2011; LEE, C. K. et al. 2014) kiindulva feltételeztük, hogy szálláshely-igényük, vendéglátóipari fogyasztásuk, kiskereskedelmi vásárlásaik, közlekedésük növeli a város bevételeit, viselkedésük, az események résztvevőivel folytatott beszélgetéseik formálják a városról kialakított képet, befolyásolják a visszatérési hajlandóságot, továbbá a közvetlen környezetükkel való kapcsolattartás (ide értve az online kommunikációt is) erőteljesebben ráirányítja a társadalom figyelmét az éppen zajló eseményekre. A vizsgálat során nagy segítséget jelentett, hogy e tanulmány első szerzője önkéntesként maga is részt vett az eseményeken, így személyes élmények alapján tapasztalhatta meg a világbajnokság történetét, mindazon jellemzőit, amelyeket egy átlagutazó nem érzékelhetett.

Elméleti háttér

A sportturisztikai megaesemények

Annak ellenére, hogy a sport az utazások történetének korai szakaszában is jelen volt, a turizmussal való szimbiózisa csak a XXI. századra teljesedett ki, amikor a sport ön maga is a globális gazdaság meghatározó szegmensévé vált (DOBAY B. – BÁNHIDI M. 2012; KOZMA, G. et al. 2014; KISS, R. et al. 2016). A sportturizmus célja, hogy az érdeklődő sportrajongók részt vegyenek, vagy legalább figyelemmel kísérjék a sporttal kapcsolatos tevékenységeket (ROSS, S. D. 2001). A sportturizmus – célközönsége alapján – három kategóriára osztható. A legnagyobb csoportot a sportesemény-turizmus alkotja. Ide tartoznak az olimpiák, a világbajnokságok és az egyéb nagyszabású nemzetközi rendezvények, a látogatókat közvetlenül az események megtekintése érdekli és emiatt utaznak el a helyszínre. Ezzel párhuzamosan az aktív sportturizmus képviselői azok a személyek, akik versenyzőként vesznek részt az eseményeken. A harmadik kategória, amely egyben az első csoport aktivitásából fakad, a nosztalgia sportturizmus, érintettjei azok a személyek, akik a korábbi játékok, versenyek híres helyszíneit, stadionjait keresik fel (ROSS, S. D. 2001).

A sportturizmuson belül az úgynevezett megarendezvények (az olimpiák és a népszerű sportágak világbajnokságai) számítanak a legrangosabb, legtöbb érdeklődést kiváltó eseményeknek. ROCHE, M. (1994) szerint megarendezés minden olyan esemény, amely rövid és hosszú távú társadalmi, gazdasági és környezeti következményekkel jár az adott város életében. A megaesemények egyszeri, ritkán előforduló alkalmak, amelyek több, mint egymillió látogatót és nézőt vonzanak, költségvetésük pedig meghaladja az 500 millió dollárt (GETZ, D. 1997). Egy megaesemény nem csak az adott országra van hatással, hanem olyan, nemzetközileg is meghatározó jellemzőkkel rendelkezik, amelyekről egyértelműen be lehet azonosítani és meg lehet különböztetni más történésektől, ezen kívül képes elnyerni a világ elismerését is (ROCHE, M. 2000). A megaesemények a szórakoztatás legfelsőbb szintjét képviselik és megjelenésük médiaképes (ANDRÁS K. 2003). A megaesemények definiálása négy konstruktív dimenzióra építhető: (1) az adott rendezvény vonzereje (látogatószám), (2) az elérhető érdeklődők volumene (a közvetítéseket követők), (3) a költségek és (4) az úgynevezett transzformatív hatás (például városfejlesztés, sporttal kapcsolatos attitűdök megváltozása) együttese kölcsönzi a megtisztelő címet (BORBÉLY A. – MÜLLER A. 2015; MÜLLER A. (szerk.) 2015). A nemzetközi sportrendezvények a hivatásos sport központi termékei (ANDRÁS K. – MÁTÉ T. 2016).

A megaesemények rendezésekor mindig számba kell venni az előnyöket és hátrányokat, amelyek az előkészületek és a lebonyolítás során felmerülhetnek. A különböző társadalmi hatások vizsgálatára alkalmas az SPSI-módszer (Scale of Perceive Social Impacts). Az eljárás során a legfontosabb három-három pozitív és negatív hatást vetik össze egymással. Megvizsgálják a gazdasági előnyöket, a közösség iránti büszkeség szintjét, a lehetséges társadalmi fejlődés mértékét, ezzel szembeállítva a közlekedési problémákat, a védelmi kockázatot és a kiadásokat. A módszer alkalmazása után ugyan csak leegyszerűsített képet kapunk, ám ez mégis irányt mutathat az esemény kimenetelét illetően (KIM, W. et al. 2015).

Az önkéntesség mint szabadidős tevékenység

Az önkéntesek száma, az önkéntesség mint szabadidős tevékenység jelentős mértékben növekedett az utóbbi évtizedben. Az önkéntességnek a turizmusra gyakorolt hatását sem lehet figyelmen kívül hagyni az egyes desztinációk (pl. zárandokhelyek), vagy

egy-egy esemény (tömegrendezvény) értékelésekor. Az önkéntes munka a hagyományos munkaerőpiaccal és az informális szektorral szemben leggyakrabban nem tárgyasítható értéket állít elő, a háztartási munkával összehasonlítva pedig szabadon választható (TILLY, CH. – TILLY, CH. 1994). Az önkéntesség jelentőségének felismerését igazolja, hogy az ENSZ 2001-et az Önkéntesség Nemzetközi Événé, az Európai Tanács pedig 2011-et az Önkéntesség Európai Événé nyilvánította (FÉNYES H. – KISS G. 2011). A szervezetek célja az volt, hogy az önkéntesség kultúráját és értékét magasabb szintre emeljék. Ezek a kezdeményezések Magyarországon is ráirányították a figyelmet az önkéntességben rejlő, kiaknázatlan lehetőségekre.

Az önkéntességgel kapcsolatos definíciók (CZIKE K. – BARTAL A. M. 2004; EMMA, A. – GRANT, C. 2005; DAHLSTRUD, A. 2008; POSPISILOVA, T. 2011; RODELL, J. – LYNCH, J. 2016) közös halmaza, hogy a feladatot az egyén szabad akaratából végzi, a tevékenységből nem származik anyagi előnye, valamint az elvégzett munka elsősorban más személyek társadalmi jólétét segíti és fejleszti. A mindennapi szóhasználatban találkozhatunk az „önkéntes munka”, az „önkéntesség”, az „önkéntes aktivitás”, az „önkéntes tevékenység” változatokkal, amelyek abból adódnak, hogy az elvégzett, szabadon vállalt feladathoz szűkebb vagy tágabb értelemben kapcsolódik-e az adott tevékenység (FÉNYES H. – KISS G. 2011). Az önkéntes munka csoportosításánál megkülönböztetünk formális és informális tevékenységet. A formális önkéntesség kapcsán az egyén valamilyen intézmény felhívására, az adott intézmény keretein belül végzi el a feladatot, míg az informális csoportba azok a személyek tartoznak, akik függetlenül és közvetlenül, nem pedig egy kijelölt szervezet megbízásából töltik be az adott pozíciót (KSH 2012; KSH 2016).

CZIKE K. – BARTAL A. M. (2004) megkülönbözteti a hagyományosnak számító önkéntességet (adományozás, jótekonyskodás) a modern formájától, ami mögött olyan új, 21. századi értékek állnak, mint a tudás, a gyakorlati tapasztalat és az élethosszig tartó tanulás. Önkéntes bárkiből lehet, bárki végezhet a társadalom számára hasznos tevékenységet, amellyel nem csak az egyén fejlődik, hanem a közösség is profitál belőle. Az önkéntes szerepvállalás presztízsértéke lendületesen fejlődik, és egyre inkább elmondható, hogy manapság divat lett az önkéntes munkavállalás.

Az önkéntes munka szabadidőhöz kapcsolódó tevékenység, a kifejezés latin elnevezésének – voluntarizmus – jelentése is szabadidőben szabadon választott foglalatosság (FÉNYES H. – KISS G. 2011). Az önkéntes munka ezredforduló óta észlelt térhódításának háttérben a szabadidő megnövekedése és a tevékenység szabadidős értelmezési keretbe való bevonása áll. Ez azt jelenti, hogy a szabadidőnek köszönhetően megnő az emberek munkahelyen kívül töltött ideje, és másodlagos szerepét felülreprezentálva, önálló értékkel bíró tényezővé válik. Az önkéntes munkára több ideje, lehetősége és kedve is jut az egyéneknek. A „szabadidős önkéntesség” társadalmi hozadéka mellett az egyén érdekeivel is találkozik. Az önkéntes munka kezdetben tisztán altruista jellege fokozatosan elveszíti szerepét és egyre fontosabb lesz az örömszerzés és a szórakozás mint motivációs tényezők szükségletének kielégítése is (KISS G. 1994). A szabadidős önkéntesség értéke olyannyira fokozódhat, hogy elmehet akár a karrier irányába is, amit „karrier-önkéntességnek” nevezünk (STEBBINS, R. A. 1996). A szabadidős önkéntes tevékenység csúcsa pedig az utóbbi években elterjedt *volunteer tourism* vagy röviden csak *voluntourism* (önkéntes-turizmus) jelensége, ami minden kétséget kizáróan a leggyorsabban fejlődő termékek közé tartozik a turizmuson belül. Az emberek előszeretettel kapcsolják össze nyaralásukat valamilyen karitatív tevékenységgel, aminek során leggyakrabban egy szegényebb, fejlődő országba látogatnak el, ahol rászorulókon segítenek vagy valamilyen környezetvédelmi akcióhoz csatlakoznak és ennek keretében végeznek önkéntes munkát (BOLUK, K. et al. 2017).

A *voluntourism* kezdete az 1990-es évekre tehető; ekkor jöttek létre az első társaságok, amelyek már szervezett keretek között hirdettek meg utazásokat. Ezek a nyaralások már nemcsak szabadidős kikapcsolódást ígértek, hanem célzottan önkéntes tevékenység lehetőségét is hirdették. Ezzel párhuzamosan egyre több személy és család is úgy döntött, hogy karitatív munkát is szeretne végezni a nyaralás során. A *voluntourism* népszerűségéhez a különböző hírességek önkéntes szerepvállalásai is hozzájárultak. „Nyaralj úgy, mint Brangelina” és ehhez hasonló feliratokkal hirdették magukat az utazási irodák, akik Brad Pitt és Angelina Jolie önkéntes szerepvállalásával példálózva reklámozták ajánlataikat (FITZPATRICK, L. 2007). A *voluntourism* az évek alatt egy évi kétmilliárd dolláros ágazattá nőtte ki magát, aminek keretében több, mint másfél millió személy végez önkéntes tevékenységet (KAHN, C. 2014).

Önkéntesek a sportban

A sport területén megjelenő önkéntesség mára népszerű témájává vált a kutatásoknak. Aktualitását mutatja, hogy csak az elmúlt évben három sportmenedzsment folyóirat több, mint száz cikkében szerepelt az önkéntes (*volunteer*) szó mint kulcskifejezés (WICKER, P. 2017). A felmérések szerint az embereket a legnagyobb mértékben a sport készletti önkéntes szerepvállalásra. A megaesemények szervezői tudják ezt és nagymértékben támaszkodnak is az önkéntes munkaerőre (FARKAS K. et al. 2012). Be kell látni, hogy ezeket a sportrendezvényeket elképzelhetetlen lenne a több ezer fős lelkes segítőgárda nélkül eredményesen lebonyolítani. A versenyek szervezői tisztában vannak azzal, hogy az esemény sikeressége kölcsönösen függ az önkéntesek munkájának minőségétől és az ott dolgozó személyek teljesítményétől, éppen ezért minden helyszínen különösen megbecsülik az önkénteseket és figyelmet szentelnek arra is, hogy megkülönböztessék őket a többi fizetett alkalmazottól (BAUM, T. – LOCKSTONE, L. 2007).

A világ számos országában a sporttal kapcsolatos nonprofit szervezetekben az önkéntesek száma már meghaladja a több millió főt, például Németországban 8,6, az Egyesült Királyságban 3,6, Ausztráliában 2,3, Kanadában 1,6 millió önkéntest regisztráltak az elmúlt években. A legdinamikusabban növekvő terület az olimpiák és egyéb nemzetközi sportrendezvények, amelyek csak a több tízezer fős önkéntes csapat segítségével valósulhatnak meg. 1992-ben a barcelonai olimpiai játékokon 35 ezer önkéntest foglalkoztattak, 2004-ben Athénban 45 ezer, 2012-ben Londonban már 70 ezer önkéntes dolgozott, és 2016-ban a riói olimpiára pedig már akkora volt az érdeklődés, hogy a 240 ezer jelentkezőnek egyszerűen nem tudtak feladatot adni és végül 50 ezer főt választottak ki önkéntesnek. A 2020-as tokiói olimpiára előzetesen 80 ezer önkéntes alkalmazását tervezik a japán szervezők (AHN, Y. J. 2017; WICKER, P. 2017).

A sportrendezvényeken résztvevő önkéntesekkel kapcsolatban fontos külön is megvizsgálni jelentkezésük okait. Egy kiemelt sporteseményen dolgozó személy számára a leggyakrabban előforduló motivációs tényező a nemzeti büszkeség és az országa iránti tenni akarás, a társadalmi kapcsolatok erősítése és barátságok kötése, valamint a hasznosság érzése (MINNAERT, L. 2012). Mások az altruista értékeket, a személyiségfejlődés lehetőségét, a közösségi hovatartozást, az önbizalom és ego növelését, valamint a szociális igazodás elsajátítását emelték ki legfontosabb szempontokként (WANG, P. Z. 2004).

Lényeges vizsgálati szempont lehet az önkéntes munka során fellépő attitűdváltozás is. Az önkéntes attitűdje egyrészt a tevékenység, másrészt pedig a turistahelyszín felé irányul. Ezt a megközelítést is nagyon fontos figyelembe venni a megaeseményekkel kapcsolatban (RALSTON, R. et al. 2005), hiszen, ha változik az önkéntesek esemény iránti attitűdje, akkor az közvetetten hat a rendezvény iránti globális elégedettség és támogatottság

szintjére, az esemény leglelkesebb „rajongóit” veszti el. Az önkéntesek attitűdváltozása a munka során tehát az egész rendezvény kimenetelét és megítélését meghatározhatja (LEE, C. K. et al. 2014).

A fentiek ellenére az önkénteseknek a megaesemények hatásaira gyakorolt szerepét eddig kevés tanulmány dolgozta fel. Pedig be kellene látni, hogy az önkéntesek a versenyek hosszú távú befektetései, hiszen ők nem csak alkalmazottként vannak jelen, hanem turistaként is. Ők viszik tovább az esemény hírnevét, ők reklámozzák a versenyeket és mesélik élményeiket még a rendezvény lezajlása után is. Többek között nekik köszönhető, hogy az adott programsorozat nem ér véget a záróünnepség befejeztével. Az önkéntesek azok a személyek, akik közvetítőként is szerepet játszanak abban, hogy meddig marad az esemény aktív témaként a köztudatban.

Módszerek

Vizsgálatunk során a 2017-es budapesti FINA világbajnokság önkénteseinek motivációjáról, az események alatti kiadásairól, magáról az eseményről és a városról kialakult benyomásairól, illetve a közösségi médiában való élményközléseiről kívántunk képet kapni. Ennek érdekében közvetlenül a világbajnokság lezajlása után online kérdőívezés keretében megkerestük a résztvevő önkénteseket, hogy osszák meg velünk tapasztalataikat. Mivel a szervezők személyiségvédelmi okokból nem bocsáthatták a vizsgálat rendelkezésére az önkéntesek e-mail címeit, ők maguk pedig egy általuk elektronikus körlevélben kiküldött link megosztásával direkt módon nem kapcsolódhattak be a kutatásba, ezért az önkéntesek egymás közötti kapcsolattartására, információcseréjére létrehozott Facebook-oldalon került az online kérdőívet tartalmazó link megosztásra. Így valamivel több mint 2100, a FINA 2017. évi budapesti világbajnokságán önkéntes szerepet betöltő személyhez juttattuk el az eseményt követő napon az online kérdőívet.

A vizsgálati mintát 426 fő: 365 nő (86%) és 61 férfi (14%) alkotta. Életkor szempontjából hat kategóriát különítettünk el. A legnépesebb korosztály a két 25 év alatti csoportból (18 évesnél fiatalabbak, illetve 19–24 évesek) tevődött össze; a megkérdezettek 80%-a (324 fő) tartozott ebbe az intervallumba. A válaszadás önkéntes és teljesen anonim jellegű volt. A különböző kor szerinti kategóriák közötti arányok kellő mértékben reprezentálják azt, hogy a mintánk szignifikánsan tükrözi a sokaság, vagyis az összes önkéntes korcsoport szerinti megoszlását. A világbajnokság segítőinek több mint kétharmada a valóságban is még egyetemista vagy középiskolás diák volt. Ugyanakkor a nemek aránya kissé torzított képet ad, ténylegesen az önkéntesek nemek szerinti összetétele 60–40%-ban oszlott meg a hölgyek javára. A különbség feltehetően abból adódik, hogy a kérdőív kitöltésére a nők nagyobb hajlandóságot mutattak.

A válaszadók szinte kizárólag (93%) magyar állampolgárságúak voltak, a mintában elenyésző volt a magyar anyanyelvű, külföldi illetőségűek aránya. A megkérdezetteket a különböző szakmai közösségi médiaoldalakra feltöltött, direkt e-mailekben megküldött és egyéb, a világbajnokság miatt létrehozott, önkéntes csoportokhoz eljutatott kérdőívvel kerestük meg. A felmérésben résztvevők a vizsgálat vezetői által a nemzetközi szakirodalom alapján összeállított és előzetesen tesztelt kérdőívet töltötték ki. A kérdőív készítésének fontos szempontja volt annak rövidege, azért, hogy a megkérdezettek a nagyobb időráfordítás miatt ne utasítsák el a vizsgálatban való részvételt. Elsősorban zárt, az önkéntesek motivációjára, attitűdjére és fogyasztói magatartására vonatkozó, az egyetértésüket 1–5 Likert-skálán kifejező kérdéseket fogalmaztunk meg, de nyitott, asszociációs kérdéseket is szerepeltettünk. A kérdőív összeállítását követően 14 önkéntessel való előzetes

kitöltés révén teszteltük és szükség szerint módosítottuk a mérőapparátust. A válaszokat – egyszerű matematikai statisztikai módszereket és tartalomelemzést alkalmazva – SPSS 17.0 szoftver segítségével dolgoztuk fel.

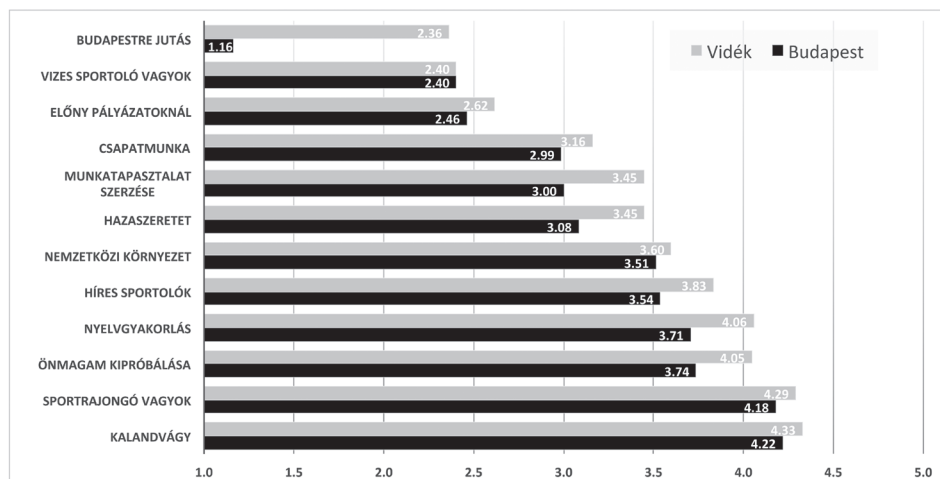
Az eredmények értékelésének fő szempontja a Budapestről és a vidéki településekről érkezett önkéntesek válaszainak összehasonlítása volt, tehát a lakóhely-változó képezte a vizsgált csoportok megkülönböztetését. E vizsgálati szempont kiválasztásának fő oka az volt, hogy így meg tudtuk különböztetni a budapesti önkéntest mint helyi lakost, illetve a vidékről érkezőt mint potenciális turistát. A napi feladatok ellátása mellett mindkét csoportnak lehetősége volt arra, hogy szabadidejében ismerkedjen Budapest nevezetességeivel, továbbá szolgáltatásokat vegyen igénybe.

Eredmények

Kutatásunk előzetes hipotézise szerint az önkéntesek – már csak nagy számukra visszavezethetően is – szignifikáns befolyásoló tényezői voltak Budapest turizmusának a világbajnokság ideje alatt. Feltételezésünk szerint a több ezer segítő nem csupán a fogyasztással járult hozzá a magyar főváros bevételeihez, hanem kommunikációjuk révén hatással voltak Budapest megítélésének és a városról kialakított kép formálására. Véleményünk szerint a versenyek alatt bekövetkező attitűdváltozás pedig nem csak az önkéntesekben ment végbe, hanem tevékenységük másokra (turisták, nézők, sportolók, egyéb helyszínekre kilátogatók) is hatással volt, ez pedig a város turizmusát jótékonyan befolyásolhatta.

A jelentkezés és az önkéntes tevékenység háttérében meghúzódó okokat az 1. ábra mutatja be. A válaszadóknak be kellett jelölniük, hogy az előre megadott tényezők milyen mértékben befolyásolták döntésüket. Ebben az esetben vizsgálódásunk kiindulási alapja egy speciális réteget jellemző hármasszelektségű struktúra volt (lásd jelen tanulmány elméleti háttére), azaz hogyan illeszkedik a megkérdézett segítőkhez az önkéntesség a munka–szórakozás–hazaszeretet fogalmi keretében.

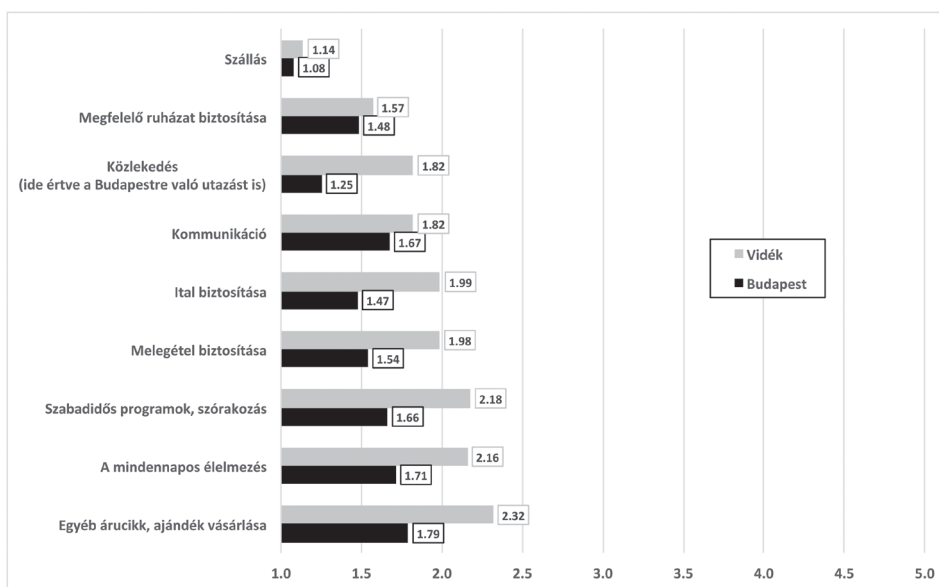
Az 1. ábrán jól látszik, hogy a vidéki és a fővárosi önkéntesek a legtöbb tényező vonatkozásában nagyjából hasonló értéket tulajdonítottak az egyes motívumoknak. Ugyanakkor



1. ábra Az önkéntesek motivációs tényezői 1–5 Likert-skálán. Forrás: saját kutatás, saját szerkesztés
Figure 1 The volunteers' motivation aspects. Source: own investigation and construction

a „vidéki” kategóriába tartozó megkérdezettek számára a legtöbb tényező erősebb motívációként szolgált a jelentkezéskor. A legnagyobb különbség a két csoport között a munkatapasztalat-szerzés és a hazaszeretet kapcsán merült fel: a vidékről érkező önkéntesek a főváros forgatagába ágyazott világveteményt a vidéki környezetben nehezen megszerezhető gyakorlat forrásaként, illetve önmagukat a haza szolgálatába álló emberként értelmezték. A megkérdezettek körében a három leghangsúlyosabb szempont a kalandvágy, a sport iránti rajongás és önmaguk kipróbálása volt. Ebből arra következtethetünk, hogy a jelentkezők egyrészt a sportszeretet miatt, másrészt a kikapcsolódás és az élményszerzés céljából pályáztak a feladatokra. A munkát nem kötelességként, hanem szórakozásként fogták fel, arra örömforrásként tekintettek. A válaszadókat tehát az önkéntes turizmus szakirodalmában körvonalazott szereplőként lehet aposztrofálni.

A vizsgálat kitüntetett célja volt az önkénteseknek a világbajnokság alatti fogyasztói magatartására, kiadásaira vonatkozó ismeretek feltárása. Az erre vonatkozó eredményeket a 2. ábra mutatja be.



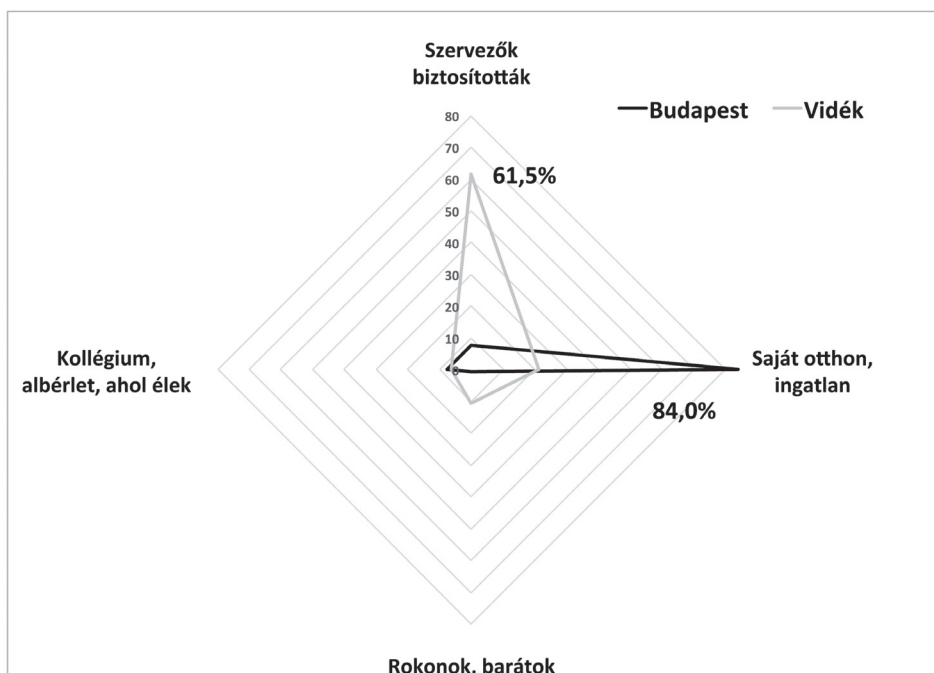
2. ábra Az önkéntesek kiadásainak növekedése a mindennapokhoz képest 1–5 Likert-skálán, 2017.

Forrás: saját kutatás, saját szerkesztés

Figure 2 The expenditures of the volunteers comparing to the everyday, 2017. Source: own investigation and construction

A megkérdezettek válaszaiból egyértelműen kirajzolódik, hogy az események ideje alatt az önkéntesek kiadásai a mindennapokhoz (egy átlagos hétköznaphoz) képest nem növekedtek jelentősen. Ugyan a kérdőívben nem került explicit meghatározásra, hogy az 1–5 Likert-skálán a semmilyenhez (= 1) képest mekkora növekményt képvisel a jelentős (= 5) többletkiadás – az 1-es értéket 0%-os, az 5-ös értéket 100%-os emelkedésnek véve – az önkénteseknek a világbajnokság ideje alatti költsége 17,5%-kal volt magasabb a mindennaposnál. A Budapesten élő önkéntesek mindössze 13%-kal, a vidékiek 22%-kal költöttek többet, mint az átlagos hétköznapjaik során. Mivel mindkét csoportban az „egyéb árucikk, ajándék” vásárlása tette ki a legnagyobb mértékű növekedést eredményező többletköltséget, feltételezhető, hogy azt önmaguk, illetve rokonaik, ismerőseik számára vásárolt, a világbajnoksággal összefüggő emléktárgyakra fordították.

Fontos megjegyezni, hogy az önkénteseknek a szállásra fordított kiadásai eredményezték a legkevésbé releváns mértékű növekedést. Ez azzal indokolható, hogy egyrészt többségük helyi lakos volt, másrészt a vidékiek számára a világbajnokság szervezői biztosítottak szállást az események ideje alatt. A legtöbb esetben két-háromcsillagos szállodákban helyezték el a szállást igénylő önkénteseket. Ezt a lehetőséget jellemzően a vidékiek vették igénybe, de előfordult, hogy a társaság vagy a feladat zavartalan ellátása kedvéért átmenetileg a budapestiek is szállodába költöztek (3. ábra). Annak ellenére, hogy a szervezők – a beosztás szerinti műszakban – térítésmentesen biztosították az étkezést az önkéntesek számára (a folyadékpótlásról folyamatosan gondoskodtak), a táplálkozás és a szomjoltás területén is kimutatható volt a többletköltség, ami ugyancsak a vidékről érkezett önkénteseket terhelte erősebben.



3. ábra Az önkéntesek szállásbiztosítása a vb ideje alatt, 2017.

Forrás: saját kutatás, saját szerkesztés

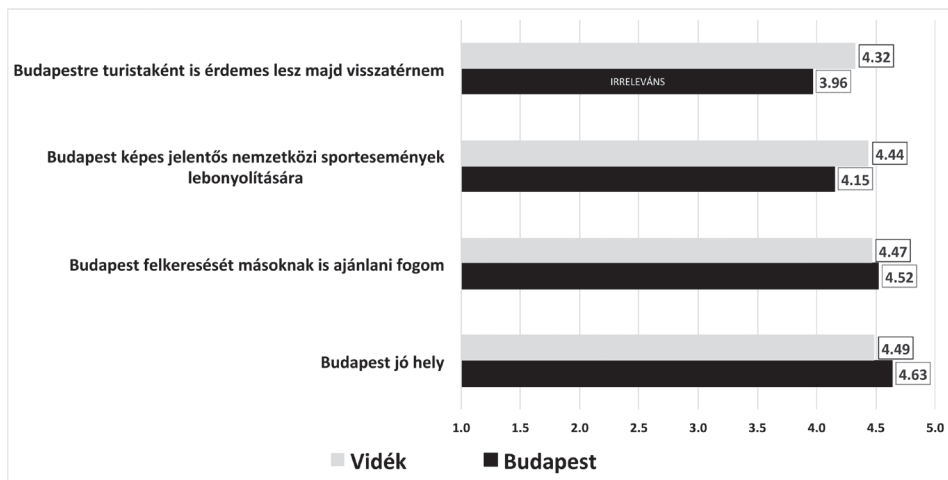
Figure 3 The types of accommodations among the volunteers during the championships, 2017.

Source: own investigation and construction

A szálláshoz hasonlóan a közlekedésre fordított kiadások is viszonylag kismértékben növekedtek, mivel a világbajnokság segítői a rendezvény ideje alatt önkéntes-kártyájuk felmutatásával szabadon használhatták a BKV járatait. Ezen felül a szervezők a MÁV-val is megállapodtak: a FINA önkéntesei tíz alkalommal térítésmentesen vehették igénybe a vasúttársaság szolgáltatásait.

Az önkénteseknek a világbajnokságon szerzett tapasztalatai kedvezően befolyásolják a Budapestre való visszatérési szándékukat (értelemszerűen ez csak a vidékiek vonatkozásában nyer értelmet), és jó hatással vannak a másoknak történő ajánlás megvalósulására is (4. ábra). A Budapestre vonatkozóan előre megfogalmazott állításokkal kapcsolatos egyetértés értéke az 1–5 Likert-skálán minden esetben 4 felett (inkább egyetért) volt, a meg-

kérdezettek Budapestre vetítették ki kedvező tapasztalataikat. Ebben nem volt különbség a fővárosban vagy a vidéken élők csoportja között, tehát a Budapesttel kapcsolatos „kritikus hangokat” mindkét szegmens esetében sikerült a rendezvénynek tompítani, illetve feledtetni.



4. ábra Az önkéntesek véleménye a világbajnokság után 1–5 Likert-skálán, 2017. Forrás: saját kutatás, saját szerkesztés
Figure 4 The opinion of the volunteers after the championships, 2017. Source: own investigation and construction

Az önkéntesek Budapesttel kapcsolatos derülátó válaszainak értékelésére azért is kell nagy súlyt helyezni, mert a 2021-ről 2017-re előrehozott rendezés elkerülhetetlen hiányosságaiból fakadó problémák jelentős része az önkénteseken csapódott le (ők tompították, illetve oldották meg a legkülönbözőbb reklamációkat), sokkal összetettebb és felelősségteljesebb feladatok hárultak rájuk, mint ha elegendő idő lett volna a világbajnokság gondosabb előkészítésére. Mivel a válaszadók az átélt nehézségek ellenére is pozitívan tekintettek vissza a lebonyolításban szerzett tapasztalatokra, kijelenthető, hogy Budapest – mint a sportturizmus igényeit kiszolgáló helyszín – jól vizsgázott.

Összefoglalás

Az önkéntesség napjaink egyik dinamikusan fejlődő és egyre népszerűbb jelensége – egyre nagyobb értéket képvisel a modern társadalmakban. Ezt támasztja alá a tudomány iránta tanúsított fokozott érdeklődése is, amit számos publikáció is igazol. Ugyanakkor a téma a turizmus kutatásban még gyermekcipőben jár, különösen a közvetett gazdasági aspektusok feltárása várat magára. A jelen hiánypótló tanulmány Budapest sportturisztikai történetének talán legfontosabb eseménye, a 2017. évi FINA világbajnokság önkénteseinek motivációját, fogyasztói magatartását és Budapest iránti elkötelezettségét tárta fel. A világbajnokságra korábban Magyarországon soha nem látott számú önkéntes jelentkezett, különösen a fiatalabb generációt sikerült megszólítani. A vizsgálat korlátai között kell megemlíteni, hogy az eredményekből teljes bizonyossággal nem vonhatók le általános következtetések, a kellő mennyiségű válasz elérésére való törekvés ellenére sem jelenthető ki biztosan, hogy a megkérdezettek válaszaik maradéktalanul reprezentálják az önkéntesek véleményét. Az eredmények megerősítették, hogy az önkéntes munka közvetve, ugyanakkor nem elhanyagolható mértékben szerepet játszott a város kedvező megítélésében.

és népszerűsítésében. A magyar önkéntesek az eseményeken nemcsak mint segítők vettek részt, hanem egyúttal fogyasztóvá, bizonyos esetekben turistává is váltak. Ott voltak a helyszíneken, figyelemmel követték a versenyeket, de élményeiket – a legkülönbözőbb kommunikációs csatornákon – meg is osztották a világgal, amivel még több tekintetet irányítottak a világ bajnokság eseményeire és Budapestre. Az önkéntesekben összességében pozitív élményként maradt meg a rendezvény, amiből arra következtethetünk, hogy kedvező előjelű tolmácsolásban adták tovább tapasztalataikat, azaz megvalósult a világ bajnokság egyik célja: az önkéntesek hosszabb távú befektetései lettek a rendezvénynek, amivel a szervezők elősegítették, hogy az esemény tovább éljen a köztudatban.

Köszönetnyilvánítás

A kutatás az Emberi Erőforrások Minisztériuma ÚNKP–17-4 kódszámú Új Nemzeti Kiválóság Programjának támogatásával készült.

SZENYÉRI VIKTÓRIA

Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest
szenyeriviki@gmail.com

MICHALKÓ GÁBOR

Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest
MTA CSFK Földrajztudományi Intézet, Budapest
gabor.michalko@uni-corvinus.hu

ANESTIS FOTIADIS

Zayed University (Egyesült Arab Emíráts)
anestis.fotiadis@zu.ac.ae

IRODALOM

- AHN, Y. J. 2017: Recruitment of volunteers connected with sports mega-events: A case study of the PyeongChang 2018 Olympic and Paralympic Winter Games. – *Journal of Destination Marketing & Management* 8. June. pp. 194–203.
- ANDRÁS K. 2003: A sport és az üzlet kapcsolata – elméleti alapok. – *Műhelytanulmányok* 34.. Vállalatgazdaságtan Tanszék. Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem, Budapest. 53 p.
- ANDRÁS K. – MÁTÉ T. 2016: Nemzetközi sportrendezvények Magyarországon. Londontól Rióig (prezentáció). – *Fiatal Sporttudósok IV. Országos Konferenciája*, Magyar Sportok Háza, Budapest. Letöltés 2018. január 7. <https://docplayer.hu/27379620-Nemzetkozi-sportrendezvenyek-magyarorszagon-londontol-rioig.html>
- BAUM, T. – LOCKSTONE, L. 2007: Volunteers and mega sporting events: developing a research framework. – *International Journal of Event Management Research* 3. 1. pp. 29–41.
- BOLUK, K. – KLINE, C. – STROOBACH, A. 2017: Exploring the expectations and satisfaction derived from volunteer tourism experiences. – *Tourism and Hospitality Research* 17. 3. pp. 272–285.
- BORBÉLY A. – MÜLLER A. 2015: Sport és turizmus. – Campus Kiadó, Budapest. 110 p.
- CZIKE K. – BARTAL A. M. 2004: Önkéntesek és nonprofit szervezetek – az önkéntes tevékenységet végzők motivációi és szervezeti típusok az önkéntesek foglalkoztatásában. – *Civitalis Egyesület*, Budapest. 130 p.
- DOBAY B. – BÁNHIDI M. 2012: Tátra régió sportturizmusának története 1865-től. – *Magyar Sporttudományi Szemle* 13. 2. pp. 28–29.
- DAHLSRUD, A. 2008: How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. – *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* 15. 1. pp. 1–13.
- EMMA, A. – GRANT, C. 2005: Understanding and managing volunteer motivation: two regional tourism cases. – *Australian Journal on Volunteering* 10. 2. pp. 7–17.

- FARKAS K.–HEGEDŰS A.–KATONA B.–MÁHL Zs.–MÁTYUS A.–MOLNÁR Á. K. 2012: Előterben a háttér – az önkéntesség Magyarországon. – Vezetéstudomány 43. 4. pp. 62–67.
- FÉNYES H.–KISS G. 2011: Az önkéntesség szociológiája. – Kultúra és közösség 2. 2. pp. 35–47.
- FITZPATRICK, L. 2007: Vacationing like Brangelina. – TIME 170. 6. pp. 49–51.
- GETZ, D. 1997: Event Management and Event Tourism. – Cognizant Communications, New York. 386 p.
- HENCSEI P.–IVANICS P.–TAKÁCS F. 2017: Magyarok az olimpiai játékokon, 1896–2016. – Magyar Olimpiai Bizottság, Budapest. 544 p.
- KAHN, C. 2014: As ‚Voluntourism‘ Explodes In Popularity, Who’s It Helping Most? <https://www.npr.org/sections/goatsandsoda/2014/07/31/336600290/as-volunteerism-explodes-in-popularity-whos-it-helping-most> Letöltés 2017. november 30.
- KIM, W.–JUN, M. H.–WALKER, M.–DRANE, D. 2015: Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events: Scale development and validation. – Tourism Management 48. June. pp. 21–32.
- KISS G. 1994: Munka és szabadidő. – Szociológiai Szemle 4. 3. pp. 65–81.
- KISS, R.–MARTON, G.–PRISZTÓKA, G.–RAFFAY, Z. 2016: Socio-economic aspects of the „elite” leisure sports and sport tourism in Hungary. – TOURISMOS 11. 5. pp. 77–101.
- KOZMA, G.–TEPERICS, K.–RADICS, Zs. 2014: The changing role of sports in urban development: A case study of Debrecen (Hungary). – International Journal of the History of Sport 31. 9. pp. 1118–1132.
- KSH 2012: A nonprofit szektor szerepe a régiókban. – KSH, Budapest. 36 p.
- KSH. 2016: Az önkéntes munka jellemzői. – KSH, Budapest. 18 p.
- LEE, C. K.–REISINGER, Y.–KIM, J. M.–YOON, M.–ROSS-S. D. 2014: The influence of volunteer motivation on satisfaction, attitudes, and support for a megaevent. – International Journal of Hospitality Management. 40. June. pp. 37–48.
- MINNAERT, L. 2012: An Olympic legacy for all? The non-infrastructural outcomes of the Olympic Games for socially excluded groups. – Tourism Management 33. 2. pp. 361–370.
- MÜLLER A. (szerk.) 2015: Sportesemények szervezése. – EKF Líceum Kiadó, Eger. 100 p.
- POSPISILOVA, T. 2011: Grassroots volunteering: definitions, concepts and themes. Overview of the literature. – Agora 35. p. https://www.agora-ce.cz/archive_files/Grasroots_volunteering.pdf
- RALSTON, R.–LUMSDON, L.–DOWNWARD, P. 2005: The third force in events tourism: volunteers at the XVII Commonwealth Games. – Journal of Sustainable Tourism 13. 5. pp. 504–519.
- ROCHE, M. 1994: Mega-events and urban policy. – Annals of Tourism Research 21. 1. pp. 1–19.
- ROCHE, M. 2000: Mega-events: Olympics and expos in the growth of global culture. – Routledge, London. 281 p.
- RODELL, J.–LYNCH, J. 2016: Perceptions of employee volunteering: is it “credited” or “stigmatized” by colleagues? – Academy of Management Journal 59. 2. pp. 611–635.
- ROSS, S. D. 2001: Developing sports tourism: An eGuide for Destination Marketers and Sports Events Planners. – National Laboratory for Tourism and eCommerce, University of Illinois, Urbana-Champaign, 22 p.
- STEBBINS, R. A. 1996: Volunteering: a Serious Leisure Perspective. – Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly 25. 2. pp. 211–224.
- SZABÓ L. 2012: Sportélet Magyarországon a dualizmus idején. – Rubicon 7. http://www.rubicon.hu/magyar/oldalak/sportelet_magyarorszagon_a_monarchia_idejen/ Letöltés dátuma: 2017. 11. 30.
- TILLY, CH.–TILLY, CH. 1994: Capitalist Work and Labor Markets. – In: SMELSER, N.–SWEDBERG, R. (eds): Handbook of Economic Sociology, Princeton University Press, Princeton. pp. 283–313.
- WANG, P. Z. 2004: Assessing motivations for sport volunteerism. – Advances in Consumer Research 31. pp. 420–425.
- WICKER, P. 2017: Volunteerism and volunteer management in sport. – Sport Management Review 20. 4. pp. 325–337.

Internetes hivatkozások:

- Nemzeti Sport: <http://www.nemzetisport.hu/vizes-vb-2017/vizes-vb-a-fina-elnok-szerint-ez-volt-minden-idok-legjobb-vilagbajnoksaga-2583949> Letöltve: 2018. május 21.
- Magyar Turisztikai Ügynökség: <https://mtu.gov.hu/documents/prod/FINA-turisztikai-hatasvizsgalathonlapra.pdf> Letöltve: 2018. május 21.