

OTDK-dolgozat

2025

MAGYAR AGRÁR-ÉS ÉLETTUDOMÁNYI EGYETEM
VIDÉKFEJLESZTÉS- ÉS FENNTARTHATÓ GAZDÁLKODÁS INTÉZET



**A 2023-AS ATLÉTIKAI VILÁGBAJNOKSÁG SIKERE, A
SPORTTURIZMUS ÉS A SPORTRENDEZVÉNYEK HATÁSAI**

**SUCCESS OF WORLD ATHLETICS CHAMPIONSHIPS 2023, EFFECTS
OF SPORTS TOURISM AND SPORTS EVENTS**

Németh Nóra

Konzulens: Dr. Kovács Gyöngyi

Kézirat lezárásának dátuma: 2024. 10. 24.

Tartalomjegyzék

Bevezetés.....	4
1.1 Célkitűzések	3
2 Az Olimpia történelmi háttere és az atlétika	4
2.1 Az Olimpia történelmi háttere	4
2.2 Az atlétikáról általánosságban.....	5
3 A sport, a rekreáció és a turizmus kapcsolata: a sportturizmus.....	8
3.1 A sport	9
3.2 A rekreáció	9
3.3 A sportturizmus	11
3.4 A sport, mint turisztikai attrakció	14
3.5 Sport és kultúra.....	15
3.6 Országimázs és marketing.....	15
4 A Budapesti Atlétikai Világbajnokság gazdasági és társadalmi hatásai.....	17
5 Kutatás: A 2023-as atlétikai világbajnokság, mint kiemelkedő sikerű sportrendezvény .	20
5.1 Kutatómódszertan ismertetése	20
5.2 A kvantitatív elemzés eredményei és értékelésük	21
5.3 A kvalitatív kutatás elemzése, értékelése	25
5.4 Következtetések és javaslatok	29
6 Összefoglalás.....	31
7 Irodalomjegyzék.....	33
8 Ábrák és táblázatok jegyzéke	4
9 Mellékletek.....	36
9.1 Kérdőív.....	36
9.2 Sportolói interjú kérdések	39

Ábrák és táblázatok jegyzéke

1. ábra A kutatás célkitűzései	2
2. ábra A sportturizmus formái.....	8
3. ábra Iso-Ahola modellje	10
4. ábra A sportturizmus és a hozzá kapcsolódó területek	12
5. ábra Turisztikai rendszerének adaptációja a sportturizmusra.....	13
6. ábra A sportturisztikai attrakció rendszer	14
7. ábra Mega-sportesemények gazdasági haszna	17
8. ábra Résztvevő nézők életkorának megoszlása.....	21
9. ábra Hirdetési platformok eloszlása	22
10. ábra Hirdetési felületek korosztály szerinti elérése.....	23
11. ábra A világbajnokság kabalája és a nézők élményeit leíró szavak tárháza	25
1. táblázat Neulinger paradigma szerinti kategóriák (forrás: Neulinger, 1981)	11

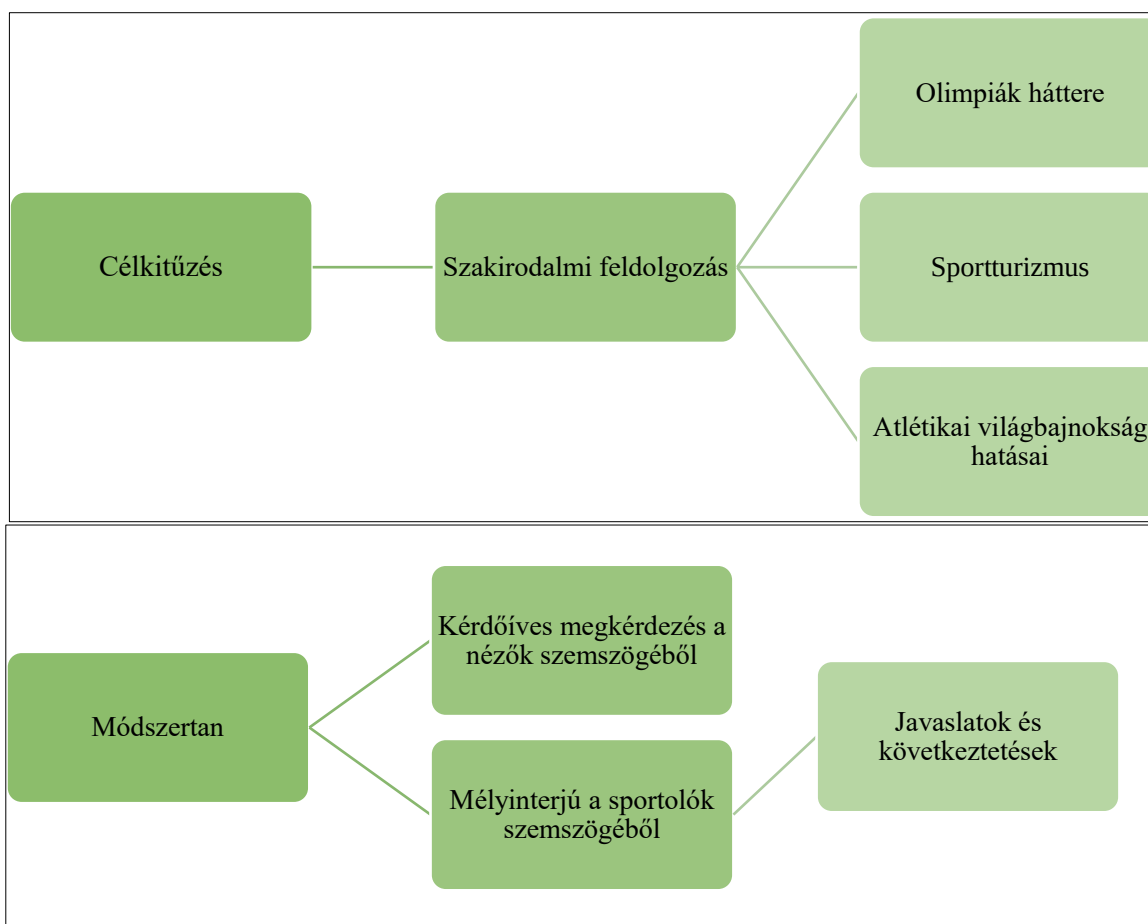
Bevezetés

A pályamunkám témája igazán közel áll hozzám, hiszen az életem minden területét körülöleli a sport. Közel tíz éve atlétizálok a MATE-GEAC atlétika szakosztályában, a különböző versenyeken éveken keresztül képviseltem az egyesület színeit. Három éve dolgozom az egyesületnek, manapság a különböző versenyek megrendezésében és lebonyolításában veszek részt. II. osztályú versenybírói képesítéssel rendelkezem, valamint sportedzői szakmámnak köszönhetően gyermekeknek és felnőtteknek tartok szabadidősport foglalkozásokat, így azt gondolom joggal mondhatom, hogy az atlétika és a sport világa nem csak a sportot és munkát jelenti számomra, hanem ez a hivatásom. Emellé párosult a turizmus szakma iránti szeretetem, egészen lenyűgöző számomra ez a folyamatosan változó és pezsgő világ, ahol elengedhetetlenek az emberek közti interakciók és a csapatmunka. Élményt és örömet szerezni másoknak a munkánkkal igazán felemelő érzés. A két területet összekapcsolva szívemnek kedves témát dolgozok fel a sportturizmust és a sportrendezvényeket.

A Budapest23 elnevezésű világbajnokságon az atlétikai kötelékemnek hála, volt szerencsém részt venni a rendezvény lebonyolításában a Team Service dolgozóinak csapatát erősítve. Az esemény különböző helyszínein volt megtalálható a standunk, ahova a résztvevők fordulhattak segítségért és információért. A legkülönbözőbb kéréseket kellett teljesítenünk; volt, akinek taxit rendeltünk, de előfordult az is, hogy fodráshoz foglaltunk időpontot, másoknak pedig éttermeket ajánlottunk.

Napjainkban a sport egyre fontosabb szerepet játszik az emberek életében., pozitív hatással van mind a testi, mind a mentális egészségre és ezek megőrzését is elősegíti. Megtanít az élet minden területén helytállni. Kitartásra, fegyelemre és alázatosságra nevel. Általa megélhetünk mélységeket és magasságokat egyaránt. A sikerek megmutatják, hogy a kitartó munka meghozza gyümölcsét, a kudarcok pedig megerősítik az embert és arra sarkalják, hogy bármennyire is kilátástalan a helyzet mindig van belőle kiút. Az emberi erények és a jellem formálása mellett a fizikai állapot megőrzésében és fejlesztésben is jelentős szerepet játszik. Javítja az állóképességet és erősíti az izmokat. A testünk a lelkünk otthona, így érdemes gondoskodni róla és vigyázni rá. Felgyorsult, rohanó világunkban az elménk lecsendesítésére és a felgyülemlett stressz levezetésére is kiváló bármilyen sporttevékenység.

Dolgozatomban az elérhető szakirodalmak segítségével megvizsgálom az olimpia kialakulását és történelmi háttérét, hogy részletesebben megismerhessem az első legnagyobb és mainapig fennálló magas presztízsű sporteseményt. Az atlétika sportágat általánosságban áttekintem a sportágspecifikus információk ismertetése érdekében. A sport és a turizmus találkozását a sportturizmust vizsgálom, ezen belül kiemelt szerepet játszik a mega-sportesemények hatása a társadalom és a gazdaság különböző területeire, annak érdekében, hogy átfogó képet alkothassak a sportrendezvényekről. Kutatásaimmal szeretném alátámasztani, hogy a 2023-as Atlétikai Világbajnokság igen fontos szerepet képviselt mind a gazdaságban, mind a társadalom életében. A kvantitatív és kvalitatív kutatás elemzését követően levonom a következtetéseket az eseménnyel kapcsolatban.



1. ábra A kutatás célkitűzései (forrás: saját szerkesztés)

A sport területeiről számos kutatás fellelhető, azonban a mega-sporteseményekről már kevesebb. Az atlétikai világbajnokságok témájában pedig nem igazán, vagy csak kis mértékben érhetőek el elemzések és szakirodalmak, ami a munka szépségét, de egyben nehézségét is adta számomra.

1.1 Célkitűzések

A kutatómunkám a 2023-ban megrendezett atlétikai világbajnokság sikerességéről szól. A szervezőbizottság kitűzte célul, hogy a budapesti lesz az eddig valaha volt legjobb világbajnokság. Célom bebizonyítani, hogy ez megvalósult. Két oldalról közelítettem meg a sportesemény értékelését a minél relevánsabb eredmények érdekében. Először a nézők véleményét kutattam a szervezést és az infrastruktúrát érintő különböző kérdések segítségével. Ezt követően a résztvevő magyar sportolókat kértem arra, hogy osszák meg velem élményeiket, tapasztalataikat és javaslataikat, mivel ők teljesen más szerepben vettek részt az eseményen és más szempontok alapján tudják értékelni a szervezést. A kutatásom során további célom az elért sikerek feltárása mellett a hiányosságok felismerése és ezek megoldására javaslatok keresése, annak érdekében, hogy a jövőben még sikerebb rendezvények szervezése valósulhasson meg.

2 Az Olimpia történelmi háttere és az atlétika

2.1 Az Olimpia történelmi háttere

Az ókorban Kr. e. a 8. századtól beszélhetünk különböző sporttal kapcsolatos játékokról. Ekkor alakultak ki a Pánhellén játékok, amely magába foglalja az olümpiai-, nemeai-, püthói- és iszthmoszi játékokat. Ezek az események kizárólag a görögök számára voltak meghirdetve rendszeresen, különböző időközönként, általában 2-4 évente. A Kr. e. 776-ban Zeusz tiszteletére Olümpiában megrendezésre kerülő első olümpiai játékok hagyományát ma is őrizzük. Ezen esemény fontosságát mi sem mutatja jobban, minthogy a görögök időszámítása is ehhez köthető. Kezdetekben ez a sportrendezvény még csak egy napos volt, azonban már kilenc hónappal előtte értesítették az induló versenyzőket és a megmérettetést megelőző harminc napban már Olümpiába kellett költözniük és ott készülni, gyakorolni a versenyre. Akkoriban csak görögül beszélő férfiak vehettek részt a versengésben, amely később már több napos multifunkciós eseménnyé nőtte ki magát. A sportesemények mellett megjelentek a különböző vallási és áldozási szertartások is. (Young, 2008) Már ebben az időszakban is komplex szolgáltatást nyújtottak, hiszen a versenyre érkezőknek szállást, étkezést és edzési lehetőséget is kellett biztosítani. Barber & Baker (1989) kutatása szerint a középkorban a Pánhellén játékokhoz hasonlóan megjelentek a lovagi tornák, melyekre hazai és nemzetközi résztvevők is érkeztek. A középkorban kialakult a lovagi értékrend, amely során a hadviselés is átalakult, megjelent a nehézlovasság. A tornák célja a királynak vagy az udvarnak való bizonyítás volt, ugyanakkor a nehézlovas harceljárások gyakorlásának színterét is adták. Az események gyakran brutálisak voltak, a lándzsával vágató lovagok pajzsra vagy sisakra irányzott döfésekkel próbálták kilökní egymást a nyeregből, végkimenetele akár halállal is végződhetett. Itt is megjelent a résztvevők fogyasztása és kiszolgálása, tehát vendéglátó és turisztikai vonzata is volt a sporteseményeknek. (Pappné Gellényi & Száray, 2020)

Az ókori olimpiai játékok hanyatlásnak indultak a peloponnészoszi háborúk idején. A játékok végéhez több esemény is hozzájárult, többek között a versenyek helyszínét leromboló invázió és az Olümpiát sújtó földrengések, áradások a Kr. u. 3. században. Ezt követően Kr. u. 426-ban tűz pusztította el Zeusz templomát, ami ténylegesen véget vetett az olimpiai játékoknak. Egyes nézetek azt vallják, hogy pusztán társadalmi, gazdasági és hatalmi okok miatt lett vége a játékoknak, mint például a korrupció és a brutalitás. Az olimpia újjászületése újkori olimpiai játékok képében 1896-ban Athénban történt és egészen 1920-ig kizárólag nyáron rendezték őket. A 2024-es Párizsi Olimpiai Játékok volt a 30. újkori olimpia. (P. Schaus & R. Wenn, 2007)

Stendeven & De Knop (1999) a sportturizmust így definiálta: „*olyan aktív vagy passzív sporteseményen való részvétel, amikor az utazó elhagyja lakó- és munkakörnyezetét, az utazás egyéni vagy szervezett módon szabadidős vagy üzleti/ gazdasági okból valósul meg*”. Ebből levonható az a következtetés, hogy az ókortól beszélhetünk a sport és turizmus összefonódásáról, hiszen a fent említett események okán tömegek keltek útra, hogy láthassák a megmérettetéseket. Ezzel szemben Ruskin (1978) definíciója szerint: „*A sportturizmus az emberek olyan cselekvéseinek sorozata bizonyos szabadidős periódusban - például szabadság ideje alatt - amelyeket részben sajátosan vonzó természeti vagy mesterséges körülmények között tesznek, vagy fizikai rekreálódást végeznek szabadtéren*”. Ebben az értelmezésben már megjelenik a rekreáció fentiekén túl, amit Hudson (2003) is hasonlóan értelmez: „*Az állandó lakóhelytől való elutazásokat, amelyek célja a versenysportban vagy a rekreációs sportban való részvétel vagy azok megtekintése, de lehet célja valamely sporttal kapcsolatos helyi vonzerő megtekintése, mint például sportmúzeum, sportstadion, hírességek csarnoka*”.

19. századtól már megjelentek az újkori olimpiák és egyesületek, sportszerveződések. A legelső olimpiai sportolói eskütétel és grafika az 1900-as évek elejére tehető. Az 1920-as Antwerpenben rendezett játékok során Pierre de Coubertin által tervezett öt karikás zászlót vontak fel. A lobogó az öt kontinenst találkozását szimbolizálja, melyet manapság a világ egyik legismertebb jelképeként tartanak számon. (Magyar Olimpiai Bizottság)

2.2 Az atlétikáról általánosságban

Az atlétika szó eredete a görög „athletosz” kifejezésből származik, amelyet először a nehéz fizikai munkát végzőkre értettek, később pedig azon sportolókat jelentette, akik hivatásszerűen versenyeztek valamilyen díjért. Az olimpiákon kezdetben csak a stadionfutás jelent meg, amely 192 m volt. Később alakultak ki újabb versenyszámok, mint például a fegyveresfutás, távolugrás, és az öttusa.

A 18. századtól beszélhetünk az úgy nevezett újkori atlétikáról, amely Angliából származik. 1850-ben megrendezték az első atlétika versenyt, majd 16 évvel később már a nemzeti bajnokságot. Az atléták az első nemzetközi versenyen 1895-ben, New York-ban indulhattak. Az újkori olimpiai játékokon 1896-ban már 14 versenyszám közül válogathattak a magukat megmérettetni kívánó versenyzők. A sportág egyre nagyobb népszerűségnek örvendett, így folyamatosan bővült a versenyek és az egyesületek száma. A Nemzetközi Amatőr Atlétikai Szövetséget 1912-ben alakították meg, melynek működéséhez magyar szálak is kötődtek, hiszen 1991-től Gyulai István volt a főtitkára. (Szatmári, 2018) Gyulai István a sportág sokszoros magyar bajnok volt, később pedig a sport nemzetközi területén maradv

Nemzetközi Sportújságíró Szövetség főtitkárhelyetteseként, majd főtitkáráként dolgozott. Ezzel párhuzamosan beválasztották a Nemzetközi Atlétikai Szövetség tanácsába, majd az akkori elnök felkérte a főtitkári poszt betöltésére. (www.gyulaimemorial.hu)

Az atlétikát általában úgy emlegetik, mint a sportok királynője, hiszen minden sportághoz biztos alapot nyújt. Számos sport alapja a futás, az állóképesség és a jó fizikum. Az atlétika remekül fejleszti a fizikai képességeket, amelyek közé tartozik a sebesség, állóképesség, erő, pontosság, rugalmasság, egyensúly és koordináció. Annak érdekében, hogy a lehető legtöbb gyermek számára elérhetővé tegye a sportágot a szakági szövetség létrehozta a Kölyökből Atléta Programot, amely sokoldalú mozgásfejlődést biztosít. (Scheidler, 2024) Az atlétikát alapvetően három fő területre bonthatjuk: dobószámokra, ugrószámokra és futószámokra. A dobószámok a következőket tartalmazzák: kalapácsvetés, gerelyhajítás, súlylökés és diszkoszvetés. Míg az ugrószámok közé tartozik a távol-, a magas-, a hármas-, és a rúdugrás. A futószámokat tudjuk talán a legjobban részekre bontani hiszen a távok alapján megkülönböztetünk sprint- (100 méter, 200 méter, 400 méter) közép- (800 méter, 1500 méter) és hosszútávfutást (5000 méter, 10 000 méter, maraton). Ezekén felül megkülönböztethetjük akadály- és gátfutást (100 méter gát, 110 méter gát, 3000 méter akadály). Létezik néhány különlegesebb versenyszám is, mint a váltófutások (4x100 méter, 4x400 méter, mix 4x400 méter), a gyaloglás, és a többpróba. Az összetett versenyszámoknál a nőknél 7 próbáról beszélhetünk (100 méter gát, magasugrás, súlylökés, 200 méter – távolugrás, gerelyhajítás, 800 méter) a férfiaknál 10 próbáról (100 méter, távolugrás, súlylökés, magasugrás, 400 méter – 110 méter gát, diszkoszvetés, rúdugrás, gerelyhajítás, 1500 méter), ebben az esetben a különböző számokat két egymást követő napon kell teljesíteniük. (Magyar Atlétikai Szövetség, 2024)

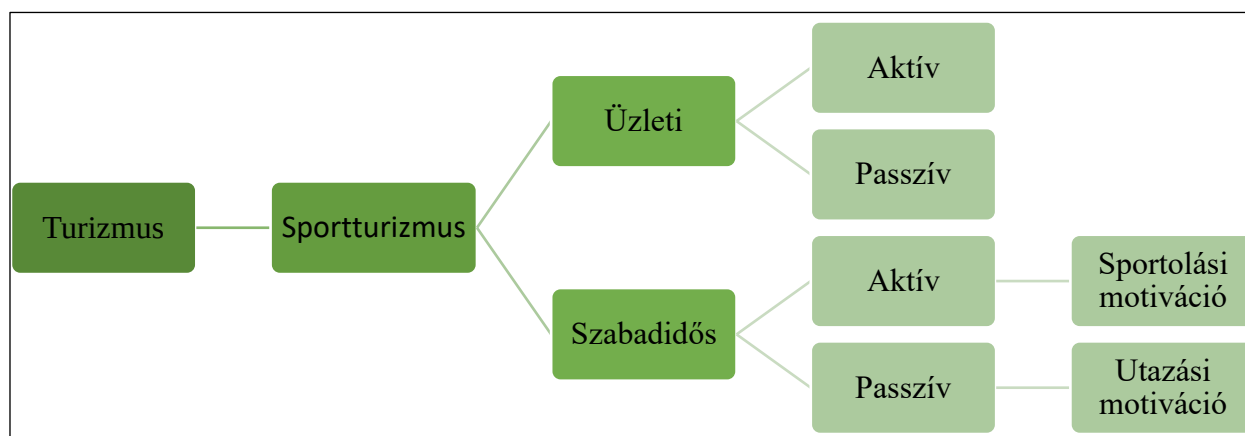
Napjainkban a modern atlétika pályákat rekortán vagy mondó borítja, a versenyek alkalmával elektromos távolság- és időmérést alkalmaznak, célbírókkal és célfotóval. A versenyen használt szereket például a gerelyt hitelesíteni kell, annak érdekében, hogy megfeleljen a szabályzatban foglalt standardoknak. A versenyzőknek pedig különböző szabályoknak kell megfelelni, mint például a szöges cipők esetében a megfelelő nagyságú szög, és nem viselhetnek nagy logóval ellátott ruházatot sem a többi sportágspecifikus szabályzat mellett. A korosztályok versenyzése során fontos, hogy csak a saját korosztályának megfelelő kategóriában indulhat a sportoló, míg a felnőtt bajnokságokra „felversenyezhetnek” fiatalabbak. A versenyzőkre vonatkoznak általános szabályok, amelyek már a versenyt megelőzően megjelennek. Csak azon sportolók indulhatnak versenyeken, akik a Magyar Atlétikai Szövetség, valamely tagszervezetében igazolt versenyzők, valamint érvényes verseny- és sportorvosi engedéllyel rendelkeznek. A

helyszínre érkezés időpontja is szabályhoz kötött, hiszen a versenyszám kezdete előtt minimum 75 perccel előbb a regisztrációnál le kell jelentkezni, illetve a rajtszámot át kell venni. A versenyszám kezdete előtt a versenykiírásban előre meghatározottak szerint kötelező megjelenni az úgy nevezett „call room”-ban, ahonnan már a versenyzők nem mehetnek el. A versenybírók erről a területről vezetik be őket az atlétika pálya megfelelő részére. A futások esetén a rajtnak érvényesnek kell lennie, valamint a vonalra az új szabály értelmében egyszer ráléphetnek az atléták, többszöri rálépés vagy hibás rajt kizárást von maga után. A szögescipőkben használt szögek nagyságát és a futócipők talpának magasságát egyes számonként szigorúan szabályozza a World Athletics nevű nemzetközi szervezet. (World Athletics, 2022) A legtöbb versenyszámnál maximum 20 mm nagyságú talpmagasság az elfogadható, kivéve a hármasugrásnál és a 800 méternél hosszabb távokon, ahol 25 mm a maximálisan megengedett. A terep és városi futóversenyeken maximum 40 mm lehet a talpmagasság, szögescipő esetén 25 mm. Ezen szabályok betartását a „call room”-ban ellenőrzik, a ruházattal és rajtszámokkal együtt.

3 A sport, a rekreáció és a turizmus kapcsolata: a sportturizmus

A sportturizmus, mint jelenség már az ókorban megjelent az olimpiai játékok formájában, hiszen ennek során már különböző településekről és területekről utaztak a sportolók és a nézők. A sport az egyik mozgatórugója volt a korabeli utazásoknak, a helyváltoztatásnak, tehát a turizmusnak. (Irimiás et. al., 2019) , azonban a sportturizmusról mint fogalomról csak a 20. század végétől beszélhetünk. Érthetjük a definíció alatt az élsportot, a rekreációs célú sportot, de ide tartozik a különböző sport köré fonódó események látogatása vagy az azokon való részvétel. Már a tudomány is elkezdett foglalkozni a rohamosan fejlődő ágazattal. Kökény et al., (2018) korábbi megfigyelésekre alapozva megállapították, hogy a globális rendezvények bevételt generálnak, így a gazdasági, valamint az üzleti súlyuk nem elhanyagolható.

Standeven & De Knop (1999) két fő csoportra bontotta a különböző sporthoz köthető turisztikai tevékenységeket. Ez alapján megkülönböztethetünk hivatással összefüggő, nem szabadidős- és szabadidős sportturizmust. Hivatásturistaként jelennek meg az elit sportolók és a hozzájuk csatlakozó különböző sportszakemberek, edzők és masszőrök. A szabadidős sportturizmushoz tartoznak a látogatók és a sportolók, akik utazással egybekötve végeznek sporttevékenységet szabadidejükben. Weed & Bull (2009) csoportosítása némileg eltér ettől, de Standeven & De Knop-hoz (1999) hasonlóan üzleti és szabadidős csoportokat különböztet meg (lásd 2. ábra), továbbá aktív és passzív résztvevőkre bontja a csoportokat.



2. ábra A sportturizmus formái (forrás: Weed & Bull, 2009)

Az üzleti, azaz hivatásturista szereplők utazási motivációja a munka elvégzése. Aktív szereplők a sportolók, a passzívak a sport szakemberek például menedzser, edző. Szabadidősport esetén a motiváció jellegéhez köti az aktív, illetve passzív jellemzőket. Aktív kategóriába sorolja azokat a turistákat, akik sportolási motivációval rendelkeznek, mert az utazás célja elsődlegesen

a mozgás. A passzív csoport fő motivációja az utazás, jellemzően ezek a nagy sporteseményekre látogató nézők.

3.1 A sport

A sport általános fogalma az Oxford English Dictionary, szerint a következő: *„egy olyan tevékenység, amely fizikai erőfeszítést és ügyességet igényel, különösen (modern értelemben) egy olyan, szabályok vagy szokások által szabályozott tevékenység, amelyben egy egyén vagy csapat mások ellen versenyez.”* Ebben a meghatározásban strukturált, fizikai alapú és célorientált tevékenységként írják le, azonban más definíciók már más megközelítésből világítják meg a sportot, mint tevékenységet. Coakley (1990) sport definíciója a következő: *„komplex fizikai képességeket, készségeket követel meg és jelentős fizikai igénybevételt feltételez, valamint a meghatározott szabályrendszerrel rendelkező versenyeket is magába foglalja, szervezett keretek jellemzik, ugyanakkor fontos jellemzője a szabadság és a spontaneitás élményének megőrzése is.”* A 2004. évi I. törvény a sportról I. fejezet, Általános szabályok 1§ (2) bekezdése kimondja, hogy *”sporttevékenységnek minősül a meghatározott szabályok szerint a szabadidő eltöltéseként kötetlenül vagy szervezett formában, illetve versenyszerűen végzett testedzés vagy szellemi sportágban kifejtett tevékenység, amely a fizikai erőnlét és a szellemi teljesítőképesség megtartását, fejlesztését szolgálja.”*

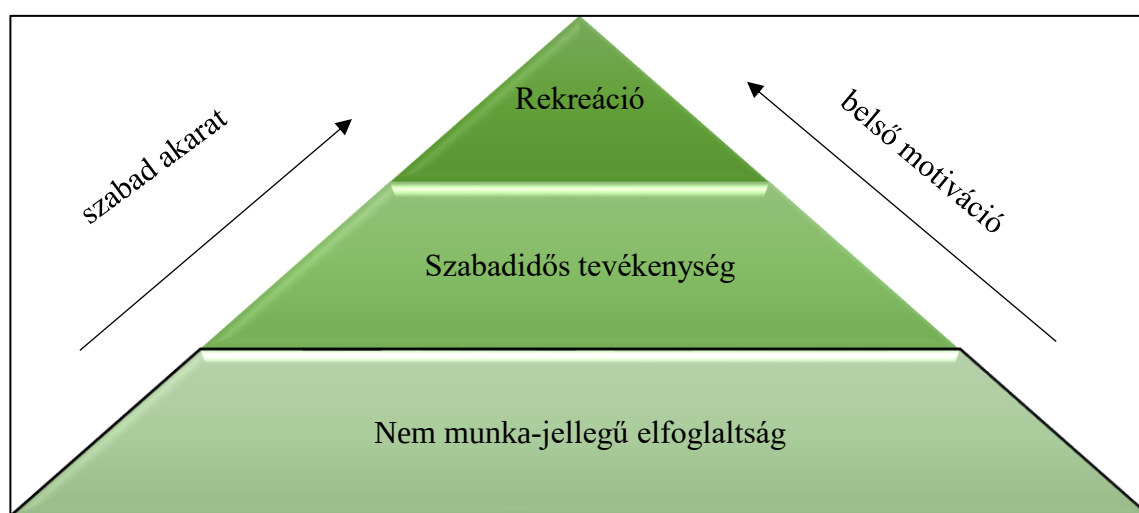
Higham & Hinch (2018) kutatásukban említik, hogy a helyszín és az idő függvényében változhat a sport értelmezése. A sport alapvető elemei közé sorolhatjuk a versenyt, a szabályokat és a játékot, valamint a fizikai aktivitást. Tehát a sport és a sportturizmus magába foglalja a professzionális elit sportot, amiről már hivatásturizmusként beszélhetünk és a rekreációt, ami bőven túlmutat a turizmus határain a klasszikus szakirodalmi nézetek szerint. A legújabb felfogás (Kovács 2023) az ember életminőségét helyezi a fókuszba, így a rekreációs- és sporttevékenységeket is az újturizmus egyik formájaként fogalmazza meg.

3.2 A rekreáció

A rekreáció általánosságban felüdülést, megpihenést és kikapcsolódást jelent. Régen sokszor félreértelmezték a fogalmat és szigorúan csak a sport általi felfrissülésre és egészségmegőrzésre szűkítették. Manapság a szabadidő eltöltésének kultúráját értjük a kifejezés alatt. Irimiás et al., (2019) szerint bármilyen tevékenység lehet, ami az embert kikapcsolja és boldogsággal, jó érzéssel tölti el, például: kertészkedés, zenélés, színdarab megtekintése, valamilyen fizikai aktivitás. A rekreáció szolgálja az egészség megőrzését és a munkavégzéshez alkalmas testi és lelki állapot visszaállítását.

A rekreáció szó a latin *recreatio* szóból ered, mely jelentése felfrissülés, üdülés, pihenés. Dobozy & Jakabházy (1992) szerzőpáros szerint „az ember egészségének, munkaképességének újratermelését” szolgálta a rekreáció. Ezzel szemben Kis Jenő (2001) szélesebb spektrumban tekintett a rekreációra az „életminőség tanaként” írta le a fogalmát. Kutatásaival egy rendszerelméletet igyekezett kidolgozni, miszerint: *„a rekreáció eszmei és gyakorlati választévkénységrendszer meghatározott társadalmi kihívásokra”*. Ez az elmélet az emberi viselkedés szoros kapcsolatát feltételezi a társadalmi környezettel. Rekreatív hatásról akkor beszélhetünk, ha egy tevékenység alapvetően nem rekreáció céljából jön létre, de ennek eredményeképpen javítja a közérzetet. Ez lehet például a házi munka elvégzése, amely sikerélménnyel zárul, azonban nem nevezhető rekreációs tevékenységnek, mert nem szabadidőben és szabad választás alapján jön létre. Ebbe a kategóriába tartoznak még a fizioiógias szükségletek kielégítése, valamint a kötelező tevékenységek, mint a testápolás vagy a főzés (Ábrahám, 2010).

Iso-Ahola (1980) szerint fokozatos átmenet van a nem munka jellegű-, a szabadidős tevékenységek és a rekreáció között. A 3. ábrán megfigyelhető a motiváció, a szabad akarat és a rekreáció kapcsolata. Minél nagyobb a szabad akarat teljesülése és minél erősebb a belső motiváció, annál inkább közelít a rekreációhoz az adott tevékenység.



3. ábra Iso-Ahola modellje (forrás: Iso-Ahola, 1980)

Iso-Ahola-hoz hasonlóan Neulinger kutatása (1981) is a szabad akarat és a belső motiváció összefüggését tanulmányozta. A Neulinger paradigma szerint rekreációs és munka jellegű tevékenységeket különböztethetünk meg, amelyeket hat csoportra bonthatunk, az alábbi 1. táblázat szerint.

Rekreáció: szabadságérzet	tiszta rekreáció	belső motiváció
	rekreáció eredményigénnyel	belső és külső motiváció
	célorientált rekreáció	külső motiváció
Munka: kényszerérzet	elhivatott munka	belső motiváció
	élvezhető munka	belső és külső motiváció
	kényszerű munka	külső motiváció

1. táblázat Neulinger paradigma szerinti kategóriák (forrás: Neulinger, 1981)

A tiszta rekreáció során kizárólag belső motiváció alapján történik a tevékenység, az ember önmagáért és az örömszerzésért csinálja (pl.: kirándulás a természetben). A rekreációt eredmény igénygel társítva már a belső és külső motiváció egyaránt jellemzi, hiszen az örömszerzés mellett megjelenik valamilyen elvárt végeredmény (pl.: kertészkedés). A kizárólag külső motiváció mozgatta rekreációs tevékenységek esetén az adott cél elérése jelenti a siker élményét, például a testedzés a kívánt alak eléréséért. A munkát is három kategóriába sorolja a motiváció jellegétől függően. Az elhivatott munka az, amit fizetéstől függetlenül, hivatásból, a tevékenység szeretetéből végez az ember, tisztán belső motiváció miatt, például az edző szakma. Az élvezhető munkák kategóriába sorolhatjuk a legtöbb szakmát. A kényszerű munkát főként jövedelemszerzés céllal végzik.

Mannel & Iso-Ahola (1987) tanulmánya a szabadidős turisztikai élményeket vizsgálja, miszerint a szabadidős turisztikai élmények a mindennapi rutinból és stresszes környezetből való menekülés és a rekreációs lehetőségek keresésének kölcsönhatásaiból származnak.

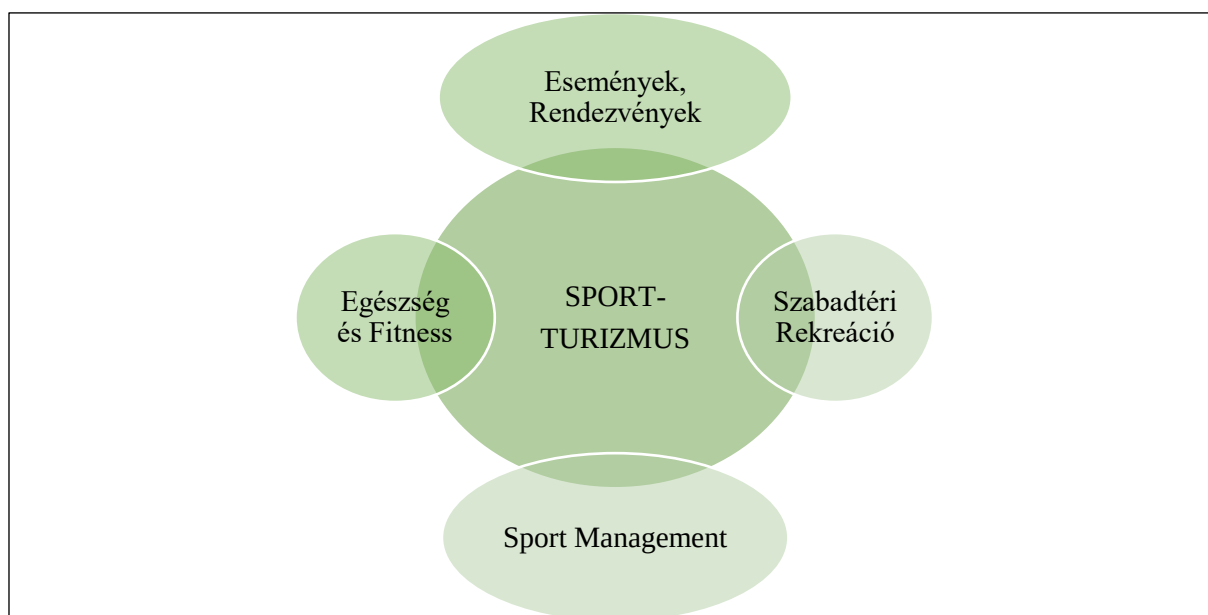
3.3 A sportturizmus

A sport és a turizmus területein számos átfedést fedezhetünk fel, amely nehezíti a sportturizmus meghatározását. Nehéz felmérni, hogy az utazónak a sport elsődleges vagy másodlagos motivációt jelent az utazáskor. Gammon & Robinson (2003) szerzőpáros a motivációt jellegét alapul véve két turistacsoportot különböztet meg. Az egyik csoport tekintetében az elsődleges motiváció egyértelműen a sport, ők lehetnek elit és rekreációs sportolók egyaránt. A másik oldalon másodlagos motivációként vagy mellékes tevékenységként jelenik meg a sport, ebben az esetben turisztikai sportokról beszélhetünk például egy szállodában mini golfozási lehetőség vagy a konditerem használata.

A sportturizmus definiálásával is számos kutató foglalkozott, így különböző definíciók születtek az évek során. Hall (1992) turizmuselméleti szakember szerint „*Sportturizmusnak nevezhetők mindazon a mindennapi élettéren túli, nem kereskedelmi célból történő utazások,*

melyek során az utazó részt vesz sporttevékenységekben vagy megnéz sporteseményeket.” Ezzel a meghatározással szemben Standeven & De Knop (1990) szerzőpáros szerint: „*A sportturizmus minden olyan aktív vagy passzív sporteseményen való részvétel egyénileg vagy szervezett módon, szabadidős vagy üzleti/gazdasági okból, mely során az utazó elhagyja saját otthoni lakó- és munkakörnyezetét.*” Kiemelkedő szerepet játszik a sport, mert befolyásolja számos turista utazási döntését és élményét, emiatt tekintjük a sportot turisztikai attrakciónak.

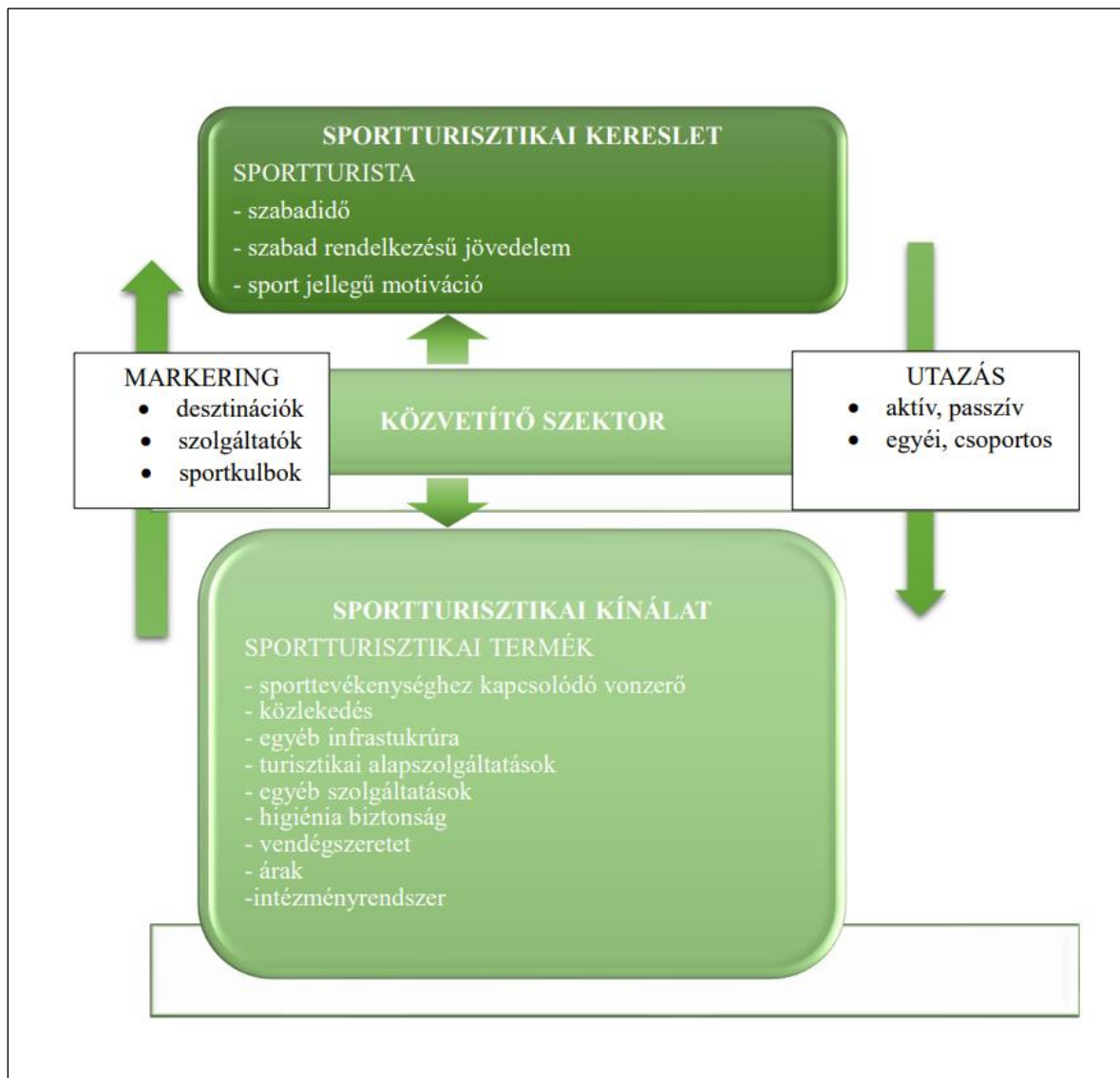
Hingham & Hinch (2018) a sportturizmushoz közvetlenül négy tevékenységet sorolt, amelyet a 4. ábra illusztrál. A sport a preventív hatása miatt az egészséges életmód része, amely napjainkban igen népszerű téma. Az egészség és fitness egyértelműen megjelenhet akár egy szállodai szolgáltatás tekintetében kondicionáló terem és szauna, masszázs vagy egészséges ételek képében. Az sportesemények és rendezvények lehetnek alapvető motivációi az utazásnak, mint például: a Berlini maraton, de lehet kiegészítő tevékenység is például egy nyaralás során vízi torna foglalkozás. A szabadtéri rekreáció megjelenhet egy gyalog vagy kerékpár túraként is. A sport menedzsment inkább az elit sportolók utazásait és megszervezéseit foglalja magába.



4. ábra A sportturizmus és a hozzá kapcsolódó területek (forrás: Hingham & Hinch, 2018)

Ezzel szemben Lengyel (2004) a sportturizmust a turizmus rendszerének szemszögéből közelítette meg, ennek adaptálása az 5. ábrán látható. Ez alapján elmondható, hogy a keresletben megjelennek a sportturisták, akik rendelkeznek megfelelő mennyiségű szabadidővel, diszkrecionális jövedelemmel, valamint sport jellegű motivációval. A kívánt attrakció elérés eszköze számukra az utazás, legyen az egyéni vagy csoportos, aktív vagy

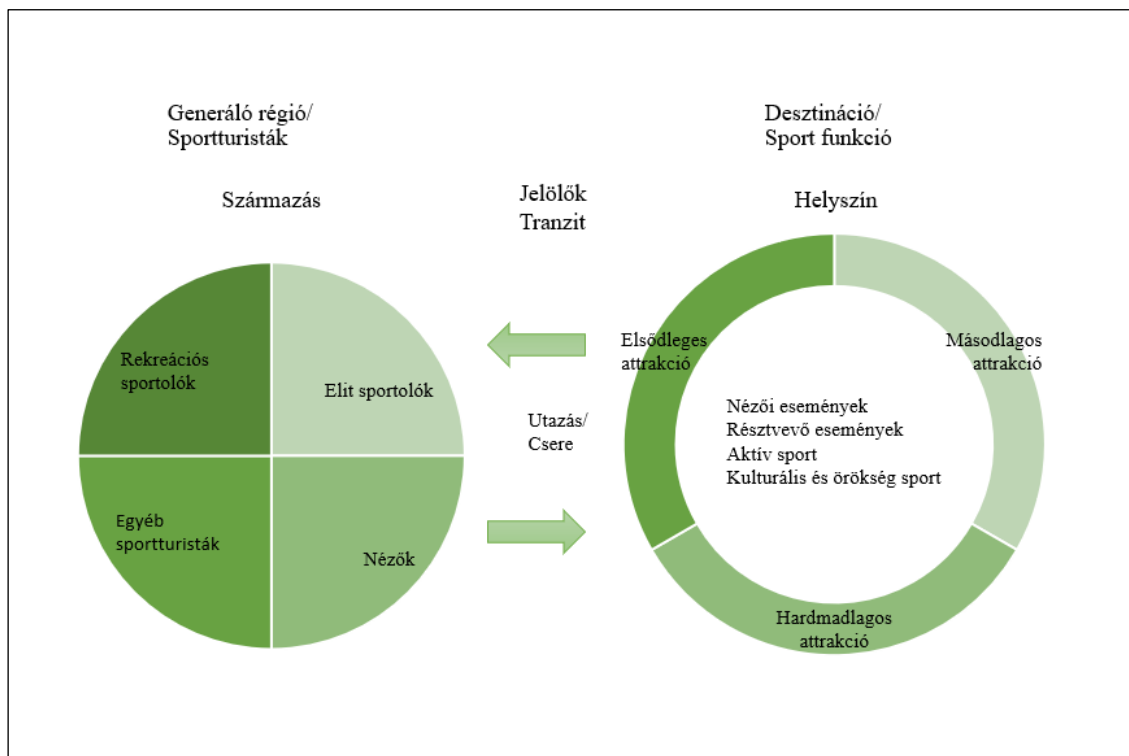
passzív. A sportturisztikai kínálat az alapvető turisztikai kereslet elemeit tartalmazza, mint például a közlekedés, a biztonság, az infrastruktúra és a turisztikai alapszolgáltatások, azonban az attrakció valamilyen sporttevékenységhez kapcsolódik. A kínálat eszköze a marketing, amely segítségével információt tudnak szolgáltatni a célcsoportok felé. A keresletet és a kínálatot összeköti a közvetítő szektor, amely magába foglalja az utazásszervezőket -és közvetítőket, valamint a sport szövetségeket és klubokat.



5. ábra Turisztikai rendszerének adaptációja a sportturizmusra (forrás: Lengyel, 2004)

3.4 A sport, mint turisztikai attrakció

A turizmus rendszerének alappillére az attrakció, ami lehet a látogatók érdeklődését felkeltő desztináció vagy esemény. A különböző sportmotivációkra építhetünk sporttal kapcsolatos attrakciókat és a megfelelő közvetítő eszközökkel létre jön egy sportturisztikai attrakció rendszer, amely az alábbi 6. ábrán látható.



6. ábra A sportturisztikai attrakció rendszer (forrás: Hingham & Hinch, 2018)

A turisztikai attrakció rendszer akkor jön létre, ha az elemek között van kapcsolat. A 6. ábrán láthatóak a különböző sportturisták és a sporttevékenység a céldesztinációban, ezeket kötik össze az úgy nevezett jelölők, amelyek felhívják a figyelmet azokra a sportélményekre, amelyek vonzó elemek lehetnek az utazók számára. A sportturisták utazása valamilyen sporttal kapcsolatos motivációra épül. Két fő szegmenst különböztetünk meg, a rekreációs sportolókat és a sporteseményeken résztvevő nézőket, továbbá az elit sportolókat és velük utazó személyeket (masszőrök edzők, menedzserek vagy a média képviselői). A második elem maga a sporttevékenység, amely a céldesztinációban történik. A sportélmények általában egy adott helyhez kötődnek, ahol létrejön az esemény és az élmény, amely magába foglalja a helyiakkal és más turistákkal való interakciókat is. A rendszer harmadik elemét a jelölők adják, amelyek információkat közvetítenek a turisták számára egy potenciális élményről vagy helyszínről. Ezek általában hirdetések formájában jelennek meg, amelyek a céldesztináció sporttevékenységeit mutatják be.

3.5 Sport és kultúra

A kultúra és a kulturális környezet körbeöleli az egész turizmus rendszerét. Michalkó et. al., (2011) a kultúra megjelenését három aspektusból közelítette meg egy adott desztináció esetén. Az élettelen kultúra megjelenése az épített örökség képében, mint a házak, az utcakép a múzeumok, továbbá a tisztán idegenforgalmi céllal létrehozott attrakciókat is idesorolja, mint például: Szarvason a Mini Magyarország makettpark. A megelevenített kultúra magába foglalja a történelmi események megemlékezéseit, a tradicionális és kulturális értékeket, mint a Hungarikumok vagy az UNESCO által elfogadott világörökségi helyszínek. A mindennapi életben megjelenő kultúra nehezebben definiálható, ebbe a kategóriába tartozik az öltözködés, a viselkedési szokások, a vallás, a gasztronómia és a társadalom sporthoz kapcsolható szokásai.

A sport és a kultúra kapcsolata jelentős szerepet játszik a sportturizmusban. Rendszerük meghatározza a látogatók élményeit és hozzájárul a desztináció vonzerejéhez. Ez a kapcsolat számos formában jelenhet meg. A nagy sporteseményeknél a kulturális művészetek részei a programnak általában a megnyitó és záró ceremóniák keretein belül. Ezek a programok gyakran hangsúlyozzák a helyi és nemzeti kulturális hagyományokat, amelyek a sportélményeket kiegészítik. A kultúra és a sport együttműködése a turizmusban segít a helyi identitás kifejezésében és színesebbé varázsolja a látogatók élményeit. Vannak olyan események, ahol a sporttevékenységek mellett kulturális programokat is kínálnak, ezek lehetőséget adnak arra, hogy a helyszínre látogatók ne csak a sportban vegyenek részt, hanem a helyi kultúrát is megismerjék. Egy-egy adott sporttevékenység kulturális jelentéssel bír az adott közösség vagy nemzet identitásában, például Magyarország esetében a lovassport (Higham & Hinch, 2018).

3.6 Országimázs és marketing

Kotler (1993) a következőképpen definiálta az országimázs fogalmát: „*egy adott országról kialakult nézetek, hitek, vélemények összessége.*” Az országimázs alakításában több tényező játszik szerepet. A földrajzi és természeti háttér, illetve a történelmi tényezők adottak hazánkkal kapcsolatban. Azonban vannak olyan tényezők is, amelyeket könnyen befolyásolhatunk és alakíthatunk pozitív irányba a jobb imázs érdekében. Ilyenek a társadalmi faktorok, mint a demográfiai- és vallási helyzet, az urbanizáció mértéke, a közbiztonság és a bűnözés. Az ideutazók számára meghatározó az emberek egymáshoz való viszonyulása, kedvessége, vendégszeretete vagy akár a nyelvtudás mértéke is. A gazdasági összetevők is nagy hatással bírnak az ország megítélése során. Ezek közé tartozik a GDP, a munkanélküliség és az infláció mértéke, valamint a termékek és szolgáltatások minősége. Az üzleti életben a megbízhatóság és a pontosság is fontos szerepet játszik a megítélésben. (Jenes, 2019)

A Magyar Turisztikai Ügynökség célja, hogy a hazai turisztikai kínálatot piacra vigye és az ebből származó bevételek növekedését elősegítse. A nemzetközi ismertség növelésének eszköze az ország márkázása, amelyhez különböző termékkampányok kapcsolódnak, esetünkben kiemelt szerepet játszik az orvosi- és szenior turizmus. Ezek a média platformjain keresztül célozzák meg közvetlenül a lakosságot. Desztinációs szinten a TDM szervezetek feladata az adott desztináció népszerűsítése és a látogatók számának növelése. A turisztikai desztinációmenedzsment felelős a fogadóterület marketingtevékenységéért, valamint a lokális turizmus stakeholdereinek összekapcsolásáért (Lőrincz & Sulyok, 2017).

A sport kulcsfontosságú eszköz lehet az ország és a városok marketingjében. Rengeteg desztináció használja a sportot eszközként, hogy népszerűsítse önmagát, és bevonzza a turistákat. Ez kiemelkedően igaz a nagy nemzetközi sportesemények (Olimpia, Világbajnokságok) rendező országaira vagy városaira. Globális szinten lehetőséget ad bemutatni az attrakcióit és kulturális örökségeit. Ezek az események konkrét gazdasági hasznán túl, hosszú távon is bevételt generálnak, hiszen hozzájárulhatnak az imázs javításához és a turisták számának növekedéséhez. A sportesemények marketingje során fontos, hogy szem előtt tartsák a desztináció hitelességét, miközben a célközönség számára vonzóvá teszik. A promóció során gyakran kínálják a sportot és a helyi kulturális elemeket csomagként a célcsoport számára.

4 A Budapesti Atlétikai Világversenysorozat gazdasági és társadalmi hatásai

A PWC 2023-ban publikált infografikája (7. ábra) alapján megállapítható, hogy a megasportesemények hatásai a gazdaságra és a társadalomra egyaránt nagymértékűek. Az ábra jól összegzi a mega-sportesemények komplex gazdasági és társadalmi hatásait a Budapesti Atlétikai Világversenysorozat példáján keresztül.



7. ábra Mega-sportesemények gazdasági haszna (forrás: Németh, 2023)

Németh (2023) makroökonomiai elemző szerint az infrastruktúra fejlesztése nagyban befolyásolja az adott ország és város jövőbeli életét, így ezt hosszútávú befektetésnek tekinthetjük. A világversenysorozat kapcsán is olyan városrész fejlődött, amely korábban nagy mértékben elmaradott volt. Az atlétika stadion megépítése nem csak a környezetet szépítette meg és funkciót adott számára, hanem az atlétika világának nyújt hosszútávú otthont, edzési és versenyzési lehetőséget biztosít, nem beszélve arról, hogy a jövőbeli magasabb szintű versenyek rendezési lehetőségével további bevételt generálhat.

A rendezvény tervezése, szervezése több éves feladat, és lebonyolítása során is rengeteg területen szükséges munkaerő, mint például: a vendéglátás, a szervezés, a biztonság, a közlekedés és a technikai háttér, ezzel az esemény növeli mind a lokális mind az országos foglalkoztatottságot, felpozíciót a gazdaságot. A legtöbb mega-sporteseményhez kapcsolódik egy önkéntes program, amely által rengeteg embernek tudnak munkatapasztalatot, betekintést adni és élményt szerezni amellyel, hogy ezzel erősítik az összetartozás érzését és a közösségi szerepvállalás fontosságát.

A kulturális interakció egy fontos aspektusa a világeseményeknek. Különböző országok, különböző kulturális háttérrel képviseltetik magukat. Ezek a különbségek megjelenhetnek öltözködésben, vallásban, viselkedésben, étkezésben vagy egyéb szokásokban. Kulcsfontosságú az egymás iránti empátia és elfogadás és a kölcsönös megértés. (Marton, 2015) A sport az egyenlőségről és a befogadásról szól, összehozza az embereket nemtől, identitástól, nemzettől és anyagi háttértől függetlenül és jobbra teszi a világot.

A turizmus számára több szempontból kiemelkedő lehetőséget biztosít, hiszen a világ minden tájáról érkeznek sportolók és látogatók, így ez egy kiváló lehetőség arra, hogy növeljük a pozitív országimázst és ismertessük a vendégekkel az országunk különlegességeit, ösztönözzük arra őket, hogy egy másik utazás alkalmával hazánk megismerése és felfedezése legyen a fő motiváció. A látogatók fellendítik a turizmust; az átlagosnál több vendégéjszakát generálnak, valamint diszkrecionális jövedelmüket a mi turisztikai attrakcióinknál és vállalkozásainknál költik, így tulajdonképpen az egész ország gazdasága számára növelik a bevételt. Ezt alátámasztja a fenti ábrán látható kutatás is, hiszen a vendégéjszakák 70%-át külföldi vendégek teljesítették és költségük 8,3 milliárd forintnyi bevételt jelentett hazánk számára.

A társadalomra is nagy hatással vannak ezek az események, hiszen ilyenkor erősödik az identitás érzése, a nemzet együtt közösen, egyként szorít és szurkol sportolóiért, lehetőséget biztosítva ezzel az összetartozás megélésére. Az általános közhangulat is jobb és vidámabb. A sport és az adott sportág népszerűsítésében is aktív szerepet játszik egy ilyen nagyszabású verseny. Az egyesületek és sportszervezetek számára ez egy remek hirdetési és marketing lehetőség. A gyerekek és a fiatalok példaképeket látnak maguk előtt, ezáltal ők is sportolókká akarnak válni és az adott sportágat kívánják űzni. A felnőtteket is több mozgásra motiválja. Egy egészségesebb, sportban gazdag életmódra inspirálja a lakosságot, amely hosszútávú előnyöket kovácsol az egészség terén, amelynek megőrzése társadalmi szintű szükséglet. Az Aktív- és Ökoturisztikai Fejlesztési Központ (2022) kutatása szerint az emberek már 25 százaléka tölti szabadidejét aktív mozgással hetente több, mint 2-3 alkalommal, de még mindig igen magas, 49 százalékos aránnyal vannak jelen azok, akik heti egynél is ritkábban tesznek így. A megasporteseményekhez, így az atlétikai világbajnoksághoz köthető számos megelőző program is, ami szintén testmozgásra ösztönzi az embereket. A szervezők létrehoztak egy programsorozatot, amely a „Hétköznapi hősök” elnevezést kapta. Az egész országot megmozgató 37 eseményen több, mint 150 ezren vettek részt. Kedvezményes belépőkkel ösztönözték az embereket a sportolásra és az esemény látogatására. A stadion nyitónapján különböző versenyszámokat próbálhattak ki a résztvevők a Nemzeti Atlétikai Stadionban egy

családi- és sport nap keretein belül. Ez az esemény rendkívüli tömegeket mozgatott meg, itt 15.000 résztvevőt regisztráltak. Egyesületünkben is meglátszott a világbajnokság hatása, rengeteg gyerek csatlakozott az atlétika szakosztályhoz a verseny lezajlása után.

A vállalkozások számára remek reklám- és marketing megjelenést biztosít, hiszen nagy médiafigyelmet kapnak a sportesemények. A szponzoroknak lehetősége nyílik megismertetni a munkásságukat és termékeiket, így könnyebben el tudják érni a célcsoportjaikat és nagyobb valószínűséggel tudnak több terméket értékesíteni. Ezek a hatások nemcsak a rendezvény helyszínére, hanem az egész országra kiterjedhetnek, és hosszú távú előnyöket biztosíthatnak a gazdaság számára. Számadatokat tekintve a világbajnokság 60 milliárdos reklámértéket jelentett Magyarország számára. (Németh, 2023)

A 6. ábra szerint a 130 milliárd forintos bevételre tett szert országunk, amely több szektorban realizálódott. A 300.000 eladott jegyet 103 ország generálta, a magyar nézők aránya 52%-os, így joggal mondhatjuk, hogy aktívan megmozgatta az országot. Az esemény ideje alatti 340.000 vendégéjszaka 70%-át külföldi vendégek töltötték, a fennmaradó 30%-os arány miatt megállapítható, hogy az ország egész területéről utaztak Budapestre és a magyar látogatók is töltöttek el időt fővárosunk szálláshelyein. Emellett nem elhanyagolható tény, hogy az esemény napjairól történő élő közvetítést közel 1 milliárdan tekintették meg otthonaikból. A 70 milliárd forintnyi kiadás három részre bontható fel a következőképpen; hazai- és középvállalkozásoktól beszerzett eszközök és szolgáltatások, – mely pozitívan hat a hazai kereskedelemre – szervezési és lebonyolítási költségek, valamint a támogatások, mint például a Sulihős program.

Konklúzióként levonható, hogy a sportesemények a társadalmi és a közösségi fejlődéshez is hozzájárulnak, valamint a gazdaságot is számos módon befolyásolják, így nem csak a szórakoztatást szolgálják.

5 Kutatás: A 2023-as atlétikai világbajnokság, mint kiemelkedő sikerű sportrendezvény

5.1 Kutatásmódszertan ismertetése

A kérdőíves kutatás napjainkban a legkedveltebb módszer a különböző adatok, információk összegyűjtésére, hiszen rendszerezetten, egységesen kérdésekre lebontva érkeznek a válaszok és ezekből könnyen vizualizálhatók különböző diagrammok és ábrák. A kérdőív hátránya, hogy kissé rugalmatlan, így a válaszadónak nem ad túl nagy szabadságot a saját vélemények és észrevételek megosztására. Ez a módszer a kutatás céljának megfelelő kérdések sorozata, melynek szerkesztéséhez szükség van kreativitásra, széles látókörre és alaposágra. A kérdéseknek relevánsnak, megválaszolhatónak, jól strukturáltnak és megfelelő hosszúságúnak kell lennie. A marketingkutatás alapjai könyv szerint (Gyulavári et al., 2014) a kérdőívszerkesztés lépései az alábbiak:

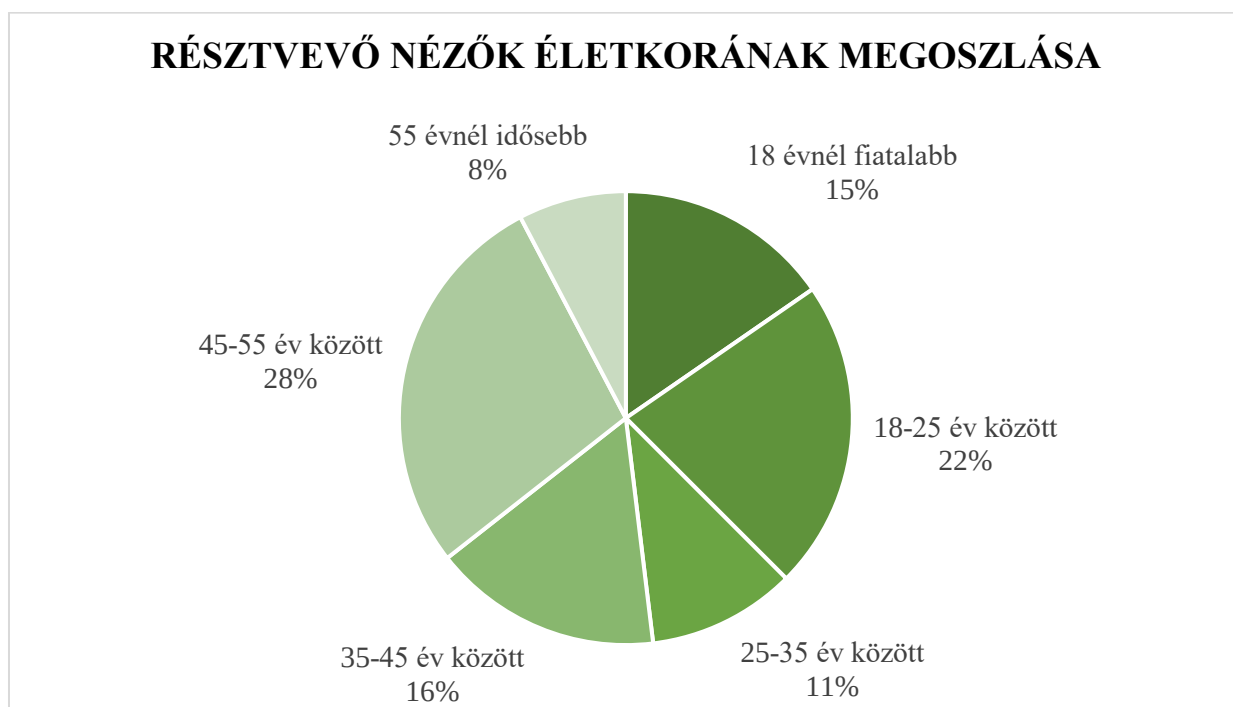
- a kutatási kérdések megválaszolásához szükséges információ meghatározása,
- a megkérdezettek körének meghatározása,
- a megkérdezés módszerének figyelembe vétele,
- a kérdőív logikájának, szerkezeti felépítésének megtervezése,
- a kérdések megfogalmazása,
- a próbakérdőív végleges formázása,
- próbakérdezés,
- a próbakérdezés eredményei alapján történő módosítás és a végleges kérdőív elkészítése

A mélyinterjú nagyobb teret ad a személyes vélemények és gondolatok megosztásában, ezzel könnyebben fel tudjuk tárni a problémákat és a megoldásokat. Az interjú anyagok megfontolt és alapos feldolgozást igényelnek, illetve előkészítésük és lebonyolításuk is sokkal időigényesebb folyamat (Mitev, 2019).

Több aspektusból volt lehetőségem vizsgálni a rendezvényt. A nézők és a sportolók, valamint személyes tapasztalataim (mint dolgozó) alapján, több szemszöget összehasonlítva tudtam következtetéseket levonni. A mélyinterjú előnyeit az atléták esetében használtam, annak érdekében, hogy feltérképezsem a szervezéssel kapcsolatos tapasztalataikat. A kérdőíves megkérdezés során a vendégélmény kialakító elemek értékelését részesítettem előnyben, valamint az általános elégedettség mérését.

5.2 A kvantitatív elemzés eredményei és értékelésük

A Budapesti Atlétikai Világbajnokságról szóló kérdőívem 2024. május 9-től október 2-ig terjedő időszakban volt kitölthető a minél sikeresebb kutatás érdekében. Közel száz értékelhető kitöltés (n=104) után a kérdőívet lezártam és elkezdtem a beérkezett válaszok feldolgozását. A demográfiai kérdésekre adott válaszok alapján a résztvevőket korcsoportokba soroltam, ennek feldolgozása az alábbi diagramon látható.



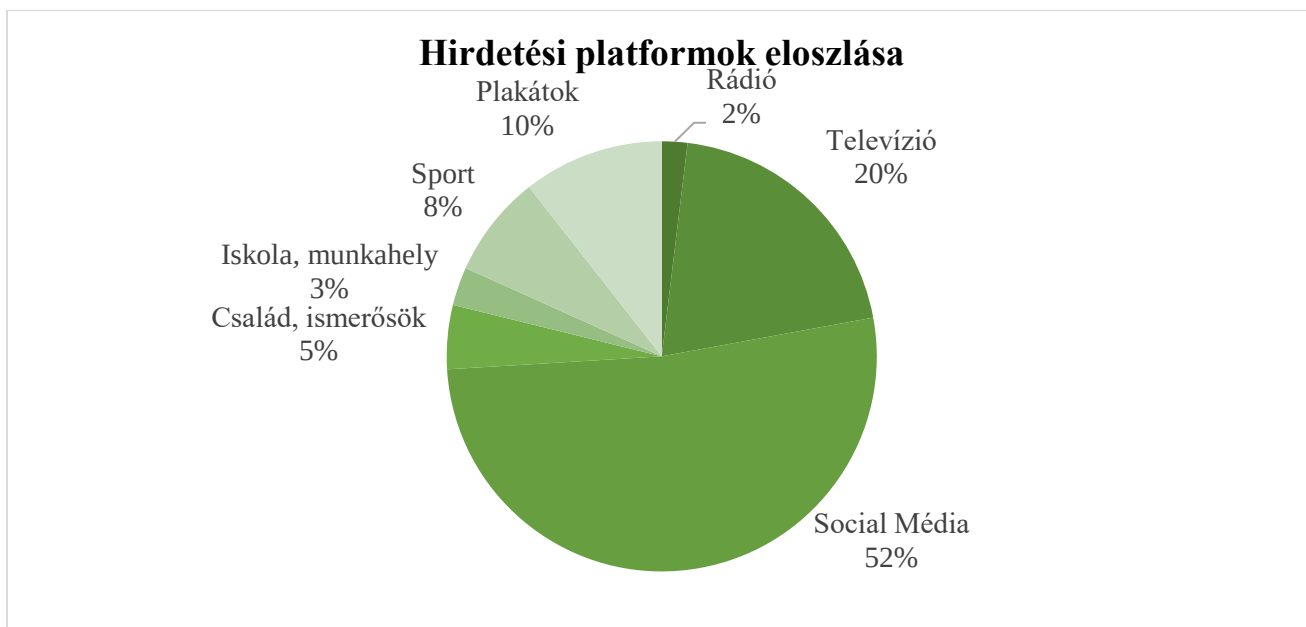
8. ábra Résztvevő nézők életkorának megoszlása (forrás: saját szerkesztés)

A 8. ábra illusztrálja, hogy a 45-55 év közötti korosztály képviseltette magát a legnagyobb arányban (28%), őket követve (22%) a 18 és 25 év közötti korcsoport, és az 55 évnél idősebb látogatók voltak a legkisebb (8%) részarányban jelen az eseményen. A kutatásom szerint a nézők 66 %-a valamilyen formában érintett az atlétikában, vagy valamilyen kapcsolatban állnak egy résztvevő atlétával, vagy maguk is ezt a sportot űzik, ők jellemzően több napra is kilátogattak a programokra.

A beérkezett válaszok alapján a nézők 85-90%-a Budapest és környékéről érkezett. Jellemzően a főváros agglomerációs körzetéből nem vettek igénybe szállás szolgáltatást akkor sem, ha több alkalommal kilátogattak az eseményre. Ezzel szemben a kutatási eredmények szerint, akik a fővárostól körülbelül 40 kilométeres körzeten kívülről érkeztek és több mint egy napon vettek részt, jellemzően három és négy csillagos szállodák, kisebb arányban pedig magánszálláshelyek szolgáltatásait választották. A nézők átlagosan három napra látogattak ki a kilenc napos verseny

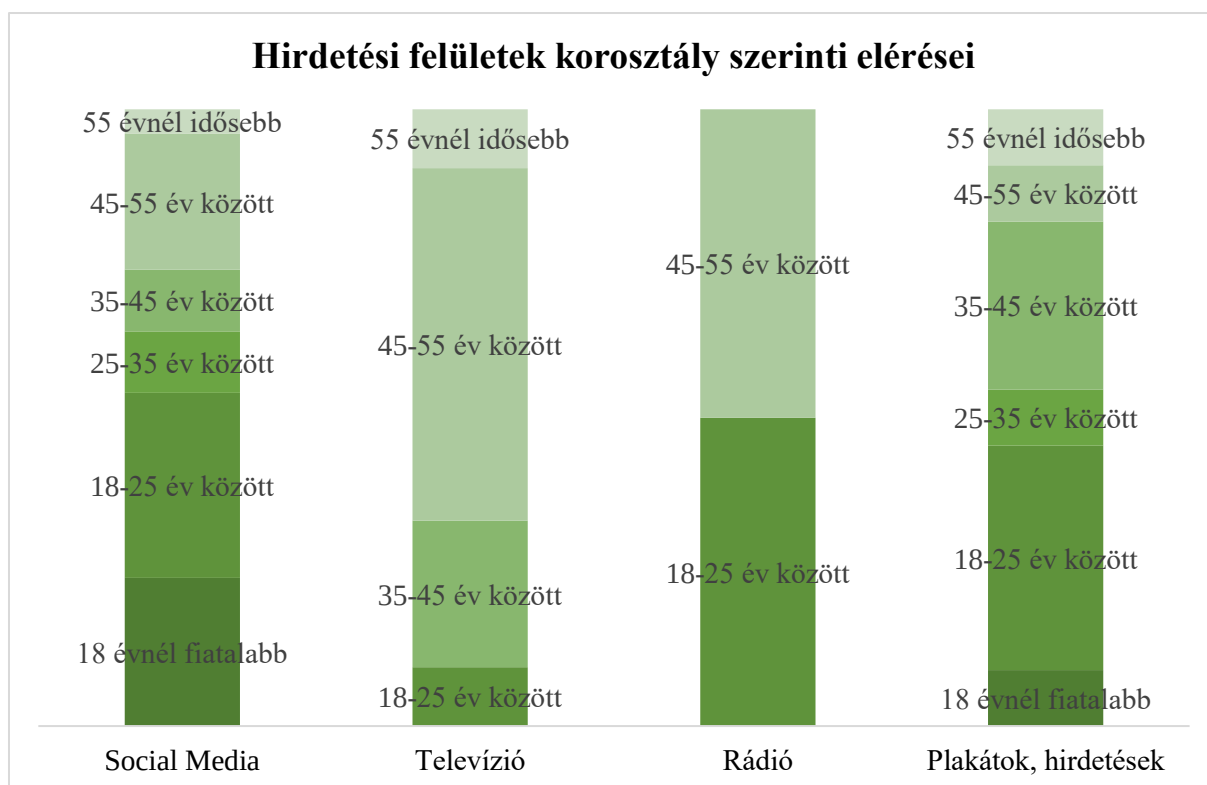
során és jellemzően két kísérővel érkeztek. A legmagasabb kísérő szám a kilenc volt míg a leggyakoribb az egy és két fő.

Az esemény promótálása több csatornán keresztül zajlott. Az alábbi 9. ábrán jól látható, hogy manapság a social média platformokon keresztül lehet elérni a legtöbb megtekintést. Azonban a különböző célcsoportokat különböző csatornákon érhetjük el.



9. ábra Hirdetési platformok eloszlása (forrás: saját szerkesztés)

Az idősebb, 65 év feletti korosztály jellemzően használja a televíziót és a rádiót információ szerzésre, míg a 18-25 korosztály már nagyon kis százalékban fogyasztja ezeket a tartalmakat, őket leginkább a social média platformokon érthetjük el, mint például az instagram, a tiktok vagy a facebook. Ezt alátámasztja az alábbi 10. ábra, amely ábrázolja a különböző hirdetési csatornák korosztály szerinti elérését. A Z generáció (1996-2010) számára alapvető készség a digitális eszközök és az internet világának kezelése, ebben szocializálódtak, ennek köszönhetően ezt a korosztályt sikerrel főként ezeken a felületeken keresztül célozhatjuk meg (Rákosa, 2022). A social médiában publikált és a különböző fizikailag is megjelent plakátok és hirdetések érték el az általam meghatározott összes korosztályt. Ezt követte a televízió, ahol a jelentősebb részt a 45-55 és a tőlük idősebb korosztály képezte. Kutatásom szerint a legkisebb mértékben a rádiós hirdetése voltak a sikeresek, ezen a csatornán a korosztálybeli megoszlás igen szélsőséges volt.



10. ábra Hirdetési felületek korosztály szerinti elérése (forrás: saját szerkesztés)

A stadion lokációja egy kulcsfontosságú kérdés egy nagy sportrendezvény esetén. Nem egyszerű egy ekkora méretű komplexumnak elegendő helyet találni a fővárosban. Ebben az esetben a Csepel- szigeten található a létesítmény, így nehézségként merült fel, hogy 10-15 perces sétával érhető el a legközelebbi tömegközlekedési megálló és a parkolók száma igencsak limitált mennyiségű. A hátrány előnye lehet, hogy fenntarthatósági szempontból a kevés parkolóhely ösztönözheti a látogatókat alternatív utazási módok választására, mint a tömegközlekedés, kerékpáros vagy gyalogos megközelítés. Az esetek többségében az emberek a tömegközlekedési eszközöket választották, majd ezt követte a saját gépjárművel való megközelítés, de volt, aki taxival vagy elektromos rollerrel jutott el a helyszínre. A javaslatok között visszatérő válasz volt a parkoló terület bővítése, valamint a tömegközlekedési eszközök járatainak sűrítése az esemény ideje alatt, amely megkönnyíti a kényelmesebb utazást. . Összességében az esemény méretéhez képest a megközelítést jónak értékelték. A látogatók élményét már meghatározza a helyszínre érkezés menete és a beléptetés is, hiszen, ha sokat kell várni, hogy bejusson a rendezvényre, már türelmetlen és feszült lesz. A világbajnokság esetében rendkívül elégedettek voltak a beléptetés folyamatával és annak időtartamával. A stadion kialakításával kapcsolatosan az értékelés egy öt fokú skálán a nagyon rossztól a nagyon jóig történt. A feltett kérdésekre alapvetően az esetek túlnyomó többségében a nagyon jó vagy jó értékelést választották az emberek. A létesítmény designja a nézők 95%-ának nyerte el tetszését.

A helyszínen való tájékozódást nem csak a dolgozók és az önkéntesek segítették, hanem információs és navigáló táblák is, amelyek elérték a céljukat, megfelelően helyen és aktuális információkkal voltak ellátva. Az óriási stadionban a sűrű események könnyebb nyomon követése érdekében kivetítőket alkalmaztak, valamint kommentátorok segítették a történések megértését. Néhányan megjelölték fejlesztendő területként a több és nagyobb kivetítőt a jövőbeli események során. A technikai felszereltség és a hangosítás is jól helyt állt a megkérdezettek szerint. A kényelmi szempontokat tekintve a székek és a mosdók is megfelelően kerültek kialakításra.

A kiszolgáló egységek tekintetében az ételek és italok, valamint a kiszolgálás minőségével, idejével és a termékek választékával elégedettek voltak a résztvevők. Az árak azonban már igen megosztó véleményeket eredményeztek. A résztvevők 55 %-a nem volt elégedett velük vagy a középso „igen is meg nem is” lehetőséget választották, míg a további 45 %-ban az ár-érték arányt megfelelőnek találták. Javaslatként megjelent a mozgóárusok bevonása a büfék terhelésének csökkentése és a nézők kényelmének érdekében.

A több mint 100 válaszadó 98%-a volt elégedett a lebonyolítást segítő dolgozók értékelése során. Az általam megadott értékelési szempontok alapján következtethető, hogy együttműködés, segítőkészség és proaktivitás jellemezte a munkavállalók attitűdjét, valamint a felmerülő problémákat készséges hozzáállással kezelték. Az egységes formaruhának köszönhetően könnyen megtalálhatóak és megkülönböztethetőek voltak.

A szuvenírek magyar viszonylatban igen magas árfekvésűnek bizonyultak, a megkérdezettek csak 20 %-a vásárolt belőlük. Az észrevételek között az elérhetőbb árú merch termékek értékesítése is szerepelt, minden bizonnyal szívesen vittek volna magukkal haza egy darabot a világbajnokság emlékéből.

A sport világában számos érzelm megjelenik a sportolóknak és a nézőkben egyaránt. A legemlékezetesebb pillanatok között említették a látogatók a magyar nemzet sportolóinak pályára lépését és a stadion hangulatát, valamint a különböző világsztárok szereplését. A legnépszerűbb versenyszám címet a 100 méter síkfutás döntői és a váltók szerezték meg. Sokan kiemelték a nyitó- és a zárócerémónia programját, mint maradandó élményt. A kutatás alapján az alábbi 11. ábrán látható szavakkal illették a leggyakrabban a rendezvény hangulatát, ami jól mutatja az emberekre gyakorolt pozitív hatását.



11. ábra A világbajnokság kabalája és a nézők élményeit leíró szavak tárháza (forrás: google + saját szerkesztés)

Sebastian Coe, a Nemzetközi Atlétikai Szövetség elnöke a következő szavakkal értékelte az eseményt: „a budapesti vb az új mérce mindenki számára, és ezt a kijelentést támasztják alá azok a számok, amelyeket a Nielsen tett közzé”. (MTI, 2023) A Nielsen – kutatás (2024) szerint a nézők „rendkívüli, korábban soha nem látott mértékben” voltak elégedettek. Számadatokat tekintve több, mint 400.000 látogató 98%-a elégedett volt a hazai rendezésű világbajnoksággal és 84%-uk nyilatkozata szerint életük legjobb, legmaradandóbb eseménye volt, amin eddig részt vettek. A megkérdezettek 83 százaléka állította, hogy ezután több atlétika eseményt fog követni, ez alátámasztja a sportág népszerűsítő hatását a Budapesti Atlétikai Világbajnokságnak.

5.3 A kvalitatív kutatás elemzése, értékelése

A nagy nemzetközi versenyek szervezése során nem csak a nézők igényeit kell szem előtt tartani, hanem a hivatásos sportolók igényeinek is meg kell felelni. A mélyinterjúk lebonyolítása során igyekeztem minél részletesebb válaszokat keresni a sportrendezvénnnyel kapcsolatos kérdéseimre. A MATE-Gödöllői Egyetemi Atlétikai Club négy kiemelkedő atlétájával történő strukturált mélyinterjú során a sportolók élményeire, tapasztalataira és javaslataira fókuszáltam. A megkérdezett sportolók Nádházy Evelin 28 éves többszörös magyar

bajnok 400 méteres síkfutó, Sulyán Alexa korosztályos országos bajnok és csúcstartó 18 éves 100- és 200 méteres sprinter, Steigerwald Ernő 21 éves és Kovács Árpád 18 éves mindketten a válogatott váltókeret tagjai, 400 méteres síkfutók.

Az alapvető turisztikai infrastruktúrán belül a sportolók szállásának általános értékelését kértem. A magyar csapat esetében mindenki a saját versenyszáma előtt néhány nappal költözhetett be a szállodába, amelynek voltak előnyei és hátrányai egyaránt. Evelin szerint jó volt, hogy a többi világversenyhez képest tovább élvezhette a saját otthon kényelmét, nem kellett az adott ország időzónájához, körülményeihez adaptálódni, mint más esetekben. Negatívumként említették többen is, hogy a csapat így kevésbé tudott együtt mozogni, nem volt akkora közösség kovácsoló ereje. A magyar sportolók elhelyezése azonos szállodában történt, Budán a négy csillag besorolású Novotel Budapest City-ben, így a következő megállapítások azonosak minden sportoló esetén, azonban a szobák értékelése már az egyéni preferenciák miatt eltérő volt. Alexa számára sajnos a szálloda és az étkezés csalódást okozott. Személyes tapasztalatai során beszámolt a következő hiányosságokról és fejlesztendő területekről. Volt olyan szoba, amely nem volt működőképes klímaberendezéssel ellátva, úgy, hogy az év egyik legmelegebb időszakában zajlott a verseny. A megfelelő pihenés elmaradhatatlan egy sportoló számára. Evelin ellenkezőleg nyilatkozott, számára a szobák tisztasága, elrendezése és felszereltsége is hiánytalan volt. Az ágyak számukra kényelmesek voltak és a szoba elosztása is megfelelő volt. Az ételek és italok tekintetében is 2:2 arányban eltérő véleménnyel voltak. Az ételek mennyisége, választéka és minősége kifogásolhatatlan volt a büféasztalos étkeztetés során Evelin és Ernő számára, míg sem Alexa, sem Árpi nem volt megelégedve a többi világversenyhez mérten. A személyzettel kapcsolatban egyaránt pozitív tapasztalatik voltak, amennyiben segítségre volt szükségük készségesen rendelkezésére álltak, kedves fogadtatásban részesültek.

A szállás, az edzőpálya és a stadion között úgy nevezett shuttle buszok biztosították a közlekedést az atléták és a hivatalos személyek számára. Minden sportoló egyaránt elégedett volt a közvetlen sportolói járatokkal, a nagy távolságok ellenére is pozitívan értékelték a stadion és a szállás közötti közlekedést. Kiemelték a járatok pontosságát, megfelelő gyakoriságát és azt is, hogy klimatizáltak voltak a gépjárművek, valamint a buszsofőrök kedvesek voltak és megfelelő, biztonságos vezetési technikával szállították a sportolókat. Más versenyeken előfordultak már nagyobb késések, ami egy sportolót nagyban befolyásolni tud az összpontosításban és a versenyzésben. A sportolók egy problémás napot emeltek ki a közlekedés szempontjából, amely az augusztus 20-a volt, mivel az a nap ünnepnap

országunkban, így megnövekedett menetidővel és nagyobb forgalommal kellett számolni a lezárások és a programok miatt.

A világbajnokság minden színterén a dolgozók munkáját önkéntesek segítették. Az önkéntes programban résztvevők számára lehetőség adódott, hogy betekintsenek és részesei legyenek egy igazán impozáns sportesemény lebonyolításának kulisszatitkaiba. Az egységes ruházatuk miatt könnyen beazonosíthatóak voltak, minden helyszínen elegendő létszámmal voltak jelen és angol tudásuk is kifogástalan volt. Találékonyan, készségesen és kedvesen reagáltak a kérdésekre és a megoldandó feladatokra. Ha a felmerülő kérdésre esetleg mégsem tudták a választ, azonnal a felettesükhöz fordulva, igyekeztek információt gyűjteni, hogy megválaszolhassák azt. Evelin teljes mértékben meg volt elégedve az önkéntesek munkájával a következőképpen értékelte őket: *“Nagyon kedvesek voltak, segítőkészek, sokszor kérdezni sem kellett, automatikusan tudták a dolgukat és azon felül is készségesen kíségettek minket minden helyszínen.”* Ebből levonhatjuk azt a következtetést, hogy megfelelően fel voltak készítve a verseny előtti, alatti és utáni feladatokra és proaktívan részt vettek az esemény sikeres lebonyolításában. A megkérdezett sportolók külön kiemelték az önkéntesek és a dolgozók attitűdjét, mindenki kedvesen és vidáman állt hozzá a munkájához.

A hivatalos edzőpálya a Novotellel szemben, körülbelül öt perces sétatávra volt található. A pályák minősége kiemelten magas szintű volt, hazai megszokott körülményekhez képest és világviszonylatban is megállta a helyét. Az infrastruktúra megfelelően volt kialakítva minden megkérdezett szerint mindössze egy tényező tekintetében találtam eltérést a válaszok között, amely az illemhelyiségek számát illette. Alexa szerint lehetett volna még többet kialakítani, míg a többiek pozitívként emelték ki a megfelelő számú mellékhelyiséget és öltözőt. A melegítőpálya és a versenypálya közti távolságot golfkocsikkal hidalták át, a szó minden értelmében, hiszen egy híd kötötte össze a két helyszínt, viszont ezt csak az aktuális versenyszám érintettjei vehették igénybe. Azok a versenyzők, akik már a versenyt teljesítették, azt követően már gyalog kellett közlekedniük a két létesítmény között, ami 10-15 perces séta távolságra volt egymástól, ami nem minden esetben volt túl praktikus. Az edző- és melegítőpályán minden szükséges sportágspecifikus eszköz az atléták rendelkezésére állt. Kiemelték a gyógyászati segédeszközök- és a medikus sátor szolgáltatásait, valamint a snack pontok termékeit. Az edző- és melegítőpályán, valamint a stadionban is megtalálhatóak voltak a medical, recovery és snack pontok. A medical pontok esetén mentős szakemberek álltak a sportolók rendelkezésére. A recovery, azaz regenerálódási pontokon az úgy nevezett ice bath (-jegesfürdő) és masszörök segítettek az atléták minél gyorsabb regenerálódását. A medikus és

recovery sátor könnyen megközelíthető és nagyon jól felszerelt volt. Az edzések és a versenyszámok után mindenkinek lehetősége volt használni a kihelyezett jeges kádakat, és a különböző szolgáltatásokat is igénybe vehették. Gyorsan ellátták az atlétákat a szükséges kezelésekkal és az időpontfoglalás is zökkenőmentesen zajlott. A személyzet kiemelten kedves és támogató, szakmailag kifogásolhatatlan, gyors és precíz volt. Evelin és Ernő csakis pozitív és hálás szavakkal illette őket. A snack pontokon megtalálhatóak voltak frissítők és izotóniás italok, valamint édes és sós nassolni valók, gyümölcsök, szőlőcukor és különböző szeletek. A megkérdezettek szerint minden szükségletet kielégítettek a frissítőpontok, megfelelő számú és állandó felkészültségű egységeket alakítottak ki széles kínálattal. Bármikor a rendelkezésükre álltak. Külön pozitívumként említették a nagy mennyiségű hűtött italt, a nagy melegre való tekintettel.

A melegítőpályán selejtezőktől a döntőig haladva egyre kisebb volt az sportolók száma, mindig meg lehetett oldani a melegítést gond nélkül. Annak ellenére, hogy a világversenyeken rengetegen vannak, nem volt egyik alkalommal sem hatalmas tumultus, ami nagyon zavaró és rendkívül sérülésveszélyes lehet, remekül menedzseltek ezt is a szervezők. A váltó számok előtt a pályán nagyobb az embermennyiség, hiszen egy helyett egyszerre négy fő melegít országoként, de a világversenyeken ez teljes mértékben megszokott. Senkinek nem okozott gondot megfelelő helyet találni, a csapatok együtt tudtak mozogni, a váltásokat tudták gyakorolni összetűzés nélkül, a többi csapattal párhuzamosan.

Ernő a következő szavakkal jellemezte a Budapesti Atlétikai Világbajnokságot: *„Próbálok nem elfogult lenni a budapesti világbajnoksággal, de azt kell mondanom, hogy az eddigi világversenyek közül, ahol idáig sikerült részt vettem, bátran ki merem jelenteni, hogy szerintem ez volt az egyik legjobb szervezésű!”* Sportolóink a korábbi nemzetközi tapasztalatok alapján egyöntetűen állítják, hogy számukra a létesítmény és a szervezés is kiemelkedő volt. A megfelelő időrend kialakítása miatt a versenyszámok zökkenőmentesen és csúszás nélkül tudtak lezajlani. A természeti és infrastrukturális környezet is kifogásolhatatlan volt a stadion esetében, valamint Árpai kiemelte a nézők számát, szinte a teljes esemény alatt közel teltházzal zajlottak az események. Ebből következtetésként levonható, hogy a rendezvény népszerűsítése és kampányai sikeresnek tekinthetők. Kialakítottak olyan jegyárakat is, hogy minden érdeklődő számára elérhetővé válhasson az esemény. A diákoknak és a nyugdíjasoknak már 2.300 Ft-tól értékesítettek belépőjegyeket a délelőtti programokra, de a legnépszerűbb eseményre a 100 méteres síkfutás döntőjére is 6.900 Ft-tól bárki vásárolhatott belépőt. (www.infostrat.hu, 2022)

Egyéb észrevételként a kiszervezett biztonsági cég alkalmazottaira érkezett némi panasz, miszerint nem voltak túl udvariasak, kedvesek és tájékozottak. Javaslatként a jövőbeli hasonló események kapcsán a kiszervezésre kerülő területeken az alapos edukálást és eligazítást, valamint a rendszeres ellenőrzést bevezetném.

A sportolóink egybehangzóan a saját pályára lépésüket említették a legkedvesebb momentumként. Atlétáink teltházas stadionban versenyezhettek, ahol a közönség nagy része a magyar sportolókat élte és bátorította. A közönség ereje és szurkolása a magyarok színrelépésekor leírhatatlan volt. A fent említettek bizonyítják a mega-sportrendezvények társadalmi hatásai közül az összetartozás érzésének valódi megjelenését. Ernő a következő szavakkal írta le pályára lépését: „*Az egy olyan pillanat volt az életemben, amit valószínűleg soha nem fogok elfelejteni!*”. Egy atléta életében már önmagában nagy jelentőséggel bír, ha kvalifikálja magát egy nemzetközi versenyre különösképp egy világbajnokságra, azonban, ha ez hazai rendezésű, az még nagyobb hatással van rájuk. A dolgozók még kedvesebbek a nézők még lelkesebbek. A családjaik nagyobb létszámmal tudnak kilátogatni a versenyre és a nézők a legnagyobb arányban a hazai sportolók miatt vesznek részt, így a stadion a magyar szurkolók biztatásával telik meg, amely még nagyobb motivációt és erőt biztosít számukra. Ezek az élmények egy életen át elkísérik őket.

5.4 Következtetések és javaslatok

Összességében – kutatásaim és személyes tapasztalatom alapján – levonható az a következtetés, hogy a rendezvény elérte a kitűzött célt, és az eddig lebonyolított legjobb atlétikai világbajnokság volt. A kutatás rávilágított a szervezéssel és a lebonyolítással kapcsolatos kiemelkedő és fejlesztendő területekre. Kitért a nézők és a sportolók által tapasztalt pozitívumokra és hiányosságokra.

Dolgozatom legfontosabb következtetése, hogy az esemény alapvetően sikeresen debütált mind a nézők, mind a sportolók körében és egyöntetű elégedettséggel zárult. Azonban mindkét megközelítésből néhány hiányosságot és javításra váró területet véltem felfedezni. A résztvevő nézők vendégélményét tekintve a kiszolgáló egységek választékának és árukészletének a bővítését javasolnám, illetve lehetőség szerint a parkolók számának növelését. A minél egyszerűbb és fenntarthatóbb megközelítés érdekében előnyös volna egy HÉV-megálló kiépítése, hiszen a helyi érdekű vasút a stadion mellett halad el. Ha ez megvalósulna, körülbelül 5 perces gyalogtávra lenne a létesítmény a megállótól. Az ilyen nagy volumenű eseményeknél érdemes lenne a Budapest Közlekedési Központtal egyeztetve - a program kezdetéhez és végéhez igazítva - a tömegközlekedési eszközök járatait sűrűbben indítani a zsúfoltság

csökkentése érdekében. A sportolók perspektíváját tekintve kiemelném a más cégeknek kiszervezett területek során a dolgozók oktatását és továbbképzését, valamint az esemény értékrendjéről való tájékoztatását a megfelelő viselkedés és hozzáállás érdekében. A rendszeres ellenőrzésüket is bevezetném a minél pozitívabb vendégélmény érdekében. A szállodai szobákban elhelyezett nem működő légkondicionálók esetén javasolnám az eseményt megelőző egyeztetések során az illetékeseket egy teljeskörű műszaki átvizsgálásra kérni és az esetlegesen felmerülő meghibásodásokat a beköltözés előtt korrigáltatni. A sportolók által kiemelt fejlesztendő terület a két fő helyszín a melegítőpálya és a stadion közötti rugalmasabb közlekedés megvalósítása. Azon sportolók, akik igénybe szeretnék venni a versenyszámukra való utazáson kívül is a golfkocsikat biztosítva legyen számukra több jármű bevonásával. A nézők és sportolók javaslatai között egyaránt szerepelt a több világ- és nemzetközi atlétika verseny megrendezése. Ezen túlmenően javasolt a stadion sokoldalú kihasználása atlétika és szabadidősport rendezvények otthonaként is.

6 Összefoglalás

Az ókori olimpiák kialakulásától és azok hanyatlásától az újkori olimpiáig terjedő háttérinformációk felkutatása után az atlétika sportágat ismertettem általánosan, a kutatásom témájának előkészítése érdekében. Ezt követően a sport és a rekreáció fogalmának különböző definíciót és értelmezéseit vetettem össze, majd ezek találkozását, a sportturizmust vizsgáltam különböző megközelítésekben a rendelkezésre álló szakirodalmak segítségével. A sport és a kultúra kapcsolatát, valamint a nemzetközi sportrendezvények nyújtotta lehetőségeket ismertettem az országimázs formálására.

A mega-sportesemények gazdasági és társadalmi hatásait a kutatásom témájával megegyezően a Budapesti Atlétikai Világbajnokság példáján keresztül összegeztem. Kitérve az infrastruktúra fejlesztési- és munkahely teremtési lehetőségekre, továbbá a turizmus- és a gazdaság fellendítésére, a kulturális interakciókra, valamint a pozitív országimázst befolyásoló hatásaira. Az egészség megőrzésére és a sportolási kedv növelésére ösztönző tényezőkre is kitértem.

A kutatásomhoz szükséges információk beszerzését két módszertan segítségével végeztem; kérdőíves megkérdezéssel és mélyinterjúkkal. A kérdőívre érkezett válaszok feldolgozása során a következő témákat érintettem: a nézők a hirdetési felületek korosztály szerinti eléréseit, a stadion megközelíthetőségét és a fenntarthatóság összefüggését, a stadion kialakítását és a szervezést. A kérdőívemben hangsúlyt fektettem az élményekre és az érzelmekre egyaránt. Kutattam a nézők körében a legnépszerűbb versenyszámokat és az esemény hangulatát leíró kifejezéseket. A magyar válogatott sportolókkal készített mélyinterjúk során legfőbb célom a tapasztalataik és javaslataik feltárása volt. A kérdések a szállás értékelésétől a közlekedésen át a sportspecifikus tényezők, mint a regenerálódást segítő szolgáltatások és állomások értékeléséig terjedtek. Az atléták tekintetében is kitértem az élményekre és a megélt érzésekre.

A kutatás határait tekintve a közel 100 nézői vélemény nem számít reprezentatív mintának, de az eredmények magukért beszélnek. A 2023-as Budapesti Atlétikai Világbajnokságról szóló kutatásom bebizonyította, hogy elérte kitűzött célját, minden idők legsikeresebbjeként debütált és követendő példaként jelent meg az elkövetkező világbajnokságok tekintetében.

A nézők és a sportolók is rengeteg pozitív élménnyel gyarapodtak. Remekül megmutatkozott a sport összekovácsoló ereje és a mega-sportesemények pozitív hatásait is meg tapasztalhattuk Budapest23 példáján keresztül. Rengeteg gyermeket és felnőttet megmozgatott az esemény, ennek eredményeképpen felhívta a figyelmet a rendszeres testmozgással való

egészségmegőrzés kulcsfontosságára. Remek alkalmat adott az emberek számára sporttal való kapcsolatuk megerősítésére.

A „*Láss csodát!*” mottó jegyében valóban örökre szóló élményekkel gazdagodhattak a résztvevők. A sikerek mellett a jövőbe tekintve a fejlesztendő területek tanulmányozásával és a hiányosságok pótlásával még magasabb színvonalú sportrendezvények megrendezésére lehetünk képesek. Ha az elkövetkező időkben elnyerjük egy ehhez hasonló esemény rendezési jogát, ismét szeretnék részt venni benne, és amennyiben lehetőségem adódna, akkor már a szervezési folyamatokban is nem csak a lebonyolításában.

7 Irodalomjegyzék

2004. évi törvény a sportról.

Ábrahám, J. (2010). *Rekreációs alapok*. Nemzeti Erőforrás Minisztérium Sportért felelős Államtitkárság.

Aktív- és Ökoturisztikai Fejlesztési Központ. (2022). Forrás: https://aofk.hu/wp-content/uploads/2023/12/kutatatas2022_20230130.pdf

Barber, R. W., & Barker, J. R. (1989). *Tournaments: Jousts, Chivalry and Pageants in the Middle Ages*. Boydell.

Coakley J., J. (1990). *Sport in society : issues and controversies*. Times Mirror/Mosby College Pub.

Dobozy , L., & Jakabházy, L. (1992). *Sportrekreáció*. Budapest: Magyar Testnevelési Egyetem.

Gammon, S., & Robinson, T. (2003). *Sport and Tourism: A Conceptual Framework*.

Gyulai Memorial. (dátum nélk.). Forrás: <https://gyulaimemorial.hu/gyulai-istvan/>

Gyulavári, T., Mitev , A., Neulinger, Á., Neumann-Bódi, E., Simon, J., & Szűcs, K. (2014). *A marketingkutatás alapjai*. Akadémiai Kiadó.

Hall, C. (1992). *Hallmark Tourist Events: Impacts, Management, and Planning*. Belhaven.

Higham, J., & Hinch, T. (2018). *Aspects of Tourism: Sport Tourism Development*. Sport Tourism Development.

Hudson, S. (2003). *Sport and Adventure Tourism*. Binghamton: Haworth Hospitality Press.

Irimiás, A., Jászberényi, M., & Michalkó, G. (2019). *A turisztikai termékek innovatív fejlesztése*. Akadémia Kiadó.

Iso-Ahola, S. (1980). *The Social Psychology of Leisure and Recreation*, Win, C.

Jenes, B. (2019). Az országimázs alakításának lehetőségei. *Marketing & Menedzsment*, 18-29.

Kis, J. (2001). *Pedagógia*. Budapest: Fitness Kft.

Kotler, P. (1993). *Marketing Management*. Budapest: Műszaki Könyvkiadó.

Kovács, B. (2023). *Újturizmus receptje: összetevők 27 tételben*. Forrás: <https://www.good-deal.at/turizmuskocka-27tetelben/>

- Kökény , L., Gáti, M., Kiss, K., & Kiss, R. (2018). Sport, ami utazásra ösztönöz. *Magyar Sporttudományi Szemle*.
- Lengyel, M. (2004). *A turizmus általános elmélete*. Heller Farkas Gazdasági és Turisztikai Szolgáltatások Főiskolája.
- Lőrincz, K., & Sulyok, J. (2017). *Turizmusmarketing*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Magyar Atlétikai Szövetség. (2024). Forrás: <https://www.atletika.hu/atletikai-versenyszamok>
- Magyar Olimpiai Bizottság. (dátum nélk.). Forrás: <https://olimpia.hu/hirek/kilencvenkilenc-ev-egy-esku-zaszlo-elott>
- Mannell, R., & Iso-Ahola, S. (1978). *Psychological Nature of Leisure and Sport Experience*. Pergamon Journals .
- Marton, G. (2015). *Sportturizmus*. Pécs: PTE Természettudományi Kar.
- Michalkó, G., Csapó, J., Rátz, T., Remenyik, B., Szabó, G., Kalmárné Rimóczi, C., . . . Priszinger, K. (2011). *Turisztikai terméktervezés és fejlesztés*. Pécs: Pécsi Tudományegyetem.
- Mitev, A. Z. (2019). *Kutatásmódszertan a turizmusban*. Akadémiai Kiadó.
- MTI. (2023). *M4 Sport*. Forrás: <https://m4sport.hu/atletika/cikk/2023/10/08/nielsen-felmeres-a-szakmai-mellett-nagy-kozonsegsiker-is-volt-a-budapesti-atletikai-vb/>
- Németh, V. (2023). A hazai rendezésű mega-sportesemények társadalmi és gazdasági hatásai.
- Neulinger, J. (1981). *To Leisure: An Introduction*. Allyn and Bacon.
- Nielsen. (2024). *Evolving the measurement of sports events*. Forrás: <https://www.nielsen.com/insights/2024/world-athletics-case-study/>
- Oxford English Dictionary. (2017). *Oxford English Dictionary*. Oxford University Press.
- P. Schaus, G., & R. Wenn, S. (2007). *Onward to the Olympics*. Wilfrid Laurier University Press and The Canadian Institute in Greece.
- Pappné Gellényi, J., & Száray, M. (2020). *Történelem 9*. Budapest: Oktatási Hivatal.
- Rákosa, G. (2022). Az influencers marketing, ahogy az Y és Z generáció látja.

- Ruskin, H. (1978). *Selected views of socio-economic aspect of outdoor recreation, outdoor education and sport tourism*. Israel : Emanuel Gill Publishing.
- Scheidler, G. (2024). *Magyar Atlétikai Szövetség*. Forrás: <https://www.atletika.hu/default/files/masz/csatolt-dokumentumok/2024/2024.-evi-szakmai-terv.pdf>
- Standeven, & Knop, D. (1999). Sport Tourism. In P. De Knop, & J. Standeven. Champaign, Illinois: Human Kinetics.
- Szatmári, Z. (2018). *Sport, életmód, egészség*. Akadémiai Kiadó.
- Weed, M., & Bull, C. (2009). *Sports Tourism: Participants, Policy and Providers*. Routledge.
- World Athletics*. (2022). Forrás: <https://worldathletics.org/news/press-releases/new-athletic-shoe-regulations-approved-2022>
- www.infostrat.hu*. (2022). Forrás: <https://infostart.hu/belfold/2022/12/12/egesen-furcsa-kedvezmennyel-lehet-olcso-jegyet-vasarolni-a-2023-as-atletikai-vb-re#>
- Young, D. C. (2008). *A Brief History of the Olympic Games*.

8 Mellékletek

8.1 Kérdőív

1. Adja meg életkorát:
 - ☐ 18 évnél fiatalabb
 - ☐ 18-25 év között
 - ☐ 25-35 év között
 - ☐ 35-45 év között
 - ☐ 45-55 év között
 - ☐ 55 évnél idősebb
2. Melyik városban él?
3. Honnan hallott a világbajnokságról?
 - ☐ Televízió
 - ☐ Rádió
 - ☐ Plakátok, hirdetések
 - ☐ Social Media
4. Hány napra látogatott ki az eseményre?
5. Vett igénybe szállást a rendezvény idejére, ha igen milyen típusút?
 - ☐ Nem
 - ☐ Magánszálláshely
 - ☐ Szálloda**
 - ☐ Szálloda***
 - ☐ Szálloda****
 - ☐ Szálloda*****
 - ☐ Egyéb...
6. Volt kísérője, ha igen hány fő?
 - ☐ 1 fő
 - ☐ 2 fő
 - ☐ 3 fő
 - ☐ 4 fő
 - ☐ Egyéb...
7. Milyen közlekedési eszközzel utazott az eseményre?
 - ☐ Saját gépjármű
 - ☐ Taxi

- Tömegközlekedés
- Kerékpár
- Gyalog
- Egyéb...

8. Értékelje a stadion megközelíthetőségét!

Nagyon rossz

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

 Nagyon jó

9. Mennyire volt megelégedve a beléptetés folyamatával és gördülékenységével?

Egyáltalán nem voltam elégedett

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

 Teljes mértékben elégedett voltam

10. Értékelje az alábbi tényezőket:

	Nagyon rossz	Rossz	Közepes	Jó	Nagyon jó
Kialakítás					
Design					
Székek kényelme					
Mosdók száma és kialakítása					
Információs és navigáló táblák érthetősége					
Technikai felszereltség					
Hangosítás					
Kivetítés					
Kommentátorok					

11. Értékelje az alábbi skálán a világbajnokságon dolgozókat:

	Elfogadhatatlan	Rossz	Elfogadható	Jó	Kifogásolhatatlan
Megjelenés					
Segítőkézség					
Problémamegoldó készség					
Proaktivitás					
Együttműködés					
Hozzáállás					

12. Értékelje a catering szolgáltatókat:

	Egyáltalán nem voltam megelégedve	Inkább nem voltam elégedett	Meg is voltam elégedve meg nem is	Inkább elégedett voltam	Teljes mértékben meg voltam elégedve

Ételek és italok választéka					
Ételek és italok minősége					
Személyzet viselkedése					
Termékek ára					
Vendéglátóhelyek száma					
Kiszolgálás minősége, ideje					

13. Mennyire érezte magát biztonságban az eseményen?

Nem éreztem magam
biztonságban

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Biztonságban
éreztem magam

14. Értékelje az esemény szervezettségét!

Szervezetlen

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Kiváló

15. Van személyes kötődése az atlétikához?

- ☐ Igen
- ☐ Nem

16. Részt vett a világbajnokságot megelőző promóciós programokon? (Pl.: stadionfutás, hétköznapi hősök program)

- ☐ Igen
- ☐ Nem

17. Amennyiben kilátogatott a szurkolói zónák egyikébe, melyik volt a kedvenc programja?

.....

18. Vásárolt-e szuvenírt?

- ☐ Igen
- ☐ Nem

19. Jellemezze egy szóval az esemény hangulatát!

.....

20. Mi volt a legmaradandóbb élménye?

21. Egyéb ötletek és javaslatok az eseménnyel kapcsolatban:

.....

8.2 Sportolói interjú kérdések

1. Jellemezze a sportolói szállást! (Szálloda és szobák felszereltsége, személyzet, food&beverage...)
2. Jellemezze a közlekedést a stadion és a szállás között!
3. Számoljon be az önkéntesekkel kapcsolatos észrevételeiről, az alábbi kérdések segítségével:
 - Megfelelő volt a kommunikációjuk?
 - Elegendő információ volt a birtokukban?
 - Tudtak megoldást találni az esetlegesen felmerülő problémára?
 - Megjelenésük megfelelő volt?
 - Proaktívan voltak?
4. Edző- és melegítőpálya, és Stadion kapcsán válaszolja meg az alábbi kérdéseket:
 - Megfelelő szintet képviseltek a helyszínek minősége, kialakítása felszereltsége?
 - Volt olyan eszköz, amely nem állt rendelkezésére?
 - A medical és recovery helyszínnel felszereltségével és személyzetével elégedett volt?
 - A snack pontok kínálata megfelelő volt?
 - A pályahasználat beosztása megfelelő volt? Egy időben nem volt túl kevés/sok csapat a pályán?
5. A stadion és a szervezés Ön szerint kiemelkedő, jobb volt a korábbi világeseményekhez képest? Ha igen miben volt más/jobb?
6. Sportolói szempontból milyen észrevételt tenne a szervezőbizottság felé?
7. Meséljen a legemlékezetesebb, legkedvesebb pillanataról!

