OTDK-DOLGOZAT

2015

A LAKOSSÁG SPORT-INFRASTRUKTURÁLIS IGÉNYEINEK ÉS LEHETŐSÉGEINEK VIZSGÁLATA

SPORTS INFRASTRUCTURE TO PROMOTE THE SPORTING ACTIVITY OF THE PUBLIC

Kézirat lezárva: 2015. január 05.

TARTALOM

1. BEVEZETÉS 1

2. TÉMAFELVETÉS 3

3. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS 5

3.1. LÁTHATATLAN ÉS LÁTHATÓ KÖRNYEZET ELEMEI 5
3.1.1. A láthatatlan sportszervezeti rendszer 6
3.1.2. Tárgyi környezet – példák „sportszolgáltató" gyárakra 6
3.2. SPORTFOGYASZTÓI TÉNYEK ÉS MOTIVÁCIÓK 9

4. ANYAG ÉS MÓDSZER 17

4.1. SPORTFOGYASZTÓI OLDAL 17
4.2. SPORTSZOLGÁLTATÓI OLDAL 20

5. EREDMÉNYEK ÉS AZOK ÉRTÉKELÉSE 21

5.1. KÉRDŐÍVELEMZÉS 21
5.2. ESETTANULMÁNY DEBRECEN VÁROS PÉLDÁJÁN KERESZTÜL 32
5.2.1. A „sportolóbarát" egyetem 33
5.2.2. Mélyinterjúk elemzése 33

6. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK 36

6.1. AZ INTEGRÁLT NEMZETI SPORTKONCEPCIÓ ÉS SPORTFOGYASZTÓI CSOPORTOK BEMUTATÁSA 37

7. ÖSSZEFOGLALÁS 40

IRODALOMJEGYZÉK 41

MELLÉKLETEK I

1. MELLÉKLET: KÉRDŐÍV II

2. MELLÉKLET: SPORTOK CSOPORTOSÍTÁSA VIII

TÁBLÁZATJEGYZÉK

1. táblázat: Kérdőív kérdéseinek csoportosítás 17

2. táblázat: Válaszadók megoszlása különböző demográfiai jellemzőik alapján (n=350) 19

3. táblázat: Lakossági preferencia sorrend (n=350) 22

4. táblázat: Legszívesebben űzött sportágak sorrendje (n=350) 23

5. táblázat: Testnevelés óra keretein belül legkedveltebb sportok sorrendje (n=350) 23

6. táblázat: Sportolási motivációk sorrendje (n=264) 25

7. táblázat: Űzött sportok és legtöbbször űzött spotok összehasonlítása (n=264) 27

8. táblázat: Sportolás helyszíne (n=264) 28

9. táblázat: Kihasznált lehetőségek rangsorolása (n=264) 30

10. táblázat: Sportfogyasztói célcsoportok 38

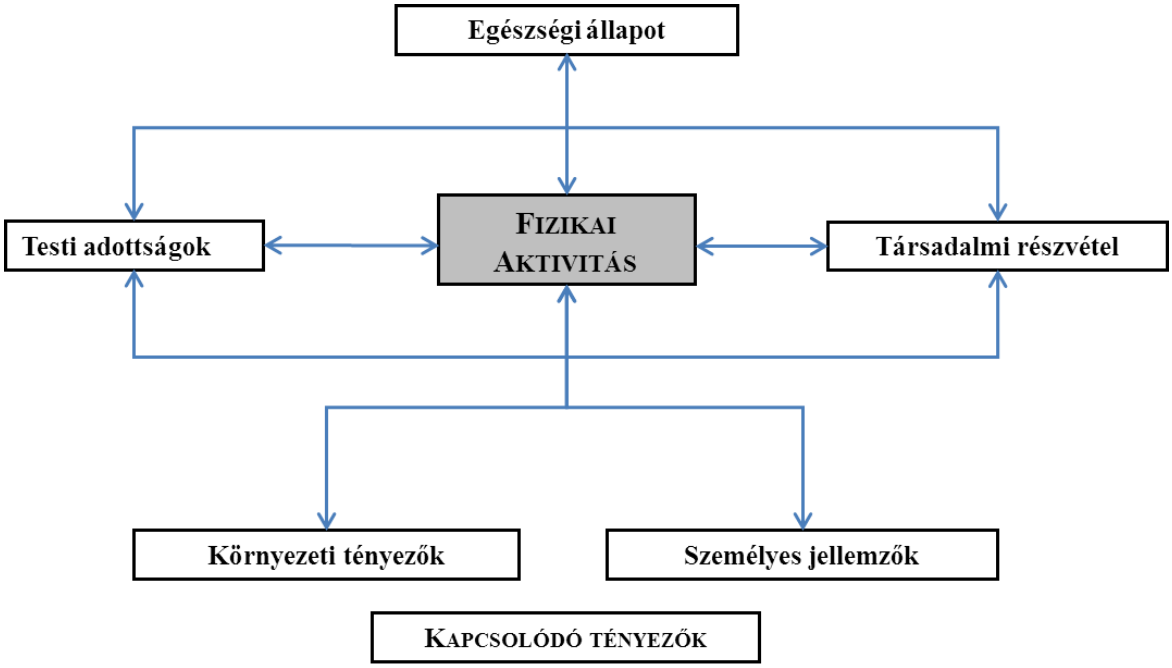
11. táblázat: Sportfogyasztói célcsoportok és intézkedések 39

ÁBRAJEGYZÉK

1. ábra: A fizikai aktivitást befolyásoló tényezők 1
2. ábra: A szolgáltatásteljesítés modellje 3
3. ábra: Bubi közbringarendszer 8
4. ábra: Kondiparkok magyarországon 2014-ben 9
5. ábra: Maslow-piramis 10
6. ábra: Az EGÉSZSÉG Maslow piramisa 12
7. ábra: Szabadidő eltöltésének helye % (n=8000) 14
8. ábra: Szabadidő eltöltésének módja % (n=8000) 14
9. ábra: Rendszeresen sportolók száma (n=8000) 15
10. ábra: Rendszeresen sportolók száma nemek szerint (n=8000) 15
11. ábra: „*Sporthelyzetünk"* az Unióban 2008 vs. 2013 16
12. ábra: Napi válaszok számának megoszlása 18
13. ábra: Mennyire szereted a sportot általában nézni és/vagy művelni? (n=350) 21
14. ábra: Rendszeres jelleggel sportolók megoszlása (n=350) 24
15. ábra: Mióta sportolsz rendszeres jelleggel? (n=264) 24
16. ábra: Ifjúsági motivációk 25
17. ábra: Sportolás szintjeinek megoszlása (n=264) 26
18. ábra: Sportszervezeti, sportegyesületi tagság megoszlása (n=264) 26
19. ábra: Sportolás gyakoriságának megoszlása (n=264) 27
20. ábra: Sportolna többet, ha lenne rá lehetősége? c. kérdés megoszlása (n=264) 28
21. ábra: Ingyenes sportolási lehetőségek ismerete és azok kihasználtsága 29
22. ábra: A lakóhelyről leginkább hiányolt sportlétesítmények megoszlása (n=264) 30
23. ábra: Sportra költött összegek megoszlása (n=264) 31

1. BEVEZETÉS

A sport kiemelkedő szerepet játszik a mai modern társadalomban, szociális és gazdasági súlya is jelentős. A fizikai aktivitás nagy hatással van a szellemi és testi fejlődésre, társas kapcsolatokra és ezen keresztül az egészséges társadalom kialakításában is komoly szerepet vállal. A sportolás által fejlesztett képességek hozzájárulnak a jó közérzet kialakulásához, melyek közvetlenül befolyásolják az ember fizikai, mentális és pszichológiai teljesítményét. Kutatások bizonyítják, hogy a rendszeres fizikai aktivitást végzők jobban teljesítenek munkahelyükön. (Li et al., 2014) A következő ábrán szeretném szemléltetni, hogy miért is fontos a fizikai aktivitás. Az *1. ábrán* látható befolyásoló tényezők szerepet játszanak abban, hogy ki milyen sportolási, szabadidős tevékenységet választ magának.



1. ábra: A fizikai aktivitást befolyásoló tényezők

Forrás: Saját szerkesztés Misener (2013) alapján

Az egészségi állapot, a testi adottságok, a személyes jellemzők – például az életkor – elsődleges tényezőkként foghatók fel a fizikai aktivitási forma megválasztásánál. A környezet, a társadalmi befolyás is erős jelentőséggel bír. (1. ábra)

Budavári (2007) szerint a rendszeres fizikai aktivitás testre ás lélekre gyakorolt hatása sokrétű, ezért a népegészségügyi programok tervezésekor előnyben részesül. A modern és a hagyományos fizikai aktivitási formák és irányzatok közt különbséget kell tenni.

Minden sporttevékenység egészséges? Ennek kérdése jogosan merülhet fel. A manapság divatos sporttevékenységek egészségesnek számítanak, vagy csak az egészség-, és

szépségipar térhódításának tesznek eleget. Az nem vitatott, hogy a sport egészséges, azonban ha az egészség megtartására törekszünk szükséges a tudatos sportfogyasztás, a megfelelő sporttevékenység megválasztása. Ebben vállal nagy szerepet a sport oktatása és a sport infrastrukturális háttere. Rengeteg ma elterjedt sportolási trend van, melyeknek sajnos nincsenek meg az alapjai, így a laikus fogyasztók könnyebben szerezhetnek sérüléseket azok végzése által, mintsem fittséget. Ezek a modern sportolási irányzatok a szintén „trendinek" nevezhető néhány hónapos sportedzői képzéseknek köszönhetőek, melyekre szinte bárki jelentkezhet, és ha meg tudja fizetni, akkor néhány hónap múlva akár oktathatja is. Ez egy külön dolgozat témája lehetne, de nem ezzel foglalkozom tanulmányom során. Eligazodni az információk között, a minket érő rengeteg impulzus tengerében nem egyszerű feladat. Tudatos sportfogyasztónak nevezem azt, aki el tud igazodni az információhalmazban a sportlehetőségek piacán és ki tudja választani a megfelelő sporttevékenységet.

Dolgozatom fő tárgyát az olyan sportolási lehetőségek képzik, melyek a lakossági tömegsportoláshoz járulnak hozzá. Ezek a lehetőségek legfőképpen infrastrukturális beruházások eredményeképpen létesülnek és a lakosság számára ingyenesen rendelkezésre állnak. Sportolási lehetőségnek nevezem a sportrendezvényeket is. A következő fejezetekben ismertetem a lakosság sport-infrastrukturális igényeit és lehetőségeit.

2. TÉMAFELVETÉS

A sport, mint érték, a sportszolgáltatások főtermékeként az emberi lét teljességéhez járul hozzá. A lakossági tömegsportolás lehetőségeinek biztosítása fontos egy város számára, hiszen a társadalmi tőke értékének növeléséhez ezúton is hozzájárulhat.

Fő célkitűzésem a lakosság sport-infrastrukturális igényeinek és lehetőségeinek összevetése és átfogó vizsgálata. Ennek érdekében az alábbi feladatok végrehajtását tűztem ki célul:

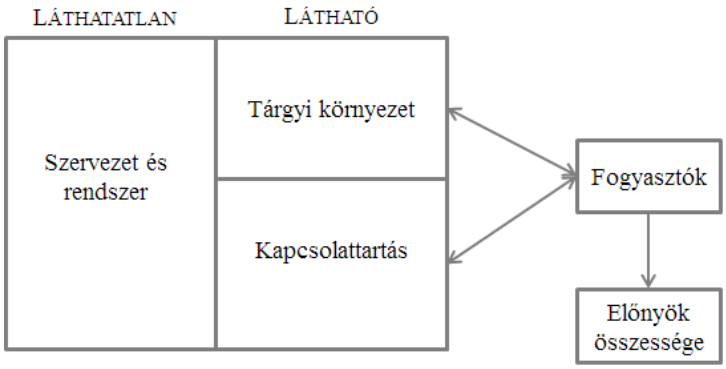
1. A sportszolgáltatás elemeinek definiálása szakirodalmak segítségével.
2. Saját kutatómunkám megtervezése:

    2.1 Anyag és módszer kiválasztása:

    - kérdőívezés
    - mélyinterjú készítése

Kecse-Nagy Sándor kommunikációs szakértő előadása alapján elmondható, hogy a sport szolgáltatás jellegű. (mtfsz.hu) Sportszolgáltatásnak nevezhető a látvány, illetve a szabadidősport egyaránt. A látványsport mások sporttevékenységének élvezetéről szól, a szabadidősport pedig a sportolás lehetőségét és élményét foglalja magába. A szolgáltatás végeredménye a szolgáltatásélmény, mely vagy elégedettséget vagy elégedetlenséget vált ki. (Kenesei, 2007)

Kiindulópontként használtam a szolgáltatás teljesítésének sémáját (2. ábra).



2. ábra: A szolgáltatásteljesítés modellje

Forrás: Saját szerkesztés Kenesei (2007) alapján

A szolgáltatásteljesítés modelljének segítségével definiáltam a sportszolgáltatás elemeit. Sorra vettem, hogy a sport, mint szolgáltatás milyen tényezők mentén vizsgálható, majd ez alapján csoportosítottam és elemeztem a rendelkezésemre álló információkat szakirodalmak felhasználásával.

Fontosnak tartottam sportfogyasztói és sportszolgáltatói oldalról is felmérni a helyzetet. Mind a vevői, mind a szolgáltatói oldal a sportfogyasztás szempontjából kiemelt jelentőséggel bír. Dolgozatom tárgyát a lakosság által elérhető ingyenes sportolási lehetőségek halmaza képzi. Felmérést végeztem, hogy megtudjam a lakosság milyen ingyenes lehetőségeket ismer és használ ki lakóhelyén.

Sportfogyasztók alatt azokat az egyéneket értem, akik kihasználják a sportolási lehetőségeket, vagyis sportszolgáltatást vesznek igénybe. Azok a szolgáltatások, amelyek a megfelelő eszközrendszer biztosítása által kielégítik a társadalom tagjainak sportolási szükségleteit sportszolgáltatásoknak nevezhetőek. Az eszközrendszer biztosításához van szükség infrastrukturális tevékenységekre.

A sportfogyasztó lakosság elvárásainak alapos ismerete szükséges ahhoz, hogy igényeiket megfelelően ki lehessen elégíteni. Az egyének személyes motivációik, egyéni preferenciáik és környezeti hatások alapján választják ki a számukra legmegfelelőbb sportolási formát. A sport a kultúra részét képzi, így már fiatal korban elkezdődik a sport szeretetére való nevelés. A különböző „sportszolgáltató gyáraknak” fontos felismerniük ezen a téren a társadalmi szerepvállalást.

Bízom abban, hogy eredményeim és javaslataim további kutatási témák alapjául szolgálnak majd. Megfogalmazott következtetéseim több területen is hasznosíthatóak:

- Területfejlesztési koncepciók, sport-infrastrukturális tervek készítésénél.
- Az oktatásban, mint például sportmenedzser és sportközgazdász képzés.
- Egyéb sportszakmai és turisztikai és vidékfejlesztési döntések előkészítésénél.

3. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

A témával összefüggő irodalmat a témafelvetés során ismertetett szolgáltatásteljesítés modell elemeinek ismeretében dolgoztam fel és értelmeztem.

A modell elemei a láthatatlan és látható környezet. A látható környezet elemei a kapcsolattartás és a tárgyiasult eszközök. Azokat az egyéneket, akik interakcióba lépnek a látható és láthatatlan környezet tényezőivel vevőknek, fogyasztóknak nevezzük. Az interakció során a vevő az elvárt és észlelt szolgáltatást összehasonlítja, majd élményként feldolgozza. Ezt nevezhetjük előnyök összességének is.

3.1. LÁTHATATLAN ÉS LÁTHATÓ KÖRNYEZET ELEMEI

Rengeteg sportolási forma „divatossá" vált az utóbbi években, ezért talán elmondható, hogy egyre javul a sportolásról való vélekedés, például a sportmozgalmak, és az egyre többet hangsúlyozott egészségtudatosság miatt. Magyarországon több kezdeményezés volt és van – feltehetően lesz is - a sportolás népszerűsítésére. Ezen kezdeményezések *láthatatlan háttere* nagyon nagy. Rengeteg tervezést, szervezést, toborzást, felmérést igényelnek a sportmozgalmak, kampányok, programok. A *láthatatlan háttérben* képzett értéket, melyet aztán meg is valósítanak, a társadalommal való *kapcsolattartásnak* nevezhetjük. Rendezvények és kampányok tipikus marketingfogása például sztárok felkérése az eseményen való részvételre. A jól kialakított marketinggel nagyon sok embert lehet úgy is mozgósítani, ha a kedvenc sztár is közreműködik. Abban az esetben ha a szolgáltatásteljesítés modelljét a fent említett példára vetítem, akkor kijelenthetem, hogy a sportot fogyasztó az *előnyök összesség*ét élheti át a rendezvényen való részvételével.

Gyakorlati példák is léteznek erre Magyarországon. Néhány hazánkban ismert országos szintű sportszolgáltatást teljesítő példa:

- *„Sportol a Nemzet"sportmozgalom:* a mozgalom honlapján megtalálható minden, ami a sportolással kapcsolatos Magyarországon. (sportolanemzet.hu)
- *Mozgás=Egészség:* a mozgás egészségjavító szerepére hívja fel a figyelmet – „Testmozgás receptre" (mozgasgyogyszer.hu)
- *Coca-Cola Testébresztő program*:

„Velünk megtalálod az egyensúlyt! Célunk, hogy minél több ember mozoghasson különféle szabadidősport rendezvények alkalmával, többféle sportágat, tevékenységet kipróbálhasson. A pihenőidő aktív eltöltése hozzájárul saját és családod egészségéhez…" (testebreszto.hu)

- *„Sportolj 3x1 órát" kampány*: a médiaunió 2012-es kampánya. A kampány ideje alatt a televízióban közérdekű közleményként jelent meg. Közismert magyar emberek hívták fel a figyelmet a heti 3x1 óra sportolás hatékonyságára. (sportolnijo.hu)

A programok és kampányok nagy tömeget mozgattak és mozgatnak jelenleg is meg, ezért a társadalmi tőke alakításában vállalt szerepük vitathatatlan.

Számomra azonban ellentmondásos néhány dolog. Miért van az, hogy a Coca-Cola egészségtelennek nyilvánított termékeivel vált híressé, és mégis az egyik legnagyobb sportprogram szervezője és lebonyolítója? De itt említetném a Red Bull szponzorációs tevékenységét is. Vajon milyen egyéb érdekek állhatnak ennek hátterében? Saját kutatásom során erre is kerestem a választ.

3.1.1. A láthatatlan sportszervezeti rendszer

A modern társadalmakban szükség van arra, hogy a sport, mint produktum a nemzetek ügyévé váljon, ezért szükséges, hogy minél több a sportinfrastruktúrát támogató stratégiai döntés szülessen országos szinten is.

Városfejlesztési stratégiák, sport-infrastrukturális beruházások pályázatai, különböző sportolással kapcsolatos koncepciók, például a Nemzeti Kerékpáros Koncepció, és számos másik ötlet, tulajdonképpen sportstratégiai, marketing, illetve sportüzleti tervnek nevezhető dokumentum létezik. Ezen iratok mind a láthatatlan szervezet és rendszer elemei. A dokumentumok alapján menedzselik a sportot, a sport-infrastruktúrát, a sporttal kapcsolatos beruházásokat.

A különböző sporttal kapcsolatos fogyasztói felmérések eredményeként tudhatjuk meg, hogy a fogyasztók mit szeretnének, illetve mire van szükségük. A láthatatlan környezetbe tartozó kutatások eredményeire alapozva készülnek a fent említett tervek, koncepciók, majd ezekből létesülnek a sport-infrastrukturális beruházások.

3.1.2. Tárgyi környezet – példák „sportszolgáltató" gyárakra

Fontos a megfelelő infrastrukturális háttér biztosítása. A sportlétesítmények és sportolási lehetőségek jelentős szerepet vállalnak a társadalmi tőke alakításában. A sportszolgáltatást igénybe vevők a szolgáltatógyárban találkoznak a sporttal. A szolgáltatás helyszínét a termelővállalatok analógiájára nevezik szolgáltatógyárnak. (Kenesei, 2007)

Az infrastrukturális beruházások hatásai sokrétűek lehetnek és hosszú távú hatásuk ismert. Az infrastrukturális fejlesztések így jelentős hatást gyakorolnak a társadalomra is a társadalmi-szociális hatások keretein belül. Infrastrukturális fejlesztések és beruházások

szükségesek sportolási lehetőségek biztosítására. Ilyenek például a kerékpárutak, sportpályák, uszodák építése/kialakítása.

Településfejlesztési szempontból a köz javára létesített szolgáltatások megismertetése rendkívül fontos lehet a település ún. „közösségi fejlesztéséhez". (Meggyesi, 2006)

Seifried – Clopton (2013) szerint az „erősebb" társadalom kialakítása támogatást igényel a városfejlesztés részéről. A városfejlesztés kiemelt pontjai közé tartoznak:

- településfejlesztés,
- infrastruktúra,
- gazdaság,
- turizmus,
- társadalomtudományok,
- természeti környezet.

Budapest 2030 (2013) hosszú távú városfejlesztési koncepciójában az egészséges környezet feltételének megteremtése között szerepel a sport és rekreáció, ezen belül:

- sportoló lakosság arányának növelése → több sportolási lehetőség (sportlétesítmények) nyújtása,
- a nemzetközi szintű sportrendezvényekhez szükséges infrastruktúra kiépítése
- gyógy- és termálvizekben rejlő rekreációs lehetőségek kihasználása

A társadalmi tőke és a közösségi identitás támogatása beruházás az egészséges társadalomba. A városfejlesztésnek építészeti és közigazgatási feladatai vannak. Építészeti szempontból folyamatos fejlesztésekre, felújításokra és infrastrukturális beruházásokra van szükség, a közigazgatás feladata a karbantartás, vonzóbbá tétel. A megvalósított beruházások szerepe sokrétű. A közösségfejlesztésben, a társadalmi csoportok integrációjában és a minőségibb élet kialakításában vállalnak nagy szerepet. A sportlétesítmények nagy szerepet vállalnak a rajongói klubok kialakításában, és a városi bevételek képződésében – sportrendezvények által. Gazdasági szempontból nagy jelentősége van annak, ha egy város befektet egy egészséges társadalomba. Vonzóbb városkép és ép társadalom lesz az eredménye. (Seifried – Clopton, 2013)

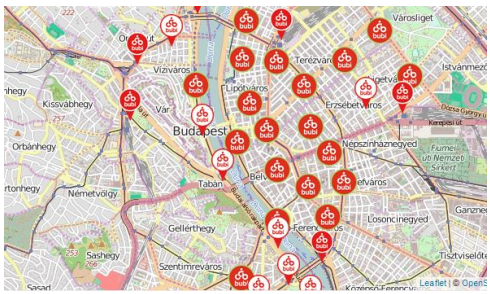
Néhány városi sportberuházás eredményessége már ismert. Például a magyar kultúra része a biciklizés, a biciklivel való közlekedés. A Nemzeti Kerékpáros Koncepció (2013) szerint:

„2014-2020 között a kerékpározás legyen az egyik legkedveltebb közlekedési-, turisztikai, rekreációs, - és sporteszköz, a kerékpározáshoz kapcsolódó tevékenységek pedig a fenntartható gazdaságfejlesztés egyik kiemelt pillérévé váljanak.”

Az ehhez elvégzendő és támogatandó tevékenységek a következők:

1. *Infrastruktúra-fejlesztés:* 2.000 km új bicikliút építése, kerékpárforgalmi hálózatok fejlesztése.
2. *Oktatás, szemléletformálás:*100.000 gyermek részére közlekedésbiztonsági oktatás biztosítása. Gépjárművezetők kerékpárral közlekedőkkel való együttműködésre képzése. Kerékpározást népszerűsítő kampányok megvalósítása, melyek minden állampolgárt elértnek és motiválnak. Minőségi kerékpárhasználat és kerékpár-regisztrációt megvalósító programok indítása.
3. *Turizmus, rekreáció:*20.000 km útvonalhálózat kialakítása, elsősorban turisztikai célból. 70 Bringa Park kialakítása a mindennapi mozgás helyszínének biztosítására.
4. *Kerékpáripar és kereskedelem:* Kapacitásbővítés, innovatív termékfejlesztés, piacfejlesztés.
5. *Szervezeti rendszer:* koordinációs szervezet létrehozása az előbb felsorolt területekhez kapcsolódó feladatok elvégzésére.

A közelmúltban megvalósult fővárosi infrastrukturális beruházás a MOL Budapest Bicikli (Bubi) közbringarendszere. A Bubi egy új közlekedési lehetőség, mely talán egy kicsit elősegíti majd a túlzsúfolt tömegközlekedés csökkenését is. A jelenleg működő Bubi hálózatot a *3. ábra* ábrázolja.



3. ábra: Bubi közbringarendszer

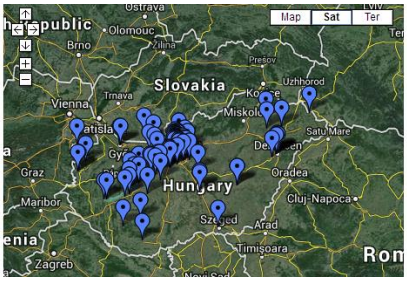
Forrás: bubi.hu

Külföldön is született már több Innovatív ötlet a közlekedés javításának céljából, például bicikliautomaták, vagy a zölden világító bicikliút.(origo.hu)

„Egész éjjel zölden dereng az út a biciklisáv mellett.” A látványt speciális festékkel érik el. A Hollandia déli részén fekvő Oss település egyik útján kísérleteznek azzal, hogy egy újfajta, speciális festékkel festik fel a biciklisávokat. Az ezek alapjául szolgáló technológi-

át egy helyi művész kísérletezte ki. A csíkokba festett jelet a napfény tölti fel és így egész éjszaka jól láthatóan világít.

Kültéri kondiparkok és parkok, valamint az egyéb szabadidős-, és tömegsportokat támogató sportpályák – egyre több extrém sportpálya is - és sportolásra alkalmas terek minden városban találhatók. A kültéri ingyenes kondilétesítmények az utóbbi években kezdtek elterjedni Magyarországon külföldi mintára. A *4. ábra* a jelenleg Magyarországon létező kültéri kondiparkokat mutatja.



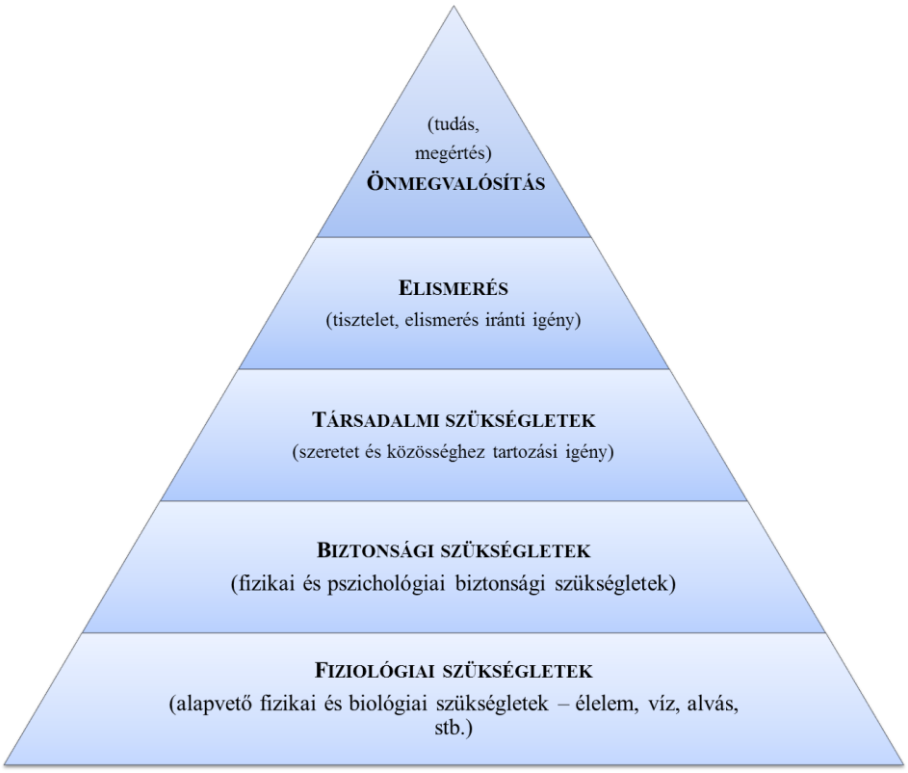
4. ábra: Kondiparkok magyarországon 2014-ben

Forrás: velvet.hu

3.2. SPORTFOGYASZTÓI TÉNYEK ÉS MOTIVÁCIÓK

A lakosság a sportszolgáltatások fogyasztójaként jelenik meg. Ők azok a célcsoport akiknek igényeiket ki kell elégíteni, ezért meghatározó annak ismerete, hogy mire van szükségük. A másik igen jelentőségteljes tényező, ami befolyásolja a sportfogyasztót az, hogy milyen társadalmi minták, preferenciák, attitűdök és motivációk alapján választja ki a számára megfelelő sporttevékenységet. Korábbi bekezdésekben már írtam arról, hogy a sport pozitív hatással van a testi, lelki, mentális és szociális egészségre egyaránt. Sportoláskor az intenzív testmozgást (legnagyobb fizikai aktivitás) végző egyén olyan speciális önmegvalósítási formát talál, mely által élményben részesül, ez az előnyök összessége.

A Bristol University-n Kaigang és munkatársai (2014) kutatása szerint azok az emberek, akik magasabb belső motivációval rendelkeznek és barátságosabbak, azoknak a fizikai aktivitásuk is nagyobb. Véleményük szerint a rendszeres testmozgás előnyei magában foglalják a fizikai, pszichológiai, mentális és szociális jólétet is. A motivációkutatás tágabb összefüggésben a személyiségelméletek témakörébe tartozik. Motivációs szempontból a személyiség számos szükséglet rendszereként fogható fel.



5. ábra: Maslow-piramis

Forrás: Saját szerkesztés Fodor (2013) és Sas (2014)

Maslow elmélete szerint a motívumok biológiai erősségük szerint hierarchikus sorrendet követnek. A hierarchikus elrendezés (5. ábra) lehetőséget ad bizonyos magasabb rendű motívumok magyarázatára, amelyek ugyanolyan alapvetőek és az emberi természetre jellemzők lehetnek, mint az alapvető fiziológiai szükségletek. Az ember magasabb szintű erkölcsi igényeinek, életcéljainak alá tudja rendelni az ösztönös késztetéseket, bár a kettő egyensúlya mind a lelki, mind a testi egészség alapja.

A piramis első négy szintje az úgynevezett hiány alapú szükségletek közé sorolhatók. Ezek a tényezők azok, melyek elsődlegesen cselekvést váltanak ki önmaguk megszüntetésére. Ezeken a szinteken találhatóak azok a szükségletek, melyek hiánya „kibillentheti" az embert egyensúlyi állapotából. Az 1. és 2. szintek úgynevezett alapszükségletek, a piramis 3. szintje a közösséghez való tartozás pszichológiai szükséget elégít ki, mely nagyon fontos tényező. A sportolási lehetőségek, csapatsportok mind hozzájárulnak a közösséghez való tartozás érzetéhez - mint azt már sokszor hangsúlyoztam dolgozatom korábbi részeiben. Az egyéni sportok és versenysportok a piramis 4. szintjén – a megbecsülés, elismerés szükséglete – foglalhatnak helyet. A teljesítmény, a teljesíteni akarás, mind mások tiszteletének elnyeréséhez vezet.

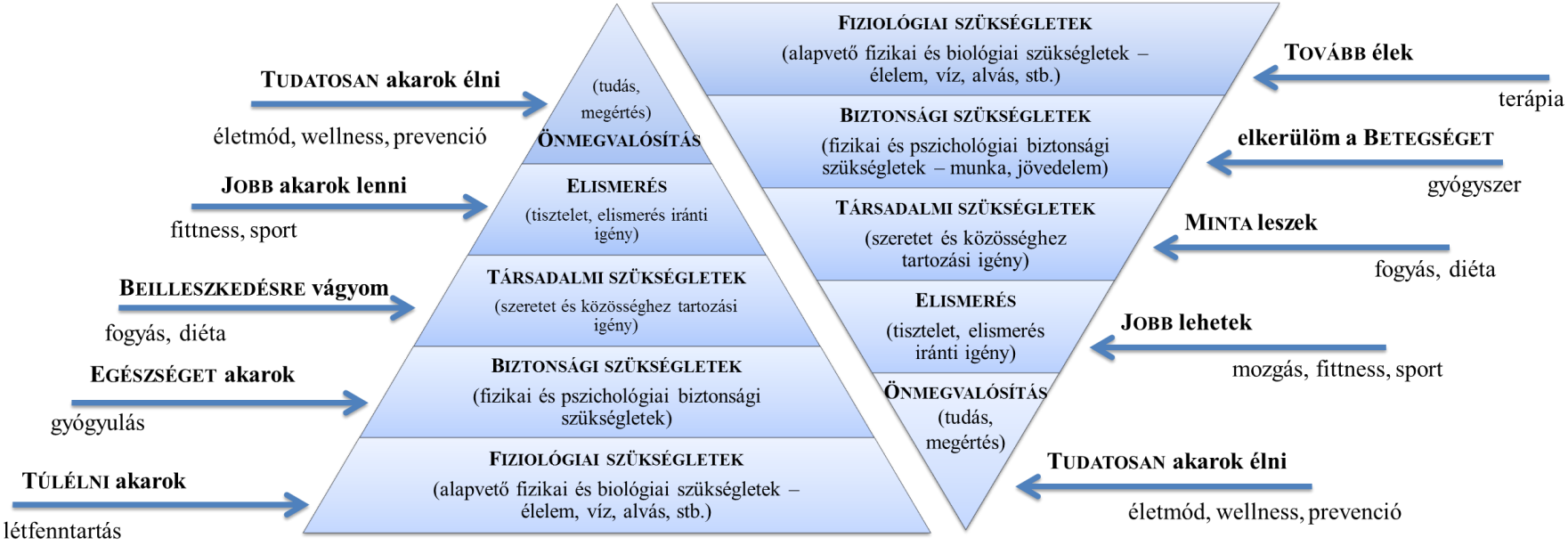
A piramis 5. szintjén elhelyezkedő szükségleteket növekedési szükségleteknek is szokás nevezni (bár ez így csak később terjed el a köztudatban). A sportban nagyon fontosak a növekedési szükségletek, hiszen anélkül az egyén nem tud a saját számára kielégítő teljesítményt nyújtani, vagyis nem fogja sikeresnek érezni magát. A nagyobb teljesítmény

nem csak sportban, hanem az élet bármely területén fontos lehet, például a munkahelyeken való teljesítésnél is. (Fodor, 2013)

Ahogy már az előzőekben is említettem az alapmodell alsó két szintjén elhelyezkedő alapvető szükségletek kielégítésére törekszik az ember, ezek után tudja kielégíteni felsőbb szintű szükségleteit. Az egészségre való törekvés minden szinten megjelenik.

Sas István (2014) előadásában arra hívta fel a figyelmet, hogy ma már más a fontos, máshol vannak a hangsúlyok, ezért a feje tetejére állította Maslow piramisát. Az egészség Maslow piramisa a *6. ábrán* látható.

A fogyasztói társadalom, élmény-társadalom teljesen máshogy gondolkodik, mivel sokfajta környezeti hatás éri. Az új 21. századi fogalom kritikus tartalommal bír. Saját értelmezésem szerint egy olyan társadalmat jelent, melyben a fogyasztók téves megítélése szerint az elérhető javak és szolgáltatások, valamint az erőforrások korlátlanul rendelkezésre állnak. A lakosságot érintő rengeteg impulzus, információ közül nagyon nehéz kiválasztani a megfelelő minőségűeket. Ez nagyon sok esetben visszaélésre ad lehetőséget a különböző termékek és szolgáltatások értékesítésekor. A bevezetésben leírtakra szeretnék utalni, miszerint a tudatos (sport)fogyasztó az, aki el tud igazodni az információtengerben.



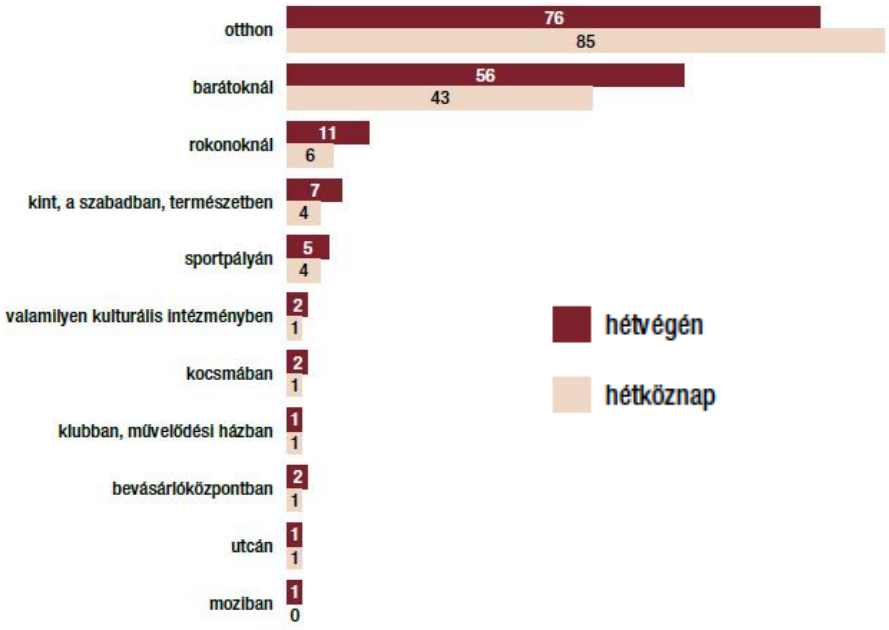
6. ábra: **Az EGÉSZSÉG Maslow piramisa**

Forrás: Saját szerkesztés Sas (2014) alapján

Éber (2008) szerint a szabadidő megnövekedett fontossága és társadalomszervezési jelentősége miatt napjaink társadalmát többen szabadidő-társadalomnak nevezik. Az életmód megváltozásának egyik fő iránya az élményszerzés jelentőségének növekedése, amely átformálja a társadalmat. Éber (2008) Hankiss (1999) idézetével vázolta ezt fel: „Míg a hagyományos európai civilizációban a „Szeresd felebarátodat!", „Áldozd föl magad!", „Korlátozd vágyaidat!", „Dolgozz!" normái voltak meghatározók, addig a fogyasztói civilizáció a „Szeresd önmagad!", „Valósítsd meg önmagad!", „Éld ki szabadon a vágyaid!", „Élvezd az életet!" célkitűzéseitől hangos.". A szabadidő a századok trendjeit tekintve egyre növekvő idő, így nem csoda, ha egyre több kérdést vet fel az egyén, a társadalom fizikai, mentálhigiénés és szociális egészsége szempontjából.

Egy az iskoláskorú fizikai aktivitásáról és az „új média" címmel megjelent publikációban a szerzők véleménye szerint az életmód, ezen belül a fizikai aktivitás szintje, a környezeti tényezők és a modern technika, napjainkban egyre inkább kedvezőtlenül befolyásolják a lakosság egészségi állapotát. (Trájer et al., 2014) Manapság már gyermekkorban jellemző, hogy a gyermekek a televízió, számítógép előtt, illetve a modern technika vívmányaival bíbelődve töltik el szabadidejük nagy részét. Ezért is nagyon fontos a szülői és iskolai példamutatás – például a sportban tehetséges diáktársak híre, a testnevelő tanárok bíztatása - és a gyermekek aktivitásának minél nagyobb támogatása. Azok az értékek és normák, melyeket a sport képvisel példaértékűek lehetnek.

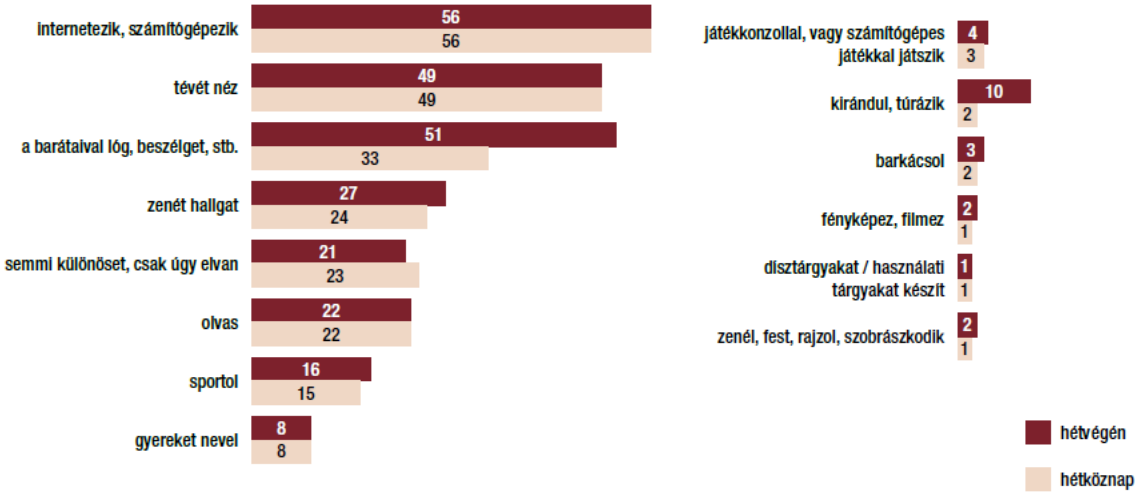
Egy 2012-ben a 15-29 éves magyar ifjúság körében végzett felmérés (Magyar Ifjúság 2012 Tanulmánykötet) azon eredményeit mutatom be, melyek a fiatal lakosság szabadidős-, és sporttevékenységére irányulnak.



7. ábra: Szabadidő eltöltésének helye % (n=8000)

Forrás: Kutatópont (2012)

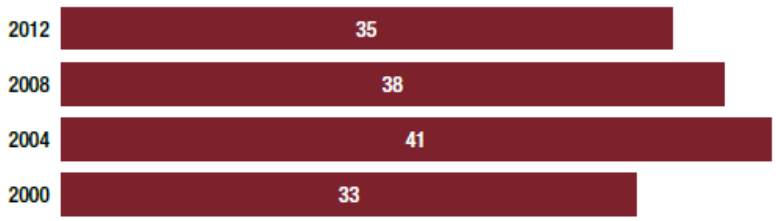
A *7. ábrán* látható, hogy a fiatalok többsége otthon, vagy a barátoknál tölti a hétvégét, hétköznaponként többet mozognak és hétvégén több időt töltenek a szabadban. Ezen az arányon talán változtatni lehetne ha a fiatalok ismernének több helyi sportolási lehetőséget, melyeket, akár ingyen el tudnának érni. A következő ábra (*8. ábra*) a szabadidő eltöltésének módjára ad választ. A kitöltők több mint fele jellemzően internetezik (56%) vagy a barátaival tölti idejét (51%). Az, aki kifejezetten a sportolást jelölte meg, mint a szabadidő eltöltése csupán (16, illetve 15%), de úgy gondolom, hogy a túrázás is a sportolás kategóriájához tartozik, tehát a hétvégi sportolók aránya ily módon 26%-ra emelkedne.



8. ábra: Szabadidő eltöltésének módja % (n=8000)

Forrás: Kutatópont (2012)

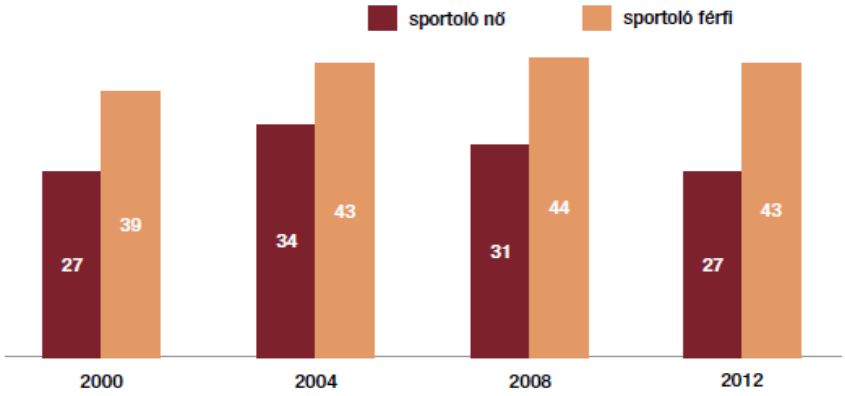
A rendszeresen sportolók aránya 2004 óta csökken, ahogy a *9. ábra* szemlélteti. Az előzőekben és most is említett sportolás kategória azokra értendő, akik a testnevelés óra keretein kívül is végeznek valamiféle testmozgást. Sajnos a „tudatos testmozgás", mint életforma nem vált „divatossá" a 15-29 éves korosztályban.



9. ábra: Rendszeresen sportolók száma (n=8000)

Forrás: KUTATÓPONT (2012)

Érdekes lehet annak ténye, hogy a sportoló lányok aránya csökkent, míg a sportolást rendszeresen végző férfiak aránya nem változott számottevően *(10. ábra)*.



10. ábra: Rendszeresen sportolók száma nemek szerint (n=8000)

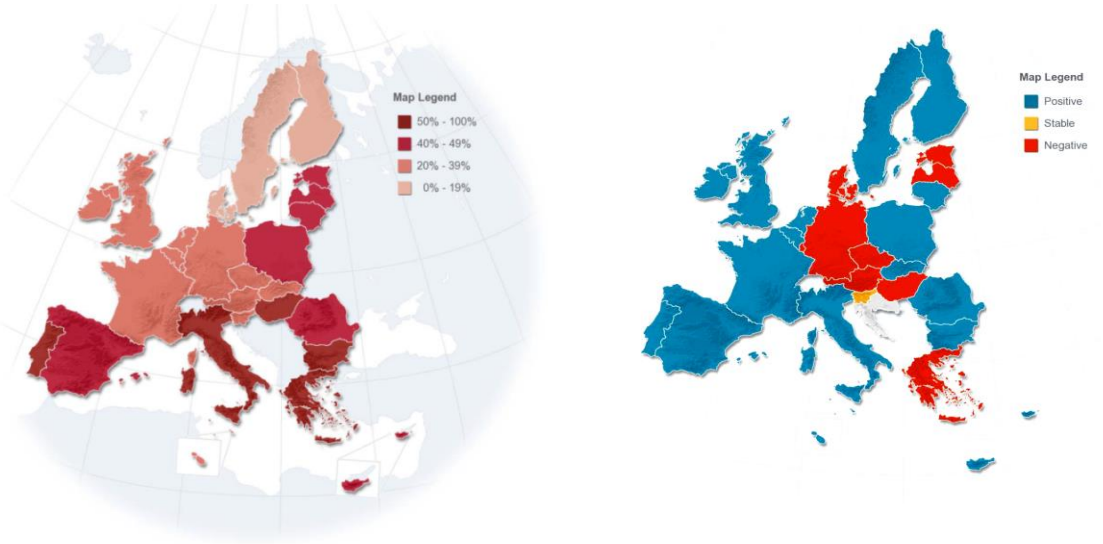
Forrás: Kutatópont (2012)

A Kutatópont (2012) kutatása azt is tartalmazza, hogy a tipikus sportolók a 15-19 éves megyeszékhelyen élő fiúk. A sportolás és az urbanizáltság között nem mutattak ki szignifikáns összefüggést, de az egyértelműen kiderült a kutatásból, hogy a megyeszékhelyeken élő fiatalok nagyobb arányban sportolnak, mint például a fővárosiak. A legsportosabb régió címet a dél-alföldi régió nyerte el. Az ifjúságügy feladata, hogy a fiatalokat és a szabadidős teret a sport szolgáltatás alapú megközelítése által közelebb hozza egymáshoz.

Az iskolázottság tényezőjét figyelembe véve a diplomával rendelkező fiatalok életében van jelen leginkább a sport. Breedveld (2014) professzor XI. Országos Sporttudományi Kongresszuson elhangzott előadása szerint az elmúlt évtizedekben a sportrészvételi mutatók a magasabb képzettségű és magasabb jövedelmű csoportok sportrészvételi muta-

tói folyamatosan jóval meghaladják az alacsonyabb képzettségű és jövedelmű csoportokét. A professzor a legfrissebb európai adatokat használta fel. Érdekes lehet a többi európai országgal való összehasonlítás is.

2008 **2013**



11. ábra: „*Sporthelyzetünk”* az Unióban 2008 vs. 2013

Forrás: Saját szerkesztés Eurobarometer (2009, 2014) alapján

Az Eurobarométer képet ad az Európai Uniós tagállamok polgárainak regionális szintű közvélekedéséről. A *11. ábra* bal oldali képén látható 2009-es uniós felmérésből az derült ki, hogy Magyarországon 53%-os a nem sportolók aránya. 2013-ra (jobb kép) ez az érték 9%-al csökkent. A 2013-as Uniós felmérésben Magyarországot az első helyen említették meg a pozitív irányú változás miatt. Szintén ebből a kutatómunkából derült ki az is, hogy a legalább hetente 1-szer sportolók aránya 15%-kal emelkedett 2008-hez képest.

A Kutatópont és az Eurobarométer kutatási eredményeit azért tartottam fontosnak összevetni, hogy szemléltessem a Magyar nemzeti helyzet nem olyannyira elszomorító.

Hogy a Magyar sportfogyasztó, mint a sportszolgáltatás megvásárlója hogyan értékeli, és hogyan választja meg a konkrét sportolási tevékenységet az egyéni motivációitól és a társas környezet alakulásától függ.

Ebben a fejezetben szakirodalmak alapján ismertettem, hogy a sportszervezési rendszeren keresztül (láthatatlan) a létesítmények és a kapcsolattartás elemei segítségével (látható) a fogyasztók (vevő) milyen opciók közül választanak szabadidejük eltöltésére és ebben a sportolás, mint a sport terméke hol szerepel nemzeti, illetve európai szinten.

4. ANYAG ÉS MÓDSZER

Célom elérése érdekében két úton indultam el. A sport-infrastrukturális lehetőségeket igénybe vevő fogyasztói, illetve a lehetőségeket nyújtó szolgáltatói oldal vizsgálatát tűztem ki kutatásom legfőbb céljául. Ehhez probléma feltáró kutatást végeztem. Előzetes kutatómunka alapján készítettem el kérdőívemet és kérdésvázlatomat az interjúkhoz a témával kapcsolatban.

A kutatás megtervezése során a kutatási probléma strukturálásához vagy megoldásához szükséges információk megszerzéséhez vezető eljárásokat vettem figyelembe.

Szekunder információk alapján megfogalmaztam, hogy célkitűzéseim megvalósításához milyen információkra van szükségem. Információforrásként használtam fel az elektronikus és nyomtatott sajtót, nyilvánosan elérhető adatbázisokat, illetve a XI. Országos Sporttudományi Kongresszuson és a X. jubileumi Nemzetközi Táplálkozásmarketing Konferencián szerzett ismereteimet.

4.1. SPORTFOGYASZTÓI OLDAL

A felmérés elkészítéséhez szükséges kérdőívet a Google Docs felületén szerkesztettem meg. (*1. melléklet*) Kérdőívem összeállításakor törekedtem az egyszerű és világos megfogalmazásra. A kérdéseket tegező hangnemben tettem fel, mert a kitöltés a fiatalabb korosztályra volt inkább jellemző. A felmérés nem reprezentatív. Az eredmények a mintára vonatkoztatva állják meg a helyüket, a teljes sokaságra nézve tájékoztató jellegűek.

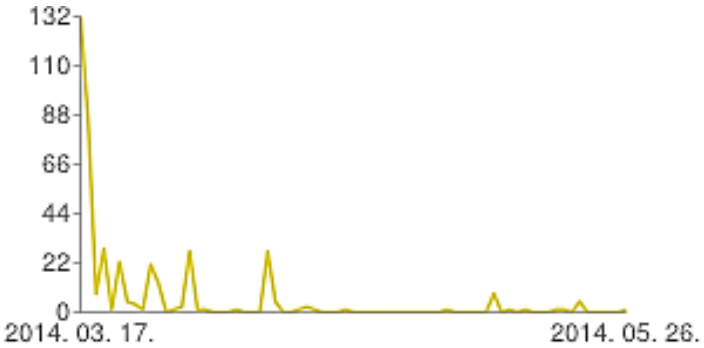
A kérdőív összesen 28 kérdésből állt (*1. táblázat*).

1. táblázat: Kérdőív kérdéseinek csoportosítása

BEVEZETŐ KÉRDÉSEK (1-6. kérdés)	Ezen kérdések megválaszolása után a kérdőív kiszűrte a nem rendszeresen sportolókat, hiszen az ő véleményük a téma szempontjából nem számított relevánsnak. *(Szűrő kérdés száma és címe: 6. Sportolsz rendszeres jelleggel?)*
PROBLÉMA FELTÁRÓ KÉRDÉSEK (7-22. és 28. kérdés)	A megfogalmazott végcélt megválaszoló kérdéskört tartalmazza ez a rész. Az eredményeket a 4. fejezetben részletezem. Kitértem a sportolás motivációira, szintjére, űzött sportra, annak jellegére, gyakoriságára, lehetőségeire. A fogyasztói szokások, igények és preferenciák megismerését tartottam jelentősnek.
DEMOGRÁFIAI ADATOK (23-27. kérdés)	nem, életkor-kategória, lakóhely, legmagasabb iskolai végzettség, foglalkozás

Forrás: Saját szerkesztés

Az online elkészített kérdőívet a facebook közösségi oldalon tettem közzé 2014. március 17-én, illetve néhány válaszadót külön levélben kértem meg a kitöltésre. Kérdőívem 5 megosztást kapott. 2014. május 26-án zártam le a kitölthetőséget. (*12. ábra*)



12. ábra: Napi válaszok számának megoszlása

Forrás: Google Docs

Az leíró elemzés adatait a Microsoft Office program segítségével ábrázoltam, rendszereztem és rendeztem sorba. Az IBM SPSS Statistics 20 programmal végeztem az összefüggés-vizsgálatokat.

Az adatok felvitele során kiszűrtem a lényegtelen információkat és egyszerűsítettem az egyes kérdéseknél megadott kategóriákat a beérkezett válaszok alapján. Az *2. melléklet* tartalmazza az egyes sportok kategóriákba való besorolását. Sportolási lehetőséget megneveztem nyílt kérdés alapján, ezek a következők:

- bicikliút,
- sportpálya,
- park,
- kültéri kondipark,
- egyéb (kültéri, nyitott medence, erdő, ingyenes tornaórák)

A nyílt kérdésekre adott válaszok alapján egyértelműen be tudtam sorolni a válaszokat az egyes lehetőségekhez.

Szignifikancia szintek vizsgálatával mutatom meg (Chi^2-teszt), hogy a kapcsolat mely változók között a legerősebb, illetve a leggyengébb. Az adjusted residuals adatból megtudhatom, hogy milyen mértékben szignifikáns az összefüggés. Ha értéke nagyobb, mint 2, akkor erősnek mondható és erősíti Cramer's V mutatót is, ha értéke kisebb, mint -2, akkor nincs összefüggés a két változó között. A Cramer's V mutató választ ad a két kérdés kapcsolatának erősségére. Értéke 0-1-ig terjedhet. (Sajtos - Mitev, 2007) A pontos értékeket zárójelben fogom megjeleníteni (α; Cramer's V), valamint (%; adj. residuals) az itt látható sorrendben.

2. táblázat: Válaszadók megoszlása különböző demográfiai jellemzőik alapján (n=350)

Nem	**fő**	**%**
nő	236	67,4
férfi	114	32,6
Életkorkategória	**fő**	**%**
13-29 év	269	76,9
30-49 év	43	12,3
50 év felett	38	10,8
Lakóhely típusa	**fő**	**%**
Budapest	45	12,9
nagyváros	77	22,0
középváros	135	38,6
kisváros	54	15,4
község	39	11,1
Legmagasabb iskolai végzettség	**fő**	**%**
legfeljebb 8 általános	32	9,1
Érettségi	95	27,1
Szakképzés	37	10,5
Felsőfokú végzettség	186	53,1
Foglalkozás	**fő**	**%**
tanuló	171	47,1
alkalmazott	142	40,5
vállalkozó	22	6,2
nyugdíjas	3	0,8
háztartásbeli	3	0,8
munkanélküli	9	2,5

Forrás: Saját szerkesztés

4.2. SPORTSZOLGÁLTATÓI OLDAL

A sportszolgáltatói oldal álláspontjának megismeréséhez esettanulmány keretén belül egy non-profit intézmény gazdasági igazgatójával és egy profitorientált bevásárlóközpont igazgatójával készítettem mélyinterjút.

Minőségi, kvalitatív kutatásom célja az volt, hogy városi sportszolgáltatók véleménye alapján képet alkossak a kutatási kérdésekről. A városi sport fejlesztésének és a sportrendezvények rendezésének okait is fel akartam tárni. Tárgyköröket fogalmaztam meg melyek egy sémaként szolgáltak az interjúk elkészítése során. Ezek a következők:

Városi sport fejlesztése:

- a városi sportéletet alakító, befolyásoló tényezők,
- azok szerepe a városmarketingben,
- pályázatok megvalósítása,
- Nagyeredei stadion témája.

Sportrendezvények:

- rendezvény céljai,
- célcsoportjai,
- részvételi mutatók,
- rendezvények gyakorisága,
- hasznok és megtérülések,
- legfőbb szponzorok.

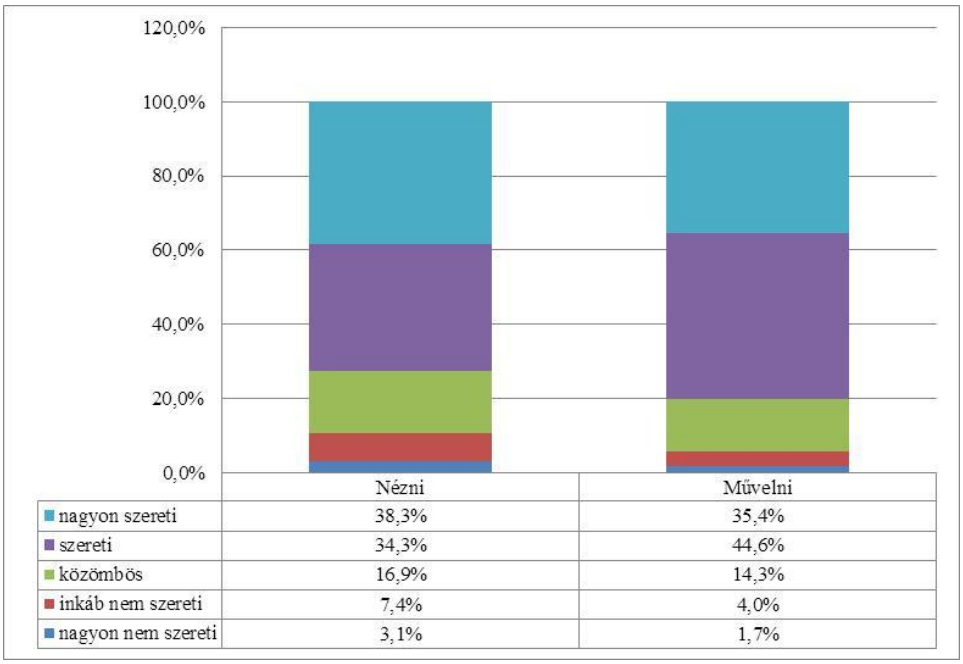
A következő fejezetben ismertetem eredményeimet és választott témakörömnek megfelelően rávilágítok néhány összefüggésre.

5. EREDMÉNYEK ÉS AZOK ÉRTÉKELÉSE

A kutatás központi témája a sportszokások, szükségletek és igények felmérése. A sportszolgáltató-gyárban a sporttermék fogyasztója részesül valamilyen élményben. Motivációkra, preferenciákra és szokásokra is rákérdeztem a rendszeresen sportolók körében. Az eredmények alakulását kívánom ismertetni ebben a fejezetben.

5.1. KÉRDŐÍVELEMZÉS

A sport szórakoztatóipari jellege miatt tartottam fontosnak azt a kérdést feltenni, hogy a sportfogyasztók mennyire szeretik nézni, illetve művelni a sportokat.



	Nézni	Művelni
nagyon szereti	38,3%	35,4%
szereti	34,3%	44,6%
közömbös	16,9%	14,3%
inkább nem szereti	7,4%	4,0%
nagyon nem szereti	3,1%	1,7%

13. ábra: Mennyire szereted a sportot általában nézni és/vagy művelni? (n=350)
Forrás: Saját szerkesztés

A kérdésre adott válaszokból látható (*13. ábra*), hogy a két tényező szinte azonos értékelést kapott. A sportközvetítések nézése és a sportolás is hozzájárul a közösségépítéshez. A sport, szórakoztató jellegéből - például egy meccsnézés a barátokkal - fontos társas kapcsolataink ápolásában.

A sporthírek olvasása és a sportesemények rendszeres követése világszinten elterjed. Gondolhatunk itt a legnagyobb nemzetközi sporteseményekre, mint például Olimpia, EB-k, VB-k és a különféle bajnokságokra. Rengeteg lehetőség van sportmérkőzéseket élőben megtekinteni. Itt szeretném megemlíteni a Debreceni Egyetem által nyújtott lehetőségeket. A hallgatók folyamatos lehetőséget kapnak különböző sportesemények megtekin-

tésére élőben. Legutóbbi ilyen események a Debreceni Hoki Klub MOL Liga és a DVSE mérkőzései voltak.

Lényeges annak ismerete, hogy a lakosság alapvetően hogyan vélekedik a sportolással kapcsolatban. A fizikai aktivitás, a sport, mint olyan Magyarországon fontos szerepet tölt be a hétköznapokban. Utánajártam, hogy alapvetően mi jut lakosság eszébe a sportról. A *3. táblázatban* a lakosság sportolással való benyomásainak jártam utána, majd a kitöltők véleményére alapozva felállítottam preferencia-sorrendjüket.

3. táblázat: Lakossági preferencia sorrend (n=350)

sorrend	Megnevezés	fő	%
1	Egészség(megőrzés)	283	80,8
2	Energiát ad, felfrissít	257	73,4
3	Kikapcsolódás, szórakozás	246	70,2
4	Feszültségek levezetése	228	65,1
5	Alakmegőrzés, javítás	220	62,8
6	Társaság, csapat	176	50,2
7	Fejleszt, nevel	128	36,5
8	Fárasztó	48	13,7
9	Időigényes	35	10,0
10	Költséges	29	8,2
11	Sérülések	24	6,8
12	Egyéb	14	4,0

Forrás: Saját szerkesztés

A tudatos sportfogyasztó egészségi állapotához igazítja a sporttevékenységet annak megőrzése céljából. A sportról való közvélekedés pozitív irányú. Az eredmények is azt mutatják, hogy a lakosság tisztában van azzal, hogy a sport jót tesz testnek és léleknek egyaránt.

Legszívesebben űzött sportágként a legtöbben az egyéni sportokat jelölték (62,57%). A *2. melléklet*ként csatolt táblázat tartalmazza az egyes sportok kategóriákba való besorolását. A sportok besorolása ezekbe a csoportokba szubjektív módon végeztem. Igyekeztem minél több fajta sportot megnevezni a manapság nagyon divatos sportoktól egészen a nagyobb múltú sportokig. Az elemzés egyszerűsítése miatt tartottam a kategorizálást szükségesnek.

Egyéni sportok közé soroltam például a futást, úszást, biciklizést, atlétikát és még más sportokat is. Tipikus szabadban való sport a túrázás. Labdajátékok között első helyeken szerepel a labdarúgás és a kézilabda. Magyarországon az első három helyen szereplő sportkategóriának van kultúrája. (*4. táblázat*)

4. táblázat: Legszívesebben űzött sportágak sorrendje (n=350)

	Megnevezés	fő	%
1	Egyéni sportok	219	62,6
2	Sportok a szabadban	194	55,4
3	Labdajátékok	148	42,3
4	Csoportos edzések	114	32,6
5	Párban végezhető sportok	107	30,6
6	Konditerem	100	28,6
7	Társasági sportok	88	25,1
8	Egyéb sportok	83	23,7

Forrás: Saját szerkesztés

Hazánkban a testnevelés óráknak hagyománya van. Általános iskolától egészen a felsőoktatásig valamilyen szinten kötelező a testnevelés órákon részt venni, azokat teljesíteni. Mindenkinek van, illetve volt valamilyen kedvenc sportja tesiórán. Az első helyeken szereplő sportok itt is a labdajátékok és az egyéni sportok kategóriájába tartoznak (kosárlabda, röplabda, úszás). Utolsó helyen szerepel a gyógytestnevelés (4%), ez a legnegatívabban megítélt sport.(*5. ábra*)

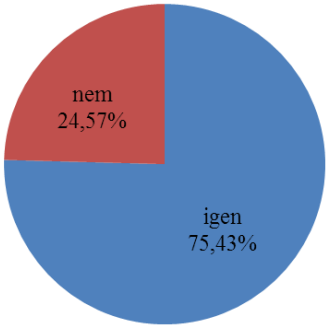
5. táblázat: Testnevelés óra keretein belül legkedveltebb sportok sorrendje (n=350)

	Megnevezés	fő	%
1	kosárlabda	118	33,7
2	röplabda	117	33,4
3	úszás	106	30,2
4	kézilabda	92	26,2
5	futás	89	25,4
6	labdarúgás	88	25,1
7	torna	76	21,7
8	tollaslabda	74	21,1
9	atlétika	65	18,6
10	gimnasztika	58	16,6
11	aerobik	58	16,6
12	floorball	56	16,0
13	asztalitenisz	53	15,1
14	kötélmászás	40	11,4
15	küzdősportok	34	9,7
16	Egyéb	36	10,3
17	falmászás	30	8,6
18	tenisz	32	9,1
19	futsal	18	5,1
20	gyógytestnevelés	14	4,0
21	nem volt kedvenc sportom	12	3,4

Forrás: Saját szerkesztés

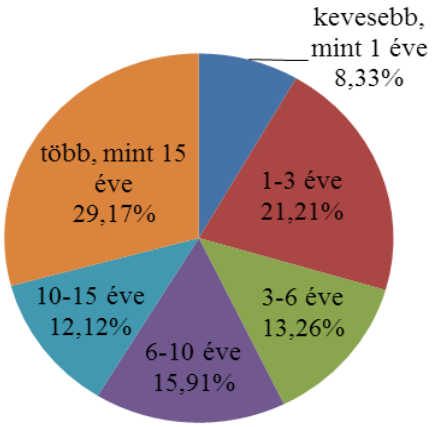
A kérdőívben kiemeltem, hogy a sportra minden olyan mozgásforma értendő, melyet tudatosan, rákészülve és külön időt rászánva végez valaki.[1]

Célkitűzéseim és feladataim megfogalmazása során definiáltam, hogy ki az a célcsoport, akinek véleményére alapozhatom kutatási eredményeimet. Így jutottam arra a döntésre, hogy csupán a rendszeresen sportolók véleménye releváns dolgozatom témaköre szempontjából. Az összes kitöltő (n=350, 100%) 75%-a sportol rendszeres jelleggel *(14. ábra)*. A további elemzések során a rendszeresen sportoló 264 főt fogom 100%-nak tekinteni (n=264=100%).



14. ábra: Rendszeres jelleggel sportolók megoszlása (n=350)
Forrás: Saját szerkesztés

Egyértelműen szignifikáns (α=0,000; Cramer's V=0,249) összefüggés van aközött, hogy mióta sportol valaki rendszeres jelleggel az életkor között. Az általam megkérdezett 13-29 évesek körében jellemző az, hogy 7-10 éve sportolnak rendszeres jelleggel (19,8%; adj.=3,0). A 30-49 évesek (47,8%; adj.=3,4) és 50 év feletti kitöltők (52,6%; adj.=3,7) jellemzően több mint 16 éve sportolnak.



15. ábra: Mióta sportolsz rendszeres jelleggel? (n=264)
Forrás: Saját szerkesztés

[1] AEGON-SZIE alapján

A szakirodalmi jegyzékben hivatkoztam arra, hogy mennyire fontos az egyéni motivációk szerepe a sportszolgáltatás élményét igénybe vevők számára. A rendszeresen sportolók (n=264, 100%) sportolási motivációk alapján rangsoroltam (*6. táblázat*) a legjellemzőbb tényezőket, amelyek sportolásra késztetik a fogyasztókat. Az 50 feletti sportolókat egyértelműen a jó erőnlét elérése (α=0,000; Cramer's V=0,232) (100%; adj.=3,5), a testsúlykontroll (α=0,03; Cramer's V=0,184) (86,8%; adj.=3,4) vezérli.

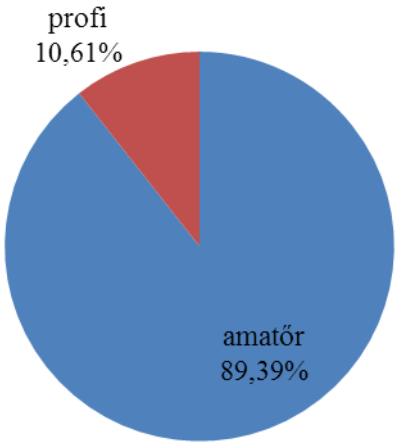
6. táblázat: Sportolási motivációk sorrendje (n=264)

	Megnevezés	fő	%
1	**jó erőnlét elérése, megtartása**	209	79,2
2	kikapcsolódás, szórakozás	202	76,5
3	stressz levezetése	170	64,4
4	szeretek sportolni	168	63,6
5	testsúlykontroll, jó alak elérése, megtartása	163	61,7
6	jó a társaság (barátok, sporttársak, edző)	134	50,8
7	elhivatottság	54	20,5
8	verseny, versengés, győzelem	54	20,5
9	a barátaim is sportolnak	28	10,6
10	Egyéb	24	9,1

Forrás: Saját szerkesztés

A Kutatópont (2012) ifjúság körében végzett kutatási eredménye *(16. ábra)* is azt mutatja, hogy az elsődleges mindkét korcsoport számára a jó erőnlét, az edzettség elérése a fizikai aktivitás által.

16. ábra: Ifjúsági motivációk
Forrás: Kutatópont (2012)



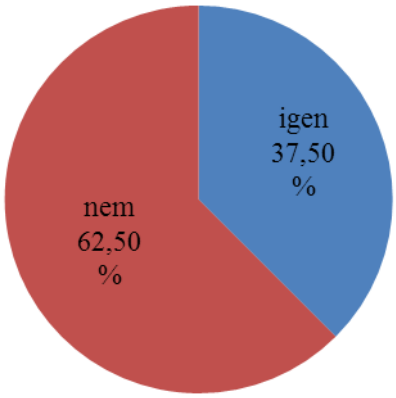
17. ábra: Sportolás szintjeinek megoszlása (n=264)

Forrás: Saját szerkesztés

Neulinger (2007) szerint szabadidősport és a hivatásszerűen űzött, profi sport között különbséget kell tenni. (*17.ábra*)

- a profi sport a tehetségre, a folyamatos teljesítménynövelésre és a kitűnő sporttel-jesítmény elérésére fekteti a hangsúlyt,
- a szabadidősportban (amatőr) a jóllét, az egészségmegőrzés, a játék, a testsúly, a társasági élet, stb. a fontos tényezők.

A 264 fős – már szűrt – mintám közel 90%-a szabadidősportoló és közel 38% valamely sportszervezet/sportegyesület tagja. (*18. ábra*)



18. ábra: Sportszervezeti, sportegyesületi tagság megoszlása (n=264)

Forrás: Saját szerkesztés

A *7. táblázatban* a ténylegesen végzett fizikai aktivitási formákat találhatóak. A űzött sportok és a legtöbbször űzött sportok szerepelnek egymás mellett. Itt szintén a magyar társadalomra leginkább jellemző az egyéni-, és csoportos sportok, a szabadban végezhető sportok és a labdajátékok szerepelnek az első helyeken.

7. táblázat: Űzött sportok és legtöbbször űzött sportok összehasonlítása (n=264)

ŰZÖTT SPORT

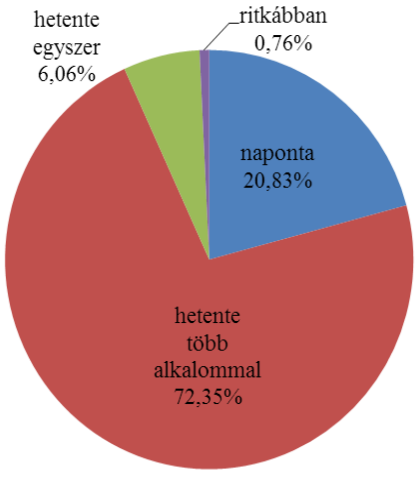
	Megnevezés	fő	%
1	Egyéni sport	190	71,9
2	Sport a szabadban	138	52,3
3	Csoportos edzések	102	38,6
4	Labdajátékok	80	30,3
5	Konditerem	70	26,5
6	Párban végezhető sportok	67	25,4
7	Egyéb sportok	57	21,6
8	Társasági sportok	22	8,33

LEGTÖBBSZÖR ŰZÖTT SPORT

	Megnevezés	fő	%
1	Egyéni sport	118	44,7
2	Sport a szabadban	78	29,5
3	Csoportos edzések	55	20,8
4	Labdajátékok	51	19,3
5	Egyéb sportok	42	15,9
6	Konditerem	41	15,5
7	Párban végezhető sportok	25	9,5
8	Társasági sportok	3	1,14

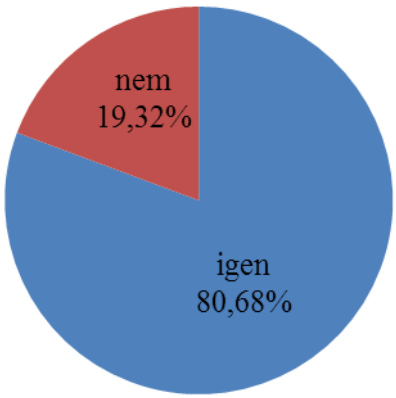
Forrás: Saját szerkesztés

A fogyasztók sportfogyasztási szokásainak vizsgálatakor egy alapvető kérdés az, hogy milyen gyakran végeznek fizikai aktivitást. A *19. ábra* szemlélteti, hogy a rendszeresen sportolók, több, mint 72%-a hetente több alkalommal is sportol. Még biztatóbb, hogy közel 21%-uk naponta sportol. A sportolás gyakorisága, a lakóhelyek és a nem változók összevetésekor szignifikáns összefüggést fedeztem fel (α=0,048; Cramer's V=0,144). A nagyvárosi nők 90,7%-a (adj.=3,5) hetente több alkalommal sportol.



19. ábra: Sportolás gyakoriságának megoszlása (n=264)
Forrás: Saját szerkesztés

A megkérdezettek 80,68%-a sportolna többet ha lenne rá még több lehetősége. (*20. ábra*)



20. ábra: Sportolna többet, ha lenne rá lehetősége? c. kérdés megoszlása (n=264)

Forrás: Saját szerkesztés

8. táblázat: Sportolás helyszíne (n=264)

HOL SPORTOL?

	Megnevezés	fő	%
1	szabadban	145	54,92
2	tornateremben	98	37,12
3	konditeremben	77	29,17
4	otthon	58	21,97
5	Egyéb	9	3,41
6	sportpályán	6	2,27

HOL SPORTOLNA?

	Megnevezés	fő	%
1	szabadban	199	75,38
2	konditeremben	65	24,62
3	tornateremben	64	24,24
4	sportpályán	46	17,42
5	otthon	28	10,61
6	Egyéb	1	0,38

Forrás: Saját szerkesztés

Sportfogyasztói oldalról vizsgálva kutatásom két nagyon lényeges pontja az elvárt sportszolgáltatás és a valódi sportszolgáltatás közötti kapcsolat vizsgálata volt (előnyök összessége).

Az fogyasztók által elvárt sportszolgáltatás megismeréséhez megkérdeztem a fogyasztókat, hogy mit hiányolnak leginkább lakóhelyükről. Ahhoz, hogy megismerjem valódi sportfogyasztásukat meg kellett tudnom, hogy a már létező lehetőségek közül melyeket használják ki, ezért utánajártam, hogy hol sportolnak valójában és hol sportolnának. (*8. táblázat*)

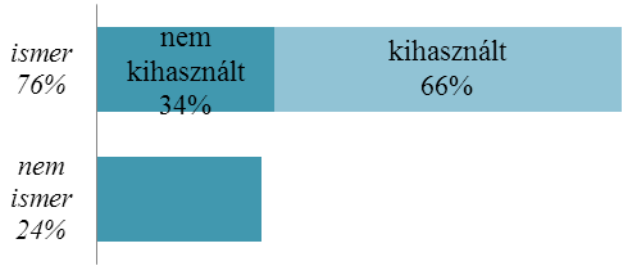
A ténylegesen otthon (α=0,08; Cramer's V=0,273), konditeremben (α=0,02; Cramer's V=0,26) és tornateremben (α=0,021; Cramer's V=0,219) sportoló egyének hiányolnak leginkább lakóhelyükről más lehetőségeket.

A legtöbb otthoni sportoló az egyéb lehetőségeket (80%; adj.=3,3) hiányolja leginkább lakóhelyéről, míg a konditeremben sportolók leginkább a parkot (45,6%; adj.=2,2), a tornateremben sportolók a sportcsarnokot (65,2%; adj=2,6) hiányolják.

Azok akik legszívesebben otthon (α=0,000; Cramer's V=0,309) végeznének fizikai aktivitást leginkább az egyéb lehetőségeket (60%; adj.=3,5) hiányolják. Egyéb lehetőségként említették meg az uszodát és a falmászó termeket. Akik szívesebben mozognának tornatermekben sportcsarnokot (56,5%; adj.=3,6) hiányolnak. Akik sportpályán (α=0,000; Cramer's V=0,418) sportolnának a sportcsarnokokat (60,9%, adj.=5,7) hiányolják leginkább. A szabadba vágyók (α=0,028; Cramer's V=0,214) egyáltalán nem hiányolnak fitnesz és konditermeket (44,8%; adj.=2,5)

A sportolás helyszínének megválasztása a sportfogyasztó egyéni preferenciái alapján történik, de szerepet játszik benne sport infrastrukturális háttere is. A szabadban való sportolás első helyen történő megjelenésének oka, hogy a friss levegőn végzett fizikai aktivitás egyre népszerűbbé vált manapság.

Dolgozatom fő tárgya a lakossági sport-infrastrukturális igények és lehetőségek vizsgálata. Azok aránya, akik ismernek lakóhelyükön ingyenes sportolási lehetőségeket 76,14%. Az ingyenes lehetőségeket kihasználók ebből, csupán 66,17%. A *21. ábra* szemléletesen be is mutatja ezt az arányt



21. ábra: Ingyenes sportolási lehetőségek ismerete és azok kihasználtsága

Forrás: Saját szerkesztés

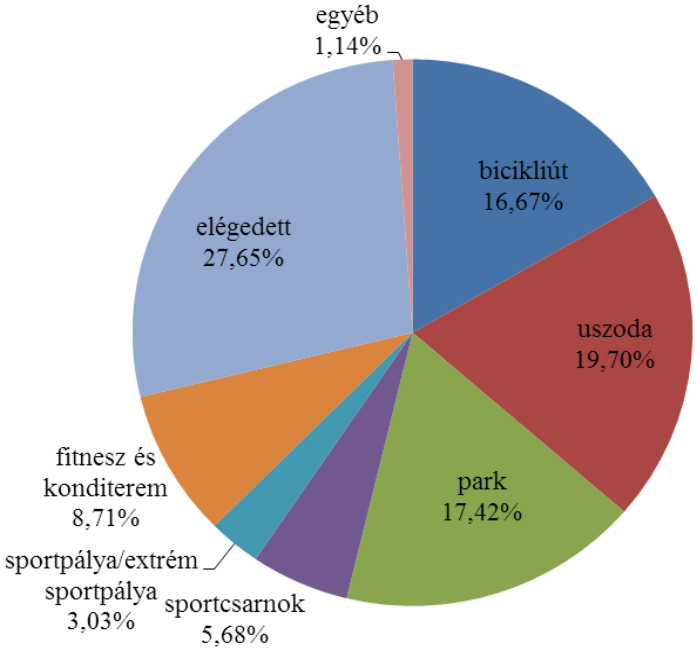
A lakosok a rendelkezésre álló lehetőségek közül legjobban a sportpályákat használják ki. (*9. táblázat*) Például kosárlabdapályák, focipályák, extrém sportpályák sorolhatók ide. Nem meglepő módon a megkérdezettek által második legjobban kihasznált sportlehetőség a bicikli utak, majd a parkok, az egyéb kategóriába sorolt medencék és ingyenes tornaórák, valamint a kültéri kondiparkok.

9. táblázat: Kihasznált lehetőségek rangsorolása (n=264)

	Megnevezés	fő	%
1	sportpálya	50	14,30
2	bicikliút	40	11,40
3	park	24	6,90
4	egyéb	24	6,90
5	kültéri kondipark	12	3,40

Forrás: Saját szerkesztés

A kisvárosi lakosságra jellemző leginkább, hogy a parkokat használják ki sportolás céljára. (α=0,008; Cramer's V=0,201) (14,5%; adj=2,3)



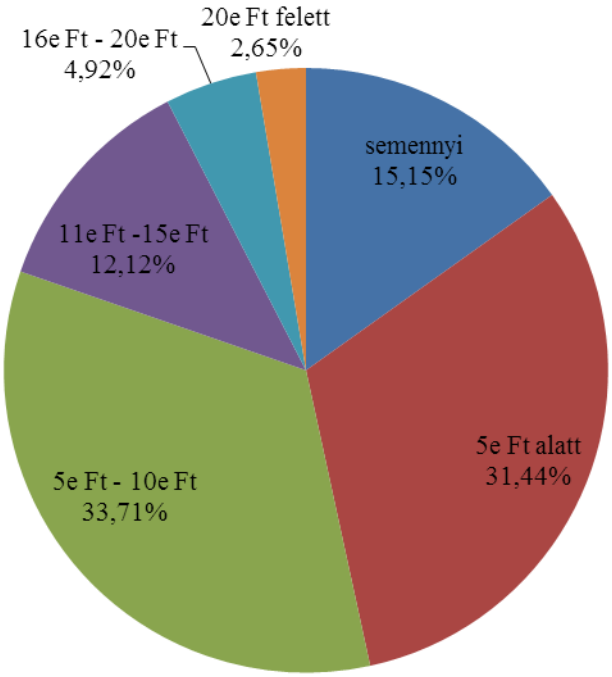
22. ábra: A lakóhelyről leginkább hiányolt sportlétesítmények megoszlása (n=264)

Forrás: Saját szerkesztés

Eredmények (α=0,000; Cramer's V=0,227):

- a községek az egyéb kategóriába sorolt ingyenes sportolási lehetőségeket (9,1%; adj=3,8)
- a kisvárosiak leginkább sportpályákat/extrém sportpályákat (7,3%; adj=2,1), fitnesz és konditermeket (18,2%; adj=2,8),
- a középvárosiak leginkább a uszodát (27,9%; adj=2,7),
- a nagyvárosiak lakóhelyükről leginkább a bicikliutakat (27,2%; adj.=2,9),
- a budapestiek leginkább sportcsarnokot (16,2%; adj.=2,4) hiányolnak lakóhelyükről.

Breedveld (2014) szerint a magasabb képzettségű egyének többet mozognak az alacsonyabb végzettségűeknél. Megvizsgáltam, hogy mintám 264 rendszeresen sportoló tagja végzettség szerint mennyit költ a sporttevékenységre (α=0,001; Cramer's V=0,192). Eredményül kaptam, hogy a maximum 8 általánost végzettek (37,5%; adj.=3,9) egyáltalán nem költenek sportra. Ez annak a következménye, hogy aki maximum 8 általánost végzett nem rendelkezik annyi jövedelemmel, hogy a sportolási tevékenységből felmerülő költségeket finanszírozni tudja.



23. ábra: Sportra költött összegek megoszlása (n=264)
Forrás: Saját szerkesztés

5.2. ESETTANULMÁNY DEBRECEN VÁROS PÉLDÁJÁN KERESZTÜL

„Debrecen a sport városa!" – hangzott el Borbély (2014) előadásában.

Debrecen városára jellemző a város infrastruktúrájának folyamatos fejlesztése, a városkép folyamatos szépítése, a helyi igények kielégítése. Debrecen város Integrált Városfejlesztési Stratégiájában a sportlétesítmények felújítása nagy hangsúlyt kap. A VKM magazin különkiadása szerint Debrecenben a sport évtizedekig a focit jelentette. A 2000-es években több új létesítmény is épül. Ezek a komplexumok legtöbbször valamilyen nemzetközi esemény megrendezése kapcsán jöttek létre, vagy csupán csak úgy lettek tervezve, hogy nemzetközi torna rendezésére alkalmasak legyenek.

Ezek a komplexumok a következők:

- Főnix csarnok
- Jégcsarnok
- Gyulai István Atlétikai Stadion és Edzésközpont
- Debreceni Sportuszoda
- Nagyerdei Stadion
- Fociakadémia, műfüves pályák

Debrecen az elmúlt időszakban igen jelentős sport-infrastrukturális fejlesztéseket valósított meg és kiemelkedő szerepet játszik a sportturizmus területén, hiszen idegenforgalmi szempontból kiemelkedő adottságokkal rendelkező városról van szó. Kikapcsolódási és sportolási lehetőséget nyújtó épületek, sportrendezvények és a hazai, illetve nemzetközi edzőtáborok sorolhatóak ide.

A működő sportlétesítményeket három csoportra lehet osztani (átfedések megfigyelhetőek):

- versenysportot szolgáló objektumok:
  - Nagyerdei Stadion,
  - Debreceni Sportuszoda,
  - Debreceni Labdarúgó Akadémia,
  - Békéssy Béla vívócentrum;
- iskolai sportot szolgáló objektum:
  - kézilabda-pálya méretű műfüves pályák - melyek száma nagymértékben növekedett (4 általános iskolában is)
- tömegsportot szolgáló objektumok.

(Debrecen Településfejlesztési Koncepciója és Integrált Településfejlesztési Stratégiája, 2014)

A Debrecenben újonnan létesült Nagyerdei stadion, vagy az városban található több kültéri konditerem, focipálya és salakos pálya, extrém sportpálya, illetve a Debreceni Egyetem által nyújtott sok egyéb sportolási lehetőség teret biztosít a rendszeres fizikai aktivitás végzéséhez. Célkitűzésemnek megfelelően arra szeretnék néhány példát hozni, hogy Debrecenben milyen ingyenes sportolási lehetőségeket tudnak kihasználni a tudatos sportfogyasztók.

A városban elérhető sportszolgáltatásokat sokan és egyre többen használják ki. Rengeteg sportolási lehetőség közül lehet választani. A következőkben szeretnék néhány konkrét példán keresztül arra rámutatni, hogy Debrecen városa rendkívül sokat tesz az sportinfrastruktúra fejlesztéséért.

5.2.1. A „sportolóbarát" egyetem

Az egyetem folyamatos lehetőséget biztosít a sportolni vágyó hallgatók számára. A nemrégiben átadott DEAC-pálya a Dóczy József utcai Sporttelepen nemcsak a „profi" sportolók számára, hanem minden mozogni vágyónak nyújt magas színvonalú sportolási lehetőséget. Az egyetemi sporttelep a hét minden napján nyitva áll. (Kovács, 2014)

Példaként szeretném még említeni a rengeteg városi sportrendezvényt, amelyen a részvétel ingyenes az egyetem hallgatói számára, például a közelmúltban rendezett Hortobágy Teljesítménytúra vagy a Sportnapok, de itt említhető még meg a kollégium által szervezett futás, túrák és még sok minden más is. A testnevelés órák látogatása akkor is lehetséges a hallgatók a számára, ha nem vették fel tárgyként, itt az egyetlen korlátozó tényező az órán résztvevők maximum létszáma.

5.2.2. Mélyinterjúk elemzése

Ahhoz, hogy teljes képet kapjak a témával kapcsolatban felkerestem Dékán Tamást, a Sportcentrum Közhasznú Nonprofit Kft gazdasági igazgatóját és Átányi Ajtonyt, a Fórum Debrecen Bevásárlóközpont igazgatóját. Választásom azért esett rájuk, mert a debreceni lakosság fizikai aktivitását előmozdító döntések előkészítésében és meghozatalában nagy szerepet vállalnak, úgy ítéltem meg, hogy véleményük alkalmas a sportszolgáltatói oldal képviselésére.

A városi sportéletet befolyásoló, alakító tényezőkről Dékán Tamást kérdeztem. Elmondása alapján Debrecen városfejlesztési politikájában a sportinfrastruktúra egyértelműen az első helyet foglalja el, így a városmarketingben egyértelműen fontos szerepet játszik. A sportintézmények, sportlétesítmények a város tulajdonában álló, több sportlétesítményt is üzemeltető Debrecen támogatásával létesülnek. Pályázati források igénybevétele nem

jellemző, a közelmúltban mégis egy, a látványsportokat támogató TAO pályázat keretében végzett tárgyi eszköz beruházásaként létesült Jégcsarnok II. átadására került sor 2014 októberében. Debrecenben több, látványsportokat támogató infrastrukturális beruházás valósult meg (melyeket az esettanulmányi rész elején fel is soroltam).

Kíváncsi voltam, hogy a nemrégiben átadott Nagyerdei Stadionnal kapcsolatban milyen teendőket kell még eszközölni. A városfejlesztés kiemelt pontjaihoz tartozó, szórakoztatóipari sportlétesítmény jelentős szerepet játszik a sportrendezvények lebonyolítása alkalmával. A beruházás megvalósítása jelentős településfejlesztési stratégiának számít, hiszen mind a városi infrastruktúrát, gazdaságot, turizmus és a természeti környezetet, valamint a lakossági sportolást is fellendíti. A lakossági fizikai aktivitást támogató környezet hozzájárul a szabadidős sportoláshoz egy újabb ingyenes sportolási lehetőség keretén belül, így a társadalomi minőségibb szabadidős sportolásához. Nem elhanyagolható annak ténye, hogy a nemzetközi szintű sportrendezvényeknek is teret tud biztosítani a Nagyerdei Stadion megvalósult fejlesztése. Ez jelentős szerepet vállal majd a városi bevételek alakulásában. Azonban a beruházás újdonsága miatt még szükség van a célcsoportok pontosabb definiálására – a sportcsarnok kihasználtságának szempontjából. A Nagyerdei „Lokistadion" elsősorban saját csapatának játékára építhet. Mivel a sportlétesítmények nagy szerepet vállalnak a rajongói klubok kialakításában (Seifried - Clopton, 2013), ezért ez még egy fejlesztendő terület. A nehézség az, hogy egy heterogén célcsoport igényeit kell kielégíteni.

Negyedik generációs Nagyerdei Stadion felépítése is hozzájárult a létesítmény szűkebb és tágabb környezetének megújításához, egy többfajta kikapcsolódást és szórakozást biztosító városrész kialakításhoz. (Kozma, 2014)

A Szakirodalmi áttekintés során utaltam arra, hogy nem tudom elképzelni annak okát, hogy a Coca-Cola, mint egy közismert és „világhírű" vállalat – a nem egészségesnek kikiáltott termékek piacán -, miért vállal ekkora szerepet az egyik legnagyobb és legismertebb sportprogram lebonyolításában főszervezőként. Vajon mi állhat ennek hátterében?

A választ Átányi Ajtony segítette megadni. Válasza szerint a sportrendezvények célja elsődlegesen az imázs építés és a társadalmi felelősségvállalás hangsúlyozása, de természetesen a középtávú cél a forgalom növelése. A társadalmi felelősségvállalás (CSR) kiemelkedő szerepet tölt be a nagyvállalatoknál napjainkban. XXI. századi fogalom jelentősége hangsúlyos egy nagyvállalat életében. A társadalmilag felelős vállalkozás figyelembe veszi a társadalom érdekeit. A Coca-Cola CSR- politikája szerint:

„Vállalati világpolgárok vagyunk, így hatalmas felelősség az osztályrészünk: kulcsfontosságú, hogy termékeinket felelősen forgalmazzuk, munkatársainkkal igazságosan bánjunk."

„...partnerkapcsolataink és programjaink nagymértékben hozzájárulnak azok/közvetlen környezetünk gyarapodásához, hiszen a Coca-Cola társadalmi felelősségvállalása nemcsak a piacon és a munkahelyeken, van jelen, hanem a közösségekben is." (secure.coca-cola.hu)

Kérdésemre a válasz tehát a CSR, a vállalatok társadalmi felelősségvállalásának tényezője.

A Fórum bevásárlóközpont által rendezett sportrendezvények elsődleges célcsoportja a fiatalok és a családok, de a rendezvények minden érdeklődőt nyitott kapukkal várnak. Általában nagyon sokféle sportrendezvényt rendez a városi bevásárlóközpont, melyek szervezése több hónapos előkészülettel jár. Az évente általagosan 4-5 rendezvényről különféle csatornákon tájékoztatják a lakosságot: FÓRUM Magazin, facebook, weboldal, POS, rádió. A rendezvényeken résztvevők számát nem maximálják, mert a rendelkezésre álló nagy kapacitást kielégítő érdeklődés nem jellemző. Általában a futóversenyeken és a biciklitúrákon kb. 1000 ember vesz részt. Rákérdeztem arra, hogy az ilyen sportrendezvények mekkora haszonnal járnak és megtérül-e a befektetett összeg. Kíváncsi voltam, hogy összességében megéri e egy ilyen rendezvényt szervezni. A rendezvények általában nem járnak haszonnal, hiszen nincsen bevételük, ezt hasznos kiadásként tartják számon, megtérülés ezért nem mérhető. Véleményem szerint a rendezvényt szervező létesítmény üzemeltetőjének – ezen esetben ECE Projektmenedzsment Kft. - stratégiája mindig tartalmazza azokat az adatokat, keretösszegeket és teljesítési mutatókat, melyek szerint egy ilyen rendezvény szervezése és lebonyolítása lehetségessé válik. A szponzoráció szerepe jelentős. A Fórum bevásárlóközpont rendezvényeinek általában kevés szponzora van. Ezek főleg a bérlők: Hervis Media Markt, Biotech, de van egy-két külsős pl: Koppány Kalandpark – mindenki terméktámogatást ad. Vannak médiapartnerek, ők megjelenést adnak: HBN, Alföld Televízió, hajdupress, Best FM.

6. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

A kutatás eredményeiből kiindulva következtethetek arra, hogy a lakosság, mint a sport-szolgáltatás-teljesítés modelljének élvezője milyen sport-infrastrukturális igényeket támaszt és azt a láthatatlan és látható környezetben elhelyezkedő intézményrendszer milyen úton próbálja meg kielégíteni, vagyis, hogy a sportot szolgáltatók milyen lehetőségeket nyújtanak a sportfogyasztók számára.

A sport infrastruktúra fejlesztésének közvetlen és közvetett hatásai ismertek. Közvetlen hatásként hozzájárul a helyi társadalom színvonalas időtöltéséhez. Közvetett hatás lehet a turizmusban elfoglalt szerepe. A különböző kezdeményezések - melyeknek általában a sportrendezvények a *kapcsolattartói* - hatásainak eredményeképpen a társadalom szemlélete alakítható. Ehhez szükség van megfelelő intézményrendszerre, illetve szervezőképességre, melyek kutatómunkák, koncepció-, és tervkidolgozások előznek meg.

Néhány Magyar példát szeretnék megemlíteni a sportfogyasztók felé való kommunikálásra (szintén láthatatlan környezet), a teljesség igénye nélkül:

- *tuddmeg.hu* internetes oldal: egy olyan weboldal, melynek tartalmát az oldalt használók folyamatosan frissítik és javítják. Az felületen mindenféle időtöltéshez lehet keresni megfelelő helyeket. Sportlehetőségekről is tájékozhatunk itt. A lehetőségeket térképen jeleníti meg. (tuddmeg.hu)
- *aktiv.itthon.hu:* hasonló oldal egy kicsit másfajta elrendezésben. (aktiv.itthon.hu)
- *holkerekparozzak*.hu: térképen jeleníti meg a bicikliutakat (holkerekparozzak.hu)
- *stb.*

Számos hasonló oldal létezik még, mely hozzájárul Magyarország összes településének sportturizmusához.

A sport, mint termék társadalmi fontosságát vizsgáltam és kutatómunkám során az igényeket és lehetőségeket vetettem össze.

Kérdőíves kutatásom középpontjában annak megismerési szándéka állt, hogy mely ingyenes lehetőségeket használják ki, és melyeket hiányolják leginkább a fogyasztók lakóhelyükről. Eredményeim szerint a lakosság leginkább sportpályákon, bicikliutatkon és parkokban szeret spotolni. A legjobban hiányolt sportlétesítmények az uszoda, park és bicikliút.

Debrecen városában mindhárom lehetőség rendelkezésre áll. A bicikliutatak és a parkokat ingyenesen használhatja a lakosság, azonban az uszodai sportszolgáltatást a helyi lakosság általában csak díj ellenében veheti igénybe.

A kutatási céllal összefüggően a kapott eredmények alapján javaslatom az, hogy az úszás, mint sport nagyobb támogatása uszodák esetenkénti ingyenes használati lehetőségének biztosítása az uszodai kapacitás bővítésével.

A sportoláshoz elengedhetetlen infrastrukturális háttér biztosítójaként a sportszolgáltatók szándéka – koncepciók, tervek, rendezvények által – biztosítani a pozitív lakossági élményszerzést. Ahhoz, hogy a lakosok ismerjék ezeket a lehetőségeket megfelelő marketingtervezésre is szükség van. Hogy a lakosság felismerje a sportolás fontosságát talán már létezik elég mozgalom, lehet, hogy túl sok is. A sportfogyasztó általában a számára legkézenfekvőbb lehetőséget fogja kihasználni. Ha több lehetőség van a lakóhelyéhez közel a sportolásra, akkor azt fogja kihasználni. Az általam megkérdezett egyének 76%-a ismer ingyenes sportolási lehetőségeket lakóhelye közelében. Ez azt jelenti, hogy még mindig van olyan, aki nincs tisztában azzal, hogy több lehetősége is van arra, hogy a szabadban, a friss levegőn megfelelő sportolási formát gyakorolhasson. Például a szabadtéri kondiparkok esetében elmondható, hogy sokan azért nem mennek el kipróbálni, mert nem tudják azokat használni. Erre véleményem szerint a megoldás az lehet, hogy egy „eszközhasználat ismertető” rendezvényen bemutatják a parkban lévő eszközök helyes használatát egészségügyi és életmód tanácsokkal is kiegészítve (itt a sportolás élettani hatékonyságára gondolok, például a helyes testtartás, helyes légzés stb).

A megfelelő lakossági sporthoz hozzájáruló marketinggel növelhető a városi ingyenes lehetőségek kihasználtsága.

A fizikai aktivitás elterjedéséhez hozzájáruló, a láthatatlan háttérrel támogatott, megvalósított infrastruktúra és rendezvények jelentik a kapcsolattartást a társadalom tagjaival. A sportszolgáltató-gyárban, ami a sport-infrastruktúra végeredményeképpen létesül a sportfogyasztó hozzájuthat az előnyök összességéhez.

6.1. Az Integrált Nemzeti Sportkoncepció és sportfogyasztói csoportok bemutatása

A sportoló egyének motivációi alapján választják ki a számukra megfelelő mozgásformát. Ahhoz hogy megismerhessük ezeket a választott igényeket előzetes kutatásra van szükség, mely alapján fejlesztések hajthatóak végre. Manapság sok esetben szükség van az innovációs tevékenységre ahhoz, hogy az újdonság hatalmával hatást érjenek el és még több

egyént sportolásra buzdítsanak. A szemléletváltásra is szükség van, hiszen a sportfogyasztó fejében el kell helyezni a sportterméket. Ez oktatással érhető el.

A Nemzeti Kerékpáros Koncepció (2013) megfogalmazta az elvégzendő tevékenységek sorozatát, mellyel a sportolásra biztat.

Megítélésem szerint ezen tényezők, tevékenységek sorozatát kivetítve megalkotható az Integrált Nemzeti Sportkoncepció. Az INSK (Integrált Nemzeti Sportkoncepció) által megvalósítandó tevékenységek:

- Kutatás → K
- Infrastruktúra-fejlesztés → F
- Innováció→ I
- Oktatás és szemléletformálás → O
- Sportmarketing - Sportolásra való buzdítás marketingeszközökkel. Sportmarketing programok szervezése, felvilágosítás a sporteszköz használatáról, életmód tanácsadással egybekötve.→ S

A lakossági sportolás elősegítésének képlete:

$$\underline{INSK=K+F+I+O+S}$$

Kutatási eredményeim alapján elmondhatom, hogy a Magyar lakosság egyre több tagja válik tudatos sportfogyasztóvá a helyi infrastrukturális lehetőségek kihasználásával. A lakosságot célcsoportokra lehet osztani sportaktivitásuk és a sport-infrastrukturális lehetőségek kihasználása mentén.

10. táblázat: Sportfogyasztói célcsoportok

	Megnevezés	**Hajlandóság** *(van/nincs)*	**Lehetőség** *(van/nincs)*	**Kihasználás** *(Kihasználná? I/N)*
1	TUDATOSAN AKTÍV	van	van	I
2	AKTÍV TEHETETLEN	van	nincs	I
3	TUDATOSAN PASSZÍV	van	van	N
4	PASSZÍV	nincs	van	N
5	TEHETETLEN	nincs	nincs	N

Forrás: Saját szerkesztés

Öt fő célcsoportot (*10. táblázat*) különböztethetünk meg a sportfogyasztás területén:

1. Szeret is sportolni, van rá hajlandósága, van is hol sportolnia és a sportlehetőségeket kihasználja. Őket nevezhetjük *tudatosan aktív* sportfogyasztói csoportnak.
2. Vannak olyanok, akik szeretnek és akarnak is sportolni, de erre nincs lehetőségük. Ők a *aktív tehetetlen* sportfogyasztói csoport.
3. Szeretnek sportolni és van hol, de nem csinálják, ők a *tudatos passzív* sportolók.

4. Vannak olyanok, akik nem szeretnek és nem akarnak sportolni, de van hol ők a *passzív*ok.
5. És vannak olyanok, akik nem szeretnek sportolni, de erre lehetőségük sincs, de ha lenne is nem használnák ki. Őket *tehetetlen* csoportnak neveztem el.

A vágy az egészségesebb életre egyre elterjedtebb manapság. Ehhez meg kell határozni a fent említett célcsoportokra vonatkozó célkitűzéseket. Az INSK modell segítségével megfogalmazható a fogyasztói célcsoportok eléréséhez vezető lépések sorozata. A *11. táblázat* tartalmazza a szükséges lépések összefoglalását.

11. táblázat: Sportfogyasztói célcsoportok és intézkedések

	Megnevezés	**Hajlandóság** *(van/nincs)*	**Lehetőség** *(van/nincs)*	**Kihasználás** *(Kihasználná? I/N)*	**Intézkedés** *(INSK)*
1	TUDATOSAN AKTÍV	van	van	I	K+F+I
2	AKTÍV TEHETETLEN	van	nincs	I	K+F+I
3	TUDATOSAN PASSZÍV	van	van	N	O+S
4	PASSZÍV	nincs	van	N	O+S
5	TEHETETLEN	nincs	nincs	N	K+F+I+O+S

Forrás: Saját szerkesztés

- A *tudatosan aktív* célcsoportnak az igényeit folyamatosan kutatni kell, lehetőségeket kell biztosítani számukra, hogy sporttevékenységüket tovább folytathassák, ehhez folyamatos infrastruktúra-fejlesztési és innovációs munkálatok szükségesek.
- Az *aktív tehetetlen* célcsoportnak sportolási lehetőségeket kell biztosítani K+F+I tevékenységekkel.
- A *tudatosan passzív* csoportot szemléletváltoztatással – oktatással és figyelemfelkeltéssel, azaz sportmarketinggel lehet biztatni.
- A sportmarketing programok segíthetnek a *passzív* csoporton. Ide tartozik a szemléletváltoztatás is.
- A *tehetetlen* csoport komfortzónájából való kimozdításához az INSK elemeit mind meg kell valósítani.

A lépések megvalósításával hozzájárulhatunk a lakosság fizikai aktivitásának növeléséhez és ezáltal elérhetjük a társadalmi tőke értékének növelését.

7. ÖSSZEFOGLALÁS

Dolgozatomnak a lakosság sport-infrastrukturális igényeinek és lehetőségeinek vizsgálata címet adtam. A szolgáltatásteljesítési modell segítségével felvázoltam, hogy a láthatatlan és a látható sportszolgáltatói rendszer milyen módon lép interakcióba a sportfogyasztókkal és, hogy a sport-infrastrukturális beruházások, mint sporttermékek milyen módon járulnak hozzá az előnyök összességéhez.

Szakirodalmi áttekintés során különböző irodalmak, modellek, tervek, koncepciók és kutatási eredmények segítségével bizonyítottam a téma aktualitását.

Saját kutatásom megtervezéséhez szekunder adatokat használtam fel, majd azok alapján kiválasztottam a témakör vizsgálatához legmegfelelőbb módszert. A sportot kedvelő és fogyasztó lakosságot kérdőíves felmérésben kérdeztem meg szokásaikról, attitűdjeikről és igényeikről. A sportszolgáltatói oldal álláspontjának megismeréséhez két mélyinterjút készítettem.

Az eredmények értékelése során megállapítottam, hogy a lakosság leginkább sportpályákon, bicikliutatkon és parkokban szeret sportolni és az uszodai sportolást hiányolja leginkább lakóhelyéről. A sport városában, Debrecenben a sportinfrastruktúra a város infrastrukturális tevékenységei közül az első helyet foglalja el, folyamatos fejlesztések és felújítások történnek a város szépítése érdekében. A helyi közösség fejlesztéséhez is köthető városi sportrendezvények lebonyolítása nem egyszerű feladat.

Javaslatom szerint minden nemzetnek szüksége van egy egységes koncepcióra, mely alapján meg tudja határozni azokat a célcsoportokat, akiket a sport-infrastrukturális tevékenységek megvalósításával kíván elérni. Ennek társadalmi fontossága jelentős. Hiszen az egészséges társadalom egyfajta befektetést jelent. Véleményem szerint az integrált nemzeti sportkoncepció hozzájárulhat a megnevezett társadalmi célcsoportok igényeinek teljeskörű kielégítéséhez.

IRODALOMJEGYZÉK

Szakirodalom

Borbély A. (2014): *A sportközgazdász-képzés szerepe a felsőoktatásban. Sporttudomány az egészség és a teljesítmény szolgálatában*. XI. Magyar Sporttudományi Kongresszus. 2014. június 5-7. Debrecen. Magyar Sporttudományi Szemle. 58. (Főszerkesztő: Bartusné Szmodis Márta). Magyar Sporttudományi Társaság. Budapest. 2014. MSTT. p. 21.

Bruening, J.E. – Peachey, J. W. – Evanovich, J. M. – Fuller, R. D. – Murty, C.J.C. – Percy, V. E. – Silvverstein, L. A. - Chung, M. (2014): *Managing sport for social change: The effects of intentional design and structure in a sport-based service learning initiative.* Sport Management Review

Budavári Á. (2007): *Sportpszichológia*. Medicina Könyvkiadó Zrt. Budapest

Éber M. Á. (2008): *Túl az élménytársadalmon – avagy az élménytársadalom másfél évtizede*. Szociológiai Szemle, 18(1) pp. 78-105.

Fodor L. (2013): *Gazdaságpszichológia*. Noran Libro, Budapest pp. 97-103 (ISBN 9786155274244)

Kárpáti Á. (2009): *Közösségi védelem – Pécs, a közösségi védelem alatt álló város*. FALU VÁROS RÉGIÓ. 2009/2. p. 72. http://www.vati.hu/files/sharedUploads/docs/FVR/fvr_2009_2.pdf (letöltve: 2014. 11. 10.)

Kecse-Nagy Sándor: *Sport szpornzorszervezés*. http://mtfsz.hu/sajat_fajlok/marketing/szponzorszervezes.pdf (letöltve: 2014.10.30.)

Kovács M. (2014): *Egyre szebb a DEAC-pálya*. Egyetemi élet. Debrecen. 53/3. pp. 32-33.

Kozma G. (2014): *A sportlétesítmények szerepe a városfejlesztésben: a debreceni Nagyerdei Stadion példája*. Debreceni Egyetem

Li, K.- Iannotti, R. J. –Haynie, D. L.- Perlus, J. G. - Simons-Morton, B. G.: *Motivation and planning as mediators of the relation between social support and physical activity among U.S. adolescents: a nationally representative study*. International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity http://www.ijbnpa.org/content/11/1/42 (letöltve: 2014. 05. 10.)

Meggyesi T. (2006): *Településfejlesztés*. BMGE Egyetemi jegyzet. pp.15

Misener, L. (2013): *Managing disability sport: From athletes with disabilities to inclusive organisational perspectives*. Sport Management Rewiew. 17 (2014) pp. 1-7.

Perényi Sz. (2013): *Alacsonyan stagnáló mozgástrend: A fizikai inaktivitás újratermelődése.* Magyar Ifjúság 2012 Tanulmánykötet. p. 247.

Rétsági E. – H. Ekler J. – Nádori L. – Woth P. – Gáspár M. – Gáldi G. – Szegnerné Dancs H. (2011): *Sportelméleti ismeretek.* Dialóg Campus Kiadó http://www.jgypk.u-szeged.hu/dok/tamopsport/Nadori-Dancs-Retsagi-Ekler-Gaspar%20-%20Sportelmeleti%20ismeretek/sportelmelet.html (letöltve: 2014.10.30.)

Sas I. (2014): *Miért fáj az egészség?.* http://www.sasistvan.hu/files/sasszem/72_75miertfajerzet1.pdf (letöltve: 2014.10.06.)

Sajtos L.-Mitev A. (2007): *SPSS kutatási és adatelemzési kézikönyv*. Alinea Kiadó, Budapest, p. 402.

Seifried, C. – Clopton, A. W. (2013): *An alternative view of public subsidy and sport facilities through social anchor theory*. City, Culture and Society. 4 (2013). pp. 49-55.

Trájer E. - Protzner A. - Bosnyák E. - Udvary A. - Szmodis M. - Szőts G. - Tóth M.: *Iskoláskorúak fizikai aktivitása és az „új média”* (2014). Magyar Sporttudományi Szemle, 15. évfolyam, 58. szám (2014/2), p. 65

VKM (2014): *Sport. Az alkotás 16 éve.* 2014. szeptemberi szám. Városközpont Magazin Különkiadás. Kangúr Tibor. Debrecen. 2014. Cívis Ház Zrt. pp. 16-17.

Egyéb dokumentumok

Budapest 2030 - Hosszú távú városfejlesztési koncepció. Budapest. 2013. p. 3.

Nemzeti Kerékpáros Koncepció 2014-2020. Kerékpáros Kerekasztal, 2013

Sport and physical activity. Special Eurobarometer. European Comission. 2010. p. 11.

Sport and physical activity. Special Eurobarometer. European Comission. 2014. p. 8

Internetes források

Coca-cola testébresztő program: https://www.testebreszto.hu (letöltve: 2014.11.09.)

Kárpát-medencei össznemzeti sportportál: www.sportolanemzet.hu (letöltve: 2014.11.09.)

Kerékpáros túrázók oldala: holkerekparozzak.hu (letöltve: 2014.11.10.)

Korfball szócikke: http://hu.wikipedia.org/wiki/Korfball (letöltve: 2014.10.30.)

MOL Bubi:

http://bubi.hu/ (letöltve: 2014. 06.12.)

Mozgás és egészség:

mozgasgyogyszer.hu (letöltve: 2014.11.09.)

Okos bicikliút:

http://www.origo.hu/techbazis/20141028-a-hollandoknal-a-bicikliut-is-okos.html?fb_action_ids=885191968172653&fb_action_types=og.recommends (letöltve: 2014.10.30.)

Sportolj 3x1 órát sportmozgalom:

sportolnijo.hu (letöltve: 2014.11.09.)

Szabadidős hírportál:

aktiv.itthon.hu (letöltve: 2014.11.10.)

Társadalmi felelősségvállalás a Coca-Cola-nál:

https://secure.coca-cola.hu/content/hu/corporate/tarsadalmi_felelossegvallalas.aspx (letöltve: 2014.11.11.)

Térképes tudakozó oldal:

tuddmeg.hu (letöltve: 2014.11.10.)

21 ingyenes kondipark magyarországon:

http://velvet.hu/trend/2012/07/13/21_ingyenes_kondipark_magyarorszagon/ (letöltve: 2014.06.12.)

MELLÉKLETEK

1. MELLÉKLET: KÉRDŐÍV

Kedves Kitöltő!

… vagyok a… hallgatója. Jelenlegi kutatásomban felmérést készítek a sportolási szokásokról.

Kérlek, a kérdőív kitöltésével segítsd munkámat!

Segítségedet köszönöm!

1. Mennyire szereti a sportot általában?

	nagyon szeretem	szeretem	közömbös	inkább nem szeretem	nagyon nem szeretem
MŰVELNI	O	O	O	O	O
NÉZNI	O	O	O	O	O

2. Alapvetően mi jut eszedbe a sportról?
Többet is jelölhetsz!

- □ Energiát ad, felfrissít
- □ Egészség(megőrzés)
- □ Társaság, csapat
- □ Kikapcsolódás, szórakozás
- □ Alakmegőrzés, javítás
- □ Fejleszt, nevel
- □ Feszültségek levezetése
- □ Kényszerítés
- □ Fárasztó
- □ Sérülések
- □ Túlzások, túlterhelés
- □ Időigényes
- □ Költséges
- □ Egyéb:…

3. Kérlek, jelöld be azokat a sportágakat, melyeket legszívesebben űzöl!
Többet is jelölhetsz!

- □ Egyéni sportok (futás, úszás, biciklizés, atlétika, stb.)
- □ Csoportos edzések (aerobik, hot-iron, kangoo, TRX, zumba, stb.)
- □ Labdajátékok (kézilabda, kosárlabda, labdarúgás, röplabda, rögbi, vízilabda, stb.)
- □ Konditerem
- □ Társasági sportok (bowling, darts, teke, stb.)
- □ Párban végezhető sportok (tenisz, asztalitenisz, tollas, ping-pong, vívás, küzdősportok, sakk, stb.)
- □ Sportok a szabadban (túra, biciklizés, lovaglás, síelés, snow-board, nordic-walking, stb.)
- □ Egyéb sportok (torna, tánc, trambulin, stb.)

4. Melyik sportot/sportokat szereted/szeretted végezni legjobban tanulmányaid során a testnevelés óra keretein belül?
Többet is jelölhetsz!

- □ atlétika
- □ futás
- □ úszás
- □ torna
- □ gimnasztika
- □ gyógytestnevelés
- □ aerobik
- □ küzdősportok
- □ kosárlabda
- □ kézilabda
- □ labdarúgás
- □ röplabda
- □ floorball
- □ futsal
- □ kötélmászás
- □ falmászás
- □ rúdmászás
- □ asztalitenisz
- □ tenisz
- □ tollaslabda
- □ vívás
- □ nem volt kedvenc sportom
- □ Egyéb:…

5. Kérlek, add meg születési éved!

6. Sportolsz rendszeres jelleggel?
Itt a sportra minden olyan mozgás értendő, melyet tudatosan, rákészülve és külön időt rászánva végez valaki.

- o igen
- o nem

7. Mióta sportolsz rendszeres jelleggel?

- o kevesebb, mint 1 éve
- o 1-3 éve
- o 3-6 éve
- o 6-10 éve
- o 10-15 éve
- o több, mint 15 éve

8. Miért sportol, mi motiválja?
Többet is jelölhetsz!

- □ jó erőnlét elérése, megtartása
- □ kikapcsolódás, szórakozás
- □ szeretek sportolni
- □ testsúlykontroll, jó alak elérése, megtartása
- □ jó a társaság (barátok, sporttársak, edző)
- □ stressz levezetése
- □ a barátaim is sportolnak
- □ elhivatottság
- □ verseny, versengés, győzelem
- □ szüleim biztatnak
- □ szüleim elvárják
- □ a munkahelyemen biztatnak
- □ a munkahelyemen elvárják
- □ Egyéb:…

9. Milyen szinten sportolsz?

- o amatőr (szabadidősport, hobbi)
- o profi (látványsport, élsport, versenysport)

10. Tagja vagy valamilyen sportszervezetnek/sportegyesületnek?

- o igen
- o nem

11. Kérlek, jelöld meg, hogy milyen sportot/sportokat űzöl!
Többet is jelölhetsz!

- □ futás
- □ biciklizés
- □ úszás
- □ kosárlabda
- □ röplabda
- □ kézilabda
- □ labdarúgás
- □ floorball
- □ futsal
- □ tenisz
- □ asztalitenisz
- □ tollaslabda
- □ testépítés/kondizás
- □ küzdősport
- □ capoeira
- □ vívás
- □ jóga
- □ gyógytestnevelés
- □ pilates
- □ gerinctorna
- □ aerobik (bármelyik formája)
- □ trambulin
- □ falmászás
- □ spinning (bármelyik formája)
- □ tánc (bármilyen műfajban)
- □ lovaglás
- □ sakk
- □ billiárd
- □ teke
- □ bowling
- □ darts
- □ zumba
- □ Kangoo
- □ WALKenergie
- □ Nordic Walking
- □ Kettlebell
- □ TRX
- □ Hot Iron
- □ Egyéb:…

12. Az előző kérdésben választott sportok közül melyet/melyeket űzöd legtöbbször?
Többet is jelölhetsz!

□ futás	□ küzdősport	□ sakk
□ biciklizés	□ capoeira	□ billiárd
□ úszás	□ vívás	□ teke
□ kosárlabda	□ jóga	□ bowling
□ röplabda	□ gyógytestnevelés	□ darts
□ kézilabda	□ pilates	□ zumba
□ labdarúgás	□ gerinctorna	□ Kangoo
□ floorball	□ aerobik (bármelyik formája)	□ WALKenergie
□ futsal	□ trambulin	□ Nordic Walking
□ tenisz	□ falmászás	□ Kettlebell
□ asztalitenisz	□ spinning (bármelyik formája)	□ TRX
□ tollaslabda	□ tánc (bármilyen műfajban)	□ Hot Iron
□ testépítés/kondizás	□ lovaglás	□ Egyéb:…

13. Milyen gyakran sportolsz?

- o naponta
- o hetente több alkalommal
- o hetente egyszer
- o ritkábban
- o Egyéb:…

14. Sportolnál többet, ha lenne rá lehetőséged?

- o igen
- o nem

15. Hol sportolsz legtöbbet?

- □ otthon
- □ konditeremben
- □ tornateremben
- □ sportpályán
- □ szabadban
- □ Egyéb:…

16. Hol sportolnál legszívesebben?

- otthon
- konditeremben
- tornateremben
- sportpályán
- szabadban
- Egyéb:…

17. Ismersz lakóhelyeden ingyenes sportolási lehetőségeket?
(pl. sportcsarnok, kültéri kondipark, bicikliút)

- igen
- nem
- nem tudom

18. Kihasználod ezeket a sportolási lehetőségeket?

- igen
- nem

19. Mely lehetőségeket használod ki? *(nyitott kérdés)*

20. Véleményed szerint milyen sportlétesítmény/sportlehetőség hiányzik leginkább lakóhelyedről?

- uszoda
- fitnesz és konditerem
- sportcsarnok
- kültéri kondipark
- bicikliút
- elégedett vagyok, szerintem nem hiányzik semmi
- Egyéb:…

21. Havonta maiximum mekkora összeget áldozol sportra?
Magára a sporttevékenységre (pl. a bérlet ára)

- semennyit
- 5.000 Ft alatt
- 5.000 Ft – 10.000 Ft
- 10.000 Ft – 15.000 Ft
- 15.000 Ft – 20.000 Ft
- 20.000 Ft felett

22. Havonta maiximum mekkora összeget áldoznál sportra?

Magára a sporttevékenységre (pl. a bérlet ára)

- semennyit
- 5.000 Ft alatt
- 5.000 Ft – 10.000 Ft
- 10.000 Ft – 15.000 Ft
- 15.000 Ft – 20.000 Ft
- 20.000 Ft felett

23. Nemed:

- nő
- férfi

24. Lakóhelyed típusa:

- Budapest
- nagyváros (100 ezer fő felett)
- középváros (20 ezer fő – 100 ezer fő)
- kisváros (5 ezer fő – 20 ezer fő)
- község (5 ezer fő alatt)

25. Legmagasabb iskolai végzettséged:

- 8 általános
- Érettségi
- Szakképzés
- Egyetem, főiskola

26. Te jelenleg … vagy:

- diák
- alkalmazott
- vállalkozó
- nyugdíjas
- háztartásbeli
- munkanélküli
- Egyéb:…

27. Ha alkalmazott vagy vállalkozó vagy milyen jellegű munkát végzel?

- inkább szellemi
- inkább fizikai
- ülő munka
- sok állással, gyaloglással járó munka

28. Egyéb vélemény a témával kapcsolatban:

2. MELLÉKLET: SPORTOK CSOPORTOSÍTÁSA

Egyéni sport	Csoportos edzések	Labdajátékok	Konditerem	Társasági sportok	Párban végezhető sportok	Sport a szabadban	Egyéb sportok
futás	gyógytesi	labdarúgás	testépítés/kondizás	csocsó	tenisz	túrázás	trambulin
úszás	gerinctorna	kézilabda		billiárd	asztalitenisz	biciklizés	szertorna
torna	aerobik	kosárlabda		bowling	tollas	Nordic Walking	tánc
gimnasztika	pilates	röplabda		teke	pároslabda		síelés
jóga	zumba	floorball		darts	sakk		műkorcsolya
lovaglás	kangoo	futsal			vívás		jégkorong
spinning	TRX				küzdősportok		fallabda
	WALKenergie[1]				capoeira		korfball[2]
	Kettlebell						falmászás
	Hot Iron						kajak-kenu/evezés
							siklóernyő
							sárkányhajó
							power plate[3]
							fitnesz DVD
							ökölpáros
							longboard[4]
							agility[5]

Forrás: Saját szerkesztés

[1] Csoportos, edzői irányítással végzett gyaloglás zenére egy lábbal hajtható megdöntött futópadon.
[2] Focilabdához hasonló labdával való kosarazás 8 fős koedukált csapatokban. (wikipedia.org)
[3] Flabelos-hoz hasonló vibrációs sporteszköz.
[4] Gördeszkához hasonló sporteszközzel végzett sportolás.
[5] Kutyás sport. A kutya gazdája végighalad kedvencével az akadálypályán.